

**ỦY BAN DÂN TỘC**



**TÀI LIỆU**

**CHUYÊN ĐỀ 17**

**KỸ NĂNG TUYÊN TRUYỀN, TRUYỀN THÔNG  
TRIỂN KHAI THỰC HIỆN ĐỀ ÁN TỔNG THỂ VỀ  
CHƯƠNG TRÌNH MTQG  
(Lưu hành nội bộ - Nhóm Cán bộ)**

**Hà Nội 2023**

## LỜI NÓI ĐẦU

Truyền thông đóng vai trò quan trọng trong việc đem lại kết quả bền vững cho Chương trình mục tiêu quốc gia 1719, phát triển cộng đồng, xóa đói giảm nghèo, góp phần ổn định xã hội. Trên cơ sở cách hiểu về truyền thông nói chung, truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số có thể hiểu là quá trình trao đổi, chia sẻ thông tin, tư tưởng, tình cảm, suy nghĩ, kỹ năng và kinh nghiệm đối với người dân tộc thiểu số nhằm thay đổi nhận thức, điều chỉnh hành vi của người dân tộc thiểu số phù hợp với nhu cầu phát triển của cá nhân và xã hội, hỗ trợ thúc đẩy các dân tộc xóa đói, giảm nghèo, hướng tới phát triển bền vững.

Người dân tộc thiểu số thường thiếu thông tin và cơ hội tiếp cận thông tin vẫn là tình trạng khá phổ biến ở vùng dân tộc thiểu số. Công tác tuyên truyền, truyền thông chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước tới Nhân dân cả nước đều cần thiết, tuy nhiên, do đặc điểm của người dân vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi nêu trên đòi hỏi việc xây dựng nội dung, hình thức, phương pháp, thời điểm tuyên truyền phù hợp với đặc điểm của từng nhóm dân tộc thiểu số, từng khu vực cụ thể.

Nội dung tài liệu được xây dựng trên cơ sở nhu cầu của cán bộ tuyên truyền cơ sở, đảm bảo mục đích của công tác tuyên truyền, truyền thông vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi.

Kết cấu tài liệu gồm 3 phần:

- I. Giới thiệu chung về tuyên truyền, truyền thông ở vùng DTTS&MN
- II. Một số kỹ năng tuyên truyền cơ bản ở cơ sở
- III. Trao đổi, thảo luận và giải đáp

Tài liệu này mang tính chất tham khảo, trong quá trình biên soạn, biên tập chuyên đề, các chuyên gia, giảng viên ở các cấp cần nghiên cứu, cập nhật, bổ sung nội dung phù hợp theo từng thời điểm thực hiện, nội dung liên quan theo văn bản hướng dẫn hiện hành, kết hợp với hình ảnh minh họa, ví dụ thực tiễn,... để phù hợp với từng nhóm đối tượng tập huấn.

Trân trọng cảm ơn!

**ỦY BAN DÂN TỘC**

## MỤC LỤC

<b>I. GIỚI THIỆU CHUNG VỀ TUYÊN TRUYỀN, TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DTTS VÀ MIỀN NÚI.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Đặc điểm DTTS ở Việt Nam ảnh hưởng đến tuyên truyền cơ sở.....</b>	<b>1</b>
1.1. Đặc điểm DTTS ở Việt Nam.....	1
1.2. Đặc điểm DTTS ở Việt Nam ảnh hưởng đến công tác tuyên truyền cơ sở ...	6
<b>2. Tuyên truyền phát triển cộng đồng DTTS.....</b>	<b>10</b>
2.1. Vai trò của công tác tuyên truyền cộng đồng DTTS .....	10
2.2. Những vấn đề cơ bản của tuyên truyền.....	10
2.3. Quan điểm của Đảng và Nhà nước về hoạt động tuyên truyền đối với đồng bào DTTS .....	15
2.4. Tuyên truyền, truyền thông nội dung cơ bản Đề án tổng thể về Chương trình mục tiêu quốc gia .....	18
<b>II. MỘT SỐ KỸ NĂNG TUYÊN TRUYỀN CƠ BẢN Ở CƠ SỞ.....</b>	<b>29</b>
<b>1. Truyền thông trực tiếp.....</b>	<b>31</b>
1.1. Khái niệm, nguyên tắc, yêu cầu của truyền thông với đồng bào DTTS.....	31
1.2. Quy trình truyền thông trực tiếp.....	32
1.3. Các bước chuẩn bị một bài truyền thông .....	36
1.4. Các kỹ năng cơ bản trong truyền thông trực tiếp.....	40
1.5. Hình thức truyền thông trực tiếp.....	53
<b>2. Kỹ năng tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng .....</b>	<b>71</b>
2.1. Phương tiện thông tin đại chúng .....	71
2.2. Kỹ năng tuyên truyền trên một số phương tiện truyền thông đại .....	73
2.3. Một số kỹ năng xây dựng tài liệu.....	85
<b>III. TRAO ĐỔI, THẢO LUẬN VÀ GIẢI ĐÁP.....</b>	<b>103</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DANH MỤC VIẾT TẮT

CSDT	Chính sách dân tộc
DTTS	Dân tộc thiểu số
DTTS&MN	Dân tộc thiểu số và miền núi
NTM	Nông thôn mới
KT-XH	Kinh tế - Xã hội

# I. GIỚI THIỆU CHUNG VỀ TUYÊN TRUYỀN, TRUYỀN THÔNG Ở VÙNG DTTS VÀ MIỀN NÚI

## 1. Đặc điểm DTTS ở Việt Nam ảnh hưởng đến tuyên truyền cơ sở

### 1.1. Đặc điểm DTTS ở Việt Nam

#### a) Dân tộc là gì?

Theo nghĩa rộng, Dân tộc là quốc gia, gồm cộng đồng người dân cùng nhau sinh sống trên một lãnh thổ rộng lớn, được vận hành bởi sự quản lý của bộ máy nhà nước, trong một dân tộc thì có thể gồm nhiều tộc người, mỗi tộc người lại có những nét văn hóa và ngôn ngữ khác nhau tạo ra nét phong phú, độc đáo.

Ngoài ra dân tộc còn được hiểu là những nhóm người cùng sinh sống với nhau trên một khu vực địa lý nhất định trong lãnh thổ, mang những đặc điểm riêng biệt như về ngôn ngữ, văn hóa, phong tục tập quán...

#### b) Dân tộc thiểu số (DTTS) là gì?

Dân tộc đa số là dân tộc có số dân chiếm trên 50% tổng dân số của cả nước, theo điều tra dân số quốc gia. DTTS là những dân tộc có số dân ít hơn so với dân tộc đa số trên phạm vi lãnh thổ Việt Nam.

Theo số liệu điều tra thống kê năm 2019, nước ta có 53 DTTS (chỉ dân tộc Kinh là dân tộc đa số) với tổng số dân là 14,123 triệu người, chiếm 14,7% dân số cả nước. Quy mô dân số không đồng đều, có 6 dân tộc trên 1 triệu người gồm Tày, Thái, Mường, Mông, Nùng, Khmer; 16 dân tộc dưới 10.000 người, trong đó có 5 dân tộc dưới 1.000 người là Ó Du, Brâu, Rơ Măm, Pu Péo và Si La.

*Dưới đây là dân số cả nước Việt Nam tại thời điểm 1 tháng 4 năm 2019 phân theo dân tộc*

Dân tộc	Tỉ lệ (2019) (%)	Dân số 2019	Tốc độ tăng trưởng (%)	Phân bố (2019)
<b>Tổng</b>		<b>96,208,984</b>	1.14	
1. Kinh	85.32	82,085,826	1.09	Khắp Việt Nam
2. Chứt	0.01	7,513	2.21	Chủ yếu ở Quảng Bình

<b>Dân tộc</b>	<b>Tỉ lệ (2019) (%)</b>	<b>Dân số 2019</b>	<b>Tốc độ tăng trưởng (%)</b>	<b>Phân bố (2019)</b>
3. Mường	1.51	1,452,095	1.35	Hòa Bình, Thanh Hóa, Phú Thọ, Sơn La, Hà Nội, Ninh Bình
4. Thổ	0.1	91,430	2.05	Nghệ An, Thanh Hóa
5. Ba Na	0.3	286,910	2.31	Gia Lai, Kon Tum, Bình Định
6. Brâu	<0.005	525	2.79	Kon Tum
7. Bru - Vân Kiều	0.1	94,598	2.39%	Quảng Trị, Quảng Bình
8. Chơ Ro	0.03	29,520	0.95%	Đông Nai, Bà Rịa-Vũng Tàu, Bình Thuận
9. Co	0.04	40,442	1.79%	Quảng Ngãi, Quảng Nam
10. Cơ Ho	0.21	200,800	1.9%	Lâm Đồng, Bình Thuận
11. Cơ Tu	0.08	74,173	1.86%	Quảng Nam, Thừa Thiên- Huế
12. Giẻ Triêng	0.07	63,322	2.17%	Chủ yếu ở Kon Tum, Quảng Nam
13. Hrê	0.16%	149,460	1.6	Quảng Ngãi, Bình Định
14. Kháng	0.02%	16,180	1.56	Sơn La , Điện
15. Khmer	1.37%	1,319,652	0.46	Sóc Trăng, Trà Vinh, Kiên Giang, An Giang, Bạc Liêu, Bình Dương, Thành phố Hồ Chí Minh, Cà Mau

<b>Dân tộc</b>	<b>Tỉ lệ (2019) (%)</b>	<b>Dân số 2019</b>	<b>Tốc độ tăng trưởng (%)</b>	<b>Phân bố (2019)</b>
				Đồng Nai, Vĩnh Long
16. Khơ Mú	0.09%	90,612	2.17	Nghệ An, Điện Biên, Sơn La, Lai Châu, Yên Bái
17. Mạ	0.05%	50,322	1.95%	Lâm Đồng, Đắk Nông, Đồng Nai
18. Mảng	<0.005	4,650	2.29	Lai Châu
19. Mnông	0.13	127,334	2.15	Đắk Nông, Đắk Lắk, Bình Phước, Lâm Đồng
20. Ô Đu	<0.005	428	1.3	Nghệ An
21. Rơ Măm	<0.005	639	3.82	Kon Tum
22. Tà Ôi	0.05	52,356	1.76	Thừa Thiên-Huế, Quảng Trị
23. Xinh Mun	0.03	29,503	2.37	Sơn La, Điện
24. Xơ Đăng	0.22	212,277	2.25	Kon Tum, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Đắk Lắk
25. X'Tiêng	0.1	100,752	1.65	Bình Phước
26. Bô Y	<0.005	3,232	3.52	Lào Cai, Hà Giang
27. Giáy	0.07	67,858	1.46	Lào Cai, Hà Giang, Lai Châu, Yên Bái
28. Lào	0.02	17,532	1.61	Lai Châu, Điện Biên, Sơn
29. Lự	0.01	6,757	1.88	Lai Châu
30. Nùng	1.13%	1,083,298	1.12	Lạng Sơn, Cao Bằng, Bắc Giang, Thái Nguyên, Hà

<b>Dân tộc</b>	<b>Tỉ lệ (2019) (%)</b>	<b>Dân số 2019</b>	<b>Tốc độ tăng trưởng (%)</b>	<b>Phân bố (2019)</b>
				Giang, Đắk Lắk
31. Sán Chay	0.21	201,398	1.73	Tuyên Quang, Thái Nguyên, Bắc Giang, Quảng Ninh
32. Tày	1.92	1,845,492	1.26	Lạng Sơn, Cao Bằng, Tuyên Quang Hà Giang
33. Thái	1.89	1,820,950	1.61	Sơn La, Nghệ An, Thanh Hóa, Điện Biên, Lai Châu
34. Cờ Lao	<0.005	4,003	4.18	Hà Giang
35. La Chí	0.02	15,126	1.39	Hà Giang
36. La Ha	0.01	10,157	2.17	Sơn La
37. Pu Péo	<0.005	903	2.73	Hà Giang
38. Dao	0.93	891,151	1.71	Hà Giang, Tuyên Quang, Lào Cai, Yên Bái, Quảng Ninh
39. H'mong	1.45	1,393,547	2.66	Hà Giang, Điện Biên, Sơn La, Lào Cai, Lai Châu. Yên Bái
40. Pà Thên	0.01	8,248	1.91	Hà Giang, Tuyên Quang
41. Ê Đê	0.41	398,671	1.85	Đắk Lắk, Phú Yên
42. Gia Rai	0.53	513,930	2.23	Gia Lai, Kon Tum, Đắk Lắk



<b>Dân tộc</b>	<b>Tỉ lệ (2019) (%)</b>	<b>Dân số 2019</b>	<b>Tốc độ tăng trưởng (%)</b>	<b>Phân bố (2019)</b>
43. Chăm	0.19	178,948	1.01	Ninh Thuận, Bình Thuận, Phú Yên, An Giang, TP. Hồ Chí Minh Đồng Nai, Bình Định
44. Chu Ru	0.02	23,242	1.85	Lâm Đồng
45. Raglay	0.15	146,613	1.82	Ninh Thuận, Khánh Hòa, Bình Thuận
46. Hoa	0.78	749,466	-0.94	TP. Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Sóc Trăng, Kiên Giang, Bắc Giang, Bình Dương
47. Ngái	<0.005	1,649	4.66	Thái Nguyên, Bình Thuận
48. Sán Dìu	0.19	183,004	2.2	Thái Nguyên, Vĩnh Phúc, Bắc Giang, Quảng Ninh
49. Cống	<0.005	2,729	2.96	Lai Châu, Điện Biên
50. Hà Nhì	0.03	25,539	1.62	Lai Châu, Lào Cai, Điện Biên
51. La Hủ	0.01	12,113	2.27	Lai Châu
52. Lô Lô	0.01	4,827	0.61	Cao Bằng
53. Phù Lá	0.01	12,471	1.31	Lào Cai, Yên Bái
54. Si La	<0.005	909	2.48	Lai Châu, Điện Biên

### **c) Đặc điểm các dân tộc Việt Nam**

Các dân tộc trên đất nước ta có truyền thống đoàn kết tương thân tương ái. Mỗi dân tộc đều mang trong mình những nét đặc trưng riêng về truyền thống, văn hóa được tạo dựng bởi bề dày lịch sử dân tộc. Ở Việt Nam cũng vậy, 54 dân tộc mang 54 màu sắc văn hóa khác nhau, tạo lên sự phong phú, đa dạng.

Trước kia mỗi dân tộc đều chỉ sinh sống trong một khu vực địa lý nhất định, mọi vấn đề liên quan đến công việc, giáo dục hay sức khỏe đều chỉ được diễn ra trong khu vực địa lý đó. Phương hướng phát triển kinh tế cùng với điều kiện sinh sống phụ thuộc rất nhiều vào địa hình nơi cư trú, chủ yếu là phát triển nông, lâm hoặc ngư nghiệp. Các dân tộc ở Việt Nam có trình độ phát triển kinh tế – xã hội không đều nhau. Văn hóa cũng mang nét đặc trưng riêng của từng dân tộc như về trang phục truyền thống, chữ viết, tiếng nói hay đến các ngày lễ quan trọng... Chính vì vậy, trước kia các dân tộc thường sống tách biệt và không có mối quan hệ với nhau.

Hiện nay, với sự quan tâm của Đảng và Nhà nước thông qua các chính sách phát triển, ưu đãi mà các dân tộc đang ngày càng có đời sống tốt hơn. Địa bàn cư trú của các dân tộc đã có sự xen kẽ với nhau chính vì vậy mà đã tạo ra sự giao thoa của các nền văn hóa. So với việc phát triển kinh tế riêng biệt thì hiện nay các dân tộc đã mở rộng phạm vi, tham gia vào công cuộc phát triển kinh tế của cả nước.

#### **1.2. Đặc điểm DTTS ở Việt Nam ảnh hưởng đến công tác tuyên truyền cơ sở**

Thời gian qua, Đảng và Nhà nước đã ban hành chủ trương, chính sách nhằm nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của các cộng đồng thiểu số, để chính sách đi vào thực tiễn có nhiều cách thức, biện pháp; trong đó có thể khẳng định công tác truyền thông cho đồng bào DTTS có vai trò quan trọng, giúp người dân tiếp cận được nhiều thông tin chuẩn xác nhanh chóng xóa đói, giảm nghèo và phát triển bền vững.

Một trong những nguyên nhân chính ảnh hưởng hiệu quả truyền thông ở vùng DTTS là những đặc điểm, đặc trưng riêng biệt của các DTTS với tư cách là khách thể của hoạt động truyền thông. Những đặc điểm, đặc trưng đó thể hiện cụ thể trên các phương diện sau:

*Một là*, phần lớn cộng đồng dân tộc thiểu số Việt Nam cư trú phân tán, xen kẽ nhau, không tập trung tại một địa bàn cụ thể. Theo số liệu thống kê, tại

Việt Nam không có tỉnh, huyện nào thuần nhất có một dân tộc cư trú (ở khu vực miền núi phía Bắc chỉ có 2,8% số xã có một dân tộc sinh sống). Trong khi đó, cộng đồng DTTS cư trú xen kẽ ở nhiều địa phương khác nhau như người Dao ở 17 tỉnh, người Mông ở 13 tỉnh, người Tày ở 11 tỉnh, người Thái ở 8 tỉnh... Cộng đồng DTTS chủ yếu cư trú dọc biên giới phía Bắc, Tây và Tây Nam có nhiều cửa ngõ thông thương giữa nước ta với các nước trong khu vực và trên thế giới - đây là những địa bàn chiến lược quan trọng về chính trị, kinh tế, quốc phòng - an ninh, môi trường sinh thái của đất nước. Đời sống người dân ở đây còn nhiều khó khăn, kinh tế chậm phát triển, tình trạng du canh, du cư, di dân tự do vẫn diễn biến phức tạp, trình độ phát triển kinh tế, xã hội không đồng đều, điều kiện sống và mức sống còn chênh lệch giữa các dân tộc. Đặc điểm này có ảnh hưởng lớn tới công tác truyền thông vùng DTTS.

Để đưa được chủ trương, đường lối, chính sách, pháp luật và các thông tin phục vụ phát triển kinh tế xã hội vùng DTTS, công tác truyền thông dân tộc cần đầu tư thích đáng nguồn nhân lực, vật lực với các phương thức truyền thông hiệu quả phù hợp với đặc thù của từng địa phương, từng cộng đồng dân tộc thiểu số.

*Hai là*, Theo số liệu điều tra, các chỉ tiêu kinh tế xã hội của 53 DTTS Việt Nam do Ủy ban Dân tộc và Tổng cục Thống kê vừa thực hiện cho thấy 21% số người DTTS độ tuổi 15 trở lên không biết đọc, biết viết và không hiểu được 1 câu đơn giản của tiếng Việt.

Với điều kiện ngôn ngữ bất cập, họ không thể nghe được tiếng Việt, mà toàn bộ thông tin chủ yếu bằng tiếng Việt, vậy làm thế nào mà thông tin đến được với người DTTS?

Với tỉ lệ người DTTS chưa đọc thông, viết thạo, cá biệt nhiều trường hợp chưa biết đọc, viết tiếng phổ thông, đặt ra yêu cầu công tác truyền thông ở vùng DTTS bằng tiếng dân tộc là một lợi thế. Thực tế cho thấy, phương thức truyền thông trực tiếp tại cộng đồng như: thăm hộ gia đình, tư vấn, thảo luận nhóm, tổ chức họp, sản xuất và tổ chức biểu diễn tiểu phẩm sân khấu, tổ chức sự kiện cụ thể như thông tin lưu động tại chợ phiên, bản làng... đối thoại ở vùng dân tộc là phù hợp và hiệu quả hơn so với truyền thông gián tiếp thông qua các Phương tiện thông tin đại chúng như báo chí, mạng xã hội để truyền thông ở vùng DTTS.

*Ba là*, các DTTS Việt Nam 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 DTTS, 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 DTTS. Như vậy, việc 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 DTTS sẽ đạt hiệu quả cao hơn.

*Bốn là*, một đặc điểm khá nổi trội trong các cộng đồng DTTS, 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 DTTS 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 DTTS 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 có một loại 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 là thầy cúng; vùng người Mông người có uy tín thường là ông trưởng dòng họ; vùng người Khmer người có uy tín là nhà sư. Đây là phương thức truyền thông trực tiếp có tiềm năng lớn trong việc thay đổi thái độ của người DTTS, 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 DTTS 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 DTTS 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 DTTS.

*Năm là*, Người dân tộc thiểu số thường có tâm lý tự ti, bảo thủ, miễn cảm. Vì thế, sự lan tỏa các thực hành mới trong cộng đồng thiểu số là quá trình mang

tính lựa chọn, cần một khoảng thời gian nhất định. Quá trình lan tỏa các thực hành mới cần thực hiện từng bước, tạo cơ hội để người dân kiểm chứng và học hỏi từ thực tế.

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 các lực lượng truyền thông như trực tiếp, báo in, phát thanh, truyền hình, công nghệ thông tin mới. Ở một số vùng dân tộc hiện nay, du lịch phát triển mạnh, internet, mạng xã hội đóng vai trò quan trọng trong hoạt động truyền thông.

*Sáu là*, Thiếu thông tin và cơ hội tiếp cận thông tin vẫn là tình trạng khá phổ biến ở vùng dân tộc. Đẩy mạnh truyền thông dân tộc, đưa thông tin mạnh mẽ về cơ sở, thúc đẩy tiếp cận bình đẳng về thông tin, thúc đẩy sự trao quyền cho các cộng đồng thiểu số, giúp họ chủ động tham gia vào các chương trình phát triển.

Thực tế cho thấy, bên cạnh những vùng DTTS còn thiếu thông tin và cơ hội tiếp nhận thông tin, hiện nay ở một số vùng DTTS, du lịch phát triển mạnh, Internet, mạng xã hội khá phổ biến. Đặc điểm này đặt ra yêu cầu đối với công tác truyền thông là bên cạnh truyền thông trực tiếp, cần linh hoạt sử dụng các phương thức truyền thông gián tiếp thông qua các Phương tiện thông tin đại chúng như báo in, phát thanh, truyền hình, công nghệ thông tin mới. Đối với các vùng dân tộc thiểu số có sự phát triển cao về kinh tế, xã hội, phương thức này đóng vai trò quan trọng trong hoạt động truyền thông.

Thực tế trong nhiều năm qua, không chỉ truyền thông trên các phương tiện nghe - nhìn, mà cả tuyên truyền trực tiếp vẫn chưa mang lại hiệu quả nhiều cho người DTTS. Vì vậy, cần đẩy mạnh truyền thông, đưa thông tin mạnh mẽ về cơ sở, thúc đẩy tiếp cận bình đẳng về thông tin, thúc đẩy sự trao quyền cho các cộng đồng thiểu số, giúp họ chủ động, tích cực tham gia vào các chương trình phát triển.

Như vậy, trên cơ sở đặc điểm của DTTS ở từng vùng, từng địa phương, công tác truyền thông cần có cách tiếp cận cũng như phương thức 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 nhằm thay đổi nhận thức và hành vi của đồng bào DTTS, thúc đẩy sự phát triển của vùng đồng bào DTTS và của toàn xã hội.

## **2. Tuyên truyền phát triển cộng đồng DTTS**

### **2.1. Vai trò của công tác tuyên truyền cộng đồng DTTS**

Công tác tuyên truyền là đem các nội dung đã có sẵn (hệ tư tưởng, Cương lĩnh, Nghị quyết, Chỉ thị, luật pháp, chính sách) của Đảng và Nhà nước phổ biến rộng rãi đến quần chúng làm cho họ hiểu, tin và sẵn sàng hành động hiện thực hóa các nội dung đó. Trong bài “Người tuyên truyền và cách tuyên truyền”, Chủ tịch Hồ Chí Minh cho rằng: “Tuyên truyền là đem một việc gì đó nói cho dân hiểu, dân nhớ, dân tin, dân theo, dân làm. Nếu không đạt mục tiêu đó là tuyên truyền thất bại”. Theo đó, công tác tuyên truyền cho cộng đồng DTTS là hoạt động có chủ đích của chủ thể tuyên truyền, tác động một cách trực tiếp hoặc gián tiếp đến đối tượng tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức để phát triển cộng đồng; hình thành thái độ, niềm tin và tính tích cực hành động ở đối tượng tuyên truyền trong việc thực hiện các chính sách ở vùng đồng bào DTTS&MN.

Trong những năm qua, công tác tuyên truyền chính sách dân tộc đã đạt được kết quả nhất định. Nội dung tuyên truyền, giáo dục chủ trương, đường lối, chính sách dân tộc của Đảng và Nhà nước đến với đồng bào DTTS một cách sâu rộng; tuyên truyền cách phát triển sinh kế, hướng dẫn chuyển giao tiến bộ khoa học công nghệ vào sản xuất, tích cực xóa đói, giảm nghèo, vươn lên làm giàu chính đáng.

Chất lượng công tác tuyên truyền các chính sách thực hiện đại đoàn kết dân tộc ngày càng được nâng cao; chính sách giáo dục, truyền thống yêu nước, truyền thống cách mạng, lòng tự hào dân tộc của đồng bào DTTS trong giai đoạn hiện nay được nâng cao; Chất lượng công tác tuyên truyền trong đồng bào DTTS về những cá nhân, tập thể điển hình tiên tiến trong việc thực hiện chính sách dân tộc ngày càng nâng lên;

Tuyên truyền, vận động đồng bào DTTS tích cực xây dựng đời sống văn hóa, phát triển giáo dục, y tế, phòng chống tệ nạn xã hội, xóa bỏ hủ tục lạc hậu dần được cải thiện; Công tác tuyên truyền đồng bào DTTS nâng cao cảnh giác, giữ vững an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội ngày càng tốt hơn.

### **2.2. Những vấn đề cơ bản của tuyên truyền**

#### *2.2.1. Mục đích*

- Nâng cao nhận thức và chấp hành các quy định pháp luật hiện hành đối với cộng đồng, người dân

- Nâng cao nhận thức, trách nhiệm của toàn xã hội về việc thực hiện Nghị quyết số 88/2019/QH14 ngày 18/11/2019 của Quốc hội phê duyệt Đề án tổng thể phát triển kinh tế - xã hội (KT-XH) vùng đồng bào DTTS&MN (DTTS&MN), vùng có điều kiện đặc biệt khó khăn giai đoạn 2021 - 2030 (sau đây gọi tắt là Đề án tổng thể) và Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển KT-XH vùng đồng bào DTTS&MN giai đoạn 2021-2030, giai đoạn I: từ năm 2021 đến năm 2025 (sau đây gọi tắt là Chương trình mục tiêu) nhằm triển khai thực hiện đồng bộ các chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, đặc biệt là Kết luận số 65-KL/TW ngày 30/10/2019 của Bộ Chính trị về tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 24-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa IX về công tác dân tộc trong tình hình mới, thực hiện có hiệu quả và Hoàn thành các chỉ tiêu, mục tiêu đề ra.

- Định hướng, nâng cao chất lượng công tác thông tin, tuyên truyền về Đề án tổng thể và Chương trình mục tiêu đến vùng đồng bào DTTS&MN nói riêng và cả nước nói chung bằng các hình thức phù hợp với điều kiện đặc thù của vùng đồng bào DTTS&MN, vùng đặc biệt khó khăn; khơi dậy tinh thần đoàn kết, thống nhất trong cộng đồng các dân tộc nói chung và DTTS (DTTS) nói riêng chủ động, tích cực tham gia thực hiện Đề án tổng thể và Chương trình mục tiêu.

### *2.2.2 Yêu cầu tuyên truyền*

- Bám sát đường lối, chủ trương, định hướng của Đảng, chính sách của Nhà nước về công tác dân tộc và chính sách dân tộc, phổ biến kịp thời những nội dung của Chương trình mục tiêu và các nội dung có liên quan khác đến người dân và được sự đồng thuận, hưởng ứng tham gia, phản hồi của người dân trên địa bàn thực hiện Chương trình mục tiêu.

- Chủ động, linh hoạt, sáng tạo trong tổ chức triển khai; đa dạng hóa hình thức, phương tiện truyền thông, đẩy mạnh thực hiện chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ thông tin để kịp thời đáp ứng yêu cầu triển khai nhiệm vụ của Chương trình mục tiêu.

- Nội dung, hình thức truyền thông phù hợp với phong tục, tập quán của đồng bào DTTS.

- Sử dụng nguồn kinh phí đảm bảo đúng quy định, tiết kiệm, hiệu quả và minh bạch.

### *2.2.3. Đối tượng tuyên truyền*

- Người dân vùng đồng bào DTTS&MN.

- Cán bộ, công chức, viên chức trong hệ thống cơ quan công tác dân tộc từ Trung ương đến địa phương nói riêng và trong hệ thống chính trị nói chung.

- Các bộ, cơ quan Trung ương được giao nhiệm vụ liên quan đến Đề án Tổng thể và Chương trình mục tiêu.

- Hệ thống chính trị từ Trung ương đến địa phương, người dân liên quan đến triển khai thực hiện, theo dõi, đánh giá, giám sát tình hình việc thực hiện nhiệm vụ về Đề án Tổng thể và Chương trình mục tiêu tại địa phương.

- Các cơ quan, đơn vị liên quan được giao nhiệm vụ thực hiện công tác truyền thông, tuyên truyền đường lối chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước trong vùng đồng bào DTTS&MN.

- Các tổ chức kinh tế, tổ chức xã hội, Hợp tác xã, doanh nghiệp tham gia tổ chức thực hiện nhiệm vụ của Đề án Tổng thể và Chương trình mục tiêu.

#### *2.2.4. Nội dung tuyên truyền*

- Tuyên truyền phổ biến giáo dục pháp luật trong vùng đồng bào DTTS: Các quy định của Luật Phòng, chống ma túy, Luật Đất đai, Luật Lâm nghiệp, Luật Hôn nhân gia đình, Luật Bình đẳng giới, Chủ quyền an ninh biên giới...

- Tuyên truyền, vận động đồng bào vùng dân tộc thiểu số và miền núi như bảo tồn và phát triển nghề truyền thống; Giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc...

- Tập huấn, bồi dưỡng kiến thức cho người đồng bào DTTS.

- Tuyên truyền, phổ biến về ý nghĩa, mục đích, nội dung của các chương trình, chính sách dân tộc đã và đang được Đảng, Nhà nước quan tâm đầu tư hỗ trợ trên địa bàn tỉnh để người dân, đặc biệt là đồng bào người DTTS nhằm tạo sự đồng thuận cao trong quá trình tham gia thực hiện và giám sát thực hiện chính sách, để các chương trình, chính sách dân tộc ngày càng đi vào cuộc sống, đạt được kết quả cũng như mục tiêu đã đặt ra.

