

TÀI LIỆU
HƯỚNG DẪN KỸ NĂNG TRUYỀN THÔNG DỰ THẢO
CHÍNH SÁCH, PHÁP LUẬT

PHẦN 1

**NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH,
PHÁP LUẬT**

**I. YÊU CẦU TĂNG CƯỜNG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH,
PHÁP LUẬT**

Hiện nay, pháp luật đã có quy định về việc phổ biến, thông tin về chính sách trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật (VBQPPL). Luật Ban hành VBQPPL năm 2015 (sửa đổi, bổ sung năm 2020) đã quy định nguyên tắc xây dựng, ban hành VBQPPL theo hướng bảo đảm tính minh bạch trong quy định của VBQPPL, tính công khai, dân chủ trong tiếp nhận, phản hồi ý kiến, kiến nghị của cá nhân, cơ quan, tổ chức và việc lấy ý kiến đối với dự thảo VBQPPL là yêu cầu bắt buộc trong quá trình xây dựng VBQPPL. Luật PBGDPL năm 2012, Luật Tiếp cận thông tin năm 2016 quy định quyền tiếp cận thông tin của công dân, trong đó xác định những thông tin phải được công khai rộng rãi bao gồm cả các dự thảo VBQPPL; hình thức thông tin pháp luật.

Thực tiễn thời gian qua, bên cạnh kết quả tích cực đã đạt được, hoạt động truyền thông dự thảo chính sách chưa được triển khai đồng bộ, hiệu quả; việc lấy ý kiến đề nghị xây dựng chính sách và dự thảo VBQPPL chủ yếu được thực hiện thông qua đăng tải trên Cổng/Trang thông tin điện tử của bộ, ngành, địa phương, hiệu quả còn hạn chế. Công tác PBGDPL chưa thực sự gắn kết chặt chẽ với công tác xây dựng pháp luật, chủ yếu thực hiện phổ biến, tuyên truyền đối với các VBQPPL đã được ban hành. Thực tiễn này đã và đang tạo ra khoảng trống đối với hoạt động truyền thông các dự thảo chính sách, ảnh hưởng đến chất lượng soạn thảo của VBQPPL, hiệu lực, hiệu quả thực thi chính sách sau khi được ban hành. Một số VBQPPL mặc dù đã thực hiện xong quy trình xây dựng dự thảo nhưng không được ban hành do chất lượng soạn thảo và tính đồng thuận xã hội còn hạn chế; có VBQPPL do chưa thực hiện truyền thông định hướng, dẫn dắt từ khâu soạn thảo nên ngay sau khi được ban hành đã xuất hiện ý kiến trái chiều, phản ứng chính sách từ cộng đồng xã hội.

Trên cơ sở thực tiễn, kết hợp với việc thể chế hóa Nghị quyết Đại hội lần thứ XIII của Đảng, các chủ trương, định hướng lớn về công tác PBGDPL tại Kết

luyện số 80-KL/TW ngày 20/6/2020 của Ban Bí thư; các nhiệm vụ, giải pháp tại Quyết định số 1521/QĐ-TTg ngày 06/10/2020 của Thủ tướng Chính phủ, ngày 30/3/2022, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 407/QĐ-TTg phê duyệt Đề án “Tổ chức 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” (Đề án). Việc ban hành Đề án có ý nghĩa rất quan trọng nhằm đáp ứng xây dựng hệ thống pháp luật đầy đủ, kịp thời, đồng bộ, thống nhất, khả thi, công khai, minh bạch, ổn định, lấy quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của người dân, doanh nghiệp làm trọng tâm trong quá trình xây dựng, hoàn thiện Nhà nước pháp quyền XHCN Việt Nam hiện nay. Đồng thời, nội dung của Đề án phù hợp với chủ trương “dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra, dân giám sát, dân thụ hưởng” tại Văn kiện Đại hội XIII của Đảng và yêu cầu đổi mới công tác PBGDPL - khâu đầu tiên của quá trình tổ chức thi hành, đưa pháp luật vào cuộc sống, trong đó bảo đảm gắn kết chặt chẽ với công tác xây dựng, hoàn thiện pháp luật.

II. NỘI DUNG CƠ BẢN, NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP TRIỂN KHAI CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH CÓ TÁC ĐỘNG LỚN ĐẾN XÃ HỘI TRONG QUÁ TRÌNH XÂY DỰNG VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT

Quyết định số 407/QĐ-TTg phê duyệt Đề án “Tổ chức 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” gồm các nội dung, nhiệm vụ, giải pháp cơ bản như sau:

1. Đề án xác định mục tiêu tổng quát là nhằm tổ chức 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 (sau đây gọi là dự thảo chính sách, pháp luật) thông qua các kênh thông tin, báo chí rộng rãi, tương tác đa chiều giữa người dân, tổ chức, doanh nghiệp với cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật; tạo đồng thuận xã hội đối với những chính sách, quy định pháp luật cần phải được ban hành hoặc điều chỉnh để đáp ứng đầy đủ, kịp thời và thực chất theo yêu cầu của thực tiễn cuộc sống; góp phần nâng cao chất lượng chính sách, thể chế, tính khả thi của văn bản quy phạm 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.

Trên cơ sở đó, xác định các mục tiêu cụ thể của Đề án: (i) Năm 2022, hoàn thành việc quán triệt, hướng dẫn, tập huấn, xây dựng kế hoạch thực hiện

Đề án trên phạm vi toàn quốc; 70% 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; (ii) 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.

2. Bên cạnh việc xác định quan điểm chỉ đạo, mục tiêu của Đề án, Đề án tập trung vào một số nội dung, nhiệm vụ, giải pháp cơ bản, chủ yếu sau đây:

Thứ nhất, xác định phạm vi các dự thảo chính sách có tác động lớn đến xã hội cần được truyền thông (gọi là dự thảo chính sách). Theo đó, Đề án được triển khai thực hiện trong phạm vi cả nước, áp dụng đối với các dự thảo chính sách đáp ứng 4 tiêu chí: (i) Là các chính sách được ban hành trong các VBQPPL mà Luật Ban hành VBQPPL quy định phải lập đề nghị xây dựng VBQPPL trước khi tiến hành soạn thảo, trừ các nội dung thuộc bí mật nhà nước theo quy định của pháp luật; (ii) Tác động trực tiếp làm phát sinh, thay đổi, chấm dứt quyền, nghĩa vụ của người dân, tổ chức, doanh nghiệp; (iii) Được xác định là những vấn đề khó, nhạy cảm, dư luận xã hội quan tâm hoặc có nhiều ý kiến khác nhau về nội dung dự thảo chính sách; (iv) Chính sách có tác động trên phạm vi cả nước hoặc trên phạm vi toàn tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương. Thời điểm truyền thông dự thảo chính sách được thực hiện ngay từ khi cơ quan chủ trì soạn thảo VBQPPL lấy ý kiến đối với đề nghị xây dựng VBQPPL theo quy định của Luật Ban hành VBQPPL.

Thứ hai, cần phát huy vai trò chủ động của cơ quan, đơn vị, cá nhân chủ trì soạn thảo VBQPPL trong tổ chức truyền thông dự thảo chính

Đề án quy định rõ trách nhiệm chủ động của các cơ quan, đơn vị, cá nhân chủ trì soạn thảo VBQPPL trong tổ chức thực hiện truyền thông dự thảo chính sách. Theo đó, trên cơ sở quy định của Quyết định này và chương trình/kế hoạch xây dựng dự án, dự thảo VBQPPL của Quốc hội, Chính phủ, địa phương, cơ quan chủ trì soạn thảo VBQPPL căn cứ nội dung, tính chất dự thảo chính sách và yêu cầu thực tiễn chủ động, kịp thời xây dựng Kế hoạch tổ chức truyền thông dự thảo chính sách hàng năm; phối hợp với cơ quan nhà nước có thẩm quyền bảo đảm các biện pháp an ninh, an toàn thông tin trong quá trình thực hiện truyền thông dự thảo chính sách; tổ chức tiếp nhận, xử lý thông tin góp ý, phản hồi, phản biện xã hội để sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện dự thảo VBQPPL.

Đối với dự thảo chính sách do đại biểu Quốc hội đề nghị xây dựng và soạn thảo theo quy định của Luật Ban hành VBQPPL, đề nghị đại biểu Quốc hội chủ động phối hợp với các cơ quan thông tin, báo chí, cơ quan, tổ chức liên quan thực hiện truyền thông phù hợp với điều kiện, yêu cầu thực tiễn.

Thứ ba, cần tăng cường công tác chỉ đạo, theo dõi của Hội đồng phối hợp PBGDPL trung ương, cấp tỉnh trong truyền thông dự thảo chính sách

Theo Đề án, ở trung ương, hàng năm, căn cứ chương trình xây dựng VBQPPL của Quốc hội, Chính phủ và yêu cầu thực tiễn, Hội đồng phối hợp phổ biến, giáo dục pháp luật (PBGDPL) trung ương chỉ đạo, theo dõi việc thực hiện truyền thông về dự thảo chính sách thuộc phạm vi Đề án. Ở địa phương, hàng năm, căn cứ văn bản chỉ đạo, hướng dẫn của Hội đồng phối hợp PBGDPL trung ương; chương trình/kế hoạch xây dựng VBQPPL của địa phương và yêu cầu thực tiễn, Hội đồng phối hợp PBGDPL cấp tỉnh chỉ đạo, theo dõi việc thực hiện truyền thông về dự thảo chính sách thuộc phạm vi Đề án tại địa phương mình.

Thứ tư, cần xây dựng tài liệu, nội dung truyền thông dự thảo chính sách bảo đảm ngắn gọn, dễ hiểu, sinh động

Để hoạt động truyền thông dự thảo chính sách đạt hiệu quả, cơ quan chủ trì soạn thảo VBQPPL 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. Nội dung truyền thông dự thảo chính sách gồm các vấn đề chủ yếu là: Sự cần thiết ban hành chính sách; mục đích, quan điểm xây dựng chính sách; phạm vi điều chỉnh, đối tượng áp dụng của chính sách; nội dung cơ bản của chính sách; nội dung mới hoặc sửa đổi, bổ sung, hủy bỏ, bãi bỏ so với quy định hiện hành về quyền, lợi ích hợp pháp và nghĩa vụ của người dân, tổ chức, doanh nghiệp, chú trọng các vấn đề khó, có nhiều ý kiến khác nhau; các nội dung khác cần thông tin rộng rãi đến người dân, tổ chức, doanh nghiệp và toàn xã hội (nếu có).

Thứ năm, cần đa dạng hóa các hình thức truyền thông dự thảo chính sách

Đề án xác định các nhóm hình thức truyền thông dự thảo chính sách như: Xây dựng các chuyên mục, chiến dịch truyền thông, đưa tin vào khung giờ thu hút khán, thính giả để truyền thông về dự thảo chính sách trên các phương tiện thông tin đại chúng; xây dựng, đăng tải tài liệu truyền thông phù hợp với từng đối tượng, địa bàn; tổ chức các hội nghị, tọa đàm, diễn đàn, phỏng vấn, đối thoại trực tiếp, trực tuyến, họp báo; thông qua hệ thống loa truyền thanh cơ sở, niêm yết tại bảng tin, màn hình tại khu dân cư, lồng ghép trong các loại hình văn hóa cơ sở; thực hiện việc tích hợp, chia sẻ để đăng tải thông tin nội dung dự thảo chính sách, Kế hoạch tổ chức truyền thông dự thảo chính sách hàng năm trên

Công Thông tin điện tử PBGDPL quốc gia, các ứng dụng phần mềm về PBGDPL, bảo đảm thống nhất, liên thông, cập nhật, tăng cường tương tác với người dân, tổ chức, doanh nghiệp; tổ chức truyền thông qua các ứng dụng mạng xã hội và hình thức truyền thông phù hợp khác.

Ngoài ra, Đề án cũng xác định một số nhiệm vụ và giải pháp chủ yếu khác như: 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; hoàn thiện chính sách, thể chế về công tác truyền thông dự thảo chính sách; nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ thực hiện truyền thông dự thảo chính sách; huy động nguồn lực xã hội tham gia công tác truyền thông dự thảo chính sách.

Bên cạnh trách nhiệm của các cơ quan chủ trì soạn thảo VBQPPL, Đề án cũng quy định trách nhiệm cụ thể của các bộ, cơ quan, tổ chức liên quan như: Bộ Tư pháp, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Ngoại giao, Bộ Tài chính, 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, Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh trong tổ chức thực hiện các nhiệm vụ của Đề án.

III. GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG THU HÚT SỰ THAM GIA CỦA CÔNG CHÚNG VÀ NÂNG CAO NĂNG LỰC CỦA CÔNG CHÚNG TRONG ĐỒNG BỘ TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH

Hiện nay, nhân dân ta đang ra sức đẩy mạnh sự nghiệp đổi mới, công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước với một vị thế và tư thế mới của những người làm chủ và biết làm chủ vận mệnh của mình, bảo vệ lợi ích quốc gia - dân tộc. Với những định hướng, chủ trương và giải pháp lớn, nhiệm vụ trọng tâm mà Đại hội XIII của Đảng đã đề ra, nhà nước dân chủ, tăng cường thu hút sự tham gia của công chúng trong hoạch định chính sách và thiết kế các dịch vụ công.

Sự tham gia của công chúng được thực hiện theo nhiều cách và ở nhiều cấp độ khác nhau, từ các cấp quốc gia và địa phương, chính thức hay không chính thức, thông qua các tổ chức phi chính phủ và các cơ quan trung gian, đến các tổ chức quan trọng như cơ quan lập pháp, tòa án và các trung tâm dịch vụ công. Thu hút sự tham gia của công chúng là sự công nhận rằng công dân trong một nền dân chủ có cả quyền và nghĩa vụ tham gia xây dựng chính sách. Trên thế giới, các nền dân chủ có sự khác biệt về mặt xã hội và văn hóa, phát triển các truyền thống, quy ước và cấu trúc phản ánh các giá trị và thói quen khác nhau, nhưng sự tham gia của công chúng, phản ánh nền dân chủ, dựa trên các nguyên tắc cơ bản:

Đầu tiên, nền dân chủ phải dựa trên trật tự hiến pháp, theo đó quyền lực chính phủ được giới hạn trong các chức năng nhiệm vụ theo quy định.

Thứ hai, cơ quan hành pháp, mặc dù bị giới hạn trong phạm vi hoạt động thích hợp và trong một nhiệm kỳ xác định, nhưng vẫn đủ mạnh để thực hiện tất cả các chức năng của chính phủ và giúp điều chỉnh trật tự xã hội theo nhu cầu của xã hội, theo thời gian.

Thứ ba, tất cả các thể chế chính trị, chẳng hạn như cơ quan lập pháp, chính phủ và bộ máy nhà nước, tòa án và tất cả các cơ quan theo luật định của “khu vực công”, tiến hành các dịch vụ công theo các lý tưởng truyền thống về dân chủ, đặc biệt là công lý, tự do, bình đẳng và cộng đồng.

Và thứ tư, toàn bộ cấu trúc chính trị phải dựa trên một xã hội có sự tham gia của mọi người, duy trì một đời sống tập thể mạnh mẽ.

Các đặc điểm này cùng nhau bao trùm các chủ đề chính của chính phủ kiến tạo, dân chủ hiện đại. Trong phạm vi rộng lớn của một nền dân chủ như vậy, chính sách công không ngừng phát triển để quản lý các vấn đề xã hội, kinh tế và môi trường, đáp ứng nhu cầu và mong muốn của công dân. Nhà nước có vai trò chỉ đạo hoặc thúc đẩy người dân theo những hướng được coi là có lợi cho quốc gia, phúc lợi chung, để mọi người đều được hưởng thành quả bao trùm.

Thể giới được định hình thông qua chính sách công. Chính sách công không chỉ được thực hiện bởi các chính trị gia, công chức mà còn bởi công chúng với các nhà khoa học, các nhà báo, chuyên gia độc lập, các người dân, doanh nghiệp và những người tham gia các nhóm lợi ích. Công chúng góp ý chính sách thông qua các phương tiện truyền thông hoặc đại diện cho các hiệp hội, tập đoàn và các cộng đồng xã hội. Toàn bộ cộng đồng bị ảnh hưởng bởi chính sách công, do đó tất cả đều có thể tham gia xây dựng chính sách công.

Ba thách thức quan trọng đối với cơ quan hoạch định chính sách khi thu hút sự tham gia của công chúng

Thách thức về chi phí—bao gồm chi phí về thời gian, tiền bạc và chi phí chính trị tiềm ẩn nếu sự tham gia có rủi ro.

Thách thức về tính phức tạp—nhận biết các phương pháp cho từng nhóm công chúng tham gia để có cấu trúc và các vấn đề kỹ thuật phù hợp với quy mô.

Thách thức về tính đại diện—liên quan đến một 'công chúng nhỏ' phản ánh xã hội rộng lớn hơn.

Lý thuyết và thực hành chính sách công ngày càng khẳng định người dân, doanh nghiệp có vai trò trung tâm trong hoạch định chính sách, không chỉ với tư cách là mục tiêu mà còn với tư cách là đại diện. Để đạt được mục tiêu đó, các công chức đang được khuyến khích hợp tác chứ không chỉ tham khảo ý kiến.

Bài viết này nêu bật mô hình tích hợp về mối quan hệ chính sách và truyền thông chính sách với công chúng mục tiêu. Các cách thức thu hút công chúng và tăng cường chất lượng đối thoại giữa các nhà hoạch định chính sách và các công chúng dựa trên một số các yếu tố, có thể kể đến:

Hoạch định chính sách dựa trên cơ sở dữ liệu khoa học.

Cơ chế trao quyền: tăng cường vai trò của công chức trong hỗ trợ thu hút điều phối công chúng, phối hợp công chúng hợp tác sản xuất, thiết kế chính sách và có cơ chế bảo vệ công chức trước những rủi ro có thể xảy ra trong quá trình thu hút công chúng tham gia truyền thông chính sách.

Ghi nhận, khen thưởng công chức và ghi nhận, vinh danh những nỗ lực của công chúng trong xây dựng chính sách.

Sự đổi mới của truyền thông đại chúng

Với sự tăng cường dân chủ và ghi nhận vai trò này, thì năng lực công dân ngày càng được nâng cao, hài hòa với các quyền lợi xã hội thông qua tư cách là công dân và cử tri, gia tăng số lượng những nhánh công chúng sẵn sàng tiếp cận thông tin, tiếp xúc rộng rãi với các thông điệp chính sách, tham gia xây dựng chính sách là kết quả của truyền thông chính sách chất lượng.

1. Một số khái niệm:

Tham gia: có tính chất công cụ, bao gồm các chiến lược có chủ ý để lôi kéo những người bên ngoài chính phủ vào quy trình chính sách. Sự tham gia của công chúng vào quá trình hoạch định chính sách là trọng tâm của các cải cách mở của chính phủ, các phương pháp thu hút sự tham gia của công chúng như những công cụ quan trọng trong các nền dân chủ hiện đại, nguồn lực trung tâm của đổi mới.

Công chúng: là một hay nhiều tầng lớp xã hội, có các cấp trình độ khác nhau và nhu cầu thông tin riêng đối với một lĩnh vực, có thể là một cộng đồng người với giới hạn nhỏ bé từ làng, xã đến những cộng đồng to lớn với phạm vi quốc tế liên quan trực tiếp hay gián tiếp bởi chính sách. Trong truyền thông chính sách, cần thiết phải nghiên cứu thành phần công chúng mục tiêu để truyền thông đúng đối tượng, đúng thông điệp, đúng hình thức. Do vậy khi tiến hành một hoạt động truyền thông chính sách, yếu tố đầu tiên quyết định năng lực và hiệu quả của chiến dịch là nghiên cứu công chúng. Công chúng là cơ sở quan trọng chủ chốt nhất cho việc thiết kế

thông điệp, sáng tạo tác phẩm truyền thông chính sách. Công chúng cũng thẩm định vai trò, mức độ hoàn thành, thay đổi vị thế xã hội các cơ quan truyền thông chính sách và người làm công tác truyền thông chính sách.

Chu trình hoạch định chính sách: chu trình chính sách thường bao gồm thiết lập chương trình nghị sự, hình thành và thảo luận các đề xuất chính sách, quá trình ra quyết định, thực hiện các chính sách đã chọn và cuối cùng là đánh giá chính sách. Tất nhiên trong thực tế, ở những thời điểm khác nhau có thể xảy ra một số biện pháp can thiệp khác nhau.

Chính phủ mở: cho phép công dân hợp tác với chính phủ trong thiết kế - thực thi - triển khai chính sách và dịch vụ công. Chính phủ mở, chính phủ dân chủ thúc đẩy hòa nhập xã hội, xây dựng vốn xã hội, khuyến khích trách nhiệm cá nhân nhiều hơn trong nhiều lĩnh vực, đồng thời mở rộng năng lực của chính phủ trong việc giải quyết 'vấn đề xấu', tạo ra một môi trường chính trị và xã hội thuận lợi để thu hút người dân tham gia vào quá trình đồng sản xuất/đồng thiết kế/đồng sáng tạo các chính sách và dịch vụ công.

Truyền thông đại chúng trong truyền thông chính sách được hiểu là bất kỳ hoạt động hoặc sáng kiến truyền thông nào do các cơ quan công quyền lãnh đạo vì lợi ích chung. Các hoạt động truyền thông đại chúng có thể bao gồm việc cung cấp thông tin cũng như tham vấn và đối thoại với công chúng thông qua các hình thức truyền thông hay kỹ thuật số để thúc đẩy người dân hiểu biết chính sách và tham gia đóng góp vào chu trình chính sách.

2. Vai trò của dữ liệu khoa học trong quá trình hoạch định chính sách

Trong thời kỳ khủng hoảng hay trong các bối cảnh bất định, các nhà hoạch định chính sách cần ứng phó với các tình huống khẩn cấp và điều chỉnh chiến lược linh hoạt. Việc hoạch định chính sách dựa trên cơ sở dữ liệu có nghĩa là các quyết định chính sách cuối cùng phải dựa trên các bằng chứng khoa học (bao gồm tất cả dữ liệu, thông tin, kết quả nghiên cứu và khái niệm thường được các ngành khoa học liên quan chấp nhận). Kiến thức khoa học có thể được tích hợp tại các điểm khác nhau trong chu trình. Trong bối cảnh chuyển đổi số và phát triển của các nền tảng truyền thông xã hội, việc hoạch định chính sách dựa trên dữ liệu đang trở nên phức tạp hơn với tình trạng quá tải thông tin và sự gia tăng liên quan của thông tin sai lệch và tin giả. Các nhà hoạch định chính sách gặp phải vấn đề là mặc dù họ có nhiều nguồn thông tin nhưng việc đánh giá đúng chất lượng của dữ liệu trở nên khó khăn. Chu trình chính sách và hoạch định chính sách ở cấp quốc gia đòi hỏi phải tạo ra một tập hợp thông tin và cơ sở dữ liệu. Dữ liệu này kết nối với các mục tiêu hoặc những gì các chính sách nên đạt được. Nguồn dữ liệu thường được thống nhất trước khi các

nhà hoạch định chính sách xem xét các lựa chọn khác nhau và cân nhắc chi phí cũng như lợi ích của từng lựa chọn chính sách.

- Tại sao sự tham gia của công chúng lại quan trọng?

Có rất nhiều tài liệu về sự tham gia của công chúng trong quản trị, xã hội dân sự và chính trị, và từ 'tham gia' được nhắc đến khắp nơi. Trong bối cảnh quản trị chính sách liên quan đến công chúng, sự tham gia của công chúng là sự cam kết tương tác bền vững và có hệ thống giữa các bên về việc chia sẻ thông tin, đưa ra và nhận lý do, và khớp nối các giá trị. Sự tham gia không chỉ là một quá trình hoặc cuộc trò chuyện đang diễn ra mà sự gắn kết một quy trình hay tập hợp các hoạt động xây dựng lòng tin và mối quan hệ giữa chính sách và đối tượng chịu tác động chính sách, giữa nhà hoạch định chính sách và công dân.

- Thực hiện các phương pháp tiếp cận một cách đồng bộ mang tính lãnh thổ để thu hút sự tham gia của công chúng về các vấn đề chính sách

Những tác động từ sự tham gia của công chúng là yếu tố cốt lõi đổi mới mối quan hệ và niềm tin của công chúng dành cho các cơ quan hoạch định chính sách. Trong thành phần công chúng mục tiêu, người dân và doanh nghiệp là những nguồn ý tưởng bên ngoài đặc biệt quan trọng. Họ không chỉ khách quan ở bên ngoài khu vực công mà còn trực tiếp cảm nhận tác động của các chính sách và dịch vụ công mới, họ mong muốn cải thiện chất lượng của chính sách, thúc đẩy chính sách thực tế và phù hợp hơn, đồng thời mong muốn Nhà nước đảm bảo rằng các dịch vụ công được cung cấp một cách hiệu quả hơn. Việc biến các chính sách có tính thực tiễn cao từ sự tham gia của công chúng, trong đó chủ yếu là người dân doanh nghiệp, phụ thuộc rất nhiều vào mức độ và thời điểm tham gia vào các bước khác nhau của chu trình chính sách.

Cung cấp dữ liệu của khu vực công cho công chúng rộng rãi hơn theo cách phù hợp với các nguyên tắc về đảm bảo thông tin quốc gia.

Tiến hành khảo sát quan điểm của người dân về sự hài lòng của họ đối với các chính sách, chương trình, dịch vụ và quy định của chính phủ để cung cấp thông tin cho hoạt động dịch vụ của chính phủ và cung cấp niềm tin cho công chúng trong quá trình tham gia góp ý chính sách.

Những cuộc điều tra về các chương trình chính sách đã được thực hiện nên được mở rộng hệ thống thông tin bao gồm tất cả các cấp chính quyền và cho công chúng quyền được biết quy trình hoạch định.

3. Các giải pháp minh bạch thông tin chính sách thu hút nguồn lực xã hội

Các nghiên cứu của Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) về quản trị chính sách cho thấy các quốc gia chưa sử dụng hết tiềm năng để đưa phản hồi của người dân, doanh nghiệp vào khi đánh giá liệu người dân, doanh nghiệp có tham gia vào các sáng kiến hoạch định chính sách nhằm tạo ra các chính sách tốt hơn hay không.

Các giải pháp minh bạch thông tin chính sách cho công chúng đang được các cơ quan áp dụng

- Một cổng thông tin truyền thông chính sách chính thống được sử dụng để phát hành các báo cáo đánh giá và dự báo chính sách.
- Quyền truy cập của công chúng vào tài liệu được phát hành thông qua tự do thông tin và các ý kiến được thực hiện trong quá trình tham vấn cộng đồng.
- Một báo cáo hàng tuần về các vấn đề chính được thảo luận và các quyết định chính sách được đưa ra.

Tăng cường thu hút nguồn lực xã hội tham gia vào truyền thông chính sách

Các viện nghiên cứu trường đại học và các nhà khoa học, đại diện Hội, hiệp hội được mời tham gia vào các chương trình nghị sự chính sách cấp cao của Chính phủ, Bộ ngành.

Tăng cường thành phần khoa học, nghiên cứu, doanh nhân, truyền thông chính sách và điểm hẹn để những thành phần này có thể nhận được thông tin.

Các nguồn lực xã hội, tư nhân, công nghệ được mời phối hợp tham gia cung cấp các giải pháp trong truyền thông chính sách.

Các yêu cầu chính để thu hút sự tham gia của công chúng thành công

Cơ chế chính sách được xác định rõ ràng cho sự tham gia của công chúng. Chỉ thông qua sự hiểu biết rõ ràng, chia sẻ giữa các chính trị gia và người dân thì niềm tin mới có thể được phát triển.

Một cách tiếp cận có hệ thống đối với các phương pháp tham gia của công chúng để giúp những người tổ chức quá trình tham gia của công chúng lựa chọn các phương pháp phù hợp và hiệu quả nhất

Đánh giá nghiêm ngặt và đầy thách thức về sự tham gia của công chúng trong thực tế để phát triển văn hoá tham gia và thúc đẩy hệ thống hóa các phương pháp có sự tham gia.

Thu hút sự tham gia của công chúng và các hình thức tham gia của công chúng trong chính sách

Sự tham gia của khoa học và sự tham gia của người dân đều có cùng một mục tiêu là cải thiện chính sách và dịch vụ công. Sự tham gia của người dân trong hầu hết các trường hợp là nỗ lực góp ý các ý kiến từ trên đưa xuống, ví dụ như do cơ quan chính phủ khởi xướng, sau đó, các quan chức khuyến khích người dân thảo luận, đánh giá các chính sách và đóng góp vào việc thiết lập chương trình nghị sự chính trị hoặc góp ý dự thảo văn bản quy phạm pháp luật.

4. Các mức độ phát triển trong quá trình tham gia của người dân

- Truy cập thông tin

Tăng khả năng tiếp cận thông tin liên quan từ nhiều nguồn khác nhau là điều kiện cơ bản để người dân tham gia hiệu quả. Trong những thập kỷ gần đây, pháp luật về quyền tự do thông tin và sự xuất hiện của mạng xã hội đã khuyến khích sự phát triển mạnh mẽ của xã hội thông tin. Việc số hóa các hồ sơ là một phần trong nỗ lực không ngừng của các chính phủ nhằm tạo điều kiện cho công chúng tiếp cận thông tin:

Chính phủ xây dựng các nguyên tắc cởi mở, minh bạch, chất lượng thông tin, trích dẫn đảm bảo hàm ý toàn vẹn của thông tin và nâng cao chất lượng khoa học, sử dụng các công nghệ mới.

Hiện tại truyền thông chính sách ở nước ta chủ yếu ở mức tối thiểu, là quyền truy cập công khai vào thông tin chính sách chung. Một số cơ quan đang khai thác công nghệ web 2.0 để tạo điều kiện thuận lợi cho sự tham gia tương tác, nhưng nhìn chung, các luồng thông tin vẫn là một chiều, từ nguồn của chính phủ đến người nhận thông tin thụ động. Nguồn tin truyền thông chính sách sẽ quyết định thông tin nào được cung cấp, khi nào và vào lúc nào.

- Tham vấn qua các nhóm tập trung và khảo sát

Tham vấn đã được mô tả là mức độ thứ hai của sự tham gia của công dân, các nhóm tập trung và khảo sát là những cách quen thuộc để thu thập quan điểm của người dân về các sáng kiến cụ thể. Về các vấn đề pháp lý hoặc chính sách ảnh hưởng đến công dân nói chung. Đôi khi, khi các chính sách có tác động đặc biệt đến một số nhóm công dân nhất định, chính phủ sẽ dành nhiều thời gian đáng kể để tham khảo ý kiến của các nhà khoa học, các nhóm mục tiêu bị ảnh hưởng và những người bảo vệ lợi ích của họ. Tuy nhiên, phổ biến nhất là trường hợp chính phủ 'tự xác định các vấn đề cần tham vấn, đặt câu hỏi và quản lý quá trình'.

- Sự tham gia có chủ ý của công chúng trong đối thoại, thảo luận

Trong các hoạt động tương tác với sự tham gia của công chúng, diễn ra đối thoại và lý tưởng nhất là thảo luận. Thay vì chỉ đơn giản là trao đổi thông tin, các thành viên của cả hai bên (cơ quan chủ trì và người tham gia) cho phép khả năng ý kiến của họ bị thay đổi. Trong môi trường thảo luận, những người tham gia có thể đi đến một sự hiểu biết chung về các vấn đề và giải pháp và do đó có thể đưa ra các quyết định tốt hơn. Một chính phủ kiến tạo, một xã hội phát triển cần tăng cường sự tham gia có chủ ý của đối tượng công chúng giàu thông tin, không vội vã, có cơ sở hợp lý nhưng chú ý đến các giá trị tập thể, mang lại cơ hội thực sự để chia sẻ và học hỏi. Nhóm công chúng chủ động tham gia thật sự mang lại giá trị tích cực cho truyền thông chính sách.

- Sự tham gia sâu sắc và đồng hành sản xuất, hợp tác thiết kế truyền thông chính sách

Đồng hành sản xuất, hợp tác thiết kế truyền thông chính sách là sự tham gia ở mức độ cao nhất của công chúng trong truyền thông chính sách. Trong phạm vi mà 'hành chính công có thể là phương tiện thể hiện các giá trị khẳng định vai trò và năng lực trong tháp nhu cầu của công dân, cộng đồng và xã hội, thì “đồng sản xuất, hợp tác thiết kế chính sách” dường như là một khái niệm phù hợp rõ ràng để định hướng cải cách hành chính công.

“Đồng sản xuất, hợp tác thiết kế chính sách” về cơ bản xác định lại mối quan hệ giữa các cơ quan hoạch định chính sách, chuyên gia dịch vụ công với người dân, doanh nghiệp từ mối quan hệ phụ thuộc sang mối quan hệ tương hỗ và đồng hành. Trên một tài khoản chung được cung cấp để cùng thiết kế mô hình tích hợp truyền thông chính sách như vậy, công chúng cùng tham gia vận hành hệ thống, thay vì chỉ là những người hưởng lợi từ nó. Nghĩa là, người sử dụng các dịch vụ công không chỉ được xác định hoàn toàn bởi nhu cầu của họ, mà còn bởi những gì họ có thể đóng góp vào tính hiệu quả của dịch vụ, và cho những người sử dụng khác và cộng đồng của họ thông qua kiến thức, kinh nghiệm, kỹ năng và khả năng của chính họ.

4.1. Đánh giá các mức độ tham gia của công dân trong quy trình chính sách

Trong những năm gần đây, tại nhiều nước trên thế giới, các công tác xây dựng chính sách và truyền thông chính sách đã được diễn giải lại một cách triệt để. Chính sách hiện được coi là kết quả thương lượng của nhiều hệ thống tương tác, không chỉ đơn giản là sự bảo toàn của các nhà hoạch định chính sách và những người ra quyết định chính sách, về xu hướng chính sách, công chúng đang đóng một vai trò lớn hơn trong việc định hình các quyết định và kết quả.

Những chủ trương về chính phủ kiến tạo và đảm bảo sự đồng thuận xã hội cao yêu cầu các chính trị gia và các cơ quan hoạch định chính sách tìm ra những cách mới để giao tiếp với người dùng dịch vụ và cộng đồng của họ.

Sự tham gia của công dân là một khái niệm rộng và có thể đề cập đến các mức độ ảnh hưởng khác nhau do công dân tham gia trong quá trình đóng góp chính sách. Công dân có thể tham gia vào việc thu thập dữ liệu, góp ý chính sách, thiết kế chính sách, phân tích dữ liệu hoặc trong tất cả các bước này. Khai thác dữ liệu kiểm tra thông tin đã được đăng ký trong cơ sở dữ liệu để có những hiểu biết mới và nguồn cung ứng cộng đồng có thể đóng góp hiệu quả vào việc hoạch định chính sách ở các giai đoạn khác nhau của chu trình chính sách, bao gồm chuẩn bị, xây dựng, thực hiện, giám sát hoặc đánh giá chính sách.

Sự tham gia của công dân là một phần quan trọng để tăng cường tính hợp pháp, trách nhiệm giải trình và tính minh bạch của chính sách. Các xu hướng truyền thông chính sách đang rời xa giao tiếp một chiều, trong đó chính phủ cung cấp thông tin cho người dân, mà hướng nhiều hơn đến các thực hành có sự tham gia và thảo luận, và hướng tới sự tham gia nhiều hơn của công dân, xác định nhu cầu của công dân trong đối thoại với các bên liên quan và quyền sở hữu của công dân đối với quyết định chính sách, đều góp phần nâng cao lòng tin giữa người dân và các nhà hoạch định chính sách.

Để làm được như vậy, người dân có thể gửi ý kiến dựa trên kinh nghiệm của mình qua nền tảng trực tuyến. Một xu hướng quan trọng khác trong sự tham gia của công chúng là khoa học mở, đề cập đến những nỗ lực hướng tới việc làm cho các quy trình khoa học chính sách trở nên dễ tiếp cận hơn. Điều này bao gồm, dữ liệu mở, nguồn mở, phương pháp mở, đánh giá ngang hàng mở, truy cập mở hoặc tài nguyên giáo dục mở. Các nhà hoạch định chính sách và những người có ảnh hưởng chính sách đang đóng vai trò hàng đầu trong việc thúc đẩy khoa học mở bằng cách thiết lập sự hợp tác với các nhà khoa học, chuyên gia truyền thông khoa học và nhà báo. Sự thay đổi đang diễn ra hướng tới khoa học chính sách cởi mở hơn cũng đang chuyển đổi cơ bản công tác truyền thông chính sách theo định hướng phát triển chiều sâu và dựa trên cơ sở dữ liệu thực tiễn.

Quản trị truyền thông chính sách công là đưa ra mô hình phù hợp để tăng cường sự tham gia của công chúng và tiếng nói của công chúng trong quá trình ra quyết định và cách các đối tác xã hội làm việc cùng nhau để tạo ra các sản phẩm truyền thông chính sách. Công chúng được đưa vào một thành phần trong các chương trình nghị sự chính sách và mọi giai đoạn của chu trình hoạch định. Hình thức truyền thông chính sách này đã được chứng minh là có hiệu quả về

mặt chiến lược trong các lĩnh vực chính sách liên quan đến tác động lớn đến xã hội, thay đổi hành vi ở cả cấp độ quốc gia, quốc tế.

4.2. Quá trình hợp tác giữa các cơ quan hoạch định chính sách với các nhóm công chúng chủ chốt gồm các lãnh đạo, các nhà khoa học, nhà báo, người dân, doanh nghiệp.

Các mối quan hệ được thiết lập dài hạn và liên tục hơn trong suốt chu kỳ chính sách. Mục tiêu tăng cường cộng tác này quan trọng và cần thiết hơn nữa trong thời đại có quá nhiều thông tin hiện nay. Các nhà hoạch định chính sách ít làm việc riêng lẻ hơn và ngày càng chuyển sang cách tiếp cận vấn đề chính sách thông qua một nhóm chuyên gia, nhà khoa học. Điều này cần được thúc đẩy thông qua các hoạt động giao tiếp cởi mở, đáng tin cậy và có trách nhiệm hơn, chẳng hạn tăng cường những chương trình kết nối hợp tác cho phép các nhà khoa học và các thành viên cơ quan hoạch định chính sách làm việc cùng nhau trong quy trình hoạch định. Trong đó kịch bản tốt nhất là các nhà hoạch định chính sách và các nhà khoa học cùng đảm bảo rằng họ có quyền truy cập và sử dụng thông tin, song song đồng hành để phát triển chính sách và cùng xây dựng thông điệp cho các nhánh công chúng mục tiêu khác. Xu hướng xây dựng mối liên hệ chặt chẽ hơn giữa các nhà khoa học, báo chí và những người ra quyết định chính sách đòi hỏi nhiều người phải thông thạo ngôn ngữ của cả khoa học, chính sách và truyền thông.

Trong bối cảnh này, các nhà hoạch định chính sách cần có vai trò mới, bao gồm vai trò là người kiểm duyệt trong quy trình tham gia, người đánh giá đảm bảo chất lượng và người phát ngôn cho các bên khác nhau với quan điểm khác nhau đối với các đối tượng công chúng mục tiêu khác nhau.

- Nhấn mạnh sự đóng góp của công chúng sẽ tạo ra sự đổi mới, khác biệt

Quan điểm người dân, doanh nghiệp làm trung tâm là yếu tố tạo nên niềm tin cho công chúng thông qua các hoạt động thảo luận, đối thoại và khảo sát... Nhưng từ các tài liệu về truyền thông chính sách từ nhiều quốc gia và thực tiễn đời sống đều cho thấy niềm tin sẽ dễ dàng bốc hơi nếu công chúng nhận ra hình thức trên chỉ là hời hợt và hình thức. Trong một số trường hợp, sự tham gia của công chúng sẽ có thể làm tổn hại lòng tin, thay vì xây dựng, nhất là trong phần lớn trường hợp, công chúng không được nhìn thấy tổng thể quy trình hoạch định và kết quả chính sách trái ngược với ý kiến tham gia của công chúng.

Hoạch định chính sách là khai thác và thu hoạch các ý tưởng từ cộng đồng có khả năng được định hình thành các hành động chính sách cụ thể. Để phát triển và thịnh vượng trong tương lai, chúng ta cần thu hút nhiều tài năng, ý

tưởng và trí tuệ tập thể. Bất kỳ cuộc thảo luận nào về sự tham gia của công dân phải liên tục khẳng định công chúng là tiếng nói riêng biệt và hợp pháp, được quyền kêu gọi giải trình từ các cơ quan hoạch định chính sách. Sự tham gia của công chúng như một phần tăng cường niềm tin của người dân với chính phủ kiến tạo, chính phủ mở. Thông điệp chính cho những người ra quyết định chính sách để thu hút sự tham gia của công chúng trong truyền thông chính sách: cần nêu rõ mục đích tham gia của công dân trong mọi trường hợp được đề xuất, các phương pháp thu hút cần phù hợp với mục đích đã nêu. Nếu người dân không nhìn thấy kết quả của tất cả các cuộc thảo luận hoặc lấy ý kiến lúc này hay lúc khác. Hoặc người dân chỉ tham gia vào quá trình chứ không tham gia vào kết quả, đó là một sự không cam kết. Yêu cầu đặt ra là truyền thông chính sách phải liên kết quá trình và kết quả.

- Nhấn mạnh vai trò của công chúng đã nỗ lực tham gia truyền thông chính sách

Trước đây, các quy trình thu hút sự tham gia của công chúng thường chỉ được thực hiện trên danh nghĩa và không đóng góp hiệu quả hoặc đáng kể vào các thay đổi chính sách. Những điều này dẫn đến giảm niềm tin vào các quy trình chính sách và có hại cho các quy trình tham gia của công dân nói chung. Do đó, cần xem xét sự tham gia của công chúng hoặc công dân trong những trường hợp cần có những đổi mới trong chính sách và khi kết quả của sự tham gia đó có khả năng tạo ra sự khác biệt. Các phương pháp thu hút sự tham gia của công dân có thể phù hợp trong các giai đoạn khác nhau của chu trình chính sách. Khi những thách thức trong xã hội trở nên phức tạp hơn, việc giải quyết những thách thức này ngày càng đòi hỏi đối thoại giữa các thế giới quan và bối cảnh nghiên cứu khác nhau trong khoa học, truyền thông và chính sách.

- Cơ chế khuyến khích và bảo vệ công chức, khẳng định vai trò của công chức trong hỗ trợ, thu hút, điều phối công chúng

Công chức là đại diện thay đổi, tiếp nhận và xử lý thông tin từ công chúng, tổng hợp và báo cáo đến các nhà hoạch định chính sách và lãnh đạo chính sách, công chức không có quyền quyết định và có thể chỉ tham gia một giai đoạn trong tiến trình chính sách, không theo đến kết quả chương trình chính sách. Những thay đổi trong hệ thống và vai trò của công chức sẽ cần có sự hỗ trợ và khuyến khích tích cực liên quan đến đổi mới, phân cấp và hợp tác không hạn chế các công chức, những người có truyền thống ý thức về thiệt hại chính trị và sự nghiệp nếu một thử nghiệm thất bại hoặc một khủng hoảng nảy sinh. Những thay đổi thực tế và thái độ của công chức góp phần rất lớn trong sự thành công

của Chính phủ mở, nơi mà dịch vụ công lấy người dân làm trung tâm. Công chức phải được trang bị tốt hơn và được trao nhiều quyền hạn hơn để thích ứng với nhu cầu của cộng đồng họ phục vụ.

Khi các công chức bắt tay vào thực hiện chiến lược thu hút sự tham gia của công dân, tôi đa hóa hoạt động giao tiếp, dành đủ thời gian để diễn ra giao tiếp, vượt qua càng nhiều quyền kiểm soát của quá trình giao tiếp càng tốt với công chúng tham gia, và đảm bảo luôn có các cơ chế ghi lại dữ liệu phản hồi của công chúng theo hình thức áp dụng công nghệ sàng lọc ngắn gọn dễ hiểu, dễ lưu thành báo cáo. Công chức cũng có thể rút ra những hiểu biết sâu sắc và kinh nghiệm từ quá trình giao tiếp với công chúng trong việc đưa ra các vấn đề chính sách. Công chúng chỉ có niềm tin vào những khu vực công đang có sự thay đổi trong cách tiếp nhận thông tin.

Điều này có nghĩa là chúng ta sẽ cần thăng chức cho những nhân viên đạt được giá trị thông qua làm việc với công chúng. Khích lệ những công chức và đại diện công chúng có thể nổi bật của họ để đạt được mục tiêu thu hút công chúng tham gia vào quy trình hoạch định chính sách Quốc gia. Chúng ta cần khen thưởng những người đã nỗ lực hết mình trong truyền thông chính sách, một nhiệm vụ quan trọng để thúc đẩy phát triển xã hội.

Chiến lược nâng cao năng lực của công dân tham gia truyền thông chính sách

Để thực sự nâng cao năng lực của công dân tham gia truyền thông chính sách, cần phải dựa vào mục tiêu chính phủ kiến tạo, sự liên kết thực sự giữa các cơ quan và sự lãnh đạo tiến bộ của dịch vụ công sẽ có tác động mạnh mẽ đến việc liệu một nhóm công chức cụ thể có tạo điều kiện cho sự tham gia thành công của người dân hay không. Trong bối cảnh này, đề cập đến một phong cách lãnh đạo mang tính chiến lược, tập thể, có năng lực điều hướng, tập trung vào công dân, không sợ rủi ro, không bị ràng buộc bởi giới hạn chức năng nhiệm vụ được giao.

5. Xây dựng năng lực cá nhân và phát triển năng lực đại diện số đông của những công dân tham gia. Thúc đẩy những công dân đại diện tăng cường liên kết tương tác với những người trong nhóm bị tác động bởi chính sách và những nhà nghiên cứu để cùng với họ kiến nghị các chính sách, thiết kế các giải pháp và dịch vụ hiệu quả đòi hỏi sự hợp tác đáng kể giữa các cơ quan, điều mà theo quy định là rất khó đạt được.

5.1 Yêu cầu năng lực tham gia của công dân: các công dân có năng lực như thế nào để tham gia vào quá trình phát triển chính sách là một vấn đề gây nhiều tranh cãi. Công dân có thể sẵn sàng tham gia tốt hay kém tùy thuộc vào

hiều thứ: mức độ cấp bách của mối quan tâm của chính công dân, mức độ liên quan của vấn đề đang được giải quyết, bản chất của các cam kết trước đây của họ với chính phủ (nếu có), thói quen và mong muốn hoạt động vì cộng đồng của công dân.

Phần thưởng xã hội cho sự tham gia của công dân là tính hợp pháp được nâng cao và thông tin tốt hơn. Rủi ro nằm ở khả năng nắm bắt, phản ứng dữ dội và nhầm lẫn trách nhiệm giải trình. Quản lý những rủi ro này có nghĩa là có một tầm nhìn chiến lược tốt, nghĩa là có cái nhìn tổng quan về chi phí và lợi ích của các hướng hành động khác nhau và sự hiểu biết về chính sách thực tế. Thách thức chính đối với công chức trong việc vạch ra một lộ trình phía trước là cân bằng giữa các cách giao tiếp chính thức và không chính thức với các bên liên quan. Các giao thức về trách nhiệm giải trình và kiểm soát quy định các cuộc trò chuyện chính thức: những gì được nói ở đâu và với ai, được ghi vào hồ sơ công khai. Sự tham gia hiệu quả dường như đòi hỏi kinh nghiệm, khả năng phán đoán và sự tự tin để biết phương thức nào là phù hợp và khi nào thì thực hiện chuyển đổi.

5.2. Hướng dẫn công chúng tham gia chính sách

Trong công tác truyền thông chính sách cần có hệ thống tài liệu chiến lược toàn diện, bao quát về sự tham gia của công dân trong quá trình hoạch định chính sách, chẳng hạn như sổ tay hướng dẫn, sơ đồ hướng dẫn hoặc chiến lược, cung cấp các bước quan trọng hướng tới cách tiếp cận tích hợp hơn đối với sự tham gia của công dân một cách tổng thể, toàn bộ.

Phương tiện truyền thông đại chúng thay đổi truyền thông chính sách và thay đổi cách thức thu hút công chúng tham gia truyền thông chính sách

Trong bối cảnh chuyển đổi số, ngày càng nhiều các công nghệ thông tin mới có ảnh hưởng đáng kể đến các hoạt động hoạch định chính sách. Việc hợp nhất các phương tiện truyền thông khác nhau và sự gia tăng của phương tiện truyền thông xã hội đã góp phần thay đổi mối quan hệ giữa các nhà hoạch định chính sách, nhà quản lý công và nhà báo. Trong khi trước đây, các nhà báo là người trung gian chính của thông tin đại chúng. Phương tiện truyền thông đại chúng đã trở thành một công cụ truyền thông quan trọng đối với các nhà hoạch định chính sách và quản lý công. Bất kỳ ai cũng có thể vừa là nhà sản xuất vừa là người tiêu thụ thông tin và bất kỳ ai có kết nối internet đều có khả năng tham gia và gây ảnh hưởng đến các cuộc tranh luận công khai. Ngày nay, các nhà hoạch định chính sách và quản lý công ngày càng giao tiếp trực tiếp với công chúng. Trong bối cảnh này, điều đặc biệt quan trọng là các nhà hoạch định chính sách và quản lý công phải xem xét thay thế các chiến thuật truyền thông chính

sách ngắn hạn bằng việc thiết lập chương trình nghị sự cẩn thận và cung cấp nội dung chất lượng đã được xác nhận bởi nhóm chuyên gia, các nhà khoa học và kiểm chứng từ thực tiễn.

Truyền thông đại chúng thay đổi hình thức tiếp cận, cho phép công chúng tiếp cận thông tin liên quan dễ dàng. Truyền thông đại chúng cung cấp cho công chúng các thông tin cần thiết đóng góp vào quá trình tham gia chính sách, chẳng hạn thông qua việc tăng cường sử dụng các công cụ kỹ thuật số mới và phương pháp trực quan hữu ích để phát triển chính sách thành nội dung dễ hiểu: Infographics, sơ đồ quy trình hoặc bản đồ. Thông tin chính sách cũng được truyền thông qua các nền tảng truyền thông xã hội phổ biến như YouTube, LinkedIn, Facebook, twitter, Spotify và Instagram, sử dụng các hình thức kể chuyện bằng văn bản, hình ảnh hoặc âm thanh trực quan khác nhau. Các nền tảng kỹ thuật số, ứng dụng dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo cũng giúp cho quá trình tham gia của công chúng trong các cuộc tham vấn cộng đồng, lấy ý kiến khảo sát nhanh chóng tiện lợi hơn.

Tại Việt Nam hiện nay, các trung tâm truyền thông đang hoạt động theo mô hình thông tin một chiều, rất ít cơ quan có bộ phận quản trị truyền thông chính sách, và kế hoạch thu hút công chúng thường ở các đơn vị chuyên môn. Thủ tướng Phạm Minh Chính đã nhiều lần khẳng định: “chúng ta xây dựng chính sách phải hướng đến người dân. Và người dân phải tham gia vào xây dựng chính sách pháp luật. Người dân cũng phải tham gia tổ chức thực hiện chính sách pháp luật với tinh thần dân biết, dân bàn, dân làm, dân hưởng thụ.”

Do đó để thực hiện các mục tiêu chính sách, để thu hút nguồn lực xã hội phát triển chính sách, thu hút được công chúng tham gia thiết kế chính sách, thì các trung tâm truyền thông chính sách cần chương trình kế hoạch hành động bài bản cho truyền thông chính sách tầm nhìn thương hiệu quốc gia, có trung tâm hỗ trợ xử lý khủng hoảng truyền thông thông tin chính sách. Ngay cả các đề án trọng điểm hiện nay cũng truyền thông theo sự kiện, vụ việc, thông tin truyền thông không đầy đủ toàn vẹn, công chúng không được tiếp cận cởi mở và đóng góp cho toàn bộ tiến trình, những người tham gia đóng góp chưa nhìn thấy được kết quả và được ghi nhận quá trình đóng góp. Tồn tại các kế hoạch truyền thông ngắn hạn, giải quyết tình thế, xử lý tình huống khẩn cấp, không dựa trên khoa học dữ liệu và cơ sở thực tiễn.

Truyền thông chính sách cung cấp cho công chúng những tầm nhìn thay thế về những gì mong muốn và có thể, để kích thích thảo luận về chúng, khích lệ việc xem xét lại các tiền đề và giá trị, và do đó phải mở rộng phạm vi các phản

ứng tiềm năng và làm sâu sắc thêm sự hiểu biết của xã hội về chính công tác truyền thông chính sách. Cơ quan ban hành chính sách phải có các đầu mối sản xuất chất liệu truyền thông chủ động, đa dạng hình thức nội dung trước khi chuyển cho bộ phận truyền thông báo chí. Cuối cùng, chúng tôi nhấn mạnh để công tác truyền thông chính sách hiệu quả cần tăng cường giao tiếp để xây dựng lòng tin và sự hiểu biết lẫn nhau về các ngôn ngữ của chính sách, khoa học, truyền thông và công chúng.

Những đề xuất cải cách và khái niệm chúng tôi đề cập trong truyền thông chính sách không chỉ cần có sự thay đổi đối với cấu trúc và chiến lược truyền thông chính sách của các cơ quan hoạch định chính sách, các cơ quan truyền thông báo chí mà còn đối với thực tiễn, thái độ và tư duy của các công chức hoạch định chính sách và công chúng, nên sẽ cần nhiều thời gian để đào tạo và ứng dụng..

PHẦN II

KỸ NĂNG TRUYỀN THÔNG DỰ THẢO CHÍNH SÁCH, PHÁP LUẬT

I. KỸ NĂNG XÂY DỰNG KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG DỰ THẢO CHÍNH SÁCH CÓ TÁC ĐỘNG LỚN ĐẾN XÃ HỘI TRONG QUÁ TRÌNH XÂY DỰNG VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT

1. Sự cần thiết xây dựng Kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách, pháp luật

Xây dựng kế hoạch là việc đề ra một cách có hệ thống những công việc dự định làm trong một thời gian nhất định, với cách thức, trình tự, thời hạn tiến hành cụ thể.

Xây dựng kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật (sau đây gọi là dự thảo chính sách) là khâu đầu tiên của hoạt động truyền thông dự thảo chính sách, là cơ sở để tổ chức triển khai hoạt động truyền thông dự thảo chính sách một cách khoa học, hiệu quả.

Kết quả của từng lĩnh vực công tác, từng hoạt động phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố khác nhau, trong đó có một phần không nhỏ là việc lập kế hoạch triển khai các mặt công tác và hoạt động đó. Việc xây dựng kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách là xuất phát từ chính những đặc thù của công tác này, cụ thể:

Thứ nhất, đối tượng cần truyền thông rất đa dạng, trong đó có cán bộ, công chức, viên chức và Nhân dân với trình độ văn hóa, nghề nghiệp, điều kiện kinh tế - xã hội khác nhau;

Thứ hai, truyền thông dự thảo chính sách là hoạt động do các cơ quan, đơn vị, cá nhân chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật chủ động phối hợp với các cơ quan thông tin, báo chí và các cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan thực hiện. Hoạt động này nhằm cung cấp thông tin rộng rãi về nội dung của dự thảo chính sách bằng các hình thức phù hợp, đúng quy định pháp luật đến đối tượng chịu sự tác động và toàn xã hội trên cơ sở tương tác, thông tin đa chiều; công khai, minh bạch nội dung tiếp thu, giải trình, dự kiến sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện chính sách, thể chế...

Thứ ba, hoạt động truyền thông dự thảo chính sách đòi hỏi có tính tổ chức cao, cần được triển khai kịp thời, thường xuyên, liên tục và yêu cầu kết hợp giữa việc triển khai đại trà với thực hiện có trọng tâm, trọng điểm.

Từ những đặc thù nêu trên, có thể thấy việc xây dựng kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách là hết sức cần thiết, cụ thể là:

- Với việc xác định rõ đối tượng, nội dung, hình thức, biện pháp, tiến độ và phân công thực hiện cụ thể, kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách góp phần triển khai hoạt động truyền thông dự thảo chính sách được thường xuyên, liên tục, khắc phục tình trạng tùy tiện, lúc làm, lúc bỏ.

- Tạo điều kiện cho các chủ thể thực hiện hoạt động truyền thông dự thảo chính sách chủ động hơn trong tổ chức công việc.

- Kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách là cơ sở để các cơ quan, ban, ngành, đoàn thể và địa phương bố trí kinh phí cho hoạt động này.

- Kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách là căn cứ để kiểm tra, đánh giá, khen thưởng việc thực hiện nhiệm vụ truyền thông dự thảo chính sách ở các cơ quan, ban, ngành, đoàn thể và các địa phương.

2. Yêu cầu và căn cứ xây dựng Kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách, pháp luật

2.1. Yêu cầu đối với kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách

Kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách trong từng giai đoạn cần phải bảo đảm các yêu cầu sau:

Thứ nhất, kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách phải có mục tiêu, giải pháp, tiến độ cụ thể, có tính khả thi và có hiệu quả.

Kế hoạch càng cụ thể, chi tiết, càng tạo điều kiện thuận lợi khi triển khai trên thực tế. Đồng thời, trong từng giai đoạn, kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách phải bám sát tình hình của bộ, ngành, địa phương, các điều kiện phát triển kinh tế - xã hội, đặc biệt là phải phù hợp với nguồn nhân lực và kinh phí cho công tác này.

Thứ hai, các nhiệm vụ đặt ra trong kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách cần phù hợp với tình hình thực tiễn của cơ quan, đơn vị, của ngành, của địa phương; kết hợp giải quyết toàn diện các yêu cầu của hoạt động truyền thông dự thảo chính sách với các vấn đề trọng tâm của ngành, địa phương.

Mục tiêu chung của hoạt động truyền thông dự thảo chính sách là tạo đồng thuận xã hội đối với những chính sách, quy định pháp luật cần phải được ban hành hoặc điều chỉnh để đáp ứng đầy đủ, kịp thời và thực chất theo yêu cầu của thực tiễn cuộc sống; góp phần nâng cao chất lượng chính sách, thể chế, tính khả thi của văn bản quy phạm 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. Kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách cần phải hướng tới việc thực hiện các mục tiêu chung đó, đồng thời cũng nhằm giải quyết những vấn đề rất cụ thể của bộ, ngành, địa phương trong giai đoạn triển khai. Ví dụ, các vấn đề đền bù đất đai, di dân giải phóng mặt bằng, các chính sách an sinh, xã hội...

2.2. Căn cứ xây dựng kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách

Kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách có mục tiêu là truyền thông dự thảo 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 thông qua các kênh thông tin, báo chí rộng rãi, tương tác đa chiều giữa người dân, tổ chức, doanh nghiệp với cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật. Do vậy, việc xây dựng kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách cần dựa trên một số căn cứ sau đây:

- Trên cơ sở chương trình, kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách dài hạn của Chính phủ, hướng dẫn của Hội đồng phối hợp phổ biến, giáo dục pháp luật trung ương và của Bộ Tư pháp, các bộ, ngành, địa phương xây dựng Kế hoạch và chỉ đạo, hướng dẫn thực hiện truyền thông dự thảo chính sách trong phạm vi bộ, ngành, địa phương mình.

- Kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách ở các cơ quan, ban, ngành, đoàn thể và địa phương cần căn cứ vào *yêu cầu, nhiệm vụ chính trị, công tác quản lý của ngành, đơn vị, địa phương, cũng như điều kiện thực tế của cơ quan, đơn vị, địa phương mình trong từng giai đoạn*. Đây là căn cứ quan trọng để xây dựng kế hoạch vì hướng dẫn của cơ quan cấp trên mang tính hướng dẫn chung, trong khi ở mỗi cơ quan, đơn vị, địa phương có những đặc thù riêng trong phát triển kinh tế - xã hội, mặt bằng dân trí, những vấn đề trọng tâm, trọng điểm riêng, nguồn thu ngân sách cũng rất khác nhau.

- Hoạt động truyền thông được thực hiện xuất phát từ lợi ích của Nhà nước, của xã hội và của người dân. Chính vì vậy, việc xây dựng kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách nhất thiết phải dựa trên *nhu cầu tìm hiểu pháp luật của đối tượng được truyền thông trong từng giai đoạn*. Khi thông tin dự thảo chính sách được truyền thông đáp ứng được nhu cầu của đối tượng cần tìm hiểu thì hoạt động này sẽ mang lại hiệu quả cao hơn nhiều việc áp đặt thông tin một chiều.

2.3. Các loại kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách

- Căn cứ theo quy mô phối hợp có các loại kế hoạch như:
 - + Kế hoạch của Hội đồng phối hợp phổ biến, giáo dục pháp luật;
 - + Kế hoạch liên ngành phối hợp truyền thông dự thảo chính sách;
 - + Kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách của từng cơ quan, đơn vị.
- Căn cứ thời gian thực hiện có: kế hoạch dài hạn; kế hoạch năm, tháng; kế hoạch theo từng đợt, từng chính sách ...

Trong đó, việc xây dựng kế hoạch dài hạn có ý nghĩa định hướng quan trọng cho hoạt động truyền thông của một giai đoạn nhất định.

2.3.1. Kế hoạch dài hạn là kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách với mục tiêu là truyền thông chính sách trong từng giai đoạn phát triển đất nước. Kế hoạch này thường kéo dài trong vài năm (3 - 5 năm). Thực chất kế hoạch này là định hướng tập trung nâng cao hiệu quả hoạt động truyền thông trong một giai đoạn, cả về nội dung, hình thức, đối tượng của hoạt động truyền thông, vì vậy thường bao gồm các nội dung lớn như:

a) Mục tiêu:

Mục tiêu của kế hoạch dài hạn thường đưa ra mục tiêu tổng thể, dài hạn và phương thức cơ bản để thực hiện nó trên cơ sở phân tích bối cảnh của đất nước, của bộ, ngành, địa phương, đơn vị trong thời điểm đó.

b) Yêu cầu

Đưa ra các yêu cầu có tính chất nguyên tắc, cần thực hiện xuyên suốt trong cả giai đoạn. Trong đó, đảm bảo các yêu cầu về bám sát các đường lối, chủ trương của Đảng, pháp luật của nhà nước; thực hiện toàn diện, đồng bộ, phù hợp, khả thi, tiết kiệm, hiệu quả...

c) Nội dung kế hoạch

Nội dung của kế hoạch bao gồm các nhiệm vụ cần thực hiện trong giai đoạn, tiến độ và cơ quan chủ trì, cơ quan phối hợp thực hiện các nhiệm vụ đó.

d) Tổ chức thực hiện: Phân công trách nhiệm cụ thể cho các cơ quan, ban, ngành thực hiện các nhiệm vụ của Kế hoạch.

e) Kinh phí thực hiện kế hoạch: Nêu rõ số kinh phí và nguồn kinh phí thực hiện Kế hoạch.

Các vấn đề cần lưu ý khi xây dựng kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách:

- Sự phối hợp giữa các ngành, các cấp, các tổ chức đoàn thể trong hoạt động truyền thông (thường được thực hiện thông qua đầu mối chính là Hội đồng phối hợp phổ biến, giáo dục pháp luật các cấp và bộ, ngành, địa phương). Sự phối hợp này là cơ sở tạo nên sức mạnh tổng hợp có khả năng giải quyết những khó khăn, vướng mắc thường gặp trong hoạt động truyền thông chính sách như: nhân lực, kinh phí, phương tiện, tài liệu, địa điểm ...;

- Cơ chế phân công, phối hợp giữa các ngành, các cấp;

- Vai trò chủ động của các bộ, ngành trong việc truyền thông dự thảo chính sách do bộ, ngành mình chủ trì xây dựng;

- Vai trò hướng dẫn, chỉ đạo của ngành Tư pháp. Tổ chức truyền thông dự thảo chính sách là trách nhiệm của tất cả các cấp, các ngành. Tuy nhiên, với chức năng, nhiệm vụ của mình, cơ quan Tư pháp các cấp vừa là đầu mối phối hợp, hướng dẫn, chỉ đạo vừa trực tiếp tổ chức thực hiện truyền thông dự thảo chính sách.

2.3.2. Kế hoạch năm: Để thực hiện tốt kế hoạch dài hạn, phù hợp với mục tiêu dài hạn cần phải xây dựng những kế hoạch ngắn hạn phù hợp với những mục tiêu trước mắt. Đó là những kế hoạch năm. Trên cơ sở kế hoạch dài hạn sẽ xây dựng kế hoạch của từng năm. Kế hoạch này thường bao gồm những nội dung chủ yếu sau:

- Mục đích – yêu cầu;

- Nội dung công việc;

- Phân công trách nhiệm (Phân công cụ thể trách nhiệm thực hiện của các cơ quan, đơn vị liên quan);

- Tiến độ;

- Nguồn kinh phí.

3.3. Kế hoạch theo từng đợt, từng văn bản: Để tổ chức truyền thông dự thảo chính sách, các cơ quan, tổ chức xây dựng kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách tới các tầng lớp Nhân dân. Nội dung của kế hoạch này bao gồm:

- Mục đích – yêu cầu;

- Nội dung cần truyền thông;

- Đối tượng được truyền thông;

- Hình thức, biện pháp thực hiện;

- Phân công trách nhiệm (Phân công cụ thể trách nhiệm thực hiện của các cơ quan, đơn vị liên quan);
- Tiến độ;
- Nguồn kinh phí.

3. Quy trình xây dựng Kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách, pháp luật

3.1. Giai đoạn chuẩn bị

Trước khi xây dựng dự thảo kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách, cần thực hiện một số công việc chuẩn bị sau đây:

Thứ nhất, lựa chọn loại kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách cần xây dựng.

Có nhiều loại kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách như: kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách theo thời gian, gồm: kế hoạch dài hạn (từ 3 đến 5 năm), kế hoạch ngắn hạn (hàng năm hoặc hàng quý, hàng tháng); kế hoạch truyền thông một nội dung dự thảo chính sách (ví dụ truyền thông dự thảo chính sách pháp luật về đất đai, ...) Căn cứ vào yêu cầu, nhiệm vụ của cơ quan, đơn vị, địa phương để xác định loại kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách cần xây dựng.

Thứ hai, xác định căn cứ xây dựng kế hoạch.

Tuỳ thuộc vào loại kế hoạch mà xác định các căn cứ để xây dựng. Cụ thể là các chương trình, kế hoạch, hướng dẫn của cơ quan cấp trên trong hoạt động truyền thông dự thảo chính sách, các yêu cầu, nhiệm vụ chính trị, kinh tế, văn hoá, xã hội của cơ quan, đơn vị, địa phương.

Thứ ba, xác định mức độ hiểu biết và nhu cầu tìm hiểu pháp luật của đối tượng được truyền thông dự thảo chính sách.

Để xác định được mức độ hiểu biết và nhu cầu tìm hiểu pháp luật của đối tượng được truyền thông dự thảo chính sách, có thể tiến hành khảo sát bằng việc hỏi trực tiếp hoặc phát phiếu điều tra, hoặc nắm bắt thông qua việc giao tiếp hàng ngày với người dân trong giải quyết các công việc liên quan đến quyền, nghĩa vụ của người dân ... Mục đích chính là để đánh giá xem đối tượng được truyền thông hiểu biết pháp luật ở mức độ nào và họ cần tìm hiểu những nội dung gì để khi xây dựng kế hoạch sẽ xác định được những nội dung thích hợp với từng nhóm đối tượng.

3.2. Xây dựng kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách

3.2.1. Xây dựng dự thảo kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách

a) Nội dung chính của kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách

Mỗi loại kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách có những nội dung cụ thể khác nhau, tuy nhiên việc xây dựng những nội dung chính của kế hoạch cần bảo đảm yêu cầu sau:

- *Mục đích, yêu cầu của kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách*: cần nêu rõ mục đích, kết quả cụ thể cần đạt được cũng như các yêu cầu đặt ra khi triển khai kế hoạch.

- *Đối tượng tác động của kế hoạch*: cán bộ, công chức của bộ, ngành hay cán bộ, công chức trong một cơ quan, đơn vị; cán bộ, nhân dân trên địa bàn hoặc nhóm đối tượng (như phụ nữ, thanh niên...).

- *Nội dung dự thảo chính sách cần được truyền thông đến đối tượng*: việc xác định nội dung chính sách cần được truyền thông đến đối tượng căn cứ vào yêu cầu chung của kế hoạch, hướng dẫn của cơ quan cấp trên và nhu cầu tìm hiểu pháp luật của đối tượng được truyền thông. Nội dung dự thảo chính sách không chỉ dừng lại ở các dự thảo Luật, Pháp lệnh mà còn là các dự thảo văn bản hướng dẫn thực hiện Luật, Pháp lệnh, văn bản của chính quyền địa phương, tập trung vào các vấn đề tác động trực tiếp làm phát sinh, thay đổi, chấm dứt quyền, nghĩa vụ của người dân, tổ chức, doanh nghiệp, như quyền, nghĩa vụ của đối tượng, trình tự, thủ tục, cách thức thực hiện và bảo vệ các quyền, nghĩa vụ đó; những chính sách được xác định là vấn đề khó, nhạy cảm, dư luận xã hội quan tâm hoặc có nhiều ý kiến khác nhau về nội dung dự thảo chính sách; có tác động trên phạm vi cả nước hoặc trên phạm vi toàn tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương...

- *Hình thức truyền thông dự thảo chính sách*: trên thực tế, hoạt động truyền thông được triển khai thông qua nhiều hình thức khác nhau như: báo chí, website, mạng xã hội (facebook, zalo, youtube, twitter, ...), truyền hình, phát thanh... Tuy nhiên phải xuất phát từ đối tượng được truyền thông để lựa chọn hình thức phù hợp...

Việc lựa chọn hình thức truyền thông cần dựa trên một số tiêu chí như:

- + Sự phù hợp với đối tượng được truyền thông (về trình độ nhận thức, điều kiện sống, phong tục, tập quán...).

- + Tính khả thi trong điều kiện của cơ quan, đơn vị và địa phương (liên quan đến điều kiện, phương tiện, cơ sở vật chất hiện có và sự tham gia hưởng ứng của đối tượng với việc thực hiện kế hoạch).

+ Tính hiệu quả của việc thực hiện kế hoạch thể hiện qua các tiêu chí: số lượng đối tượng tham gia kế hoạch; tác động của những nội dung chính sách được truyền thông đến ý thức của đối tượng thể hiện qua tình hình an ninh, trật tự, an toàn xã hội, việc giải quyết các mâu thuẫn, tranh chấp trong các quan hệ xã hội, tình hình khiếu nại, tố cáo ở địa phương...

- *Tiến độ (thời gian) thực hiện*: kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách cần xác định thời gian thực hiện các công việc đề ra. Tiến độ cụ thể vừa đảm bảo hoạt động truyền thông được kịp thời, phù hợp với điều kiện thực tế của cơ quan, ban, ngành, đoàn thể và địa phương và cũng là căn cứ theo dõi, kiểm tra việc thực hiện kế hoạch.

- *Biện pháp bảo đảm thực hiện*:

+ Xác định biện pháp, cách thức thực hiện phù hợp với đặc điểm cụ thể ở cơ quan, đơn vị, địa phương: có thể tổ chức các hình thức truyền thông chính sách độc lập, cũng có thể tổ chức truyền thông lồng ghép trong các chương trình, kế hoạch khác của bộ, ngành, địa phương như phong trào xây dựng đời sống văn hóa ở khu dân cư, các chương trình về xoá đói, giảm nghèo, bảo vệ và phát triển rừng, chương trình nước sạch, vệ sinh môi trường...

+ Phân công trách nhiệm thực hiện: cần phân công trách nhiệm một cách hợp lý, rõ ràng, cụ thể cho các chủ thể thực hiện.

+ Hoạt động kiểm tra, giám sát; chế độ thông tin, báo cáo; sơ kết, tổng kết, thi đua, khen thưởng trong thực hiện kế hoạch cũng cần được xác định cụ thể.

- *Dự toán kinh phí thực hiện*: Lập dự toán kinh phí chi tiết thực hiện kế hoạch. Kinh phí thực hiện kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách có thể được ghi ngay trong kế hoạch hoặc được lập thành bản dự toán riêng (kèm theo kế hoạch). Các nội dung chi và mức chi về truyền thông dự thảo chính sách thực hiện theo quy định của Bộ Tài chính và theo hướng dẫn, quy định của bộ, ngành, địa phương về mức chi cụ thể. Dự toán kinh phí thực hiện kế hoạch là cơ sở để các cấp ngân sách xem xét duyệt và phân bổ kinh phí cho hoạt động truyền thông dự thảo chính sách.

b) Thể thức và kỹ thuật trình bày kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách

Kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách của cơ quan, ban, ngành, đoàn thể và của địa phương là một dạng văn bản hành chính thực hiện theo quy định

tại Nghị định số 30/2020/NĐ-CP ngày 05/3/2020 của Chính phủ về công tác văn thư và các văn bản có liên quan.

3.2.2. Tổ chức lấy ý kiến đóng góp đối với dự thảo kế hoạch và hoàn chỉnh nội dung kế hoạch

- Dự thảo kế hoạch được đưa ra lấy ý kiến đóng góp của các cơ quan, đơn vị liên quan, những người sẽ trực tiếp tham gia triển khai kế hoạch sau khi được phê duyệt.

- Sau khi tổng hợp ý kiến góp ý, đơn vị chủ trì soạn thảo dự thảo kế hoạch hoàn chỉnh nội dung bản kế hoạch trình cấp có thẩm quyền phê duyệt.

3.2.3. Trình lãnh đạo cơ quan, ban, ngành, đoàn thể, Ủy ban nhân dân phê duyệt kế hoạch (bao gồm kế hoạch nội dung và dự toán kinh phí thực hiện).

4. Tổ chức thực hiện Kế hoạch truyền thông dự thảo, chính sách

Ngay sau khi kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách được phê duyệt, các cán bộ, công chức, bộ phận, đơn vị được phân công trong kế hoạch tổ chức thực hiện kế hoạch theo đúng đối tượng, nội dung, hình thức, biện pháp và thời gian đã xác định. Ở các bộ, ban, ngành, đoàn thể thì tổ chức pháp chế hoặc đơn vị được giao thực hiện nhiệm vụ truyền thông dự thảo chính sách giữ vai trò làm đầu mối phối hợp với các cơ quan, đơn vị hữu quan trong triển khai thực hiện kế hoạch. Trong kế hoạch phải xác định rõ đơn vị đầu mối phối hợp. Ở các địa phương, thì cơ quan tư pháp giữ vai trò đầu mối phối hợp với các cơ quan, tổ chức liên quan ở địa phương triển khai thực hiện kế hoạch.

Trong quá trình thực hiện kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách, cần chú trọng công tác theo dõi, kiểm tra, đôn đốc việc thực hiện: cần kiểm tra xem các nội dung của kế hoạch đã được thực hiện đến đâu? Những gì còn tồn tại? Nguyên nhân, cách khắc phục. Trong trường hợp cần thiết có thể kiến nghị cấp có thẩm quyền có biện pháp phù hợp cho việc tổ chức thực hiện kế hoạch trên thực tế như: điều chỉnh kế hoạch, nội dung, tạo điều kiện về cơ sở vật chất, kinh phí, lực lượng... Đồng thời, thực hiện sơ kết, tổng kết, đánh giá kết quả thực hiện kế hoạch truyền thông dự thảo chính sách nhằm rút ra những kinh nghiệm cần thiết để tổ chức thực hiện hoạt động này ngày càng tốt hơn. Trong quá trình đánh giá cũng cần chú trọng công tác khen thưởng để động viên, khích lệ những điển hình làm tốt, phát huy kết quả đã đạt được.

II. KỸ NĂNG XÁC ĐỊNH CHÍNH SÁCH, NỘI DUNG CHÍNH SÁCH CẦN TRUYỀN THÔNG TRONG QUÁ TRÌNH XÂY DỰNG VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT

1. Khái niệm chính sách và các tác động của chính sách đối với xã hội

1.1. Khái niệm chính sách

Theo quy định của Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2015 (sửa đổi, bổ sung năm 2020) và quy định tại khoản 1 Điều 2 Nghị định số 34/2016/NĐ-CP ngày 13/5/2016 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật (sửa đổi, bổ sung bằng Nghị định số 154/2020/NĐ-CP ngày 31/12/2020 của Chính phủ), **“chính sách” được định nghĩa là “định hướng, giải pháp của Nhà nước để giải quyết vấn đề của thực tiễn nhằm đạt được mục tiêu nhất định”**.

Theo khái niệm trên, một chính sách gồm 3 yếu tố cấu thành chính:

i. Vấn đề thực tiễn cần giải quyết

Xác định vấn đề thực tiễn cần giải quyết là bước đầu tiên và quan trọng nhất trong nội dung thực hiện xây dựng chính sách. Một vấn đề bất cập trong thực tiễn đòi hỏi phải được giải quyết bằng chính sách, pháp luật khi và chỉ khi vấn đề đó có nội dung và phạm vi tác động nhất định về thời gian, không gian đến các đối tượng chịu ảnh hưởng. Cần xác định chính xác vấn đề bất cập mà Nhà nước can thiệp bằng pháp luật thông qua việc xác định hiện trạng, nguyên nhân dẫn đến bất cập và hậu quả của vấn đề bất cập.

ii. Định hướng, mục tiêu giải quyết vấn đề (hay còn gọi là mục tiêu của chính sách);

Mục tiêu của chính sách là mong muốn đạt được để giải quyết bất cập của cuộc sống sau khi xác định chính xác hậu quả của vấn đề bất cập gây ra. Trong khi xác định mục tiêu của chính sách cần nêu rõ các vấn đề cuối cùng mà đề xuất xây dựng chính sách mong muốn đạt được dựa trên nguồn lực thực tế của các bên liên quan.

iii. Các giải pháp của Nhà nước (giải pháp thực hiện chính sách) để giải

quyết vấn đề theo mục tiêu đã xác định.

- Phương án giữ nguyên hiện trạng
- Phương án sử dụng biện pháp can thiệp gián tiếp
- Phương án can thiệp trực tiếp bằng pháp luật.

Các lĩnh vực pháp luật mà thông thường, chính sách sẽ tác động trực tiếp đến quyền, nghĩa vụ của người dân, tổ chức, doanh nghiệp là: thuế, hải quan; đất đai, nhà ở, kinh doanh bất động sản; lao động, an sinh xã hội; đầu tư, kinh doanh; giáo dục và đào tạo; y tế; lĩnh vực pháp luật về quyền và nghĩa vụ cơ bản của công dân (tôn giáo, biểu tình, hội, xuất, nhập cảnh, cư trú, quốc tịch, hộ tịch); luật sư, công chứng...

1.2. Nội hàm “Dự thảo chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật”

Với khái niệm chính sách nêu trên, thì dự thảo chính sách có có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật ở cả 2 giai đoạn: giai đoạn xây dựng chính sách và giai đoạn soạn thảo văn bản QPPL. Gồm những dự thảo chính sách pháp luật do cơ quan, tổ chức có thẩm quyền khi xây dựng có tác động đến cơ quan, tổ chức và người dân, các chính sách này tác động trực tiếp làm phát sinh, thay đổi, chấm dứt quyền, nghĩa vụ, các hành vi của người dân, tổ chức, doanh nghiệp.

2. Các chính sách lớn trong quá trình xây dựng VBQPPL cần được truyền thông theo quy định tại 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”

Truyền thông chính sách được hiểu là một phần trong hoạt động của các cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật nhằm đưa thông tin về các chính sách đến người dân, thuyết phục họ thay đổi nhận thức và hành vi theo đúng pháp luật. Bên cạnh đó, đây còn là kênh thông tin ngược để các cơ quan này lấy ý kiến các đối tượng chịu sự tác động của chính sách khi xây dựng các loại chính sách mới hay điều chỉnh chính sách hiện tại, tạo ra sự đồng thuận xã hội.

Trên cơ sở quy định của Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật, Nghị định số 34/2016/NĐ-CP và quy định của Quyết định số 407/QĐ-TTg,

trong quá trình xây dựng VBQPPL, cơ quan chủ trì soạn thảo cần căn cứ vào các nội dung sau để truyền thông chính sách: trên các tiêu chí sau đây:

2.1. Các tiêu chí xác định văn bản quyền thông

a) Là các chính sách được ban hành trong các văn bản quy phạm pháp luật mà Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật quy định phải lập đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật trước khi tiến hành soạn thảo, trừ các nội dung thuộc bí mật nhà nước theo quy định của pháp luật.

Các chính sách được ban hành trong các văn bản quy phạm pháp luật phải thực hiện quy trình lập đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật trước khi tiến hành soạn thảo được quy định tại Điều 4, Nghị định số 34/NĐ-CP gồm các trường hợp:

1. Luật, pháp lệnh.
2. Nghị quyết của Quốc hội quy định tại điểm b và c khoản 2 Điều 15 của Luật; nghị quyết của Ủy ban thường vụ Quốc hội quy định tại điểm b khoản 2 Điều 16 của Luật.
3. Nghị định của Chính phủ quy định tại khoản 3 Điều 19 của Luật
4. Nghị quyết của Hội đồng nhân dân cấp tỉnh quy định tại khoản 4 Điều 27 của Luật.

Như vậy, với quy định tại Điều 4 ngoài luật, pháp lệnh do Quốc hội ban hành thì các văn bản sau phải lập đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, cụ thể:

- Đối với loại Nghị quyết của Quốc hội quy định tại điểm b và c khoản 2 Điều 15 của Luật, Nghị quyết ban hành để quy định:

b) Thực hiện thí điểm một số chính sách mới thuộc thẩm quyền quyết định của Quốc hội nhưng chưa có luật điều chỉnh hoặc khác với quy định của luật hiện hành;

c) Tạm ngưng hoặc kéo dài thời hạn áp dụng toàn bộ hoặc một phần luật, nghị quyết của Quốc hội đáp ứng các yêu cầu cấp bách về phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quyền con người, quyền công dân;

- Đối với loại Nghị quyết của Ủy ban thường vụ Quốc hội quy định tại điểm b khoản 2 Điều 16 của Luật, được ban hành để quy định:

b) Tạm ngưng hoặc kéo dài thời hạn áp dụng toàn bộ hoặc một phần pháp lệnh, nghị quyết của Ủy ban thường vụ Quốc hội đáp ứng các yêu cầu cấp bách về phát triển kinh tế - xã hội;

- Đối với loại Nghị định của Chính phủ quy định tại khoản 3 Điều 19 của Luật được ban hành để quy định:

Vấn đề cần thiết thuộc thẩm quyền của Quốc hội, Ủy ban thường vụ Quốc hội nhưng chưa đủ điều kiện xây dựng thành luật hoặc pháp lệnh để đáp ứng yêu cầu quản lý nhà nước, quản lý kinh tế, quản lý xã hội. Trước khi ban hành nghị định này phải được sự đồng ý của Ủy ban thường vụ Quốc hội

- Đối với loại Nghị quyết của Hội đồng nhân dân cấp tỉnh quy định tại khoản 4 Điều 27 của Luật được ban hành để quy định:

Biện pháp có tính chất đặc thù phù hợp với điều kiện phát triển kinh tế - xã hội của địa phương

b) Tác động trực tiếp làm phát sinh, thay đổi, chấm dứt quyền, nghĩa vụ của người dân, tổ chức, doanh nghiệp

Tác động của chính sách có tác động trực tiếp làm phát sinh, thay đổi, chấm dứt quyền, nghĩa vụ của người dân, tổ chức, doanh nghiệp được xác định trên 05 khía cạnh là kinh tế, xã hội, giới, thủ tục hành chính và hệ thống pháp luật. Chính sách có thể tác động ở một, một số hoặc tất cả các khía cạnh.

Tác động của chính sách đối với xã hội được nhận diện trên 05 khía cạnh:

- Tác động về kinh tế là những tác động của chính sách đối với cơ quan, tổ chức, cá nhân ở một hoặc một số nội dung về sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng, môi trường đầu tư và kinh doanh, khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, tổ chức và cá nhân, cơ cấu phát triển kinh tế của quốc gia hoặc địa phương, chỉ tiêu công, đầu tư công và các vấn đề khác có liên quan đến kinh tế;

- Tác động về xã hội là những tác động của chính sách đối với cơ quan, tổ chức, cá nhân ở một hoặc một số nội dung về dân số, việc làm, tài sản, sức khỏe, môi trường, y tế, giáo dục, di lại, giảm nghèo, giá trị văn hóa truyền thống, gắn kết cộng đồng, xã hội, chính sách dân tộc (nếu có) và các vấn đề khác có liên quan đến xã hội;

- Tác động về giới là những tác động của chính sách đối với cơ quan, tổ chức, cá nhân ở khía cạnh kinh tế, xã hội liên quan đến cơ hội, điều kiện, năng lực thực hiện và thụ hưởng các quyền, lợi ích của mỗi giới;

- Tác động của thủ tục hành chính là những tác động của chính sách đối với cơ quan, tổ chức, cá nhân liên quan đến việc tuân thủ các thủ tục hành chính;
- Tác động đối với hệ thống pháp luật là những tác động của chính sách đối với hệ thống pháp luật ở các khía cạnh tính thống nhất, đồng bộ của hệ thống pháp luật; khả năng thi hành và tuân thủ pháp luật của các cơ quan, tổ chức, cá nhân; khả năng thi hành và tuân thủ của Việt Nam đối với các điều ước quốc tế mà Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên.

Chẳng hạn như năm 2019, khi đề xuất sửa đổi, bổ sung Bộ luật Lao động 2012, cơ quan chủ trì lập đề nghị đề xuất 14 chính sách, trong đó, có một số chính sách khó, được dư luận xã hội quan tâm, như điều chỉnh tuổi nghỉ hưu nhằm thích ứng với xu hướng già hóa dân số và tình hình phát triển kinh tế xã hội của đất nước; mở rộng quyền lựa chọn của người lao động trong việc thành lập, gia nhập, hoạt động tổ chức đại diện của người lao động trong phạm vi quan hệ lao động nhằm bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của họ trong quan hệ lao động thông qua thương lượng tập thể...

Liên quan đến chính sách điều chỉnh tuổi nghỉ hưu, với mục tiêu đảm bảo và duy trì lực lượng lao động do già hóa dân số trong tương lai, đặc biệt là lao động có tay nghề, thu hẹp bất bình đẳng về cơ hội việc làm giữa phụ nữ và nam giới, bảo đảm cân đối quỹ bảo hiểm xã hội, cơ quan chủ trì lập đề nghị đề xuất 03 giải pháp giải quyết vấn đề: (i) Giữ nguyên chính sách hiện hành; (ii) Kể từ ngày 01 tháng 01 năm 2021, tuổi nghỉ hưu của người lao động trong điều kiện lao động bình thường là đủ 60 tuổi 03 tháng đối với nam và đủ 55 tuổi 04 tháng đối với nữ; sau đó, cứ mỗi năm tăng thêm 03 tháng đối với nam và 04 tháng đối với nữ cho đến khi nam đủ 62 tuổi, nữ đủ 60 tuổi; (iii) Kể từ ngày 01 tháng 01 năm 2021, tuổi nghỉ hưu của người lao động trong điều kiện lao động bình thường là đủ 60 tuổi 04 tháng đối với nam và đủ 55 tuổi 06 tháng đối với nữ; sau đó, cứ mỗi năm tăng thêm 04 tháng đối với nam và 06 tháng đối với nữ cho đến khi nam đủ 62 tuổi, nữ đủ 60 tuổi.

Chính sách này được phân tích, đánh giá tác động và cho thấy, sẽ có tác động tương đối lớn đối với cơ quan, tổ chức, cá nhân ở khía cạnh kinh tế, xã hội, giới, cụ thể như sau:

“a. Tác động kinh tế:

-Tăng tuổi nghỉ hưu có tác động kép tới quỹ hưu trí. Người lao động tiếp tục làm việc một mặt tăng số tiền đóng vào quỹ, mặt khác giảm số năm chi trả lương hưu dẫn đến giảm chi từ quỹ bảo hiểm.

- Tăng tuổi nghỉ hưu sẽ tạo điều kiện cho người lao động có kinh nghiệm và chuyên môn kỹ thuật cao tiếp tục làm việc, nâng cao thu nhập, tiếp tục đóng thuế cho nhà nước (Burtless 2006)

- Tăng tuổi nghỉ hưu được dự báo là có tác động tích cực tới tăng trưởng kinh tế. Nghiên cứu của ILSSA năm 2014 dự báo: cứ tăng 1% trong tổng số lao động lớn tuổi hiện đang làm việc sẽ tăng 0,068% trong tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Việt Nam. Hầu hết các lĩnh vực cho thấy tốc độ tăng trưởng của người lao động lớn tuổi sẽ đóng góp vào sự tăng trưởng sản lượng của họ. Tuy nhiên, nghiên cứu này cũng chỉ ra những tác động tiêu cực hay không có ý nghĩa về mặt thống kê về sự tăng trưởng kinh tế đối với nhóm lao động trong lĩnh vực thủy sản, khai thác khoáng sản, khách sạn, nhà hàng, và các dịch vụ khác.

Kết quả này hoàn toàn phù hợp với nhiều nghiên cứu quốc tế cho rằng tăng tuổi nghỉ hưu đã giúp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế dài hạn, người lao động sẽ làm việc lâu hơn, các hộ gia đình sẽ có thể chi tiêu nhiều hơn vào việc cải thiện năng suất, đào tạo nghề.v.v..

- Trên góc độ kinh tế vĩ mô, tăng tuổi nghỉ hưu sẽ dẫn đến sự gia tăng cung lao động bằng cách cho phép một số người (nam 60 và nữ là 55) tiếp tục ở lại làm việc. Trên thực tế khi chính sách có hiệu lực, không phải tất cả phụ nữ ở độ tuổi 55 và nam giới ở độ tuổi 60 sẽ tiếp tục làm việc. Với chính sách bảo hiểm xã hội linh hoạt nhóm người lao động có tay nghề thấp và lạc hậu có thể chọn nghỉ hưu sớm hay hưởng trợ cấp thất nghiệp trong khi đó nhóm người lao động có tay nghề cao có thể tiếp tục làm việc.

- Dự báo tiền lương và lương hưu của người lao động có tay nghề, thâm niên làm việc trong khu vực nhà nước hoặc doanh nghiệp có nhu cầu lao động thâm niên sẽ tăng. Ngược lại, thu nhập và lương hưu của người lao động lớn tuổi, sức khỏe yếu, trình độ chuyên môn kỹ thuật thấp, lạc hậu không đáp ứng được yêu cầu của công việc sẽ giảm. Điều này làm gia tăng khoảng cách tiền lương và thu nhập giữa nhóm có trình độ chuyên môn cao, sức khỏe tốt và nhóm có trình độ chuyên môn thấp và sức khỏe yếu.

