

**BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG  
TRƯỜNG ĐÀO TẠO, BỒI DƯỠNG CÁN BỘ QUẢN LÝ  
THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG**

**PHỤ LỤC 02**

**TÀI LIỆU NÂNG CAO NĂNG LỰC CHO CÁN BỘ  
LÀM CÔNG TÁC THÔNG TIN CƠ SỞ, ƯU TIÊN  
CÔNG CHỨC VĂN HOÁ – XÃ HỘI CẤP XÃ, PHỤ TRÁCH  
ĐÀI TRUYỀN THANH CẤP XÃ**

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 289/QĐ-TBDCB ngày 23 tháng 5 năm 2024  
của Hiệu trưởng Trường Đào tạo, Bồi dưỡng cán bộ quản lý Thông tin và Truyền thông)*

**HÀ NỘI - 2024**

## MỤC LỤC

Chuyên đề 1: Một số vấn đề cơ bản về công tác thông tin cơ sở.....	3
1.1. Bản chất của công tác thông tin cơ sở.....	3
1.2. Quan điểm của Đảng và Pháp luật của Nhà nước về công tác thông tin cơ sở.....	7
1.3. Đặc điểm, chức năng, các loại hình của hoạt động thông tin truyền thông cơ sở..	14
1.4. Các nội dung quản lý nhà nước về thông tin cơ sở.....	24
1.5. Công tác thông tin cơ sở trong bối cảnh cách mạng 4.0 và hội nhập quốc tế .....	26
1.6. Năng lực thông tin cơ sở trong môi trường số.....	29
Chuyên đề 2: Kỹ năng sản xuất chương trình cho đài truyền thanh cấp xã .....	35
2.1. Vai trò của chương trình đài truyền thanh cấp xã đối với công tác thông tin cơ sở .....	35
2.2. Đặc điểm của chương trình đài truyền thanh cấp xã .....	36
2.3. Các loại chương trình cho đài truyền thanh cấp xã.....	37
2.4. Các nguyên tắc của sản xuất chương trình cho đài truyền thanh cấp xã .....	38
2.5. Kỹ năng sản xuất chương trình cho đài truyền thanh cấp xã.....	39
Chuyên đề 3: Kỹ năng thiết kế và xây dựng bản tin thông tin cơ sở.....	52
3.1. Thiết kế và xây dựng bản tin thông tin cơ sở là gì? .....	52
3.2. Vai trò của bản tin thông tin cơ sở.....	54
3.3. Kỹ năng viết bản tin thông tin cơ sở.....	55
3.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến kỹ năng thiết kế và xây dựng bản tin thông tin cơ sở.....	61
3.5. Các giải pháp nâng cao năng lực thiết kế và xây dựng bản tin thông tin cơ sở .....	68
Chuyên đề 4: Kỹ năng giải quyết xung đột và xử lý khủng hoảng truyền thông ở cơ sở.....	73
4.1. Nguồn xung đột và khủng hoảng truyền thông ở cơ sở .....	73
4.2. Các nguyên tắc giải quyết xung đột và xử lý khủng hoảng truyền thông ở cơ sở....	78
4.3. Kỹ năng thuyết trình thuyết phục trong giải quyết xung đột và xử lý khủng hoảng truyền thông ở cơ sở .....	79
4.4. Kỹ năng áp dụng pháp luật trong giải quyết xung đột và xử lý khủng hoảng truyền thông ở cơ sở.....	80
4.5. Kỹ năng nắm bắt nhu cầu, tâm lý các đối tượng trong xử lý xung đột và khủng hoảng truyền thông ở cơ sở .....	81

Chuyên đề 5: Kỹ năng tổ chức buổi tuyên truyền cổ động và tuyên truyền miệng ..	84
5.1. Tuyên truyền cổ động và tuyên truyền miệng là gì .....	84
5.2. Ý nghĩa và mục đích của tuyên truyền cổ động và tuyên truyền miệng.....	85
5.3. Các hình thức tuyên truyền cổ động và tuyên truyền miệng .....	88
5.4. Kỹ năng tổ chức tuyên truyền miệng .....	88

## Chuyên đề 1

### Một số vấn đề cơ bản về công tác thông tin cơ sở

#### 1.1. Bản chất của công tác thông tin cơ sở

##### 1.1.1. Bản chất của thông tin

*Thông tin* là tất cả các sự việc, sự kiện, ý tưởng, phán đoán làm tăng thêm sự hiểu biết của con người. Thông tin hình thành trong quá trình giao tiếp giữa người với người qua tiếp xúc trực tiếp hoặc thông qua các hình thức truyền tin gián tiếp như thông qua phương tiện thông tin đại chúng (báo in, báo nói, báo hình, trang thông tin điện tử, mạng xã hội), mạng viễn thông... thông qua các hình thức trực quan như pa-nô, áp-phích, bảng tin, biển hiệu, tờ rơi, tờ gấp, tài liệu khác... Thông tin là sự phản ánh của tự nhiên và xã hội (thế giới vật chất) bằng ngôn từ, ký hiệu, hình ảnh v.v... hay nói rộng hơn bằng tất cả các phương tiện tác động lên giác quan của con người. Trong đời sống, nhu cầu thông tin của con người là rất lớn và luôn tăng lên cùng với sự phát triển của xã hội.

Thuật ngữ "Thông tin" (gốc Latinh là *Informatio* - có nghĩa là diễn giải, thông báo, lý giải) là thuật ngữ thông dụng nhất, được sử dụng rộng rãi trong mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. Trong đời sống hàng ngày *Thông tin* được hiểu là "*tin tức về các sự kiện diễn ra trong thế giới xung quanh*" (từ điển tiếng việt thông dụng - Hà Nội, NXB Giáo dục, 1996). Trong các lĩnh vực khoa học khác như triết học, toán học, vật lý học, điều khiển học, di truyền học, ngôn ngữ học, khoa học báo trí, văn hóa, nghệ thuật v.v... khái niệm thông tin được sử dụng nhưng có nội dung rất khác nhau, không giống như cách hiểu trong cuộc sống hàng ngày, ví dụ:

- *Theo quan điểm điều khiển học* - Thông tin là tính trật tự của các đối tượng vật chất có những mối liên hệ biện chứng.

- *Theo quan điểm hệ thống* - Thông tin là sự hạn chế tính đa dạng của mỗi hệ thống sự vật đối với môi trường.

- *Theo quan điểm triết học* - Thông tin là một phạm trù triết học phản ánh sự vận động và tương tác của các hiện tượng, sự vật của thế giới tự nhiên xã hội và tư duy.

- Theo tiêu chuẩn Việt Nam TCVN 5453 - 1991 - Hoạt động thông tin khoa học và tư liệu. Thuật ngữ và khái niệm cơ bản - Thông tin là các dữ liệu, tin tức được xem xét trong quá trình tồn tại và vận động trong không gian và thời gian.

Theo đó, có thể thấy khái niệm *thông tin* và *bản chất* của nó cho đến nay vẫn còn là vấn đề phức tạp. Tuy nhiên, để có được sự nhìn nhận tương đối thống nhất, làm cơ sở cho các phần sau của chuyên đề này, có thể xem xét phân tích một số khía cạnh sau đây liên quan đến thông tin.

*Thứ nhất*, Thông tin phải là các tin tức, dữ liệu phản ánh trạng thái tồn tại và vận động của các hiện tượng, sự vật của thế giới tự nhiên, xã hội và tư duy;

*Thứ hai*, thông tin phải là các tin tức, dữ liệu có thể thu thập được, nhận thức được, chế biến được và chuyển giao được;

*Thứ ba*, thông tin phải là cái mà nhờ nó một yếu tố hay một hệ thống sẽ biến đổi.

Và như vậy, *Thông tin được hiểu là các tin tức, dữ liệu phản ánh các hiện tượng, sự vật của thế giới tự nhiên, xã hội và tư duy được xem xét trong quá trình tồn tại và vận động của chúng trong không gian và thời gian.*

Trong đời sống hàng ngày thông tin có thể được hiểu là các số liệu, dữ liệu hoặc kiến thức. Song cũng có lúc người ta lại phân biệt thông tin với dữ liệu và dữ liệu với kiến thức. Theo Steven A. Rosell:

" ... *dữ liệu* là quặng chưa tinh luyện, là những dữ kiện nào đó, nằm ngoài ngữ cảnh;

... *thông tin* là quặng đã tinh luyện, là những dữ liệu đã được tổ chức, mà chúng ta còn chưa đồng hóa;

... *kiến thức* là thông tin mà chúng ta đã đồng hóa, chúng ta đã liên kết vào trong những cái khung bên trong của bản thân chúng ta... vì vậy có tính chất cá nhân và đa nguyên. Thông tin có thể được giữ chung, song kiến thức thì không".

Một tác giả khác đã đưa ra tháp thông tin cũng gồm 4 yếu tố trên, song thay cho "trí tuệ", ông dùng từ "sự thông minh" (intelligence) và đưa ra các định nghĩa sau đây:

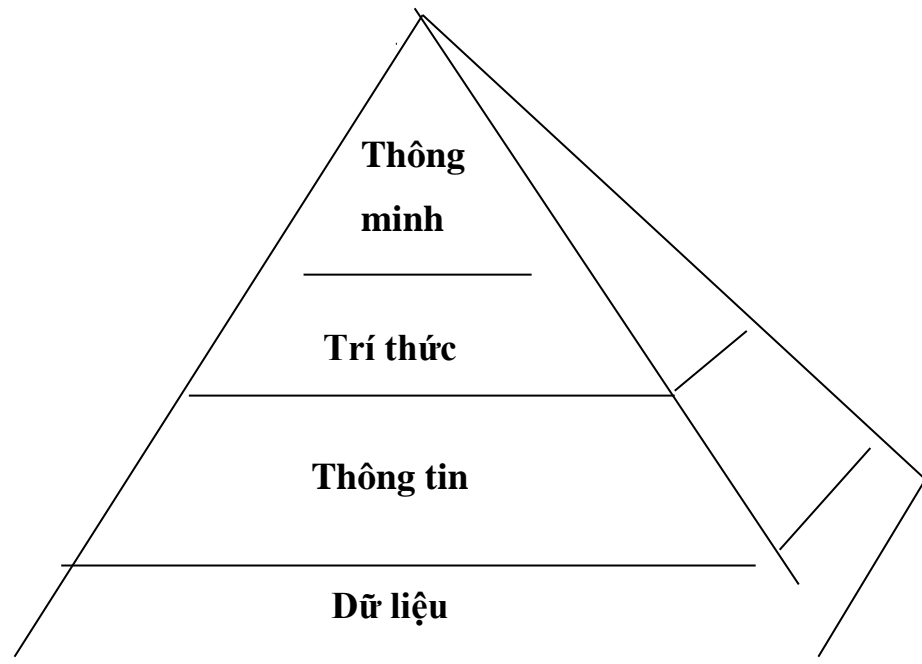
*Dữ liệu*: Tập hợp các số (cái quan trọng là hàm lượng thông tin có thể rút ra từ các số này).

*Thông tin:* Các dữ liệu (theo nghĩa rộng nhất) có thể được thu nhận, chế biến và nhận thức.

*Kiến thức:* Một khối lượng thông tin đã được chế biến, phân tích, đánh giá và thử nghiệm và liên tục được cập nhật và làm phong phú thêm nhờ có sự đối chiếu thường xuyên thông tin mới này với thông tin trước đó đã được lưu trữ trong "bộ nhớ" (bộ nhớ máy tính, bộ não của con người, kinh nghiệm của một cơ quan, một tổ chức đã được tích lũy).

*Sự thông minh* (theo nghĩa tâm lý học): Khả năng của một cá nhân (hoặc mở rộng ra là một tổ chức xã hội, thí dụ một hãng công nghiệp hay một quốc gia) thu nhận thông tin và kiến thức mới, đưa ra phán đoán, thích nghi với môi trường, phát triển các khái niệm và chiến lược mới và hành động theo một cách có lý tính và có hiệu quả trên cơ sở thông tin đã thu nhận như vậy.

Branscomb, Phó chủ tịch IBM, trong bài "Thông tin: Trận tuyến cuối cùng", đã so sánh dữ liệu, thông tin, kiến thức và trí tuệ (wisdom), theo thứ tự tương ứng, với các phần tử là lúa mì, bột mì, bánh mì và ký ức về hương vị của một chiếc bánh sừng bò tuyệt ngon.



**Hình 1.** Tháp thông tin

Sự phân biệt trên đây (chỉ là tương đối) có thể giúp ta lưu ý một tình trạng nên tránh trong việc cung cấp thông tin cho những người sử dụng, đặc biệt là

những người ra quyết định, đó là tình trạng giàu dữ liệu nhưng nghèo thông tin, hoặc giàu thông tin nhưng nghèo kiến thức. Theo Điều 2 [Luật Tiếp cận thông tin 2016](#), định nghĩa về thông tin là tin, dữ liệu được chứa đựng trong văn bản, hồ sơ, tài liệu có sẵn, tồn tại dưới dạng bản viết, bản in, bản điện tử, tranh, ảnh, bản vẽ, băng, đĩa, bản ghi hình, ghi âm hoặc các dạng khác do cơ quan nhà nước tạo ra.

### ***1.1.2. Bản chất của thông tin cơ sở***

Thông tin cơ sở là hoạt động cung cấp thông tin thiết yếu đến người dân ở địa phương, cơ sở thông qua đài truyền thanh xã, phường, thị trấn, bản tin thông tin cơ sở, tài liệu không kinh doanh (đề cương tuyên truyền, tờ rơi, tờ gấp...), bảng tin công cộng, thông tin trực tiếp qua báo cáo viên, tuyên truyền viên và các hình thức khác.

Hoạt động thông tin cơ sở đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp thông tin đa dạng và thiết yếu cho cộng đồng địa phương. Nội dung hoạt động thông tin cơ sở được quy định tại Điều 3 Quy chế hoạt động thông tin cơ sở ban hành kèm theo Quyết định 52/2016/QĐ-TTg, hoạt động này cung cấp:

(1) *Thông tin về chính sách và pháp luật của Nhà nước*: Điều này giúp người dân hiểu rõ quyền và trách nhiệm của họ trong xã hội và trong việc tuân thủ các quy định của Nhà nước;

(2) *Thông tin về sự kiện quốc tế và trong nước có liên quan trực tiếp đến cộng đồng địa phương*: Điều này giúp người dân cập nhật về các diễn biến quan trọng trên thế giới và tại quốc gia, có thể ảnh hưởng đến cuộc sống của họ.

Bên cạnh đó, hoạt động thông tin cơ sở còn cung cấp kiến thức thiết yếu đối với cuộc sống hàng ngày của người dân địa phương, phù hợp với đặc điểm kinh tế - xã hội của từng vùng, miền:

(1) *Thông tin về dự án và chương trình phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội tại địa phương*: Điều này giúp cộng đồng nắm bắt cơ hội phát triển và tham gia tích cực vào các hoạt động này.

(2) *Thông tin liên quan đến chính trị, kinh tế, văn hóa và xã hội của địa phương*: Điều này giúp người dân hiểu rõ về tình hình địa phương và tham gia vào quá trình quản lý và phát triển của địa phương.

(3) *Thông tin về trật tự, an toàn xã hội, an ninh và quốc phòng của địa phương*: Điều này đảm bảo rằng người dân được cung cấp thông tin về sự an toàn và bảo vệ của họ.

(4) *Thông tin về sự cố và tình huống khẩn cấp ở địa phương hoặc ảnh hưởng đến địa phương*: Điều này giúp cộng đồng chuẩn bị và đối phó với các tình huống không mong muốn.

(5) *Thông tin về gương tập thể và cá nhân tiêu biểu trong các lĩnh vực*: Điều này khuyến khích người dân học hỏi và lấy cảm hứng từ những người thành công trong cộng đồng.

(6) *Thông tin về các sản phẩm, hàng hóa, và dịch vụ hỗ trợ sản xuất và cuộc sống hàng ngày của người dân*: Điều này giúp cộng đồng biết về các sản phẩm và dịch vụ có sẵn để cải thiện cuộc sống của họ.

Ngoài ra, hoạt động thông tin cơ sở cũng hỗ trợ chính quyền địa phương, cơ quan, và đơn vị cơ sở trong việc chỉ đạo và điều hành các nhiệm vụ quản lý và phát triển địa phương.

Nguyên tắc hoạt động thông tin cơ sở bao gồm: (1) Không trái với chủ trương, đường lối của Đảng, pháp luật của Nhà nước và phù hợp với phong tục, tập quán lành mạnh của địa phương; (2) Bảo đảm thông tin thiết yếu phải kịp thời, chính xác đến với người dân, chú trọng người dân ở các vùng nông thôn, vùng cao, vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn; (3) Kinh phí thực hiện hoạt động thông tin cơ sở từ nguồn ngân sách nhà nước; huy động từ các tổ chức, cá nhân và các nguồn hợp pháp khác.

## **1.2. Quan điểm của Đảng và Pháp luật của Nhà nước về công tác thông tin cơ sở**

### **1.2.1. Quan điểm của Đảng về công tác thông tin cơ sở**

Ban Bí thư Trung ương Đảng (khóa XII) ban hành Chỉ thị số 07-CT/TW ngày 05/9/2016 về đẩy mạnh công tác thông tin cơ sở trong tình hình mới. Chỉ thị khẳng định: Công tác thông tin cơ sở đã góp phần phổ biến đường lối, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước; tuyên truyền việc thực hiện nhiệm vụ chính trị ở cơ sở; cung cấp thông tin, kiến thức cần thiết đến người dân trên địa



bàn dân cư; góp phần phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo an ninh, trật tự an toàn xã hội ở cơ sở (xã, phường, thị trấn). Hiện nay, các loại hình, phương tiện thông tin đại chúng, báo chí, xuất bản, internet, mạng xã hội... phát triển mạnh mẽ, nhanh chóng, người dân được tiếp cận và hưởng thụ thông tin rất phong phú, đa dạng thông qua nhiều hình thức, phương thức khác nhau. Để đổi mới mạnh mẽ, nâng cao hiệu quả công tác thông tin cơ sở trong tình hình mới, Ban Bí thư yêu cầu các cấp ủy, tổ chức đảng, chính quyền, các tổ chức chính trị - xã hội các cấp quán triệt, tổ chức thực hiện tốt các quan điểm, nhiệm vụ và giải pháp sau:

1) Công tác thông tin cơ sở là nhiệm vụ thường xuyên, quan trọng của cả hệ thống chính trị từ Trung ương đến cơ sở. Phát huy sức mạnh tổng hợp của cả hệ thống chính trị, kết hợp chặt chẽ các phương tiện truyền thông hiện đại với cơ sở vật chất kỹ thuật, thiết chế văn hóa - thông tin ở cơ sở hiện có và chương trình nông thôn mới để làm tốt công tác thông tin ở cơ sở; bảo đảm cung cấp đầy đủ, kịp thời những thông tin, kiến thức cần thiết cho cuộc sống lao động, sản xuất kinh doanh của người dân trên địa bàn dân cư xã, phường, thị trấn; đồng thời chủ động đấu tranh, phản bác các thông tin sai trái, xấu độc, xuyên tạc, góp phần củng cố sự đoàn kết và đồng thuận xã hội ở cơ sở và từ cơ sở.

2) Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ hiện đại về viễn thông, truyền thông đa phương tiện để tổ chức công tác thông tin cơ sở; đồng thời chú trọng tăng cường công tác tuyên truyền miệng và thực hiện Quy chế dân chủ ở cơ sở. Việc đầu tư, nâng cấp cơ sở vật chất, phương tiện, thiết bị kỹ thuật phục vụ công tác thông tin cơ sở cần được lồng ghép trong Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới và các chương trình mục tiêu, dự án phát triển kinh tế - xã hội của các bộ, ngành, địa phương để khai thác, sử dụng có hiệu quả, tránh chồng chéo, lãng phí.

3) Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, các đài phát thanh, truyền hình tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương có kênh hoặc chương trình truyền thông chuyên đề cơ sở theo hướng đa dạng, hấp dẫn, có sức thuyết phục, phù hợp với trình độ, nhu cầu của người dân ở từng vùng, miền, nhất là vùng đồng bào dân tộc thiểu số, vùng có đông đồng bào theo đạo, vùng sâu, vùng xa, vùng đặc biệt khó khăn ít có điều kiện tiếp cận thông tin.

4) Cấp ủy, chính quyền các cấp, nhất là người đứng đầu tập trung lãnh đạo, chỉ đạo rà soát, củng cố, tổ chức lại theo thẩm quyền (nếu cần thiết, song phải bảo đảm không tăng biên chế và đầu mối trực thuộc) nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động của các thiết chế văn hóa - thông tin cơ sở hiện có (đài truyền thanh cấp huyện và cấp xã, đội tuyên truyền lưu động cấp huyện, điểm bưu điện - văn hóa xã, tủ sách pháp luật, cụm thông tin cơ động, nhà văn hóa, trung tâm văn hóa - học tập cộng đồng, thư viện, đội chiếu phim lưu động...) đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ và phù hợp với thực tế địa phương trong tình hình mới.

5) Tổ chức thực hiện: Ban Tuyên giáo Trung ương chủ trì, phối hợp với Ban cán sự đảng Bộ Thông tin và Truyền thông và các cơ quan liên quan chỉ đạo, hướng dẫn, định hướng nội dung thông tin và các hoạt động thông tin cơ sở; chỉ đạo việc xây dựng, kiện toàn và hướng dẫn hoạt động của các ban tuyên giáo, đội ngũ báo cáo viên, tuyên truyền viên ở cơ sở; biên soạn, cung cấp tài liệu tuyên truyền, bảo đảm sự thống nhất, đúng định hướng của Đảng; đôn đốc, kiểm tra, định kỳ sơ kết, tổng kết và báo cáo Ban Bí thư về tình hình thực hiện Chỉ thị này. Ban cán sự đảng Bộ Thông tin và Truyền thông chỉ đạo tổ chức hướng dẫn, giám sát, kiểm tra, đôn đốc việc thực hiện các chương trình, kế hoạch công tác thông tin ở cơ sở; bảo đảm quản lý thống nhất về hạ tầng thông tin ở cơ sở; chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan xây dựng, hoàn thiện quy trình tiếp nhận thông tin và trả lời phản ánh của người dân thông qua công tác thông tin cơ sở. Hằng năm, cấp ủy, chính quyền, Mặt trận Tổ quốc và các đoàn thể chính trị - xã hội ở cơ sở xây dựng chương trình, kế hoạch thực hiện Chỉ thị này.

### ***1.2.2. Pháp luật của Nhà nước về công tác thông tin cơ sở***

*Quyết định số 52/2016/QĐ-TTg ngày 06/12/2016 của Thủ tướng Chính phủ ban hành về Quy chế hoạt động thông tin cơ sở, có hiệu lực thi hành từ 01/02/2017. Quy chế gồm 3 chương, 21 điều:*

Tại Chương I quy định chung, gồm 5 Điều (từ Điều 1 đến Điều 5), quy định về: Phạm vi điều chỉnh và đối tượng áp dụng; Giải thích từ ngữ; Nội dung hoạt động thông tin cơ sở; Nguyên tắc hoạt động thông tin cơ sở; Trách nhiệm

quản lý nhà nước về thông tin cơ sở của Bộ Thông tin và Truyền thông, các bộ, cơ quan ngang bộ; Ủy ban nhân dân cấp tỉnh, Ủy ban nhân dân cấp huyện và Ủy ban nhân dân cấp xã; trong đó: Tại khoản 1, Điều 2 quy định: Hoạt động thông tin cơ sở là hoạt động cung cấp thông tin thiết yếu theo quy định tại Điều 3 của Quy chế này đến người dân ở xã, phường, thị trấn thông qua hoạt động phát thanh, truyền thanh của đài truyền thanh cấp xã; bản tin thông tin cơ sở; tài liệu không kinh doanh phục vụ hoạt động thông tin cơ sở; thông tin trực tiếp qua báo cáo viên, tuyên truyền viên cơ sở; bảng tin công cộng và các hình thức hoạt động thông tin cơ sở khác. Tại khoản 5, Điều 5 quy định Ủy ban nhân dân cấp xã có trách nhiệm:

a) Tổ chức thực hiện quy hoạch, kế hoạch, chính sách phát triển thông tin cơ sở của địa phương theo hướng dẫn của Ủy ban nhân dân cấp tỉnh và Ủy ban nhân dân cấp huyện;

b) Tổ chức thực hiện và kiểm tra việc thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật, chính sách về thông tin cơ sở; phổ biến, giáo dục pháp luật về thông tin cơ sở của địa phương;

c) Tổ chức cung cấp thông tin, quản lý nội dung thông tin của hệ thống thông tin cơ sở tại địa phương;

d) Thực hiện chế độ thông tin, báo cáo, thống kê của hệ thống thông tin cơ sở của địa phương theo hướng dẫn của Ủy ban nhân dân cấp huyện; định kỳ hoặc đột xuất cung cấp thông tin, báo cáo, thống kê cho Ủy ban nhân dân cấp huyện để phục vụ công tác quản lý nhà nước.

Tại Chương II về hoạt động thông tin cơ sở, gồm 6 mục, 14 điều (từ Điều 6 đến Điều 19), quy định về hoạt động của các loại hình thông tin cơ sở, bao gồm: Hoạt động phát thanh, truyền thanh của đài truyền thanh cấp xã thực hiện theo quy định cụ thể của Ủy ban nhân dân cấp xã về nội dung chương trình, thời điểm, địa điểm, thời lượng, âm lượng phát thanh, truyền thanh phù hợp với đặc điểm riêng có của từng địa phương, cơ sở; bảo đảm các yêu cầu phục vụ nhiệm vụ chính trị, thông tin, tuyên truyền thiết yếu của hệ thống thông tin cơ sở; đáp ứng nhu cầu thông tin của người dân trên địa bàn; phù hợp với quy định tại Quy

chế này và các quy định của pháp luật có liên quan. Xuất bản bản tin thông tin cơ sở (gồm có bản tin giấy và bản tin điện tử - trang thông tin điện tử) tuân theo các quy định của Luật báo chí và các quy định hiện hành về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng, về việc cung cấp thông tin và dịch vụ công trực tuyến trên trang thông tin điện tử hoặc cổng thông tin điện tử của cơ quan nhà nước; Xuất bản tài liệu không kinh doanh phục vụ hoạt động thông tin cơ sở để cung cấp các thông tin thiết yếu theo quy định tại Điều 3 Quy chế này thực hiện theo các quy định tại Điều 25 của Luật xuất bản và các văn bản hướng dẫn thi hành Luật xuất bản; Thông tin trực tiếp qua báo cáo viên, tuyên truyền viên cơ sở. Tiêu chuẩn báo cáo viên, tuyên truyền viên cơ sở do các cơ quan có thẩm quyền công nhận quy định cụ thể phù hợp yêu cầu nhiệm vụ thông tin tuyên truyền của cơ quan đó, nhưng phải đáp ứng các điều kiện sau:

(1) Có phẩm chất đạo đức tốt, lập trường tư tưởng vững vàng, có tín nhiệm trong công tác; không trong thời gian thi hành hình thức kỷ luật từ khiển trách trở lên theo quy định của pháp luật về công chức, viên chức và pháp luật về lao động;

(2) Có khả năng truyền đạt; sử dụng thông thạo ngôn ngữ nói bằng tiếng Việt hoặc tiếng các dân tộc thiểu số tại địa phương;

(3) Nắm vững lĩnh vực chuyên môn mà báo cáo viên, tuyên truyền viên cơ sở thực hiện công tác tuyên truyền miệng;

(4) Có thời gian hoạt động trong lĩnh vực chuyên môn mà báo cáo viên, tuyên truyền viên cơ sở thực hiện công tác tuyên truyền miệng ít nhất 3 năm liên tục.

Bảng tin công cộng (gồm có bảng tin điện tử và bảng tin truyền thống) do các cơ quan nhà nước, đơn vị lực lượng vũ trang, tổ dân cư, khu dân cư, trường học, bệnh viện... thiết lập thực hiện theo quy định của pháp luật về xây dựng và tuân thủ các quy định về bảo vệ di tích lịch sử, văn hóa; hành lang an toàn giao thông, đê điều, lưới điện quốc gia... Đối tượng được phép lập bảng tin công cộng có thể phối hợp với các doanh nghiệp để đầu tư xây dựng, vận hành bảng tin công cộng và được dành tỷ lệ phù hợp theo quy định của pháp luật trên bảng tin công cộng để thực hiện các nội dung quảng cáo. Việc quảng cáo trên bảng tin

công cộng phải thực hiện theo các quy định của pháp luật về quảng cáo. Ủy ban nhân dân cấp xã nơi đặt bảng tin công cộng có trách nhiệm quản lý việc lập bảng tin công cộng và nội dung thông tin trên bảng tin công cộng theo các quy định của pháp luật.

Các hình thức thông tin cơ sở khác (tủ sách pháp luật; điếm bưu điện - văn hóa xã; nhắn tin trên mạng di động...). Tùy theo điều kiện thực tế, Nhà nước sử dụng các hình thức thông tin cơ sở khác để thực hiện việc cung cấp các thông tin thiết yếu theo quy định tại Điều 3 Quy chế đến người dân ở xã, phường, thị trấn. Nhà nước có thể huy động tài sản, cơ sở vật chất của các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp phục vụ cho hoạt động thông tin cơ sở trên cơ sở thỏa thuận; bảo đảm hài hòa lợi ích của Nhà nước, người dân và lợi ích của các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp. Các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp có trách nhiệm phối hợp, hỗ trợ Nhà nước trong việc đưa thông tin thiết yếu đến đông đảo người dân ở cơ sở.

Tại Chương III điều khoản thi hành, gồm 2 điều (Điều 20 và Điều 21) quy định về tổ chức thực hiện; hướng dẫn thi hành và báo cáo; trong đó quy định: Các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh, huyện, xã và các tổ chức thực hiện hoạt động thông tin cơ sở có trách nhiệm bảo đảm kinh phí xây dựng cơ sở vật chất và duy trì hoạt động thông tin cơ sở từ nguồn ngân sách nhà nước theo phân cấp ngân sách nhà nước hiện hành và các nguồn tài chính hợp pháp khác.