- Truyền thông, tuyên truyền ba Chương trình mục tiêu quốc gia Giai đoạn 2021-2025, gồm:

Chương trình mục tiêu quốc gia Nông thôn mới.

Chương trình mục tiêu quốc gia Giảm nghèo bền vững.

Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào DTTS&MN.

#### *2.2.5. Hình thức tuyên truyền*



- Trên các phương tiện thông tin đại chúng từ Trung ương tới địa phương, các nội dung có liên quan đến dân tộc và công tác dân tộc đặc biệt là những mục tiêu, nhiệm vụ, nội dung, giải pháp trọng tâm của Đề án tổng thể và Chương trình mục tiêu.

- Tổ chức hội nghị, hội thảo trao đổi kinh nghiệm, cung cấp thông tin về chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước liên quan đến lĩnh vực công tác dân tộc, chính sách dân tộc đến các cơ quan truyền thông, hệ thống cơ quan làm công tác dân tộc từ Trung ương tới địa phương và các đối tượng liên quan trực tiếp đến Chương trình mục tiêu.

- Tổ chức tập huấn bồi dưỡng nghiệp vụ truyền thông về Đề án Tổng thể và Chương trình mục tiêu đối với đội ngũ cán bộ, phóng viên, biên tập viên của các báo, tạp chí.

- Xây dựng chuyên trang, chuyên mục, đặc san, chuyên san, chuyên đề và các loại hình phù hợp khác về Đề án tổng thể và Chương trình mục tiêu; định kỳ đăng tải trên các phương tiện thông tin đại chúng của Trung ương và địa phương, ưu tiên tuyên truyền bằng tiếng nói, chữ viết của đồng bào DTTS.

- Xây dựng trang tin điện tử tổng hợp về Chương trình mục tiêu của Ủy ban Dân tộc để cập nhật tiến độ, kết quả thực hiện, kịp thời xử lý thông tin, đẩy nhanh tiến độ thực hiện Chương trình mục tiêu theo kế hoạch.

- Xây dựng, biên soạn và phát hành một số sản phẩm thông tin về Đề án Tổng thể và Chương trình mục tiêu như:

+ Áp phích, tờ rơi, tranh cổ động.

+ Sổ tay hướng dẫn, cẩm nang tập hợp các văn bản cơ chế chính sách, hướng dẫn thực hiện Chương trình mục tiêu cho các xã, thôn, bản và người có uy tín.

+ Tài liệu phổ biến, giáo dục pháp luật và tuyên truyền chính sách dân tộc: Tờ gấp, sách bỏ túi, cẩm nang pháp luật, sổ tay truyền thông và các ấn phẩm, tài liệu khác (ưu tiên các ấn phẩm song ngữ đối với các dân tộc có chữ viết).

- Tổ chức các cuộc thi viết trên các báo, tạp chí chuyên ngành, các hội thi tìm hiểu về chính sách dân tộc và Chương trình mục tiêu ở vùng DTTS&MN.

- Tổ chức hội nghị biểu dương, tôn vinh các tập thể, cá nhân điển hình tiên tiến trong thực hiện Chương trình mục tiêu.

- Xây dựng mô hình truyền thông, tuyên truyền mang tính đặc thù, vận động đồng bào tham gia thực hiện Đề án tổng thể và Chương trình mục tiêu phù hợp với ở các xã có điều kiện KT-XH đặc biệt khó khăn, vùng sâu, vùng xa, biên giới, địa bàn xung yếu và nơi có đồng bào DTTS rất ít người cư trú.

- Xây dựng các cụm pano, áp phích, tuyên truyền cổ động trực quan trên các địa bàn thực hiện Chương trình mục tiêu.

- Triển khai các loại hình truyền thông, thông tin đặc thù khác phù hợp phong tục, tập quán, bản sắc văn hóa của đồng bào DTTS ở các vùng miền.

#### 2.2.6. Phương pháp tuyên truyền

##### **\* Phương pháp thuyết phục**

Là phương pháp dùng lý lẽ, các luận cứ, luận chứng để hình thành ở mỗi cán bộ, hội viên, nông dân một lập trường mới, có thể thay đổi quan điểm hoặc hành vi của họ về một vấn đề nào đó.

Đây là phương pháp quan trọng nhất của hoạt động tuyên truyền. Phương pháp này có thể thực hiện trực tiếp hoặc gián tiếp, có thể tiến hành tuyên truyền cá biệt, tuyên truyền trước đám đông, tuyên truyền cho nhóm. Phương pháp này có tác dụng rất to lớn, ảnh hưởng trực tiếp, mạnh mẽ đến hiệu quả tuyên truyền bởi thuyết phục tốt sẽ làm cho các hội viên, nông dân tự giác phấn khởi tin theo và có hành động tự giác, đạt được hiệu quả cao.

##### **\* Phương pháp nêu gương**

Là phương pháp sử dụng những sự việc, hiện tượng, mô hình kinh tế điển hình trong đời sống thực tế ở ngay địa phương, cơ sở ở địa bàn cụ thể, đưa ra các kiểu hành vi, lối sống tác động đến cán bộ, hội viên, nông dân, giúp họ hình thành những hành vi, lối sống, hành động phù hợp theo gương điển hình.

##### **\* Phương pháp ám thị**

Là phương pháp tác động tâm lý từ cán bộ tuyên truyền đến từng cá nhân và nhóm cán bộ hội viên, cộng đồng với mục đích là làm cho họ tự giác tiếp thu một cách không phê phán những lời lẽ, hình ảnh mà trong đó chứa đựng các tư tưởng, ý chí cần truyền đạt của người cán bộ tuyên truyền.

Phương pháp này thường được sử dụng trong các hình thức tuyên truyền, cổ động có sử dụng các hình vẽ, tranh ảnh, panô, áp phích, quảng cáo... nhằm chỉ bảo cho biết, nên trong khi áp dụng phương pháp này cán bộ tuyên truyền cần chú ý sử dụng hình ảnh biểu tượng, biểu trưng, tạo ra ấn tượng mạnh mẽ để

quần chúng dễ nhớ, dễ hiểu. Song, cần tránh các hình ảnh, biểu tượng thiếu văn hóa, trái với thuần phong mỹ tục của dân tộc.

Hình thức, phương pháp tuyên truyền đóng vai trò quyết định kết quả, hiệu quả công tác tuyên truyền của Hội. Tuy nhiên, cần phải tùy theo điều kiện cụ thể của từng nơi, từng việc, từng đối tượng mà vận dụng các hình thức, phương pháp tuyên truyền cho phù hợp.

### **2.3. Quan điểm của Đảng và Nhà nước về hoạt động tuyên truyền đối với đồng bào DTTS**

Trong những năm qua, Chính phủ đã có nhiều chính sách ưu tiên nhằm phát triển toàn diện vùng dân tộc thiểu số về kinh tế, xã hội, văn hóa, giáo dục, thông tin, truyền thông, phát thanh, truyền hình bằng tiếng dân tộc thiểu số. Tôn trọng quyền bình đẳng giữa các dân tộc, bảo vệ sự đa dạng văn hóa, tạo điều kiện cho các dân tộc phát huy bản sắc văn hóa.

Để tiếp tục thực hiện chiến lược công tác dân tộc, tiếp tục công tác tuyên truyền đến đồng bào DTTS về chủ chương, chính sách, pháp luật của Nhà nước, Chính phủ đã ban hành Quyết định số 45/QĐ-TTg ngày 09 tháng 01 năm 2019 về cấp một số ấn phẩm báo, tạp chí nhằm tăng cường công tác thông tin, tuyên truyền phục vụ nhiệm vụ chính trị tại vùng DTTS&MN, vùng đặc biệt khó khăn giai đoạn 2019 - 2021. Theo đó, Chính phủ quy định: Ủy ban nhân dân cấp huyện, xã phải thường xuyên chỉ đạo các tổ chức chính trị - xã hội, các đoàn thể quần chúng triển khai các hoạt động tuyên truyền, phổ biến thông tin trên các ấn phẩm báo chí được cấp đến Nhân dân bằng các hình thức, phương tiện đa dạng, phong phú, hấp dẫn; Định kỳ kiểm tra, phát hiện và kịp thời xử lý những bất cập trong công tác phát hành, quản lý, lưu trữ, khai thác và sử dụng các ấn phẩm báo, tạp chí được cấp trên địa bàn; nắm bắt, phản ánh trung thực các ý kiến góp ý đánh giá về chất lượng nội dung, hình thức ấn phẩm, báo cáo cơ quan công tác dân tộc cấp trên.

Quy định về công tác thông tin tuyên truyền và thông tin đối ngoại được thể hiện trong Quyết định số 1191/QĐ-TTg ngày 05 tháng 08 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ Phê duyệt mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp đổi mới và nâng cao năng lực công tác thông tin tuyên truyền và thông tin đối ngoại góp phần xây dựng biên giới hòa bình, hữu nghị, hợp tác và phát triển. Qua đó, nội dung thông tin tuyên truyền và thông tin đối ngoại với định dạng phù hợp (tin nhắn, thư thoại bằng tiếng Việt, tiếng dân tộc...) đến các thuê bao viễn thông di động tại

các tuyến biên giới. Truyền thông, tuyên truyền lồng ghép thông tin đối ngoại với các hoạt động giao lưu xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch, giới thiệu về tiềm năng, thế mạnh, nét văn hóa đặc sắc của các tỉnh biên giới góp phần quảng bá hình ảnh đất nước.

Về công tác truyền thông, tuyên truyền về Chương trình mục tiêu quốc gia, Nghị định số 27/2022/NĐ-CP ngày 19 tháng 4 năm 2022 của Chính phủ quy định:

***\* Yêu cầu trong thực hiện hoạt động truyền thông, tuyên truyền về Chương trình mục tiêu quốc gia:***

- Thiết kế nội dung truyền thông, tuyên truyền về Chương trình mục tiêu quốc gia phù hợp đặc điểm văn hóa, phong tục tập quán và năng lực, nhu cầu tiếp nhận của từng nhóm đối tượng trên từng địa bàn.

- Đa dạng hóa các hình thức truyền thông, tuyên truyền; ưu tiên hình thức truyền thông, tuyên truyền có sự tham gia của cộng đồng dân cư tại cơ sở.

- Lồng ghép nội dung trong thực hiện các hoạt động truyền thông, tuyên truyền về Chương trình mục tiêu quốc gia đảm bảo tiết kiệm, hiệu quả, tránh trùng lặp, lãng phí.

***\* Hoạt động truyền thông, tuyên truyền về Chương trình mục tiêu quốc gia:***

- Xây dựng kế hoạch, thiết kế nội dung truyền thông, tuyên truyền về Chương trình mục tiêu quốc gia.

- Thực hiện truyền thông, tuyên truyền về các quy định pháp luật, tài liệu hướng dẫn liên quan đến Chương trình mục tiêu quốc gia.

- Thực hiện truyền thông, tuyên truyền về cách làm hay, gương điển hình, tiêu biểu, kết quả đạt được, khó khăn vướng mắc phát sinh trong quản lý và thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia.

- Thực hiện các hoạt động đối thoại chính sách trong Chương trình mục tiêu quốc gia.

- Tổ chức các cuộc thi báo chí tuyên truyền về Chương trình mục tiêu quốc gia.

***\* Hình thức truyền thông, tuyên truyền:***

- Phát hành chuyên mục, ấn phẩm truyền thông, các sản phẩm số hóa, các hình thức tuyên truyền khác (nếu có).

- Hình thức sinh hoạt cộng đồng.

- Thông qua người có uy tín, nông dân điển hình

Công tác phổ biến, giáo dục pháp luật và tuyên truyền đối với vùng đồng bào DTTS trong Chương trình mục tiêu quốc gia vùng đồng bào DTTS&MN theo Quyết định số 1719/2021/QĐ-TTg ngày 14/10/2021 của Thủ tướng Chính phủ và các văn bản hướng dẫn, quy định:

**\* Đối tượng phổ biến, giáo dục pháp luật và tuyên truyền:**

Người dân ở vùng DTTS&MN; cán bộ, công chức, viên chức trong hệ thống cơ quan công tác dân tộc từ Trung ương đến địa phương; cán bộ, công chức, viên chức được giao nhiệm vụ phổ biến giáo dục pháp luật và tuyên truyền, vận động đồng bào vùng đồng bào DTTS&MN; Lãnh đạo tổ chức Đảng, chính quyền, đoàn thể ở xã, thôn, bản; già làng, trưởng thôn, bản, người có uy tín, các chức sắc, chức việc tôn giáo ở vùng DTTS&MN; doanh nghiệp, HTX, các tổ chức kinh tế, tổ chức xã hội hoạt động ở địa bàn vùng đặc biệt khó khăn.

**\* Nguyên tắc phổ biến, giáo dục pháp luật và tuyên truyền, vận động:**

- Chính xác, đầy đủ, rõ ràng, dễ hiểu, thiết thực.
- Kịp thời, thường xuyên, có trọng tâm, trọng điểm.
- Đa dạng các hình thức phổ biến, giáo dục pháp luật, phù hợp với nhu cầu, lứa tuổi, trình độ của đối tượng được phổ biến, giáo dục pháp luật và truyền thống, phong tục, tập quán tốt đẹp của dân tộc.
- Gắn với việc thi hành pháp luật, thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh của đất nước, của địa phương và đời sống hằng ngày của người dân.

- Phối hợp chặt chẽ giữa cơ quan, tổ chức, gia đình và xã hội.
- Kiên trì, thường xuyên, đơn giản, dễ hiểu, dễ nhớ, dễ thực hiện.
- Khuyến khích sử dụng ngôn ngữ, ưu tiên những hình thức phù hợp với phong tục tập quán, văn hóa truyền thống của từng dân tộc, vùng miền.
- Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số.

**\* Nội dung phổ biến, giáo dục pháp luật và tuyên truyền, vận động:**

- Phổ biến nội dung Hiến pháp, các luật, văn bản quy phạm pháp luật, chính sách dân tộc liên quan đến vùng đồng bào DTTS&MN; chú trọng các nội dung phù hợp với tình hình thực tế ở các khu vực Tây Bắc, Tây Nguyên, Tây Nam Bộ và vùng Duyên hải miền Trung.

- Trọng tâm phổ biến pháp luật cho đồng bào vùng đồng bào DTTS&MN, nâng cao ý thức tôn trọng, chấp hành, bảo vệ pháp luật; các hành vi bị nghiêm cấm và chế tài xử lý; quyền, nghĩa vụ cơ bản của công dân; nội dung chính sách, pháp luật về: hình sự, dân sự, hôn nhân và gia đình, đất đai, bảo vệ môi trường, lao động, y tế, giáo dục, quốc phòng, an ninh, giao thông, quyền và nghĩa vụ cơ bản của công dân, quyền hạn và trách nhiệm của cơ quan nhà nước, cán bộ, công chức, an toàn thực phẩm, biến đổi khí hậu, chuyển đổi số, hỗ trợ khởi nghiệp; các văn bản quy phạm pháp luật mới được ban hành; các văn bản chính sách về công tác dân tộc, chính sách dân tộc và các văn bản chính sách có liên quan đến vùng DTTS&MN.

- Tuyên truyền chính sách dân tộc và kết quả thực hiện chính sách dân tộc, đại đoàn kết các dân tộc của Đảng và Nhà nước; gương người tốt, việc tốt, những điển hình tiên tiến trong chấp hành và thực hiện pháp luật, chính sách dân tộc; tuyên truyền, vận động đồng bào các dân tộc xóa bỏ các hủ tục lạc hậu, cảnh giác trước âm mưu "diễn biến hòa bình", lợi dụng vấn đề dân tộc, dân chủ, nhân quyền, truyền đạo trái pháp luật để chống phá Đảng, Nhà nước, phá hoại khối đại đoàn kết các dân tộc; phản bác những luận điệu sai trái của các thế lực phản động; nâng cao nhận thức về chủ quyền, an ninh biên giới; các nội dung khác có liên quan đến dân tộc và chính sách dân tộc.

- Tập huấn kỹ năng, nghiệp vụ phổ biến, giáo dục pháp luật và tuyên truyền, vận động đồng bào vùng DTTS&MN.

## **2.4. Tuyên truyền, truyền thông nội dung cơ bản Đề án tổng thể về Chương trình mục tiêu quốc gia**

### *2.4.1. Quan điểm, mục tiêu, phương hướng, nhiệm vụ*

Trong những năm qua, các địa phương vùng đồng bào DTTS&MN đều đã đạt được tốc độ tăng trưởng kinh tế cao. Cơ cấu kinh tế bước đầu có sự chuyển dịch theo hướng tăng dần tỷ trọng công nghiệp, dịch vụ... Kết cấu hạ tầng vùng đồng bào DTTS&MN từng bước được hoàn thiện, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội từng vùng, từng khu vực. Công tác giữ gìn, bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa đặc sắc của cộng đồng các DTTS nước ta được quan tâm, góp phần nâng cao đời sống tinh thần của nhân dân

Mặc dù KT-XH vùng đồng bào DTTS&MN đã có bước phát triển mạnh trong những năm qua, nhưng vẫn là vùng khó khăn nhất của cả nước. Hạ tầng KT-XH thấp kém, kinh tế chủ yếu tự cung tự cấp, đời sống của nhân dân còn

nhiều khó khăn, là “Lỗi nghèo của cả nước”, chất lượng nguồn nhân lực thấp, đội ngũ cán bộ còn nhiều bất cập, còn một số hạn chế về bình đẳng giới, tồn tại nhiều hủ tục lạc hậu và tệ nạn xã hội, tiềm ẩn nhiều nguy cơ mất ổn định an ninh chính trị.

**Từ những bất cập đó, những chính sách được đề xuất cho giai đoạn 2021-2030 như sau:**

- (1) Chính sách hỗ trợ đất ở, cải thiện nhà ở, đất sản xuất, nước sinh hoạt.
- (2) Chính sách đầu tư sắp xếp hộ dân di cư tự phát, hộ sinh sống ở rừng phòng hộ xung yếu, rừng đặc dụng, khu vực hay xảy ra thiên tai, lũ ống, lũ quét, sạt lở đất vào khu tái định cư.
- (3) Chính sách bảo vệ và phát triển rừng, gắn với chính sách giảm nghèo nhanh, bền vững và hỗ trợ đồng bào DTTS.
- (4) Chính sách tín dụng cho hộ DTTS và hộ nghèo sinh sống ở vùng ĐBKK.
- (5) Chương trình 135 và Chương trình 30a.
- (6) Chính sách hỗ trợ học sinh trường phổ thông dân tộc nội trú, bán trú.
- (7) Chính sách cử tuyển.
- (8) Chính sách mua bảo hiểm y tế cho người nghèo, hộ DTTS.
- (9) Chính sách hỗ trợ đầu tư phát triển DTTS rất ít người.
- (10) Chính sách phát triển đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức người dân tộc thiểu số trong thời kỳ mới.
- (11) Chính sách đối với cán bộ, công chức, viên chức và người hưởng lương trong lực lượng vũ trang công tác ở vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn (theo Nghị định số 116/2010/NĐ-CP ngày 24/12/2010).

**a) Quan điểm cụ thể:**

*Thứ nhất:* Đầu tư phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi là đầu tư cho phát triển bền vững gắn liền với xóa đói, giảm nghèo, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người dân, nhất là đồng bào dân tộc thiểu số; thu hẹp dần khoảng cách về mức sống so với vùng phát triển; giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa tốt đẹp của các dân tộc nâng cao hiệu quả phòng chống tội phạm, tệ nạn xã hội; đảm bảo quyền và cơ hội bình đẳng giới; nâng cao mặt bằng dân trí và chất lượng nguồn nhân lực, nhất là cán bộ, công chức, viên chức dân tộc thiểu số, đáp ứng yêu cầu phát triển trong giai đoạn

mới; góp phần quan trọng thực hiện tiến bộ và công bằng xã hội, nhằm đạt được mục tiêu “không để ai bị bỏ lại phía sau”.

*Thứ 2:* Phát huy tiềm năng, lợi thế của các địa phương trong vùng, tăng nguồn đầu tư và hỗ trợ của ngân sách trung ương, bố trí đầy đủ, kịp thời nguồn vốn thực hiện các chính sách được ban hành. Phát huy mọi nguồn lực của các thành phần kinh tế trong vùng, đẩy mạnh thu hút nguồn lực từ các vùng khác và các nguồn tài trợ quốc tế để phát triển kinh tế nhanh, bền vững, hiệu quả. Trong đó, nguồn lực nhà nước là chủ yếu, quan trọng và có ý nghĩa quyết định, tạo điều kiện thuận lợi để huy động và thu hút các nguồn lực khác.

*Thứ 3:* Phát triển kinh tế - xã hội đi đôi với xây dựng hệ thống chính trị ở cơ sở vững mạnh, củng cố khối đại đoàn kết các dân tộc; tăng cường tiềm lực quốc phòng, an ninh, bảo vệ vững chắc chủ quyền, biên giới quốc gia, xây dựng tuyến biên giới hòa bình, hữu nghị, hợp tác và phát triển đối với các quốc gia trong khu vực.

*Thứ 4:* Đầu tư phát triển kinh tế - xã hội đi đôi với bảo vệ môi trường sinh thái, nguồn nước, hệ động thực vật, thực vật, đa dạng sinh học; đặc biệt là bảo vệ và phát triển rừng.

*Thứ 5:* Đầu tư phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, có trọng tâm, trọng điểm; là trách nhiệm của các cấp, các ngành và người dân. Nhà nước giữ vai trò quan trọng, tạo điều kiện để tất cả các dân tộc thiểu số phát huy nội lực, cùng phát triển với đất nước.

## **b) Về mục tiêu**

\* *Mục tiêu tổng quát:* Khai thác tiềm năng, lợi thế của các địa phương trong vùng, đổi mới sáng tạo, đẩy mạnh phát triển kinh tế, đảm bảo an sinh xã hội; giảm nghèo nhanh, bền vững, thu hẹp dần khoảng cách về mức sống so với vùng phát triển; giảm dần địa bàn đặc biệt khó khăn; quy hoạch, sắp xếp ổn định dân cư, xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội đồng bộ, liên vùng, kết nối với các vùng phát triển; cải thiện rõ rệt đời sống của Nhân dân; phát triển toàn diện giáo dục, đào tạo, y tế, văn hóa, nâng cao chất lượng cán bộ, công chức, viên chức, người lao động là người dân tộc thiểu số; xóa bỏ phong tục tập quán lạc hậu đi đôi với giữ gìn, phát huy bản sắc văn hóa tốt đẹp của các dân tộc; xây dựng hệ thống chính trị ở cơ sở vững mạnh, giữ vững an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội, đảm bảo an ninh biên giới quốc gia; củng cố tăng cường khối đại đoàn kết các dân tộc, nâng cao niềm tin của đồng bào các dân tộc đối với Đảng và Nhà nước.



*\* Mục tiêu cụ thể đến năm 2025*

- Thu nhập bình quân của người dân tộc thiểu số tăng gấp 2,0 lần so với năm 2020.

- Tỷ lệ hộ nghèo hàng năm giảm từ 3% đến 5%;

- 100% xã có đường ô tô đến trung tâm xã theo tiêu chuẩn quy định của Bộ Giao thông Vận tải; 70% thôn, bản có đường ô tô đến trung tâm được cứng hóa; 80% thôn, bản có nhà sinh hoạt cộng đồng;

- Sắp xếp ổn định 70% số hộ di cư tự phát, số hộ đang sinh sống trong rừng đặc dụng, khu vực xung yếu nguy hiểm; hỗ trợ giải quyết 70% số hộ thiếu đất ở, đất sản xuất, nước sinh hoạt, còn ở nhà tạm so với cuối năm 2020.

- Tỷ lệ độ che phủ rừng duy trì 42%.

- Tỷ lệ lao động qua đào tạo khoảng 50%, trong đó có bằng cấp, chứng chỉ từ 10-15%. 31

- Tỷ lệ học sinh học mẫu giáo 5 tuổi trên 98%, học sinh trong độ tuổi học tiểu học trên 97%, học trung học cơ sở trên 95%, học phổ thông trung học trên 60%; thanh niên 15 đến 35 tuổi đọc thông viết thạo tiếng Việt trên 95%.

- Tỷ lệ tham gia bảo hiểm y tế đạt trên 95% dân số dân tộc thiểu số.

- 95% người dân tộc thiểu số biết nói tiếng dân tộc của mình trong giao tiếp; 80% xã, thôn, bản có đội văn hóa, văn nghệ (câu lạc bộ) truyền thống.

- Trên 80% phụ nữ được khám thai định kỳ, sinh con ở cơ sở y tế hoặc có sự trợ giúp của cán bộ y tế; giảm tỷ lệ trẻ em suy dinh dưỡng thể thiếu cân xuống dưới 15%.

- Tỷ lệ hộ gia đình sử dụng nước sinh hoạt hợp vệ sinh 85-90%.

*\* Mục tiêu cụ thể đến năm 2030:*

- Thu nhập bình quân của người dân tộc thiểu số tăng gấp 2,5 lần so với năm 2026.

- Không còn hộ đói; giảm 80% hộ nghèo so với năm 2020; 80% hộ gia đình có mức sống bằng với mức sống dân cư trong khu vực;

- Trên 85% xã vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi có cơ sở hạ tầng (đường, điện, trường học, trạm y tế, trụ sở làm việc...) đáp ứng được yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội và đời sống của người dân;

- Giải quyết căn bản tình trạng di cư tự phát trong đồng bào dân tộc thiểu số;
- Cơ bản hoàn thành chỉ tiêu đề ra trong mục tiêu phát triển bền vững đến năm 2030.

### **c) Phạm vi, đối tượng điều chỉnh của Đề án**

\* *Phạm vi:* Địa bàn các xã vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, các xã, thôn có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn (không bao gồm xã thuộc vùng bãi ngang ven biển và hải đảo) giai đoạn 2021 - 2030.

\* *Đối tượng:*

- Xã, thôn đặc biệt khó khăn (không bao gồm xã đặc biệt khó khăn thuộc vùng bãi ngang ven biển và hải đảo);
- Hộ gia đình, cá nhân người dân tộc thiểu số;
- Hộ gia đình, cá nhân người dân tộc Kinh thuộc diện hộ nghèo, cận nghèo sinh sống ở xã, thôn đặc biệt khó khăn.
- Doanh nghiệp, Hợp tác xã, các tổ chức kinh tế, xã hội hoạt động ở địa bàn vùng đặc biệt khó khăn.

### **d) Phương hướng và nhiệm vụ:**

#### *(1) Về phát triển kinh tế*

Khai thác tiềm năng, lợi thế so sánh, huy động mọi nguồn lực đầu tư phát triển mạnh kinh tế hàng hóa nhiều thành phần; chú trọng phát triển kinh tế tập thể, Hợp tác xã, kinh tế tư nhân, gắn sản xuất với chế biến, kết nối với thị trường, tạo chuỗi sản phẩm, gia tăng giá trị.

\* *Đối với nông, lâm, ngư nghiệp*

- Tiếp tục thực hiện hiệu quả cơ cấu lại ngành, phát triển nông nghiệp hàng hóa tập trung quy mô lớn theo hướng hiện đại, nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững;

- Tiếp tục hình thành và phát triển vùng chuyên canh tập trung với quy mô hợp lý, chú trọng phát triển sản xuất cây trồng, vật nuôi có giá trị

- Tập trung đầu tư mạnh cho phát triển kinh tế lâm nghiệp, sản xuất nguyên liệu gắn với chế biến sản phẩm gỗ rừng trồng. Vùng đồng bào DTTS&MN phải góp phần quan trọng nhất để thúc đẩy Việt Nam trở thành một trong các trung tâm chế biến gỗ lớn của khu vực và thế giới.

- Điều chỉnh hợp lý cơ chế, chính sách, định mức khoán bảo vệ rừng, thật sự tạo sinh kế cho người dân sống gần với rừng. Đẩy mạnh tuyên truyền vận động đi đôi với xử lý nghiêm minh các vụ việc xâm hại rừng, đất rừng.

- Đổi mới và phát triển các hình thức tổ chức sản xuất, hoàn thiện quan hệ sản xuất phù hợp

- Thúc đẩy nghiên cứu, chuyển giao khoa học công nghệ, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho nông nghiệp, nông thôn

*\* Đối với công nghiệp - xây dựng*

- Tiếp tục rà soát lại quy hoạch, loại bỏ các công trình thủy điện quy mô nhỏ, khi đầu tư ảnh hưởng lớn đến rừng phòng hộ, rừng đầu nguồn và phải di dời nhiều hộ dân, hiệu quả đầu tư thấp.

- Tổng kiểm kê, đánh giá, quy hoạch lại việc khai thác, chế biến khoáng sản ở vùng đồng bào DTTS&MN. Đảm bảo vừa khai thác chế biến khoáng sản có hiệu quả cho nền kinh tế nhưng cũng phải đảm bảo môi trường sinh thái, không gian sinh sống của đồng bào các dân tộc ở vùng này. Đổi mới công nghệ, thiết bị khai thác khoáng sản, nâng cao hiệu quả khoáng sản của các mỏ lớn ở vùng đồng bào DTTS&MN

- Đẩy mạnh phát triển sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp, phát triển lĩnh vực ngành nghề thủ công mỹ nghệ;

*\* Đối với thương mại, dịch vụ, du lịch*

- Khai thác thế mạnh về tài nguyên thiên nhiên, văn hóa, ẩm thực độc đáo, đặc sắc của các dân tộc để đẩy mạnh phát triển du lịch sinh thái, trải nghiệm; du lịch lịch sử - văn hóa, phát triển sản phẩm du lịch “xanh”, tôn trọng yếu tố tự nhiên và văn hóa địa phương ở vùng DTTS.

- Tiếp tục rà soát, quy hoạch, đầu tư hạ tầng dịch vụ viễn thông, thông tin, tín dụng, vận tải... để phát triển kinh tế cửa khẩu giao thương với các nước Trung Quốc, Lào, Campuchia...;

- Khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư phát triển các chợ biên giới, miền núi chợ nông thôn và các loại hình chợ phù hợp, tiêu thụ sản phẩm hàng hóa của người dân. Đẩy mạnh ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ trong phát triển các kênh phân phối và thương mại điện tử.

## *(2) Về lĩnh vực văn hóa - xã hội*

### *\* Về giáo dục - đào tạo*

- Quy hoạch phát triển hợp lý mạng lưới, quy mô các trường phổ thông dân tộc bán trú, phổ thông dân tộc nội trú và dự bị đại học dân tộc; đặc biệt quan tâm đầu tư phát triển các trường phổ thông dân tộc nội trú, dự bị đại học dân tộc

- Tiếp tục thực hiện đồng bộ các giải pháp để giữ vững thành quả phổ cập giáo dục mầm non 5 tuổi, phổ cập giáo dục tiểu học đúng độ tuổi, phổ cập trung học cơ sở, xóa mù chữ và chống tái mù chữ. Thực hiện tốt chủ trương giáo dục hướng nghiệp và phân luồng học sinh sau trung học cơ sở;

- Phát triển và nâng cao chất lượng đội ngũ giáo viên và cán bộ quản lý giáo dục vùng đồng bào DTTS&MN.