- Nếu như không có một cơ chế đánh giá năng lực cán bộ tốt, tăng tuổi nghỉ hưu có thể gia tăng gánh nặng cho khu vực nhà nước. Tiền lương và các khoản chi khác (bảo hiểm xã hội, y tế, đào tạo,...) tăng trong khi năng suất lao động giảm do một bộ phận cán bộ có năng lực thấp, sức khỏe yếu, sức ỳ lớn vẫn tiếp tục ở lại trong hệ thống này.

Ngoài ra tăng tuổi nghỉ hưu làm cho một số doanh nghiệp thiếu hụt đội ngũ lao động trẻ năng động, sáng tạo. Điều này có thể tạo ra sự mất cân đối về lao động giữa các nhóm tuổi trong cơ quan, doanh nghiệp.

- Không có bằng chứng nào trên thế giới chứng minh tăng việc làm cho người lớn tuổi sẽ làm giảm cơ hội việc làm của thanh niên. Nghiên cứu của ILSSA năm 2014 dự báo rằng tăng tuổi nghỉ hưu có thể có tác động tiêu cực, hạn chế cơ hội việc làm cho người lao động trẻ trong ngắn hạn nhưng tạo thêm việc làm trong dài hạn. Việc điều chỉnh tăng tuổi nghỉ hưu được dự báo là thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, nhu cầu lao động tổng thể trong nền kinh tế của Việt Nam sẽ tăng 0,32%, tương đương với tăng 173.000 việc làm. Cứ 1% người lao động lớn tuổi tiếp tục ở lại làm việc dự kiến sẽ thu hút 0,22% lao động trẻ tham gia lao động; nói cách khác, mỗi người lao động lớn tuổi sẽ có 1,05 việc làm cho lao động trẻ.

- Tác động tiêu cực có thể xảy ra khi chính sách này đi vào thực hiện chẳng hạn như số người đăng ký trợ cấp thất nghiệp hoặc trợ cấp ốm đau có thể sẽ tăng. Nhóm người lao động lớn tuổi, khó có khả năng thích nghi yêu cầu của công việc, làm việc trong lĩnh vực độc hại, sức khỏe yếu có thể không tiếp tục làm việc hoặc không tìm được việc làm mới. Hiện tượng này sẽ phát sinh thêm các chi phí chi bảo hiểm thất nghiệp, chi phí ốm đau hoặc các chi phí liên quan đến đào tạo nghề để giúp họ tham gia vào thị trường lao động.

b. Tác động xã hội

- Tăng tuổi nghỉ hưu được dự báo là sẽ không nhiều ảnh hưởng đến tình trạng sức khỏe của người lao động vì tình trạng sức khỏe của người Việt Nam được cải thiện khi tuổi thọ trung bình tăng đáng kể (Carlos, ILO). Kết quả điều tra mức sống dân cư năm 2006 cho biết tỷ lệ suy giảm khả năng lao động ở phụ nữ trong độ tuổi từ 55-59 là 2,6% và nam giới trong độ tuổi từ 60-64 là 7%. Điều đó chứng tỏ rằng sức khỏe của phụ nữ ở độ tuổi 55-59 và nam giới từ 60-64 hoàn toàn có thể tiếp tục làm việc được.

- Dự báo tiền lương và lương hưu của người lao động có tay nghề, thâm niên làm việc trong khu vực nhà nước hoặc doanh nghiệp có nhu cầu lao động thâm niên sẽ tăng. Ngược lại, thu nhập và lương hưu của người lao động lớn tuổi, trình độ chuyên môn kỹ thuật thấp, lạc hậu không đáp ứng được yêu cầu của công việc sẽ giảm. Điều này làm gia tăng khoảng cách tiền lương và thu nhập giữa 2 nhóm này, khoảng cách này có thể còn gia tăng đối với nhóm lao động có thu nhập thấp, sức khỏe yếu, làm việc trong lĩnh vực độc hại do tuổi thọ của nhóm này có thể thấp hơn các nhóm khác, đa số họ làm những công việc

yêu cầu về thể chất và cơ thể của họ có thể đã bị hao mòn trước đó. Song tiền lương và lương hưu của phụ nữ được dự báo sẽ tăng.

c. Tác động về giới

Điều chỉnh tăng tuổi nghỉ hưu sẽ có tác động tích cực và trực tiếp đối với phụ nữ. Phụ nữ trong khu vực chính thức dự kiến sẽ tiếp tục làm việc. Họ và chủ sử dụng lao động được dự kiến sẽ đầu tư nhiều hơn vào giáo dục, đào tạo. Kết quả là phụ nữ có nhiều cơ hội việc làm, thăng tiến hơn, khoảng cách thu nhập cũng như lương hưu giữa nam giới và phụ nữ sẽ được thu hẹp”.

c) Các vấn đề chính sách được xác định là những vấn đề khó, nhạy cảm, dư luận xã hội quan tâm hoặc có nhiều ý kiến khác nhau về nội dung dự thảo chính sách.

Đây chính là tiêu chí quan trọng nhất để đánh giá mức độ quan trọng của chính sách. Bởi lẽ, mục đích của truyền thông không chỉ là cung cấp thông tin, tạo điều kiện, thu hút người dân và những bên liên quan tham gia vào quy trình xây dựng chính sách mà quan trọng hơn đó là tạo được sự đồng thuận của tất cả các đối tượng đối với chính sách được nhà nước đưa ra truyền thông. Vì vậy, đối với những chính sách còn nhiều ý kiến khác nhau thì việc truyền thông từ sớm từ xa càng quan trọng. Thông qua hoạt động truyền thông, cơ quan chủ trì soạn thảo sẽ được lắng nghe ý kiến phản hồi để từ đó kịp thời bổ sung, điều chỉnh, xây dựng chiến lược, kế hoạch cũng như nội dung phù hợp để tạo được sự đồng thuận của xã hội trong hoạch định chính sách.

Ví dụ như: dự án Luật về đơn vị hành chính kinh tế đặc biệt được Quốc hội khóa IVX cho ý kiến có nhiều chính sách về vấn đề đất đai còn nhiều ý kiến chưa thống nhất; hay dự thảo Luật an ninh mạng trong quá trình xây dựng chưa tuyên truyền, phổ biến tới nhân dân về vai trò, ý nghĩa của dự án luật, chưa lấy ý kiến mạnh mẽ từ phía nhân dân nên ngay khi dự án Luật được Quốc hội thông qua vẫn tạo cơ hội cho các thành phần xấu tuyên truyền, kích động nhân dân phản đối dự thảo luật.

d) Về phạm vi

Căn cứ vào nội dung, chính sách cần truyền thông là những chính sách có tác động trên phạm vi cả nước hoặc trên phạm vi toàn tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương. Thông thường, phạm vi tác động của chính sách là cả nước, tuy nhiên, cũng có những chính sách có phạm vi tác động chỉ ở một tỉnh, thành phố (ví dụ như chính sách trong các dự thảo Nghị quyết của Quốc hội về chính sách đặc thù cho một số tỉnh, thành phố).

2.2. Về thời điểm truyền thông dự thảo chính sách

Được thực hiện ngay từ khi cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật lấy ý kiến đối với đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật theo quy định của Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật (Điều 36). Đó là khi cơ quan chủ trì soạn thảo quyết định việc đăng tải dự thảo hồ sơ đề nghị xây dựng văn bản QPPL lên Cổng thông tin điện tử của cơ quan đó và lấy ý kiến bằng văn bản tới các cơ quan, tổ chức và cá nhân có liên quan. Đối với dự thảo văn bản quy phạm pháp luật, truyền thông ngay từ khi đăng tải chính thức dự thảo văn bản QPPL theo quy định tại Điều 57 Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật.

Đây là thời điểm thích hợp nhất để truyền thông chính sách vì để được chính thức đăng tải lên Cổng thông tin điện tử của cơ quan chủ trì soạn thảo lấy ý kiến rộng rãi tới các đối tượng chịu sự tác động thì các chính sách này đã được cơ quan chủ trì soạn thảo xây dựng trên cơ sở nghiên cứu thấu đáo, tổng kết trên cơ sở pháp lý và cơ sở thực tiễn, đó là những vướng mắc, tồn tại và hạn chế trong quá trình thực hiện hoặc những vấn đề phát sinh trong thực tế cần phải điều chỉnh, thay đổi và bổ sung và được tổng hợp ý kiến góp ý từ nhiều cuộc họp, hội thảo, của các chuyên gia thì mới đủ chín muồi để lấy ý kiến rộng rãi của dư luận.

3. Lựa chọn và xác định nội dung truyền thông dự thảo chính sách

3.1. Thực trạng việc lấy ý kiến đối với chính sách trong quá trình lập đề nghị xây dựng VBQPPL và soạn thảo VBQPPL

Luật Ban hành VBQPPL năm 2015 (sửa đổi, bổ sung năm 2020) và các văn bản hướng dẫn thi hành đã quy định cũng quy định rõ trách nhiệm của cơ quan/cá nhân liên quan trong việc lấy ý kiến góp ý, phản biện đối với dự thảo báo cáo đánh giá tác động của chính sách và các hồ sơ tài liệu kèm theo trong quá trình lập đề nghị xây dựng văn bản QPPL; tiếp nhận, phản hồi ý kiến, kiến nghị của cá nhân, cơ quan, tổ chức quá trình xây dựng VBQPPL. Bên cạnh đó, Luật PBGDPL năm 2012 cũng quy định các thông tin pháp luật phải được đăng tải trên trang thông tin điện tử của bộ, ngành, đoàn thể trung ương, Hội đồng nhân dân, Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương (cấp tỉnh), trong đó có dự thảo VBQPPL để lấy ý kiến theo quy định của pháp luật (điểm d khoản 1 Điều 13). Luật Tiếp cận thông tin năm 2016 quy định về việc thực hiện quyền tiếp cận thông tin của công dân, trong đó xác định những thông tin phải được công khai rộng rãi bao gồm cả các dự thảo VBQPPL theo quy định của pháp luật về ban hành VBQPPL (điểm c khoản 1 Điều 17). Như vậy, có thể

thấy rằng, quy định hiện hành về việc lấy ý kiến, phổ biến, công khai đối với chính sách trong giai đoạn hoạch định chính sách và soạn thảo văn bản QPPL.

Tuy nhiên, trong thực tế, việc lấy ý kiến đối với đề nghị xây dựng chính sách và dự thảo VBQPPL đã bộc lộ những tồn tại, hạn chế sau đây:

Thứ nhất, hoạt động lấy ý kiến đối với đề nghị xây dựng và dự thảo VBQPPL nhìn chung còn mang tính hình thức, chủ yếu được thực hiện thông qua việc đăng tải trên Cổng/Trang thông tin điện tử của bộ, ngành, địa phương. Tuy nhiên, đa số các đề nghị xây dựng VBQPPL và dự thảo VBQPPL đăng tải trên Cổng thông tin điện tử **không nhận được ý kiến góp ý, phản biện** của các cơ quan, tổ chức, cá nhân. Do vậy, mục đích của việc xin ý kiến để hoàn thiện chính sách, văn bản quy phạm pháp luật là chưa đạt được.

Thứ hai, một số quy định, chính sách trong dự thảo VBQPPL chưa phù hợp với thực tiễn nên **chưa tạo được sự đồng thuận** trong xã hội. Điều này dẫn đến việc chính sách, văn bản sau khi được ban hành khó hoặc không thể triển khai trên thực tế do gặp phải ý kiến trái chiều, phản ứng tiêu cực từ cộng đồng xã hội.

Thứ ba, một số cơ quan chủ trì soạn thảo **chưa quan tâm đúng mức** đến việc lấy ý kiến của cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp và Nhân dân về dự thảo chính sách ngay từ khi lập đề nghị xây dựng, dự thảo văn bản trong quá trình soạn thảo VBQPPL và cũng như chưa chú trọng tổ chức thông tin, phổ biến, truyền thông để tạo đồng thuận xã hội. Việc tiếp thu ý kiến góp ý còn đại khái, hình thức, chưa thực sự cầu thị, việc giải trình ý kiến cũng chưa đầy đủ, thấu đáo.

Thứ tư, dự thảo báo cáo đánh giá tác động chính sách, dự thảo VBQPPL và các tài liệu kèm theo cũng **chưa xác định rõ chính sách quan trọng** cần lấy ý kiến, do vậy không thu hút sự quan tâm và tham gia góp ý của cơ quan, tổ chức, cá nhân.

Thứ năm, trách nhiệm của các cơ quan, tổ chức, cá nhân trong việc góp ý dự thảo chính sách pháp luật

Nhiều cơ quan, tổ chức, cá nhân còn chưa thực sự chú trọng tới việc đóng góp ý kiến đối với dự án, dự thảo văn bản QPPL có liên quan trực tiếp tới hệ thống văn bản QPPL thuộc phạm vi quản lý ngành, lĩnh vực của mình, hoặc đã có quan tâm nhưng mức độ nghiên cứu, tham gia ý kiến còn hạn chế. Điều này dẫn tới ý kiến góp ý đối với nhiều dự án, dự thảo văn bản QPPL còn chung chung, hình thức, nhiều cơ quan được lấy ý kiến chưa làm hết trách nhiệm,

thường chỉ có ý kiến vào nội dung có liên quan trực tiếp đến lĩnh vực mình phụ trách, đối với những lĩnh vực khác thì cơ bản thống nhất, còn có tình trạng nhiều bộ, ngành, địa phương trả lời “nhất trí hoàn toàn” với dự án, dự thảo, dẫn tới nhiều vấn đề có thể giải quyết ngay từ khâu soạn thảo văn bản, đến giai đoạn trình vẫn chưa nhận được sự đồng thuận, làm giảm chất lượng dự thảo văn bản văn bản. Hoặc trong văn bản góp ý mới chỉ nêu vấn đề, phân tích vấn đề còn chưa đúng, chưa phù hợp của dự thảo, nhưng lại chưa đề xuất được giải pháp tháo gỡ, xử lý vấn đề đó ra sao; còn đi vào tiểu tiết, kỹ thuật trình bày của văn bản mà chưa phát biểu được những chính sách lớn, những vấn đề, nội dung cơ bản của dự thảo, hoặc chưa cập nhật với những vấn đề có tính thời sự, tính thực tiễn của vấn đề đang được điều chỉnh. Điều này làm cho chất lượng của dự án, dự thảo văn bản khi được gửi thẩm định hoặc trình cơ quan có thẩm quyền quyết định chưa bảo đảm, thậm chí nhiều trường hợp bộ ngành đã có ý kiến nhất trí hoàn toàn, nhưng ra cuộc họp thẩm định, đại diện của bộ ngành đó lại phát biểu ý kiến trái chiều với ý kiến góp ý bằng văn bản của bộ ngành đó.

Những tồn tại, hạn chế nêu trên đã ảnh hưởng đến chất lượng soạn thảo của VBQPPL và trách nhiệm giải trình, tiếp thu, hoàn thiện dự thảo VBQPPL của các cơ quan chủ trì soạn thảo; làm ảnh hưởng trực tiếp đến tính công khai, minh bạch của văn bản, giảm hiệu lực, hiệu quả thực thi chính sách sau khi được ban hành, qua đó tác động đến sự phát triển của đời sống, kinh tế, xã hội...

3.2. Lựa chọn và xác định nội dung truyền thông trong dự thảo chính sách

Truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật (sau đây gọi là dự thảo chính sách) là hoạt động do các cơ quan, đơn vị, cá nhân chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật chủ động phối hợp với các cơ quan thông tin, báo chí và các cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan thực hiện. Hoạt động này nhằm cung cấp thông tin rộng rãi về nội dung của dự thảo chính sách bằng các hình thức phù hợp, đúng quy định pháp luật đến đối tượng chịu sự tác động và toàn xã hội trên cơ sở tương tác, thông tin đa chiều; công khai, minh bạch nội dung tiếp thu, giải trình, dự kiến sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện chính sách, thể chế bảo đảm bám sát mục tiêu dự thảo văn bản QPPL.

Để khắc phục tình trạng lấy ý kiến đối với dự thảo văn bản QPPL đã nêu ở trên, cần lựa chọn và xác định nội dung truyền thông trong dự thảo chính sách như sau:

a) Đối với giai đoạn lập đề nghị xây dựng văn bản QPPL. Nội dung truyền

thông sẽ phải bám sát năm nội dung cơ bản của ĐGTĐCS (tác động kinh tế, tác động xã hội, tác động giới, tác động TTHC và tác động THPL). Phạm vi nội dung mỗi cuộc truyền thông của phụ thuộc vào hình thức và đối tượng lấy ý kiến. Để hoạt động ĐGTĐ có chất lượng, những nội dung chính sau cần được truyền thông:

- Lợi ích và thiệt hại kinh tế của dự thảo chính sách (lưu ý mỗi nhóm đối tượng sẽ có những quan điểm, số liệu khác nhau về nội dung này);
- Khả năng tuân thủ của người dân, tổ chức khi thực hiện một yêu cầu của chính sách, giải pháp chính sách và TTHC (bao gồm thời gian, các bước thủ tục, quy trình, chi phí...);
- Chi phí của bộ máy nhà nước trong việc thực thi chính sách, giải pháp chính sách (bao gồm thời gian, nhân lực, cơ sở vật chất, quy trình, thủ tục...);
- Các tác động tích cực và tiêu cực của mỗi khía cạnh tác động xã hội (như việc làm, sức khỏe, y tế, giáo dục...) đối với mỗi chính sách, giải pháp chính sách;
- Sự khác biệt giữa các giới, các nhóm yếu thế đối với những khía cạnh tác động xã hội và kinh tế;
- Các tác động tới quyền cơ bản của công dân, tính hợp pháp, thống nhất, đồng bộ của HTPL và tương thích với các ĐUQT.

Khi xác định nội dung truyền thông cần cân nhắc không nên có quá nhiều nội dung tham vấn cho một nhóm đối tượng. Cần có các nội dung tham vấn của nhiều nhóm đối tượng trùng nhau để có thể so sánh quan điểm, ý kiến của các nhóm đối tượng về cùng một vấn đề. Cần chủ động thực hiện việc tham vấn ở giai đoạn ĐGTĐCS và chủ động gửi công văn lấy ý kiến góp ý dự thảo báo cáo ĐGTĐCS hơn là chỉ đơn thuần thực hiện việc lấy ý kiến theo quy định của pháp luật. Việc đăng tải dự thảo báo cáo ĐGTĐCS đơn thuần sẽ không thu hút được các đối tượng tham gia góp ý, thậm chí còn làm tưởng là không cần góp ý vào báo cáo ĐGTĐCS. Trong trường hợp đăng toàn văn báo cáo ĐGTĐCS để lấy ý kiến, đơn vị đánh giá cần có một hướng dẫn cụ thể về nội dung cần lấy ý kiến đối với báo cáo này.

b) Đối với giai đoạn lấy ý kiến dự thảo văn bản QPPL

Tương tự như nội dung đưa ra để truyền thông dự thảo chính sách. Tuy nhiên, một số điểm khác biệt cần lưu ý: tại thời điểm lấy ý kiến vào dự thảo, các chính sách đã được cụ thể hóa thành các quy định với các điều khoản chi tiết. Do đó, đối tượng lấy ý kiến vào dự thảo văn bản mở rộng hơn lấy ý kiến góp ý

vào dự thảo báo cáo ĐGTĐCS.

Hiện nay, ngoài việc đăng tải các tài liệu trong giai đoạn 2 bước của quá trình xây dựng văn bản QPPL thì trang “Tham vấn chính sách” trên cổng thông tin điện tử của Chính phủ đã chính thức đưa vào sử dụng rộng rãi vào ngày 21/6/2022 – ngày báo chí cách mạng Việt Nam, trong đó, tất cả các chính sách đang được lấy ý kiến chính thức đều được thể hiện dưới dạng các bài viết phong phú, các nội dung chính sách được lựa chọn, chọn lọc dễ hiểu, dễ nhớ, không nhầm chán. Trên cơ sở phân tích kỹ lợi ích cũng như bất cập mà chính sách mang lại, qua đó giúp đối tượng chịu sự tác động nhìn nhận rõ hơn, sâu sắc hơn về các chính sách mà các cơ quan nhà nước đưa ra lấy ý kiến, truyền thông, từ đó có sự quan tâm, đóng góp ý kiến phản hồi tốt hơn cho cơ quan chủ trì soạn thảo, đảm bảo văn bản khả thi trong thực tế.

Như vậy, nếu như chúng ta làm tốt công tác truyền thông chính sách văn bản QPPL ở cả 2 bước của quá trình xây dựng văn bản QPPL là lập đề nghị văn bản QPPL và soạn thảo văn bản QPPL để người dân biết, đồng tình, ủng hộ, thực hiện, kiểm tra và người dân thụ hưởng sẽ góp phần xây dựng hệ thống pháp luật đầy đủ, kịp thời, đồng bộ, thống nhất và khả thi, công khai, minh bạch, ổn định, lấy quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của người dân, doanh nghiệp làm trọng tâm thúc đẩy đổi mới sáng tạo, bảo đảm yêu cầu phát triển nhanh, bền vững, thực hiện đúng mục tiêu của nhiệm kỳ Đại hội Đảng lần thứ XIII đã đề ra là *“Hoàn thiện đồng bộ hệ thống pháp luật, cơ chế, chính sách nhằm phát huy mạnh mẽ dân chủ xã hội chủ nghĩa, quyền làm chủ của nhân dân ...*

III. KỸ NĂNG XÂY DỰNG TÀI LIỆU NGUỒN TRUYỀN THÔNG DỰ THẢO CHÍNH SÁCH, PHÁP LUẬT CỦA CƠ QUAN CHỦ TRÌ SOẠN THẢO

(Khái niệm, vị trí, vai trò của Tài liệu; yêu cầu chung của Tài liệu)

IV. KỸ NĂNG XÂY DỰNG TÀI LIỆU TRUYỀN THÔNG DỰ THẢO CHÍNH SÁCH, PHÁP LUẬT THÔNG QUA MỘT SỐ LOẠI HÌNH TÀI LIỆU

Với mục tiêu huy động đông đảo các chuyên gia và người dân tham gia vào quá trình hoạch định chính sách đồng thời thực hiện chức năng phản biện xã hội của truyền thông, các nhà truyền thông chính sách cần phát huy tối đa ưu thế của các loại hình truyền thông để đưa những nội dung dự thảo đến được với đối tượng mục tiêu của mình. Việc xây dựng tài liệu truyền thông hiệu quả và có chiến lược sử dụng hợp lý là một trong những điều kiện tiên quyết để thu hút được sự quan tâm của dư luận đối với những vấn đề dự thảo cũng như khuyến khích được người dân tìm hiểu, góp ý, thảo luận, phản biện... góp phần hoàn thiện chính sách.

Với thị hiếu công chúng ngày càng thay đổi như hiện nay, các sản phẩm truyền thông truyền thống chỉ sử dụng chữ viết đơn thuần khó có thể tiếp cận được với số đông công chúng. Để khắc phục điều này, các tài liệu truyền thông dự thảo chính sách có thể lựa chọn hình thức thông điệp kết hợp cả chữ viết, hình ảnh, đồ họa hoặc các phương tiện trực quan khác như video clip, mega story... (gọi chung là tài liệu truyền thông trực quan) hướng đến thu hút và tác động mạnh mẽ tới đa giác quan của người tiếp nhận. Thị giác luôn được đánh giá là giác quan thu nhiều thông tin từ thế giới bên ngoài nhất của con người, do đó, một sản phẩm truyền thông sẽ khó thực hiện được chức năng truyền tải thông điệp hiệu quả khi không có phần hình thức hấp dẫn, chất lượng. Một thông điệp hay mà không có phần thể hiện tốt thì cũng giống như một bài hát hay mà không có ca sĩ trình bày. Điều quan trọng mà mỗi người làm truyền thông cần nhớ đó là công chúng sẽ tiếp cận đầu tiên với các sản phẩm truyền thông trước khi biết tới thông điệp. Ấn tượng về hình ảnh, màu sắc, bố cục, âm thanh, ánh sáng... của sản phẩm truyền thông đóng vai trò rất quan trọng để công chúng đón nhận, dành thời gian và nhớ đến. Điều này càng có ý nghĩa hơn đối với các sản phẩm truyền thông về chính sách mà giai đoạn đầu tiên rất cần thu hút đông đảo công chúng là giai đoạn truyền thông các các vấn đề dự thảo.

1. Khái quát về tài liệu truyền thông trực quan

1.1. Khái niệm

Phương pháp trực quan là hình thức tác động chủ yếu vào các giác quan (thị giác, thính giác, xúc giác) của đối tượng nhằm tạo ấn tượng về một vấn đề nhất định. Trong lĩnh vực truyền thông, phương pháp truyền thông trực quan (visual communication) là cách thức chủ thể truyền thông sử dụng hình ảnh,

video, infographic, các trang trình chiếu ấn tượng... tác động chủ yếu vào thị giác, thính giác của công chúng nhằm truyền tải thông điệp một cách sinh động, hấp dẫn.

Khi truyền thông dự thảo chính sách, để tăng tính hấp dẫn, tính tương tác và tăng hiệu quả tác động, chủ thể truyền thông có thể sử dụng các loại hình tài liệu truyền thông trực quan. *Tài liệu truyền thông chính sách trực quan là một loại hình phương tiện truyền thông sử dụng các sản phẩm thiết kế có sự kết hợp giữa ngôn ngữ viết và các công cụ hỗ trợ trực quan (hình ảnh, bảng biểu, infographic, biểu tượng, âm thanh, ánh sáng...) để truyền bá và trao đổi thông tin chính sách giữa cơ quan truyền thông và công chúng trong chu trình chính sách công.*

Sử dụng các loại hình tài liệu trực quan trong truyền thông dự thảo chính sách thực chất là biện pháp tác động vào tâm lý, gây ra xúc cảm lôi cuốn đối tượng, dựa trên những nghiên cứu về cơ chế tiếp nhận và xử lý thông tin của não bộ. Các kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng: trên thực tế có 93% các cuộc hội thoại tồn tại dưới dạng phi ngôn ngữ; bộ não con người xử lý nội dung trực quan nhanh gấp 60.000 lần so với nội dung thuần chữ; 40% con người phản hồi với hình ảnh tốt hơn chữ viết; 50% chúng ta có não bộ hoạt động đặc biệt tích cực khi xử lý hình ảnh; sử dụng infographic thu hút lượt tương tác nhiều hơn trung bình 12%. Do đó, truyền thông trực quan có thể tác động mạnh vào tâm trí, cảm xúc của người xem hơn việc chỉ sử dụng văn bản dạng chữ viết đơn thuần. Hình ảnh và các công cụ hỗ trợ trực quan khác như: bảng biểu, biểu tượng, ý nghĩa của màu sắc, bố cục, chất liệu, kiểu chữ, sơ đồ, infographic, video... được sáng tạo độc đáo theo các cách khác nhau trong các tài liệu truyền thông sẽ tạo ra sự thu hút với đối tượng cả ở nội dung thông điệp lẫn hình thức biểu hiện.

Khi nội dung dự thảo của các chính sách, các quy định và nhiệm vụ thực thi chính sách được chuyển tải từ ngôn ngữ viết sang ngôn ngữ biểu tượng thông qua phương pháp hình ảnh hoá, mô hình hoá,

dữ liệu hoá... đối tượng tiếp nhận sẽ nhanh chóng và dễ dàng nhận diện được những điểm mấu chốt của thông điệp, những căn cứ chủ yếu, những việc phải làm, những dấu mốc quan trọng... thậm chí cả tư tưởng tình cảm chủ đạo được gửi gắm trong tài liệu trực quan. Quá trình nhận thức qua đó diễn ra sinh động hơn, hấp dẫn hơn và dễ dàng ghi nhớ hơn để tiến tới những thay đổi tích cực trong thái độ tiếp nhận và dễ dàng ghi nhớ vấn đề theo mục đích của chủ thể truyền thông. Các loại hình tài liệu này có thể sử dụng ở tất cả các giai đoạn trong chu trình truyền thông chính sách, khi cần khái quát nội dung thông tin và cần tác động mạnh mẽ để thu hút sự quan tâm của đối tượng tiếp nhận từ đó tích cực tham gia đóng góp ý kiến, kích thích các cuộc thảo luận, trao đổi... để hoàn thiện chính sách. Các loại hình tài liệu truyền thông trực quan như tờ rơi, tờ gấp, khẩu hiệu, bảng quảng cáo điện tử, áp phích ảnh, túi thông tin, video clip, mega story... phần lớn đều có thể sử dụng phổ biến trong khâu truyền thông dự thảo chính sách, nhằm giải thích, nhấn mạnh tầm quan trọng, tính cấp thiết của chính sách, các vấn đề chính sách, quy định chính sách cần thực hiện và động viên, cổ vũ, kêu gọi, khích lệ việc góp ý dự thảo trong quần chúng. Ngoài ra các loại hình tài liệu kể trên cũng có thể sử dụng trong thể hiện kết quả các cuộc khảo sát, trưng cầu ý kiến góp ý dự thảo chính sách; tổng hợp thư bạn đọc, hòm thư góp ý hoặc đường dây nóng, kết quả tiếp xúc cử tri... để truyền thông đến các nhà hoạch định chính sách một cách hiệu quả.

Trong tổng thể một kế hoạch truyền thông chính sách, các loại tài liệu truyền thông trực quan giữ vai trò như một loại tài liệu thông tin được phổ biến rộng rãi và kịp thời đến các đối tượng mục tiêu. Chúng được sử dụng song song với các loại hình truyền thông và các kênh truyền thông khác để nhấn mạnh thông điệp, nâng cao hiệu suất truyền thông, tần suất tiếp nhận thông điệp và hiệu quả truyền thông cho các dự thảo chính sách. Ít có trường hợp tài liệu truyền thông trực quan trở thành phương thức duy nhất được các chủ thể truyền thông lựa chọn khi cần truyền thông cho một dự thảo chính sách cụ thể nào đó. Vì để đối tượng tiếp nhận hiểu được ý nghĩa của các đồ họa, các hình ảnh biểu tượng, các nội dung thông tin đã được chắt lọc... thì trước đó chủ thể truyền thông cần sử dụng các loại hình truyền thông khác nhau trang bị những thông tin nền về các vấn đề chính sách liên quan cho công chúng. Do đó, tùy thuộc vào đặc trưng chính sách được dự thảo, quy mô chính sách, điều kiện nhân lực, tài lực mà chủ thể truyền thông lựa chọn xây dựng và sử dụng một hoặc kết hợp các loại hình tài liệu cho phù hợp.

1.2. Đặc điểm

Với đặc trưng của loại hình tài liệu không chỉ sử dụng ngôn ngữ viết đơn thuần mà có sự kết hợp đa dạng, linh hoạt với các công cụ hỗ trợ trực quan, tài liệu truyền thông trực quan có những đặc điểm riêng trong cách truyền tải thông điệp tới công chúng.

Thứ nhất, tài liệu truyền thông trực quan luôn truyền tải thông điệp một cách ngắn gọn, rõ ràng, cụ thể và nhanh chóng.

Các sản phẩm truyền thông trực quan thường có dung lượng ngắn, số lượng chữ không nhiều mà chủ yếu truyền tải thông điệp bằng hình ảnh, đồ họa, bảng biểu, clip... Do đó, nội dung và các vấn đề dự thảo chính sách cần truyền thông được cô đọng lại ngắn gọn nhất có thể với những điểm quan trọng nhất, nổi bật nhất, dễ hiểu nhất để chuyển tải đến công chúng. Thông điệp trong các tài liệu truyền thông trực quan là sản phẩm của quá trình khái quát hoá và mã hoá dự thảo chính sách để đối tượng tiếp nhận có thể ngay lập tức hiểu được nội dung chứa đựng sau các hình ảnh, màu sắc, đường nét... một cách rõ ràng, cụ thể. Hình ảnh, đồ họa, bảng biểu hay các biểu tượng được thể hiện trong tài liệu... là những công cụ hỗ trợ hiệu quả trong những trường hợp khó diễn đạt được dễ hiểu hoặc ngắn gọn bằng ngôn từ. (Có thể hình dung điều này trong trường hợp miêu tả về hình tròn thì mọi định nghĩa hay lời giải thích đều không thể nào nhanh chóng và dễ hiểu hơn chính hình ảnh về hình tròn.)

Về tốc độ tiếp nhận thông tin, nếu cùng được đặt vào một cuộc đua, thì văn bản viết thuần túy không thể chiến thắng được hình ảnh. Vì khi tiếp xúc với các hình ảnh trực quan, não bộ con người sẽ xuất hiện cảm giác thị giác với tốc độ dưới 1/10 giây (nhanh hơn thời gian đọc hết câu này). Tốc độ này nhanh gấp 60.000 lần so với tốc độ não bộ xử lý thông tin từ văn bản viết. Bằng cách dịch chuyển hàng ngàn con chữ từ văn bản dự thảo chính sách vào tài liệu truyền thông trực quan, chủ thể truyền thông đã nâng cao cả cơ hội tiếp cận đối tượng mục tiêu lẫn tốc độ tiếp nhận thông điệp cho sản phẩm của mình. Công chúng sẽ được thấy những gì cần tiếp nhận thay vì phải đọc những lời giải thích, phân tích, tưởng tượng...

Thứ hai, tài liệu truyền thông trực quan có khả năng tạo ấn tượng và tác động mạnh vào cảm xúc của đối tượng.

Các yếu tố thị giác trong tài liệu truyền thông trực quan thực chất chính là sự cụ thể hoá của những ý tưởng truyền thông. Những ý tưởng được chủ thể truyền thông sáng tạo và phát triển nhằm tạo ấn tượng, thu hút sự chú ý của công chúng. Đôi khi tiêu chí đánh giá những ấn phẩm này không phải là đẹp hay xấu mà là sự phù hợp và hiệu quả hay không. Phù hợp với thời điểm; phù hợp với

tâm lý đám đông; phù hợp với nhu cầu thông tin của đối tượng; phù hợp với văn hoá, thói quen, nếp sống, trình độ của đối tượng mục tiêu... sẽ ảnh hưởng đến khả năng kết nối với đối tượng tiếp nhận và khả năng truyền tải thông điệp của sản phẩm.

Tuy nhiên, mỗi tài liệu truyền thông trực quan vừa là một sản phẩm truyền thông vừa là một sản phẩm nghệ thuật độc nhất. Trên cơ sở phân tích nội dung dự thảo chính sách, nội dung thông điệp, đối tượng tiếp nhận và các điều kiện liên quan, chủ thể truyền thông sáng tạo và thiết kế nên các hình ảnh biểu tượng, đồ hoạ, bảng biểu, logo... từ sự phối hợp tinh tế, khéo léo và độc đáo của màu sắc, hình khối, đường nét, bố cục, bộ chữ... Để triển khai các hoạt động trong chiến lược truyền thông, những sản phẩm này được nhân bản với số lượng lớn nhưng không có phiên bản lặp lại ở nơi khác, trong chuỗi sự kiện khác. Điều này tạo nên sự mới mẻ và hấp dẫn đối với công chúng. Đồng thời sự phối hợp màu sắc, đường nét, logo, hình ảnh biểu tượng... được sử dụng thống nhất có thể trở thành dấu hiệu định vị hay bộ nhận diện cho bản thân chính sách hoặc cho cơ quan truyền thông thực hiện sản phẩm. Điều này giúp nâng cao tỉ lệ ghi nhớ của công chúng đối với chính sách đang dự thảo.

Trong quá trình cảm giác, tri giác, biểu tượng, khi con người tiếp nhận thông tin ngôn ngữ và thông tin biểu tượng từ các tài liệu truyền thông trực quan thì những ấn tượng, hiểu biết, tình cảm vốn có của cá nhân được khơi dậy và trở thành ấn tượng ban đầu đối với thông điệp. Ấn tượng và cảm xúc mà các yếu tố thị giác mang lại có sức ảnh hưởng rất lớn đến nhận thức, thái độ, tình cảm của đối tượng và chính cảm xúc sẽ dẫn đến những động cơ thúc đẩy hành vi.

Thứ ba, tài liệu truyền thông trực quan giúp đối tượng ghi nhớ thông điệp và lưu giữ thông tin tốt hơn.

Các yếu tố thị giác có thể gây ra những tác động mạnh đối với con người thông qua những dấu ấn chúng để lại trên não bộ. Với các dẫn chứng nghiên cứu và phân tích, tác giả John R. Rossiter chỉ ra rằng hình ảnh có tác động mạnh hơn lời nói vì trí nhớ dài hạn về hình ảnh có sức chứa gần như vô hạn và quá trình biến đổi làm phai nhạt diễn ra rất chậm. Trong khi trí nhớ dài hạn về ngôn từ không có được điều này¹. Các nghiên cứu tâm lý não bộ cũng chỉ ra rằng: so với hình ảnh thị giác thì nội dung văn bản hoặc lời nói chỉ được ghi nhớ khoảng 10% – 20% sau 2 tuần, trong khi con số đó của hình ảnh thị giác lên tới 50% thông điệp được ghi nhớ sau 2 tuần. Đây là một trong những lý do khiến tài liệu

¹ Dẫn theo Đào Thị Hải Đăng (2013), *Đề cương bài giảng Thiết kế và trình bày sản phẩm quan hệ công chúng*, Đề tài khoa học cấp Cơ sở Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Tr.17

truyền thông trực quan xuất hiện nhiều trong các kế hoạch truyền thông tổng thể để làm đậm nét thêm thông điệp truyền thông, tăng cường tần suất tác động và khả năng ghi nhớ thông điệp cần truyền tải. Việc lặp đi lặp lại thông điệp cộng thêm với tính năng ghi nhớ và lưu giữ thông tin sâu từ các tài liệu trực quan tạo nên hiệu quả tác động lớn đối với đối tượng chính sách.

1.3. Các dạng tài liệu truyền thông trực quan

Có nhiều cách để phân loại tài liệu truyền thông trực quan, dựa vào các tiêu chí khác nhau: mục đích sử dụng, nội dung chủ đề, loại hình công nghệ sử dụng trong sản xuất, phương pháp tiếp cận và tiếp nhận thông điệp... Một số dạng tài liệu truyền thông trực quan phổ biến: tờ rơi, tờ gấp, khẩu hiệu, áp phích, infographic, bảng quảng cáo điện tử, video clip, mega story... Trong đó khẩu hiệu, tờ rơi, tờ gấp, áp phích là những loại hình sản phẩm truyền thông trên nền tảng công nghệ in ấn truyền thống. Infographic, bảng quảng cáo điện tử là những sản phẩm truyền thông mới đang ngày càng phổ biến, được sản xuất và sáng tạo bằng công nghệ hiện đại. Video clip và Mega story là những loại hình tài liệu truyền thông đa phương tiện được xây dựng trên nền tảng truyền thông số.

2. Kết cấu tài liệu truyền thông trực quan

Mặc dù mỗi loại hình tài liệu truyền thông trực quan có đặc điểm và điều kiện sử dụng khác nhau nhưng với cùng phương thức tác động chủ yếu vào thị giác đối tượng, các sản phẩm này đều có sự kết hợp giữa ngôn ngữ viết với các công cụ hỗ trợ trực quan cơ bản: hình ảnh, âm thanh, màu sắc, ánh sáng, bộ chữ, bố cục, chất liệu, kích thước... để tạo được ấn tượng, lôi cuốn công chúng và tác động được vào tình cảm, cảm xúc của họ. Sự khác biệt của mỗi loại hình tài liệu truyền thông trực quan phụ thuộc vào nội dung chủ đề, nội dung thông tin chúng mang lại cho đối tượng; tỉ lệ kết hợp giữa chữ viết và các nội dung trực quan; cách thức sắp xếp, thiết kế các nội dung trực quan.

Một tài liệu truyền thông trực quan thường bao gồm một số hoặc tất cả các yếu tố hình thức sau đây. Các yếu tố cấu thành nên tài liệu truyền thông trực quan phải tạo điều kiện thuận lợi cho việc tri giác tài liệu. Chất lượng, hiệu quả truyền thông của tài liệu phụ thuộc vào khả năng phát huy ưu thế của các yếu tố này trong việc chuyển tải nội dung dự thảo chính sách và tác động đến thị giác, cảm xúc của đối tượng.

2.1. Hình ảnh

Trong các công cụ hỗ trợ trực quan hay còn gọi là nội dung trực quan thì hình ảnh giữ vị trí đầu tiên về hiệu quả tác động. Vì hình ảnh có thể tạo ra những tác động mạnh đối với thị giác và tâm lý của con người. Bản thân hình ảnh luôn hàm chứa nhiều thông điệp và tự nó tạo ra những ấn tượng riêng cho người xem. Những sản phẩm truyền thông có hình ảnh bao giờ cũng thu hút sự quan tâm của độc giả nhiều hơn. Một sản phẩm truyền thông có hình ảnh tốt có khả năng dẫn dắt người xem tiếp tục theo dõi nội dung lời đề tiếp cận với thông điệp và các thông tin cụ thể của nội dung. Và ngược lại, công chúng có xu hướng nhớ về thông điệp dưới dạng các mảnh ghép hình ảnh hơn là nội dung lời của thông điệp. Do đó, trong văn bản truyền thông trực quan, hình ảnh không chỉ là minh họa làm rõ hay xác thực thông tin đơn thuần mà còn mang tính hình tượng, hàm ý những nội dung đòi hỏi sự giải mã của công chúng.

Đối với phần hình ảnh trong tài liệu truyền thông trực quan, chủ thể truyền thông có hai lựa chọn. Một là sử dụng ảnh chụp, hai là sử dụng hình vẽ đồ họa. Ảnh chụp thường mang lại cảm giác chân thực, tạo tính tin cậy. Để nhấn mạnh nội dung thông điệp, người soạn thảo và thiết kế có thể sử dụng các kỹ thuật: cắt ảnh có chọn lọc, tập trung vào các chi tiết, chọn góc nhìn đặc biệt... Hình vẽ đồ họa thường là sản phẩm của trí tưởng tượng và mang tính biểu tượng cao, được thiết kế và sáng tạo một cách có chủ đích theo nội dung thông điệp mong muốn truyền tải. Hiện nay những công cụ đồ họa máy tính cho phép nhà thiết kế chỉnh sửa ảnh chụp theo chủ ý một cách dễ dàng. Vì vậy, chủ thể truyền thông hoàn toàn có thể kết hợp tư duy vẽ sáng tạo và việc chỉnh sửa ảnh chụp để tạo ra những hình ảnh mới lạ, độc đáo phù hợp với mục tiêu truyền thông. Trong việc sử dụng hình ảnh, chủ thể sáng tạo cũng cần quan tâm đến yếu tố đường nét: đường thẳng hoặc cong, đậm hoặc nhạt, liên tục hoặc đứt đoạn... Đường nét truyền đạt tâm trạng của chính nó. Nếu nó nằm ngang, nó thể hiện sự bình lặng; nếu đứng thẳng, nó thể hiện sự tôn nghiêm; nếu là đường chéo, nó thể hiện sự sống động; nếu là đường cong, nó thể hiện sự uyển chuyển...

2.2. Màu sắc

Trong các sản phẩm trực quan, có thể nói yếu tố màu sắc quan trọng hơn bất kỳ chất liệu nào. Màu sắc là yếu tố tác động đầu tiên đến thị giác người nhìn và màu sắc là yếu tố mang đến cái hồn của sản phẩm. Với những sản phẩm có sử dụng màu sắc thì mục đích đầu tiên là để gây chú ý với người qua lại và thu hút sự quan tâm của họ. Do đó, để tạo được ấn tượng tích cực đầu tiên, lôi kéo công chúng đọc nội dung hoặc quan sát kỹ hơn tài liệu thì người thiết kế cần sử dụng màu sắc tốt. Sử dụng màu sắc trong tài liệu truyền thông trực quan thể hiện

ở cả việc phối màu trong ảnh chụp, ảnh vẽ, ảnh đồ hoạ và cả màu chữ, màu nền...

Cần đảm bảo rằng những màu sắc được chọn lựa sẽ làm người nhìn cảm thấy dễ chịu, hài hoà chứ không xung đột một cách tiêu cực. Cần nắm được các nguyên tắc kết hợp trên vòng tròn màu để có sự kết hợp tương thích với tinh thần của thông điệp. Các màu sắc nếu phối với nhau cũng cần lựa chọn để hỗ trợ cho nhau chứ không tương phản nhau trong việc làm nổi bật nội dung chính. Nhìn một cách tổng thể, càng sử dụng ít màu càng dễ tri giác nhưng phải sử dụng hợp lý. Màu sắc tổng thể cần phù hợp với nội dung chủ đề, phù hợp với tâm lý đối tượng mục tiêu. Nên sử dụng những màu tươi, khoẻ và sáng sủa.

Ngoài khả năng thu hút, màu sắc còn tạo cảm xúc, góp phần thể hiện thông điệp do các giác quan của con người được khơi dậy bởi hình ảnh, đặc biệt là màu sắc. Mỗi màu sắc sẽ khơi gợi những sắc thái cảm xúc khác nhau. Chẳng hạn màu đỏ khơi gợi hào hứng, nhiệt huyết; màu xanh da trời tạo cảm giác an toàn, tin cậy, gần gũi; màu đen tạo cảm giác mạnh mẽ, bí hiểm... Màu sắc cũng có thể tạo nên không khí cho hình ảnh nhờ vào ý nghĩa tượng trưng của nó đã được mặc định sẵn trong nhận thức của người quan sát. Ví dụ màu đỏ tượng trưng cho tình yêu; màu xanh dương là màu của hy vọng, tôn trọng; màu trắng là sự tinh khiết... Màu sắc cũng đem lại cho người nhìn những cảm giác khác nhau về không gian, về chiều sâu thời gian, về sự sang trọng hay dung dị... Sử dụng màu sắc đúng sẽ tạo cảm giác nhiều chiều cho người nhìn, từ đó dễ chuyển từ tri giác không chủ định sang tri giác có chủ định, tạo được ấn tượng và khắc sâu được nội dung cần nhớ, cần hành động. Như vậy, việc lựa chọn sử dụng màu sắc trong truyền thông cần được cân nhắc để không chỉ tạo được ấn tượng thị giác mà còn tạo hiệu quả về thông điệp.

2.3. Chữ viết

Chữ viết vừa là yếu tố thuộc nội dung truyền thông vừa là yếu tố thuộc hình thức của tài liệu truyền thông trực quan.

Xét ở góc độ nội dung, các kiểu chữ là vỏ hình thức chuyển tải nội dung thông tin hay còn gọi là lời văn. Lời văn đóng vai trò quan trọng trong việc xác định thông tin của tài liệu, khuynh hướng của tài liệu và tăng cường sức tác động của tài liệu tới công chúng. Hiệu quả của tài liệu phụ thuộc vào mức độ hàm súc thông tin, ngắn gọn, độc đáo của cấu trúc ngôn ngữ trong lời văn. Đơn giản hóa cấu trúc ngôn ngữ bằng cách chuyển mã sang ngôn ngữ ký hiệu, phân đoạn giao tiếp là biện pháp nâng cao hiệu lực của lời văn trong hoạt động truyền thông trực quan.

Xét ở góc độ hình thức, yếu tố tác động trước nhất đến thị giác người nhận là kiểu chữ. Trong tài liệu truyền thông trực quan, phần chữ viết không đơn thuần chỉ là nội dung thông tin mà việc thiết kế các chữ cái theo phong cách tạo dáng khác nhau, kích thước khác nhau và sắp xếp chúng trên tài liệu đóng vai trò tác động thị giác rất lớn.

Khi xem xét việc sử dụng kiểu chữ trong tài liệu trực quan, người làm truyền thông cũng cần nắm được một số thuật ngữ cơ bản liên quan: *Bộ chữ* là tất cả những chữ của cùng một ngôn ngữ nào đó. Sự giống nhau về phong cách tạo dáng của những chữ cái trong cùng một ngôn ngữ được gọi là *kiểu chữ*. Và *font chữ* hay *phông chữ* là các thông số định dạng (thường hay đậm), kích thước (nét mảnh hay dày bản) và hình dáng (thẳng hay nghiêng)... cụ thể của một kiểu chữ nhất định.

Có nhiều yếu tố quyết định đến cảm nhận của người xem trước một kiểu chữ và phông chữ nhất định. Những khác biệt giữa hai kiểu chữ có thể rất khó nhận biết nếu chỉ đánh giá từng con chữ, nhưng khi chữ ở cỡ lớn của các tài liệu truyền thông đã in ấn hoặc đã được sắp xếp thành cột – hàng thì sự khác biệt sẽ trở nên rõ nét hơn, có khi ở mức độ đối lập giữa tinh tế hoặc thái quá. Việc lựa chọn kiểu chữ có chân (serif), chữ không chân (sans serif) hay các kiểu chữ cách điệu khác nhau không theo một quy tắc chuẩn mực nào mà dựa vào thẩm mỹ và sự nhạy cảm của nhà thiết kế. Tuy nhiên, cơ sở mỹ thuật đầu tiên để lựa chọn kiểu chữ trong tài liệu truyền thông trực quan phải là dễ đọc, phù hợp với tinh thần chung của thông điệp và công chúng mục tiêu. Đa số các nhà khoa học cho rằng tỷ lệ tương quan tốt nhất giữa chiều cao và chiều rộng của toàn mặt chữ là 1/5, là dễ tri giác nhất. Các chữ trong lời văn phải hài hoà và nằm trong một chỉnh thể thống nhất. Các kiểu chữ khác nhau có sắc thái khác nhau. Những kiểu thiết kế chữ và trình bày quen thuộc thường mang lại hiệu quả tiếp nhận cao hơn. Vì vậy nên tránh những tiêu đề toàn chữ in, tiêu đề có chữ cái sắp xếp theo kiểu bậc thang, tiêu đề trên một đường nghiêng hay có những khoảng cách khác thường. Nhất thiết không được dùng nhiều kiểu chữ trong một tài liệu, sẽ gây rối mắt khi tiếp nhận.

Hiểu biết các bộ chữ và quy luật tạo dáng chữ mới chỉ là giai đoạn đầu để làm chủ những hiểu biết cơ bản về cách kẻ, vẽ, viết các lời văn trong tài liệu trực quan. Giai đoạn hai là phải biết xây dựng bố cục bộ chữ cho hợp lý để đối tượng dễ đọc, dễ nhớ. Trình bày bố cục theo quy tắc: các tiêu đề không nên ngắt đoạn xuống dòng; khoảng cách giữa các dòng phải đều như nhau; nếu dòng cuối ngắn hơn cũng nên bắt đầu từ mép lề bên trái; tất cả các số liệu phải thể hiện

bằng con số; muốn ngắt đoạn giao tiếp phải tăng cường nêu bật nội dung tư tưởng của lời văn và lập thành những khối nghĩa, không nên để thành một khối mảng chữ dày đặc.

2.4. *Bố cục*

Bố cục của tài liệu là cách sắp xếp, bố trí các thành phần nội dung và hình thức theo một trình tự, hệ thống một cách rõ ràng, rành mạch và hợp lý. Từng yếu tố trong tài liệu chưa thể làm nên một tài liệu tốt. Vấn đề là làm thế nào để tạo nên một tổng thể có tính thẩm mỹ và hiệu quả chuyển tải thông điệp tốt, trong đó các yếu tố riêng lẻ phát huy được lợi thế của mình, hỗ trợ lẫn nhau và cùng tập trung thể hiện ý nghĩa của thông điệp truyền thông dự thảo chính sách.

Mỗi loại hình tài liệu truyền thông trực quan sẽ có đặc trưng bố cục riêng, phù hợp với mục đích truyền đạt thông tin của loại hình tài liệu đó. Có thể đó là *bố cục hình ảnh* (phần hình ảnh chiếm khoảng 60-70% tài liệu, còn lại là thông điệp bằng lời và các thông số khác); *bố cục hình nền* (hình ảnh chiếm trọn tài liệu và phần lời được in trên nền ảnh); *bố cục dạng khung* (các khung hình được sắp xếp theo các tỷ lệ khác nhau trong tài liệu); *bố cục nhấn mạnh bằng kiểu chữ* (nhấn mạnh vào tiêu đề, thông điệp lời hơn hình ảnh) hoặc *bố cục tự do*... Tuy nhiên, dù là loại hình tài liệu nào hay lựa chọn bố cục nào, khi cân nhắc về vấn đề này, chủ thể truyền thông cần quan tâm đến những vấn đề sau:

Một là *định hướng điểm nhìn* xuất phát của đối tượng để lựa chọn bố cục. Có thể đặt những yếu tố phụ nhưng hấp dẫn ở điểm xuất phát để dẫn dắt sự theo dõi đến thông tin nổi bật, quan trọng ở phía sau hoặc ngược lại.

Hai là *yếu tố nổi bật*. Mỗi tài liệu trực quan cần có duy nhất một yếu tố nổi bật: hoặc là hình ảnh, hoặc là tiêu đề hoặc là thông điệp. Các yếu tố khác xuất hiện trong vai trò hỗ trợ. tài liệu sẽ không có điểm nhấn nếu có hơn một yếu tố được làm nổi bật.

Ba là *sự thống nhất* về phong cách giữa các yếu tố để tạo thành một chỉnh thể. Một kiểu chữ viết tay mềm mại khó có thể đi cùng một tấm ảnh chụp liên quan đến nội dung chính sách về thể thao hay công nghiệp nặng. Hoặc tông màu trầm, xám khó có thể phù hợp với những chính sách về trẻ em...

Bốn là *các khoảng trống* trong bố cục cần được sử dụng hợp lý nhằm tạo khung hoặc chia tách giữa các yếu tố khác mang nội dung.

Năm là *sự đối lập* giúp nhấn mạnh tính nổi bật của một yếu tố so với những yếu tố còn lại.

Sáu là *tính cân bằng* quyết định vị trí của các yếu tố trong tài liệu trực quan. Các yếu tố trực quan được sắp xếp cân bằng đối xứng sẽ đem lại một tài liệu chuẩn mực, chín chu, cổ điển và có phần cứng nhắc. Sự sắp xếp các yếu tố không đối xứng cho thấy sự năng động, tự do hơn.

Bảy là *tỷ lệ* giữa các yếu tố trong tài liệu. tài liệu sẽ đơn điệu nếu các tỷ lệ thiết kế được chia cân bằng nhau. Trong một tài liệu trực quan tỷ lệ phù hợp thường là 2/3 hoặc 3/5 không gian cho các yếu tố trực quan cần làm nổi bật.

Cuối cùng là *sự đơn giản*. Văn bản sẽ bị rối loạn khiến người nhìn khó nắm bắt nội dung và tư tưởng chủ đạo nếu có quá nhiều yếu tố thiết kế. Các yếu tố trực quan càng được kết hợp đơn giản sẽ càng kết nối với nhau tốt hơn và tạo ra tác động mạnh hơn với đối tượng tiếp nhận.

2.5. Chất liệu

Kết quả của việc soạn thảo và thiết kế các yếu tố nội dung, hình thức trong tài liệu truyền thông trực quan sẽ không được đánh giá đúng mức nếu tài liệu không được phát hành hoặc sản xuất. Xem xét vấn đề chất liệu là khâu cuối cùng trong soạn thảo, thiết kế tài liệu truyền thông trực quan nhưng đôi khi cũng là khâu đầu tiên. Vì chất liệu làm thành phẩm có ảnh hưởng đến màu sắc, đường nét hình ảnh, kinh tế, địa điểm trưng bày... Các chất liệu sản xuất thường có màu sáng như giấy PP, PE hoặc trong suốt như nhựa trong hoặc thủy tinh... Chất liệu có khi cho phép người nhìn có thể thấy được màu và nội dung tài liệu. Đôi khi một thiết kế đơn giản chỉ in một màu lại thật sự làm nổi bật màu chính của thông điệp; màu trắng của chất liệu cho phép thể hiện nội dung tài liệu một cách linh hoạt và nổi bật.

Tuỳ thuộc vào hình ảnh sử dụng, tính chất nội dung, thông điệp cần truyền tải, chiến lược sử dụng tài liệu, thời gian sử dụng, nguồn ngân sách... mà có thể chọn kiểu thành phẩm là cán bóng hay cán mờ, dày hay mỏng, chống thấm hay không...

3. Kỹ năng xây dựng tài liệu truyền thông trực quan trong truyền thông dự thảo chính sách

3.1. Tờ rơi, tờ gấp

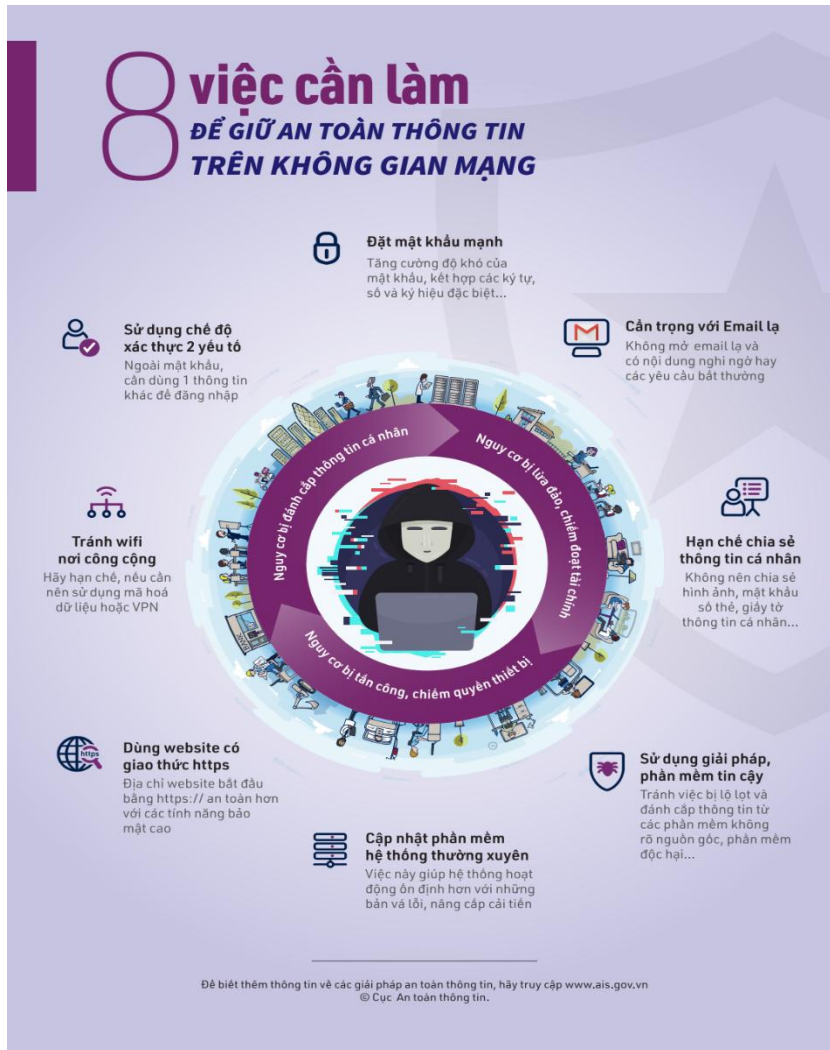
a. Khái niệm và cách thức sử dụng

Tờ rơi là tờ giấy rời để giới thiệu, quảng cáo, tuyên truyền về một sự kiện, dịch vụ, sản phẩm nào đó tới cộng đồng theo cách đại trà. Tờ rơi là một trong những công cụ truyền bá thông tin trực quan tới cộng đồng theo cách đại trà rất hiệu quả và chi phí thấp.

Tờ rơi là loại hình tài liệu có sự kết hợp giữa lời văn và hình ảnh, đồ họa với kích cỡ khác nhau. Tờ rơi thường được in hàng loạt với số lượng lớn rồi phát miễn phí cho người qua đường, dán lên các bảng thông tin hoặc phát ở các nơi diễn ra sự kiện. Đây là hình thức thông tin tự do khi muốn thu hút sự chú ý ở nơi công cộng nhưng tổ chức không có khả năng kinh tế hoặc cảm thấy không cần thiết đăng thông tin trên các phương tiện truyền thông khác. Có ba loại tờ rơi phổ biến là tờ rơi giới thiệu, tờ rơi quảng cáo và tờ rơi tuyên truyền. Các thông tin về dự thảo chính sách gắn với các thông điệp từ cuộc sống như tiết kiệm

nước, sống xanh hay phòng chống dịch bệnh, thiên tai, tệ nạn xã hội, các quy định mới của pháp luật... sẽ được thiết kế ở dạng tờ rơi tuyên truyền để nhấn mạnh tầm quan trọng cũng như hướng dẫn người dân tiếp cận với các nội dung mới trong dự thảo chính sách.

Tờ rơi của Cục an toàn thông tin, Bộ Thông tin và Truyền thông phát hành, thuộc Đề án Tuyên truyền, phổ biến nâng cao nhận thức và trách nhiệm về an



toàn thông tin, năm 2021

Tờ gấp cũng là sản phẩm truyền bá, giới thiệu, tuyên truyền về các sản phẩm, dịch vụ, sự kiện đến với cộng đồng theo cách đại trà. Tờ gấp tương tự như tờ rơi về các yêu cầu thẩm mỹ, sáng tạo cũng như ý nghĩa sử dụng nhưng thường được in nhiều hơn và được gấp lại. Tuy nhiên sự khác biệt chính là ở những đường gấp tạo diện mạo khác cho sản phẩm in này. Khi thiết kế người thiết kế phải tính toán tới các yếu tố về hình ảnh và nội dung khi gấp cũng như

khi duỗi sản phẩm ra. Đặc biệt có những sản phẩm sẽ được người thiết kế thay đổi các cách gấp vào khác nhau, tạo sự độc đáo riêng biệt cho tờ gấp.

Khi cần thể hiện nhiều nội dung thông tin, nhất là cần làm nổi bật những đặc tính của đối tượng, sử dụng nhiều hình ảnh quảng bá thì tờ gấp là lựa chọn hợp lý hơn so với tờ rơi. Đối tượng tiếp nhận có thể sử dụng các thông tin trong tờ gấp để tìm hiểu về sản phẩm hoặc sử dụng các chỉ dẫn trong tờ gấp khi xem lại. Do đó, chất liệu giấy in của tờ gấp thường tốt hơn, chi phí cao hơn so với tờ rơi - loại hình sản phẩm thường chỉ dùng một lần.

Trong hoạt động truyền thông dự thảo chính sách, hầu hết tờ rơi, tờ gấp được sử dụng để thu hút sự quan tâm của công chúng, trả lời các câu hỏi hoặc đưa ra những nguồn thông tin mang tính chỉ dẫn, bổ sung cho những thông tin khác. Ngay cả khi được sử dụng trong các chiến dịch truyền thông lớn cần thuyết phục đối tượng thì tờ rơi, tờ gấp cũng chỉ là các phương tiện hỗ trợ hoặc là một phần của các hoạt động truyền thông khác. Tờ rơi cùng với tờ gấp, brochure có thể được gửi kèm với thông cáo báo chí, thư gửi trực tiếp, để trên giá trưng bày các thông tin hoặc phân phát cho các đối tượng đến tham gia họp báo hoặc các sự kiện.

Những năm gần đây, việc xuất bản tờ rơi bằng dịch vụ in ấn truyền thống đã bị dịch vụ dựa trên internet thay thế. Đồng thời, với các chủ thể truyền thông nhà nước, tùy vào chiến dịch truyền thông, sẽ cân nhắc việc sử dụng hình thức tờ rơi và tờ gấp để hạn chế lãng phí cũng như những ảnh hưởng đến môi trường. Thay vào đó là dạng poster nhỏ để treo, dán cố định tại các địa điểm công cộng, các khu vực sinh hoạt cộng đồng chung hoặc phát trên các bảng quảng cáo điện tử để truyền được thông điệp đến với cộng đồng.

b. Soạn thảo và thiết kế tờ rơi, tờ gấp

Truyền tải thông tin bằng tờ rơi, tờ gấp là sự kết hợp thống nhất giữa nội dung thông điệp và thiết kế hình thức trình bày. Tùy vào quy mô của cơ quan truyền thông, người viết nội dung và người làm thiết kế sản phẩm có thể là một hoặc riêng biệt. Quy trình soạn thảo và thiết kế tờ rơi, tờ gấp thông thường gồm các bước sau: (1) Lên kế hoạch và viết nội dung, (2) Tìm kiếm hình ảnh, (3) Lên ý tưởng thiết kế hình thức (4) Hoàn thiện thiết kế, kiểm tra và in ấn.

(1) Lên kế hoạch và viết nội dung

Bước đầu tiên trong bất kỳ dự án nào cũng chính là lên kế hoạch nội dung, mục tiêu của sản phẩm, yêu cầu tài liệu, đối tượng hướng tới và những thông điệp cần truyền tải là gì. Lên nội dung của tờ rơi, tờ gấp là một trong

những công việc quan trọng vì người làm truyền thông phải xác định rằng công chúng có thể chỉ cầm và xem tờ rơi trong vài giây, thậm chí không có hứng thú với tờ rơi, tờ gấp được phát.

Đầu tiên phải soạn thảo *thông điệp* một cách cô đọng, rõ ràng và dễ nghe nhất. Hãy nhớ nguyên tắc càng ngắn gọn càng tốt. Sau đó mới tìm cách thể hiện nó trên bản thiết kế bằng hình ảnh và đồ họa. Phần lời trong tờ rơi, tờ gấp chỉ nên tập trung cung cấp các thông tin cần thiết, nổi bật nhất mà đối tượng cần phải ghi nhớ nhất. Cách thể hiện phần lời văn cũng nên được viết một cách đơn giản, dễ hiểu nhưng cũng cần sống động, độc đáo, tạo sức lôi cuốn để người đọc sẽ đọc đến cuối sản phẩm.

Một điều đặc trưng tờ rơi, tờ gấp là chúng hiếm khi được đọc theo trật tự tuyến tính như chúng ta vẫn đọc sách. Đây là thứ văn bản mà người đọc chỉ liếc qua và sau đó sẽ tập trung vào thông tin nào thú vị, cần thiết nhất đối với họ. Họ có xu hướng lướt từ dưới lên trên hoặc từ trên xuống dưới một cách vô thức. Như vậy ngoài xác định một chủ đề rõ ràng, người viết nên đặt những điểm cốt yếu thành tit phụ và bôi đậm nó, để bất cứ ai vừa xem lướt qua tờ rơi cũng có thể nắm được những thông điệp chính cho dù họ không có thời gian để đọc kỹ phần nội dung. Mỗi một phần nội dung có tiêu đề phụ này ta có thể gọi là một “khúc”. Mỗi khúc chứa đựng một phần nhỏ của câu chuyện chứ không phải cả câu chuyện. Chúng cũng có nội dung riêng rẽ và được phân trang phù hợp.

(2) *Tìm kiếm hình ảnh*

Nếu những nội dung thông tin không được minh họa bằng hình ảnh ấn tượng và bắt mắt thì chủ thể truyền thông mới đưa thông điệp của mình đi một nửa đường. Vì phần lớn thông tin từ ngôn từ chưa đi được vào cảm xúc của người tiếp nhận.

Tìm kiếm hình ảnh không phải là một công việc đơn giản. Hình ảnh được sử dụng phải phù hợp với chủ đề và nội dung cần truyền tải. Nó có thể được lấy từ kho ảnh sẵn có hoặc phải chụp mới để lấy tư liệu. Loại ảnh nào cũng cần được quan tâm đến vấn đề bản quyền của bức ảnh khi sử dụng.

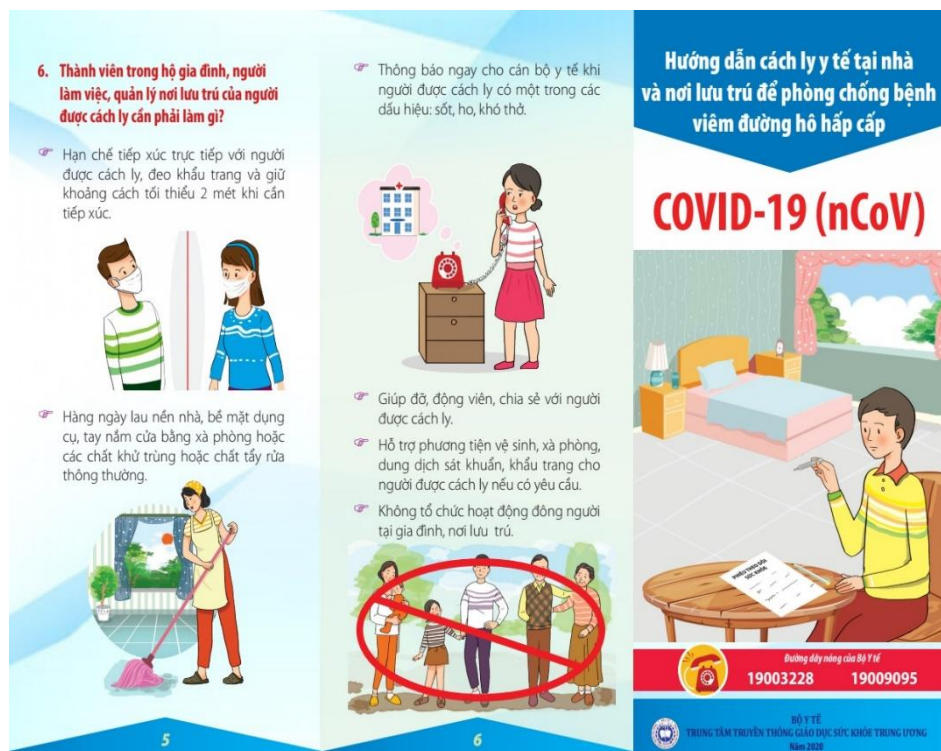
Sau khi có hình ảnh, người viết cần thống nhất với người thiết kế việc kết hợp hình ảnh với lời viết để có một bố cục hợp lý. Cần xác định không gian nào dành cho ảnh và không gian nào dành cho lời viết

(3) Lên ý tưởng thiết kế hình thức

Đây là bước kết hợp hình ảnh và nội dung, lựa chọn màu sắc, font chữ, dàn trang cho tờ rơi, tờ gấp. Các nguyên tắc sử dụng màu sắc và font chữ cần được nghiên cứu kỹ lưỡng và tuân thủ để nổi bật được nội dung và tác động mạnh mẽ vào cảm xúc của người nhận tờ rơi, tờ gấp. Trong thực tiễn, ở bước đầu tiên, kích cỡ, hình dạng, kiểu gấp của sản phẩm đã được mừng tượng nhưng có thể đến bước này mới có thể quyết định được các yếu tố hình thức kể trên. Đôi khi, mọi nguyên tắc cũng có thể bị phá vỡ để hướng đến hiệu quả tác động của sản phẩm truyền thông trực quan.

(4) Hoàn thiện thiết kế, kiểm tra và in ấn

Đây là bước hoàn chỉnh những phác thảo thô trước đó. Người làm thiết kế cần cân nhắc để tìm ra phương án thể hiện ý tưởng một cách độc đáo và tối ưu nhất. Từ đó thêm các chi tiết sắp xếp nhỏ để hoàn thiện sản phẩm.



Cần kiểm tra kỹ lưỡng các lỗi chính tả, lỗi font chữ cũng như kích cỡ, định dạng file thiết kế trước khi gửi đi in ấn với số lượng đã được tính toán.

Để hoàn thiện và phát hành được tờ rơi, tờ gấp, cần phải qua công đoạn in ấn. Trước hết cần xuất chính xác file chuẩn đã được thiết kế và kiểm tra các lỗi kỹ thuật. Sau đó là khâu chọn loại giấy in và phương pháp in ấn phù hợp. Chất lượng giấy đóng một vai trò rất quan trọng khi chủ thể truyền thông muốn thu hút và gây ấn tượng với đối tượng. Nếu một tài liệu được thiết kế tốt, chất lượng tốt, nội dung hay nhưng chất lượng giấy kém thì cơ hội tờ rơi chuyển từ tay nhân viên phát, sang tay người nhận và vào thùng rác ngay sau đó là rất lớn.

Vì cảm quan về chất lượng giấy liên quan đến đánh giá của đối tượng về mức độ đầu tư cho tài liệu, độ tin cậy của thông tin và độ chuyên nghiệp của hoạt động truyền thông.

Tóm lại, để có một tài liệu truyền thông trực quan chất lượng và có hiệu quả tác động cao, khi soạn thảo, thiết kế tờ rơi, tờ gấp, người làm truyền thông cần lưu ý những điểm cốt yếu sau:

- Thông điệp quan trọng nhất nên đưa lên dòng đầu tiên.
- Chọn hình ảnh biểu đạt được nhiều ý nghĩa cần thiết nhất.
- Bố cục rõ ràng, làm nổi bật được những thông tin quan trọng ngay khi nhìn lướt qua.
- Luôn hướng tới tính mỹ thuật và sự hoàn hảo trong thiết kế.

3.2. Áp phích

a. Khái niệm và cách thức sử dụng

Áp phích (affiche) hay poster, bích chương là cách gọi khác nhau của loại hình ấn phẩm in ấn có kích thước tương đối lớn, được thiết kế qua các thủ pháp tạo hình mang tính thẩm mỹ cao nhằm truyền đạt thông tin về sản phẩm, sự kiện hay một vấn đề đến công chúng thông qua tác động thị giác là chủ yếu.

Áp phích thường được in trên giấy, bìa cứng, bạt hiflex hoặc decan PP với nội dung gồm chữ khổ lớn và hình ảnh dễ bắt mắt. Đề tài được nhắc đến trong áp phích có thể là thông báo, cổ động, tuyên truyền hoặc quảng bá.

Với mục đích cung cấp thông tin đến nhiều người nhất có thể, áp phích luôn được đặt ở những nơi đông người qua lại và dễ gây chú ý nhất. Để truyền tải thông tin hiệu quả thì nội dung của áp phích phải thật ngắn gọn, súc tích, đơn giản, dễ hiểu, dễ nhớ và mang tính đại chúng cao nhất; hình ảnh cần giàu tính biểu tượng, chạm được vào cảm xúc của mọi người. Với sự phát triển của internet thì áp phích không còn chỉ giới hạn ở không gian thực tế mà còn được sử dụng phổ biến trên website, mạng xã hội, báo mạng điện tử... với tên gọi khác là banner.

Những loại áp phích phổ biến là áp phích quảng cáo và áp phích tuyên truyền, cổ động, truyền thông dự thảo chính sách hoặc truyền thông thực thi chính sách. Áp phích tuyên truyền hay áp phích truyền thông dự thảo chính sách thường gắn với mục tiêu định hướng nhận thức, làm nổi bật thông tin dự thảo của chính sách. Áp phích loại này có thể in với nhiều loại kích thước khác nhau để có thể treo, dán, cố định tại nhiều vị trí, địa điểm khác nhau. Có những áp

phích được sử dụng với thời gian dài, có loại lại được dùng trong những đợt truyền thông cụ thể gắn với các chính sách nhất định hoặc các phong trào nhất định. Với truyền thông dự thảo chính sách thì các áp phích cần được thay đổi theo các giai đoạn truyền thông khác nhau tùy theo kế hoạch truyền thông cụ thể. Tùy thuộc vào nội dung dự thảo chính sách và thông điệp cần truyền tải mà áp phích được thiết kế dưới dạng hình vẽ hoặc hình ảnh thiết kế là chính kết hợp với khẩu hiệu hoặc áp phích giới thiệu thông tin cụ thể nội dung vấn đề kết hợp với hình minh họa.

b. Soạn thảo và thiết kế áp phích

Soạn thảo và thiết kế áp phích có quy trình tương tự như với tờ rơi, tờ gấp. Tuy nhiên, áp phích thường sử dụng ở dạng kích cỡ lớn do đó có các tiêu chí khác đòi hỏi nhà truyền thông cần chú trọng đến yếu tố thiết kế của sản phẩm.

Nội dung thông tin của áp phích có vai trò quyết định đến loại hình thiết kế của loại hình tài liệu truyền thông trực quan này. Người thiết kế cần xác định rõ mục đích truyền thông khi sử dụng áp phích muốn nhấn mạnh truyền đạt thông điệp bằng hình ảnh hay bằng thông tin. Từ đó xác định phân cấp nội dung để tập trung thiết kế vào thông tin quan trọng nhất.

Thứ nhất, nếu thông điệp bằng hình ảnh là chính, có thể sử dụng loại áp phích dùng hình vẽ hoặc hình ảnh kết hợp với khẩu hiệu. Loại áp phích này có tính chất gần với tranh cổ động hay áp phích cổ động, có tác dụng làm cho người xem tiếp thu ngay được nội dung chính của thông điệp. Các áp phích sẽ được in với kích cỡ rất lớn, xuất hiện trên đường phố, ngã tư, khu vực đông dân cư qua lại để thông điệp đến được với nhiều người, hàng ngày, hàng giờ và trở nên thân thuộc, ăn sâu vào suy nghĩ, hành động để người dân ghi nhớ về sự cần thiết của việc ban hành chính sách mới hoặc ghi nhớ các nội dung nổi bật của dự thảo chính sách. Chẳng hạn áp phích về bầu cử toàn dân, tổng điều tra dân số, thực hiện an toàn giao thông, tiết kiệm năng lượng, phòng chống ma túy, bảo vệ trẻ em, bảo vệ môi trường, đóng thuế...

Khi thiết kế áp phích có tính cổ động cần tập trung vào hai yếu tố trọng yếu: một là câu khẩu hiệu; hai là hình ảnh. Hai yếu tố này được coi như hai loại ngôn ngữ của áp phích.

Lời văn trong áp phích cổ động sẽ chiếm tỉ lệ rất ít, phần lớn chỉ gồm một câu khẩu hiệu được thiết kế lớn, bắt mắt và vài dòng thông tin bổ trợ khác nhỏ hơn không nằm ở trung tâm, bao gồm cả thông tin của cơ quan chính sách hoặc cơ quan truyền thông. Câu khẩu hiệu của áp phích không chỉ đảm nhiệm

việc truyền tải thông điệp chính mà còn phải là một trong hai yếu tố thu hút cái nhìn và cảm xúc của đối tượng. Do đó, về mặt nội dung, chủ thể truyền thông cần vận dụng khả năng sáng tạo ngôn từ, tư duy khái quát hoá, các biện pháp tu từ... để chọn lựa được câu khẩu hiệu bắt tai, độc đáo và thể hiện đúng tinh thần của thông điệp và mang cả hơi thở của thời sự tại thời điểm truyền thông. Về mặt hình thức, khẩu hiệu cần được thể hiện không chỉ là những con chữ đơn thuần mà cần vận dụng các kỹ thuật typography để người đọc thấy dòng khẩu hiệu hiện lên như một tác phẩm. Theo ngôn ngữ thiết kế, typography được hiểu là cách hiển thị của chữ cái hay nghệ thuật "chơi" với các con chữ, thông qua việc lựa chọn, kết hợp các yếu tố font chữ, kiểu chữ, hệ thống phân cấp điều hướng điểm nhìn, khoảng cách dòng, độ giãn từ, khoảng cách chữ cái, độ tương

phản, bo góc...

Hình ảnh trong áp phích cổ động thường chiếm tỉ lệ gần như toàn bộ tài liệu, theo kiểu bố cục hình ảnh (phần



hình ảnh chiếm khoảng 60-70% văn bản, còn lại là thông điệp bằng lời và các thông số khác) hoặc *bố cục hình nền* (hình ảnh chiếm trọn văn bản và phần lời được in trên nền ảnh). Hình ảnh sẽ là phương tiện truyền tải thông điệp chính trong loại hình truyền thông trực quan này, do đó, nhất thiết phải được thiết kế sao cho thể hiện được đúng linh hồn của thông điệp. Hình ảnh sử dụng có thể là ảnh chụp, tranh vẽ, đồ hoạ... nhưng cần chú ý từ các chi tiết nhỏ cho đến bố cục lớn, màu sắc, đường nét... đều hướng đến chuyển tải thông điệp. Đồng thời, với mục đích thu hút sự chú ý và theo dõi của công chúng đối với áp phích, hình ảnh với kích thước lớn này cũng phải là sản phẩm của những ý tưởng sáng tạo độc đáo, không trùng lặp với sản phẩm của sự kiện khác, chính sách khác. Nếu có các chi tiết như logo chính sách, bộ nhận diện cơ quan, tổ chức... cần được sắp xếp phù hợp ở các góc áp phích để không làm rối hình ảnh trọng tâm.

Với sự phát triển của công nghệ hiện đại, ngày nay các áp phích thường được thiết kế đa dạng về ngôn ngữ tạo hình, bố cục và màu sắc. Màu sắc chính sử dụng cho áp phích thường là gam màu tươi sáng, có sức lan toả rộng lớn trong cộng đồng. Nhà thiết kế thường hướng tới những gam màu ấn tượng không theo một trật tự nào trước đó, kết hợp các màu tương phản mạnh để tạo sức lôi cuốn, thu hút thị giác của người xem ở mọi khoảng cách.

Tuy nhiên các yếu tố thiết kế từ chữ viết, hình ảnh, bố cục, màu sắc trong một áp phích đều cần có sự liên quan đến chủ đề truyền thông, phù hợp với lĩnh vực hoạt động của cơ quan chính sách.

Thứ hai, loại áp phích sử dụng thông điệp lời văn nhiều hơn đòi hỏi người xem phải có thời gian dừng lại lâu hơn mới tiếp nhận được đầy đủ thông tin. Loại này gần với dạng thức tờ rơi truyền một mặt nhưng có kích thước lớn. Các áp phích thông tin thường được dán ở các trạm tin, trong hội trường, câu lạc bộ, lớp học, khu vực sinh hoạt cộng đồng của khu dân cư...

Với loại hình áp phích thông tin, ngoài các yêu cầu chung của áp phích thì cần chú trọng hơn cả vào tính súc tích, ngắn gọn, khái quát cao do khuôn khổ giới hạn của tờ áp phích. Đồng thời, người làm truyền thông cần lựa chọn được đúng nội dung thông tin thiết thực, thời sự, đáp ứng đúng nhu cầu thông tin của đối tượng trong thời điểm truyền thông, chứ không phải là toàn bộ nội dung chính sách. Chỉ có đảm bảo được yếu tố này mới có thể giữ chân được người xem, dừng lại đọc hết những gì áp phích muốn truyền tải. Mục đích của loại áp phích này thường nhằm chỉ dẫn, nhắc nhở hành động, giải thích những vấn đề phức tạp, khó nắm bắt... cho công chúng. Do đó, khi đã thoả mãn được nhu cầu thông tin, đối tượng tiếp nhận dễ dẫn đến nhàm chán, thờ ơ với tài liệu. Người làm truyền thông cần nghiên cứu và tính toán điều này, cùng với những biến đổi của thực tế chính sách để có phương án thay mới các tài liệu khác góp phần nâng cao hiệu quả tác động.

Về hình thức trình bày, áp phích thông tin cần được tính toán kỹ lưỡng về sự hài hoà, cân đối bố cục giữa hình với chữ, giữa hình với nền, phần chính với phần phụ, mảng nhỏ cũng cần tương phản với mảng lớn. Loại áp phích này thường được thiết kế theo *bố cục dạng khung* (các khung hình được sắp xếp theo các tỷ lệ khác nhau trong văn bản); *bố cục nhấn mạnh bằng kiểu chữ* (nhấn mạnh vào tiêu đề, thông điệp lời hơn hình ảnh) hoặc *bố cục*

tự do. Các nguyên tắc về sử dụng màu sắc và kết hợp màu sắc đều tuân theo quy định chung trong thiết kế tài liệu truyền thông trực quan.

3.3. Đồ họa thông tin

a. Khái niệm, đặc điểm và cách thức sử dụng

Đồ họa thông tin là thuật ngữ bắt nguồn từ chữ viết tắt trong tiếng Anh: infographic (information graphic); là dạng thức thể hiện thông tin, dữ liệu hoặc kiến thức phức tạp bằng những thiết kế hình ảnh, màu sắc sinh động, bắt mắt giúp truyền đạt nội dung nhanh chóng, rõ ràng, hiệu quả.

Với đặc trưng truyền tải thông tin chủ yếu dưới dạng đồ họa, thông qua sự kết hợp, lồng ghép các yếu tố hỗ trợ trực quan như biểu tượng, ký hiệu, bản đồ, sơ đồ... infographic không chỉ truyền đạt được các ý tưởng, khái niệm, vấn đề mà còn có thể cho người đọc thấy được xu hướng và đặc điểm của thông tin được nói đến rất rành mạch và dễ hiểu.

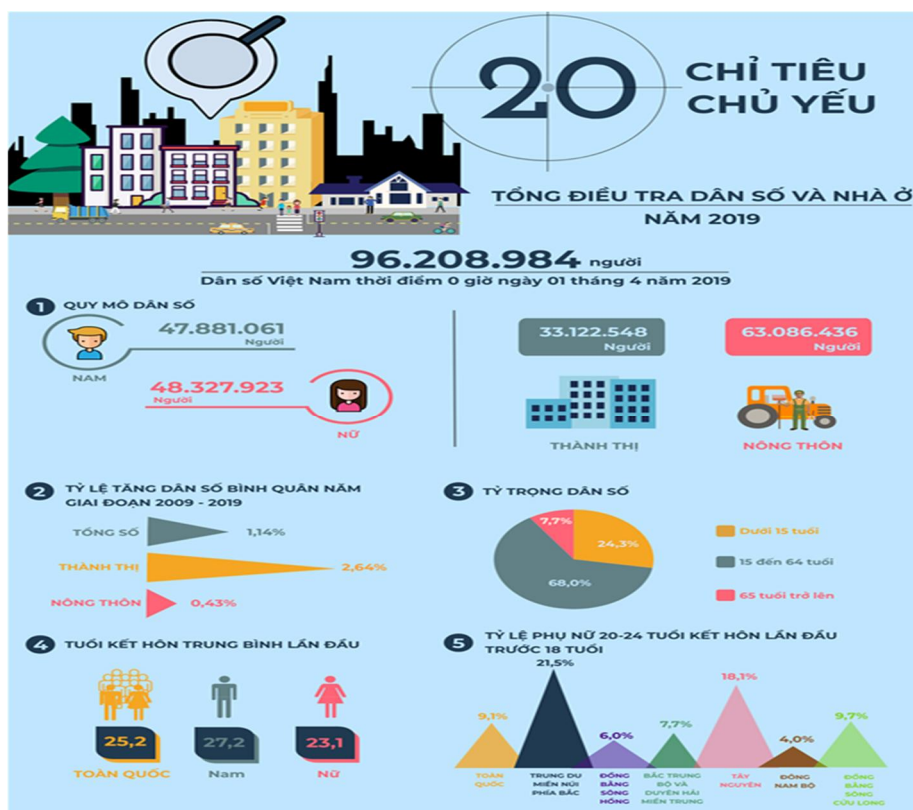
Đồ họa thông tin phù hợp khi cần truyền tải những dạng nội dung sau: giải thích vấn đề hoặc khái niệm; trình bày quy trình; giải thích tiến trình; so



sánh đối tượng; tóm tắt báo cáo; trình bày kế hoạch; sơ đồ tư duy; thống kê số liệu; trình bày đặc trưng địa lý. Các dạng thông tin kể trên phần lớn mang tính phức tạp, khó liên tưởng, khó nhớ hoặc khó bao quát. Khi cần truyền tải, các chủ thể truyền thông sẽ đơn giản hóa, khái quát hóa để tinh gọn thông tin bằng hình ảnh, bảng biểu, sơ đồ... những thông tin cốt lõi nhất, chọn lọc nhất. Nhiều dạng nội dung liên quan đến số liệu, thay đổi nhân khẩu, mức thu nhập, tỷ lệ dân số... khó có thể diễn đạt rõ ràng bằng lời văn nhưng có thể dễ dàng được lột tả thông qua những hiệu ứng chuyển màu, đường nét đứt, tông màu... khi sử dụng đồ họa thông tin.

Trong truyền thông dự thảo chính sách, các nội dung chính sách trong nhiều trang văn bản pháp quy có thể được trình bày ngắn gọn trong một bản đồ họa; các chỉ thị của bộ, ban, ngành, các chủ thể chính sách cũng dễ dàng được tóm lược, sơ đồ hóa hay đồ họa hóa thành những tờ cẩm nang tinh gọn nhắc nhở người dân ghi nhớ và thực hiện theo; những vấn đề về chu trình chính sách, lộ trình hiện thực hóa các chủ trương hay các hoạt động chính sách... cũng dễ dàng được cập nhật đến công chúng để tăng cường hàm lượng thông tin chính sách một cách sinh động, gần gũi.

Hiện nay trong hoạt động truyền thông nói chung, infographic được sử dụng ngày càng phổ biến như một loại hình truyền thông trực quan độc lập nhưng cũng xuất hiện nhiều dưới dạng hình ảnh trong các poster, tờ rơi, tờ gấp hoặc bài thuyết trình.



Sự kết hợp hình ảnh, màu sắc, bảng biểu, con số... trong đồ họa thông tin tạo khả năng thu hút sự chú ý và không gây nhầm lẫn với người đọc. Điều làm cho đồ họa thông tin trở nên mạnh mẽ như một công cụ trực quan là khả năng truyền tải một số lượng lớn thông tin nhất định thành những mảng thông tin chính, quan trọng, dễ hiểu và thu hút.

Một nghiên cứu được thực hiện bởi Brooke Barnett và Barbara Miller, công bố trên Tạp chí Nghiên cứu Báo chí Mùa đông 2010 cho biết: "Đồ họa giúp người đọc dễ hiểu hơn văn bản nhưng kém hiệu quả trong việc cắt nghĩa các khái niệm trừu tượng và phức tạp. Trong khi đó, văn bản giúp giải thích chi tiết... Kết hợp văn bản và đồ họa cho phép tận dụng lợi thế và làm giảm điểm yếu của cả hai phương tiện."²

b. Soạn thảo và thiết kế đồ họa thông tin

Ngày nay, để tạo một đồ họa thông tin không còn khó. Các dự án truyền thông, tùy vào điều kiện ngân sách và nhân sự, có thể linh hoạt thuê một agency (các công ty dịch vụ truyền thông quảng cáo) để thiết kế các đồ họa thông tin quan trọng hoặc đối với những bài đăng nhỏ hơn, các chủ thể truyền thông có thể tự làm bằng các website hỗ trợ thiết kế với rất nhiều mẫu giao diện như Canva, Venngage, Piktochart hay Befunky.

Để tạo ra một đồ họa thông tin tốt chủ thể truyền thông cần có kế hoạch sáng tạo với một bản phác thảo infographic. Quá trình tạo một bản phác thảo sẽ giúp người viết sắp xếp thông tin và đảm bảo rằng nội dung cần truyền đạt thích hợp trong một infographic. Thông thường có thể tạo một phác thảo đồ họa thông tin từ nội dung hiện có qua các bước sau:

- Nghiên cứu nội dung cần truyền thông và đối tượng mục tiêu.
- Xác định điểm chính trong nội dung cần thể hiện.
- Xác định tiêu đề, tiêu đề chính, tiêu đề phụ và các sự kiện.
- Thu thập số liệu, hình ảnh và các dữ kiện cần thiết.
- Xem xét độ dài của các đoạn nội dung và luận điểm.
- Chọn loại mẫu cho nội dung và các ý tưởng sơ lược về loại biểu đồ, dạng khung hình....
- Triển khai các ghi chú thiết kế cho bộ phận thiết kế.