*Quyết định số 1497/QĐ-TTg ngày 08/11/2018 của Thủ tướng Chính phủ ban hành phê duyệt Chiến lược phát triển thông tin quốc gia đến năm 2025, tầm nhìn 2030 trên các loại hình thông tin: Báo chí, xuất bản, thông tin công cộng trên Internet, thông tin cơ sở*

Riêng đối với thông tin cơ sở trọng tâm vào hai nội dung chính sau:

*Một là,* Tăng cường sử dụng công nghệ thông tin, dịch vụ viễn thông, internet để đổi mới cách thức thông tin, tuyên truyền ở cơ sở;

*Hai là,* Đầu tư, phát triển hệ thống truyền thanh ở các xã để tuyên truyền, phổ biến thông tin thiết yếu đến người dân.

Chiến lược tập trung vào các giải pháp thực hiện bao gồm:

- a) Giải pháp về cơ chế, chính sách;
- b) Giải pháp về bộ máy, nguồn nhân lực;
- c) Giải pháp về tài chính;
- d) Giải pháp về khoa học và công nghệ;
- đ) Giải pháp về nâng cao chất lượng, hiệu quả thông tin;
- e) Giải pháp về hợp tác quốc tế.

Với những nội dung chủ yếu sau:

*1. Mục tiêu thực hiện:* Hiện đại hóa hệ thống thông tin cơ sở nhằm đổi mới phương thức cung cấp thông tin, nâng cao chất lượng nội dung thông tin để cung cấp, trao đổi thông tin theo hướng chủ động, kịp thời, chính xác và hiệu quả; Hình thành cơ sở dữ liệu, số hóa nguồn thông tin cơ sở đáp ứng yêu cầu cung cấp thông tin nguồn tuyên truyền, phổ biến đến người dân và phục vụ công tác quản lý nhà nước về thông tin cơ sở; Thực hiện thông tin hai chiều để người dân tiếp nhận thông tin thiết yếu và phản ánh thông tin về hiệu quả thực thi chính sách, pháp luật ở cơ sở đến các cơ quan quản lý thông qua hệ thống thông tin cơ sở.

*2. Nhiệm vụ thực hiện:* Xây dựng hệ thống truyền thanh cơ sở ứng dụng công nghệ thông tin - viễn thông; Thiết lập bảng tin điện tử công cộng đặt tại các địa điểm thuận lợi cho người dân tiếp cận thông tin được kết nối với hệ thống thông tin nguồn; Xây dựng ứng dụng trên thiết bị di động thông minh (điện thoại thông minh, máy tính bảng...) để người dân tiếp nhận thông tin thiết yếu và gửi ý kiến phản ánh, kiến nghị đến các cơ quan nhà nước; Xây dựng hệ thống thông tin nguồn từ trung ương, cấp tỉnh, cấp huyện cung cấp cho hệ thống thông tin cơ sở và thu thập, tổng hợp, phân tích, quản lý dữ liệu, đánh giá hiệu quả hoạt động thông tin cơ sở; Tổ chức bồi dưỡng, tập huấn nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ thông tin cho đội ngũ cán bộ phụ trách về công nghệ thông tin và cán bộ làm công tác thông tin cơ sở; Tuyên truyền, phổ biến về ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động thông tin cơ sở.

*3. Giải pháp thực hiện:*

1) Về công nghệ: Hệ thống truyền thanh cơ sở ứng dụng công nghệ thông tin - viễn thông đảm bảo các yêu cầu kỹ thuật và an toàn thông tin theo quy

định. Hệ thống bảng tin điện tử công cộng hiển thị nội dung số. Ứng dụng trên thiết bị di động được thiết kế đơn giản, thuận tiện giúp người dân có thể dễ dàng thao tác, cài đặt và truy cập. Hệ thống thông tin nguồn đảm bảo kết nối, chia sẻ, truy xuất dữ liệu, liên thông từ Trung ương, cấp tỉnh, cấp huyện đến cơ sở;

2) Về an toàn, bảo mật thông tin: Triển khai các giải pháp đảm bảo an toàn thông tin theo cấp độ của hệ thống thông tin được cấp có thẩm quyền phê duyệt đúng quy định của pháp luật về an toàn thông tin;

3) Về tổ chức bộ máy, nhân sự: Yêu cầu thực hiện các nhiệm vụ của Đề án đảm bảo không tăng đầu môi, biên chế mà sử dụng bộ máy, nhân sự hiện có;

4) Về tài chính: Ngân sách trung ương hỗ trợ thông qua Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025; ngân sách địa phương; nguồn lực xã hội hóa; hoặc doanh nghiệp đầu tư thiết bị truyền thanh, địa phương thuê lại.

### **1.3. Đặc điểm, chức năng, các loại hình của hoạt động thông tin truyền thông cơ sở**

#### ***1.3.1. Đặc điểm của hoạt động thông tin cơ sở***

##### ***a. Các thuộc tính của thông tin cơ sở***

Thông tin tiềm tàng khắp nơi trong xã hội, đặc biệt là ở cấp cơ sở. Đó là các nguồn thông tin về lao động, đất đai, tài nguyên, môi trường; thông tin về các tổ chức và các hoạt động kinh tế, xã hội; thông tin về khoa học và công nghệ; thông tin về sản xuất, kinh doanh .... Nhưng thông tin chỉ có giá trị và ý nghĩa khi nó được truyền đi, phổ biến và được sử dụng. Có thể nói bản chất của thông tin nằm trong sự giao lưu của nó. Nói cách khác đặc điểm cơ bản của thông tin là giao lưu.

Để phân biệt nội dung thông tin cần truyền đi và cách thức chuyển giao thông tin người ta tách nội dung thông tin ra khỏi hình thức biểu diễn nó. Các hình thức biểu diễn thông tin (các ký hiệu, dấu hiệu, hình ảnh ...) là hữu hạn. Nhưng nội dung của thông tin (khái niệm, ý tưởng, sự kiện, tên ...) thì vô hạn.

Trong trường hợp thông tin có một hình thức biểu diễn, quá trình chuyển giao thông tin chính là quá trình truyền đi các ký hiệu biểu diễn nó. Những ý

tưởng mới sẽ được truyền đi bằng một tổ hợp mới của một số hữu hạn các ký hiệu (chữ cái, chữ số ...). Trong đời sống hàng ngày thông tin được biểu diễn bằng ngôn ngữ. Khi đó thông tin được diễn tả bằng cú pháp và ngữ nghĩa của ngôn ngữ mà người ta sử dụng.

Lý thuyết thông tin xác nhận rằng càng nhiều tín hiệu sinh ra từ nguồn tin thì càng có nhiều thông tin được truyền đi. Khi đó thông tin được mô tả bằng sự thống kê và tổ hợp các dấu hiệu phát ra từ nguồn. Thông báo được chuyển đi bằng ghi tín hiệu lên một dạng vật chất trung gian, tức là một cái giá, gọi là vật mang tin. Vật mang tin có thể là giấy, sóng điện tử, băng từ.v.v...Về mặt lý thuyết mỗi vật mang tin đều có khả năng xác định giới hạn số lượng các tín hiệu mà nó có thể chứa đựng trên đơn vị không gian hay đơn vị thời gian. Các kỹ sư truyền thông có trách nhiệm truyền đi chính xác các tín hiệu. Nhưng họ không cần quan tâm đến nội dung cũng như chất lượng của thông tin. Rõ ràng là việc truyền đi chính xác một thông tin không chính xác không làm cho thông tin này trở nên "tốt hơn".

Nếu như trước đây các nền kinh tế đều dựa chủ yếu vào các nguồn tài nguyên thiên nhiên, lấy việc khai thác và chế biến các tài nguyên thiên nhiên là nguồn chủ yếu tạo ra các của cải và sự giàu có cho xã hội, thì từ những năm cuối của thế kỷ XX, thông tin đã được xem là một nguồn tài nguyên kinh tế, giống như các tài nguyên khác như vật chất, lao động, tiền vốn. Bởi vì việc sở hữu, sử dụng và khai thác thông tin trong công nghiệp chế tạo cũng như trong việc giải quyết các vấn đề xã hội vfa con người tăng lên đáng kể. Khác với các nguồn tài nguyên khác, tài nguyên thông tin có thể mở rộng phát triển không ngừng và hầu như chỉ bị hạn chế bởi thời gian và khả năng nhận thức của con người.

Khả năng mở rộng này thể hiện ở các thuộc tính của thông tin sau đây:

- 1) Thông tin lan truyền một cách tự nhiên;
- 2) Khi sử dụng thông tin không bao giờ bị cạn đi, mà trái lại càng trở nên phong phú do được tái tạo và bổ sung thêm các nguồn thông tin mới;
- 3) Thông tin có thể chia sẻ, nhưng không mất đi trong giao dịch.

*b) Đặc điểm của hoạt động thông tin cơ sở*



Xuất phát từ các thuộc tính của thông tin hình thành nên đặc điểm hoạt động thông tin cơ sở. Các đặc điểm của hoạt động thông tin cơ sở, chúng bao gồm:

*Một là, tính thực tế:*

Thông tin thực tế là những thông tin có thật ngoài thực tế và được chứng thực như một điều dĩ nhiên, có tính chất khoa học và có căn cứ. Ví dụ: Nước sôi ở nhiệt độ 100 độ C.

*Hai là, tính hoàn thiện:*

Thông tin hoàn thiện là thông tin có chứa đầy đủ các dữ liệu từ nguồn dữ liệu sẵn có. Đặc trưng này có ý nghĩa quan trọng trong việc đánh giá chất lượng thông tin. Ví dụ: Một lá thư cần được ghi đầy đủ tên và thông tin người nhận để được đưa đến địa chỉ chính xác và đúng người.

*Ba là, độ tin cậy:*

Thông tin đáng tin cậy là thông tin chứa các mẫu thông tin đúng đắn và không bị mâu thuẫn với các luồng thông tin từ nguồn khác. Ví dụ: Trong báo cáo tài chính cuối năm của xã Y có ghi nhận chi 100 triệu nhưng trong thực tế chỉ ghi nhận 90 triệu, thông tin trên báo cáo tài chính là không đáng tin cậy.

*Bốn là, tính liên quan:*

Thông tin liên quan là những thông tin có tương quan và hữu ích cho một mục tiêu hoặc ngữ cảnh cụ thể. Đặc trưng này cũng ảnh hưởng đến độ tin cậy của thông tin vì khi một thông tin chứa các dữ liệu không liên quan tới nhau, thì sẽ có độ tin cậy thấp hơn. Ví dụ: Để đánh giá hiệu suất làm việc của một nhân viên, người quản lý cần đánh giá mức độ hoàn thành công việc của người đó hơn là mức độ tuân thủ quy định của đơn vị.

*Năm là, tính kịp thời:*

Thông tin kịp thời là thông tin được cập nhật mới liên tục theo đúng thực tế. Ví dụ: Luật đất đai 2003 của Việt Nam đã được thay thế bằng Luật đất đai 2013. Nếu thông tin không được cập nhật kịp thời sẽ dẫn đến tình trạng thu thập sai thông tin so với thời điểm hiện tại.

### **1.3.2. Chức năng của hoạt động thông tin cơ sở**

*Một là*, cung cấp thông tin về chính sách, pháp luật của Nhà nước, thông tin những sự kiện quốc tế, trong nước liên quan trực tiếp đến người dân ở địa phương, cơ sở; tuyên truyền nâng cao nhận thức của người dân về luật pháp, ý thức xây dựng quê hương đất nước, ý thức bảo vệ tổ quốc và phòng, chống các tệ nạn xã hội và bạo lực gia đình, xây dựng đời sống văn hóa mới...

*Hai là*, tuyên truyền thực hiện nhiệm vụ chính trị ở cơ sở, là phương tiện chỉ đạo, điều hành của chính quyền địa phương, cơ quan, đơn vị cơ sở, bao gồm:

a) Thông tin về hoạt động của các tổ chức chính trị, đoàn thể và người dân;  
 b) Thông tin về các chương trình phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội tại địa phương;  
 c) Thông tin về tình hình trật tự an toàn xã hội, an ninh, quốc phòng của địa phương;

d) Thông tin phổ biến kiến thức khoa học, kỹ thuật; tình hình thời tiết, cảnh báo thiên tai, các sự cố, các tình huống khẩn cấp xảy ra ở địa phương hoặc có ảnh hưởng đến địa phương;

e) Thông tin giới thiệu về gương tập thể, cá nhân điển hình trong các lĩnh vực;

g) Thông tin về các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ phục vụ cho sản xuất và đời sống của người dân địa phương;

h) Giới thiệu nét đẹp văn hóa và các hình thức sinh hoạt văn hóa, văn nghệ tại địa phương.

*Ba là*, phổ biến thông tin thiết thực đến đông đảo cán bộ, đảng viên, công chức, viên chức, người lao động trong các cơ quan, đơn vị và đông đảo người dân; Cung cấp thông tin, kiến thức thiết yếu đối với đời sống hằng ngày của người dân địa phương phù hợp với đối tượng, điều kiện kinh tế - xã hội của từng vùng, miền, bao gồm:

a) Thông tin về dự án, chương trình phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội tại địa phương;

b) Thông tin liên quan đến chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội của địa phương và kiến thức khoa học, kỹ thuật;

c) Thông tin liên quan đến trật tự, an toàn xã hội, an ninh, quốc phòng của địa phương;

d) Thông tin về sự cố, các tình huống khẩn cấp xảy ra ở địa phương hoặc có ảnh hưởng đến địa phương;

đ) Thông tin về gương tập thể, cá nhân điển hình trong các lĩnh vực;

e) Thông tin về các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ phục vụ cho sản xuất và đời sống của người dân địa phương.

### ***1.3.3. Các loại hình của hoạt động thông tin cơ sở***

*a) Đài truyền thanh xã, phường, thị trấn (gọi chung là đài truyền thanh cấp xã):* Đài truyền thanh cấp xã do Ủy ban nhân dân cấp xã quyết định thành lập, trực tiếp quản lý nhân sự, máy móc thiết bị và kinh phí hoạt động; là thiết chế thông tin và truyền thông ở cơ sở, công cụ tuyên truyền, phương tiện chỉ đạo, điều hành của cấp ủy, chính quyền cấp xã.

Nhiệm vụ và quyền hạn của đài truyền thanh cấp xã: Đài truyền thanh cấp xã sản xuất chương trình phát thanh để cung cấp thông tin thiết yếu cho người dân địa phương phù hợp với đối tượng, điều kiện kinh tế - xã hội của từng vùng, miền; Thực hiện thời gian tiếp âm, truyền thanh theo hướng dẫn của cơ quan quản lý nhà nước về thông tin và truyền thông, kế hoạch hoạt động của Ủy ban nhân dân cấp xã. Đó là tiếp âm các chương trình thời sự của Đài Tiếng nói Việt Nam, đài phát thanh - truyền hình cấp tỉnh và cơ sở truyền thanh - truyền hình cấp huyện; Số lượng người làm công tác truyền thanh cơ sở do Ủy ban nhân dân cấp xã quyết định tùy vào điều kiện của xã nhưng phải đảm bảo điều kiện sản xuất nội dung chương trình phát thanh và kỹ thuật tiếp sóng.

### *b) Hoạt động tuyên truyền viên cơ sở*

Tuyên truyền viên là lực lượng tuyên truyền miệng được tổ chức ở cấp cơ sở (không có hệ thống dọc từ Trung ương đến cấp tỉnh, cấp huyện) trực tiếp đưa thông tin thiết yếu tới người dân ở xã, phường, thị trấn. Về nguyên tắc, mọi cán bộ, đảng viên đều có nhiệm vụ làm tuyên truyền viên, vận động, cổ động, thuyết phục quần chúng nhân dân thực hiện đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước. Phương thức hoạt động chủ yếu của tuyên truyền viên là vận động trực tiếp từng người, từng nhóm người trong sinh hoạt, lao động, công tác, học tập hằng ngày.

Tuyên truyền viên có nhiệm vụ: Thông tin, phổ biến, quán triệt quan điểm, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; Thông báo kịp thời, có định hướng các vấn đề thời sự quan trọng trong nước và quốc tế, các vấn đề nóng mà dư luận quan tâm; Nắm bắt những ý kiến, tâm tư nguyện vọng của người dân về các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước và của địa phương để phản ánh lại với cấp trên; Tạo ra sự thống nhất về nhận thức, tư tưởng trong Đảng và trong xã hội, củng cố niềm tin, cổ vũ các phong trào hành động cách mạng, thực hiện thắng lợi các nghị quyết của Đảng, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của Nhà nước; Định hướng thông tin, tuyên truyền, động viên, cổ vũ, tạo ra sự chuyển biến từ nhận thức đến hành động đối với người nghe.

#### *c) Bảng tin công cộng*

Bảng tin công cộng bao gồm bảng tin điện tử và bảng tin được làm bằng các chất liệu khác được cố định tại một địa điểm và dùng để truyền tải thông tin thiết yếu như:

- 1) Thông tin về chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước; chương trình phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội tại địa phương;
- 2) Thông tin về kiến thức khoa học, kỹ thuật phục vụ sản xuất và đời sống;
- 3) Thông báo về các hoạt động của địa phương, các tình huống khẩn cấp xảy ra ở địa phương hoặc có ảnh hưởng đến địa phương;
- 4) Thông tin về các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ phục vụ cho sản xuất và đời sống của người dân địa phương;
- 5) Bảng tin công cộng truyền tải bằng chữ viết, hình ảnh đến người dân.

#### *d) Đội thông tin cổ động cấp xã*

Đội thông tin cổ động cấp xã là một loại hình thông tin, tuyên truyền cổ động do Ủy ban nhân dân cấp xã thành lập. Thành viên là những người có kinh nghiệm, năng khiếu về tuyên truyền, hoạt động văn hóa, văn nghệ được huy động theo kỳ, cuộc, nhiệm vụ cụ thể. Đội có chức năng tổ chức các hoạt động tuyên truyền cổ động trực tiếp đến người dân ở cơ sở về các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, các lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội của địa phương và đất nước. Tuyên truyền các chủ trương,

phong trào lớn như: “Học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh”; phong trào “Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa”; phong trào “Cả nước chung tay xây dựng nông thôn mới”; Bảo vệ chủ quyền biển, đảo; thực hiện Luật An toàn giao thông; thực hiện nếp sống văn minh trong việc cưới, việc tang, lễ hội... Số lượng đội viên đội thông tin cổ động do Ủy ban nhân dân cấp xã huy động tùy vào điều kiện và nhu cầu thông tin, tuyên truyền của xã.

*e) Điểm bưu điện - văn hóa xã*

Điểm bưu điện - văn hóa xã là mô hình kết hợp cung cấp các dịch vụ về bưu chính, viễn thông cơ bản (bao gồm cả truy cập internet) với việc phổ biến thông tin và đọc sách, báo miễn phí của ngành Bưu điện Việt Nam, cung cấp dịch vụ công cho người dân vùng nông thôn. Điểm bưu điện - văn hóa xã góp phần vào sự phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội khu vực nông thôn, làm cho người dân được hưởng lợi ích của các dịch vụ bưu chính, viễn thông, giúp người dân nông thôn có điều kiện tiếp cận với thông tin, tri thức, nắm bắt chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật Nhà nước, nâng cao dân trí và đời sống văn hoá tinh thần ở nông thôn. Thông qua sự hiểu biết từ đọc sách, báo và sử dụng các dịch vụ bưu chính, viễn thông, dịch vụ công trực tuyến của bà con nông dân, điểm bưu điện văn hóa xã đã thực sự đóng vai trò quan trọng thúc đẩy quá trình phát triển xã hội ở nông thôn.

*g) Tủ sách pháp luật*

Tủ sách pháp luật là nơi lưu giữ, quản lý sách, báo, tài liệu pháp luật để phục vụ nhu cầu nghiên cứu, học tập, tìm hiểu chính sách, pháp luật, phổ biến, giáo dục pháp luật, tiếp cận thông tin pháp luật, hòa giải ở cơ sở của cơ quan, tổ chức, cá nhân. Tủ sách pháp luật được tổ chức tại xã đặc biệt khó khăn, xã biên giới, xã an toàn khu, xã đặc biệt khó khăn vùng bãi ngang ven biển và hải đảo, xã thuộc các huyện nghèo (sau đây gọi chung là xã đặc biệt khó khăn). Tủ sách pháp luật có các bộ phận sách, tài liệu pháp luật được lưu giữ, quản lý dưới dạng giấy và các vật mang tin khác để phục vụ cán bộ, công chức xã, những người làm việc trong các tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức tự quản tại cơ sở và nhân dân trên địa bàn. Chủ tịch Ủy ban nhân dân xã đặc biệt khó khăn quyết định

thành lập tủ sách pháp luật. Quyết định thành lập phải quy định cụ thể về: địa điểm đặt tủ sách pháp luật; người phụ trách và quyền hạn, nhiệm vụ của người phụ trách; phạm vi và đối tượng phục vụ; nội quy hoạt động và kinh phí hoạt động của tủ sách pháp luật. Tủ sách pháp luật phải được đặt ở địa điểm thuận tiện cho cán bộ, nhân dân trong việc đọc, mượn sách, báo, tài liệu như đặt tại phòng tiếp dân, phòng thủ tục hành chính “một cửa” của Ủy ban nhân dân cấp xã hoặc điểm bưu điện - văn hóa xã...

#### *h) Tuyên truyền qua tin nhắn SMS*

Tuyên truyền qua tin nhắn SMS là hình thức thông tin đến các thuê bao điện thoại di động thông qua dịch vụ tin nhắn SMS trên mạng viễn thông di động. Mục đích của việc tuyên truyền qua tin nhắn SMS là phổ biến những thông tin thiết yếu đến người dân, như: Phòng, chống thiên tai, dịch bệnh hoặc các sự cố, vụ việc trong trường hợp đột xuất, bất thường; phổ biến các chủ trương, chính sách, quy định pháp luật mới của Đảng và Nhà nước v.v... Đây là hình thức truyền thông đạt hiệu quả cao do thông điệp tuyên truyền được tiếp cận trực tiếp và nhanh đến từng thuê bao di động; nội dung thông tin ngắn gọn, người dân dễ hiểu, dễ nhớ, dễ vận dụng thực hiện. Chủ thể cung cấp thông tin là các cơ quan, tổ chức gửi yêu cầu nhắn tin đến Bộ Thông tin và Truyền thông hoặc gửi trực tiếp đến các doanh nghiệp di động, trong đó bao gồm đầy đủ các yếu tố như nội dung tin nhắn, phạm vi, thời gian, tần suất nhắn tin. Căn cứ vào đó, các doanh nghiệp di động tổ chức nhắn tin đến đúng đối tượng. Yêu cầu về nội dung tin nhắn: Không vượt quá 640 ký tự (bao gồm cả ký tự dấu Tiếng Việt và khoảng trắng), tức là không được vượt quá 4 bản tin thông thường, trừ các trường hợp đặc biệt. Tiêu đề tin nhắn không vượt quá 11 ký tự viết liền nhau sử dụng chữ cái Latinh, chữ số (từ 0 đến 9) hoặc các ký tự (-), ( ), (.) và khoảng trống. Tiêu đề tin nhắn của hình thức tuyên truyền này thường là tên của các cơ quan, tổ chức đề nghị nhắn tin. Ví dụ: BO\_TTTT, BO Y TE, BO CONG AN, BCĐTWPCCTT... (khác với tin nhắn quảng cáo, tin nhắn thông thường). Tần suất nhắn tin: Không quá 03 lần/01 tuần, trừ trường hợp đặc biệt. Phạm vi nhắn tin: Toàn quốc hoặc phạm vi địa lý của tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương hoặc

nhóm số điện thoại di động xác định... theo đề nghị của cơ quan, tổ chức yêu cầu nhắn tin. Thời điểm nhắn tin: giờ, ngày, tháng, năm; khung giờ gửi tin nhắn cho thuê bao di động là từ 07h00 đến 21h00, trừ trường hợp đặc biệt. Khuyến cáo: Việc nhắn tin diện rộng rất dễ gây nhầm lẫn đối với các tin nhắn rác, tin nhắn quảng cáo, do đó người dân cần kiểm tra kỹ tiêu đề tin nhắn để phân biệt (thông thường là tên của các cơ quan bộ, ngành, tỉnh, thành phố).

### ***i) Tài liệu không kinh doanh phục vụ hoạt động thông tin cơ sở***

*Tài liệu không kinh doanh là gì?*

Tài liệu không kinh doanh là một loại hình thông tin trực quan tác động trực tiếp, chủ yếu vào mắt con người, tạo nên ở họ ấn tượng về một vấn đề nhất định theo mục đích mà người tuyên truyền, người cổ động muốn truyền đạt tới người đọc, làm cho họ hiểu và làm theo.

Đây là hình thức sử dụng phương pháp tác động đến đối tượng thông qua hình ảnh, màu sắc, kiểu chữ, cách trình bày, trang trí... nhằm nhanh chóng thu hút người xem, dẫn dắt suy nghĩ và hành động của họ theo định hướng, trong một thời điểm nhất định

*Các hình thức sử dụng tài liệu không kinh doanh chủ yếu:*

- Tờ áp phích (Tranh cổ động, biểu ngữ, bản trích);
- Tranh cổ động: Là một thể loại đặc biệt của nghệ thuật đồ họa trong nghệ thuật tạo hình, dùng hình vẽ là chính, kết hợp với khẩu hiệu làm phương tiện diễn đạt chủ đề tư tưởng;
- Bản trích: Là một đoạn trích ngắn gọn trong các văn kiện của Đảng và Nhà nước, các câu khẩu hiệu nhằm tuyên truyền, cổ động cho nhiệm vụ nhất định;
- Tờ rơi, tờ gấp... (Là những tài liệu nhỏ gọn, trình bày ngắn gọn và rõ ràng các nội dung cần tuyên truyền);
- Băng, đĩa ghi hình;
- Tranh ảnh lật, mô hình, sa bàn, biểu đồ...

*Các loại tài liệu không kinh doanh được cấp giấy phép xuất bản:*

Tài liệu không kinh doanh được cấp giấy phép xuất bản theo quy định tại Điều 25 Luật xuất bản và Điều 12 Nghị định 195/2013/NĐ-CP bao gồm:

- + Tài liệu tuyên truyền, cổ động phục vụ nhiệm vụ chính trị, các ngày kỷ niệm lớn và các sự kiện trọng đại của đất nước;
- + Tài liệu hướng dẫn học tập và thi hành chủ trương đường lối, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước;
- + Tài liệu hướng dẫn các biện pháp phòng chống thiên tai, dịch bệnh và bảo vệ môi trường;
- + Kỹ yếu hội thảo, hội nghị, ngành nghề của các cơ quan, tổ chức Việt Nam;
- + Tài liệu giới thiệu hoạt động của các cơ quan, tổ chức nước ngoài đang hoạt động hợp pháp tại Việt Nam;
- + Tài liệu lịch sử đảng, chính quyền địa phương;
- + Tài liệu phục vụ nhiệm vụ chính trị của địa phương sau khi có ý kiến của tổ chức đảng, cơ quan cấp trên".

*Thông tin ghi trên xuất bản phẩm theo quy định pháp luật bao gồm:*

Căn cứ Điều 27 Luật Xuất bản 2012 quy định về thông tin ghi trên xuất bản phẩm như sau

- Trên xuất bản phẩm dưới dạng sách phải ghi các thông tin sau đây:
  - + Tên sách, tên tác giả hoặc người biên soạn, người chủ biên (nếu có), họ tên người dịch (nếu là sách dịch), người phiên âm (nếu là sách phiên âm từ chữ Nôm); tên nhà xuất bản hoặc cơ quan, tổ chức được cấp giấy phép xuất bản;
  - + Tên và địa chỉ của tổ chức, họ tên cá nhân liên kết xuất bản (nếu có); họ tên người hiệu đính (nếu có); năm xuất bản, số thứ tự của tập; đối với sách dịch, phải ghi tên nguyên bản; nếu dịch từ ngôn ngữ khác với ngôn ngữ nguyên bản thì phải ghi rõ dịch từ ngôn ngữ nào;
  - + Họ tên và chức danh của tổng giám đốc (giám đốc) chịu trách nhiệm xuất bản; họ tên và chức danh của tổng biên tập chịu trách nhiệm nội dung; họ tên biên tập viên; khuôn khổ sách, số xác nhận đăng ký xuất bản, số quyết định xuất bản của tổng giám đốc (giám đốc) nhà xuất bản hoặc số giấy phép xuất bản của cơ quan quản lý nhà nước về hoạt động xuất bản; họ tên người trình bày, minh họa; họ tên người biên tập kỹ thuật, họ tên người sửa bản in; số lượng in; tên và địa chỉ cơ sở in; thời gian nộp lưu chiểu; mã số sách tiêu chuẩn quốc tế (ISBN);



+ Đối với sách kinh doanh phải ghi giá bán lẻ; đối với sách do Nhà nước đặt hàng phải ghi là “sách Nhà nước đặt hàng”; đối với sách không kinh doanh phải ghi là “sách không bán”.

- Trên xuất bản phẩm không phải là sách phải ghi các thông tin sau:

+ Tên xuất bản phẩm; tên nhà xuất bản hoặc cơ quan, tổ chức được phép xuất bản;

+ Tên và địa chỉ của tổ chức, họ tên cá nhân liên kết xuất bản (nếu có); số xác nhận đăng ký xuất bản, số quyết định xuất bản của tổng giám đốc (giám đốc) nhà xuất bản hoặc số giấy phép xuất bản của cơ quan quản lý nhà nước về hoạt động xuất bản; số lượng in, tên và địa chỉ cơ sở in;

+ Đối với xuất bản phẩm kinh doanh phải ghi giá bán lẻ; đối với xuất bản phẩm do Nhà nước đặt hàng phải ghi là “xuất bản phẩm Nhà nước đặt hàng”; đối với xuất bản phẩm không kinh doanh phải ghi là “xuất bản phẩm không bán”.

