



TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH: MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA VỚI BỘ TÀI CHÍNH

MAI THỊ HÀNG THU

Bộ Tài chính là cơ quan quản lý đa ngành, đa lĩnh vực. Hàng năm, Bộ Tài chính phải soạn thảo, ban hành theo thẩm quyền hoặc trình cấp có thẩm quyền (Quốc hội, Ủy ban thường vụ Quốc hội, Chính phủ) ban hành một lượng lớn văn bản quy phạm pháp luật. Để việc truyền thông chính sách đối với các văn bản quy phạm pháp luật của Bộ Tài chính được thực hiện đầy đủ, thống nhất, đạt hiệu quả cao, các giải pháp đồng bộ cần được thực hiện, trong đó có việc tiếp tục hoàn thiện thể chế về công tác truyền thông.

Từ khóa: Truyền thông chính sách, Bộ Tài chính, chính sách, văn bản quy phạm pháp luật

POLICY COMMUNICATION: ISSUES FOR THE MINISTRY OF FINANCE

Mai Thi Hang Thu

The Ministry of Finance is a multidisciplinary and multifaceted agency. Annually, the Ministry of Finance drafts and promulgates many legal documents within its jurisdiction or submits them to competent authorities for approval (National Assembly, Standing Committee of the National Assembly, Government). To ensure comprehensive, consistent, and effective communication of policies related to legal documents issued by the Ministry of Finance, synchronized solutions are needed, including continuous improvement of the institutional framework for communication work.

Keywords: Policy communication, Ministry of Finance, policies, legal documents

Ngày nhận bài: 20/3/2024

Ngày hoàn thiện biên tập: 27/3/2024

Ngày duyệt đăng: 3/4/2024

Truyền thông chính sách trong quá trình xây dựng và ban hành văn bản quy phạm pháp luật

Ở Việt Nam, truyền thông chính sách tuy là một thuật ngữ được sử dụng chưa lâu, song cũng thu hút sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu. Một số tác giả cho rằng, truyền thông chính sách là quá trình tương tác, trao đổi, chia sẻ thông tin về chính sách giữa các cơ quan truyền thông với đông đảo quần chúng nhằm tuyên truyền, phổ biến quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, tạo sự thống nhất trong

nhận thức, hành động của xã hội. Nhấn mạnh tính đặc thù của truyền thông chính sách, có tác giả cho rằng, truyền thông chính sách là quá trình tương tác, trao đổi, chia sẻ thông tin giữa các cơ quan truyền thông nhà nước với đông đảo quần chúng trong chu trình chính sách, bao gồm: Nhận diện vấn đề chính sách; hoạch định chính sách; thực thi chính sách và đánh giá chính sách nhằm thúc đẩy sự phát triển của đất nước và sự đồng thuận trong xã hội.

Tiếp cận từ khoa học quản trị, tác giả Nguyễn Thị Thu Vân cho rằng, “truyền thông chính sách là quá trình chia sẻ, tương tác xã hội để thông tin chính sách từ chủ thể hoạch định, thực thi và đánh giá chính sách đến các chủ thể khác nhằm tăng cường sự hiểu biết, nhận thức và thay đổi hành vi của chủ thể chính sách để đạt mục tiêu chính sách”. Tác giả Tạ Ngọc Tấn (2019) cho rằng, truyền thông chính sách được hiểu là quá trình làm cho các cơ quan thực thi chính sách và người dân hiểu, ủng hộ và hợp tác trong quá trình ban hành và thực hiện các chính sách công nhất định.

