# TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH VÀ NĂNG LỰC TIẾP NHẬN CỦA CÔNG CHÚNG Ở VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ - THỰC TIỄN TỪ KHU VỰC TÂY NAM BỘ

***Trương Thế Nguyễn – Nguyễn Minh Sang***
***Trường Chính trị tỉnh Sóc Trăng***

**TÓM TẮT**

*Truyền thông chính sách có vai trò rất quan trọng trong quá trình hoạch định và thực thi chính sách công. Thời gian qua, hoạt động truyền thông chính sách ở Việt Nam nói chung và ở khu vực Tây Nam bộ nói riêng đã đạt được những kết quả rất đáng trân trọng, nhất là ở vùng có đông đồng bào dân tộc thiểu số. Tuy nhiên, thực tế hiện nay cho thấy công tác truyền thông chính sách ở vùng dân tộc thiểu số khu vực Tây Nam bộ vẫn còn có những tồn tại, hạn chế nhất định, rất cần có những giải pháp khắc phục trong thời gian tới.*

***Từ khóa:*** *truyền thông chính sách; vùng dân tộc thiểu số; Tây Nam bộ*

## 1. Khái quát về truyền thông chính sách và năng lực tiếp nhận của công chúng ở vùng dân tộc thiểu số

Theo nguyên tắc chung, một chính sách công muốn có hiệu lực, hiệu quả cao thì chính sách đó phải đáp ứng những yêu cầu cơ bản như: tính hợp pháp, khả thi, phù hợp với thực tiễn...và một yêu cầu khác đặt ra cũng quan trọng không kém chính là chính sách đó phải "đến" được với công chúng thông qua công tác truyền thông chính sách.

Truyền thông chính sách là quá trình truyền tải các thông tin, thông điệp từ chủ thể truyền thông đến các các đối tượng tiếp nhận. Các yếu tố liên quan chủ yếu đến truyền thông chính sách có thể kể đến bao gồm[(1)]: nguồn thông tin; thông điệp; kênh truyền tải và người nhận.

Truyền thông chính sách được tiến hành thường xuyên và liên tục trong quá trình hoạch định, thực thi chính sách công, giúp cho công chúng nắm rõ hơn các nội dung và tinh thần của chính sách. Truyền thông chính sách còn luôn hướng đến mục tiêu giúp công chúng nâng cao năng lực tiếp nhận chính sách. Khi công chúng có năng lực tiếp nhận chính sách tốt thì cơ hội thành công của chính sách sẽ cao hơn. Năng lực này sẽ phụ thuộc vào một số yếu tố như: kiến thức, trình độ của công chúng; các kỹ năng tiếp nhận chính sách và thái độ tiếp nhận chính sách[(2)].

Trong quá trình truyền thông chính sách, luôn có mối tương quan mật thiết giữa năng lực của chủ thể truyền thông và năng lực tiếp nhận của công chúng. Vì thế, "chỉ có thể đạt được hiệu quả và hiệu lực truyền thông một cách trọn vẹn khi năng lực tiếp nhận chính sách của công chúng tương xứng với năng lực truyền thông của chủ thể"[(3)]. Do đó, năng lực của chủ thể truyền thông phải luôn tương thích với năng lực, thị hiếu của đối tượng tiếp nhận ở nhiều phương diện khác nhau. Việc xác định đúng đắn mức độ tương thích này sẽ giúp chủ thể truyền thông và công chúng xích lại gần nhau hơn. Đơn cử như chủ thể truyền thông phải đánh giá mức độ quan tâm của công chúng đối với chính sách, tùy vào mức độ nhu cầu tiếp nhận của công chúng để có thể linh hoạt trong việc sử dụng kênh truyền tải phù hợp. Chẳng hạn, "một khi người nhận có mối quan tâm cao, thì một thông điệp lý tính có thể hiệu quả hơn. Mặt khác, khi người dân có mối quan tâm thấp, một thông điệp cảm tính hoặc một nguồn thông tin là người nổi tiếng sẽ hiệu quả hơn"[(4)].