- Thông tin quy định tại điểm a khoản 1 Điều này phải ghi trên bìa một của sách và không được ghi thêm thông tin khác; thông tin quy định tại điểm c khoản 1 Điều này phải ghi trên cùng một trang sách; thông tin quy định tại điểm d khoản 1 Điều này phải ghi trên bìa bốn của sách.

- Tổng giám đốc (giám đốc) nhà xuất bản quyết định vị trí ghi các thông tin quy định tại điểm b khoản 1 Điều này trên xuất bản phẩm, trừ trường hợp quy định tại khoản 6 Điều này.

- Đối với xuất bản phẩm điện tử ngoài việc phải có đủ các thông tin quy định tại khoản 1 và khoản 2 Điều này còn phải có các thông tin quản lý xuất bản phẩm điện tử theo quy định của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông.

- Trường hợp bìa một của sách có hình ảnh Quốc kỳ, Quốc huy, Đảng kỳ, bản đồ Việt Nam, chân dung lãnh tụ, người đứng đầu Đảng và Nhà nước thì không ghi tên tác giả, người biên soạn, người chủ biên, họ tên người dịch, người phiên âm trên nền hình ảnh, chân dung đó.

#### **1.4. Các nội dung quản lý nhà nước về thông tin cơ sở**

*Thứ nhất*, xây dựng và hoàn thiện các văn bản quy phạm pháp luật; cần cụ thể hóa và có cách tiếp cận đúng đắn, đầy đủ về thuật ngữ “thông tin cơ sở”, vì

hiện nay các quy định pháp luật tập trung nhiều điều chỉnh đối với các hành vi liên quan đến mạng xã hội, trong khi đó, mạng xã hội chỉ là một loại phương tiện truyền thông xã hội.

*Thứ hai*, xây dựng chế tài phù hợp với đặc trưng trong quản lý nhà nước đối với các phương tiện thông tin cơ sở. Tăng cường quản lý thị trường cung cấp dịch vụ và ứng dụng trên các phương tiện thông tin cơ sở; kiên quyết thực hiện nguyên tắc thông tin cơ sở, các hoạt động thông tin cơ sở phải có trách nhiệm tuân thủ luật pháp. Có chính sách đầu tư, hỗ trợ các phương tiện thông tin cơ sở có nền tảng công nghệ trong nước phát triển; khuyến khích, tạo điều kiện cho các cơ quan, tổ chức trong nước xây dựng mạng thông tin cơ sở nội bộ.

*Thứ ba*, cải cách tổ chức bộ máy quản lý nhà nước về thông tin cơ sở, đảm bảo bộ máy hoạt động hiệu quả đủ sức quản lý lượng thông tin khổng lồ trên truyền thông xã hội, cần tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra việc ứng dụng công nghệ hiện đại vào hoạt động thông tin cơ sở để phòng ngừa, phát hiện, xử lý kịp thời các thông tin sai sự thật, xấu, độc có ảnh hưởng đến ổn định chính trị, xã hội ở cơ sở; chú trọng sử dụng công nghệ, trí tuệ nhân tạo để xử lý, phân loại thông tin. Nâng cao năng lực phân tích, điều tra, nghiên cứu công chúng, đo lường thái độ của người sử dụng internet tham gia truyền thông xã hội đối với những vấn đề được dư luận xã hội quan tâm ở địa phương.

*Thứ tư*, nâng cao năng lực đội ngũ làm công tác thông tin cơ sở, nâng cao kỹ năng tuyên truyền nhằm trang bị nhận thức, hiểu biết về pháp luật, ý thức, trách nhiệm của các cán bộ trong hoạt động thông tin cơ sở. Định hướng giáo dục giá trị cho cán bộ, nhân dân biết và tránh được các biểu hiện đi lệch đường lối, chủ trương, pháp luật của Đảng và Nhà nước và hành vi sai trái; trang bị cho cán bộ hoạt động thông tin cơ sở các kỹ năng tuyên truyền, kỹ năng chất lọc, đưa thông tin một cách đúng đắn, phù hợp. Phát huy vai trò của các tổ chức và cá nhân, nhất là những cán bộ đang thực hiện công tác thông tin cơ sở ở cấp xã.

*Thứ năm*, trang bị điều kiện vật chất, nâng cao chất lượng của các phương tiện thông tin, tuyên truyền chính thống ở cơ sở trong định hướng, dẫn dắt truyền thông xã hội ở địa phương đi đúng hướng, nhất là trước những sự kiện

thu hút sự quan tâm của nhiều người; trong đấu tranh, phản bác các quan điểm sai trái, thù địch. Tạo dựng được một “thế trận” thông tin đủ mạnh, bảo đảm dòng thông tin chất lượng, chính xác, kịp thời từ truyền thông chính thống là thông điệp chủ đạo, là bộ lọc tin cậy về các vấn đề mà địa phương quan tâm.

### **1.5. Công tác thông tin cơ sở trong bối cảnh cách mạng 4.0 và hội nhập quốc tế**

Dưới tác động cuộc CMCN 4.0 và hội nhập quốc tế (HNQT), công tác thông tin cơ sở ở nước ta đang gặp nhiều thách thức, phải đối mặt với các vấn đề quản lý thông tin trên một không gian “mở” nhưng “ảo”, những vấn đề về an ninh truyền thông, hacker, tin tặc, các loại tội phạm thông tin đặc biệt nguy hiểm... Do vậy, công tác thông tin cơ sở của Việt Nam cần đổi mới quan điểm, tư duy và phương thức từ truyền thống sang hiện đại; cần học hỏi kinh nghiệm về các phương thức thông tin cơ sở; xác định rõ thực trạng phát triển thông tin trong bối cảnh cách mạng 4.0 và HNQT, từ đó đề ra giải pháp cấp bách và lâu dài nhằm phát triển công tác thông tin cơ sở và nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động thông tin cơ sở.

Trong công tác thông tin cơ sở, CMCN 4.0 và HNQT tác động đến công tác quản lý và thực thi các hoạt động thông tin cơ sở ở cả chiều rộng lẫn chiều sâu, từ các cơ quan quản lý, cơ quan chức năng của Đảng, Nhà nước tới các doanh nghiệp, tổ chức, từ cấp lãnh đạo, quản lý đến các cấp thực thi trên rất nhiều lĩnh vực khác nhau. Công nghệ và thiết bị tiên tiến trong CMCN 4.0 và HNQT sẽ ngày càng cho phép người dân tiếp cận gần hơn với Chính quyền cơ sở và các cơ quan chức năng để nêu ý kiến và cùng phối hợp hoạt động.

Mặt khác, Chính quyền cấp cơ sở và các cơ quan chức năng cũng ngày càng phải đối mặt với sự tham gia của công chúng vào quy trình đưa ra quyết định khi vai trò trung tâm của họ trong việc thực thi chính sách suy giảm trước sự xuất hiện của các nguồn cạnh tranh mới, sự phân phối lại và phân bổ quyền lực dưới sự hỗ trợ đắc lực của công nghệ. Chính quyền cơ sở và các cơ quan chức năng phải đối mặt với trách nhiệm giải trình trước công chúng trong việc ra quyết sách, cũng như đảm bảo luồng thông tin chính thống có thể đến đúng lúc

và tạo ra những ảnh hưởng tích cực, hạn chế các xung đột, mâu thuẫn, góp phần đảm bảo an ninh xã hội.

Cuộc CMCN 4.0 và HNQT gây ra ảnh hưởng mạnh mẽ đến tất cả các yếu tố của chu trình thông tin cơ sở, bao gồm chủ thể thông tin, nội dung thông điệp, kênh thông tin và đối tượng tiếp nhận và đến toàn bộ quá trình quản lý hoạt động thông tin cơ sở, những ảnh hưởng đó bao gồm:

*Thứ nhất*, các phương tiện thông tin truyền thống đang đối mặt với cuộc chiến sinh tồn. Xu hướng hội tụ thông tin buộc lãnh đạo phải thay đổi cách thức quản lý, vận hành và tổ chức quy trình thông tin cơ sở theo hướng đồng bộ, tinh gọn và hiệu quả. Những người làm công tác thông tin cơ sở cũng cần nắm bắt những xu hướng mới trong quá trình tác nghiệp. Cách mạng công nghệ số cũng đòi hỏi các cán bộ làm công tác thông tin cơ sở phải có các kỹ năng tổng hợp (biết viết, biết nói, biết giao tiếp giỏi, biết quay phim, chụp ảnh hay biết cả đồ họa, dựng hình và lập trình). Sự phát triển của mạng xã hội cũng đòi hỏi những người làm công tác thông tin cơ sở phải có sự linh hoạt và nhạy bén để phân tích và xử lý dữ liệu, thông tin một cách nhanh chóng và chính xác đồng thời phải có kỹ năng chọn lọc và tìm ra được các góc độ tiếp cận mang tính thời sự thu hút sự quan tâm của nhân dân.

*Thứ hai*, các công nghệ được sử dụng trong hoạt động thông tin cơ sở không ngừng biến đổi dẫn đến sự thay đổi trong hành vi tiếp nhận các sản phẩm thông tin của nhân dân. Khác với việc tiếp nhận thông tin thụ động như trước đây, hiện nay, nhân dân không chỉ chủ động lựa chọn thông tin, quyết định thông tin mình muốn tiếp nhận mà còn chủ động tham gia vào quá trình thông tin và góp phần tạo nên thông điệp cho các sản phẩm của hoạt động thông tin đó. Đặc biệt, trong thời đại CMCN 4.0 và HNQT, công tác thông tin cơ sở bị ảnh hưởng của mạng xã hội đã tạo ra thế hệ công chúng 4.0. Mạng xã hội với đặc điểm kết nối và giao lưu giữa người dùng, nên nhanh chóng trở thành “quốc gia” đông dân cư nhất. Với sự phát triển, xâm lấn mạnh mẽ của mạng xã hội, đã thay đổi cách chúng ta giao tiếp và cách thông tin, tuyên truyền với nhân dân trong kỷ nguyên số. Mạng xã hội thúc đẩy tạo ra một xã hội thông tin ở đó mỗi người

dân trở thành một kênh thông tin mang thương hiệu cá nhân. Mỗi người dân thế hệ 4.0 giờ đây đều có thể trở thành kênh thông tin. Nguồn phát thông tin không chỉ độc quyền từ phía báo chí, cơ quan chính quyền địa phương mà mỗi cá nhân đều có thể trở thành nguồn cung cấp. Người dân đã vượt ra khỏi phạm vi bị động trong chu trình chiến dịch thông tin mà trở thành người làm chủ, và có sức ảnh hưởng mạnh mẽ. Vì vậy, những mô hình thông tin truyền thông phải thay đổi, hình thức và nội dung thông điệp trong các chiến dịch thông tin cũng phải biến đổi để phù hợp với cách vận hành trên mạng xã hội.

*Thứ ba*, cùng với sự phát triển của các nền tảng truyền thông, công tác chỉ đạo, quản lý hoạt động thông tin cơ sở đang gặp không ít khó khăn. Sự bùng nổ của mạng xã hội như Facebook, Youtube,... khiến cho những thông tin chính thống từ báo Đảng, đài phát thanh, thông tin từ các cấp chính quyền đến nhân dân phải cạnh tranh gay gắt về độ tin cậy, lợi ích và sự hấp dẫn của thông tin. Công tác thông tin cơ sở phải đối mặt với các vấn đề cạnh tranh thông tin trên một không gian “mở” nhưng “ảo”, những vấn đề về an ninh mạng, hacker tin tặc, các loại tội phạm thông tin đặc biệt nguy hiểm. Do vậy, việc đưa ra biện pháp hợp lý để hạn chế ảnh hưởng xấu của các thông tin sai lệch trên mạng đối với các thông tin chính thống từ phía chính quyền cơ sở là điều vô cùng cấp thiết.

Một mặt, CMCN 4.0 và HNQT có thể có tác động tích cực, tạo ra sự đồng đều về cơ hội cho tất cả các đối tượng ở địa phương cơ sở, đặc biệt là các nhóm yếu thế và các nhóm thiểu số, nhưng đồng thời cũng tạo cơ hội cho những đối tượng ở bên lề xã hội như những thành phần chống đối chính quyền trong phạm vi quốc gia hay thậm chí là lực lượng cực đoan, khủng bố ở phạm vi thế giới. Trên mạng xã hội, các đối tượng này thường ẩn dưới những cái tên giả hay nick ảo. Điều này khiến cho việc điều tra và truy lùng tung tích trở nên phức tạp và khó khăn hơn bao giờ hết. Mặt khác, trong thời đại CMCN 4.0 và HNQT, trong khi có vùng cư dân đã vươn lên 4.0, thì nơi khác có thể mới trải qua giai đoạn 3.0, 2.0, 1.0 hoặc thậm chí chưa trải qua cuộc cách mạng nào. Song họ vẫn đang đồng thời tham gia vào xã hội với những nền tảng nhận thức không đồng đều, nên dễ dẫn đến sự xung đột về sở thích, nhận thức, văn hóa...

## **1.6. Năng lực thông tin cơ sở trong môi trường số**

### ***1.6.1. Khái niệm về năng lực thông tin***

Năng lực thông tin khá phổ biến trong tất cả các ngành nghề và môi trường học tập. Năng lực thông tin có liên quan chặt chẽ tới các chức năng của thông tin. Liên quan tới khả năng đọc và sử dụng thông tin một cách hiệu quả cho mỗi ngày sử dụng. Vì thế, hai thuật ngữ đọc và sử dụng thông tin đã được phân biệt rõ ràng trong khái niệm năng lực thông tin. Năng lực thông tin là khả năng truy cập và đánh giá thông tin cho từng hoàn cảnh và nhu cầu tin của mình. Điều này đồng nghĩa với thuật ngữ năng lực thông tin và công nghệ thông tin, bởi vì công nghệ sẽ không bao giờ làm cho con người bị lỗi thời.

Năng lực thông tin là khả năng con người nhận biết nhu cầu tin, tìm kiếm và đánh giá chất lượng thông tin, lưu trữ và truy cập thông tin, làm cho thông tin có ý nghĩa, sử dụng đúng và ứng dụng các thông tin đó để tạo ra các tri thức thông tin mới.

Năng lực thông tin là một thuật ngữ trong đó bao trùm các khái niệm về kiến thức thông tin và truyền thông, thông tin âm thanh, thông tin hình ảnh, thông tin học thuật, khả năng xử lý thông tin, truy cập và quản lý thông tin.

Năng lực thông tin là khả năng nhận biết được nhu cầu tin, có khả năng tìm kiếm thông tin, sử dụng thông tin hiệu quả đúng nhu cầu cũng như áp dụng các kỹ năng này vào việc học tập suốt đời.

Năng lực thông tin được biết đến khi con người cần thông tin, muốn tìm thông tin ở đâu, làm thế nào để đánh giá, sử dụng và giao tiếp thông tin ở cách thức đúng đạo đức và pháp luật.

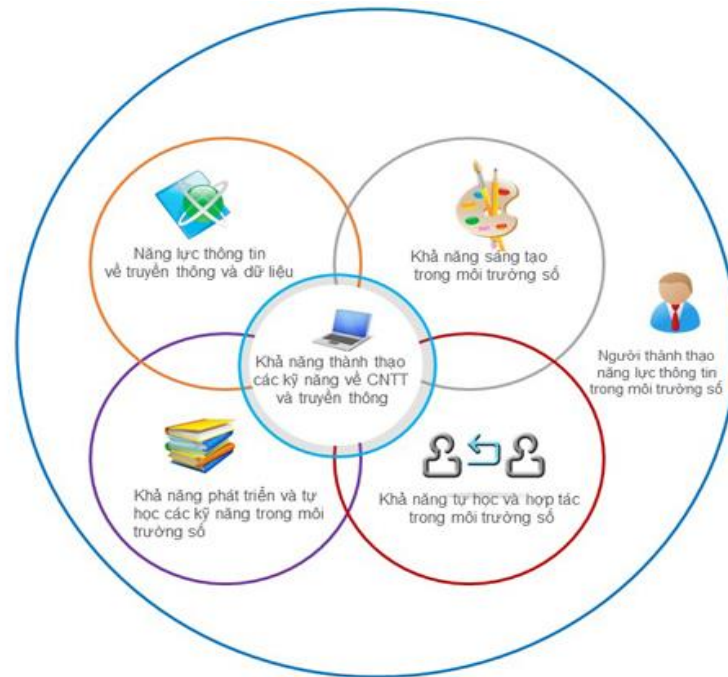
Tóm lại, năng lực thông tin là khả năng có thể xác định, tìm kiếm, truy cập và đánh giá nguồn thông tin một cách hiệu quả nhằm đáp ứng nhu cầu tin và sử dụng thông tin đúng đạo đức và pháp luật.

### ***1.6.2. Khái niệm về năng lực thông tin trong môi trường số***

Năng lực thông tin trong môi trường số là khả năng sử dụng công nghệ thông tin kỹ thuật số, công cụ truyền thông hoặc mạng Internet để xác định vị trí, đánh giá, sử dụng và tạo ra thông tin. Trong đó nhấn mạnh khả năng hiểu và

sử dụng thông tin trong nhiều định dạng từ một loạt các nguồn khi nó được trình bày thông qua máy tính. Khả năng thực hiện nhiệm vụ có hiệu quả trong một môi trường kỹ thuật số... bao gồm khả năng có thể phân tích dữ liệu để tái sản xuất ra dữ liệu và hình ảnh thông qua các nguồn thông tin có được, thông qua đó đánh giá và áp dụng những tri thức mới trong môi trường số và hoạt động phục vụ nhu cầu tin của mình.

Năng lực thông tin là khả năng có thể tìm kiếm, đánh giá, sử dụng, chia sẻ, tạo ra nội dung thông tin mới thông qua các công cụ về công nghệ thông tin và mạng Internet. Các hoạt động đó bao gồm các hoạt động phục vụ việc học tập như viết báo, tạo ra các bài thuyết trình đa phương tiện, hay là một phần của các hoạt động thông tin hàng ngày, đó cũng là một phần của năng lực thông tin trong môi trường số. Đơn giản là cách thức để giải quyết nhu cầu tin của mình.



*Trích dẫn từ: Developing students' digital literacy<sup>1</sup>*

Như vậy, theo hình vẽ trên có thể thấy năng lực thông tin là tổng hoà của các kỹ năng, bao gồm khả năng thành thạo các kỹ năng về công nghệ thông tin và truyền thông, thành thạo năng lực thông tin trong môi trường số, có khả năng

<sup>1</sup> Phát triển năng lực kỹ thuật số của học sinh.

<http://www.jisc.ac.uk/guides/developing-students-digital-literacy>. Retrieved 9/2/2017.

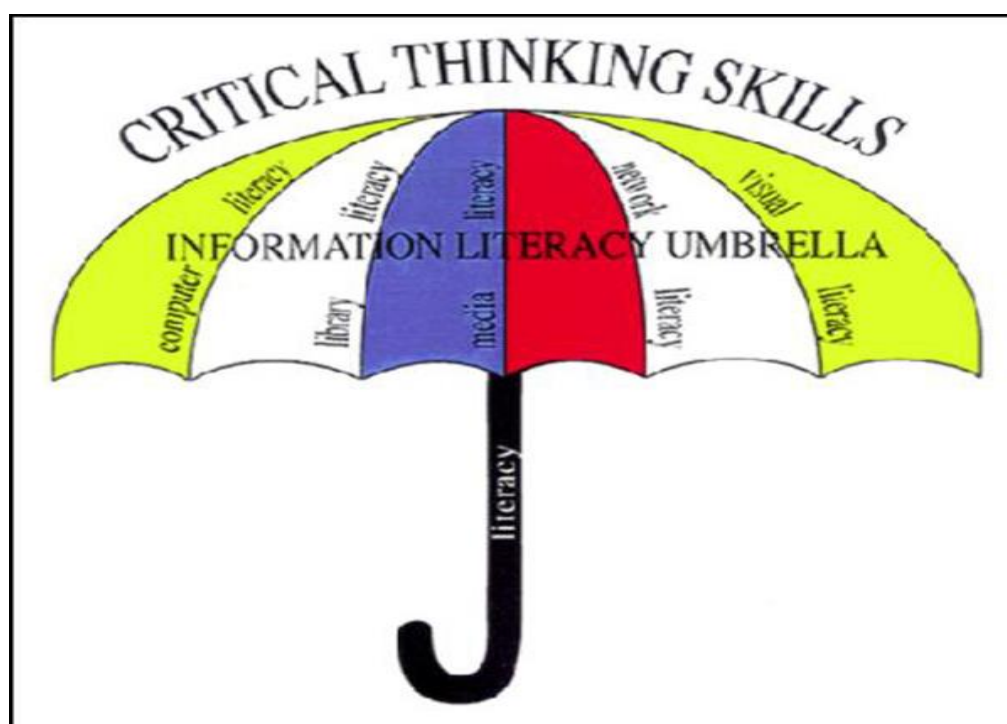
phát triển và tự học các kỹ năng trong môi trường số, có năng lực thông tin về truyền thông và dữ liệu, có khả năng tự học, hợp tác và sáng tạo trong môi trường số.

### 1.6.3. Các mô hình năng lực thông tin

Các mô hình của năng lực thông tin dưới đây đã được nghiên cứu để đáp ứng nhu cầu tự nhiên của hiện tượng này. Mục đích để tìm hiểu sự giống nhau và khác nhau giữa các mô hình đó.

Theo ALA: Các mô hình được đưa ra để đánh giá các kỹ năng năng lực thông tin, nó chỉ ra rằng các phương pháp đánh giá thích hợp liên quan tới các chiến lược sử dụng thông tin của các cơ quan thông tin thư viện đó.

Năng lực thông tin là tổng hoà các kỹ năng bao gồm: Kỹ năng về máy tính; Kỹ năng tìm kiếm trên thư viện; Kỹ năng truyền thông; Kỹ năng mạng; Kỹ năng đồ họa; Khả năng tư duy biện chứng.



Trích dẫn từ: <http://flis.edu.vn><sup>2</sup>

Big 6 là một tổ chức khá nổi tiếng trong hoạt động giảng dạy và tiếp cận các kỹ năng về công nghệ thông tin đã đưa ra một khung chuẩn khá thiết yếu

<sup>2</sup> . <http://www.flis.edu.vn>.



trong việc tiếp cận bất kỳ vấn đề nào về năng lực thông tin. Trong đó tập trung vào khả năng hiểu các nguồn thông tin cụ thể và sử dụng thông tin đúng mục đích như: Xác định nhiệm vụ; Chiến lược tìm kiếm thông tin; Vị trí và truy cập; Sử dụng thông tin; Tổng hợp; Đánh giá thông tin; Xây dựng mô hình này với tám bước cơ bản sau<sup>3</sup>: Nhu cầu thông tin; Các nguồn lực sẵn có; Làm thế nào để tìm kiếm thông tin; Làm thế nào để đánh giá kết quả; Làm thế nào khai thác kết quả; Đạo đức và trách nhiệm sử dụng; Làm thế nào để giao tiếp hoặc chia sẻ thông tin; Làm thế nào để quản lý các nguồn thông tin tìm được.

Người ta có thể bắt gặp các từ đồng nghĩa như “kỹ năng thông tin” hay “kỹ năng nghiên cứu”. Tuy nhiên, năng lực thông tin là một hoạt động cốt lõi trong hoạt động thông tin là nơi thỏa mãn nhu cầu thông tin cho đại đa số quần chúng nhân dân. Nếu UNESCO khẳng định rằng, trong thế giới kỹ thuật số hiện đại, năng lực thông tin “là quyền cơ bản của một con người ” thúc đẩy sự hoà nhập xã hội và khắc phục những bất công của sự phân chia thông tin, cung cấp truy cập miễn phí tới các nguồn thông tin, cung cấp một khuôn khổ cho năng lực thông tin.

#### ***1.6.4. Đào tạo năng lực thông tin***

Các cơ quan thông tin cấp cơ sở không chỉ là nơi cung cấp kiến thức thông tin và phục vụ việc học tập suốt đời mà còn đóng một vai trò giáo dục tích cực tham gia vào quá trình xây dựng kiến thức cho cán bộ, nhân dân.

Một trong những yếu tố nâng cao vị thế của cơ quan thông tin truyền thông là người có năng lực thông tin , họ có đủ trình độ và kinh nghiệm hỗ trợ cho nhân dân sử dụng, tiếp cận, đánh giá và giải thích các nguồn thông tin. Năng lực thông tin thực chất là khái niệm học tập suốt đời. Nhu cầu thông tin được phục vụ cho tất cả các tầng lớp xã hội, do đó đòi hỏi các hình thức và mức hỗ trợ năng lực thông tin phải linh hoạt.

Cán bộ làm công tác thông tin cơ sở có trách nhiệm cung cấp, hướng dẫn trong các phương tiện chính thức và phi chính thức để nhân dân tiếp cận thông

---

<sup>3</sup>Mô hình và khuôn khổ. <http://www.informationliteracy.org.uk/definitions/il-models/>.

tin đó. Ngoài ra, thiết kế các khoá học về năng lực thông tin dựa trên các nguồn lực sẵn có tại các cơ quan thông tin cơ sở. Ví dụ: đào tạo các kỹ năng cơ bản về máy tính, Internet, trình duyệt web, email và vấn đề bảo mật.

Để người làm công tác thông tin cơ sở có năng lực thông tin trong môi trường số thì năng lực họ cần có bao gồm:

1) Kiến thức: Họ phải có kiến thức về công nghệ thông tin, phải biết sử dụng máy tính cá nhân, biết về hệ thống máy tính, biết sử dụng một số phần mềm khác nhau như word, excel, Internet và các mạng xã hội;

2) Kỹ năng: Có kỹ năng xây dựng chương trình thông tin cơ sở trên Internet, xác định chính xác và tính chân thực của tài liệu số có sẵn trên Internet, có khả năng phân biệt giữa các nguồn tin khác nhau;

3) Thái độ: Là cán bộ có thái độ tự tin, hợp tác, tôn trọng, hăng hái giúp đỡ và khả năng mở ra những ý tưởng mới.

## **CÂU HỎI ÔN TẬP**

1) Phân tích đặc điểm, chức năng, các loại hình của hoạt động thông tin truyền thông cơ sở.

2) Trình bày nội dung quản lý nhà nước về thông tin cơ sở

3) Công tác thông tin cơ sở trong bối cảnh cách mạng 4.0 và hội nhập quốc tế, liên hệ thực tiễn Việt Nam

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1) Luật Tiếp cận thông tin 2016

2) Luật xuất bản năm (2012) quy định về thông tin ghi trên xuất bản phẩm

3) Ban Bí thư Trung ương Đảng (khóa XII) ban hành Chỉ thị số 07-CT/TW ngày 05/9/2016 về đẩy mạnh công tác thông tin cơ sở trong tình hình mới

4) Quyết định số 52/2016/QĐ-TTg ngày 06/12/2016 của Thủ tướng Chính phủ ban hành về Quy chế hoạt động thông tin cơ sở, có hiệu lực thi hành từ 01/02/2017

- 5) Quyết định số 1497/QĐ-TTg ngày 08/11/2018 của Thủ tướng Chính phủ ban hành phê duyệt Chiến lược phát triển thông tin quốc gia đến năm 2025, tầm nhìn 2030 trên các loại hình thông tin: Báo chí, xuất bản, thông tin công cộng trên Internet, thông tin cơ sở
- 6) Quyết định số 135/ QĐ-TTg ngày 20/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ ban hành phê duyệt “Đề án nâng cao hiệu quả hoạt động thông tin cơ sở dựa trên ứng dụng công nghệ thông tin”,
- 7) GS.TS Tạo Ngọc Tấn, Báo chí truyền thông hiện đại, Thực tiễn, Vấn đề, Nhận định, NXB Chính trị Quốc gia Sự thật
- 8) Học viện Báo chí tuyên truyền (2018), Truyền Thông Lý Thuyết Và Kỹ Năng Cơ Bản, Nhà Xuất Bản Thông Tin Và Truyền Thông

## **Chuyên đề 2**

# **Kỹ năng sản xuất chương trình cho đài truyền thanh cấp xã**

### **2.1. Vai trò của chương trình đài truyền thanh cấp xã đối với công tác thông tin cơ sở**

Trước sự phát triển mạnh mẽ của các loại hình thông tin, Đài truyền thanh cơ sở vẫn giữ vai trò quan trọng trong đời sống xã hội với những ưu điểm mà không có loại hình truyền thông nào thay thế được.

Với lợi thế kịp thời, tiện ích, phủ sóng diện rộng... thời gian qua, hệ thống truyền thanh cơ sở có vai trò quan trọng, chuyển tải kịp thời chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước, của tỉnh và địa phương đến với người dân. Đặc biệt, trong bối cảnh dịch bệnh, thời tiết diễn biến phức tạp, hệ thống truyền thanh cơ sở càng cho thấy hiệu quả thiết thực, giúp người dân tiếp cận được những cảnh báo từ ngành chức năng, địa phương nhanh, giảm tổn thất thấp nhất.

Hệ thống này về cơ bản đã cung cấp kịp thời thông tin, kiến thức thiết yếu tới người dân, đặc biệt trong những tình huống khẩn cấp, cần thông tin nhanh như bão lũ, thiên tai, phòng chống dịch bệnh. Hệ thống truyền thanh cơ sở luôn phát huy vai trò trong thực tiễn, không chỉ định hướng thông tin mà còn là phương tiện quan trọng để tuyên truyền, vận động người dân thực hiện tốt các phong trào thi đua. Hệ thống truyền thanh ở cơ sở luôn bám sát nhiệm vụ chính trị của địa phương, tuyên truyền, phản ánh kịp thời các sự kiện thời sự chính trị nổi bật diễn ra trên địa bàn; kết quả thực hiện các nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội, quốc phòng - an ninh; các giải pháp đảm bảo an sinh xã hội, các phong trào thi đua yêu nước; cổ vũ các tập thể, cá nhân điển hình tiên tiến. Đặc biệt, trong thời gian qua đã thực hiện tốt tuyên truyền về xây dựng nông thôn mới; phòng, chống dịch Covid-19; phòng chống các tệ nạn xã hội; phòng chống các âm mưu thù địch của các thế lực...