Cụ thể hơn, về giai đoạn hoạch định chính sách, tài liệu hướng dẫn về truyền thông chính sách của Bộ Tư pháp (2023) đưa ra định nghĩa: Truyền thông dự thảo chính sách là hoạt động do các cơ quan, đơn vị, cá nhân chủ trì soạn thảo văn bản quy phạm pháp luật (VBQPPL) chủ động phối hợp với các cơ quan thông tin, báo chí và các cơ quan, tổ chức, cá nhân khác có liên quan nhằm cung cấp thông tin rộng rãi về nội dung của dự thảo chính sách bằng các hình thức phù hợp, đúng quy định pháp luật đến đối tượng chịu sự tác động và toàn xã hội trên cơ sở tương tác, thông tin đa chiều; công khai, minh bạch nội dung tiếp thu, giải trình, dự kiến sửa đổi,



bổ sung, hoàn thiện chính sách, thể chế. Quá trình tổ chức truyền thông dự thảo chính sách được thực hiện thông qua 5 bước, cụ thể: (i) Lựa chọn và xác định nội dung truyền thông dự thảo chính sách; (ii) Xây dựng Kế hoạch tổ chức truyền thông dự thảo chính sách; (iii) Xây dựng tài liệu truyền thông dự thảo chính sách; (iv) Triển khai tổ chức truyền thông dự thảo chính sách thông qua các hình thức phù hợp, đa dạng và hiệu quả; v) Tổ chức tiếp nhận, xử lý thông tin góp ý và phản hồi ý kiến góp ý đối với dự thảo chính sách.

Tổng hợp các quan điểm về truyền thông chính sách ở trên có thể rút ra một số kết luận về đặc điểm chung về truyền thông chính sách: Truyền thông chính sách là sự tương tác, trao đổi, chia sẻ thông tin về chính sách; Truyền thông chính sách có sự tham gia của cơ quan truyền thông nhằm tuyên truyền, phổ biến đường lối, chính sách nhằm tăng cường sự hiểu biết, nhận thức, tạo sự đồng thuận xã hội trong thực hiện mục tiêu chính sách; Truyền thông chính sách được thực hiện ở tất cả các khâu của chu trình chính sách.

Như vậy, có thể hiểu: truyền thông chính sách là sự tương tác, trao đổi, chia sẻ thông tin về chính sách giữa cơ quan truyền thông chính sách với đối tượng chính sách trong chu trình chính sách, tăng cường sự hiểu biết, nhận thức, tạo sự đồng thuận xã hội để đạt mục tiêu chính sách.

Hoạt động truyền thông chính sách đang triển khai tại Bộ Tài chính

Truyền thông chính sách bao gồm các yếu tố: nguồn phát (chủ thể), thông điệp, kênh truyền thông, đối tượng tiếp nhận, hiệu quả.

Tại Việt Nam, Bộ Tài chính là một cơ quan quản lý đa ngành, đa lĩnh vực. Hằng năm, Bộ Tài chính phải soạn thảo, ban hành theo thẩm quyền hoặc trình cấp có thẩm quyền (Quốc hội, Ủy ban thường vụ Quốc hội, Chính phủ) ban hành văn bản quy phạm pháp luật (VBQPPL) số lượng khá lớn. Trong số VBQPPL được ban hành có nhiều chính sách mới, phức tạp, nhạy cảm, phạm vi áp dụng trải rộng trên toàn quốc, đối tượng chịu sự tác động rất lớn, bao gồm người dân, tổ chức và doanh nghiệp. Tại Bộ Tài chính, hoạt động truyền thông chính sách gồm các yếu tố:

- *Nguồn phát*: Tại Bộ Tài chính, hoạt động truyền thông về cơ bản được thực hiện theo mô hình truyền thông 2 chiều. Trong đó, nguồn phát chủ yếu đến từ các bộ phận truyền thông mà ở khối cơ quan Bộ, Văn phòng Bộ (Phòng Báo chí truyền thông) là đầu mối phát đi. Tại Khối các Tổng cục, bộ phận truyền thông các Tổng cục làm đầu mối phát đi.

Hằng năm, căn cứ vào chương trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật và kế hoạch truyền thông của các đơn vị trong Bộ, Văn phòng Bộ chủ trì xây dựng Kế hoạch thông tin, tuyên truyền của Bộ Tài chính. Căn cứ vào kế hoạch truyền thông của Bộ, các Tổng cục xây dựng kế hoạch truyền thông riêng của từng Tổng cục.