- Gia tăng nguồn vốn đầu tư từ ngân sách nhà nước để đầu tư, phát triển cơ sở vật chất trường, lớp các cấp học, nhất là cấp học mầm non và tiểu học theo hướng chuẩn hóa, hiện đại hóa và phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội của địa phương.

*\* Về phát triển giáo dục nghề nghiệp*, nâng cao chất lượng nhân lực và giải quyết việc làm Phát triển giáo dục nghề nghiệp, nâng cao chất lượng nhân lực và giải quyết việc làm là yếu tố quan trọng nhất trong việc tạo sinh kế cho thanh niên vùng đồng bào DTTS&MN.

### *\* Về y tế và dân số*

- Tăng cường công tác bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân trong tình hình mới, công tác dân số trong tình hình mới;

- Thực hiện chính sách y tế, chăm sóc sức khỏe và dân số cho đồng bào DTTS

- Tăng cường hướng dẫn các biện pháp vệ sinh phòng bệnh, tăng cường truyền thông về các bệnh lây nhiễm và không lây nhiễm, các biện pháp kế hoạch hóa gia đình, vấn đề bình đẳng giới, tác hại của tình trạng tảo hôn, kết hôn cận huyết thống.

- Đầu tư xây dựng và hỗ trợ trang thiết bị cho các cơ sở y tế kết hợp quân dân y để khám bệnh, chữa bệnh cho người dân vùng đồng bào DTTS&MN;

- Tiếp tục quan tâm đào tạo, phát triển nguồn nhân lực y tế vùng đồng bào DTTS&MN, trong đó chú trọng đào tạo cán bộ có trình độ chuyên sâu, đặc biệt là cán bộ DTTS người địa phương.

*\* Về bảo tồn và phát triển văn hóa các dân tộc*

- Xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước;
- Thực hiện bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể của các DTTS ở Việt Nam;
- Phát triển toàn diện văn hóa DTTS; giữ gìn, bảo tồn, tôn vinh và phát huy bản sắc văn hóa thông qua bảo tồn ngôn ngữ, chữ viết của đồng bào DTTS;
- Xây dựng và phát triển hệ thống thiết chế văn hóa, tạo điều kiện để nhân dân tham gia vào công cuộc xây dựng đời sống văn hóa mới, góp phần nâng cao mức hưởng thụ văn hóa của người dân vùng đồng bào DTTS&MN;
- Bảo tồn và phát huy lễ hội truyền thống tốt đẹp của các DTTS, xây dựng, nhân rộng sản phẩm văn hóa phục vụ phát triển du lịch tại các địa phương;
- Hỗ trợ xây dựng, tổ chức phong trào văn hóa, văn nghệ, phát huy vai trò làm chủ về văn hóa của đồng bào DTTS, đặc biệt là đối với các chương trình, hoạt động lễ hội và biểu diễn văn hóa nghệ thuật truyền thống của đồng bào DTTS;
- Tổ chức hoạt động nghệ thuật chuyên nghiệp phục vụ đồng bào DTTS;
- Ưu tiên đào tạo, tập huấn, bồi dưỡng cán bộ văn hóa là người DTTS cơ bản đáp ứng được về trình độ, năng lực triển khai các nhiệm vụ ở cơ sở.

*(3) Về quốc phòng, an ninh*

- Tiếp tục triển khai, cụ thể hóa các chủ trương, chỉ thị, nghị quyết của Đảng, chính sách của Nhà nước về công tác dân tộc liên quan đến quốc phòng và đảm bảo an ninh vùng đồng bào DTTS&MN.
- Tích cực tham gia xây dựng, củng cố hệ thống chính trị cơ sở trên các địa bàn chiến lược, trọng điểm Tây Bắc, Tây Nguyên, Tây Nam Bộ, khu vực biên giới, vùng căn cứ cách mạng; xây dựng lực lượng dân quân tự vệ, dự bị động viên vùng đồng bào DTTS&MN đủ về số lượng, nâng cao về chất lượng, phối hợp giữa dân quân tự vệ với lực lượng công an xã, phường, thị trấn và các lực lượng khác trong giữ gìn an ninh chính trị, trật tự, an toàn xã hội ở cơ sở, qua đó góp phần xây dựng thế trận quốc phòng toàn dân, gắn với thế trận an ninh nhân dân, xây dựng thế trận lòng dân vững chắc.
- Tổ chức tốt công tác nắm tình hình ở cơ sở, tâm tư, nguyện vọng của đồng bào DTTS, trên cơ sở đó kịp thời tham mưu cho cấp có thẩm quyền giải

quyết các tình huống phát sinh, không để hình thành các “điểm nóng” về an ninh, trật tự, các vụ biểu tình, bạo loạn ở vùng đồng bào DTTS&MN, khu vực biên giới; giải quyết kịp thời những phức tạp liên quan đến hoạt động tín ngưỡng, tôn giáo mới, tà đạo vùng đồng bào DTTS&MN, đồng thời loại trừ những yếu tố nhạy cảm, không để kẻ địch và các thế lực phản động lợi dụng kích động quần chúng chống đối trong lĩnh vực “dân tộc”, “tôn giáo”, “dân chủ”, “nhân quyền”. Phát huy vai trò của người có uy tín trong đồng bào DTTS trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ tổ quốc.

- Tăng cường hợp tác quốc tế, đối ngoại quân sự, đối ngoại biên phòng, đối ngoại công an với các nước Lào, Campuchia, Trung Quốc để đấu tranh với các hoạt động ly khai, tự trị dân tộc, vượt biên trái phép; đảm bảo an ninh, trật tự tuyến biên giới; phòng chống tội phạm về ma túy, “buôn bán người”; phòng chống khủng bố...

- Tăng cường đầu tư phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao mức sống của người dân, thực hiện tốt quy hoạch dân cư đặc biệt ở khu vực biên giới theo hướng phát triển bền vững, gắn với đảm bảo an ninh - quốc phòng.

- Đầu tư, phát triển nâng cao trình độ cho các trạm Quân - Dân y, kết hợp kinh tế quốc phòng với phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào DTTS&MN, bảo đảm đủ điều kiện khám chữa bệnh cho nhân dân tại vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo.

- Bồi dưỡng kiến thức quốc phòng - an ninh cho đồng bào DTTS vùng biên giới để nâng cao chất lượng nắm tình hình vùng giáp biên góp phần tạo thành “phên dậu biên giới” bảo vệ vững chắc vùng biên cương của Tổ quốc từ sớm, từ xa.

- Chú trọng bồi dưỡng tạo nguồn chiến sỹ, cán bộ người DTTS trong lực lượng vũ trang, kết hợp chặt chẽ việc đào tạo, bồi dưỡng với quy hoạch, quản lý, sắp xếp sử dụng cán bộ người DTTS, đảm bảo tính kế thừa vững chắc. Làm tốt công tác đào tạo phát triển Đảng nhằm nâng cao chất lượng chính trị, tạo nguồn cán bộ cho các đơn vị lực lượng vũ trang làm nhiệm vụ ở vùng đồng bào DTTS&MN.

**e) Tuyên truyền 10 dự án thành phần 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 - 2025**

Ngày 18 tháng 11 năm 2019, Quốc hội Phê duyệt Đề án tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021-

2030 (Nghị quyết số 88/2019/QH14), ngày 19 tháng 06 năm 2020 Quốc hội về phê duyệt chủ trương đầu tư 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 (Nghị quyết số 120/2020/QH14). Trên cơ sở đó, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 1719/QĐ-TTg ngày 14/10/2021 phê duyệt Chương mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào DTTS&MN giai đoạn 2021-2030, giai đoạn I: từ năm 2021-2025, trong giai đoạn này, Chương trình tập trung triển khai thực hiện 10 dự án thành phần như sau:

Dự án 1: Giải quyết tình trạng thiếu đất ở, nhà ở, đất sản xuất, nước sinh hoạt

Dự án 2: Quy hoạch, sắp xếp, bố trí, ổn định dân cư ở những nơi cần thiết

Dự án 3: Phát triển sản xuất nông, lâm nghiệp bền vững, phát huy tiềm năng, thế mạnh của các vùng miền để sản xuất hàng hóa theo chuỗi giá trị

Dự án 4: Đầu tư cơ sở hạ tầng thiết yếu, phục vụ sản xuất, đời sống trong vùng đồng bào DTTS&MN và các đơn vị sự nghiệp công lập của lĩnh vực dân tộc

Dự án 5: Phát triển giáo dục đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Dự án 6: Bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của các DTTS gắn với phát triển du lịch

Dự án 7: Chăm sóc sức khỏe Nhân dân, nâng cao thể trạng, tầm vóc người DTTS; phòng chống suy dinh dưỡng trẻ em

Dự án 8: Thực hiện bình đẳng giới và giải quyết những vấn đề cấp thiết đối với phụ nữ và trẻ em

Dự án 9: Đầu tư phát triển nhóm DTTS rất ít người và nhóm dân tộc còn nhiều khó khăn

Dự án 10: Truyền thông, tuyên truyền, vận động trong vùng đồng bào DTTS&MN. Kiểm tra, giám sát đánh giá việc tổ chức thực hiện Chương trình.

## **2.4. Thực trạng và giải pháp tuyên truyền, truyền thông Đề án tổng thể và Chương trình mục tiêu**

### *2.4.1. Thực trạng công tác tuyên truyền, truyền thông*

Trong những thời gian qua, công tác tuyên truyền chính sách dân tộc đã đạt được kết quả nhất định. Nội dung tuyên truyền, giáo dục chủ trương, đường lối, chính sách dân tộc của Đảng và Nhà nước đến với đồng bào DTTS một cách sâu rộng. Công tác tuyên truyền thường xuyên, rộng khắp bằng nhiều hình thức trực quan như pa nô, phóng sự trên đài truyền hình, trang tin trên Báo, đài các

địa phương, tuyên truyền trên các hội nghị tuyên truyền phổ biến chính sách, pháp luật, các lớp tập huấn cho cán bộ triển khai các cấp và cộng đồng, người có uy tín. Đa đa số người dân được tiếp cận, hiểu biết thông tin và đồng thuận cao trong việc tham gia thực hiện Chương trình, góp phần vào thành công chung của Chương trình trên phạm vi cả nước.

Một số lưu ý khi thực hiện công tác tuyên truyền, truyền thông vùng đồng bào DTTS:

Phần lớn cộng đồng dân tộc thiểu số cư trú phân tán, xen kẽ nhau, không tập trung tại một địa bàn cụ thể, địa hình chia cắt, một số địa bàn còn thiếu cơ sở hạ tầng - xã hội. Yêu cầu đặt ra, cần có phương thức truyền thông trực tiếp tại cộng đồng như: thăm hộ gia đình, tư vấn, thảo luận nhóm, tổ chức họp, sản xuất và tổ chức biểu diễn tiểu phẩm sân khấu, tổ chức sự kiện cụ thể như thông tin lưu động tại chợ phiên, bản làng...

Một số bộ phận người DTTS chưa đọc thông, viết thạo, cá biệt nhiều trường hợp chưa biết đọc, viết tiếng phổ thông, đặt ra yêu cầu công tác truyền thông ở vùng DTTS bằng tiếng dân tộc. Một bộ phận người dân tộc thiểu số thường có tâm lý tự ti, bảo thủ, miễn cảm. Vì thế, sự lan tỏa các thực hành mới trong cộng đồng thiểu số là quá trình mang tính lựa chọn, cần một khoảng thời gian nhất định. Quá trình lan tỏa các thực hành mới cần thực hiện 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. Một đặc điểm khá nổi trội trong các cộng đồng DTTS, 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 DTTS 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 DTTS 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.

Thực tế cho thấy, bên cạnh những vùng DTTS còn thiếu thông tin và cơ hội tiếp nhận thông tin, hiện nay ở một số vùng DTTS, du lịch phát triển mạnh, Internet, mạng xã hội khá phổ biến. Đặc điểm này đặt ra yêu cầu đối với công tác truyền thông là bên cạnh truyền thông trực tiếp, cần linh hoạt sử dụng các phương thức truyền thông gián tiếp thông qua các Phương tiện thông tin đại chúng như báo in, phát thanh, truyền hình, công nghệ thông tin mới. Đối với các vùng dân tộc thiểu số có sự phát triển cao về kinh tế, xã hội, phương thức này đóng vai trò quan trọng trong hoạt động truyền thông.



#### *2.4.1. Giải pháp nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền*

- Tăng cường sự lãnh đạo, chỉ đạo của cấp ủy, tổ chức Đảng, chính quyền các cấp; nâng cao vai trò, trách nhiệm của người đứng đầu cấp ủy, tổ chức đảng, chính quyền các cấp và cơ quan, đơn vị trong lãnh đạo, chỉ đạo công tác truyền thông, tuyên truyền về Đề án tổng thể và Chương trình mục tiêu.

- Tiếp tục triển khai các chương trình phối hợp truyền thông thực hiện Chương trình mục tiêu với các ban, Bộ, ngành có liên quan tạo sự đồng thuận của toàn xã hội, phát huy sức mạnh tổng hợp của cả hệ thống chính trị nhằm thực hiện thắng lợi Chương trình mục tiêu.

- Phối hợp với một số cơ quan, đơn vị truyền thông nhất là một số cơ quan báo chí chủ lực, đa phương tiện, báo, tạp chí chuyên ngành của Ủy ban Dân tộc làm nòng cốt, đóng vai trò định hướng dư luận xã hội, thông tin đối ngoại về việc thực hiện Đề án tổng thể và Chương trình mục tiêu.

- Tích cực triển khai ứng dụng công nghệ thông tin, công nghệ số, chuyển đổi số trong công tác truyền thông, tuyên truyền thực hiện Chương trình mục tiêu trên tất cả các lĩnh vực.

- Xây dựng, phát triển, bồi dưỡng mạng lưới cán bộ tuyên truyền viên, báo cáo viên, đội ngũ người có uy tín, già làng, trưởng thôn, bản nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền thực hiện Đề án tổng thể và Chương trình mục tiêu bằng nhiều loại hình phong phú.

- Hằng năm tổ chức kiểm tra, giám sát và tổ chức sơ kết đánh giá tình hình triển khai thực hiện công tác truyền thông ở một số địa phương, đơn vị; kịp thời phản ánh, đề xuất cấp có thẩm quyền hướng dẫn, giải quyết.

- Bồi dưỡng nâng cao năng lực và kỹ năng tuyên truyền, truyền thông cho cán bộ triển khai thực hiện Chương trình, cho người tham gia phát triển cộng đồng.

## **II. MỘT SỐ KỸ NĂNG TUYÊN TRUYỀN CƠ BẢN Ở CƠ SỞ**

Để truyền thông ở vùng dân tộc thiểu số thành công cần có sự phối hợp của cả người truyền thông và người nhận thông điệp truyền thông, các dân tộc ở vùng DTTS, thông qua việc thực hiện đầy đủ các bước của quá trình truyền thông bao gồm: Truyền thông điệp đến người nhận; Thu hút sự chú ý của người nhận thông điệp; Duy trì sự chú ý của người nhận; Người nhận hiểu được thông điệp; Người nhận ghi nhớ được thông điệp; Người nhận sử dụng được thông điệp.

Hiệu quả của công tác truyền thông ở vùng DTTS phụ thuộc vào nhiều yếu tố như yếu tố chính trị, đặc điểm của đối tượng truyền thông, toàn cầu hóa

và hội nhập quốc tế, văn hóa truyền thống dân tộc, yếu tố tôn giáo... Trong đó, có thể khẳng định một trong những yếu tố có vai trò quan trọng, cần tính đến trong công tác truyền thông là đặc điểm của đối tượng truyền thông - người dân tộc ở vùng DTTS.

Có 2 hình thức truyền thông chủ yếu: truyền thông trực tiếp và truyền thông gián tiếp. Mỗi hình thức này có cách triển khai thực hiện khác nhau, mỗi hình thức có ưu điểm, hạn chế riêng. Vì vậy, trong công tác tuyên truyền cần vận dụng linh hoạt, phù hợp với đối tượng tuyên truyền, nhằm đạt hiệu quả cao nhất.

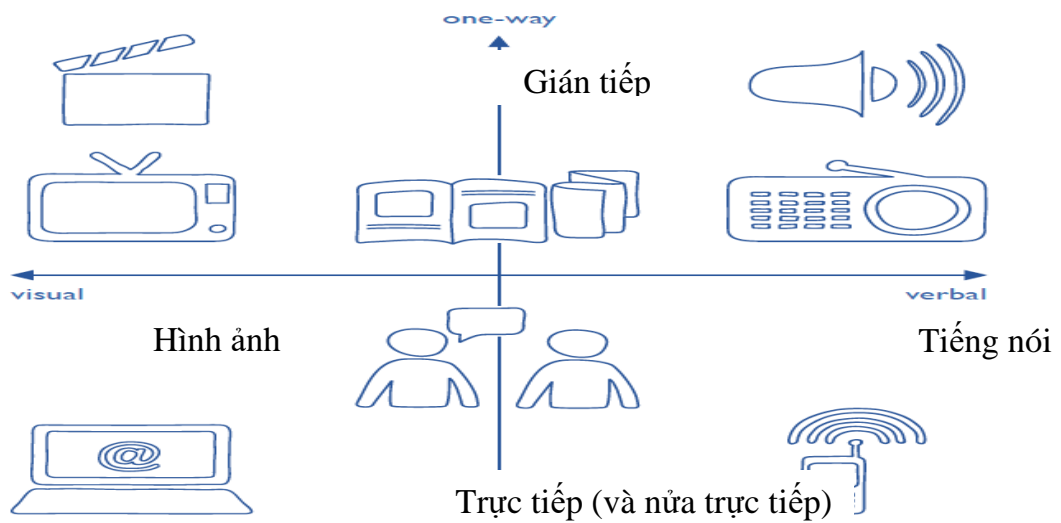
<b>Truyền thông trực tiếp</b>	<b>Truyền thông gián tiếp</b>
Thực hiện qua gặp mặt, nói chuyện trực tiếp (hoặc có thể qua điện thoại, mạng máy tính).	Sử dụng các phương tiện truyền thông (đài, báo, ti vi, hệ thống loa phát thanh của thôn, bản) nhưng không có đối thoại.
Cách thực hiện: gặp mặt, họp nhóm, họp thôn/bản	Cách thực hiện: đưa thông tin lên báo, đài phát thanh, truyền hình...
Ưu điểm: Có thể trao đổi trực tiếp, qua lại để hiểu rõ vấn đề. Tác động ngay để thay đổi nhận thức, thái độ, thực hành của đối tượng. Hiểu rõ đối tượng.	Ưu điểm: Trong cùng một khoảng thời gian có thể phổ biến (quan điểm, chính sách) đến rất nhiều người. Nhanh, tạo dư luận xã hội.
Hạn chế: Trong một khoảng thời gian chỉ có thể thực hiện được với một người hoặc một nhóm người. Tốn thời gian và công sức.	Hạn chế: Không thể trao đổi trực tiếp, không biết người nghe, người đọc đã hiểu hay chưa. Đòi hỏi có trang thiết bị. Hạn chế việc can thiệp, thay đổi thực hành
<p>Trường hợp sử dụng:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bàn bạc, trao đổi chi tiết về một vấn đề cụ thể nào đó (những khúc mắc nảy sinh khi thực hiện chính sách, những phát hiện của cộng đồng khi kiểm tra, giám sát...).</li> <li>- Hướng dẫn các quy trình tổ chức thực hiện, kiểm tra, giám sát.</li> <li>- Hướng dẫn kỹ thuật mới.</li> </ul>	<p>Trường hợp sử dụng:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chỉ sử dụng hạn chế khi muốn tuyên truyền, phổ biến rộng rãi đến cộng đồng về một chủ trương, chính sách nào đó.</li> <li>- Chỉ nên coi là thao tác bước đầu, sau đó phải tổ chức tuyên truyền trực tiếp để bổ sung, củng cố thông tin, thu thập ý kiến phản hồi từ cộng đồng.</li> </ul>

## 1. Truyền thông trực tiếp

### 1.1. Khái niệm, nguyên tắc, yêu cầu của truyền thông với đồng bào DTTS

#### a) Một số khái niệm

**Truyền thông** là quá trình trao đổi, chia sẻ thông tin, tư tưởng, tình cảm, suy nghĩ, kỹ năng và kinh nghiệm giữa hai hoặc nhiều người nhằm tăng cường hiểu biết lẫn nhau, làm thay đổi nhận thức để điều chỉnh hành vi phù hợp với nhu cầu phát triển của cá nhân và xã hội



**Truyền thông trực tiếp** là quá trình trao đổi thông tin một cách trực tiếp giữa người làm truyền thông với một đối tượng hoặc một nhóm đối tượng (tuyên truyền bằng miệng), thông qua các giao tiếp không lời hoặc có lời, thông qua các cách thức như thăm hộ gia đình, tư vấn, thảo luận nhóm, tổ chức họp, sản xuất và tổ chức biểu diễn tiểu phẩm sân khấu, tổ chức thông tin lưu động tại chợ phiên, bản làng...

#### b) Một số nguyên tắc cơ bản

- Tuyên truyền, vận động không chỉ cung cấp thông tin mà từ thay đổi nhận thức phải hướng đến hành động cụ thể.

Chủ tịch Hồ Chí Minh thường căn dặn cán bộ làm công tác tuyên truyền: Tuyên truyền (nói cho bà con hiểu) phải luôn gắn với vận động (nói để bà con làm theo). Từ mục tiêu của là hỗ trợ tốt nhất cho các hộ nghèo trong việc tích cực tăng gia sản xuất, phát huy nội lực sẵn có, đồng thời tận dụng tốt sự hỗ trợ từ bên ngoài để từng bước thoát nghèo, giảm nghèo bền vững, có thể nhận thấy trong quá trình vươn lên thoát nghèo bền vững, sự chủ động của cộng đồng, của

người dân là quan trọng nhất, Nhà nước và các đơn vị khác chỉ có vai trò hỗ trợ. Vì vậy, hành động của cộng đồng chính là thước đo mức độ thành công của công tác tuyên truyền, vận động.

- Khi tuyên truyền, vận động phải chú trọng đặc điểm văn hóa, phong tục tập quán của đồng bào.

Văn hóa đóng vai trò quan trọng trong đời sống của mỗi cá nhân, tộc người. Văn hóa có thể là động lực song cũng có thể là yếu tố gây cản trở sự phát triển. Câu hỏi “Làm thế nào để phát huy vai trò chủ thể của người dân?” khi tuyên truyền, vận động chính sách có liên quan mật thiết đến các vấn đề văn hóa. Thực tiễn công tác dân tộc cho thấy rằng, khi các chính sách và hoạt động tuyên truyền, vận động chính sách coi trọng yếu tố văn hóa, phù hợp với văn hóa, người dân sẽ hưởng ứng rất nhiệt tình, ngược lại sẽ gặp vô vàn khó khăn, thách thức.

### **a) Yêu cầu truyền thông đối với đồng bào DTTS**

- Có mục tiêu phù hợp với nhu cầu chính đáng và sát thực tế của cộng đồng.
- Đảm bảo các vấn đề truyền thông phải chính xác.
- Được lặp lại nhiều lần.
- Nội dung, phương thức truyền thông phù hợp, dễ áp dụng với người dân tộc.
- Ngôn ngữ dễ hiểu và hiểu đúng với cộng đồng. Phương tiện dễ sử dụng.
- Sử dụng mạng lưới sẵn có hoặc tạo nên một mạng lưới là một trong những chiến lược truyền thông tốt nhất đối với người dân tộc thiểu số. Truyền thông trong một mạng lưới không chỉ từ một người gửi tin cho tất cả mọi thành viên mà nó tạo thành dòng chảy truyền thông giữa các thành viên trong nhóm và cho cả các nhóm thành viên khác nữa. Đặc biệt, truyền thông mạng lưới có hiệu quả cao trong việc chia sẻ những bài học kinh nghiệm và hình thành ý tưởng
- Lồng ghép giới trong tất cả hoạt động và nội dung của truyền thông dân tộc. Đảm bảo cân bằng giới trong các sản phẩm truyền thông; tránh ngôn từ, hình ảnh có tính khuôn mẫu, mang định kiến giới; tránh tạo khuôn mẫu về vai trò của phụ nữ và nam giới; cân bằng nam và nữ trong tác nghiệp, quản lý, tổ chức truyền thông.

## **1.2. Quy trình truyền thông trực tiếp**

### *1.2.1. Xây dựng kế hoạch truyền thông*

### ***Bước 1. Xác định mục tiêu truyền thông***

- Cung cấp và củng cố kiến thức cho đồng bào DTTS.
- Thay đổi hành vi, duy trì hành vi mới cho đồng bào DTTS.

### ***Bước 2. Xác định đối tượng truyền thông***

- Dân tộc.
- Tiếng nói.
- Đặc điểm văn hóa.
- Tỷ lệ nam – nữ; già – trẻ, nghề nghiệp.
- Năng lực tiếp thu của từng nhóm.

*Việc xác định đối tượng truyền thông nhằm chuẩn bị các hoạt động tương ứng*

<b>Nội dung tìm hiểu</b>	<b>Hoạt động tương ứng</b>
•Số người nghe chính xác là bao nhiêu? Họ có nói và hiểu được tiếng phổ thông không? Mình có nói được tiếng của họ không?	•Chuẩn bị về hội trường, và công tác hậu cần (có thể thông qua phiên dịch – nếu cần)
•Thuộc một dân tộc hay nhiều dân tộc? Là dân tộc nào?	•Xây dựng nội dung tuyên truyền cho phù hợp với văn hóa của các dân tộc
•Bao nhiêu nam, bao nhiêu nữ? Họ có cùng độ tuổi không, nếu không cùng tuổi thì thuộc những nhóm tuổi nào (20-30; 30-50; 50-70...)?	•Xây dựng, thiết kế nội dung tuyên truyền, sử dụng từ ngữ, phù hợp về giới tính, độ tuổi.
•Những thông tin trao đổi hôm nay có cần thiết với họ không, sẽ mang lại cho họ những lợi ích gì?	•Chỉ nói những điều sẽ mang lại lợi ích trực tiếp cho cộng đồng đó.

### ***Bước 3. Phát triển các thông điệp và lựa chọn hình thức truyền thông***

***Thông điệp*** là thông tin trung tâm, cốt lõi của một sản phẩm truyền thông (chương trình truyền thông, chiến dịch truyền thông), được đúc kết thành một số câu ngắn, cô đọng.

- Thông điệp thể hiện rõ mục đích của sản phẩm truyền thông. Mỗi thông điệp chỉ có một ý duy nhất, gắn với mục tiêu truyền thông. Hình thức thông tin, tuyên truyền ngắn gọn, rõ ràng, thực tế, hấp dẫn, gây ấn tượng; Sử dụng từ ngữ đúng, chính xác, dùng động từ ở thì chủ động; thực hiện bằng tiếng phổ thông và

tiếng DTTS, phù hợp với tập quán, văn hóa của các nhóm DTTS trên địa bàn và mặt bằng nhận thức;

- Phương pháp thông tin, tuyên truyền đa dạng, thông qua hệ thống các tổ chức đoàn thể, tổ nhóm hợp tác, những người có uy tín, già làng, trưởng thôn, nông dân sản xuất giỏi, gương thoát nghèo, các chức sắc tôn giáo trên địa bàn; họp thôn, phát thanh, gặp gỡ đối thoại, và các kênh thông tin, tuyên truyền khác đến cộng đồng và người dân.

- Tùy từng chủ đề, thông điệp mà lựa chọn sản phẩm truyền thông thích hợp để đạt mục tiêu và hiệu quả truyền thông: tranh cổ động, tờ gấp, tờ rơi, tranh lật. Chương trình phát thanh, truyền hình, băng âm thanh, băng hình. Tiêu phẩm sân khấu (diễn trực tiếp hoặc được ghi âm, ghi hình vào băng, đĩa...).

#### ***Bước 4. Xác định thời gian, địa điểm và nguồn lực thực hiện***

- Thời gian, địa điểm: Phù hợp, linh hoạt đối với từng địa bàn triển khai để thu hút đối tượng được truyền thông tham gia nhiều nhất.

- Nguồn nhân lực:

+ Xác định người tham gia công tác chuẩn bị nội dung, cơ sở vật chất, trang thiết bị.

+ Người trực tiếp tuyên truyền.

+ Người hỗ trợ.

- Kinh phí thực hiện: Kinh phí in ấn tài liệu, đi lại, hỗ trợ công...

#### ***Bước 5. Thông báo kế hoạch truyền thông***

##### ***1.2.2. Triển khai kế hoạch tuyên truyền, vận động***

##### **a) Chuẩn bị**

- Nói chuyện, bàn bạc trước với những người có uy tín, bộ đội phục viên, cán bộ hưu trí... đề nghị hợp tác, hỗ trợ. Có thể xây dựng thành nhóm nòng cốt (người có uy tín, bộ đội phục viên, cán bộ hưu trí...). Nhóm nòng cốt sẽ trở thành nhân tố chính trong quá trình truyền thông

- Xây dựng kịch bản truyền thông. Chú ý vai trò, hoạt động của nhóm nòng cốt hoặc nhóm tiên phong. Dự kiến các tình huống có thể phát sinh và cách giải quyết.

- Chuẩn bị các phương tiện hỗ trợ (âm thanh, hình ảnh, băng rôn, khẩu hiệu...).

- Lựa chọn không gian, thời gian phù hợp.
- Chuẩn bị một số tiết mục văn nghệ để gây hứng thú.

### **b) Tiến hành**

- Thực hiện theo kịch bản đã chuẩn bị.
- Chú ý dành thời gian thỏa đáng để người dân trình bày ý kiến thắc mắc, phản hồi. Lưu ý:

+ Với các nội dung tuyên truyền, phổ biến kiến thức có thể tận dụng các phương tiện hỗ trợ như tranh ảnh, video clip, băng rôn, khẩu hiệu...

+ Với các nội dung phổ biến kỹ thuật nên kết hợp các hoạt động ngoài thực địa: tổ chức cho bà con thử nghiệm, tham quan mô hình...

#### **1.2.3. Tổng kết, đánh giá, rút kinh nghiệm**

Sau khi thực hiện, nhóm cần tổ chức họp để tổng kết, đánh giá. Thành phần họp bao gồm các thành viên, lãnh đạo xã, đại diện nhóm nông cốt. Tổng kết, đánh giá, rút kinh nghiệm về các hoạt động:

- Công tác chuẩn bị.
- Cách thức tiến hành.
- Đánh giá sơ bộ về hiệu quả truyền thông.
- Rút ra bài học kinh nghiệm.