Người dân trong xã cũng lĩnh hội được nhiều thông tin hữu ích từ hoạt động của đài truyền thanh xã, cụm loa truyền thanh thôn, bản, hệ thống đài xã,

cum loa truyền thanh thôn thông tin kịp thời cảnh báo của cơ quan chức năng, gia đình bà và bà con chủ động thu hoạch mùa màng, bảo vệ đàn vật nuôi, không để xảy ra thiệt hại.

## **2.2. Đặc điểm của chương trình đài truyền thanh cấp xã**

*Một là, tỏa sóng rộng khắp:* là sự quảng bá nhờ phủ sóng điện từ trong phạm vi rộng lớn, có thể nói phát thanh không có giới hạn về khoảng cách, vì thế nó mang tính chất xã hội hóa rất cao. Thông tin xã hội hóa cũng có khả năng tạo hành động có tính xã hội hóa lớn.

*Hai là, thông tin nhanh:* tiếp cận đồng thời thông tin được truyền qua sóng điện từ và hệ thống truyền thanh có thể rất gần ở mọi khoảng cách trong phạm vi toàn cầu. Trong một số trường hợp như tường thuật trực tiếp, cầu truyền thanh... phát thanh có thể ngay lập tức thông báo cho công chúng biết được về sự kiện ở chính thời điểm mà nó diễn ra. Không giống phương thức tiếp nhận qua báo in. hàng triệu chính giả phát thanh đồng thời được nghe một thông tin ở cùng một địa điểm. có lẽ đây cũng chính là điều khiến Lenin, cách đây gần một thế kỉ đã nhận xét: “ phát thanh là là cuộc mít ting của hàng triệu quần chúng”.

*Ba là, thông tin phụ thuộc vào quy luật thời gian:* Khi đọc báo người đọc có thể chủ động xem những tác phẩm mà họ quan tâm ở bất kì trạng thái nào. Không giống như vậy, thính giả phát thanh bị phụ thuộc hoàn toàn vào quá trình thông tin của radio. Họ phải nghe thông tin một cách tuần tự từ đầu đến cuối một cách hoàn toàn bị động.

*Bốn là, thông tin sống động, riêng tư, thân mật:* Đặc điểm này thể hiện rõ nét nhất khi so sánh phát thanh với báo in. Đối với phát thanh, thính giả được nghe thông tin qua giọng đọc. Nghĩa là thông tin được truyền đến họ, thông qua giọng nói của những người cụ thể nên gắn liền với những kỹ năng như độ cao, cường độ và đặc biệt là tiết tấu, ngữ điệu giọng nói tự nó có sức thuyết phục bởi tính chất sôi động và tạo ra sự hấp dẫn, lôi kéo thính giả đến với chương trình. Điều đó đòi hỏi người thực hiện chương trình phát thanh phải lựa chọn cách nói sao cho thật riêng tư, thân mật như đang nói với từng người.

*Năm là, sử dụng âm thanh tổng hợp (gồm lời nói, tiếng động, âm nhạc):* công chúng của báo phát thanh là rộng lớn và đa dạng, nếu xét riêng trong sự so sánh với truyền hình, báo phát thanh nổi lên ở việc quan trọng nhất là sử dụng âm thanh tổng hợp bao gồm lời nói, tiếng động âm nhạc tác động vào thính giác. Như vậy, đây không phải là phương thức tác động duy nhất mà còn là đặc trưng cơ bản của báo phát thanh tương quan so sánh với những loại hình báo chí khác đó là quần thể dân cư không phân biệt trình độ học vấn, mọi đối tượng (chỉ trừ người điếc) đều có thể tiếp nhận thông tin qua radio. Âm thanh không bị phụ thuộc vào hình ảnh và chữ in nên có nhiều thuận lợi trong khi khái thác, sử dụng âm thanh.

### **2.3. Các loại chương trình cho đài truyền thanh cấp xã**

Nội dung các chương trình phát thanh của Đài Truyền thanh cấp xã tập trung thông tin về hoạt động chỉ đạo, điều hành của chính quyền cấp xã; cung cấp thông tin, kiến thức thiết yếu đối với đời sống hằng ngày của người dân địa phương phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội của địa phương; cung cấp thông tin về chính sách, pháp luật của Nhà nước liên quan trực tiếp đến người dân ở địa phương; những quy định của chính quyền xã và hoạt động chính trị, kinh tế, xã hội ở địa phương, cơ sở.

Các loại chương trình phát thanh phổ biến: 1) Chương trình phát thanh tin tức tổng hợp; 2) Chương trình phát thanh tin tức đặc biệt; 3) Chương trình chuyên đề.

#### ***1) Chương trình phát thanh tin tức tổng hợp***

Kết cấu chương trình thời sự tổng hợp thường có thời lượng 30 phút (một số địa phương thực hiện chỉ thực hiện trong 15 phút) với 4 phần chính:

- Phần bản tin thời sự
- Phần bài, tiết mục
- Mục khách mời phỏng thu
- Những thông tin về thời tiết, dân số, tình hình giao thông, giá cả thị trường
- Giá vàng, chứng khoán, giờ tàu xe chạy...

## **2) Chương trình phát thanh tin tức đặc biệt**

Cấu trúc chương trình tin tức đặc biệt thường có các phần sau:

- Thông tin tư liệu - Bình luận - Khẳng định ý nghĩa mà sự kiện mang lại;
- Tường thuật trực tiếp đầy đủ sự kiện;
- Phỏng vấn những nhân chứng, người có liên quan.

## **3) Chương trình phát thanh chuyên đề**

Cấu trúc chương trình chuyên đề thường có các phần sau:

- Giới thiệu chương trình chuyên đề;
- Phần tin chuyên đề;
- Diễn đàn hoặc phỏng vấn;
- Mẫu chuyện hoặc tiểu phẩm minh họa tiểu phẩm

## **2.4. Các nguyên tắc của sản xuất chương trình cho đài truyền thanh cấp xã**

1) Viết cho tai nghe chứ không phải để đọc nên ngôn ngữ nói và ngôn ngữ viết có thể khác nhau rất nhiều và điều này cần phải được ghi nhớ mọi lúc, sử dụng hình ảnh, sử dụng các sự kiện có liên quan, nói lời của người phát thanh khi người đó viết chúng, đi thẳng vào trọng tâm, giọng nói thân mật, ấm áp.

2) Trọng tâm vào phát các thông tin về phổ biến, quán triệt quan điểm, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước;

3) Trọng tâm vào việc thông báo kịp thời, có định hướng các vấn đề thời sự quan trọng trong nước và quốc tế, các vấn đề nóng mà dư luận quan tâm;

4) Tập trung vào các thông tin để thỏa mãn những ý kiến, tâm tư nguyện vọng của người dân về các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước và của địa phương;

5) Tập trung tạo ra sự thống nhất về nhận thức, tư tưởng trong Đảng và trong xã hội, củng cố niềm tin, cổ vũ các phong trào hành động cách mạng, thực hiện thắng lợi các nghị quyết của Đảng, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của địa phương;

6) Định hướng thông tin, tuyên truyền, động viên, cổ vũ, tạo ra sự chuyển biến từ nhận thức đến hành động đối với người nghe.

## **2.5. Kỹ năng sản xuất chương trình cho đài truyền thanh cấp xã**

### **2.5.1. Một số vấn đề cơ bản về đài truyền thanh cấp xã**

Đài truyền thanh cấp xã là phương tiện tuyên truyền các chủ trương của Đảng, Nhà nước, chính sách phát triển kinh tế - xã hội của địa phương; phổ biến kiến thức, kinh nghiệm sản xuất; các biện pháp kỹ năng phòng tránh dịch bệnh, lũ lụt; biểu dương người tốt việc tốt; phê phán cái xấu, cái tiêu cực Đài truyền thanh cấp xã tạo điều kiện cho bà con nói được suy nghĩ của mình về các vấn đề mà bà con quan tâm; gửi gắm tâm tình, suy nghĩ với Đảng, Nhà nước, cấp ủy, chính quyền cơ sở

Những yêu cầu về tổ chức đối với đài truyền thanh cấp xã:

- 1) Phải xác định được nhiệm vụ hoạt động của đài truyền thanh;
- 2) Nhân lực của đài truyền thanh cấp xã là công chức kiêm nhiệm hoặc người hoạt động không chuyên trách cấp xã làm các nhiệm vụ biên tập, phát thanh và vận hành kỹ thuật, có thể là 2 -3 người nhưng nhiều nơi chỉ có 01 người;
- 3) Xây dựng được quy chế hoạt động của đài;
- 4) Xây dựng lịch khung giờ phát sóng;
- 5) Xây dựng kế hoạch tuyên truyền;
- 6) Tổ chức sản xuất tin, bài và thiết lập đội ngũ cộng tác viên;
- 7) Phải hiểu đối tượng người nghe:

Ở cơ sở, người nghe chủ yếu là bà con sinh sống trên địa bàn. Người làm chương trình phát thanh cần nắm rõ và hiểu sâu về người nghe của mình như: tập quán sinh sống, đặc thù công việc, thói quen hàng ngày, nét văn hóa đặc trưng... Để sản xuất những nội dung tin, bài phù hợp và phát sóng đúng vào thời điểm nhiều người nghe được.

a) *Với người nghe ở khu vực nông thôn:*

Đối tượng nghe đài chủ yếu là bà con nông dân. Đặc điểm là dậy sớm, đi làm đồng, lên nương, rẫy sớm, vì vậy chương trình nên chọn những giờ phát sóng phù hợp như vào lúc sáng sớm trước lúc bà con đi làm từ 5h00 đến 6h00 hoặc lúc chiều muộn, khi bà con đi làm về từ 17h00 đến 18h00.



Về nội dung, ngoài các chủ trương, chính sách, tin tức hoạt động của địa phương, cần tăng cường chuyên mục giới thiệu về gương sản xuất, kinh doanh giỏi; tư vấn, hướng dẫn, chỉ dẫn những kỹ thuật sản xuất nông nghiệp; tin tức về thời tiết nông vụ...

b) *Với người nghe khu vực thành thị:*

Đối tượng nghe chủ yếu là bà con thành thị như cán bộ hưu, tiểu thương, nội trợ... Đặc điểm là dẫy muộn hơn và công việc chủ yếu nội trợ gia đình và buôn bán nhỏ, vì vậy giờ buổi sáng có thể phát muộn hơn so với người ở nông thôn. Buổi sáng từ 6h30 đến 7h00 hoặc buổi chiều từ 16h00 đến 17h00.

Về nội dung chương trình, cần tăng cường các tin tức thời sự chính trị; những chính sách kinh tế của Đảng và Nhà nước, những tư vấn, hướng dẫn về nuôi dạy con cái, quan hệ gia đình, kỹ năng tổ chức các hoạt động xã hội từ thiện, về phòng chống dịch bệnh, gương người tốt việc tốt...

### ***2.5.2. Yêu cầu đối với sản xuất chương trình phát thanh cấp xã***

Chương trình phát thanh là tổng thể từ nhạc hiệu đến lời chào hết. Chương trình phát thanh thường có thời lượng 15 phút gồm:

- Nhạc hiệu;
- Lời chào và giới thiệu nội dung chính;
- Bản tin tổng hợp các hoạt động của cấp ủy, chính quyền, xã, phường, đoàn thể;
- Tiết mục, chuyên mục: Xây dựng nông thôn mới, An toàn giao thông, Bảo vệ và giáo dục trẻ em, Người tốt việc tốt, gương sản xuất, kinh doanh giỏi...
- Tư vấn, chỉ dẫn, hướng dẫn
- Những thông báo của địa phương
- Dự báo thời tiết
- Chào hết.

Để tăng cường tính giải trí, có thể phát các bài hát theo thư yêu cầu, quà tặng âm nhạc hoặc giới thiệu các hạt nhân văn nghệ, thơ ca của địa phương...

### ***2.5.3. Những lưu ý khi sản xuất chương trình phát thanh.***

Những nguyên tắc viết tin, bài cho phát thanh: Viết cho phát thanh là viết cho người nghe nên phải:

- Dùng cách nói hằng ngày.
- Giản dị, thân mật.
- Câu ngắn, ý rõ.
- Dễ nói, dễ nghe.

Đài truyền thanh phản ánh cái bây giờ - cái lúc này vì vậy cần sử dụng thì hiện tại. Hạn chế sử dụng thì quá khứ, từ “đã” mà nên dùng các từ ”vừa”, “mới đây”, “cách đây ít phút”...

Diễn đạt rõ ràng, mạch lạc: Thông tin phát trên đài người nghe không thể nghe lại như đọc lại thông tin trên báo. Vì thế, diễn đạt trên đài truyền thanh phải giúp người nghe dễ dàng nắm ngay được những thông điệp cốt lõi.

Viết như nói: Khi nói, mọi người thường sử dụng mẫu câu đơn giản: chủ ngữ - vị ngữ - bổ ngữ nên viết tin cho phát thanh cũng nên theo cách đó kiểu: “Tôi mua cá, mua rau rồi mới về nhà” hoặc “Tôi về nhà sau khi mua cá và mua rau”.

+ Kỹ năng viết một số dạng tin, bài cụ thể: Cách viết tin phát thanh: Tin là cách thông báo, phản ánh một sự việc, sự kiện...mới xảy ra ở địa phương tới người nghe một cách ngắn gọn, kịp thời nhất, chưa đi sâu phân tích, đánh giá, giải quyết vấn đề. Tin phát thanh thường kèm theo đoạn phỏng vấn nhân vật, nhân chứng, chuyên gia... để tăng độ tin cậy, thuyết phục và tính hấp dẫn.

+ Đặc điểm tin phát thanh:

- Phản ánh cái mới, có tính thời sự.
  - Phản ánh vấn đề được nhiều người quan tâm
  - Phản ánh vấn đề tác động đến nhiều người.
  - Số liệu cụ thể, trực tiếp.
  - Ngôn ngữ mang tính thông báo, trung tính, không rườm rà.
  - Tin trả lời các câu hỏi: Ai?; Cái gì? Ở đâu? Khi nào? Tại sao? Như thế nào?
- Mỗi tin chỉ tiếp cận ở một khía cạnh, một chủ đề chính.

Câu sử dụng trong tin ngắn, cô đọng, xúc tích. Sử dụng ít con số, nếu cần có thể phải làm tròn tất cả các con số

Không được viết tắt, dù là tên những tổ chức đã quá quen thuộc.

+ Cấu trúc tin: Tin có hai phần chính, mở đầu và thân tin.

+ Phần mở đầu: Nêu những thông tin quan trọng nhất, thông điệp chính của tin. Câu mở đầu rất quan trọng đó là cơ hội để thu hút người nghe, vì vậy câu đầu tiên phải đưa ra thông tin hấp dẫn nhất. Câu mở đầu phải ngắn gọn, xúc tích, đi thẳng vào vấn đề, không dùng những trích dẫn dài dòng, những con số khó nhớ.

+ Phần thân tin: Đưa ra những chi tiết cụ thể, những câu trích dẫn, những con số và thêm bối cảnh lịch sử để bổ sung cho phần mở đầu.

+ Nên sử dụng mô hình Kim tự tháp ngược. Theo đó, các chi tiết, dữ kiện, số liệu quan trọng nhất, có giá trị nhất được đưa lên đầu tin, sau đó giảm dần giá trị của thông tin ở phần giữa. Kết bài là yếu tố phụ, giải thích. Đây là cấu trúc được sử dụng nhiều vì sự hiệu quả, hấp dẫn. Thông tin quan trọng nhất được đưa ngay lên trên đầu để thu hút người đọc, để phù hợp thói quen đọc nhanh, và họ dễ nắm ý chính của bài.

Phân loại tin: Tùy mục đích, khuôn khổ chương trình phát thanh, tùy mức độ quan trọng của sự kiện, sự việc mà viết tin để trả lời các câu hỏi 5W + 1H một cách hợp lý.

- Tin ngắn/ tin vắn:

+ Dưới 200 chữ. Ai? Làm gì? Ở đâu? Khi nào?

+ Không kèm nhận xét, đánh giá, trích dẫn.

- Tin sâu: 300 - 500 chữ. Ai? Cái gì? Ở đâu? Khi nào? Như thế nào, Tại sao? Có thể trích dẫn thêm phát biểu, nhận xét, đánh giá...

(Lời phát biểu của nhân vật chỉ trích dưới 1 phút, không nên sử dụng quá dài dòng)

***Cách viết bài cho phát thanh:***

Bài viết là cách truyền tải thông tin trả lời được các câu hỏi 5W + 1H, nhưng mức độ thông tin sâu hơn, chi tiết hơn, kèm theo các lý giải, đánh giá, giải quyết vấn đề. Bài viết trong chương trình phát thanh nên ở mức tối đa là 700 - 800 chữ.

*Đặc điểm:* Bài viết sẽ nêu ra một ý chính rồi giải quyết từ ý chính đó.

Bài vẫn đảm bảo yêu cầu về tính thời sự, xác thực, cụ thể, trực tiếp.

*Kết cấu gồm 3 phần:* Mở bài - thân bài - kết luận.

Ngôn ngữ: Có thể kết hợp nhiều phong cách, từ ngắn gọn, chính xác, nghiêm túc đến giàu cảm xúc, mềm mại.

Bài viết cho phát thanh là sự kết hợp hợp lý, nhuần nhuyễn giữa lời nói, tiếng động, âm nhạc.

*Bố cục bài viết:*

1) Tên bài: Nêu được ý chính của bài viết; tên bài không nên quá 20 từ

Lời dẫn: Là giới thiệu, mời người nghe nghe bài viết. Lời dẫn viết tối đa là 5 dòng, in nghiêng, tóm tắt ý tưởng, thông điệp chính của bài viết. Lời dẫn trả lời các câu hỏi: Ai? Cái gì? Ở đâu? Khi nào? Và đưa ra lời mời người nghe theo dõi. Cách viết lời dẫn phải mềm mại, có tính chất vừa mời mọc, quảng bá...khiến người nghe muốn nghe bài viết của bạn.

2) Mở đầu: Khác với tin, mở đầu bài viết trên phát thanh có thể bằng một câu chuyện, một lời trích dẫn, những con số; có thể bằng một bài hát nền, một đoạn tiếng động hiện trường...Phần mở đầu của bài viết (còn gọi là phần “tán công thánh giá”) cần được đầu tư nhiều. Câu đầu tiên phải viết hay để giữ người nghe lại, đưa người nghe vào thẳng vấn đề.

3) Thân bài:

Cung cấp các thông tin mở rộng, sâu sắc hơn bằng chi tiết, con số, lời phát biểu. Việc sử dụng các trích dẫn phát biểu của nhân vật nói về: cảm xúc, kể lại hoặc nhận xét, đánh giá là rất cần thiết để bài viết trên đài phát thanh sinh động, hấp dẫn, khách quan và trung thực hơn, nhưng phải ngắn gọn, tiêu biểu, đảm bảo chất lượng âm thanh.

Việc sử dụng chi tiết, con số để cho bài viết vừa mềm mại lại chính xác, nhưng chi tiết phải được chọn lọc, con số phải làm tròn.

Nên sử dụng tiếng động hiện trường và âm nhạc để giúp bài viết chân thực, sinh động hơn.

4) Kết bài: Có một số cách kết bài là:

Kết đóng: Tóm lại ý chính của bài, kêu gọi hành động.

Kết mở: Đưa ra các suy tư, trăn trở, gợi mở hướng đi, vấn đề mới.

Có thể sử dụng trích dẫn, câu hỏi làm kết.

Lưu ý khi đọc bản tin phát thanh:

- Hãy tập đọc trước để hình dung ra câu chuyện, bối cảnh thông tin.
- Hãy vừa viết vừa đọc thầm, có thể bạn sẽ phát hiện ra những từ khó hiểu, dễ vấp để sửa kịp thời.
- Hãy vừa đọc vừa tưởng tượng có người đang nghe mình đọc, bạn sẽ đọc tự nhiên hơn.
- Tách câu thành các ý ngắn, đọc hết một ý mới dừng lại.
- Khi đọc sai, hãy bình tĩnh xin lỗi và sửa lại từ vừa đọc.

#### **2.5.4. Các kỹ năng xây dựng chương trình cho đài truyền thanh cấp xã**

##### *a) Kỹ năng thiết lập phần cứng*

Khi thiết lập phần cứng cho chương trình cần hai thành phần để thiết lập đài phát thanh cộng đồng hoạt động đó là: sản xuất và quá trình lây truyền.

Trong sản xuất, bạn sẽ cần các thành phần sau: 1) Âm học cho phòng thu của bạn; 2) Bàn trộn âm; 3) Đơn vị lai; 4) Máy trạm âm thanh có card âm thanh; 5) Micro; 6) Tai nghe; 7) Máy ghi flash; 8) Giám sát loa; 9) Cáp và đầu nối; Bộ lưu điện.

Trong Truyền tải, bạn sẽ cần các thành phần sau: 1) Máy phát FM (50 Watt); 2) Ăng-ten; 3) Cáp trung chuyên (Foam Feed) dài khoảng 50 mét.

##### *b) Kỹ năng thiết lập phần mềm*

Đối với đài phát thanh cộng đồng, chúng tôi khuyên bạn nên sử dụng phần mềm Nguồn mở và Miễn phí hiện có sẵn cho cả người mới bắt đầu và người dùng thành thạo. Ubuntu Studio là một lựa chọn tốt cho Hệ điều hành, trong khi bạn có thể khởi động Audacity để ghi và chỉnh sửa.

Đối với máy tính dùng để sản xuất, cấu hình như sau là đủ: 1) Dung lượng ổ cứng 80 GB; 2) RAM 1 GB; 3) DVD ROM (tốt nhất là ghi DVD); 4) Card âm thanh ngoài (không quan trọng nhưng hướng tới việc có một cái); 5) Sau khi thành lập studio, bắt đầu xác định những thành viên sẵn sàng cộng đồng quan

tâm đến việc tương tác với đài phát thanh; với tư cách là nhà sản xuất, nghệ sĩ lồng tiếng, ca sĩ, v.v. Những thành viên cộng đồng này cần được đào tạo về kỹ năng sản xuất, các quy tắc và quy định theo chính sách, những điều nên và không nên làm của đài phát thanh, v.v. Việc tạo điều kiện cho một chương trình đào tạo giới thiệu các định dạng radio và cung cấp một số khuôn khổ để làm việc là quan trọng. Tuy nhiên, người làm chương trình có thể được động viên để tạo ra một số định dạng chương trình sáng tạo và độc đáo.

*c) Kỹ năng thiết lập chiến lược tổ chức*

Kỹ năng thiết lập chiến lược tổ chức đóng góp là đài phát thanh cộng đồng được sử dụng như một công cụ chiến lược để tăng cường sự gắn kết trong cộng đồng dân cư các cộng đồng dân cư mà các đài phát thanh xã hiện đang làm việc và mang lại sự tham gia nhiều hơn của mọi người vào quá trình phát triển chất lượng thông tin của đài phát thanh xã.

*d) Kỹ năng lập kế hoạch*

Để thực hiện được mục tiêu của đài phát thanh xã, cần chuẩn bị các công việc sau: 1) Rà soát công nghệ hiện có được lắp đặt trong phòng thu radio; 2) Xem xét một số ví dụ về đài phát thanh cộng đồng và một số kỹ thuật sản xuất được sử dụng; 3) Sản xuất các đoạn radio mẫu sử dụng nhiều định dạng khác nhau; 4) Đánh giá và các bước tiếp theo.

Việc lập kế hoạch cần quan tâm các câu hỏi sau:

*Một là, ai sẽ là người tham gia trực tiếp tham gia vào đài phát thanh cộng đồng?* Đây là những người sẽ có những kỹ năng kỹ thuật cần thiết để sản xuất và quan trọng hơn là biên tập các chương trình trên đài phát thanh cộng đồng. Họ sẽ là động lực để cộng đồng đến nói chuyện trên đài của họ, trong khi chính họ có thể biên tập và trộn các chương trình, sau đó phát sóng các chương trình này trên sóng.

*Hai là, trong thời gian bao lâu?* Chương trình phát thanh này sẽ kéo dài trong bao lâu, nó có thể được rút ngắn hoặc kéo dài tùy theo hoàn cảnh, nhưng nếu được lựa chọn thì càng ngắn sẽ càng lý tưởng.

*Ba là, âm thanh kỹ thuật số được sử dụng thế nào?* Âm thanh kỹ thuật số giờ đây dễ dàng hoạt động với chi phí thiết bị thấp. Dạng âm thanh kỹ thuật số phổ biến nhất là mp3, mặc dù các dạng khác như wav, wma, ogg, v.v. cũng được sử dụng. Âm thanh đã ghi cũng có thể được chuyển đổi sang mp3, giúp nén âm thanh, tạo điều kiện lưu trữ lượng lớn âm thanh. Để ghi âm tại phòng thu, có thể ghi trong Audacity, mặc dù chúng ta nên tải xuống bộ mã hóa LAME. Tập .dll của LAME phải được sao chép vào thư mục Audacity. Để ghi âm tại hiện trường, có thể mua máy ghi âm hiện trường chi phí thấp, ghi âm ở định dạng wav hoặc mp3 và có thể được chuyển sang PC qua cáp USB.

*e) Kỹ năng định dạng cho đài phát thanh*

Các định dạng phổ biến cho đài phát thanh là:

- 1) Jingle- Kéo dài khoảng 30 giây đến một phút, tóm tắt danh tính của một đài, một quảng cáo hoặc một thông điệp xã hội.
- 2) Báo cáo- Nói về những sự thật khó hiểu, kéo dài từ 5 phút đến 15 phút.
- 3) Tính năng- Có thể đề cập đến những câu chuyện nhẹ nhàng, những câu chuyện được quan tâm của con người và dài hơn một chút so với báo cáo.
- 4) Tin tức- Tổng hợp các sự kiện địa phương.
- 5) Phim tài liệu- Định dạng radio dài hơn, thường khám phá một vấn đề rất chi tiết, với những phân tích chuyên sâu, v.v.
- 6) Kịch - Có thể sử dụng theo ý tưởng, cần diễn viên, cần kịch bản tốt và sự phối hợp giữa các diễn viên. Điều này cũng có thể được thực hiện theo từng giai đoạn.
- 7) Phỏng vấn - Có hai người tham gia, một người đặt câu hỏi và một người trả lời câu hỏi.
- 8) Thảo luận nhóm - Một người điều phối và tạo điều kiện cho cuộc thảo luận giữa hai hoặc nhiều người thường có quan điểm khác nhau
- 9) Tranh luận - Một người tạo điều kiện cho cuộc thảo luận giữa hai người có quan điểm ủng hộ và phản đối một vấn đề nhất định

10) Điện thoại trong chương trình - Một hoặc hai người dẫn chương trình ngồi tại trường quay có thể mời các thành viên cộng đồng gọi điện, thường là về một vấn đề duy nhất.

*g) Kỹ năng sử dụng Studio sản xuất*

Khi mọi người đến trường quay để thực hiện chương trình, hãy đảm bảo rằng họ có không gian và thời gian để thực hành những gì họ muốn nói. Đồng thời đảm bảo rằng họ có một số giấy và bút để họ có thể viết ra những gợi ý, v.v. Nhóm trường quay có thể thông báo trước cho họ khoảng năm phút để họ chuẩn bị cho chương trình của mình. Trước tiên, hãy kiểm tra mức độ của họ để xem liệu âm thanh đó có tốt không, có âm thanh pop hay không hoặc có hai người đang dùng chung micrô hay không, sau đó đảm bảo rằng cả hai giọng nói đều ổn.

Điều cuối cùng là đảm bảo rằng chúng ta liên tục hướng dẫn mọi người trong suốt chương trình, đưa ra chỉ dẫn để đến gần micrô hơn hoặc di chuyển ra xa hơn, v.v. Nếu đó là chương trình trực tiếp tại phòng thu, hãy đảm bảo bạn giải thích các quy tắc và các quy định của studio trước khi phát sóng trực tiếp. Điều này có thể tránh được rất nhiều rắc rối sau này.

Ngoài ra, đừng bao giờ treo các biển báo cấm như im lặng hoặc cấm các quy tắc và quy định. Cần luôn làm cho cộng đồng cảm thấy được chào đón và đó là không gian của họ. Bằng cách này, họ sẽ cảm thấy muốn quay lại để thực hiện nhiều chương trình hơn.

*h) Kỹ năng sản xuất tại hiện trường*

Sử dụng máy ghi âm tại hiện trường, chúng ta có thể ghi lại giọng nói của những người bên ngoài phòng thu. Nói chung, chúng ta nên ghi nhớ một số điều như đứng quay lưng lại với gió, để phòng âm thanh pop và tạm dừng ghi âm khi có xe cộ đi ngang qua. Đây là chế độ ưu tiên dành cho các chương trình như vox-pops. Trong trường hợp của một phỏng vấn, hẹn trước với người được phỏng vấn và đến phỏng vấn đúng giờ. Thông báo cho người phỏng vấn về những câu hỏi chúng ta sẽ hỏi để họ có thể chuẩn bị tinh thần cho cuộc phỏng vấn. Điều này sẽ tiết kiệm thời gian và công sức chỉnh sửa sau này.



Ngoài ra, hãy chắc chắn rằng chúng ta ghi lại tất cả các câu hỏi của mình trước khi đến phỏng vấn đối tượng. Mặc dù chúng ta có thể không tập trung vào các câu hỏi chính xác nhưng chúng sẽ giúp cung cấp một khuôn khổ rộng rãi. Khi chúng ta đến địa điểm phỏng vấn, hãy tìm một nơi yên tĩnh, đảm bảo điện thoại di động đã tắt (không ở chế độ im lặng) và giới thiệu mục đích với người bị phỏng vấn, đồng thời giải thích lý do muốn thực hiện cuộc phỏng vấn và việc đó sẽ giúp ích như thế nào cho đài phát thanh và người nghe. Việc trò chuyện thân mật với người được phỏng vấn từ 5 đến 10 phút trước khi cuộc phỏng vấn bắt đầu luôn hữu ích để họ cảm thấy thoải mái khi cuộc phỏng vấn thực sự bắt đầu. Luôn đảm bảo rằng người được phỏng vấn biết cuộc phỏng vấn này sẽ được sử dụng vào mục đích gì, địa điểm và thời gian nó sẽ được phát sóng. Điều này có nghĩa là người sản xuất chương trình phải được sự đồng ý của đối tượng trước khi sử dụng bản ghi. Ngoài ra, vui lòng ghi tên của đối tượng khi chúng ta sử dụng tiếng nói của họ, tất nhiên trừ khi chúng ta đang thực hiện một chương trình về một vấn đề nhạy cảm và họ muốn giấu tên. Khi gặp gỡ những người mới, việc mang theo huy hiệu hoặc loại giấy tờ tùy thân nào đó luôn hữu ích để chứng minh rằng chúng ta thực chất là phóng viên của đài phát thanh cộng đồng, đặc biệt khi muốn nói chuyện với các quan chức chính quyền địa phương.