Truyền thông chính sách được thực hiện trên phạm vi rộng, hẹp khác nhau (phụ thuộc vào đối tượng tiếp nhận, lĩnh vực tác động); có thể mang tính trực tiếp hoặc gián tiếp ở nhiều địa bàn, khu vực như: nông thôn, đô thị, vùng dân tộc tiểu số, miền núi, hải đảo…v.v. Mỗi một địa bàn, khu vực khác nhau sẽ có những điểm khác biệt nhất định cả về chủ thể, phương tiện, kênh truyền tải và công chúng

---

[1] TS. Se-Hoon Jeong, *Truyền thông chính sách công và năng lực tiếp nhận của công chúng,* in trong Kỷ yếu Hội thảo quốc tế Truyền thông chính sách và năng lực tiếp nhận của công chúng, HN, 2018, tr.12.

[2] Trương Thế Nguyễn – Nguyễn Văn Lĩnh, *Năng lực tiếp nhận chính sách công của công chúng từ thực tiễn chính sách cung ứng dịch vụ công trực tuyến ở Việt Nam*, in trong Kỷ yếu hội thảo khoa học Quốc tế Truyền thông chính sách và năng lực tiếp nhận của công chúng, HN, 2018.

[3] TS. Lê Thanh Vân, *Nghiên cứu khảo sát năng lực truyền thông chính sách từ năng lực truyền thông của nhà báo đến năng lực tiếp nhận của công chúng*, in trong Kỷ yếu Kỷ yếu hội thảo khoa học Quốc tế Truyền thông chính sách và năng lực tiếp nhận của công chúng, HN, 2018, tr.39.

[4] TS. Se-Hoon Jeong, *Truyền thông chính sách công và năng lực tiếp nhận của công chúng,* in trong Kỷ yếu Hội thảo quốc tế Truyền thông chính sách và năng lực tiếp nhận của công chúng, HN, 2018, tr.12.

truyền thông. Riêng đối với vùng dân tộc thiểu số, theo chúng tôi, có thể thấy rõ một số đặc trưng cơ bản của truyền thông chính sách ở vùng này như: bên cạnh các chủ thể truyền thông chính sách là các cơ quan công quyền, đội ngũ cán bộ, công chức; công tác truyền thông chính sách ở vùng đồng bào dân tộc thiểu số còn được thực hiện thông qua những người có uy tín, già làng, các chức sắc tôn giáo, nhà tu hành… Ngoài ra, nội dung truyền thông chính sách ở vùng đồng bào dân tộc thiểu số thường phải gắn trực tiếp đến đời sống hằng ngày của người dân; thông tin truyền tải phải cô đọng, ngắn gọn, dễ hiểu; và đặc biệt, nội dung thông tin phải lưu ý đến sự phù hợp với yếu tố phong tục, tập quán, văn hóa, thân thiện với đồng bào dân tộc thiểu số…v.v.

**2. Thực tiễn công tác truyền thông chính sách và năng lực tiếp nhận của công chúng vùng dân tộc thiểu số khu vực Tây Nam bộ (TNB)**

Khu vực TNB bao gồm 13 tỉnh, thành, với dân số khoảng 18 triệu người (chiếm 21% dân số cả nước). Trong đó, người Kinh khoảng 91%; người Khơ-me gần 7%; người Hoa 1,1% và người Chăm gần 0,07%[(5)]. Nhằm phát huy tiềm năng, thế mạnh ở vùng dân tộc khu vực Tây Nam bộ, Đảng ta đã ban hành nhiều chủ trương then chốt có liên quan. Trên cơ sở các chủ trương của Đảng; các chính sách của nhà nước đã được hoạch định và triển khai khá đồng bộ, trong đó có nhiều chính sách đặc thù cho đồng bào dân tộc TNB như chính sách về thông tin, tuyên truyền, văn hóa, giáo dục, y tế, giảm nghèo, lao động - việc làm, phát triển nhân lực …v.v.