Một nội dung khác cũng cần đặc biệt chú trọng, đó là kế hoạch, cách thức để củng cố thông tin, duy trì các hành vi vừa được hình thành. Kế hoạch, thời gian kiểm tra, đánh giá về các vấn đề:

- Sau một thời gian (01 tháng, 6 tháng, 01 năm...), bà con có còn nhớ những kiến thức được thu nhận không?

- Các hành vi mới (nuôi trồng giống cây/con mới, áp dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất...) có còn được duy trì không? Nếu không được duy trì thì phải áp dụng biện pháp nào?

- Đề xuất giải pháp
- + Giải pháp về nội dung
- + Giải pháp về hình thức thực hiện;
- + Giải pháp về công cụ.

### 1.3. Các bước chuẩn bị một bài truyền thông

#### a) Xác định mục đích tuyên truyền

- Để cán bộ cơ sở và cộng đồng hiểu rõ về: mục đích, ý nghĩa, vai trò của cán bộ cơ sở và cộng đồng trong Chương trình.

- Nâng cao nhận thức, ý thức trách nhiệm của cộng đồng trong xây dựng và thực hiện các chính sách giảm nghèo tại địa bàn.

- Phổ biến kiến thức, kinh nghiệm sản xuất...

Với mỗi mục đích khác nhau sẽ có sự chuẩn bị về nội dung khác nhau.

#### b) Tìm hiểu về người nghe (đối tượng)

<b>Nội dung tìm hiểu</b>	<b>Hoạt động tương ứng</b>
Số người nghe chính xác là bao nhiêu? Họ có nói và hiểu được tiếng phổ thông không? Mình có nói được tiếng của họ không?	Chuẩn bị về hội trường, và công tác hậu cần (có thể thông qua phiên dịch – nếu cần)
Thuộc một dân tộc hay nhiều dân tộc? Là dân tộc nào?	Xây dựng nội dung tuyên truyền cho phù hợp với văn hóa của các dân tộc
Bao nhiêu nam, bao nhiêu nữ? Họ có cùng độ tuổi không, nếu không cùng tuổi thì thuộc những nhóm tuổi nào (20-30; 30-50; 50-70...)?	Xây dựng, thiết kế nội dung tuyên truyền, sử dụng từ ngữ, phù hợp về giới tính, độ tuổi.
Những thông tin trao đổi hôm nay có cần thiết với họ không, sẽ mang lại cho họ những lợi ích gì?	Chỉ nói những điều sẽ mang lại lợi ích trực tiếp cho cộng đồng đó.

#### c) Lựa chọn không gian, thời gian tuyên truyền phù hợp

<i>Nội dung tìm hiểu</i>	<i>Hoạt động tương ứng</i>
Buổi nói chuyện dự định tổ chức ở đâu?	Tuyên truyền về trồng trọt nên ở ngoài ruộng) nương) rẫy. Các nội dung khác tùy trường hợp có thể tổ chức ở nhà văn hóa, nhà riêng của trưởng thôn/bản.
Không gian đó có yên tĩnh	Tùy thuộc vào số lượng người nghe, lựa



không, có phù hợp để tổ chức trao đổi, thảo luận không?	chọn không gian lớn hay nhỏ cho phù hợp để tránh “loãng”, không tập trung hoặc quá chật người nghe sẽ khó chịu và không tổ chức các hoạt động trao đổi, thảo luận được.
Trong số người nghe, có ai phải đi quá xa không?	Bố trí đón tiếp và chỗ ăn nghỉ cho người nghe.
Thời gian dự định tổ chức vào lúc nào? Thời gian đó có phù hợp với người nghe không?	Tùy từng đối tượng để bố trí thời gian phù hợp (cán bộ có thể làm vào giờ hành chính, cộng đồng thì phải làm vào buổi tối hoặc vào thời gian nông nhàn).
Buổi nói chuyện dự định tổ chức trong thời gian bao lâu?	Không nên quá dài, ảnh hưởng đến sản xuất hoặc sinh hoạt của bà con.

#### **d) Xây dựng đề cương tuyên truyền**

Đề cương tuyên truyền là tài liệu dùng để tuyên truyền, giải thích, hướng dẫn, phổ biến một văn bản pháp luật, một vấn đề pháp lý mà người sử dụng có thể dựa vào đó để nghiên cứu nội dung văn bản, các trọng tâm cần tập trung tuyên truyền, phổ biến văn bản hoặc để biên soạn các tài liệu tuyên truyền khác một cách cụ thể, sát hợp, sinh động, phù hợp với bối cảnh, đối tượng nhưng vẫn đảm bảo cho đối tượng hiểu chính xác nội dung văn bản và thực hiện thống nhất. Mặt khác, đề cương tuyên truyền còn có nhiệm vụ hướng dẫn, chỉ đạo việc tổ chức triển khai tuyên truyền phù hợp với từng loại đối tượng, trên từng địa bàn.

##### ***\* Yêu cầu của việc xây dựng đề cương***

Xây dựng đề cương tuyên truyền cần bảo đảm các yêu cầu cơ bản sau:

*Về hình thức:* Bố cục đề cương phải rõ ràng, chặt chẽ, hợp lý. Ngôn ngữ được sử dụng trong đề cương phải là ngôn ngữ đại chúng, cách hành văn giản dị, trong sáng, dễ hiểu.

*Về nội dung:* Đề cương phải tạo điều kiện cho người sử dụng hiểu đúng mục đích, ý nghĩa nội dung tuyên truyền.

*Về thời gian:* Đảm bảo tính thời sự của văn bản, tính cần thiết kiến thức, kỹ năng.

##### ***\* Yêu cầu đối với người viết đề cương***

Có trình độ nhất định; nắm vững nội dung văn bản, có kiến thức hiểu sâu sắc vấn đề cần tuyên truyền; hiểu rõ đối tượng sử dụng đề cương; nắm vững tình hình kinh tế - xã hội, phong tục, tập quán, truyền thống ...; có vốn ngôn ngữ phong phú, lối hành văn giản dị, trong sáng, súc tích, dễ hiểu, dễ nhớ và dễ vận dụng.

**\* Nội dung cơ bản của đề cương: Thông thường, đề cương bài nói cũng gồm ba phần**

Phần mở đầu:

- Chào hỏi, làm quen (tạo ấn tượng ban đầu với người nghe).
- Giới thiệu về bản thân (và người/nhóm cùng thực hiện nếu có).
- Giới thiệu về mục đích của buổi nói chuyện.



**Lưu ý:**

- Mở đầu buổi truyền thông với cách nói nhiệt tình.
- Nhìn lướt qua tất cả khán phòng.
- Tư thế tự tin, trang phục phù hợp, tránh các điệu bộ, cử chỉ buồn cười.
- Không nhìn vào tài liệu khi bắt đầu nói.

Phần trình bày nội dung:

Về cơ bản, nội dung của bài tuyên truyền phải bám sát mục đích, yêu cầu (Tuyên truyền cho ai? Tuyên truyền về cái gì? Tuyên truyền để làm gì?). Ngoài ra còn một số yếu tố cần đặc biệt lưu ý khi thực hiện việc tuyên truyền trong như sau:

- Dành khoảng thời gian cần thiết để bà con trao đổi, thảo luận, phản hồi các nội dung mà tuyên truyền viên đã trình bày.
- Sử dụng các câu hỏi gợi ý để bà con trình bày, phát biểu ý kiến.
- Việc sử dụng các phương tiện (sơ đồ, mô hình, tranh ảnh minh họa..., các tiết mục văn nghệ) để



Kiểm tra giống lúa mới tại xã Ia Sol (Phù Thiện). Ảnh: Anh Khoa

tăng sức hấp dẫn cho bài thuyết trình cũng phải được thể hiện trong đề cương (sử dụng vào lúc nào thì phù hợp nhất?).

Ví dụ: nội dung tuyên truyền, phổ biến kiến thức về một giống lúa mới:

Nội dung 1:

- Giới thiệu về giống lúa (nguồn gốc, năng suất, khả năng chống chịu thời tiết, chống sâu bệnh).

- Phương tiện: tranh ảnh (hoặc ra quan sát trực tiếp ngoài ruộng nếu có điều kiện).

- Câu hỏi gợi ý để bà con thảo luận, nêu thắc mắc.

- Tiết mục văn nghệ (1 bài hát, nếu có).

Nội dung 2:

- Kinh nghiệm gieo trồng, chăm sóc (có thể mời một bác nông dân đã có kinh nghiệm về giống lúa này trình bày).

- Bà con nêu câu hỏi, trình bày kinh nghiệm của bản thân.

- Bà con trình bày thực nghiệm (nếu có điều kiện phù hợp).

**Lưu ý khi trình bày:**

- Nói to rõ và tốc độ vừa phải, không quá nhanh cũng không quá chậm.

- Ngẩng cao đầu, nhìn thẳng người nghe.

- Điều bộ, ngữ âm rõ ràng, phù hợp. Tránh sử dụng nhiều thuật ngữ khó hiểu.

- Không trích thượng hay đổ người nghe cần động nào tìm ra hướng giải quyết.

- Nên hài hước, giữ một bầu không khí vui vẻ, thoải mái.

- Nét mặt, cử chỉ tế nhị, tự nhiên. Chú ý đến cử động, trạng thái của thính giả để điều chỉnh cho phù hợp.

- Không ngắt quãng phần trình bày, tránh giải thích dài dòng hay tham luận một vấn đề quá lâu.

*Phần kết luận*

- Tóm tắt, nhấn mạnh nội dung vừa trình bày.

- Cổ vũ, cam kết thực hiện.

**Lưu ý:**

- Đảm bảo thời gian, đừng kết thúc quá sớm hay quá muộn.

- Tránh nói dông dài vào thời điểm cuối, vì dễ khiến thính giả nhầm chán.
- Nói những câu cuối cùng thật rõ ràng và chậm rãi để người nghe lắng đọng được những thông điệp.

**\* Các bước cần thiết để viết Đề cương**

Để viết được một đề cương tuyên truyền văn bản pháp luật Hoàn chỉnh và có chất lượng, thường được tiến hành qua các bước sau:

*Bước 1: Chuẩn bị*

- Nghiên cứu văn bản pháp luật mới ban hành hoặc sửa đổi, bổ sung.
- Thu thập và nghiên cứu kỹ các tài liệu có liên quan trong quá trình xây dựng văn bản.
- Tìm hiểu đối tượng sử dụng, mục đích sử dụng đề cương để đưa ra các hướng dẫn, chỉ đạo cách thức, biện pháp tuyên truyền thích hợp.
- Nghiên cứu tình hình kinh tế xã hội, phong tục, truyền thống, tình hình vi phạm pháp luật, yêu cầu quản lý về lĩnh vực đề cập trong văn bản.

*Bước 2: Biên soạn đề cương.*

Trước khi viết một đề cương Hoàn chỉnh, thường xây dựng bố cục đề cương chi tiết. Sau khi lãnh đạo thông qua bố cục đề cương, có thể:

- 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 tuyên truyền văn bản pháp luật.
- Phối hợp với các cơ quan chuyên môn tham gia soạn thảo văn bản đề nghị viết theo bố cục đề cương chi tiết.

*Bước 3: Biên tập đề cương.*

*Bước 4: Hoàn chỉnh, in ấn và gửi cho các đối tượng sử dụng.*

**1.4. Các kỹ năng cơ bản trong truyền thông trực tiếp**

Người làm truyền thông đối với vùng đồng bào DTTS phải có kiến thức và kỹ năng cơ bản như:

- Am hiểu văn hóa, phong tục tập quán của người dân tộc.
- Có kiến thức đúng và đủ về nội dung, nghiệp vụ truyền thông và hiểu biết chính trị, pháp luật.
- Nói rõ ràng, chính xác, diễn đạt có sức thuyết phục với người dân tộc.

- Có kỹ năng giao tiếp và làm việc với cộng đồng thiếu số.
- Ứng xử đúng đắn, khéo léo trước mọi tình huống nảy sinh khi tác nghiệp.
- Thạo tiếng nói của người thiếu số là lợi thế.
- Sử dụng thành thạo mạng internet, mạng xã hội cũng là một lợi thế

Sau đây là một số kỹ năng cơ bản trong truyền thông trực tiếp:

#### *1.4.1. Kỹ năng giao tiếp*

##### **a) Khái niệm và nhu cầu truyền thông giao tiếp**

\* **Khái niệm:** Là một tiến trình hai chiều của việc chia sẻ thông tin và ý tưởng trong đó bao gồm sự tham gia tích cực của người cho và người nhận thông tin.

##### \* **Nhu cầu truyền thông giao tiếp**

- Người dân sống ở nông thôn có nhu cầu được cung cấp thông tin về những ý tưởng mới.

- Truyền thông phải bắt đầu từ mong muốn và nhu cầu của người dân sống ở nông thôn.

- Thông tin phải phù hợp với nhu cầu này.

- Sử dụng nhiều kinh nghiệm truyền thông để truyền đạt những thông tin và ý tưởng.

- Cộng đồng nông thôn được kết hợp bởi nhiều nhóm đối tượng nông dân khác nhau có nhu cầu thông tin khác nhau.

##### **b) Thành phần của truyền thông giao tiếp**

- Nguồn phát: Là yếu tố khởi xướng việc thực hiện truyền thông. Nguồn phát có thể từ một người, một nhóm người hoặc một tổ chức. Khi sử dụng thông tin cần phải biết nguồn tin này được phát ra từ đâu, có đáng tin cậy không.

- Thông tin: Những chi tiết, nội dung cần truyền đạt, cần quan tâm đến những vấn đề sau: nội dung có đáp ứng nhu cầu của đối tượng không, có dễ hiểu cho đối tượng không, cần chuyển hóa như thế nào cho phù hợp.

- Kênh truyền: Là cách truyền tải thông tin qua trung gian. Những vấn đề cần quan tâm: truyền đạt bằng phương tiện nào sẽ hiệu quả nhất, phương tiện này có thích ứng cho người nhận không.

- Người nhận: Là đối tượng cần thuyết phục, cần đáp ứng nhu cầu và giúp họ hiểu thấu đáo vấn đề.

- Ảnh hưởng: Nguồn tin này ảnh hưởng gì đến người nhận. Họ có thể sử dụng được thông tin nào.

- Phản hồi: Để đánh giá xem việc giao tiếp có đạt hiệu quả không? Người nhận có phản ứng gì, họ có thể áp dụng được thông tin này không.

### **c Những vấn đề ảnh hưởng đến hiệu quả giao tiếp**

Tất cả chúng ta thu nhận thông tin và giải thích, hiểu chúng dựa trên kinh nghiệm sẵn có của chúng ta. Khi giao tiếp với người khác, chúng ta nên ý thức đó là một tiến trình và sử dụng những nguyên lý của một cuộc giao tiếp tốt để đạt được điều mong muốn. Một số vấn đề nêu dưới đây có thể ảnh hưởng đến hiệu quả của một cuộc giao tiếp.

#### **\* *Môi trường tự nhiên***

Môi trường tự nhiên có thể tạo điều kiện hoặc không tạo điều kiện tốt cho cuộc giao tiếp có hiệu quả. Ví dụ: Nếu phòng học nóng, khó làm cho người ta tập trung lâu hoặc trong một cuộc thăm đồng mọi người khó có thể chú ý nếu phải ở ngoài lâu trong điều kiện quá nóng hoặc quá lạnh.

#### **\* *Người tham dự có nhiều lo nghĩ***

Nếu người tham dự có nhiều lo âu riêng khi giao tiếp có thể là rào cản cho việc giao tiếp hiệu quả. Một cá nhân tập trung nhiều vào ý nghĩ riêng của họ, thì họ sẽ ít quan tâm vào ý kiến người khác. Trong trường hợp giao tiếp mặt đối mặt hoặc ở tình huống nhóm, người ta có thể quá lo lắng bởi những ý kiến phản bác của những người khác làm họ không thể tập trung. Những người này nếu được phép trình bày sớm việc trình bày sẽ dễ thành công hơn. Đây là nhấn mạnh đến tại sao phải chú trọng thông tin nhiều chiều trong việc cung cấp thông tin.

#### **\* *Thái độ của người nghe***

Thái độ của người nghe có thể làm cho thông tin bị méo mó chẳng hạn khi giao tiếp với người đang giận dữ hoặc do người nhận tin có kinh nghiệm khác với người tải tin, thông tin có thể không được tiếp nhận hoặc không được hiểu một cách chính xác. Chủ đề của thông tin cũng có thể khiêu khích hành vi của một đối tượng nào đó.

#### **\* *Ấn tượng về người trình bày***

Ấn tượng của người nghe về người trình bày không tốt cũng có thể làm thông tin được hiểu một cách méo mó. Ví dụ: Người ta thường phán xét chất lượng thông tin không phải chỉ về nội dung của nó mà còn qua trang phục, giọng nói, cử chỉ của người trình bày.

Ngoài ra vị trí, công việc của người trình bày cũng dễ tạo ấn tượng khác nhau cho người nghe. Ví dụ: Người trình bày đến từ một viện nghiên cứu nổi tiếng hay chỉ là một nông dân.

**\* *Kinh nghiệm đã qua***

Những kinh nghiệm sẵn có có thể tạo ra những định kiến dễ làm bị lệch lạc trong nhận thức, vì người ta không thể có cách nào khác hơn là thiết lập hiện thực thông qua kinh nghiệm riêng của họ.

**d) Làm thế nào để thành công một cuộc giao tiếp**

**\* *Thích hợp:***

Thông tin phải thích hợp cho từng loại đối tượng người nghe. Để làm được như vậy, bạn cần phải có sự hiểu biết tốt về những mối quan tâm hiện tại và dài hạn của người dân. Bạn có thể nghĩ thông tin của bạn là phù hợp, nhưng nhóm đối tượng không cảm thấy như vậy.

**\* *Ngắn gọn đơn giản:***

Sự đơn giản của ngôn ngữ và tiết kiệm từ làm thông tin truyền tải trở nên rõ ràng hơn. Tuy nhiên, sự đơn giản phải phù hợp với đối tượng người nhận tin, có thể sự đơn giản phù hợp với người này nhưng lại phức tạp với người khác. Thuật ngữ khoa học dễ hiểu đối với cán bộ kỹ thuật hoặc khuyến nông viên nhưng lại khó hiểu đối với nông dân. Hình ảnh, biểu đồ, trình diễn thường dễ hiểu hơn là từ ngữ.

**\* *Định nghĩa, giải thích:***

Định nghĩa một khái niệm rồi giải thích để mọi người có thể hiểu rõ. Đôi khi ngay cả những thuật ngữ tưởng như đơn giản nhưng đối với mọi người nó cũng có thể mơ hồ.

**\* *Cấu trúc:***

Tổ chức thông tin thành từng giai đoạn có tính logic ở mỗi giai đoạn cần phải cấu trúc logic bài giảng để gia tăng sự hiểu của người nghe.

**\* *Cách thực hiện giao tiếp:***

- Sử dụng nhiều thời gian cho việc làm và tiếp xúc với khách hàng nhiều hơn những người ít thành công.
- Quan tâm đến nhu cầu khách hàng và cho những khuyến cáo phù hợp hơn là những kỹ thuật suông.
- Đồng cảm với khách hàng, suy nghĩ và hành động như họ.
- Thường sử dụng những người cốt cán của cộng đồng, thường được gọi là “Lãnh đạo tinh thần”.
- Có sự tin tưởng lớn vào khách hàng, nhắm vào sự nâng cao khả năng độc lập của khách hàng và sự tự tin của họ.
- So sánh và tương phản.

Liên quan giữa cái cũ và cái mới kết hợp cái chưa biết đến cái đã biết. Đây là nguyên lý so sánh và tương phản nó giúp chỉ ra những cái tương tự và khác biệt giữa các sự vật, sự kiện, con người và ý tưởng mới mà họ chưa biết nếu họ có thể liên hệ với cái cũ mà họ đã biết.

- Ngoài ra để thực hiện thành công một cuộc giao tiếp, người truyền tin cần chú ý đến nhân cách trong giao tiếp, đó là lòng tôn trọng và có cử chỉ đúng mực, có thiện ý trong giao tiếp, luôn giành tình cảm chân thành, sẵn sàng thông cảm và chia sẻ với đối tượng giao tiếp.

#### **e) Những rào cản trong quá trình giao tiếp**

- Sự thiếu ý thức: Một người nào đó không lắng nghe những ý tưởng vì những nhu cầu căn bản không được thoả mãn.

Ví dụ: Anh ta đang đói, khát, lạnh. Anh ta có thể lo lắng về chuyện khác như gia đình, sức khỏe, tiền bạc ...

- Không quan tâm: Vì anh ta có những điều khác quan trọng hơn, anh ta không muốn làm một cái gì đó khác thường mặc dù nó mang lại lợi nhuận. Cũng có những trường hợp do xã hội không chấp nhận, có thể do tôn giáo hay tập quán.

- Không thể chấp nhận: Có thể anh ta không đủ vốn hoặc nhân công để áp dụng cái mới.

- Thông tin sai: Truyền thông nghĩa là một điều gì đó được tin tưởng và được hiểu. Nếu thông tin sai đôi khi gây nguy hiểm.

- Quá nhiều thông tin: Cung cấp thông tin hiệu quả là một vấn đề để tiết kiệm. Ít sự kiện được giới thiệu cung cấp thì nó càng đầy đủ. Cung cấp quá nhiều thông tin thường gây ra bối rối.



- Phản hồi không đầy đủ: Thông tin phản hồi là sự đáp ứng từ phía người nghe đến người cho thông tin. Phản hồi giúp người cho thông tin bổ sung vào nguồn tin của anh ta. Nếu không có phản hồi, có thể xảy ra sự hiểu lầm giữa người nhận và người cho thông tin, như vậy sự truyền thông tin sẽ không có hiệu quả.

## f) Một số kỹ năng cần có trong giao tiếp

### (1) Kỹ năng đặt câu hỏi

#### \* Mục đích:

- Tìm hiểu đối tượng, thu thập thông tin.
- Xác minh thông điệp mà đối tượng nhận được có chính xác hay không.
- Giúp hai bên có cơ hội hiểu sâu hơn về các vấn đề liên quan.
- Động viên, khuyến khích đối tượng chia sẻ thông tin.
- Dẫn dắt cuộc trò chuyện.

#### \* Những điều nên và không nên khi đặt câu hỏi:

Những điều nên	Những điều không nên
<p>Hỏi từng câu một.</p> <p>Đặt câu hỏi ngắn, rõ ràng, dễ hiểu.</p> <p>Đặt câu hỏi mở (câu hỏi dùng các từ: Như thế nào? Bao giờ? Tại sao? Cái gì? Ở đâu?)</p> <p>Bắt đầu bằng những câu hỏi đơn giản, dễ trả lời.</p> <p>Đặt câu hỏi cho những người mạnh dạn trước.</p> <p>Cân nhắc xem câu hỏi có gây tổn thương cho đối tượng không và họ có khả năng trả lời hay không.</p> <p>Sử dụng các câu hỏi đóng, câu hỏi mở xen kẽ nhau một cách hợp lý</p>	<p>Không nên Hỏi liên tục, dồn dập như kiểu “hỏi cung”.</p> <p>Câu hỏi soi mói, tra khảo.</p> <p>Đặt nhiều câu hỏi đóng liền nhau (câu hỏi mà đối tượng chỉ có câu trả lời “có”, “không”).</p> <p>Đặt quá nhiều câu hỏi “tại sao”.</p> <p>Câu hỏi khó hiểu, khó trả lời.</p> <p>Câu hỏi dài, nhiều nội dung</p>

### (2) Kỹ năng lắng nghe

#### \* Mục đích:

- Tiếp nhận đầy đủ thông tin.
- Khuyến khích người nói tiếp tục trình bày ý kiến.

- Hiểu rõ nội dung và cảm xúc của đối tượng.
- Thể hiện sự tôn trọng, đồng cảm với người nói.
- Thu nhận thông tin phản hồi để có sự điều chỉnh nội dung.

**\* Những điều nên và không nên khi lắng nghe:**

Những điều nên	Những điều không nên
<p>Ngồi ngang tầm đối tượng, hơi nghiêng về đối tượng.</p> <p>Nhìn vào mắt đối tượng một cách thân thiện.</p> <p>Dành thời gian cho đối tượng nói với thái độ tôn trọng, cởi mở, kiên nhẫn.</p> <p>Gật đầu, mỉm cười tán thưởng, thông cảm với đối tượng.</p> <p>Sử dụng các từ đệm như “à”, “thế à” v.v... hoặc “tôi hiểu”, hoặc nhắc lại điều đối tượng nói.</p> <p>Lắng nghe một cách khách quan, thái độ thoải mái, kết hợp với quan sát.</p> <p>Giữ bí mật những điều đối tượng chia sẻ với mình</p>	<p>Tranh cãi hoặc cắt ngang lời người nói.</p> <p>Dùng những lời lẽ phê phán như: “không đúng”, “sai”, “xấu”, “không thích hợp”.</p> <p>Tỏ ra lơ đãng, không quan tâm.</p> <p>Đề quan điểm riêng của mình tác động đến việc hiểu vấn đề mà đối tượng nói.</p> <p>Đưa ra nhận xét, phê phán hay lời khuyên khi đối tượng không có yêu cầu.</p> <p>Chỉ nghe những gì mà mình thích và quan tâm.</p> <p>Có thái độ định kiến với đối tượng (về tôn giáo, trình độ học vấn, tuổi tác).</p>

**\* Nguyên tắc để trở thành người biết lắng nghe:**

- *Ngừng nói:* Đây là nguyên tắc đầu tiên cũng là nguyên tắc cuối cùng vì mọi nguyên tắc trên đều phụ thuộc vào nguyên tắc này. Bạn không thể là người biết lắng nghe nếu bạn nói lúc bạn đang nghe người khác. Hãy luôn nhớ rằng tạo hóa cho mỗi người hai tai nhưng chỉ có một cái lưỡi.

- *Đặt câu hỏi:* Việc đặt câu hỏi thể hiện bạn lắng nghe và rất quan tâm đến vấn đề đang nói. Điều này càng khuyến khích người khác nói.

- *Tạo cho người nói có cảm giác thoải mái:* Giúp người đối thoại cảm thấy được tự do khi nói.

- *Thể hiện cho người đối diện thấy rằng bạn muốn lắng nghe:* Chăm chú nghe nói, nhìn thẳng vào người đang nói. Tránh những việc làm gây mất tập trung, như gõ tay xuống bàn, vẽ nguệch ngoạc ra giấy...

- *Đồng cảm với người nói:* Cố gắng đặt mình vào hoàn cảnh người nói và xem xét các quan điểm khác.

- *Hãy kiên nhẫn*: Hãy dành thời gian cho người nói. Nếu thời gian không cho phép thì các thông tin đưa ra phải rõ ràng.

- *Bình tĩnh*: Một người tức giận không thể lắng nghe và thường hiểu sai vấn đề.

- *Tránh tranh cãi hoặc phê phán*: Việc này sẽ đẩy người nói vào tư thế phòng vệ và họ có thể tức giận và có thể dẫn đến việc tranh cãi ăn thua.

### (3) Kỹ năng quan sát

#### \* Mục đích:

- Giúp thu được thông tin cần thiết, nhận biết được sự việc một cách có chủ định.

- Nhận thức sâu hơn về những gì đang xảy ra xung quanh đối tượng mình đang quan sát.

- Hiểu rõ kiến thức thái độ hành vi của đối tượng.

- Sơ bộ hiểu được Hoàn cảnh, tâm trạng, thái độ của người đang đối thoại, giúp đưa ra quyết định đúng đắn.

- Thu nhận thông tin phản hồi từ đối tượng để điều chỉnh nội dung phù hợp.

- Học hỏi thông qua những gì quan sát được.

#### \* Những điều nên và không nên khi quan sát:

Những điều nên	Những điều không nên
Chọn vị trí quan sát và di chuyển hợp lý.	Thái độ thờ ơ, hờ hững, thiếu tập trung.
Quan sát tế nhị, lịch sự, bao quát và khách quan.	Soi mói, ánh mắt thiếu thiện cảm.
Quan sát tầm vóc, nét mặt, cử chỉ, cách ăn mặc, nói năng, thái độ của đối tượng.	Quan sát kết hợp với phê phán, bình phẩm bằng từ ngữ bất lịch sự hoặc thái độ, cử chỉ thiếu sự tôn trọng.
Quan sát những tiện nghi trong gia đình để thu thập thông tin về điều kiện kinh tế.	
Quan sát môi trường xã hội: Ai là bạn của họ? Ai là người có ảnh hưởng tới họ? Họ tin vào những tập tục nào, tại sao?	
Quan sát kết hợp với lắng nghe và thái độ động viên, khích lệ.	
Lưu ý những thời điểm hay vấn đề mà khi trao đổi, bạn thấy đối tượng thay đổi nét mặt, cử chỉ, thái độ hay có những phản ứng đặc biệt.	

#### (4) Kỹ năng nói

\* **Mục đích:** Cung cấp thông tin, kiến thức cần thiết cho đối tượng, nhằm đạt mục tiêu truyền thông. Bày tỏ suy nghĩ, giải thích những quan niệm sai lầm. Giúp đối tượng có cơ hội hiểu rộng, hiểu sâu thông điệp.

\* **Những điều nên và không nên khi nói:**

Những điều nên	Những điều không nên
Tìm hiểu kỹ đối tượng nghe. Dùng câu đơn giản, ngắn gọn, dễ hiểu, có âm điệu, ngữ điệu phù hợp. Kết hợp với ngôn ngữ không lời một cách hợp lý. Hài hước khi có thể. Nhìn vào công chúng, thỉnh thoảng thay đổi điểm nhìn để tạo sự chú ý của người nghe, cho họ thấy bạn đang nói với chính họ, quan tâm đến họ.	Nói to quá hoặc nói nhỏ quá. Nói đều đều, không có ngữ điệu, không có cảm xúc. Nói lan man, dài dòng, không có trọng tâm. Nói những điều mình không biết chắc chắn. Dùng câu dài, ngắt câu không hợp lý. Không quan tâm đến thái độ của người nghe.

#### (5) Kỹ năng giao tiếp không lời

\* **Mục đích:**

- Chuyển tải thông điệp, nhằm động viên, khuyến khích tạo niềm tin cho đối tượng.
- Bày tỏ sự đồng cảm giữa người làm truyền thông và đối tượng.
- Tìm hiểu suy nghĩ, tình cảm, hành vi của đối tượng được chính xác và khách quan hơn.