#### *i) Kỹ năng sử dụng âm thanh kỹ thuật số*

Chủ thể sản xuất chương trình cần trao đổi và chia sẻ những vướng mắc với những người tham gia về việc sử dụng âm thanh kỹ thuật số để phát nó tới người nghe. Câu chuyện về cách sử dụng âm thanh khi nói lần đầu tiên được ghi vào micrô, sau đó được đưa vào bảng điều khiển trộn, xử lý và đưa vào máy tính. Sau đó chỉnh sửa âm thanh này trên máy tính bằng phần mềm, gửi âm thanh từ máy tính đến bộ phát, máy phát này sẽ gửi tín hiệu âm thanh này (hiện đã được chuyển đổi thành tín hiệu điện từ) đến ăng-ten để gửi nó vào không khí.

Sau đó, tùy thuộc vào cường độ của máy phát, được đo bằng Watt và chiều cao của ăng-ten được đo bằng mét, sẽ xác định tín hiệu vô tuyến đạt được bao xa. Bộ radio sẽ giải mã tín hiệu radio trở lại thành âm thanh sau đó phát ra qua loa radio, đài FM, cơ bản điều chỉnh tần số của sóng vô tuyến. Vì vậy, đôi

với các tốc độ tần số khác nhau được điều chế, sẽ có một giá trị được phân bổ. Vậy Mega Hertz là giá trị tần số của chương trình nhân với 106.

*k) Kỹ năng ghi âm hiện trường*

Chia những người tham gia sản xuất chương trình thành các nhóm và đưa cho mỗi nhóm một máy ghi âm hiện trường. Sau đó, lấy một máy ghi âm hiện trường và hiển thị từng thành phần/nút rồi yêu cầu người tham gia xác định phần đó trên máy ghi âm hiện trường của họ. Việc yêu cầu những người tham gia thử ghi âm một cái gì đó, chẳng hạn như một bài hát, một cuộc phỏng vấn, hoặc đi vào làng và ghi âm vox-pop, v.v. dành cho những người tham gia khoảng nửa giờ để thực hiện bài tập này. Vì vậy, sau khi họ ghi hình, cần đưa những người tham gia (từng nhóm) vào phòng thu, chỉ cho họ cách chuyển tệp từ máy ghi sang máy tính, chỉ cho họ cách tạo thư mục và cách lưu tệp, bao gồm cả việc đặt tên chính xác cho tệp đã ghi của chương trình. Khi tất cả họ đã tìm ra cách chuyển tệp tin từ máy ghi âm hiện trường sang máy tính trong phòng thu, chuyển sang ghi âm tại phòng thu.

*n) Kỹ năng sử dụng phòng thu âm*

Đưa đường dẫn âm thanh từ micrô đến máy tính. Khi nói về micrô, cần có các mẹo như khoảng cách với micrô, tránh âm thanh pop, nơi sử dụng động và nơi sử dụng micrô tụ. Phải hiểu được các bộ phận khác nhau và quan trọng của bảng điều khiển trộn và chứng minh cách hoạt động của các bộ chỉnh âm lượng thực sự có thể kiểm soát âm lượng từ nghệ sĩ/tài năng radio. Cần phân biệt sự khác biệt giữa các bộ chỉnh âm riêng lẻ và bộ chỉnh âm lượng chính. Cần nắm bắt mức tăng âm lượng cao nhất và cách đọc các mức trên bảng điều khiển trộn.

Quan tâm đến cách ghi âm thanh trên micrô và sau đó đến bộ trộn vào máy tính bằng Audacity. Thực hiện việc đi dây cũng như cách kết nối bảng điều khiển trộn và micrô, kết nối bộ trộn và máy tính cũng như cách kết nối loa giám sát phòng thu với bộ trộn/máy tính. Vì vậy, chương trình này được kết thúc bằng cách yêu cầu người tham gia hát và sau đó cho người tham gia thấy âm thanh được truyền đi như thế nào, nó được điều khiển như thế nào thông qua máy trộn và sau đó nó được ghi vào máy tính như thế nào.

*m) Kỹ năng chỉnh sửa và hoàn thiện chương trình phát thanh*

Sử dụng máy tính có cài đặt các tệp cài đặt Audacity và bộ mã hóa LAME được tải xuống, thiết lập máy cài đặt Audacity, đặt các tệp LAME vào thư mục Audacity, mở tệp mới, mở tệp âm thanh ngay cả khi các tệp khác đã được mở. Có thể phóng to và thu nhỏ, cắt các phần, sao chép và dán các phần, làm mờ dần và làm mờ cũng như cách kiểm soát mức độ.

Sau khi chương trình được ghi lại, hãy chuyển nó vào máy tính thông qua các chương trình như Audacity và cắt bỏ những phần không cần thiết. Sau đó thêm phần giới thiệu và kết luận nếu cần thiết. Đồng thời thêm những thứ như hiệu ứng, lớp nền âm nhạc, v.v. tùy thuộc vào định dạng của chương trình.

## CÂU HỎI ÔN TẬP

- 1) Phân tích vai trò, đặc điểm của chương trình đài truyền thanh cấp xã đối với công tác thông tin cơ sở
- 2) Trình bày qui trình và nguyên tắc sản xuất chương trình cho đài truyền thanh cấp xã
- 3) Trình bày các kỹ năng sản xuất chương trình cho đài truyền thanh cấp xã. Liên hệ thực tiễn.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- 1) Bộ Thông tin và Truyền thông (2020) *Tài liệu hướng dẫn kỹ năng thông tin và tuyên truyền cho cán bộ đài truyền thanh xã về chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới*, NXB Thông tin và Truyền thông
- 2) Nguyễn Văn Dũng (đồng tác giả 2003), *Công chúng phát thanh*, Nxb Chính trị Quốc gia - Sự Thật, Hà Nội
- 3) Cục Thông tin Cơ sở, Bộ Thông tin và Truyền thông (2020), *Sổ tay công tác thông tin cơ sở*, NXB Công Thương.
- 4) Nguyễn Văn Dũng, Đỗ Thị Thu Hằng (2018), *Truyền thông Lý thuyết và kỹ năng cơ bản*, Nhà xuất bản Thông tin và truyền thông
- 5) Care, Liên minh Châu Âu (2020) *tài liệu hướng dẫn sản xuất bản tin, nâng cao kỹ năng thông tin truyền thông trong cộng đồng dân tộc thiểu số* (Dự án tăng cường khả năng tiếp cận thông tin dành cho phụ nữ dân tộc thiểu số).

- 6) Đức Dũng, ( 2003), *Lý luận báo phát thanh*, NXB Văn hoá - Thông tin
- 7) GS,TS Vũ Văn Hiền, TS Đức Dũng( 2007), *Phát thanh trực tiếp*, , NXB Văn hoá - Thông tin
- 8) TS. Đinh Thị Thu Hằng( 2013), *Báo phát thanh lý thuyết và kỹ năng cơ bản*, NXB Chính trị - Hành chính

## Chuyên đề 3

### Kỹ năng thiết kế và xây dựng bản tin thông tin cơ sở

#### 3.1. Thiết kế và xây dựng bản tin thông tin cơ sở là gì?

##### 3.1.1. Bản tin thông tin cơ sở là gì?

Theo quy định tại Khoản 2 Điều 2 Quyết định 52/2016/QĐ-TTg về Quy chế hoạt động thông tin cơ sở do Thủ tướng Chính phủ ban hành, có quy định về bản tin thông tin cơ sở như sau:

Bản tin thông tin cơ sở là sản phẩm thông tin có tính chất báo chí xuất bản định kỳ, sử dụng thể loại tin tức để cung cấp thông tin thiết yếu nêu tại Điều 3 Quy chế này đến người dân ở xã, phường, thị trấn thông qua các ấn phẩm in hoặc qua Internet.

Bản tin thông tin cơ sở là một nội dung của hoạt động thông tin cơ sở. Hoạt động thông tin cơ sở là hoạt động cung cấp thông tin thiết yếu phục vụ người dân ở xã, phường, thị trấn thông qua hoạt động phát thanh, truyền thanh của Đài Truyền thanh cấp xã; bản tin thông tin cơ sở; tài liệu không kinh doanh phục vụ hoạt động thông tin cơ sở; thông tin trực tiếp qua báo cáo viên, tuyên truyền viên thông tin cơ sở; bảng tin công cộng và các hình thức hoạt động thông tin cơ sở khác.

Bản tin thông tin cơ sở là sản phẩm thông tin có tính chất báo chí xuất bản định kỳ, sử dụng thể loại tin tức để cung cấp thông tin thiết yếu đến người dân xã, phường, thị trấn thông qua các ấn phẩm in hoặc qua internet (bản tin điện tử). Nguyên tắc chung khi xây dựng bản tin: Bản tin là một tập hợp các tin, bài, ảnh, file audio, video để thông báo, thông tin cho người dân về những vấn đề, sự kiện, chủ trương, chính sách được nhiều người quan tâm theo dõi; có liên quan, ảnh hưởng đến quyền lợi, cuộc sống, lao động sản xuất của người dân. Ngoài nhiệm vụ phản ánh, bản tin còn có thể lý giải, phân tích để người đọc, người xem hiểu rõ hơn về sự việc, hiểu nguồn gốc, diễn biến, ý nghĩa của sự việc, tác động của sự việc ra sao, sự thay đổi mà sự việc đó mang lại.

*Một bản tin in hoặc bản tin trên internet gồm:* 1) Tin tức; 2) Bài viết phản ánh hoạt động hoặc giới thiệu mô hình; 3) Bài về gương người tốt việc tốt; 4) Thông tin, thông báo chỉ dẫn, hướng dẫn; 5) Bản tin in có tính chất định kỳ: 1 tháng, 3 tháng 1 số; 6) Bản tin trên internet có thể được cập nhật thường xuyên.

### **3.1.2. Khái niệm về thiết kế và xây dựng**

Thiết kế là việc tạo ra một bản vẽ hoặc quy ước nhằm tạo dựng một đối tượng, một hệ thống hoặc một tương tác giữa người với người có thể đo lường được. Ở các lĩnh vực khác nhau, việc thiết kế được gán những ý nghĩa khác nhau. Việc thiết kế thường đòi hỏi những cân nhắc về các khía cạnh mang tính thẩm mỹ, công năng, giá trị kinh tế và chính trị-xã hội của cả đối tượng được thiết kế lẫn quá trình thiết kế. Nó có thể bao gồm trong đó nghiên cứu, ý tưởng, mô hình, tạo mẫu, điều chỉnh có tính tương tác, và tái-thiết kế.

Trong khi đó, rất nhiều những thứ khác nhau có thể trở thành đối tượng của thiết kế, ví dụ quần áo, giao diện đồ họa người dùng, các tòa nhà chọc trời, hệ thống nhận dạng thương hiệu, các quy trình văn bản, và thậm chí cả các phương pháp hoặc quá trình thiết kế. Theo đó, "thiết kế" có thể là danh từ chỉ một sự xác định trừu tượng về thứ được tạo ra, hoặc là động từ chỉ quá trình tạo ra và sẽ được làm rõ trong ngữ cảnh nhất định. Về cơ bản, thiết kế bao hàm sự vật, hiện tượng, hành động có liên quan đến sáng tạo.

Như vậy, có thể định nghĩa về thiết kế với nghĩa danh từ chỉ sự đặc tả chi tiết một đối tượng, được thực hiện bởi một tác nhân, nhằm hoàn thành một mục đích xác định, trong một hoàn cảnh cụ thể, thông qua sử dụng tập hợp các thành phần nguyên thủy, hướng tới thỏa mãn các yêu cầu, trong khi vẫn phụ thuộc vào các ràng buộc. Thiết kế với nghĩa động từ, ngoại động từ là hành động tạo ra một phác thảo/kế hoạch, trong hoàn cảnh cụ thể do nhà thiết kế thực hiện.

Thiết kế còn được hiểu là một lộ trình hoặc phương pháp tiếp cận chiến lược để một người đạt được một kỳ vọng duy nhất. Nó xác định các đặc điểm kỹ thuật, kế hoạch, thông số, chi phí, hoạt động, quy trình, cách thức và mục tiêu trong những ràng buộc pháp lý, chính trị, xã hội, môi trường, an toàn và kinh tế nhằm đạt được mục tiêu.

Ở đây, "sự đặc tả chi tiết" có thể được thể hiện dưới dạng một bản vẽ/kế hoạch hoặc một sản phẩm hoàn thiện, và "các yếu tố nguyên thủy" là thành tố mà từ đó đối tượng thiết kế được tạo nên. Với biểu hiện rộng như vậy, không có ngôn ngữ phổ quát hoặc tổ chức thống nhất cho các nhà thiết kế thuộc tất cả các ngành. Điều này cho phép nhiều triết lý và cách tiếp cận khác nhau đến một đối tượng. Người làm công việc thiết kế được gọi là nhà thiết kế, đó cũng là thuật ngữ dùng chỉ những người làm việc chuyên nghiệp tại một trong những phạm vi thiết kế khác nhau, thường được chỉ định rõ bởi phạm vi mà họ đang hoạt động (chẳng hạn như nhà thiết kế thời trang, nhà thiết kế ý tưởng, nhà thiết kế website hoặc nhà thiết kế nội thất). Một chuỗi các hoạt động của nhà thiết kế được gọi là quy trình thiết kế trong khi nghiên cứu khoa học về thiết kế được gọi là khoa học thiết kế.

Thiết kế, đó là việc lên kế hoạch để sản xuất một đối tượng, một hệ thống, một thành phần hoặc cấu trúc. Do đó, "thiết kế" có thể được sử dụng như một danh từ hoặc một động từ. Theo nghĩa rộng hơn, thiết kế là một dạng mỹ thuật ứng dụng và kỹ thuật kết hợp với công nghệ. Mặc dù định nghĩa về thiết kế khá rộng, thiết kế có rất nhiều đặc điểm chuyên môn mà các chuyên gia sử dụng trong từng lĩnh vực của họ.

Xây dựng bản thông tin là việc tạo ra, sáng tạo ra cái có giá trị của bản tin thông tin. Thiết kế xây dựng (Construction design) bản thông tin là sự triển khai sáng tạo các giá trị của một bản thông tin dựa trên một mục đích cụ thể. Việc thiết kế xây dựng bản thông tin giúp cho các ý tưởng, ước muốn trở thành hiện thực, góp phần tạo nên một tổng thể hệ giá trị của thông tin cho cuộc sống trọn vẹn, đầy đủ.

### **3.2. Vai trò của bản tin thông tin cơ sở**

Bản tin thông tin cơ sở có các vai trò sau:

- 1) Bản tin thông tin cơ sở có nhiệm vụ tuyên truyền đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước;
- 2) Tuyên truyền thực hiện nhiệm vụ chính trị ở cơ sở;
- 3) Phổ biến thông tin thiết thực đến đông đảo cán bộ, đảng viên, công chức, viên chức, người lao động trong các cơ quan, đơn vị và đông đảo người dân;

4) Tuyên truyền nâng cao nhận thức của người dân về luật pháp, phòng chống tệ nạn xã hội, phòng, chống bạo lực gia đình, phòng chống tiêu cực, phòng chống âm mưu phá hoại của các thế lực thù địch;

5) Với khả năng thay thế các nguồn tài nguyên khác, bản tin thông tin cơ sở đã thực sự trở thành cơ sở cho nhiều hoạt động xã ở xã, phường, thị trấn;

### **3.3. Kỹ năng viết bản tin thông tin cơ sở**

#### ***3.3.1. Bản tin thông tin cơ sở là gì?***

Bản tin thông tin cơ sở là sản phẩm thông tin có tính chất báo chí xuất bản định kỳ, sử dụng thể loại tin tức để cung cấp thông tin thiết yếu đến người dân xã, phường, thị trấn thông qua các ấn phẩm in hoặc qua internet (bản tin điện tử).

Bản tin là một tập hợp các tin, bài, ảnh, file audio, video để thông báo, thông tin cho người dân về những vấn đề, sự kiện, chủ trương, chính sách được nhiều người quan tâm theo dõi; có liên quan, ảnh hưởng đến quyền lợi, cuộc sống, lao động sản xuất của người dân. Ngoài nhiệm vụ phản ánh, bản tin còn có thể lý giải, phân tích để người đọc, người xem hiểu rõ hơn về sự việc, hiểu nguồn gốc, diễn biến, ý nghĩa của sự việc, tác động của sự việc ra sao, sự thay đổi mà sự việc đó mang lại.

Một bản tin in hoặc bản tin trên internet gồm: Tin tức; Bài viết phản ánh hoạt động hoặc giới thiệu mô hình; Bài về gương người tốt việc tốt; Thông tin, thông báo chỉ dẫn, hướng dẫn; Bản tin in có tính chất định kỳ: 1 tháng, 3 tháng 1 số; Bản tin trên internet có thể được cập nhật thường xuyên.

#### ***3.3.2. Kỹ năng viết tin cho bản tin***

##### ***a) Bố cục của bản tin***

Bố cục của tin gồm có 3 phần: Tít tin (tên gọi), thân tin và phần kết. Tuy nhiên, trên thực tế đa số tin chỉ gồm 2 phần là tít và thân tin hoặc chỉ có thân tin. Phần kết chỉ xuất hiện ở những tin tổng hợp, tin sâu.

- Tít tin: là tên gọi của tin. Người ta thường sử dụng những chi tiết nổi bật nhất của sự kiện thu hút được sự quan tâm, chú ý của người đọc để đặt tít cho tin. Tít của tin phải đáp ứng các yêu cầu: ngắn gọn, chính xác, hấp dẫn nêu được chi tiết.



- Thân tin: Đây là phần mà nội dung cần thông tin của tin được diễn tả đầy đủ. Phần thân được coi là tốt khi nó trả lời đầy đủ các câu hỏi được đặt ra với tin.

- Phần kết của tin: Người ta thường thể hiện phần này bằng cách chỉ ra xu hướng vận động của sự kiện.

#### *b) Phân loại bản tin*

Có nhiều cách phân loại tin khác nhau. Dưới đây chỉ giới thiệu một số dạng tin cơ bản thường hay gặp trong quá trình viết báo. Đó là: Tin vắn, tin ngắn, tin tường thuật, tin tổng hợp.

- *Tin vắn*: là một tin ngắn nhất trong các loại tin có nhiệm vụ thông báo một cách ngắn gọn nhất về sự kiện với độ dài khoảng 30 đến 60 từ. Tin vắn thường không có lời bình, có thể có hoặc không cần có tít.

- *Tin ngắn*: là tin có dung lượng lớn hơn tin vắn (có thể từ 60 đến gần 100 chữ). Tin ngắn có thể thông báo tương đối trọn vẹn về một sự kiện bằng cách trả lời đầy đủ những câu hỏi cơ bản của tác phẩm báo chí.

- *Tin tường thuật*: là tin có dung lượng lớn hơn tin ngắn (khoảng gần 200 chữ). Đây là tin thuật lại sự kiện theo quá trình diễn biến của nó.

- *Tin tổng hợp*: là loại tin có thể được cấu trúc từ những tin vắn. Tin tổng hợp được dùng trong trường hợp phải thông báo đồng thời về hàng loạt các sự việc, sự kiện có tầm quan trọng ngang nhau, có thời gian và không gian rộng rãi hơn các tin khác. Đối với loại tin này tuy không giới hạn cụ thể nhưng không nên dài hơn 200 chữ.

Ngoài các dạng tin cơ bản trên còn có các tin khác như: "Tin Công báo", "Tin bình", "Tin sâu"...vv. Bên cạnh đó còn có sự đan xen giao thoa giữa các dạng và cách thức đưa tin gắn liền với truyền thống của mỗi tờ báo, điều đó tạo ra sự phong phú của tin trên báo chí.

#### *c) Các bước viết tin:*

- *Bước 1: Lựa chọn chủ đề, đề tài cho tin:*

Đây là công việc quan trọng đầu tiên, quyết định cơ bản đến sự thành công của việc viết tin. Để chọn được vấn đề, sự kiện tốt cho việc viết tin, người

viết cần ghi nhớ một điểm: “Viết cho ai, viết để làm gì, viết như thế nào?”, đồng thời cần lưu ý một số nội dung sau:

+ Vấn đề, sự kiện được lựa chọn phải đúng sự thật: Đây là nguyên tắc quan trọng.

+ Vấn đề, sự kiện được lựa chọn phải nhằm mục đích tuyên truyền vì lợi ích của cộng đồng.

- *Bước 2: Lựa chọn dạng tin:*

Căn cứ vào mục đích thông tin, vào mức độ, tầm quan trọng của sự kiện để lựa chọn dạng tin thích hợp. Những sự kiện quan trọng được thông báo dưới dạng tin công báo, tin tường thuật hoặc tin ngắn. Những sự kiện nhỏ hầu hết được thể hiện dưới dạng tin vắn.

- *Bước 3: Khai thác nguồn tin:*

Có thể khai thác từ những nguồn sau: Bản tin chính thức của các Hãng thông tấn, khai thác qua báo chí và các chương trình phát thanh, truyền hình qua vệ tinh mua hoặc trích lại; Qua hợp báo; Qua những báo cáo về tình hình hoạt động của các cơ quan có thẩm quyền, các ngành, các cơ sở; Thông tin do cộng tác viên, thông tin viên từ khắp nơi gửi về; Những khai thác trực tiếp của người viết tin.

- *Bước 4: Viết tin:* Để có được một tin hoàn chỉnh, người viết cần trả lời tốt 5 câu hỏi sau: **ở đâu; khi nào; cái gì; ai; tại sao?** (nguyên tắc 5 W: Where, When, What, Who, Why) Ở tin sâu có thể thêm câu hỏi *như thế nào?*

+ Câu hỏi thứ nhất (**ở đâu?**): Đây là câu hỏi nhằm trả lời thông tin về địa chỉ nơi xảy ra sự kiện. Dữ kiện này bắt buộc phải có trong tin.

+ Câu hỏi thứ hai (**khi nào?**): Đây là câu hỏi nhằm giải quyết thông tin về thời gian xảy ra sự kiện. Yêu cầu của tin là phải thông tin nhanh và kịp thời, nghĩa là cần thông tin càng nhanh càng tốt về sự kiện xảy ra.

+ Câu hỏi thứ ba (**cái gì?**): Câu hỏi này giải quyết thông tin quan trọng là vấn đề gì, sự kiện gì đã xảy ra. Khi trả lời câu hỏi này cần lưu ý phải thông tin ngắn gọn nhưng đầy đủ, không quá sơ sài.

+ Câu hỏi thứ tư (**Ai?**) : Đây là câu hỏi đôi khi không xuất hiện bởi yếu tố *ai* nhiều lúc trùng với yếu tố ở *đâu*. Nhưng nhiều khi nó vẫn xuất hiện bởi nếu có đầy đủ cả hai yếu tố thì phải đưa vào tin.

+ Câu hỏi thứ năm (**Tại sao?**): Đây là câu hỏi mang tính lý giải giúp người đọc hiểu rõ hơn về thông tin. Trong nhiều trường hợp, câu hỏi này thường chứa những thông tin về nguyên nhân xảy ra sự kiện.

Sau khi tính toán, sắp xếp để những thông tin cần có được xuất hiện đầy đủ, người viết cần sử dụng ngôn ngữ trong sáng, dễ hiểu. Tuyệt đối không sử dụng văn tả bằng những hình ảnh được tưởng tượng khó hiểu. Câu chữ cũng phải hết sức gọn gàng và cô đúc.

Khi viết tin, cần đặt tít sao cho chuẩn, hay và đầy đủ thông tin. Trái với các loại bài viết khác, khi đặt tít người viết phải hình dung làm sao khi người đọc chỉ xem xong tít người ta đã có thể hiểu phân cơ bản về nội dung của tin.

### ***3.3.3. Kỹ năng viết bản tin phản ánh***

Bản tin phản ánh thường có dung lượng lớn hơn tin và phải đáp ứng yêu cầu cơ bản của bài viết là phản ánh hiện thực qua những sự kiện thời sự.

#### ***a) Những yêu cầu đối với tin bài phản ánh***

Về nội dung phải đảm bảo yêu cầu: Thời sự và xác thực.

Bài viết có tính thời sự là phản ánh kịp thời về những cái mới.

Bài viết đảm bảo tính xác thực là phải phản ánh sự thật một cách chính xác, có địa điểm, nhân chứng, không gian và thời gian cụ thể. Người viết không được bịa đặt hoặc thêm bớt trong quá trình thông tin về các sự kiện đó.

Về hình thức bài phải ngắn gọn, kết cấu bài phải gắn liền với sự kiện, ngôn ngữ viết gần với ngôn ngữ đời thường.

#### ***b) Phân loại tin bài phản ánh***

- Bài phản ánh về sự kiện, sự việc;
- Bài phản ánh quang cảnh, hiện trạng;
- Bài phản ánh về tình huống, vấn đề;
- Bài phản ánh người thật, việc thật;
- Bài phản ánh suy nghĩ, cảm xúc.

*c) Các bước cần thiết khi viết tin bài phản ánh*

*- Bước 1: Lựa chọn sự kiện:*

Trong cuộc sống xã hội xung quanh ta luôn xảy ra rất nhiều những sự kiện, những vấn đề và các tình huống. Trong số đó có những sự việc, những tình huống chỉ mang tính chất ngẫu nhiên, không phản ánh được bản chất, sự vận động và phát triển của hiện thực. Do vậy, những sự kiện, những tình huống được lựa chọn phải tiêu biểu, điển hình. Khi chọn sự kiện hay vấn đề, người viết không chỉ có khả năng phản ánh đúng sự thật mà phải biết rút ra từ vô số những sự thật ấy những sự kiện, vấn đề thể hiện đúng bản chất của hiện thực. Để làm được điều đó đòi hỏi người viết phải có hiểu biết đúng đắn, sâu sắc về pháp luật, phải có khả năng quan sát và lựa chọn một cách tinh táo.

Nhìn chung, những vấn đề, sự kiện được chọn viết bài thường có sức ảnh hưởng hơn so với vấn đề, sự kiện được chọn để viết tin. Nhưng trong nhiều trường hợp, có những sự kiện khi mới xảy ra người ta đưa tin nhanh trước rồi sau đó mới tìm hiểu kỹ để viết bài.

*- Bước 2: Khai thác thông tin, tư liệu:*

Có thể khai thác từ những nguồn sau: Bản tin chính thức của các Hãng thông tấn, khai thác qua báo chí và các chương trình phát thanh, truyền hình qua vệ tinh mua hoặc trích lại; Qua họp báo; Qua những báo cáo về tình hình hoạt động của các cơ quan có thẩm quyền, các ngành, các cơ sở; qua khai thác, tìm hiểu những nhân chứng, những người có trách nhiệm, tài liệu, tư liệu liên quan đến nội dung cần phản ánh...

*- Bước 3: Lựa chọn cách thể hiện:*

Đây là vấn đề vô cùng quan trọng trong một bài viết, nó cần phải được chú ý ngay từ những dòng đầu tiên của bài viết. Theo các nhà báo có kinh nghiệm, khi viết về các vấn đề hoặc sự kiện nào đó thì người viết phải có ấn tượng về nó, và chỉ viết khi có ấn tượng sâu sắc. Ấn tượng tốt sẽ là điều kiện giúp ta lựa chọn cách thể hiện thích hợp đối với sự kiện cần phản ánh.

*- Bước 4: Viết bài phản ánh:*

Về bố cục, bài phản ánh thường có 4 phần: tit, mở bài, thân bài và phần kết.

+ **Tít bài (Đầu đề):** của tin bài không chỉ đơn thuần để phân biệt bài này với bài khác mà nó còn là sự biểu đạt cô đọng của nội dung. Muốn có đầu đề hay, hấp dẫn người đọc, trước khi viết phải khẳng định rõ chủ đề tư tưởng và nội dung cụ thể. Có thể có 3 cách đặt tên cho bài: Thứ nhất là sử dụng các chi tiết, số liệu hấp dẫn nhất; thứ hai là đầu đề được rút ra từ những nội dung chủ yếu nhất; thứ ba là phối hợp cả hai cách nêu trên.

+ **Phần mở bài:** Là phần dẫn dắt vào nội dung chính của bài báo, có thể viết theo cách khái quát toàn bộ nội dung hoặc đưa một số chi tiết quan trọng để thu hút sự chú ý của người đọc.

+ **Phần thân bài:** là phần chứa đựng những thông tin quan trọng nhất của bài báo. Khi viết, tác giả cần lưu ý đưa đầy đủ, sinh động nhất tất cả những chi tiết thông tin nhằm làm rõ vấn đề, sự kiện. Lưu ý, trong khi viết bài hạn chế đưa những ý kiến đánh giá chủ quan của tác giả mà nên lồng vào đó những đánh giá, nhận định của những người có trách nhiệm, những chuyên gia, nhà khoa học, người chứng kiến rõ sự kiện... để những thông tin mà bài viết cung cấp thực sự khách quan.

+ **Phần kết:** là phần chốt lại toàn bộ vấn đề đã thể hiện trong bài viết. Tùy theo lượng thông tin mà tác giả thu thập được, có thể đưa những ý kiến nhằm chỉ ra xu hướng vận động, những tác động tích cực hay tiêu cực của sự kiện tới cuộc sống. Phần này có thể đưa ý kiến nhận định của một vài người, thậm chí có thể của tác giả, nhưng phải đảm bảo tính thuyết phục.