² Dẫn theo https://vi.wikipedia.org/wiki/%C4%90%E1%BB%93_h%E1%BB%8Da_th%C3%B4ng_tin

Giống như bất kỳ thiết kế nào, infographic cần một mục tiêu cơ bản để hoàn thành. Thông thường, nhiệm vụ của một infographic là biến những thông tin phức tạp trở nên dễ hiểu hơn thông qua đồ họa. Vì vậy, cần xác định rõ các yêu cầu về nội dung thông tin và hình thức thiết kế càng dễ hiểu càng tốt.

Về nội dung thông tin, không cần tất cả những thông tin chi tiết, nhưng dữ liệu tổng thể cần được hệ thống một cách dễ hiểu. Nếu không giữ vững mục tiêu này, thiết kế dễ dàng mắc lỗi: hoặc ôm đồm rối thông tin hoặc sơ lược không rõ thông điệp. Kết quả là một thiết kế với phần nội dung thô được cải tiến nhưng các dữ liệu trình bày không thật sự hấp dẫn và dễ hiểu. Hai là đặt mục tiêu sản phẩm như việc người viết giới thiệu những câu chuyện một cách trực quan. Người viết có thể thử bỏ tất cả phần lời văn trong văn bản và cho một số người chưa từng biết nội dung trước đó xem và đọc thông tin trong thiết kế. Từ đó có thể cải thiện các chi tiết, hình ảnh hoặc màu sắc. Như vậy, nội dung của đồ họa thông tin không chỉ nằm ở lời văn mà nằm ngay trong hình ảnh, sơ đồ, bảng biểu... Những công cụ trực quan này phải làm nhiều hơn là chỉ gây hào hứng và thu hút. Chúng phải giúp người tiếp nhận hiểu và ghi nhớ nội dung thông điệp.

Về hình thức, các yếu tố về loại mẫu đồ họa, đường viền, hình dạng chứa lời văn, màu sắc, hình ảnh, kiểu chữ... đều tác động đến hiệu quả truyền thông. Chọn đúng loại mẫu cho nội dung chính sách cần truyền thông với các chi tiết thiết kế phù hợp là một trong những chìa khóa để có một infographic thành công. Thông thường, các thiết kế sẽ ưu tiên sử dụng các đường, viền và hình để nhóm thông tin liên quan; sử dụng màu sắc tương phản để định hướng sự chú ý của người tiếp nhận; chọn một màu tương phản với tất cả các màu còn lại để làm nổi bật thông tin quan trọng nhất; tạo hệ thống phân cấp văn bản với ba kiểu font chữ khác nhau và cuối cùng là sử dụng hình ảnh, biểu tượng và hình minh họa cho những điều quan trọng trở nên đáng nhớ. Các infographic tốt nhất là các infographic có sự cân bằng giữa các yếu tố trên.

Đồ họa thông tin có thể là sản phẩm kết hợp giữa người viết nội dung và người thiết kế. Nhưng người làm nội dung cần nắm được các yêu cầu cũng như những nguyên tắc cơ bản khi sử dụng và phối kết hợp các yếu tố trong cấu trúc của một bản đồ họa với một dung lượng cho phép nhất định để tinh gọn thông tin phù hợp và hiệu quả nhất.

3.4. Video clip

a. Khái niệm, đặc điểm và cách thức sử dụng

Video clip là sự phối hợp đồng bộ thu hoặc phát một chuỗi các hình ảnh động hoặc tĩnh liên tiếp kết hợp lại với nhau cùng âm thanh được phát triển trên

các thiết bị đa phương tiện. Các yếu tố liên quan tới hoạt động của sự kiện như lời nói, âm thanh, tiếng động được máy quay ghi lại trên băng từ, đĩa kỹ thuật số hoặc thẻ nhớ. Tín hiệu hình ảnh và tín hiệu âm thanh được phát đồng bộ cùng nhau, có thời lượng ngắn, khoảng 10 phút trở lại.

Video clip được coi như những đoạn phim ngắn, xuất hiện năm 2006 như một hiện tượng mới có tầm ảnh hưởng trên internet và các phương tiện truyền thông điện tử. Thực tế trên internet hiện nay, video clip là một file hoàn chỉnh có hình ảnh, âm thanh, tiếng động thể hiện một phần hoặc toàn bộ câu chuyện mà người thực hiện muốn đề cập đến.

Video clip thường được hiểu như một sản phẩm của truyền hình trực tuyến. Hay nói cách khác, đó là những đoạn phim có hình ảnh, âm thanh sống động được truyền trực tuyến qua mạng internet. Trong đó, phần hình ảnh đi kèm với âm thanh, tiếng động được thể hiện bằng ngôn ngữ thông qua thuyết minh, lời bình hoặc chữ viết. Với tư cách là một sản phẩm truyền thông hoàn chỉnh, video clip có tính trọn vẹn về nội dung, hoàn chỉnh về hình thức và được sử dụng để chuyển tải thông điệp. Trong một số trường hợp, video clip chỉ là một yếu tố để phụ trợ, minh họa thêm làm sáng tỏ thêm nội dung thông tin trong tin hoặc bài trên báo mạng điện tử hoặc các trang mạng xã hội.

Xem xét video clip với tư cách một loại hình tài liệu truyền thông dự thảo chính sách hoặc một sản phẩm truyền thông độc lập có thể hiểu: *"video clip là sự kết hợp những hình ảnh động được máy quay ghi lại về hoạt động của con người, sự vật, hiện tượng, sự kiện có thật trong cuộc sống, kết hợp với âm thanh của lời nói, tiếng động, âm nhạc, chữ viết, đồ họa...được truyền qua mạng internet và truyền tải thông điệp dự thảo chính sách đến công chúng."*

Khi sử dụng video clip như một phương tiện truyền thông dự thảo chính sách cần hiểu rõ một số đặc điểm của loại hình tài liệu này:

Thứ nhất, video clip là một kênh chuyển tải thông tin dựa trên nền tảng internet hoặc truyền hình do đó, bản thân mỗi video clip chịu sự quy định của nền tảng phát hành mà chủ thể truyền thông lựa chọn. Chẳng hạn video được đăng tải như một thành tố của một tác phẩm báo mạng điện tử sẽ phải tuân thủ các đặc điểm của một tác phẩm báo chí; video clip độc lập đăng tải trên mạng xã hội như những viral video sẽ có những đặc trưng riêng hoặc những video dạng TVC quảng cáo truyền hình hoặc băng quảng cáo điện tử sẽ phải đảm bảo các tiêu chuẩn khác. Điều này buộc các nhà truyền thông phải cân nhắc sao cho phù hợp với quy mô của chính sách đang dự thảo, nguồn nhân lực, nguồn ngân sách

và thời gian truyền thông cho phép cũng như đối tượng mục tiêu mà họ hướng đến.

Thứ hai, tính hiệu quả của video clip phụ thuộc rất nhiều vào chất lượng đường truyền dữ liệu của Internet cũng như các lập trình viên sản xuất video. Chưa kể đến truyền thông dự thảo chính sách bằng hình thức video có thể không tiếp cận được với những công chúng ở khu vực không có kết nối internet hoặc kết nối khó khăn. Thời gian tải video quá lâu cũng khiến công chúng không đủ kiên nhẫn chờ đợi, chuyển trang hoặc chuyển kênh theo dõi khác sẽ làm giảm đi đáng kể tỉ lệ tiếp cận được đối tượng mục tiêu của chính sách. Do đó, các nhà truyền thông cần cân nhắc kỹ lưỡng việc đầu tư băng thông, đầu tư công nghệ sản xuất, lựa chọn loại video clip hoặc định dạng video phù hợp... để khắc phục những cản trở kể trên.

Thứ ba, so với các loại tài liệu truyền thông in ấn và truyền thông bằng văn bản thuần túy, video clip sở hữu rất nhiều điểm ưu việt như truyền tải thông điệp một cách sinh động, hấp dẫn, dễ thu hút được sự quan tâm của công chúng; tiếp thu thông tin nhanh chóng; tăng tính khách quan, chân thực của thông tin bằng hình ảnh động và âm thanh thực... Với sự phát triển chóng mặt của internet ngày nay cả về số lượng người sử dụng lẫn tốc độ đường truyền, việc thường xuyên xem video clip trở nên phổ biến hơn bao giờ hết ở người dùng. Đồng thời, với sự ra đời của ngày càng nhiều thiết bị hỗ trợ tốt cho việc tiếp cận các video clip, điển hình là các thiết bị di động thông minh, các nhà truyền thông hoàn toàn có thể coi đây là một kênh truyền thông "ở khắp nơi". 45% người dùng hiện nay dành khoảng một giờ để xem video trên facebook hoặc youtube mỗi ngày. Trên nền tảng báo mạng điện tử và các trang mạng xã hội, các video clip cũng tạo ra tỉ lệ tương tác cao thông qua các lượt yêu thích, bình luận và nhất là tỉ lệ chia sẻ video lên đến 1200% so với các ấn phẩm chữ viết và hình ảnh.

Tuy nhiên, sản xuất video clip cần đầu tư nhiều thời gian, nhân lực, ngân sách và điều kiện cơ sở vật chất, công nghệ. Đối với các dự thảo chính sách ngắn hạn, quy mô vừa, chủ thể truyền thông cần cân nhắc việc sử dụng video clip trong chiến lược truyền thông. Vì cũng giống như tờ rơi, tờ gấp, picture, mỗi ấn phẩm in ấn hay video clip đều vừa là một sản phẩm truyền thông dự thảo chính sách nhưng cũng là một tác phẩm nghệ thuật duy nhất, không thể tái sử dụng trong các sự kiện khác, dự án khác. Việc sử dụng video clip trong chu trình truyền thông dự thảo chính sách chỉ phát huy hiệu quả khi các điều kiện về nhân

lực, ngân sách, trang thiết bị kỹ thuật nằm trong điều kiện cho phép của nhà truyền thông.

b. Thiết kế và sản xuất video clip

Hiện nay, video clip đã trở thành một kênh truyền thông vô cùng phổ biến, các cơ quan truyền thông có thể trực tiếp sản xuất và phát hành video những cũng thể sử dụng sản phẩm của các cộng tác viên và chính người dân cung cấp. Có nhiều loại video có thể được sử dụng trong truyền thông nói chung: clip dạng phim, dạng nhạc, clip trailer, clip intro, vlog, viral clip, video clip tin tức, phóng sự hoặc phỏng vấn... Tùy thuộc vào chiến lược truyền thông dự thảo chính sách mà chủ thể truyền thông có thể lựa chọn loại hình video mà mình muốn sử dụng. Mỗi loại hình video clip có đặc điểm khác nhau về dung lượng, định dạng và kiểu thiết kế nhưng đều trải qua một quy trình sản xuất phổ biến chung, bao gồm bốn giai đoạn với các bước cụ thể như sau:

Giai đoạn tiền hậu kỳ: xây dựng ý tưởng kịch bản, lựa chọn cảnh quay. Đây là giai đoạn đầu tiên trong quy trình xây dựng một video clip truyền thông dự thảo chính sách. Ngay sau khi xác định được nội dung cần truyền thông và chiến lược truyền thông trong chu trình chính sách, chủ thể truyền thông cần xác định rõ mục tiêu của video, đối tượng hướng đến và thông điệp cốt lõi video muốn truyền tải. Từ đó lên ý tưởng và lựa chọn cách thể hiện ý tưởng phù hợp. Trước khi có một kịch bản cụ thể cần định rõ một số yếu tố như: phong cách hướng đến, định dạng loại video sẽ làm (talk -show, phỏng vấn, phóng sự hay thảo luận nhóm...), cách thể hiện video (hình ảnh tĩnh chèn chữ lồng tiếng, có lời bình hay không, hiệu ứng hay hoạt hình...), quyết định độ dài và nền tảng phát hành...

Sau khi phác thảo ý tưởng, tiến hành quay thô theo kịch bản và chọn lọc, sắp xếp footage (cảnh quay thô) sao cho thể hiện được ý tưởng đã phác thảo.

Giai đoạn hậu kỳ: sắp xếp cảnh quay và dựng thô. Ở giai đoạn này tác giả sắp xếp các cảnh quay thô chất lượng đã được chọn lọc theo kịch bản đã lên theo dòng thời gian. Những footage được lựa chọn cần được vào trong cùng một trình tự sao cho khớp nhất để tạo được một video mở rộng của từng cảnh sẵn sàng dựng thô video. Trước khi dựng thô cần tham khảo ý kiến về bản nháp để hạn chế sửa đổi nhiều lần.

Dựng thô là công đoạn đầu tiên để dựng video. Ở bước này có thể sử dụng sự hỗ trợ đắc lực của các phần mềm chỉnh sửa video chuyên nghiệp như: Adobe Premiere, Adobe After affect... Khi dựng video, tác giả không chỉ tổ chức các cảnh quay mà tổ chức cả cách dẫn chuyện để tạo ra thông điệp. Cần có

ý kiến trao đổi liên tục về kịch bản, nội dung, lời dẫn hoặc tiếng động, âm nhạc nền, ánh sáng... sao cho thống nhất trước khi chuyển sang phần cắt cuối cùng. Cần làm nổi bật tiêu đề, từ khóa và thông điệp để tinh chỉnh video xoay quanh những yếu tố này.

Giai đoạn tinh chỉnh video. Đây là khâu có tính chất quyết định đến độ mượt mà và mức độ hấp dẫn, độc đáo của video thông qua các thao tác: cắt bỏ cảnh thừa, thêm hiệu ứng, chèn âm thanh, chỉnh màu. Lúc này tác giả cần cân nhắc để chốt phân cảnh, loại bỏ những cảnh thừa, tạo liên kết giữa các đoạn bằng các hiệu ứng hình ảnh, âm thanh sao cho clip chuyển động một cách mượt mà, liền mạch. Tinh chỉnh âm thanh, loại bỏ tiếng ồn và tạp âm, chọn nhạc nền, chọn màu sắc cho video là những thao tác để gia tăng yếu tố cảm xúc và hấp dẫn cho clip.

Giai đoạn hoàn thiện. Trước khi xuất file và đăng tải video lên nền tảng đã chọn, cần rà soát lại các chi tiết một cách tỉ mỉ và xin ý kiến phản hồi từ đội ngũ chuyên gia, ekip sản xuất, một số khán giả để chỉnh sửa lần cuối. Ngoài ra để video clip truyền thông dự thảo chính sách đến được với đông đảo quần chúng nhân dân cũng như thu hút được nhiều ý kiến tương tác xoay quanh nội dung dự thảo, đội ngũ sản xuất cần thực hiện các thao tác tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) và xây dựng chiến lược truyền thông cho sản phẩm của mình. Chẳng hạn: tìm những từ khóa phổ biến, tối ưu hóa tiêu đề, sử dụng mô tả chứa nhiều từ khóa và tag, chiến lược viết bài blog giới thiệu video, xây dựng 3- 5 định dạng khác nhau cho video để đăng tải trên nhiều nền tảng cùng lúc, xây dựng hashtag riêng cho chuỗi tài liệu truyền thông dự thảo chính sách....

3.5. Mega - story

a. Khái niệm, đặc điểm và cách thức sử dụng

Sự phát triển của các xu hướng báo chí truyền thông dưới tác động của khoa học công nghệ và nhu cầu tiếp nhận thông tin mới của công chúng đã tạo điều kiện cho thể loại mega – story (siêu phẩm số) ra đời và phát triển thành một dòng sản phẩm mới. Không chỉ phát triển như một dòng sản phẩm báo chí mang phong cách hiện đại, mega – story còn được xem như một xu hướng thực hiện các siêu phẩm số trong hoạt động truyền thông đại chúng, trong đó có truyền thông dự thảo và truyền thông chính sách, với những nội dung được đầu tư bài bản trên nền tảng đa phương tiện hay tích hợp trên nhiều giao diện. Việc phát triển dòng sản phẩm mega – story trong truyền thông dự thảo chính sách vừa hướng tới được đối tượng công chúng trong môi trường truyền thông số, có nhu

cầu đọc lướt, đọc nhanh tin nhưng cũng tiếp cận được cả đối tượng công chúng có nhu cầu đọc chi tiết, đọc sâu.

Theo cách hiểu nghĩa đen thông thường, mega – story là một từ ghép tiếng Anh, cấu thành bởi hai từ: *mega* (siêu lớn, to lớn) và *story* (câu chuyện), tạm dịch là *một câu chuyện lớn*. Câu chuyện lớn này có thể đề cập đến vấn đề, sự kiện lớn, nổi bật và có nội dung chuyên sâu, chi tiết. Câu chuyện lớn này cũng được hiểu ở góc độ hình thức với dung lượng lớn và nhiều phương thức thể hiện hay đa phương tiện. Có thể hiểu *mega – story là một dạng sản phẩm truyền thông có nội dung thông tin toàn cảnh, chuyên sâu về một vấn đề, chủ đề, đề tài cụ thể, xác định và được thể hiện dưới dạng một tác phẩm báo chí có dung lượng lớn trên nền tảng đa phương tiện*.

Khi xây dựng tài liệu truyền thông dạng mega – story, cần lưu ý một số đặc điểm nội dung và hình thức sau:

Về nội dung

Nội dung của mega – story đòi hỏi sự đầu tư kỹ càng về mặt nội dung để có thể chuyển tải lượng thông tin lớn. Do đó, khi xây dựng nội dung tài liệu cần đảm bảo *thông tin khái quát, toàn cảnh, đa chiều; gắn liền với các sự kiện và các diễn biến thời sự* liên quan đến vấn đề dự thảo chính sách. Thông thường đó sẽ là những sự kiện lớn, có tác động đến đông đảo quần chúng và đang được công chúng quan tâm. Cả mega – story lẫn các vấn đề dự thảo chính sách đều là những nội dung và thể loại kén độc giả, do đó lựa chọn vấn đề là một khâu quan trọng khi quyết định xây dựng mega – story. Thế mạnh của mega – story là hệ thống hóa thông tin vấn đề công chúng quan tâm. Tầm bao quát, phạm vi của chủ đề mỗi tác phẩm mega – story thể hiện phải đủ rộng, mức độ tham khảo đủ sâu để giúp công chúng ở nhiều độ tuổi khác nhau, nhiều trình độ khác nhau cũng có thể tiếp cận. Đồng thời nội dung thông tin lại cần có *chiều sâu, chi tiết*. Việc tổ chức thông tin ở một tác phẩm mega – story phải khoa học, có tính phân bổ liều lượng hợp lý, đặc biệt là sự kết hợp và phân cấp thông tin giữa các yếu tố đa phương tiện (văn bản, đồ họa, hình ảnh, video, biểu đồ...) để tất cả những thông tin đều có tác dụng hỗ trợ cho nhau, tác động lẫn nhau, liên kết với nhau tạo nên một câu chuyện vừa toàn cảnh lại vừa chi tiết.

Về hình thức

Hình thức được xem là điểm nổi bật của dòng sản phẩm mega – story. *Mega – story thường có hình thức là một bài viết báo chí dài được thể hiện theo phong cách văn bản phi truyền thống*. Mega – story mang đặc trưng của báo chí dữ liệu, tức bên cạnh việc cung cấp tin tức, còn cung cấp góc nhìn, phong cách

diễn giải cho công chúng lựa chọn qua các chứng cứ, dẫn chứng, số liệu. Những dữ liệu này lại được thể hiện trên các nền tảng kỹ thuật số như âm thanh, hình ảnh, thông tin đồ họa, chữ viết... tạo nên một hệ thống thông tin lớn trong một tài liệu truyền thông. Các yếu tố như văn bản, hình ảnh, âm thanh, video... trong một tác phẩm mega -story đề cập phải đạt đến độ chín chu và nghệ thuật. Mega – story vì thế thể hiện ưu thế của dòng *sản phẩm đa phương tiện và phát huy xu hướng báo chí sáng tạo*, trình bày nội dung chuyên sâu nhưng trong một môi trường thực tại ảo sống động để trải nghiệm và tương tác. Mỗi tác phẩm sẽ là một câu chuyện được kể theo một cách khác nhau với cách bố cục thông tin và thể hiện các yếu tố đa phương tiện không theo một khuôn mẫu nào, thậm chí phi tuyến tính trong cốt truyện, tạo cảm hứng cho công chúng, nhất là với những vấn đề dự thảo chính sách khô khan, kém hấp dẫn. Mega – story khác với những câu chuyện truyền thông bình thường về mặt định hướng tư duy và suy nghĩ của công chúng, điều này rất phù hợp với mục tiêu truyền thông dự thảo chính sách. Vì thế, tác giả cần quan tâm khai thác các yếu tố kết nối ở mức độ sâu, tác động đến hành vi tò mò muốn đọc của công chúng và kích thích để công chúng đem câu chuyện thành chủ đề thảo luận, bàn luận với người khác và tạo tính lan truyền rộng rãi.

Khi sử dụng mega – story như một tài liệu truyền thông dự thảo chính sách đòi hỏi chủ thể truyền thông phải khai thác rất sâu những nội dung dự thảo, dẫn dắt những câu chuyện về sự cần thiết ban hành chính sách, những thay đổi về lợi ích từ chính sách, những tác động của chính sách đến đối tượng... theo một cách mới lạ. Trong đó, tác giả phải khác thác tối đa khả năng đa phương tiện với sự kết hợp hài hòa giữa các yếu tố văn bản, hình ảnh động, hình ảnh tĩnh, âm thanh, đồ họa... trong cùng một sản phẩm. Xây dựng tài liệu truyền thông dạng mega – story đồng nghĩa với chủ thể truyền thông thực hiện sáng tạo nên một sản phẩm kết hợp bởi nhiều xu hướng báo chí truyền thông: xu hướng đa phương tiện và hội tụ truyền thông, xu hướng báo chí sáng tạo, xu hướng báo chí dữ liệu, xu hướng báo chí tương tác, xu hướng báo chí di động và đa nền tảng. Điều này đặt ra đòi hỏi rất cao đối với đội ngũ cán bộ truyền thông cả về trình độ chuyên môn lẫn trình độ kỹ thuật, công nghệ. Kéo theo đó là thời gian đầu tư cho sáng tạo và sản xuất tài liệu rất công phu, vất vả cùng chi phí cho sản xuất cũng rất lớn. Tuy nhiên đây lại là dòng sản phẩm truyền thông có ưu thế vượt trội trong việc tạo ấn tượng đối với độc giả và quần chúng bởi tính mới, tính sáng tạo, tính hấp dẫn mà nó mang lại.

Do đó, tùy thuộc vào lĩnh vực dự thảo, quy mô chính sách, nguồn ngân sách đầu tư cho truyền thông dự thảo, đội ngũ nhân lực và chiến lược truyền

thông dài hay ngắn hạn mà các nhà truyền thông có thể cân nhắc việc sử dụng loại hình tài liệu truyền thông đa phương tiện này.

b. Thiết kế và sản xuất mega - story

Để tổ chức sản xuất dòng sản phẩm mega – story thành công trong chiến lược truyền thông dự thảo chính sách cần phải đáp ứng các điều kiện về con người, kết cấu hạ tầng, công nghệ, kỹ thuật, tài chính... trong đó yếu tố con người là quan trọng nhất. Để xây dựng được một tác phẩm mega – story như một loại hình tài liệu truyền thông dự thảo chính sách, cơ quan truyền thông cần xây dựng được đội ngũ phóng viên, biên tập viên, kỹ thuật viên, chuyên viên thiết kế... có khả năng tổ chức thông tin đa phương tiện, tác nghiệp được ở nhiều loại hình báo chí đồng thời có kiến thức tổng hợp tốt, tìm hiểu kỹ về chủ đề dự thảo chính sách để có thể tổ chức nội dung tốt. Các bộ phận nội dung, ghi hình, thiết kế, đồ họa, biên tập viên... phải có sự kết hợp nhuần nhuyễn, thường xuyên để có thể cho ra một sản phẩm hoàn chỉnh, chất lượng và đạt hiệu quả truyền thông cao.

Quy trình sáng tạo tác phẩm báo chí đa phương tiện trên báo điện tử bao gồm 8 bước sau đây: Một là, tìm hiểu và nghiên cứu thực tế; Hai là, chọn đề tài, chủ đề, tư tưởng chủ đề cho tác phẩm; Ba là, thu thập thông tin, tổng hợp tư liệu, liên hệ với những người liên quan để phỏng vấn, ghi âm hoặc tiến hành quay phim tại thực địa, thẩm định thông tin liên quan; Bốn là, xem lại và xử lý các dữ liệu đã thu thập được; Năm là, chuẩn định dạng các file văn bản, âm thanh, hình ảnh; Sáu là, lựa chọn hình thức thể hiện tác phẩm hiệu quả nhất có thể và tiến hành thể hiện tác phẩm; Bảy là, duyệt và xuất bản; Tám là, lắng nghe thông tin phản hồi qua các kênh khác nhau. Để đảm bảo tiến độ truyền thông cũng như chất lượng sản phẩm, chủ thể truyền thông dự thảo chính sách cần có sự phân công nhiệm vụ cụ thể cho từng cá nhân, bộ phận theo trình tự hợp lý và khoa học sao cho phù hợp nhất với thực tiễn nguồn lực hiện có.

Để xây dựng được một sản phẩm mega – story, cần nắm vững các yếu tố cấu thành nên tác phẩm và các yêu cầu cần đảm bảo với từng thành tố. Cụ thể như sau:

Một là, chữ viết. Mặc dù những thành phần khác trong tính đa phương tiện có sức hấp dẫn và ưu điểm vượt trội, song văn bản vẫn là thành phần không thể thiếu của các sản phẩm báo chí – truyền thông nói chung và mega – story nói riêng. Bản thân văn bản có khả năng truyền tải đầy đủ và trọn vẹn những nội dung thông điệp về dự thảo chính sách.

Chữ viết sẽ thể hiện nội dung chính, dẫn dắt bài viết và được kết hợp với hình ảnh tĩnh, đồ họa để tăng tính hấp dẫn, chân thực của thông tin. Ngoài ra văn bản còn được dùng để chú thích, bổ trợ, cung cấp, làm rõ nội dung thông tin cho các đoạn video, hình ảnh, đồ họa...

Kiểu chữ, cỡ chữ, màu sắc chữ... đóng vai trò quan trọng nhất định làm tăng hay giảm tính hấp dẫn của sản phẩm mega – story. Vì vậy các yếu tố hình thức thể hiện phần văn bản sẽ được tính toán kỹ lưỡng bởi đội ngũ thiết kế. Chữ viết trở nên linh hoạt với những phần trích dẫn được bố trí đẹp mắt. Chữ ở tit bài thường sử dụng hiệu ứng...

Hai là, hình ảnh tĩnh. Hình ảnh tĩnh bao gồm ảnh chụp và ảnh minh họa. Nó là thành phần được dùng nhiều và đóng vai trò quan trọng vào thành công của tác phẩm để làm nổi bật cảm xúc, nhấn mạnh thông tin, lôi cuốn công chúng. Ảnh trên mega – story có thể đứng độc lập, có thể kết hợp với văn bản hoặc dùng làm đường dẫn tới các nội dung khác. Việc bố trí những bức ảnh xem kẽ một cách hợp lý giữa các khối chữ, các đoạn văn sẽ làm độc giả bớt nhàm chán, đơn điệu khi tiếp cận thông tin và giúp mắt được nghỉ ngơi khi đọc những bài viết dài. Số lượng, kích thước và vị trí sắp xếp ảnh tùy thuộc vào từng nội dung truyền thông, thường được thiết kế toàn màn hình (theo chiều ngang) với phần trích dẫn đặt rải rác toàn bài viết hoặc chèn trong những bức ảnh tràn màn hình.

Ba là, hình ảnh động. Hình ảnh động trên mega – story thường được thể hiện qua hai hình thức là silde show và animation. Hình thức trình diễn ảnh (Slide show) gồm nhiều hình ảnh khác nhau được sắp xếp theo một ý đồ nhất định. Các hình ảnh tự động hiển thị nối tiếp nhau trên màn hình giao diện nhằm diễn đạt nội dung thông tin nhất định, có chủ đích. Tùy theo thiết kế kỹ thuật, sức sáng tạo trong khâu tổ chức của từng sản phẩm mà các slide show sẽ có cách thức xuất hiện, tốc độ, giao diện trình diễn... khác nhau. Một loại hình khác của ảnh động là animation. Đây là ảnh động được tạo ra từ sự kết hợp nhiều hình ảnh tĩnh, gần giống với nguyên lý làm phim hoạt hình. Các hình ảnh động thường sử dụng làm cover cho phần giới thiệu sản phẩm, khiến sản phẩm trở nên sinh động và hấp dẫn hơn. Mặt khác, với dung lượng không quá lớn, animation phù hợp với việc hiển thị ngay để thu hút độc giả ngay cả khi cấu hình của nguồn phát không cao và tốc độ đường truyền internet không đủ tốt để chạy một tập tin video.

Bốn là, âm thanh. Âm thanh là một trong những yếu tố đa phương tiện được sử dụng trong các tác phẩm báo chí – truyền thông có tác dụng tạo nên sự

gần gũi hơn với đối tượng tiếp nhận bởi có sự xuất hiện của tiếng nói, tiếng động của cuộc sống và dễ tác động vào cảm xúc của công chúng thông qua âm nhạc nền. Đối với các video phỏng vấn nhân vật, ghi âm lời nhân chứng hay phản ánh thực trạng, thực tiễn vấn đề... các tập tin âm thanh làm tăng sức thuyết phục, tính chính xác của sản phẩm truyền thông.

Năm là, video. Video mang lại hình ảnh chân thật và sống động bởi đó là phương tiện tốt nhất để miêu tả hình ảnh động. Nói cách khác, nó giúp công chúng có thể theo dõi diễn biến của sự việc, có cảm nhận trở thành một phần của câu chuyện đang được truyền tải và qua đó tác động đến cả nhận thức và tình cảm của công chúng.

Sáu là, đồ họa và hiệu ứng đồ họa. Mega – story phát huy các ưu thế của báo chí đa phương tiện qua việc tăng cường đồ họa và hiệu ứng đồ họa để thể hiện thông tin và tăng tính tương tác với công chúng. Đồ họa là những hình được vẽ, thiết kế bằng các chương trình, phần mềm đồ họa ứng dụng trên máy tính để mô tả, minh họa cho các chi tiết, ý tưởng nào đó. Sự kết hợp giữa hình khối và màu sắc trong đồ họa đã tạo ra những hình ảnh, không gian có chiều sâu.

Thông tin đồ họa thực chất là hình thức diễn đạt thông tin bằng đồ thị, biểu đồ, bản đồ, lược đồ... thay cho việc liệt kê các số liệu cụ thể và giúp công chúng dễ dàng nhận thấy dự tương quan giữa các số liệu, dễ hình dung và định lượng những con số liên quan đến lợi ích, thay đổi hoặc độ lớn, nhỏ của vấn đề được truyền thông.

Vấn đề quan trọng nằm ở chỗ, các yếu tố kể trên phải được bố trí, sắp xếp hài hòa từ khâu lựa chọn chủ đề cần truyền thông hay được đặt hàng; lên ý tưởng cho bài viết; lấy thông tin, xử lý thông tin; dựng bố cục bài viết; căn chỉnh hiệu ứng... sao cho liên mạch, cuốn hút và cung cấp được cái nhìn đầy đủ, cặn kẽ về các vấn đề dự thảo chính sách đến công chúng. Cũng giống như với việc xây dựng và phát hành video clip trong truyền thông dự thảo chính sách, các yếu tố siêu liên kết, công cụ tìm kiếm, gắn kết với mạng xã hội... cũng cần được triển khai để tạo sự liên kết, chia sẻ giữa các kênh thông tin, tăng khả năng tương tác, tăng tỉ lệ trao đổi, thảo luận, góp ý để hoàn thiện dự thảo chính sách.

V. KỸ NĂNG TRUYỀN THÔNG DỰ THẢO CHÍNH SÁCH, PHÁP LUẬT TRÊN CÁC PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG

1. Tổng quan về các phương tiện truyền thông đại chúng

Phương tiện truyền thông đại chúng là các công cụ truyền bá thông tin đến đông đảo quần chúng nhân dân. Phương tiện truyền thông đại chúng rất đa dạng nên người ta thường chia thành hai nhóm là phương tiện truyền thông truyền thống và phương tiện truyền thông mới. Phương tiện truyền thông truyền thống bao gồm: Sách, báo chí (báo và tạp chí in, phát thanh, truyền hình), điện ảnh; pano, áp phích khẩu hiệu... Phương tiện truyền thông mới bao gồm: Internet, mạng xã hội và điện thoại thông minh.

Dự thảo chính sách là một chính sách đang trong quá trình hoạch định, chưa hoàn thiện, chưa chính thức, do đó truyền thông dự thảo chính sách chỉ diễn ra trong thời gian ngắn với mục đích là huy động sự tham gia của đông đảo nhân dân vào quá trình hoạch định chính sách và thực hiện chức năng phản biện xã hội của truyền thông. Đây là bước khởi đầu, thu hút sự quan tâm của dư luận và khuyến khích người dân tìm hiểu sau khi chính sách chính thức được ban hành. Truyền thông dự thảo chính sách cần phải tiến hành một cách nhanh chóng, hiệu quả và tiết kiệm cho nên không thể sử dụng các phương tiện truyền thông cần sự đầu tư lớn và hiệu quả lâu dài. Do đó, truyền thông dự thảo chính sách hiện nay thường sử dụng các phương tiện chủ yếu là: báo chí, internet và mạng xã hội.

1.1. Các phương tiện truyền thông truyền thống

Các phương tiện truyền thông truyền thống đã có lịch sử phát triển và ứng dụng lâu đời. Cho tới nay, các phương tiện truyền thông này vẫn giữ được uy tín và vị thế của mình với nhiều sản phẩm được đại đa số công chúng thường xuyên đón nhận bao gồm báo in, tạp chí, phát thanh, truyền hình. Hiện nay, các phương tiện truyền thông truyền thống vẫn là nguồn cung cấp thông tin về chính sách của các quốc gia trên thế giới.

- Báo in và tạp chí.

Báo in và tạp chí chỉ là phương tiện truyền thông có lịch sử phát triển rất lâu đời. Đây là một phương tiện truyền thông có chi phí rất rẻ và có độ tin cậy cao đối với công chúng, dễ dàng tiếp cận đối tượng ở các lứa tuổi. Báo in, tạp chí là cơ quan ngôn luận có tổ chức, có trách nhiệm giải trình và với hàng vạn ấn bản được phát hành hàng ngày. Trong đó, báo in có độ phủ sóng cao và được công chúng biết đến rộng rãi. Chính đặc điểm này khiến báo in vẫn tiếp

tục là phương tiện truyền thông chính sách đáng tin cậy và hiệu quả. Hiện nay, cùng với phát thanh và truyền hình, các chính sách của Đảng và Nhà nước đều được truyền thông qua báo in là chủ yếu.

Tuy vậy, so với các phương tiện truyền thông mới thì thông tin trên báo in, tạp chí thường chậm hơn do tính chất định kỳ và những khó khăn trong khâu phát hành, nhất là ở vùng sâu, vùng xa, đối tượng dân tộc thiểu số. Mặt khác, báo in, tạp chí đòi hỏi đối tượng phải biết chữ phổ thông và người dùng thường phải bỏ ra một khoản kinh phí nhất định để đặt báo hoặc mua báo hàng ngày.

- Phát thanh, truyền hình.

Phát thanh, truyền hình là các phương tiện truyền thông dự thảo chính sách có hiệu quả cao của bất kỳ một quốc gia nào trên thế giới. Tính trực quan, sinh động giúp thông điệp chính sách trở nên thu hút hơn. Trong nhiều thập kỷ, phát thanh, truyền hình luôn đóng vai trò là phương tiện cơ bản để truyền thông chính sách do hiệu quả mạnh, tác động được đến nhiều đối tượng, kịp thời, đáng tin cậy, có khả năng định hướng dư luận xã hội nhanh và hiệu quả.

Tuy vậy, chi phí sản xuất chương trình truyền hình khá đắt và không phù hợp với những nội dung nhỏ và sức ảnh hưởng hạn chế. Người dùng phải bỏ ra một khoản đầu tư khá lớn ban đầu để mua phương tiện. Mặt khác, nếu thông điệp chính sách khô cứng, nhàm chán và bị lặp đi lặp lại nhiều trên sóng phát thanh, truyền hình sẽ tạo cảm giác khó chịu và phản tác dụng. Vì vậy, việc tận dụng ở mức độ vừa phải để có thể biến truyền hình trở thành một công cụ hữu hiệu cho truyền thông chính sách chính là yêu cầu đặt ra trong mục tiêu hành động của truyền thông chính sách, vì xét cho cùng, đây vẫn là kênh truyền thông chính thống, mạnh mẽ và hiệu quả nhất hiện nay.

1.2. Các phương tiện truyền thông mới

Phương tiện truyền thông mới ra đời trên cơ sở ứng dụng nền tảng số và Internet đang ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc quảng bá các hoạt động xã hội, trong đó có truyền thông dự thảo chính sách. Với những ưu thế vượt trội về tốc độ, phạm vi rộng, hấp dẫn, phương tiện truyền thông mới chính là xu hướng phát triển của truyền thông. Ngày càng nhiều quốc gia sử dụng các phương tiện truyền thông mới để truyền thông chính sách. Các phương tiện truyền thông mới bao gồm: Internet, mạng xã hội, điện thoại di động thông minh.

Internet là xa lộ thông tin cho phép lưu trữ, kết nối và truyền tải một lượng thông tin khổng lồ trong đó có thông tin về chính sách. Truyền thông dự

thảo chính sách trên internet có thể thông qua các website, cổng thông tin điện tử, trang tin điện tử, báo điện tử, email.... Bằng các công cụ tìm kiếm, người dùng có thể dễ dàng tìm thấy các chính sách mà họ quan tâm. Với khả năng tương tác, giao lưu trực tuyến, internet giúp cho thông tin về chính sách đến thẳng đối tượng đích nên có thể khắc phục được hiện tượng nhiễu thông tin. Bằng công nghệ hiện đại, nội dung chính sách có thể được chế tác thành các sản phẩm truyền thông đa phương tiện có âm thanh, hình ảnh, chuyển động, sơ đồ, biểu đồ, mô hình hóa... làm cho chính sách trở nên lôi cuốn, hấp dẫn, có khả năng thu hút đông đảo người quan tâm. Do số người dùng internet ngày càng tăng, việc khai thác phương tiện này đem lại hiệu quả tích cực đối với các thông tin về chính sách. Bên cạnh đó, phương tiện này còn giúp cho chủ thể có thể đo lường hiệu quả, từ đó điều chỉnh nội dung, phương thức truyền thông phù hợp với nhu cầu, sở thích của người dùng. Tuy nhiên, truyền thông dự thảo chính sách trên Internet có nhiều bất cập, một trong số chúng là sự tràn lan của những thông tin không chính thống, thông tin xấu độc, giả mạo. Chính điều này có thể làm hạn chế hiệu quả truyền thông chính sách.

Ra đời trên nền tảng của Internet, sự phát triển nhanh chóng của các mạng xã hội đang trở thành công cụ truyền thông mạnh mẽ nhất tại thời điểm hiện tại và trong tương lai. Với số lượng người dùng lớn, nhiều đối tượng và độ tuổi khác nhau đem lại khả năng tiếp cận sâu rộng và truyền bá chính sách đến với người dân. Thêm vào đó, chi phí cho mạng xã hội tiết kiệm hơn nhiều so với các loại hình truyền thông khác như báo chí, phát thanh, truyền hình.

Thông qua internet và mạng xã hội, điện thoại di động thông minh hiện nay cũng đang trở thành một công cụ truyền thông dự thảo chính sách hiệu quả. Bằng công cụ cầm tay nhỏ gọn, người dùng internet và mạng xã hội ngày nay có thể tiếp cận dự thảo chính sách ở bất cứ đâu, thời gian nào mà không phải lệ thuộc vào máy tính như trước đây. Thông qua tính năng chụp ảnh, quay video người dùng có thể phản ánh trực tiếp tâm tư, tình cảm, nguyện vọng của công chúng về chính sách một cách chân thực và sinh động nhất.

Tuy vậy, tính ảo của các mạng xã hội khiến chủ thể truyền thông chính sách khó khoanh vùng và tiếp cận được đối tượng mình mong muốn. Thông tin trên mạng xã hội thường không chính thống nên đa số công chúng sẽ không tin tưởng và đề phòng hơn khi tiếp cận so với một số công cụ truyền thông khác. Những chính sách chỉ mang lại lợi ích cho một bộ phận người dân sẽ khó tìm được tiếng nói đồng thuận từ mạng xã hội.

2. Kỹ năng truyền thông dự thảo chính sách trên báo in

Báo in là phương tiện truyền thông có tính phổ cập, thường xuyên, kịp thời và rộng khắp, rất có ưu thế trong thông tin, tuyên truyền nói chung và truyền thông dự thảo chính sách nói riêng. Hiện nay trên hầu hết các tờ báo in đều có chuyên trang, chuyên mục về chính sách, pháp luật. Việc đăng tải dự thảo chính sách lên báo không mấy khó khăn. Tuy nhiên, do dung lượng chuyên mục có hạn nên không thể đưa toàn văn dự thảo chính sách lên báo mà cần phải sáng tạo các thông điệp truyền thông sao cho việc tiếp nhận của công chúng một cách tự nhiên, dễ tiếp thu nhất.

Truyền thông dự thảo chính sách trên báo in là một phương thức để thực hiện phương châm dân chủ hóa đời sống chính trị của đất nước, huy động đông đảo người dân tham gia vào chu trình chính sách có hiệu quả cao. Báo in làm cho mỗi người dân trong đời sống sinh hoạt thường ngày của mình được tiếp cận với các văn bản dự thảo chính sách khi còn phôi thai một cách trực tiếp, cập nhật, phong phú, đa dạng, sinh động, dễ dàng. Thông qua báo in, tạp chí... người dân có thể biết được Nhà nước chuẩn bị ban hành chính sách gì, nó có ảnh hưởng gì đến lợi ích của mình, của cộng đồng, những điều cần phải làm, những vấn đề phải tham gia ý kiến với cơ quan soạn thảo... Báo in cũng kịp thời uốn nắn những nhận thức lệch lạc, phê phán, nêu rõ các hiện tượng sai trái, cổ tình xuyên tạc, bôi nhọ mục đích của việc ban hành chính sách. Việc làm này có tác động mạnh tới nhận thức tư tưởng, tình cảm của công chúng, thu hút họ quan tâm tìm hiểu và tham gia góp ý vào dự thảo chính sách. Cho nên việc truyền thông dự thảo chính sách thông qua báo in là rất cần thiết, có nhiều ưu thế và là một trong những phương thức truyền thông có hiệu quả cao, được xã hội quan tâm.

2.1. Yêu cầu đối với tin, bài về dự thảo chính sách trên báo in

Tin, bài trên báo in là một thể loại của tác phẩm báo chí phản ánh trung thực một sự kiện, vụ việc mới xảy ra ở một địa điểm, trong một thời điểm cụ thể, có ý nghĩa về mặt chính trị, kinh tế, xã hội được dư luận quan tâm. Để phát huy vai trò của tin, bài trên báo in, người làm truyền thông dự thảo chính sách cần thực hiện một số yêu cầu sau:

- Tính kịp thời: Chính sách ra đời là để giải quyết một vấn đề của thực tiễn đang đặt ra rất nóng bỏng, vì vậy tin tức về dự thảo chính sách bước đầu đáp ứng nhu cầu thông tin của đối tượng. Khi có văn bản dự thảo chính sách, báo chí phải đưa tin nhanh chóng, kịp thời đáp ứng sự khát khao, mong đợi của công chúng thì sẽ thu hút được sự quan tâm của dư luận.

- Tin, bài về dự thảo chính sách phải đảm bảo yêu cầu chính thống và đúng pháp luật: Cách viết tin bài về dự thảo chính sách phải sử dụng ngôn từ chuẩn mực, hình thức thể hiện nghiêm túc, nhất là các chính sách pháp luật.

- Tính chân thực, khách quan: tin bài phải phản ánh đúng nội dung dự thảo chính sách, không cắt xén, suy diễn tùy tiện, cảm tính. Đặc biệt phải làm nổi bật những điểm mới, những biện pháp có tác động, ảnh hưởng mạnh mẽ đến lợi ích của người dân.

- Tin, bài đăng trên báo nào phải tuân thủ theo tôn chỉ, mục đích và phù hợp với công chúng của tờ báo đó.

- Tính định hướng đúng đắn của thông tin: Tin, bài phải thực hiện đúng mục tiêu của truyền thông dự thảo chính sách, đó là thu hút sự quan tâm và tham gia góp ý của người dân theo tinh thần xây dựng. Do đó, tin bài phải gợi mở, khuyến khích công chúng tham gia vào những vấn đề có ý kiến khác nhau, không vì những hạn chế của bản dự thảo mà chỉ trích, phê phán Đảng, Nhà nước hoặc cơ quan soạn thảo chính sách.

- Yêu cầu ngắn gọn, súc tích, chính xác, ngôn ngữ giản dị, trong sáng, dễ hiểu, cách thể hiện phong phú, hấp dẫn mang tính dẫn dắt, gợi mở, khuyến khích tranh luận, phản biện.

Các yêu cầu đặt ra đối với tin, bài viết về dự thảo chính sách có mối quan hệ biện chứng, thống nhất với nhau, không thể coi nhẹ hoặc bỏ qua bất cứ yêu cầu nào.

2.2. Kỹ năng viết tin, bài truyền thông dự thảo chính sách trên báo in

2.2.1. Chọn vấn đề, nội dung để viết tin, bài

Nội dung truyền thông phải là những vấn đề cơ bản, cốt lõi trong dự thảo chính sách có tính chất tiêu biểu, có ý nghĩa quan trọng trong từng phạm vi, từng thời điểm, đồng thời đó là những nội dung hoàn toàn mới mẻ, nóng hổi tính thời sự, có nhiều quan điểm trái chiều. Ví dụ: dự thảo quy định về tuổi nghỉ hưu dài hơn, việc đưa môn lịch sử thành môn tự chọn trong chương trình phổ thông trung học; quy định về tiêu chuẩn phong hàm phó giáo sư, giáo sư với những yêu cầu cao hơn quy định trước đây... Cần tránh xu hướng viết tin, bài chỉ nêu tên, giới thiệu qua loa về một số nội dung của dự thảo chính sách, không có tính chất gợi mở, gây tò mò, tranh luận.

2.2.2. Lựa chọn cách thể hiện

Khi một nội dung dự thảo chính sách được thể hiện dưới một hình thức tin, bài phù hợp sẽ làm tăng tính hiệu quả của thông tin. Ban đầu, với các chính sách mới, nhạy cảm cần thu hút sự quan tâm rộng rãi của dư luận thì lựa chọn thể loại tin. Đối với những nội dung lớn, phức tạp, có tính chuyên môn cao, cần trình bày một cách chi tiết, phân tích, nhìn nhận, đánh giá vấn đề từ nhiều góc độ khác nhau thì lựa chọn thể loại bài. Tiếp đó, cần phải căn cứ vào mục đích thông tin để lựa chọn thể loại tin, bài cho phù hợp.

2.2.3. Xác định đối tượng thông tin

Chính sách của Đảng, Nhà nước ban hành để giải quyết mọi vấn đề trong cuộc sống, vì vậy, tin bài về dự thảo chính sách có đối tượng thông tin rộng rãi. Tuy nhiên để tin, bài phát huy hiệu quả, cần xác định cụ thể đối tượng chủ yếu cần được thông tin. Trong đó, đặc biệt là đối tượng đích, tức là những người chịu ảnh hưởng trực tiếp của chính sách sắp ban hành. Trên cơ sở đó, căn cứ vào nhu cầu, lợi ích, trình độ nhận thức, thị hiếu, sở thích nói chung của đối tượng đó mà chọn lọc thông tin, lựa chọn cách thể hiện, ngôn ngữ phù hợp.

2.2.4. Thu thập thông tin

Khác với tin, bài trên báo chí thông thường cần thông tin, số liệu về con người, sự kiện mới. Tin bài về dự thảo chính sách bên cạnh việc nắm chắc nội dung của dự thảo cần phải thu thập luận cứ, luận chứng đầy đủ để bảo vệ hoặc phản biện một vấn đề nào đó. Tuy nhiên, báo chí không làm thay công chúng mà chủ yếu phản ánh được tâm tư, nguyện vọng của người dân và doanh nghiệp đối với dự thảo chính sách. Tùy theo tính chất của vấn đề cần thông tin, người làm truyền thông phải thu thập được những luận cứ, luận chứng, sự kiện, số liệu chính mà thiếu nó thì tin, bài không thể đứng vững được. Bên cạnh đó, cũng cần thu thập các số liệu, sự kiện phụ giúp làm sáng tỏ, tăng sức thuyết phục cho các sự kiện, số liệu chính.

2.2.5. Xử lý thông tin

Việc xử lý thông tin bao gồm:

- Kiểm tra và nắm vững thông tin: Bên cạnh việc đưa tin nhanh, một trong những nhiệm vụ quan trọng của báo chí là phải đưa tin chính xác. Vì vậy, sau khi thu thập thông tin, cần kiểm tra tính chính xác, khách quan của thông tin. Nếu còn nghi ngờ, phân vân về thông tin nào đó mà chưa có điều kiện kiểm tra, xác minh thì kiên quyết không sử dụng. Việc kiểm tra thông tin

về dự thảo chính sách được thực hiện bằng nhiều cách: thông qua văn bản gốc, thông qua chuyên gia, cơ quan soạn thảo, đối tượng đích...

- Lựa chọn thông tin: Lựa chọn tức là sàng lọc và loại bỏ những thông tin không cần thiết, những thông tin còn nghi ngờ về độ chính xác, chân thực, khách quan.

- Sắp xếp, so sánh, đối chiếu các luồng thông tin, quan điểm, ý kiến khác nhau để đưa tin sao cho vừa mang tính xây dựng vừa mang tính tranh biện dân chủ và khoa học, sắp xếp mối quan hệ giữa các thông tin, mối liên kết để có được cái nhìn bao quát về nội dung bản dự thảo chính sách.

- Nhận dạng, phân biệt, tập trung sự chú ý vào các nội dung mới, có ý kiến khác nhau, ảnh hưởng làm thay đổi hiện thực mạnh mẽ nhất trong tin, bài; đồng thời giải quyết từng điểm để làm cho tin, bài hấp dẫn, dễ hiểu.

2.2.6. Dựng một dàn bài

Xây dựng bố cục cho tin, bài là công đoạn rất quan trọng, có thể nói rằng tính sáng tạo khi viết bài, đưa tin là ở bố cục, sắp xếp vấn đề, số liệu để làm nổi bật chủ đề, gây ấn tượng cảm xúc đối với người đọc. Khi đã xác định được góc độ của bài báo, lựa chọn được thông tin, cần phải làm dàn ý. Việc làm dàn ý bài viết theo một kết cấu nhất định sẽ giúp cho bài viết mạch lạc, người đọc dễ hiểu, dễ cảm nhận được vấn đề mà bài báo phản ánh.

2.2.7. Thực hành viết tin, bài

Tin, bài truyền thông dự thảo chính sách phải thể hiện ngắn gọn, súc tích, rõ ràng, luôn thu hút độc giả từ đầu đến cuối. Ngôn ngữ trong tin, bài trong truyền thông dự thảo chính sách chủ yếu mang tính truyền tải thông tin, trong sáng, dễ hiểu, giản dị, chuẩn xác trong sử dụng thuật ngữ chính luận, pháp lý. Tuy nhiên, thể loại tin, bài cũng rất cần sự sáng tạo trong ngôn ngữ thể hiện, cần sử dụng các hình thức đảo câu, đảo ý để tăng sự hấp dẫn của tin, bài; sử dụng trích dẫn, ví dụ cho phù hợp, góp phần mang lại cho bài viết sự chân thực và sống động... Mỗi đoạn trong tin, bài cần tập trung thể hiện một ý, chuyển đoạn một cách chặt chẽ, logic.

3. Kỹ năng truyền thông dự thảo chính sách trên phát thanh, truyền hình

Ngoài các bản tin được trình bày gần như trên báo in, truyền thông dự thảo chính sách trên phát thanh, truyền hình có thể thông qua các cuộc tọa đàm, trao đổi, các phóng sự nhằm tận dụng ưu thế về âm thanh và hình ảnh để thu hút người nghe, người xem. Truyền thông dự thảo chính sách không giống

như đưa tin, phát hình về con người, sự việc, sự kiện trực tiếp hoặc các chương trình giải trí mà luôn có sự chuẩn bị ghi âm, ghi hình từ trước. Truyền thông dự thảo chính sách trên truyền hình và phát thanh, chủ yếu sử dụng chương trình tọa đàm và các phóng sự về thực trạng vấn đề được đề cập trong nội dung dự thảo chính sách nhằm mục đích minh họa làm sáng rõ sự cần thiết phải ban hành chính sách. Trong quá trình sản xuất các chương trình tọa đàm và các phóng sự về chính sách cần chú ý một số thao tác như sau:

Bước 1: Xây dựng nội dung chi tiết buổi tọa đàm, phóng sự

Trên cơ sở nội dung cơ bản của dự thảo chính sách đã được duyệt trong kế hoạch của Đài, cần huy động phóng viên am hiểu về lĩnh vực mà chính sách đề cập và các chuyên gia để tiến hành xây dựng chi tiết nội dung của chương trình dự kiến phát sóng bảo đảm các yêu cầu về phù hợp với mục đích, đối tượng, đề tài cần truyền thông. Nội dung chương trình phải được bố cục rõ ràng, hợp lý; chính xác về nội dung dự thảo chính sách; được thể hiện ngắn gọn, sinh động, phong phú.

Bước 2: Biên tập, duyệt nội dung chương trình tọa đàm, phóng sự

- Ban biên tập có thể huy động các chuyên gia, ban soạn thảo chính sách góp ý về nội dung chương trình. Nếu bản thảo chưa đạt yêu cầu, Ban biên tập sẽ đề nghị người viết sửa lại theo đúng mục đích, yêu cầu đặt ra trong kế hoạch;

- Nếu bản thảo đạt yêu cầu thì tiếp tục chuyển thể kịch bản cho bộ phận sản xuất chương trình.

Bước 3: Viết kịch bản tọa đàm, phóng sự

Trên cơ sở nội dung chi tiết của chương trình đã được duyệt, bộ phận sản xuất giao nhiệm vụ cho người xây dựng kịch bản. Kịch bản phải bảo đảm các yêu cầu không sai lệch nội dung chi tiết của chương trình đã được duyệt; ngôn ngữ, hình ảnh phải phù hợp với đối tượng và địa bàn truyền thông.

Với chương trình tọa đàm, trao đổi về chính sách cần xây dựng câu hỏi ở nhiều dạng khác nhau, có thể là câu hỏi trực tiếp như: Tại sao lại phải ban hành chính sách? Vì sao dự thảo chính sách lại đưa ra quy định a, b? hoặc câu hỏi gián tiếp thông qua một tình huống, một sự kiện liên qua đến chính sách xảy ra trong thực tế cần phải giải quyết.

Câu hỏi trực tiếp thường dùng để giải thích các khái niệm hoặc thuật ngữ chính trị, pháp lý, các vấn đề có tính lý thuyết. Vì thế, câu trả lời đối với

câu hỏi trực tiếp thường gồm hai phần: giải thích khái niệm sau đó đưa ra ví dụ minh họa.

Đối với câu hỏi gián tiếp, câu trả lời cần phân tích tình huống, sự kiện, chỉ ra các sự kiện liên quan đến chính sách, sau đó đưa ra các luận chứng, luận cứ để ủng hộ hay bác bỏ liên quan đến vấn đề được hỏi.

Bước 4: Biên tập, thẩm định, duyệt kịch bản

- Biên tập lần 1: Nếu kịch bản đã đạt yêu cầu thì chuyển đến các chuyên gia để thẩm định. Trong trường hợp kịch bản chưa đạt yêu cầu thì Ban biên tập đề nghị người viết kịch bản bổ sung, chỉnh sửa lại.

- Thẩm định: Người thẩm định là các chuyên gia trong lĩnh vực mà chính sách đề cập; các chuyên gia thẩm định đọc, góp ý, sửa chữa, bảo đảm tính chính xác về nội dung chính sách, khách mời và tính phù hợp về văn hóa, phong tục, tập quán trong ngôn ngữ thể hiện.

- Biên tập lần 2, duyệt: Trên cơ sở ý kiến của các chuyên gia thẩm định, Ban biên tập đọc lại bản thảo trực tiếp sửa chữa, chỉnh lý, hoàn chỉnh kịch bản. Trưởng ban biên tập đọc, duyệt lần cuối.

Bước 5: Ghi âm, ghi hình buổi tọa đàm và triển khai thực hiện phóng sự

Từ kịch bản của chương trình tọa đàm, phóng sự đã được duyệt, tổ chức dàn dựng chương trình. Quá trình thực hiện vừa tuân thủ kịch bản vừa phát huy sự sáng tạo, thăng hoa của người dẫn và khách mời, cũng như phóng viên tác nghiệp phóng sự.

Bước 6: Phát thanh, phát hình

Truyền thông dự thảo chính sách cần huy động được sự tham gia của đông đảo người dân, vì vậy có thể phát đi, phát lại nhiều lần trên các khung giờ khác nhau hoặc đưa lên trang fanpage của đài để chương trình có sự lan tỏa rộng rãi hơn.

4. Kỹ năng truyền thông dự thảo chính sách trên internet

Do internet có thể chứa đựng một lượng thông tin cực lớn trên các Website, Google Search, các Forum... Với số lượng người sử dụng Internet đông đảo nên việc khai thác phương tiện này đem lại hiệu quả tích cực trong truyền thông dự thảo chính sách. Đặc biệt, internet không chỉ đăng tải thông tin một chiều, chủ thể truyền thông có thể đo lường và hiệu chỉnh từ phân tích hiệu quả sử dụng phương tiện truyền thông này. Với số lượng người truy cập

ngày càng tăng, truyền thông dự thảo chính sách dựa trên nền tảng Internet là một phương thức có hiệu quả để tiếp cận công chúng và thực hiện các mục tiêu truyền thông đã đề ra. Truyền thông dự thảo chính sách trên internet có thể thực hiện theo các phương thức sau đây:

4.1. Cung cấp văn bản dự thảo chính sách

Để phổ biến rộng rãi, nhanh chóng và kịp thời dự thảo chính sách cách đơn giản nhất là đăng tải toàn văn bản dự thảo trên internet. Điều quan trọng nhất khi đưa các văn bản pháp luật lên trên mạng internet là văn bản đó phải đảm bảo tính chính xác. Để có được điều này, chủ thể truyền thông cần dựa vào các nguồn cung cấp văn bản chính thống như: Cổng thông tin điện tử Quốc hội, Cổng thông tin tin điện tử Chính phủ, Công báo của Chính phủ, Công báo địa phương... Bên cạnh đó, có thể đăng tải dự thảo chính sách trên các trang web có độ tin cậy cao như: Cổng thông tin của Bộ Tư pháp: <http://www.moj.gov.vn>, hay Cơ sở dữ liệu Quốc gia về pháp luật tại địa chỉ <http://vbqppl.moj.gov.vn> hoặc văn bản quy phạm pháp luật trên Cổng thông tin điện tử Bộ Lao động, Thương binh và xã hội, Bộ Tài chính, Bộ Kế hoạch và Đầu tư...

Việc cung cấp văn bản dự thảo chính sách cần đảm bảo tính cập nhật, kịp thời cung cấp những thông tin về dự thảo các quy định mới, chính sách mới của Nhà nước đến người dân. Ngoài ra, tính có hệ thống là một yêu cầu quan trọng trong việc lấy ý kiến vào dự thảo chính sách trên Internet, có nghĩa là giúp người dân tra cứu, so sánh các văn bản chính sách đã có và dự thảo chính sách mới từ đó thấy được những điểm mới cần bổ sung, sửa đổi... Bên cạnh việc đăng tải toàn văn dự thảo cần kèm theo lời tóm tắt, giới thiệu những nội dung chính và mới, những vấn đề có ý kiến khác nhau của văn bản dự thảo thì sẽ rất hữu ích, tiện lợi cho người đọc.

4.2. Xây dựng các chuyên mục góp ý vào dự thảo chính sách

Các chuyên mục góp ý vào dự thảo chính sách cung cấp những kiến thức sâu về từng chính sách cụ thể. Các chuyên mục thuộc loại này có thể được xây dựng theo tôn chỉ, mục đích của từng chương trình cũng như đối tượng cần lấy ý kiến tham vấn... Ví dụ như: góp ý của công nhân, nông dân, trí thức, văn nghệ sỹ.... Song song với việc đảm bảo về nội dung bản dự thảo chính sách, các chuyên mục này cần chú ý đến những vấn đề trình bày, biên soạn nội dung cần lấy ý kiến dưới dạng sơ đồ, bảng biểu, hình ảnh sinh động để người đọc dễ theo dõi.

Bên cạnh việc truyền thông thông qua những chuyên mục chuyên sâu có nội dung mang tính lý thuyết nên xây dựng những chuyên mục đi sâu phân tích thực trạng vấn đề mà chính sách đề cập. Thực tế cho thấy cách làm này mang lại hiệu quả cao, người xem dễ hiểu và dễ nhớ. Những khó khăn, vướng mắc, băn khoăn, trăn trở của người dân và doanh nghiệp có thật trong cuộc sống được phân tích dưới góc độ quản lý nhà nước có thể giúp mọi người quan tâm, tham gia ý kiến hoàn thiện chính sách trước khi được ban hành chính thức.

4.3. Số hóa dự thảo chính sách trên internet

Trong xu thế chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ, các sản phẩm truyền thông dự thảo chính sách cũng cần được số hóa để người dân dễ tiếp cận và so sánh giữa bản dự thảo và văn bản chính thức sau này. Đầu tiên, cần căn cứ vào mục đích, đối tượng và nguồn tài liệu về dự thảo chính sách hiện có để lựa chọn sản phẩm truyền thông (bản in, tờ gấp, tờ rơi, đĩa CD, VCD...) đưa lên mạng Internet. Tiếp theo là, chuyển tải nội dung tài liệu từ dạng bản in sang dữ liệu điện tử (ví dụ, đối với ấn phẩm dạng bản in giấy thì dữ liệu điện tử có thể là bản đánh máy). Cần kiểm tra (nghe, đọc soát) để đảm bảo nội dung của dữ liệu điện tử giống nội dung của ấn phẩm đã xuất bản.

Sau khi đã lựa chọn được tài liệu, cần nghiên cứu cách thức đưa lên mạng như đưa dưới dạng file Word, file .RAR hoặc file .PDF... tùy thuộc vào dung lượng của tài liệu, tính năng kỹ thuật của trang Web... Đối với những tài liệu có dung lượng không lớn, có thể đưa dưới dạng đơn giản là file Word. Các file đính kèm dạng .RAR hoặc .PDF có thể sử dụng trong trường hợp tài liệu có dung lượng lớn, tuy nhiên cần có chương trình tương thích để xem, đọc.

- Tổ chức giao lưu trực tuyến qua các phần mềm MS team, Google meet...

Hiện nay hình thức giao lưu trực tuyến đang ngày càng trở nên phổ biến. Có rất nhiều báo điện tử tổ chức các diễn đàn để độc giả có cơ hội trao đổi với những nhân vật nổi tiếng, những chuyên gia trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Bên cạnh đó, một số cơ quan quản lý nhà nước ở cấp trung ương như Chính phủ, các bộ, ngành và một số địa phương đã tổ chức thành công hình thức đối thoại chính sách rất hiệu quả thông qua các phần mềm trực tuyến trên internet.

5. Kỹ năng truyền thông dự thảo chính sách trên mạng xã hội

Với sự phát triển chóng mặt của các mạng xã hội như hiện nay, vị thế của nó đang dần trở thành mũi nhọn của truyền thông tại thời điểm hiện tại và trong tương lai. Mạng xã hội với số lượng lớn, nhiều đối tượng, độ tuổi đem lại khả năng tiếp cận sâu rộng và quảng bá nội dung cơ bản của dự thảo chính sách đến mọi đối tượng. Thêm vào đó, chi phí bỏ ra cũng sẽ tiết kiệm hơn nhiều so với truyền hình, báo in. Chính sự gia tăng về mặt số lượng các phương tiện truyền thông buộc người làm truyền thông chính sách cần biến nó trở thành một công cụ hiệu quả và triệt để. Bối cảnh phát triển của mạng xã hội, Internet và cuộc cách mạng 4.0 tạo ra rất nhiều cơ hội và không gian để truyền thông dự thảo chính sách được sâu rộng hơn, hiệu quả hơn và tạo ra nhiều đột phá trong truyền thông.

Tuy vậy, thông tin ở trên mạng xã hội đa chiều, không chính thống nên, dễ bị lợi dụng, xuyên tạc, chống phá. Vì vậy, sử dụng mạng xã hội trong truyền thông dự thảo chính sách cần chú ý một số kỹ năng sau:

5.1. Nắm bắt thông tin phản hồi về dự thảo chính sách trên mạng xã hội

Trước đây, việc nắm bắt, phân tích, dự báo tình hình tư tưởng trong Đảng và xã hội được thực hiện bằng những phương pháp truyền thống, như: tổ chức các cuộc họp giao ban, qua các báo cáo định kỳ hoặc đột xuất của các ban, ngành, đoàn thể, báo chí chính thống, các cuộc thăm dò dư luận xã hội Khi mạng xã hội phát triển, những phương pháp đó chưa đáp ứng được tính nhanh, nhạy, đa chiều của thông tin. Nguồn thông tin trên mạng xã hội vốn nhanh, nhạy, nhiều chiều, giúp cho việc nắm, phân tích, dự báo tình hình tư tưởng kịp thời, đa dạng, khách quan hơn, nhất là việc nắm bắt những thông tin trái chiều, thông tin thuộc lĩnh vực nhạy cảm mà qua con đường chính thống thường khó nắm bắt được.

Cơ quan truyền thông chính sách cần tổ chức nắm bắt thường xuyên thái độ của người sử dụng mạng xã hội đối với các vấn đề của dự thảo chính sách đã được đăng tải. Theo dõi chặt chẽ tình hình và xu hướng của dư luận xã hội, nghiên cứu, phân tích, kịp thời phát hiện những vấn đề mang tính khuynh hướng, thuộc ý kiến của số đông, bộ phận lớn các giai tầng xã hội. Trên cơ sở đó, các cơ quan soạn thảo chính sách sẽ có những nhận định, đánh giá về chất lượng dự thảo chính sách, những vấn đề cần tiếp thu, sửa chữa, những vấn đề cần tranh luận, bảo vệ.

5.2. Thiết lập các trang fanpage của báo chí để truyền thông dự thảo chính sách được rộng rãi, kịp thời hơn

Mạng xã hội ra đời tạo điều kiện để công chúng dễ dàng tiếp cận hơn đối với từng tác phẩm báo chí. Thông qua mạng xã hội, các cơ quan báo chí cũng có thể thăm dò, nắm bắt dư luận xã hội về dự thảo chính sách. Không chỉ đáp ứng việc trao đổi thông tin hai chiều, mạng xã hội còn làm thay đổi quy trình chính sách theo hướng ngày càng dân chủ hơn, công khai, minh bạch hơn.

Hiện nay, báo chí chính thống là cơ quan cung cấp nguồn thông tin chính xác, có trách nhiệm giải trình nên vẫn được cư dân mạng tin tưởng, tương tác và chia sẻ. Với công nghệ hiện đại, thông qua lập các trang fanpage, group, kênh Youtube, mạng xã hội hoàn toàn có thể trở thành cánh tay nối dài của báo chí trong cung cấp thông tin chính thống và định hướng kịp thời những vấn đề mới, cần trao đổi, tranh luận góp ý vào dự thảo chính sách.

Các cơ quan báo chí phải chủ động lựa chọn các tin, bài phóng sự truyền hình về dự thảo chính sách để đăng tải trên các fanpage. Trong đó, phải lựa chọn các tin bài, hình ảnh nổi bật về dự thảo chính sách trên báo chí chính thống từ đó biên tập ngắn gọn, phù hợp với ngôn ngữ của cư dân mạng để đăng tải lên các trang fanpage và chia sẻ cho các nhóm, cộng đồng để lan tỏa rộng rãi đến công chúng.

Báo chí chính thống cần tạo nên tác phẩm đa phương tiện (multimedia newspackage) hấp dẫn, mới mẻ về hình thức lẫn nội dung như: Video, thông tin đồ họa (Infographic), tin theo dòng sự kiện (Timeline), kể chuyện (Megastory), câu hỏi trắc nghiệm cung cấp thông tin...về dự thảo chính sách. Đây chính là những cách thức đưa tin vừa thể hiện tính tương tác cao, vừa cung cấp thông tin một cách linh hoạt. Trong tương lai, với sự phát triển như vũ bão của kỷ nguyên công nghiệp 4.0, hình thức truyền thông dự thảo chính sách trên mạng xã hội cũng phải phát triển hướng tới những nền tảng mới như các thiết bị thông minh đeo trên người (smart wearables) như vòng đeo tay theo dõi thể lực, tai nghe, đồng hồ thông minh, kính thông minh...

Đối với dự thảo chính sách quan trọng, nhạy cảm, phức tạp ảnh hưởng đến đông đảo người dân, chủ thể truyền thông phải dự báo trước được tình hình, xu hướng để chủ động chiếm lĩnh truyền thông trên mạng. Khi xuất hiện những thông tin xuyên tạc dự thảo chính sách trên mạng xã hội, các cơ quan truyền thông phải nhanh nhạy nắm bắt, đánh giá tác động cụ thể, “giải độc” thông tin kịp thời, giúp người đọc nắm rõ bản chất vấn đề, không để những tin này ảnh hưởng xấu đến cư dân mạng. Đấu tranh, phản bác, đáp trả nhanh nhạy, kịp thời, đồng thời huy động đông đảo cộng đồng mạng tham gia đấu tranh vạch trần bản chất và mục đích xấu xa của các thế lực thù địch.

Tuy nhiên, không nên biến mạng xã hội thành bản sao của các cơ quan báo chí. Vì vậy, thông tin về dự thảo chính sách trên trang fanpage của báo chí cần thể hiện đa dạng, sinh động, bắt mắt, lọt tai, phù hợp với tâm lý giới trẻ và nền tảng truyền thông đa phương tiện giúp người dùng tiếp cận với thông tin dễ dàng và tiện lợi nhất. Về mặt kỹ thuật, cần tiếp tục đầu tư và ứng dụng công nghệ mới cho các cơ quan báo chí. Chú trọng đổi mới, nâng cao phần mềm tương tác và giao diện theo kịp với thiết bị hiện đại như điện thoại thông minh, các thiết bị di động và các thiết bị công nghệ mới khác, tạo điều kiện cho số đông cư dân mạng, nhất là giới trẻ có thể dễ dàng truy cập khai thác, tìm kiếm, chia sẻ và tương tác về dự thảo chính sách trên các trang fanpage. Bên cạnh đó, cần mở thêm các fanpage, blog trên mạng xã hội theo hướng tăng về số lượng, bảo đảm chất lượng với nhiều địa chỉ để tạo ra nhiều kênh tiếp xúc khác nhau, tập trung vào mạng xã hội có số đông người dùng như Facebook, Youtube, Google, Yahoo, Twitter, Instagram, Zalo... Đồng thời, không ngừng hoàn thiện những trang, địa chỉ đã có, có biện pháp đầu tư, xây dựng hình ảnh, nâng cao chất lượng và uy tín các trang có trọng tâm, trọng điểm để tăng tính hấp dẫn, thu hút số lượng đông người truy cập.

5.3. Kỹ năng viết và đăng tải tin, bài truyền thông dự thảo chính sách trên mạng xã hội

Trước đây, khi phương tiện chưa phát triển, báo chí chủ yếu sử dụng phương thức chuyển tải thông tin đơn chiều, tức là chỉ có một chủ thể duy nhất cung cấp, vì thế nội dung thông tin thường theo lối mòn, áp đặt, không có sự tương tác, không chú trọng đến tư tưởng, thái độ, nhu cầu của người dân. Ngày nay, sự phát triển của mạng xã hội đã kết nối thế giới đến từng cá nhân, làm cho việc tiếp cận thông tin không còn độc quyền như trước. Thay vào đó, tất cả mọi người sử dụng mạng đều tham gia vào quá trình tương tác, cung cấp, chia sẻ thông tin như những “nhà báo” độc lập, tạo ra môi trường thông tin đa chiều với nội dung thông tin phong phú, đa dạng. Trong đó, tư tưởng, thái độ, nhu cầu của người dân cũng quyết định đến nội dung và phương thức tuyên truyền trên mạng xã hội. Chính vì thế, truyền thông dự thảo chính sách trên mạng xã hội cần chủ động nắm bắt đặc điểm tâm lý cư dân mạng và tâm trạng xã hội để kịp thời cung cấp thông tin đa chiều, gợi mở về dự thảo chính sách, gắn với thực tiễn đời sống xã hội được dư luận quan tâm. Đó là yêu cầu, là điều kiện tiên quyết để có thể thực hiện truyền thông dự thảo chính sách trên không gian mạng.

Thông tin đa chiều là sự mở rộng không gian truyền thông cả về chiều

rộng, chiều sâu và chiều rộng cảm giữa các chủ thể và khách thể truyền thông. Thông tin về dự thảo chính sách được tiếp cận ở các góc độ khác nhau, đa chiều cả nội dung và hình thức thể hiện, bảo đảm sự tương tác giữa chủ thể cung cấp thông tin và cư dân mạng. Thông tin đa chiều cũng đồng nghĩa với việc thực hiện vai trò là kênh giám sát, phản biện để người dân hiến kế, góp ý, hoàn thiện các chính sách của Đảng và Nhà nước. Chính vì thế, thông tin đa chiều sẽ tạo nên một bầu không khí mới, cởi mở, dân chủ hơn trong môi trường truyền thông xã hội. Thông tin đa chiều phải bảo đảm tính khoa học, có mục đích rõ ràng và có tính định hướng cao. Tức là, khi thông tin về một nội dung chính sách thì phải tiếp cận dưới nhiều góc độ khác nhau nhằm giúp người tiếp nhận thông tin có nhận thức sâu sắc hơn, hiểu rõ bản chất vấn đề. Nếu thông tin đa chiều mà thiếu tính khoa học và tính định hướng sẽ dẫn đến nhiều loạn thông tin, khó kiểm soát được mặt trái của thông tin đa chiều.

Đặc điểm của thông tin trên mạng xã hội là nhanh và nhiều, điều đó đòi hỏi thông điệp truyền thông phải ngắn gọn và nổi bật. Những bài nói, bài viết sâu sắc nhưng dài dòng không dành cho số đông trên mạng xã hội. Những thông tin đơn giản, theo khuôn mẫu rồi đây sẽ có trí tuệ nhân tạo, robot xử lý. Những thông điệp ngắn gọn, giản dị, sinh động, thuyết phục, mang màu sắc riêng, truyền cảm xúc sẽ tồn tại và chiếm ưu thế, bởi đó là cái mà các robot vẫn còn khá lâu nữa mới có thể làm được. Thêm vào đó, những thông tin chính thống mang tính định hướng dư luận vốn chủ yếu xuất hiện trên truyền hình nhà nước và báo in lại rất ít tác động vào giới trẻ, bởi nguồn thông tin đến với họ chủ yếu qua điện thoại thông minh. Cư dân mạng đa số là người trẻ, ít quan tâm đến chính trị, do đó, thông điệp chính sách sẽ chịu sự cạnh tranh rất lớn từ những thông tin trên mạng xã hội vốn ngắn gọn, cụ thể, thiên về cảm xúc, nên đây là một thách thức rất lớn đối với truyền thông chính sách

Hiện nay, chúng ta đã có một hệ thống báo chí chính thống rất hùng hậu để truyền thông chính sách và đang trong quá trình sắp xếp để giảm về số lượng. Vì vậy, không nên và không cần thiết phải biến mạng xã hội thành cơ quan báo chí. Nội dung truyền thông dự thảo chính sách trên mạng xã hội cần được lồng ghép một cách gián tiếp, khéo léo, tinh tế, đời thường hơn. Nếu nhà truyền thông không biến nội dung dự thảo chính sách thành các thông điệp truyền thông phù hợp với môi trường mạng thì rất khó tiếp cận được đối tượng. Vì vậy, cần biến các thông điệp chính sách thành các video ngắn, hình ảnh động; megastory; mô phỏng; các bài đánh giá (review)...

Đặc điểm tâm lý của cư dân mạng thích tin ngắn, bằng hình ảnh, chứa

đựng cảm xúc, không quan tâm đến những vấn đề lý luận cao siêu trừu tượng. Vì vậy, truyền thông trên mạng xã hội không thể đưa những bài lý luận dài dòng mà nên thông qua những nội dung cụ thể có liên quan đến các sự kiện, sự việc có thật, đang diễn ra được nhiều người quan tâm, từ đó dùng thể giới quan, phương pháp luận, lập trường, quan điểm của Đảng để cắt nghĩa, lý giải, đánh giá một cách khách quan, khoa học. Cư dân mạng nói chung không thích bị tuyên truyền, áp đặt, giáo huấn và họ có công cụ để chặn những thông tin không hợp khẩu vị. Vì vậy, truyền thông dự thảo chính sách trên mạng xã hội nên thuyết phục không chỉ bằng luận chứng, luận cứ khoa học mà còn bằng lý lẽ đời thường, có lý và có tình, chứa đựng nhiều cảm xúc, mang màu sắc cá nhân thì mới có thể thâm nhập vào cư dân mạng.

Các tổ chức, cơ quan chức năng của nhà nước và đoàn thể chính trị - xã hội từ Trung ương tới cơ sở cần lập diễn đàn, xây dựng các nhóm, cộng đồng riêng mà nòng cốt là cán bộ, nhân viên của mình, đồng thời kết nạp thêm thành viên, người theo dõi, huy động đông đảo người truy cập tham gia góp ý vào dự thảo chính sách. Thông qua tương tác, chia sẻ của nhóm này, một mặt cung cấp, chia sẻ, lan tỏa đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật Nhà nước, mặt khác phát hiện những vấn đề chưa phù hợp, thiếu khả thi để tiếp thu, chỉnh sửa, hoàn thiện chính sách. Bên cạnh các trang mạng tuyên truyền chính thức, cần sử dụng các tài khoản đăng tải những câu chuyện đơn giản, cảm động, hài hước vui vẻ có liên quan đến dự thảo chính sách để thu hút sự quan tâm của đông đảo người dân. Hình thức trình bày nên nhẹ nhàng, ít mang tính hô hào, kêu gọi, giáo huấn và phải mang bản sắc cá nhân của chủ thể truyền thông.

Cùng với phát huy vai trò của cán bộ, đảng viên, phải đặc biệt coi trọng và phát huy vai trò của những người có uy tín và ảnh hưởng lớn trên mạng xã hội (KOLs, influencers, Vlogger, Youtubers), đó là các trí thức, nhà khoa học, nhà báo, văn nghệ sĩ. Họ nắm giữ các tài khoản mạng xã hội có lượng người theo dõi, tương tác lớn, nguồn thông tin có ảnh hưởng tới người dùng khác về hành vi sử dụng mạng xã hội. Kêu gọi, động viên những người có uy tín trên mạng xã hội tham gia góp ý kiến, nêu quan điểm về dự thảo chính sách có liên quan sẽ tạo ảnh hưởng tốt tới cộng đồng mạng, thậm chí hiệu quả hơn rất nhiều những thông tin trên báo chí chính thống.

Bên cạnh việc phát huy lợi thế của Facebook và hoạt động Fanpage, Youtube, Zalo, cần tận dụng một số diễn đàn có số lượng thành viên đông đảo, có tác động đến cộng đồng và dư luận xã hội, như: Twitter, Instagram, Zingme,

Otofun.vn, Clip.vn, Check in Vietnam, Beat.vn, Lamchame.com,... để đăng tải những nội dung cơ bản của dự thảo chính sách. Thành lập các Fanpage, Group trên Facebook, Zalo... phục vụ cho các nhóm đối tượng khác nhau (độ tuổi, ngành nghề, giới tính...), đồng thời xây dựng các trang Facebook cá nhân làm “vệ tinh” nhằm phục vụ các “chiến dịch” truyền thông. Xây dựng một số tài khoản trên mạng xã hội, website, blog có sự đầu tư thích đáng từ các cơ quan chức năng, tạo thành những kênh truyền thông có sức hút để đăng tải dự thảo chính sách. Cần phát huy vai trò của những người điều hành các website, blog, fanpages các nhóm cùng sở thích trong việc đăng tải dự thảo chính sách trên mạng xã hội.

5.5. Kỹ năng viết và đăng tải tin, bài đấu tranh, phản bác thông tin xấu độc về dự thảo chính sách trên không gian mạng

Khi đăng tải dự thảo chính sách cũng là lúc xuất hiện nhiều thông tin xấu độc, xuyên tạc, bôi nhọ xuất hiện và phát tán trên mạng xã hội. Truyền thông dự thảo chính sách không chỉ tuyên truyền, phổ biến nội dung dự thảo chính sách mà còn phải tích cực đấu tranh phản bác thông tin xấu độc trên mạng xã hội hòng làm lung lay đoạn thông tin, kêu gọi người dân tẩy chay dự thảo chính sách hoặc gieo rắc cảm xúc tiêu cực về chính sách sắp ban hành.

Các sản phẩm truyền thông đấu tranh trên mạng xã hội cần đa dạng có thể là các bài chính luận, bút chiến, tin, truyện ngắn, thơ ca, hò vè, tranh biếm họa, video clip... Nội dung các bài viết nên bắt đầu từ thực tiễn, câu chuyện có thật, được mọi người quan tâm để đi đến các nhận định mang tính định hướng dư luận xã hội về dự thảo chính sách.

Để đấu tranh với các thông tin xấu độc về dự thảo chính sách trên mạng xã hội, ngoài lực lượng nòng cốt là đội ngũ chuyên gia, người làm báo, cần có lực lượng tuyên truyền viên đăng tải, biết tương tác, chia sẻ những bài viết phân tích, vạch trần bản chất của những thông tin xấu độc trên mạng xã hội. Chủ động sử dụng các giải pháp công nghệ, kỹ thuật hiện đại để đấu tranh phòng, chống quan điểm sai trái, thù địch trên không gian mạng. Các thế lực thù địch rất tinh vi, xảo quyệt khi triệt để tận dụng các thành tựu khoa học mới, các ứng dụng công nghệ được hỗ trợ từ nước ngoài để phát tán các tin giả, bôi nhọ, xuyên tạc chính sách của Đảng và Nhà nước. Chính vì thế, chủ động áp dụng giải pháp về công nghệ, kỹ thuật hiện đại là một biện pháp đấu tranh có tính ưu việt giúp chúng ta thu thập, nắm bắt được nguồn phát tán thông tin sai trái, thù địch mọi lúc, mọi nơi; đo đếm, định lượng được tốc độ lan truyền bằng thông số cụ thể; tính toán, đánh giá được mức độ nguy hiểm của thông tin xấu

độc. Từ đó đưa ra các biện pháp phù hợp, nhanh chóng ngăn chặn sự lan truyền của thông tin sai trái ngay từ khi xuất hiện, giúp kiểm soát được tình hình sớm.

Sử dụng mạng xã hội trong truyền thông dự thảo chính sách là tất yếu khách quan và là một xu thế không thể đảo ngược được. Nhận thức đúng đắn cả mặt tích cực và tiêu cực của mạng xã hội, tích cực tìm hiểu, học hỏi các kỹ năng, nguyên tắc sử dụng mạng xã hội, các quy định pháp luật, các quy tắc cộng đồng, nâng tầm văn hóa sử dụng mạng xã hội chính là điều kiện tiên quyết để cán bộ truyền thông có thể tận dụng mạng xã hội để nâng cao chất lượng, hiệu quả truyền thông dự thảo chính sách trong thời kỳ mới.

VI. KỸ NĂNG TỔ CHỨC DIỄN ĐÀN, ĐỐI THOẠI LẤY Ý KIẾN DOANH NGHIỆP VỀ DỰ THẢO CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT

“Quyền tự do kinh doanh” lần đầu tiên được ghi nhận trong Hiến pháp năm 1992, đánh dấu sự thay đổi về tư duy phát triển kinh tế của các nhà soạn chính sách nước ta. Từ đó cho đến nay, nước ta đã có hàng loạt các đạo luật lớn, tác động mạnh mẽ đến môi trường kinh doanh và được liên tục sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện theo hướng thúc đẩy “quyền tự do kinh doanh” như Bộ luật dân sự (1995, 2005, 2014), Luật Doanh nghiệp (1999, 2005, 2014, 2020), Luật Đầu tư (2005, 2014, 2020).

Phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa là một trong những định hướng lớn về phát triển đất nước ta. Theo đó, hệ thống pháp luật kinh doanh đóng vai trò rất quan trọng, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng hiện nay. Pháp luật kinh doanh ghi nhận các quyền tự do kinh doanh, tự do cạnh tranh, tự định đoạt và quyền năng động sáng tạo của các công dân, các tổ chức, đồng thời cũng thể hiện sự quản lý của Nhà nước đối với toàn bộ nền kinh tế, đảm bảo hoạt động kinh doanh diễn ra lành mạnh, thúc đẩy doanh nghiệp hoạt động kinh doanh có hiệu quả và bảo đảm trật tự kỷ cương trong hoạt động kinh tế và trật tự xã hội.

Để có được hệ thống pháp luật kinh doanh cơ bản hoàn thiện và có sự cởi mở như hiện nay, bên cạnh sự thay đổi về định hướng, tư duy của các nhà làm luật, còn là sự thay đổi về quy trình soạn thảo chính sách, trong đó tiếng nói của cộng đồng doanh nghiệp - động lực của nền kinh tế, đối tượng chịu sự tác động, chủ thể thực thi pháp luật, ngày càng được coi trọng và là nhân tố quan trọng để định hình chính sách.

Từ năm 1998 đến nay, quy trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật (VBQPPL) được sửa đổi, bổ sung và thay thế nhiều lần (2002, 2008, 2015, 2020) theo hướng ngày càng minh bạch và cởi mở hơn với sự ghi nhận sự tham gia của người dân, doanh nghiệp trong quá trình hoạch định chính sách của Nhà nước. Đây là điểm tích cực, thể hiện sự dân chủ, tiến bộ trong tư duy của các nhà làm luật. Vai trò của cộng đồng doanh nghiệp trong xây dựng pháp luật ngày càng được chú trọng và được đánh giá cao.

Từ Nghị định 161/2005/NĐ-CP, Nghị định 24/2009/NĐ-CP cho đến Luật Ban hành VBQPPL năm 2015 đã ghi nhận trách nhiệm lấy ý kiến cộng đồng doanh nghiệp thông qua VCCI đối với các dự thảo (từ Luật 2015 là cả đề nghị xây dựng) VBQPPL.

Về pháp luật kinh tế quốc tế, Quyết định 06/2012/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc tham vấn cộng đồng doanh nghiệp về các thỏa thuận thương mại quốc tế đã xác định quyền tham vấn của cộng đồng doanh nghiệp trong giai

đoạn nghiên cứu khả thi; trong giai đoạn đàm phán và quyền hạn và trách nhiệm đầu mỗi tập hợp ý kiến doanh nghiệp VCCI trong giai đoạn đàm phán.

Điều này cho thấy, Nhà nước ta rất coi trọng tiếng nói của doanh nghiệp trong quá trình soạn chính sách và VCCI đã thể hiện được vai trò đại diện của cộng đồng doanh nghiệp trong hoạt động này.

Tuy nhiên, về mặt thực tế, thời gian gần đây, mặc dù đã có sự cởi mở trong quy trình xây dựng VBQPPL nhưng sự tham gia của người dân, doanh nghiệp vẫn còn hạn chế. Hoạt động thu hút doanh nghiệp tham gia vào hoạt động góp ý xây dựng pháp luật ngày càng được chú trọng, các doanh nghiệp có mong muốn tham gia. Từ năm 2014, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đã tiến hành khảo sát đối với 1.000 doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ thì có đến 20% doanh nghiệp “sẵn sàng góp ý tất cả các dự thảo, kể cả nội dung ít liên quan”, 45% doanh nghiệp “sẽ tham gia nếu vấn đề liên quan mật thiết đến hoạt động kinh doanh”, 32% doanh nghiệp chỉ tham gia nếu các quy định chưa hợp lý, gây khó khăn cho mình và chỉ một tỷ lệ rất nhỏ 4% doanh nghiệp là “không có nhu cầu tham gia ý kiến”. Tuy nhiên, cơ hội để tham gia không luôn luôn dễ dàng.

Luật Phổ biến, giáo dục pháp luật năm 2012 đã ghi nhận quyền của người dân trong tiếp cận thông tin pháp luật và gắn với trách nhiệm của các cơ quan quản lý nhà nước về hoạt động tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật cho mọi đối tượng. Tuy nhiên, doanh nghiệp chỉ cảm thấy dễ tiếp cận với các văn bản pháp luật khi văn bản đã được ban hành/phát sinh hiệu lực, còn ở dạng dự thảo hay khi đang là ý tưởng thì lại khá khó khăn. Một thực tế cũng phải nhìn nhận là nhiều doanh nghiệp chưa có “thói quen” quan tâm các hoạt động hoạch định chính sách của Nhà nước, vì vậy hoạt động góp ý kiến vào các quy định còn khá xa lạ. Bên cạnh đó, doanh nghiệp nước ta chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ và vừa, không có những bộ phận chuyên nghiệp phụ trách pháp lý, việc tiếp cận và hiểu được những ngôn ngữ pháp lý trong các văn bản luật tương đối khó khăn.

Theo Điều lệ được Thủ tướng phê duyệt (tại Quyết định số 2177/QĐ-TTg ngày 11/11/2016), Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) là tổ chức quốc gia tập hợp và đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp, doanh nhân, người sử dụng lao động và các hiệp hội doanh nghiệp ở Việt Nam (sau đây gọi chung là cộng đồng doanh nghiệp) nhằm mục đích phát triển, bảo vệ và hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp, góp phần phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, thúc đẩy các quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại và khoa học - công nghệ với nước ngoài trên cơ sở bình đẳng và cùng có lợi, theo quy định của pháp luật.

Theo Điều lệ mới được Thủ tướng phê duyệt (tại Quyết định số 1496/QĐ-TTg ngày 30/11/2022), Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) tiếp tục giữ tôn chỉ mục đích trên “là tổ chức quốc gia tập hợp và đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp, doanh nhân, người sử dụng lao động và các

hiệp hội doanh nghiệp ở Việt Nam (sau đây gọi chung là cộng đồng doanh nghiệp).