- *Thông điệp*: Ở khối cơ quan Bộ/Tổng cục, Văn phòng Bộ/Bộ phận truyền thông phát đi các nội dung về truyền thông chính sách trên cơ sở nội dung do các đơn vị soạn thảo chính sách cung cấp.

Trên cơ sở kế hoạch đã được ban hành, Văn phòng Bộ/bộ phận truyền thông làm đầu mối phối hợp chặt chẽ với các đầu mối truyền thông, đơn vị xây dựng chính sách, các kênh truyền thông (cơ quan báo chí truyền thông trong và ngoài ngành) để phát đi thông điệp tới đối tượng thụ hưởng chính sách (người dân, doanh nghiệp)

Tuy nhiên, ngoài nguồn phát nêu trên, hàng năm, Bộ Tài chính đều xây dựng và ban hành Kế hoạch phổ biến, giáo dục pháp luật và kế hoạch hỗ trợ pháp lý cho doanh nghiệp. Việc xây dựng và ban hành các kế hoạch thông tin tuyên truyền và phổ biến pháp luật do đầu mối là Vụ Pháp chế chủ trì xây dựng và triển khai.

Thực tế cho thấy, giữa các kế hoạch truyền thông và kế hoạch phổ biến, giáo dục pháp luật và kết hoạch hỗ trợ pháp lý cho doanh nghiệp chưa có sự liên kết với nhau. Điều này sẽ phần nào làm hạn chế hiệu quả truyền thông chính sách và phổ biến giáo dục pháp luật.

- *Kênh truyền thông*: Bộ Tài chính sử dụng đa dạng các kênh truyền thông, từ các kênh truyền thông tự có (Cổng Thông tin điện tử (TTĐT) Bộ Tài chính/các trang TTĐT của các đơn vị; cơ quan báo chí của Bộ Tài chính: Thời báo Tài chính, Tạp chí Tài chính và các Tạp chí tại các Tổng cục thuộc Bộ: Tạp chí Thuế, Tạp chí Hải quan, Tạp chí quản lý ngân quỹ nhà nước; Các kênh truyền thông đại chúng (cơ quan báo chí ngoài ngành Tài chính) đến mạng xã hội (facebook, zalo) để thực hiện truyền tải các thông điệp truyền thông.

- *Đối tượng truyền thông*: cộng đồng doanh nghiệp, người dân. Tùy thuộc vào từng nội dung truyền thông, Bộ Tài chính sẽ sử dụng các hình thức và kênh truyền thông phù hợp.

- *Hiệu quả*: Những nỗ lực trong hoạt động truyền thông chính sách của Bộ Tài chính đã đạt được những kết quả rất đáng khích lệ. Nếu xét trên tiêu chí về mặt định lượng để đánh giá về hiệu quả truyền thông cho thấy:

Theo thống kê của Cục Báo chí, Bộ Thông tin và



Truyền thông, từ ngày 01/01/2023 đến ngày 31/12/2023 các cơ quan thông tấn báo chí đã có 1.062.376 tin, bài phóng sự về lĩnh vực tài chính, tăng 94.869 tin, bài, phóng sự so với năm 2022 là 967.507 tin bài. Ngày nhiều có 5.334 tin, bài. Ngày ít có 1.311 tin bài. Trong đó, các tin, bài liên quan đến lĩnh vực ngân sách là 249.512 tin bài; chứng khoán là 161.828 tin bài; thị trường chứng khoán là 63.931 tin bài; trái phiếu là 92.556 tin bài; về tài chính, thuế, bảo hiểm là 558.105 tin bài.

Như vậy, nếu xét trên các tiêu chí về số lượng các tin, bài, ảnh, phóng sự... liên quan đến hoạt động truyền thông chính sách của ngành Tài chính được đăng tải trên các phương tiện thông tin đại chúng cho thấy, số lượng tin bài vượt trội, đặc biệt liên quan đến lĩnh vực thuế, hải quan, chứng khoán. Hầu hết các cơ quan báo chí truyền thông lớn đều có chuyên mục quan trọng liên quan đến chính sách kinh tế-tài chính-ngân sách.