*d) Một số lưu ý khi viết tin bài phản ánh*

Cố gắng tìm cho được các góc tiếp cận sự kiện, vấn đề một cách hợp lý - đây là điều kiện đảm bảo cho bài viết thành công.

Phải chú ý đặc biệt đến hoàn cảnh điển hình của sự kiện được phản ánh. Bất cứ con người, hay sự việc nào đó bao giờ cũng tồn tại trong một hoàn cảnh nhất định. Người viết bài phải biết phản ánh những chi tiết nổi bật nhất của hoàn cảnh đó.

Bài viết cần được thể hiện bằng văn phong đơn giản, trực tiếp, dễ hiểu, ngắn gọn, gần gũi với ngôn ngữ của đời thường. Không có một quy định nào về

văn phong hay kết cấu của một bài phản ánh. Điều này phụ thuộc nhiều vào nội dung của bài viết.

Ngôn ngữ văn phong, kết cấu của một bài phản ánh tuân theo nguyên tắc nội dung nào, hình thức ấy. Văn phong *đơn giản, trực tiếp, dễ hiểu, gần gũi với ngôn ngữ đời thường* luôn để người dân nào nghe, đọc cũng hiểu, cũng có thể làm theo là sự lựa chọn thích hợp nhất.

### **3.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến kỹ năng thiết kế và xây dựng bản tin thông tin cơ sở**

#### ***3.4.1. Nhóm yếu tố văn hoá tổ chức***

Mỗi đơn vị cấp xã là một tổ chức chính quyền địa phương, có văn hoá tổ chức hay văn hóa vùng miền mang những đặc trưng nhất định, tác động và hướng dẫn hành vi, ứng xử của mọi thành viên, trong đó bao gồm cả các cán bộ làm công tác thông tin cơ sở và cả dân cư ở vùng đó. Văn hoá thông tin nói riêng và văn hóa nói chung được thể hiện qua mục tiêu, chiến lược phát triển của địa phương và của đất nước; điều kiện, môi trường xã hội; nhiệm vụ công tác; yêu cầu nâng cao trình độ đối với cán bộ làm công tác thông tin cơ sở.

##### *a) Mục tiêu, chiến lược phát triển của địa phương*

Mỗi địa phương đều có mục tiêu, sứ mạng, tầm nhìn, chiến lược phát triển riêng, cũng như mỗi tổ chức đơn vị làm công tác thông tin, nó mang những nét đặc trưng liên quan đến chương trình thông tin, nguồn nhân lực, cơ sở vật chất và các yếu tố khác liên quan. Đội ngũ làm công tác thông tin trong mỗi xã sẽ tập trung hoàn thành các nhiệm vụ cá nhân, gắn liền với mục tiêu chung (ngắn hạn hoặc dài hạn) của địa phương.

##### *b) Điều kiện, môi trường làm việc*

Hệ thống chính sách, chế độ, điều kiện, môi trường làm việc của Nhà nước đối với cán bộ làm công tác thông tin bao gồm chính sách tiền lương, thưởng, kỷ luật lao động, chính sách đào tạo và phát triển nhân sự, cơ sở vật chất... Khi Nhà nước có những chính sách phù hợp và đúng đắn sẽ có tác động rất lớn đến thái độ, hành vi của cán bộ thông tin cơ sở. Chẳng hạn, một số địa phương đã xây dựng được chính sách hỗ trợ tài chính cho cán bộ làm công

tác thông tin có bài tin hay, hấp dẫn, hay chế độ thưởng tiền cho những cán bộ có chương trình phát thanh, tin bài đạt chất lượng hàng năm. Những chính sách này góp phần tác động gián tiếp đến hiệu quả truyền thông thông qua việc tạo động lực cho cán bộ làm công tác thông tin nỗ lực nhiều hơn. Rõ ràng, khi cán bộ thông tin cơ sở được làm việc trong môi trường chuyên nghiệp, trả lương xứng đáng, được tạo cơ hội học tập, nâng cao trình độ, thăng tiến và phát huy năng lực của mình, cán bộ thông tin cơ sở sẽ có sự gắn bó nhiều hơn với công việc. Đồng thời, bản thân mỗi cán bộ sẽ tự nhận thức được cần phải nỗ lực nhiều hơn cho mục tiêu chung của công tác thông tin cơ sở hiệu quả.

*c) Nhiệm vụ, trách nhiệm của cán bộ thông tin cơ sở*

Ngoài những nhiệm vụ chính được quy định đối với chức danh cán bộ thông tin cơ sở, mỗi địa phương thường đặt ra yêu cầu cụ thể trong hoạt động có tính đặc thù của địa phương mình, ví dụ như của các vùng dân tộc thiểu số. Chẳng hạn, mỗi năm, cán bộ thông tin cơ sở phải đảm bảo số lượng phát thanh và tin bài chuẩn, có ít nhất một bài phát thanh độc đáo trong các sự kiện quan trọng của địa phương. Chính yêu cầu từ văn hoá công vụ đòi hỏi mỗi cán bộ luôn nỗ lực tìm kiếm thông tin phù hợp để thực hiện các nhiệm vụ đó. Do vậy, năng lực thông tin của cán bộ cũng được hình thành từ trong bối cảnh văn hoá công vụ, văn hóa vùng miền.

*d) Yêu cầu nâng cao trình độ đối với cán bộ làm công tác thông tin cơ sở*

Là một yêu cầu bắt buộc, thường xuyên và liên tục của ngành, địa phương đối với cán bộ làm công tác thông tin. Chẳng hạn, khi một cán bộ theo học các chương trình nâng cao trình độ, khoá học ngắn hạn, họ thường dành nhiều thời gian để tìm kiếm và sử dụng thông tin hơn. Ngoài ra, cán bộ thông tin cơ sở cần luôn chủ động cập nhật và phát triển chuyên môn, nâng cao trình độ chuyên môn.

### **3.4.2. Nhóm yếu tố cá nhân**

*a) Giới tính và độ tuổi của người làm công tác thông tin cơ sở*

Giới tính được xem là một trong những yếu tố cá nhân ảnh hưởng đến hiệu quả tiếp nhận thông tin. Chẳng hạn, cán bộ nam thường có khuynh hướng sử dụng các công cụ hỗ trợ khi tìm kiếm thông tin liên quan đến công nghệ và

họ thường sử dụng các dịch vụ sẵn có được cung cấp từ các nguồn thông tin như các dịch vụ của Chính quyền địa phương và của Chính phủ. Trong khi đó, cán bộ nữ thường dành nhiều thời gian để tìm kiếm từ các nguồn thông tin và tự họ thực hiện các sản phẩm liên quan, ví dụ như danh mục các tin bài nổi bật để nghiên cứu học tập.

Bên cạnh đó, ở mỗi độ tuổi khác nhau, cán bộ thông tin cơ sở cũng có những đặc điểm tìm kiếm thông tin khác nhau. Một số cán bộ lớn tuổi thường có bộ sưu tập tài liệu riêng với nhiều tài liệu có nội dung quý hiếm, đặc thù và họ thường tận dụng các mối quan hệ xã hội với đồng nghiệp để tìm kiếm tài liệu từ các nguồn khác, hoặc mượn tài liệu từ bộ sưu tập của cán bộ thông tin khác. Ngoài ra, nguồn thông tin sẵn có cũng là nguồn mà cán bộ lớn tuổi thường sử dụng. Ngược lại, cán bộ có độ tuổi nhỏ hơn thường tìm kiếm thông tin đa dạng các nguồn hơn, chẳng hạn, tìm kiếm từ nguồn Internet, bạn bè, thư viện, nhà sách để thực hiện chức năng, nhiệm vụ của mình.

#### *c) Năng lực của cán bộ thông tin cơ sở*

Năng lực của cán bộ chính là khả năng thể hiện của mỗi cán bộ thông qua việc vận dụng tri thức, kỹ năng, thái độ đáp ứng yêu cầu của công tác thông tin cơ sở, đem lại hiệu quả thông tin, tuyên truyền hữu ích trong cộng đồng dân cư. Để cán bộ thông tin cơ sở thể hiện các năng lực này trong hoạt động thông tin cơ sở, truyền thông và phục vụ cộng đồng, thì việc tìm kiếm và sử dụng thông tin là điều cần thiết.

Trước hết, năng lực giảng dạy của mỗi cán bộ thông tin cơ sở thể hiện qua chất lượng thông tin và sự tiếp nhận thông tin của nhân dân, từ chương trình thông tin, phương pháp thông tin, cho đến quá trình định hướng, dẫn dắt các đối tượng thụ hưởng, giúp cán bộ, nhân dân có khả năng chấp hành tốt đường lối, chủ trương pháp luật của Đảng và Nhà nước, tuyên truyền cho họ những kiến thức, kỹ năng, thái độ cần thiết, phù hợp với đòi hỏi của xã hội và cộng đồng. Để hoàn thiện năng lực thông tin cơ sở, cán bộ thông tin cơ sở phải đảm bảo trang bị bốn nhóm kiến thức và kỹ năng cơ bản gồm có kiến thức về ngành, lĩnh



ực cần thông tin, tuyên truyền, chương trình thông tin, kỹ năng thông tin, môi trường thông tin truyền thông, hệ thống thông tin, truyền thông.

Kế đến, năng lực thông tin cơ sở được thể hiện qua chất lượng và số lượng các chương trình phát thanh, cổ động, tuyên truyền của cán bộ thông tin cơ sở cũng như hiệu quả của những chương trình đó đối với xã hội. Năng lực này được xác định dựa trên những sản phẩm thông tin cơ sở có giá trị thông tin gia tăng, phục vụ cho sự phát triển của địa phương, cộng đồng dân cư và đóng góp cho sự phát triển kinh tế, xã hội, văn hoá của địa phương nói riêng và cả nước nói chung.

Ngoài ra, năng lực phục vụ cộng đồng có thể được xem là một trong ba năng lực cốt lõi của mỗi cán bộ làm công tác thông tin cơ sở trong bối cảnh hiện nay. Năng lực này thể hiện qua đóng góp của mỗi cán bộ thông tin cơ sở đối với cộng đồng trên địa bàn xã, phường, thị trấn, mang lại ích lợi cho cộng đồng và được cộng đồng tiếp nhận.

#### *d) Trình độ tin học, ngoại ngữ:*

Đối với cán bộ thông tin cơ sở có trình độ ngoại ngữ tốt, họ thường có khuynh hướng tìm kiếm học hỏi tài liệu ngoại văn ở nhiều nguồn thông tin khác nhau. Đối với một cán bộ thông tin cơ sở có trình độ tin học tốt, có khả năng sử dụng hiệu quả công nghệ sẽ hỗ trợ rất nhiều cho cán bộ đó trong quá trình tìm kiếm, tổ chức và sử dụng và tuyên truyền thông tin. GV sẽ tiết kiệm được nhiều thời gian khi tìm kiếm, thực hiện các thao tác tìm kiếm thông tin trên máy tính, Internet, sử dụng thành thạo các công cụ tra cứu, công cụ hỗ trợ lưu trữ thông tin và sử dụng tuyên truyền các thông tin. Đồng thời, trình độ tin học tốt cho phép cán bộ thông tin có thể dễ dàng sử dụng thông tin nhằm tạo lập, công bố, chia sẻ những sản phẩm, chương trình hấp dẫn, hữu ích cho nhân dân thông qua các công cụ hỗ trợ như mạng xã hội, đài phát thanh...

### **3.4.3. Nhóm yếu tố xã hội**

#### *a) Yếu tố cộng đồng*

Sự đa dạng trong vai trò của cộng đồng tạo nên sự đa dạng trong hành vi tìm kiếm và sử dụng thông tin, hay nói cách khác, vai trò của cộng đồng ảnh

hưởng trực tiếp đến công tác thông tin cơ sở. Từ nhiều quan điểm khác nhau cho thấy, có những vai trò truyền thống mà cộng đồng dân cư phải đảm nhận đó là vai trò của nhân dân làm chủ, của dân, do dân, vì dân. Nhân dân đóng vai trò của người thụ hưởng thông tin và dịch vụ. Do vậy, chính quyền phải cung cấp cho họ dịch vụ có chất lượng. Tương ứng với những vai trò đó là hành vi và thái độ của cộng đồng dân cư thông qua cách thức mà họ tương tác với Nhà nước, với người khác cũng như thể hiện với chính bản thân mình. Việc khai thác, tìm kiếm, thụ hưởng thông tin có ý nghĩa rất lớn trong quá trình mỗi cá nhân trong cộng đồng làng, xã thể hiện vai trò của mình.

*b) Yếu tố liên cá nhân*

Các mối quan hệ liên cá nhân được xem là yếu tố ảnh hưởng đến quá trình định hướng nguồn thông tin của cán bộ thông tin cơ sở. Tương tự, bên cạnh mối quan hệ với đồng nghiệp, còn có mối quan hệ liên cá nhân giữa cán bộ thông tin, người cung cấp thông tin và đối tượng tiếp nhận thông tin. Sự tác động này được thể hiện qua quá trình cán bộ thông tin hướng dẫn cho người cung cấp thông tin và đối tượng tiếp nhận thông tin những kỹ năng, kiến thức cần thiết để khai thác thông tin hiệu quả, cung cấp sản phẩm, dịch vụ thông tin chủ động và kịp thời liên quan đến mọi lĩnh vực của đời sống xã hội công dân. Ngược lại, cán bộ thông tin giúp những đối tượng cung cấp thông tin, tiếp nhận thông tin hiểu rõ hơn về các chương trình cần thông tin, tuyên truyền xây dựng chính sách bổ sung các chương trình chuyên ngành và các chương trình hữu ích khác.

*c) Yếu tố về quỹ thời gian của các đối tượng*

Với đặc thù thời gian của các đối tượng rất khác nhau, nên các đối tượng có thể chủ động sắp xếp và bố trí thời gian làm việc, thời gian tiếp nhận thông tin. Chính vì vậy, các đối tượng thường có khuynh hướng tận dụng thời gian thuận tiện nhất để nghe thông tin. Khi có nhiều thời gian rảnh rỗi, các đối tượng thường tìm kiếm ở nhiều nguồn thông tin khác nhau, lựa chọn các hệ thống tìm tin phức tạp hơn để đạt được kết quả phù hợp với nhu cầu tin hơn. Trong khi đó, nếu thời gian bị hạn chế, các đối tượng sẽ lựa chọn các hệ thống tìm tin đơn giản và tiết kiệm thời gian tối đa.

### **3.4.4. Nhóm yếu tố tâm lý**

#### *a) Thái độ, nhận thức của các đối tượng*

Trong hoạt động thông tin cơ sở, mỗi cá nhân trong cộng đồng có những đặc điểm tâm lý khác nhau được thể hiện qua tình yêu, sự say mê và hứng thú đối với mỗi một loại thông tin khác nhau; Bên cạnh đó tinh thần trách nhiệm của cán bộ thông tin cơ sở trong hoạt động nghề nghiệp, ý thức về nghĩa vụ của cá nhân, lương tâm đạo đức nghề nghiệp. Những đặc điểm tâm lý này mang yếu tố cá nhân của mỗi đối tượng, đồng thời cũng ảnh hưởng và chi phối đến hiệu quả của truyền tin và nhận thông tin. Mỗi cán bộ thông tin có xu hướng thích những công việc mà ở đó họ có cơ hội thể hiện được kỹ năng và thể hiện năng lực của mình, họ có quyền tự chủ trong công việc và nhận thức được thông tin phản hồi phù hợp về những nỗ lực của cán bộ đó đã đạt được.

Đối với cán bộ hoạt động thông tin cơ sở khi họ nhận thấy sự thoả mãn của chính sách hỗ trợ đối với hoạt động thông tin cơ sở, họ sẽ có thêm động lực, dành thời gian để tìm kiếm ý tưởng, thực hiện nhiều chương trình chất lượng hơn, sáng tạo sản phẩm thông tin thực sự có giá trị. Ngược lại, điều kiện làm việc ít áp lực từ phía cộng đồng, được sự cổ vũ từ các cá nhân khác trong làng, xã thì cán bộ làm công tác thông tin cơ sở cũng sẽ có sự nhiệt tình, không trì trệ cố gắng và mong muốn gắn kết với cộng đồng. Khi đó, tuyên truyền thông tin phục vụ cộng đồng là đam mê và là nhiệm vụ cần thiết của mỗi cán bộ thông tin cơ sở.

#### *b) Nhận thức của cán bộ thông tin về nhu cầu tin*

Tại một thời điểm, các đối tượng tiếp nhận thông tin có thể có nhiều nhu cầu đồng thời, chẳng hạn họ có nhu cầu sử dụng thông tin trong tìm hiểu về chính sách, pháp luật hay thoả mãn các nhu cầu khác. Ngoài những nhu cầu cơ bản ở cấp bậc thấp về thông tin có giá trị vật chất, mỗi đối tượng đều có nhu cầu cao hơn về những thông tin có giá trị tinh thần. Sự hoàn thiện này đòi hỏi cán bộ thông tin phải có tri thức, có những năng lực nhất định, thúc đẩy hành động để thoả mãn nhu cầu thông tin của các đối tượng khác nhau. Hay nói cách khác, mỗi một đối tượng nảy sinh nhu cầu tin khác nhau, chính nhu cầu này sẽ tạo áp

lực để cán bộ thông tin cơ sở tìm kiếm và cung cấp thông tin để phục vụ cộng đồng tốt hơn. Việc nhận thức nhu cầu tin từ các đối tượng khác nhau, có thể giới hạn ở cách thức xác định nhu cầu tin, phạm vi nội dung, hình thức và phương thức thoả mãn nhu cầu tin của các đối tượng trong cộng đồng dân cư.

*c) Đặc điểm tính cách cá nhân của các đối tượng truyền và nhận tin*

Một trong những yếu tố tâm lý quan trọng định hướng hành vi của mỗi người chính là tính cách. Mỗi người đều có những cảm xúc riêng, suy nghĩ và hành vi riêng biệt, được hình thành bởi sự kết hợp ổn định của các đặc điểm tính cách. Nó được biểu thị thành thái độ, hành vi của con người đối với bản thân, gia đình, bạn bè, đồng nghiệp và đối với xã hội nói chung. Với từng tính cách khác nhau cho thấy sự khác biệt trong hoạt động thông tin. Trong quá trình thoả mãn nhu cầu tin, có một số người chủ động xây dựng chiến lược tìm tin, trong khi một số khác lại tìm kiếm thông tin một cách ngẫu nhiên và linh hoạt. Sự khác biệt tính cách của các đối tượng tạo nên sự đa dạng trong hoạt động truyền và nhận tin của các đối tượng (bao gồm tính nhạy cảm, tính hướng ngoại, tính thích khám phá, tìm tòi, tính cạnh tranh, tính chu đáo, tận tâm).

Trong khi đó, việc thay đổi tính cách của mỗi người là điều không thể thực hiện. Chính vì vậy, việc nhận diện tính cách và tác động của tính cách đối với truyền và nhận thông tin là điều cần thiết. Trên cơ sở đó, các kênh thông tin ở cơ sở phải thiết kế phù hợp với nhu cầu của cộng đồng trong việc tiếp nhận thông tin. Từ đó xây dựng hệ thống sản phẩm, dịch vụ thông tin chất lượng cao, đáp ứng được nhu cầu tin của các đối tượng khác nhau trong cộng đồng cư dân làng, xã, đồng thời góp phần hoàn thiện hoạt động thông tin cơ sở của cán bộ làm công tác thông tin cơ sở.

*d) Động lực truyền và nhận thông tin*

Trong mỗi cá nhân, động lực thúc đẩy cá nhân hành động đó chính là mong muốn thực hiện tốt các vai trò và thoả mãn nhu cầu của mình. Trong quá trình hình thành nhu cầu tin, động lực của các đối tượng sẽ góp phần thúc đẩy cán bộ thông tin cơ sở hình thành các ý tưởng để thoả mãn nhu cầu tin của cộng đồng. Đồng thời, khi nhu cầu tin được hình thành, cán bộ thông tin cơ sở sẽ xây

dựng và cung cấp thông tin để thoả mãn nhu cầu tin đó. Hay nói cách khác, động lực của các đối tượng tác động trực tiếp đến hoạt động thông tin cơ sở của cán bộ thông tin, thông qua quá trình định hướng nhu cầu tin, định hướng nguồn thông tin, định hướng hành vi tìm kiếm và sử dụng thông tin của các đối tượng.

### **3.5. Các giải pháp nâng cao năng lực thiết kế và xây dựng bản tin thông tin cơ sở**

Năng lực thiết kế và xây dựng bản tin thông tin cơ sở gắn liền với nhiều bối cảnh khác nhau, trong đó, môi trường ở địa phương từng vùng, miền được xem là một trong những bối cảnh đặc trưng gắn liền với năng lực thiết kế và xây dựng bản tin thông tin cơ sở. Điều này không chỉ có ý nghĩa quan trọng đối với quá trình cán bộ thông tin cơ sở thực hiện vai trò của mình mà còn liên quan đến thoả mãn nhu cầu thông tin của các đối tượng trong cộng đồng làng xã và đối với khả năng nâng cao chất lượng của công tác thông tin cơ sở. Một số giải pháp, bao gồm:

*Một là, xây dựng chính sách hỗ trợ cán bộ thông tin cơ sở trong xây dựng bản tin thông tin cơ sở:*

Khi môi trường làm việc của nhà trường được hoàn thiện, chú trọng đến nâng cao hiệu quả làm việc sẽ giúp cán bộ thông tin có cơ hội phát huy được tối đa năng lực của mình. Như vậy, Lãnh đạo chính quyền địa phương và ngành Thông tin Truyền thông cần chú trọng đến việc hoàn thiện văn hoá công sở, văn hóa thông tin truyền thông thông qua một số biện pháp cụ thể liên quan đến chính sách, chiến lược phát triển chung của địa phương, cũng như những biện pháp khuyến khích, hỗ trợ cán bộ thông tin cơ sở hoàn thành tốt nhiệm vụ. Các địa phương hiện nay đã có sự quan tâm nhiều đến xây dựng chính sách khuyến khích cán bộ làm công tác thông tin cơ sở học tập, nâng cao trình độ chuyên môn để đáp ứng nhu cầu thiết kế và xây dựng bản tin thông tin cơ sở. Ngoài ra, tùy từng điều kiện cụ thể, các địa phương nên chú trọng đầu tư cơ sở vật chất như: phòng làm tin dành cho cán bộ chuyên xây dựng và thiết kế bản tin... và xây dựng cơ chế hỗ trợ cán bộ ở các lĩnh vực tham gia thiết kế, xây dựng bản

tin, bao gồm các nội dung liên quan đến hành chính, pháp lý, văn hóa, xã hội, giáo dục, y tế....

Xây dựng chế độ khen thưởng dành cho cán bộ có năng lực xây dựng bản tin. Hơn nữa, cùng với các giải pháp này, chính quyền địa phương cần thực hiện các chính sách khuyến khích năng lực viết tin bài và công bố tin bài. Trong trường hợp cụ thể, địa phương có thể tạo điều kiện bằng các hình thức chi hỗ trợ cán bộ thông tin trong quá trình kết nối với các đối tượng tạo ý tưởng để xây dựng và thiết kế tin bài thông tin cơ sở.

*Hai là, thiết kế hệ thống, mạng lưới hỗ trợ thiết kế và xây dựng bản tin thông tin cơ sở:*

Dựa trên những đặc điểm về tin bài cần phát, các đơn vị hỗ trợ có thể thiết kế công cụ mới hoặc cải thiện các công cụ, hệ thống sản xuất chương trình hiện có nhằm hỗ trợ hiệu quả hơn cho quá trình tìm kiếm và sử dụng thông tin để viết tin bài của cán bộ thông tin. Chẳng hạn, cán bộ thông tin cần được tạo cơ hội để có thời gian đến và trực tiếp sử dụng nguồn lực thông tin tại chỗ, vì họ thường có xu hướng truy cập gián tiếp từ xa thông qua hệ thống Internet và có hành vi tra cứu thông tin từ các giao diện tìm kiếm thân thiện, chuyên nghiệp và tin cậy, từ đó họ có thể thiết kế, điều chỉnh tin bài phù hợp và nắm bắt được nhu cầu tiếp nhận thông tin của các đối tượng.

Xây dựng bản tin từ nguồn tài nguyên thông tin và đa dạng hoá sản phẩm, dịch vụ thư viện - thông tin. Trong một số bản tin hiện nay, hệ thống sản phẩm, dịch vụ thông tin đã đáp ứng một phần đối với nhu cầu tin của xã hội. Tuy nhiên, các bản tin có thể phát triển nhiều loại hình sản phẩm khác nhau như xây dựng các nội dung của bản tin nhằm hỗ trợ tăng sự hiểu biết của nhân dân, phối hợp với các phòng ban liên quan trong hoạt động hỗ trợ cho chất lượng bản tin bằng cách cung cấp vấn đề thời sự, nổi cộm liên quan đến quyền và lợi ích hợp pháp của nhân dân. Trên cơ sở đó, cán bộ thiết kế và xây dựng bản tin thông tin cơ sở sẽ xây dựng các bộ sưu tập theo chuyên đề phục vụ sát nhất nhu cầu tin của cộng đồng. Đồng thời, công tác bổ sung chất liệu cho bản tin cần chú ý đến việc phối hợp bổ sung dựa trên nhu cầu tin của từng đối tượng.

*Ba là, hoàn thiện và phát triển hoạt động quảng bá bản tin cho các đối tượng:*

Cùng với hoạt động xây dựng và thiết kế bản tin có chất lượng, thông tin hỗ trợ cán bộ xây dựng bản tin, cần chú trọng hoạt động quảng bá bản tin đến các đối tượng. Kết quả khảo sát cho thấy, nhiều đối tượng cho rằng các nội dung trong bản tin không phù hợp với yêu cầu của mình, ít thông tin hữu ích, thông tin đã cũ... Khi đó, việc sử dụng các nguồn thông tin bên ngoài luôn là sự lựa chọn của rất nhiều đối tượng (đồng nghiệp, bạn bè, Internet...). Như vậy, sự hạn chế về mức độ tiếp cận và sử dụng bản tin của các đối tượng cũng phần nào lý giải sự hạn chế về chất lượng của bản tin thông tin cơ sở đã được thiết kế và xây dựng. Do vậy, các bản tin thông tin cơ sở cần chú trọng các nội dung có tính thời sự, thiết thực liên quan trực tiếp đến quyền và lợi ích của người dân.

*Bốn là, hướng dẫn và đào tạo thiết kế và xây dựng bản tin thông tin cơ sở cho cán bộ thông tin và nâng cao nhận thức của họ về tầm quan trọng của bản tin thông tin cơ sở:*

Xu hướng chung của các đối tượng là mong muốn được tiếp cận những nguồn thông tin đa dạng, đầy đủ về các vấn đề liên quan đến quyền và lợi ích hợp pháp của họ mà không phải dành quá nhiều thời gian để tiếp cận. Do vậy, việc đào tạo và hướng dẫn cán bộ thông tin trong quá trình xác định nhu cầu tin (cần gì, tìm ở nguồn nào, cách tìm kiếm, cách thức tổ chức, sử dụng và chia sẻ...) là điều thực sự cần thiết để có cơ sở xây dựng và thiết kế bản tin thông tin cơ sở đáp ứng nhu cầu của người dân. Điều này giúp cán bộ thông tin có thể khai thác tối đa giá trị của nhu cầu thực tiễn nhằm hỗ trợ hoạt động thiết kế và xây dựng bản tin thông tin chất lượng để phục vụ và thỏa mãn nhu cầu của cộng đồng.

Mỗi cán bộ trong thiết kế và xây dựng bản tin cần chủ động trang bị kiến thức, kỹ năng cần thiết để tìm kiếm, sử dụng và chia sẻ thông tin hiệu quả. Cán bộ xây dựng bản tin cần tự nhận thức và đánh giá về đặc điểm hoạt động thông tin của mình, từ đó, có ý thức tự học, tự tìm hiểu, học hỏi những kiến thức, kỹ năng từ các chương trình đào tạo, huấn luyện kỹ năng xác định nhu cầu tin, kỹ năng trình bày yêu cầu tin, kỹ năng tìm kiếm và sử dụng bản tin.

Các cơ quan có thẩm quyền quản lý đội ngũ cán bộ làm công tác thông tin cơ sở cần có những biện pháp hỗ trợ để cán bộ hiểu rõ hơn về năng lực hoạt động thông tin của cán bộ thông tin cơ sở ở các mức độ, loại hình bản tin cụ thể. Cán bộ cần chủ động theo dõi thông tin và tham gia tích cực các hoạt động nâng cao năng lực xây dựng bản tin do các đơn vị có thẩm quyền tổ chức, tham gia dưới nhiều hình thức khác nhau như: các lớp đào tạo kỹ năng thiết kế và xây dựng bản tin, Kỹ năng khai thác chất liệu cho bản tin, kỹ năng trao đổi trực tiếp với các đối tượng trong quá trình tìm kiếm và sử dụng thông tin để xây dựng cho bản tin có chất lượng.

### **CÂU HỎI ÔN TẬP**

- 1) Thiết kế và xây dựng bản thông tin cơ sở là gì? Trình bày vai trò của bản thông tin cơ sở
- 2) Trình bày các kỹ năng viết bản tin thông tin cơ sở
- 3) Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến kỹ năng thiết kế và xây dựng bản thông tin cơ sở. Trình bày các giải pháp nâng cao năng lực thiết kế và xây dựng bản thông tin cơ sở

### **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

- 1) Quyết định 52/2016/QĐ-TTg về Quy chế hoạt động thông tin cơ sở do Thủ tướng Chính phủ ban hành
- 2) Tổ chức Care Quốc tế tại Việt Nam (2020), Tài liệu hướng dẫn sản xuất bản tin thuộc Dự án Tăng cường Khả năng Tiếp cận Thông tin cho phụ nữ dân tộc thiểu số
- 3) Cục Thông tin Cơ sở, Bộ Thông tin và Truyền thông (2020), *Sổ tay công tác thông tin cơ sở*, NXB Công Thương.
- 4) Nguyễn Văn Dũng, Đỗ Thị Thu Hằng (2018), *Truyền thông Lý thuyết và kỹ năng cơ bản*, Nhà xuất bản Thông tin và truyền thông
- 5) Lương Khắc Hiếu (2013), *Lý thuyết truyền thông và vận động*, NXB Chính trị quốc gia
- 6) PGS, TS. Lê Thanh Bình (2008), *Truyền thông đại chúng và phát triển xã hội*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội



- 7) Care, Liên minh Châu Âu (2020) *tài liệu hướng dẫn sản xuất bản tin, nâng cao kỹ năng thông tin truyền thông trong cộng đồng dân tộc thiểu số* (Dự án tăng cường khả năng tiếp cận thông tin dành cho phụ nữ dân tộc thiểu số).