Là tổ chức đại diện cộng đồng doanh nghiệp, mọi nhiệm vụ, hoạt động của VCCI đều liên quan đến xây dựng và thi hành pháp luật, trong đó có các nhiệm vụ rất được chú trọng như:

- Tập hợp, nghiên cứu thực trạng và kiến nghị với Đảng và Nhà nước các vấn đề về pháp luật, chính sách, chiến lược phát triển kinh tế - xã hội nhằm cải thiện môi trường kinh doanh và xây dựng quan hệ lao động hài hòa; tổ chức các diễn đàn, đối thoại, các cuộc tiếp xúc, làm đầu mối liên kết các doanh nghiệp, làm cầu nối giữa cộng đồng doanh nghiệp với các cơ quan Đảng, Nhà nước và với các tổ chức hữu quan khác ở trong và ngoài nước để trao đổi thông tin, ý kiến và đề xuất các giải pháp xử lý vướng mắc, hoàn thiện chính sách, pháp luật liên quan đến doanh nghiệp, môi trường kinh doanh và quan hệ lao động;
- Đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp tham gia vào quá trình xây dựng ban hành văn bản quy phạm pháp luật có liên quan đến doanh nghiệp, hoạt động kinh doanh và quan hệ lao động dưới các hình thức khác nhau theo quy định hiện hành;
- Là đầu mối tập hợp thông tin, ý kiến của cộng đồng doanh nghiệp, tổ chức và tham gia quá trình tham vấn với các đoàn đàm phán về kinh tế, thương mại; tham gia với cơ quan Nhà nước có thẩm quyền trong quá trình đàm phán, ký kết, gia nhập, phê chuẩn, thực thi các điều ước quốc tế có liên quan tới kinh tế, thương mại; hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp trong hội nhập kinh tế quốc tế, đặc biệt là các vấn đề liên quan đến thực thi các điều ước quốc tế về kinh tế;
- Tiến hành những hoạt động để bảo vệ quyền lợi hợp pháp của cộng đồng doanh nghiệp trong các quan hệ kinh doanh trong nước và quốc tế; tư vấn và tham gia hỗ trợ giải quyết các vướng mắc, kiến nghị của cộng đồng doanh nghiệp với các cơ quan quản lý trong quá trình kinh doanh và thực thi pháp luật;
- Tổ chức tuyên truyền, phổ biến, tư vấn thực thi chính sách, pháp luật; phổ biến, cung cấp, hỗ trợ thông tin kinh doanh, khoa học kỹ thuật cho cộng đồng doanh nghiệp;
- Hỗ trợ các doanh nghiệp trong và ngoài nước giải quyết bất đồng, tranh chấp thông qua thương lượng, hòa giải hoặc trọng tài phù hợp với quy định của pháp luật....

Để góp phần giải quyết những khó khăn của doanh nghiệp, cũng như thực hiện chức năng, nhiệm vụ và trách nhiệm đặt ra trong Luật Ban hành VBQPPL, VCCI đã tập hợp, lấy ý kiến doanh nghiệp tham gia vào các dự thảo chính sách, dự thảo VBQPPL và xin chia sẻ một số kinh nghiệm như sau:

1. Những vấn đề chung

1.1. Doanh nghiệp có quyền tham gia ý kiến góp ý chính sách, pháp luật

Đây là quyền đã được khẳng định trong các văn bản pháp luật cấp cao nhất của Nhà nước ta.

Hiến pháp Việt Nam năm 2013

Điều 28:

1. Công dân có quyền tham gia quản lý nhà nước và xã hội, tham gia thảo luận và kiến nghị với cơ quan nhà nước về các vấn đề của cơ sở, địa phương và cả nước.

2. Nhà nước tạo điều kiện để công dân tham gia quản lý nhà nước và xã hội; công khai, minh bạch trong việc tiếp nhận, phản hồi ý kiến, kiến nghị của công dân.

Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2020

Điều 6. Tham gia góp ý kiến xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, thực hiện phản biện xã hội đối với dự thảo văn bản quy phạm pháp luật

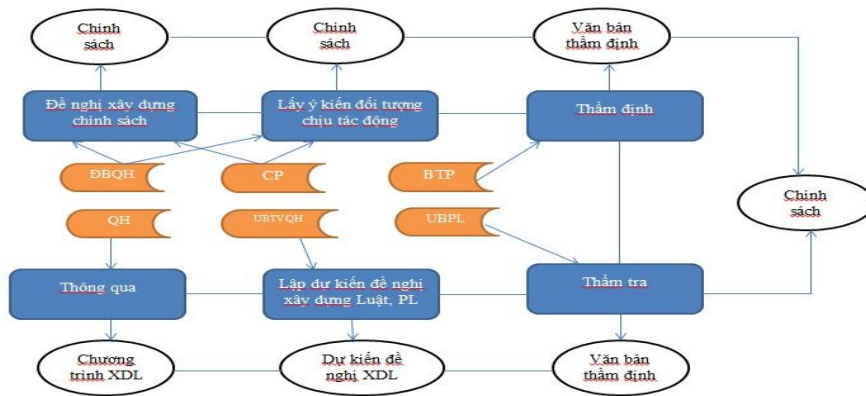
1. Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, các tổ chức thành viên khác của Mặt trận và các cơ quan, tổ chức khác, cá nhân có quyền và được tạo điều kiện tham gia góp ý kiến về đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật và dự thảo văn bản quy phạm pháp luật.

3. Trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, cơ quan, tổ chức, đại biểu Quốc hội chủ trì soạn thảo và cơ quan, tổ chức có liên quan có trách nhiệm tạo điều kiện để các cơ quan, tổ chức, cá nhân tham gia góp ý kiến về đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật, để Mặt trận Tổ quốc Việt Nam thực hiện phản biện xã hội đối với dự thảo văn bản quy phạm pháp luật; tổ chức lấy ý kiến của đối tượng chịu sự tác động trực tiếp của văn bản quy phạm pháp luật.

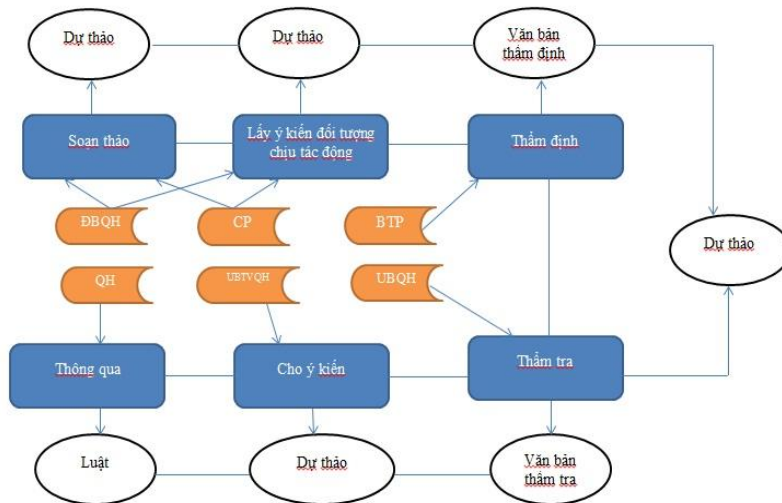
4. Ý kiến tham gia về đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật và ý kiến phản biện xã hội đối với dự thảo văn bản quy phạm pháp luật phải được nghiên cứu, giải trình, tiếp thu trong quá trình chính lý dự thảo văn bản.

Quy trình xây dựng chính sách và pháp luật

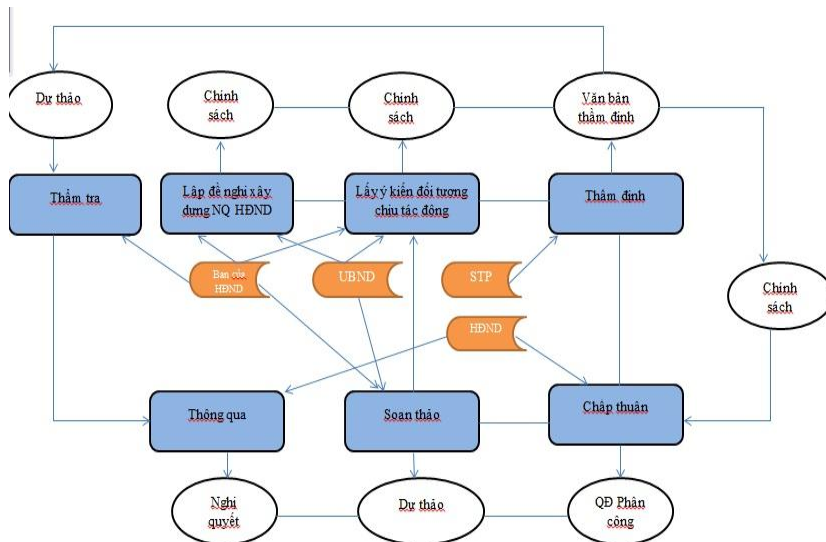
Quy trình chính sách ở Trung ương:



Quy trình soạn thảo VBQPPL ở Trung ương

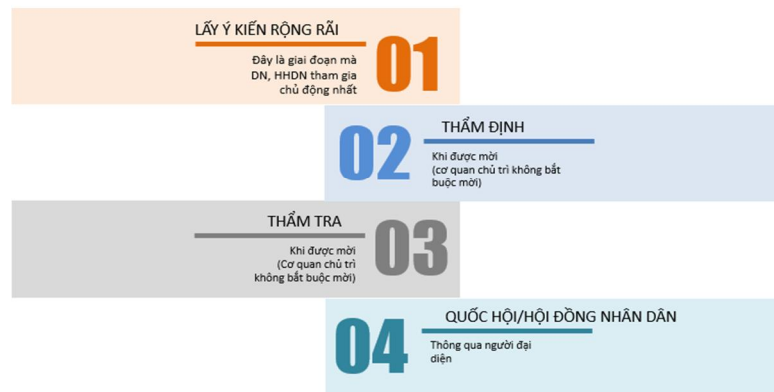


Quy trình soạn thảo VBQPPL ở địa phương



Doanh nghiệp được tham gia vào quy trình xây dựng pháp luật

DOANH NGHIỆP, HHDN THAM GIA VÀO Ở GIAI ĐOẠN NÀO



1.2. Khái niệm, vị trí, vai trò của tổ chức các diễn đàn, đối thoại

a) Khái niệm

Các diễn đàn, đối thoại doanh nghiệp là nơi diễn ra trao đổi ý kiến và thảo luận giữa các cơ quan quản lý nhà nước chịu trách nhiệm xây dựng và/hoặc tổ chức thi hành chính sách, dự thảo VBQPPL và khối doanh nghiệp (gồm các doanh nghiệp, hiệp hội doanh nghiệp, chuyên gia/lawyer bảo vệ quyền lợi doanh nghiệp) và một số tổ chức, các chuyên gia, nhà hoạt động thực tiễn có liên quan tới vấn đề đưa ra thảo luận, nhằm hoàn thiện chính sách, dự thảo VBQPPL theo hướng tạo lập một môi trường kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp, bảo đảm quản lý nhà nước hiệu quả, hướng tới phát triển bền vững.

Triển khai diễn đàn, đối thoại doanh nghiệp là một trong những cách thức hiệu quả, thông qua hoạt động này, các chính sách, quy định pháp luật được hoàn thiện trên cơ sở cân nhắc cần trọng lợi ích của các bên có liên quan, vì lợi ích chung của xã hội. Các doanh nghiệp hiểu được hàm ý chính sách, ý định của các cơ quan quản lý, cơ quan quản lý nhà nước nắm bắt được nguyện vọng, vấn đề từ thực tiễn hoạt động của doanh nghiệp, có thể dự liệu được những tác động tích cực và tiêu cực của một chính sách, pháp luật, là tiền đề cho việc hoàn thiện chính sách, pháp luật một cách thống nhất, minh bạch, hợp lý, khả thi, tạo lập được môi trường kinh doanh minh bạch lành mạnh, thông thoáng, bình đẳng... đảm bảo quyền tự do kinh doanh của doanh nghiệp.

Các diễn đàn, đối thoại doanh nghiệp có thể được thực hiện theo sáng kiến của từ phía cơ quan lập pháp, cơ quan của Chính phủ, cơ quan nhà nước khác, từ các tổ chức đại diện cộng đồng doanh nghiệp như hội, hiệp hội và chính những doanh nghiệp chịu tác động của một chính sách, quy định pháp luật cụ thể.

b) Vai trò

Các diễn đàn, đối thoại lấy ý kiến về dự thảo chính sách, dự thảo VBQPPL là hình thức rất hiệu quả và được áp dụng trong nhiều trường hợp, đây là phương pháp này có tính tương tác rất cao, thường có đủ thời gian chuẩn bị nên ý kiến góp ý có chất lượng. Việc trao đổi, góp ý dự thảo chính sách, VBQPPL cũng là một hình thức tuyên truyền phổ biến chính sách, pháp luật sớm, tạo đồng thuận cao hơn khi thực thi trên thực tế.

Tham gia các diễn đàn, đối thoại doanh nghiệp có nhiều lợi ích đối với cả cơ quan nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp như sau:

- Góp phần nhận diện tốt hơn những nút thắt, những vấn đề của môi trường kinh doanh hiện tại cũng như việc thiết kế các biện pháp cải cách đáp ứng sự phát triển của kinh tế - xã hội;
- Nâng cao tính khả thi của các chính sách, pháp luật được ban hành. Chỉ khi doanh nghiệp hiểu rõ chính quyền muốn đạt được mục đích gì từ các kế hoạch, biện pháp cải cách, thì họ mới dễ dàng chấp nhận và tuân thủ tốt hơn trên thực tế.
- Tăng cường tính minh bạch, quản trị tốt và nâng cao trách nhiệm giải trình trong quá trình xây dựng chính sách, pháp luật.
- Tạo môi trường kinh doanh thuận lợi bằng việc ủng hộ các sáng kiến cải cách, tạo động lực cũng như thúc đẩy tiến trình cải cách.
- Xây dựng lòng tin và nhận thức chung giữa khu vực công và khu vực tư – hai đối tác chính của quá trình phát triển.

Việc tiến hành đối thoại cũng có một số lợi ích cụ thể đối với từng chủ thể tham gia vào hoạt động này:

- *Đối với cộng đồng doanh nghiệp:* Chính sách và pháp luật có tác động rất lớn đến hoạt động của doanh nghiệp. Tất cả những chính sách đó không chỉ là việc của “các ông trên Trung ương” mà còn là miếng cơm, manh áo, lợi ích sát sườn của các doanh nghiệp, do đó tham gia ý kiến tại các diễn đàn, đối thoại có ý nghĩa rất lớn:
- Là cơ hội đối thoại hiệu quả, trực tiếp, gần gũi giữa doanh nghiệp với cơ quan soạn thảo; có thể trực tiếp phản ánh những khó khăn, vướng mắc thực tiễn từ cơ chế, chính sách, thủ tục hành chính, từ thực thi các quy định pháp luật;
- Là kênh chính thức xử lý vướng mắc, khó khăn từ cơ chế, chính sách và thực thi chính sách cho cộng đồng doanh nghiệp;
- Được cung cấp, cập nhật thông tin về cơ chế, chính sách liên quan đến cộng đồng doanh nghiệp, để từ đó tận dụng tốt hơn những ưu đãi, hỗ trợ (nếu có) và tuân thủ tốt hơn các quy định pháp luật;
- Có thể chuẩn bị chiến lược hoặc kế hoạch kinh doanh dài hạn của doanh nghiệp tốt hơn nhờ việc nắm bắt thông tin về chính sách, pháp luật, và

hiều rõ hơn những định hướng, chiến lược cũng như những yêu cầu về mặt thể chế, chính sách.

- *Đối với cơ quan soạn thảo:*

- Có thể lắng nghe được ý kiến nhiều chiều qua đó có cái nhìn toàn diện đối với quy định của dự thảo;
- Nắm bắt kịp thời những vướng mắc, khó khăn của cộng đồng doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất kinh doanh, từ đó có thể tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc của cộng đồng doanh nghiệp (xác lập được kênh, cơ chế giải quyết kiến nghị của doanh nghiệp sau đối thoại);
- Thu thập được ý kiến của đối tượng chịu tác động (doanh nghiệp) nhằm hoàn thiện những chính sách, pháp luật có liên quan đến cộng đồng doanh nghiệp;
- Truyền tải được các thông tin cập nhật về cơ chế, chính sách tới khu vực doanh nghiệp, tăng cường ý thức tuân thủ pháp luật, thực hiện các quy định, chính sách của doanh nghiệp;
- Có cơ hội để giải trình rõ những lý do về việc lựa chọn một chính sách, quy định cụ thể liên quan tới doanh nghiệp;
- Cập nhật, thông tin cho doanh nghiệp những chương trình, nỗ lực cải cách nhằm tạo môi trường kinh doanh thuận lợi cho cộng đồng doanh nghiệp, trong đó có khu vực kinh tế tư nhân, mà các cơ quan nhà nước đang thực hiện;
- Xây dựng thái độ tích cực của lãnh đạo chính quyền, nhất là các cán bộ trực tiếp giải quyết các thủ tục hành chính hoặc công việc khác liên quan tới cộng đồng doanh nghiệp;
- củng cố niềm tin của cộng đồng doanh nghiệp về quyết tâm và hành động thực tiễn của chính quyền trong việc tạo môi trường kinh doanh thuận lợi cho khu vực doanh nghiệp, đặc biệt là khu vực tư nhân hoạt động trên địa bàn hoặc trong một ngành nhất định.

- *Đối với VCCI:*

- Phát huy vai trò là cầu nối giữa cộng đồng doanh nghiệp với các cơ quan chính quyền;
- Nắm bắt được nguyện vọng của doanh nghiệp để phản ánh một cách chân thực nhất tới cơ quan nhà nước để hoàn thiện chính sách, pháp luật theo hướng thuận lợi cho doanh nghiệp;
- Nâng cao uy tín và vị thế với cộng đồng.

c) Các hình thức tổ chức diễn đàn, đối thoại

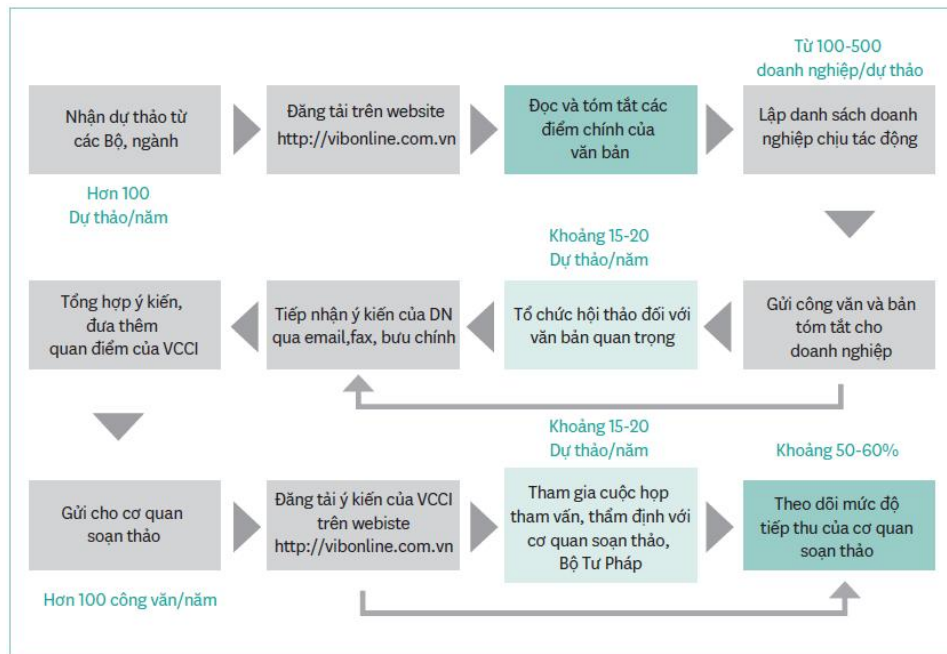
Có một số hình thức tổ chức khác nhau, tùy vào bối cảnh, phạm vi, có thể kể đến các hình thức chính sau đây:

- Trực tiếp: là hình thức thảo luận, trao đổi thông qua gặp mặt trực tiếp tại một địa điểm, ưu điểm là có giao tiếp, cảm nhận trực tiếp theo cách truyền thống, có thể gặp gỡ riêng để trao đổi thêm trong giờ giải lao hoặc sau giờ hội thảo, đặc biệt là phóng viên có thể phỏng vấn sâu các đại biểu tham dự;
- Trực tuyến: là hình thức thảo luận, trao đổi thông qua phương tiện Internet. Mô hình này có ưu điểm là không có hạn chế về không gian, đối tượng tham gia, tiết kiệm một số chi phí so với hình thức trực tiếp (chi phí tài liệu, nước uống, giải lao...) tuy nhiên lại phụ thuộc vào độ ổn định và chất lượng của đường truyền Internet của nhà tổ chức và của từng người tham gia, ngoài ra còn có thể có những rủi ro kỹ thuật khác xảy ra;
- Kết hợp cả trực tiếp và trực tuyến: các đại biểu có thể gặp gỡ trực tiếp tại địa điểm họp, các đại biểu ở xa vẫn có thể theo dõi và tham gia trực tuyến.

2. Quy trình tổ chức lấy ý kiến góp ý dự thảo chính sách, VBQPPL tại VCCI và các kỹ năng cụ thể

2.1. Quy trình triển khai lấy ý kiến góp ý dự thảo chính sách, VBQPPL tại VCCI

Tại VCCI, quy trình này được xây dựng một cách bài bản, hoàn thiện dần theo quá trình lấy ý kiến doanh nghiệp và góp ý xây dựng pháp luật. Quy trình này đã được cấp chứng chỉ ISO.



a) Các tiêu chí đánh giá VBQPPL

Để có ý kiến hoàn thiện chính sách, quy định pháp luật một cách hiệu quả, VCCI xây dựng một hệ tiêu chí đánh giá và các góp ý, tổng hợp ý kiến của VCCI đều dựa trên các tiêu chí này. Có rất nhiều tiêu chí để đánh giá một văn bản pháp luật, ở góc độ doanh nghiệp chịu tác động thì cần quan tâm một số vấn đề sau:

Ø *Tính thống nhất*: Các quy định không được mâu thuẫn với văn bản pháp luật cấp trên, các văn bản khác cũng như với các quy định trong cùng một văn bản, phù hợp với các cam kết quốc tế của Việt Nam

Ø *Tính minh bạch*: Các quy định phải rõ ràng (đặc biệt là về quyền và nghĩa vụ), không gây hiểu nhầm, hiểu theo nhiều nghĩa hoặc tạo ra sự tùy tiện trong áp dụng:

- Rõ ràng về hình thức:

+ Ngôn ngữ sử dụng có chính xác, dễ hiểu không?

+ Diễn đạt có rõ ràng không? Có thể bị hiểu theo nhiều cách khác nhau không?

- Rõ ràng trong các quy định áp dụng cho doanh nghiệp:

+ Rõ ràng về quyền và nghĩa vụ không?

+ Rõ ràng về các trình tự, thủ tục, chi phí (thời gian, phí, lệ phí) không?

- Có nguy cơ cho những nhiều, tham nhũng không?

Ø *Tính hợp lý*: Các quy định cần bảo đảm quyền lợi chính đáng của các bên liên quan, dựa trên căn cứ khoa học, phù hợp với nhu cầu của xã hội, giải quyết được vướng mắc trên thực tế

- Có đơn giản hóa được các điều kiện kinh doanh, thủ tục hành chính, giảm chi phí cho doanh nghiệp không?

- Có đưa ra những quy định bất hợp lý, cản trở quyền tự do kinh doanh của doanh nghiệp không?

- Có phù hợp với sự phát triển bền vững (về trách nhiệm của doanh nghiệp, về lợi ích của người tiêu dùng, về nguyên tắc cung-cầu và cạnh tranh bình đẳng...) không?

- Có phân biệt đối xử không?

Ø *Tính khả thi*: Các quy định tạo sự thuận tiện trong quá trình áp dụng kể cả đối với doanh nghiệp lẫn cơ quan nhà nước, phù hợp với năng lực, điều kiện thực tế của các đối tượng chịu tác động, tránh những quy định đưa ra mà không thể thực hiện hoặc thực hiện sẽ gặp rất nhiều khó khăn, vướng mắc

- Có khả năng doanh nghiệp thực hiện được trên thực tế không?

- Có khả năng cơ quan Nhà nước thực hiện trên thực tế được không? (điều kiện về tổ chức, nhân lực, vật lực).

Lấy ví dụ đánh giá các quy định về điều kiện kinh doanh (là những yêu cầu mà doanh nghiệp phải đáp ứng khi thực hiện các hoạt động đầu tư kinh doanh mà ngành, nghề đó phải đáp ứng điều kiện vì lý do quốc phòng, an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội, đạo đức xã hội, sức khỏe của cộng đồng). Danh

mục ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện được quy định tại Phụ lục 4 của Luật Đầu tư 2020.

Nói một cách đơn giản, điều kiện kinh doanh có thể là giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh, chứng chỉ hành nghề, chứng nhận bảo hiểm trách nhiệm nghề nghiệp, xác nhận vốn pháp định, chấp thuận của cơ quan nhà nước có thẩm quyền, các yêu cầu khác mà doanh nghiệp phải thực hiện hoặc phải có mới được quyền kinh doanh ngành, nghề đó mà không cần xác nhận, chấp thuận dưới bất kỳ hình thức nào của cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

Hiện nay, nhiều khó khăn của doanh nghiệp xuất phát từ các điều kiện kinh doanh mới. Trong những trường hợp Bộ quản lý chuyên ngành đề xuất đưa ra hoặc sửa đổi các điều kiện kinh doanh áp dụng với ngành nghề mà doanh nghiệp của bạn đang hoạt động, bạn có thể xem xét bối cảnh kinh tế - xã hội, điều kiện hiện tại của các doanh nghiệp cùng ngành, của bản thân doanh nghiệp và dựa trên một số yếu tố sau:

Tính thống nhất:

- Ø Lĩnh vực đó **có phải là ngành nghề đầu tư, kinh doanh có điều kiện** thống nhất với Điều 7 và Phụ lục 4 của Luật Đầu tư 2020 không? Mục tiêu ban hành quy định về điều kiện kinh doanh: “đáp ứng điều kiện vì lý do quốc phòng, an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội, đạo đức xã hội, sức khỏe của cộng đồng” (gọi tắt là “trật tự công”). Điểm quan trọng nhất khi góp ý về quy định điều kiện kinh doanh chính là: xác định các quy định này có phù hợp với mục tiêu bảo đảm “trật tự công hay không”?
- Ø Luật chuyên ngành **có cho phép đặt ra điều kiện kinh doanh mới** đối với lĩnh vực đó hay không?
- Ø Liệu lĩnh vực kinh doanh đó **có thể bị nhầm lẫn** với các lĩnh vực kinh doanh đã được quy định tại các văn bản khác không?

Tính minh bạch:

- Ø Các **điều kiện được nêu ra đã rõ ràng, chính xác chưa**, hay chỉ là định tính rồi trao quyền cho cán bộ xác định trên thực tế?
- Ø Đã **quy định rõ về trình tự, thủ tục, hồ sơ, giấy tờ cần thiết** để đáp ứng điều kiện kinh doanh đó chưa?

Tính hợp lý:

- Ø **Mục tiêu của việc đặt ra điều kiện kinh doanh** là gì? Vì lý do quốc phòng, an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội, đạo đức xã hội, để bảo vệ môi trường, bảo vệ sức khỏe của người dân hay để nâng cao chất lượng dịch vụ/hoạt động kinh doanh? Mục tiêu đó có hợp lý không?

Ø Các điều kiện đặt ra có giúp thực hiện được mục tiêu đó không?

Liệu có thể đưa ra cách quản lý khác vẫn giúp đạt mục tiêu đó mà không cần điều kiện kinh doanh không?

Ø Việc áp dụng điều kiện kinh doanh này có gây tác động tiêu cực nào không?

Tính khả thi:

Ø Liệu có nhiều hay chỉ một số ít các doanh nghiệp đáp ứng được điều kiện kinh doanh đó? Chi phí mà doanh nghiệp phải bỏ ra để đáp ứng điều kiện này là bao nhiêu?

Ø Cơ quan nhà nước thực hiện nhiệm vụ cấp phép, kiểm tra có đủ năng lực (nhân lực, trình độ, phương tiện vật chất, thời gian) để xác định một doanh nghiệp có đủ điều kiện kinh doanh hay không?

Ø Liệu có khó khăn gì khi doanh nghiệp phải chứng minh là mình đủ điều kiện?

b) Các bước tổ chức diễn đàn, đối thoại

Giai đoạn chuẩn bị có ý nghĩa rất quan trọng đối với việc đảm bảo thành công của cuộc đối thoại. Từ những kinh nghiệm của VCCI trong quá trình triển khai hoạt động đối thoại lấy ý kiến doanh nghiệp về dự thảo chính sách, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật, một quy trình đối thoại doanh nghiệp đơn giản có thể được thực hiện gồm 4 giai đoạn chính:

(1) *Chuẩn bị;*

(2) *Tiến hành diễn đàn, đối thoại;*

(3) *Hoạt động tiếp nối;*

(4) *Theo dõi và đánh giá.*

Theo đó, đơn vị tổ chức nên tiến hành một số công việc sau:

(i) Chuẩn bị và lập kế hoạch tổ chức hội thảo

a) Xây dựng chương trình hội thảo

Chương trình Hội thảo phải được chuẩn bị trước, chú ý sắp xếp các ý kiến tham luận phù hợp để tạo không khí tranh luận có tính xây dựng cho hội thảo, thời gian cho tranh luận được bố trí phù hợp (theo cụm vấn đề, từng nhóm nội dung của hội thảo). Việc chuẩn bị trước các tham luận, ý kiến chính tại hội thảo là yếu tố đảm bảo hiệu quả của hội thảo. Các ý kiến ban đầu sẽ làm cơ sở cho tranh luận, thảo luận (tránh tình trạng tại hội thảo chỉ nêu ý kiến một chiều mà cần đảm bảo tính chất đối thoại, trao đổi có tính chất xây dựng giữa cơ quan quản lý nhà nước và hiệp hội doanh nghiệp, các hiệp hội thành viên và các đối tượng khác), đồng thời người chủ trì hội thảo cũng chủ động kiểm soát được cuộc thảo luận.

b) Xác định và mời đối tượng tham dự

- Đại diện cơ quan nhà nước có liên quan (cơ quan soạn thảo/thẩm định/thẩm tra trong trường hợp ban hành chính sách/văn bản mới; cơ quan quản lý liên quan trong trường hợp phản ánh bất cập của chính sách, pháp luật), các cơ quan nhà nước khác liên quan quá trình thực thi chính sách, quy định: Sự tham gia của nhóm này là điều kiện quan trọng đối với hiệu quả của hoạt động góp ý (tiếp nhận trực tiếp các góp ý tại hội thảo và trao đổi phản hồi) và thu hút sự quan tâm của các thành phần khác của hội thảo;
- Các doanh nghiệp: mục tiêu thu hút nhóm này tham gia không chỉ là lấy ý kiến từ thực tiễn hoạt động của doanh nghiệp mà còn là thông qua hội thảo để phổ biến, tuyên truyền và gia tăng sự quan tâm của doanh nghiệp về vấn đề liên quan. Bao gồm: các doanh nghiệp chịu tác động trực tiếp và gián tiếp của dự thảo (trong nước vào nước ngoài, quy mô lớn và quy mô nhỏ, đang kinh doanh và tiềm năng kinh doanh, sản xuất và thương mại...);
- Các hiệp hội doanh nghiệp: các doanh nghiệp, hiệp hội tham gia vào hoạt động xây dựng pháp luật vẫn còn nhiều hạn chế và chưa đều ở các lĩnh vực. Đối với những lĩnh vực có phạm vi tác động rộng, ví dụ như tài chính, ngân hàng, bảo hiểm: số lượng ý kiến doanh nghiệp gửi về khá nhiều trong khi các lĩnh vực khác lại rất ít. Các doanh nghiệp gửi ý kiến về chủ yếu là các doanh nghiệp lớn, tổng công ty, có bộ phận chuyên phụ trách về pháp lý, rất hạn hữu mới nhận được ý kiến của các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ. Các doanh nghiệp nhỏ và vừa, thậm chí siêu nhỏ chiếm đa số trong cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, là những doanh nghiệp vốn bận rộn với “cuộc sống mưu sinh hàng ngày” nên dễ thường xuyên theo dõi và biết được các dự thảo liên quan đến mình ở nhiều lĩnh vực khác nhau là điều khó khăn, sự tham gia của họ vào quy trình soạn chính sách còn hạn chế (vì trình độ, quy mô, thói quen, mức độ quan tâm... Do đó, việc liên kết với các hiệp hội ngành hàng, hiệp hội địa phương để lấy ý kiến các doanh nghiệp thành viên là rất hữu ích;
- Các chuyên gia, nhà khoa học, nhà thực tiễn: nhóm này có thể cung cấp các ý kiến mang tính khoa học, pháp lý, rất cần thiết đối với các chính sách, pháp luật cơ bản hoặc những vấn đề mang tính kỹ thuật chuyên sâu; VCCI luôn chú trọng xây dựng đội ngũ chuyên gia giàu kinh nghiệm nghiên cứu và thực tiễn trong nhiều lĩnh vực khác nhau;
- Các cơ quan, đơn vị truyền thông (báo viết, hình, nói, mạng): Nhóm này có vai trò quan trọng trong việc tạo truyền bá các thông điệp tại hội thảo đến các chủ thể liên quan, tạo dư luận công chúng rộng rãi và tạo sức ép lên các cơ quan có thẩm quyền liên quan đến chính sách đó;
- Các tổ chức quốc tế, cơ quan tổ chức liên quan khác.

c) Chuẩn bị về điều kiện tổ chức

- Chọn thời điểm tổ chức phù hợp với cơ quan chủ trì soạn thảo cũng như cân nhắc các sự kiện khác để thu hút được tối đa người tham gia.
- Lựa chọn địa điểm tổ chức: đảm bảo các điều kiện về không gian, ánh sáng, âm thanh...
- Lập dự trù kinh phí và nguồn kinh phí tổ chức.

(ii) Tiến hành diễn đàn, đối thoại

Tiến hành diễn đàn/đối thoại là sự kiện chính trong quy trình. Khi tiến hành diễn đàn, đối thoại, đơn vị tổ chức cần lưu ý một số vấn đề dưới đây:

- Đơn vị chủ trì triển khai cuộc đối thoại theo nội dung và chương trình diễn đàn/ đối thoại đã có sự thống nhất giữa các bên trong quá trình chuẩn bị.
- Đưa ra những đánh giá chung về việc tổng hợp các ý kiến, phản ánh khó khăn vướng mắc của doanh nghiệp, với những phân loại cụ thể cho từng nhóm vấn đề, theo thẩm quyền của các đơn vị cần giải đáp, hay những vấn đề chính sách, pháp luật hoặc thực thi chính sách, pháp luật.
- Tăng cường sự tham gia của cộng đồng doanh nghiệp và nâng cao tính tương tác giữa các bên đối thoại như: thảo luận nhóm chuyên gia, đại biểu tham gia trao đổi trực tiếp... Trong một số cuộc đối thoại đầu tiên, có thể mời các tổ chức, chuyên gia bên ngoài tham gia trình bày hoặc điều hành cuộc đối thoại, đảm bảo tính chuyên nghiệp, tính tương tác giữa hai bên đối thoại để đạt kết quả tốt nhất có thể. Điều này cũng góp phần làm cho cuộc đối thoại trở lên sinh động hơn.
- Tùy trường hợp cụ thể, nhưng nói chung cần đảm bảo các cơ quan báo chí, truyền thông tham gia tích cực vào quá trình đối thoại. Để hỗ trợ tốt hơn cho cơ quan báo chí, truyền thông đưa tin về cuộc đối thoại, đơn vị chủ trì đối thoại có thể xây dựng thông cáo báo chí của cuộc đối thoại. Truyền thông cũng là một sức ép để cộng đồng theo dõi mức độ tiếp thu, phản hồi của cơ quan soạn thảo.
- Đảm bảo nội dung và những ý kiến của các bên trong cuộc đối thoại được ghi chép một cách đầy đủ. Đây sẽ là thông tin đầu vào cần thiết cho các giai đoạn tiếp theo của quy trình đối thoại.

(iii) Hoạt động tiếp nối

Thực hiện các hoạt động tiếp nối sau đối thoại đóng vai trò hết sức quan trọng. Thông thường các hoạt động tiếp nối sau các diễn đàn, đối thoại có thể bao gồm:

- Đơn vị được giao chủ trì hoàn thiện biên bản của cuộc đối thoại. Biên bản ghi lại những nội dung của quá trình trao đổi, thảo luận, các câu hỏi và

câu trả lời, đặc biệt là những cam kết của cơ quan quản lý nhà nước nhằm tháo gỡ những khó khăn mà cộng đồng doanh nghiệp đang phải gặp phải.

- Đơn vị chủ trì soạn thảo, hoàn thiện ý kiến bình luận đối với các dự thảo chính sách, pháp luật bằng văn bản và gửi các cơ quan liên quan.

(iv) Theo dõi và đánh giá

Để nâng cao hiệu quả của cuộc đối thoại doanh nghiệp, cũng như tăng cường sự tham gia của các bên trong các cuộc đối thoại tiếp theo, cần thiết phải tiến hành theo dõi và đánh giá sau đối thoại. Trong giai đoạn theo dõi và đánh giá sau đối thoại, cần lưu ý tới một số vấn đề sau:

- Nội dung theo dõi và đánh giá sau đối thoại được thực hiện trên cơ sở biên bản đối thoại do đơn vị chủ trì đối thoại xây dựng. Trên cơ sở đó, cơ quan đầu mối cuộc đối thoại và đại diện cộng đồng doanh nghiệp có thể theo dõi và giám sát việc thực hiện các cam kết hoặc các lời hứa đã được các cơ quan chính quyền địa phương đưa ra tại các cuộc đối thoại.
- Cần có đánh giá, rút kinh nghiệm cho việc tổ chức diễn đàn, đối thoại. Đơn vị chủ trì hoặc hội, hiệp hội doanh nghiệp có liên quan cần rút ra những bài học kinh nghiệm tốt, và cả chưa tốt trong quá trình tổ chức, nhằm nâng cao hiệu quả cho việc tổ chức các diễn đàn, đối thoại tiếp theo. Nội dung đánh giá cần chi tiết, có thể bao gồm về thời gian, địa điểm, nội dung đối thoại, thành phần tham gia (vai trò, mức độ tham gia), kinh phí tổ chức...

2.2. Một số kỹ năng cụ thể

a) Kỹ năng điều hành diễn đàn, đối thoại

Điều hành hội thảo là công việc khó, rất quan trọng, có ý nghĩa lớn đối với thành công của nội dung thảo luận tại hội thảo. Việc điều hành hội thảo cần lưu ý:

- Người điều hành cần nắm khá rõ các nội dung chính sẽ thảo luận tại hội thảo để có thể bình luận, điều chỉnh và định hướng thảo luận theo hướng xây dựng tích cực, giảm thiểu căng thẳng không cần thiết khi xung đột ý kiến (nếu có), đảm bảo các thảo luận phù hợp với mục tiêu đặt ra. Bên cạnh các nội dung chính sẽ thảo luận, người điều hành cũng cần có kiến thức chung về những vấn đề liên quan vì một chính sách, quy định pháp luật nằm trong tổng thể hệ thống pháp luật và tính thống nhất là một trong các tiêu chí để bình luận, góp ý;
- Lựa chọn vấn đề thảo luận: là việc định hướng cho các thảo luận trong hội thảo. Đây là yếu tố quan trọng để kiểm soát diễn tiến và hiệu quả của việc lấy ý kiến thông qua hội thảo. Việc lựa chọn vấn đề thảo luận cần lưu ý những điểm sau đây:

- Ưu tiên 1: Lựa chọn các vấn đề có ý nghĩa quan trọng cần góp ý (ví dụ quy định có tác động xấu đến các doanh nghiệp cần kiến nghị sửa đổi hoặc bãi bỏ, hoặc quy định có tác động tốt cần được tiếp tục hoặc góp ý để đạt được mức cao hơn);
- Ưu tiên 2: Lựa chọn những vấn đề quan tâm trùng hợp với vấn đề mà dư luận xã hội và/hoặc vấn đề mà cơ quan soạn thảo, ban hành chính sách đã lựa chọn. Sau khi đã lựa chọn, chủ đề thảo luận cần được nêu gọn lại cho súc tích, dưới dạng câu hỏi (đồng ý, không đồng ý, tại sao) để việc thảo luận tại hội thảo có trọng tâm và đi đúng hướng.

b) Kỹ năng xây dựng báo cáo kết quả diễn đàn, đối thoại và tổng hợp ý kiến góp ý đối với dự thảo chính sách, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật được lấy ý kiến

(i) Tổng hợp kết quả thảo luận tại hội thảo

Việc tổng hợp lại kết quả hội thảo bằng văn bản là việc làm có ý nghĩa đối với hiệu quả tác động chính sách (tránh việc các thảo luận tại hội thảo bị “bỏ quên” do không có gì ghi nhận lại). Việc tổng hợp cần lưu ý:

- Tổng hợp những nội dung hội thảo theo chủ đề, dựa trên các tiêu chí đã đặt ra (tính thống nhất, minh bạch, hợp lý, khả thi) và với sắp xếp theo trình tự logic vấn đề với các lập luận, quan điểm xung quanh vấn đề đó chứ không theo diễn tiến thời gian thảo luận tại hội thảo;
- Chỉ tập hợp những ý kiến có rõ ràng, có lập luận, lý lẽ (bỏ những ý kiến xung quanh, không có ý nghĩa với chủ đề hội thảo hoặc mục tiêu góp ý xây dựng pháp luật);
- Ý kiến rõ ràng, cụ thể đề cơ quan soạn thảo có thể tiếp thu và chỉnh sửa dự thảo một cách thuận lợi;
- Văn bản tổng hợp kết quả hội thảo nên được gửi đến ít nhất là các đơn vị: cơ quan chủ trì soạn thảo; các cơ quan chịu trách nhiệm thẩm tra, thẩm định dự thảo; các đơn vị khác có khả năng tác động đến chính sách liên quan, báo chí (trong trường hợp cần thiết).

(ii) Tổng hợp ý kiến góp ý đối với dự thảo chính sách

Việc soạn thảo ý kiến bình luận đối với các dự thảo chính sách, pháp luật bằng văn bản và gửi các cơ quan liên quan là hình thức vận động chính sách được sử dụng phổ biến hiện nay. Ưu điểm của hình thức này là có thể chủ động thực hiện vào bất kỳ giai đoạn nào của quá trình soạn thảo chính sách, quy định pháp luật. Hơn nữa, hiệu quả của hình thức này cũng chắc chắn hơn, vì ý kiến được thể hiện dưới hình thức văn bản, mang tính chính thức và phải được các cơ quan có thẩm quyền xử lý.

Để các góp ý có chất lượng, mang tính thuyết phục cao, phục vụ tốt nhất mục tiêu hoàn thiện chính sách và quy định pháp luật, các ý kiến cần được soạn thảo đảm bảo các nội dung sau:

- *Xác định rõ quan điểm tiếp cận*

Mỗi chủ thể có quan điểm tiếp cận khác nhau đối với chính sách xuất phát từ vị trí, lợi ích và mục tiêu của mình. Vì thế, để các góp ý rõ ràng, dễ hiểu, có sức thuyết phục cao, cần xác định và nêu rõ quan điểm tiếp cận chính sách của mình. Các góp ý cụ thể sau đó với dự thảo văn bản chính sách sẽ bám sát các quan điểm tiếp cận này.

Chú ý: để cơ quan soạn thảo, thẩm định, thẩm tra dễ tiếp thu góp ý, chủ thể góp ý cần tiếp cận dự thảo theo các quan điểm/nguyên tắc chung, được thừa nhận rộng rãi (ví dụ quan điểm hệ thống pháp luật phải thống nhất, không trùng lặp; quan điểm về quyền tự do kinh doanh và hạn chế can thiệp vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, nguyên tắc minh bạch về thủ tục...).

- *Xác định rõ những vấn đề nào cần góp ý điều chỉnh*

Để đảm bảo tính tập trung của văn bản góp ý, hiệp hội nên lựa chọn một nhóm hạn chế những quy định có khả năng tác động xấu đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thành viên và hiệp hội trước mắt và lâu dài để góp ý (không nên sa đà vào các góp ý về những vấn đề tiểu tiết, mang tính câu chữ trừ khi những thay đổi nhỏ về câu chữ có thể ảnh hưởng đến các quy định quan trọng)

- *Phân tích tại sao các chính sách, quy định pháp luật đó cần được điều chỉnh, sửa đổi*

Đây là nội dung quan trọng, cần tập trung thực hiện để tạo ra các lập luận có sức thuyết phục. Những lập luận có thể sử dụng bao gồm:

- Về khía cạnh thực tiễn: Chính sách, pháp luật đó có ảnh hưởng (tiêu cực) như thế nào đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp?
- Về khía cạnh pháp lý: Tính hợp hiến, hợp pháp của quy định, tính thống nhất trong hệ thống pháp luật, các xu hướng và quan điểm quản lý liên quan, thông lệ quốc tế, bài học kinh nghiệm trong quá khứ. Căn cứ vào các tiêu chí đã đề cập ở trên.
- Về mối quan hệ chi phí – lợi ích: Việc thực hiện chính sách, quy định liên quan mang lại lợi ích gì? Cho ai? ở mức nào? Lợi ích đó có đủ bù đắp các chi phí mà Nhà nước, doanh nghiệp, xã hội bỏ ra hay không?

- *Gợi ý giải pháp điều chỉnh*

Để giải pháp gợi ý có tính thuyết phục, cần chú ý:

- Lựa chọn giải pháp khả thi và có thể chấp nhận được từ cả góc độ của doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước (có tính đến hài hòa lợi ích của các nhóm doanh nghiệp và mục tiêu quản lý nhà nước);
 - Trường hợp giải pháp tốt nhất cho doanh nghiệp khó đạt được thì có thể cùng lúc đưa ra nhiều giải pháp với thứ tự ưu tiên (theo đánh giá của chủ thể góp ý).
- *Nguồn góp ý*

“Nguyên liệu đầu vào” cho những nội dung góp ý nêu trên là kết quả của các hoạt động lấy ý kiến, kết hợp với quan điểm của VCCI (hiệp hội) dựa trên quan điểm tiếp cận hoàn thiện chính sách, quy định pháp luật theo hướng :

- Kết quả hội thảo, tọa đàm lấy ý kiến;
- Ý kiến chuyên gia (cộng tác viên của hiệp hội);
- Thông tin phản ánh trên báo chí...

3. Ví dụ về tổ chức ý kiến đối với một Dự án Luật lớn (Luật Đất đai)

Ngày 04/8/2022, tại Hà Nội, VCCI phối hợp với Bộ Tài nguyên và Môi trường tổ chức Hội thảo góp ý Dự thảo Luật Đất đai (sửa đổi). Đây là hội thảo chính thức đầu tiên trong toàn quốc lấy ý kiến về dự thảo Luật Đất đai (sửa đổi).

Dưới đây là tóm tắt thông tin về quá trình tổ chức hội thảo trên:

a) Xây dựng chương trình hội thảo

- Xác định người chủ trì: hai vị lãnh đạo cao nhất của hai cơ quan là Chủ tịch VCCI Phạm Tấn Công và Bộ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường Trần Hồng Hà
- Xác định thời gian, địa điểm: căn cứ vào lịch làm việc của các lãnh đạo, căn cứ vào mức độ chuẩn bị sẵn sàng của cơ quan chủ trì soạn thảo, thời gian là 04/8/2022
- Cách thức tổ chức: hội thảo trực tiếp
- Xác định đơn vị đầu mối phụ trách: Ban Pháp chế (VCCI) và Tổng cục Quản lý đất đai (Bộ Tài nguyên và Môi trường)
- Xác định phạm vi nội dung: Đây là một dự án Luật rất lớn, tác động đến mọi đối tượng trong xã hội, do đó cần giới hạn các vấn đề tập trung thảo luận, góp ý trong phạm vi một cuộc hội thảo và liên quan trực tiếp đến nhóm đối tượng chính cần tham vấn là cộng đồng doanh nghiệp:
 - Luật Đất đai và việc thực hiện các dự án đầu tư
 - Vấn đề đất đai cho phát triển hạ tầng và sản xuất lớn
 - Luật Đất đai và việc phát triển lành mạnh thị trường bất động sản
 - Vấn đề về giá đất, đấu giá quyền sử dụng đất
 - Một số vấn đề khác

b) Xác định đối tượng mời tham dự, tham luận

- Đại diện cơ quan nhà nước có liên quan:
 - Cơ quan soạn thảo/thẩm định/thẩm tra: Bộ Tài nguyên và Môi trường (các đơn vị liên quan trong Bộ: Tổng cục quản lý Đất đai, Vụ Pháp chế, Văn phòng...); Văn phòng Chính phủ, Bộ Tư pháp, các cơ quan quản lý liên quan; các Ủy ban của Quốc hội: Ủy ban Kinh tế, Ủy ban Khoa học, công nghệ và môi trường, Ủy ban Pháp luật;
 - Thành viên ban soạn thảo, tổ biên tập;
 - Các cơ quan nhà nước khác liên quan quá trình thực thi chính sách, quy định: Bộ Xây dựng (Vụ Pháp chế, Cục Quản lý nhà và thị trường bất động sản...), Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính (Cục Quản lý giá, Vụ Đầu tư, Vụ pháp chế...), một số Sở ở địa phương (Hà Nội và vùng lân cận: Vĩnh Phúc, Hải Phòng, Quảng Ninh, Hà Nam, Hưng Yên, Hoà Bình...)
- Các doanh nghiệp trong lĩnh vực: bất động sản, xây dựng, nông nghiệp, thẩm định giá, đấu giá, ngân hàng, tư vấn pháp luật, kinh doanh dịch vụ nghỉ dưỡng, khu công nghiệp...
- Các hiệp hội doanh nghiệp có liên quan: Hiệp hội kinh doanh bất động sản Việt Nam, Hiệp hội Nhà thầu xây dựng Việt Nam, Hội Quy hoạch và phát triển đô thị Việt Nam, Hội Thẩm định giá Việt Nam, Tổng hội Xây dựng Việt Nam...
- Các viện nghiên cứu (Viện khoa học công nghệ xây dựng, Viện Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách, Trường Đại học Kinh tế - ĐHQGHN, Viện Khoa học đất đai, Viện nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Viện Nhà nước và Pháp luật, Viện nghiên cứu lập pháp...) chuyên gia, nhà khoa học, nhà hoạt động thực tiễn
- Các cơ quan, đơn vị truyền thông (báo viết, hình, nói, mạng);
- Các tổ chức quốc tế, cơ quan tổ chức liên quan khác;
- Xác định số lượng đại biểu tham dự: đây là dự án Luật có tác động rất lớn nên quy mô phải lớn hơn các diễn đàn, hội thảo thông thường khác, khoảng 250 người.

Chương trình dự kiến:

08h00 - 08h15	Đăng ký đại biểu
08h15 - 08h30	Phát biểu khai mạc Hội thảo - Chủ tịch VCCI Phạm Tấn Công - Bộ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường Trần Hồng Hà
08h30 - 08h50	Trình bày nội dung cơ bản của Dự thảo Luật Đất đai (sửa đổi), những vấn đề cần xin ý kiến Đại diện của Bộ Tài nguyên và Môi trường

Bình luận về một số quy định tại Dự thảo Luật Đất đai	
08h50 - 10h00	Các tham luận đến từ các doanh nghiệp, hiệp hội, chuyên gia: 1. Luật Đất đai và việc thực hiện các dự án đầu tư - Hiệp hội các nhà thầu Việt Nam - Một Tập đoàn đa ngành - Một công ty đầu tư xây dựng và bất động sản - Đại diện của một số chuyên gia về đầu tư và doanh nghiệp 2. Vấn đề đất đai cho phát triển hạ tầng và sản xuất lớn - 1-2 chuyên gia về đất đai - Một Hiệp hội - Chủ khu công nghiệp - Một số doanh nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp
10h00 - 10h10	Nghỉ giải lao
Bình luận về một số quy định tại Dự thảo Luật Đất đai	
10h10 - 11h40	Các tham luận đến từ các doanh nghiệp, hiệp hội, chuyên gia: 3. Luật Đất đai và việc phát triển lành mạnh thị trường bất động sản - Hiệp hội Bất động sản - Hiệp hội doanh nghiệp tỉnh - Một số doanh nghiệp, hiệp hội khác 4. Vấn đề về giá đất, đấu giá quyền sử dụng đất - Đại diện của Hội Thẩm định giá Việt Nam - Một công ty thẩm định giá - Một số doanh nghiệp khác 5. Một số vấn đề khác của Luật Đất đai - Đại diện của Tổng/Công ty xây dựng - Một số doanh nghiệp, hiệp hội, chuyên gia
11h40 - 12h00	Kết luận Hội thảo - Lãnh đạo Bộ Tài nguyên và Môi trường - Lãnh đạo VCCI

Sau khi lên khung chương trình thì xác định các đối tượng mời tham luận cụ thể, đề nghị tham gia ý kiến trong phạm vi nội dung yêu cầu và gửi ý kiến trước để chủ tọa có thể kiểm soát được nội dung và bố trí tham luận một cách hợp lý nhất.

c) Các công việc hậu cần chuẩn bị

- Soạn thảo thư mời, gửi thư mời gửi ít nhất 10 ngày trước ngày tổ chức hội thảo (gửi qua bưu điện và gửi email), đăng tải thông tin lên web

vibonline.com.vn và trang facebook của Ban Pháp chế tạo thuận lợi tối đa cho các đại biểu nắm thông tin và đăng ký tham dự;

- Chuẩn bị hội trường đủ rộng cho khoảng 250-300 người;
- Xác định ngân sách: ngân sách VCCI, chuẩn bị các khoản mục chi theo quy định;
- Mời tham luận: phân công 02 cán bộ đầu mối mời các đại biểu tham luận theo các đối tượng đã xác định trong chương trình dự kiến, mời trong danh sách chuyên gia uy tín đã có, mời các doanh nghiệp liên quan (gọi lãnh đạo, đơn vị pháp chế), đảm bảo xác nhận chắc chắn đủ thành phần yêu cầu;
- Thiết kế phong chữ (đảm bảo có tên đơn vị chủ trì, tổ chức, tên sự kiện, ngày diễn ra sự kiện, đảm bảo yếu tố mỹ thuật) và in ấn;
- Chuẩn bị hệ thống kỹ thuật, âm thanh, nước uống, giải lao, kê bàn ghế theo cách có thể trao đổi/thảo luận thân thiện, hoa trang trí;
- Chuẩn bị ghi âm, chụp ảnh;
- Bố trí nhân sự phục vụ: lên danh sách đại biểu đăng ký, chia bàn tiếp đón và nhận đăng ký để tránh dồn quá đông lúc đăng ký đầu giờ (doanh nghiệp/hiệp hội, chuyên gia, cơ quan nhà nước, báo chí, đại biểu tham luận...), nhân sự trong hội thảo (dẫn chương trình, chạy mic kịp thời cho tham luận, in ấn tài liệu bổ sung, trả lời các yêu cầu của đại biểu...);
- Chuẩn bị tài liệu và in ấn;
- Kiểm tra kỹ lưỡng các khâu chuẩn bị hoàn tất trước khi diễn ra hội thảo.

Ảnh chụp trang facebook Pháp luật và Doanh nghiệp đăng tải thông tin về hội thảo sắp diễn ra

Pháp luật và Doanh nghiệp
July 28 · 🌐

[Sự kiện] _HỘI THẢO GÓP Ý DỰ THẢO LUẬT ĐẤT ĐAI (SỬA ĐỔI)

Một số nội dung nổi bật liên quan đến Dự thảo:

- ✅ Tập trung sửa đổi, bổ sung các quy định chồng chéo, mâu thuẫn với các quy định pháp luật liên quan đến đất đai;
- ✅ Thay đổi cơ chế quản lý đất đai (chuyển dịch sang công cụ kinh tế), cải cách thủ tục hành chính...và nhiều quy định quan trọng khác.

🔗 **Tài liệu:** <http://vibonline.com.vn/.../hoi-thao-lay-y-kien-doanh...>

Đây là văn bản luật quan trọng, tác động rất lớn đến môi trường đầu tư kinh doanh của nước ta.

📄 **Đăng ký:** <https://bit.ly/hoithaoluatdatdai>

Mọi thông tin chi tiết và hỗ trợ đăng ký tham dự, vui lòng liên hệ:

- 📍 Ban Pháp chế – VCCI,
- ☎️ ĐT: 024.6683.6545/ 024.3577.0632
- ✉️ Email: xdphapluat.vcci@gmail.com / xdphapluat@vcci.com.vn

VCCI PHÒNG THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM  BỘ TÀI NGUYÊN VÀ MÔI TRƯỜNG

HỘI THẢO
GÓP Ý DỰ THẢO
LUẬT ĐẤT ĐAI (SỬA ĐỔI)

THỨ NĂM
04/8/2022  **8:15 - 11:30**

HỘI TRƯỞNG TẦNG 7, TÒA NHÀ VCCI
Số 9 Đào Duy Anh, Hà Nội

ĐĂNG KÝ >>> 

LIÊN HỆ:
BAN PHÁP CHẾ, VCCI
024.6683.6545
xdphapluat.vcci@gmail.com



d) Tiến hành diễn đàn, đối thoại

Theo chương trình dự kiến trên, do thời gian có hạn, có 9 tham luận từ các doanh nghiệp, hiệp hội, chuyên gia đã được trình bày tại hội thảo, 04 văn bản tham luận khác đã gửi tới trước nhưng chưa được phát biểu (ông Nguyễn Đình Bồng, Phó Chủ tịch Hội Khoa học Đất Việt Nam; Công ty Luật Bizlink; Bà Doãn Hồng Nhung, Giảng viên Cao cấp, Khoa Luật, Đại học Quốc gia Hà Nội; Công ty cổ phần Eurowindow Holding)³ và hơn 20 đăng ký tham gia ý kiến tại Hội thảo.

Tất cả các ý kiến đều được nghiên cứu, tổng hợp trong văn bản tổng hợp ý kiến của VCCI gửi gởi cơ quan chủ trì soạn thảo và các cơ quan liên quan theo quy định của Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật.

³ Thông tin chi tiết được đăng tải trên website http://vibonline.com.vn/su_kien/hoi-thao-lay-y-kien-doanh-nghiep-du-thao-luat-dat-dai-sua-doi và Page Pháp luật và Doanh nghiệp <https://www.facebook.com/phapluatvadoanhnghiep/posts/pfbid0k9yoep3wqVNtTigMMDLcuu6fbEUbvQKofhQyChJ7NTfPPFXLCiDBN5spz2Cy49A6l>

Do lịch làm việc đột xuất của Bộ trưởng Trần Hồng Hà, chương trình đã diễn ra vào buổi chiều (13h30-17h00), dù được thông báo rất gấp nhưng các đại biểu vẫn quan tâm tham dự rất đông.

Hội thảo đã thu hút sự tham gia của khoảng 300 đại biểu tham dự.

Cụ thể như sau:

13h30 - 13h45	Đăng ký đại biểu
13h45 - 14h00	Phát biểu khai mạc Hội thảo - Chủ tịch VCCI Phạm Tấn Công - Bộ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường Trần Hồng Hà
14h00 - 14h20	Trình bày nội dung cơ bản của Dự thảo Luật Đất đai (sửa đổi), những vấn đề cần xin ý kiến Ông Trần Thanh Khuyến, Tổng cục trưởng Tổng cục quản lý Đất đai, Bộ Tài nguyên và Môi trường
Bình luận về một số quy định tại Dự thảo Luật Đất đai	
14h20 - 15h20	Các tham luận đến từ các doanh nghiệp, hiệp hội, chuyên gia: - Ông Nguyễn Quốc Hiệp, Chủ tịch Hiệp hội các nhà thầu Việt Nam - Đại diện của VinGroup - Ông Dương Đăng Huệ, Hiệp hội Các nhà đầu tư công trình giao thông đường bộ Việt Nam - Ông Phạm Hồng Điệp, luật sư Đoàn Luật sư Tp. Hải Phòng - Ông Nguyễn Quang Tuyền, Phó Chủ tịch Hội đồng Trường Đại học Luật Hà Nội, Trưởng khoa Pháp luật Kinh tế
15h20 - 15h30	Nghỉ giải lao
Bình luận về một số quy định tại Dự thảo Luật Đất đai	
15h30 - 16h30	- Ông Nguyễn Văn Đình, chuyên gia độc lập Ông Trương Anh Tuấn, Trưởng Ban Pháp chế Hiệp hội Bất động sản Việt Nam - Bà Trịnh Thị Ngân, Trưởng Ban Cố vấn, Hiệp hội doanh nghiệp vừa và nhỏ Hà Nội - Đại diện của Hội Thẩm định giá Việt Nam - Ông Ngô Gia Cường, Giám đốc Công ty TNHH Thẩm định giá và Giám định Việt Nam
16h30 - 16h50	Trao đổi của đại diện cơ quan chủ trì soạn thảo
16h50 - 17h00	Kết luận Hội thảo - Chủ tịch VCCI Phạm Tấn Công - Bộ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường Trần Hồng Hà

Ảnh: Chủ tịch VCCI Phạm Tấn Công và Bộ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường Trần Hồng Hà chủ trì và điều hành phiên thảo luận



Ảnh: toàn cảnh hội thảo



e) Xây dựng báo cáo kết quả diễn đàn, đối thoại và tổng hợp ý kiến góp ý

Dựa trên các tiêu chí và những định hướng lớn đã đặt ra, Ban Pháp chế VCCI cùng các chuyên gia tổng hợp ý kiến như sau (có trích dẫn điều khoản cụ thể, phân tích lý lẽ và có đề xuất cụ thể):

- Về tính thống nhất: Xem xét Luật Đất đai với các luật khác trong hệ thống pháp luật về kinh doanh (quan hệ giữa Luật Đất đai với Luật Ban hành VBQPPL, Luật Nhà ở, Kinh doanh bất động sản, Luật Đầu tư, Luật Quy hoạch; một số quy định tại Dự thảo chưa thống nhất với nhau

- Tính minh bạch, hợp lý, khả thi, tạo thuận lợi cho doanh nghiệp: một số quy định tại Dự thảo chưa thực sự đảm bảo thuận lợi cho các nhà đầu tư thực hiện dự án đầu tư (Giao đất, cho thuê đất thông qua hình thức đấu thầu dự án có sử dụng đất, Sử dụng đất thông qua hình thức nhận chuyển nhượng, thuê quyền sử dụng đất, nhập góp vốn bằng quyền sử dụng đất để thực hiện dự án đầu tư, Căn cứ, thời điểm tính tiền sử dụng đất, tiền thuê đất, Thời điểm có hiệu lực của giao dịch liên quan đến quyền sử dụng đất...); Một số quy định về thủ tục hành chính chưa thực sự rõ ràng và thuận lợi cho các đối tượng áp dụng (Thu hồi đất do chấm dứt việc sử dụng đất theo pháp luật, tự nguyện trả lại đất, có nguy cơ đe dọa tính mạng con người, Tập trung đất nông nghiệp, Thủ tục nhận chuyển nhượng đất nông nghiệp...)
- Chính sách lớn: khuyến khích “lấn biển” và quy định đảm bảo cho việc thực hiện chính sách này
- Một số vấn đề khác

PHÒNG THƯƠNG MẠI
VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM
Số: 1386 /PTM-PC
V/v góp ý Dự thảo Luật Đất đai
(sửa đổi)

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc
Hà Nội, ngày 17 tháng 8 năm 2022

Kính gửi: Bộ Tài nguyên và Môi trường

Ngày 04/8/2022, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đã phối hợp với Bộ Tài nguyên và Môi trường tổ chức Hội thảo lấy ý kiến doanh nghiệp đối với Dự thảo Luật Đất đai (sửa đổi). Hội thảo đã thu hút được sự tham gia của hơn 250 doanh nghiệp, hiệp hội, các chuyên gia, các cơ quan quản lý đến tham dự và đóng góp ý kiến. Trên cơ sở ý kiến thu nhận tại Hội thảo, VCCI có một số ý kiến ban đầu như sau:

I. Xem xét Luật Đất đai với các luật khác trong hệ thống pháp luật về kinh doanh

Luật Đất đai có các quy định liên quan chặt chẽ với các luật kinh doanh khác như Luật Đầu tư, Luật Xây dựng, Luật Nhà ở, Luật kinh doanh bất động sản, Luật Quy hoạch đô thị, Luật Quy hoạch, Bộ luật dân sự ... Việc soạn Luật Đất đai cần thiết phải nhìn trong tổng thể chung của hệ thống pháp luật về kinh doanh để đảm bảo thống nhất, hạn chế tình trạng chồng chéo, gây cản trở, ách tắc hoạt động đầu tư kinh doanh.

Rà soát sơ bộ Dự thảo nhận thấy một số quy định chưa đảm bảo tính thống nhất, có thể gây khó khăn cho doanh nghiệp khi thực hiện các hoạt động đầu tư, cụ thể:

1. Luật Đất đai và Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật về nguyên tắc áp dụng luật

Điều 4 Dự thảo quy định, trường hợp có sự khác nhau giữa quy định của luật này và luật khác thì thực hiện theo quy định của Luật Đất đai.

Khoản 3 Điều 156 Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật quy định “Trong trường hợp các văn bản quy phạm pháp luật do cùng một cơ quan ban hành có quy định khác nhau về cùng một vấn đề thì áp dụng quy định của văn bản quy phạm pháp luật ban hành sau”.

Như vậy, quy định tại Điều 4 Dự thảo là chưa phù hợp với nguyên tắc áp dụng pháp luật khi có quy định khác nhau về cùng một vấn đề quy định tại khoản 3 Điều 156 Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật 2015. Đề nghị điều chỉnh lại quy định này để đảm bảo về nguyên tắc áp dụng pháp luật quy định tại Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật 2015.

2

2. Luật Đất đai và Luật Kinh doanh bất động sản, Luật Nhà ở
a. Người sử dụng đất là “cá nhân người nước ngoài”

Theo quy định tại Điều 6 Dự thảo thì “cá nhân người nước ngoài” không được xem là người sử dụng đất, không được Nhà nước giao đất, cho thuê đất, công nhận quyền sử dụng đất, nhận chuyển quyền sử dụng đất; thuê lại đất trong khu công nghiệp, cụm công nghiệp, khu công nghệ cao.

Quy định này cần được xem xét lại để bảo đảm tính thống nhất với quy định của Luật Kinh doanh bất động sản, Luật Nhà ở hiện hành, cụ thể:

- Điểm b khoản 2 Điều 159 Luật Nhà ở 2014 quy định, cá nhân nước ngoài được sở hữu nhà ở tại Việt Nam thông qua “mua, thuê mua, nhận tặng cho, nhận thừa kế nhà ở thương mại bao gồm căn hộ chung cư và nhà ở riêng lẻ trong dự án đầu tư xây dựng nhà ở trừ khu vực bảo đảm quốc phòng, an ninh theo quy định của Chính phủ”.
- Luật Kinh doanh bất động sản 2014 quy định “cá nhân nước ngoài được thuê các loại bất động sản để sử dụng; được mua, thuê, thuê mua nhà ở theo quy định của pháp luật về nhà ở” (khoản 2 Điều 14); “Việc mua bán nhà, công trình xây dựng phải gắn với quyền sử dụng đất” (khoản 1 Điều 19).

Như vậy, theo quy định tại Luật Kinh doanh bất động sản 2014, Luật Nhà ở 2014 thì người nước ngoài được thừa nhận quyền sở hữu nhà ở, nhưng theo Dự thảo thì lại không được thừa nhận quyền sử dụng đất. Điều này dường như chưa phù hợp với quy định tại khoản 1 Điều 19 Luật Kinh doanh bất động sản 2014 “việc mua bán nhà, công trình xây dựng phải gắn với quyền sử dụng đất”.

Mặt khác, nếu người nước ngoài bán nhà cho người Việt Nam thì người mua có được thừa nhận quyền sử dụng đất không? Vô hình trung, quyền của người mua là người Việt Nam, sẽ không được đảm bảo.

Đề nghị xem xét lại quy định về người sử dụng đất đối với người nước ngoài để đảm bảo tính đồng bộ trong hệ thống pháp luật.

b. Thời điểm được thực hiện các quyền của người sử dụng đất (Điều 191)

Khoản 1 Điều 191 Dự thảo quy định “người sử dụng đất được thực hiện các quyền chuyển nhượng, cho thuê, cho thuê lại, tặng cho, thế chấp, góp vốn quyền sử dụng đất khi có Giấy chứng nhận ...”.

Quy định này cần được xem xét lại so với quy định tại Luật Nhà ở và Luật Kinh doanh bất động sản, cụ thể:

2



Toàn văn góp ý, kết quả của hội thảo và bản tổng hợp ý kiến góp ý được đăng tải tại http://vibonline.com.vn/bao_cao/vcci_gop-y-du-thao-luat-dat-dai-sua-doi, bản ghi âm hội thảo cũng được ghi chép lại và chia sẻ công khai trên website này.

f) Công việc sau hội thảo

Sau hội thảo, ban tổ chức đã gửi email cảm ơn các đại biểu đã đóng góp ý kiến, đồ bằng ghi âm, ghi chép biên bản.

Sau khi tổng hợp ý kiến một cách kỹ lưỡng, Ban Pháp chế VCCI đã gửi công văn góp ý tới các cơ quan liên quan theo quy định của Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật.

VII. KỸ NĂNG TRUYỀN THÔNG DỰ THẢO CHÍNH SÁCH, PHÁP LUẬT TẠI ĐỊA BÀN CƠ SỞ THÔNG QUA LOẠI HÌNH VĂN HÓA THÔNG TIN CƠ SỞ

1. Tổng quan về hệ thống thiết chế văn hóa cơ sở với hoạt động phổ biến, giáo dục pháp luật

Mục tiêu quan trọng của phổ biến, giáo dục pháp luật (PBGDPL) là tác động góp phần nâng cao nhận thức hiểu biết, ý thức chấp hành pháp luật của Nhân dân. Thực tế, các thành phần trong xã hội rất đa dạng, phong phú có thể chia theo giới tính, lứa tuổi, dân tộc, tôn giáo, địa bàn, nghề nghiệp... đặc biệt là các đối tượng đặc thù, đòi hỏi phương pháp tiếp cận, hình thức, nội dung PBGDPL phải phù hợp với đối tượng, trong đó PBGDPL thông qua các hoạt động văn hóa, thể thao, du lịch tới các loại đối tượng vừa là thế mạnh, đồng thời cũng đặt ra những yêu cầu mới về tìm hiểu đối tượng PBGDPL phù hợp hơn để tiếp cận bằng văn hóa. Ngay trong nội bộ của Ngành nhóm đối tượng chịu sự tác động trực tiếp của chính sách, pháp luật: công chức, viên chức, người lao động, văn nghệ sỹ, vận động viên, huấn luyện viên thuộc phạm vi quản lý cũng cần được phân loại để PBGDPL phù hợp.

Thời gian qua, nội dung, hình thức PBGDPL được Ngành Văn hóa, Thể thao và Du lịch tiến hành đổi mới đa dạng, thiết thực, hiệu quả hơn, hướng tới nhiều đối tượng, khu vực, địa bàn, phát huy vai trò, đặc thù của hoạt động văn hóa, thể thao và du lịch, nhất là lồng ghép PBGDPL trong các hoạt động văn hóa ở cơ sở; quan tâm hơn đến PBGDPL với đồng bào các dân tộc thiểu số, vùng có điều kiện kinh tế đặc biệt khó khăn; bước đầu phát huy được ứng dụng công nghệ thông tin trong PBGDPL phù hợp, thích ứng với bối cảnh đại dịch Covid-19.

Với những lợi thế về cơ sở vật chất, phương tiện và điều kiện sẵn có, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Văn hóa và Thể thao, Sở Du lịch, Sở Văn hóa, Thông tin, Thể thao và Du lịch các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương những năm qua đã và đang triển khai tốt các hình thức, biện pháp PBGDPL phục vụ cán bộ, công chức, viên chức, các đối tượng thuộc quản lý của Ngành và đông đảo Nhân dân. Ngoài các hình thức PBGDPL cơ bản như tổ chức hội nghị, hội thảo, phát hành tài liệu pháp luật, tuyên truyền pháp luật trên các phương tiện thông tin đại chúng... được các Sở triển khai thường xuyên, thì việc kết hợp, lồng ghép công tác phổ biến, giáo dục pháp luật với các hoạt động, sự kiện của Ngành đang được các địa phương vận dụng linh hoạt và bước đầu đem lại hiệu quả cao. Cụ thể như:

- Tuyên truyền, phổ biến pháp luật thông qua đội thông tin, chiếu phim lưu động của ngành ở địa phương. Theo số liệu thống kê, hiện nay trong cả nước có 63 đội tuyên truyền lưu động cấp tỉnh, 697 đội cấp huyện, hàng năm tổ chức khoảng trên 11.000 buổi hoạt động phục vụ gần 5 triệu lượt người xem. Cách làm chủ yếu là PBGDPL trước các buổi biểu diễn, xây dựng kịch bản để triển khai tuyên truyền riêng về các chủ đề: phòng, chống ma túy, an toàn giao thông, tuyên truyền về biển đảo, xây dựng nông thôn mới, phòng chống bạo lực gia đình... lồng ghép các nội dung pháp luật vào từng hoạt động tuyên truyền lưu động. Nhiều nơi còn biên soạn chương trình tiếng dân tộc thiểu số trong đó có các nội dung phổ biến pháp luật cho đồng bào các dân tộc ở vùng sâu, vùng xa. Đây là hình thức phổ biến, giáo dục pháp luật được hầu hết các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch áp dụng, trong đó điển hình là Bình Thuận, Vĩnh Phúc, Bình Dương, Đồng Tháp, Hà Giang, Bắc Giang, Đắk Lắk, Yên Bái, Hà Nam, Khánh Hòa, Bến Tre, Kon Tum, Tiền Giang, Lào Cai, Lai Châu...

- Tuyên truyền, phổ biến pháp luật bằng hình thức cổ động trực quan với các loại hình như panô, băng rôn, khẩu hiệu, trang cổ động, ảnh thời sự... tuyên truyền về các nội dung pháp luật quan trọng, các sự kiện quan trọng của đất nước, các đợt phát động thi đua rộng rãi, trong đó tập trung tuyên truyền tại các địa điểm công cộng, khu vui chơi giải trí, điểm sinh hoạt văn hóa, khu thể thao, du lịch.

- Tổ chức hoạt động hội chợ, triển lãm, trưng bày hình ảnh, tư liệu, các văn bản quy phạm pháp luật và các thành tựu kinh tế - văn hóa - xã hội với các nội dung nhấn mạnh về giáo dục chính trị tư tưởng, giáo dục pháp luật, nâng cao ý thức của mỗi người dân về niềm tự hào, tự tôn dân tộc, ý thức chấp hành pháp luật, tự nguyện cống hiến xây dựng đất nước. Hoạt động này được quan tâm triển khai ở nhiều địa phương như Khánh Hòa, Tiền Giang, Hà Giang, Cần Thơ, Bình Dương, Bình Thuận, Đồng Tháp...

- Lồng ghép PBGDPL với các hoạt động lễ hội, hội thi, sinh hoạt văn hóa cộng đồng với các hình thức như hội thi văn nghệ, thể thao, gia đình; hội thi trong cán bộ, công chức, viên chức về từng chủ đề; biểu diễn văn nghệ, tiểu phẩm, giao lưu văn hóa nghệ thuật; Ban chủ nhiệm nhà văn hóa các cấp lồng ghép giáo dục pháp luật vào hoạt động thường xuyên của các loại hình câu lạc bộ... nhằm vận động nhân dân bảo tồn và phát huy các di sản văn hóa, xóa bỏ phong tục tập quán lạc hậu, phê phán thói hư tật xấu, biểu dương người tốt việc tốt, gương người chấp hành nghiêm pháp luật trên địa bàn.

- Tổ chức PBGDPL thông qua thiết chế thư viện, triển khai tủ sách pháp luật, tủ sách bưu điện văn hóa xã. Nhiều đơn vị địa phương đã quan tâm triển khai mô hình này, thường xuyên bổ sung, luân chuyển sách đến các điểm cơ sở, cấp sách miễn phí đến đồng bào dân tộc, trong đó đặc biệt chú ý đến các loại sách pháp luật như: văn bản pháp luật mới, hỏi đáp chế độ chính sách... tạo điều kiện cho đông đảo Nhân dân tham gia khai thác thư viện, tủ sách pháp luật.

- PBGDPL gắn với phong trào “Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa”. Với vai trò là cơ quan thường trực Ban chỉ đạo phong trào, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Văn hóa và Thể thao, Sở Du lịch các địa phương đã tích cực lồng ghép các hoạt động tuyên truyền pháp luật vào phong trào như: đưa ra các chỉ tiêu, tiêu chí cụ thể để vận động nhân dân nhiệt tình hưởng ứng, triển khai mô hình tổ hòa giải, tổ an ninh nhân dân, hướng dẫn xây dựng các hương ước, quy ước về làng, thôn, bản văn hóa trong đó có tiêu chí về thực hiện và chấp hành tốt pháp luật, hình thành các mô hình điểm về thực hiện pháp luật, duy trì các loại hình câu lạc bộ văn hóa, văn nghệ ở cơ sở tạo không gian giao lưu kết hợp lồng ghép tuyên truyền, phổ biến chính sách, pháp luật.

2. Kỹ năng lồng ghép các loại hình văn hóa cơ sở

a) Khái niệm, vị trí, vai trò của truyền thông dự thảo chính sách, pháp luật tại địa bàn cơ sở

- *Truyền thông* là quá trình trao đổi thông tin, tương tác thông tin giữa hai hoặc nhiều người với nhau nhằm tăng cường sự hiểu biết và 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, của cộng đồng và của toàn xã hội⁴

- *Chính sách* là một tập hợp các biện pháp của nhà nước nói chung và chính phủ nói riêng được thể chế hóa và bảo đảm thực thi để giải quyết các vấn đề xã hội hoặc phát triển xã hội⁵

- *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

⁴ <https://vietintravel.com/truyen-thong-la-gi-va-suc-manh-cua-truyen-thong-hien-nay>

⁵ Trần Thị Thanh Thủy (2021). *Vai trò và các yêu cầu đối với truyền thông chính sách*, <https://www.quanlynhanuoc.vn/2021/01/05/vai-tro-va-cac-yeu-cau-doi-voi-truyen-thong-chinh-sach/>

điều chỉnh hành vi và thái độ phù hợp với nhu cầu phát triển của cá nhân, của nhóm, của cộng đồng và của toàn xã hội⁶

- Vị trí, vai trò của truyền thông dự thảo chính sách, pháp luật tại địa bàn cơ sở

Phần nhiều các chính sách, pháp luật được hiện hữu trên thực tiễn qua địa bàn ở cơ sở, hay nói một cách ví von: cuối cùng, điểm đến của các chính sách pháp luật cũng về cơ sở hay hướng về cơ sở.

Với đặc điểm là địa bàn cơ sở, cấp hành chính nhỏ nhất, là nơi lắng đọng, thực thi mọi chính sách pháp luật từ kinh tế, văn hóa, xã hội đến quốc phòng, an ninh... trong đó có những chính sách để biết mang tính vĩ mô, nhưng cũng có chính sách sát sườn, tác động trực tiếp đến đời sống Nhân dân hàng ngày.

Với đặc điểm địa bàn dân cư ở cơ sở đan xem rất phong phú, đa dạng về giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn, dân tộc, tôn giáo... đặt ra vấn đề về nhận thức pháp luật sẽ rất khác nhau.

Với mong muốn để Dân biết, Dân bàn, Dân kiểm tra, Dân thụ hưởng chính sách, pháp luật hòa cùng các hoạt động khác ở cơ sở đặt ra yêu cầu về phương thức, nội dung từ xây dựng đến thực thi các chính sách làm sao thiết thực, phù hợp, hiệu quả nhất.

Việc tiếp cận theo chiều từ trên xuống đồng thời với chiều từ dưới lên đảm bảo hài hòa, phù hợp với điều kiện thực tế địa bàn cơ sở. Thực tế đã chứng minh nhiều chính sách pháp luật khi đi vào cuộc sống khó cũng là Dân mà dễ cũng là Dân. Khi Dân hiểu, Dân thông, cùng các chính sách, pháp luật đó xuất phát từ Dân hay Nhà nước nhưng mục tiêu cuối cùng đều phục vụ lợi ích Nhà nước, xã hội và lợi ích của Dân thì chính sách, pháp luật đó sẽ sống, còn nếu không thì phần nhiều là trên giấy. Những điều kiện, đặc điểm mang tính đặc thù trên đòi hỏi công tác PBGDPL, trong đó việc truyền thông chính sách, pháp luật tại địa bàn cơ sở vừa có tầm quan trọng vừa có những yêu cầu mang tính cốt lõi là truyền tải thông tin đơn giản, dễ hiểu, dễ nghe, dễ thực hiện, dễ giám sát, kiểm tra, đánh giá, dễ đi vào lòng Dân, từ đó người Dân biết, tham gia và tự giác thực hiện.

b) Khái niệm, vị trí vai trò của các thiết chế và hoạt động văn hóa ở cơ sở

⁶ Nguyễn Đình Thành (2014). *Ứng dụng truyền thông trong vận động chính sách*, Bài trên trang của Thành: <http://nguyendinhthanh>

- Chức năng, nhiệm vụ của Trung tâm Văn hóa - Thể thao xã⁷

Chức năng:

Tuyên truyền phổ biến đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước; tổ chức các hoạt động văn hóa, thể thao, vui chơi giải trí; bảo tồn, phát huy các hình thức sinh hoạt văn hóa, thể thao dân tộc; bồi dưỡng năng khiếu nghệ thuật, thể dục thể thao; nâng cao dân trí và mức hưởng thụ văn hóa, thể thao cho nhân dân; thu hút và tạo điều kiện thuận lợi cho các tầng lớp nhân dân tham gia mọi hoạt động văn hóa, thể thao; phục vụ các nhiệm vụ kinh tế-xã hội của địa phương.

Nhiệm vụ:

+ Xây dựng các chương trình, kế hoạch hoạt động hàng tháng, quý, năm, trình UBND xã phê duyệt; tổ chức thực hiện các chương trình, kế hoạch sau khi được phê duyệt;

+ Đề xuất, tham mưu cho UBND xã tăng cường lãnh đạo, chỉ đạo xây dựng Trung tâm Văn hóa-Thể thao xã; thực hiện chủ trương xã hội hóa các lĩnh vực văn hóa-thể thao trong phạm vi xã;

+ Phối hợp với các ngành, đoàn thể ở xã để tổ chức các hoạt động văn hóa-thể thao trên địa bàn; hướng dẫn, giúp đỡ về chuyên môn nghiệp vụ cho các nhà văn hóa, câu lạc bộ văn hóa, thể dục thể thao ở các khu dân cư ở xã; xây dựng, quản lý đội ngũ cán bộ chuyên môn, cộng tác viên; quản lý tài sản, tài chính được giao theo chế độ hiện hành; thực hiện chế độ báo cáo, thống kê; sơ kết, tổng kết, rút kinh nghiệm thực tiễn, đề nghị cấp có thẩm quyền khen thưởng các cá nhân, tập thể có thành tích xuất sắc;

+ Tổ chức các hoạt động văn hóa, thể thao, vui chơi giải trí cho trẻ em;

+ Tham gia các hoạt động văn hóa, thể dục thể thao do cấp huyện tổ chức.

- Vị trí, chức năng, nhiệm vụ của Nhà văn hóa- Khu thể thao thôn⁸

Vị trí:

⁷ Theo Thông tư số 12/2010/TT-BVHTTDL ngày 22/12/2010 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quy định về mẫu tổ chức, hoạt động và tiêu chí của Trung tâm Văn hóa – Thể thao xã.

⁸ Theo Thông tư số 06/2011/TT-BVHTTDL ngày 08/10/2011 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quy định về mẫu tổ chức, hoạt động và tiêu chí của Nhà Văn hóa – Khu thể thao thôn.

Nhà văn hóa-Khu thể thao thôn thuộc hệ thống thiết chế văn hóa-thể thao cơ sở của cả nước; do Chủ tịch UBND xã quyết định thành lập, lãnh đạo toàn diện; Trưởng thôn trực tiếp quản lý; chịu sự hướng dẫn về nghiệp vụ của Trung tâm Văn hóa-Thể thao cấp trên.

Chức năng:

+ Góp phần tuyên truyền, phổ biến chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; kiến thức khoa học, kỹ thuật; giáo dục tư tưởng, đạo đức, lối sống, nếp sống văn hóa lành mạnh trên địa bàn thôn.

+ Nơi sinh hoạt văn hóa, văn nghệ, thể dục thể thao, vui chơi giải trí, nâng cao mức hưởng thụ văn hóa của nhân dân, góp phần xây dựng nông thôn mới.

+ Nơi tổ chức hội họp, học tập cộng đồng và các sinh hoạt khác ở thôn.

Nhiệm vụ:

+ Xây dựng kế hoạch, chương trình hoạt động ngắn hạn, dài hạn trình Chủ tịch Ủy ban nhân dân xã và tổ chức thực hiện sau khi được phê duyệt.

+ Tổ chức các hoạt động tuyên truyền, cổ động phục vụ các nhiệm vụ chính trị, sản xuất và đời sống của nhân dân ở thôn.

+ Tổ chức các hoạt động văn nghệ; thể dục, thể thao quần chúng; các cuộc giao lưu, liên hoan, hội diễn văn nghệ; giao hữu, thi đấu các môn thể thao; duy trì hoạt động các loại hình Câu lạc bộ, nhóm sở thích; phát hiện bồi dưỡng năng khiếu văn hóa văn nghệ, thể dục, thể thao và các hoạt động vui chơi, giải trí cho trẻ em.

+ Tổ chức các chương trình, lớp học nâng cao dân trí, tiếp nhận thông tin và hoạt động dịch vụ phục vụ nhân dân trên địa bàn thôn.

+ Tham gia các hoạt động xây dựng gia đình văn hóa, nếp sống văn hóa, xây dựng nông thôn mới.

+ Xây dựng cơ sở vật chất, đầu tư trang thiết bị, quản lý, khai thác và sử dụng hiệu quả công trình.

+ Tổ chức các cuộc hội họp của thôn.

+ Thực hiện các nhiệm vụ khác do lãnh đạo địa phương giao.

- *Đời sống văn hóa* là khái niệm chỉ sự tổng hòa các điều kiện vật chất, tinh thần, hoàn cảnh, các sản phẩm văn hóa, hoạt động văn hóa, thiết chế văn hóa... được con người nhận thức và thực thi một cách tự giác, có định hướng nhằm xây dựng một đời sống văn hóa lành mạnh, đáp ứng những nhu cầu văn hóa đa dạng và không ngừng tăng lên của các tầng lớp nhân dân trên các địa bàn dân cư. Chất lượng của đời sống văn hóa cao hay thấp đều phụ thuộc vào năng lực sáng tạo của con người để tạo ra các sản phẩm văn hóa.

- *Xây dựng đời sống văn hóa ở cơ sở* là điều kiện thiết yếu để bồi đắp nền tảng tinh thần cho xã hội; là bước đi ban đầu mang tính hiện thực, trực tiếp để xây dựng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, xây dựng hoàn thiện thể chế, thiết chế văn hóa cộng đồng; góp phần tạo điều kiện cần thiết để nhân dân phát huy và thực hiện quyền làm chủ của mình trong sáng tạo, hưởng thụ các giá trị văn hóa, nghệ thuật, xây dựng lối sống văn minh, lịch sự, giữ gìn trật tự, kỷ cương; không ngừng nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của nhân dân và tạo ra động lực thúc đẩy phát triển kinh tế – văn hóa xã hội, đảm bảo ổn định chính trị.⁹

Có thể nhận thấy một trong những chức năng quan trọng của các thiết chế văn hóa ở cơ sở là tuyên truyền phổ biến đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước, thông qua các nhiệm vụ, hoạt động trực tiếp hoặc lồng ghép PBGDPL đã và đang khẳng định vai trò, kênh truyền dẫn pháp luật tại địa bàn cơ sở.

c) Một số loại hình văn hóa cơ sở thực hiện lồng ghép truyền thông dự thảo chính sách

- **Loại 1:** *Truyền thông dự thảo chính sách thông qua đội thông tin, chiếu phim lưu động của ngành ở địa phương:*

+ Phương thức thực hiện: được thực hiện trước các buổi chiếu phim thông qua các báo cáo viên pháp luật, người có uy tín trong vùng đồng bào dân tộc thiểu số, cán bộ làm công tác văn hóa, xã hội ở địa phương.

+ Nội dung: trình chiếu các video phóng sự về dự thảo chính sách, trao đổi về những nội dung dự thảo chính sách tác động đến Nhân dân (các chính sách thiết thực gắn với đời sống ở cơ sở: môi trường, phòng chống bạo lực gia

⁹ Nguyễn Thanh Bình (2016) Vai trò của hệ thống nhà văn hóa trong xây dựng đời sống văn hóa cơ sở, Tạp chí VHNT số 386

đình, xuất nhập cảnh, an ninh mạng...), có thể gắn với chủ đề bộ phim hoặc nội dung hoạt động tuyên truyền văn hóa ở cơ sở.

+ Đối tượng, địa bàn: thường áp dụng cho vùng đồng bào dân tộc thiểu số, biên giới.

- Loại 2: *Truyền thông dự thảo chính sách thông qua lồng ghép hoạt động hội thi, sinh hoạt văn hóa cộng đồng với các hình thức như hội thi văn nghệ, thể thao, gia đình; hội thi trong cán bộ, công chức, viên chức về từng chủ đề; biểu diễn văn nghệ, tiểu phẩm, giao lưu văn hóa nghệ thuật:*

+ Phương thức thực hiện: dự thảo chính sách được sân khấu hóa thành các kịch bản, được biên tập thành những câu hỏi, đáp án, được ví dụ bằng các tình huống cụ thể thực hiện tại các hội thi biểu diễn nghệ thuật quần chúng, chương trình văn nghệ, giao lưu có lồng ghép đối thoại, giải đáp, tương tác với khán giả về dự thảo chính sách. Ưu tiên vừa biểu diễn trực tiếp vừa phát trên các nền tảng mạng xã hội được người dân quan tâm, chia sẻ các chương trình trên các trang mạng Internet, Facebook, Zalo, Youtube, Fanpage, Tiktok với sự tham gia của một số blogger có sức thu hút xã hội lớn.

+ Nội dung: truyền thông các chính sách thiết thực, tác động trực tiếp tới đời sống Nhân dân: an toàn giao thông, đất đai, môi trường, văn hóa, du lịch, hôn nhân gia đình, tín ngưỡng tôn giáo, thanh niên, an ninh mạng...

+ Đối tượng, địa bàn: thường áp dụng cho địa bàn các khu dân cư nông thôn, các bản, làng truyền thống có phong tục tập quán và nét văn hóa.