\* **Những điều nên và không nên khi giao tiếp không lời**

Những điều nên	Những điều không nên
Trang phục chỉnh tề, đơn giản, phù hợp với văn hóa và phong tục tập quán địa phương. Chọn vị trí ngồi (đứng) phù hợp. Khoảng cách giữa truyền thông viên với đối tượng từ 1m đến 1,5m.	Ngồi bắt chéo chân hoặc ngã người ra phía sau trong khi nói. Tỏ ra vội vã, làm việc riêng, thờ dãi. Chỉ trỏ, đập tay xuống bàn.

<p>Tư thế ngồi (đứng) thoải mái.</p> <p>Ngồi thì hơi ngả về phía trước.</p> <p>Nhìn vào mắt đối tượng thể hiện sự quan tâm.</p> <p>Nếu trước một nhóm đối tượng, nên nhìn vào mỗi người 2-4 giây rồi rời mắt sang người khác.</p> <p>Nét mặt thay đổi phù hợp với cử chỉ, lời nói, tình huống giao tiếp và tâm trạng đối tượng.</p> <p>Thái độ hòa nhã, thân thiện</p>	<p>Nhìn chăm chăm vào một đối tượng quá lâu (trong thảo luận nhóm, họp).</p> <p>Cau có, bực tức, hoặc lạnh nhạt, vô cảm.</p>
--	--

### (6) Kỹ năng động viên khuyến khích

**\* Mục đích:**

Giúp đối tượng sẵn sàng tiếp nhận và chia sẻ thông tin nhằm đạt mục tiêu truyền thông.

**\* Những điều nên và không nên khi động viên, khuyến khích**

Những điều nên	Những điều không nên
<p>Tạo không khí thân mật, cởi mở.</p> <p>Gật đầu thể hiện sự đồng tình, sử dụng các từ đệm “à”, “thế à”, “vậy sao”, mỉm cười.</p> <p>Khen ngợi những gì đối tượng đã làm tốt, hiểu đúng.</p> <p>Hỏi ý kiến đối tượng trong mỗi tình huống cụ thể</p>	<p>Thờ ơ, thiếu tập trung.</p> <p>Động viên với thái độ xã giao hoặc làm cho qua chuyện.</p> <p>Khen ngợi quá mức</p>

### (7) Kỹ năng lồng ghép thông điệp

**\* Mục đích:** Giúp đối tượng dễ dàng tiếp nhận, ghi nhớ thông điệp, nhằm tăng hiệu quả truyền thông.

**\* Những điều nên và không nên khi lồng ghép thông điệp:**

Những điều nên	Những điều không nên
<p>Thông điệp được lồng ghép khéo léo ở tất cả các phần, các công đoạn truyền thông.</p> <p>Nhấn mạnh thông điệp kết hợp sử dụng thiết bị truyền thông hỗ trợ, tranh, ảnh,</p>	<p>Bỏ quên thông điệp chính.</p> <p>Giao giảng thông điệp một cách chung chung.</p> <p>Chỉ nhắc đến thông điệp ở phần cuối</p>

<p>hoặc phát băng hình, điện thoại thông minh, máy tính bảng (nếu có).</p> <p>Liên hệ, so sánh với sự vật, sự việc, con người tại địa phương để đối tượng dễ hiểu, dễ tiếp thu và ghi nhớ thông điệp.</p> <p>Sau mỗi nội dung, tình huống cần nhấn mạnh thông điệp cốt lõi.</p> <p>Kiểm tra sự tiếp nhận thông điệp bằng những câu hỏi gợi mở.</p>	<p>cùng của hoạt động truyền thông.</p> <p>Không kiểm tra xem đối tượng có tiếp thu được thông điệp hay không.</p>
--	--

*1.4.2. Sử dụng tài liệu trực quan trong truyền thông trực tiếp*

Trong truyền thông trực tiếp, tờ rơi, tờ gấp, tranh lật, ảnh, tranh cổ động, băng, đĩa âm thanh, đĩa hình là những tài liệu trực quan. Với người dân tộc thiểu số, hình ảnh đẹp, âm thanh sống động ấn tượng, nhất là các băng, đĩa hình thường có sức lôi cuốn lớn.

Cách sử dụng một số tài liệu trực quan:

(1) Tờ rơi, tờ gấp

Tờ gấp là tờ tranh được gấp 2 hoặc 3 lần, gồm chữ và tranh minh họa, chuyên tải nhiều nội dung của một chủ đề.

Tờ rơi có 1 hoặc 2 mặt, có tranh và chữ, có thể chỉ có một tranh hoặc một bộ nhiều tranh nói về một chủ đề.



*Tờ rơi, tờ gấp dùng trong các trường hợp:*

- Phát cho từng người thảo luận nhóm, cuộc họp, buổi meeting
- Phát cho từng người ở nơi công cộng hoặc hộ gia đình để họ tự đọc, hiểu và làm theo nội dung.

*Lưu ý khi sử dụng tờ rơi, tờ gấp:*

- Đặt các câu hỏi đơn giản, dễ hiểu về nội dung của tờ rơi, tờ gấp.
- Giải thích những điểm mà đối tượng chưa hiểu hoặc hiểu chưa đúng.
- Tóm tắt những nội dung chính một cách chính xác, logic, đơn giản để mọi người dễ nhớ.
- Sử dụng các tranh, ảnh, hình ảnh lôi cuốn, phù hợp

## (2) Tranh lật

Tranh lật gồm nhiều tờ tranh được trình bày nối tiếp nhau, mặt sau của tranh là phần chữ ghi nội dung chính cần truyền thông. Trong một quyển tranh lật thường có nhiều nội dung của một chủ đề.



*Tranh lật dùng cho truyền thông cá nhân hoặc thảo luận nhóm nhỏ.*

*Lưu ý khi sử dụng tranh lật:*

- Cân bằng hình ảnh nam và nữ trong tranh lật.
- Hình vẽ quay về phía đối tượng, giữ ở vị trí trung tâm hoặc xoay chuyển để mọi người có thể nhìn thấy mọi chi tiết.
- Chuẩn bị kỹ phần trình bày và các câu hỏi dành cho đối tượng.
- Cho đối tượng xem tranh, mời họ nói về nội dung tranh theo ý hiểu của họ, cùng thảo luận về nội dung đó,



- Tóm tắt lại nội dung tranh theo trình tự để họ dễ nhớ, dễ hiểu.
- Mời đối tượng trình bày lại nội dung tranh.
- Thảo luận và thống nhất những điều đối tượng cần làm

### (3) Tranh cổ động

Tranh cổ động là một tờ giấy khổ lớn, rộng chừng 60cm, cao 90cm, gồm chữ, hình vẽ các biểu tượng (hoặc ảnh chụp) để truyền đạt một nội dung cụ thể. Tranh cổ động phải đảm bảo đứng xa 3 mét đọc được chữ và đứng xa 6 mét nhìn rõ hình. Tranh cổ động chủ yếu được treo ở nơi công cộng hoặc dùng trong thảo luận nhóm.



#### *Lưu ý khi sử dụng tranh cổ động:*

- Treo tranh cổ động ở nơi công cộng: Đó là chỗ đông người qua lại như chợ, phòng họp, phòng khám bệnh, treo ngang tầm mắt để mọi người dễ quan sát. Tránh treo ở những nơi được coi là thiêng liêng, đặc biệt đối với cộng đồng.

- Sử dụng tranh cổ động trong thảo luận nhóm: Treo tranh cổ động tại nơi mọi người dễ dàng nhìn thấy, dễ quan sát kỹ; Hỏi đối tượng nhìn thấy gì, nghĩ gì về những điều được thể hiện trên tranh; Nếu trong nhóm có người không biết chữ thì mời người biết chữ đọc to lên cho cả nhóm nghe điều được viết trên tranh; Khi thảo luận về nội dung tranh cổ động, có thể cung cấp thêm thông tin liên quan; Cuối buổi, mời đối tượng nhắc lại những nội dung mà tranh muốn chuyển tải; Tóm tắt lại nội dung tranh cổ động để họ ghi nhớ.

### (4) Băng, đĩa âm thanh, đĩa hình

Băng, đĩa âm thanh, đĩa hình sử dụng trong thảo luận nhóm, cuộc họp đông người hoặc phát trên loa truyền thanh của xã, thôn. Với người dân tộc thiểu số, băng, đĩa hình có sức hấp dẫn hơn so với các tài liệu trực quan khác.



### *Lưu ý khi sử dụng:*

- Mỗi buổi thảo luận nhóm, cuộc họp chỉ nên nghe 1 hoặc 2 nội dung, cho đối tượng nghe từng nội dung, sau đó mời đối tượng nhắc lại các ý chính, rồi cùng thảo luận, thống nhất ý kiến.

- Có thể sử dụng băng đĩa âm thanh, hình có nội dung phù hợp tải về từ Internet, qua điện thoại thông minh, máy tính bảng hoặc máy vi tính, chiếu lên màn hình.

- Có thể chia sẻ các tài liệu bằng âm thanh và hình ảnh cho mọi người (nếu họ cũng có điện thoại thông minh, máy tính bảng).

- Hướng dẫn cách sử dụng để họ mở cho những người khác cùng xem.

- Nếu phát phát băng, đĩa âm thanh trên loa truyền thanh của xã, thôn, nên chọn thời điểm phát thích hợp để nhiều người nghe được nhưng không ảnh hưởng tới sinh hoạt của người dân.

## **1.5. Hình thức truyền thông trực tiếp**

### *1.5.1. Thăm hộ gia đình*

#### **\* Mục đích:**

- Giúp đối tượng có thêm kỹ năng mới.
- Kiểm tra việc thực hiện các cam kết trước đó.
- Thu thập các thông tin cần thiết cho nội dung cần truyền thông.
- Tìm hiểu các hành vi ứng xử của các thành viên trong gia đình liên quan đến vấn đề truyền thông.

#### **\* Nguyên tắc:**

- Tôn trọng các quy tắc xã giao của gia đình.
- Tuân thủ những kiêng kỵ theo tập quán của từng dân tộc.
- Tạo không khí vui vẻ, cởi mở, tránh phê bình, chỉ trích.
- Địa điểm: Không nhất thiết diễn ra trong nhà mà có thể tại gian bếp nếu đối tượng đang nấu cơm hoặc ngoài vườn, ngoài hiên, nơi đối tượng thấy thoải mái, thuận tiện.

#### **\* Chuẩn bị:**

- Thu thập thông tin về gia đình: Dân tộc, phong tục tập quán, số người, tên các thành viên, tuổi, nghề nghiệp.

- Hẹn và thông báo trước thời gian đến thăm, nên chọn thời gian thuận lợi để các thành viên có mặt ở nhà.

- Nội dung cần truyền thông tại nhà.

- Tài liệu và phương tiện cần thiết như ảnh, băng âm thanh, băng hình, tờ rơi.

**\* Các bước tiến hành**

Bước 1: Chào hỏi, giới thiệu, nói rõ mục đích cuộc đến thăm

Bước 2: Quan sát, tìm hiểu về kiến thức, hành vi có liên quan đến nội dung truyền thông.

Bước 3: Cung cấp hoặc bổ sung thông tin, hướng dẫn thực hành

Bước 4: Tìm hiểu khó khăn và thảo luận cách giải quyết

Bước 5: Kiểm tra lại những điều vừa trao đổi và đạt được cam kết

**\* Lưu ý:**

Khi truyền thông cho người có uy tín, trong cộng đồng DTTS thể là già làng, trưởng bản, trưởng thôn. Tuy nhiên, mỗi cộng đồng có một loại 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 là thầy cúng; Vùng người Mông người có uy tín thường là ông trưởng dòng họ; Vùng người Khmer là nhà sư... Người làm truyền thông cần tìm hiểu kỹ và biết rõ, ở vùng đó, đối tượng nào là người có uy tín đối với dân chúng, phải chọn lựa đối tượng có uy tín thực sự.

Truyền thông cho người có uy tín rất quan trọng, bởi họ vừa là đối tượng truyền thông vừa là “truyền thông viên” cho dân làng mình. Nếu họ đã thông suốt, nắm vững thông điệp thì chính bản thân họ sẽ truyền thông tốt nhất cho cộng đồng. Người làm truyền thông phải tìm hiểu kỹ về người có uy tín: 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 không biết chữ thì nên dùng hình ảnh trực quan sống động.

**1.5.2. Tư vấn**

**\* Mục đích:**

- Giải đáp thắc mắc của đối tượng.

- Giúp đối tượng nhận được thông tin chính xác, rõ ràng nhằm nâng cao nhận thức.

- Giúp cho đối tượng hiểu rõ vấn đề của họ, thảo luận giúp họ lựa chọn giải pháp và đưa ra quyết định phù hợp để giải quyết.

- Hỗ trợ, giúp đỡ về mặt tâm lý tình cảm, ổn định tinh thần. Hỗ trợ đối tượng thay đổi hành vi.

**\* Nguyên tắc:**

Truyền thông viên cung cấp thông tin, trao đổi, chia sẻ giúp đối tượng tự đưa ra quyết định và hành động theo quyết định của họ, không áp đặt ý kiến chủ quan của truyền thông viên.

**\* Chuẩn bị:**

- Xác định vấn đề, xác định đối tượng cần được tư vấn.
- Chọn thời gian và nơi tư vấn thoải mái cho đối tượng.
- Thông báo trước thời gian, địa điểm để đối tượng biết và chủ động.
- Nắm chắc nội dung chủ đề tư vấn.
- Chuẩn bị tài liệu minh họa.

**\* Các bước tiến hành tư vấn:**

Bước 1: Gặp gỡ: Chào hỏi thân thiện, nhiệt tình, khéo léo mời đối tượng lại gần, hoặc ngồi xuống, miệng luôn nở nụ cười để gây thiện cảm, lựa chọn địa điểm phù hợp

Bước 2: Gọi hỏi: Gọi hỏi nhu cầu, mong muốn, lý do cần tư vấn, tìm hiểu những nhu cầu hiện tại và sắp tới của đối tượng. Gọi hỏi các thông tin có liên quan đến nội dung tư vấn (gia đình, điều kiện sống, cây trồng vật nuôi, vốn liếng, những băn khoăn của họ về việc lựa chọn cây trồng, vật nuôi...).

Bước 3: Giới thiệu: Cung cấp những thông tin chính xác và cần thiết cho đối tượng (cả mặt tích cực và tiêu cực, cả yếu tố thuận lợi và không thuận lợi); sử dụng thiết bị, phương tiện thông tin phù hợp...

Bước 4: Giúp đỡ: Giúp đối tượng lựa chọn và đưa ra các quyết định và hướng dẫn họ cần làm gì để thực hiện được các quyết định đó.

Bước 5: Giải thích: Giải thích những gì đối tượng còn thắc mắc hoặc hiểu chưa đúng, cung cấp tài liệu hướng dẫn có liên quan đến vấn đề của họ.

Bước 6: Hẹn: Hẹn đối tượng quay trở lại để theo dõi kết quả thực hành

**\* Lưu ý:**

- Nắm vững các nội dung liên quan đến lĩnh vực mình tư vấn.
- Được đào tạo về kỹ năng tư vấn và nắm chắc nguyên tắc tư vấn.
- Sử dụng tốt các kỹ năng giao tiếp trong tư vấn.
- Kiên trì, linh hoạt khi tư vấn, đảm bảo quyền lợi, danh dự cho đối tượng có thái độ nhiệt tình, đồng cảm, sẵn sàng hỗ trợ đối tượng, tạo mối quan hệ gần gũi, làm cho họ thấy thoải mái, tin cậy.
- Tư vấn phải dựa trên nhu cầu cụ thể và mong muốn của đối tượng. Đưa ra các giải pháp và cùng đối tượng thảo luận, để họ lựa chọn chứ không ép buộc họ làm theo ý kiến của mình.
- Tôn trọng sự riêng tư của người được tư vấn.
- Thống nhất và cùng cam kết về các bước tiếp theo để tiếp tục hỗ trợ đối tượng thực hiện giải pháp mà họ chọn lựa.
- Cần liên hệ để biết được hành động của đối tượng sau tư vấn để tiếp tục hỗ trợ, giúp đỡ thực hiện quyết định mà họ đã lựa chọn.
- Địa điểm tư vấn cần có tranh ảnh, thông tin chỉ dẫn, tài liệu hỗ trợ phù hợp.

**1.5.3. Thuyết trình**

**\* Mục đích:**

Tất cả người nghe hiểu và thích thú các vấn đề và kết quả là người nghe bị thuyết phục thay đổi niềm tin, thái độ hoặc hành động.

**\* Các hình thức thực hiện:**

- Nói từ một dàn bài đã chuẩn bị trước: Ghi những điểm chính trên một phiếu nhỏ, Bạn sẽ liếc nhìn những phiếu này khi trình bày.
- Đọc từ một bản viết trước:
- Học thuộc lòng:
- Nói ứng khẩu:

**\* Cấu trúc của một bài thuyết trình:**

Bao giờ cũng có 3 phần: Mở đầu, thân bài, kết luận.

Phần mở đầu và kết luận giống như giá giữ sách nếu không được thiết kế tốt, phần thân bài của bài trình bày sẽ thất bại.

Phần mở đầu chiếm khoảng 15% quỹ thời gian của bài trình bày, thân bài chiếm khoảng 60 - 70%, còn lại là phần kết luận.

### Phần mở đầu:

Phần mở đầu dẫn nhập cần phải ngắn gọn và tạo ấn tượng tích cực cho người nghe. Mục đích chính của phần này là:

- Định hướng cho học viên mục tiêu của bài học.
- Gọi sự quan tâm của học viên.

Định hướng:

- + Mục tiêu của bài học là gì?
- + Bài học có liên quan gì đến học viên?
- + Bài học có liên quan gì đến lớp học trong thời gian qua?
- + Điều gì được mong muốn trong suốt buổi học và sau đó?

### Phần thân bài:

Trong phần này nêu những nội dung chính, cung cấp những ý tưởng để gợi ý thảo luận. Bạn cần định nghĩa rõ ràng hoặc giải thích kỹ những ý tưởng. Cần phải liên hệ với thực tiễn, cho ví dụ cụ thể minh họa. Có thể thực hiện được nhờ áp dụng các nguyên tắc triển khai sau:

Lựa chọn cẩn thận 2 hoặc 3 điểm chính và sắp xếp chúng theo một trong những cách sau:

- + Theo trật tự thời gian.
- + Theo trật tự không gian.
- + Theo quan hệ nhân quả (cái này dẫn đến cái kia).
- + Theo thứ tự giải quyết vấn đề.
- + Theo chủ đề (phân chia chủ đề thành các đề mục).
- Tách riêng những điểm chính và để chúng độc lập hẳn với nhau.
- Cân đối tổng quỹ thời gian dành cho từng điểm chính.
- Sử dụng một kiểu hành văn chung cho tất cả các điểm chính nếu có thể.

### Phần kết luận:

- Tóm tắt những điểm chính đã được giới thiệu trong phần thân bài.

- Đọc một trích dẫn thích hợp.
- Khuyến khích hành động hoặc chấp nhận một vài quan điểm.

**\* Lưu ý:**

- *Ngôn ngữ sử dụng*: Cần sử dụng nhiều từ đồng nghĩa để tránh lặp lại từ đã được dùng. Ngôn ngữ hay nhất là ngôn ngữ đơn giản nhất, ngắn, cụ thể, câu cú rõ ràng.

- *Minh hoạ cho một phần trình bày*: Một bài trình bày có tính thuyết phục rất cần có những minh hoạ để giúp cho thông điệp của bạn được mọi người đón nhận dễ dàng hơn. Có nhiều cách để minh hoạ:

+ Minh hoạ bằng lời:

So sánh.

Lấy ví dụ thực tế, liên hệ với những cái đã biết.

Minh hoạ bằng những câu chuyện vui nhộn, hấp dẫn có liên quan đến chủ đề minh hoạ.

+ Minh hoạ trực quan:

Mô hình thực tế.

Tranh, ảnh, biểu đồ, bản đồ, video ...

Mẫu vật.

+ Minh hoạ bằng ngôn ngữ hình thể:

Ánh mắt

Cử chỉ tay chân.

**\* Tiến trình thuyết trình, trình bày**

*Giai đoạn chuẩn bị:*

- Xác định cảm xúc lo ngại và hồi hộp là tự nhiên.
- Cần nhận định tâm trạng bản thân trước khi đến nơi.
- Trước mỗi buổi trình bày, nên giành một ít thời gian để thư giãn.
- Nên đến địa điểm tập huấn trước 10 phút để làm quen với môi trường.
- Trấn tĩnh trước khi bắt đầu.
- Thở sâu vài lần khi bắt đầu buổi trình bày.

Khi bắt đầu buổi trình bày:

- Quan sát môi trường và cử tọa.
- Nhìn một vài người để làm quen.
- Giữ phong thái thoải mái và cởi mở;
- Đi khoan thai, không hấp tấp.
- Tránh ôm đồm tài liệu, giấy tờ khi bước vào.
- Hỏi một vài câu tổng quát để làm quen.
- Nói một vài câu hài hước để tạo không khí thoải mái.

Trong buổi trình bày:

- Tốc độ nói vừa phải, nhanh chậm tùy lúc.
- Giọng nói vừa phải không to quá hay nhỏ quá.
- Động tác không tỏ ra vội vàng, rụt rè, lúng túng hay giận dữ.
- Nếu cảm thấy hồi hộp thì nói chậm lại hoặc dừng lại vài giây để trấn tĩnh.
- Tỏ thái độ nhiệt tình nhưng không thái quá.
- Khi diễn giải nội dung nên:
  - + Dừng ngữ điệu để nhấn mạnh ý chính.
  - + Dừng lại ở những điểm để người nghe tiếp thu.
  - + Giữ tập trung của người nghe bằng cách nói to lên hoặc nhỏ đi.
  - + Quan sát người nghe để đánh giá sự tiếp thu và khả năng tập trung.
  - + Nhìn quanh mọi người, không nhìn chăm chăm vào một người.
- Khi có câu hỏi thì dừng lại để lắng nghe.
- Nếu có nhiều câu hỏi cùng một lúc thì nhận diện người hỏi nhưng trả lời từng câu, không hấp tấp.
  - Nếu có một số người nghe có hoạt động chia trí (bị phân tán không tập trung) thì đến gần họ, đứng cạnh họ hoặc dừng nói để họ tự nhận ra việc làm của họ.
- Dùng bảng và phương tiện hỗ trợ khác khi cần.
- Quan sát mức độ tập trung của người nghe. Nếu họ mệt mỏi thì sử dụng câu hỏi hài hước để làm sinh động buổi trình bày.

- Không dừng lại một chỗ mà nên đi lại xung quanh để gần gũi người nghe.
- Nếu cảm thấy không rõ ở một điểm nào thì dừng lại để xem đề cương.

**\* Cách tạo bài thuyết trình, trình bày ấn tượng**

- *Cách nói:*

*Âm lượng:* Rõ ràng và dễ nghe, thậm trí cả những người ngồi ở phía cuối phòng cũng có thể nghe được dễ dàng.

*Cường độ âm thanh:* Khi trình bày cần chuyên cao thấp để gây hứng thú. Tránh dùng giọng nói đều đều.

*Tốc độ nói:* Hãy nói khoảng 125 từ trong một phút. Đến những điểm quan trọng nên nói chậm lại để gây tác động mạnh.

*Sự ngắt giọng:* Những chỗ tạm ngừng làm tăng thêm trọng lượng cho những lời nói trước đó. Hãy tạm ngừng sau khi kết thúc một ý hoặc một đoạn (thông thường nên ngừng khoảng 1 - 2 giây).

*Từ đệm:* Tránh dùng những câu hoặc từ đệm. Khi tạm ngừng cũng tránh không phát ra những tiếng đệm như “ừm”, “à”, “ừ”.

*Phát âm:* Cần phát âm cho đúng ngữ điệu. Hãy luyện những từ khó trước khi trình bày.

- *Sử dụng điệu bộ:*

*Hình thức bên ngoài:* Trang phục phải thích hợp với đối tượng tham dự. Không gây phân tán sự chú ý.

*Giao tiếp bằng mắt* (nhìn thẳng vào người nghe): Nên đưa mắt nhìn đều mỗi người khoảng 1 - 3 giây để tăng thêm hiệu quả. Hãy chậm rãi quan sát mọi người lần lượt theo từng nhóm.

*Tư thế:* Giữ tư thế thẳng và thoải mái.

*Thái độ:* Nên giữ thái độ nhiệt tình, thân thiện và cởi mở.

*Động tác:* Nên sử dụng những động tác nhẹ nhàng và tự nhiên, không hấp tấp, hốt hoảng.

*Cử chỉ:* Sẽ để tay thế nào trong khi trình bày? Cử chỉ tay phải tự nhiên, không gò bó, cứng nhắc.

*Biểu hiện nét mặt:* Luôn thể hiện sự vui vẻ, nhiệt tình và tự tin.

- *Kiểm chế sự hồi hộp:*



*Chuẩn bị sẵn sàng:* Hãy chuẩn bị kỹ bố cục bài phát biểu, hít thở sâu vài lần trước khi đứng dậy nói.

*Tạo hình ảnh tưởng tượng:* Trước khi trình bày hãy hình dung mình vừa kết thúc một bài phát biểu xuất sắc và được mọi người hoan nghênh.

*Hãy trình bày phần mở đầu một cách tốt nhất trong khả năng của mình:* Mấy phút đầu tiên gây ấn tượng mạnh có thể bớt đi nhiều lo lắng. Nên viết trước mấy câu đầu tiên.

*Nên suy nghĩ theo hướng tích cực:* Hãy nghĩ rằng mọi người tham gia đều là bạn mình.

*Tập trung thư giãn:* Hãy tạo cảm giác thư giãn trước khi bắt đầu bài nói chuyện.

*Sử dụng các phương tiện trực quan nếu có thể:* Nên dán sẵn một sơ đồ để có thể liếc vào nhìn bố cục bài và những điểm chính.

*Có thể đưa ra một câu hỏi yêu cầu người nghe trả lời:* Điều này sẽ cho người trình bày có một chút thời gian để trấn tĩnh.

#### 1.5.4. Thảo luận nhóm

##### \* **Mục đích:**

Thảo luận, chia sẻ khó khăn, giải pháp khắc phục với đối tượng trong quá trình thực hiện các hành vi mới.

Cung cấp thông tin, kiến thức với mục tiêu thực hiện hành vi mới đem lại lợi ích cho cá nhân và cộng đồng.

Hỗ trợ, động viên, khuyến khích các thành viên duy trì các hành vi mới.

##### \* **Chuẩn bị:**

- *Chọn chủ đề mà đối tượng quan tâm và cần giải quyết:* Nên là những vấn đề liên mà đối tượng quan tâm. Xác định rõ mục tiêu cần đạt được thông qua thảo luận để tập trung vào những nội dung chính, không lan man.

- *Xác định đối tượng tham gia:* Tùy theo chủ đề thảo luận mà chọn người tham gia phù hợp, có cả nam và nữ. Một cuộc thảo luận nhóm thường từ 8-10 người. Cần tìm hiểu trước đặc điểm văn hóa, kinh tế, mối quan tâm, vướng mắc và sự tham gia của các thành viên vào các hoạt động liên quan đến chủ đề thảo luận. Khảo sát sơ bộ, chọn ra người phát biểu đầu tiên. Việc này rất quan trọng để thảo luận thành công. Ý kiến của người phát biểu đầu tiên mang tính dẫn dắt, định hướng. Người phát biểu đầu tiên phải là người có nhận thức và quan điểm tích cực.

- *Xác định thời gian và địa điểm:* Chọn thời điểm thích hợp để mọi người tham gia đông đủ. Thông báo thời gian, địa điểm, thời lượng buổi thảo luận (thường từ 60-90 phút) cho người tham dự trước ít nhất 2 ngày để họ sắp xếp công việc. Gửi trước lịch trình thảo luận để họ lên kế hoạch và chuẩn bị ý kiến. Chọn nơi yên tĩnh để mọi người dễ dàng phát biểu (ví dụ nhà văn hóa thôn bản). Có thể lồng ghép nội dung thảo luận trong các buổi sinh hoạt của cộng đồng như họp xóm, thôn, Hội Phụ nữ, Hội Nông dân.

- *Chuẩn bị nội dung, tài liệu, phương tiện:* Tìm hiểu kỹ nội dung và chuẩn bị những câu hỏi mở liên quan đến chủ đề thảo luận. Thu thập tài liệu, thiết bị hỗ trợ như tranh lật, tranh cổ động, tờ gấp, tờ rơi, ảnh, băng hình, băng ghi âm, máy chiếu (nếu có).

- Xin phép, thông báo cho lãnh đạo địa phương về kế hoạch thảo luận nhóm. Có thể yêu cầu địa phương cử người hỗ trợ.

**\* Các bước tiến hành:**

Bước 1: Chào hỏi, nêu chủ đề thảo luận

Bước 2: Trao đổi, tìm hiểu kinh nghiệm của mọi người về chủ đề thảo luận

Bước 3: Bổ sung thông tin cho chính xác và đầy đủ

Bước 4: Tìm hiểu những vướng mắc và thảo luận cách giải quyết

Bước 5: Kiểm tra và đạt được cam kết thực hiện hành vi mới

Bước 6: Chia sẻ tài liệu

**\* Lưu ý:**

- Tất cả các thành viên (nam và nữ) đều tham gia trao đổi và chia sẻ kinh nghiệm, không khí vui vẻ, hứng thú, tin tưởng, không ai lấn át ai; không có sự chỉ trích hay tra xét ý kiến của nhau.

- Tập trung vào chủ đề thảo luận, không lạc đề, khi thảo luận đều gắn với Hoàn cảnh và đời sống thực tế của người dân, có tóm tắt những điều đã bàn bạc và đề ra kế hoạch thực hiện tiếp theo.

- Trường hợp một số người im lặng: Hãy nhìn vào họ tỏ ý muốn mời phát biểu, mời họ phát biểu nếu họ tỏ ra quan tâm.

- Trường hợp một số người liên tục phát biểu và nói quá nhiều: Cảm ơn sự đóng góp của họ và nói: “Mọi người đang muốn được nghe những ý kiến của những người khác”, sau đó mời người khác phát biểu.

- Một số người đi chệch chủ đề đang thảo luận: Nhắc lại câu hỏi thảo luận để họ tập trung hơn vào chủ đề chính.

- Mâu thuẫn khi tranh luận: Khen 2 bên có ý kiến đóng góp cho thảo luận không chê trách bên nào, dung hòa và đi đến thống nhất.

- Khi có ý kiến cực đoan dẫn đến nguy cơ bạo lực: Nhẹ nhàng phân xử, làm dịu căng thẳng, đồng thời kín đáo đề các nghị thành viên hỗ trợ can ngăn và liên lạc với những người có trách nhiệm tại địa phương cùng giải quyết, xử lý.