Bên cạnh các chủ trương, chính sách ngày càng được hoàn thiện, tăng cường, thì truyền thông chính sách cũng đã được ngày càng đẩy mạnh. Nói chính xác hơn, công tác truyền thông chính sách ở vùng dân tộc thiểu số khu vực TNB thời gian qua đã góp phần không nhỏ vào việc thực hiện thắng lợi các chính sách đề ra. Cụ thể: công tác truyền thông chính sách vùng dân tộc thiểu số ở khu vực TNB thời gian qua đã thu hút được nhiều chủ thể tham gia như: các tổ chức Đảng, chính quyền, tổ chức chính trị xã - hội, các cơ quan báo chí – truyền thông với nhiều phương thức và các kênh truyền tải như: báo in, tạp chí, báo điện tử, pano, ap phích, tờ rơi, tuyên truyền miệng[(6)]…v.v. Song song đó, chất lượng công tác truyền thông ngày càng được củng cố và tăng cường; hình thức ngày càng được quan tâm đổi mới nhiều hơn. Đơn cử như: tại tỉnh An Giang, nơi có rất đông đồng bào người Chăm sinh sống, vào những dịp sinh hoạt tôn giáo, lực lượng Công an địa phương đã tranh thủ để tổ chức tuyên truyền chính sách, pháp luật cho đồng bào dân tộc về công tác phòng, chống tội phạm mua, bán người, phạm pháp hình sự, tệ nạn xã hội, tội phạm lừa đảo, lợi dụng tín nhiệm chiếm đoạt tài sản, tội phạm ma túy, tội phạm trộm xe máy, hoạt động tín dụng đen, thủ đoạn lừa đảo chiếm đoạt tài sản[(7)]….

Hay như ở tỉnh Trà Vinh, Bộ Chỉ huy Quân sự tỉnh đã thường xuyên tham gia tổ chức các lớp phổ biến pháp luật tại nhà chùa. Các lớp này được tổ chức theo từng đợt và lồng ghép vào các buổi sinh hoạt, thuyết pháp của Sư cả tại chùa để tạo điều kiện thuận lợi bà con phật tử đến dự, cách làm này đã được đông đảo các ý kiến đồng tình, ủng hộ[(8)].

Với sự nỗ lực, phấn đấu của các ngành, các cấp có liên quan trong công tác truyền thông, nhiều chính sách đã được triển khai có hiệu quả cao trên địa bàn. Chính sách về giảm nghèo là một điển hình rõ nét, do tiếp cận được chính sách này một cách khá cơ bản nên nhiều bà con người dân tộc thiểu số khu vực TNB đã vươn lên thoát nghèo, thậm chí có nhiều trường hợp tự nguyện xin ra khỏi danh sách hộ nghèo của địa phương, không trông chờ vào các khoản trợ cấp... Từ đó, kinh tế - xã hội vùng dân tộc thiểu số khu vực TNB ngày càng có những chuyển biến tích cực, đời sống vật chất, tinh thần của nhân dân ngày càng được nâng cao, trình độ dân trí ngày càng phát triển; người dân ngày càng tin tưởng vào sự lãnh đạo của Đảng và sự quản lý của Nhà nước.

---

[5] Nguồn: Ban Chỉ đạo Tây Nam bộ (năm 2013) (Dẫn theo: PGS.TS. Lê Quốc Lý (chủ biên), *Chính sách phát triển nguồn nhân lực, tạo việc làm và bảo đảm an sinh xã hội đối với đồng bào Khơ-me vùng Tây Nam Bộ*, Nxb. Lý luận chính trị, HN, 2016, tr.130).

[6] Theo một số liệu thống kê cho thấy, để giúp bà con người Khơ-me tiếp cận và nâng cao nhận thức về chính sách, pháp luật của nhà nước, những năm gần đây, trên địa bàn các tỉnh Tây Nam bộ đã thành lập 165 câu lạc bộ trợ giúp pháp lý, đặt gần 1.600 bảng và hộp tin về trợ giúp pháp lý tại trụ sở Ủy ban Nhân dân cấp xã, các cơ quan tiến hành tố tụng; in ấn và phát hơn 1,2 triệu tờ gấp tuyên truyền…(xin xem thêm: PGS.TS. Lê Quốc Lý, *sđd*, tr.204-205).