Về thông điệp được phát ra, với những cơ quan báo chí truyền thông có hoạt động hợp tác, hợp đồng về truyền thông với các đơn vị thuộc Bộ Tài chính thì về cơ bản, thông điệp được truyền tải đúng với tinh thần cơ quan ban hành chính sách. Tuy vậy, với số lượng đầu báo chính thống tại Việt Nam lên đến hàng nghìn cơ quan, thì cũng vẫn còn rất nhiều nội dung khác với quan điểm của cơ quan xây dựng, ban hành chính sách. Do đó, rất cần có những thông điệp truyền thông ngắn gọn, phù hợp với nội dung chính sách.

Rà soát, hoàn thiện các quy định về truyền thông chính sách

Truyền thông chính sách là một phần quan trọng trong hoạt động truyền thông và đã được cụ thể hóa ở nhiều luật, nghị quyết, quyết định của Đảng, Nhà nước. Hiện nay, hệ thống pháp luật nước ta đã có những quy định khá đầy đủ, chi tiết về việc phổ biến, thông tin chính sách trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật.

Trong đó, tại Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2015 (sửa đổi, bổ sung năm 2020) đã quy định nguyên tắc xây dựng, ban hành văn bản quy phạm pháp luật theo hướng bảo đảm tính minh bạch trong quy định của văn bản quy phạm pháp luật, tính công khai, dân chủ trong tiếp nhận, phản hồi ý kiến, kiến nghị của cá nhân, cơ quan, tổ chức và việc lấy ý kiến đối với dự thảo văn bản quy phạm pháp luật là yêu cầu bắt buộc trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật.

Luật Phổ biến giáo dục pháp luật năm 2012, Luật Tiếp cận thông tin năm 2016 quy định quyền tiếp

cận thông tin của công dân, trong đó xác định những thông tin phải được công khai rộng rãi bao gồm cả các dự thảo văn bản quy phạm pháp luật; hình thức thông tin pháp luật.

Luật Báo chí năm 2016 đã nêu rõ chức năng của báo chí: “Báo chí ở nước Cộng hòa XHCN Việt Nam là phương tiện thông tin đại chúng thiết yếu đối với đời sống xã hội; là cơ quan ngôn luận của các tổ chức của Đảng, cơ quan nhà nước, tổ chức xã hội; là diễn đàn của nhân dân”. Đối với nhiệm vụ công khai, minh bạch và trách nhiệm giải trình của cơ quan nhà nước, báo chí có vai trò: Là phương tiện để các tổ chức của Đảng, cơ quan nhà nước, tổ chức xã hội thực hiện nhiệm vụ công khai, minh bạch và giải trình; Là nơi người dân thể hiện những tâm tư, nguyện vọng đóng góp ý kiến của mình về đến các cơ quan nhà nước có thẩm quyền trong hoạt động quản lý nhà nước; Báo chí có vai trò thực hiện chức năng giám sát và phản biện xã hội về hoạt động của các cơ quan nhà nước nói chung và hoạt động công khai, minh bạch, trách nhiệm giải trình nói riêng.

Bên cạnh đó, ngày 09/02/2017, Chính phủ ban hành Nghị định số 09/2017/NĐ-CP quy định chi tiết việc phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí của các cơ quan hành chính nhà nước. Đặc biệt, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 407/QĐ-TTg ngày 30/3/2022 phê duyệt Đề án “Tổ chức truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật giai đoạn 2022-2027”. Đề án được xác định là một trong những văn bản quan trọng để hoạt động truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội được thực hiện từ sớm, từ xa, ngay từ khi lập đề nghị xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, bảo đảm đồng bộ, bài bản, hiệu quả, góp phần nâng cao chất lượng chính sách, thể chế, tạo đồng thuận xã hội cũng như ý thức tôn trọng, tuân theo pháp luật của người dân, doanh nghiệp, đáp ứng mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội và bảo đảm quốc phòng, an ninh của đất nước.