#### 1.5.5. Tổ chức cuộc họp

##### \* Mục đích:

Nhằm phổ biến kiến thức và khuyến khích mọi người cùng hành động, giải quyết vấn đề nào đó. Hỗ trợ nhóm lớn để đi đến một kết luận, hay một quyết định được đa số chấp thuận.

##### \* Các bước cần thực hiện khi tổ chức một cuộc họp

###### Chuẩn bị

###### **Bước 1. Xác định mục tiêu cuộc họp**

- Họp để làm gì?
- Có cần thiết phải tổ chức cuộc họp không?
- Sau khi họp xong, các thành viên nhóm sẽ:
  - + Biết được thông tin gì?
  - + Có hành động gì?



Cuối cùng phải xác định được nội dung các hoạt động hỗ trợ phụ nữ là gì?

**Bước 2. Xác định thành viên tham gia:** Các cuộc họp nhóm đồng sở thích thì chúng ta có thể hiểu các thành viên tham gia là các thành viên nhóm.

Ngoài ra, tùy từng nội dung có thể mời thêm người liên quan: cán bộ CF, cán bộ Chi hội Phụ nữ, người dân thôn khác, cán bộ khuyến nông, đại diện doanh nghiệp... đến chia sẻ kinh nghiệm hoặc bàn kế hoạch hợp tác...

###### **Bước 3. Bàn kế hoạch hợp tác toàn diện**

Các hình thức họp khác nhau cần các hình thức đối thoại và thảo luận khác nhau. Hình thức họp cần được xác định dựa trên kết quả mong muốn đạt được:

- Cần chia sẻ kinh nghiệm?



- Cần thông báo một thông tin nào đó?
- Cần thảo luận để đi đến quyết định?

**Bước 4. Xây dựng chương trình họp và thông báo**

➤ Xây dựng chương trình giúp đạt được mục

đích cuộc họp với khoảng thời gian có hạn.

Ví dụ: Buổi họp diễn ra từ 8-10h ngày 14/9/2017.

➤ Thông báo chương trình trước khi tổ chức họp để đảm bảo cơ hội cho người dân tham gia họp và đóng góp ý kiến.

**Bước 5. Phân công nhiệm vụ**

- Ai là chủ tọa?
- Ai sẽ làm thư ký cuộc họp?

Thực hiện cuộc họp:

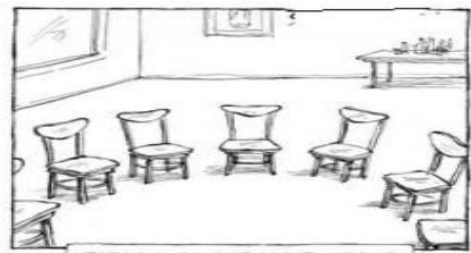
**Bước 1. Cung cấp thông tin**

Giới thiệu nội dung cuộc họp, các thành viên tham dự (nếu có thêm khách mời ngoài các thành viên nhóm), kết quả dự kiến đạt được và thời gian họp.

Nhất trí các ý kiến về nội quy cuộc họp các quy ước (đóng góp các tiết mục văn nghệ, kể chuyện vui v.v..) để tạo ra không khí tích cực trong cuộc họp.

Nên xây dựng một số hướng dẫn trước để hạn chế sự mâu thuẫn giữa các thành viên trong cuộc họp. Ví dụ: Không nên tranh cãi, to tiếng, nên từng người phát biểu lần lượt...

**Bước 2. Phân tích thông tin**



Người thúc đẩy khuyến khích các thành viên của nhóm thảo luận tập trung vào chủ đề làm sáng tỏ, tìm nguyên nhân...

### **Bước 3. Tranh luận**

Các thành viên nhóm lần lượt nêu ý kiến để người thúc đẩy tổng hợp và trình bày ý kiến của mình (phân tích tình hình, mong muốn cải thiện, các giải pháp có thể...). Cả nhóm bình luận về ý kiến của các thành viên để tìm ra ý kiến phù hợp nhất.

### **Bước 4. Lựa chọn giải pháp**

Trước khi đi đến kết luận cần nhắc lại các điểm đã được thống nhất để các thành viên tham gia hiểu được quyền và nghĩa vụ của họ trong tiến trình ra quyết định.

+ Phạm vi, mức độ? Chỉ ở mức độ cung cấp thông tin? Họ được yêu cầu tham gia tích cực để phối hợp với các thành viên khác trong việc thực hiện nhiệm vụ của nhóm?

+ Phân công nhiệm vụ và cam kết thực hiện, sau đó có thể dùng biện pháp thống nhất, ra quyết định bằng cách biểu quyết hoặc bỏ phiếu.

### **Bước 5. Ra quyết định**

Trước khi kết thúc cuộc họp, bạn cần có thời gian để tổng hợp lại các thỏa thuận đã đạt được, các hành động tiếp theo đã được xác định và ai sẽ có nhiệm vụ phải thực hiện các nhiệm vụ đó.

Bằng cách này, bạn có thể khẳng định được sự cam kết của các thành viên và thiết lập được lộ trình cho các bước tiếp theo.



### **Bước 6. Tổng hợp**

♦ Bước cuối cùng này là phương thức xác định cảm nhận của mỗi một thành viên về cuộc họp.

Có thể chọn cách đánh giá chính thức hoặc không chính thức nhưng không nên bỏ qua việc xác định những gì đã làm được và những gì trong cuộc họp chưa làm được.

### **Bước 7. Thông qua biên bản của một cuộc họp và bế mạc**

Nội dung một biên bản cuộc họp thường bao gồm:



- Đại biểu tham gia;
- Mục tiêu cuộc họp;
- Các chủ đề chính đã được thảo luận;
- Các quyết định chính đã được đưa ra;
- Các bước tiếp theo hoặc các kế hoạch hành động;



- Thời gian cuộc họp tiếp theo hoặc chương trình theo dõi tiếp theo.

**\* Lưu ý:**

- Bắt đầu và kết thúc cuộc họp đúng thời gian đã dự kiến;
- Tạo không khí thân thiện;
- Bám sát nội dung đã xác định trong chương trình cuộc họp;
- Chuẩn bị tốt các khâu hậu cần (địa điểm, ánh sáng, bàn ghế, nước uống v.v.);
- Khuyến khích mọi người tham gia đóng góp ý kiến bằng việc đưa ra những câu hỏi mà mọi người đều quan tâm.



- Cố gắng đảm bảo để tất cả mọi người đều có cơ hội như nhau trong việc đóng góp ý kiến, ý tưởng trong cuộc họp.

- Không nên để một người nói quá nhiều.

Chú ý đến các thành viên ít nói, ít tự tin (người nghèo, phụ nữ, đồng bào dân tộc ít người)

- Tổng kết cuộc họp:
  - + Tổng hợp các ý kiến đã thảo luận
  - + Các quyết định đã được thống nhất
  - + Các nhiệm vụ tiếp theo
  - + Kế hoạch sắp tới
- Kịp thời phản hồi các thắc mắc của



thành viên nhóm. Nếu không trả lời được thì có thể hỏi ngay các thành viên khác có thể giúp trả lời không. Nếu không có ai trả lời được thì nên nói rõ là

không có câu trả lời, và hỏi các thành viên xem vấn đề này có cần thiết trả lời không? Nếu có thì hẹn trả lời trong dịp khác khi đã tham khảo được nguồn: cán bộ, cán bộ thú ý, cán bộ phụ nữ...

- Nên tôn trọng tất cả các ý kiến của các thành viên nhóm dù các ý kiến đó trái ngược nhau. Nên tránh mâu thuẫn có thể xảy ra giữa các thành viên nhóm và phân tích cho các thành viên đó thấy rằng sự khác nhau trong các ý kiến có thể do Hoàn cảnh, cách nhìn của từng cá nhân, tuyệt đối không phê phán ý kiến nào là sai hay đúng, tốt hay xấu. Nên chuyển hướng các cuộc tranh cãi về chủ đề cuộc họp và tập trung vào việc đưa ra giải pháp phù hợp cho tất cả các thành viên nhóm.

#### *1.5.6. Sản xuất và tổ chức biểu diễn tiểu phẩm sân khấu*

##### **\* 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.

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:

Tình huống mở đầu: Là tình huống trước khi xuất hiện kịch tính, mở ra Hoàn cảnh, xuất hiện tính cách 1 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 kịch 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 sức 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, gợi ra những nhận thức mới, hoặc nhận thức sâu sắc hơn vấn đề, nhấn mạnh thông điệp).

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 bịa ra.

Tạo sự hấp dẫn bằng nhân vật: Có những nét dễ gây cảm tình, tạo sự đồng cảm với nhân vật. Đối 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).



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.

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 gồm nhằm làm nổi bật thông điệp.

#### **\* Tổ chức biểu diễn**

*Chọn diễn viên, tập dượt thuận thực 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), nhiệt tình, 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 đời 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.

*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.

*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 như 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.

### *1.5.7. Tổ chức sự kiện (thông tin lưu động tại chợ phiên, bản làng)*

#### **\* Yêu cầu về sản phẩm truyền thông**

- Nếu là tranh cổ động, phải trình bày đẹp, ấn tượng và làm nổi bật những từ quan trọng, hình minh họa. Bộ tài liệu như trò chơi, tranh vẽ cần dựa trên những nét văn hóa gần gũi trong cuộc sống hàng ngày của người dân tộc.

- Nếu chuyên tải thông điệp qua phát thanh, truyền thanh thì cần ngắn gọn, rõ ràng, truyền cảm, cuốn hút cùng với âm nhạc dân tộc khi sản xuất các chương trình dành cho phát thanh. Dừng tiếng dân tộc thiểu số là ưu tiên số 1 (nếu truyền thông cho từng dân tộc).

- Nếu truyền thông điệp bằng băng hình, chương trình truyền hình cần đầu tư cẩn thận với hình ảnh ấn tượng, người xem sẽ nhớ nhanh hơn, sức lan tỏa nhanh hơn, tạo hứng thú hơn do kết hợp cả hình ảnh và âm nhạc, tác động đến nhiều giác quan cùng một lúc.

Nên tận dụng truyện, thơ ca, trò chơi dân gian của người dân tộc để có cách thức thể hiện phù hợp. Nên đặt hàng nghệ nhân ở thôn bản sáng tác thơ, tấu hài theo chủ đề truyền truyền. Sản phẩm truyền thông là tiêu phẩm sân khấu thường được người dân tộc thiểu số ưa chuộng.

#### **\* Các bước tiến hành:**

##### Chuẩn bị

*Xây dựng kế hoạch:* Cụ thể, xác định rõ mục tiêu, thông điệp, đối tượng nhắm đến; dự kiến những điểm thuận lợi, khó khăn hoặc những cản trở đột xuất có thể xảy ra như: mưa, nắng, hoặc mất điện.

*Chọn địa điểm* là nơi trung tâm, nhưng gần gũi với người dân. Có thể là một gò đất cát hoặc bãi rộng, sạch sẽ gần lối vào chợ, hay giữa thôn, nơi ai cũng phải đi qua. Không chọn nơi đang diễn văn nghệ, đá bóng, hát hò ồn ào. Địa điểm càng được trang trí rực rỡ sắc màu, sôi động âm thanh bao nhiêu thì càng thu hút sự chú ý bấy nhiêu. Cần có phong màn, cờ, hoa, tăng âm, loa phóng thanh, màn hình tivi lớn, treo tranh cổ động, tranh ảnh; Chuẩn bị băng ghi hình để chiếu hoặc phát băng thu thanh văn nghệ.

*Xác định đối tượng truyền thông:* Phân định rõ hai loại đối tượng: đối tượng đích và đối tượng đại trà. Đối tượng đích là đối tượng chính mà thông điệp muốn hướng vào họ. Ví dụ, nếu muốn truyền thông về các biện pháp tránh thai, thì đối tượng đích là các cặp vợ chồng độ tuổi sinh đẻ. Số lượng? Thành

phần? (độ tuổi, dân tộc, thanh niên, phụ nữ); Nhu cầu của đối tượng? Người làm truyền thông có thể tìm hiểu, gặp gỡ, quan sát, hỏi chuyện hoặc tìm hiểu qua tài liệu, sách báo, báo cáo tổng kết, trao đổi với cán bộ xã, bản.

### Thực hiện

*Mở đầu:* Nên có lời chào mừng, hài hước, hoạt náo. Để tạo không khí, nên có các tiết mục văn nghệ để lôi cuốn sự chú ý. Sau đó, khơi gợi nhu cầu của người nghe, dẫn dắt vào nội dung chính.

*Nội dung chính:* Trình bày ngắn gọn những điểm mới, có tính thời sự để thu hút người nghe. Kết hợp xen kẽ với văn nghệ của người dân địa phương, chiếu phim, diễn tiểu phẩm để lồng ghép thông điệp.

*Kết thúc:* Có thể đặt câu hỏi mang tính chất giao lưu với mọi người để qua đó nhấn mạnh thông điệp.

### **\* Giao tiếp và thu hút cộng đồng, đám đông**

Để giao tiếp và thu hút đám đông tốt, cần chú ý:

*Gây thiện cảm ban đầu:* Ăn mặc giản dị, gần gũi với người dân; cách dẫn chuyện có duyên, dí dỏm. Dáng vẻ tự tin, đĩnh đạc, nét mặt tươi, cởi mở, cử chỉ, phong thái đúng mực; giọng nói to, rõ ràng.

*Tạo sự hấp dẫn,* gây ấn tượng bằng giọng nói, điệu bộ, nói rõ ràng, mạch lạc nhưng truyền cảm, âm lượng thay đổi theo nội dung và nhấn mạnh những điểm quan trọng.

## **2. Kỹ năng tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng**

Tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng đây là hình thức truyền thông gián tiếp, là quá trình truyền đạt thông tin đến các nhóm cộng đồng đông đảo trong xã hội thông qua các phương tiện thông tin đại chúng hiện đại như: báo, tạp chí, phát thanh, truyền hình, sách, điện thoại, phim và băng, đĩa hình...

### **2.1. Phương tiện thông tin đại chúng**

Xuất phát từ sự phát triển vượt bậc của các phương tiện thông tin hiện đại ngày nay, con người có thể tiếp nhận thông tin, liên lạc một cách vô cùng đơn giản, nhanh chóng. Thực tế cũng cho thấy, con người càng có nhiều đầu tư, yêu cầu và dành nhiều thời gian hơn cho các phương tiện thông tin dưới dạng in ấn phẩm (báo, tạp chí, thư gửi trực tiếp...) hay thông tin quảng bá (truyền hình, truyền thanh, web...) hay trưng bày (pano, bảng hiệu, áp phích...), thông tin

điện tử (băng ghi âm, ghi hình, đĩa hình...). Chính vì vậy, đây là cơ hội tốt để các nhà tuyên truyền tận dụng để truyền tải hiệu quả thông điệp của mình.

Phương tiện thông tin đại chúng là các phương tiện cụ thể được con người áp dụng nhằm lan tỏa thông tin trên diện rộng. Phương tiện thông tin đại chúng có thể là bất kỳ nguồn nào gửi thông tin đến công chúng. Chẳng hạn như: Internet, mạng xã hội, tivi, báo đài... Trên thực tế, radio và tivi chỉ trở thành Phương tiện thông tin đại chúng khi chúng được kết nối để truy cập thông tin.

### *2.1.1. Các loại phương tiện thông tin đại chúng chính*

Hiện tại, có 3 loại phương tiện thông tin chính:

**Phương tiện thông tin cá nhân:** Có sự tương tác, đối thoại mang tính cá nhân như: Email, điện thoại, tin nhắn riêng.

**Phương tiện thông tin đại chúng:** Có khả năng truyền đạt thông tin đến công chúng. Một số Phương tiện thông tin đại chúng phổ biến là: tivi, báo chí, tờ rơi, băng hiệu.

**Phương tiện thông tin xã hội:** Còn được gọi là Social Media Marketing, được tiếp thị trực tiếp qua mạng xã hội như: Facebook, Youtube, Blog.

### *2.1.2. Đặc điểm của tuyên truyền trên phương tiện thông tin đại chúng*

- Phối hợp bởi các phương pháp kỹ thuật truyền thông, sản xuất và phổ biến tin tức.

- Có khả năng tiếp cận với công chúng trên diện rộng.

- Có sức ảnh hưởng đến xã hội và chịu tác động bởi những sự việc xảy ra trong chính xã hội ấy.

- Khán giả có nhiều sự lựa chọn về việc đón nhận nội dung, nền tảng phương tiện truyền thông. Đồng thời, họ được phép sử dụng bất kỳ phương tiện thông tin đại chúng nào.

*Phương tiện thông tin đại chúng có những yếu tố nào?*

**Nguồn:** Nơi cung cấp thông tin và khởi đầu cho việc phát sóng.

**Thông điệp:** Là nội dung mà những người tuyên truyền muốn lan tỏa đến khán giả.

**Kênh thông tin:** Là “dòng chảy” chuyển tải dữ liệu thông tin đến người tiếp nhận.

**Người tiếp nhận:** Là một cá nhân, tập thể, tổ chức có nhu cầu muốn tiếp nhận thông tin.

Đa số người dùng đều sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng như một cách để cập nhật thông tin. Tuy nhiên, mỗi đối tượng đều có mục đích sử dụng khác nhau. Ví dụ như: học sinh) sinh viên sử dụng để phục vụ cho học tập, tìm kiếm tài liệu, doanh nghiệp sử dụng để quảng bá sản phẩm, thương hiệu của mình, doanh nhân sử dụng để nghiên cứu thị trường, xem tin tức, chính trị. Phương tiện thông tin đại chúng là nguồn cung cấp thông tin giải trí lớn nhất.

### *2.1.3. Chức năng của phương tiện thông tin đại chúng*

Phương tiện thông tin đại chúng là nhân tố quan trọng trong nền văn hóa hiện đại. Chúng có thể truyền tải thông tin qua văn bản, hình ảnh, âm thanh và có sức lan tỏa rộng rãi. Một số chức năng quan trọng của phương tiện thông tin đại chúng:

Mở ra một kỷ nguyên đại chúng, gắn kết mọi người trên toàn cầu lại với nhau.

Cung cấp những thông tin có giá trị di sản, văn hóa.

Là công cụ “giám sát” đặc biệt của xã hội.

Cung cấp những thông tin bổ ích về kiến thức, giáo dục, giải trí cho người dân.

Có khả năng thúc đẩy quá trình phân phối sản phẩm và dịch vụ.

Giúp doanh nghiệp truyền tải thông tin đến khách hàng dễ dàng hơn, tăng khả năng nhận diện thương hiệu hiệu quả.

Mở không gian để công chúng tự do bày tỏ quan điểm và ý kiến riêng của mình (ngay cả những người khuyết tật).

## **2.2. Kỹ năng tuyên truyền trên một số phương tiện truyền thông đại**

### *2.2.1. Mạng xã hội (social media)*

Theo khảo sát, ở Việt Nam có khoảng 68 triệu người dùng mạng xã hội, trong đó có 65 triệu người sử dụng mạng xã hội trên điện thoại.

#### **\* Ưu điểm và hạn chế khi sử dụng mạng xã hội để tuyên truyền:**

*Ưu điểm:* Sử dụng mạng xã hội có thể đo lường hiệu quả, có thể đã biết ai đã xem, số người tham gia... Khi sử dụng mạng xã hội có thể tương tác 2 chiều và có thể xây dựng cộng đồng riêng theo lĩnh vực. Đây là phương tiện thông tin đại chúng được sử dụng nhiều nhất ở hiện tại. Chúng giúp người dùng tiếp cận thông tin nhanh chóng và dễ dàng. Bên cạnh đó, những trang mạng xã hội phổ biến như: Facebook, Youtube, Instagram, Zalo, Twitter, Tiktok... sở hữu lượng người dùng tiềm năng cực kỳ lớn. Vì vậy, việc truyền tải thông tin trên các nền tảng này sẽ rất thuận lợi và hiệu quả.

Khi tuyên truyền qua mạng xã hội là không tốn nhiều chi phí như các phương tiện khác. Tố chất của người làm truyền thông mạng xã hội đó chính là sự nhạy bén với xu hướng và có khả năng tạo ra nội dung có tính lan truyền.

*Hạn chế:* Mạng xã hội dù mang lại hiệu quả cao nhưng vẫn gặp nhiều hạn chế nhất định. Số lượng người dùng mạng xã hội lớn vừa là ưu vừa là khuyết điểm cho các nhà truyền thông. Đồng thời, một đối tượng có thể sử dụng cùng lúc 2 – 3 tài khoản khác nhau, hình thành nhiều “nick ảo” sẽ ảnh hưởng đến quá trình tiếp cận khách hàng tiềm năng. Bên cạnh đó, vấn đề bảo mật, an toàn thông tin trên một số nền tảng mạng xã hội còn khá lỏng lẻo. Nhiều cá nhân, doanh nghiệp phải đối mặt với tình trạng bị mất tài khoản. Thậm chí, kẻ xấu có thể đột nhập tài khoản của bạn để thực hiện hành vi phi pháp.

**\* Kỹ năng xây dựng và đo lường chiến lược tuyên truyền:**

***Bước 1. Xây dựng mục tiêu***

- Tăng lượng truy cập.
- Cải thiện dịch vụ công, dịch vụ khách hàng.
- Tăng nhận diện thương hiệu, tiếp cận thêm nhiều lượt truy cập trên mạng.

***Bước 2. Xác định đối tượng truyền thông) khách hàng***

- Họ là ai?
- Họ quan tâm gì? Thích gì?
- Họ lên mạng khi nào?
- Họ sử dụng mạng gì?

***Bước 3. Xây dựng nội dung và hình ảnh:***

- Nội dung nào cần đưa lên?
- Hình ảnh, văn bản, hay dạng tóm tắt văn bản.
- Thời điểm nào đưa lên phù hợp.
- Nhận diện hình ảnh, thương hiệu, Logo, font chữ, màu sắc...

***Bước 4. Chọn nền tảng mạng xã hội***

- Nhóm đối tượng tiềm năng trên kênh online nào (Youtube, Face book...).
- Có nên trả thêm phí cho chiến dịch truyền thông không?

***Bước 5. Đo lường tính hiệu quả của chiến lược***

- Lắng nghe thông tin đối tượng truyền thông, thấu hiểu họ.
- Nắm được diễn biến của truyền thông qua lượng truy cập.

- Nếu thấy rằng cái gì đó không hiệu quả hãy thay đổi, điều chỉnh cho phù hợp.

**\* Lưu ý khi sử dụng mạng xã hội để tuyên truyền:**

- Lựa chọn một cái tên thật hay và ấn tượng đặt tên cho blog của bạn.

- Hướng vào mục tiêu truyền thông dân tộc.

- Thông tin ngắn gọn, dễ nhớ, làm cho thông tin của bạn trên trang mạng xã hội thật ấn tượng.

- Thông tin mới và hấp dẫn, được nhiều người quan tâm.

- Thông tin tác động đến nhiều người.

- Sử dụng các ứng dụng để đăng ảnh, phim ảnh hoặc âm thanh.

- Gửi trang blog, trang Facebook hoặc Twitter của mình giới thiệu với bạn bè đồng nghiệp.

- Phải thường xuyên ghé thăm Facebook hoặc Twitter của mình.

### 2.2.2. Internet

**\* Ưu điểm và hạn chế:**

*Ưu điểm:* Internet mở ra thời kì công nghệ số hiện đại, tối ưu hóa mọi hoạt động tìm kiếm của người dùng. Việc tra cứu thông tin, kiến thức bổ ích đã trở nên dễ dàng hơn nhờ thuật toán của Google. Ngoài ra, lượng người dùng truy cập Internet ngày càng tăng nhanh, mở ra cơ hội mới cho những hoạt động truyền thông trên nền tảng này phát triển mạnh mẽ. Qua Internet, có thể gửi thông tin đến hàng nghìn đối tượng tuyên truyền.

Vì vậy, người truyền thông không thể bỏ qua phương tiện truyền thông hiệu quả như Internet. Thiết lập website, diễn đàn, blog trên mạng là việc cần làm để thông tin đến đối tượng cần tuyên truyền.

*Hạn chế:* Mỗi ngày, khối lượng thông tin cập nhật lên Internet vô cùng lớn khiến cho việc kiểm duyệt nội dung trên mạng không được đảm bảo. Sự xuất hiện tràn lan của các thông tin không chính thống ngày càng nhiều, chúng dần trở thành “đối thủ” cạnh tranh vị trí xếp hạng trên công cụ tìm kiếm. Hệ quả của việc này còn khiến người dùng mất niềm tin khi họ phải nhận quá nhiều thông tin thiếu chính xác trên mạng. Tuy nhiên, với sự ra đời của luật an ninh mạng, tình trạng này cũng phần nào được khắc phục.

**\* Kỹ năng cơ bản để xây dựng trang Website**

### **CV1. Thiết kế đồ họa**

Hầu hết mọi người dùng truy cập, từ những người truy cập thông thường đến những người có kiến thức chuyên môn về thiết kế đồ họa, đều sẽ quan tâm đến các yếu tố hình ảnh tạo nên một trang web. Vì thế để xây dựng một Website chất lượng chắc chắn sẽ không thể nào bỏ qua các kỹ năng thiết kế và bố trí các thuộc tính của một tổ chức lên giao diện web, thông qua việc lựa chọn và kết hợp các yếu tố như màu sắc, hình ảnh và lượng “khoảng trắng” một cách hài hòa.

### **CV2. Sáng tạo nội dung**

Những thành phần mà một website cần cung cấp sẽ bao gồm các bài viết, văn bản, video, đồ họa và các hình ảnh khác. Đa số các chuyên gia trong lĩnh vực thiết kế web đều khẳng định tầm quan trọng của nội dung của website trong tuyên truyền.

### **CV3. Xây dựng và phát triển nền tảng cụ thể**

Sau khi có thiết kế và nội dung, các nhà phát triển trang web sẽ dịch tất cả các tệp khác nhau thành một loại mã cần thiết, để các nền tảng khác nhau có thể đọc được.

Ngoài ra, phải đảm bảo phát triển website một cách nhất quán, nội dung và hình ảnh được xử lý tối ưu để trang web có thể xuất hiện đẹp mắt trên các màn hình có kích thước nhỏ hơn như thiết bị di động.

### **CV4. Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm**

Trang web phải có các tín hiệu phù hợp, để các công cụ tìm kiếm có thể dễ dàng tìm thấy và lập chỉ mục nội dung, giúp website xuất hiện ở các vị trí hàng đầu trong bảng xếp hạng, khi mọi người tìm kiếm thông tin cần thiết.

### **CV5. Kỹ năng quản lý Website**

Quản lý Website là kỹ năng quan trọng nhất, thông thường kỹ năng này sẽ được người lãnh đạo, quản lý đảm nhận để theo dõi, giám sát việc phát triển toàn bộ trang web.

#### *2.2.3. Báo điện tử*

Báo điện tử là hình thức báo chí được sinh ra từ sự kết hợp những ưu thế của báo in, báo nói, báo hình, sử dụng yếu tố công nghệ cao như một nhân tố quyết định, qui trình sản xuất và truyền tải thông tin qua mạng internet.

Tin, bài được tổ chức để giúp người đọc rất dễ tiếp nhận, thỏa mãn và phù hợp với mọi ý thích, thói quen và cách thức tiếp nhận thông tin của công chúng.



Tùy vào sự quan tâm, ý thích tiếp nhận mà người đọc/xem có thể đọc toàn bộ văn bản, cũng có thể chỉ lướt qua tiêu đề, đọc qua lời dẫn, hoặc xem ảnh, nghe phần âm thanh.

Ưu thế của Báo điện tử là có khả năng cung cấp thông tin đa phương tiện (bài viết, ảnh, âm thanh, hình) và cập nhật thông tin nhanh, nhiều, đồng thời. Có khả năng lưu trữ, tìm kiếm và rút lại thông tin nhanh nhất. Có thể nghe và xem các chương trình phát thanh, truyền hình bằng tiếng dân tộc lưu giữ trên các trang mạng của các đài phát thanh và truyền hình Trung ương và địa phương.

#### **\* Nguyên tắc viết tin bài cho báo điện tử**

*Viết ngắn gọn, đúng trọng tâm:* Không diễn đạt lòng vòng, phức tạp để người đọc tiếp nhận thông tin một cách nhanh nhất. Viết câu ngắn, viết câu chủ động. Bỏ bớt các từ: “thì, là, mà, rằng, này, sự, một cách, ngoài ra, bên cạnh đó, có, của, những, các, về, được...” Giảm các từ chung nghĩa trong 1 câu: “đang - hiện”, “đã từng” ...

*Viết bài ngắn, các đoạn ngắn, câu đơn giản:* Thay vì viết một bài báo dài, nên viết nhiều bài báo nhỏ có độ dài chỉ khoảng một đến hai trang màn hình, mỗi bài ngắn nên viết kỹ, có chiều sâu về một vấn đề.

*Nhất thiết phải viết phần dẫn vào bài báo:* Phần dẫn bài là một vài câu dẫn vào bài của báo điện tử. Đáp ứng nhu cầu người đọc muốn biết nhanh nhất những thông tin quan trọng, hấp dẫn, thú vị nhất. Phần dẫn bài cần ngắn, gọn, mạnh mẽ, cần dẫn dắt, lôi cuốn người đọc đến với sự kiện, câu chuyện bài báo nêu.

Kết hợp đa phương tiện trong thông tin: Phải thể hiện tác phẩm bằng văn bản, bằng âm thanh, bằng hình ảnh hay đồ họa. Tăng cường sử dụng hình ảnh động nhằm đưa đến người xem một lượng thông tin sinh động, hấp dẫn.

#### **\* Cấu trúc thông tin của một bài báo điện tử**

- Tiêu đề chính
- Phần lời dẫn
- Chính văn
- Tiêu đề phụ
- Tranh, ảnh đồ hình (sơ đồ, bản đồ, biểu đồ...)
- Phần hình ảnh và ảnh động
- Phần âm thanh

- Các hộp thông tin, dữ liệu
- Các đường liên kết

#### 2.2.4. Báo in

Một trong những phương tiện tuyên truyền lâu đời và được sử dụng rộng rãi nhất phải kể đến báo chí. Ngày nay, truyền thông báo chí ngoài báo in, báo hình, còn có báo điện tử. Mỗi hình thức báo chí lại có cách trình bày và truyền tải thông tin khác nhau, song đều có mục đích cung cấp thông tin nhanh chóng - chính xác cho người đọc, người xem, phục vụ nhu cầu tin tức và giải trí mà khán thính giả quan tâm.

##### **\* Ưu điểm và hạn chế:**

**Ưu điểm:** So với Internet, thông tin trên báo chí lại được người dùng tin cậy hơn. Do tất cả nội dung trước khi được xuất bản trên báo, chúng đều trải qua quá trình kiểm duyệt khắt khe.