[7] Hữu Huynh, *Tuyên truyền phòng, chống tội phạm trong vùng dân tộc*, http://baoangiang.com.vn/tuyen-truyen-phong-chong-toi-pham-trong-vung-dan-toc-a236936.html, ngày 19/12/2018.

[8] Hạnh Nguyên, *Tuyên truyền, phổ biến pháp luật trong đồng bào dân tộc thiểu số ở Trà Vinh: hiệu quả từ cách làm mới*, http://baodantoc.com.vn/an-ninh-phap-luat/tuyen-truyen-pho-bien-phap-luat-trong-dong-bao-dtts-o-tra-vinh-hieu-qua-cao-tu-cach-lam-moi.html

***Những "nút thắt" cần tháo gỡ:***

Mặc dù đã đạt được những thành tựu đáng kể, nhưng công tác truyền thông chính sách ở vùng dân tộc thiểu số khu vực TNB vẫn còn có những hạn chế nhất định. Nhìn chung, công tác truyền thông chính sách ở một số địa phương chưa thật sự có nhiều điểm nhấn, thiếu đồng bộ; năng lực của chủ thể truyền thông chưa thật sự đồng đều; công tác truyền thông ở một số nơi đôi khi còn mang tính rập khuôn, ít sáng tạo. Do đó, một số chính sách chưa phát huy hiệu quả cao như mong đợi, vì người dân địa phương trong đó có nhiều người dân tộc thiểu số chưa nắm bắt được đầy đủ thông tin, nên năng lực tiếp nhận chính sách còn có những hạn chế. Đơn cử như quá trình tổ chức và thực thi chính sách về cung ứng dịch vụ công trực tuyến hiện nay cho thấy: vẫn còn nhiều người dân chưa tiếp cận được loại hình dịch vụ này mặc dù các cơ quan nhà nước đã dành nhiều sự đầu tư để cung ứng các dịch vụ công trực tuyến ngày càng hiện đại. Một trong những nguyên nhân chính yếu là công tác truyền thông chính sách về cung ứng dịch vụ công trực tuyến chưa thật sự mạnh mẽ, nội dung truyền thông còn mang nặng tính chuyên môn, chưa thật sự dễ hiểu, dễ nắm bắt…v.v. Ngoài ra, một bộ phận bà con người dân tộc thiểu số sinh sống tại vùng sâu, lại gặp khó khăn về ngôn ngữ giao tiếp, chữ viết, chưa chủ động tiếp cận, nắm bắt thông tin.

Trong khi đó, xu hướng phát triển trước bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư - thời đại của sự bùng nổ về công nghệ thông tin, khoa học kỹ thuật hiện đại, với nhiều nguồn thông tin đa chiều, đa dạng, rất dễ dẫn đến sự hỗn tạp của thông tin; cũng như dễ dàng xuất hiện những luồng thông tin không chính thống, bịa đặt, sai trái, thậm chí gây kích động…đây là những thách thức không nhỏ đặt ra cho các chủ thể truyền thông trong thời gian tới.

**3. Một số giải pháp, khuyến nghị**

*Một là,* các cấp ủy Đảng, chính quyền, các tổ chức chính trị - xã hội cần phải nâng cao nhận thức của đội ngũ đảng viên, cán bộ, công chức trên địa bàn về ý nghĩa, tầm quan trọng của truyền thông chính sách ở vùng dân tộc thiểu số; để đội ngũ cán bộ, công chức thấy rõ được tầm quan trọng của công tác này trong tình hình mới. Song song đó, các địa phương cần phải xác định truyền thông chính sách là một nhiệm vụ chính yếu của các cơ quan, đơn vị trong bộ máy chính quyền, các tổ chức chính trị - xã hội, chứ không đơn thuần là nhiệm vụ mang tính thứ yếu. Có như vậy, mới có thể đảm bảo tốt nguyên tắc truyền thông chính sách lấy công chúng làm trung tâm, tạo đồng thuận xã hội một cách sâu rộng ở vùng dân tộc thiểu số.