- Loại 3: *Truyền thông dự thảo chính sách thông qua mô hình các Câu lạc bộ sinh hoạt văn hóa nghệ thuật:*

+ Phương thức thực hiện: được thực hiện tại các cuộc sinh hoạt câu lạc bộ định kỳ, chuyên đề ở địa bàn cơ sở thông qua các báo cáo viên pháp luật, chủ nhiệm câu lạc bộ.

+ Nội dung: truyền thông các chính sách gắn với đối tượng quan tâm của các câu lạc bộ: danh hiệu nghệ nhân, chế độ chính sách đối với nghệ nhân, chính sách về văn hóa, hôn nhân gia đình, tín ngưỡng tôn giáo, thanh niên, an ninh mạng...

+ Đối tượng, địa bàn: các câu lạc bộ văn hóa nghệ thuật ở địa bàn cơ sở

d) Các bước thực hiện truyền thông dự thảo chính sách thông qua lồng ghép các loại hình văn hóa ở cơ sở

- **Đối với loại 1:** *Truyền thông dự thảo chính sách thông qua đội thông tin, chiếu phim lưu động của ngành ở địa phương:*

Bước 1: Chuẩn bị

- Nghiên cứu dự thảo chính sách pháp luật cần truyền thông.
- Thu thập và nghiên cứu kỹ các tài liệu có liên quan trong quá trình xây dựng dự thảo chính sách: các văn kiện của Đảng, chính sách của nhà nước; các tài liệu trong nước và nước ngoài liên quan đến nội dung chính sách; tình hình thực tế liên quan đến chính sách tại địa bàn cơ sở.
- Tìm hiểu đối tượng tham dự để đưa ra các hướng dẫn, cách thức, biện pháp truyền thông thích hợp.
- Đánh giá, xác định khả năng lồng ghép truyền thông dự thảo chính sách với nội dung bộ phim dự kiến trình chiếu, hoạt động thông tin dự kiến thực hiện để xác định thời lượng, cách thức phù hợp (trước, trong, sau buổi chiếu), sử dụng ngôn ngữ tiếng Việt hay tiếng dân tộc thiểu số, có sự tham gia của người có uy tín hay không.
- Nghiên cứu tình hình kinh tế xã hội, phong tục, truyền thống, tình hình vi phạm pháp luật, yêu cầu về nội dung dự thảo chính sách, để phân tích các vấn đề nêu ra trong dự thảo chính sách có liên hệ với tình hình kinh tế, văn hóa, xã hội ở địa bàn cơ sở

Bước 2: Biên soạn nội dung truyền thông dự thảo chính sách.

- Trực tiếp biên soạn bằng cách dựa trên cơ sở đề cương chi tiết và các tài liệu đã được nghiên cứu để viết đề cương truyền thông dự thảo chính sách.
- Phối hợp với các cơ quan chuyên môn tham gia soạn thảo truyền thông dự thảo chính sách.

Lưu ý nội dung có liên hệ với đối tượng, địa bàn cơ sở, đưa ví dụ minh họa mà đối tượng dễ biết, dễ hiểu, dễ so sánh, dễ liên hệ, dự phòng một số tình huống phát sinh khi trao đổi.

Bước 3: Phối hợp chuẩn bị thực hiện.

- Thống nhất với chính quyền địa phương, cán bộ phụ trách văn hóa, xã hội, người có uy tín trên địa bàn về việc lồng ghép truyền thông dự thảo chính sách thông qua hoạt động đội thông tin, chiếu phim lưu động.
- Kiểm tra các điều kiện kỹ thuật, mặt bằng liên quan phục vụ hoạt động.
- Tuyên truyền, quảng bá về hoạt động đến với các đối tượng thông qua

hệ thống loa truyền thanh, cán bộ khu dân cư, người có uy tín.

Bước 4: Thực hiện truyền thông dự thảo chính sách.

- Truyền thông dự thảo chính sách theo nội dung đã chuẩn bị gắn với việc trao đổi, tương tác trên thực tế.

- Thu hút người xem, người nghe bằng sự hấp dẫn của các bộ phim, sự gắn kết, liên hệ với nội dung chính sách.

- Tạo không khí trao đổi thẳng thắn, gần gũi, cầu thị.

Bước 5: Tổng hợp góp ý dự thảo chính sách.

- Ghi chép tổng hợp ý kiến của người dân tham dự hoạt động đóng góp cho dự thảo chính sách, phân loại riêng các kiến nghị gắn trực tiếp với nội dung chính sách và các kiến nghị liên quan đề báo cáo cấp có thẩm quyền xem xét.

- Đối với loại 2: *Truyền thông dự thảo chính sách thông qua lồng ghép hoạt động hội thi, sinh hoạt văn hóa cộng đồng với các hình thức như hội thi văn nghệ, thể thao, gia đình; hội thi trong cán bộ, công chức, viên chức về từng chủ đề; biểu diễn văn nghệ, tiểu phẩm, giao lưu văn hóa nghệ thuật:*

Bước 1: Chuẩn bị

- Nghiên cứu dự thảo chính sách pháp luật cần truyền thông.

- Thu thập và nghiên cứu kỹ các tài liệu có liên quan trong quá trình xây dựng dự thảo chính sách: các văn kiện của Đảng, chính sách của nhà nước; tình hình thực tế liên quan đến chính sách tại địa bàn cơ sở.

- Tìm hiểu đối tượng tham dự để đưa ra các hướng dẫn, cách thức, biện pháp truyền thông thích hợp.

- Đánh giá, xác định khả năng lồng ghép truyền thông dự thảo chính sách với nội dung hoạt động hội thi, sinh hoạt văn hóa cộng đồng với các hình thức như hội thi văn nghệ, thể thao, gia đình; hội thi trong cán bộ, công chức, viên chức về từng chủ đề; biểu diễn văn nghệ, tiểu phẩm, giao lưu văn hóa nghệ thuật để xác định thời lượng, cách thức phù hợp.

- Xây dựng kịch bản chung cho hoạt động và việc lồng ghép truyền thông dự thảo chính sách. Riêng đối với việc sân khấu hóa dự thảo chính sách phải có kịch bản riêng phù hợp với từng thể loại nghệ thuật (ca, kịch, chèo, cải lương, đờn ca tài tử, bài chòi...)

Bước 2: Biên soạn nội dung truyền thông dự thảo chính sách.

- Trực tiếp biên soạn bằng cách dựa trên cơ sở đề cương chi tiết và các tài liệu đã được nghiên cứu để viết đề cương truyền thông dự thảo chính sách.

- Phối hợp với các cơ quan chuyên môn tham gia soạn thảo truyền thông dự thảo chính sách.

- Đối với nội dung dự thảo chính sách được sâu sắc, kịch bản hóa việc lựa chọn nội dung, từ ngữ, chuyển thể phù hợp với thể loại nghệ thuật.

Lưu ý nội dung có liên hệ với đối tượng, địa bàn cơ sở, đưa ví dụ minh họa mà đối tượng dễ biết, dễ hiểu, dễ so sánh, dễ liên hệ, dự phòng một số tình huống phát sinh khi trao đổi.

Bước 3: Phối hợp chuẩn bị thực hiện.

- Thống nhất với chính quyền địa phương, cán bộ phụ trách văn hóa, xã hội, người có uy tín trên địa bàn, một số blogger có sức thu hút xã hội lớn về việc lồng ghép truyền thông dự thảo chính sách thông qua hoạt động hội thi, sinh hoạt văn hóa cộng đồng.

- Kiểm tra các điều kiện kỹ thuật, mặt bằng liên quan phục vụ hoạt động.

- Tổ chức luyện tập, tổng duyệt.

- Tuyên truyền, quảng bá về hoạt động đến với các đối tượng thông qua hệ thống loa truyền thanh, cán bộ khu dân cư, người có uy tín.

Bước 4: Thực hiện truyền thông dự thảo chính sách.

- Truyền thông dự thảo chính sách theo nội dung đã chuẩn bị, chương trình, kịch bản.

- Thu hút người xem, người nghe bằng sự hấp dẫn của hoạt động hội thi, sinh hoạt văn hóa cộng đồng, sự gắn kết, liên hệ với nội dung chính sách, chia sẻ chương trình trên các trang mạng Internet, Facebook, Zalo, Youtube, Fanpage, Tiktok phù hợp

- Tạo không khí vui tươi, hấp dẫn có tương tác.

Bước 5: Tổng hợp góp ý dự thảo chính sách.

- Ghi chép tổng hợp ý kiến của người dân tham dự hoạt động đóng góp cho dự thảo chính sách, phân loại riêng các kiến nghị gắn trực tiếp với nội dung chính sách và các kiến nghị liên quan để báo cáo cấp có thẩm quyền xem xét.

- **Đối với loại 3:** *Truyền thông dự thảo chính sách thông qua mô hình các Câu lạc bộ sinh hoạt văn hóa nghệ thuật:*

Bước 1: Chuẩn bị

Hội Ban Chủ nhiệm câu lạc bộ:

- Nghiên cứu dự thảo chính sách pháp luật cần truyền thông.

- Thu thập và nghiên cứu kỹ các tài liệu có liên quan trong quá trình xây dựng dự thảo chính sách: các văn kiện của Đảng, chính sách của nhà nước; tình hình thực tế liên quan đến chính sách tại địa bàn cơ sở gắn với hoạt động của câu lạc bộ.

- Đánh giá, xác định khả năng lồng ghép truyền thông dự thảo chính sách với nội dung hoạt động của câu lạc bộ gắn với chủ đề, nội dung để xác định thời lượng, cách thức phù hợp.

Bước 2: Biên soạn nội dung truyền thông dự thảo chính sách.

- Trực tiếp biên soạn bằng cách dựa trên cơ sở đề cương chi tiết và các tài liệu đã được nghiên cứu để viết đề cương truyền thông dự thảo chính sách.

- Phối hợp với các cơ quan chuyên môn tham gia soạn thảo truyền thông dự thảo chính sách.

Lưu ý nội dung có liên hệ với đối tượng, địa bàn cơ sở, thực tế của câu lạc bộ, đưa ví dụ minh họa mà đối tượng dễ biết, dễ hiểu, dễ so sánh, dễ liên hệ, dự phòng một số tình huống phát sinh khi trao đổi.

Bước 3: Phối hợp chuẩn bị thực hiện.

- Thống nhất với chính quyền địa phương, ban chủ nhiệm câu lạc bộ, cán bộ phụ trách văn hóa, xã hội, người có uy tín trên địa bàn về việc lồng ghép truyền thông dự thảo chính sách thông qua hoạt động của câu lạc bộ.

- Chuẩn bị các điều kiện kỹ thuật, mặt bằng liên quan phục vụ sinh hoạt câu lạc bộ.

Bước 4: Thực hiện truyền thông dự thảo chính sách.

- Truyền thông dự thảo chính sách theo nội dung đã chuẩn bị.

- Tạo không khí vui tươi, hấp dẫn có tương tác với các thành viên câu lạc bộ, lồng ghép các hoạt động điểm nhấn của câu lạc bộ.

Bước 5: Tổng hợp góp ý dự thảo chính sách.

- Ghi chép tổng hợp ý kiến của thành viên câu lạc bộ tham dự hoạt động đóng góp cho dự thảo chính sách báo cáo cấp có thẩm quyền xem xét.

đ) Một số lưu ý khi thực hiện truyền thông dự thảo chính sách thông

qua lồng ghép các loại hình văn hóa ở cơ sở

- Về lựa chọn loại hình văn hóa cơ sở để lồng ghép: cân nhắc phù hợp với nội dung dự thảo chính sách, với đối tượng và hình thức truyền thông, đặc biệt chú trọng đến các đối tượng đặc thù.

- Về nội dung dự thảo chính sách: cần lựa chọn để phù hợp với loại hình hoạt động của văn hóa cơ sở, có mối liên hệ nhất định, tránh khiên cưỡng, gò ép; cân nhắc có sự tư vấn của chuyên gia pháp luật và chuyên gia văn hóa

- Về phương thức thực hiện: nghiên cứu áp dụng đa phương thức, linh hoạt, phù hợp, khuyến cáo áp dụng loại 2 có sự kết hợp giữa biểu diễn thực tế, tương tác, trao đổi và chia sẻ trên các nền tảng mạng xã hội.

VIII. KỸ NĂNG TÍCH HỢP, CHIA SẺ, ĐĂNG TẢI THÔNG TIN NỘI DUNG DỰ THẢO CHÍNH SÁCH, PHÁP LUẬT VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ LIÊN QUAN TRÊN CÔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ PBGDPL QUỐC GIA, CÁC PHẦN MỀM VỀ PBGDPL

1. Giới thiệu chung về Cổng Thông tin điện tử phổ biến giáo dục pháp luật quốc gia và mục Thông tin về chính sách, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật

1.1. Cổng Thông tin điện tử phổ biến giáo dục pháp luật quốc gia (Cổng PBGDPL)

Ngày 25/05/2017, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 705/QĐ-TTg Ban hành chương trình phổ biến, giáo dục pháp luật giai đoạn 2017-2021, một trong những nhiệm vụ trọng tâm của chương trình là phải đổi mới nội dung, hình thức phổ biến, giáo dục pháp luật gắn với ứng dụng mạnh mẽ công nghệ thông tin, kỹ thuật số trong triển khai các hoạt động phổ biến, giáo dục pháp luật, ưu tiên hình thức trực tuyến thông qua tổ chức thi tìm hiểu pháp luật, tư vấn, giải đáp pháp luật qua điện thoại, mạng xã hội, Cổng thông tin/Trang thông tin điện tử ... với giải pháp cụ thể là nâng cấp cơ sở hạ tầng kỹ thuật, ứng dụng tiện ích của công nghệ thông tin, viễn thông trong hoạt động phổ biến, giáo dục pháp luật với định dạng phù hợp, tương thích với các dịch vụ thư điện tử, mạng xã hội, Cổng thông tin điện tử; khai thác có hiệu quả Cơ sở dữ liệu quốc gia về pháp luật và các cơ sở dữ liệu pháp luật khác theo quy định; phối hợp xây dựng, khai thác và sử dụng hiệu quả thông tin trên Cổng thông tin điện tử phổ biến, giáo dục pháp luật do Bộ Tư pháp vận hành, quản lý.

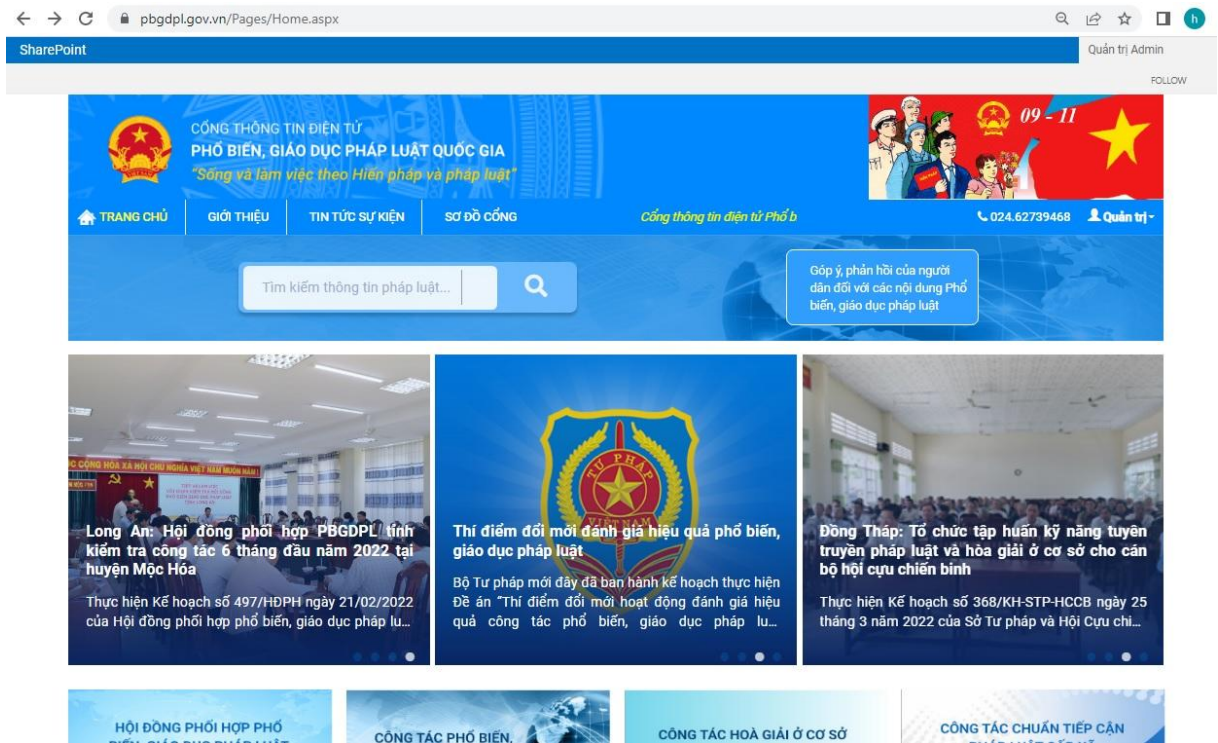
Tiếp theo là Quyết định số 471/QĐ-TTg ngày 26/04/2019 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đề án “Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác phổ biến, giáo dục pháp luật giai đoạn 2019-2021” với mục tiêu “năm 2019, xây dựng Cổng thông tin điện tử phổ biến, giáo dục pháp luật dùng chung toàn quốc trên cơ sở nâng cấp trang Thông tin điện tử phổ biến, giáo dục pháp luật của Bộ Tư pháp; liên kết, chia sẻ, cập nhật đầy đủ thông tin về pháp luật đồng bộ, thống nhất trong cả nước” và nhiệm vụ chủ yếu là “Xây dựng, vận hành, quản lý, khai thác, sử dụng hiệu quả Cổng thông tin điện tử phổ biến, giáo dục pháp luật của cả nước trên cơ sở nâng cấp Trang thông tin điện tử phổ biến, giáo dục pháp luật hiện có thuộc Cổng thông tin điện tử Bộ Tư pháp”.



Trang thông tin về phổ biến giáo dục pháp luật

Từ những căn cứ nêu trên Cổng thông tin điện tử phổ biến, giáo dục pháp luật đã được thiết lập nhằm tạo ra nền tảng cung cấp thông tin tập trung, thống nhất, tích hợp, chia sẻ, đồng bộ thông tin về công tác PBGDPL, góp phần đổi mới về hình thức và nội dung, nâng cao chất lượng, hiệu quả của các hoạt động tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật trên phạm vi toàn quốc.

Cổng PBGDPL được xây dựng và cài đặt tại Trung tâm tích hợp dữ liệu - Bộ Tư pháp. Cục Công nghệ thông tin đã phối hợp Cục An ninh mạng và phòng chống tội phạm sử dụng công nghệ cao, Bộ Công an; Bộ Tư lệnh tác chiến không gian mạng, Bộ Quốc phòng; Trung tâm Công nghệ thông tin và giám sát an ninh mạng Ban Cơ yếu Chính phủ, Công ty cung cấp dịch vụ giám sát Cyradar để thực hiện kiểm tra bảo mật, an toàn thông tin cho Cổng PBGDPL. Đồng thời, Cục Công nghệ thông tin đã phối hợp Trung tâm Giám sát an toàn không gian mạng quốc gia, Bộ Thông tin truyền thông thực hiện đánh giá, gán nhãn tín nhiệm mạng cho Cổng PBGDPL. Đến nay, Cổng PBGDPL quốc gia đã đi vào hoạt động chính thức trên internet tại địa chỉ <https://pbgdpl.gov.vn>.



Cổng Thông tin điện tử phổ biến giáo dục pháp luật quốc gia

1.2. Mục Thông tin về chính sách, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật (VBQPPL)

Trong quá trình xây dựng, ban hành văn bản quy phạm pháp luật, các cơ quan nhà nước cần phải lấy ý kiến, lắng nghe ý kiến của người dân để bàn bạc, nghiên cứu tiếp thu nhằm làm cho các chính sách được đề xuất sau khi được luật hóa sẽ phù hợp và đáp ứng được yêu cầu của cuộc sống. Sự tham gia này là một trong những điều kiện quan trọng và không thể thiếu giúp bảo đảm tính khả thi của văn bản trong thực tiễn thi hành, bảo đảm pháp luật sát dân, gần dân, phản ánh được ý chí, nguyện vọng của đông đảo quần chúng nhân dân góp phần bảo đảm hài hòa các quyền, lợi ích trong xã hội. Việc lấy ý kiến của các đối tượng trực tiếp chịu sự điều chỉnh của luật, của các chuyên gia, nhà khoa học, của người dân có ý nghĩa vô cùng quan trọng, đồng thời đây cũng là một hình thức tuyên truyền mang tính tích cực chủ động để người dân nghiên cứu thảo luận tiếp cận trước một bước với văn bản pháp luật tạo điều kiện thuận lợi để văn bản đi vào cuộc sống khi được chính thức ban hành.

Chính vì vậy, mục Thông tin về chính sách, dự thảo VBQPPL đã được xây dựng trên Cổng PBGDPL.

Giao diện mục Thông tin về chính sách, dự thảo Văn bản QPPL

Trong mục Thông tin về chính sách, dự thảo Văn bản QPPL, ngoài các dự thảo được đăng tải còn có các banner liên kết tới các trang lấy ý kiến dự thảo VBQPPL của Quốc Hội, của Chính Phủ và của Bộ Tư pháp.

pbgdpl.gov.vn/Pages/du-thao-van-ban.aspx

CÔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ
PHỔ BIẾN, GIÁO DỤC PHÁP LUẬT QUỐC GIA
"Sống và làm việc theo Hiến pháp và pháp luật"

09 - 11

TRANG CHỦ | GIỚI THIỆU | TIN TỨC SỰ KIỆN | SƠ ĐỒ CÔNG

Công thông tin điện tử Phổ biến | 024.62739468 | Quản trị

Thông tin về chính sách, dự thảo VBQPPL

Đối thoại trực tuyến

Tiểu điểm pháp luật

Nghiên cứu trao đổi

THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL

Từ khóa tìm kiếm:

Ngày bắt đầu: Đến ngày:

Tìm kiếm

Các banner liên kết

LẤY Ý KIẾN DỰ THẢO VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT QUỐC HỘI

LẤY Ý KIẾN DỰ THẢO VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT CHÍNH PHỦ

LẤY Ý KIẾN DỰ THẢO VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT BỘ TƯ PHÁP

HÌNH ẢNH

DỰ THẢO ĐANG LẤY Ý KIẾN | DỰ THẢO HẾT HẠN LẤY Ý KIẾN

Tìm thấy 11 kết quả.

Dự thảo Luật quản lý, bảo vệ công trình quốc phòng và khu vực quân sự	Ngày bắt đầu: 17/10/2022 Ngày hết hạn: 17/12/2022
Dự thảo Thông tư quy định thực hiện chương trình hỗ trợ thuốc miễn phí cho cơ sở khám bệnh, chữa bệnh để điều trị cho người bệnh	Ngày bắt đầu: 17/10/2022 Ngày hết hạn: 17/12/2022
Dự thảo Thông tư hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ tư vấn, bảo quản và phát huy giá trị tài liệu cổ, quý hiếm, các bộ sưu tập tài liệu có giá trị đặc biệt về lịch sử, văn hóa, khoa học	Ngày bắt đầu: 14/10/2022 Ngày hết hạn: 14/12/2022
Dự thảo Thông tư quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật tổ chức thi, liên hoan, triển lãm tác phẩm mỹ thuật, nhiếp ảnh phục vụ nhiệm vụ chính trị	Ngày bắt đầu: 14/10/2022 Ngày hết hạn: 14/12/2022

Các banner liên kết trong mục Thông tin về chính sách, dự thảo Văn bản QPPL

Để giúp người đọc tiếp cận thông tin dễ dàng hơn, khi click vào các banner này sẽ link sang các trang tương ứng, bao gồm:

duthaoonline.quochoi.vn/Pages/trangchu.aspx

DỰ THẢO ONLINE NƠI CỬ TRI THAM GIA VÀO HOẠT ĐỘNG LẬP PHÁP CỦA QUỐC HỘI

TRANG CHỦ | GIỚI THIỆU | SÁNG KIẾN LẬP PHÁP | DỰ THẢO | CHƯƠNG TRÌNH LẬP PHÁP | LIÊN HỆ | SITEMAP

Thứ ba, 22/11/2022

TIN TỨC LẬP PHÁP [XEM THÊM >](#)

Quốc hội thông qua Luật Dầu khí (sửa đổi)

Sáng 14/11, với 472/475 đại biểu tham gia biểu quyết tán thành, Quốc hội đã thông qua Luật Dầu khí (sửa đổi). Luật có hiệu lực thi hành từ ngày 1/7/2023. Luật Dầu khí (sửa đổi) gồm 11 chương, 69 điều, quy định về điều tra cơ bản về dầu khí và hoạt động đầu tư trong phạm vi đất liền, hải đảo và vùng biển của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam.

[TÌM KIẾM DỰ THẢO](#)

Từ khóa

chinhphu.vn/du-thao-vbqppl

CHÍNH PHỦ NƯỚC CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
chinhphu.vn
Thứ ba, 22/11/2022 | English | 中文

TRANG CHỦ CHÍNH PHỦ CÔNG DÂN DOANH NGHIỆP KIỂU BẢO BÁO ĐIỆN TỬ CHÍNH PHỦ VĂN PHÒNG CHÍNH PHỦ

Nhập từ khóa ...

Nước CHXHCN Việt Nam Giới thiệu Chính phủ Thư điện tử công vụ Chính phủ Hà Nội 24° - 26°

TRANG CHỦ / LẤY Ý KIẾN NHÂN DÂN VỀ DỰ THẢO VBQPPL

Hiện nay, Chính phủ đang xây dựng một số dự thảo văn bản quy phạm pháp luật. Thực hiện ý kiến chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, Cổng TTĐT Chính phủ xin giới thiệu toàn văn nội dung các dự thảo này để lấy ý kiến góp ý rộng rãi của các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp và đông đảo người dân trong và ngoài nước.

Nhập từ khóa ... Tìm kiếm

CÁC DỰ THẢO VĂN BẢN ĐANG LẤY Ý KIẾN ĐÓNG GÓP

Dự thảo Thông tư quy định về hình thức, thời hạn thu, nộp, kê khai các khoản phí, lệ phí thuộc thẩm quyền quy định của Bộ Tài chính	Xem toàn văn	Xem các góp ý
Dự thảo Nghị định sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 107/2018/NĐ-CP ngày 15 tháng 8 năm 2018 của Chính phủ về kinh doanh xuất khẩu gạo	Xem toàn văn	Xem các góp ý

BẢN ĐỒ HÀNH CHÍNH

Trang lấy ý kiến dự thảo VBQPPL của Quốc hội

Trang lấy ý kiến dự thảo VBQPPL của Chính phủ

moj.gov.vn/dtvtb/Pages/trang-chu.aspx

SharePoint minhtht SHARE FOLLOW

Quản trị Đăng xuất English

TRANG THÔNG TIN
LẤY Ý KIẾN VỀ DỰ THẢO VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT

Cổng thông tin điện tử Trang chính Tổng hợp ý kiến Tìm kiếm Văn bản quy phạm pháp luật

DỰ THẢO ĐANG LẤY Ý KIẾN

- Dự thảo Nghị định sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 82/2020/NĐ-CP ngày 15/7/2020 quy định xử phạt VPHC trong lĩnh vực hỗ trợ tư pháp; hành chính tư pháp; hôn nhân và gia đình; thi hành án dân sự; phá sản doanh nghiệp; hợp tác xã (hết hạn ngày 30/12/2022)
- Dự thảo Thông tư của Bộ trưởng Bộ Tư pháp quy định chế độ báo cáo thống kê thi hành án dân sự; thi hành án hành chính (hết hạn ngày 30/12/2022)
- Lấy ý kiến đề nghị xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Đầu tư (hết hạn ngày 15/12/2022)
- Dự thảo Nghị định sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 55/2011/NĐ-CP quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và tổ chức bộ máy của tổ chức pháp chế (hết hạn ngày 06/12/2022)
- Dự thảo Thông tư ban hành quy định chức danh, mã số ngạch và tiêu chuẩn nghiệp vụ các ngạch công chức chuyên ngành Thi hành án dân sự (hết hạn ngày 30/11/2022)
- Dự thảo Thông tư của Bộ trưởng Bộ tư pháp quy định tiêu chuẩn, điều kiện thi, xét thăng hạng và nội dung, hình thức, việc xác định người trúng tuyển trong kỳ xét thăng hạng chức danh nghề nghiệp viên chức trợ giúp viên pháp lý (hết hạn ngày 29/11/2022)
- Dự thảo Nghị định sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 111/2010/NĐ-CP ngày 23/11/2010 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Lý lịch tư pháp (hết hạn ngày 28/11/2022)

DỰ THẢO ĐÃ HẾT HẠN LẤY Ý KIẾN

- Lấy ý kiến đề nghị xây dựng VBQPPL
- Lấy ý kiến dự thảo VBQPPL
- Báo cáo tiếp thu, giải trình ý kiến góp ý để nghị xây dựng VBQPPL
- Báo cáo tiếp thu, giải trình ý kiến góp ý dự thảo VBQPPL

TIẾP NHẬN Ý KIẾN XÂY DỰNG PHÁP LUẬT

Tên *
Email *
Điện thoại *
Cơ quan
Tiêu đề *
Đính kèm Chọn file đính kèm
Mã 82485

Trang lấy ý kiến dự thảo VBQPPL của Bộ Tư pháp

2. Hướng dẫn quản lý mục thông tin về chính sách, dự thảo VBQPPL

2.1. Biên tập trong hệ thống quản trị

+ Thêm mới dự thảo văn bản

Dự thảo văn bản có thể thêm mới trực tiếp từ hệ thống quản trị Phổ biến giáo dục pháp luật

Các bước thực hiện như sau:

- v **Bước 1:** Đăng nhập thành công vào hệ thống quản trị
- v **Bước 2:** Chọn **Quản lý các ứng dụng trực tuyến** ở **Dự thảo văn bản** ở **Dự thảo văn bản**, Màn hình hiển thị danh sách những dự thảo đã được thêm mới và tích hợp.

PHỔ BIẾN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT Quản trị Admin

Dự thảo văn bản

Nhập từ khóa tìm kiếm

Danh sách dự thảo văn bản hiển thị như sau

Tiêu đề	Trích yếu	Loại văn bản	Chủ đề	Cơ quan ban hành	Người tạo	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương; tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia.	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước	Bộ Y tế đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương; tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia.	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Y tế	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa

ALT + N: Thêm mới, ALT + Enter: Lưu thông tin, ESC: Đóng form

- v **Bước 3:** Trên màn hình danh sách click vào nút **Thêm mới**

v **Bước 4:** Form **Thêm mới** hiển thị như sau ề Nhập nội dung các trường bắt buộc sau đó click **Cập nhật**

[illegible]

Lưu ý: Ngày bắt đầu – Ngày kết thúc: Chính là ngày đề hệ thống căn cứ để hiển thị dự thảo vào tab **DỰ THẢO ĐANG LẤY Ý KIẾN HOẶC DỰ THẢO HẾT HẠN LẤY Ý KIẾN** ở ngoài cổng. Nếu còn hạn thì dự thảo sẽ hiển thị ở mục **DỰ THẢO ĐANG LẤY Ý KIẾN** và ngược lại.

v Bước 5: Dự thảo văn bản sau khi thêm mới sẽ hiển thị trên danh sách như sau

PHỔ BIẾN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT

Quản trị Admin

Dự thảo văn bản

Nhập từ khóa tìm kiếm

Dự thảo văn bản sau khi thêm mới sẽ hiển thị trên danh sách như sau

Tiêu đề	Trích yếu	Loại văn bản	Chủ đề	Cơ quan ban hành	Người tạo			
Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cùng cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cùng cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương; tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Bộ Y tế đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Y tế	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư quy định	Bộ Công an đang lấy ý kiến đối với dự	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH	Bộ Công an	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa

ALT + N: Thêm mới, ALT + Enter: Lưu thông tin, ESC: Đóng form

Bước 6: Để dự thảo văn bản hiển thị ra ngoài Cổng thông tin điện tử Phổ biến pháp luật là Thực hiện **Phê duyệt** dự thảo văn bản như sau:

Chọn dự thảo muốn hiển thị ra ngoài Cổng thông tin điện tử Phổ biến pháp luật, sau đó click nút **Duyệt** như sau:

PHỔ BIẾN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT

Quản trị Admin

Dự thảo văn bản

Nhập từ khóa tìm kiếm

Chọn dự thảo cần duyệt sau đó click nút duyệt

Tiêu đề	Trích yếu	Loại văn bản	Chủ đề	Cơ quan ban hành	Người tạo			
Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cùng cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cùng cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương; tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Bộ Y tế đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Y tế	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư quy định	Bộ Công an đang lấy ý kiến đối với dự	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH	Bộ Công an	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa

ALT + N: Thêm mới, ALT + Enter: Lưu thông tin, ESC: Đóng form

Ngược lại, nếu không muốn dự thảo văn bản hiển thị ra ngoài Cổng thông tin điện tử Phổ biến pháp luật, quản trị click nút **Hủy Duyệt** như sau:

PHÓ BIÊN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT

Quản lý Admin

Quản lý thông tin - tin tức

Danh mục chung

Quản lý các Ứng dụng trực tuyến

Đối thoại trực tuyến

Hỏi đáp pháp luật

Dự thảo văn bản

Chủ đề

Dự thảo văn bản

Góp ý dự thảo

Cuộc thi tìm hiểu PL trực tuyến

Khảo sát trực tuyến

Quản lý các Cơ sở dữ liệu

Tủ sách pháp luật

Trang thành phần

Trang thông tin tổng hợp

Liên kết - Banner - Danh bạ

Quản lý Đa phương tiện

Quản lý thông tin tích hợp

Dự thảo văn bản

Nhập từ khóa tìm kiếm

Thêm mới

Tích hợp

Tiêu đề	Trích yếu	Loại văn bản	Chủ đề	Cơ quan ban hành	Người tạo	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương; tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Bộ Y tế đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Y tế	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư quy định	Bộ Công an đang lấy ý kiến đối với dự	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH	Bộ Công an	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa

ALT + N: Thêm mới, ALT + Enter: Lưu thông tin, ESC: Đóng form

Chọn dự thảo cần Hủy duyệt sau đó click nút Hủy duyệt

Hủy duyệt thành công

2.2. Tích hợp dự thảo văn bản

Thông tin dự thảo văn bản sẽ được tích hợp từ Cổng thông tin điện tử Bộ Tư Pháp (<https://moj.gov.vn/Pages/home.aspx>), khi đó quản trị sẽ thực hiện biên tập nội dung và xuất bản cho phép hiển thị ngoài cổng

Các bước thực hiện như sau:

- v **Bước 1:** Đăng nhập thành công vào hệ thống quản trị
- v **Bước 2:** Chọn **Quản lý các ứng dụng trực tuyến** → **Dự thảo văn bản** → **Dự thảo văn bản**, Màn hình hiển thị danh sách những dự thảo đã được thêm mới và tích hợp.

PHÓ BIÊN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT

Quản lý Admin

Quản lý thông tin - tin tức

Danh mục chung

Quản lý các Ứng dụng trực tuyến

Đối thoại trực tuyến

Hỏi đáp pháp luật

Dự thảo văn bản

Chủ đề

Dự thảo văn bản

Góp ý dự thảo

Cuộc thi tìm hiểu PL trực tuyến

Khảo sát trực tuyến

Quản lý các Cơ sở dữ liệu

Tủ sách pháp luật

Trang thành phần

Trang thông tin tổng hợp

Liên kết - Banner - Danh bạ

Dự thảo văn bản

Nhập từ khóa tìm kiếm

Thêm mới

Tích hợp

Danh sách dự thảo văn bản hiển thị như sau

Tiêu đề	Trích yếu	Loại văn bản	Chủ đề	Cơ quan ban hành	Người tạo	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương; tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Bộ Y tế đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Y tế	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa

ALT + N: Thêm mới, ALT + Enter: Lưu thông tin, ESC: Đóng form

- v **Bước 3:** Trên màn hình danh sách click vào nút **Tích hợp**

PHỔ BIẾN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT Quản trị Admin

Quản lý các Ứng dụng trực tuyến

Dự thảo văn bản

Nhập từ khóa tìm kiếm

Tiêu đề	Trích yếu	Loại văn bản	Chủ đề	Cơ quan ban hành	Người tạo			
Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương; tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia.	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban	Bộ Y tế đang lấy ý kiến góp ý đối	Thông tư	THÔNG TIN VỀ	Bộ Y tế	System	Hủy duyệt	Sửa	Xóa

ALT + N: Thêm mới, ALT + Enter: Lưu thông tin, ESC: Đóng form

Bước 4: Form tích hợp hiển thị như sau. Chọn các văn bản dự thảo cần lấy về sau đó click **Cập nhật**

Nhập từ khóa tìm kiếm

Tiêu đề	Trích yếu	Loại văn bản	Tình trạng
Dự thảo Nghị định Quy định chi tiết thi hành một số điều của Pháp lệnh xử lý vi phạm hành chính năm 2002 và Pháp lệnh sửa đổi, bổ sung một số điều của Pháp lệnh xử lý vi phạm hành chính năm 2008	Quy định chi tiết thi hành một số điều của Pháp lệnh xử lý vi phạm hành chính năm 2002 và Pháp lệnh sửa đổi, bổ sung một số điều của Pháp lệnh xử lý vi phạm hành chính năm 2008	Nghị định	Quá hạn
Dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của bộ luật Hình sự	Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của bộ luật Hình sự	Luật	Quá hạn
Dự thảo Thông tư liên tịch Về bản đầu giá Tài sản	Về bản đầu giá Tài sản	Thông tư liên tịch	Quá hạn
Dự thảo Luật tiếp cận thông tin	Tiếp cận thông tin	Luật	Quá hạn
Dự thảo Thông tư liên tịch Hướng dẫn một số vấn đề về thủ tục thi hành án dân sự và phối hợp liên ngành trong thi hành án dân sự	Hướng dẫn một số vấn đề về thủ tục thi hành án dân sự và phối hợp liên ngành trong thi hành án dân sự	Thông tư liên tịch	Quá hạn
Dự thảo Thông tư liên tịch Hướng dẫn việc thu tiền, tài sản của người phải thi hành án và trả tiền, tài sản cho người được thi hành án chấp hành hình phạt tù tại trại giam, trại tạm giam	Hướng dẫn việc thu tiền, tài sản của người phải thi hành án và trả tiền, tài sản cho người được thi hành án chấp hành hình phạt tù tại trại giam, trại tạm giam	Thông tư liên tịch	Quá hạn
Dự thảo Thông tư liên tịch Hướng dẫn thủ tục miễn thi hành án đối với khoản thu cho ngân sách nhà nước có giá trị không quá 500.000 đồng	Hướng dẫn thủ tục miễn thi hành án đối với khoản thu cho ngân sách nhà nước có giá trị không quá 500.000 đồng	Thông tư liên tịch	Quá hạn
Quyết định ban hành Danh mục các Cơ quan thi hành án dân sự tại các địa bàn miền núi, vùng sâu, vùng xa, hải đảo được tuyển chọn người có trình độ cử nhân luật làm chấp hành viên không thông qua thi tuyển	Danh mục các Cơ quan thi hành án dân sự tại các địa bàn miền núi, vùng sâu, vùng xa, hải đảo được tuyển chọn người có trình độ cử nhân luật làm chấp hành viên không thông qua thi tuyển	Quyết định	Quá hạn
Dự thảo Các Thông tư hướng dẫn về tổ chức và hoạt động của Thừa phát lại	Các Thông tư hướng dẫn về tổ chức và hoạt động của Thừa phát lại	Thông tư	Quá hạn
Dự thảo Nghị định Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành về cơ cấu tổ chức, cán bộ của cơ quan thi hành án dân sự	Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành về cơ cấu tổ chức, cán bộ của cơ quan thi hành án dân sự	Nghị định	Quá hạn

Số bản ghi trên trang: 10

Hiển thị từ 1 tới 10 trên tổng số 411 bản ghi

Danh sách dự thảo lấy từ cổng chính Bộ Tư Pháp

Chọn dự thảo cần lấy sau đó click Cập nhật

Bước 5: Các dự thảo văn bản sau khi tích hợp sẽ hiển thị luôn trên danh sách dự thảo văn bản của hệ thống quản trị Phổ biến giáo dục pháp luật

PHỔ BIẾN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT

Quản trị Admin

Quản lý thông tin - tin tức

Danh mục chung

Quản lý các Ứng dụng trực tuyến

Đối thoại trực tuyến

Hỏi đáp pháp luật

Dự thảo văn bản

Chủ đề

Dự thảo văn bản

Góp ý dự thảo

Cuộc thi tìm hiểu PL trực tuyến

Khảo sát trực tuyến

Quản lý các Cơ sở dữ liệu

Tủ sách pháp luật

Trang thành phần

Trang thông tin tổng hợp

Liên kết - Banner - Danh bạ

Quản lý Đa phương tiện

Quản lý thông tin tích hợp

Dự thảo văn bản

Nhập từ khóa tìm kiếm

Tim kiếm

Dự thảo sau khi tích hợp về sẽ hiển thị ở danh sách này

Tiêu đề	Trích yếu	Loại văn bản	Chủ đề	Cơ quan ban hành	Người tạo			
Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ công cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ công cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương, tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương, tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Bộ Y tế đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Y tế	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư quy định	Bộ Công an đang lấy ý kiến đối với dự	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH	Bộ Công an	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa

ALT + N: Thêm mới, ALT + Enter: Lưu thông tin, ESC: Đóng form

Bước 6: Để dự thảo văn bản hiển thị ra ngoài Cổng thông tin điện tử Phổ biến dự pháp luật ề Thực hiện **Phê duyệt** dự thảo văn bản như sau:

Chọn dự thảo muốn hiển thị ra ngoài Cổng thông tin điện tử Phổ biến dự pháp luật, sau đó click nút **Duyệt** như sau:

PHỔ BIẾN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT

Quản trị Admin

Quản lý thông tin - tin tức

Danh mục chung

Quản lý các Ứng dụng trực tuyến

Đối thoại trực tuyến

Hỏi đáp pháp luật

Dự thảo văn bản

Chủ đề

Dự thảo văn bản

Góp ý dự thảo

Cuộc thi tìm hiểu PL trực tuyến

Khảo sát trực tuyến

Quản lý các Cơ sở dữ liệu

Tủ sách pháp luật

Trang thành phần

Trang thông tin tổng hợp

Liên kết - Banner - Danh bạ

Quản lý Đa phương tiện

Quản lý thông tin tích hợp

Dự thảo văn bản

Nhập từ khóa tìm kiếm

Tim kiếm

Chọn dự thảo cần duyệt sau đó click nút duyệt

Tiêu đề	Trích yếu	Loại văn bản	Chủ đề	Cơ quan ban hành	Người tạo			
Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ công cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ công cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương, tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương, tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Bộ Y tế đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Y tế	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư quy định	Bộ Công an đang lấy ý kiến đối với dự	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH	Bộ Công an	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa

ALT + N: Thêm mới, ALT + Enter: Lưu thông tin, ESC: Đóng form

Ngược lại, nếu không muốn dự thảo văn bản hiển thị ra ngoài Cổng thông tin điện tử Phổ biến dự pháp luật, quản trị click nút **Hủy Duyệt** như sau:

PHÓ BIẾN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT

Quản trị Admin

Quản lý thông tin - tin tức

Danh mục chung

Quản lý các Ứng dụng trực tuyến

Đối thoại trực tuyến

Hỏi đáp pháp luật

Dự thảo văn bản

Chủ đề

Dự thảo văn bản

Góp ý dự thảo

Cuộc thi tìm hiểu PL trực tuyến

Khảo sát trực tuyến

Quản lý các Cơ sở dữ liệu

Tủ sách pháp luật

Trang thành phần

Trang thông tin tổng hợp

Liên kết - Banner - Danh bạ

Quản lý Đa phương tiện

Quản lý thông tin tích hợp

Dự thảo văn bản

Nhập từ khóa tìm kiếm

Thêm mới

Tích hợp

Tiêu đề	Trích yếu	Loại văn bản	Chủ đề	Cơ quan ban hành	Người tạo	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ xúc tiến thương mại và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ xúc tiến thương mại và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương; tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia.	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương; tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia.	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Bộ Y tế đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Y tế	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư quy định	Bộ Công an đang lấy ý kiến đối với dự	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH	Bộ Công an	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa

ALT + N: Thêm mới, ALT + Enter: Lưu thông tin, ESC: Đóng form

Chọn dự thảo cần Hủy duyệt sau đó click nút Hủy duyệt

Hủy duyệt thành công

1.1. Sửa dự thảo văn bản

Quản trị thực hiện sửa hoặc xóa thông tin dự thảo (**Lưu ý: Chỉ được sửa, xóa những tin chưa được duyệt**)

Các bước thực hiện như sau:

- v **Bước 1:** Đăng nhập thành công vào hệ thống quản trị
- v **Bước 2:** Chọn **Quản lý các ứng dụng trực tuyến** → **Dự thảo văn bản** → **Dự thảo văn bản**, Màn hình hiển thị danh sách những dự thảo đã được thêm mới và tích hợp.

PHÓ BIẾN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT

Quản trị Admin

Quản lý thông tin - tin tức

Danh mục chung

Quản lý các Ứng dụng trực tuyến

Đối thoại trực tuyến

Hỏi đáp pháp luật

Dự thảo văn bản

Chủ đề

Dự thảo văn bản

Góp ý dự thảo

Cuộc thi tìm hiểu PL trực tuyến

Khảo sát trực tuyến

Quản lý các Cơ sở dữ liệu

Tủ sách pháp luật

Trang thành phần

Trang thông tin tổng hợp

Liên kết - Banner - Danh bạ

Dự thảo văn bản

Nhập từ khóa tìm kiếm

Thêm mới

Tích hợp

Danh sách dự thảo văn bản hiển thị như sau

Tiêu đề	Trích yếu	Loại văn bản	Chủ đề	Cơ quan ban hành	Người tạo	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ xúc tiến thương mại và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ xúc tiến thương mại và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương; tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia.	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương; tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia.	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt	Sửa	Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành	Bộ Y tế đang lấy ý kiến đối với	Thông tư	THÔNG TIN VỀ	Bộ Y tế	System	Hủy duyệt	Sửa	Xóa

ALT + N: Thêm mới, ALT + Enter: Lưu thông tin, ESC: Đóng form

- v **Bước 3:** Trên màn hình danh sách click vào nút **Sửa**

PHÓ BIÊN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT

Quản trị Admin

Dự thảo văn bản

Nhập từ khóa tìm kiếm

Click vào nút sửa dự thảo cần chỉnh sửa

Tiêu đề	Trích yếu	Loại văn bản	Chủ đề	Cơ quan ban hành	Người tạo	Trạng thái	Hành động
Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Đã duyệt	Sửa Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước, phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương, tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Đã duyệt	Sửa Xóa
Dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Bộ Y tế đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyên hỗ trợ bệnh nhân	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Y tế	System Account	Hủy duyệt	Sửa Xóa
Dự thảo Thông tư quy định	Bộ Công an đang lấy ý kiến đối với dự	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH	Bộ Công an	System Account	Hủy duyệt	Sửa Xóa

Form sửa hiển thị như sau:

Cập nhật dự thảo văn bản

Tiêu đề * Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật

Chủ đề * THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL

Loại văn bản * Thông tư

Cơ quan * Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Ngày bắt đầu * 12/10/2022

Ngày hết hạn * 12/12/2022

Trích yếu * Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật

Toàn văn

Xin giới thiệu toàn văn và đề nghị các cơ quan, tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước nghiên cứu, đóng góp ý kiến.

Tệp đính kèm

[Thêm tệp](#)

[Xóa](#) dtbvhhtdngkhuyettat.pdf

[Cập nhật](#) [Thoát](#)

Sau khi thực hiện chỉnh sửa dự thảo văn bản thì dự thảo sẽ ở trạng thái **Chưa phê duyệt**, vì vậy để dự thảo văn bản hiển thị ra ngoài cổng thông tin thì quản trị phải thực hiện **Phê duyệt** dự thảo (*Tương tự giống Bước 6 của mục 1.1. Thêm mới dự thảo văn bản ở trên*)

+ Xóa dự thảo văn bản

Quản trị thực hiện sửa hoặc xóa thông tin dự thảo (**Lưu ý: Chỉ được sửa, xóa những tin chưa được duyệt**)

Các bước thực hiện như sau:

v **Bước 1:** Đăng nhập thành công vào hệ thống quản trị

V Bước 2: Chọn Quản lý các ứng dụng trực tuyến ề Dự thảo văn bản ề Dự thảo văn bản, Màn hình hiển thị danh sách những dự thảo đã được thêm mới và tích hợp.

PHỞ PHIÊN GIẤO DỤC PHÁP LUẬT
Quản trị Admin -

Quản lý thông tin - tin tức

Danh mục chung

Quản lý các Ứng dụng trực tuyến

Đổi thoại trực tuyến

Hỏi đáp pháp luật

Dự thảo văn bản

Chủ đề

Dự thảo văn bản

Góp ý dự thảo

Cuộc thi tìm hiểu PL trực tuyến

Khảo sát trực tuyến

Quản lý các Cơ sở dữ liệu

Tủ sách pháp luật

Trang thành phần

Trang thông tin tổng hợp

Liên kết - Banner - Danh bạ

Dự thảo văn bản

Danh sách dự thảo văn bản hiển thị như sau

Tiêu đề	Trích yếu	Loại văn bản	Chủ đề	Cơ quan ban hành	Người tạo			
Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account			
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến góp ý đối với dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương; tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia.	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account			
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước	BỘ Y tế đang lấy ý kiến góp ý đối	Thông tư	THÔNG TIN VỀ	BỘ Y tế	System			

v **Bước 3:** Trên màn hình danh sách click vào nút **Xóa**

PHỔ BIẾN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT
 Quản trị Admin - >

- Quản lý thông tin - tin tức >
- Danh mục chung
- Quản lý các Ứng dụng trực tuyến >
- Đối thoại trực tuyến
- Hỏi đáp pháp luật
- Dự thảo văn bản >
- Chủ đề
- Dự thảo văn bản
- Góp ý dự thảo
- Cuộc tra tìm hiểu PL trực tuyến
- Khảo sát trực tuyến >
- Quản lý các Cơ sở dữ liệu
- Tủ sách pháp luật >
- Trang thành phần >
- Trang thống tin tổng hợp >
- Liên kết - Banner - Danh bạ >
- Quản lý Đa phương tiện
- Quản lý thống tin tích hợp

Dự thảo văn bản

Tiêu đề	Trích yếu	Loại văn bản	Chủ đề	Cơ quan ban hành	Người tạo		
Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account		
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương; tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch tiêu biểu quy mô liên vùng, quốc gia	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account		
Dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyện hỗ trợ bệnh nhân	Bộ Y tế đang lấy ý kiến góp ý đối với dự thảo Thông tư ban hành Danh mục bệnh hiểm nghèo để các tổ chức, cá nhân vận động, tiếp nhận, phân phối và sử dụng các nguồn đóng góp từ nguyện hỗ trợ bệnh nhân	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Y tế	System Account		
Dự thảo Thông tư quy định Bộ Công an đang lấy ý kiến đối với dự		Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Công an	System Account		

Click vào nút xóa dự thảo

Thêm mới

Tích hợp

Form xác nhận trước khi xóa hiển thị như sau

PHỔ BIẾN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT

Dự thảo văn bản

Nhập từ khóa tìm kiếm

Xác nhận xóa

Bạn có chắc chắn xóa bản ghi này?

Hủy Đồng ý

Tiêu đề	Trích yếu	Loại văn bản	Chủ đề	Cơ quan ban hành	Người tạo	
Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng	Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng	Báo cáo	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Vụ Nghiệp vụ 3, Tổng cục Thi hành án dân sự	System Account	Duyệt
Dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt
Dự thảo Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang lấy ý kiến đối với dự thảo Thông tư Quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ cung cấp tài nguyên thông tin tại thư viện và phục vụ lưu động ngoài thư viện, phục vụ người khuyết tật	Thông tư	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	System Account	Hủy duyệt

Click **Đồng ý** để xóa dự thảo

2.3. Khai thác dự thảo văn bản ngoài cổng thông tin

v **Bước 1:** Để khai thác thông tin dự thảo VBQPPL, người dùng truy cập vào đường dẫn <https://pbgdpl.gov.vn/>, chọn “**Diễn đàn chính sách pháp luật**”

CỘNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ PHỔ BIẾN, GIÁO DỤC PHÁP LUẬT QUỐC GIA
 “Sống và làm việc theo Hiến pháp và pháp luật”

09 - 11

TRANG CHỦ | GIỚI THIỆU | TIN TỨC SỰ KIỆN | SƠ ĐỒ CỔNG | Cổng thông tin điện tử Phổ biến, giáo dục pháp luật | 024.62739468 | Đăng nhập

Tìm kiếm thông tin pháp luật...

Góp ý, phản hồi của người dân đối với các nội dung Phổ biến, giáo dục pháp luật

Gia Lai: Các Đoàn kiểm tra của Hội đồng Phối hợp PBGDPL tỉnh thực hiện hoạt động kiểm tra công tác phổ biến, giáo dục pháp luật, hòa giải ở cơ sở, chuẩn tiếp cận pháp luật trên địa bàn tỉnh năm 2022...

Bước đột phá trong công tác phổ biến, giáo dục pháp luật
 Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Tăng cường năng lực tiếp cận pháp luật của người dân” có ý nghĩa quan trọng, là giải pháp toàn diện, đột ph...

Tập huấn kỹ năng, nghiệp vụ đánh giá, công nhận cấp xã đạt chuẩn tiếp cận pháp luật tại tỉnh Cà Mau
 Nhằm trang bị kiến thức, kỹ năng cho cán bộ, công chức tham mưu, thực hiện nhiệm vụ đánh giá, cõ...

HỘI ĐỒNG PHỐI HỢP PHỔ BIẾN, GIÁO DỤC PHÁP LUẬT TRUNG ƯƠNG

CÔNG TÁC PHỔ BIẾN, GIÁO DỤC PHÁP LUẬT

CÔNG TÁC HÒA GIẢI Ở CƠ SỞ

CÔNG TÁC CHUẨN TIẾP CẬN PHÁP LUẬT CẤP XÃ

QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT MỚI

DIỄN ĐÀN CHÍNH SÁCH PHÁP LUẬT

TỦ SÁCH PHÁP LUẬT ĐIỆN TỬ

GIÁO DỤC PHÁP LUẬT TRONG NHÀ TRƯỜNG

CHIA SẺ KINH NGHIỆM PHỔ BIẾN, GIÁO DỤC PHÁP LUẬT

TRẢ LỜI NGƯỜI DẪN DOANH NGHIỆP

v **Bước 2:** Tiến hành chọn “**Thông tin về chính sách, dự thảo VBQPPL**”



CỔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ
PHỔ BIẾN, GIÁO DỤC PHÁP LUẬT QUỐC GIA
"Sống và làm việc theo Hiến pháp và pháp luật"



09 - 11

[TRANG CHỦ](#)
[GIỚI THIỆU](#)
[TIN TỨC SỰ KIỆN](#)
[SƠ ĐỒ CỔNG](#)

[Cổng thông tin điện tử](#)
[024.62739468](#)
[Đăng nhập](#)

Thông tin về chính sách, dự thảo VBQPPL

Đối thoại trực tuyến

Tiêu điểm pháp luật

Nghiên cứu trao đổi

DIỄN ĐÀN CHÍNH SÁCH PHÁP LUẬT

HÌNH ẢNH






Xem thêm

THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VBQPPL

- Dự thảo Nghị quyết của Quốc hội về giảm thuế tiêu thụ đặc biệt đối với xăng và thuế giá trị gia tăng đối với xăng dầu *(Đang lấy ý kiến)*
- Dự thảo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ quy định về cơ chế điều chỉnh giá bán lẻ điện bình quân *(Đang lấy ý kiến)*
- Dự thảo Luật quản lý, bảo vệ công trình quốc phòng và khu vực quân sự *(Đang lấy ý kiến)*
- Dự thảo Thông tư hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ sưu tầm, bảo quản và phát huy giá trị tài liệu cổ, quý hiếm, các bộ sưu tập tài liệu có giá trị đặc biệt về lịch sử, văn hóa, khoa học *(Đang lấy ý kiến)*
- Dự thảo Thông tư quy định thực hiện chương trình hỗ trợ thuốc miễn phí cho cơ sở khám bệnh, chữa bệnh để điều trị cho người bệnh *(Đang lấy ý kiến)*

ĐỐI THOẠI TRỰC TUYẾN

- Tọa đàm: Để pháp luật thực sự đi vào cuộc sống

 14/11/2022
- Tọa đàm: 10 năm thực hiện Luật Phổ biến giáo dục pháp luật: Thành tựu và trăn trở

 14/11/2022
- Tọa đàm: Thực hiện tiêu chí tiếp cận pháp luật trong xây dựng xã đạt chuẩn nông thôn mới nâng cao và huyện đạt chuẩn nông thôn mới

 14/11/2022
- Tọa đàm: Đối mới Ngày Pháp luật theo hướng thực chất, hướng về cơ sở

 31/10/2022
- Tọa đàm khảo sát về phương pháp, cách thức đo lường, đánh giá hiệu quả công tác phổ biến, giáo dục pháp luật tại huyện Hoài Đức

 10/08/2022

VIDEO



Tọa đàm Gương...

v **Bước 3:** Danh sách dự thảo văn bản đã được phê duyệt hiển thị như sau



**CỔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ
PHỔ BIẾN, GIÁO DỤC PHÁP LUẬT QUỐC GIA**
“Sống và làm việc theo Hiến pháp và pháp luật”

09 - 11



[TRANG CHỦ](#) | [GIỚI THIỆU](#) | [TIN TỨC SỰ KIỆN](#) | [SƠ ĐỒ CỔNG](#) | [Cổng thông tin điện tử Phổ biến, giáo dục pháp luật](#) | [024.62739468](#) | [Đăng nhập](#)

Thông tin về chính sách, dự thảo VBQPPL

[Đổi thoại trực tuyến](#)

[Tiêu điểm pháp luật](#)

[Nghiên cứu trao đổi](#)

**LẤY Ý KIẾN DỰ THẢO
VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT QUỐC HỘI**

**LẤY Ý KIẾN DỰ THẢO
VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT CHÍNH PHỦ**

**LẤY Ý KIẾN DỰ THẢO
VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT BỘ TƯ PHÁP**

HÌNH ẢNH



Xem thêm

THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL

Từ khóa tìm kiếm:

Ngày bắt đầu: Đến ngày:

[Tìm kiếm](#)

DỰ THẢO ĐANG LẤY Ý KIẾN | DỰ THẢO HẾT HẠN LẤY Ý KIẾN

Tìm thấy 11 kết quả.

 Dự thảo Luật quản lý, bảo vệ công trình quốc phòng và khu vực quân sự	Ngày bắt đầu: 17/10/2022 Ngày hết hạn: 17/12/2022
 Dự thảo Thông tư quy định thực hiện chương trình hỗ trợ thuốc miễn phí cho cơ sở khám bệnh, chữa bệnh để điều trị cho người bệnh	Ngày bắt đầu: 17/10/2022 Ngày hết hạn: 17/12/2022
 Dự thảo Thông tư hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ sưu tầm, bảo quản và phát huy giá trị tài liệu cổ, quý hiếm, các bộ sưu tập tài liệu có giá trị đặc biệt về lịch sử, văn hóa, khoa học	Ngày bắt đầu: 14/10/2022 Ngày hết hạn: 14/12/2022
 Dự thảo Thông tư quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật tổ chức thi, liên hoan, triển lãm tác phẩm mỹ thuật, nhiếp ảnh phục vụ nhiệm vụ chính trị	Ngày bắt đầu: 14/10/2022 Ngày hết hạn: 14/12/2022
 Dự thảo Nghị định quy định về chế độ nhuận bút trong lĩnh vực báo chí, xuất bản	Ngày bắt đầu: 14/10/2022 Ngày hết hạn: 14/12/2022
 Dự thảo Thông tư quy định nhiệm vụ, quyền hạn, hình thức, nội dung và quy trình tuần tra, kiểm soát, xử lý vi phạm hành chính về giao thông đường bộ của Cảnh sát giao thông	Ngày bắt đầu: 13/10/2022 Ngày hết hạn: 13/12/2022

3. Hướng dẫn với mục gửi góp ý về dự thảo chính sách, dự thảo VBQPPL

3.1. Gửi ý kiến đối với dự thảo

- v **Bước 1:** Để gửi góp ý dự thảo VBQPPL, người dùng truy cập vào đường dẫn <https://pbgdpl.gov.vn/>, chọn “**Diễn đàn chính sách pháp luật**”
- v **Bước 2:** Tiến hành chọn “**Thông tin về chính sách, dự thảo VBQPPL**”
- v **Bước 3:** Danh sách dự thảo văn bản đang lấy ý kiến hiện thị như sau:



**CỔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ
PHỔ BIẾN, GIÁO DỤC PHÁP LUẬT QUỐC GIA**
“Sống và làm việc theo Hiến pháp và pháp luật”

09 - 11



[TRANG CHỦ](#)
[GIỚI THIỆU](#)
[TIN TỨC SỰ KIỆN](#)
[SƠ ĐỒ CỔNG](#)

[Cổng thông tin điện tử Phổ biến, giáo dục pháp luật](#)
[024.62739468](#)
[Đăng nhập](#)

Thông tin về chính sách, dự thảo VBQPPL

Đổi thoại trực tuyến

Tiêu điểm pháp luật

Nghiên cứu trao đổi

THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL

Từ khóa tìm kiếm

Ngày bắt đầu

[Tìm kiếm](#)

DỰ THẢO ĐANG LẤY Ý KIẾN
DỰ THẢO HẾT HẠN LẤY Ý KIẾN

Tìm thấy 11 kết quả.

Dự thảo	Ngày bắt đầu	Ngày hết hạn
Dự thảo Luật quản lý, bảo vệ công trình quốc phòng và khu vực quân sự	17/10/2022	17/12/2022
Dự thảo Thông tư quy định thực hiện chương trình hỗ trợ thuốc miễn phí cho cơ sở khám bệnh, chữa bệnh để điều trị cho người bệnh	17/10/2022	17/12/2022
Dự thảo Thông tư hướng dẫn triển khai việc thực hiện cung cấp dịch vụ tư tâm, bảo quản và phát huy giá trị tài liệu cổ, quý hiếm, các bộ sưu tập tài liệu có giá trị đặc biệt về lịch sử, văn hóa, khoa học	14/10/2022	14/12/2022
Dự thảo Thông tư quy định tiêu chí, tiêu chuẩn chất lượng, định mức kinh tế - kỹ thuật tổ chức thi, liên hoan, triển lãm tác phẩm mỹ thuật, nhiếp ảnh phục vụ nhiệm vụ chính trị	14/10/2022	14/12/2022
Dự thảo Nghị định quy định về chế độ nhuận bút trong lĩnh vực báo chí, xuất bản	14/10/2022	14/12/2022
Dự thảo Thông tư quy định nhiệm vụ, quyền hạn, hình thức, nội dung và quy trình tuần tra, kiểm soát, xử lý vi phạm hành chính về giao thông đường bộ của Cảnh sát giao thông	13/10/2022	13/12/2022

HÌNH ẢNH






[Xem thêm](#)

✓ **Bước 4:** Chọn dự thảo cần gửi ý kiến

✓ **Bước 5:** Nhập các trường thông tin trên form gửi ý kiến, thêm tệp (nếu có), nhập mã xác nhận, sau đó ấn **Góp ý** để gửi góp ý cho dự thảo

DỰ THẢO ĐANG LẤY Ý KIẾN | DỰ THẢO HẾT HẠN LẤY Ý KIẾN

THUỘC TÍNH | TẬP ĐÍNH KÈM | NỘI DUNG

Quay lại danh sách

Tiêu đề	Dự thảo Luật quản lý, bảo vệ công trình quốc phòng và khu vực quân sự		
Chủ đề	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL		
Cơ quan ban hành	Quốc hội		
Loại văn bản	Luật		
Ngày bắt đầu	17/10/2022	Ngày hết hạn	17/12/2022

Gửi ý kiến | Danh sách ý kiến

Họ và tên *

Nguyễn Mai Lan

Email

namnv@gmail.com

Điện thoại

0974351862

Địa chỉ

Quận Bình Chánh, Hồ Chí Minh

Cơ quan công tác

Nhập cơ quan công tác

Tiêu đề *

Gửi góp ý dự thảo

Nội dung *

B **I** **U** **S** **x₂** **x²** **I_x**

Kiểu - Định dạng - Phông - Cỡ... -

Văn bản cần bổ sung thêm

body

Tập đính kèm

+Thêm tệp

Xóa

ykiemvdbhbp2505vinhhq1006.docx

Xác nhận




PYI2F

Góp ý

Nhập lại

Sau khi gửi góp ý ề Hệ thống sẽ trả về form thông báo Góp ý đã được gửi thành công như sau:

Thông báo

Gửi góp ý dự thảo thành công

Thoát

3.2. Quản lý các góp ý trong quản trị

- Các ý kiến từ Cổng

Góp ý sau khi được gửi từ cổng thông tin, các góp ý đó sẽ được quản lý trong hệ thống quản trị và ở trạng thái chưa **Phê duyệt** (Chưa hiển thị ngoài cổng)

Các bước thực hiện như sau:

- v **Bước 1:** Đăng nhập thành công vào hệ thống quản trị
- v **Bước 2:** Chọn **Quản lý các ứng dụng trực tuyến** ề **Dự thảo văn bản** ề **Góp ý dự thảo**, Màn hình hiển thị danh sách những góp ý đã gửi thành công từ cổng vào hệ thống

- v **Bước 3:** Trên màn hình danh sách các góp ý, những góp ý nào muốn hiển thị ra ngoài cổng thì quản trị sẽ thực hiện phê duyệt các góp ý muốn hiển thị và ngược lại khi ngừng công khai các góp ý

Ngoài ra, các góp ý không phù hợp quản trị có thể thực hiện xóa

- Thêm mới góp ý trong quản trị

Khi nhận được các ý kiến khác mà người dùng không thực hiện góp ý ngoài cổng thông tin thì quản trị có thể thêm mới góp ý đó trong hệ thống quản trị luôn

Các bước thực hiện như sau:

- v **Bước 1:** Đăng nhập thành công vào hệ thống quản trị
- v **Bước 2:** Chọn **Quản lý các ứng dụng trực tuyến** ề **Dự thảo văn bản** ề **Góp ý dự thảo**, trên màn hình click vào nút **Thêm mới**

Thêm mới

Góp ý dự thảo văn bản

Tiêu đề góp ý

Họ tên

Nhập họ tên

Dự thảo

Chọn

Đơn vị công tác

Nhập đơn vị công tác

Địa chỉ

Email

Nhập email

Số điện thoại

Nhập số điện thoại

Nội dung góp ý

Mã HTML

Cut Copy Paste Undo Redo Bold Italic Underline Strikethrough Subscript Superscript Text Color Background Color Bulleted List Numbered List Decrease Indent Increase Indent Quote Unquote Link Unlink Image Video Embed Code Full Screen Exit Full Screen Help

Link Image Video Embed Code YouTube

Kiểu Định dạng Phông Cỡ... Font Size Font Weight Text Color Background Color Insert Table

Góp ý giải trình

Tập đính kèm

+ Thêm tệp

Cập nhật

Thoát

v **Bước 3:** Thực hiện nhập nội dung góp ý vào các trường thông tin trong form thêm mới sau đó click **Cập nhật**

v **Bước 4:** Sau khi thêm mới thì góp ý đó sẽ hiển thị trên danh sách như sau:

PHÓ BIÊN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT									
Góp ý dự thảo									
Nhập từ khóa tìm kiếm Chọn dự thảo 24/11/2022 24/11/2022 Tìm kiếm Thêm mới Excel									
Tiêu đề	Họ và tên	Địa chỉ	Dự thảo	Người tạo					
Góp ý	Nguyễn Văn Tú		Dự thảo Nghị định quy định về chế độ nhuận bút trong lĩnh vực báo chí, xuất bản	System Account	Duyệt	Chỉnh sửa	Góp ý	Xóa	☐
Góp ý Điều 2	Đỗ Ngọc Thư		Dự thảo Luật quản lý, bảo vệ công trình quốc phòng và khu vực quân sự	System Account	Duyệt	Chỉnh sửa	Góp ý	Xóa	☐
Góp ý văn bản	Lê Huy		Dự thảo Luật quản lý, bảo vệ công trình quốc phòng và khu vực quân sự	System Account	Duyệt	Chỉnh sửa	Góp ý	Xóa	☐
Số bản ghi trên trang: 10 Hiện thị từ 1 tới 3 trên tổng số 3 bản ghi									
								Trước	Sau

Những góp ý nào muốn hiển thị ra ngoài cổng thì quản trị sẽ thực hiện phê duyệt các góp ý muốn hiển thị và ngược lại khi ngừng công khai các góp ý.

PHÓ BIÊN GIÁO DỤC PHÁP LUẬT									
Góp ý dự thảo									
Nhập từ khóa tìm kiếm Chọn dự thảo 24/11/2022 24/11/2022 Tìm kiếm Thêm mới Excel									
Tiêu đề	Họ và tên	Địa chỉ	Dự thảo	Người tạo					
Góp ý	Nguyễn Văn Tú		Dự thảo Nghị định quy định về chế độ nhuận bút trong lĩnh vực báo chí, xuất bản	System Account	Duyệt	Chỉnh sửa	Góp ý	Xóa	☐
Góp ý Điều 2	Đỗ Ngọc Thư		Dự thảo Luật quản lý, bảo vệ công trình quốc phòng và khu vực quân sự	System Account	Duyệt	Chỉnh sửa	Góp ý	Xóa	☐
Góp ý văn bản	Lê Huy		Dự thảo Luật quản lý, bảo vệ công trình quốc phòng và khu vực quân sự	System Account	Duyệt	Chỉnh sửa	Góp ý	Xóa	☐
Số bản ghi trên trang: 10 Hiện thị từ 1 tới 3 trên tổng số 3 bản ghi									
								Trước	Sau

Click nút Phê duyệt để góp ý hiển thị ngoài cổng

Ngoài cổng thông tin thì các góp ý đã duyệt sẽ hiển thị như sau:

THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL

Từ khóa tìm kiếm: Dự thảo Luật quản lý, bảo vệ công trình quốc phòng và khu vực quân sự

Ngày bắt đầu: Từ ngày Đến ngày

Tìm kiếm

DỰ THẢO ĐANG LẤY Ý KIẾN | DỰ THẢO HẾT HẠN LẤY Ý KIẾN

THUỘC TÍNH TẬP ĐÍNH KÈM NỘI DUNG Quay lại danh sách

Tiêu đề	Dự thảo Luật quản lý, bảo vệ công trình quốc phòng và khu vực quân sự		
Chủ đề	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL		
Cơ quan ban hành	Quốc hội		
Loại văn bản	Luật		
Ngày bắt đầu	17/10/2022	Ngày hết hạn	17/12/2022

Gửi ý kiến: **Danh sách ý kiến**

Tiêu đề	Góp ý Điều 2 (23/11/2022)
Người gửi	Đỗ Ngọc Thư

Click vào dự thảo sau đó click vào Danh sách ý kiến để xem danh sách các góp ý đã duyệt

- Sửa góp ý

Quản trị thực hiện sửa hoặc xóa thông tin góp ý của dự thảo (**Lưu ý: Chỉ được sửa, xóa những tin chưa được duyệt**)

Các bước thực hiện như sau:

- v **Bước 1:** Đăng nhập thành công vào hệ thống quản trị
- v **Bước 2:** Chọn **Quản lý các ứng dụng trực tuyến** → **Dự thảo văn bản** → **Góp ý dự thảo**, trên màn hình click vào nút **Sửa/Góp ý**

Sau khi thực hiện chỉnh sửa góp ý dự thảo văn bản thì góp ý sẽ ở trạng thái **Chưa phê duyệt**, vì vậy để góp ý dự thảo văn bản hiển thị ra ngoài cổng thông tin thì quản trị phải thực hiện **Phê duyệt** góp ý dự thảo (**Tương tự giống Bước 4 của mục 2.2. Thêm mới góp ý trong quản trị ở trên**)

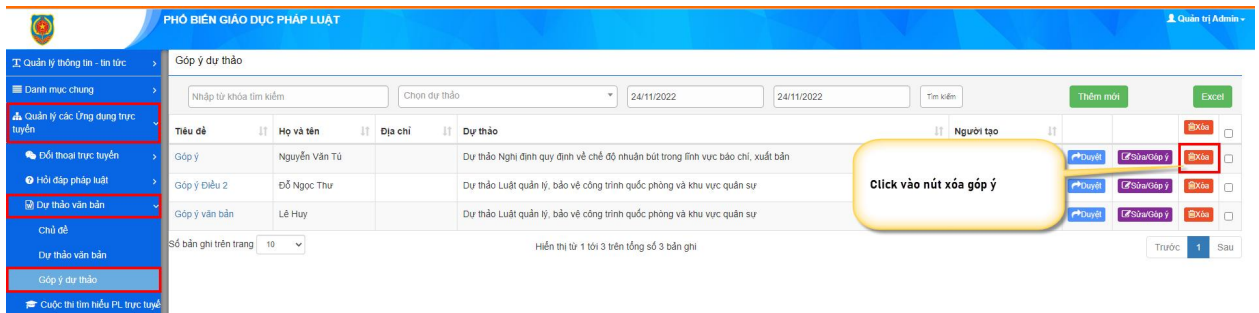
- Xóa góp ý

Quản trị thực hiện sửa hoặc xóa thông tin góp ý dự thảo (**Lưu ý: Chỉ được sửa, xóa những tin chưa được duyệt**)

Các bước thực hiện như sau:

- v **Bước 1:** Đăng nhập thành công vào hệ thống quản trị

v **Bước 2: Chọn Quản lý các ứng dụng trực tuyến** ở **Dự thảo văn bản**
 ở **Góp ý dự thảo**, trên màn hình click vào nút **Xóa**



Form xác nhận trước khi xóa hiển thị như sau



Click **Đồng ý** để xóa góp ý dự thảo

- **Khai thác góp ý ngoài cổng thông tin**

- v **Bước 1:** Để khai thác thông tin góp ý dự thảo VBQPPL, người dùng truy cập vào đường dẫn <https://pbgdpl.gov.vn/>, chọn **“Diễn đàn chính sách pháp luật”**
- v **Bước 2:** Tiến hành chọn **“Thông tin về chính sách, dự thảo VBQPPL”**
- v **Bước 3:** Vào Danh sách dự thảo văn bản đã được phê duyệt
- v **Bước 4:** Chọn dự thảo cần góp ý sau đó click vào Danh sách ý kiến để xem danh sách các góp ý đã duyệt



CÔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ
PHỔ BIẾN, GIÁO DỤC PHÁP LUẬT QUỐC GIA
"Sống và làm việc theo Hiến pháp và pháp luật"



09 - 11

[TRANG CHỦ](#)
[GIỚI THIỆU](#)
[TIN TỨC SỰ KIỆN](#)
[SƠ ĐỒ CỔNG](#)

024.62739468
[Quản trị](#)

Thông tin về chính sách, dự thảo VBQPPL

Đối thoại trực tuyến

Tiêu điểm pháp luật

Nghiên cứu trao đổi

LẤY Ý KIẾN DỰ THẢO
VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT QUỐC HỘI

LẤY Ý KIẾN DỰ THẢO
VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT CHÍNH PHỦ

LẤY Ý KIẾN DỰ THẢO
VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT BỘ TƯ PHÁP

HÌNH ẢNH

Click vào dự thảo sau đó click vào Danh sách ý kiến để xem danh sách các góp ý đã duyệt

THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL

Từ khóa tìm kiếm:

Ngày bắt đầu:

Tìm kiếm

DỰ THẢO ĐANG LẤY Ý KIẾN | DỰ THẢO HẾT HẠN LẤY Ý KIẾN

THUỘC TÍNH | TỆP ĐÍNH KÈM | NỘI DUNG [Quay lại danh sách](#)

Tiêu đề	Dự thảo Luật quản lý, bảo vệ công trình quốc phòng và khu vực quân sự		
Chủ đề	THÔNG TIN VỀ CHÍNH SÁCH, DỰ THẢO VĂN BẢN QPPL		
Cơ quan ban hành	Quốc hội		
Loại văn bản	Luật		
Ngày bắt đầu	17/10/2022	Ngày hết hạn	17/12/2022

Gửi ý kiến: [Danh sách ý kiến](#)

Tiêu đề	Góp ý Điều 2 (23/11/2022)
Người gửi	Đỗ Ngọc Thư

IX. PHÁT TRIỂN TRUYỀN THÔNG DỰ THẢO CHÍNH SÁCH: CHIẾN LƯỢC CHUYỂN ĐỔI SỐ, NĂNG LỰC ĐỔI MỚI VÀ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ

Trong bối cảnh chuyển đổi số, môi trường thông tin phức tạp và đa chiều như hiện nay, phát triển kỹ năng truyền thông dự thảo chính sách và nâng cao năng lực đổi mới sáng tạo trong truyền thông chính sách, tăng cường năng lực chuyển đổi số là yêu cầu then chốt để tạo sự đồng thuận xã hội đối với các chính sách.

1. Khái niệm:

· Truyền thông dự thảo chính sách:

Sản phẩm truyền thông chính sách cần phải dựa trên cơ sở dữ liệu chính sách, bao trùm về xu hướng quốc tế, tầm nhìn Việt Nam và hành động địa phương, tổng hợp được hệ thống chủ trương, chiến lược, văn bản đã được ban hành liên quan đến chủ đề của chính sách, từ đó chọn lọc được đúng nội dung cốt lõi, mục tiêu trọng tâm, đến đúng đối tượng, đúng kênh truyền thông, đúng tính thời điểm.

Truyền thông chính sách phải được tổ chức liên mạch, hệ thống dữ liệu, nội dung tổng quát, chuyên sâu. Truyền thông chính sách cần bao gồm cả mục tiêu truyền thông trong nội bộ các cơ quan dự thảo chính sách, để văn bản ban hành mang tính thống nhất cao, dễ dàng chỉ đạo và thực hiện.

Tăng cường kết nối giữa các đơn vị hoạch định, ban hành chính sách, và những đối tượng bị tác động bởi chính sách. Tạo cơ chế, điều kiện để người dân, tổ chức, doanh nghiệp góp ý, phản biện trong suốt quá trình đề xuất chính sách, xây dựng dự thảo chính sách, đối thoại chính sách và giám sát thực thi chính sách.

· **Đổi mới sáng tạo:** Có nhiều cách hiểu và định nghĩa khác nhau về đổi mới. Hiểu một cách chung nhất, đổi mới là một thuật ngữ dùng để chỉ trạng thái “một sự vật, hiện tượng mới có giá trị tốt hơn và đáp ứng tốt hơn yêu cầu của các chủ thể trong nền kinh tế - xã hội được tạo ra từ những ý tưởng, sáng kiến hoặc giải pháp mới”.

Tác động của đổi mới sáng tạo

- Đóng góp tới 95% đối với mức độ cạnh tranh của nền kinh tế
- Đóng góp tới 91% đối với kinh tế xanh
- Đóng góp tới 86% đối với quan hệ hợp tác
- Đóng góp tới 88% trong các công việc mới
- Đóng góp tới 87% đối với việc mang lại giá trị cho toàn xã hội
- Đóng góp thay đổi cuộc sống của người dân trong tương lai 10 năm tới: 90% đối với giao tiếp, 87% đối với chất lượng sức khỏe, 84% đối với thị trường lao động, 84% đối với chất lượng môi trường...

Động lực của đổi mới sáng tạo

- 66% giá trị đổi mới sáng tạo sẽ tác động đến cuộc sống người dân
- 65% trường học và viện nghiên cứu sẽ tham gia hoạt động đổi mới sáng tạo
- 62% bằng độc quyền sáng chế sẽ thúc đẩy đổi mới sáng tạo
- 58% nhà đầu tư tư nhân sẽ hỗ trợ để thực hiện đổi mới sáng tạo
- 48% phân bổ ngân sách sẽ tập trung hỗ trợ các hoạt động đổi mới sáng tạo
- 43% hỗ trợ của chính quyền về tổ chức và triển khai các hoạt động đổi mới sáng tạo



Trong một quốc gia, hoạt động đổi mới thường khởi đầu từ doanh nghiệp và do doanh nghiệp thực hiện.

Theo hướng dẫn OECD Oslo Manual định nghĩa: Một đổi mới sáng tạo là việc thực hiện/hoàn thành một sản phẩm (hàng hóa hay dịch vụ) hay một quy trình mới hoặc được cải tiến đáng kể, một phương pháp tiếp thị mới, hoặc một phương pháp tổ chức và quản lý mới trong hoạt động thực tiễn kinh doanh, tổ chức sản xuất hoặc quan hệ đối ngoại. Theo Katz Đổi mới sáng tạo là việc tạo ra, phát triển, và triển khai áp dụng thành công các ý tưởng mới và độc đáo bao gồm đưa ra các sản phẩm, quá trình và chiến lược phát triển mới cho công ty dẫn đến thành công trong kinh doanh và giành được vị trí dẫn đầu thị trường, tạo ra giá trị cho các chủ thể liên quan, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và nâng cao mức sống. Theo Ngo và O'Cass, ĐMST là một quá trình mang tính hệ thống áp dụng những kiến thức, kỹ năng và các nguồn lực vào việc thực hiện các hoạt động đổi mới để tạo ra những đổi mới về kỹ thuật (đổi mới về sản phẩm, dịch vụ và quy trình hoạt động) và những đổi mới phi-kỹ thuật (đổi mới về quản lý, thị trường, phát triển công chúng, truyền thông, marketing).

Chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ trong truyền thông:

Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra mạnh mẽ trên quy mô toàn cầu, chuyển đổi số không chỉ là xu hướng mà đã trở thành yêu cầu tất yếu khách quan đối với mỗi quốc gia và trong mọi lĩnh vực. Chuyển

đổi số là phương thức quan trọng để thực hiện ý chí, khát vọng, chiến lược phát triển đất nước.

Theo Bộ Thông tin và Truyền thông, “Chuyển đổi số là quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện của các cá nhân, tổ chức về cách sống, cách làm việc và phương thức sản xuất dựa trên các công nghệ số”. Quá trình này hướng đến mục tiêu “thúc đẩy phát triển kinh tế số, xã hội số; làm thay đổi phương thức quản lý nhà nước, mô hình sản xuất kinh doanh, tiêu dùng và đời sống văn hóa, xã hội”.

2. Tổng quan tính cần thiết chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo và ứng dụng công nghệ trong truyền thông chính sách:

Trong ba nhiệm vụ trọng tâm nhằm thực hiện các đột phá chiến lược, chuyển đổi số quốc gia được xác định ở nhiệm vụ thứ hai, cụ thể là: “Phát triển mạnh mẽ khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số để tạo bứt phá về năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh”.

Đại hội XIII của Đảng đã xác định nội dung của chuyển đổi số quốc gia trong những năm tới là: “Công nghệ số sẽ thúc đẩy phát triển kinh tế số, xã hội số; làm thay đổi phương thức quản lý nhà nước, mô hình sản xuất kinh doanh, tiêu dùng và đời sống văn hóa, xã hội”.

Đảng và Nhà nước đã và đang đặc biệt quan tâm đến chuyển đổi số trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Ngày 27-9-2019, Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết số 52-NQ/TW về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Một trong những quan điểm chỉ đạo quan trọng của Đảng được thể hiện trong Nghị quyết là: “Chủ động, tích cực tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư là yêu cầu tất yếu khách quan; là nhiệm vụ có ý nghĩa chiến lược đặc biệt quan trọng, vừa cấp bách vừa lâu dài của cả hệ thống chính trị và toàn xã hội, gắn chặt với quá trình hội nhập quốc tế sâu rộng; đồng thời nhận thức đầy đủ, đúng đắn về nội hàm, bản chất của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư để quyết tâm đổi mới tư duy và hành động, coi đó là giải pháp đột phá với bước đi và lộ trình phù hợp là cơ hội để Việt Nam bứt phá trong phát triển kinh tế - xã hội”(3).

Nghị quyết cũng nhấn mạnh việc “Xây dựng và phát triển đồng bộ hạ tầng dữ liệu quốc gia. Hình thành hệ thống trung tâm dữ liệu quốc gia, các trung tâm dữ liệu vùng và địa phương kết nối đồng bộ và thống nhất. Hình thành các hệ thống dữ liệu tin cậy, ổn định của Nhà nước và doanh nghiệp. Đầu tư trang bị các hệ thống thiết bị thu thập, lưu trữ, xử lý, bảo vệ dữ liệu công”. Trong đó, có hai điểm rất quan trọng: thứ nhất là phát triển hạ tầng số; thứ hai là xây dựng, vận hành hệ thống tích hợp, kết nối liên thông các cơ sở dữ liệu lớn.

Đáng chú ý, ở Việt Nam hạ tầng công nghệ thông tin viễn thông khá tốt, phủ sóng rộng, mật độ người dùng cao (hơn 70% người dân sử dụng Internet, thiết bị thông minh); dân số Việt Nam trẻ, sáng tạo, thích ứng nhanh, được đào tạo tương đối tốt, lao động chăm chỉ, có truyền thống hiếu học... là những lợi thế cho quá trình chuyển đổi số báo chí truyền thông nói chung, trong lĩnh vực truyền thông chính sách nói riêng.

Thực hiện chuyển đổi số trong lĩnh vực truyền thông chính sách, Nhà nước cần đặc biệt chú trọng vai trò của doanh nghiệp: “Phát triển mạnh mẽ khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số để tạo bứt phá về năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh...; lấy doanh nghiệp làm trung tâm nghiên cứu phát triển, ứng dụng và chuyển giao công nghệ, ứng dụng công nghệ số” như dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo.

Thu hút nguồn lực xã hội, và tăng cường vai trò của các doanh nghiệp trong các quy trình hoạch định chính sách và trong công tác truyền thông chính sách.

3. Tăng cường công nghệ trong truyền thông chính sách

3.1. Hội tụ công nghệ và dữ liệu lớn

Hội tụ công nghệ là một chìa khóa để mở ra trung tâm tích hợp, tập trung các cơ sở dữ liệu và đồng thời chuyển các dữ liệu (hình ảnh, âm thanh, video clips...) thu nhận được về trung tâm tích hợp dữ liệu. Ở đó dữ liệu sẽ được chia sẻ để thực hiện các chuyên gia, nhà báo, phóng viên có các bài viết sâu hơn hay chi tiết hơn, cụ thể hơn. Các bài viết hoặc dữ liệu được tạo ra tiếp tục được lưu trữ tại trung tâm tích hợp dữ liệu để chia sẻ tới các đơn vị truyền thông chính sách khác...

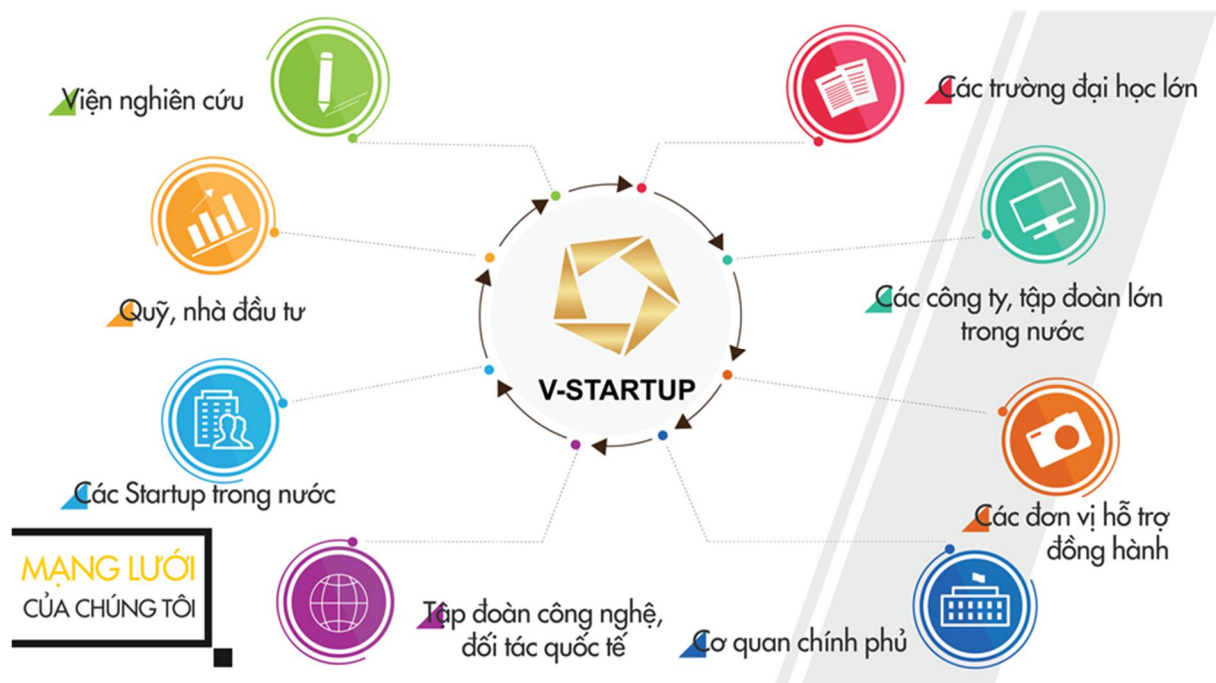
Để làm được như vậy, chúng ta cần có một nền tảng thống nhất giữa các dữ liệu được sử dụng. Một trung tâm tích hợp là cần thiết trong bối cảnh phát triển của khoa học và công nghệ hiện nay. Trung tâm này sẽ bao gồm các hệ thống như hệ thống tích hợp dữ liệu, hệ thống phân tích nội dung, hệ thống xử lý tin bài thông minh và hệ thống quản trị nội dung.

3.2. Đổi mới và phát triển song song mô hình “công nghệ truyền thông chính sách”

Các đơn vị truyền thông chính sách phải có chiến lược hình thành liên kết công tư, hợp tác phát triển cơ quan truyền thông tích hợp công nghệ, các đơn vị truyền thông chính sách cần có mô hình công nghệ hợp tác, quy tụ được nhân tài công nghệ, có khả năng liên kết hệ thống truyền thông và phân tích dữ liệu để nghiên cứu phát triển những sản phẩm truyền thông chính sách công nghệ mới.

Các chuyên gia nghiên cứu và các đơn vị truyền thông chính sách sẽ đồng hành cùng các nhân viên công nghệ trong quá trình thu thập khảo sát dữ liệu, lấy ý kiến trong quá trình hoạch định chính sách, tăng cường trải nghiệm cho người tham gia ý kiến khảo sát theo các nội dung truyền thông chính sách được sản xuất và phân phối đa nền tảng, đa phương tiện.