Nhằm đồng bộ, cụ thể hóa các quy định tại các luật, nghị định, quyết định, chỉ thị... liên quan đến việc tiếp cận thông tin, công khai minh bạch thông tin và công tác truyền thông chính sách, trong thời gian qua, Bộ Tài chính cũng đã ban hành nhiều văn bản của đơn vị làm căn cứ pháp lý triển khai thực hiện nhiệm vụ truyền thông chính sách như: Quyết định số 2239/QĐ-BTC ngày 27/11/2018 của Bộ Tài chính về việc Ban hành Quy chế cung cấp thông tin cho công dân thuộc phạm vi, trách nhiệm của Bộ Tài chính; Quyết định số 1617/QĐ-BTC ngày 18/8/2017 của Bộ Tài chính về việc ban hành Quy chế phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí; Quyết định



số 469/QĐ-BTC ngày 13/3/2017 về việc ban hành quy chế làm việc của Bộ Tài chính; Quyết định 1690/QĐ-BTC ngày 04/8/2023 ban hành quy chế hoạt động Công TTĐT nội bộ Bộ Tài chính. Tại các đơn vị thuộc và trực thuộc Bộ Tài chính cũng ban hành các quy định riêng nhằm thực hiện hoạt động truyền thông chính sách của đơn vị như các quyết định của đơn vị nhằm triển khai Quyết định về việc ban hành Kế hoạch thông tin, tuyên truyền về các lĩnh vực hoạt động của Bộ Tài chính hàng năm...

Trước yêu cầu, chỉ đạo của Chính phủ, gần đây, Bộ Tài chính đã quan tâm hơn đến công tác truyền thông chính sách và cụ thể hóa bằng hành động. Các dự án Luật, Thông tư, Nghị định mới dự báo có tác động đến nhiều đối tượng khác nhau cũng đã bắt đầu được Lãnh đạo Bộ, Lãnh đạo đơn vị quan tâm đến công tác truyền thông ngay từ khâu dự thảo chính sách.

Tuy vậy, việc truyền thông chính sách tại Bộ Tài chính chưa được quy định cụ thể nên đối với nhiều chính sách, bộ phận truyền thông chưa được tham gia từ khâu ban đầu của chu trình ban hành văn bản quy phạm pháp luật. Việc truyền thông chính sách ở khâu dự thảo mới chỉ dừng lại ở hình thức như đăng tải công báo, công khai trên cổng TTĐT Bộ, Cổng TTĐT Chính phủ chứ chưa được thực hiện dưới nhiều hình thức đa dạng khác, chưa đi sâu vào dự báo tác động của chính sách đến các đối tượng chịu sự tác động trực tiếp và các chủ thể chịu trách nhiệm tổ chức thi hành chính sách trong thực tế và trong quá trình tổ chức, soạn thảo chính sách, chưa đi sâu phân tích hoặc nêu ý kiến nhiều chiều, do đó, chưa đảm bảo chất lượng truyền thông, đôi khi công chúng-những đối tượng bị tác động trực tiếp bởi chính sách không để ý...

Thời gian tới, để việc truyền thông chính sách đối với các văn bản quy phạm pháp luật của Bộ Tài chính được thực hiện đầy đủ, thống nhất và đồng bộ, Bộ Tài chính cần yêu cầu truyền thông chính sách tại tất cả các khâu của quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật đối với tất cả các văn bản quy phạm pháp luật, đặc biệt là các văn bản quy phạm pháp luật dự kiến có tác động lớn đến xã hội.