Báo chí còn có độ phủ sóng mạnh mẽ cùng mức phí tương đối thấp. Tuyên truyền trên báo giấy giúp tiếp cận những đối tượng chất lượng nhất.

Báo in có thể dùng để phát, tặng cho mọi người. Dễ dàng lưu giữ được, có thể chuyền tay nhau đọc, đọc bất cứ lúc nào, ở bất cứ đâu

**Hạn chế:** Báo chí là phương tiện thông tin đại chúng lâu đời. Vì vậy, báo chí còn giữ một vài đặc điểm truyền thống mang tính lỗi thời. Công chúng hiện nay có xu hướng “sống nhanh – làm vội” nên việc đọc một tờ báo cũng khiến họ cảm thấy tốn thời gian. Do đó, những bài báo không có tiêu đề hấp dẫn và đủ “giật gân” sẽ rất khó “kéo chân” người đọc.

##### **\* Trình tự viết bài báo**

###### **- Giai đoạn 1. Tìm đề tài**

Có trong chương trình truyền thông của bạn. Hãy bám sát chương trình truyền thông, nghiên cứu kỹ sẽ tìm thấy đề tài phù hợp. Có trong cuộc sống sinh hoạt hàng ngày của người dân tộc. Hãy quan sát, tìm hiểu và tiếp xúc với người dân, cán bộ trong xã, bản để tìm ra câu chuyện cho bài viết của mình. Có thể là một hoạt động điển hình ở địa phương, ví dụ: “Mô hình nuôi gà thả vườn cho thu nhập cao”, hay “Người Dao biết đi buôn hàng tạp hóa”. Các báo cáo của chính quyền, đoàn thể; các bài báo trên ti vi, đài phát thanh, trang báo mạng, các nguồn khác, có thể gợi ý cho bạn những đề tài hay, phù hợp.

## **- Giai đoạn 2. Thu thập thông tin**

*Về hoạt động, sự việc, câu chuyện muốn kể:* Hoạt động, (câu chuyện) đó diễn ra ở đâu? Vào thời gian nào? Tại sao có hoạt động đó? Hoạt động đó giải quyết vấn đề gì ở địa phương? Ai tham gia vào hoạt động đó? Ai hỗ trợ, ai thực hiện, ai hưởng lợi? Tìm nhân vật điển hình cụ thể (một hoặc nhiều người, cả nam, cả nữ) để phỏng vấn. Ghi lại câu trả lời đầy đủ của họ để lựa chọn trích dẫn. Ghi lại thông tin cá nhân (tên, tuổi...) của người được phỏng vấn. Quan sát và ghi lại miêu tả một số đồ đạc, nhà cửa hay các con vật nuôi ... của người được phỏng vấn. Hoạt động đó được diễn ra như thế nào? Có những công đoạn nào, kế hoạch như thế nào? Kết quả ra sao? Mô tả tác động của hoạt động đó đến cộng đồng, ảnh hưởng đến những đối tượng khác nhau, người già, trẻ em, nam giới, phụ nữ, như thế nào? Vấn đề trước đây, hiện tại hay tương lai của gia đình (hay một cá nhân) mà mình phỏng vấn. Chụp ảnh người thật việc thật (người được phỏng vấn, tham gia trực tiếp vào hoạt động). Viết chú thích cho ảnh – ai đang làm gì và tại sao?

*Về bối cảnh mà hoạt động hoặc câu chuyện diễn ra:* Số người (hoặc hộ gia đình) trong thôn, xã (tên thôn, xã, huyện, tỉnh...) Nguồn thu nhập chủ yếu? Môi trường, nguồn tài nguyên? Thu nhập bình quân hàng tháng/năm của cá nhân hay hộ gia đình.

## **- Giai đoạn 3. Thực hiện viết bài báo:**

### ***Bước 1. Lên dàn ý:***

Thực hiện lập dàn ý theo cấu trúc bài báo, bao gồm:

Tên bài báo: Tên của bài báo giúp cho người đọc biết bài báo viết về vấn đề gì, và vì sao họ phải đọc. Tên bài báo hay, hấp dẫn, thiết thực sẽ khiến người đọc muốn đọc bài báo ngay. Hãy dành nhiều công sức để đặt tên cho bài báo có thể là trước khi viết bài hoặc sau khi viết xong bài báo. Tên bài báo phải ngắn gọn (không quá 15 từ), chính xác, hấp dẫn, thu hút sự chú ý, trình bày đẹp, không dùng các từ viết tắt, không dùng nhiều dấu phẩy.

*Nội dung bài báo được chia thành 3 phần:*

Mở đầu: Thu hút, lôi cuốn sự chú ý của người đọc, khiến họ thấy mình có liên quan trực tiếp tới nội dung bài báo. Viết cô đọng, súc tích, nhất thiết phải dùng các câu ngắn. Khi viết, đi thẳng vào câu chuyện để người đọc hiểu ngay nội dung nói về điều gì, dùng từ ngữ miêu tả sự việc khiến người đọc mà như nhìn thấy một bức ảnh và cảm nhận được.

Có thể trích dẫn một câu phát biểu ngắn gọn, rõ ràng của một người có trách nhiệm trong làng, xã, huyện liên quan tới nội dung bài báo; có thể dùng một câu chuyện dân gian có ý nghĩa liên quan tới nội dung bài báo; có thể dùng một châm ngôn, câu tục ngữ, ca dao có trong cộng đồng hoặc nêu một con số ấn tượng có trong nội dung bài viết; đặt một câu hỏi buộc người đọc phải chú ý.

Thân bài: Viết theo một cấu trúc đơn giản:

Nêu điểm chính, mô tả hoạt động (câu chuyện) đó.

Giải thích rõ hoạt động đó là gì, ảnh hưởng đến ai? Ảnh hưởng như thế nào?

Miêu tả địa điểm, khung cảnh diễn ra hoạt động.

Các biện pháp giải quyết cho người dân địa phương đó như thế nào? (kết quả dự kiến ra sao?)

Miêu tả kỹ các chi tiết quan sát được, xen kẽ những đoạn kể, miêu tả, đưa vào các câu trích dẫn lời nhân vật.

Có thể viết theo trình tự thời gian hoạt động (hoặc câu chuyện) diễn ra, nhưng hay nhất là đưa thông tin theo hình tháp lộn ngược, tức là việc gì hay thông tin gì quan trọng viết trước rồi bổ sung dần dần thông tin ít quan trọng hơn.

Diễn đạt rõ ràng, dễ hiểu bằng cách: Dùng từ giản dị, không viết tắt, viết câu ngắn - mỗi câu một ý; Viết các đoạn văn ngắn - mỗi đoạn tập trung vào một thông điệp chính và viết theo cách kể chuyện.

Kết bài: Khéo léo lưu lại trong đầu người đọc những ý chính của bài báo. Đoạn kết phải làm cho người đọc có ấn tượng tốt về bài báo, và muốn làm theo những gì bài báo đã nêu ra. Viết câu ngắn, mạnh mẽ, dứt khoát. Gọi sự quan tâm, tò mò, đặt câu hỏi và mở ra định hướng người đọc có thể làm theo.

### ***Bước 2. Viết bài***

- Bắt đầu với câu dẫn hay;
- Viết các chi tiết quan trọng;
- Tin tức, sự kiện chính được theo sau bởi thông tin bổ sung;
- Kết bài.

### ***Bước 3. Đọc và chỉnh sửa bài báo***

- Kiểm tra thông tin trước khi xuất bản;
- Chắc là bạn đã theo sát dàn ý và nhất quán trong phong cách;
- Tuân theo phong cách Liên đoàn Báo chí trong định dạng và trích dẫn nguồn;

- Người biên tập đọc soát lại bài.

#### 2.2.5. Phát thanh

Phát thanh là kênh truyền thông có hiệu quả đến với số lượng thính giả rộng khắp, nhất là ở vùng dân tộc. Khi nhiều người dân tộc thiểu số chưa đọc thông viết thạo tiếng phổ thông thì phát thanh, đặc biệt là phát thanh bằng tiếng dân tộc là một trong những phương tiện truyền thông hiệu quả.

Có thể tổ chức các diễn đàn phát sóng phát thanh với sự tham gia của các quan chức địa phương, các chuyên gia và người dân.

Có thể sản xuất các chương trình phát thanh với những nội dung đa dạng, hấp dẫn.

Có thể sử dụng đài phát thanh, truyền thanh địa phương (xã, phường) để tuyên truyền, phổ biến kiến thức, kinh nghiệm thực tế.

Có thể nghe chương trình phát thanh bằng tiếng dân tộc trên đài phát thanh, đài truyền thanh, internet, qua loa truyền thanh, đài, điện thoại thông minh, máy tính bảng.

#### **\* Nguyên tắc viết cho phát thanh:**

Viết bằng ngôn ngữ thường nói, thường giao tiếp hàng ngày, với những từ giản dị, thân mật.

Viết câu ngắn, ý rõ để dễ nói, dễ nghe. Dùng từ ngữ thì hiện tại: “Đang diễn ra”, “vừa diễn ra”, “mới diễn ra”, “cách đây ít phút”.

Diễn đạt rõ ràng, mạch lạc, để thính giả nghe một lần nhớ ngay, nắm bắt ngay được thông điệp cốt lõi.

Viết như nói: Nên dùng câu đơn giản: “Tôi mua cá, mua rau rồi mới về nhà” chứ không nói “Tôi về nhà sau khi mua cá và mua rau”.

**\* Các thể loại tin bài phát thanh có thể dùng trong truyền thông dân tộc:** tin, bài phản ánh, bài phân tích, tổng hợp, phóng sự, phỏng vấn, tọa đàm, trao đổi, phỏng vấn đường phố bất kỳ ai và bất kỳ chủ đề gì, câu chuyện truyền thanh, kịch truyền thanh, ca nhạc...

#### 2.2.6. Truyền hình

Truyền hình là phương tiện thông tin đại chúng mang tính “thời thượng” hiện nay.

#### **\* Ưu điểm và hạn chế**

*Ưu điểm:* Truyền hình có khả năng truyền tải thông tin bằng cả âm thanh lẫn hình ảnh. Đặc biệt, tính tiếp cận người dùng của truyền hình rất lớn. Những thông tin phát sóng trên truyền hình có độ tin cậy cực kỳ cao. Có thể tổ chức các chương trình diễn đàn với sự tham gia của các nhà chức trách, chuyên gia và người dân.

Phương tiện này luôn cập nhật những nội dung sinh động, cuốn hút người xem. Vì vậy, có thể truyền tải thông điệp đến đông đảo đối tượng truyền tin tốt hơn. Sử dụng truyền hình để quảng bá thương hiệu là phương thức truyền thông mang lại hiệu quả vượt trội. Với sự chuyển động của hình ảnh, giai điệu của âm thanh giúp người xem nhận diện thương hiệu dễ dàng hơn.

Có thể xem các chương trình truyền hình bằng tiếng dân tộc trên vô tuyến và mạng internet, máy thu hình, máy tính bảng, điện thoại thông minh.

*Hạn chế:* Điểm hạn chế lớn nhất của truyền thông qua tivi là chi phí cao. Và tất nhiên, đây không phải là Phương tiện thông tin đại chúng phù hợp với mọi đơn vị. Ngoài ra, không phải ai cũng có thời gian và theo dõi thông tin đúng thời điểm, việc quảng bá quá nhiều cũng khiến người xem cảm thấy khó chịu, nên các nhà truyền thông cần cân nhắc tần suất sao cho phù hợp với thị hiếu người xem.

### ***\* Xây dựng bài truyền thông trên truyền hình***

*- Nhóm sản xuất tin bài truyền hình*

Phóng viên, biên tập viên.

Người quay phim.

Phát thanh viên

Kỹ thuật viên dựng hình, kỹ thuật trường quay.

*- Trình tự thực hiện:*

#### ***Bước 1. Lựa chọn đề tài, chủ đề***

Đây là bước đầu tiên định hướng cho phóng viên tiếp cận vấn đề. Việc lựa chọn đề tài, xác định tư tưởng chủ đề mang tính chất khoanh vùng đối tượng phản ánh. Tư tưởng, chủ đề là cái đích cuối cùng, có ý nghĩa bao trùm nội dung tác phẩm phóng sự. Đồng thời nó chi phối từng chi tiết, lời bình và con người trong phóng sự.

Khi lựa chọn đề tài, phóng viên phải dựa vào hai yếu tố đề tài có tính thời sự được xã hội quan tâm và đề tài đó phải nằm trong kế hoạch tuyên truyền của

cơ quan báo chí trong từng thời điểm cụ thể, ví dụ: vấn đề giá cả, trật tự an toàn giao thông, tham nhũng hoặc các sự kiện về chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội.

Ngoài việc đáp ứng các yêu tố trên, nhà báo truyền hình cần xem xét đến tính khả thi của đề tài bao gồm điều kiện thực hiện: Cơ sở vật chất, kinh phí, phương tiện kỹ thuật, khả năng diễn đạt bằng hình ảnh.

### ***Bước 2. Tìm hiểu sự kiện***

Khi sự kiện xảy ra bất ngờ thì phóng viên khó có thể tìm được các thông tin lưu trữ. Nhưng khi đã có lưu trữ các thông tin về sự kiện, sự việc tương tự thì sẽ giúp cho họ nắm bắt sự kiện, sự việc hiện tại dễ dàng hơn.

Khi thực hiện một phóng sự, phóng viên cũng cần tìm hiểu về khung cảnh sự kiện bằng cách hình dung thông qua các tư liệu (băng, ảnh lưu trữ), nếu có điều kiện tốt nên khảo sát tại chỗ. Việc khảo sát địa điểm, bối cảnh cho phép dự kiến một kịch bản trước khi quay phim, dự kiến phỏng vấn nhân chứng trong bối cảnh thật. Khảo sát địa điểm và bối cảnh làm tiết kiệm thời gian quay phim, dự kiến được các cảnh xen và các cảnh chõng làm chuyển ý, tạo ra tác phẩm có sức thuyết phục.

### ***Bước 3. Quay phim***

Là quá trình cụ thể hóa kịch bản tại hiện trường với sự lựa chọn các cảnh quay riêng biệt, song phải tương đối logic, trình tự dựa theo những nguyên tắc mỹ học, tạo nên bức tranh cuộc sống vừa khái quát vừa cụ thể, vừa chính xác lại sinh động, điển hình. Việc quay phim phóng sự phải tuân thủ theo những nguyên tắc tạo hình của truyền hình. Hai yếu tố kỹ thuật và nghệ thuật đóng vai trò quan trọng trong công tác quay phim.

Người quay phim phải biết lựa chọn những chi tiết đắt, mang lượng thông tin cao, bởi vì thế mạnh của phóng sự truyền hình so với phóng sự báo in và báo nói là những hình ảnh, âm thanh từ trong cuộc sống.

Về nguyên tắc cần phải quay tất cả, việc chọn lọc các hình ảnh tiêu biểu sẽ được thực hiện trong quá trình dựng băng. Người quay phim có kỹ thuật để ghi lại hình ảnh và người biên tập phải biết được các kỹ thuật đó. Cần để quay phim làm việc độc lập trên cơ sở có sự bàn bạc từ trước. Biên tập viên và quay phim phải cùng biết hình ảnh đã đủ chưa, nếu chưa đủ phải quay thêm cái gì.

### ***Bước 4. Dựng phim***

Sử dụng nghệ thuật Montage đối với phóng sự truyền hình không chỉ đơn thuần là việc chọn một đoạn hay rút ngắn những hình ảnh đã thu được mà đây là

việc tổ chức lại, sắp xếp lại các hình ảnh để đem lại tính hợp lý và nội dung nhằm giúp người xem dễ hiểu.

### ***Bước 5. Hậu kỳ dàn dựng***

Hậu kỳ là khâu cuối cùng của việc Hoàn thành phim phóng sự truyền hình. Sau khi quay nháp đủ tư liệu, người làm phim phải tiến hành khâu dàn dựng, hậu kỳ. Các phương tiện kỹ thuật hậu kỳ không những cho phép xử lý nhanh, chính xác mà còn cho phép tạo hình ảnh, sử dụng máy tính để sản xuất các chương trình, chủ yếu sử dụng bản chữ, hình hiệu. Bàn dựng hiện đại cho phép thực hiện hàng trăm kỹ xảo khác nhau. Những kỹ xảo ấy cho phép tạo hiệu quả đặc biệt trong phóng sự. Mỗi phim phóng sự là kết quả sáng tạo của tác giả bằng kỹ thuật tinh xảo.

### ***Bước 6. Viết lời dẫn, lời bình***

*Lời dẫn:* Là lời mời, giới thiệu tin, bài với người xem.

Phản dẫn thường trả lời 4 câu hỏi chính: Ai? cái gì? ở đâu? khi nào? Sử dụng câu ngắn, cô đọng, có sức hút, gợi sự tò mò, liên tưởng. Có thể thực hiện các cách dẫn:

Dẫn theo lối kể chuyện: Giới thiệu câu chuyện bằng một mệnh đề bao quát tình hình chung hay tóm tắt vài điểm chính của sự kiện, một điều gì gây sự chú ý của người xem, sau đó đi vào chi tiết.

Dẫn theo lối gợi mở: Đó là lời dẫn ít cụ thể, không đưa ra tin chính, không để lộ nhiều câu chuyện mà chỉ chuyển tải những điều gợi mở để thu hút sự chú ý, tò mò, tạo sự mong đợi cho khán giả.

*Lời bình:* Là những lời giải thích những gì phóng viên được chứng kiến mà thông tin trên hình ảnh không chuyển tải được.

Khi viết lời dẫn phải trả lời 2 câu hỏi: như thế nào? tại sao? Ngôn ngữ ngắn gọn, súc tích, gợi sự liên tưởng, nói được những chi tiết mà hình ảnh không thể diễn đạt được.

Ngay từ câu đầu tiên, lời bình của phóng sự phải thu hút được sự chú ý của khán giả xem truyền hình, gây sự ngạc nhiên cho họ và tạo cho họ ý muốn theo dõi tiếp. Trong câu đầu tiên, quan điểm xử ký trong phóng sự phải được xác định ngay đó là sự khen ngợi hay phê phán phải được bộc lộ. Nó phải chứa đựng những thông tin mới nhất, mạnh nhất, bất ngờ nhất và phải mô tả được không khí của sự kiện.



## **2.3. Một số kỹ năng xây dựng tài liệu**

### *2.3.1. Xây dựng băng tiếng, băng hình tuyên truyền pháp luật*

#### **a) Một số vấn đề chung về xây dựng băng tiếng, băng hình tuyên truyền**

Băng tiếng, băng hình tuyên truyền là một trong những tài liệu tuyên truyền hiệu quả, truyền tải kiến thức chủ chương, chính sách, kiến thức, kỹ năng đến mọi người thông qua tiếng nói, hình ảnh.

Việc tuyên truyền thông qua băng tiếng, băng hình có những ưu điểm và nhược điểm sau đây:

#### **- Ưu điểm:**

Hình thức truyền tải phong phú, hấp dẫn, sinh động; tác động đến đối tượng được tuyên truyền một cách trực tiếp thông qua âm thanh, hình ảnh nên dễ thu hút được sự quan tâm của đối tượng được tuyên truyền;

Cùng một lúc có thể tác động đến nhiều đối tượng;

Đối tượng được tuyên truyền có thể chủ động về thời gian xem, nghe, chủ động trong việc lựa chọn nội dung thích hợp đối với bản thân.

#### **- Nhược điểm:**

Tốn nhiều thời gian, công sức, nhất là đối với việc xây dựng băng hình;

Yêu cầu cần phải có các phương tiện thiết bị kỹ thuật để thực hiện việc thu, phát băng.

Khi xây dựng băng tiếng, băng hình tuyên truyền phải đảm bảo các yêu cầu cơ bản sau đây:

- *Về nội dung:* Nội dung băng tiếng, băng hình tuyên truyền cần phải phù hợp với đối tượng được tuyên truyền, dễ hiểu, gắn với những vấn đề thường gặp trong đời sống sinh hoạt, sản xuất hàng ngày của đối tượng được tuyên truyền.

- *Về hình thức:* Băng tiếng, băng hình tuyên truyền cần được thể hiện dưới nhiều thể loại khác nhau, phong phú, sinh động để hấp dẫn, thu hút người xem, người nghe. Băng tiếng, băng hình tuyên truyền được thể hiện dưới các thể loại như:

- Giải đáp;
- Thông tin chủ chương, chính sách...;
- Phỏng vấn;
- Tường thuật;

- Phóng sự;
- Kể chuyện;
- Tiểu phẩm;
- Các tiết mục văn nghệ: ngâm thơ, hát...

Ngôn ngữ trong sáng, dễ hiểu; âm thanh, hình ảnh rõ nét, sống động.

## **b) Tổ chức xây dựng băng tiếng, băng hình tuyên truyền**

Việc tổ chức xây dựng băng tiếng, băng hình được tiến hành như sau:

### **\* Giai đoạn chuẩn bị:**

#### *Bước 1: Xây dựng kế hoạch*

Kế hoạch xây dựng băng tiếng, băng hình tuyên truyền cần có các nội dung:

- Mục đích, yêu cầu xây dựng băng tiếng, băng hình;
- Đối tượng được tuyên truyền: Xác định rõ đối tượng được tuyên truyền là ai;
- Nội dung chủ yếu của băng tiếng, băng hình (dự thảo đề cương băng tiếng, băng hình);
- Một số yêu cầu kỹ thuật: Độ dài của băng, loại băng...
- Số lượng, phạm vi, phương thức phát hành;
- Thời gian thực hiện: dự kiến tiến độ thời gian cho từng công đoạn thực hiện từ xây dựng nội dung, biên tập, duyệt nội dung, dàn dựng, thu băng;
- Tổ chức thực hiện: Phân công trách nhiệm tổ chức thực hiện việc xây dựng, phát hành băng;
- Kinh phí: Dự kiến kinh phí để thực hiện việc xây dựng băng và xác định nguồn kinh phí.

#### *Bước 2. Thành lập Ban biên tập và dự kiến người tham gia xây dựng nội dung:*

- Ban biên tập là những người tổ chức quá trình xây dựng nội dung và trực tiếp biên tập (Thông thường Ban biên tập là lãnh đạo đơn vị trực tiếp phụ trách mảng công việc đó);
- Trưởng Ban biên tập là người chịu trách nhiệm chính về nội dung băng, có trách nhiệm biên tập và duyệt lần cuối cùng trước khi thu băng;
- Dự kiến người biên soạn nội dung băng;

- Dự kiến người viết (chuyên thể) kịch bản băng;
- Dự kiến người dàn dựng nội dung kịch bản của băng;
- Dự kiến người thu, in băng.

Lưu ý: Trên cơ sở nội dung băng đã được Trường ban biên tập duyệt, có thể thuê một đơn vị sản xuất băng tiếng, băng hình thực hiện hợp đồng dịch vụ trọn gói từ viết kịch bản, dàn dựng và thu băng.

*Bước 3: Tổ chức họp Ban biên tập và các chuyên gia tham gia xây dựng nội dung băng để thống nhất các vấn đề:*

- Kế hoạch xây dựng băng, mục đích, đối tượng sử dụng băng; nội dung băng;
- Thống nhất cách thức xây dựng nội dung băng;
- Dự kiến người tham gia xây dựng nội dung băng, phân công cụ thể phần trách nhiệm của từng người;
- Cung cấp các văn bản, tài liệu tham khảo có liên quan đến nội dung băng.

**\* Giai đoạn Xây dựng băng:**

*Bước 1: Xây dựng nội dung chi tiết*

Trên cơ sở nội dung cơ bản của băng đã được duyệt trong kế hoạch, các chuyên gia tiến hành xây dựng chi tiết nội dung của băng bảo đảm các yêu cầu sau:

- Phù hợp với mục đích, đối tượng, đề tài cần tuyên truyền;
- Bố cục rõ ràng, hợp lý;
- Chính xác về nội dung pháp luật;
- Được thể hiện ngắn gọn, sinh động, phong phú.

*Bước 2: Biên tập, duyệt nội dung băng*

- 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 băng.

*Bước 3: Viết kịch bản*

Trên cơ sở nội dung chi tiết của băng đã được duyệt, thuê người viết (chuyên thể) kịch bản. Kịch bản phải bảo đảm các yêu cầu sau:

- Không sai lệch nội dung chi tiết của băng đã được duyệt;

- Ngôn ngữ phù hợp với đối tượng và địa bàn tuyên truyền.

*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;

- Nếu 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 người có kiến thức chuyên sâu về nội dung tuyên truyền; các chuyên gia thẩm định đọc, góp ý, sửa chữa, bảo đảm tính chính xác về nội dung và tính phù hợp về văn hóa, phong tục, tập quán trong ngôn ngữ thể hiện và trang phục biểu diễn.

*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: Dàn dựng kịch bản*

Từ kịch bản của băng đã được duyệt, tổ chức dàn dựng kịch bản theo các phương thức sau:

- Tự tổ chức dàn dựng kịch bản;

- Hợp đồng với một đơn vị phát thanh, truyền hình, biểu diễn nghệ thuật để dàn dựng kịch bản băng.

**\* Giai đoạn Xuất bản và phát hành băng**

Gồm các bước:

- Xin giấy phép xuất bản

- Thu, in băng

Sau khi được cấp giấy phép xuất bản, đơn vị tổ chức xây dựng băng có thể ký hợp đồng với một cơ sở sản xuất băng để thực hiện việc thu, in băng (đối với việc sản xuất băng hình có thể ghi hình trên sân khấu hoặc ghi hình ngoại cảnh).

Băng bảo đảm các yêu cầu:

- Hình ảnh rõ nét, không bị vấp và loang màu;

- Âm thanh trung thực, không bị lẫn tiếng ồn, tiếng rít.
- Nộp lưu chiếu: Trước khi phát hành, băng tiếng, băng hình phải được nộp lưu chiếu theo quy định.

- Phát hành

Có hai phương thức phát hành:

- Phát trực tiếp đến đối tượng tuyên truyền;
- Phát hành thông qua cơ quan, tổ chức liên quan để tổ chức tuyên truyền cho các đối tượng.

### 2.3.2. Biên soạn tin, bài đăng tải lên website

Công, Trang tin điện tử (website) là phương tiện chuyển tải thông tin với nhiều ưu thế: chữ viết và hình ảnh (của báo in), âm thanh (của phát thanh) và hình ảnh sống động (của truyền hình).

#### a) Một số đặc trưng cơ bản

- Tính xác thực, tiêu biểu;
- Tính thời sự;
- Tính định hướng trực tiếp.

Đặc trưng: So với các loại hình thông tin, tuyên truyền khác, Trang tin điện tử có rất nhiều ưu thế: tốc độ lan truyền ngay tức thì, phạm vi tác động không giới hạn, sự hấp dẫn do tính tương tác cao...

#### b) Đối tượng phản ánh

- Là những sự việc, sự kiện, tình huống, Hoàn cảnh mới nảy sinh, mới xuất hiện, tiêu biểu cho sự vận động phát triển không ngừng của cuộc sống.
- Những Chỉ thị, Nghị quyết có liên quan đến ngành, lĩnh vực.
- Những chính sách mới (hoặc được bổ sung, điều chỉnh....
- Những chủ trương, biện pháp, điều chỉnh mới của ngành.
- Những nhiệm vụ mới.
- Những thành tích mới, cố gắng mới.
- Những sự kiện, tình huống, vấn đề, tình hình... mới xuất hiện, mới nảy sinh (đang cần được thông tin, phản ánh, giải thích, đánh giá, bàn luận để rút kinh nghiệm...).

- Những tập thể, cá nhân tiêu biểu cho cả hai mặt: tích cực, tiêu cực.

### **c) Đối tượng truy cập**

- Mọi thành phần cư dân trong xã hội. Do vị trí xã hội, nghề nghiệp, trình độ văn hóa, sở thích, hiểu biết, mỗi người có sự quan tâm và nhu cầu thông tin với các mức độ khác nhau.

- Người viết bài cho trang tin phải luôn hiểu rõ ai là người sẽ “tiêu thụ” bài viết của mình, từ đó nắm bắt nhu cầu và những vấn đề bạn đọc của mình quan tâm để cung cấp thông tin, đáp ứng nhu cầu thông tin của bạn đọc.

- Xác định rõ đối tượng, loại hình, phương tiện chuyên tải để khoanh vùng phạm vi thông tin và sử dụng đặc trưng của từng thể loại báo chí trong việc phản ánh vấn đề, sự kiện.

### **d) Cách viết các loại tin, bài**

#### **(1) Tác phẩm**

**\* Công thức thông tin: 6W và 1H. Tác phẩm phải trả lời các câu hỏi sau:**

- What (cái gì/chuyện gì): Sự kiện quan trọng hay đáng lưu ý gì đã xảy ra?
- Where (ở đâu): Sự kiện, hiện tượng đó xảy ra ở đâu?
- When (khi nào): Sự kiện xảy ra vào lúc nào?
- Who (ai): Ai liên quan?
- With (cùng với những ai): Có thêm những ai tham gia vào sự kiện?
- Why (tại sao): Tại sao chuyện đó xảy?
- How (như thế nào): Chuyện xảy ra như thế nào?

**\* Chi tiết quan trọng:**

- Phải chỉ ra khía cạnh căn bản nhất của sự vật, hiện tượng.
- Phải ở vị trí có tính chất then chốt trong toàn bộ những chi tiết, dữ kiện của sự vật, hiện tượng đó

**\* Đầu đề/ tên bài viết**

- Đầu đề là sự biểu đạt cô đọng nội dung, thể hiện bản chất, tư tưởng chính trị của tác phẩm
- Việc đặt đầu đề có tính quyết định số phận của bài báo. Bài báo dù rất hay, nhưng đầu đề dở thì có thể làm mất đi ít nhất một nửa độc giả.

- Có ba cách đặt đầu đề cho tác phẩm báo chí:
- Rút ra chi tiết, số liệu quan trọng, hấp dẫn nhất
- Rút ra vấn đề, ý nghĩa quan trọng nhất, chủ yếu nhất
- Phối hợp cả hai cách nêu trên

## **(2) Tin**

Tin là thể loại báo chí cơ bản, ngắn gọn nhất, kịp thời nhất, phản ánh những sự kiện mới xảy ra, đang xảy ra, sắp xảy ra, có tầm quan trọng đối với xã hội.

### **\* Phân loại tin:**

- Tin vắn;
- Tin ngắn;
- Tin sâu;
- Tin tường thuật;
- Tin công báo...

### **\* Đặc điểm của tin:**

- Đối tượng phản ánh của tin là sự kiện, sự việc: mới xảy ra, đang xảy ra, sắp xảy ra hoặc mới phát hiện được..;

- Thông tin, thông báo kịp thời nhất;
- Hình thức đơn giản, ngắn gọn nhất (100 đến 200 chữ);
- Số liệu cụ thể, trực tiếp;
- Ngôn ngữ thể hiện tính chất thông báo.