Mục tiêu là người dân, doanh nghiệp có thể tiếp cận thông tin chính sách tập trung, hệ thống chính sách đồng bộ theo lĩnh vực, theo chủ đề. Những góp ý, kiến nghị chính sách cần được hệ thống để chuyên gia, các nhà quản lý, các đơn vị hoạch định chính sách, các lãnh đạo, các cơ quan thu thập dữ liệu, truyền thông đều có thể tiếp cận được.



Hệ sinh thái của V-startup

3.3 Công nghệ và các chiến lược công nghệ trong truyền thông chính sách

Trí tuệ nhân tạo (AI) đã và đang được sử dụng rất nhiều trong hoạt động truyền thông báo chí, từ việc phát hiện tin, lấy ý kiến người dân, thẩm định thông tin, tương tác với độc giả, kiểm duyệt bình luận, phân tích tổng hợp dữ liệu khảo sát, sản xuất video, cho đến viết tin bài tự động, MC ảo, trường quay ảo...

AI có thể mang lại rất nhiều lợi ích để nâng cao chất lượng truyền thông chính sách.

Thông qua công nghệ phát triển thiết bị thông minh bằng điều khiển giọng nói. Cần tăng cường sản xuất viral video, sản phẩm phát thanh audio podcast,

các công nghệ sử dụng AI để làm bản tin tự động, chuyển đổi giọng nói thành văn bản...

Phát triển kế hoạch truyền thông chính sách trên các sản phẩm thông minh như loa, thiết bị đeo trên người, thiết bị IOT (kết nối vạn vật), hoặc các công nghệ có tiềm năng trong tương lai như thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR), mixed reality...

Trực tiếp thu thập dữ liệu người dân doanh nghiệp thông qua các khảo sát, nghiên cứu:

Dữ liệu trực tiếp là nguồn nội dung quan trọng để phát triển truyền thông chính sách. Chiến lược thu thập dữ liệu sẽ giúp các cơ quan truyền thông chính sách xác định rõ đối tượng khảo sát, từ đó mở ra các cơ hội để cải thiện chất lượng truyền thông, trải nghiệm người dân doanh nghiệp, đồng thời tạo ra những phân khúc hấp dẫn các cơ quan mua dữ liệu và các tài nguyên số. Ngoài xây dựng nội dung hấp dẫn có thể thu hút người dân, doanh nghiệp truy cập trực tiếp và đăng ký trên các hệ thống digital thì cần cần đầu tư vào các hệ thống công nghệ để thu thập và phân loại dữ liệu từ khảo sát, nghiên cứu.

Phát triển truyền thông chính sách trên các mạng xã hội không chỉ là Facebook và YouTube (còn rất nhiều kênh thu hút đông đảo giới trẻ như TikTok, Snapchat, v.v...) và hoàn toàn chưa hiện diện ở hình thức OTT hoặc ứng dụng messaging (WhatsApp, Viber, Zalo, v.v...) thu thập lượng thông tin lớn hơn và cá nhân hóa các thông tin theo nhu cầu của người dân, doanh nghiệp, giảm bớt sức lao động cho các nhân viên truyền thông, phóng viên, báo chí và giúp họ có thời gian tập trung vào những chủ đề lớn và các cơ quan truyền thông chính sách không cần nhiều nhân lực.

Quy trình sản xuất thông tin truyền thông chính sách theo phương thức tích hợp, tổ chức nội dung thống nhất (bao gồm cả định hướng về mặt chính trị) nhưng cách thức thể hiện linh hoạt và phù hợp với từng nền tảng, từng nhóm đối tượng. Một số cơ quan báo chí lớn trên thế giới còn có hình thức cung cấp thông tin lên bảng điện tử công cộng, cung cấp thông tin tới các thiết bị máy trạm cho các đối tượng hoạt động trong môi trường đặc biệt (ngư dân ngoài khơi, công nhân ở vùng sâu vùng xa, hàng không, v.v...).

Sử dụng tối đa các công cụ đo lường và phân tích

Các công cụ đo lường và phân tích (bao gồm cả các công cụ đo lường của quốc tế sử dụng trong nội bộ các cơ quan truyền thông chính sách, các công cụ đặc biệt có thể tạo dashboard tới từng chuyên gia, phóng viên, biên tập viên, và

hệ thống áp dụng chung để các cơ quan đánh giá độc lập có thể theo dõi và xếp hạng). Để truyền thông chính sách hiệu quả cần phải sử dụng những công cụ đo được những hình thức tiếp cận nào đang hoạt động hiệu quả hoặc không hiệu quả, những công nghệ truyền thông nào thu hút được người dân, doanh nghiệp, cách thức họ tương tác với những thông tin nhất định. Một số những công cụ đo lường hiệu quả như Google Analytics, đo lường lượng traffic theo tuần/tháng/quý/năm, thời điểm nào trong tuần có lượng truy cập cao nhất, có bao nhiêu khách hàng truy cập bằng thiết bị di động, laptop và máy tính để bàn, số người tham gia đọc các khảo sát, các nội dung truyền thông chính sách, thời gian đọc trong bao lâu. Tỷ lệ thoát ra khỏi các khảo sát, báo cáo nghiên cứu, các thông điệp truyền thông. Cùng với Google Analytics, Scoop.it là công cụ đo lường website thứ hai được các đơn vị quản lý tác động truyền thông ưa chuộng sử dụng, Scoop.it đo lường được các dữ liệu về lượng khách hàng truy cập vào website, lượt xem cũng như đánh giá và chia sẻ bài đăng của bạn... Bên cạnh rất nhiều công cụ đo lường hiệu quả truyền thông chính sách, một trong những công cụ đo lường hiệu quả thông điệp truyền thông chính sách mà các cơ quan nên cân nhắc sử dụng đó chính là Chartbeat. Không chỉ đưa ra những dữ liệu quan trọng để đánh giá xem nội dung nào của bạn đang hiệu quả nhất, công cụ đo lường hiệu quả marketing này còn cung cấp những dữ liệu khác về người dùng theo thời gian thực: hành vi của người dân, doanh nghiệp, thời gian dùng trên trang... Điều này vô cùng hữu ích, bởi những nhà quản lý nội dung nhanh chóng phản ứng và tương tác kịp thời với người dùng sau khi đọc các dữ liệu thực.

4. Vai trò quan trọng của các vườn ươm và doanh nghiệp công nghệ trong truyền thông chính sách Quốc gia.

Các vườn ươm và doanh nghiệp công nghệ, là nhóm tạo ra sản phẩm, thiết kế các nền tảng theo nhu cầu độc giả, tương tác với người dân doanh nghiệp và giữ chân người dân doanh nghiệp tham gia tiếp nhận thông điệp và trực tiếp sáng tạo ra các thông điệp.



Chuyên gia Thy Nga giới thiệu Thủ tướng Chính phủ và các lãnh đạo Bộ ngành các doanh nghiệp công nghệ trong hệ sinh thái khởi nghiệp Quốc gia 2018

4.1. Vườn ươm công nghệ tăng cường nghiên cứu và phát triển, phát huy đổi mới sáng tạo

Trong bối cảnh hầu hết các cơ quan hoạch định chính sách và các cơ quan truyền thông chính sách ở Việt Nam chưa thực sự chú trọng đến các công nghệ truyền thông tương lai và không hề có bộ phận nghiên cứu - phát triển thì vườn ươm công nghệ tiên phong ươm tạo doanh nghiệp nghiên cứu và phát triển, phát huy đổi mới sáng tạo và khuyến khích phát triển hệ sinh thái quản lý có tư duy sản phẩm (product thinking).

Các vườn ươm công nghệ đủ điều kiện để lập bộ phận nghiên cứu - phát triển mạnh, quy tụ nhiều tài năng công nghệ để nghiên cứu về xu hướng phát triển của báo chí và công nghệ truyền thông chính sách, đồng thời tạo ra những sản phẩm truyền thông mang tầm dẫn dắt, định hướng. Các vườn ươm công nghệ hiện tại như V-startup đã có sẵn các doanh nghiệp công nghệ tạo ra các sản phẩm truyền thông như công nghệ chuyển đổi giọng nói và văn bản, công nghệ trường quay MC ảo, trợ lý ảo... và luôn phát triển liên kết hợp tác với các viện nghiên cứu, trường đại học để cùng phát triển nghiên cứu nhiều sản phẩm hỗ trợ cho quá trình truyền thông nói chung và truyền thông chính sách nói riêng. Các cơ quan hoạch định chính sách và truyền thông chính sách nên học cách chấp nhận rằng các ấn phẩm, website, bản tin qua email (newsletter) hoặc các ứng dụng mobile đều là những sản phẩm. Người dùng luôn đứng trước quyết định có sử dụng một sản phẩm nào đó hay không, và họ có rất nhiều lựa chọn để tiếp nhận chính sách và tham gia góp ý kiến nghị chính sách. Và các cơ quan hoạch định chính sách, ban hành chính sách và truyền

thông chính sách cần thay đổi lại đường đi của quy trình quản trị chính sách, nếu muốn các thông điệp truyền thông chạm được vào người dân doanh nghiệp và bắt kịp môi trường của đời sống thực tiễn.

4.2. Vườn ươm công nghệ tham gia phát triển truyền thông chính sách cùng các cơ quan trong các đề án chính sách có tác động lớn đến xã hội:

Ứng dụng công nghệ cao phối hợp với các cơ quan truyền thông chính sách phát triển cổng thông tin, website, app, thiết kế nhận diện đồng bộ, đăng tải cơ sở dữ liệu tổng hợp theo hệ thống chủ đề, thời gian ban hành, lưu trữ theo hệ thống cổng dữ liệu đề án chính sách lớn và các chiến lược chính sách từ Lãnh đạo Chính phủ, Bộ ngành, địa phương. Ứng dụng công nghệ liên kết hệ thống chính sách được tổng hợp liên bộ, liên ngành, từ trung ương đến địa phương và tham gia tích hợp dữ liệu để phát triển thông điệp truyền thông theo vùng, miền, khu vực.



Startup do V-startup hỗ trợ có sản phẩm MC ảo phát triển truyền thông chính sách cho các cơ quan chuyển đổi số

Truyền thông cổng thông tin thông qua các hệ thống nhận diện thương hiệu đồng bộ theo từng lĩnh vực chính sách và giải pháp phát triển công nghệ cũng như tổ chức các hoạt động truyền thông tùy từng nhóm đối tượng chủ đề. Kết nối tự động đầu mối thông tin các đơn vị ban hành chính sách và đơn vị thực thi chính sách, để hỗ trợ giải đáp thắc mắc trong quá trình triển khai, hợp tác với các đơn vị tư vấn và tổ chức trung gian để tăng cường các công tác dự báo chính sách, đánh giá chính sách, giám sát chính sách, phản biện chính sách và xử lý

khủng hoảng chính sách (nếu có). Đăng tải hệ thống nghiên cứu, báo cáo tổng hợp, góp ý kiến nghị chính sách. Cổng thông tin có ứng dụng công nghệ chatbox để trả lời tự động và tổng hợp góp ý, phản hồi.

5. Phát triển hệ sinh thái số trong truyền thông chính sách trong đó doanh nghiệp là trung tâm đổi mới và chuyển đổi số truyền thông chính sách

Phát triển nguồn nhân lực: Nhà nước cần đẩy mạnh đào tạo các tài năng, nhân lực có tư duy quản trị hệ thống trong truyền thông chính sách và việc ứng dụng số hóa trong truyền thông chính sách. Các cơ quan tạo điều kiện về chính sách để doanh nghiệp tư nhân được tham gia vào hoạt động truyền thông chính sách và phát triển các công nghệ nền tảng để lưu trữ, khai thác, phổ biến và phát triển dữ liệu truyền thông chính sách. Cần tăng cường phối hợp với các vườn ươm, và các doanh nghiệp công nghệ số nhằm nâng cao ứng dụng công nghệ trong lĩnh vực truyền thông chính sách, nhất là trong sản xuất sản phẩm truyền thông, chuyển giao công nghệ truyền thông; hợp tác công – tư trong xây dựng các trung tâm lưu trữ dữ liệu; xây dựng tác phẩm truyền thông chính sách và thành tựu hành trình đồng bộ hoá chính sách. Cần có chính sách rõ ràng về việc liên kết dữ liệu truyền thông, (hình thức mua lại, sang nhượng hoặc chia sẻ bản quyền sử dụng, hình thức chế tài, trao đổi...), có cơ chế phối hợp công tư để khai thác tốt nhất các dữ liệu truyền thông chính sách đặc thù.

X. KỸ NĂNG TRUYỀN THÔNG DỰ THẢO CHÍNH SÁCH, PHÁP LUẬT CHO MỘT SỐ ĐỐI TƯỢNG ĐẶC THÙ

1. Kỹ năng truyền thông dự thảo chính sách cho người dân vùng dân tộc thiểu số, miền núi, vùng sâu, vùng xa, biên giới, ven biển, hải đảo, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn

Truyền thông đóng vai trò quan trọng trong việc đem lại kết quả bền vững cho các chương trình phát triển cộng đồng, xóa đói giảm nghèo, góp phần ổn định xã hội. Truyền thông làm thay đổi nhận thức của con người, dẫn đến sự tự nguyện thay đổi hành vi, một trong những yếu tố duy trì kết quả phát triển bền vững. Để tiếp tục phát huy vai trò của truyền thông đối với người dân vùng dân tộc thiểu số, miền núi, vùng sâu, vùng xa, biên giới, ven biển, hải đảo, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn (sau đây gọi là vùng dân tộc thiểu số và miền núi), Đảng và Nhà nước ta đã có nhiều chính sách ưu đãi phát triển thông tin, truyền thông ở những địa bàn này¹⁰.

Đối tượng truyền thông là người dân tộc thiểu số cần có cách tiếp cận cũng như phương pháp truyền thông với những đặc thù riêng trên cơ sở tôn trọng, vận dụng và phát huy đa dạng văn hóa, tri thức bản địa và giá trị đặc sắc của từng tộc người. Truyền thông sẽ kém hiệu quả nếu không hiểu biết sâu sắc đối tượng, đặc biệt là đối với người dân tộc thiểu số - một đối tượng đặc thù: Cư trú không tập trung nơi giao thông cách trở, trình độ học vấn chưa cao, đời sống kinh tế còn khó khăn, sở hữu nền văn hóa, tri thức bản địa phong phú, đa dạng. Mặc dù được sự quan tâm đầu tư thích đáng của Đảng và Nhà nước, song đến nay, khoảng cách hưởng thụ thông tin văn hóa giữa miền xuôi và miền núi, vùng dân tộc thiểu số vẫn còn khá xa. Các phương tiện truyền thông như báo in, phát thanh, truyền hình chưa đáp ứng được yêu cầu truyền thông, trong khi việc ứng dụng của công nghệ thông tin và truyền thông như báo mạng và mạng xã hội vẫn chưa được tận dụng hiệu quả trong truyền thông.

¹⁰ Như: Luật Báo chí, Luật Xuất bản, Luật Quảng cáo, Luật Tiếp cận thông tin, Luật Tàn số vô tuyến điện Quyết định số 1212/QĐ-TTg ngày 5/9/2012 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia đưa thông tin về cơ sở miền núi, vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo giai đoạn 2012–2015; Quyết định số 2356/QĐ-TTg ngày 4/12/2013 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Chiến lược công tác dân tộc đến năm 2020; Quyết định số 1722/QĐ-TTg ngày 02/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia Giảm nghèo bền vững giai đoạn 2016 – 2020 (Dự án 4); Quyết định số 1719/QĐ-TTg ngày 14/10/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 – 2030; giai đoạn I: từ năm 2021 đến năm 2025 (Dự án 10); Quyết định số 407/QĐ-TTg ngày 30 tháng 3 năm 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...”

Để nâng cao hiệu quả truyền thông dự thảo chính sách cho người dân vùng dân tộc thiểu số và miền núi, Vụ Pháp chế - Ủy ban Dân tộc phối hợp xây dựng một số kỹ năng như sau:

1.1. Kỹ năng truyền thông trực tiếp

(i) Kỹ năng thuyết trình, giao tiếp

Ưu thế của thuyết trình, giao tiếp trực tiếp: 1) Giao tiếp trực tiếp người nói và người nghe; 2) Người nói hiểu rõ đối tượng nghe; 3) Có thể trao đổi và trả lời những câu hỏi đặt ra để hiểu rõ và cụ thể các vấn đề quan tâm; 4) Tác động ngay đến nhận thức và hành vi của người nghe.

Người thuyết trình trực tiếp thường không phải nhà sư phạm, mà họ tự biên soạn tài liệu theo yêu cầu người nghe. Truyền thông trực tiếp có thể tiến hành ở mọi nơi, trước đối tượng không cùng mặt bằng kiến thức; khi trình bày chú trọng ví dụ thực tiễn; đặt câu hỏi nhiều, thuyết trình ít.

Để thực hiện tốt việc thuyết trình, trước hết người thuyết trình cần nắm các thông tin như:

- Mục đích của buổi tuyên truyền;
- Nội dung tuyên truyền về chủ đề gì? Chủ đề hẹp ở phạm vi nào?

Một buổi nói chuyện chỉ nên tập trung vào 1 hoặc 2 nội dung;

- Địa điểm (trong hội trường, phòng họp hay ngoài trời...); thời gian (sáng, chiều, tối);

- Đối tượng người nghe là ai (giới tính, tuổi, dân tộc, tôn giáo, trình độ văn hoá, phong tục, tập quán; mục đích; nhu cầu, thị hiếu của người nghe);

- Nguồn tài liệu phục vụ buổi thuyết trình? Trong quá trình thuyết trình, cần chú ý:

- Luôn đặt đề cương trước mặt để tránh trùng lặp hoặc mất cân đối về thời gian khi trình bày;

- Nên bắt đầu bằng một tình huống cụ thể gắn với chủ đề (báo cáo viên tự kể câu chuyện hoặc trình chiếu phóng sự, tiểu phẩm gắn liên quan đến chủ đề); sau đó giải thích và phân tích;

- Giới thiệu, giải thích chính sách trong phạm vi chủ đề cho người nghe;

- Duy trì tốc độ nói chậm vừa phải, chú ý quan sát người nghe để điều chỉnh nhịp độ thuyết trình;

- Khi thuyết trình cần dẫn dắt vấn đề từ đơn giản đến phức tạp;
- Cần các ví dụ minh họa điển hình;
- Khuyến khích người nghe đối thoại thông qua việc đặt câu hỏi, trả lời câu hỏi;
- Cuối buổi thuyết trình cần tóm tắt các ý chính; giới thiệu các tài liệu để người nghe tìm đọc khi họ thấy cần.

Ngoài hình thức thuyết trình, tư vấn trực tiếp cho đồng bào cũng rất quan trọng. Mục đích của tư vấn là giải đáp thắc mắc về một tình huống cụ thể, giúp đưa ra giải pháp xử lý phù hợp.

Chuẩn bị buổi tư vấn: xác định vấn đề cần giải quyết; chọn thời gian và địa điểm (tại nhà, tại nơi sinh hoạt cộng đồng, trên rẫy, nương...); thông báo trước cho người được tư vấn. Quá trình tư vấn gồm các bước:

Bước 1: gặp gỡ, tạo cảm giác thân thiện trong giao tiếp.

Bước 2: gợi mở các thông tin liên quan đến việc cần tư vấn (nội dung sự việc, hoàn cảnh gia đình, những băn khoăn về sự đúng sai...).

Bước 3: giới thiệu, cung cấp thông tin về pháp luật liên quan đến vụ việc.

Bước 4: đưa ra phương án tư vấn để người được tư vấn lựa chọn (không được áp đặt); hướng dẫn những việc cần làm để giải quyết vụ việc.

(ii) Kỹ năng thực hiện chiến dịch truyền thông

Chiến dịch truyền thông là một hoạt động tập trung theo đợt trong một thời gian ngắn (3 - 5 ngày hoặc 01 tuần lễ), ở một địa phương hay cùng lúc ở nhiều địa phương, có sự tham gia của nhiều cơ quan, tổ chức, có sự tập trung và chỉ đạo thống nhất của một cơ quan để truyền thông về một số nội dung ưu tiên nhằm chuyển các thông điệp đến các nhóm đối tượng cụ thể. Việc mở chiến dịch phải đáp ứng nhu cầu của đồng bào dân tộc thiểu số và phù hợp với văn hóa của mỗi dân tộc. Các bước tiến hành chiến dịch truyền thông gồm:

Bước 1, xác định mục tiêu, nội dung chính cần đạt được, cần thu thập các dữ liệu nào, các kênh truyền thông nào sẽ được sử dụng, cách tiếp cận và phương thức triển khai là gì, sự tham gia của cộng đồng ở mức độ và phạm vi nào.

Bước 2, phân tích đối tượng của truyền thông: tỉ lệ nam, nữ, độ tuổi, dân tộc, hoàn cảnh xã hội của nhóm, nhóm nòng cốt có thể truyền thông cho người

khác, nhóm được hưởng lợi từ truyền thông; trình độ học vấn, mối quan tâm của mỗi nhóm, mỗi nhóm có sẵn phương tiện truyền thông nào.

Bước 3, lập kế hoạch truyền thông (như đã nêu ở phần trên).

Bước 4, lựa chọn phương tiện truyền thông: có thể lựa chọn phương tiện phát thanh, truyền thanh, truyền hình, tờ gấp, tranh ảnh, nhưng phải đơn giản, dễ hiểu, phù hợp với đồng bào, dễ sử dụng, có thể thực hiện ngay tại địa phương, chi phí thấp.

Bước 5, sản xuất sản phẩm truyền thông như các tiểu phẩm, phim ảnh, băng âm thanh, khai thác trò chơi dân gian.

Bước 6, thử nghiệm sản phẩm truyền thông: xem xét tính phù hợp của sản phẩm với văn hóa, phong tục, tập quán của đồng bào; số sản phẩm có đầy đủ không, có đúng mục tiêu truyền thông đề ra không, có tác động đến sự thay đổi nhận thức và hành vi của đối tượng không.

Bước 7, trình diễn các sản phẩm truyền thông. Tổ chức giao lưu văn nghệ hay gặp gỡ các nhân vật có uy tín và nổi tiếng trong đồng bào dân tộc như nhạc sĩ, nhà văn là người dân tộc thiểu số.

Bước 8, giám sát và đánh giá: theo dõi liên tục quá trình diễn ra chiến dịch để xem có đúng yêu cầu đề ra hay không. Đánh giá để xác định hiệu quả, khảo sát mức độ nhớ, hiểu và tác động của thông điệp phát ra.

Sau khi kết thúc chiến dịch cần có tổng kết rút kinh nghiệm. Sau đó làm tài liệu để phổ biến và chia sẻ kinh nghiệm thực hiện chiến dịch truyền thông. Tài liệu đó có thể là cuốn sách nhỏ bỏ túi, là các bài viết trên báo chí, các hình ảnh tập hợp lại thành sách ảnh.

(iii) Kỹ năng tổ chức sự kiện truyền thông

Tổ chức sự kiện truyền thông ở vùng đồng bào dân tộc thiểu số thường được tiến hành ở các chợ phiên, ở địa điểm công cộng như nhà rông hoặc truyền thông lưu động ở các bản làng.

Các bước tiến hành gồm:

Bước 1, lập kế hoạch, xác định mục tiêu, thông điệp, đối tượng truyền thông, dự kiến thuận lợi, khó khăn phát sinh đột xuất.

Bước 2, chọn địa điểm: nên chọn địa điểm ở trung tâm, những nơi gần gũi với người dân như chợ phiên, nhà văn hóa thôn, bản, bãi đất rộng giữa các bản làng nơi có nhiều người qua lại. Không chọn các điểm đang thi đấu thể thao như

đá bóng, hoặc nơi đang biểu diễn văn nghệ... vì ồn ào, dễ phân tán. Địa điểm tổ chức sự kiện cần được trang trí nhiều màu sắc, có tranh cổ động, loa âm thanh tốt.

Bước 3, xác định đối tượng truyền thông: cần quan tâm đến đối tượng chủ yếu là những người mà thông điệp cần đưa đến với họ và đối tượng đại trà là những người tham gia khác (ví dụ đối tượng chính là những người làm kinh tế vườn; những người khác chỉ tham dự và nghe để biết). Cần khảo sát kỹ nhu cầu của đối tượng chính qua sách, báo, thông tin từ cơ sở hoặc qua trao đổi trực tiếp.

Bước 4, bắt đầu sự kiện: Người dẫn chuyện cần trong trang phục giản dị, gần gũi với người dân. Mở đầu nên có lời chào hỏi thân thiện. Có thể biểu diễn tiết mục văn nghệ mở đầu để gây hấp dẫn, từ đó gợi ý nhu cầu của người tham dự để vào câu chuyện. Người dẫn nội dung trình bày ngắn gọn những điểm mới, có tính thời sự, được người dân quan tâm như các chính sách cụ thể đối với đồng bào để người nghe chú ý. Cần nhắc đi nhắc lại nhiều lần thông điệp để người dân ghi nhớ do ở ngoài trời thường ồn ào, khó nghe. Quá trình trình bày có thể xen kẽ các tiết mục văn nghệ. Kết thúc phần trình bày có thể hỏi người dân để nhấn mạnh thông điệp đã truyền.

(iv) Kỹ năng tổ chức đối thoại thông tin

Đối thoại là hình thức trao đổi trực tiếp về một vấn đề nào đó mà người dân ở vùng dân tộc thiểu số quan tâm. Mục đích là giải đáp những thắc mắc, nguyện vọng của họ. Đó là việc người nói và người nghe trao đi đổi lại một cách trực tiếp. Người nghe không phải ở trạng thái thụ động mà ở trạng thái chủ động.

Các bước chuẩn bị tổ chức đối thoại gồm:

Bước 1, xác định các vấn đề đồng bào quan tâm như chính sách cử tuyển, chính sách vay vốn ngân hàng, chính sách hỗ trợ giảm nghèo.

Bước 2, thu thập những thắc mắc, những vấn đề đồng bào quan tâm. Có thể thu thập trực tiếp thông qua phản ánh trực tiếp của dư luận; hoặc thu thập gián tiếp thông qua thư từ, kiến nghị hoặc qua báo chí. Các ý kiến này cần được phân loại để tránh trùng lặp khi đối thoại.

Bước 3, phân công người đối thoại, người tổ chức: có thể phân công một người hoặc một nhóm chịu trách nhiệm chuẩn bị nội dung cho đối thoại. Người tổ chức chịu trách nhiệm đảm bảo các điều kiện cho buổi đối thoại như liên hệ địa điểm, trang trí, âm thanh, ánh sáng... Cả 2 nhóm cùng chuẩn bị nội dung kịch bản chi tiết buổi đối thoại. Bố trí người dẫn chương trình, chủ trì buổi đối thoại, phụ trách âm thanh, ánh sáng, phụ trách các tiết mục văn nghệ, phụ trách kỹ

thuật hội trường (tập hợp câu hỏi của người tham dự, chuyển micro, lễ tân...); lên danh sách mời đại biểu; lập dự trù kinh phí.

Bước 4, lựa chọn địa điểm đối thoại: trong hội trường hoặc có thể ở ngoài trời khi thời tiết thuận lợi.

Bước 5, tiến hành đối thoại.

Cần có một số tiết mục văn nghệ đầu giờ để ổn định tổ chức. Sau đó đến phần tuyên bố lý do, giới thiệu đại biểu, giới thiệu nội dung buổi đối thoại, người đối thoại và một số nguyên tắc khi đối thoại; mời đoàn chủ tọa lên chủ trì hoặc lần lượt mời từng đại biểu, khách mời lên tham gia đối thoại. Tiếp theo, người đối thoại trả lời những câu hỏi của người dân. Sau cùng, người tổ chức đối thoại lên cảm ơn người đối thoại và tổng kết những vấn đề đã được giải quyết. Những vấn đề chưa thỏa đáng đề nghị người đối thoại tiếp tục nghiên cứu và trả lời sau. Trong quá trình tiến hành đối thoại, vai trò người nói và người nghe trong mỗi người luôn có sự hoán đổi, một người tham dự có thể đặt câu hỏi nhưng cũng có thể là người trả lời những câu hỏi nếu có điều kiện. Kết thúc đối thoại cần có lời cảm ơn người dân đã tham dự.

(v) Kỹ năng xây dựng kịch bản tổ chức biểu diễn tiểu phẩm sân khấu hóa

- Đặc điểm tiểu phẩm: Truyền thông bằng nghệ thuật, sử dụng hình thức diễn xuất, đối thoại sân khấu để chuyển tải thông tin, gần gũi, hấp dẫn với người dân tộc. Câu chuyện, tình huống khai thác từ bản làng, được hư cấu thêm tình tiết, có yếu tố văn nghệ. Các thành tố của tiểu phẩm sân khấu: Lời nói, điệu bộ, cử chỉ, hành động của nhân vật, phục trang, kịch tính, ánh sáng, âm nhạc, tiếng động, khung cảnh và các thủ pháp kỹ thuật, điện tử khác.

Thời lượng từ 4-5 phút hoặc từ 10-20 phút.

Nội dung: Có thể là một tình huống, một sự việc hoặc một câu chuyện với nhiều sự kiện, tình tiết. Qua diễn xuất của diễn viên với các tình tiết, sự kiện, người xem tiếp nhận được thông điệp.

Các bước xây dựng tiểu phẩm:

Bước 1, xác định đề tài.

Tiểu phẩm có thời lượng ngắn nên đề tài thường đơn giản, giới hạn trong nội dung truyền thông cụ thể.

Bước 2, xác định thông điệp.

Thông điệp phải rõ ràng, dễ hiểu, dễ nhớ.

Với những vấn đề chuyên sâu, thông điệp đưa ra cần có sự tư vấn của các nhà chuyên môn để đảm bảo tính chính xác, khoa học.

Sản xuất và tổ chức biểu diễn tiểu phẩm sân khấu.

Bước 3, xây dựng nội dung câu chuyện.

Tiểu phẩm ngắn chuyển tải một thông điệp, có từ 3 - 5 nhân vật với các tình tiết, tình huống, sự việc. Tư tưởng, tính cách, hành xử của nhân vật chính toát lên thông điệp.

Xác định hệ thống nhân vật: Nhân vật chính? Nhân vật phụ? Sự liên quan? Lưu ý cân bằng giới trong lựa chọn nhân vật. Tính cách nhân vật? Hành động xuyên suốt của nhân vật này là gì? Nhân vật liên quan ra sao đến thông điệp (tích cực, tiêu cực). Sự chuyển biến nhận thức, hành vi của nhân vật là gì?

Đặt tên nhân vật: Theo lối đặt tên của người dân tộc thiểu số cho gần gũi và dễ gây hứng thú cho người xem.

Đạo cụ: Căn cứ vào chủ đề, nhân vật, sử dụng những đạo cụ thích hợp.

Xác định sự kiện chính: Sự kiện cao trào mà nhân vật sẽ gặp phải là gì?

Xác định hệ thống sự kiện.

Xác định các thủ pháp: Bố trí không gian, bối cảnh, thời gian, đạo cụ, trang trí, diện mạo nhân vật (Sự kiện sẽ xảy ra ở không gian nào, vào thời gian nào và có thay đổi hay không). Tạo các tình huống bất ngờ, tạo sự hấp dẫn của tình tiết, cốt truyện để nhân vật bộc lộ tính cách. Cơ bản là phải làm cho khán giả tin tưởng là có thật, không phải hư cấu.

Tạo sự hấp dẫn bằng nhân vật: Có những nét dễ gây cảm tình, tạo sự đồng cảm với nhân vật.

Đổi diện với nguy hiểm hoặc tai họa, tức là tạo ra tình huống để nhân vật thay đổi nhận thức, tình cảm; vô tình vướng phải lỗi lầm nhỏ, nhưng bị đe dọa trừng phạt nặng; Thay đổi hoàn cảnh, số phận (đang nghèo bỗng giàu lên, đang giàu bỗng lâm vào hoàn cảnh túng quẫn); Khám phá sự thật (khiến khán giả hồi hộp chờ đợi sự thật được phơi bày); Nhầm lẫn (về người, tính cách); Gặp những trở ngại bất ngờ (do ý đồ của đối phương, hoàn cảnh).

Tình huống mở đầu: Là tình huống trước khi xuất hiện kịch tính, mở ra hoàn cảnh, xuất hiện tính cách một nhân vật nào đó.

Sự kiện thắt nút: Là sự kiện làm phát sinh xung đột. Các sự kiện làm cho xung đột phát triển, đẩy lên cao dần cuối cùng lên đến đỉnh cao nhất.

Sự kiện cao trào: Là lúc xung đột phát triển đến mức căng thẳng nhất, tính cách nhân vật, sự chuyển biến nhận thức lộ ra rõ nhất. Cao trào rất quan trọng để thể hiện thông điệp. “Thiết kế” cao trào tốt thì kết thúc mới thuyết phục, thông điệp mới sáng rõ.

Sự kiện mở nút: Sự kiện để giải quyết cao trào.

Kết thúc: Những việc xảy ra sau khi mở nút (vui, buồn, hy vọng, thất vọng, gọi ra những nhận thức mới hoặc nhận thức sâu sắc hơn vấn đề, nhấn mạnh thông điệp).

Cốt truyện dễ theo dõi, cảm nhận.

Mạch truyện không quá rắc rối, rõ ràng, khúc chiết. Đọc xong kịch bản, có thể tóm tắt cốt truyện một cách mạch lạc.

Tạo sự hấp dẫn bằng tình huống và thủ pháp gây bất ngờ: Tạo tình huống để nhân vật bộc lộ tính cách; Từ sự bất ngờ của nhân vật gây bất ngờ mới cho khán giả và các nhân vật khác.

Dẫn dắt sự chờ đợi của nhân vật và khán giả theo một chiều hướng nhưng lại cho sự kiện diễn ra theo hướng khác. Nhân vật giành thắng lợi khi tưởng thất bại hoặc ngược lại. Nhân vật quyết định một cách đột ngột.

Xử lý sự kiện ngẫu nhiên phù hợp với hoàn cảnh đặc biệt xảy ra; Phù hợp với tính cách, ăn nhập với hành động nhân vật, tạo nên chuyển biến mới trong các mối quan hệ của nhân vật, làm nổi rõ thông điệp.

Lời thoại phải là lời nói đời thường, ngắn gọn, lời nói của người dân tộc, đúng với tính cách, lứa tuổi, giới tính.

Quan trọng là thích hợp với đặc trưng văn hóa của từng dân tộc để không gây phản tác dụng.

Bước 4, viết kịch bản.

Kịch bản dễ hiểu, kết cấu theo sự kiện (mở đầu, thắt nút, cao trào, mở nút, kết thúc).

Viết lời thoại, xây dựng tình tiết cùng hệ thống sự kiện và tình huống, bối cảnh với các thủ pháp đã hình dung nhằm làm nổi bật thông điệp.

Bước 5, chọn diễn viên, tập dượt thuần thục trước khi biểu diễn chính thức.

Chọn lựa trong thôn, bản những người có khiếu văn nghệ diễn xuất (tốt nhất là người dân tộc thiểu số). Điều này rất thu hút dân bản vì bản tính của họ

là yêu văn nghệ, thích được thể hiện tài năng. Diện mạo, phong cách càng gần với nhân vật trong tiểu phẩm càng tốt. Trang phục diễn viên, đạo cụ theo đúng kịch bản.

Diễn viên thể hiện lời thoại như đòi thực, diễn xuất hay, thể hiện được tâm trạng, tính cách nhân vật, tình huống.

Kết hợp hài hòa giữa lời nhân vật, tiếng động, âm nhạc cùng điệu bộ, cử chỉ diễn xuất.

Bước 6, đạo diễn, dàn dựng sân khấu.

Tạo dựng đường nét, hình tượng trên sân diễn để bật sáng thông điệp, truyền đạt mạnh mẽ thông điệp tới công chúng.

Nhắc nhở diễn viên điểm nhấn của từng nhân vật, của kịch bản, những đoạn thoại chứa đựng thông điệp cần rõ ràng, mạch lạc và được nhấn mạnh; Chú ý giọng điệu, từng xúc động nhỏ, cái nức nở, thở dài, tiếng khóc, cười, tiếng hét thất thanh, bất chợt.

Sử dụng ánh sáng hợp lý cho từng bối cảnh và tình huống của tiểu phẩm.

Chọn nhạc phù hợp để thể hiện tình huống, bối cảnh, miêu tả tính cách hoặc tâm lý nhân vật.

Nhạc diễn tả mâu thuẫn hoặc cao trào xung đột kịch; Chọn tiếng động làm bật chủ đề, tình huống, tâm trạng nhân vật.

Bước 7, thu thập ý kiến phản hồi bằng cách trò chuyện, trao đổi với người xem thuộc các đối tượng, lứa tuổi khác nhau, cả nam và nữ. Đặc biệt quan tâm đến đối tượng mục tiêu, hỏi xem họ tiếp nhận được những thông điệp nào qua tiểu phẩm.

Đặt những câu hỏi gợi mở (Ví dụ: Bạn thích nhân vật nào? Xem xong, bạn nhớ nhất điều gì? Nếu rơi vào tình huống đó, bạn xử lý ra sao?), từ đó điều chỉnh nội dung, hành động kịch sao cho đối tượng tiếp nhận thông điệp một cách dễ dàng, hào hứng và ghi nhớ được thông điệp.

Một số lưu ý khi thực hiện truyền thông trong cộng đồng dân tộc thiểu số: Để thực hiện truyền thông trong đồng bào dân tộc thiểu số truyền thông viên cần lưu ý mỗi cộng đồng có truyền thống văn hóa, phong tục khác nhau. Ví dụ, vùng người Dao thì người truyền thông có uy tín thường là thầy cúng, vùng người Mông người có uy tín thường là ông trưởng dòng họ, vùng người Khmer là nhà sư. Như vậy, người làm truyền thông cần tìm hiểu kỹ và biết rõ, ở vùng đó, phong tục, tập quán, thông lệ như thế nào và phải biết dựa vào dân chúng, phải

chọn lựa đối tượng có uy tín thực sự để truyền tải thông điệp. Người làm truyền thông phải tìm hiểu kỹ về đối tượng truyền thông: Tên, tuổi, hoàn cảnh gia đình, học vấn, sở trường. Tiếng nói của họ ảnh hưởng đến đâu trong cộng đồng? Nếu họ biết chữ thì kết hợp với giới thiệu tài liệu, còn nếu đối tượng chưa biết chữ thì nên dùng hình ảnh trực quan sống động.

Buổi gặp đầu tiên hãy gọi chuyện, tạo cơ hội để người có uy tín thể hiện bản thân, những thành công, hiểu biết của họ. Truyền thông viên cần có thái độ khiêm nhường, cầu thị từ cách xưng hô, ứng xử, hành vi, đề cao, trân trọng, học hỏi những tri thức của họ, tránh tỏ ra cái gì cũng biết, dạy khôn người khác. Đặc biệt cần tìm hiểu đặc điểm tâm lý dân tộc, ví dụ người Mông rất thẳng tính, bộc trực nhưng với người Dao lại phải nói khéo. Thường thì thông điệp dễ được người dân tộc đón nhận khi nó liên quan trực tiếp đến quyền lợi của bản thân họ. Truyền thông viên cần phân tích cho họ tự nhận thấy, làm việc đó đem lại quyền lợi cho cá nhân và cho chính cộng đồng mình.

1.2. Kỹ năng truyền thông gián tiếp

(i) Kỹ năng sử dụng phương tiện nghe, xem

Khi đưa tin, viết bài, thực hiện chương trình phát thanh, truyền hình, người viết cần phải trả lời câu hỏi “viết để làm gì?” để xác định mục đích của việc thông tin. Hình thức thể hiện tin, bài cần đảm bảo yêu cầu ngắn gọn, súc tích, chính xác, ngôn ngữ giản dị, trong sáng, dễ hiểu, cách thể hiện phong phú, hấp dẫn. Khi viết cần chọn những vấn đề, sự kiện xảy ra trong đời sống có tính chất tiêu biểu từng thời điểm, phải có tính thời sự (tình huống có vấn đề). Cần tránh xu hướng viết tin, bài dựa trên báo cáo tổng kết công tác, không có sự chọn lọc sự kiện nổi bật. Đối với những vấn đề cần thông tin nhanh nhạy, kịp thời, ngắn gọn thì lựa chọn thể loại tin. Đối với những vấn đề cần trình bày một cách chi tiết, phân tích, nhìn nhận, đánh giá vấn đề từ nhiều góc độ khác nhau thì lựa chọn thể loại bài khác như bình luận, phóng sự.

Để có tin, bài hay, việc thu thập thông tin là rất quan trọng. Phải thu thập đầy đủ số liệu, sự kiện chủ yếu, phản ánh được, bao quát được vấn đề định nêu. Có những sự kiện, số liệu chính và sự kiện, số liệu phụ. Tùy theo tính chất của vấn đề cần thông tin, phải thu thập được những sự kiện, số liệu chính mà thiếu nó thì tin, bài không thể đứng vững được. Tuy vậy, bên cạnh đó, cũng cần thu thập các số liệu, sự kiện phụ giúp làm sáng tỏ thêm sự kiện, số liệu chính. Sau đó tiến hành kiểm tra, đối chiếu, lựa chọn thông tin: Bên cạnh việc đưa tin nhanh, còn phải bảo đảm chính xác. Vì vậy, cần kiểm tra tính chính xác, khách quan của thông tin. Nếu còn nghi ngờ, phân vân về thông tin nào đó mà chưa có

điều kiện kiểm tra, xác minh thì kiên quyết không sử dụng. Việc kiểm tra thông tin được thực hiện bằng nhiều cách: thông qua tư liệu, thông qua nhân chứng...

Khi đã xác định được góc độ của bài báo, lựa chọn được thông tin, cần phải làm dàn ý. Việc làm dàn ý bài viết theo một kết cấu nhất định sẽ giúp cho bài viết mạch lạc, người đọc dễ hiểu, dễ cảm nhận được vấn đề mà bài báo phản ánh.

Có nhiều cách kết cấu một bài viết, cụ thể là:

- Kết cấu theo thời gian: sắp xếp bài viết theo trật tự thời gian;
- Kết cấu theo phương pháp diễn dịch: bằng cách đề cập đến thông tin chính, sau đó chứng minh bằng các lý lẽ dựa trên các sự việc;
- Kết cấu theo phương pháp quy nạp: trình bày nội dung bài viết từ các sự việc, tình trạng, sau đó tổng hợp, khái quát;
- Kết cấu kim tự tháp ngược: tức là kết cấu theo thứ tự quan trọng giảm dần, thông tin chính đề cập trước, sau đó là các thông tin bổ sung.

Khi viết, phải thể hiện ngắn gọn, súc tích, rõ ràng, luôn thu hút độc giả từ đầu đến cuối. Ngôn ngữ trong tin, bài chủ yếu mang tính truyền tải thông tin, dễ hiểu, giản dị. Mỗi đoạn trong tin, bài cần tập trung thể hiện một ý, chuyển đoạn một cách chặt chẽ, logic. Điều cần chú ý là khi viết tin không được hư cấu sự kiện.

(ii) Sử dụng mạng xã hội

Sau hơn 20 năm Internet có mặt (từ năm 1997), với hơn 60 triệu người sử dụng, Việt Nam là quốc gia đứng thứ 18 trên thế giới về tỷ lệ người dân sử dụng Internet và là 1 trong 10 nước có lượng người dùng Facebook và Youtube cao nhất thế giới. Truyền thông xã hội dựa trên nền tảng, dịch vụ công nghệ cho phép người dùng tạo ra, chia sẻ, trao đổi, thảo luận và thay đổi các nội dung, thiết lập thành các mạng lưới liên kết và tương tác xã hội. Mạng xã hội là dịch vụ kết nối các thành viên cùng sở thích trên Internet với nhiều mục đích khác nhau, không phân biệt không gian và thời gian. Ưu thế của mạng xã hội là người làm truyền thông có thể kết nối trực tiếp, và cũng có thể thu nhận được các đánh giá, nhận xét, ý kiến trao đổi với khán giả, thính giả về các vấn đề quan tâm trong truyền thông. Người làm truyền thông dân tộc có thể đăng tin, bài, ảnh, các loại băng âm thanh, băng hình lên trang cá nhân để chuyển tải thông tin cho đối tượng, đặc biệt là các bạn trẻ, sinh viên, học sinh. Nhưng cũng có thể tương tác ngay tại hiện trường khi truyền thông sự kiện, khi đang phát sóng chương trình phát thanh hay truyền hình.

Để sử dụng được hiệu quả trang cá nhân, trước hết cần chấp hành đầy đủ các quy định pháp luật liên quan đến an ninh mạng. Chỉ kết nối với những người mình thực sự biết và tin tưởng, không click vào những thông tin không có ích, độc hại. Kế đó là hướng vào mục tiêu truyền thông với các thông tin ngắn gọn, dễ hiểu, được nhiều người quan tâm, tác động đến nhiều người, sử dụng các ứng dụng để đăng ảnh, âm thanh, phim ảnh.

(iii) Truyền thông có sự tham gia của cộng đồng

Cộng đồng là một nhóm công dân chung sống tại một khu vực địa lý, cùng chia sẻ một hệ thống giá trị, các nhu cầu và lợi ích chung. Hiểu rộng hơn, cộng đồng bao hàm những tiêu chí: đơn vị hành chính, lãnh thổ; sự liên hệ lẫn nhau, chia sẻ nền tảng chung (văn hóa, tôn giáo, dân tộc,...); chia sẻ mối quan tâm chung về những vấn đề cụ thể (nghèo đói, tệ nạn xã hội, trẻ em lao động sớm, ô nhiễm môi trường, khan hiếm nguồn nước, thất học, bệnh tật), nghĩa vụ và trách nhiệm đối với nhau. Việc tham gia của cộng đồng vào truyền thông sẽ tạo ra một diện mạo khác cho hoạt động truyền thông giảm nghèo thông tin. Sự tham gia thảo luận của công chúng là một trong những tiêu chuẩn quan trọng của quyền truyền thông đại diện như một nhu cầu quan trọng, một quyền cơ bản của con người. PGS.TS. Lê Ngọc Thắng cho rằng, “Cộng đồng” là một cấu trúc xã hội truyền thống của các dân tộc nước ta tồn tại dưới dạng thức làng, bản, bon, buôn, phum....

Hoạt động cộng đồng của đồng bào các dân tộc thiểu số là một dạng thức sinh hoạt xã hội tất yếu nhằm trao đổi thông tin văn hóa, xã hội, đáp ứng nhu cầu giao tiếp, tình cảm xã hội và giải quyết các vấn đề đặt ra trong đời sống, sinh hoạt. Hoạt động trong các thiết chế văn hóa - xã hội truyền thống có một không gian chung đó là “nhà công cộng” gọi là: đình, nhà rông. , hoặc các công trình kiến trúc tôn giáo. Các thiết chế truyền thống này tồn tại song song bên cạnh các thiết chế văn hóa - xã hội mới (nhà văn hóa, câu lạc bộ, trụ sở thôn, trụ sở hợp tác xã, nhà sinh hoạt cộng đồng); các câu lạc bộ văn hóa dân gian (dân ca, dân vũ, dân nhạc...), câu lạc bộ thể thao, câu lạc bộ pháp luật. Nội dung sinh hoạt gắn với lợi ích của cộng đồng làng, bản, phổ biến pháp luật, quán triệt và thực hiện các chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước và của địa phương.

Cơ sở lý luận của truyền thông có sự tham gia của cộng đồng là lý thuyết truyền thông có sự tham gia (Participatory communication), trong đó đặc biệt nhấn mạnh sự tương tác hai chiều giữa chủ thể và đối tượng truyền thông. Ở đó, người dân không chỉ đóng vai trò thụ động tiếp nhận thông tin mà còn liên tục tương tác, phản hồi thông tin. Điều đó có ý nghĩa vô cùng quan trọng, có thể giúp chủ thể truyền thông điều chỉnh phương pháp, cách thức truyền thông cho

phù hợp. Thậm chí qua lắng nghe ý kiến phản hồi của người dân về chính sách, cán bộ truyền thông có thể báo cáo lên cấp trên về những bất cập trong quá trình xây dựng và tổ chức thực hiện chính sách, từ đó có thể điều chỉnh khi cần thiết.

Lý thuyết cùng tham gia có phương pháp tiếp cận từ dưới lên, chú trọng sự tham gia của cộng đồng ở các cấp độ khác nhau:

- Ở cấp độ thấp, người dân chủ yếu lắng nghe, thụ động tiếp nhận thông tin. Những ý kiến phản hồi của người dân không tác động nhiều đến chủ thể truyền thông cũng như các quyết định của cơ quan quản lý.

- Ở cấp độ trung bình, sự tham gia của người dân mang nhiều ý nghĩa tích cực. Người dân có thể góp ý về nội dung, hình thức truyền thông, từ đó có thể giúp cán bộ truyền thông đo đếm, đánh giá hiệu quả truyền thông, mức độ của các phương pháp, cách thức truyền thông đối với đối tượng, từ đó có thể điều chỉnh sao cho hợp lý. Ý kiến phản hồi của cộng đồng về các chính sách hiện hành ở địa phương có thể tác động đến các quyết định cần thiết của các cơ quan quản lý.

- Ở cấp độ cao, lý thuyết có sự tham gia coi cộng đồng là những nhân tố làm chủ hay là những người tham gia vì sự phát triển. Ở đó, người dân không còn đóng vai trò thụ động, thuần túy là đối tượng truyền thông mà trực tiếp tham gia vào quá trình truyền thông, trở thành một chủ thể truyền thông.

Lý thuyết có sự tham gia đặc biệt coi trọng bản sắc văn hóa của địa phương. Theo đó, những sở thích, thói quen, tập quán lao động sản xuất, sinh hoạt, các thiết chế xã hội truyền thống có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với hiệu quả truyền thông.

Trên cơ sở lý thuyết truyền thông có sự tham gia, người làm công tác truyền thông giảm nghèo thông tin đối với đồng bào dân tộc thiểu số cần lưu ý những vấn đề sau:

- Luôn luôn lắng nghe, tôn trọng ý kiến, phát huy vai trò làm chủ của cộng đồng.

Về mặt lý luận, nếu người làm công tác truyền thông chỉ chú ý đến việc cung cấp thông tin mà không chú ý đến những ý kiến phản hồi từ người dân thì đó là kiểu truyền thông một chiều (hay còn gọi là đơn tuyến), người nói chỉ quan tâm đến những nội dung đã chuẩn bị sẵn, không biết người nghe nghĩ gì, khả năng tiếp nhận ra sao, do đó khó có thể đo đếm được hiệu quả truyền thông.

Những ý kiến phản hồi từ người dân, trong nhiều trường hợp có thể rất đơn giản, sơ lược, không được như mong đợi nhưng luôn mang đến cho cán bộ truyền thông những ý nghĩa nào đó, ít nhất thì cũng giúp cán bộ truyền thông có thể nhận ra được một điều: người dân tiếp nhận những vấn đề mình nói như thế

nào? Có thật sự quan tâm đến vấn đề đó không? Có hiểu vấn đề không? Vì sao họ không hiểu, không quan tâm?... từ đó có thể có những điều chỉnh về nội dung, phương pháp, cách thức cho phù hợp.

Sự tôn trọng ý kiến của người dân là một nguyên tắc bắt buộc phải tuân thủ bởi trước hết, nó giúp người dân nhận thức được rằng họ đang được tôn trọng, từ đó làm tăng thiện cảm, tăng sự hứng thú, chú ý đến vấn đề cán bộ truyền thông đang trình bày. Sau nữa, dù đây là truyền thông giảm nghèo thông tin nhưng không có nghĩa nhận thức của người dân về vấn đề cán bộ truyền thông trình bày là con số 0. Người dân ở các vùng khác nhau, trong những điều kiện tiếp cận thông tin khác nhau có thể có những nhận thức khác nhau. Bởi vậy, ý kiến phản hồi từ người dân có thể có nhiều ý nghĩa với người làm công tác truyền thông và với nhà quản lý.

- Chú trọng yếu tố văn hóa cộng đồng.

Lý thuyết về “truyền thông phát triển” hay “truyền thông có sự tham gia” rất coi trọng yếu tố văn hóa của cộng đồng - đối tượng truyền thông. Mỗi dân tộc, mỗi vùng miền đều có bản sắc văn hóa riêng, độc đáo, góp phần làm nên sự phong phú, đa dạng của nền văn hóa Việt Nam. Tổ chức xã hội truyền thống ở mỗi dân tộc có những sắc thái riêng; mỗi thôn, bản, buôn, phum, sóc được các hộ dân cư trú quây quần bên nhau theo dòng họ huyết thống hoặc do hôn nhân hợp thành.

Để đạt được hiệu quả trong công tác truyền thông vùng dân tộc thiểu số, một trong những kiến thức, kỹ năng cơ bản của người làm truyền thông là phải am hiểu văn hóa, phong tục, tập quán của người dân tộc, từ đó có kỹ năng trong giao tiếp và làm việc với cộng đồng dân tộc thiểu số để nhóm đối tượng hiểu, chú ý lắng nghe và truyền tải thông điệp tới đối tượng - người dân tộc thiểu số. Như vậy, nếu hiểu và tận dụng được lợi thế về truyền thống văn hóa, vị trí địa lý, điều kiện tự nhiên, cơ sở hạ tầng, quan hệ xã hội của mỗi dân tộc thì truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số sẽ đạt hiệu quả cao hơn.

- Phát huy vai trò của người có uy tín.

Một đặc điểm khá nổi trội trong các cộng đồng dân tộc thiểu số đó là tính gắn kết cộng đồng cao và vai trò dẫn dắt, then chốt của những người tiên phong, người có uy tín. Hơn thế nữa, người dân tộc thiểu số thường có tâm lý tự ti, bảo thủ, miễn cảm, không dễ tiếp nhận cái mới, vì vậy, để tạo nên sự thay đổi về nhận thức và hành vi trong cộng đồng dân tộc thiểu số cần một khoảng thời gian nhất định, cần được tiến hành từng bước, tạo cơ hội để người dân kiểm chứng và học hỏi từ thực tế.

Trong truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số, việc phát huy vai trò của người có uy tín trong cộng đồng góp phần nâng cao hiệu quả truyền thông rõ rệt. Người có uy tín trong cộng đồng thiểu số có thể là già làng, trưởng bản, trưởng thôn. Tuy nhiên, cần lưu ý: Mỗi cộng đồng dân tộc thiểu số thường lựa chọn người uy tín khác nhau, không phải cứ già làng, trưởng bản là có uy tín, ví dụ, vùng người Dao thì người có uy tín thường là thầy cúng; vùng người Mông người có uy tín thường là ông trưởng dòng họ; vùng người Khmer người có uy tín thường là nhà sư. Đây là phương thức truyền thông trực tiếp có tiềm năng lớn trong việc thay đổi thái độ của người dân tộc thiểu số, giúp lan tỏa các thông điệp truyền thông.

Bên cạnh đó, với tính gắn kết cộng đồng cao, các phương thức truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số cần mang đặc trưng thôn bản, dựa trên sự tôn trọng đa dạng văn hóa và sự tham gia tích cực của người dân, tạo dư luận xã hội thay đổi nhận thức và hành vi cá nhân. Để truyền thông hiệu quả cần thông qua các kênh khác nhau, từ người tiên phong đến các thành viên khác thông qua mối liên hệ gia đình, dòng họ, sinh hoạt cộng đồng cũng như tất cả lực lượng truyền thông. Trên cơ sở đó, các cá nhân người dân tộc thiểu số dễ bị ảnh hưởng từ dư luận và giao tiếp xã hội, mang lại hiệu quả trong việc truyền thông điệp đến các đối tượng - người dân tộc thiểu số.

- Phát huy vai trò của các tổ chức xã hội.

Bên cạnh việc phát huy vai trò của các thiết chế xã hội truyền thống như tổ chức gia đình, làng bản (buôn, phum, sóc...), những người có uy tín (già làng, trưởng bản, trưởng dòng họ, các chức sắc tôn giáo...) thì việc tận dụng hệ thống thiết chế xã hội mới hiện nay như các tổ chức chính trị - xã hội (Đoàn Thanh niên, Hội Phụ nữ, Hội Nông dân, Hội Cựu chiến binh...) cũng rất có ý nghĩa đối với truyền thông giảm nghèo thông tin ở vùng dân tộc thiểu số. Mỗi tổ chức chính trị - xã hội đều gắn bó mật thiết với một lớp người, một thành phần nào đó trong cộng đồng và có ý nghĩa lớn đối với đời sống vật chất, tinh thần của cộng đồng. Thông qua những cuộc họp, trao đổi của tổ chức, việc lồng ghép các nội dung truyền thông có thể mang đến những hiệu quả tích cực. Bên cạnh đó, việc tận dụng lợi thế của các tổ chức này còn giảm thiểu những rào cản thực tế của quá trình truyền thông như sự khác biệt về văn hóa (cụ thể nhất là tiếng nói), tôn giáo, tín ngưỡng và nhiều vấn đề khác.

- Sử dụng nhiều hình thức thông tin khác nhau.

Trong điều kiện khoa học, công nghệ phát triển như hiện nay, cán bộ làm công tác truyền thông có rất nhiều cách thức để truyền tải thông tin đến người dân:

+ Truyền thông trực tiếp: tuyên truyền miệng thông qua các buổi tuyên truyền riêng, cuộc họp thôn/bản/phum/sóc, sinh hoạt câu lạc bộ hoặc các tổ chức chính trị - xã hội...

+ Truyền thông gián tiếp: sử dụng hệ thống phát thanh, truyền hình, băng rôn, khẩu hiệu, áp phích, báo đài, internet...

Cách thức của truyền thông tham gia cũng đa dạng, có thể là một hoạt động cấp xã, phường, thôn, xóm tổ chức về một chủ đề cụ thể như chống bạo hành gia đình, hay thay đổi tục ma chay cưới hỏi, rửa tay vệ sinh, thói quen sử dụng nước sạch, hướng dẫn phòng tránh thai... Ở đó, người dân được tham gia và giao tiếp với nhau, họ là chủ thể của hình thức truyền thông được thiết kế như một buổi sinh hoạt tập thể, hay với hình thức trò chơi. Người làm truyền thông đóng vai trò trọng tài dẫn dắt và gợi ý để các cá nhân tự tìm kiếm tri thức, câu trả lời cho những vấn đề đặt ra.

Trong các hình thức, họp cộng đồng là hình thức phổ biến nhất và cũng tỏ ra có hiệu quả nhất, xét trên nhiều yếu tố. Việc họp cộng đồng thuận lợi cho bàn bạc và ra quyết định về các vấn đề của cộng đồng. Trong các cuộc họp có thể thu thập được nhiều ý kiến của người dân, phổ biến các chính sách mới cho họ, có điều kiện trao đổi lại về những vấn đề chưa rõ trong chính sách mới ban hành. Đó cũng là nơi thu nhận được nhiều thông tin phản hồi sau khi thông điệp được truyền đi. Cán bộ làm truyền thông phải tiến hành nghiên cứu tác động của nó đối với người nghe xem họ có nghe và nhớ được thông điệp không, nhớ được những nội dung gì? thái độ của họ khi tiếp nhận thông tin đó. Từ đó có các biện pháp điều chỉnh nhằm hướng hoạt động truyền thông vào các mục tiêu đã định và tăng cường hiệu quả truyền thông.

2. Truyền thông dự thảo chính sách, pháp luật cho công nhân lao động trong doanh nghiệp

2.1. Truyền thông và truyền thông dự thảo chính sách, pháp luật cho người lao động

(i) Khái niệm truyền thông

Truyền thông là quá trình trao đổi, tương tác chia sẻ thông tin, kiến thức, kinh nghiệm, tư tưởng, tình cảm giữa hai hoặc nhiều người nhằm tăng sự hiểu biết, 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 hay của cộng đồng xã hội.

Các yếu tố ảnh hưởng tới quá trình truyền thông bao gồm:

- Nguồn thông tin, nội dung thông tin đảm bảo chính xác, rõ ràng, có tính thời sự.

- Kênh truyền thông là phương tiện, cách thức và con đường để truyền tải thông tin từ nguồn đến người tiếp nhận.

- Đối tượng tiếp nhận thông tin, cần lưu ý đến tuổi tác, giới tính, trình độ, nghề nghiệp, nhu cầu của đối tượng tiếp nhận khi truyền tải thông tin.

- Phản hồi là hành động của người tiếp nhận thông tin, phản hồi ý kiến bằng chính phát ngôn của cá nhân.

- Yếu tố gây nhiễu làm loãng thông tin trong quá trình truyền thông.

(ii) Khái niệm truyền thông dự thảo chính sách cho công nhân lao động

Truyền thông dự thảo chính sách là quá trình chia sẻ thông tin về một dự thảo chính sách cụ thể của Nhà nước trong một thời gian nhất định đến công nhân lao động, lấy ý kiến phản hồi đồng thuận hay không đồng thuận, đề nghị bổ sung, sửa đổi, hoàn thiện dự thảo chính sách nhằm đảm bảo sự đồng thuận, sự tin tưởng, ý thức chấp hành, nghiêm chỉnh thực hiện chính sách của đại đa số công nhân lao động sau khi chính sách được ban hành và chính thức có hiệu lực.

Truyền thông dự thảo chính sách có ảnh hưởng rất lớn công nhân lao động bởi quá trình này tác động đến nhận thức, từ nhận thức sẽ tác động đến hành động và ứng xử của công nhân lao động. Khi công nhân lao động được tham gia vào quá trình truyền thông dự thảo chính sách một cách tích cực, hiểu được những tác động của dự thảo chính sách đến nghĩa vụ và quyền lợi của mình, được có ý kiến phản hồi với những nội dung dự thảo chính sách chưa phù hợp với đại đa số công nhân lao động, thì khi chính sách được ban hành và có hiệu lực thi hành, công nhân lao động sẽ củng cố được niềm tin, ý thức và hành vi nghiêm chỉnh chấp hành chính sách đó và ngược lại. Một ví dụ điển hình về truyền thông dự thảo chính sách chưa đạt hiệu quả sâu, rộng, chưa đáp ứng nhu cầu, nguyện vọng, ý chí của đông đảo công nhân lao động, vì vậy ngay thời điểm năm 2014, Luật Bảo hiểm xã hội vừa được ban hành, chưa có hiệu lực thi hành, nhưng quy định tại Điều 60 đã vấp phải sự phản đối của đại đa số công nhân lao động, vì vậy, Quốc hội đã ban hành Nghị quyết số 93/2015/QH13 về thực hiện chính sách hưởng bảo hiểm xã hội một lần đối với người lao động.

Truyền thông dự thảo chính sách giúp Nhà nước kịp thời sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện chính sách, góp phần tạo điều kiện để chính sách thuận lợi đi vào cuộc sống; là kênh để Nhà nước tạo dựng lòng tin của công nhân lao động đối với Nhà nước; cung cấp kiến thức, góp phần nâng cao nhận thức, ý thức chấp

hành pháp luật, tạo ra sự đồng thuận cao trong công nhân lao động, góp phần thuận lợi đưa chính sách vào cuộc sống.

Truyền thông dự thảo chính sách góp phần định hướng dư luận ngay từ khâu nhận diện vấn đề chính sách, đề xuất chính sách, sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện chính sách, tìm kiếm sự đồng thuận, hạn chế sự phản đối dự thảo chính sách trên diện rộng trong cộng đồng, sự lan rộng và leo thang của chống đối hay bất mãn xã hội.

Truyền thông dự thảo chính sách giúp phát huy quyền, vai trò và trí tuệ của công nhân lao động trong nhận diện các vấn đề chính sách và cân nhắc các giải pháp chính sách sao cho phù hợp tốt hơn các nhu cầu, nguyện vọng, xử lý tốt hơn các xu hướng phản ứng của công nhân lao động trong trường hợp có quyền lợi vật chất bị ảnh hưởng; tạo điều kiện cho công nhân lao động có diễn đàn thảo luận công khai, dân chủ, có định hướng, có chủ đích, nói lên tiếng nói của mình, bảo vệ các quyền và lợi ích chính đáng của mình; là cơ hội tìm hiểu, học tập, nâng cao kiến thức và ý thức chấp hành pháp luật.

2.2. Một số nguyên tắc cơ bản trong truyền thông dự thảo chính sách, pháp luật cho công nhân lao động

(i) Lựa chọn nội dung

Nội dung dự thảo chính sách rất rộng, vì vậy, cán bộ công đoàn làm công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật cần lựa chọn những nội dung thực sự phù hợp, cần thiết, liên quan trực tiếp đến quyền lợi và nghĩa vụ hợp pháp, chính đáng của công nhân lao động để truyền thông như: Bộ luật Lao động, Luật Công đoàn, Luật Bảo hiểm Xã hội, pháp luật Bảo hiểm Thất nghiệp, Luật Bảo hiểm Y tế, Luật Cán bộ, công chức; Luật Viên chức; Luật Phòng, chống tham nhũng; Luật Thực hành tiết kiệm, chống lãng phí, Luật Bình đẳng giới; Luật Phòng chống bạo lực gia đình. Công nhân lao động với tư cách là một công dân, ý thức được vị trí của mình trong quan hệ xã hội, biết được mình có những quyền và nghĩa vụ gì, cần phải làm thế nào để thực hiện nghĩa vụ và bảo vệ quyền công dân của mình, không xâm hại đến người khác, không làm ảnh hưởng đến trật tự, an toàn, xã hội.

Nội dung truyền thông dự thảo chính sách gồm: Sự cần thiết ban hành chính sách, mục đích, quan điểm xây dựng chính sách, phạm vi điều chỉnh, đối tượng áp dụng của chính sách; Nội dung cơ bản của chính sách; Nội dung mới hoặc sửa đổi, bổ sung, hủy bỏ, bãi bỏ so với quy định hiện hành về quyền, lợi ích hợp pháp và nghĩa vụ của công nhân lao động, tổ chức Công đoàn...; chú trọng các vấn đề khó, có ý kiến khác nhau...

(ii) Lựa chọn hình thức

Các hình thức truyền thông dự thảo chính sách cần phù hợp với đặc điểm của đại đa số công nhân lao động như: Trình độ còn hạn chế, thiếu thời gian, điều kiện sống khó khăn, cường độ làm việc căng thẳng... nên có tư tưởng ngại tìm, đọc, nghiên cứu, phản biện dự thảo chính sách.

Một số hình thức truyền thông dự thảo chính sách thường được các cấp công đoàn sử dụng: Biên soạn tài liệu; đăng tải tài liệu trên các phương tiện thông tin đại chúng; 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; phát huy vai trò của đội ngũ báo cáo viên pháp luật, các nhà khoa học, chuyên gia, cán bộ công đoàn làm công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật để thực hiện tuyên truyền miệng về dự thảo chính sách; truyền thông dự thảo chính sách thông qua hệ thống loa truyền thanh nội bộ, bảng tin nội bộ của doanh nghiệp...

(iii) Định hướng thông tin, thu thập thông tin phản hồi

Các dự thảo chính sách có tác động lớn đến đội ngũ công nhân lao động sẽ được thực hiện trong phạm vi cả nước, vì vậy, việc định hướng, thu thập thông tin phản hồi, ý kiến góp ý của công nhân lao động là rất cần thiết.

Đối với những dự thảo chính sách có vấn đề khó, nhạy cảm, dư luận xã hội quan tâm hoặc có nhiều ý kiến khác nhau, trong quá trình truyền thông rộng rãi đến công nhân lao động, cán bộ công đoàn cần thống nhất trong việc định hướng dư luận một cách tích cực; lắng nghe, tổng hợp ý kiến phản hồi của công nhân lao động, báo cáo cá nhân, đơn vị có thẩm quyền giải quyết, tháo gỡ.

Thậm chí đối với những dự thảo chính sách đặc biệt quan trọng, để chuẩn bị trước cho việc trình dự thảo, cơ quan soạn thảo còn tổ chức truyền thông về quá trình soạn thảo (nếu là dự thảo chính sách mới), quá trình sửa đổi, bổ sung (nếu là chính sách đã có). Ví dụ hiện nay Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam đang tổ chức truyền thông các hoạt động sửa đổi, bổ sung Luật Công đoàn 2012 với những nội dung chính như: Kết quả 10 năm thi hành Luật Công đoàn năm 2012; những bất cập từ thực tiễn thi hành Luật Công đoàn năm 2012 và các vấn đề mới phát sinh trong bối cảnh tình hình mới; những mô hình thực hiện chính sách pháp luật về công đoàn hiệu quả và bài học kinh nghiệm về xây dựng, triển khai pháp luật về công đoàn của một số nước trên thế giới có thể xem xét, tham khảo; các hoạt động khảo sát, đánh giá, hội nghị, hội thảo, tọa đàm lấy ý kiến về các nội dung sửa đổi, bổ sung Luật Công đoàn....

(iv) Tính chất, thời điểm, thời gian, thời lượng truyền thông

Tính chất truyền thông: không áp đặt ý chí chủ quan của đơn vị soạn thảo dự thảo chính sách mà cần tương tác hai chiều, nắm bắt ý kiến của công nhân lao động, kể cả ý kiến chưa đồng thuận, để cơ quan soạn thảo kịp thời điều chỉnh dự thảo chính sách cho phù hợp.

Thời điểm truyền thông dự thảo chính sách đến công nhân lao động cần được thực hiện ngay sau khi cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật lấy ý kiến công khai, rộng rãi theo quy định của Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật.

Thời gian truyền thông dự thảo chính sách đến công nhân lao động cần được kéo dài song song với thời gian cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật kết thúc việc lấy ý kiến công khai, rộng rãi theo quy định của Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật.

Thời lượng truyền thông cần được thường xuyên, liên tục, khi cần thiết có thể tổ chức thành chiến dịch truyền thông.

2.3. Một số hình thức truyền thông dự thảo chính sách cho công nhân lao động

Các kênh truyền thông thường được các cấp công đoàn sử dụng trong truyền thông dự thảo chính sách là:

- Kênh truyền thông báo chí trong và ngoài hệ thống công đoàn, phát huy hiệu quả thông tin nhanh, kịp thời của cơ quan báo chí, truyền thông quốc gia như Đài Tiếng nói Việt Nam, Đài Truyền hình Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam và các cơ quan báo chí trong hệ thống Công đoàn như Báo Lao động, Cổng thông tin điện tử của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, các trang thông tin điện tử của các Liên đoàn Lao động tỉnh, thành phố, Công đoàn ngành trung ương và tương đương.

- Kênh truyền thông mạng xã hội zalo, facebook, youtube có các Fanpage của Công đoàn Việt Nam.

- Kênh truyền thông trực tiếp gồm: hệ thống loa truyền thanh, bảng tin nội bộ của doanh nghiệp, báo cáo viên của tổ chức Công đoàn, tài liệu....

(i) Kênh truyền thông báo chí trong và ngoài hệ thống công đoàn

Hiện nay, Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam trực tiếp quản lý 2 cơ quan báo chí là Báo Lao động, Tạp chí Lao động và Công đoàn, 1 Cổng Thông tin điện tử Công đoàn Việt Nam. Các Liên đoàn Lao động tỉnh, thành phố, Công

đoàn ngành trung ương và tương đương đang chỉ đạo, quản lý 01 báo và 06 tạp chí; 74 trang thông tin điện tử.

Tổng Liên đoàn ký Chương trình phối hợp với Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam, Báo Nhân dân... mở chuyên trang, chuyên mục về Lao động và Công đoàn.

Để truyền thông dự thảo chính sách đến công nhân lao động thông qua kênh này, cần thực hiện các bước như sau:

- Tổ chức hội nghị thông tin cho các cơ quan báo chí: Khi dự thảo chính sách được các cơ quan soạn thảo lấy ý kiến rộng rãi theo quy định pháp luật thì không cần cung cấp toàn văn dự thảo chính sách cho các cơ quan báo chí, nhưng để dự thảo chính sách đến được với công nhân lao động, cần lựa chọn những nội dung liên quan trực tiếp đến quyền, nghĩa vụ của công nhân lao động để truyền thông. Ví dụ truyền thông dự thảo sửa đổi, bổ sung Luật Công đoàn 2012, cần cung cấp cho báo chí một số nội dung như: Quá trình xây dựng Luật; ý nghĩa, vai trò, tầm quan trọng của việc ban hành Luật Công đoàn (sửa đổi); những vấn đề mới đặt ra, những vấn đề có ý kiến khác nhau và nội dung sửa đổi, bổ sung Luật Công đoàn...

- Tổ chức phối hợp truyền thông trên các cơ quan thông tấn, báo chí bằng các hình thức: Sản xuất, đăng tải phóng sự (chính luận, chuyên đề). đối thoại, trao đổi liên quan đến nội dung dự thảo chính sách, đánh giá tác động của chính sách đến công nhân lao động như thế nào; tin tức, phóng sự về các hoạt động sửa đổi, bổ sung chính sách; tổ chức phỏng vấn công nhân lao động về dự thảo chính sách...

- Đối với các cơ quan báo chí Công đoàn, tổ chức chiến dịch truyền thông với nhiều hoạt động như sau:

Báo Lao động: Xây dựng chuyên mục đăng tải các sản phẩm truyền thông (tin, bài, phim, phóng sự, infographic,...) trên báo in và báo điện tử về dự thảo chính sách; lấy ý kiến theo quy định tại khoản 3, Điều 55; khoản 1, Điều 62 Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật; phản ánh ý kiến góp ý của cán bộ công đoàn, đoàn viên, người lao động và cộng đồng đối với dự thảo chính sách; đấu tranh, phản bác quan điểm sai trái, thù địch trong quá trình lấy ý kiến góp ý dự thảo chính sách; tổ chức các chương trình giao lưu trực tuyến về chủ trương, chính sách liên quan đến công nhân lao động; sản xuất tin tức, phóng sự theo nội dung nêu trên phát tại kênh truyền hình Lao động.

Tạp chí Lao động và Công đoàn: Tổ chức các bài viết nghiên cứu lý luận,

tổng kết thực tiễn, đánh giá tác động của dự thảo chính sách đối với công nhân lao động; tăng cường phát hiện, tuyên truyền, trao đổi kinh nghiệm hay, cách làm tốt tại cơ sở trong thi hành chính sách, pháp luật; xây dựng chuyên đề, chuyên mục phản ánh chuyên sâu về quá trình xây dựng dự thảo chính sách; những vấn đề mới, có ý kiến khác nhau; tổ chức hội thảo, tọa đàm, trao đổi trực tiếp hoặc trực tuyến về nội dung chính sách; tổ chức viết bài đấu tranh phản bác thông tin sai lệch, luận điệu xuyên tạc, suy diễn đối với dự thảo chính sách.

(ii) Kênh truyền thông mạng xã hội: Fanpage Công đoàn Việt Nam của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam và Fanpage của các cấp công đoàn trên zalo, facebook

Hiện nay, Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam quản lý 01 Fanpage Công đoàn Việt Nam. Công đoàn cấp trên cơ sở quản lý 800 Fanpage. Công đoàn cơ sở quản lý trên 19.000 Fanpage.

Với điều kiện còn khó khăn của công nhân lao động, thì việc có máy vi tính để truy cập internet là rất hiếm, chủ yếu là sử dụng điện thoại thông minh (qua khảo sát, có 64,8% công nhân lao động sử dụng điện thoại thông minh có thể truy cập internet).

Để truyền thông dự thảo chính sách đến công nhân lao động thông qua kênh này, cần thực hiện các bước như sau:

- Lựa chọn đăng tải những nội dung cơ bản liên quan trực tiếp đến quyền, nghĩa vụ của công nhân lao động của dự thảo chính sách.

- Chủ động, kịp thời, tổ chức lan tỏa những thông tin, ý kiến đồng thuận về dự thảo chính sách như một cách định hướng tích cực. Các tài khoản, trang, nhóm mạng xã hội (facebook, zalo, youtube...) của các cấp công đoàn chia sẻ đường dẫn (link) các bài viết, tin tức, phóng sự... có chất lượng về nội dung dự thảo chính sách trên các báo điện tử và đài phát thanh, truyền hình. Tổng hợp và đề xuất phản hồi kịp thời các tin nhắn, trao đổi của cộng đồng liên quan đến dự thảo chính sách. Tổ chức lực lượng cán bộ công đoàn, đoàn viên, người lao động tham gia phản bác các thông tin sai lệch, luận điệu xuyên tạc, suy diễn đối với dự thảo chính sách trên internet và mạng xã hội, như: Viết bài tuyên truyền; bình luận bằng cách chia sẻ đường dẫn các bài viết có chất lượng từ báo chí chính thống; tổ chức báo cáo các tài khoản, bài viết có nội dung sai lệch, luận điệu xuyên tạc, suy diễn....

- Tăng cường nắm bắt dư luận xã hội và ý kiến của công nhân lao động về dự thảo chính sách bằng hình thức sử dụng công cụ lắng nghe mạng xã hội (Social

Listening) để thu thập và xử lý dữ liệu, nguồn dữ liệu từ 65 triệu tài khoản facebook, 8 triệu trang và nhóm Facebook, 3000 kênh báo điện tử, forum, blog.

Thực tế cho thấy, truyền thông dự thảo chính sách thông qua Fanpage Công đoàn Việt Nam của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam và Fanpage của các cấp công đoàn trên zalo, facebook giúp công nhân lao động cập nhật nhanh nội dung, cũng phản hồi nhanh ý kiến thông qua hình thức “comment”.

Bên cạnh đó, những nơi có đông công nhân lao động, các nhóm công nhân cũng thành lập trang, nhóm mạng xã hội với hàng chục nghìn thành viên để chia sẻ thông tin (Ví dụ nhóm Sam sung dislay Việt Nam có 81.333 thành viên, hội công nhân khu công nghiệp Bắc Thăng Long có 51.142 thành viên...). Các cấp công đoàn đã cùng tham gia vào những nhóm công nhân này để chia sẻ thông tin cần truyền thông dự thảo chính sách, đồng thời nắm bắt tâm tư, nguyện vọng, tổng hợp ý kiến công nhân phản hồi về dự thảo chính sách.

- Các hình thức truyền thông chủ yếu thông qua kênh truyền thông mạng xã hội bao gồm:

Thi trắc nghiệm online tìm hiểu dự thảo chính sách: hình thức này thu hút được đông đảo công nhân lao động bởi công nhân có thể tham gia bất cứ thời điểm nào trong khoảng thời gian diễn ra cuộc thi và tại bất cứ địa điểm nào.

Truyền hình trực tuyến (livestream) các chương trình đối thoại chính sách từ Fanpage của Đài truyền hình, Đài tiếng nói Việt Nam hoặc Fanpage Công đoàn Việt Nam chia sẻ đến các Fanpage của các cấp công đoàn để đông đảo công nhân lao động có thể theo dõi, tương tác.

Sản xuất và đăng tải tài liệu với nội dung chọn lọc, ngắn gọn, dễ hiểu với những hình thức sinh động, phong phú như: Infographic, video, clip ngắn, thông điệp có tính định hướng phản ánh tinh thần, nội dung cốt lõi của dự thảo chính sách.

- Sàng lọc thông tin, phản bác những thông tin sai lệch: Mạng xã hội rất phong phú về thông tin nhưng cũng có nhiều nguồn thông tin không chính thống, thông tin sai sự thật, thậm chí các thế lực thù địch còn lợi dụng mạng xã hội để đưa những thông tin phản động nhằm chống phá đảng, nhà nước, tổ chức Công đoàn Việt Nam. Vì vậy các cấp công đoàn cần hướng dẫn công nhân biết cách nhận diện thông tin xấu độc; kịp thời xử lý, phản bác thông tin xấu độc; thực hiện quy tắc ứng xử văn hóa, đảm bảo an ninh khi tham gia mạng xã hội....

(iii) Kênh truyền thông trực tiếp gồm: hệ thống loa truyền thanh, bảng tin nội bộ của doanh nghiệp, báo cáo viên của tổ chức Công đoàn, tài liệu....

- Xây dựng tài liệu truyền thông: Tài liệu luôn là hình thức chứa đựng được nhiều vấn đề, nhiều nội dung pháp luật nhất; dễ đáp ứng nhu cầu tìm hiểu pháp luật của nhiều đối tượng công nhân lao động với những trình độ nhận thức khác nhau; dễ chủ động về thời gian và địa điểm đọc các nội dung pháp luật cần tìm hiểu theo nhu cầu của bản thân.

Để truyền thông dự thảo chính sách thông qua tài liệu có hiệu quả, bên cạnh việc đăng tải toàn văn dự thảo chính sách, cần lựa chọn những nội dung cơ bản, liên quan trực tiếp đến quyền, nghĩa vụ của công nhân lao động trong dự thảo để làm tài liệu truyền thông như: Sổ tay hỏi đáp, tờ gấp, video, clip...sao cho ngắn gọn, dễ hiểu, dễ tiếp cận.

- Sử dụng hệ thống loa truyền thanh nội bộ của doanh nghiệp để truyền thông những nội dung cơ bản của dự thảo chính sách. Đây là hình thức hoàn toàn chủ động về thời gian, nội dung và có số lượng người nghe đông đảo nếu chọn thời gian phát thanh phù hợp, tiết kiệm được thời gian, công sức và tiền của vì không phải tập trung công nhân lao động tại một địa điểm cụ thể.

Để truyền thông có hiệu quả, cần chú ý chất lượng nội dung có liên quan trực tiếp đến quyền, nghĩa vụ của công nhân lao động, ngắn gọn, dễ hiểu; giọng đọc cần rõ ràng, mạch lạc, truyền cảm, không nói ngọng, không nói lắp; thời lượng đọc thông tin không quá dài, nên xen kẽ những bài hát hoặc câu chuyện mà công nhân lao động yêu thích; thời điểm đọc thông tin nên vào giờ chuẩn bị vào ca, giờ giải lao, giờ tan ca để công nhân lao động có thể nắm bắt.

- Sử dụng hệ thống bảng tin điện tử nội bộ của doanh nghiệp để truyền thông những nội dung cơ bản của dự thảo chính sách. Hiện nay, hầu hết các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) đông công nhân lao động đều có bảng tin điện tử. Đây cũng là hình thức hoàn toàn chủ động về thời gian, nội dung và có số lượng người xem đông đảo nếu chọn thời gian chạy chữ, phát hình phù hợp, tiết kiệm được thời gian, công sức và tiền của vì không phải tập trung công nhân lao động tại một địa điểm cụ thể.

- Sử dụng đội ngũ báo cáo viên công đoàn các cấp để truyền thông những nội dung cơ bản của dự thảo chính sách. Báo cáo viên có thể truyền thông dự thảo chính sách qua các buổi tập huấn, nói chuyện chuyên đề, lồng ghép nội dung vào một buổi họp tổ công đoàn....

Để truyền thông có hiệu quả, báo cáo viên cần nắm vững đối tượng công nhân như nhu cầu hiểu biết, trình độ nhận thức, ý thức chấp hành pháp luật, độ tuổi. Mỗi độ tuổi có cách nhìn nhận vấn đề khác nhau. Người lớn tuổi thường hiểu vấn đề theo kinh nghiệm, nên khi truyền thông cần có bằng chứng thực tế

chứng minh. Người trẻ tuổi thường nhiệt tình, sáng tạo, dễ tiếp thu nhưng chóng chán, vì vậy, khi truyền thông cần đưa nhiều thông tin mới, hay, lạ; cần nắm vững nội dung liên quan trực tiếp đến quyền, trách nhiệm của công nhân lao động mà dự thảo chính sách đó sẽ điều chỉnh nếu chính sách được thông qua; chuẩn bị đề cương, bài nói chuyện với đầy đủ nội dung, lập luận, số liệu, ví dụ, hình ảnh chứng minh; cần kết hợp tốt các kỹ năng nói truyền cảm, sử dụng công cụ trực quan hỗ trợ (hình ảnh, video, clip), kỹ năng lắng nghe, đặt câu hỏi và thu thập thông tin phản hồi.

2.4. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông dự thảo chính sách, pháp luật đến công nhân lao động

- Nâng cao nhận thức, kiến thức, kỹ năng của cán bộ công đoàn làm công tác truyền thông dự thảo chính sách, chuyển từ cách làm truyền thống sang truyền thông hiện đại, thống nhất từ quan điểm, thời điểm và nội dung thông tin, nhất là với những dự thảo chính sách còn nhiều vấn đề, ý kiến trái chiều, coi công tác truyền thông dự thảo chính sách đến công nhân lao động là cầu nối trực tiếp giữa Đảng, Nhà nước, Công đoàn Việt Nam với công nhân lao động.

- Phát huy vai trò, trách nhiệm của các cơ quan báo chí của hệ thống công đoàn trong việc chủ động, tiên phong, dẫn dắt, định hướng thông tin dư luận khi đưa dự thảo chính sách đến với công nhân lao động; đẩy mạnh hoạt động trung tâm truyền thông đa phương tiện của Báo Lao động, đảm bảo thông tin nhanh, kịp thời, chính xác, phù hợp với năng lực tiếp nhận thông tin của đại đa số công nhân lao động.

- Nâng cao chất lượng hoạt động của Cổng thông tin điện tử của Tổng Liên đoàn, các trang thông tin điện tử của các Liên đoàn Lao động tỉnh, thành phố, Công đoàn ngành trung ương và tương đương, hoàn thiện hạ tầng website, giao diện, năng lực quản trị website, liên kết tốt với các cơ quan báo chí trung ương và địa phương để tổ chức truyền thông dự thảo chính sách.

- Tiếp tục phát triển kênh truyền thông trực tiếp có tác động nhanh, sức lan tỏa rộng để đưa dự thảo chính sách đến công nhân lao động như: Hệ thống thông tin cơ sở tại nơi làm việc; đội ngũ báo cáo viên công đoàn; truyền thông trực tiếp đến công nhân lao động theo nhóm; tổ chức các sự kiện truyền thông...

- Đẩy mạnh truyền thông trên mạng xã hội và ứng dụng trên điện thoại di động để góp phần truyền thông dự thảo chính sách đến công nhân lao động thông qua các fanpage của các cấp công đoàn, đồng thời nắm bắt thông tin phản hồi của công nhân lao động về các dự thảo chính sách.

- Xây dựng tài liệu truyền thông dự thảo chính sách như: Đề cương dự thảo chính sách, tài liệu hỏi – đáp về chính sách....

- Tăng cường công tác phối hợp truyền thông dự thảo chính sách với các cơ quan báo chí trung ương và địa phương ngoài tổ chức Công đoàn Việt Nam như xây dựng phóng sự, chương trình tọa đàm, trao đổi, đối thoại trên báo chí, phát thanh, truyền hình về dự thảo chính sách.

- Quan tâm dự báo và kịp thời xử lý khủng hoảng truyền thông (nếu có) trong quá trình truyền thông dự thảo chính sách.

Một số rủi ro thường gặp trong truyền thông dự thảo chính sách như thông tin không đúng sự thật; thông tin chưa được phép công bố; thông tin thiếu sự minh bạch và không nhất quán; bị lợi dụng diễn đàn để tung tin sai lệch, xuyên tạc, có mưu đồ chống phá Đảng, Nhà nước và tổ chức Công đoàn Việt Nam.

Căn cứ nguyên nhân, mức độ, phạm vi ảnh hưởng của những rủi ro từ truyền thông để đưa ra các giải pháp xử lý kịp thời, phù hợp, đúng nguyên tắc báo chí, đúng quy định pháp luật nhằm đảm bảo truyền thông dự thảo chính sách được tiến hành xuyên suốt.

3. Truyền thông dự thảo chính sách, pháp luật và vấn đề thúc đẩy bình đẳng giới

Trong thời đại toàn cầu hóa, Việt Nam đã hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, có quan hệ ngoại giao, kinh tế với gần 200 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới, tham gia, trở thành thành viên có trách nhiệm của nhiều tổ chức quốc tế có uy tín ở phạm vi toàn cầu và khu vực. Những thành tựu đạt được trong hội nhập quốc tế đã góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế vĩ mô; nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước; tình hình an ninh, chính trị ổn định; văn hoá, xã hội có bước phát triển; an sinh xã hội cơ bản được bảo đảm, đời sống nhân dân tiếp tục được cải thiện. Nền tảng này đã và đang tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình triển khai thực hiện công tác bình đẳng giới (BDG).

3.1. Một số kết quả về công tác bình đẳng giới trong thời gian qua

- Trong 10 năm qua, việc thực hiện các mục tiêu quốc gia về BDG đã và đang được triển khai khá đồng bộ, tạo sự chuyển biến trong nhận thức và hành động của các cấp ủy đảng, chính quyền, trong đội ngũ cán bộ, công chức và nhân dân về thực hiện BDG.

- Hệ thống văn bản pháp luật, chính sách từng bước được hoàn thiện theo hướng đảm bảo nguyên tắc BDG, phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế. Việc

lồng ghép giới trong xây dựng và thực hiện các chính sách, pháp luật, chương trình, kế hoạch, đề án,... đã được các cấp, ngành quan tâm, góp phần rút ngắn khoảng cách giới, nâng cao vai trò, vị thế của phụ nữ trong gia đình và ngoài xã hội, tạo điều kiện để phụ nữ và nam giới tham gia và thụ hưởng bình đẳng vào các lĩnh vực của đời sống chính trị-kinh tế-xã hội như Luật Bảo hiểm xã hội (2014), Bộ luật Lao động (2019); Luật Bầu cử đại biểu Quốc hội, đại biểu HĐND (2015); Luật Ngân sách nhà nước (2015),... Bên cạnh đó, nội dung BDG đã được lồng ghép trong nhiều chiến lược, chương trình, chính sách được ban hành trong 10 năm qua.

- Kết quả triển khai thực hiện các mục tiêu quốc gia về BDG trong các lĩnh vực đã có những tiến bộ rõ nét. Trong giai đoạn này, lần đầu tiên phụ nữ tham gia một số vị trí quan trọng trong các cơ quan của Đảng, Nhà nước và các cơ quan lập pháp. Đặc biệt, cuộc bầu cử đại biểu Quốc hội khóa XV, đại biểu Hội đồng nhân dân các cấp nhiệm kỳ 2021-2026 đã được tổ chức thành công tốt đẹp với tỷ lệ 30,26% nữ đại biểu Quốc hội (tỷ lệ cao nhất kể từ khóa V tới nay) và gần 30% nữ tham gia HĐND các cấp. Phụ nữ tham gia ngày càng nhiều hơn vào các hoạt động kinh tế và có nhiều cơ hội để có việc làm tốt, mang lại thu nhập cao hơn. Điều này góp phần quan trọng giúp Việt Nam duy trì được tốc độ tăng trưởng kinh tế vào loại cao nhất thế giới trong thập kỷ qua, bất chấp những biến động kinh tế-chính trị của khu vực và thế giới. Về giáo dục, tỉ lệ nhập học của trẻ em trai và trẻ em gái ở bậc tiểu học và trung học đều cao và cân đối. Về chăm sóc sức khỏe, tuổi thọ người dân tăng lên, việc tiếp cận các dịch vụ chăm sóc sức khỏe ngày càng được cải thiện. Kết quả này minh chứng cho những nỗ lực trong thực hiện bình đẳng giới ở Việt Nam và là nền tảng vững chắc để các cấp, ngành tiếp tục duy trì và phát huy hơn nữa trong việc thực hiện các mục tiêu quốc gia bình đẳng giới trong giai đoạn tới.