*Hai là,* quan tâm nghiên cứu, vận dụng tốt các phương châm, phương pháp thực hiện công tác dân tộc trong truyền thông chính sách ở vùng dân tộc thiểu số. Phương châm, phương pháp công tác dân tộc đã được Đảng ta đúc kết từ thực tiễn cách mạng lâu dài, đó là: "chân thành, tích cực, thận trọng, kiên trì, tế nhị và vững chắc"[(9)]. Vì vậy, các phương châm, phương pháp này cũng cần được tiếp tục quán triệt một cách đầy đủ trong công tác truyền thông chính sách ở vùng dân tộc thiểu số khu vực TNB trong thời gian tới.

*Ba là,* đổi mới nội dung, phương thức, kênh truyền tải thông tin. Nội dung truyền thông phải có sự chắt lọc tỉ mỉ, đơn giản, dễ tiếp nhận gắn với văn hóa của từng dân tộc khác nhau. Chú trọng đổi mới các hình thức truyền tải thông tin, thông điệp. Chẳng hạn, các phương tiện thông tin đại chúng ngày càng hiện đại, nên một vài phương thức truyền tải thông tin truyền thống có lẽ đã ít thu hút được đông đảo người dân tham gia như trước đây. Vì thế, các địa phương nên tận dụng các kênh truyền tải mới, như thông qua mạng xã hội để có thể tuyên truyền, cung cấp các thông tin cho người dân vùng dân tộc thiểu số nhanh chóng hơn, đầy đủ hơn. Hoặc có thể xây dựng các đoạn video ngắn, minh họa thật sinh động về các chính sách mang tính gũi với người dân. Chẳng hạn có thể thiết kế các video hướng dẫn dành riêng cho đồng bào dân tộc thiểu số về thực hiện các thủ tục hành chính trên môi trường mạng, thực hiện thủ tục hành chính tại nhà…v.v. Tương ứng với những đổi mới này, đòi hỏi các địa phương phải quan tâm công tác đầu tư, đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng tương tác của công chúng với các trang thiết bị hỗ trợ, máy vi tính trong việc tìm kiếm, tra cứu thông tin, sử dụng dịch vụ.

Ngoài ra, truyền thông chính sách phải gắn chặt hơn nữa với phong tục, tập quán, thị hiếu của đồng bào dân tộc thiểu số, chẳng hạn như người Khơ-mer rất coi trọng ngôi chùa và các nhà Sư. Vì vậy, các chủ trương, chính sách cần được ưu tiên phổ biến trước tiên đến các nhà Sư, người có uy tín trong đồng bào dân tộc để thông qua đó truyền tải trong cộng đồng; bởi tiếng nói của họ, phần nào sẽ

---

[9] Ban Tuyên giáo Trung ương, *Vấn đề dân tộc và chính sách dân tộc*, Nxb Chính trị Quốc gia sự thật, HN, 2018, tr.102.

có "trọng lượng", có ưu thế hơn một số chủ thể tuyên truyền khác. Do đó, cần chủ động nắm bắt và phát huy vai trò của các nhà Sư, người có uy tín trong công tác này. Mặt khác, cũng cần tiếp tục quan tâm hơn công tác truyền thông chính sách ở vùng có đông đồng bào dân tộc khu vực biên giới, vùng sâu, vùng xa.

*Bốn là,* nâng cao chất lượng, năng lực của đội ngũ cán bộ, công chức; nhất là cán bộ công chức cơ sở, cán bộ, công chức người dân tộc thiểu số và đội ngũ báo cáo viên, tuyên truyền viên các cấp. Hiện nay, nguồn thông tin của công chúng vùng dân tộc thiểu số phần lớn được tiếp nhận trực tiếp từ đội ngũ cán bộ, công chức, báo cáo viên, tuyên truyền viên ở địa phương. Do đó, đội ngũ cán bộ, công chức, báo cáo viên, tuyên truyền viên ở các địa phương vùng dân tộc thiểu số cần được quan tâm, phát triển về năng lực, kiến thức truyền thông; nghiên cứu vận dụng các phương thức, phương tiện truyền thông mới, đảm bảo hiệu quả thiết thực. Đặc biệt, là trong xu thế phát triển của khoa học, kỹ thuật, công chúng ngày càng có điều kiện tiếp cận với các trang thiết bị mới, vì thế các chủ thể truyền thông ở địa phương cũng cần được tăng cường kỹ năng làm công tác truyền thông hiện đại, truyền thông mới.