### **\* Kỹ năng làm tin:**

- Lựa chọn sự kiện: xác thực, mới xảy ra, tiêu biểu.
- Lựa chọn dạng và mô hình.
- Đặt đầu đề cho tin.
- Câu mở đầu của tin: chứa đựng được thông điệp cốt lõi, chủ yếu nhất.
- Thân tin phải nêu lên được các chi tiết, số liệu bổ sung nhằm làm sáng tỏ những điều đã được nêu ở phần mở đầu.

### **\* Chọn ảnh:**

- Hình ảnh: có nội dung, chủ đề, ý nghĩa rõ ràng, có giá trị thông tin thời sự, phản ánh được khía cạnh tiêu biểu của sự kiện.

- Chú thích: có nhiệm vụ giải thích cho tấm ảnh và bổ sung những thông tin phụ.

- Phải đáp ứng yêu cầu về bố cục, ánh sáng, góc độ...

### **(3) Bài phản ánh**

Là những dạng bài thông tin, phản ánh, đáp ứng các tiêu chí cơ bản của một tác phẩm báo chí, thường được dùng để thông tin, phản ánh về những vấn đề, sự kiện, nhân vật, Hoàn cảnh, tình huống... ở cấp độ trung bình, vừa phải.

#### **\* Đặc điểm của bài:**

- Phải đảm bảo yêu cầu về tính thời sự, tính xác thực và tính định hướng trực tiếp của những thông tin.

- Dao động trong khoảng từ vài ba trăm đến khoảng bảy, tám trăm chữ.

- Phong cách ngôn ngữ khác nhau: Sự chính xác, trực tiếp, cụ thể; tính chất nghiêm túc, chặt chẽ; sự mềm mại giàu cảm xúc ...

#### **\* Các dạng bài phản ánh:**

- Bài phản ánh về sự kiện, sự việc;

- Bài phản ánh về quang cảnh, hiện trạng;

- Bài phản ánh về tình huống, vấn đề;

- Bài phản ánh về người thật việc thật;

- Bài phản ánh về suy nghĩ, cảm xúc.

#### **\* Các kết cấu thường gặp:**

- *Kết cấu kim tự tháp ngược*: Sắp xếp thông tin theo thứ tự quan trọng giảm dần. Thông tin quan trọng nhất, cần thiết nhất phải được đề cập ngay ở câu đầu, đoạn đầu. Những câu sau, đoạn sau phát triển các thông tin bổ sung.

- *Kết cấu thời gian*: Sắp xếp bài viết theo trật tự thời gian kiểu như tường thuật sự kiện, song chúng ta có thể sắp xếp trộn lẫn hai cách giữa trình tự thời gian với đảo ngược trình tự: Bắt đầu bằng một dự án quan trọng trong tương lai, hiện tại hoặc quá khứ vừa diễn ra, sau đó quay trở lại kết cấu thời gian

- *Kết cấu tổng hợp*: Kết cấu này tương tự kết cấu một bài phát biểu về lịch sử. Bắt đầu bằng sự việc hoặc tình trạng, sau đó nói đến nguyên nhân hoặc kết



qua. Kết cấu này đơn giản và logic, cho phép đề cập kỹ một vấn đề mà không làm độc giả chán.

- *Kết cấu dạng chứng minh*: Đề cập đến thông tin chính, sau đó chứng minh bằng một loạt lý lẽ dựa trên các sự việc.

#### **(4) Bài mô hình điển hình**

Mô hình điển hình là mô hình sản xuất, kinh doanh, mô hình tổ chức... có thật ở các địa phương, có tính hiệu quả, hoạt động tiên tiến nổi bật trong khuôn khổ đạo lý xã hội, được xã hội thừa nhận mà các đơn vị xung quanh chưa làm được.

##### **\* Phương pháp viết bài:**

- *Xây dựng kết cấu bài*:

+ Mô hình gì? ở đâu?...

+ Mô hình thực hiện như thế nào?

+ Kết quả ra sao?

+ Phương pháp thực hiện như thế nào?

+ Bài học kinh nghiệm và ý nghĩa lan tỏa cho xã hội.

- *Thu thập thông tin*: Thông tin về mô hình hiệu quả, phỏng vấn nhân vật về kinh nghiệm thực hiện công việc. Sau khi có đầy đủ tư liệu, tiến hành viết bài.

- *Kết cấu*:

*Tiêu đề*: Nêu bật ý tưởng, hành động tiên tiến của mô hình một cách khái quát, có thể khái quát bằng lời bình của quần chúng, hoặc dùng từ hình ảnh hay phương pháp chơi chữ...gây sự chú ý của độc giả về hình ảnh mô hình.

*Mở đầu*: Là phần rất quan trọng nhằm thu hút người đọc; có thể nêu ý nghĩa mô hình tốt; có thể đưa mâu thuẫn giữa khả năng của mô hình với khó khăn khách quan để tăng ý nghĩa của thực hiện mô hình tốt; hoặc nêu thành tích của tổ chức, cá nhân; hoặc nêu dư luận của xã hội đánh giá về ý nghĩa, hành động tốt; hoặc nêu lên những đặc tả riêng biệt trong lịch sử tổ chức, cá nhân.

*Nội dung*: Đây là phần quan trọng chứa đựng nội dung trọng tâm của bài, gồm những diễn biến chính: Suy nghĩ hành động của nhân vật, có thể sắp xếp thứ tự thời gian hoặc xen kẽ suy nghĩ và hành động của nhân vật.

*Lưu ý*: Cần nêu những chi tiết then chốt biểu lộ cái tốt, cái hơn người của tổ chức, cá nhân mô hình để người đọc hiểu biết và khâm phục hoặc có thể áp dụng làm theo...

*Kết thúc:* Có động thêm chủ đề, có thể khái quát ý nghĩa của mô hình hiệu quả, có thể bình luận tác dụng của mô hình gọi cho người đọc suy nghĩ và xác định hành vi, thái độ bản thân mình; có thể nêu uy tín của tổ chức, cá nhân đối với quần chúng; có thể nêu những phần thưởng của nhà nước và nhân dân dành cho tổ chức, cá nhân...

#### **e) Lưu ý khi viết cho các trang tin**

- Thực hiện nguyên tắc: Đề cập, nói thẳng vào sự kiện, vấn đề chính.
- Dùng các đoạn ngắn (mỗi đoạn một ý).
- Dùng câu chủ động, không lạm dụng tính từ

Với những bài dài, nên có những tiêu đề mục chứa đựng thông tin (Cách này vừa tạo ra những điểm nghỉ cho mắt, vừa lôi kéo độc giả đọc tiếp).

- Có thể dùng font chữ đậm để nhấn mạnh những điểm quan trọng nhưng không nên lạm dụng.

- Nên có ảnh hoặc hình minh họa, dù nhỏ (Ảnh ở đây không chỉ có ý nghĩa trang trí mà còn có sức thu hút, minh chứng rõ nhất cho độc giả về bài viết).

- Cỡ chữ 14, font: Time New Roman.

#### **2.3.3. Kỹ năng thu thập và xử lý thông tin**

##### **a) Kỹ năng thu thập thông tin**

###### **\* Xác định nhu cầu bảo đảm thông tin**

- Mỗi tổ chức, cá nhân có nhu cầu khác nhau đối với vấn đề bảo đảm thông tin cho công việc của mình. Trong sự đa dạng của thông tin, việc xác định đúng nhu cầu thông tin sẽ giúp cho việc thu thập thông tin có trọng tâm, bảo đảm thu thập các thông tin cần thiết, khắc phục tình trạng thu thập thông tin dàn trải, thiếu các thông tin cần thiết theo yêu cầu công việc cần giải quyết.

Để xác định đúng nhu cầu bảo đảm thông tin cần căn cứ vào chức năng, nhiệm vụ, công việc phải giải quyết, đảm nhận hàng ngày. Khi xác định nhu cầu bảo đảm thông tin, cần phải trả lời đầy đủ các câu hỏi: Vấn đề đang giải quyết cần có những thông tin nào? Thông tin hiện có còn thiếu những nội dung gì? Những thông tin quan trọng nhất để xử lý vấn đề?

###### **\* Xác định các kênh và nguồn thông tin**

Trên cơ sở xác định nhu cầu thông tin, việc xác định kênh và nguồn thu

thập thông tin là bước tiếp theo của quá trình thu thập thông tin. Ở đây, chủ thể thu thập thông tin cần xác định rõ thông tin sẽ thu thập từ nguồn nào. Nguồn thông tin trên thực tế có thể phân loại theo những cách tiếp cận khác nhau nhưng tổng thể có thể được chia thành thông tin thứ cấp và sơ cấp. Thông tin thứ cấp là nguồn thông tin sẵn có từ các chủ thể khác cung cấp. Thông tin sơ cấp là thông tin mới, được thu thập thông qua các phương pháp, kỹ thuật nhất định.

	<b>Thu thập thông tin sơ cấp</b>	<b>Thu thập thông tin thứ cấp</b>
<b>Ưu điểm</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Việc thu thập phù hợp với mục đích sử dụng</li> <li>- Phương pháp thu thập thông tin được kiểm soát và rõ ràng đối với chủ thể thu thập</li> <li>- Giải đáp được những vấn đề thông tin thứ cấp không làm được</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Việc thu thập không tốn kém, thường có được từ các xuất bản phẩm</li> <li>- Có thể thu thập nhanh chóng</li> <li>- Thông tin thứ cấp đa dạng, có thể so sánh thông tin và quan điểm về cùng một vấn đề</li> </ul>
<b>Nhược điểm</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Đòi hỏi nhiều thời gian và chi phí lớn</li> <li>- Có thể có những loại thông tin như thống kê không thu thập được</li> <li>- Cách tiếp cận có tính chất hạn chế. Có những loại không thể thu thập được loại thông tin sơ cấp này</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Là thông tin phong phú, đa dạng.</li> <li>- Đáp ứng kịp thời cho quá trình thu thập và xử lý thông tin.</li> <li>- Chi phí tương đối rẻ.</li> <li>- Là thông tin có sẵn nên chỉ đúng một phần hoặc không đúng so với thời điểm hiện tại.</li> </ul>

**\* Các yêu cầu về chất lượng của thông tin**

*Bảo đảm tính khách quan, chính xác và có độ tin cậy cao.*

*Thông tin có cập nhật* với thực tiễn, mức độ lạc hậu của thông tin...

*Thông tin phải phù hợp:* Thông tin phù hợp với nhu cầu thông tin, phù hợp với công việc cần giải quyết, có tính hợp pháp, có giá trị sử dụng.

*Thông tin phải đầy đủ:* Thông tin phải phản ánh được các mặt, các phương diện của đối tượng, giúp nhận diện đúng vấn đề.

*Thông tin phải kịp thời:* Thông tin có tính mới, phản ánh đối tượng ở thời điểm hiện tại, không phải là những thông tin cũ, thông tin đã lạc hậu.

*Thông tin phải có tính hệ thống và tổng hợp:* Thông tin phải phản ánh được đúng về đối tượng, sự vật, sự việc liên quan.

*Thông tin đơn giản dễ hiểu:* Thông tin có thể dễ dàng sử dụng, phục vụ cho yêu cầu công việc.

*Thông tin phải đảm bảo yêu cầu bí mật:* Trong một số trường hợp thông tin thu thập được phải bảo đảm tính bí mật, sử dụng trong phạm vi quy định ví dụ như các thông tin về bí quyết công nghệ, các thông tin chưa được phép công bố trên diện rộng, các thông tin theo quy định là bí mật nhà nước.

**\* Kỹ thuật thu thập qua nguồn sơ cấp**

*- Quan sát thu thập thông tin tại chỗ:*

Quan sát là một trong những phương pháp cụ thể cho việc thu thập thông tin cá biệt về một đối tượng nhất định. Quan sát để thu thập thông tin khác với quan sát thông thường ở chỗ hoạt động quan sát này có tính mục đích, được ghi lại, có kiểm tra tính ổn định và tính hiệu lực của kết quả thu nhận được.

*- Phỏng vấn sâu*

Nhìn dưới góc độ phương pháp, phỏng vấn là cuộc gặp gỡ, trao đổi, hỏi chuyện giữa nhà báo với một hoặc một nhóm đối tượng nhằm thu thập, khai thác thông tin phục vụ hoạt động sáng tạo tác phẩm báo chí nói chung. Thông tin từ cuộc phỏng vấn có thể được sử dụng trong các thể loại: tin, phóng sự, điều tra, phỏng vấn... tùy theo mục đích của nhà báo

*- Thu thập thông tin qua thảo luận nhóm*

Thảo luận nhóm tập trung gồm từ 6 - 12 người tập hợp lại với nhau để trình bày những quan điểm của họ về một bộ câu hỏi đặc biệt trong môi trường nhóm. Chiến lược nghiên cứu này thường được sử dụng như là một điểm khởi đầu cho việc triển khai cuộc điều tra.

*- Thu thập thông tin bằng bảng hỏi định lượng*

Là phương pháp thông tin dùng một hệ thống câu hỏi được chuẩn bị sẵn trên giấy theo những nội dung xác định. Người được hỏi có thể trả lời câu hỏi theo hình thức trực tiếp viết câu trả lời vào phiếu thu thập thông tin hoặc câu trả lời được người hỏi ghi lại trên phiếu thu thập thông tin.

*- Thu thập thông tin truyền miệng (qua các ý kiến đóng góp và phản ánh từ các cuộc họp, qua điện thoại và trao đổi trực tiếp)*

Thông tin từ các ý kiến đóng góp, từ các cuộc họp, qua điện thoại và trao đổi trực tiếp là một nguồn thông tin quan trọng trong hoạt động của cơ quan hành chính nhà nước. Đối với các thông tin này, cần chú ý ghi chép lại, khai thác qua các kết luận các cuộc họp.

**\* Kỹ thuật thu thập thông tin thứ cấp**

- Thu thập thông tin tổng quan và quá khứ: Sử dụng sách là cần thiết.
- Thu thập thông tin cập nhật và cụ thể hơn. Sử dụng các ấn phẩm xuất bản định kỳ.
- Thu thập thông tin chuyên sâu: Sử dụng các báo cáo nghiên cứu, tài liệu hội thảo, các tài liệu và các bản đồ.
- Tập hợp và đánh giá kết quả thu thập thông tin: Đánh giá xem thông tin vừa thu thập được có thật sự liên quan và hữu ích hay không bằng cách đặt câu hỏi như thông tin này có đúng với mục tiêu đề ra không? Thông tin thu thập đã bao trùm hết các khía cạnh của chủ đề cần quan tâm? Thông tin có dễ hiểu?

**b) Kỹ năng xử lý thông tin**

**\* Kỹ năng xử lý thông tin tức thời**

Trong giao tiếp với cấp trên, các cơ quan chức năng hoặc với dân cư, cán bộ, công chức phải xử lý nhiều thông tin thu nhận được. Trong một số trường hợp, trước những thông tin vừa thu nhận được, cán bộ, công chức phải đưa ra những câu trả lời, những quyết định và biện pháp giải quyết cụ thể, ngay tại thời điểm tiếp nhận thông tin mà không có thời gian để nghiên cứu, xử lý. Đối với trường hợp này, việc xử lý thông tin cần phải được thực hiện chủ động, tích cực để có thể đưa ra quyết định đúng đắn.

Thứ nhất, nhanh chóng xác định thông tin đã thu nhận được để phân loại, sắp xếp thông tin. Thông tin này có thể từ đối tượng liên quan cung cấp thông qua phát biểu, trao đổi trực tiếp, thông qua thái độ của người trong cuộc... Từ đó, xác định những thông tin có ý nghĩa mấu chốt đối với sự việc.

Thứ hai, kết hợp những thông tin vừa thu nhận được với những thông tin đã có đó từ các nguồn khác nhau để có cơ sở giải quyết vấn đề. So sánh, đối chiếu với thông tin đã có xem tính phù hợp, mâu thuẫn tìm ra cơ sở để giải quyết công việc.

Thứ ba, xác định đối tượng tiếp nhận câu trả lời, quyết định, biện pháp

giải quyết là cấp trên, cấp dưới, đồng nghiệp, dân cư... để đưa ra các phương án giải quyết phù hợp, hiệu quả.

Thứ tư, bổ sung những thông tin cần thiết thông qua việc tiếp tục đối thoại, trao đổi nếu thông tin thu nhận và thông tin đã biết chưa đủ cơ sở để giải quyết.

Thứ năm, đưa ra cách giải quyết, câu trả lời, quyết định cho trường hợp, tình huống cần giải quyết.

**\* Kỹ năng xử lý thông tin theo quy trình**

- *Tập hợp và hệ thống hóa thông tin theo từng vấn đề, lĩnh vực*

+ Tóm tắt thông tin và phân loại thông tin theo các nhóm như thông tin kinh tế, thông tin chính trị - xã hội, thông tin quá khứ, hiện tại, thông tin dự báo....

+ Tóm tắt những thông tin cơ bản, những thông tin mới, thông tin có điểm khác biệt với những thông tin trước.

- *Phân tích và kiểm tra độ chính xác của các thông tin, tính hợp lý của các tài liệu, số liệu*

+ Xác định độ tin cậy của các nguồn tin;

+ Lý giải được sự mâu thuẫn giữa các thông tin (nếu có);

+ Chọn ra những thông tin đầy đủ hơn, có độ tin cậy cao hơn, chính lý chính xác tài liệu, số liệu.

Yêu cầu trong quá trình quản lý phải bảo đảm các yêu cầu:

*Thông tin phải đúng.* Nghĩa là thông tin phải trung thực, chính xác và khách quan. Để đạt tiêu chuẩn này cần có yếu tố con người, yếu tố vật chất, yếu tố phương pháp thu thập và xử lý thông tin;

*Thông tin phải đủ.* Tiêu chuẩn này thể hiện thông tin phải phản ánh các khía cạnh cần thiết để có thể tái tạo được hình ảnh tương đối trung thực về đối tượng đang được xem xét. Thông tin đủ cũng đồng thời với nghĩa không dư thừa, không lãng phí. Để có được tiêu chuẩn này đòi hỏi các nhà lãnh đạo, quản lý phải có tầm nhìn chiến lược;

*Thông tin phải kịp thời.* Nghĩa là thông tin phải được thu thập, phản ánh đúng lúc để kịp phân tích, phán đoán, xử lý. Tuy nhiên tiêu chuẩn này phụ thuộc vào khả năng con người, trang thiết bị, phương pháp áp dụng.

*Thông tin phải gắn với quá trình, diễn biến của sự việc.* Nghĩa là thông tin

đó thuộc giai đoạn nào thuộc quá trình quản lý, thuộc cấp quản lý nào? Đây là tiêu chuẩn rất quan trọng đánh giá chất lượng thông tin thời kỳ hiện đại;

*Thông tin phải dùng được.* Nghĩa là thông tin phải có giá trị thực sự, thông tin có thể đóng góp vào một trong các công việc như: thống kê, ra quyết định quản lý, đánh giá hoạt động của cơ quan, tổ chức, cá nhân... Đồng thời thông tin phải được xử lý dễ đọc, dễ tiếp thu, dễ hiểu, dễ nhớ.

*- Cung cấp, phổ biến thông tin*

Thông tin đã được xử lý cần phải phổ biến được kịp thời truyền đạt đến các đối tượng cần tiếp nhận thông tin. Ở bước này, cần lựa chọn hình thức và kênh truyền đạt thông tin phù hợp. Có những thông tin phải sao chép bằng bản photocopy để phát bằng văn bản cho các đối tượng tiếp nhận; có thông tin cần sử dụng các phương tiện truyền thông để cung cấp; có thông tin truyền đạt tại hội nghị, các cuộc họp bằng miệng hoặc bằng văn bản. Cần nghiên cứu kỹ các hình thức cung cấp, phổ biến thông tin để lựa chọn hình thức và kênh thông tin sao cho phù hợp và hiệu quả.

Muốn cung cấp thông tin cho lãnh đạo được tốt, cần thực hiện nghiêm túc một số nghiệp vụ sau:

+ *Tìm hiểu chính xác yêu cầu về thông tin cần cung cấp:* Yêu cầu thông tin về vấn đề gì? Phạm vi thông tin; thời gian cung cấp thông tin; hình thức cung cấp thông tin (báo cáo trực tiếp hoặc bằng văn bản);

+ *Xác định các thông tin cần cung cấp:* Thông thường, khi cung cấp thông tin cho lãnh đạo, cần xác định thông tin chính, thông tin có tác dụng bổ trợ, giải thích, thuyết phục, chứng minh... cho thông tin chính, những thông tin mang tính chất tham mưu, tư vấn.

*- Bảo quản, lưu trữ thông tin*

Việc bảo quản và lưu trữ thông tin nhằm đảm bảo cho tài liệu thông tin không bị hư hỏng và phục vụ cho công tác hàng ngày và lâu dài. Việc bảo quản, lưu trữ thông tin cần được bảo đảm về cơ sở vật chất, những thiết bị tiên tiến...

Thông thường có hai hình thức lưu trữ thông tin chính cần sử dụng: Lưu trữ bằng văn bản vào các cặp hồ sơ lưu trữ thông tin; lưu trữ ở máy tính (đối với các dữ liệu có phần mềm số hóa).

Đối với cơ quan hành chính nhà nước, cán bộ, công chức cần biết sử dụng hai hình thức lưu trữ này hoặc ít nhất giao cho nhân viên văn thư thường trực sử dụng hai hình thức lưu trữ. Các cặp tài liệu lưu trữ hoặc các thư mục, tệp

dữ liệu trong máy tính cần phải được tổ chức khoa học, tỉ mỉ, dễ tra cứu. Các thông tin bí mật phải tuân thủ chế độ bảo mật trong lưu trữ, tra cứu, sao chép.

***\* Ứng dụng công nghệ thông tin trong xử lý thông tin:***

Kết quả thu thập thông tin từ nghiên cứu tài liệu, số liệu thống kê, phỏng vấn, khảo sát tồn tại dưới hai dạng: Thông tin định tính và thông tin định lượng.

Để nâng cao hiệu quả xử lý thông tin, việc ứng dụng công nghệ thông tin vào quá trình này ngày càng phổ biến. Quá trình áp dụng công nghệ thông tin trong xử lý thông tin cần lưu ý:

Xử lý logic đối với thông tin định tính. Đây là việc đưa ra những phán đoán về bản chất của sự kiện.

Xử lý toán học đối với các thông tin định lượng. Đây là việc sử dụng phương pháp thống kê toán để xác định xu hướng, diễn biến của tập hợp dữ liệu thu thập được.

***\* Phương pháp xử lý thông tin định tính:***

Đọc tư liệu thu thập.

Mã hóa dữ kiện, lập bản chỉ dẫn các dữ kiện (indexing).

Trình bày các dữ kiện.

Cô đọng thông tin.

Giải thích thông tin.

Tổng hợp kết quả, cung cấp thông tin.

***\* Xử lý thông tin định lượng:***

Để cô đọng các dữ kiện cần phải tiến hành công việc mã hóa (coding). Mã hóa có nghĩa là gán cho các phương án trả lời một ký hiệu, một con số nào đó (nhất là đối với trường hợp sử dụng các bản hỏi). Quá trình mã hóa có thể được thực hiện trước hay sau khi thu thập dữ kiện. Việc mã hóa trước (precoding) có thể được sử dụng với các câu hỏi đóng. Hay nói cách khác với các câu hỏi đóng ta biết các biến thể của câu trả lời nên có thể cho mỗi biến thể một ký hiệu quy ước trước. Và ngược lại, với các câu hỏi mở thường người ta phải sử dụng việc mã hóa sau (post coding) do không biết có bao nhiêu biến thể cho câu trả lời.

Hiện nay có các phần mềm chuyên dụng xử lý các bản hỏi và xử lý thống kê như SPSS, SPAD, SAS, Stata, Statgraphics...



*Việc xử lý các dữ kiện định lượng bao gồm các công việc chính:*

- Sắp xếp, mô tả các dữ kiện
- Tìm tương quan giữa các biến số và
- Giải thích khoảng cách giữa các kết quả đạt được và những kết quả chờ đợi;
- Xác định thông tin cuối cùng;
- Cung cấp thông tin;
- Bảo quản, lưu trữ thông tin.

Trong việc mô tả, sắp xếp các dữ kiện ta có thể trình bày chúng với các dạng thống kê mô tả.

Thông kê và tìm mối quan hệ giữa các yếu tố. Ví dụ mối quan hệ giữa trình độ học vấn và tỉ suất sinh; mối quan hệ giữa công tác tuyên truyền, vận động thực hiện pháp luật với tỉ lệ vi phạm pháp luật để đánh giá hiệu quả công tác tuyên truyền. Trong trường hợp này, người xử lý thông tin có thể sử dụng phần mềm để xác định mối tương quan hoặc thông qua khai thác thông tin theo lịch sử để nhận diện mối tương quan này;

Giải thích về ý nghĩa thông tin thu thập được với các thông tin đã có, thông tin chính thức, tìm cơ sở để luận giải sự khác biệt, để khẳng định tính chính xác của thông tin;

Xác định thông tin bản chất thu thập được;

Cung cấp thông tin cho các chủ thể liên quan bằng hình thức thích hợp; - Lưu trữ thông tin trong hồ sơ tài liệu và trong dữ liệu máy tính.

Khi xử lý thông tin cần kết hợp hai loại thông tin định lượng và định tính. Nếu có mâu thuẫn, quá trình xử lý thông tin cần phải quyết định dung hòa hay ưu tiên như thế nào để đi đến một lý giải toàn diện những kết quả đã tìm được, để có được thông tin hữu ích phục vụ cho quá trình giải quyết công việc.

### **c) Những trở ngại trong quá trình thu thập và xử lý thông tin**

#### ***\* Tình trạng quá tải hoặc thiếu thông tin hữu ích***

Quá trình thu thập thông tin luôn đối mặt với hai vấn đề hoặc quá tải thông tin hoặc thiếu các thông tin cần thiết. Sự quá tải về thông tin dẫn đến trong việc khó khăn lựa chọn những thông tin phản ánh đầy đủ nhất, toàn diện

nhất về bản chất sự việc, hiện tượng và tạo sức ép phải thu thập thêm thông tin vì tâm lý không muốn bỏ sót thông tin dù thông tin thu thập được có thể đã đến mức bão hòa. Sự quá tải về thông tin cũng dẫn đến khó khăn cho quá trình xử lý. Việc xử lý nhiều thông tin vừa đòi hỏi thời gian vừa đòi hỏi nhiều nguồn lực và kỹ năng xử lý thông tin.

Trái ngược với sự quá tải về thông tin là tình trạng thiếu thông tin hữu ích. Việc thiếu thông tin hữu ích dẫn đến để có thể có đủ thông tin cho quá trình giải quyết công việc cần phải tốn nhiều thời gian và nguồn lực hơn để thu thập. Mặt khác, do thiếu thông tin hữu ích nên cho dù cố gắng thu thập thông tin thì thông tin thu thập được có thể không phản ánh hết được bản chất của đối tượng, dẫn đến có thể nhận thức sai lệch về đối tượng. Việc thiếu thông tin hữu ích dẫn đến quá trình xử lý thông tin khó tìm ra bản chất, ý nghĩa của thông tin. Bởi lẽ, thông tin chỉ có ý nghĩa thống kê khi đạt đến một định mức nhất định.

#### ***\* Hạn chế về năng lực và kỹ năng xử lý thông tin***

Hạn chế về năng lực và kỹ thuật thu thập và xử lý thông tin có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng thông tin và hiệu quả khai thác thông tin. Sự quá tải về thông tin, sự đa dạng về thông tin dẫn đến những khó khăn trong quá trình thu thập và xử lý. Sự hạn chế về kỹ năng thu thập thông tin biểu hiện trên nhiều phương diện như thiếu kỹ năng lựa chọn phương pháp thu thập thông tin, kỹ năng triển khai áp dụng các phương pháp. Việc xử lý thông tin sẽ bị giảm bớt hiệu quả nếu chủ thể thu thập thông tin không có các kiến thức về thống kê, thiếu kỹ năng phân tích thông tin, kỹ năng sử dụng các phương tiện tin học trong xử lý số liệu.

#### ***\* Những trở ngại trong cơ cấu tổ chức, phong cách quản lý, văn hóa tổ chức***

Cơ cấu tổ chức, phong cách quản lý và văn hóa tổ chức có thể ảnh hưởng đến quá trình thu thập và xử lý thông tin. Văn hóa tổ chức khép kín, thiếu sự cởi mở, chia sẻ thông tin giữa các cán bộ, công chức với nhau có thể sẽ gặp nhiều khó khăn. Mặt khác, khi tổ chức duy trì quá nhiều thủ tục cứng nhắc cũng dẫn đến việc thu thập và chia sẻ thông tin khó khăn, thành rào cản cho quá trình thu thập thông tin. Cơ cấu tổ chức công kênh, nhiều tầng nấc có thể làm cho thông tin bị thu thập không đầy đủ hoặc bị nhiễu qua các tầng nấc.

### **III. TRAO ĐỔI, THẢO LUẬN VÀ GIẢI ĐÁP**

1. Truyền thông là gì? Tuyên truyền là gì? Mục đích của tuyên truyền, truyền thông?
2. Có những hình thức tuyên truyền, truyền thông nào? Ưu điểm và hạn chế của các mỗi hình thức đó?
3. Đồng bào vùng DTTS&MN có đặc điểm như thế nào? Đặc điểm đó ảnh hưởng như thế nào đến công tác tuyên truyền, truyền thông? Cần làm gì để công tác tuyên truyền, truyền thông vùng đồng bào DTTS đạt hiệu quả?
4. Nội dung cần tuyên truyền, truyền thông đến đồng bào DTTS là gì?
5. Thực trạng công tác tuyên truyền, truyền thông vùng đồng bào Dân tộc thiểu số như thế nào? Những khó khăn, vướng mắc của địa phương khi thực hiện công tác này là gì? Địa phương có giải pháp gì để hoạt động tuyên truyền, truyền thông đạt hiệu quả cao?
6. Định hướng của nhà nước về công tác tuyên truyền vùng đồng bào DTTS&MN như thế nào?
7. Người làm công tác tuyên truyền, truyền thông cần có những kiến thức, kỹ năng cơ bản gì? Những trở ngại trong truyền thông, tuyên truyền vùng đồng bào DTTS?

## **DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Sổ tay truyền thông dân tộc, Nhà xuất bản thanh niên, năm 2015
2. Đề án tổng thể về Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển Kinh tế - Xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi
3. Báo cáo thống kê dân số Việt Nam năm 2019
4. Các chủ chương, chính sách dân tộc trong giai đoạn 2021-2025