- Một số chỉ số phát triển được cải thiện đã đưa Việt Nam lên các bậc xếp hạng cao hơn và được cộng đồng quốc tế đánh giá cao về những nỗ lực trong thực hiện bình đẳng giới. Theo Báo cáo Phát triển con người năm 2020, chỉ số phát triển con người (HDI) của Việt Nam đang ở mức 0,704, xếp thứ 117/189 quốc gia và vùng lãnh thổ thuộc nhóm các nước có HDI ở mức cao. Với chỉ số phát triển giới ở mức 0,997, Việt Nam xếp thứ 65 trong số 162 quốc gia và thuộc nhóm cao nhất trong số 5 nhóm trên thế giới. Đặc biệt, tỷ lệ nữ đại biểu Quốc hội Việt Nam nằm trong nhóm cao nhất trong 3 nhóm trên toàn cầu.

- Các cấp, ngành đã quan tâm bố trí nguồn lực cho công tác BDG, đây là một trong những điều kiện quan trọng góp phần thúc đẩy thực hiện thành công các mục tiêu, chỉ tiêu về BDG. Ngoài ra, sự hợp tác, hỗ trợ nguồn lực và kỹ thuật từ các tổ chức quốc tế, các đối tác phát triển cũng tạo điều kiện thuận lợi để nâng cao hiệu quả công tác BDG.

- Các cơ quan chức năng đã chú trọng thực hiện công tác truyền thông nâng cao nhận thức thay đổi hành vi, nâng cao năng lực về BDG từ cấp trung ương đến cấp cơ sở. Trong 10 năm qua, ước tính có khoảng gần 15 triệu lượt cán bộ làm công tác BDG, vì sự tiến bộ của phụ nữ tại các bộ, ngành và địa phương được đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực và nghiệp vụ.

- Công tác thống kê số liệu có tách biệt giới tính đã được quan tâm triển khai. Các hoạt động nghiên cứu khoa học tạo nền tảng lý luận cho việc đề xuất chính sách, pháp luật về BDG cũng đã được các cơ quan nhà nước, các tổ chức phi chính phủ quan tâm thực hiện trong thời gian qua.

3.2. Một số khó khăn, thách thức và hạn chế

- Định kiến giới còn tồn tại khá phổ biến trong các tầng lớp nhân dân, đây được coi là nguyên nhân cơ bản dẫn đến bất bình đẳng giới và bạo lực trên cơ sở giới.

- Những năm đầu thời kỳ thực hiện Chiến lược, nền kinh tế tiềm ẩn nhiều rủi ro, lạm phát cao, nợ công tăng nhanh, tỉ lệ nợ xấu cao; sản xuất kinh doanh gặp nhiều khó khăn. Tác động, ảnh hưởng từ bên ngoài tăng, cạnh tranh ngày càng gay gắt, trong khi độ mở của nền kinh tế cao, sức chống chịu còn hạn chế. Biến đổi khí hậu, thiên tai, dịch bệnh diễn biến phức tạp hơn; trào lưu kết hôn với người nước ngoài vì mục đích kinh tế, tội phạm buôn bán người diễn biến phức tạp kéo theo những hệ lụy, ảnh hưởng tiêu cực tới an ninh, trật tự xã hội; bạo lực đối với phụ nữ trong gia đình và ngoài xã hội, tảo hôn, lựa chọn giới tính thai nhi theo ý muốn khi sinh vẫn còn khá phổ biến.

- Thời đại của hội nhập và công nghệ mang đến không ít cơ hội nâng cao quyền năng cho phụ nữ song cũng mang lại một số thách thức mới cho bình đẳng giới. Tình trạng bắt nạt hay quấy rối trực tuyến có diễn biến phức tạp với nhiều hệ lụy tiêu cực. Phụ nữ vẫn chưa được tiếp cận và tham gia đầy đủ trong phần lớn các công việc thuộc lĩnh vực công nghệ, phản ánh sự bất bình đẳng trong các lựa chọn và nghề nghiệp về khoa học, công nghệ, kỹ thuật và toán học (STEM). Phụ nữ làm trong các ngành nghề kỹ năng thấp, thâm dụng lao động. Mặt khác, công nghệ tự động hóa làm tăng hiệu quả sản

xuất nhưng cũng giảm vị trí việc làm trong đó phần nhiều do phụ nữ đảm nhận.

- Việc lồng ghép vấn đề bình đẳng giới vào xây dựng các văn bản quy phạm pháp luật được xác định có nội dung liên quan đến bình đẳng giới hoặc có vấn đề bất bình đẳng giới, phân biệt đối xử về giới cho đến nay vẫn chưa kiểm soát chặt chẽ về chất lượng. Thành viên một số ban soạn thảo, tổ biên tập còn gặp khó khăn trong thực hiện phân tích giới và lồng ghép giới nên hiệu quả công việc chưa cao.

- Năng lực của đội ngũ cán bộ làm công tác bình đẳng giới ở các bộ, ngành địa phương còn hạn chế về kiến thức, kỹ năng và thiếu kinh nghiệm trong tổ chức triển khai công tác bình đẳng giới. Cán bộ, công chức, viên chức được phân công phụ trách công tác bình đẳng giới ở các địa phương thường xuyên luân chuyển, thay đổi, thiếu ổn định, làm hạn chế việc triển khai nhiệm vụ cũng như hiệu quả công tác đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực cho đội ngũ này.

- Nguồn kinh phí đầu tư cho công tác bình đẳng giới vẫn còn hạn chế, chưa đáp ứng yêu cầu triển khai nhiệm vụ.

- Đặc biệt, từ cuối năm 2019 đến nay, đại dịch COVID-19 bùng phát đã tác động nghiêm trọng đến tất cả các lĩnh vực của nền kinh tế - xã hội đời sống nhân dân gặp nhiều khó khăn, nhất là nhóm lao động dễ bị tổn thương, bên cạnh đó, mức độ ảnh hưởng đối với nam và nữ là khác nhau, điều này đã góp phần làm tăng khoảng cách giới trong một số lĩnh vực.

Những yếu tố này gây khó khăn cho việc thực hiện công tác bình đẳng giới và vì sự tiến bộ phụ nữ cũng như triển khai thực hiện các mục tiêu của Chiến lược quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2021-2030.

3.3. Một số giải pháp thúc đẩy bình đẳng giới trong thời gian tới

Với mục tiêu tiếp tục thu hẹp khoảng cách giới, tạo điều kiện, cơ hội để phụ nữ và nam giới tham gia, thụ hưởng bình đẳng trong các lĩnh vực của đời sống xã hội, góp phần vào sự phát triển bền vững của đất nước, ngày 03/3/2021, Chính phủ ban hành Nghị quyết số 28/NQ-CP phê duyệt Chiến lược quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2021-2030, đồng thời, Thủ tướng Chính phủ cũng đã ban hành nhiều Chương trình, chính sách nhằm thúc đẩy bình đẳng giới và phòng ngừa, ứng phó với bạo lực trên cơ sở giới như Chương trình phòng ngừa và ứng phó với bạo lực trên cơ sở giới giai đoạn 2021-2025; Chương trình Truyền thông về bình đẳng giới đến năm 2030;

Chương trình quốc gia phòng, chống bạo lực gia đình trong tình hình mới đến năm 2025,... theo đó các nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm nhằm thúc đẩy bình đẳng giới trong giai đoạn tới là:

1. Tiếp tục Tăng cường sự lãnh đạo, chỉ đạo của các cấp ủy đảng, trách nhiệm quản lý của chính quyền các cấp trong việc nâng cao nhận thức, triển khai thực hiện và hoàn thiện thể chế về bình đẳng giới. Đề cao vai trò, trách nhiệm của người đứng đầu trong việc thực hiện các quy định về bình đẳng giới.

2. Tiếp tục hoàn thiện hệ thống chính sách, pháp luật bảo đảm các nguyên tắc bình đẳng giới trên các lĩnh vực có liên quan. Trước mắt cần tổng kết, đánh giá việc thi hành Luật Bình đẳng giới và nghiên cứu, đề xuất sửa đổi Luật Bình đẳng giới trong thời gian tới. Thực hiện lồng ghép các nội dung bình đẳng giới trong xây dựng chính sách, pháp luật và các chương trình, chiến lược, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và lập ngân sách nhà nước nhằm đảm bảo nguyên tắc bình đẳng giới và bố trí nguồn lực thích đáng cho công tác bình đẳng giới.

3. Triển khai có hiệu quả các chương trình, chính sách thúc đẩy bình đẳng giới và phòng ngừa, ứng phó với bạo lực trên cơ sở giới như Chương trình phòng ngừa và ứng phó với bạo lực trên cơ sở giới giai đoạn 2021-2025; Chương trình Truyền thông về bình đẳng giới đến năm 2030; Chương trình tăng cường sự tham gia bình đẳng của phụ nữ vào các vị trí lãnh đạo và quản lý ở các cấp hoạch định chính sách; Chương trình quốc gia phòng, chống bạo lực gia đình trong tình hình mới đến năm 2025,...;

4. Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền, ứng dụng công nghệ thông tin để nâng cao nhận thức cho các tầng lớp nhân dân về bình đẳng giới. Trong đó tập trung các nội dung trọng tâm như:

- Tăng cường cung cấp thông tin, tuyên truyền, phổ biến pháp luật, chính sách và kết quả thực hiện công tác bình đẳng giới cho các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp và người dân. Tổ chức các hoạt động thông tin, tuyên truyền phù hợp cho các nhóm đối tượng theo định kỳ và vào các đợt cao điểm hàng năm.

- Triển khai Tháng hành động vì bình đẳng giới và phòng ngừa, ứng phó với bạo lực trên cơ sở giới từ ngày 15 tháng 11 đến ngày 15 tháng 12 hàng năm.

- Đổi mới về hình thức và phương tiện truyền thông, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ và nền tảng số, đa dạng hóa các loại hình, sản phẩm trong công tác truyền thông về bình đẳng giới.

- Đẩy mạnh xã hội hóa công tác truyền thông, huy động nguồn lực, phương tiện và sự tham gia, hưởng ứng của cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp và người dân.

- Mở rộng và đẩy mạnh công tác giáo dục về bình đẳng giới trong gia đình, nhà trường, cộng đồng và thúc đẩy sự tham gia của trẻ em. Đưa nội dung về bình đẳng giới vào hệ thống bài giảng chính thức trong các cấp học;

- Xây dựng và áp dụng Bộ chỉ số về giới trong truyền thông; nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ truyền thông, phóng viên, biên tập viên, báo cáo viên, tuyên truyền viên, cộng tác viên truyền thông các ngành, các cấp.

- Tăng cường truyền thông về luật pháp, chính sách và những thành tựu, kết quả về bình đẳng giới của Việt Nam cho các đối tác quốc tế; tích cực đấu tranh, phản bác những thông tin sai lệch về bình đẳng giới và các chính sách của Đảng và Nhà nước Việt Nam.

5. Nhân rộng các cơ sở cung cấp dịch vụ tham vấn, tư vấn, hỗ trợ tâm lý cho phụ nữ và trẻ em bị bạo lực trên cơ sở giới và nơi tạm lánh, nơi trú ẩn an toàn cho nạn nhân của bạo lực trên cơ sở giới. Tăng cường các dịch vụ xã hội hỗ trợ cho nạn nhân bị bạo lực, những người bị ảnh hưởng tâm lý do thất nghiệp, mất việc làm, phá sản,...

6. Tăng cường lồng ghép giới trong các Chương trình mục tiêu quốc gia về giảm nghèo bền vững, xây dựng nông thôn mới, phát triển dân tộc miền núi và Chương trình phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội; triển khai các gói hỗ trợ đặc thù, đa dạng hóa hình thức trợ cấp, hỗ trợ sinh kế nhằm đảm bảo tự do tài chính cho phụ nữ.

7. Tăng cường năng lực bộ máy quản lý nhà nước về bình đẳng giới các cấp; tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra liên ngành việc thực hiện pháp luật về bình đẳng giới; xây dựng Cơ sở dữ liệu thống kê về giới của quốc gia.

8. Chủ động, tăng cường hợp tác quốc tế trong thực hiện các mục tiêu bình đẳng giới; tranh thủ sự hỗ trợ kỹ thuật, tài chính, chuyên môn của các nước, tổ chức, cá nhân nước ngoài trong lĩnh vực bình đẳng giới.

4. Các đơn vị ngoài công lập liên kết nguồn lực xã hội, phát huy hiệu quả truyền thông dự thảo chính sách, pháp luật và vai trò tiên phong của Hội đồng nghiên cứu chính sách Hội Doanh nhân trẻ Việt Nam

4.1. Phát huy vai trò của các đơn vị ngoài công lập trong truyền thông dự thảo chính sách

4.1.1 Báo chí chính thống và các cơ quan nhà nước

Báo chí chính thống

Báo chí chính thống vẫn là kênh chủ lực trong việc hỗ trợ tuyên truyền chủ trương chính sách, nhưng hiện nay trong bối cảnh chuyển đổi số, các cách thức truyền thông truyền thống sẽ phải thay đổi mô hình tổ chức và phương pháp truyền tải. Lực lượng báo chí cách mạng của nước ta hiện bao gồm 6 cơ quan truyền thông chủ lực đa phương tiện của quốc gia, 127 cơ quan báo, 670 cơ quan tạp chí và 64 đài phát thanh, truyền hình của các tỉnh, thành phố trực thuộc.

Kinh tế báo chí đối với báo chí chính thống đang gặp nhiều khó khăn do nguồn thu quảng cáo, dịch vụ giảm mạnh. Về thu hút quảng cáo, báo chí chính thống đang mất dần ưu thế so với các nền tảng mạng xã hội nên các cơ quan báo chí tự đảm bảo kinh phí hoạt động đang gặp nhiều khó khăn trong việc đảm bảo nguồn kinh phí cho hoạt động truyền thông chính sách. Cùng với đó, báo chí truyền thống cũng gặp khó khăn về nguồn lực đầu tư để thực hiện chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ sản xuất và đưa nội dung báo chí lên môi trường thông tin trên không gian mạng.

Các cơ quan nhà nước

Việc đổi mới công tác truyền thông chính sách chủ yếu vẫn tập trung ở các cơ quan ở trung ương nơi nguồn lực ít nhiều cũng được trang bị, đầu tư cơ bản. Ở nhiều địa phương và cá biệt ở một số bộ ngành hiện nay, công tác truyền thông không được quan tâm do nhiều nguyên nhân chủ quan, khách quan. Nhiều vụ việc nổi cộm trên không gian báo chí, truyền thông nguyên nhân xuất phát một phần từ sự thiếu kinh nghiệm xử lý truyền thông hiệu quả từ phía các cơ quan hành chính nhà nước. Nhiều Bộ, ngành, địa phương chưa hình thành được đội ngũ cán bộ làm truyền thông chính sách chuyên trách, chuyên nghiệp, chưa thấy được tầm quan trọng của việc phải bố trí được nguồn lực phù hợp. Chưa có sự thống nhất trong tư duy tiếp cận về truyền thông chính sách. Vẫn còn có nhận thức chưa đúng rằng "truyền thông chính sách là việc của báo chí", trong khi trên thực tế, truyền thông chính sách thuộc chức năng

của chính quyền, là việc của chính quyền. Việc hoạch định, ban hành và thực thi chính sách nhiều lúc, nhiều nơi thiếu hẳn khâu đánh giá tác động truyền thông, dẫn đến không được truyền thông đúng cách và đủ "liều lượng". Một số bộ, ngành và địa phương chưa ban hành kế hoạch tổng thể và cụ thể về truyền thông chính sách, để từ đó có lộ trình, bước đi, đội ngũ và nguồn lực triển khai công tác truyền thông một cách bài bản, chuyên nghiệp. Việc chủ động tiếp xúc, cung cấp thông tin cho báo chí vẫn được coi là việc "khó", tâm lý cán bộ ngại tiếp xúc với báo chí khá phổ biến ở nhiều bộ ngành, địa phương, dẫn đến việc báo chí gặp khó khăn khi tiếp cận nguồn thông tin chính thống để giải thích chính sách.



4.1.2. Các đơn vị ngoài công lập và truyền thông chính sách.

Các đơn vị ngoài công lập

Đơn vị sự nghiệp ngoài công lập là những tổ chức sự nghiệp không nằm trong khu vực nhà nước, được thành lập bởi các tổ chức xã hội, các Doanh nghiệp, các cá nhân hoặc liên doanh giữa các tổ chức với nước ngoài, có tư cách pháp nhân, cung cấp các sản phẩm công, vận hành theo mô hình Doanh nghiệp. Đơn vị sự nghiệp ngoài công lập thuộc sở hữu của các tổ chức xã hội, tổ chức xã hội nghề nghiệp, tổ chức kinh tế tư nhân, các

cá nhân hoặc có vốn đầu tư nước ngoài. Các đơn vị này được tổ chức hoạt động theo mô hình công ty, việc tuyển dụng, quản lý, sử dụng lao động chủ yếu dựa trên quan hệ lao động theo quy định của Bộ luật động. Người làm việc trong các đơn vị sự nghiệp ngoài công lập nhìn chung không hưởng lương có nguồn gốc từ ngân sách nhà nước.

Thực hiện đường lối đổi mới, kinh tế khu vực ngoài quốc doanh nói chung, nhất là khu vực doanh nghiệp ngoài quốc doanh đã phát triển vượt bậc. Thực tiễn đã khẳng định những đóng góp của khu vực này trong sự nghiệp phát triển kinh tế – xã hội của đất nước. Tính đến hết tháng 7 năm 2022, cả nước có khoảng 871 ngàn doanh nghiệp đang hoạt động kinh doanh. Có thể thấy vai trò to lớn của các doanh nghiệp ngoài quốc doanh trong đóng góp cho nền kinh tế.

Kinh tế tư nhân có thể kinh doanh trong hầu hết các lĩnh vực trong nền kinh tế, tất nhiên trừ một số ít lĩnh vực mà nhà nước giữ độc quyền để kiểm soát tình hình an ninh quốc phòng và ổn định chính trị trong nước. Sự phát triển của khu vực kinh tế tư nhân đã và đang tiếp tục có những đóng góp tích cực và vô cùng quan trọng cần thiết trong công cuộc phát triển đất nước. Góp phần quan trọng để tạo ra thành tựu tăng trưởng kinh tế chung, đổi mới bộ mặt kinh tế xã hội, tạo ra nhiều sản phẩm và dịch vụ cho xã hội. Là lĩnh vực chính thu hút lao động xã hội, tạo công ăn việc làm cho người lao động. Giải phóng sức lao động và huy động tối đa các nguồn lực trong dân cư vào công cuộc phát triển kinh tế. Tạo môi trường cạnh tranh, nâng cao tính năng động hiệu quả cho nền kinh tế. Góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Mặc dù có những vai trò tích cực và quan trọng như đã kể trên, nhưng trong quá khứ và ngay cả hiện tại vẫn có những quan điểm không thống nhất về những đóng góp của khu vực kinh tế ngoài quốc doanh.

Đơn vị ngoài công lập và truyền thông chính sách.

Trong nhiều năm qua khối đơn vị ngoài công lập là thành phần quan trọng đóng góp phát triển nền kinh tế và văn hóa xã hội. Thể chế doanh nhân trải qua bao nhiêu thế hệ vẫn luôn đi đầu trong công cuộc phát triển kinh tế cũng như tuyến đầu trong vai trò đóng góp nguồn lực xã hội hóa cho các mục tiêu phát triển quốc gia. Hơn ai hết đội ngũ doanh nhân đặc biệt là doanh nhân trẻ nhận thức sâu sắc được vấn đề “Dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra, dân giám sát, dân thụ hưởng” tới mọi mặt của đời sống xã hội. Trải qua những thăng trầm khó khăn để có được thành công doanh nghiệp nhận thức được vai trò và trách nhiệm của mình trong việc cùng chung tay lan tỏa những thông điệp nhân văn, những giá trị văn hóa và quan trọng hơn cả những chủ trương chính sách phù hợp, kịp thời đã tạo động lực và cơ hội cho các doanh nghiệp có được vị thế như ngày hôm nay. Chính vì vậy những doanh nghiệp, doanh nhân luôn mong muốn được chung tay cùng với chính phủ và người dân trong hoạt động truyền thông chính sách, truyền thông dự thảo chính sách. Họ sẵn sàng đóng góp bằng nhiều nguồn lực khác nhau cho các hoạt động truyền thông và dự thảo chính sách với mục đích đạt được hiệu quả là các chính sách ban hành thiết thực đối với người dân doanh nghiệp và sự đồng thuận trong xã hội.

4.2. Liên kết nguồn lực xã hội phát huy hiệu quả trong truyền thông dự thảo chính sách

Chủ trương của chính phủ về liên kết nguồn lực xã hội trong truyền thông chính sách.

Ngày 30 tháng 3 năm 2022 Chính phủ ban hành Quyết định 407/QĐ-TTg 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” trong đó nhấn mạnh nội dung huy động nguồn lực xã hội tham gia công tác truyền thông dự thảo chính sách gồm đội ngũ nhà khoa học, nhà hoạt động thực tiễn, chuyên gia tham gia thực hiện truyền thông về dự thảo chính sách. Khuyến khích các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân tham gia, hỗ trợ nguồn lực để tổ chức các hoạt động truyền thông về dự thảo chính sách theo quy định của pháp luật.

Theo Thủ tướng Chính phủ, truyền thông chính sách tập trung vào người dân, mọi chính sách đều hướng đến người dân. Xây dựng chính sách phải hướng đến người dân và người dân phải tham gia vào xây dựng chính sách, pháp luật. Người dân cũng phải tham gia tổ chức thực hiện chính sách, pháp luật với tinh thần dân biết, dân bàn, dân làm, dân giám sát, dân thụ hưởng. Để công tác truyền thông chính sách hiệu quả, các đơn vị, địa phương cần có đầu tư thỏa đáng, phù hợp các công cụ, phương tiện, nguồn nhân lực; bố trí kinh phí chi cho công tác này.

Thực tế việc triển khai thực hiện một số chính sách công ở Việt Nam thời gian qua cho thấy còn có sự mâu thuẫn, chồng chéo giữa các nội dung, khó đi vào cuộc sống, gây lãng phí, tốn kém và không phù hợp với năng lực thực thi triển khai trong thực tiễn, dẫn đến cản trở sự phát triển của đời sống xã hội - mà một trong những nguyên nhân quan trọng là thiếu sự tham gia của người dân, doanh nghiệp vào quá trình xây dựng chính sách công.

Mặt khác đội ngũ doanh nhân trên cả nước luôn sẵn sàng tham gia đồng hành cùng chính phủ trong quá trình dự thảo chính sách và truyền thông chính sách. Thực tế cũng đã chứng minh vai trò và vị thế quan trọng của doanh nhân khi tham gia đóng góp vào quá trình hoạch định chính sách có tác động xã hội và đồng thuận xã hội.

4.2.1. Liên kết nguồn lực xã hội phát huy hiệu quả truyền thông dự thảo chính sách

Vai trò của người dân doanh nghiệp tham gia dự thảo chính sách công

Sự tham gia của người dân, doanh nghiệp trong quá trình xây dựng chính sách công là quá trình đóng góp ý kiến của người dân, doanh nghiệp vào quá trình xây dựng chính sách của Nhà nước nhằm bảo đảm cho chính sách được ban hành đáp ứng yêu cầu phát triển kinh - xã hội và nguyện vọng của người dân. Đây là quá trình thông tin hai chiều liên tục, nhằm khuyến khích và huy động mọi hiểu biết và nhận thức của người dân vào xây dựng chính sách, làm cho chính sách phù hợp với thực tiễn, với yêu cầu quản lý của Nhà nước và phục vụ tốt nhất cho người dân, doanh nghiệp.

Người dân, doanh nghiệp có thể trực tiếp tham gia vào các nội dung xây dựng chính sách cụ thể như: Xác định vấn đề, mục tiêu, giải pháp, công cụ, phạm vi, đối tượng chính sách, dự thảo phương án chính sách, dự báo tác động của chính sách. Hoặc gián tiếp qua các tổ chức đại diện theo ý chí, nguyện vọng của mình như: Quốc hội, Hội đồng nhân dân các cấp, Mặt trận Tổ quốc Việt Nam các cấp,... thông qua các hình thức như: tham gia hội nghị góp ý vào các dự thảo chính sách; các cuộc đối thoại với chủ thể ban hành chính sách; gửi ý kiến góp ý cho dự thảo chính sách qua các phương tiện thông tin đại chúng, trang website, các báo, tạp chí. Người dân, doanh nghiệp tham gia trong xây dựng chính sách công có tầm quan trọng đặc biệt như sau:

Một là, phản ánh chế độ dân chủ trong xã hội ở nước ta, bảo đảm dân chủ xã hội chủ nghĩa và bảo đảm cho người dân thực hiện quyền làm chủ, quyền tham gia vào quản lý nhà nước, tự mình quyết định sự phát triển của xã hội và đất nước.

Hai là, cung cấp thông tin về những mong muốn, bức xúc của người dân, những ưu điểm và hạn chế của các chính sách hiện hành, trên cơ sở đó giúp các cơ quan nhà nước xác định chính xác hơn mục tiêu và các công cụ, giải pháp chính sách mới ban hành, góp phần nâng cao chất lượng, hiệu quả chính sách.

Ba là, sự tham gia tích cực của người dân còn góp phần làm cho chính sách hợp lòng dân, tạo ra sự đồng thuận trong xã hội và sự ủng hộ của người dân đối với chính sách, nhờ đó chính sách dễ đi vào cuộc sống trong quá trình thực hiện.

Bốn là, tạo cơ hội cho các đối tượng thụ hưởng chính sách hay bị ảnh hưởng trực tiếp của chính sách có thể góp thêm ý kiến để đơn vị ban hành xem xét, cân nhắc trước khi ban hành.

Năm là, giúp đơn vị xây dựng chính sách tháo gỡ những khó khăn trong quá trình ban hành chính sách công do đây là nhiệm vụ quan trọng nên phải hết sức thận trọng. Bởi vì, chỉ một sai lầm trong xây dựng chính sách, nhất là

chính sách về kinh tế sẽ ảnh hưởng xấu đến cuộc sống của hàng triệu con người trong xã hội, thậm chí tác động, ảnh hưởng đến sự thịnh suy của một quốc gia, sự tồn vong của một dân tộc.

Sáu là, sự tham của người dân trong xây dựng chính sách cũng chính là tư vấn, phản biện cho dự thảo chính sách. Người dân có quyền nêu chính kiến của mình thông qua phân tích, nhận xét, đánh giá đối với dự thảo chính sách trên cơ sở các tiêu chí và nguyên tắc nhất định nhằm hoàn thiện, nâng cao chất lượng chính sách do các cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành; qua đó góp phần nâng cao trách nhiệm xã hội, phát huy ý thức về quyền và nghĩa vụ của người dân, từng bước hình thành môi trường xã hội dân chủ, tiến bộ.

Liên kết nguồn lực xã hội trong truyền thông dự thảo chính sách.

Từ phân tích, đánh giá trên đây cho thấy việc quan trọng là làm sao để người dân doanh nghiệp phát huy được vai trò của mình sẵn sàng tham gia đóng góp nguồn lực cho quá trình dự thảo và truyền thông chính sách, thể hiện qua một số giải pháp sau:

Thứ nhất, sự tham gia của người dân trong xây dựng chính sách công được thực hiện bằng những cam kết chính trị, pháp lý của Nhà nước, chủ thể ban hành chính sách công, những xác nhận từ phía các đơn vị được giao nhiệm vụ từ khối công lập. Các văn bản quy phạm pháp luật khác có liên quan về quyền tham gia của người dân trong quản lý nhà nước, nhất là quyền tham gia xây dựng chính sách công, để người dân dễ hiểu, dễ nhớ, dễ thực hiện.

Thứ hai, tăng cường tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức về ý nghĩa, tầm quan trọng của sự tham gia và bảo đảm quyền tham gia của người dân, doanh nghiệp trong xây dựng chính sách. Khơi dậy và phát huy tính tích cực chính trị và ý thức của người dân trong xây dựng chính sách.

Thứ ba, bảo đảm cung cấp đầy đủ, kịp thời thông tin cho người dân về các vấn đề, nhiệm vụ quan trọng trong xây dựng chính sách, nhất là về mục tiêu và các giải pháp, công cụ chính sách.

Thứ tư, tăng cường, đề cao trách nhiệm của các tổ chức đại diện cho ý chí, nguyện vọng của người dân như Quốc hội, Hội đồng nhân dân các cấp, Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức thành viên trong giám sát việc bảo đảm quyền tham gia xây dựng chính sách của người dân.

Thứ năm, mở rộng và đa dạng hóa các hình thức tham gia, đổi mới phương pháp tiếp nhận, xử lý, phân tích, chắt lọc thông tin về ý kiến tham gia của người dân trong xây dựng chính sách, đảm bảo khách quan, công khai,

minh bạch, cầu thị trong việc lấy ý kiến và tiếp thu ý kiến tham gia của người dân trong xây dựng chính sách.

Hội doanh nhân trẻ Việt Nam và nền tảng phát triển mạnh mẽ

Qua 29 năm hình thành và phát triển, đến nay, tổ chức Hội Doanh nhân trẻ Việt Nam đã có tổ chức Hội tại 63 tỉnh, thành phố với trên 11.000 hội viên. Các doanh nghiệp của hội viên đang tạo việc làm cho 3 triệu người lao động với tổng doanh thu hàng năm đạt trên 30 tỷ USD.



Mục tiêu công tác Hội và phong trào doanh nhân trẻ trong nhiệm kỳ 2022-2025 với các hoạt động trọng tâm như: Xây dựng, củng cố và phát triển tổ chức Hội Doanh nhân trẻ Việt Nam vững mạnh; đào tạo nâng cao năng lực cho doanh nghiệp hội viên trong kỷ nguyên số; tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư; thúc đẩy vai trò hệ sinh thái doanh nhân trẻ trong hoạch định chính sách quốc gia.

4.2.3. Hội đồng nghiên cứu chính sách Hội doanh nhân trẻ Việt Nam và các giải pháp chiến lược trong thúc đẩy vai trò của doanh nhân tham gia chính sách

Căn cứ trên các nghị quyết của Bộ Chính trị về xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam, căn cứ vào quy mô và hoạt động Hội doanh nhân trẻ, căn cứ các chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước về thích ứng linh hoạt phục hồi và phát triển bối cảnh COVID-19 tại Việt Nam và

trên thế giới, Hội Doanh nhân trẻ Việt Nam thành lập Hội đồng Nghiên cứu Chính sách và Phát triển Thương hiệu vào tháng 08/2022.



Chuyên gia Nguyễn Thy Nga, TGD V-startup, sáng lập và chủ tịch Hội đồng nghiên cứu chính sách và phát triển thương hiệu Hội doanh nhân trẻ Việt Nam

Hội doanh nhân trẻ Việt Nam sẵn sàng tham gia bằng nguồn lực sẵn có với số lượng thành viên đông đảo hoạt động trong tất cả ngành nghề thuộc mọi lĩnh vực của đời sống xã hội trải dài trên khắp đất nước. Ngoài việc đóng góp nhân lực là các nhà quản trị doanh nghiệp giàu kinh nghiệm, các chuyên gia của các ngành nghề lĩnh vực từ kinh tế, y tế, giáo dục, văn hóa đến khoa học công nghệ tiên phong, Hội doanh nhân trẻ còn đóng góp về tài chính và cơ sở vật chất kỹ thuật, kinh nghiệm thực tiễn vào quá trình truyền thông chính sách, đặc biệt là giai đoạn truyền thông dự thảo chính sách.

Hội đồng nghiên cứu chính sách và phát triển thương hiệu của Hội doanh nhân trẻ Việt Nam đề xuất một số giải pháp nhằm phát huy vai trò của Doanh nhân trong việc tham gia nguồn lực trong quá trình dự thảo chính sách và truyền thông chính sách như sau:

Một là, Doanh nhân cùng tham gia đóng góp kinh tế, con người và kỹ thuật nhằm bảo đảm kết cấu hạ tầng công nghệ, thông tin, truyền thông chính sách cho các chủ thể truyền thông chính sách và cơ sở 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. Cùng tham gia vào quá trình đào tạo và đào tạo lại nguồn nhân lực, nhà quản lý truyền thông chính sách đủ bản lĩnh, nhân cách và năng lực.

Hai là, doanh nghiệp trực thuộc Hội doanh nhân trẻ huy động nguồn lực xây dựng các trung tâm truyền thông vừa phục vụ cho hoạt động quảng bá hình ảnh hoạt động giới thiệu sản phẩm cho doanh nghiệp vừa tham gia truyền thông chính sách. Trong bối cảnh công nghệ thông tin phát và mạng xã hội phát triển, bên cạnh báo chí chính thống còn rất nhiều “dòng chảy” thông tin khác, đặc biệt là thông tin trên mạng xã hội. Doanh nhân có thể nghiên cứu và tìm kiếm các giải pháp khoa học nhằm tư vấn chính sách, quản lý, truyền thông chính sách trong môi trường không gian mạng một cách kịp thời và hiệu quả.

Ba là, Hội doanh nhân trẻ cần đóng góp phát triển cơ sở hạ tầng thiết yếu, triển khai hệ thống kết nối thông tin tốc độ cao giữa hội doanh nhân trẻ 63 tỉnh thành, thường xuyên trao đổi chia sẻ các chính sách lớn có tính tác động xã hội. Phát triển và nâng cao năng lực đổi mới sáng tạo trong cộng đồng thành viên hội. Thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo ngắn hạn nhằm phát triển nguồn nhân lực, truyền thông các chính sách về khoa học công nghệ. Chủ động tham gia hội nhập quốc tế và thúc đẩy chuyển đổi số các doanh nghiệp hội viên.

Bốn là, các doanh nghiệp trong lĩnh vực công nghệ thông tin và an ninh mạng nghiên cứu và tìm kiếm giải pháp an ninh truyền thông chính sách hiệu quả, đặc biệt là phòng, chống tội phạm công nghệ cao và an ninh mạng. Tham gia tư vấn cho các chủ thể truyền thông chính sách, cơ quan quản lý nhà nước và Ban Tuyên giáo các cấp trong việc nhận thức đúng về Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và tính tất yếu của sự đổi mới, nhằm ban hành các chiến lược nghiên cứu, thay đổi chính sách quản lý truyền thông chính sách trước thách thức của sự phát triển mạng xã hội, truyền thông chính sách xã hội, sự ra đời của nền báo chí đa phương tiện, báo chí dữ liệu và báo chí sáng tạo.

Năm là, Hội doanh nhân trẻ tham gia vào truyền thông chính sách trong bối cảnh mới là tham gia vào quá trình hoạch định và định hướng chính sách, nâng cao hiệu quả hoạt động quản lý mạng xã hội, kiên quyết, đấu tranh, phê phán những nội dung sai trái từ mỗi cá nhân doanh nghiệp. Tham gia các khóa huấn luyện đào tạo, giáo dục cơ bản cho mỗi thế hệ để thực hiện chiến lược lâu dài, tạo nguồn nhân lực có chất lượng cao làm chủ Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và đấu tranh, phê phán những quan điểm sai trái trong phát triển kinh tế, chính trị, văn hóa.

Sáu là, Hội doanh nhân trẻ quán triệt và vận dụng quan điểm củng cố, phát triển tính chủ động cho mỗi con người, mỗi tổ chức, đơn vị, từ Trung ương hội đến Hội doanh nhân trẻ tại mỗi tỉnh thành địa phương một cách tích cực, sát thực. Các chủ thể truyền thông chính sách phải tiếp nhận, chuyển hóa tinh thần dân tộc thành thái độ, động cơ, niềm tin, ý chí và hành vi ứng xử của mỗi thành viên Hội doanh nhân trẻ Việt Nam một cách bền vững nhất. Đúc kết và xây dựng hệ giá trị văn hóa doanh nghiệp và hệ giá trị chuẩn mực của người doanh nhân Việt Nam thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế. Luôn gương mẫu trong hành động, thống nhất về chuẩn mực giá trị làm tiêu chí đánh giá, tạo sự đồng thuận trong xã hội.

Bảy là, thống nhất trong hành động của các hội viên quán triệt và vận dụng quan điểm Đại hội XIII của Đảng về chủ trương xây dựng trung tâm truyền thông hội chuyên nghiệp, nhân văn và hiện đại. Tăng cường quản lý và phát triển trung tâm truyền thông theo hướng đa phương tiện trên nền tảng internet. Kiên quyết đấu tranh, loại bỏ các sản phẩm, thông tin độc hại, xuyên tạc, nội dung tiêu cực, ảnh hưởng xấu đến ổn định kinh tế, chính trị - xã hội, thuần phong mỹ tục. Phát huy vai trò, trách nhiệm của hội doanh nhân trẻ trong phát triển kinh tế và truyền thông dự thảo chính sách về phát triển kinh tế, xã hội, đổi mới sáng tạo.

Tám là, từng cá nhân chủ doanh nghiệp và doanh nghiệp trong hội có thể phát triển kinh tế truyền thông chính sách dựa trên quy luật và thực trạng quan hệ cung - cầu và đặc thù công chúng truyền thông chính sách của quốc gia và địa phương để nghiên cứu, phân tích, dự đoán, sử dụng hệ thống mạng trí tuệ nhân tạo và phần mềm cảm biến, nhận diện, phân tích dữ liệu người dùng, tự động tạo các pop-up quảng cáo phù hợp... giúp tối ưu hóa phân tích cạnh tranh, xây dựng chiến lược truyền thông chính sách tiếp thị tích hợp, quảng cáo sản phẩm truyền thông chính sách, “cá nhân hóa” sản phẩm truyền thông chính sách.

4.2.4. Kế hoạch hành động phát triển truyền thông chính sách

Trong phương hướng hoạt động của Hội đồng, chủ tịch Hội đồng nghiên cứu chính sách và phát triển thương hiệu Hội doanh nhân trẻ Việt Nam đề ra những mục tiêu của Hội đồng như:

- *Thúc đẩy và khẳng định vai trò, vị thế của Hội Doanh nhân trẻ trong xây dựng chính sách Quốc gia. Phát triển, xây dựng, triển khai đối thoại, kiến nghị, tác động chính sách của Doanh nhân trẻ.*

- *Phát triển năng lực nghiên cứu khoa học, tổng hợp thông tin, cơ sở lý luận, phát triển nội dung và tăng cường hoạt động chiều sâu với các hợp tác Chính phủ và các đối tác chính trị – kinh tế – xã hội cho doanh nhân trẻ.*
- *Nâng cao năng lực tác động chính sách và Phát triển hình ảnh của doanh nhân trẻ trong nghị trường.*



Hội đồng nghiên cứu chính sách Hội doanh nhân trẻ Việt Nam do Hội doanh nhân trẻ Việt Nam bầu chọn gồm các thành viên có kinh nghiệm chủ trì phát triển các đề án chính sách Quốc gia

Sáng kiến huy động Nguồn lực hội tụ xây dựng hệ sinh thái truyền thông dự thảo chính sách pháp luật quốc gia

Trên cơ sở sáng kiến liên kết các nguồn lực đồng hành từ hệ sinh thái đã có của Hội đồng nghiên cứu chính sách Hội doanh nhân trẻ, Hội đồng tổ chức góp ý, đề xuất, kiến nghị, nghiên cứu, truyền thông các đề án chính sách có tác động xã hội lớn với tên gọi của sáng kiến huy động nguồn lực hội tụ xây dựng và phát triển hệ sinh thái nghiên cứu truyền thông chính sách pháp luật “Chiến lược phát triển Việt Nam”.

1. Thông tin từ
Lãnh đạo
Chính phủ



2. Chuyên gia
đầu ngành



3. Các đại
diện tiêu biểu
từ các tổ chức

Có giải pháp liên kết chuỗi
nghiên cứu và truyền
thông chính sách

Gia tăng quyết định
chính sách có sự đồng
thuận xã hội cao

Hình thành hệ sinh thái
chính sách tạo tác động
cùng chương trình

Tầm nhìn đến 2030 Việt Nam trở thành quốc gia số, ổn định và thịnh vượng, tiên phong thử nghiệm các công nghệ và mô hình mới; đổi mới căn bản, toàn diện hoạt động quản lý, điều hành của Chính phủ, hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, phương thức sống, làm việc của người dân, phát triển môi trường số an toàn, nhân văn, rộng khắp. Sự thay đổi về công nghệ đòi hỏi cần có những chính sách pháp lý, cải cách mới trong tất cả các lĩnh vực của đời sống, và cần thiết phải tăng cường tương tác chính sách để NGƯỜI DÂN – DOANH NGHIỆP – KHOA HỌC – TRUYỀN THÔNG dễ dàng tiếp cận và kiến tạo Chiến lược phát triển Việt Nam.



Triển khai trên cơ sở phối hợp của Hội đồng nghiên cứu chính sách và phát triển thương hiệu Hội doanh nhân trẻ hợp tác với Trường Kinh tế Quốc

dân, Hội đồng phối hợp phổ biến giáo dục pháp luật Trung ương, Văn phòng chính phủ, Bộ Tư Pháp, Bộ Tài Chính, Viện Quản trị chính sách, VCCI... thực hiện nghiên cứu và truyền thông dự thảo chính sách pháp luật.

Chương trình truyền thông chính sách chuyển tải thông điệp từ các cấp lãnh đạo Đảng và chính phủ, các chuyên gia, các nhà khoa học hàng đầu trong nước và quốc tế, các đại diện từ nhiều tổ chức kinh tế – xã hội tiêu biểu, mang đến cái nhìn tổng quan và chi tiết nhất về Chiến lược phát triển Việt Nam. Từ đó, chương trình giúp các Ban, Bộ, ngành đưa ra những thay đổi tích cực và phù hợp với kiến nghị, đề xuất của trí tuệ tập thể, cùng hướng tới một Việt Nam hùng cường.

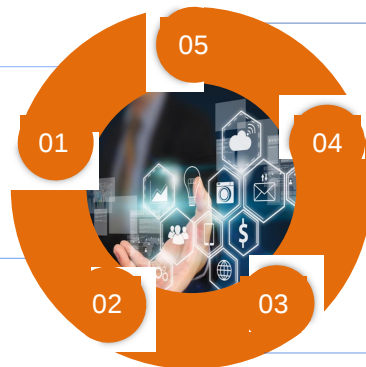
Kế hoạch hành động doanh nhân trẻ tiên phong phát triển hệ sinh thái nghiên cứu và truyền thông chính sách

PHÁT TRIỂN HỆ SINH THÁI NGHIÊN CỨU TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH



- Liên kết những cá nhân, đơn vị có năng lực hội tụ nguồn lực xã hội và năng lực tổ chức các hoạt động phối hợp công – tư, chủ động tham gia, hỗ trợ nguồn lực vào quá trình dự thảo chính sách, tổ chức hoạt động truyền thông chính sách.

- Sản phẩm truyền thông chính sách cần phải dựa trên cơ sở dữ liệu chính sách, bao trùm về xu hướng quốc tế, tầm nhìn Việt Nam và hành động địa phương, tổng hợp được hệ thống chủ trương, chiến lược, văn bản đã được ban hành liên quan đến chủ đề của chính sách, từ đó chọn lọc được đúng nội dung cốt lõi, mục tiêu trọng tâm, đến đúng đối tượng, đúng kênh truyền thông, đúng tính thời điểm.



- Huy động nguồn lực xã hội, những cá nhân, tổ chức có uy tín và kinh nghiệm trong nghiên cứu và phối hợp quy trình hoạch định chính sách chủ động tham gia vào quá trình sản xuất nội dung truyền thông chính sách.

- Khuyến khích các cá nhân tổ chức tăng cường sử dụng nguồn kinh phí lồng ghép trong các chương trình, để ăn liên quan đã được phê duyệt và các nguồn hợp pháp khác để liên kết thực hiện truyền thông chính sách.

- Truyền thông chính sách phải được tổ chức liên mạch, hệ thống dữ liệu, nội dung tổng quát, chuyên sâu. Truyền thông chính sách bao trùm từ phát hiện vấn đề chính sách đến đánh giá tác động, đồng thời dự báo được các phản ứng chính sách, và lấy ý kiến tạo sự đồng thuận xã hội trong suốt quá trình dự thảo và thực thi chính sách.

Nguyễn Thị Nga | www.nguyenthynga.com

Các yếu tố cần đảm bảo từ Chiến lược phát triển Việt Nam

Liên kết những cá nhân, đơn vị có năng lực hội tụ nguồn lực xã hội và năng lực tổ chức các hoạt động phối hợp công – tư, chủ động tham gia, hỗ trợ nguồn lực vào quá trình dự thảo chính sách, tổ chức hoạt động truyền thông chính sách.

Sản xuất những sản phẩm truyền thông chính sách dựa trên cơ sở dữ liệu chính sách, bao trùm về xu hướng quốc tế, tầm nhìn Việt Nam và hành động địa phương, tổng hợp được hệ thống chủ trương, chiến lược, văn bản đã được ban hành liên quan đến chủ đề của chính sách, từ đó chọn lọc được đúng nội dung cốt lõi, mục tiêu trọng tâm, đến đúng đối tượng, đúng kênh truyền thông,

đúng tính thời điểm đến công chúng mục tiêu và đối tượng chính sách. Khuyến khích các cá nhân tổ chức đơn vị ngoài công lập tăng cường sử dụng nguồn kinh phí phù hợp trong các chương trình, đề án liên quan đã được phê duyệt và các nguồn hợp pháp khác để liên kết thực hiện truyền thông chính sách có tính hệ thống.

Sáng kiến Chiến lược phát triển Việt Nam thúc đẩy các cách thức nghiên cứu – truyền thông chính sách có hệ thống, tổ chức liên mạch, hệ thống dữ liệu, nội dung tổng quát, chuyên sâu. Truyền thông chính sách bao trùm từ phát hiện vấn đề chính sách đến đánh giá tác động, đồng thời dự báo được các phản ứng chính sách, và lấy ý kiến tạo sự đồng thuận xã hội trong suốt quá trình dự thảo và thực thi chính sách.

CÁC NỘI DUNG ĐỐI THOẠI CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN VIỆT NAM			
CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN TRƯỜNG TÀI CHÍNH	CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN VÀ QUẢN LÝ TÀI CHÍNH	CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN THỰC TẾ	CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN GIÁO DỤC ĐÀO TẠO
CHIẾN LƯỢC CHUYÊN ĐỐI SO QUỐC GIA	CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG		CHIẾN LƯỢC THỨC ĐẨY DOANH NGHIỆP ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ VÀ ĐMST
CHIẾN LƯỢC THỂ CHẾ LĨNH VỰC Ở VIỆT NAM	CHIẾN LƯỢC HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP	ÁP DỤNG CHO	CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG SẢN PHẨM VIỆT
CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP		N DU LỊCH	CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN QUYỀN SỬ DỤNG ĐẤT

Chọn các nhánh chính sách tiên phong tác động

Trích Kế hoạch hành động của Hội đồng nghiên cứu chính sách Hội doanh nhân trẻ Việt Nam:

Chuỗi hội thảo, tọa đàm khoa học về chiến lược chính sách liên Bộ

Khách mời, diễn giả là những nhà hoạch định chính sách trong và ngoài nước, các nhà sáng lập, quản trị doanh nghiệp với nhiều năm kinh nghiệm, các chuyên gia hàng đầu, các luật sư, các đại biểu quốc hội.

Triển lãm sản phẩm, ấn phẩm trong quá trình phổ biến văn bản quy phạm pháp luật

Khu vực triển lãm bao gồm quầy trưng bày sản phẩm ấn phẩm có yếu tố khoa học và công nghệ, chuyển đổi số. Các không gian thực tế ảo, giới thiệu quản bá công cụ, quảng bá hình ảnh đồng thời tiếp cận với khách hàng, đối tác tiềm năng cũng như truyền thông trong nước và quốc tế.

Hoạt động phát triển mạng lưới đối tác chiến lược truyền thông chính sách, phát triển cơ sở trung gian đối thoại giữa chính phủ và các bên liên quan dựa trên sự đồng thuận.

Xây dựng chương trình truyền hình thường kì trên các khung giờ có lượng người xem cao, THTT diễn đàn Chính sách cấp cao từ góc nhìn của cộng đồng doanh nhân, doanh nghiệp và nhánh nghiên cứu, khoa học đối thoại với các lãnh đạo.

Thông qua hình thức như mở chuyên mục, phỏng vấn, hội thảo và diễn đàn công cộng... truyền thông truyền đạt nguyện vọng của người dân và các tổ chức xã hội cho các nhà hoạch định chính sách.

XI. QUẢN TRỊ AN NINH THÔNG TIN TRONG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH PHÁP LUẬT

Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đã mang lại những thành tựu to lớn. Xu hướng Internet kết nối vạn vật (IOT), dữ liệu lớn Bigdata giúp cho việc truyền tải dữ liệu được thực hiện một cách nhanh chóng trên nhiều nền tảng tạo nên một không gian dữ liệu khổng lồ dịch chuyển và đan xen liên tục thông qua các phương tiện truyền dẫn có kết nối internet. Sự phát triển như vũ bão của khoa học, kỹ thuật và công nghệ cùng với quá trình chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ tại Việt Nam đã tạo ra những cơ hội chuyển mình phát triển mạnh mẽ trong tất cả các lĩnh vực, đặc biệt đối với hệ thống truyền thông báo chí trong thời đại số, vai trò sứ mệnh tham gia mọi tiến trình truyền thông và chuyển đổi số nhằm thay đổi đồng bộ nhận thức, hành vi của người dân, doanh nghiệp phù hợp với mục tiêu của chuyển đổi số quốc gia.

Những cơ hội là rất lớn nhưng nguy cơ tiềm ẩn cũng rất nhiều, một trong số đó là nguy cơ mất an toàn với hệ thống an ninh thông tin trên môi trường không gian mạng. Tình hình mất an toàn thông tin, an ninh trên không gian mạng đang diễn biến vô cùng phức tạp và khó kiểm soát. Các cuộc tấn công vào hệ thống công nghệ thông tin không ngừng tăng cả về số lượng, cường độ và tính phức tạp, làm mất an ninh thông tin nghiêm trọng. Các nhóm tội phạm mạng đang gia tăng nhanh chóng với tính chất và mức độ ngày càng tinh vi và nguy hiểm gây tổn thất nghiêm trọng về kinh tế, đe dọa trực tiếp tới an ninh quốc gia, toàn cầu. Nhiều quốc gia trên thế giới đã phát triển lực lượng tác chiến mạng, sẵn sàng tham gia, đối phó với tình trạng mất an ninh thông tin và chiến tranh mạng.

Các cơ quan báo chí, nhất là các cơ quan báo chí tham gia nhiệm vụ bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, thường xuyên đấu tranh trực diện với các âm mưu, thủ đoạn của các thế lực thù địch sẽ là mục tiêu mà chúng tập trung thực hiện các hành vi tấn công mạng nhằm phá hoại hệ thống, lấy cắp dữ liệu, thay đổi

nội dung, giao diện các trang/cổng thông tin điện tử,... Do vậy, công tác bảo đảm an toàn, an ninh thông tin cho các cơ quan này hết sức quan trọng và cần được triển khai một cách liên tục, chính xác, bài bản, thống nhất, đồng bộ và toàn diện.

Vấn đề đặt ra là làm thế nào để hoạt động truyền thông chính sách đạt được hiệu quả tối tốt nhất là 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" 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. Vậy câu hỏi đặt ra là làm sao để các cơ quan, người dân, doanh nghiệp, tham gia mạnh mẽ trong công tác truyền thông chính sách nhưng vẫn đảm bảo an toàn an ninh thông tin.

1. Những vấn đề chung về an ninh thông tin trong truyền thông chính sách

Vấn đề chung về Quản trị an ninh thông tin

Quản trị

Theo James Stoner và Stephen Robbins: Quản trị là tiến trình hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát những hoạt động của các thành viên trong tổ chức và sử dụng tất cả các nguồn lực khác của tổ chức nhằm đạt được mục tiêu đã đề ra

An ninh thông tin

An ninh thông tin là việc bảo đảm thông tin trên mạng không gây phương hại đến an ninh quốc gia, trật tự an toàn xã hội, bí mật nhà nước, quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân. (trích dẫn khoản 13 Điều 3 Thông tư số 110/2014/TT-BQP ngày 22 tháng 8 năm 2014 của bộ trưởng Bộ quốc phòng). Thuật ngữ “an ninh, an toàn thông tin” có nghĩa là bảo vệ thông tin và hệ thống thông tin không bị truy cập trái phép, sử dụng, tiết lộ, gián đoạn, thay đổi hoặc phá hoại nhằm bảo đảm: tính nguyên vẹn nghĩa là bảo vệ chống lại việc sửa đổi hoặc phá hoại thông tin trái phép, bao gồm việc bảo đảm thông tin xác thực và không bị gián đoạn); tính bảo mật nghĩa là hạn chế quyền tiếp cận và tiết lộ thông tin, bao gồm cả việc bảo vệ thông tin cá nhân và thông tin riêng; tính khả dụng nghĩa là bảo đảm cho việc có thể truy cập được và sử dụng được thông tin một cách kịp thời và tin cậy.

Quản trị an ninh thông tin

Quản trị an ninh thông tin là tiến trình hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát thông tin bằng các nguồn lực của tổ chức nhằm đảm bảo thông tin trên mạng không gây phương đến an ninh quốc gia, trật tự an toàn xã hội, bí mật nhà nước, quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân nhằm đạt được mục tiêu đề ra.

Trong thời đại kỹ thuật số, và hệ thống thông tin mạng internet việc bảo đảm nhất quán cơ sở dữ liệu khó hơn rất nhiều so việc kiểm tra giám sát về cơ sở vật chất hiện hữu. Người thực hiện Việc bảo đảm an toàn thông tin và các hệ thống công nghệ thông tin quan trọng phải có kiến thức và kỹ năng chuyên môn về vấn đề mình chịu trách nhiệm giám sát đồng thời phải có hiểu biết về lĩnh vực công nghệ thông tin.

Việc bảo đảm an toàn thông tin là việc làm quan trọng đòi hỏi người quản lý phải được đào tạo về chuyên môn công nghệ thông tin đồng thời cũng phải có sự hiểu biết sâu sắc về giá trị dữ mà mình quản lý. Trong thực tiễn hiện nay những người làm công nghệ thông tin có mức lương rất cao cũng như chế độ đãi ngộ rất tốt cộng với việc họ am hiểu về lĩnh vực chuyên môn mà mình quản lý là không nhiều.

Vấn đề chung của truyền thông chính sách

Truyền thông:

Truyền thông là quá trình trao đổi, chia sẻ thông tin về các vấn đề trong thực tiễn, cảm xúc, suy nghĩ, hành động giữa hai hoặc nhiều đối tượng khác nhau nhằm thay đổi nhận thức, hành vi và thái độ của đối tượng tiếp nhận.

Chính sách:

Chính sách công là những hành động ứng xử của Nhà nước đối với các vấn đề xảy ra trong cuộc sống người dân và toàn xã hội bằng nhiều hình thức khác nhau nhằm cải thiện đời sống người dân và thúc đẩy xã hội phát triển theo định hướng.

Truyền thông chính sách:

Truyền thông chính sách là quá trình trao đổi, chia sẻ thông tin về hệ thống các quy tắc mang tính xử sự chung do nhà nước ban hành hoặc thừa nhận một cách có chủ ý hướng dẫn nhằm thúc đẩy xã hội phát triển theo định hướng.

Truyền thông chính sách là hoạt động đã được diễn ra thường xuyên và liên tục, đặc biệt là các đơn vị báo chí truyền thông và các trung tâm truyền

thông của đơn vị nhà nước. Tuy nhiên khái niệm về truyền thông chính sách lại khá mới ở Việt Nam và được nhắc nhiều trong thời gian vừa qua. Ngày 30 tháng 03 năm 2022 thủ tướng chính phủ ký 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”. Có thể nói đây là một sự khẳng định rõ ràng của chính phủ đối với hoạt động truyền thông chính sách trong giai đoạn 2022-2027. Chúng ta cùng đi vào nội dung này trong chương 2 để thấy được tầm quan trọng trong việc truyền tải các thông điệp chính sách đối với người dân.

2. Quản trị an ninh thông tin trong truyền thông chính sách ở Việt Nam

2.1. Quản trị An ninh thông tin trong truyền thông

Chính phủ Việt Nam luôn đề cao vai trò của truyền thông nói chung và báo chí nói riêng trong mọi mặt của đời sống xã hội và hơn nữa là an ninh thông tin, an ninh quốc gia. Điều này được thể hiện qua nhiều chủ trương của Đảng, luật pháp, chính sách, của Nhà nước.

Tình hình an ninh thông tin ở Việt Nam đã và đang có những diễn biến phức tạp. Các cơ quan đặc biệt nước ngoài, các thế lực thù địch, phản động tăng cường hoạt động tình báo, gián điệp, khủng bố, phá hoại hệ thống thông tin và an toàn mạng; tán phát thông tin xấu, độc hại nhằm tác động chính trị nội bộ, can thiệp, hướng lái chính sách, pháp luật của Việt Nam. Hoạt động tấn công nhằm vào hệ thống an thông tin quốc gia với thủ đoạn ngày càng tinh vi và nghiêm trọng.

Theo báo cáo của bộ thông tin truyền thông trung bình mỗi năm, qua kiểm tra các cơ quan chức năng đã phát hiện trên 850.000 tài liệu chiến tranh tâm lý, phản động, ân xá quốc tế, tài liệu tuyên truyền tà đạo trái phép; gần 750.000 tài liệu tuyên truyền chống Đảng, Nhà nước được tán phát vào Việt Nam. Từ 2010 đến 2019 đã có 53.744 lượt cổng thông tin, trang tin điện tử có tên miền .vn bị tấn công, trong đó có 2.393 lượt cổng thông tin, trang tin điện tử của các cơ quan Đảng, Nhà nước “.gov.vn”, xuất hiện nhiều cuộc tấn công mang màu sắc chính trị, gây ra những hậu quả nghiêm trọng. Tội phạm an ninh mạng và vi phạm pháp luật trong lĩnh vực thông tin diễn biến phức tạp, gia tăng về số vụ, thủ đoạn tinh vi, gây thiệt hại nghiêm trọng về nhiều mặt. Các hành vi phá hoại cơ sở hạ tầng thông tin; gây mất an toàn an ninh thông tin, làm mất ổn định hoạt động bình thường của mạng máy tính, mạng viễn thông, phương tiện điện tử của các cơ quan, tổ chức, cá nhân và hệ thống thông tin vô

tuyến điện. Các hoạt động phá hoại đã và đang gây ra những thiệt hại lớn về kinh tế, xâm hại trực tiếp đến quyền, lợi ích hợp pháp của các cơ quan, tổ chức và cá nhân. Theo kết quả đánh giá an ninh mạng do Tập đoàn công nghệ Bkav thực hiện, trong năm 2019, chỉ tính riêng thiệt hại do virus máy tính gây ra đối với người dùng Việt Nam đã lên tới 20.892 tỷ đồng (tương đương 902 triệu USD), hơn 1,8 triệu máy tính bị mất dữ liệu do sự lan tràn của các loại mã độc mã hóa dữ liệu nhằm đánh cắp dữ liệu, thay đổi nội dung cơ sở dữ liệu, trong đó có nhiều máy chủ chứa dữ liệu của các cơ quan, gây đình trệ hoạt động của nhiều cơ quan, doanh nghiệp.

Hoạt động sử dụng không gian mạng để xâm phạm an ninh quốc gia của các thế lực thù địch, phản động ngày càng phức tạp và nguy hiểm, tuyên truyền phá hoại tư tưởng, phá hoại nội bộ, kích động biểu tình, bạo loạn, lật đổ chính quyền. thông qua các trang mạng xã hội để liên minh, liên kết, móc nối trong ngoài, tập hợp lực lượng nhằm lật đổ chính quyền.

Từ những vấn đề nêu trên có thể thấy rằng việc đảm bảo truyền thông chính sách một cách an toàn hiệu quả thì việc quản trị an ninh thông tin là vô cùng quan trọng.

2.2. Hoạt động truyền thông chính sách ở Việt Nam

Hoạt động truyền thông chính sách là một phần trong hoạt động của chính phủ nhằm đưa thông tin về chính sách đến người dân, mong muốn 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. Nhận thức rõ vai trò của truyền thông chính sách sẽ giúp chính phủ và các nhà truyền thông có chiến lược phù hợp, nhằm tạo dựng sự đồng thuận trong xã hội.

Có nhiều cách tiếp cận để thực hiện truyền thông chính sách tuy nhiên việc thực hiện truyền thông thường được tiếp cận như sau:

Một là truyền thông chính sách sau khi chính sách được ban hành. Các hoạt động truyền thông mới thực hiện hoạt truyền thông nói chung và báo chí nói riêng nhằm giới thiệu, tuyên truyền, vận động, thuyết phục tới người dân đặc biệt là những đối tượng bị tác động trực tiếp bởi chính sách hiệu được chính phủ đã ban hành chính sách nào những lợi ích mà chính sách mang lại đối với người dân. Mong muốn người dân áp dụng chính sách và đồng thuận trong xã hội.

Hai là truyền thông chính sách trước khi ban hành chính sách. Đó là hoạt động truyền thông trong quá trình dự thảo chính sách mục đích là truyền tải thông điệp của các cơ quan nhà nước (chính phủ, bộ, ngành..), phản ánh các nội dung dự kiến sẽ ban hành trong thời gian tới để tác động đến dư luận xã hội hoặc các đơn vị ban hành chính sách khác với mong muốn được ủng hộ hoặc thông qua trong quá trình đề xuất.

Ba là truyền thông chính sách nhằm lấy ý kiến khảo sát đánh giá và chủ động góp ý, phản biện từ người dân và đối tượng chịu tác động trực tiếp của chính sách, và mức độ cao nhất của hình thức này là đối thoại chính sách nhằm tìm kiếm một phương án tối ưu cho chính sách sắp được ban hành, hoặc điều chỉnh các chính sách đã có theo hướng tích cực và hiệu quả hơn.

Để phát huy hiệu quả trong hoạt động truyền thông chính sách thì cần linh hoạt thực hiện các phương án truyền với các mục tiêu tiếp cận và mục đích của chính sách được áp dụng.

Quyết định 407/QĐ-TTg ngày 30/3/2022 cũng đã chỉ ra:

+ Huy động nguồn lực xã hội tham gia công tác truyền thông dự thảo chính sách gồm đội ngũ nhà khoa học, nhà hoạt động thực tiễn, chuyên gia tham gia thực hiện truyền thông về dự thảo chính sách.

+ Khuyến khích các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân tham gia, hỗ trợ nguồn lực để tổ chức các hoạt động truyền thông về dự thảo chính sách theo quy định của pháp luật.

Có thể thấy một điều hết sức nổi bật đó là việc khuyến khích các thành phần ngoài công lập cùng tham gia vào quá trình truyền thông chính sách và đây là một khẳng định thể hiện rõ nét về việc người dân có thể tham gia vào quá trình truyền thông, dự thảo chính sách. Trước đây vấn đề về truyền thông chính sách vẫn được hiểu như là một không gian riêng nơi chỉ báo chí (quyền lực thứ tư) được phép thực hiện.

2.3 Một số lưu ý về quản trị an ninh thông tin trong truyền thông chính sách

Với sự phát triển công nghệ thông tin toàn cầu, Việt nam đã vận dụng thời cơ để phát triển kinh tế ngoạn mục. Có được tiềm lực kinh tế kinh tế và những quyết sách, định hướng đúng đắn của Đảng, chính phủ trong phát triển, ứng dụng công nghệ thông tin, coi khoa học - công nghệ là một ngành kinh tế mũi nhọn để thúc đẩy kinh tế tri thức, tranh thủ các thành tựu khoa học - công nghệ tiên tiến để đẩy nhanh hơn tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất

nước. Tính đến tháng 1/2020, Việt Nam có 68,17 triệu người sử dụng Internet, chiếm gần 70% dân số, nằm trong Top 20 quốc gia có tỉ lệ người dùng Internet cao nhất thế giới. Sự phát triển của các thiết bị thông minh có kết nối internet là lợi thế trong việc thực hiện truyền thông chính sách được nhanh chóng và dễ dàng tuy nhiên cũng đặt ra nhiều thách thức đối với công tác quản trị an ninh thông tin.

Truyền thông chính sách nếu không được thực hiện một cách nghiêm túc và khoa học thì rất có thể mặt trái của nó có thể vượt ra ngoài ý nghĩa chỉ là công cụ, cầu nối, hay chỉ là phản biện trung lập khách quan mà rất có thể trở thành công cụ dẫn dắt các xu hướng tiêu cực, thậm chí “thao túng chính sách” trong việc hoạch định, khảo sát, đánh giá lấy ý kiến, phản biện xa rời các giá trị dân chủ, nhân bản và phát triển lạm dụng quyền ban hành chính sách, thực thi và đánh giá chính sách để phục vụ lợi ích của cá nhân hoặc phe nhóm. Vô tình truyền thông chính sách trở thành công cụ cho hành động tham nhũng chính sách. Tham nhũng chính sách là một loại hình tham nhũng đặc biệt, nó tạo ra hành lang pháp lý cho việc trục lợi trong một thời gian dài của các cá nhân, doanh nghiệp mưu cầu lợi ích riêng cho bản thân mình, nhóm mình, móc nối với những người thiết kế chính sách, những người ra quyết định để đưa ra chính sách có lợi cho họ, bất chấp lợi ích chung, trong những trường hợp này, truyền thông chính sách bị biến chuyển vì mục tiêu xấu.

Truyền thông chính sách có xu hướng vượt qua giới hạn của nó. Do sự cạnh tranh giữa các cơ quan truyền thông nhằm thu hút lượng người xem, nên một số chương trình, bài viết thảo luận chính sách...được phát sóng vội vàng, thiếu sự kiểm soát dẫn đến phản ánh sai lệch chính sách, gây bức xúc dư luận. Do đó, cần xây dựng quy tắc ứng xử, các quy định chặt chẽ để chính phủ, doanh nghiệp và người dân giám sát hoạt động của truyền thông tốt hơn, công bằng hơn. Vai trò giám sát truyền thông không chỉ là công việc của chính phủ mà còn là trách nhiệm của các công dân.

Truyền thông chính sách dễ bị thao túng bởi các thế lực chính trị đối lập. Khi truyền thông chính sách bị thao túng, các nhóm lợi ích, đặc biệt và giới tinh hoa chính trị chi phối các quá trình hoạch định chính sách, không công khai trong thay đổi chính sách sẽ gây ra phản ứng của công chúng. Trong trường hợp này, chính sự liên kết giữa các nhà báo và nhà hoạch định chính sách là động lực thực sự của chương trình nghị sự chính sách chứ không phải là từ công chúng.

Truyền thông chính sách để trở thành công cụ thúc đẩy sự hợp pháp hóa các hoạt động phi pháp. Khi truyền thông liên minh với các nhà hoạch định chính sách để thể chế hóa vấn đề chính sách, công chúng nói chung sẽ bị đẩy xa hơn ra phía lề của các quá trình hoạch định chính sách. Khi truyền thông bị thao túng, các nhóm yếu thế và công chúng bị đưa ra ngoài chu trình chính sách.

3. Thực tiễn và giải pháp tăng cường an ninh thông tin trong truyền thông chính sách ở Việt Nam

3.1 Thực tiễn thúc đẩy tăng cường an ninh thông tin trong truyền thông chính sách

Với vai trò là Chủ tịch của Viện quản trị chính sách và chiến lược phát triển tôi cho rằng các chính sách dựa trên các yếu tố khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo là chìa khóa cho sự tiến bộ, phát triển của một quốc gia. Nếu không có nền tảng vững chắc về khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, một quốc gia sẽ khó chuyển đổi từ một nước đang phát triển thành một nước phát triển. Theo nghiên cứu trên thế giới, vai trò của truyền thông chính sách đối với chính phủ cũng như hạn chế mà nó có thể mang lại được nhìn nhận trên một số khía cạnh:

Một là, truyền thông chính sách hỗ trợ chính phủ xây dựng thành công chính sách và giúp cho chính sách ngày càng được hoàn thiện hơn. Vai trò của truyền thông chính sách không chỉ giới hạn để cung cấp thông tin mà còn có chức năng giáo dục mọi người về các vấn đề chính sách quan trọng, liên quan đến cuộc sống của người dân.

Hai là, truyền thông chính sách làm trung gian thực hiện các đánh giá chính sách và giám sát thực hiện chính sách theo nhiều chiều cạnh khác nhau. Truyền thông chính sách làm cơ sở trung gian đối thoại giữa chính phủ và các bên liên quan dựa trên sự đồng thuận.

Ba là, truyền thông chính sách góp phần quảng bá hình ảnh của chính phủ, cải thiện hình ảnh khu vực công bằng cách giúp người dân hiểu biết hơn về chính sách của chính phủ, đồng thời giúp chính phủ hiểu được những kỳ vọng thay đổi của người dân. Mức độ ủng hộ và phản kháng của công chúng cũng như tầm quan trọng của các phản biện của người dân trở nên rõ ràng, từ đó tạo ra cơ hội để điều chỉnh hay củng cố lập luận cho quá trình hoạch định chính sách.

Bốn là, truyền thông chính sách góp phần nâng cao tính dân chủ trong hoạt động của chính phủ, làm cho công chúng trở nên quan tâm hơn đến chính trị và chính sách. Thực tế cho thấy ở nơi nào loại bỏ quy định về chức năng cơ bản của truyền thông chính sách sẽ làm giảm khả năng của công dân tham gia một cách có ý nghĩa vào quá trình hoạch định chính sách của chính phủ, giảm các sáng kiến của công chúng qua các phương tiện truyền thông.

3.2 Một số giải pháp tăng cường an ninh thông tin trong truyền thông chính sách.

3.2.1 Quản trị an ninh thông tin truyền thông chính sách theo hướng xây dựng văn hóa truyền thông

Tập trung quản lý văn hóa của người hoạt động thông chính sách. Người với tư cách là chủ thể sáng tạo nên những sản phẩm truyền thông để thông tin tới công chúng, trước hết người tham gia hoạt động truyền thông phải ý thức được vai trò của mình đối với công chúng và xã hội. Những người làm truyền thông chính sách phải có lập trường tư tưởng vững vàng và đúng đắn, được trang bị những kiến thức cần thiết và có phong văn hóa chuẩn mực.

3.2.2 Quản trị thông tin trên không gian mạng

Giải pháp về quản lý Nhà nước: Vận dụng triệt để Luật an toàn thông tin, Luật An ninh mạng để đấu tranh, xử lý các vụ việc vi phạm. Bộ Thông tin và Truyền thông cùng Ban tuyên giáo, Bộ công an, Bộ quốc phòng quán triệt nhận thức, nâng cao nghiệp vụ cho cán bộ quản lý, cán bộ thanh tra ngoài trau dồi kỹ năng nhận diện âm mưu, thủ đoạn chống phá, kịp thời phát hiện các website giả mạo.

3.2.3 Tăng cường vai trò của cơ quan quản lý nhà nước

Thực hiện tốt quy định tại Điều 7 Luật báo chí ngày 05 tháng 06 năm 2016 tiếp tục tăng cường sự lãnh đạo của Đảng, sự quản lý của Nhà nước, sự phối hợp chặt chẽ của Hội Nhà báo và các bộ ban ngành, cơ quan chủ quản nhằm tạo sự thống nhất trong lãnh đạo, quản lý hoạt động báo chí truyền thông. Đẩy mạnh quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc đến năm 2025 với vai trò chỉ đạo định hướng để báo chí phát triển mạnh mẽ, phục vụ tốt mục tiêu tuyên truyền tạo đồng thuận xã hội.

3.2.4 Thay đổi cơ chế để hoàn thiện thể chế quản lý hoạt động truyền thông chính sách

Nếu như các ngành khác chỉ có một cơ quan chủ quản thì báo chí có tới 3 cơ quan cùng chịu trách nhiệm: Ngoài cơ quan chủ quản nhân sự trực tiếp

còn có cơ quan chỉ đạo định hướng là Ban tuyên giáo, cơ quan quản lý nhà nước về báo chí là Bộ Thông tin và Truyền thông. Tuy nhiên mối quan hệ giữa 3 cơ quan này cần phải được cụ thể rõ ràng tránh sự chồng chéo.

3.2.5 Hoàn thiện hệ thống tăng cường giám sát an toàn thông tin trên không gian mạng

Ngày 11/5/2022, Trung tâm Công nghệ thông tin phát hành Công văn số 146/TTCNTT-KTHT về việc Tăng cường bảo đảm an toàn thông tin theo cấp độ và nâng cao năng lực bảo đảm an toàn thông tin theo mô hình 4 lớp đó là Mô hình bảo đảm an toàn thông tin chuyên nghiệp 4 lớp bao gồm: Lực lượng tại chỗ; Tổ chức hoặc doanh nghiệp giám sát, bảo vệ chuyên nghiệp; Tổ chức hoặc doanh nghiệp độc lập kiểm tra, đánh giá định kỳ.

3.2.6 Nghiên cứu mô hình quản lý nhà nước về truyền thông chính sách trên thế giới và các công nghệ mới để áp dụng tại Việt Nam

Không thể phủ nhận những thành tựu cũng như kinh nghiệm quản lý báo chí nói chung và an toàn thông tin và an ninh mạng mà một số các quốc gia trên thế giới như Singapore, Trung Quốc, Thái Lan hay các quốc gia phát triển như Đức, Pháp, Thụy Điển đã đạt được, Việt Nam cần ứng dụng linh hoạt có chọn lọc để phù hợp với tình hình thực tế.

3.2.7 Đào tạo đội ngũ quản trị an ninh thông tin và hoạt động truyền thông chính sách có trình độ chuyên môn về an ninh mạng

Thứ nhất, ở cấp độ quản lý nhà nước cần thành lập một tổ công tác chuyên biệt về An ninh mạng, bao gồm các chuyên gia hàng đầu trong nước và nước ngoài. Việt Nam không thiếu những chuyên gia An ninh mạng được thế giới biết đến, thậm chí hiện nay họ vẫn đang làm việc và sinh sống tại Việt Nam. Nhóm chuyên gia này sẽ tham mưu đề xuất các giải pháp trong việc đảm bảo ATTT, đảm bảo an ninh quốc gia trên không gian mạng. Ở cấp độ Bộ Công an cũng nên thành lập một nhóm các chuyên gia ngoài ngành để tham mưu và có thể trực tiếp giải quyết các vấn đề về An ninh thông tin mà Bộ quản lý và giúp Bộ chủ động trong đấu tranh với tội phạm cũng như với tình báo gián điệp kỹ thuật của nước ngoài.

Thứ hai, việc tấn công vào một hệ thống mạng tại Việt Nam lại dễ dàng trong đó có lý do nhận thức chung về ATTT chưa tốt. Cần sớm biên soạn các giáo trình đào tạo hướng dẫn và ban hành bộ tiêu chí về ATTT. Chỉ có thể nâng cao nhận thức ATTT cho đội ngũ quản lý mới giúp chúng ta cảnh giác và bảo vệ bản thân tốt hơn trên không gian mạng.

3.2.8 Giải pháp bảo đảm an ninh thông tin, trên không gian mạng hiện nay

Văn phòng chính phủ, Bộ Công an, Bộ Quốc phòng, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Tư pháp phối hợp phân công đội ngũ chuyên gia về công nghệ thông tin, khoa học pháp lý đủ năng lực, trình độ, kinh nghiệm để chủ động tham gia vào các quá trình thảo luận về vấn đề không gian mạng và an ninh mạng, trong đó có nội dung chủ quyền không gian mạng, tại các diễn đàn quốc tế đa phương, nhất là tại Liên hợp quốc.

3.2.9 Huy động nguồn lực tư nhân và tăng cường các giải pháp truyền thông đổi mới sáng tạo để cùng đảm bảo an toàn, an ninh mạng và thông tin mạng quốc gia.

Trong bối cảnh hầu hết các cơ quan truyền thông báo chí ở Việt Nam chưa thực sự chú trọng đến các công nghệ truyền thông tương lai và không hề có bộ phận nghiên cứu - phát triển thì các vườn ươm công nghệ đã tiên phong ươm tạo doanh nghiệp nghiên cứu và phát triển, phát huy đổi mới sáng tạo và khuyến khích phát triển hệ sinh thái quản lý có tư duy sản phẩm truyền thông và sản phẩm an toàn thông tin mạng, như chống mã độc, quét virus và phát hiện sớm các nguy cơ mất an toàn thông tin. Các vườn ươm công nghệ đủ điều kiện để lập bộ phận nghiên cứu - phát triển mạnh, quy tụ nhiều tài năng công nghệ để nghiên cứu về xu hướng phát triển của báo chí và công nghệ truyền thông, đồng thời tạo ra những sản phẩm truyền thông mang tầm dẫn dắt, định hướng.

Trong công tác phát triển an ninh thông tin trong truyền thông chính sách, việc xác định đúng đắn điều kiện của các tiêu chuẩn an ninh thông tin là cơ sở gốc trong công tác truyền thông chính sách. Trong nền báo chí cách mạng và mục tiêu truyền thông chính sách, với nhiệm vụ bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch; truyền thông chính sách gồm tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức cho đội ngũ cán bộ, đảng viên và các tầng lớp nhân dân. Khi bị tấn công mạng, bị đánh cắp dữ liệu, thay đổi, chỉnh sửa nội dung tuyên truyền định hướng, đường lối, chính sách, ... thì hậu quả sẽ vô cùng to lớn. Vì vậy, việc nâng cao vai trò quản trị an ninh mạng và tăng cường các giải pháp kỹ thuật công nghệ trong việc bảo đảm an ninh, an toàn thông tin là hết sức cần thiết.

XII. KỸ NĂNG GÓP Ý, PHẢN BIỆN XÃ HỘI ĐỐI VỚI CÁC DỰ THẢO CHÍNH SÁCH, PHÁP LUẬT CỦA MẶT TRẬN TỔ QUỐC VIỆT NAM VÀ CÁC TỔ CHỨC CHÍNH TRỊ - XÃ HỘI

Thực hiện quyền, trách nhiệm của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam được Hiến pháp năm 2013 và Luật Mặt trận Tổ quốc Việt Nam quy định, một trong những nhiệm vụ quan trọng của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam là tham gia xây dựng pháp luật mà trọng tâm là góp ý, phản biện xã hội đối với dự thảo các chính sách. Trong quá trình thực hiện quyền, trách nhiệm góp ý, phản biện xã hội Mặt trận Tổ quốc Việt Nam luôn chú trọng công tác truyền thông chính sách, đặc biệt những chính sách lớn có tác động lớn đến xã hội tạo sự đồng thuận của cơ quan, tổ chức và người dân ngay từ khâu soạn thảo. Thông qua hoạt động góp ý, phản biện chính sách của Mặt trận Tổ quốc các cấp và các tổ chức thành viên đã góp phần làm minh bạch hơn các chính sách, nâng cao nhận thức của các chủ thể trong xã hội đối với chính sách được góp ý, được phản biện xã hội, đồng thời góp phần bảo đảm hài hòa hơn về lợi ích của nhà nước, xã hội và công dân trong các chính sách được ban hành. Đặc biệt, thông qua hoạt động góp ý, phản biện xã hội góp phần thông tin nhanh chóng, kịp thời, từ sớm, từ xa nội dung chủ chương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước đến với quần chúng Nhân dân.

Trên cơ sở Chương trình xây dựng pháp luật của Quốc hội, Hội đồng nhân dân cùng cấp Mặt trận Tổ quốc Việt Nam cùng cấp chủ động phối hợp với các tổ chức chính trị - xã hội hiệp thương thống nhất kế hoạch phản biện xã hội. Đồng thời, chủ động phân công cán bộ, chuyên viên theo dõi, tham gia góp ý ngay từ khâu soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật.

1. Kỹ năng góp ý, phản biện xã hội

1.1. Hoạt động góp ý kiến xây dựng văn bản pháp luật

Việc tham gia góp ý kiến xây dựng văn bản pháp luật của MTTQ Việt Nam được quy định tại Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2020: tại Khoản 1, Điều 6 quy định “ Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, các tổ chức thành viên khác của Mặt trận và các cơ quan, tổ chức khác, cá nhân có quyền và được tạo điều kiện tham gia góp ý kiến về đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật và dự thảo văn bản quy phạm pháp luật” và tại khoản 3, Điều 6 quy định “Trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, cơ quan, tổ chức, đại biểu Quốc hội chủ trì soạn thảo và cơ quan, tổ chức có liên quan có trách nhiệm tạo điều kiện để các cơ quan, tổ chức, cá nhân tham gia góp ý kiến về đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật, để Mặt trận Tổ quốc Việt Nam thực hiện

phản biện xã hội đối với dự thảo văn bản quy phạm pháp luật; tổ chức lấy ý kiến của đối tượng chịu sự tác động trực tiếp của văn bản quy phạm pháp luật”.

Đồng thời, Điều 21 Luật Mặt trận Tổ quốc Việt Nam năm 2015 cũng quy định “2. Mặt trận Tổ quốc Việt Nam theo quy định của pháp luật tham gia góp ý kiến vào dự thảo Hiến pháp, dự án luật, pháp lệnh và dự thảo văn bản quy phạm pháp luật khác; kiến nghị với cơ quan nhà nước có thẩm quyền sửa đổi, bổ sung, bãi bỏ văn bản pháp luật trái Hiến pháp và pháp luật” và khoản 3 quy định “Trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, cơ quan, tổ chức chủ trì soạn thảo và các cơ quan, tổ chức hữu quan có trách nhiệm tạo điều kiện để Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tham gia góp ý kiến; tiếp thu và phản hồi kiến nghị của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam theo quy định của pháp luật” .

Ủy ban MTTQ, các tổ chức thành viên Mặt trận các cấp chủ động tham gia góp ý hoặc theo đề nghị của các cơ quan, tổ chức có dự thảo văn bản.

Trong một số trường hợp, việc góp ý là thẩm quyền và trách nhiệm của Ủy ban MTTQ Việt Nam và các tổ chức thành viên khi nội dung chính sách, quy định trong dự thảo văn bản liên quan trực tiếp đến tổ chức, hoạt động của MTTQ Việt Nam, của đoàn viên, hội viên, tổ chức thành viên của tổ chức mình.

Chủ thể: tham gia góp ý văn bản quy phạm pháp luật gồm:

- 1- Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- 2- Các tổ chức thành viên của Mặt trận;
- 3- Các cơ quan, tổ chức, cá nhân.

1.2. Các hình thức tham gia ý kiến:

Việc tham gia góp ý dự thảo văn bản quy phạm pháp luật của Ủy ban MTTQ và các tổ chức thành viên Mặt trận được thực hiện theo các hình thức chủ yếu sau:

- 1- Gửi văn bản góp ý.
- 2- Tổ chức hội nghị góp ý kiến.

3- Ngoài ra, MTTQ và các tổ chức thành viên của Mặt trận còn có thể phát động các tổ chức thành viên, hội viên, đoàn viên của mình và Nhân dân tham gia đóng góp ý kiến đối với các dự án, dự thảo quan trọng có ảnh hưởng lớn đối với toàn xã hội, đến thể chế chính trị, chủ quyền quốc gia, đến đời sống của các tầng lớp Nhân dân như dự thảo Hiến pháp và các luật được Quốc hội quyết định đưa ra trưng cầu ý kiến Nhân dân.

Mặt trận các cấp, các tổ chức thành viên của Mặt trận động viên hội viên, đoàn viên, Nhân dân, nhất là đối với những người thuộc nhóm đối tượng chịu sự tác động của văn bản quan tâm nghiên cứu và gửi ý kiến góp ý trên Cổng thông

tin điện tử của Cơ quan, tổ chức xây dựng Dự án văn bản pháp luật, cơ quan trình Dự án hoặc cơ quan có thẩm quyền xem xét, thông quan văn bản (như: Công thông tin điện tử của Bộ Tư pháp, của Quốc hội, các bộ, ngành, Ủy ban Nhân dân, Hội đồng Nhân dân, các sở, ngành của địa phương...)

1.3. Phạm vi góp ý

Phạm vi góp ý toàn diện dự thảo văn bản từ nội dung đến kỹ thuật soạn thảo văn bản, câu chữ, từ ngữ, không giới hạn phạm vi góp ý.

1.4. Quy trình góp ý kiến đối với dự thảo văn bản quy phạm pháp luật

Thông thường quy trình tổ chức lấy ý kiến góp ý dự thảo chính sách được thực hiện theo 4 bước sau:

- * Bước 1: Chuẩn bị thu thập tài liệu, nghiên cứu dự thảo văn bản;
- * Bước 2: Tổ chức Hội nghị hoặc gửi văn bản góp ý;
- * Bước 3: Xây dựng văn bản góp ý, gửi cơ quan, tổ chức chủ trì soạn thảo và cơ quan tổ chức có thẩm quyền ban hành văn bản;
- * Bước 4: Theo dõi, đôn đốc việc phản hồi văn bản phản biện xã hội.

Lưu ý: quy trình, thủ tục góp ý kiến cơ bản được thực hiện như quy trình phản biện xã hội. Tuy nhiên, mức độ chặt chẽ về thủ tục, trách nhiệm của các chủ thể tham gia góp ý không yêu cầu chặt chẽ như với thủ tục phản biện xã hội.

2. Về hoạt động phản biện xã hội

2.1. Khái niệm

Phản biện xã hội của MTTQ Việt Nam là việc Ủy ban MTTQ Việt Nam các cấp trực tiếp hoặc đề nghị các tổ chức thành viên của Mặt trận nhận xét, đánh giá, nêu chính kiến, kiến nghị đối với dự thảo văn bản pháp luật, quy hoạch, kế hoạch, chương trình, dự án, đề án của cơ quan nhà nước, tổ chức đảng (gọi chung là dự thảo văn bản) (Khoản 1, Điều 32 LMTTQ Việt Nam).

2.2. Mục đích, tính chất và nguyên tắc

- **Mục đích:** Góp phần bảo đảm tính đúng đắn, phù hợp với thực tiễn đời sống xã hội và tính hiệu quả của văn bản sẽ được ban hành.
- **Tính chất:** Tính xã hội, khách quan, khoa học và xây dựng.
- **Nguyên tắc:** Dân chủ, công khai, minh bạch, bảo đảm sự tham gia của thành viên, hội viên, đoàn viên và Nhân dân; tôn trọng các ý kiến khác nhau nhưng không trái với quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của Nhân dân, lợi ích quốc gia, dân tộc.

11.2.3. Đối tượng, nội dung, phạm vi phản biện xã hội

- Đối tượng:

- Dự thảo văn bản của cơ quan nhà nước, cấp ủy cùng cấp có liên quan trực tiếp đến quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của Nhân dân, quyền và trách nhiệm của MTTQ Việt Nam.

- Nội dung và phạm vi phản biện xã hội bao gồm:

+ Sự cần thiết; sự phù hợp với chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước;

+ Tính đúng đắn, khoa học, khả thi;

+ Đánh giá tác động, hiệu quả về chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, quốc phòng, an ninh, đối ngoại của dự thảo văn bản;

+ Việc bảo đảm hài hòa lợi ích của Nhà nước, Nhân dân, tổ chức.

Tuỳ nội dung văn bản cơ quan chủ trì phản biện xã hội lựa chọn các vấn đề phản biện xã hội phù hợp.

2.4. Chủ thể phản biện xã hội

- Ủy ban MTTQ Việt Nam các cấp: Chủ trì phản biện xã hội đối dự thảo văn bản của cơ quan, tổ chức cùng cấp có liên quan trực tiếp đến quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của Nhân dân, quyền trách nhiệm của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam

- Các tổ chức chính trị - xã hội: Theo đề nghị của Ủy ban MTTQ Việt Nam hoặc theo quy định của pháp luật các tổ chức chính trị- xã hội chủ trì phản biện xã hội đối với dự thảo văn bản của cơ quan, tổ chức cùng cấp có liên quan trực tiếp đến quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của đoàn viên, hội viên, quyền và trách nhiệm của tổ chức mình.

- Các tổ chức thành viên khác của MTTQ Việt Nam phối hợp với Ủy ban MTTQ Việt Nam thực hiện phản biện xã hội đối với các đối tượng và nội dung quy định tại khoản 1 và khoản 2 Điều 33 Luật MTTQ Việt Nam có liên quan trực tiếp đến quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của đoàn viên, hội viên, quyền và trách nhiệm của tổ chức mình.

2.5. Hình thức phản biện xã hội

1- Tổ chức hội nghị phản biện xã hội.

2- Gửi dự thảo văn bản được phản biện đến các cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan để lấy ý kiến phản biện xã hội.

3- Tổ chức đối thoại trực tiếp giữa MTTQ Việt Nam với cơ quan, tổ chức có dự thảo văn bản được phản biện xã hội.

2.6. Quyền và trách nhiệm của MTTQ Việt Nam

1- Xây dựng kế hoạch phản biện xã hội (gồm: Kế hoạch giám sát và phản biện xã hội hằng năm; Kế hoạch phản biện xã hội cho từng dự thảo cụ thể).

2- Yêu cầu cơ quan, tổ chức chủ trì soạn thảo gửi dự thảo văn bản và thông tin, tài liệu cần thiết.

3- Thực hiện các hình thức (hoạt động) phản biện xã hội (Điều 34 Luật MTTQ Việt Nam).

4- Xây dựng và gửi văn bản phản biện đến cơ quan, tổ chức có dự thảo văn bản được phản biện (và cả các cơ quan có liên quan).

5- Yêu cầu cơ quan chủ trì soạn thảo trả lời bằng văn bản đối với kiến nghị của MTTQ Việt Nam.

2.7. Quyền và trách nhiệm của cơ quan, tổ chức chủ trì soạn thảo dự thảo văn bản được phản biện

1- Gửi dự thảo văn bản được phản biện xã hội đến MTTQ Việt Nam chậm nhất là 15 ngày trước khi trình cơ quan có thẩm quyền ban hành văn bản; cung cấp thông tin, tài liệu cần thiết.

2- Cử người có trách nhiệm tham dự hội nghị phản biện xã hội hoặc tham gia đối thoại khi MTTQ Việt Nam yêu cầu.

3- Trả lời bằng văn bản đối với kiến nghị của MTTQ Việt Nam, trường hợp không tiếp thu kiến nghị thì phải giải trình; báo cáo ý kiến phản biện xã hội của MTTQ Việt Nam với cơ quan, tổ chức có thẩm quyền ban hành văn bản.

2.8. Xây dựng kế hoạch phản biện xã hội hằng năm

a) Căn cứ xây dựng kế hoạch (Khoản 2 Điều 2 Nghị quyết liên tịch số 403):

- Chương trình phối hợp và thống nhất hành động hằng năm của Ủy ban MTTQ Việt Nam các cấp.