*Năm là,* tăng cường kiểm tra, giám sát, đánh giá hiệu quả công tác truyền thông chính sách. Truyền thông chính sách là hoạt động được tiến hành thường xuyên và liên tục. Do vậy, các địa phương cần phải quan tâm công tác kiểm tra, giám sát công tác truyền thông chính sách một cách sát sao, để kịp thời phát hiện những điểm yếu, chưa phù hợp từ đó có cách thức khắc phục, xử lý những sai sót xảy ra; đồng thời không ngừng đổi mới, sáng tạo, nhân rộng những mô hình truyền thông hiệu quả.

**4. Kết luận**

Truyền thông chính sách có vai trò quan trọng trong việc tạo đồng thuận xã hội nói chung và ở vùng dân tộc thiểu số nói riêng. Thực hiện tốt công tác này sẽ giúp đồng bào dân tộc thiểu số vùng TNB ngày càng nắm rõ các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; thông qua đó, đồng bào dân tộc thiểu số sẽ có những đóng góp, phản biện và thực hiện chính sách một cách tích cực hơn, giúp cho các chính sách ngày càng đi vào cuộc sống./.

**Tài liệu tham khảo:**


1. PGS. TS. Lưu Văn An, *Truyền thông chính sách cho công chúng vùng dân tộc thiểu số ở Việt Nam hiện nay*, in trong Kỷ yếu hội thảo khoa học Quốc tế Truyền thông chính sách và năng lực tiếp nhận của công chúng, HN, 2018.

2. Ban Tuyên giáo Trung ương, *Vấn đề dân tộc và chính sách dân tộc*, Nxb Chính trị Quốc gia sự thật, HN, 2018.

3. PGS. TS. Nguyễn Văn Dững, *Một số vấn đề về truyền thông chính sách công ở Việt Nam hiện nay*, Tạp chí Lý luận chính trị, số 2/2018.

4. Học viện Hành chính Quốc gia, *Hoạch định và phân tích chính sách công,* Nxb Thống kê, HN, 2002.

5. PGS. TS. Lê Văn Lợi, *Giải quyết vấn đề dân tộc, tôn giáo ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay*, Nxb Lý luận chính trị, HN, 2018.

6. Lê Quốc Lý (Chủ biên), *Chính sách phát triển nguồn nhân lực, tạo việc làm và đảm bảo an sinh xã hội đối với đồng bào Khơ-me Tây Nam Bộ*, Nxb. Lý luận chính trị, HN, 2016.

7. Trương Thế Nguyễn – Nguyễn Văn Lĩnh, *Năng lực tiếp nhận chính sách công của công chúng từ thực tiễn chính sách cung ứng dịch vụ công trực tuyến ở Việt Nam*, in trong Kỷ yếu hội thảo khoa học Quốc tế Truyền thông chính sách và năng lực tiếp nhận của công chúng, HN, 2018.

8. Trương Thế Nguyễn, Trần Thị Loan, Nguyễn Thị The, *Thực hiện chính sách dân tộc ở vùng đồng bào Khmer – từ góc nhìn truyền thông chính sách,* in trong Kỷ yếu Hội thảo khoa học: "Đánh giá hiệu quả, tác động của chính sách dân tộc đến cộng đồng dân tộc Khmer", Học viện Chính trị khu vực IV, Cần Thơ, 2019.

9. Bạch Thanh Sang, *Nhìn lại 10 năm công tác dân tộc vùng Đồng bằng sông Cửu Long*, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Trà Vinh, http://tckh.tvu.edu.vn/xa-hoi-nhan-van/nhin-lai-10-nam-cong-tac-dan-toc-vung-dong-bang-song-cuu-long