## Chuyên đề 4

# Kỹ năng giải quyết xung đột và xử lý khủng hoảng truyền thông ở cơ sở

### 4.1. Nguồn xung đột và khủng hoảng truyền thông ở cơ sở

#### 4.1.1. Các loại xung đột và nguồn xung đột xã hội

##### a) Các loại xung đột xã hội

Trong những năm gần đây, cùng với sự phát triển của đời sống kinh tế - xã hội, mâu thuẫn và xung đột xã hội đang có chiều hướng gia tăng trên rất nhiều lĩnh vực, tính chất của các xung đột xã hội cũng ngày càng phức tạp. Ngoài ra, cuộc sống nhiều áp lực, căng thẳng khiến con người dễ bị tổn thương về mặt tâm lý, bị ức chế, dễ dẫn đến xung đột xã hội, đặc biệt cấp cơ sở, chúng biểu hiện:

1) Trong lĩnh vực kinh tế: tranh chấp đất đai (giữa cá nhân với cá nhân, giữa cá nhân với tập thể, giữa cá nhân với các cơ quan quản lý nhà nước, giữa các cộng đồng, nhóm người với nhau về giải tỏa, đền bù); tranh chấp hợp đồng kinh tế; phân chia tài sản, ...

2) Trong lĩnh vực xã hội: chính sách, chế độ xã hội và thực hiện chính sách. Những xung đột này thường xảy ra giữa các cá nhân, các nhóm dân cư, các nhóm xã hội với các cơ quan thực thi chính sách, pháp luật ở địa phương. Sự đòi hỏi của người dân không được giải quyết một cách thỏa đáng các vấn đề của mình cũng có thể dẫn tới xung đột xã hội.

3) Trong lĩnh vực y tế (giữa bệnh nhân, người nhà bệnh nhân với bác sĩ, với cơ quan y tế). Nhiều xung đột cũng xảy ra giữa các cộng đồng dân cư (làng, xóm, dòng họ...) với các cơ quan thực thi quyền lực.

4) Trong lĩnh vực giao thông, xung đột xảy ra khá phổ biến, nhất là ở các đô thị lớn (do mật độ giao thông đông, người sử dụng phương tiện giao thông chưa có ý thức, văn hóa thấp kém của người tham gia giao thông, tình trạng tắc đường); thu phí BOT; đền bù giải phóng mặt bằng, ...

5) Trong lĩnh vực giáo dục: dạy thêm học thêm; các khoản phí; trường công trường tư; chi phí và chất lượng; chất lượng và bằng cấp;

6) Trong lĩnh vực văn hóa, các xung đột diễn ra trong các lễ hội (như lễ hội đền Trần, lễ hội đền Gióng...). Những vụ việc tranh chấp, xô xát liên quan đến các di tích lịch sử văn hóa, cơ sở thờ tự của các tín ngưỡng, tôn giáo không phải là ít.

7) Trong lĩnh vực tôn giáo: tranh chấp về đất đai, xây dựng cơ sở thờ tự, truyền đạo trái pháp luật, vi phạm luật pháp hiện hành về tôn giáo, chứ không phải do nguyên nhân xung đột về niềm tin tôn giáo.

8) Trong lĩnh vực môi trường: xung đột giữa các cộng đồng dân cư với các công ty, doanh nghiệp hủy hoại môi trường. Trong thời gian tới, dưới tác động của ô nhiễm môi trường, biến đổi khí hậu, các thảm họa môi trường, thảm họa do thiên tai mang lại sẽ có nhiều hơn các cuộc xung đột xã hội trong lĩnh vực môi trường.

9) Trong gia đình: xung đột giữa vợ và chồng, giữa cha mẹ và con cái, giữa các anh chị em. Những xung đột xã hội ở cấp độ cá nhân, gia đình đang ngày càng mở rộng và phức tạp.

10) Trong quan hệ lao động giữa người lao động và chủ sử dụng lao động: tranh chấp lao động cá nhân, tranh chấp lao động tập thể liên quan đến HĐLĐ, tiền công, thời gian làm thêm, điều kiện lao động, BHXH, phúc lợi xã hội; vấn đề đình công.

#### *b) Nguồn dẫn đến xung đột xã hội*

1) Những mâu thuẫn về lợi ích kinh tế (xuất hiện nhiều hơn với mức độ, quy mô khác nhau, tính chất khác nhau) đã dẫn đến những xung đột xã hội không thể tránh khỏi. Đây là nguyên nhân phổ biến của các xung đột xã hội ở nước ta thời gian gần đây.

2) Sự biến đổi về mặt xã hội như tình trạng phân tầng xã hội, phân hóa giàu nghèo, bất bình đẳng xã hội. Sự phát triển kinh tế xã hội, sự gia tăng quá trình đô thị hóa, hiện đại hóa đã phá vỡ những cấu trúc xã hội truyền thống (như cấu trúc làng, xã, cấu trúc gia đình...) cũng là nguyên nhân gây nên xung đột xã

hội. Tâm lý xã hội khủng hoảng, bức xúc xã hội, các vấn đề an ninh phi truyền thống. Đạo đức xuống cấp, lối sống thực dụng, chủ nghĩa khủng bố.

3) Môi trường tự nhiên (như ô nhiễm môi trường, biến đổi khí hậu, cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên, phá rừng) cũng chứa đựng những mầm mống gây xung đột xã hội.

4) Một số chính sách, pháp luật trong lĩnh vực đất đai, kinh doanh, lao động, an sinh xã hội, quản lý xã hội và bảo đảm quyền lợi cho người dân chưa được đồng bộ, nhất quán, còn bất cập, gây bức xúc trong cộng đồng doanh nghiệp và nhân dân.

5) Thiếu hệ thống các chuẩn mực đạo đức để làm thước đo: đạo đức công vụ; đạo đức trong chính trị; đạo đức trong kinh doanh; chuẩn mực ứng xử trong gia đình, cơ quan, xã hội để giáo dục và xử lý các mẫu thuẫn xã hội.

6) Một số cuộc xung đột xã hội còn có sự tham gia, xúi giục, tổ chức của các thế lực thù địch trong và ngoài nước, tìm cách kích động biểu tình, bạo loạn, tạo cơ gây xung đột xã hội để can thiệp.

7) Cách thức giải quyết mâu thuẫn và xung đột

- Sự yếu kém của hệ thống chính trị ở cơ sở tại một số địa phương; sự thoái hóa biến chất của một số cán bộ, cả cán bộ lãnh đạo, quản lý; tình trạng chính quyền quan liêu, tham nhũng, mất dân chủ, cố ý làm sai chủ trương chính sách của Đảng, Nhà nước; cách giải quyết những đòi hỏi, bức xúc, nguyện vọng của nhân dân không hợp tình, không hợp lý, không dứt điểm; sự sai sót trong công tác giải quyết khiếu nại, tố cáo và tranh chấp trong nội bộ nhân dân; sự bất cập trong việc thực thi pháp luật, . . .

- Hình sự hoá quan hệ kinh tế, hành chính, dân sự. Thực hiện truy tố một số quan hệ kinh tế, dân sự không đúng bản chất khách quan của hành vi, đã xảy ra trên khắp cả nước.

- Cách tiếp cận không hợp lý như giải quyết đình công tại các doanh nghiệp (hành chính thay vì thương lượng); cai nghiện ma túy (tội phạm hay con bệnh); người trực tiếp xử lý thiếu chuyên nghiệp, thiếu hiểu biết, . . . dẫn đến một tỷ lệ lớn mâu thuẫn, xung đột chỉ được giải quyết phần nào (chủ yếu là phần

ngon) chứ không giải quyết được triệt để, điều này đã tạo ra những nhân tố gây mất ổn định xã hội. Ngoài ra, vai trò của các tổ chức đoàn thể trong giải quyết mâu thuẫn, xung đột xã hội còn rất hạn chế.

#### **4.1.2. Khủng hoảng truyền thông**

##### *a) Khủng hoảng truyền thông là gì?*

Khủng hoảng là bất kỳ một sự kiện nào có khả năng ảnh hưởng tiêu cực đến hình ảnh của cá nhân, tổ chức đối với công chúng của nó.

Ba yếu tố chung cho một cuộc khủng hoảng:

- Môi đe dọa đối với tổ chức, cá nhân
- Yếu tố bất ngờ
- Thời gian quyết định ngắn

Khủng hoảng truyền thông là cụm từ tiếng Việt được dịch ra từ chữ crisis. Khủng hoảng truyền thông là những sự kiện xảy ra ngoài tầm kiểm soát của cá nhân, tổ chức khi có thông tin bất lợi về cá nhân, tổ chức hay sản phẩm. Sự bất lợi này đe dọa đến việc tiêu thụ sản phẩm hoặc làm giảm uy tín của cá nhân, tổ chức. Khủng hoảng truyền thông là bất kỳ một sự kiện ngoài ý muốn nào mang mối đe dọa nghiêm trọng đến uy tín của cá nhân, tổ chức hoặc niềm tin của các bên liên quan. Sự kiện có thể là một hành động vi phạm lòng tin, một sự thay đổi trong môi trường cạnh tranh, cáo buộc bởi các nhân viên hoặc những người khác, một nghị định đột ngột của chính phủ, lỗi hỏng trong sản phẩm, hoặc bất kỳ tác động tiêu cực nào khác.

Tại cơ sở, khủng hoảng truyền thông thường tập trung vào một số vấn đề như: giải quyết chế độ chính sách; tranh chấp đất đai; triển khai các dự án xây dựng; vấn đề thu mua, bảo quản nông sản; vấn đề an ninh; trật tự; vấn đề an sinh xã hội... Những vấn đề tuy nhỏ, nhưng nếu không xử lý khéo sẽ bùng phát thành khủng hoảng truyền thông lớn, khó kiểm soát.

Có thể hiểu, khủng hoảng truyền thông là những sự kiện, sự việc xảy ra ngoài tầm kiểm soát của cơ quan chức năng, đơn vị. Những thông tin bất lợi về địa phương, đơn vị hay sản phẩm đe dọa đến tình hình ổn định của địa phương, đến uy tín của đơn vị và việc tiêu thụ nông sản tại cơ sở.

*b) Nguyên nhân dẫn đến khủng hoảng truyền thông*

Bất kỳ một sự việc nào cũng có mối quan hệ biện chứng giữa “nguyên nhân – kết quả”. Các cuộc khủng hoảng truyền thông không tự nhiên sinh ra mà nó có thể xuất phát từ các xung đột chính, cơ bản như:

➤ *Xung đột lợi ích*: Một nhóm các cá nhân hoặc nhóm có mâu thuẫn với các tổ chức về những lợi ích nhất định từ đó dẫn đến các hoạt động chống phá để mang lợi ích về phe mình. Các hoạt động chủ yếu của xung đột này là tẩy chay. Xung đột này hiện nay thì thường xuyên xảy ra.

➤ *Cạnh tranh không công bằng*: Cá nhân hoặc tổ chức đối thủ có các động thái vượt ngoài khuôn khổ pháp luật nhằm chống phá, bôi nhọ, hạ nhục danh tiếng của cá nhân, tổ chức kia. Tuy các hoạt động này đã được giới hạn nhưng vẫn còn đó mà cụ thể là hành động bắt nạt trên mạng.

➤ *“Một con sâu làm rầu nồi canh”*: Một cá nhân đại diện trong tổ chức có hành vi phạm tội, gây rúng động trong cộng đồng, khiến cộng đồng mất niềm tin và quay lưng với tổ chức.

➤ *Khủng hoảng liên đới*: Đối tác của tổ chức mình bị vướng vào vòng lao lý, từ đây có một số tin đồn thất thiệt trên mạng xã hội nhằm vào làm bôi nhọ danh tiếng tổ chức khi đánh đồng tổ chức với những việc làm sai trái của đối tác.

➤ *Khủng hoảng tự sinh*: Các hoạt động truyền thông, sản phẩm hay dịch vụ vô tình có những lỗi hoặc phốt dẫn đến sự bất bình và lan truyền rộng rãi. Đây là lý do thường xuyên và phổ biến trong các tổ chức.

➤ *Khủng hoảng chồng khủng hoảng*: Là khi tổ chức xử lý truyền thông không khéo, không có thái độ thành khẩn sửa chữa lỗi lầm dẫn đến sự phẫn nộ sâu sắc hơn từ cộng đồng. Khủng hoảng này thường xảy ra khi tổ chức không có một chiến lược giải quyết khủng hoảng quy củ, cẩn thận.

Và kết quả của những loại xung đột cộng thêm nhiều gia vị của truyền thông đã tạo nên những cuộc khủng hoảng truyền thông. Khủng hoảng truyền thông vừa là cơ hội, cũng vừa là thách thức đối với các tổ chức.

## 4.2. Các nguyên tắc giải quyết xung đột và xử lý khủng hoảng truyền thông ở cơ sở

### 4.2.1 Nguyên tắc giải quyết xung đột

- Ưu tiên giá trị con người
- Nghe nhiều hơn nói
- Hòa hòa lợi ích
- Tôn trọng công lý, yêu thương con người
- Không đao to, búa lớn
- Linh hoạt, mềm dẻo
- Đạt được mục tiêu chính
- Đưa ra nhiều giải pháp và lựa chọn giải pháp tối ưu

### 4.2.2. Nguyên tắc xử lý khủng hoảng truyền thông

- Xác định tâm vốc và mức độ của xung đột và khủng hoảng
- Xác định nguyên nhân của xung đột và khủng hoảng
- Thành lập ban tác chiến (tốt nhất là thành lập trước đó) gồm lãnh đạo và các bộ phận có liên quan trực tiếp.

➤ Xác định người phát ngôn, hướng phát ngôn, số lượng thông tin phát ra và tuân thủ tuyệt đối việc này.

➤ Xử lý vấn đề với những người có liên quan ngay tại gốc rễ. Đồng thời đưa ra các bằng chứng thuyết phục của các nhà chức trách .

➤ Vận dụng mọi mối liên hệ với báo giới của chính tổ chức và của tổ chức truyền thông tư vấn xử lý khủng hoảng. Tranh thủ sự ủng hộ của người tiêu dùng, công chúng.

➤ Sử dụng các công cụ online để tăng lượng tin tích cực, pha loãng thông tin tiêu cực tiến đến đẩy tin xấu xuống thật xa trong bảng kết quả tìm kiếm của Google.

- Đảm bảo truyền thông xuyên suốt trong nội bộ và với báo giới.

#### **Không nên:**

- Quan co, chối trách nhiệm, đùn đẩy trách nhiệm.
- Cư xử trên tiền.

- Nóng giận, phát ngôn, hành động thiếu kiềm chế.
- Phát ngôn hành động không nhất quán.
- Xóa thông tin, xóa bài

### **4.3. Kỹ năng thuyết trình thuyết phục trong giải quyết xung đột và xử lý khủng hoảng truyền thông ở cơ sở**

*Một là, giữ bình tĩnh và duy trì ngôn ngữ cơ thể ổn định:*

Trước khi tiến tới giải quyết xung đột, xử lý khủng hoảng truyền thông chúng ta nên hít thở sâu vài lần. Thay vì việc ngồi chúng ta nên đứng và kéo vai ra sau cũng có thể giúp bình tĩnh hơn. Hai bàn chân có thể được đặt trên sàn, thay vì bắt chéo. Giữ cánh tay mở rộng và sang hai bên, thay vì bắt chéo hoặc chuyên động.

*Hai là, tìm một nơi riêng tư, thoải mái để thảo luận về xung đột và khủng hoảng truyền thông:*

Cả giải quyết xung đột và xử lý khủng hoảng truyền thông đều có thể gây mất tập trung cho người khác. Tìm một nơi mà bạn có thể giải quyết vấn đề một cách riêng tư. Những người tham gia giải quyết xung đột, xử lý khủng hoảng truyền thông cần được bố trí chỗ ngồi bình đẳng. Cân nhắc có sẵn nước trong cuộc trò chuyện.

*Ba là, thừa nhận rằng có một vấn đề tồn tại:*

Bắt đầu giải quyết xung đột, khủng hoảng truyền thông bằng cách khuyến khích tất cả các bên đồng ý rằng có vấn đề ngay từ đầu.

*Bốn là, đồng ý để tìm ra một giải pháp:*

Một khi vấn đề đã được thừa nhận, mọi người cần đồng ý rằng cần đạt được một giải pháp. Nếu chúng ta đang hòa giải một tình huống và một bên không sẵn sàng đồng ý tìm ra giải pháp, chúng ta có thể muốn tách họ sang một bên để hiểu lý do và cách chúng ta có thể thuyết phục họ tham gia.

*Năm là, làm việc để hiểu quan điểm của tất cả mọi người liên quan:*

Trong hầu hết các cuộc xung đột và khủng hoảng truyền thông, mọi người không cố gắng gây ra vấn đề. Thay vào đó, hầu hết xung đột, khủng hoảng thường phát sinh do hiểu lầm và lợi ích bị ảnh hưởng. Dành thời gian để lắng



nghe và thấu hiểu có thể giúp giải quyết bất đồng dễ dàng hơn. (Tất nhiên, có những trường hợp mọi người đang cố gắng gây ra xung đột và khủng hoảng truyền thông là vì quyền lợi của họ)

*Sáu là, ghi lại những gì gây ra xung đột:*

Mọi người có thể bị vô số tác nhân gây căng thẳng không rõ dẫn đến xung đột và khủng hoảng truyền thông. Các yếu tố như thời hạn, sự mệt mỏi, gia đình, sức khỏe, đói, kiệt sức, bất đồng quan điểm, khác biệt giá trị và những yếu tố gây tổn hại khác đến cá nhân, tổ chức, xã hội đều có thể dẫn đến cảm xúc dâng cao làm bùng phát xung đột và khủng hoảng truyền thông.

*Bảy là, xác định các cơ hội thỏa hiệp:*

Đối với hầu hết các xung đột và khủng hoảng truyền thông được giải quyết, một hoặc nhiều bên phải đồng ý thỏa hiệp. Khi bạn tiến gần hơn đến một giải pháp, hãy tìm kiếm các điểm có thể xảy ra thỏa hiệp.

#### **4.4. Kỹ năng áp dụng pháp luật trong giải quyết xung đột và xử lý khủng hoảng truyền thông ở cơ sở**

Hãy dựa vào các qui định của pháp luật và lấy lợi ích của cộng đồng làm trung tâm trong quá trình hành động xử lý khủng hoảng truyền thông. Hãy tạm bỏ qua những tổn thất nhỏ để bảo vệ hình ảnh, bảo vệ uy tín trong cộng đồng.

Thông tin cơ sở, đặc biệt là đài truyền thanh xã, đội thông tin cổ động là những phương tiện, công cụ hữu hiệu để giúp chính quyền xử lý khủng hoảng truyền thông tại cơ sở. Để xử lý khủng hoảng truyền thông tại cơ sở, cán bộ thông tin cơ sở cần nắm rõ một số nguyên tắc sau đây:

- Xác định nguyên nhân gây ra khủng hoảng;
- Xác định mức độ của khủng hoảng;
- Tìm các căn cứ pháp luật qui định về vấn đề này;
- Lập đội xử lý khủng hoảng (tham mưu đề chính quyền chỉ định người phát ngôn duy nhất, các thành viên có liên quan) đưa ra hướng trả lời. Người phát ngôn có thể là lãnh đạo địa phương, hợp tác xã... nhưng phải là người có tầm ảnh hưởng đối với nhân dân, xã viên để củng cố lại lòng tin cho các thành viên. Người phát ngôn là người có kỹ năng giao tiếp giỏi, biết ăn nói;

- Viết thông cáo báo chí, thông tin bước đầu cho các cơ quan báo chí, thông báo trên đài truyền thanh xã, trên bảng tin công cộng;
- Sau khi có kết quả chính thức về sự cố, vụ việc phải tổ chức họp báo chính thức để thông tin cụ thể về sự cố, vụ việc tới người dân;
- Người xử lý khủng hoảng truyền thông phải luôn phải tuân thủ pháp luật, và giữ thái độ đúng đắn.

#### **4.5. Kỹ năng nắm bắt nhu cầu, tâm lý các đối tượng trong xử lý xung đột và khủng hoảng truyền thông ở cơ sở**

Mục tiêu cuối cùng của giải quyết xung đột và khủng hoảng truyền thông là lấy lại thương hiệu, uy tín của tổ chức thông qua hòa giải thành công và các bên cảm thấy hài lòng, thỏa mãn. Các đối tượng có tâm lý vô cùng đa dạng và bao gồm những đặc điểm khác nhau. Kỹ năng nắm bắt tâm lý đối tượng tốt sẽ giúp ích rất nhiều cho bạn trong quá trình xử lý xung đột, khủng hoảng truyền thông. Mỗi kiểu đối tượng đều có những cách nắm bắt tâm lý phù hợp riêng biệt. Các cách nắm bắt nhu cầu và tâm lý, bao gồm:

*Kêu gọi (khơi gợi) khéo léo:* Cần phải đánh giá cao công lao đóng góp của từng cá nhân, tổ chức vào lợi ích chung. Bộc lộ niềm tin của mình vào họ, với mình và đối tượng không thể thiếu một trong hai.

*Gây áp lực tạo sức ép từ bên trên:* nhẹ nhàng nhắc nhở cho họ biết là nếu vấn đề phát triển rộng thì những nguy cơ về thanh danh và vị trí công tác cùng với hình ảnh của họ cho trước xã hội chắc chắn là bị biến dạng.

*Chiến thuật tạo đồng minh:* dùng các tổ chức, cá nhân có uy tín tham gia thuyết phục từng vấn đề theo kịch bản đã dàn dựng, ở nhiều thời điểm khác nhau có chú ý.

Nội dung của quá trình thương thảo này cần đạt được là:

- Xác định nhu cầu cần thiết là quyền lực danh dự và lợi ích vật chất được hưởng và lời xin lỗi của đối phương. Trong quá trình phải buộc được đối tượng nhận ra sai lầm.
- Thiết kế các thỏa thuận (dự kiến) với từng đối tượng, đồng thời cam kết ủng hộ họ khi những vấn đề quyền lợi của họ là chính đáng.

➤ Phong cách hợp tác thông qua con đường thương thảo chung.

Thương thảo là quá trình cho và nhận giữa các bên liên thuộc đang xung đột. Trong các tình huống xung đột và khủng hoảng truyền thông cần xác định chọn kiểu thương thảo hòa hợp, tức là làm sao cho các bên cùng thắng lợi.

*Bước 1:* Làm rõ lợi ích. Đến giai đoạn này, chủ thể xử lý xung đột và khủng hoảng cần đóng một lúc ba vai: Tư vấn – Hòa giải – Trọng tài. Giải pháp lựa chọn là nhẹ nhàng, nhấn mạnh những điểm chính, khen chê công bằng và bộc lộ niềm tin vào hai người như nhau. Đề cao mục tiêu chung là lợi ích chung, đồng thời xác định cụ thể mục đích giải quyết quyền lợi của các bên.

*Bước 2:* Xác định phương án lựa chọn. Ở bước này, cần thống nhất với các đối tượng về những vấn đề mà họ quan tâm bao gồm: Danh dự, quyền lợi và quyền lực.

*Bước 3:* Thiết kế các thỏa thuận.

- Về danh dự: Các bên cần xin lỗi nhau, tự nhận thấy những hành động thái quá của mình. Chủ thể xử lý sẽ tìm một phương án có lợi nhất cho các bên trước cơ quan.

- Về vật chất và quyền lực: Cần đàm luận để giải thích rõ các nguồn lợi và phân trách nhiệm cho mỗi bên.

*Bước 4:* Lựa chọn thỏa thuận.

Chủ thể xử lý cần chủ động đưa ra phương án lựa chọn thỏa thuận, để hòa giải được đối tượng và đảm bảo được việc xử lý xung đột và khủng hoảng truyền thông thành công.

*Bước 5:* Hoàn thiện các thỏa thuận.

Chủ thể xử lý xung đột và khủng hoảng cần khuyên các đối tượng của mình hãy bỏ qua cho nhau vì nhân cách và vì lợi ích của các bên.

Xác định rõ nguyên tắc làm việc trong tương lai: không phát ngôn hoặc hành động cá nhân mà phải cùng nhau thống nhất được phương án giải quyết.

## CÂU HỎI ÔN TẬP

- 1) Phân tích nguyên nhân dẫn đến xung đột và khủng hoảng truyền thông ở cơ sở
- 2) Phân tích các nguyên tắc giải quyết xung đột và xử lý khủng hoảng truyền thông ở cơ sở
- 3) Trình bày các kỹ năng giải quyết xung đột và xử lý khủng hoảng truyền thông ở cơ sở. Liên hệ thực tiễn.

### **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

- 1) PGS.TS Nguyễn Văn Thành (2022), *Quản trị, xử lý khủng hoảng truyền thông - Bài học quốc tế và vấn đề rút ra đối với Việt Nam*, Nhà Xuất Bản Chính Trị Quốc Gia Sự Thật
- 2) Phạm Quý Trọng (2022), *Xử lý khủng hoảng truyền thông trên mạng xã hội*, Tạp chí điện tử của ban Tuyên giáo Trung ương <https://tuyengiao.vn/>
- 3) Nguyễn Thị Minh Hiền (2021), *Tài liệu nội bộ môn Quản lý vấn đề và xử lý khủng hoảng truyền thông*, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.
- 4) Coombs & Holladay (2010) - *The handbook of crisis communication ( Sổ tay về khủng hoảng truyền thông)*
- 5) Phan Minh Cường ( 2021), *Quản Trị "Khủng Bó" Trực Tuyến Và Xử Lý Khủng Hoảng Truyền Thông Hiệu Quả*, NXB Tổng hợp TP Hồ Chí Minh

## **Chuyên đề 5**

# **Kỹ năng tổ chức buổi tuyên truyền cổ động và tuyên truyền miệng**

### **5.1. Tuyên truyền cổ động và tuyên truyền miệng là gì**

#### ***5.1.1. Tuyên truyền cổ động là gì?***

Tuyên truyền cổ động là hoạt động của đội thông tin cổ động cấp xã cung cấp thông tin về một vấn đề cụ thể thường mang tính chủ trương, chính sách, quy định pháp luật của Đảng, Nhà nước tuyên truyền tới quần chúng nhân dân giúp họ nắm bắt, thấu hiểu, tin tưởng và hành động cho đúng. Hoặc là một hoạt động nhằm cổ vũ, thông tin về một sự kiện lớn để nhiều người biết và tham gia, ủng hộ.

Cổ động là thông qua những hình thức, công cụ riêng, chủ yếu là các biện pháp trực quan, tác động trực tiếp vào nhận thức, tư tưởng, tình cảm của quần chúng nhân dân, lôi cuốn họ vào những hoạt động theo mục tiêu đã định.

#### ***5.1.2. Tuyên truyền miệng là gì?***

Tuyên truyền miệng là một loại hình tuyên truyền được tiến hành bằng lời nói trực tiếp nhằm mục đích nâng cao nhận thức, củng cố niềm tin và cổ vũ tính tích cực hành động của đối tượng.

Tuyên truyền miệng thực hiện trong bối cảnh giao tiếp trực tiếp của người tuyên truyền và đối tượng tuyên truyền. Đây là điểm khác biệt cơ bản của tuyên truyền miệng so với tuyên truyền qua các phương tiện truyền thông đại chúng.

Tuyên truyền miệng chủ yếu được tiến hành bằng lời nói. Ngày nay, cán bộ làm tuyên truyền miệng có thể có thêm sự hỗ trợ của máy tính, màn hình, các chương trình trình chiếu, mạng internet..., nhưng phương tiện chủ yếu của họ vẫn là lời nói trực tiếp.

Tuyên truyền miệng là hình thức hoạt động thường xuyên của tuyên truyền viên cơ sở, sử dụng ngôn ngữ nói để truyền đạt đường lối của Đảng,

chính sách pháp luật của Nhà nước, biện pháp chỉ đạo, tổ chức thực hiện của chính quyền đối với quần chúng, đưa ra các lý lẽ minh chứng... nhằm thuyết phục đối tượng suy nghĩ và hành động theo định hướng.

## **5.2. Ý nghĩa và mục đích của tuyên truyền cổ động và tuyên truyền miệng**

### **5.2.1. Ý nghĩa và mục đích của tuyên truyền cổ động**

#### *a) Ý nghĩa của tuyên truyền cổ động*

- Là phương tiện quan trọng để phổ biến, truyền bá chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, các quan điểm, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, những vấn đề thời sự lớn của đất nước, của quốc tế và của địa phương; qua đó, nâng cao nhận thức chính trị của cán bộ, đảng viên và nhân dân, động viên mọi người thực hiện tốt các nhiệm vụ chính trị trong mỗi thời kỳ.

- Là công cụ để định hướng tư tưởng, hướng dẫn suy nghĩ và hành động của toàn xã hội. Củng cố niềm tin, giáo dục lý luận, đạo đức lối sống, lễ sống, góp phần quan trọng xây dựng nền văn hóa mới, con người mới xã hội chủ nghĩa.

- Góp phần tăng cường mối quan hệ máu thịt giữa Đảng với nhân dân, xây dựng khối đoàn kết thống nhất trong Đảng, tăng cường sự đồng thuận trong xã hội.

- Là công cụ sắc bén đấu tranh bảo vệ chân lý, chống lại mọi âm mưu, thủ đoạn "Diễn biến hòa bình" của các thế lực thù địch và bọn phản động, cơ hội.