- Chương trình, kế hoạch xây dựng văn bản quy phạm pháp luật hằng năm; dự thảo quy hoạch, kế hoạch, chương trình, dự án, đề án (sau đây gọi chung là dự thảo văn bản) của cơ quan nhà nước, tổ chức đảng cùng cấp có liên quan trực tiếp đến quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của Nhân dân, hội viên, đoàn viên của các tổ chức thành viên, quyền và trách nhiệm của Ủy ban MTTQ Việt Nam.

- Kiến nghị của tổ chức thành viên của MTTQ Việt Nam.
- Đề nghị của cơ quan nhà nước, tổ chức đảng cùng cấp có dự thảo văn bản.

b) Nội dung kế hoạch: Xác định mục đích, yêu cầu, nội dung, hình thức, thời gian, chủ thể tiến hành và đối tượng được phản biện xã hội trong năm.

Kế hoạch phản biện xã hội nêu rõ nội dung phản biện do MTTQ chủ trì, nội dung do từng tổ chức chính trị - xã hội chủ trì.

Khi cần thiết, nội dung kế hoạch có thể điều chỉnh hoặc bổ sung theo sự thống nhất của các bên tùy theo điều kiện thực tế và thời gian tổ chức thực hiện.

c) Thủ tục xây dựng kế hoạch:

- Quý IV hằng năm, Ủy ban MTTQ Việt Nam chủ trì hiệp thương thống nhất với các tổ chức chính trị - xã hội cùng cấp lựa chọn nội dung và xác định các hình thức phản biện xã hội phù hợp để xây dựng dự thảo kế hoạch phản biện của năm sau.

Việc hiệp thương được tổ chức bằng hình thức hội nghị gồm đại diện Ban Thường trực Ủy ban MTTQ Việt Nam, đại diện lãnh đạo các tổ chức chính trị - xã hội cùng cấp, do đại diện Ban Thường trực Ủy ban MTTQ chủ trì.

- Trên cơ sở Dự thảo kế hoạch giám sát và phản biện xã hội hằng năm đã được hiệp thương, Ủy ban MTTQ Việt Nam trao đổi, thống nhất với các cơ quan hữu quan cùng cấp về dự thảo kế hoạch giám sát. Việc trao đổi, thống nhất với các cơ quan có thể bằng hình thức tổ chức hội nghị hoặc gửi dự thảo kế hoạch xin ý kiến.

+ Ở Trung ương, trao đổi, thống nhất với Ủy ban Thường vụ Quốc hội, Chính phủ.

+ Ở cấp tỉnh, trao đổi, thống nhất với Đoàn đại biểu Quốc hội, Hội đồng nhân dân, Ủy ban nhân dân cùng cấp.

+ Ở cấp huyện, cấp xã, dự thảo kế hoạch giám sát có sự trao đổi, thống nhất với Hội đồng nhân dân (Thường trực Hội đồng nhân dân) và Ủy ban nhân dân cùng cấp.

- Sau khi đã trao đổi, thống nhất với các cơ quan nhà nước cùng cấp, Ban Thường trực Ủy ban MTTQ ban hành kế hoạch phản biện xã hội và báo cáo với cấp ủy cùng cấp trước khi triển khai.

2.9. Quy trình thực hiện phản biện xã hội

2.9.1. Tổ chức hội nghị phản biện xã hội

*** Bước 1: Chuẩn bị tổ chức hội nghị**

- Đại diện Ban Thường trực Ủy ban MTTQ hoặc lãnh đạo các tổ chức chính trị - xã hội trao đổi với cơ quan chủ trì soạn thảo về tài liệu, thời gian, địa điểm, nội dung và cách thức tiến hành tổ chức hội nghị phản biện; yêu cầu cung cấp tài liệu và cử đại diện có thẩm quyền tham dự hội nghị.

- Ban Thường trực Ủy ban MTTQ hoặc lãnh đạo các tổ chức chính trị- xã hội cấp xây dựng kế hoạch tổ chức hội nghị.

- Ban Thường trực Ủy ban MTTQ hoặc lãnh đạo tổ chức chính trị- xã hội cấp chủ trì hội nghị phản biện phân công đơn vị, cá nhân tham mưu bước đầu nghiên cứu định hướng, đề xuất nội dung phản biện xã hội; tổng hợp ý kiến, kiến nghị, phản ánh của người dân liên quan đến nội dung phản biện xã hội.

- Đề nghị tổ chức thành viên của Mặt trận, Hội đồng tư vấn, Ban tư vấn, tổ tư vấn có liên quan (nếu có) làm nòng cốt tham gia, đồng thời, mời các chuyên gia, nhà khoa học am hiểu lĩnh vực, nội dung dự kiến phản biện xã hội tham dự.

Tùy từng nội dung, lĩnh vực có thể đặt từ 5 đến 10 bài viết của chuyên gia tham gia phản biện xã hội chuyên sâu đối với nội dung cần được phản biện xã hội.

- Trong trường hợp cần thiết, cơ quan chủ trì phản biện có thể tổ chức khảo sát thực tế, trao đổi chuyên gia, nhất là với các thành viên các hội đồng tư vấn có liên quan về những nội dung cần phản biện; phân công cá nhân chịu trách nhiệm về một, một số nội dung cần phản biện.

- Chậm nhất 05 ngày làm việc trước ngày tổ chức hội nghị, cơ quan chủ trì phản biện gửi tài liệu đến đại biểu tham dự hội nghị phản biện xã hội.

- Tùy theo tính chất, quy mô và phạm vi phản biện xã hội, Ban Thường trực Ủy ban MTTQ hoặc lãnh đạo tổ chức chính trị- xã hội quyết định về thành phần tham dự hội nghị theo Điều 14 Nghị quyết liên tịch số 403 như sau:

+ *Thành phần hội nghị phản biện xã hội do Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam tổ chức gồm:* Đại diện Ban Thường trực Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam chủ trì hội nghị; đại diện Trung ương các tổ chức chính trị - xã hội; thành viên các Hội đồng tư vấn của Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam, các chuyên gia, nhà khoa học thuộc lĩnh vực hoạt động có liên quan đến nội dung dự thảo văn bản được phản biện xã hội; đại diện cơ quan, tổ chức chủ trì soạn thảo văn bản được phản biện xã hội; đại diện cơ quan, tổ chức khác có liên quan.

+ *Thành phần hội nghị phản biện xã hội do Ủy ban MTTQ Việt Nam ở địa phương tổ chức gồm:* Đại diện Ban Thường trực Ủy ban MTTQ Việt Nam tổ chức hội nghị phản biện xã hội chủ trì hội nghị; đại diện các tổ chức chính trị - xã hội; thành viên Hội đồng tư vấn (đối với cấp tỉnh), Ban tư vấn (đối với cấp

huyện), Tổ tư vấn (đối với cấp xã); các chuyên gia, người có uy tín, kinh nghiệm thực tiễn thuộc lĩnh vực hoạt động có liên quan đến nội dung dự thảo văn bản được phản biện xã hội; đại diện cơ quan, tổ chức chủ trì soạn thảo văn bản được phản biện xã hội; đại diện cơ quan, tổ chức khác có liên quan.

+ *Thành phần hội nghị phản biện xã hội do tổ chức chính trị - xã hội tổ chức theo đề nghị của Ủy ban MTTQ Việt Nam cùng cấp gồm:* Đại diện lãnh đạo các tổ chức chính trị-xã hội chủ trì hội nghị; đại diện lãnh đạo Ủy ban MTTQ Việt Nam; các chuyên gia, nhà khoa học, người có uy tín, kinh nghiệm thực tiễn thuộc lĩnh vực hoạt động có liên quan đến nội dung dự thảo văn bản được phản biện xã hội; đại diện cơ quan, tổ chức chủ trì soạn thảo văn bản được phản biện xã hội; đại diện cơ quan, tổ chức khác có liên quan.

*** Bước 2: Hội nghị phản biện xã hội:**

Hội nghị được tiến hành theo trình tự, thủ tục sau:

- Đại diện Ban Thường trực Ủy ban MTTQ Việt Nam hoặc đại diện lãnh đạo tổ chức chính trị- xã hội tổ chức hội nghị chủ trì hội nghị.

- Đại diện cơ quan, tổ chức có dự thảo văn bản được phản biện xã hội giới thiệu những nội dung cơ bản của dự thảo.

- Đại diện Ban Thường trực MTTQ hoặc đại diện lãnh đạo tổ chức chính trị - xã hội trình bày định hướng và những nội dung trọng tâm cần tập trung phản biện.

- Các đại biểu tham dự hội nghị tiến hành thảo luận về các nội dung phản biện xã hội.

- Đại diện cơ quan, tổ chức có dự thảo văn bản được phản biện xã hội trao đổi, giải trình làm rõ những vấn đề có liên quan đến nội dung được phản biện xã hội.

- Chủ trì hội nghị kết luận hội nghị. Trong đó, cần nêu rõ những vấn đề của dự thảo văn bản cần đề nghị cơ quan chủ trì soạn thảo xem xét, nghiên cứu để sửa đổi, bổ sung cho phù hợp.

*** Bước 3: Xây dựng văn bản phản biện xã hội:**

- Ngay sau hội nghị phản biện xã hội, trên cơ sở các ý kiến phản biện và kết luận tại hội nghị, Ban Thường trực Ủy ban MTTQ hoặc lãnh đạo tổ chức chính trị - xã hội chỉ đạo đơn vị chuyên môn, cá nhân có trách nhiệm xây dựng văn bản phản biện xã hội.

- Tùy theo nội dung phản biện mà văn bản phản biện xã hội có thể gồm các nội dung được quy định tại Khoản 2, Điều 33 Luật MTTQ Việt Nam, gồm: sự phù hợp với chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà

nước; tính đúng đắn, khoa học, khả thi; đánh giá tác động, hiệu quả về chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, quốc phòng, an ninh, đối ngoại của dự thảo văn bản; bảo đảm hài hòa lợi ích của Nhà nước, tổ chức, cá nhân.

(Lưu ý: nội dung phản biện không nên quá rộng mà nên tập trung sâu vào một số vấn đề trọng yếu của dự thảo văn bản được phản biện)

- Chậm nhất 7 ngày kể từ ngày tổ chức hội nghị phản biện, Ban Thường trực Ủy ban MTTQ Việt Nam hoặc lãnh đạo tổ chức chính trị - xã hội chủ trì phản biện xã hội gửi văn bản phản biện xã hội đến cơ quan, tổ chức chủ trì soạn thảo văn bản (và các cơ quan, tổ chức có liên quan).

Ngoài nội dung phản biện, văn bản phản biện cần xác định thời hạn đề nghị cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản phải trả lời bằng văn bản đối với kiến nghị của cơ quan chủ trì phản biện. Thời gian tối thiểu từ 7 đến 15 ngày; trường hợp đặc biệt có thể kéo dài hơn nhưng phải có sự trao đổi, thống nhất giữa hai cơ quan và không vượt quá 30 ngày.

**** Bước 4: Theo dõi, đôn đốc việc phản hồi văn bản phản biện xã hội:***

- Ban Thường trực Ủy ban MTTQ hoặc lãnh đạo các tổ chức chính trị - xã hội chủ trì phản biện xã hội có trách nhiệm theo dõi việc tiếp thu, giải trình đối với những ý kiến phản biện xã hội, kiến nghị.

- Hết thời hạn đã đề nghị cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản trả lời đối với kiến nghị của cơ quan chủ trì phản biện (được xác định trong văn bản phản biện) mà cơ quan này chưa có văn bản trả lời, cơ quan chủ trì phản biện cần ban hành văn bản đôn đốc cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản phải khẩn trương có trả lời bằng văn bản. Nếu cơ quan, tổ chức chủ trì soạn thảo văn bản vẫn không có văn bản trả lời hoặc không tiếp thu ý kiến, kiến nghị thì, cơ quan chủ trì phản biện xã hội có văn bản yêu cầu cơ quan, tổ chức đó phải có trả lời, giải trình. Đồng thời, có văn bản báo cáo ý kiến phản biện xã hội với cơ quan, tổ chức có thẩm quyền ban hành văn bản (Ví dụ: Nếu hết thời hạn trả lời mà Sở A (là cơ quan được Ủy ban Nhân dân tỉnh giao chủ trì soạn thảo dự thảo văn bản nghị quyết của Hội đồng nhân dân để Ủy ban nhân dân tỉnh trình Hội đồng nhân dân) nhưng Sở A vẫn không có văn bản trả lời hoặc có văn bản trả lời mà không tiếp thu ý kiến, kiến nghị phản biện xã hội thì, cơ quan chủ trì phản biện ban hành văn bản báo cáo về việc này và phản ánh đầy đủ các ý kiến đã phản biện xã hội với Ủy ban nhân dân tỉnh để Ủy ban nhân dân tỉnh có chỉ đạo hoặc xem xét việc thực hiện nhiệm vụ của Sở A).

2.9.2. Gửi dự thảo văn bản được phản biện xã hội đến các cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan để lấy ý kiến phản biện xã hội

Hình thức gửi dự thảo văn bản được phản biện xã hội đến các cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan để lấy ý kiến phản biện xã hội là việc Ủy ban MTTQ Việt Nam chủ trì hoặc các tổ chức chính trị - xã hội chủ trì theo đề nghị của Ủy ban MTTQ Việt Nam cùng cấp hoặc theo quy định của pháp luật gửi dự thảo văn bản tới các chuyên gia, nhà khoa học, thành viên các tổ chức tư vấn, cơ quan, tổ chức có liên quan để lấy ý kiến phản biện và tập hợp, tổng hợp gửi cơ quan, tổ chức chủ trì dự thảo văn bản.

*** Bước 1: Chuẩn bị gửi văn bản lấy ý kiến:**

- Ban Thường trực Ủy ban MTTQ Việt Nam hoặc lãnh đạo tổ chức chính trị- xã hội cấp chủ trì phản biện xây dựng kế hoạch, dự kiến danh sách, cá nhân, tổ chức tham gia phản biện xã hội.

- Tùy thuộc vào nội dung văn bản Ủy ban MTTQ Việt Nam hoặc tổ chức chính trị- xã hội cấp tổ chức phản biện lựa chọn gửi dự thảo văn bản cần phản biện đến cơ quan, tổ chức, nhà khoa học, nhà hoạt động thực tiễn, các chức sắc, tôn giáo, người tiêu biểu trong hệ thống MTTQ là người am hiểu nội dung, lĩnh vực cần phản biện xã hội hoặc đối tượng chịu sự tác động trực tiếp của văn bản để lấy ý kiến cho phù hợp.

Bước 2: Tổ chức nghiên cứu văn bản:

- Ban Thường trực Ủy ban MTTQ hoặc tổ chức chính trị - xã hội cấp tổ chức phản biện xã hội nghiên cứu xây dựng định hướng nội dung cần phản biện xã hội.

- Trong thời hạn 05 ngày làm việc, kể từ ngày nhận được dự thảo văn bản cần phản biện xã hội, Ban Thường trực Ủy ban MTTQ hoặc lãnh đạo các tổ chức chính trị- xã hội gửi dự thảo văn bản cần phản biện xã hội đến cơ quan, tổ chức cá nhân được lựa chọn tham gia phản biện xã hội.

Trong văn bản xin ý kiến phản biện, cơ quan chủ trì phản biện nên định hướng nội dung cần phản biện và xác định thời hạn gửi văn bản phản biện; đề nghị các cơ quan, tổ chức phản ánh kiến nghị của đoàn viên, hội viên và nhân dân về nội dung cần phản biện.

*** Bước 3: Xây dựng văn bản phản biện xã hội:**

- Ngay sau khi nhận được ý kiến tham gia phản biện xã hội của cơ quan, tổ chức, cá nhân, cơ quan chủ trì phản biện xã hội tiến hành tập hợp, tổng hợp để

xây dựng văn bản phản biện xã hội. Trường hợp cần thiết có thể gửi dự thảo văn bản phản biện để xin ý kiến tổ chức, cá nhân đã có ý kiến phản biện.

- Nội dung văn bản phản biện xã hội được thực hiện theo Khoản 2, Điều 33 Luật MTTQ Việt Nam và biểu mẫu số 05/MT.

**** Bước 4: Theo dõi, đôn đốc việc phản hồi văn bản phản biện xã hội:***

- Ban Thường trực Ủy ban MTTQ hoặc lãnh đạo các tổ chức chính trị - xã hội cấp chủ trì phản biện xã hội có trách nhiệm theo dõi việc tiếp thu, giải trình đối với những ý kiến phản biện xã hội.

- Hết thời hạn được ấn định trong văn bản phản biện, Ban Thường trực Ủy ban MTTQ, lãnh đạo tổ chức chính trị- xã hội chủ trì phản biện có văn bản đôn đốc cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản được phản biện trả lời bằng văn bản.

- Trường hợp cơ quan, tổ chức chủ trì dự thảo văn bản không trả lời hoặc không tiếp thu ý kiến phản biện xã hội, Ban Thường trực Ủy ban MTTQ, lãnh đạo tổ chức chính trị- xã hội có văn bản yêu cầu trả lời, đề nghị giải trình và có văn bản báo cáo ý kiến phản biện xã hội của MTTQ với cơ quan, tổ chức có thẩm quyền ban hành văn bản.

2.9.3. Tổ chức đối thoại trực tiếp giữa cơ quan chủ trì phản biện với cơ quan, tổ chức có dự thảo văn bản được phản biện

Tổ chức đối thoại trực tiếp giữa cơ quan chủ trì phản biện với cơ quan, tổ chức có dự thảo văn bản được phản biện xã hội là việc Ban Thường trực Ủy ban MTTQ các cấp (Ở Trung ương có thể là Đoàn Chủ tịch Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam) hoặc lãnh đạo các tổ chức chính trị - xã hội chủ trì (theo đề nghị của Ủy ban MTTQ Việt Nam cùng cấp hoặc theo quy định của pháp luật) tiến hành tổ chức hội nghị đối thoại trực tiếp với đại diện có thẩm quyền của cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản về một hoặc một số nội dung cần phản biện xã hội.

Ngoài đại diện cơ quan, tổ chức chủ trì soạn thảo văn bản được phản biện xã hội, Hội nghị đối thoại nên mời thêm đại diện cơ quan, tổ chức có thẩm quyền ban hành văn bản được phản biện xã hội tham dự.

Ban Thường trực Ủy ban MTTQ hoặc lãnh đạo tổ chức chính trị- xã hội có thể chọn hình thức đối thoại trực tiếp trong bốn trường hợp sau:

1- Khi xét thấy nội dung cần phản biện xã hội có mức độ quan trọng, có khả năng ảnh hưởng lớn đến kinh tế - xã hội, đến quốc phòng, an ninh chính trị của đất nước nên cần phải đối thoại để trao đổi, làm rõ ý kiến của mỗi cơ quan.

2- Dự thảo văn bản có phạm vi ảnh hưởng rộng đến quyền, lợi ích hợp pháp, chính đáng của một bộ phận lớn nhân dân.

3- Hoặc sau khi Ủy ban MTTQ Việt Nam, lãnh đạo tổ chức chính trị - xã hội đã tổ chức Hội nghị phản biện hoặc gửi văn bản phản biện, nhưng giữa cơ quan chủ trì phản biện và cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản được phản biện vẫn còn có ý kiến khác nhau về những nội dung quan trọng.

4- Do cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản đề nghị tổ chức.

*** Bước 1: Chuẩn bị tổ chức hội nghị đối thoại:**

- Cơ quan chủ trì phản biện trao đổi với cơ quan chủ trì soạn thảo về thời gian, địa điểm, cách thức tiến hành tổ chức hội nghị đối thoại.

- Cơ quan chủ trì phản biện xây dựng kế hoạch tổ chức hội nghị đối thoại.

- Xây dựng định hướng, nội dung phản biện xã hội.

- Đặt chuyên gia, người có kinh nghiệm thực tiễn về nội dung được phản biện xã hội nghiên cứu, chuẩn bị nội dung phản biện.

- Trường hợp cần thiết gửi nội dung phản biện đến cơ quan chủ trì soạn thảo để có sự trao đổi qua lại trong quá trình phản biện; tổ chức khảo sát, điều tra xã hội học về nội dung được phản biện.

- Chậm nhất 05 ngày làm việc trước ngày tổ chức hội nghị, Cơ quan chủ trì phản biện gửi giấy mời, tài liệu cho đại biểu tham dự hội nghị phản biện xã hội. Thành phần tham dự hội nghị theo Điều 18 Nghị quyết liên tịch số 403.

*** Bước 2: Hội nghị đối thoại:**

Hội nghị được tiến hành theo trình tự, thủ tục sau:

- Ban Thường trực Ủy ban MTTQ hoặc đại diện lãnh đạo tổ chức chính trị - xã hội tổ chức hội nghị đối thoại chủ trì hội nghị. Chủ trì hội nghị đối thoại nêu rõ sự cần thiết, ý nghĩa mục đích và các nội dung cần tập trung đối thoại.

- Đại diện cơ quan, tổ chức có dự thảo văn bản được phản biện xã hội trình bày về những nội dung cơ bản (nếu trước đó chưa tổ chức phản biện) hoặc trình bày, giải trình thêm về những nội dung được đưa ra đối thoại.

- Các đại biểu tham dự hội nghị thảo luận về dự thảo văn bản.

- Đại diện cơ quan, tổ chức có dự thảo văn bản được phản biện trao đổi làm rõ những vấn đề cần thiết có liên quan, những nội dung tiếp thu, những nội dung không tiếp thu thì giải trình thêm.

- Mời đại diện cơ quan, tổ chức có thẩm quyền ban hành hoặc phê duyệt dự thảo văn bản phát biểu quan điểm, ý kiến về các nội dung đã được đối thoại (nếu có)

- Chủ trì hội nghị kết luận. Trong đó, nêu rõ những nội dung của dự thảo văn bản đã được đối thoại tại hội nghị, những nội dung nào đã được thống nhất với đại diện cơ quan có dự thảo văn bản, những nội dung nào chưa thống nhất và ý kiến của cơ quan chủ trì phản biện xã hội.

*** Bước 3: Xây dựng văn bản phản biện xã hội:**

- Ngay sau khi tổ chức hội nghị đối thoại, trên cơ sở các ý kiến phản biện tại hội nghị đối thoại, Ban Thường trực Ủy ban MTTQ Việt Nam hoặc lãnh đạo tổ chức chính trị - xã hội tổng hợp ý phản biện để xây dựng văn bản phản biện xã hội. Văn bản phản biện xã hội thể hiện được những nội dung đối thoại tại hội nghị và kết luận của chủ trì hội nghị đối thoại.

- Chậm nhất 7 ngày, kể từ ngày kết thúc hội nghị đối thoại, Ban Thường trực Ủy ban MTTQ Việt Nam hoặc lãnh đạo tổ chức chính trị xã hội chủ trì phản biện xã hội gửi văn bản phản biện xã hội đến cơ quan, tổ chức chủ trì soạn thảo văn bản.

- Nội dung văn bản kiến nghị được thực hiện theo Khoản 2, Điều 33 Luật Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và kết luận tại hội nghị đối thoại.

*** Bước 4: Theo dõi, đôn đốc việc phản hồi văn bản phản biện xã hội:**

- Ban Thường trực Ủy ban MTTQ hoặc lãnh đạo các tổ chức chính trị - xã hội cấp chủ trì phản biện xã hội có trách nhiệm theo dõi việc tiếp thu, giải trình đối với những ý kiến phản biện xã hội.

- Hết thời hạn được ấn định trong văn bản phản biện, Ban Thường trực Ủy ban MTTQ, lãnh đạo tổ chức chính trị- xã hội chủ trì phản biện có văn bản đôn đốc cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản được phản biện trả lời bằng văn bản.

- Trường hợp cơ quan, tổ chức chủ trì dự thảo văn bản không trả lời hoặc không tiếp thu ý kiến phản biện xã hội, Ban Thường trực Ủy ban MTTQ, lãnh đạo tổ chức chính trị- xã hội có văn bản yêu cầu trả lời, đề nghị giải trình và có văn bản báo cáo ý kiến phản biện xã hội của MTTQ với cơ quan, tổ chức có thẩm quyền ban hành văn bản.

3. Phân biệt sự giống và khác nhau giữa hoạt động góp ý và hoạt động phản biện xã hội

3.1. sự giống nhau:

(1) *Về hình thức:* Hoạt động phản biện xã hội và góp ý đều sử dụng hai

hình thức: tổ chức hội nghị phản biện xã hội và gửi dự thảo văn bản được góp ý hoặc phản biện đến các cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan để lấy ý kiến phản biện xã hội.

(2) *Về đối tượng*: Đối tượng của phản biện xã hội và góp ý đều là dự thảo văn bản của cơ quan nhà nước cùng cấp có liên quan trực tiếp đến quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của nhân dân, quyền và trách nhiệm của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam.

(3) *Về mục đích*: Điều góp phần bảo đảm tính đúng đắn, phù hợp với thực tiễn đời sống xã hội và tính hiệu quả của văn bản; bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của nhân dân; phát huy dân chủ; tăng cường đồng thuận xã hội.

- *Về tính chất*: Điều giống nhau ở tính xã hội, khách quan, khoa học, xây dựng.

(4) *Về nguyên tắc*: Điều bảo đảm nguyên tắc dân chủ, công khai, minh bạch, bảo đảm sự tham gia của thành viên, hội viên, đoàn viên và nhân dân; tôn trọng các ý kiến khác nhau nhưng không trái với quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của nhân dân, lợi ích quốc gia, dân tộc.

(5) *Về thành phần tham dự hội nghị*: Tùy tình hình, điều kiện và tính chất, mức độ, phạm vi, nội dung của dự thảo văn bản góp ý hay phản biện xã hội có thể mời: tương ứng với từng cấp có đại diện Ban Thường trực Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam; Đoàn Chủ tịch; Ban Thường trực Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam các cấp; đại diện lãnh đạo các tổ chức chính trị - xã hội; đại diện cơ quan, tổ chức có dự thảo văn bản được góp ý, phản biện xã hội; đại diện lãnh đạo các cơ quan, tổ chức có liên quan; thành viên các hội đồng tư vấn, các tổ chức tư vấn của Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam cùng cấp, các chuyên gia, nhà khoa học thuộc lĩnh vực hoạt động có liên quan đến nội dung dự thảo văn bản cần góp ý, phản biện xã hội.

(6) *Về kết quả*: Điều có văn bản kiến nghị của Ban Thường trực Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam hoặc của các tổ chức chính trị - xã hội, các tổ chức thành viên.

3.2 Sự khác nhau:

(1) *Về hình thức*: Ngoài sử dụng hình thức hội nghị như hoạt động góp ý, hoạt động phản biện xã hội còn sử dụng hình thức tổ chức hội nghị đối thoại trực tiếp giữa Mặt trận Tổ quốc Việt Nam với cơ quan, tổ chức có dự thảo văn bản được phản biện xã hội.

(2) *Về thành phần hội nghị*:

- *Hội nghị phản biện xã hội gồm*: Đại diện cơ quan chủ trì phản biện xã hội: Ban Thường trực Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam; đại diện lãnh đạo các tổ chức chính trị - xã hội cấp tổ chức phản biện; các chuyên gia, nhà khoa học, người có kinh nghiệm hoạt động thực tiễn, am hiểu lĩnh vực phản biện do Mặt trận Tổ quốc Việt Nam mời tham gia phản biện xã hội; đại diện cơ quan tổ chức chủ trì soạn thảo văn bản được phản biện xã hội; và tùy tính chất, mức độ quan trọng cơ quan chủ trì phản biện xã hội đại diện của cơ quan có thẩm quyền ban hành văn bản được phản biện xã hội tham dự.

- *Hội nghị góp ý gồm*: Có thể mời đủ hoặc không bắt buộc có đủ thành phần như hội nghị phản biện xã hội; ở những trường hợp cụ thể, căn cứ tính chất, mức độ dự thảo văn bản, có thể Ban Thường trực, lãnh đạo các tổ chức chính trị - xã hội, các tổ chức thành viên có văn bản kiến nghị góp ý. Tại hội nghị này không nhất thiết phải mời cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản.

(3) Về nội dung hội nghị:

- *Nội dung phản biện xã hội*: Tại hội nghị phản biện, các đại biểu tham dự hội nghị tập trung phản biện xã hội những vấn đề mà cơ quan chủ trì phản biện thấy chưa phù hợp, còn có nhiều ý kiến khác nhau. Tại hội nghị phản biện xã hội, các ý kiến tham gia không chỉ đơn thuần là ý kiến một chiều, mà có thể có sự trao đổi đôi lại, thảo luận để đi đến cùng một vấn đề; tại hội nghị này, có thể phạm vi giới hạn chỉ cần một nội dung để phản biện xã hội, nội dung đó liên quan mật thiết đến đời sống nhân dân, được dư luận xã hội quan tâm.

- *Nội dung góp ý*: Tại hội nghị góp ý, các đại biểu tham dự hội nghị có thể góp ý toàn diện văn bản từ nội dung đến kỹ thuật văn bản, câu chữ, từ ngữ, không giới hạn phạm vi góp ý.

(4) Về trình tự, thủ tục:

- *Về hoạt động phản biện xã hội*: Được thực hiện theo các quy định của Luật Mặt trận Tổ quốc Việt Nam năm 2015 và Điều 15, Nghị quyết liên tịch số 403/2017/NQLT-UBTVQH14-CP-ĐCTUBTWMTTQVN ngày 15-6-2017.

- *Về hoạt động góp ý*: Được thực hiện theo các quy định của Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật.

4. Một số lưu khi tổ chức thực hiện hoạt động góp ý, phản biện xã hội

4.1. Để góp ý, phản biện xã hội và truyền thông các dự thảo chính sách có hiệu quả, trọng tâm, trọng điểm thì các báo cáo viên, tuyên truyền viên, người hoạt động trong lĩnh vực tham mưu tổng hợp ý kiến góp ý, phản biện xã hội phải có

năng lực tuy duy, đánh giá và nắm chắc các quy định của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về lĩnh vực góp ý, phản biện xã hội.

Trong quá trình tổ chức góp ý, phản biện xã hội, nếu xét thấy cần thiết có thể tổ chức đi khảo sát, đánh giá tình hình thực tế tại cơ sở; tổ chức lấy ý kiến người dân, doanh nghiệp trực tiếp chịu sự tác động.

4.2. Chuẩn bị các điều kiện cần thiết về cơ sở lý luận, cơ sở pháp lý và cơ sở thực tiễn; đối với những nội dung còn nhiều ý kiến khác nhau cần tiến hành khảo sát, điều tra xã hội học, huy động và phân công trách nhiệm nghiên cứu, chuẩn bị nội dung và ý kiến đánh giá, đề xuất kiến nghị cụ thể cho các chuyên gia, nhà khoa học, nhà hoạt động thực tiễn. Trong quá trình tổ chức góp ý, phản biện xã hội, khi cần thiết có thể tổ chức đi khảo sát, đánh giá tình hình thực tế tại cơ sở; tổ chức hỏi ý kiến người dân, doanh nghiệp trực tiếp chịu sự tác động.

4.3. Việc tập hợp, tổng hợp kiến nghị góp ý phản biện xã hội phải khoa học, khách quan, trung thực, đầy đủ, có sự chất lọc bảo đảm đầy đủ căn cứ pháp lý, khoa học và thực tiễn, đồng thời đưa ra các giải pháp có tính khả thi.

4.4. Phân công cán bộ có trách nhiệm, trình độ, năng lực làm công tác góp ý phản biện xã hội, thường xuyên theo dõi, đôn đốc việc tiếp thu, trả lời các ý kiến kiến nghị sau phản biện xã hội.

5. Một số giải pháp nâng cao hoạt động góp ý, phản biện xã hội của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam

5.1. Tăng cường công tác lãnh đạo, chỉ đạo thực hiện các quy định của Đảng, pháp luật của Nhà nước đối với công tác giám sát, phản biện xã hội, trong đó chú trọng hoạt động góp ý, phản biện xã hội. Thực hiện nghiêm quy chế tiếp xúc đối thoại giữa người đứng đầu cấp ủy, chính quyền với Nhân dân, tạo phong cách lãnh đạo lắng nghe, cầu thị, chỉ đạo giải quyết, phản hồi ý kiến, kiến nghị của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội.

5.2. Tiếp tục hoàn thiện cơ chế tiếp thu, phản hồi ý kiến góp ý, phản biện xã hội. Rà soát, đánh giá toàn diện, đầy đủ các quy định của Đảng, pháp luật của Nhà nước về công tác giám sát, phản biện xã hội nói chung; kịp thời đề xuất việc sửa đổi, bổ sung hoặc ban hành mới các cơ chế nhằm đáp ứng yêu cầu, thực tiễn hoạt động góp ý phản biện xã hội; các điều kiện, bảo đảm cho việc thực hiện, hiệu lực và hiệu quả của hoạt động góp ý, phản biện xã hội. Quy định đầy đủ, chặt chẽ và cụ thể trách nhiệm chính trị, trách nhiệm pháp lý đối với những cơ quan, tổ chức, cá nhân, nhất là đối với cá nhân người đứng đầu cơ quan, tổ

chức không thực hiện nghiêm việc tiếp thu, phản hồi các kiến nghị của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội.

5.3. Đổi mới nội dung, phương thức tổ chức thực hiện, đa dạng hóa các hình thức góp ý, phản biện xã hội và biện pháp tổ chức thực hiện của Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức thành viên, bảo đảm phù hợp và phát huy hiệu quả nhất mọi năng lực góp ý, phản biện xã hội, thu hút được sự tham gia rộng khắp của mọi tổ chức và cá nhân trong xã hội; huy động sự tham gia của các cơ quan thông tin đại chúng tham gia vào các hoạt động góp ý, phản biện xã hội của MTTQ Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội. Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động góp ý, phản biện xã hội; huy động các tầng lớp nhân dân tham gia vào hoạt động góp ý, phản biện xã hội tạo sự đồng thuận ngay từ khâu xây dựng chính sách. Công khai kết quả góp ý, phản biện xã hội; tăng cường phối hợp với các cơ quan báo chí truyền thông, các cơ quan tổ chức, tạo sức mạnh tổng hợp trong kiến nghị và tiếp thu các kiến nghị sau phản biện xã hội, góp ý.

5.4. Tiếp tục kiện toàn tổ chức bộ máy, đội ngũ cán bộ, công chức có năng lực, trình độ tư duy phản biện xã hội; tăng cường tập huấn, bồi dưỡng, đào tạo nâng cao năng lực, bản lĩnh, trình độ và kỹ năng góp ý, phản biện xã hội. Tăng cường hoạt động theo dõi, đôn đốc việc phản hồi của các cơ quan, tổ chức được giám sát, cơ quan tổ chức có văn bản được phản biện xã hội. Đảm bảo kinh phí cho hoạt động góp ý, phản biện xã hội. Phát huy trí tuệ của các chuyên gia, nhà khoa học, nhà hoạt động thực tiễn tham gia vào các hoạt động góp ý, phản biện xã hội. Đồng thời, huy động được sự tham gia của truyền thông, dư luận xã hội cùng “vào cuộc”. Kết hợp chặt chẽ việc nắm bắt dư luận xã hội, tập hợp, tổng hợp ý kiến kiến nghị của đoàn viên, hội viên và Nhân dân với hoạt động phản biện xã hội.

5.5. Tăng cường các hoạt động kiểm tra, đánh giá, rút kinh nghiệm việc thực hiện các quy định về góp ý, phản biện xã hội. Khen thưởng, động viên kịp thời, đúng đối tượng các cá nhân, tổ chức có thành tích xuất sắc trong công tác góp ý, phản biện xã hội.

XIII. KỸ NĂNG CUNG CẤP THÔNG TIN, TIẾP NHẬN, XỬ LÝ THÔNG TIN GÓP Ý VÀ PHẢN HỒI Ý KIẾN GÓP Ý ĐỐI VỚI DỰ THẢO CHÍNH SÁCH, PHÁP LUẬT

1. Một số vấn đề chung về lấy ý kiến dự thảo chính sách, pháp luật

1.1. Khái niệm lấy ý kiến trong xây dựng chính sách, pháp luật

Lấy ý kiến dự thảo chính sách, pháp luật là một quy trình chính thức do cơ quan chủ trì soạn thảo thực hiện nhằm thu nhận ý kiến góp ý và quan điểm của các cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan về nội dung dự thảo chính sách, pháp luật. Chính vì vậy, lấy ý kiến giúp người dân, doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước hiểu rõ hơn về các chính sách, quy định trong dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật và tăng cường tính công khai, minh bạch của quy trình xây dựng, ban hành văn bản quy phạm pháp luật.

Từ quy định của pháp luật và thực tiễn hoạt động lấy ý kiến dự thảo chính sách, pháp luật, có thể khái quát khái niệm lấy ý kiến trong xây dựng chính sách, pháp luật như sau:

Lấy ý kiến trong xây dựng chính sách, pháp luật là hành động có chủ đích của cơ quan, người có thẩm quyền xây dựng, ban hành văn bản quy phạm pháp luật nhằm thông tin, truyền thông về dự thảo chính sách, pháp luật đến các đối tượng chịu sự tác động trực tiếp, cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan trên cơ sở trao đổi, lắng nghe và phản hồi ý kiến để giúp cơ quan, người có thẩm quyền ban hành văn bản quy phạm pháp luật có cơ sở xem xét, đánh giá trước khi quyết định ban hành hoặc trình cơ quan có thẩm quyền ban hành văn bản quy phạm pháp luật.

1.2. Ý nghĩa của việc lấy ý kiến trong xây dựng chính sách, pháp luật

1.2.1. Hoạt động lấy ý kiến giúp phát huy dân chủ, bảo đảm quyền tham gia của người dân đã được Hiến định

Hoạt động lấy ý kiến tạo điều kiện cho người dân phát biểu ý kiến của mình vào những vấn đề quốc sách, dân sinh được quy định trong văn bản pháp luật và được chính quyền trực tiếp lắng nghe, chắt lọc, tiếp thu.

1.2.2. Việc lấy ý kiến là nguồn thu thập thông tin kiểm chứng, bổ khuyết việc xây dựng chính sách, pháp luật

Ở Việt Nam gần đây, chúng ta thường nói, “chính sách trên trời, cuộc đời dưới đất” và kêu gọi cần đưa chính sách, pháp luật vào cuộc sống. Muốn

như vậy thì trước hết, chính sách, pháp luật phải bắt nguồn từ cuộc sống và để làm được điều đó cần hỏi xem, người dân, xã hội có cần đến chính sách, đạo luật đó hay không, có nghĩa là đưa cuộc sống vào chính sách, pháp luật trước, qua đó, giúp chính sách sát gần với cuộc đời hơn.

1.2.3. Kết quả của hoạt động lấy ý kiến tạo ra nguồn thông tin hữu ích cho các cơ quan nhà nước trong quá trình xây dựng pháp luật

Mục đích chính của lấy ý kiến là để đảm bảo rằng các quyết định được đưa ra dựa trên các chứng cứ xác thực, phản ánh được quan điểm và kinh nghiệm của những người sẽ chịu ảnh hưởng bởi những quyết định này.

1.2.4. Hoạt động lấy ý kiến có tác dụng truyền thông dự thảo chính sách, pháp luật và tạo sự đồng thuận trong xã hội về chính sách được ban hành

Việc lấy ý kiến trong quá trình xây dựng chính sách, pháp luật cũng là một cách tuyên truyền hiệu quả, để người dân, doanh nghiệp, đối tượng chịu sự tác động trực tiếp của chính sách, văn bản có cơ hội nghiên cứu, thảo luận, tiếp cận trước một bước với văn bản, tạo sự ủng hộ, đồng thuận đối với chính sách pháp luật giúp văn bản dễ dàng đi vào cuộc sống khi được chính thức ban hành.

1.2.5. Kết quả của hoạt động lấy ý kiến giúp cho việc lựa chọn chính sách, quyết định ban hành chính sách được minh bạch hơn

Lấy ý kiến trong xây dựng chính sách, pháp luật có ý nghĩa quan trọng trong việc bảo đảm thực hiện nghiêm nguyên tắc công khai, minh bạch và trách nhiệm giải trình trong quá trình xây dựng, ban hành văn bản quy phạm pháp luật, đồng thời là một trong những điều kiện giúp bảo đảm tính khả thi, bảo đảm pháp luật sát dân, gần dân, phản ánh được ý chí, nguyện vọng của đông đảo quần chúng Nhân dân, góp phần bảo đảm hài hòa các quyền, lợi ích trong xã hội.

Lấy ý kiến tạo cho người dân và kể cả các cơ quan chính quyền hiểu rõ hơn về chính sách sẽ được ban hành, tạo sự ủng hộ đối với chính sách, pháp luật sau khi được ban hành, thúc đẩy sự tuân thủ trong việc thực thi pháp luật. Đây chính là yếu tố quan trọng để pháp luật đi vào cuộc sống nhanh hơn và bảo đảm tính khả thi hơn.

1.2.6. Việc thực hiện lấy ý kiến giúp bảo đảm tuân thủ cam kết quốc tế từ phía Nhà nước

Điều 518 Báo cáo của Ban Công tác về việc Gia nhập WTO của Việt Nam ngày 26/10/2006 nêu rõ: “Đại diện của Việt Nam xác nhận kể từ ngày gia nhập, Chính phủ Việt Nam sẽ thực thi đầy đủ Điều X của Hiệp định GATT 1994, Điều III của Hiệp định GATS và các yêu cầu khác về minh bạch hoá của WTO, kể cả các yêu cầu về thông báo, bình luận trước và công khai... Liên quan đến dự thảo các luật, pháp lệnh, nghị định và các quy định khác và biện pháp khác do Quốc hội và Chính phủ ban hành liên quan hoặc ảnh hưởng tới thương mại hàng hoá, dịch vụ và sở hữu trí tuệ, đại diện Việt Nam xác nhận sẽ cho phép một khoảng thời gian hợp lý, tức là không ít hơn 60 ngày, để các Thành viên, cá nhân, hiệp hội và doanh nghiệp có thể đóng góp ý kiến cho các cơ quan có liên quan trước khi những biện pháp này được thông qua. Chính phủ cũng sẽ xem xét những ý kiến nhận được trong khoảng thời gian lấy ý kiến đóng góp. Các trường hợp ngoại lệ duy nhất không cần dành cơ hội đóng góp ý kiến là đối với những quy định hoặc biện pháp khác liên quan đến tình trạng khẩn cấp hoặc an ninh quốc gia, hoặc các quy định mà việc công bố những quy định này sẽ cản trở việc thực thi luật pháp. Ban Công tác ghi nhận các cam kết này.”.

Như vậy, việc lấy ý kiến trong quá trình xây dựng chính sách, pháp luật là một trong những cơ sở, tiền đề quan trọng giúp nâng cao chất lượng của văn bản quy phạm pháp luật; hạn chế tối đa lợi ích nhóm trong quy trình xây dựng, ban hành văn bản quy phạm pháp luật, góp phần bảo đảm tính khả thi của văn bản.

1.3. Quy định của pháp luật hiện hành về lấy ý kiến đối với dự thảo chính sách, pháp luật

Trong quá trình xây dựng, ban hành văn bản quy phạm pháp luật, hoạt động lấy ý kiến đối với dự thảo chính sách, pháp luật được quy định trong Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật và các văn bản quy định chi tiết thi hành Luật này, bao gồm: Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2015, sửa đổi, bổ sung một số điều năm 2020 (Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật); Nghị định số 34/2016/NĐ-CP ngày 14/5/2016 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật, sửa đổi, bổ sung một số điều bởi Nghị định số 154/2020/NĐ-CP ngày 31/12/2020 (Nghị định số 34/2016/NĐ-CP).

Nguyên tắc chung là “Trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, cơ quan, tổ chức, đại biểu Quốc hội chủ trì soạn thảo và cơ quan, tổ chức có liên quan có trách nhiệm tạo điều kiện để các cơ quan, tổ chức, cá nhân

tham gia góp ý kiến về đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật, để Mặt trận Tổ quốc Việt Nam thực hiện phản biện xã hội đối với dự thảo văn bản quy phạm pháp luật; tổ chức lấy ý kiến của đối tượng chịu sự tác động trực tiếp của văn bản quy phạm pháp luật” (khoản 3 Điều 6 Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật). Ý kiến tham gia về đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật phải được nghiên cứu, tiếp thu trong quá trình chỉnh lý dự thảo văn bản (khoản 4 Điều 6 Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật).

Bên cạnh đó, Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật có nhiều quy định khác về việc lấy ý kiến đối với dự thảo chính sách, pháp luật. Cụ thể như sau:

1.3.1. Quy định về trách nhiệm của cơ quan chủ trì lập đề nghị, cơ quan chủ trì soạn thảo trong việc lấy ý kiến đối với đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật

Trong quá trình xây dựng, ban hành văn bản quy phạm pháp luật, các cơ quan nhà nước cần phải lấy ý kiến, lắng nghe ý kiến của người dân để bàn bạc, nghiên cứu tiếp thu nhằm làm cho các chính sách được đề xuất sau khi được quy phạm hóa sẽ phù hợp và đáp ứng được yêu cầu, đòi hỏi của cuộc sống. Do vậy, Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật đã bổ sung nhiều quy định hợp lý hơn về việc lấy ý kiến và tạo điều kiện để Nhân dân tham gia xây dựng pháp luật một cách thực chất, hiệu quả hơn:

- Quy định việc lấy ý kiến là thủ tục bắt buộc trong cả giai đoạn xây dựng chính sách và giai đoạn soạn thảo đối với tất cả các luật, pháp lệnh, một số loại nghị quyết của Quốc hội, Ủy ban Thường vụ Quốc hội, nghị định của Chính phủ và nghị quyết của Hội đồng nhân dân cấp tỉnh¹¹. Đối với các loại văn bản quy phạm pháp luật còn lại, việc lấy ý kiến được thực hiện trong giai đoạn soạn thảo, khi đã có dự thảo văn bản.

- Việc lấy ý kiến được thực hiện với nhiều hình thức đa dạng và trong các giai đoạn khác nhau giúp có cái nhìn toàn diện, khách quan và chính xác nhất về những chính sách trong đề nghị và dự thảo văn bản. Chẳng hạn như: đăng tải hồ sơ đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, hồ sơ dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật trên Cổng thông tin điện tử Quốc hội, Cổng thông tin điện tử Chính phủ và Cổng thông tin điện tử của các bộ, cơ quan

¹¹ Xem Điều 36, Điều 86, Điều 113 Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật.

ngang bộ, tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương để lấy ý kiến¹²; gửi lấy ý kiến bằng văn bản của các cơ quan nhà nước, các tổ chức có liên quan; tổ chức hội thảo, tọa đàm, họp báo để thông tin, trao đổi, thảo luận về những chính sách cơ bản trong đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật hoặc tổ chức đối thoại trực tiếp về chính sách với các đối tượng chịu sự tác động trực tiếp của văn bản.

- Quy định trách nhiệm bắt buộc lấy ý kiến của đối tượng chịu sự tác động trực tiếp các chính sách trong đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật và dự thảo văn bản quy phạm pháp luật¹³.

- Bên cạnh việc đăng tải toàn văn hồ sơ dự án, dự thảo văn bản, Luật yêu cầu cơ quan chủ trì tổ chức lấy ý kiến cần xác định nội dung lấy ý kiến phù hợp với từng đối tượng lấy ý kiến và xác định cụ thể địa chỉ tiếp nhận ý kiến, trong đó tập trung vào những chính sách lớn, quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp đến người dân, doanh nghiệp.

1.3.2. Quy định về trách nhiệm giải trình, phản hồi ý kiến góp ý

Cơ quan chủ trì lập đề nghị, cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật khi tổ chức lấy ý kiến đối với dự thảo chính sách, pháp luật có trách nhiệm:

- Tổng hợp, nghiên cứu, tiếp thu, giải trình ý kiến góp ý của các cơ quan, tổ chức, cá nhân.

- Xây dựng Bản tổng hợp, giải trình, tiếp thu ý kiến góp ý và đăng tải công khai cùng với các tài liệu khác trong hồ sơ đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật trên Cổng thông tin điện tử Quốc hội, Cổng thông tin Chính phủ hoặc Cổng thông tin điện tử của các cơ quan, tổ chức chủ trì lập đề nghị, cơ quan, tổ chức chủ trì soạn thảo dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật.

- Trong thời gian dự thảo văn bản đang được lấy ý kiến, nếu cơ quan chủ trì soạn thảo chỉnh lý lại dự thảo văn bản mà khác với dự thảo đã đăng tải trước đó thì phải đăng lại dự thảo văn bản đã được chỉnh lý (khoản 1 Điều 57 Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật). Quy định này giúp các chủ thể được lấy ý kiến cập nhật thông tin về quá trình soạn thảo của cơ quan chủ trì soạn

¹² Đối với mỗi loại văn bản quy phạm pháp luật, Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật quy định cụ thể về tài liệu đăng tải, thời gian, trách nhiệm và địa chỉ đăng tải.

¹³ Theo quy định tại khoản 2 Điều 3 Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2015 thì đối tượng chịu sự tác động trực tiếp của văn bản là cơ quan, tổ chức, cá nhân có quyền, nghĩa vụ, trách nhiệm chịu ảnh hưởng trực tiếp từ việc áp dụng văn bản đó sau khi được ban hành.

thảo, tránh tâm lý lo ngại rằng ý kiến góp ý của mình không còn phù hợp với những dự thảo mới nhất.

2. Kỹ năng cung cấp thông tin, tiếp nhận, xử lý thông tin góp ý và phản hồi ý kiến góp ý

2.1. Kỹ năng cung cấp thông tin, tài liệu liên quan đến dự thảo chính sách, pháp luật để lấy ý kiến

2.1.1. Tập hợp đầy đủ các thông tin, tài liệu về đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật để gửi đăng tải lấy ý kiến

Việc cung cấp thông tin, tài liệu một cách đầy đủ về các nội dung của dự thảo chính sách, pháp luật cần lấy ý kiến cho các nhóm được lấy ý kiến nhằm khuyến khích các chủ thể này tham gia góp ý vào dự thảo VBQPPL. Đây cũng là một đòi hỏi không thể thiếu của nguyên tắc minh bạch trong quản lý, vận hành Nhà nước hiện đại và yêu cầu bình đẳng trong tiếp cận thông tin.

(i) Các loại thông tin, tài liệu cần cung cấp:

Đối với đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, ngoài việc đăng tải Báo cáo tổng kết thi hành pháp luật; dự thảo Báo cáo đánh giá tác động của chính sách trong đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, cơ quan chủ trì lập đề nghị cần gửi kèm theo một số tài liệu có liên quan để xin ý kiến như: dự thảo Tờ trình đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật; dự thảo đề cương chi tiết của văn bản quy phạm pháp luật; các tài liệu, báo cáo nghiên cứu thông tin, tư liệu để hỗ trợ cho việc lập đề nghị (nếu có). Đây là những tài liệu hữu ích giúp người được xin ý kiến hiểu rõ về nội dung các chính sách trong đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật cần được góp ý và có thể đưa ra các ý kiến góp ý phù hợp nhất.

Tương tự, đối với dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật, ngoài việc đăng tải toàn văn dự thảo văn bản và dự thảo tờ trình, cơ quan chủ trì soạn thảo cần gửi kèm theo một số tài liệu có liên quan để xin ý kiến như: Báo cáo tổng kết, Báo cáo đánh giá tác động của chính sách trong dự thảo, Báo cáo rà soát các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan đến dự án, dự thảo, Bản so sánh dự thảo (nếu có).

(ii) Một số yêu cầu đối với các thông tin, tài liệu gửi lấy ý kiến:

- Thông tin, tài liệu gửi lấy ý kiến phải là những thông tin, tài liệu đã được Thủ trưởng cơ quan chủ trì lập đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp

luật, cơ quan chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật quyết định gửi và đăng tải trên Cổng thông tin điện tử để lấy ý kiến;

- Các thông tin, tài liệu được sắp xếp theo một trật tự hợp lý, dễ theo dõi: đối với đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, đầu tiên là Báo cáo tổng kết, tiếp đến là Báo cáo đánh giá tác động chính sách; đối với dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật, đầu tiên là dự thảo Tờ trình, tiếp đến là dự văn bản và sau đó là các tài liệu hỗ trợ, tham khảo khác có liên quan.

2.1.2. Xác định những vấn đề trọng tâm, then chốt của chính sách hoặc nội dung chính, quan trọng của dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật cần xin ý kiến

Tính minh bạch trong hoạt động lấy ý kiến đòi hỏi cơ quan tổ chức lấy ý kiến không chỉ dừng lại ở việc cung cấp đầy đủ thông tin, tài liệu về chính sách và dự thảo văn bản, cơ quan tổ chức lấy ý kiến phải có những phân tích, lý giải cho chủ thể được lấy ý kiến biết họ được lợi gì và thiệt hại gì nếu văn bản được ban hành, để các chủ thể này nắm bắt nội dung chính sách, nội dung văn bản và phát biểu quan điểm của mình.

Thực tiễn cho thấy, tâm lý chung của các chủ thể được lấy ý kiến đều mong muốn các cơ quan có trách nhiệm tổ chức lấy ý kiến đưa ra được những gợi ý, những câu hỏi ngắn gọn, dễ hiểu, tập trung vào những vấn đề trọng tâm, then chốt, thể hiện chính sách cơ bản của dự án, dự thảo văn bản, những quy định sẽ tác động trực tiếp đến quyền, lợi ích của người dân, doanh nghiệp, nhất là cần có sự phân biệt các nội dung tập trung xin ý kiến căn cứ vào từng nhóm chủ thể được lấy ý kiến trên cơ sở bảo đảm phù hợp với trình độ, năng lực của các chủ thể này.

Do vậy, để bảo đảm thuận lợi cho các cơ quan, tổ chức, cá nhân, đối tượng chịu sự tác động trực tiếp của văn bản trong việc tiếp cận, nghiên cứu và đóng góp ý kiến đối với đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật, cơ quan chủ trì lập đề nghị, cơ quan chủ trì soạn thảo cần xác định những vấn đề then chốt của chính sách hoặc nội dung chính của dự án, dự thảo văn bản cần xin ý kiến, bảo đảm nêu rõ được những vấn đề cần xin ý kiến phù hợp với từng đối tượng lấy ý kiến. Cụ thể như sau:

(i) Xác định đúng những vấn đề trọng tâm, những chính sách mới hoặc những vấn đề còn có ý kiến khác nhau trong đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự án, dự thảo văn bản cần tập trung cho ý kiến:

Cơ quan chủ trì lập đề nghị, chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật cần nêu chi tiết các ý kiến, các phương án, giải pháp khác nhau (nếu có) với những cơ sở, lập luận cho từng phương án, giải pháp để chủ thể được lấy ý kiến dễ dàng đóng góp ý kiến một cách thiết thực và hiệu quả. Nội dung lấy ý kiến nên tập trung vào 03 vấn đề cơ bản, gồm: (i) tính khả thi của nội dung các chính sách, quy định trong dự thảo văn bản; (ii) các chính sách lớn trong đề nghị, dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật; (iii) các chính sách tác động trực tiếp đến người dân, các nhóm lợi ích.

(ii) *Xác định các nhóm chủ thể cần lấy ý kiến:*

Việc xác định đầy đủ các nhóm chủ thể khác nhau cần lấy ý kiến sẽ giúp người soạn thảo thiết kế, xây dựng nội dung lấy ý kiến phù hợp. Thông thường, có 04 nhóm đối tượng chính cần được quan tâm, tập trung lấy ý kiến, gồm:

Cơ quan quản lý nhà nước	Người làm công tác thực tiễn	Các chuyên gia, nhà khoa học	Đối tượng chịu sự tác động trực tiếp của văn bản
Nhóm đối tượng này cần tập trung lấy ý kiến những nội dung vừa liên quan đến thực tiễn quản lý nhà nước, khía cạnh lý luận của vấn đề, khả năng thực thi, giải pháp xây dựng và hoàn thiện chính sách, pháp luật.	Nhóm đối tượng này cần tập trung lấy ý kiến về phạm vi, đối tượng điều chỉnh của văn bản; quan điểm phản biện.	Nhóm đối tượng cần tập trung lấy ý kiến về phạm vi, đối tượng điều chỉnh của văn bản; những nội dung mang tính lý luận, học thuật, chuyên môn sâu, chuyên ngành để làm rõ căn cứ, lập luận cho nội dung của văn bản.	Nhóm đối tượng này cần chú trọng hỏi về những vấn đề của dự án, dự thảo có tác động tới lợi ích của họ hoặc những vấn đề thực tiễn bất cập cần có quy định của pháp luật để giải quyết.

(iii) *Xác định nhóm vấn đề hoặc những nội dung cần xin ý kiến đối với từng nhóm chủ thể được lấy ý kiến:*

Để khắc phục bất cập trong quá trình góp ý khi mà có quá nhiều tài liệu, gây khó khăn cho người góp ý, cơ quan tổ chức lấy ý kiến cần xác định đúng nhóm vấn đề xin ý kiến phù hợp với nhóm chủ thể mà mình cần lấy ý kiến. Bản tóm tắt nhóm vấn đề tương ứng với các nhóm chủ thể được lấy ý kiến nên

được thiết kế một cách đơn giản, ngắn gọn và tập trung vào các điểm chính của dự án, dự thảo văn bản, phù hợp với khả năng và mối quan tâm của từng nhóm chủ thể.

Ví dụ: trường hợp cơ quan chủ trì soạn thảo xây dựng văn bản quy phạm pháp luật quy định về phí sử dụng đường bộ thì có thể xác định một số nhóm vấn đề phù hợp với các nhóm chủ thể cần lấy ý kiến như sau:

	Nhóm vấn đề xin ý kiến	Nhóm chủ thể lấy ý kiến
Văn bản quy phạm pháp luật về thu phí sử dụng đường bộ	Thẩm quyền, trách nhiệm quản lý, sử dụng nguồn thu từ việc thu phí	Cơ quan quản lý nhà nước về thu phí sử dụng đường bộ
	Quy định về mức thu phí, phương thức thu phí	Các chủ đầu tư xây dựng các dự án giao thông đường bộ
	Các quy định mức phí phải nộp; trường hợp không bị thu phí; trường hợp miễn phí bảo trì đường bộ	Các doanh nghiệp vận tải (sở hữu phương tiện giao thông)
	Các quy định về miễn, giảm, không thu phí	Người sở hữu phương tiện giao thông cá nhân

(iv) Thiết kế Bản gợi ý lấy ý kiến:

Nội dung Bản gợi ý cần nêu được một số nội dung cơ bản sau đây: (i) giới thiệu ngắn gọn về các chính sách, nội dung dự thảo văn bản, những vấn đề/nội dung chính của đề nghị, dự án, dự thảo văn bản cần tập trung góp ý kiến (hoặc những vấn đề cần hỏi ý kiến); (ii) thông tin về thời hạn lấy ý kiến; (iii) thông tin về cách thức gửi ý kiến góp ý; (iv) thông tin về chủ thể có trách nhiệm hoặc đơn vị tiếp nhận ý kiến góp ý (cung cấp địa chỉ email, số điện thoại liên hệ). Đồng thời, đề nghị người góp ý kiến cung cấp họ tên, địa chỉ, email, số điện thoại khi gửi ý kiến góp ý để thuận lợi trong việc liên hệ trao đổi trong trường hợp cần thiết.

Việc giới thiệu về các chính sách, nội dung dự thảo văn bản, những vấn đề/nội dung chính của đề nghị, dự án, dự thảo văn bản cần lấy ý kiến cần sử dụng ngôn ngữ đơn giản, dễ hiểu, tránh các từ viết tắt, các thuật ngữ pháp lý

khó hiểu. Trường hợp đặt các câu hỏi thì phải bảo đảm nội dung câu hỏi ngắn gọn, rõ ràng, đơn nghĩa, giới hạn số lượng câu hỏi đối với những vấn đề quan trọng tác động trực tiếp đến nhóm yếu thế để thu được thông tin phản hồi chính xác nhất; hạn chế việc đề cập đến quá nhiều vấn đề.

Ví dụ: Trong quá trình xây dựng Bộ luật Dân sự (sửa đổi), cơ quan chủ trì soạn thảo đã xây dựng Bản gợi ý nội dung xin ý kiến Nhân dân gồm 10 vấn đề, được thiết kế dưới dạng câu hỏi đóng:

Stt	Nhóm vấn đề	Nội dung lấy ý kiến của dự thảo	Đồng ý	Không đồng ý
	<i>Trách nhiệm của cơ quan có thẩm quyền trong việc bảo vệ quyền dân sự</i>	Cho ý kiến đối với quy định về trách nhiệm của Tòa án không được từ chối yêu cầu giải quyết vụ, việc dân sự vì lý do chưa có điều luật để áp dụng, mà cần căn cứ vào tập quán, nguyên tắc áp dụng pháp luật tương tự, các nguyên tắc cơ bản của pháp luật dân sự và lẽ công bằng để xem xét, giải quyết.		
	<i>Quyền nhân thân</i>	Sửa đổi một số điều như quyền được bảo đảm an toàn về đời sống riêng tư, bí mật cá nhân (thay cho quyền bí mật đời tư)..., bổ sung một số quyền mới như quyền lập hội, quyền tiếp cận thông tin, quyền sống...		
	<i>Chủ thể của quan hệ pháp luật dân sự</i>	Quy định chủ thể của quan hệ pháp luật dân sự là cá nhân và pháp nhân; Quy định riêng về việc tham gia quan hệ pháp luật dân sự của các thành viên hộ gia đình, tổ hợp tác, các tổ chức khác không có tư cách pháp nhân		
	<i>Hậu quả pháp</i>	Trường hợp luật quy định hình thức		

	<i>lý của giao dịch dân sự không tuân thủ quy định về hình thức</i>	là điều kiện có hiệu lực của giao dịch dân sự mà hình thức đó không được tuân thủ thì giao dịch dân sự đó bị vô hiệu.		
	<i>Bảo vệ người thứ ba ngay tình trong hợp giao dịch dân sự bị vô hiệu</i>	Trường hợp đối tượng của giao dịch dân sự là tài sản phải đăng ký quyền sở hữu mà tài sản đó đã được đăng ký tại cơ quan nhà nước có thẩm quyền, sau đó được chuyển giao bằng một giao dịch khác cho người thứ ba và người này căn cứ vào việc đăng ký đó mà xác lập, thực hiện giao dịch thì giao dịch đó không bị vô hiệu.		
	<i>Hình thức sở hữu</i>	Quy định ba hình thức sở hữu, bao gồm sở hữu toàn dân, sở hữu riêng và sở hữu chung		
	<i>Thời điểm xác lập quyền sở hữu và các vật quyền khác</i>	Việc xác lập quyền sở hữu và vật quyền khác có hiệu lực kể từ thời điểm tài sản được chuyển giao, nếu hợp đồng hoặc luật không có quy định khác.		
	<i>Điều chỉnh hợp đồng khi hoàn cảnh thay đổi</i>	Quy định về điều chỉnh hợp đồng khi hoàn cảnh thay đổi quy định trường hợp hoàn cảnh thay đổi dẫn đến quyền, lợi ích của một trong các bên bị ảnh hưởng nghiêm trọng thì cho phép các bên điều chỉnh hợp đồng.		
	<i>Lãi suất trong hợp đồng vay tài sản</i>	Lãi suất vay do các bên thỏa thuận hoặc do luật định. Trường hợp các bên có thỏa thuận về lãi suất thì lãi suất theo thỏa thuận không vượt quá		

		200% của lãi suất cơ bản do Ngân hàng nhà nước công bố đối với loại vay tương ứng, trừ trường hợp luật có quy định khác.		
	<i>Thời hiệu</i>	Cá nhân, pháp nhân phải yêu cầu Tòa án giải quyết vụ, việc dân sự trong thời hạn luật định; hết thời hạn đó mà cá nhân, pháp nhân mới có yêu cầu thì thay vì từ chối giải quyết yêu cầu như quy định hiện hành, Tòa án vẫn phải thụ lý, giải quyết và tuyên bố chủ thể được hưởng quyền dân sự hoặc được miễn trừ nghĩa vụ dân sự.		

2.2. Kỹ năng tiếp nhận, xử lý thông tin góp ý

2.2.1. Tiếp nhận, tập hợp các ý kiến góp ý

- Ngay sau khi nhận được ý kiến góp ý, cơ quan chủ trì soạn thảo cần thông tin cho chủ thể gửi ý kiến góp ý biết về việc mình đã nhận được ý kiến góp ý, đồng thời gửi lời cảm ơn đến chủ thể góp ý vì đã tham gia đóng góp ý kiến. Việc thông báo có thể thực hiện bằng email hoặc hộp thư trả lời tự động (nếu có) trong trường hợp chủ thể gửi ý kiến góp ý trên Cổng thông tin điện tử.

- Liên hệ để trao đổi thêm với chủ thể góp ý kiến (gọi điện thoại, gửi email...) trong trường hợp cơ quan chủ trì soạn thảo thấy cần làm rõ nội dung của các ý kiến góp ý.

- Người được phân công xử lý ý kiến góp ý cần tập hợp đầy đủ các ý kiến góp ý vào file tài liệu (dưới dạng hồ sơ lưu trữ đối với các ý kiến góp ý được gửi bằng bản giấy hoặc thực hiện việc lưu trữ trên máy tính đối với các ý kiến góp ý được gửi bằng bản điện tử).

2.2.2. Tổng hợp, xử lý các ý kiến góp ý

(i) Yêu cầu của việc tổng hợp, xử lý các ý kiến góp ý:

Việc tổng hợp, xử lý các ý kiến góp ý rất quan trọng. Nếu không làm tốt khâu này thì việc lấy ý kiến chỉ mang tính hình thức. Việc tổng hợp, xử lý các ý kiến góp ý phải bảo đảm các yêu cầu sau đây:

- Đầy đủ: mọi ý kiến góp ý đều phải được tổng hợp để xem xét, xử lý;

- Thông nhất: việc tổng hợp, xử lý ý kiến góp ý phải tập trung tại một đầu mối (có thể là 1 hoặc 1 nhóm công chức được phân công);

- Chính xác, trung thực, khách quan, toàn diện và tỷ mỉ: không suy đoán, không lồng ghép ý kiến cá nhân của người tổng hợp hoặc tự ý chỉnh sửa nội dung ý kiến góp ý; đối với các ý kiến góp ý có nội dung dài, người tổng hợp có thể tóm tắt nội dung chính của ý kiến nhưng phải bảo đảm việc tóm tắt không làm thay đổi hoặc sai lệch ý tưởng, mục đích của cơ quan, tổ chức, cá nhân gửi ý kiến góp ý.

(ii) Cách thức tổng hợp, xử lý các ý kiến góp ý:

- Hệ thống hóa các ý kiến góp ý theo từng vấn đề, nội dung chính của đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật.

- Đọc hết các ý kiến góp ý để xác định những chính sách, vấn đề nào của dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật tập trung nhiều ý kiến góp ý. Trên cơ sở đó, người tổng hợp ý kiến xác định cách thức tổng hợp ý kiến theo chủ thể góp ý kiến (nhóm chủ thể là các bộ, cơ quan ngang bộ; nhóm chủ thể là Hội đồng nhân dân, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương; nhóm chủ thể là cơ quan, tổ chức, cá nhân gửi ý kiến góp ý qua Cổng thông tin điện tử...); theo nhóm vấn đề (đưa vấn đề quan trọng, được quan tâm và có nhiều ý kiến góp ý lên trước, sau đó đến những vấn đề ít quan trọng hoặc vấn đề kỹ thuật, có ít ý kiến góp ý) hoặc theo thứ tự lần lượt các chương, mục, điều khoản của dự thảo văn bản (đối với dự thảo có nội dung đơn giản, ngắn gọn).

- Xây dựng Bản tổng hợp, giải trình, tiếp thu ý kiến góp ý: nội dung của Bảng tổng hợp, giải trình, tiếp thu ý kiến góp ý cần nêu rõ số lượng các cơ quan, đơn vị, tổ chức được lấy ý kiến; tổng số ý kiến đã nhận được; nội dung cụ thể của các ý kiến và nội dung tiếp thu, giải trình đối với từng ý kiến góp ý.

Để bảo đảm tính rõ ràng, minh bạch trong việc tổng hợp, giải trình, tiếp thu ý kiến, bộ phận hoặc cán bộ được phân công xử lý ý kiến nên tổng hợp ý kiến góp ý theo chủ thể góp ý và có thể tách thành nhiều bảng tổng hợp (bảng tổng hợp ý kiến của các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ; Bảng tổng hợp ý kiến của các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương; Bảng tổng hợp ý kiến của các đơn vị thuộc Bộ; Bảng tổng hợp ý kiến các các cơ quan, tổ chức, cá nhân gửi qua Cổng thông tin điện tử...). Việc tổng hợp ý kiến theo chủ thể góp ý có thể dẫn đến sự trùng lặp tại một số nội dung góp ý nhưng sẽ bảo đảm tổng hợp đầy đủ, chính xác ý kiến của các cơ quan, tổ chức, cá nhân, đặc biệt

là thuận lợi cho các cơ quan, tổ chức, cá nhân trong quá trình theo dõi việc tiếp thu, giải trình ý kiến của cơ quan chủ trì soạn thảo.

Ví dụ: việc xây dựng Bảng tổng hợp, giải trình, tiếp thu ý kiến góp ý đối với hồ sơ đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật có thể tham khảo mẫu dưới đây:

Bảng tổng hợp, giải trình, tiếp thu ý kiến của bộ, ngành, địa phương đối với hồ sơ đề nghị/dự án, dự thảo ...

Thực hiện quy định của Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2015 (sửa đổi, bổ sung một số điều năm 2020); kế hoạch xây dựng đề nghị/soạn thảo dự án, dự thảo ..., Bộ ... đã có Công văn số ... về việc góp ý hồ sơ đề nghị/dự án, dự thảo ... gửi đến ... cơ quan, gồm: ... bộ, cơ quan ngang bộ; ... tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương; ... đơn vị thuộc Bộ. Đồng thời, thực hiện việc đăng tải hồ sơ đề nghị/dự án, dự thảo ... trên Cổng thông tin điện tử của Chính phủ và Cổng thông tin điện tử của Bộ ...

Đến nay, đã có ... cơ quan, đơn vị gửi ý kiến góp ý. Nội dung góp ý của các cơ quan, đơn vị được thể hiện cụ thể trong bảng/các bảng dưới đây:

Stt	Cơ quan, đơn vị	Nội dung góp ý	Tiếp thu, giải trình
1.			
2.			
...			

- Nội dung tiếp thu, giải trình ý kiến góp ý phải được thực hiện đối với từng ý kiến góp ý. Trường hợp tiếp thu ý kiến góp ý thì nội dung tiếp thu đồng thời phải nêu rõ sẽ chỉnh lý nội dung cụ thể nào trong đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật. Đối với nội dung không tiếp thu hoặc chỉ tiếp thu một phần thì phải nêu rõ lý do không tiếp thu với những căn cứ, lý lẽ hợp lý.

Ví dụ: “Tiếp thu, đã chỉnh lý/bổ sung tại Điều, khoản, điểm... của dự thảo/Tờ trình” hoặc “Tiếp thu ý kiến góp ý, cơ quan chủ trì soạn thảo sẽ tiến hành rà soát nội dung các điều, khoản, điểm... của dự thảo để bảo đảm tính hợp pháp, tính thống nhất, đồng bộ với ...”.

2.3. Kỹ năng phản hồi ý kiến góp ý

Phản hồi ý kiến góp ý là một thủ tục quan trọng trong hoạt động lấy ý kiến, thể hiện rõ nét nguyên tắc công khai, minh bạch trong hoạt động xây dựng, ban hành văn bản quy phạm pháp luật, đồng thời, thể hiện sự trân trọng, cầu thị của cơ quan chủ trì lập đề nghị, cơ quan chủ trì soạn thảo đối với các chủ thể được lấy ý kiến qua mối quan hệ thông tin hai chiều giữa “người lấy ý kiến” và “người được lấy ý kiến”. Phản hồi ý kiến không chỉ dừng lại ở việc cơ quan chủ trì lập đề nghị, cơ quan chủ trì soạn thảo thông tin lại hoặc phúc đáp cho các chủ thể được lấy ý kiến về việc mình đã tiếp nhận, tổng hợp, giải trình, tiếp thu, chỉnh lý đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật sau khi hết thời hạn lấy ý kiến, mà quan trọng hơn chính là việc cơ quan chủ trì lập đề nghị, cơ quan chủ trì soạn thảo phải giải thích rõ lý do đối với những ý kiến mà mình không tiếp thu hoặc chưa tiếp thu.

Việc phản hồi đầy đủ, kịp thời, nghiêm túc các ý kiến góp ý sẽ góp phần củng cố niềm tin, thu hút sự quan tâm của người dân, doanh nghiệp đối với công tác xây dựng pháp luật, qua đó tăng động lực tham gia góp ý của các chủ thể này và tạo điều kiện để cơ quan chủ trì lập đề nghị, cơ quan chủ trì soạn thảo có thể nhận được thêm nhiều ý kiến đóng góp tâm huyết, chất lượng hơn trong tương lai khi thực hiện lấy ý kiến đối với các đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật khác.

2.3.1. Nội dung phản hồi ý kiến

- Nội dung phản hồi ý kiến phải rõ ràng, có căn cứ để tạo tính thuyết phục đối với chủ thể góp ý, cân nhắc kỹ việc gộp các ý kiến góp ý có nội dung tương tự nhau hoặc về cùng một vấn đề để giải trình chung, đặc biệt là những ý kiến góp ý mà cơ quan chủ trì dự kiến không tiếp thu.

- Việc phản hồi cần được thực hiện ngay từ khi cơ quan chủ trì lập đề nghị, cơ quan chủ trì soạn thảo nhận được ý kiến góp ý.

- Nội dung phản hồi phải hướng tới từng ý kiến của chủ thể hoặc nhóm chủ thể cụ thể và về những chính sách/quy định cụ thể trong đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật.

* Một số lưu ý:

- Cơ quan chủ trì tổ chức lấy ý kiến không nên có tâm lý chỉ tiếp thu khi thấy có nhiều ý kiến cùng phản ánh về một vấn đề. Thay vào đó, cơ quan chủ trì lập đề nghị, cơ quan chủ trì soạn thảo cần nghiêm túc nghiên cứu, xem xét, đánh giá tính hợp lý của từng ý kiến góp ý, kể cả các ý kiến mang tính thiểu số.

- Tránh việc áp đặt ý chí chủ quan của cơ quan chủ trì lập đề nghị, cơ quan chủ trì soạn thảo đối với những ý kiến không tiếp thu mà không xuất phát từ cơ sở tổng hợp, xem xét một cách khách quan các ý kiến góp ý.

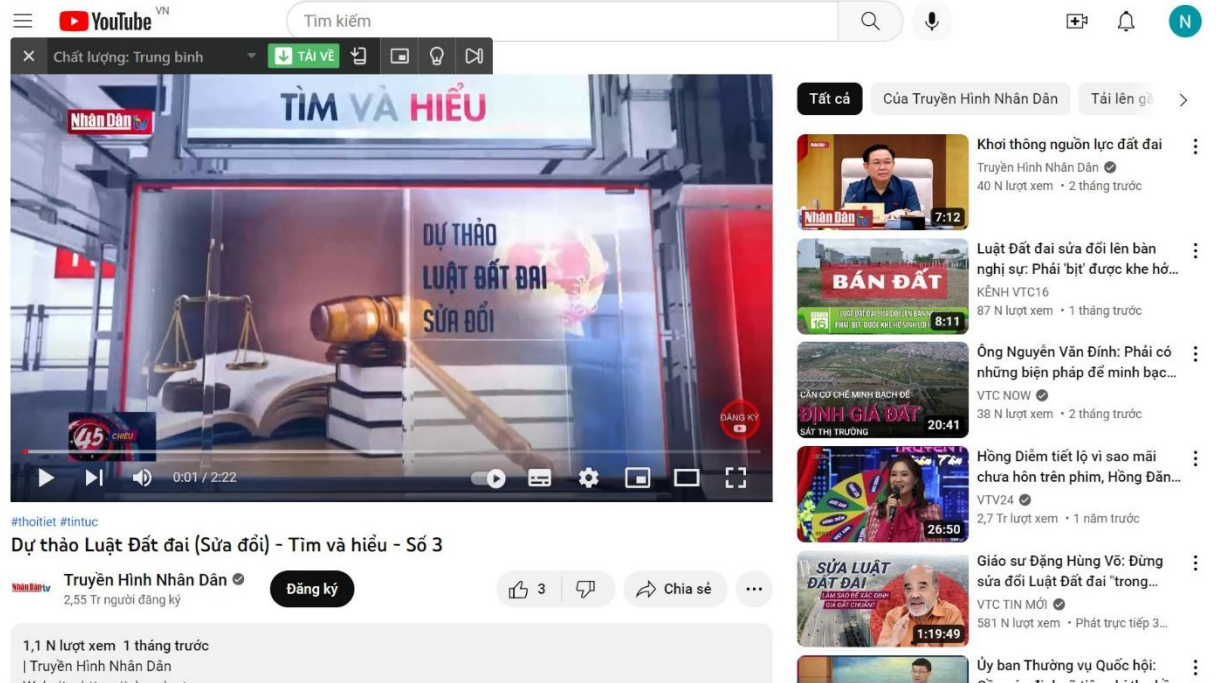
2.3.2. Cách thức phản hồi ý kiến

Thực tế, việc phản hồi ý kiến đến từng chủ thể góp ý là điều khó có thể thực hiện được, nhất là trong điều kiện thiếu nguồn lực như ở Việt Nam. Vì vậy, cơ quan chủ trì tổ chức lấy ý kiến có thể chuẩn bị các văn bản phản hồi chung, trong đó giải trình rõ việc tiếp thu hoặc không tiếp thu đối với từng ý kiến góp ý của các chủ thể góp ý (thể hiện cụ thể tại Bản tổng hợp, giải trình, tiếp thu ý kiến góp ý).

Về địa chỉ đăng tải, theo dõi việc tiếp thu, phản hồi của cơ quan chủ trì lấy ý kiến: trước hết, việc phản hồi ý kiến góp ý phải được công khai tại chính Chuyên mục lấy ý kiến văn bản quy phạm pháp luật trên Cổng thông tin điện tử, Trang thông tin điện tử đã đăng tải đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật để lấy ý kiến. Ngoài ra, có thể công khai trên Internet và các phương tiện thông tin đại chúng khác.

Phần 3. PHỤ LỤC

Giới thiệu một số hình thức truyền thông dự thảo chính sách, văn bản quy phạm pháp luật



Truyền thông về dự thảo Luật Đất đai (sửa đổi) thông qua hình thức video clip của Truyền hình Nhân dân thuộc Báo Nhân dân



Hội nghị phản biện xã hội dự án Luật Đất đai (sửa đổi)



CỔNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ CHÍNH PHỦ

XÂY DỰNG CHÍNH SÁCH, PHÁP LUẬT

Diễn đàn của nhân dân, doanh nghiệp về xây dựng, thực thi chính sách, pháp luật

[Chính sách mới](#) • [Tham vấn chính sách](#) • [Tọa đàm về chính sách](#) • [Chính sách và cuộc sống](#) • [Hướng dẫn thực hiện](#)


0



+

aA

-

'Bắt mạch, bốc thuốc' dự thảo Luật Khám bệnh, chữa bệnh (sửa đổi)

11:25 - 16/12/2022

Cho ý kiến về việc giải trình, tiếp thu, chỉnh lý dự thảo Luật Khám bệnh, chữa bệnh (sửa đổi), Chủ tịch Quốc hội Vương Đình Huệ đã chỉ rõ một số nội dung cần lưu ý tiếp thu, chỉnh lý như về Hội đồng Y khoa quốc gia; cơ chế đảm bảo công bằng trong tiếp cận dịch vụ khám bệnh, chữa bệnh; xã hội hóa; cơ chế tự chủ tài chính; hợp tác công tư về phân cấp chuyên môn, giấy phép hành nghề kiểm tra, đánh giá năng lực hành nghề.



Chủ tịch Quốc hội Vương Đình Huệ phát biểu tại phiên họp

Dự thảo Luật Khám bệnh, chữa bệnh (sửa đổi): Chất lượng được cải thiện cơ bản

Tại phiên họp thứ 18 của Ủy ban Thường vụ Quốc hội, sau khi nghe trình bày Báo cáo dự kiến tiếp thu, giải trình và chỉnh lý một số nội dung lớn dự thảo Luật Khám bệnh, chữa bệnh (sửa đổi), phát biểu ý kiến về nội dung này, Chủ tịch Quốc hội Vương Đình Huệ đánh giá cao cố gắng của cơ quan chủ trì soạn thảo và cơ quan thẩm tra từ sau Kỳ họp thứ 4 đến nay, trong thời gian

0937-12-1671090761184-1671090761543477863805.jpg

nghiêm túc với nhiều nội dung, chất lượng được cải thiện

Chuyên mục “Xây dựng chính sách, pháp luật” trên Cổng Thông tin điện tử Chính phủ



Diễn đàn “*Phổ biến, lấy ý kiến thanh niên về Dự thảo Bộ luật hình sự (sửa đổi)*” năm 2015 do Bộ Tư pháp, Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh, Ủy ban quốc gia về thanh niên Việt Nam đã phối hợp tổ chức



Hội thảo lấy ý kiến góp ý dự thảo Luật người lao động Việt Nam đi làm việc ở nước ngoài theo hợp đồng (sửa đổi)



Tọa đàm “Tham vấn ý kiến chuyên gia về dự thảo Luật Khám bệnh, chữa bệnh (sửa đổi)” -
Ảnh: TTXVN



Hội nghị lấy ý kiến góp ý dự thảo Bộ luật Lao động (sửa đổi)

4 điểm mới dự thảo Bộ luật Lao động 28-04-2019

1. Mở rộng khung thỏa thuận giờ làm thêm tối đa

Hiện hành
300 giờ/năm

Đề xuất
400 giờ/năm

Điều kiện:

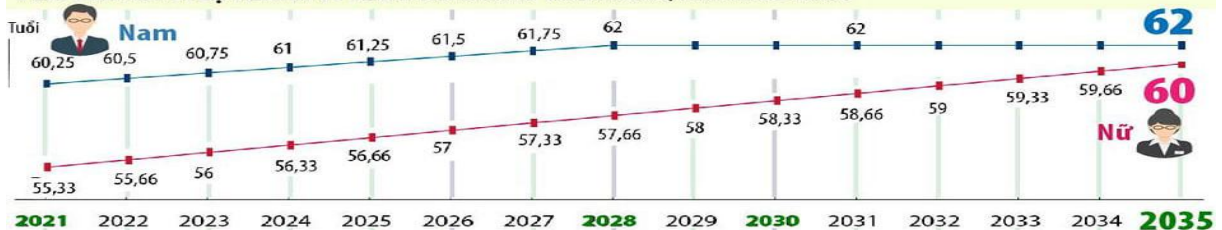
- Giờ làm thêm/ngày: **tối đa 50%** Giờ làm việc bình thường;
- Làm việc theo ca: **nghỉ ít nhất 12 giờ** trước khi sang ca khác.
- Tổng thời gian làm việc/ngày: **tối đa 12 giờ** (kể cả thời giờ làm thêm)
- **Lương làm thêm giờ tối thiểu so với giờ tiêu chuẩn ngày thường:**



2. Tăng tuổi nghỉ hưu lên 60-62 tuổi theo 2 lộ trình

Dự thảo Bộ Luật Lao động sửa đổi hiện đề xuất 2 phương án tăng tuổi nghỉ hưu của nam lên đủ 62, nữ lên đủ 60 từ 1-1-2021.

PHƯƠNG ÁN 1: LỘ TRÌNH 15 NĂM- MỖI NĂM: NỮ TĂNG 4 THÁNG, NAM TĂNG 3 THÁNG



PHƯƠNG ÁN 2: LỘ TRÌNH 10 NĂM- MỖI NĂM: NỮ TĂNG 6 THÁNG, NAM TĂNG 4 THÁNG



Phương án 1: ưu điểm hơn, phòng tránh cao hơn rủi ro khi điều chỉnh tuổi đối với thị trường lao động, tránh gây sốc thị trường lao động, giữ được ổn định xã hội và phù hợp với thông lệ quốc tế.

3. Thêm 1 ngày nghỉ lễ: 27-7 Ngày Thương binh, liệt sĩ

So sánh số ngày nghỉ các nước trong khu vực:

Việt Nam: 10 ngày

Thông điệp tri ân với người có công trong sự nghiệp đổi mới, xây dựng đất nước phồn vinh **kể từ nay về sau.**

Campuchia: 28 ngày
Thái Lan: 16 ngày
Indonesia: 16 ngày
Brunei: 15 ngày

Singapore: 11 ngày
Malaysia: 12 ngày
Philippin: 12 ngày
Myanma: 14 ngày

4. Thống nhất thời gian làm việc trong các cơ quan hành chính, tổ chức chính trị, tổ chức chính trị - xã hội



Đề xuất

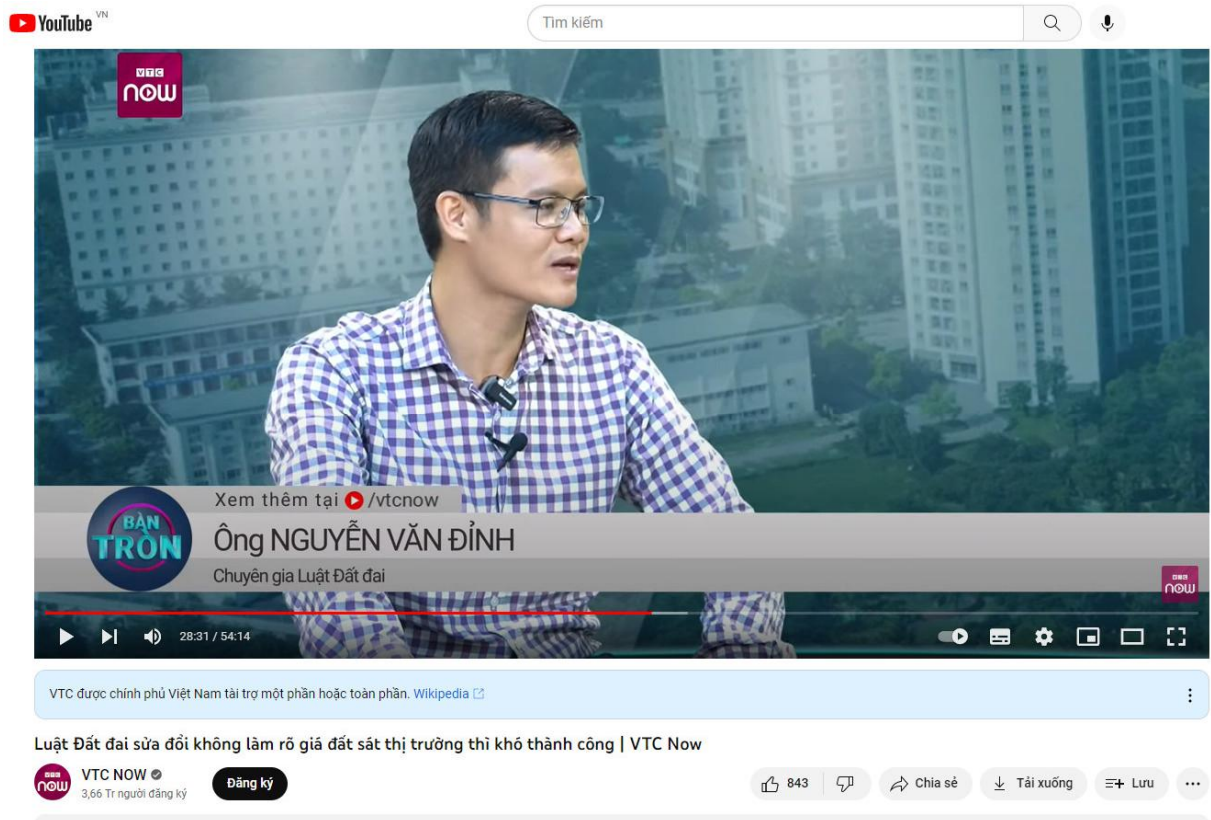
Hiện hành

Phương án 1: bổ sung vào Bộ Luật Lao động "Chính phủ quy định thời điểm bắt đầu và kết thúc thời gian làm việc của các cơ quan hành chính trên cả nước":

- . Thời gian làm việc dự kiến: **8g30 - 17g30**
- . Nghỉ trưa: **60 phút** (trừ bộ phận thường trực 24/24)
=> "thống nhất giờ làm việc cơ quan hành chính nhà nước từ trung ương đến địa phương, phù hợp thời gian làm việc của các quốc gia."

Phương án 2: giữ nguyên

Thời gian làm việc không được quy định trong Bộ luật Lao động, quy định tại các văn bản hành chính:
+ Các Bộ: Thủ tướng quyết định,
+ UBND và các cơ quan chuyên môn thuộc ủy ban do Chủ tịch UBND tỉnh quyết định.



Chương trình truyền hình “Bàn tròn” của VTC NOW với chủ đề: Luật Đất đai sửa đổi không làm rõ giá đất sát thị trường thì khó thành công



Chương trình truyền hình “LANDSHOW” số 18 trên VTV24 với chủ đề: Đối thoại về sửa đổi Luật Đất đai

Một số Tọa đàm/Talkshow truyền thông dự thảo Luật Đấu giá tài sản (sửa đổi) và dự thảo Luật Đất đai (sửa đổi) trên Kênh Truyền hình Pháp luật Việt Nam:

PHÁP LUẬT MEDIA

Pháp luật
Kênh truyền hình của Bộ Tư pháp Việt Nam

Tìm kiếm



Tọa đàm truyền thông dự thảo luật đấu giá tài sản (sửa đổi)

(PLM) - 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". 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 mà còn góp phần tăng cường đồng thuận xã hội, quyền con người, quyền công dân theo Hiến pháp năm 2013. Để hiểu rõ hơn về vấn đề trên, hôm nay, Vụ phổ biến giáo dục pháp luật phối hợp với Báo pháp luật Việt



PHÁP LUẬT MEDIA

Pháp luật
Kênh truyền hình của Bộ Tư pháp Việt Nam

Tìm kiếm



Tọa đàm Truyền thông Dự thảo Luật đất đai (sửa đổi)

(PLM) - Việc tổ chức truyền thông những chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật có ý nghĩa hết sức quan trọng, mang lại nhiều lợi ích đối với người dân, doanh nghiệp và nhà nước. Để hiểu rõ hơn về vấn đề trên, hôm nay, Vụ phổ biến giáo dục pháp luật phối hợp với Báo pháp luật Việt Nam tổ chức Tọa đàm với chủ đề Truyền thông Dự thảo Luật đất đai sửa đổi. Dự thảo này sẽ được trình Quốc hội cho ý kiến tại kỳ họp thứ 4 tháng 10/2022. Tham dự Tọa đàm hôm nay, tôi xin trân trọng giới thiệu 2 vị khách mời: - Ông Phan Hóna Nuvén. Phó Vu