Một trong những giải pháp quan trọng để hoạt động truyền thông chính sách tại Bộ Tài chính đi vào nền nếp, quy củ và thực hiện thống nhất trong toàn hệ thống là tiếp tục hoàn thiện thể chế về công tác truyền thông. Qua nghiên cứu các văn bản pháp luật, các quy định về truyền thông chính sách cho thấy, hiện nay, những quy định về hoạt động truyền thông chính sách được quy định rải rác trong rất nhiều văn bản khác nhau của Đảng, Nhà nước.

Từ những hạn chế trên, để công tác truyền thông chính sách thực sự đi vào hiệu quả, cần tổng kết việc

thực hiện các chương trình, đề án về truyền thông chính sách. Trên cơ sở kết quả rà soát, tổng kết, khi Chính phủ, Bộ Tư pháp có chủ trương tổng kết Luật ban hành VBQPPL, Vụ Pháp chế (Bộ Tài chính) báo cáo Bộ có ý kiến đề nghị các cơ quan này nghiên cứu, bổ sung quy định về truyền thông chính sách vào các văn bản QPPL.

Hiện nay, Bộ Tài chính đã có quy định về hoạt động truyền thông của Bộ Tài chính nói chung. Tuy nhiên, quy định về truyền thông chính sách cần nhanh chóng triển khai một số nội dung sau:

Thứ nhất, hệ thống tổ chức pháp chế của Bộ Tài chính chủ động, phối hợp với các đầu mối truyền thông của Bộ Tài chính và các đơn vị các cơ quan cùng nghiên cứu, bổ sung nhiệm vụ truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng VBQPPL của Bộ Tài chính.

Thứ hai, nghiên cứu, bổ sung Quy chế xây dựng, ban hành VBQPPL, hoàn thiện hệ thống pháp luật tài chính ban hành kèm theo Quyết định số 72/QĐ-BTC ngày 20/1/2022 của Bộ Tài chính một số nội dung sau: bổ sung Khái niệm về truyền thông chính sách; Trách nhiệm của các đơn vị, cơ quan truyền thông và cơ quan kiểm soát pháp luật của Bộ Tài chính trong việc thực hiện truyền thông chính sách đối với các VBQPPL của Bộ Tài chính.

Thứ ba, nghiên cứu xây dựng Bộ quy tắc ứng xử chung với báo chí, trong đó có các nội dung: Kỹ năng cung cấp thông tin cho báo chí; Kỹ năng xử lý khủng hoảng truyền thông; Kỹ năng trả lời phỏng vấn; Kỹ năng lập các kế hoạch truyền thông.

Tài liệu tham khảo:

1. Quốc hội, Luật Báo chí 2016;
2. Học viện Báo chí và tuyên truyền; Báo Đại biểu Nhân dân-Cơ quan Hợp tác quốc tế Hàn Quốc (2017): Truyền thông chính sách- kinh nghiệm Việt Nam và Hàn Quốc, NXB Chính trị Quốc gia Sự thật;
3. Học viện Báo chí và Tuyên truyền, C. t. (2018). Truyền thông chính sách và đồng thuận xã hội. Hà Nội: NXB Chính trị Quốc gia Sự thật;
4. Hướng dẫn kỹ năng truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội trong quá trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật, Bộ Tư pháp (2023);
5. Tạ Ngọc Tấn (2019), Truyền thông chính sách ở Việt Nam hiện nay: cơ hội và thách thức. In Truyền thông chính sách và năng lực tiếp nhận của công chúng (p. 23). Hà Nội: NXB Chính trị Quốc gia Sự thật;
6. Nguyễn Thị Thu Vân. (2023). Quản trị truyền thông chính sách trong cơ quan nhà nước. Tạp chí Quản lý nhà nước, số 324 (1/2023), 49-53;
7. <http://tailieu.ttbđ.gov.vn:8080/index.php/tin-tuc/tin-tuc-ho-tro-boi-duong/item/1348-m-t-s-v-n-d-ly-lu-n-v-mo-hinh-truy-n-thong>.

Thông tin tác giả:

Mai Thị Hằng Thu, Bộ Tài chính

Email: maithiHangthu@mof.gov.vn