#### *b) Mục đích của tuyên truyền cổ động*

Tuyên truyền, cổ động là hoạt động có mục đích của một chủ thể nhằm truyền bá những tri thức, giá trị tinh thần, tư tưởng đến đối tượng, biến những tri thức, giá trị tinh thần, tư tưởng đó thành nhận thức, niềm tin, tình cảm, cổ vũ đối tượng hành động theo những định hướng do chủ thể tuyên truyền đặt ra.

### **5.2.2. Ý nghĩa và mục đích của tuyên truyền miệng**

#### *a) Ý nghĩa của tuyên truyền miệng*

- Cùng với các công cụ, phương tiện công tác tư tưởng khác, tuyên truyền miệng góp phần truyền bá sâu rộng trong cán bộ, đảng viên và các tầng lớp nhân dân về chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, qua đó làm cho hệ tư tưởng của Đảng đóng vai trò chủ đạo trong đời sống tinh thần của xã hội.

- Tuyên truyền miệng là kênh thông tin chủ yếu và chính thống nhằm giáo dục, phổ biến, quán triệt chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; thông báo kịp thời, có định hướng các vấn đề thời sự quan trọng trong nước và quốc tế, các vấn đề mà dư luận quan tâm. Nhờ đó mà tạo ra sự thống nhất về nhận thức, tư tưởng trong Đảng và đồng thuận trong xã hội, củng cố niềm tin, cổ vũ các phong trào hành động cách mạng, thực hiện thắng lợi các nghị quyết của Đảng, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của Nhà nước.

- Tuyên truyền miệng có đặc điểm là giao tiếp trực tiếp với cán bộ, đảng viên và nhân dân. Qua công tác tuyên truyền miệng, báo cáo viên, tuyên truyền viên sẽ nắm bắt được nhận thức, tư tưởng, thái độ của đối tượng đối với chủ trương, đường lối, chính sách, nắm được tâm tư, nguyện vọng, nhu cầu, lợi ích... của nhân dân. Vì vậy, tuyên truyền miệng ví như là sợi dây nối liền Đảng với quần chúng, Nhà nước với Nhân dân, Trung ương, địa phương với cơ sở.

- Tuyên truyền miệng góp phần to lớn vào việc tạo lập và thúc đẩy các phong trào thi đua yêu nước, xây dựng và nhân rộng các điển hình tiên tiến; đấu tranh phê phán những hiện tượng tiêu cực, bài trừ các tệ nạn xã hội.

- Tuyên truyền miệng là phương tiện hiệu quả để đấu tranh chống âm mưu, thủ đoạn “diễn biến hoà bình” của các thế lực thù địch; đấu tranh phê phán những quan điểm sai trái, lệch lạc nhằm bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, bảo vệ Đảng, bảo vệ chế độ xã hội chủ nghĩa, sự nghiệp đổi mới, nền văn hóa; bảo vệ nhân dân; giữ vững ổn định chính trị trong điều kiện toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế.

- Tuyên truyền miệng có khả năng đưa những thông tin nội bộ, những thông tin mà về lý do nào đó không thể hoặc không nên đưa trên các phương tiện thông tin đại chúng đến đối tượng tuyên truyền. Trong điều kiện bùng nổ thông tin như hiện nay, tuyên truyền miệng còn góp phần định hướng thông tin, giải thích, phân tích cho nhân dân hiểu rõ đâu là thông tin chính thức, chính thống, trên cơ sở đó định hướng dư luận xã hội, góp phần tạo ra sự thống nhất về chính trị, tư tưởng trong Đảng, sự đồng thuận trong xã hội.

#### *b) Mục đích của tuyên truyền miệng*

Mục đích chung: tuyên truyền miệng và đội ngũ báo cáo viên, tuyên truyền viên là một mắt khâu quan trọng, trực tiếp nối liền Đảng, Nhà nước với nhân dân, Trung ương với địa phương và cơ sở để vừa đưa chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước đến với nhân dân, vừa nắm bắt, phản ánh trung thực, kịp thời tư tưởng, tâm tư, nhu cầu, lợi ích, nguyện vọng của nhân dân đối với lãnh đạo Đảng, Nhà nước.

Mục đích cụ thể:

*Một là, phổ biến, truyền bá hệ tư tưởng của Đảng Cộng sản Việt Nam:* Cùng với các hình thức và phương tiện thông tin đại chúng, tuyên truyền miệng góp phần quan trọng trong việc truyền bá chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, làm cho hệ tư tưởng của Đảng chiếm vai trò chủ đạo trong đời sống tinh thần của xã hội.

*Hai là, thông tin và định hướng thông tin:* Tuyên truyền miệng là một kênh thông tin chính thống giữ vai trò chủ yếu trong việc thông báo, quán triệt đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật Nhà nước; các vấn đề thời sự trong nước và quốc tế quan trọng mà dư luận đang quan tâm, qua đó định hướng thông tin cho người nghe. Mặt khác, thông qua các hoạt động trên, công tác tuyên truyền miệng có điều kiện nắm bắt tâm tư, nguyện vọng của người nghe để phản ánh và kiến nghị với Đảng và Nhà nước bổ sung, hoàn thiện và thực hiện tốt hơn đường lối, chủ trương, chính sách đã đề ra.

*Ba là, giáo dục, cổ vũ, động viên quần chúng đi tới hành động:* Tuyên truyền miệng có mục tiêu rất cơ bản là góp phần giáo dục và xây dựng những chuẩn mực đạo đức, nhân cách con người mới, nền văn hoá mới, cổ vũ và động viên các nhân tố mới, tốt đẹp trong xã hội. Tuyên truyền miệng có khả năng to lớn và có hiệu quả trong chức năng cổ vũ, động viên, lôi cuốn được đông đảo quần chúng nhân dân tham gia các phong trào thi đua.

*Bốn là, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng:* Tuyên truyền miệng là vũ khí sắc bén trong đấu tranh tư tưởng, đấu tranh chính trị của Đảng, đặc biệt là trong đấu tranh chống các âm mưu và thủ đoạn "diễn biến hòa bình", bạo loạn lật đổ, thúc đẩy "tự diễn biến", "tự chuyển hóa" của các thế lực thù địch. Tuyên truyền



miệng là công cụ hữu hiệu để phê phán các nhận thức tư tưởng lạc hậu, lệch lạc, các tệ nạn xã hội, sự suy thoái về tư tưởng chính trị, đạo đức, lối sống của một bộ phận cán bộ, đảng viên và nhân dân.

### **5.3. Các hình thức tuyên truyền cổ động và tuyên truyền miệng**

#### **5.3.1. Các hình thức tuyên truyền cổ động**

- Cổ động miệng qua hệ thống phát thanh, truyền thanh...
- Cổ động bằng panô, áp phích, các khẩu hiệu.
- Cổ động bằng các phương tiện thông tin đại chúng.
- Cổ động bằng tuần hành, mít tinh...

#### **5.3.2. Các hình thức tuyên truyền miệng**

- Nói chuyện thời sự;
- Phổ biến, giải thích chế độ chính sách, pháp luật;
- Phổ biến kiến thức khoa học - kỹ thuật;
- Kể chuyện;
- Đối thoại trực tiếp, thảo luận.

### **5.4. Kỹ năng tổ chức tuyên truyền miệng**

#### **5.4.1. Kỹ năng định hướng trong tổ chức tuyên truyền miệng**

##### **a) Kỹ năng định hướng là gì?**

Là khả năng dựa vào sự biểu lộ bên ngoài như sắc thái biểu cảm, âm điệu của lời nói, cử chỉ, hành động, điệu bộ... của đối tượng mà cán bộ tuyên truyền phán đoán tương đối chính xác trạng thái tâm lý bên trong của đối tượng. Định hướng trước khi giao tiếp đó là sự thu thập thông tin về đối tượng từ trước khi gặp gỡ để xây dựng, phác thảo chân dung tâm lý của đối tượng.

##### **b) Phân loại kỹ năng định hướng**

Kỹ năng định hướng được chia thành 4 loại cơ bản như sau:

- Kỹ năng phán đoán dựa trên nét mặt, thái độ,...
- Kỹ năng chuyên từ sự nhận xét đánh giá bên ngoài vào nhận biết bản chất bên trong của đối tượng
- Kỹ năng định hướng trước mục tiêu khi tuyên truyền
- Kỹ năng định hướng trong quá trình tuyên truyền và kết quả tuyên truyền

### ***c) Lợi ích của rèn luyện kỹ năng định hướng***

Giúp cán bộ tuyên truyền có các phương án ứng xử khác nhau, thấu hiểu và dự đoán trước các vấn đề xảy ra để có đề xuất giải pháp chuẩn bị trước.

Đồng thời từ lường trước những phản ứng có thể có của đối tượng giúp cán bộ tuyên truyền có cơ hội tìm hiểu về tích cách và cách tuyên truyền hiệu quả.

### ***d) Phương pháp rèn luyện kỹ năng định hướng***

Cán bộ tuyên truyền cần có thái độ thiện cảm, tự tin, tạo cảm giác an toàn cho đối tượng giúp họ bộc lộ một cách trung thực những đặc điểm tâm lý cá nhân. Tìm hiểu tham khảo các sách tâm lý và lĩnh hội thông điệp từ những người giàu kinh nghiệm đã đi trước.

Huy động vốn kinh nghiệm, quan sát, tư duy... để nhận thức, điều chỉnh, khẳng định thái độ cho phù hợp với nội dung, diễn biến của quá trình tuyên truyền.

Kỹ năng định hướng trong tuyên truyền quyết định thái độ và hành vi của cán bộ tuyên truyền khi tiếp xúc với đối tượng nên cán bộ tuyên truyền cần rèn luyện thường xuyên trong môi trường chuyên nghiệp, chúng bao gồm:

- **Nắm vững yêu cầu và nội dung của vấn đề cần tuyên truyền để tự tin trình bày vấn đề một cách rõ ràng, mạch lạc, dễ hiểu, gắn với ví dụ thực tiễn.**

- **Để nắm vững những nội dung cần nói, trước hết phải nghiên cứu kỹ nội dung, chủ đề mà mình định tuyên truyền cho người nghe. Đọc kỹ, ghi chép tài liệu liên quan để bổ sung cho nội dung chính là một vấn đề quan trọng đối với người nói.**

- **Cần nắm bắt thực tiễn một cách nhạy bén, có hệ thống, cần bổ sung ngay khi tuyên truyền làm cho người nghe tiếp cận ngay với những vấn đề thời sự chính trị đang diễn ra.**

- **Nắm vững đối tượng tuyên truyền để có nội dung và phương pháp tuyên truyền thích hợp.**

- **Tuyên truyền viên cần tìm hiểu trình độ chính trị, văn hóa, tuổi tác, giới tính, nghiệp vụ và tâm tư nguyện vọng, suy nghĩ của đối tượng mình định tuyên truyền để nói cho sát, cho thích hợp.**

➤ Có nhiều cách nắm bắt thông tin về đối tượng nhưng cách tốt nhất là tìm hiểu trực tiếp, tự tìm hiểu, tự điều tra, nghiên cứu qua tiếp xúc, quan sát khi mình đang nói xem họ đồng tình hay phản đối với vấn đề mình đang nói để có cách điều chỉnh ngay khi nói.

Kỹ năng định hướng trong các phần tuyên truyền:

+ Phần mở bài: Chuẩn bị một lời vào bài ngắn gọn, cụ thể gây chú ý cho người nghe (có thể trích dẫn hoặc đặt câu hỏi) có thể nêu giới thiệu hoặc nêu vấn đề một cách khái quát.

+ Phần nội dung chính: tùy theo nội dung của bài nói mà chia thành từng cụm nhỏ bằng các tiêu mục 1, 2, 3 hoặc a, b, c... Mỗi phần nên có đoạn chuyển tiếp để người nghe dễ theo dõi và hệ thống được vấn đề và giới thiệu phần sau. Nên đặt câu hỏi cho mỗi phần và có dẫn chứng để minh họa.

+ Phần kết luận: Rút ra kết luận chung toàn bài, có thể tóm tắt ý chính và nhấn mạnh ý trọng tâm.

Tuyên truyền viên cần rèn luyện phương pháp diễn đạt hấp dẫn, trình bày đơn giản dễ hiểu, ngôn ngữ trong sáng... và đặc biệt là biết cách tạo ấn tượng cho người nghe bằng các dẫn chứng cụ thể thuyết phục, gắn với tâm lý người nghe. Cần tránh những buổi tuyên truyền sáo rỗng, thiếu nội dung. Kết thúc bài nói tạo yếu tố tình cảm và thôi thúc người nghe hành động theo mục đích bài nói.

Tiến hành thực hiện kỹ năng định hướng trong tuyên truyền:

➤ Cần chú ý tạo được ấn tượng gây thiện cảm ngay từ ban đầu.  
➤ Cần bình tĩnh, chủ động, sáng tạo khi tuyên truyền, nói chuyện trước tập thể đông người nghe.

➤ Xác định tư thế đứng, tư thế quan sát người nghe, có thể mở đầu bằng một lời chào hay câu hỏi mà mình đã chuẩn bị để tạo không khí gần gũi, thân mật.

➤ Diễn thuyết (độc thoại) hoặc đối thoại (hỏi và đáp). Cả hai hình thức đều có thể kết hợp với trực quan, giới thiệu tư liệu, hình ảnh, viết bảng để người nghe vừa nghe vừa quan sát

### 5.4.2. Kỹ năng xác định đối tượng giao tiếp trong tuyên truyền miệng

Kỹ năng xác định đối tượng giao tiếp là khả năng xây dựng mô hình tâm lý, phác thảo chân dung nhân cách đối tượng đạt mức tương đối chính xác đồng thời xác định được vị thế của cán bộ tuyên truyền và đối tượng trong quá trình tuyên truyền.

Cán bộ tuyên truyền có hành vi ứng xử phù hợp và biết xác định được đối tượng của mình trong quá trình giao tiếp tuyên truyền để có cách xưng hô và nội dung trao đổi phù hợp. Ngoài ra kỹ năng xác định đối tượng còn giúp nâng cao vai trò của cán bộ tuyên truyền trong công tác thông tin cơ sở.

Trong hoạt động nghề nghiệp nên tăng cường khả năng tương tác và tiếp xúc nhiều lần với đối tượng và biết cách nhập vai chân thực, không giả dối, chân thành và gần gũi yêu thương.

Biết xác định vị trí trong giao tiếp tuyên truyền và đặt mình vào vị trí của đối phương để đồng cảm với đối tượng. Đồng thời tạo ra điều kiện để đối tượng chủ động giao tiếp với mình nhưng lưu ý nên xác định đúng thời gian và không gian tuyên truyền.

Trau dồi cách lựa chọn thời điểm mở đầu, ngừng, tiếp tục và kết thúc tuyên truyền sao cho hiệu quả

*Qui trình tổ chức buổi tuyên truyền miệng, bao gồm:*

*Một là, về kế hoạch:* để có một buổi tuyên truyền cổ động thành công, người tổ chức phải xây dựng kế hoạch tuyên truyền cụ thể về mục tiêu, thông điệp; địa điểm, thời gian, đối tượng; Trong kết hoạch phải dự kiến phương án dự phòng trước những cản trở đột xuất có thể xảy ra như: Mưa, nắng, hoặc mất điện...

*Hai là, về địa điểm tuyên truyền:* Địa điểm là những nơi đông người, thuận lợi về giao thông, gần nguồn điện, gần khu dân cư như: chợ, ủy ban nhân dân xã, trường học. Chọn chỗ đất cao để làm sân khấu. Sân khấu phải được trang trí rực rỡ sắc màu, có âm thanh sôi động để thu hút quần chúng. Các yêu cầu tối thiểu cần đảm bảo là : Có phông màn, cờ, hoa; tăng âm, loa phóng thanh; màn hình tivi lớn; treo pano, áp phích, tranh ảnh minh họa; chuẩn bị phim chiếu hoặc phát băng thu thanh văn nghệ.

*Ba là, về cán bộ tuyên truyền:* Phải nắm được nhu cầu của đối tượng? Cán bộ tuyên truyền có thể tìm hiểu, gặp gỡ, quan sát, hỏi chuyện hoặc tìm hiểu qua tài liệu, báo cáo. Phải có kiến thức về nội dung định tuyên truyền. Sưu tầm tài liệu, dẫn chứng, minh họa để tăng sức thuyết phục. Tài liệu, dẫn chứng, minh họa phải có tính chính xác, độ tin cậy cao, sinh động, đúng nhu cầu thông tin của người dân (Có thể khai thác từ báo, tạp chí, đài phát thanh, truyền hình hay các trang thông tin điện tử). Chuẩn bị kỹ đề cương tuyên truyền giúp cho người nói trình bày các vấn đề một cách mạch lạc, lôgic, không bỏ sót hay trùng lặp vấn đề và phân bổ thời lượng cho hợp lý, có điểm lướt, điểm nhấn.

*Bốn là, tổ chức thực hiện:* Đề tạo không khí, trước khi vào phần thông tin chính cần có phần mở đầu sôi động để thu hút, lôi cuốn đối tượng.

*Mở đầu:* Giới thiệu vấn đề, khơi gợi nhu cầu của người nghe, người xem nêu được chủ đề của buổi tuyên truyền. Có nhiều cách để vào đề tùy thuộc khả năng diễn thuyết của tuyên truyền viên, và vấn đề cần truyền thông. Ví dụ tuyên truyền, cổ động về ngày bầu cử Quốc hội cần có những thông tin, câu chuyện cụ thể về bầu cử; các kỳ bầu cử trước; những vấn đề về tình hình kinh tế - xã hội của đất nước... Từ đó sẽ hướng mọi người vào vấn đề cần truyền thông.

*Nội dung chính:* Nêu những điểm mới, có tính thời sự để thu hút người nghe, người xem; lựa chọn cách trình bày phù hợp với trình độ hiểu biết của đối tượng để họ nắm được nội dung cơ bản, trọng tâm; sử dụng hợp lý lời nói và cử chỉ, động tác, các hình thức trực quan sinh động.

*Kết thúc:* Tóm tắt những nội dung cơ bản đã trình bày; nhấn mạnh thông điệp.

### **5.4.3. Kỹ năng điều khiển trong tổ chức tuyên truyền miệng**

#### **a) Kỹ năng điều khiển là gì?**

Là khả năng điều khiển, điều chỉnh quá trình giao tiếp đạt được mục đích mà cán bộ tuyên truyền cần hướng tới.

#### **b) Phân loại kỹ năng điều khiển**

Bao gồm 4 loại như sau:.

- Kỹ năng sử dụng phương tiện giao tiếp.
- Kỹ năng quan sát vấn đề, sự vật hiện tượng.

- Kỹ năng nghe và biết lắng nghe.
- Kỹ năng xử lý thông tin
- Kỹ năng thuyết trình, thuyết phục
- Kỹ năng đặt câu hỏi, phản hồi

***c) Phương pháp rèn luyện kỹ năng điều khiển, điều chỉnh***

Thường xuyên kiểm tra điều chỉnh hành vi giao tiếp sao cho phù hợp tốt nhất nên có kế hoạch giao tiếp cụ thể tránh nói hoang mang không vào vấn đề chính. Hãy học cách lắng nghe ý kiến quan điểm bày tỏ nhận xét đánh giá của người khác để thay đổi và cải thiện bản thân.

Biết cách làm chủ nhận thức, thái độ và hành vi, phản ứng của mình và đọc được những biến đổi trên nét mặt, cử chỉ, điệu bộ... của đối tượng.

Xây dựng hành vi ứng xử phù hợp, linh hoạt với đối tượng ở các hoàn cảnh khác nhau:

- Cần bám sát nội dung mà mình đã chuẩn bị.
- Quan sát người nghe để nắm hiệu quả khi mình trình bày, tránh nhìn ra ngoài cửa sổ, trần nhà hoặc nhìn bài soạn.
- Hết sức tôn trọng người nghe, khi người nghe hỏi phải giải thích cụ thể có lý, có tình, tránh nói chung chung hoặc trả lời không chính xác.
- Phải rèn luyện cách sử dụng tài liệu, hình ảnh và ngôn ngữ trong sáng, dễ hiểu.

***Một số vấn đề cần lưu ý trong khi thực hiện tuyên truyền để điều khiển hành vi và thái độ của đối tượng:***

- Trang phục gọn gàng, lịch sự;
- Thái độ chân thành, cởi mở, không tỏ ra trịch thượng;
- Tác phong gần gũi, thân mật;
- Trình bày rõ ràng, dễ nghe, dễ hiểu, có tính thuyết phục;
- Lắng nghe, tôn trọng ý kiến của người được tuyên truyền, vận động;
- Đánh giá tích cực về người có ý kiến phản hồi, giải thích, đặt câu hỏi;
- Sử dụng các từ ngữ gần gũi, quen thuộc đối với người nghe;

➤ Sau buổi tuyên truyền miệng cần gặp gỡ để nghe kiến nhận xét, góp ý của người nghe, từ đó rút kinh nghiệm cho những buổi tuyên truyền tiếp theo.

## **5.5. Kỹ năng tổ chức tuyên truyền cổ động**

### **5.5.1. Kỹ năng nắm tình hình tư tưởng, tâm trạng, dư luận xã hội**

- Nắm bắt chính xác tình hình tư tưởng để định hướng nội dung tuyên truyền, cổ động và lựa chọn phương pháp tuyên truyền, cổ động cho phù hợp.
- Thông qua nắm bắt để kiểm tra, đánh giá sự tiếp nhận của quần chúng đối với các nội dung tuyên truyền, từ đó có sự điều chỉnh nội dung, phương pháp tuyên truyền cho hiệu quả.
- Thông qua nắm bắt để dự báo các khuynh hướng tư tưởng, tham mưu cho cấp uỷ có các giải pháp về chính sách, chỉ đạo công tác tuyên truyền ở cơ sở.

### **5.5.2. Kỹ năng xây dựng đề cương tuyên truyền cổ động**

- Xác định mục đích, yêu cầu cần đạt được về mặt nhận thức và tạo chuyển biến về tư tưởng
- Thu thập thông tin từ các nguồn
- Phân tích xử lý thông tin
- Xác định dạng và bố cục đề cương, xây dựng dàn ý chi tiết, xác định vấn đề
- Trọng tâm và kết cấu
- Xác định ngôn ngữ và phong cách thể hiện trong đề cương

### **5.5.3. Kỹ năng lập kế hoạch về lực lượng, phương tiện, phương thức cho công tác tuyên truyền cổ động ở cơ sở**

#### **a) Xây dựng lực lượng tuyên truyền cổ động ở cơ sở**

- Lực lượng tham gia tuyên truyền cổ động ở cơ sở, bao gồm: cấp uỷ viên, tuyên truyền cổ động viên của cơ sở, đảng viên, cán bộ của các đoàn thể...
- Cấp uỷ cơ sở phải chăm lo xây dựng đội ngũ tuyên truyền cổ động viên, đào tạo, bồi dưỡng, giúp đỡ đội ngũ tuyên truyền cổ động viên, tạo điều kiện cho họ hoạt động có hiệu quả.

- Tuyên truyền cổ động viên là chức danh để chỉ những người làm công tác tuyên truyền cổ động đến các đối tượng là cán bộ, đảng viên và quần chúng dưới sự lãnh đạo, chỉ đạo trực tiếp của cấp ủy đảng và cơ quan nhà nước.

***b) Chọn thời gian, không gian, địa điểm tuyên truyền cổ động phù hợp***

- Thời gian tuyên truyền cổ động phải phù hợp với điều kiện công tác, sinh hoạt của quần chúng ở cơ sở.
- Địa điểm tuyên truyền cổ động phải dễ nhìn, dễ thấy
- Nội dung tuyên truyền cổ động cần ngắn gọn, dễ hiểu, phù hợp với trình độ nhận thức của từng đối tượng ở cơ sở.

***c) Kỹ năng sử dụng phương tiện phục vụ công tác tuyên truyền cổ động***

- Sử dụng có hiệu quả các phương tiện trong tuyên truyền cổ động hiện có như áp phích, pano, sách, báo, tài liệu tuyên truyền, các phương tiện thông tin đại chúng, các hoạt động văn hóa, văn nghệ, hệ thống giáo dục...
- Bảo quản và sử dụng có hiệu quả các phương tiện trực quan, các di tích lịch sử, văn hóa, tượng đài cho cổ động
- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác tuyên truyền cổ động.

***e) Cách sử dụng tờ rơi, tờ gấp***

➤ Tờ rơi có 1 hoặc 2 mặt có cả phần tranh và phần chữ. Tờ rơi có thể là một tranh đơn hoặc một bộ nhiều tranh nói về một chủ đề.

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

➤ Tờ rơi, tờ gấp được phát cho từng người tại các buổi mít tinh, cuộc họp, ở nơi công cộng hoặc từng hộ gia đình để mọi người tự đọc, hiểu và làm theo nội dung của tờ rơi/tờ gấp.

➤ Phát tờ rơi, tờ gấp cho từng đối tượng để đối tượng tự đọc (nếu cần thì hướng dẫn cách đọc hiệu quả).

➤ Giải thích những điểm mà đối tượng chưa hiểu hoặc hiểu chưa đúng.



➤ Tóm tắt những nội dung chính theo một trình tự logic, đơn giản để mọi người dễ nhớ và làm theo.

➤ Hướng dẫn cách sử dụng tranh gấp để đối tượng có thể tuyên truyền cho những người xung quanh.

### ***e) Cách sử dụng tranh lật***

Tranh lật là một bộ gồm nhiều tờ tranh được trình bày nối tiếp nhau. Mặt sau của tranh là phần chữ gồm những nội dung chính cần truyền thông về một chủ đề nhất định. Tranh lật chỉ dùng khi tuyên truyền với cá nhân hoặc thảo luận nhóm nhỏ.

#### *Cách sử dụng:*

Tư thế: Cầm tranh lật trên tay hoặc đặt trên bàn. Phần tranh quay về phía đối tượng, giữ ở vị trí trung tâm hoặc xoay chuyển để mọi người có thể nhìn được mọi chi tiết trong tranh. Phần chữ quay về phía tuyên truyền viên để khi cần có thể đọc được các thông tin quan trọng.

Trong một quyển tranh lật thường có nhiều nội dung của một chủ đề. Một buổi nói chuyện chỉ nên giới thiệu 1 hoặc 2 nội dung. Làm như vậy nội dung sẽ được giới thiệu kỹ, mọi người có nhiều cơ hội để trao đổi và sẽ nhớ lâu. Cán bộ tuyên truyền xem trước nội dung tranh; Chuẩn bị kỹ nội dung trình bày và các câu hỏi dành cho đối tượng. Cho đối tượng xem tranh; đề nghị họ nói về nội dung tranh theo sự hiểu biết của họ; thảo luận với họ về nội dung đó; khuyến khích họ tham gia thảo luận bằng cách đặt các câu hỏi mở. Giải thích và bổ sung thêm thông tin, tóm tắt lại nội dung tranh theo trình tự để đối tượng dễ nhớ, dễ hiểu; để đối tượng trình bày lại nội dung tranh. Thảo luận và thống nhất những điều đối tượng cần làm.

### ***g) Cách sử dụng áp-phích***

Áp phích 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 nào đó. Áp phích phải đảm bảo đứng xa 3 mét đọc được chữ và đứng xa 6 mét nhìn rõ hình. Áp phích chủ yếu được treo/dán ở nơi công cộng hoặc dùng trong thảo luận nhóm.

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

Sử dụng áp phích trong thảo luận nhóm: Treo áp phích tại vị trí mọi người có thể nhìn thấy dễ dàng, dễ quan sát kỹ. Sau đó, hỏi mọi người xem họ nhìn thấy gì, nghĩ gì về những điều được thể hiện trên áp phích. Nếu trong nhóm có người không biết chữ thì đề nghị người biết chữ đọc to cho cả nhóm nghe nội dung được viết trên áp phích.

Trong khi cả nhóm thảo luận về nội dung áp phích, có thể cung cấp thêm thông tin liên quan đến nội dung đó. Cuối buổi, đề nghị đối tượng nhắc lại những nội dung mà áp phích muốn chuyển tải. Tóm tắt lại nội dung áp phích để mọi người ghi nhớ.

#### ***h) Cách sử dụng băng, đĩa audio, video***

Sử dụng tốt nhất trong các cuộc tập trung đông người (nhóm lớn) tại bệnh viện, trường học, hội họp hoặc phát trên loa truyền thanh của xã, phường, thị trấn. Nên chọn thời điểm phát thích hợp để nhiều người nghe được.

### **CÂU HỎI ÔN TẬP**

- 1) Tuyên truyền cổ động và tuyên truyền miệng là gì? Ý nghĩa và mục đích của tuyên truyền cổ động và tuyên truyền miệng
- 2) Các hình thức tuyên truyền cổ động và tuyên truyền miệng
- 3) Trình bày các kỹ năng trong tuyên truyền cổ động và tuyên truyền miệng. Liên hệ thực tiễn.

### **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

- 1) Ban Tuyên Giáo Trung Ương (2021), *Tài Liệu Bồi Dưỡng Nghiệp Vụ Tuyên Truyền Miệng* (Dành Cho Cấp Ủy Và Cán Bộ Tuyên Giáo Ở Cơ Sở), NXB Chính Trị Quốc Gia Sự Thật
- 2) Bộ Văn hóa, Thể Thao và Du lịch (2014), *Thông tư quy định hoạt động của đội tuyên truyền cấp tỉnh và cấp huyện* (Thông tư số 20/2014/TT-BVHTTDL, ngày 09 tháng 12 năm 2014), Hà Nội .

- 3) Quyết định 52/2016/QĐ-TTg về *Quy chế hoạt động thông tin cơ sở* do Thủ tướng Chính phủ ban hành.
- 4) Lương Khắc Hiếu (2017), *Cơ sở lý luận công tác tư tưởng của Đảng Cộng sản Việt Nam*, Nxb. Lý luận chính trị.
- 5) Trần Thị Tuyết Mai (2021), *Công tác tuyên truyền cổ động trực quan: thực trạng và giải pháp*, <http://smot.bvhttdl.gov.vn/>