

TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH TRONG CÔNG TÁC DÂN TỘC TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

TS NGUYỄN THỊ PHƯƠNG
NCS ĐẶNG THANH TUẤN
Học viện Hành chính quốc gia

1. Vai trò của truyền thông chính sách trong công tác dân tộc ở Việt Nam hiện nay

Trong tiến trình lãnh đạo cách mạng, Đảng Cộng sản Việt Nam luôn coi trọng việc phát huy truyền thống và sức mạnh của khối đại đoàn kết toàn dân tộc. Một nhiệm vụ trong công tác dân tộc (CTDT) của Đảng là công tác truyền thông chính sách nói chung và chính sách dân tộc của Đảng và Nhà nước. Vai trò của công tác truyền thông chính sách trong công tác dân tộc là ở chỗ, giúp cho người dân tộc thiểu số (DTTS) hiểu đúng các chính sách của Đảng và Nhà nước; giúp cho các cơ quan chức năng hiểu đúng nguyện vọng chính đáng của người dân tộc thiểu số, qua đó xem xét, bổ sung, sửa đổi chính sách dân tộc cho phù hợp với thực tế của địa phương; huy động nhân dân tham gia phòng chống các thế lực thù địch chống phá chính sách dân tộc; kết nối cộng đồng; làm thay đổi tích cực nhận thức và hành vi của người dân tộc thiểu số.

Như vậy về cơ bản, hoạt động truyền thông chính sách trong CTDT ở Việt Nam hiện nay có vai trò như sau:

Một là, truyền thông chính sách trong CTDT làm thay đổi nhận thức, tình cảm niềm tin và hành vi của người dân nói chung và đồng bào DTTS nói riêng. Tác động truyền thông được đo bằng sự thay đổi tích cực của công chúng sau khi tiếp nhận thông tin, giúp họ thay đổi nhận thức, chuyển biến tình cảm, tăng thêm niềm tin và chuyển thành hành vi cụ thể trong cuộc sống. Truyền thông có ảnh hưởng mạnh mẽ đến xã hội do có khả năng tác động đến

nhận thức, từ nhận thức tác động đến hành động và ứng xử của người dân, từ đó người dân có thể hiểu, tự giác tham gia xây dựng chính sách, thực hiện chính sách, được thụ hưởng các chính sách và phản hồi để phát huy hoặc hoàn thiện chính sách.

Hai là, truyền thông chính sách trong CTDT củng cố niềm tin vào sự nghiệp cách mạng do Đảng lãnh đạo, củng cố vai trò lãnh đạo của Đảng và quản lý của Nhà nước trong CTDT. Thông qua các biện pháp truyền thông, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước đối với đồng bào DTTS đã được truyền sâu rộng đến các tầng lớp đồng bào DTTS, giúp họ hiểu rõ, tin theo và tích cực thực hiện chủ trương, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước.

Ba là, truyền thông chính sách trong CTDT thúc đẩy các hoạt động kinh tế - xã hội tại vùng đồng bào DTTS. Truyền thông có tác dụng động viên, cổ vũ đồng bào các DTTS vươn lên phát triển kinh tế - xã hội. Hoạt động truyền thông làm cho người dân thay đổi nhận thức, giúp cải thiện các vấn đề sinh kế, chuyển đổi cơ cấu kinh tế, qua đó góp phần cải thiện, khắc phục tình trạng đói nghèo, từng bước vươn lên làm giàu.

Bốn là, truyền thông chính sách trong CTDT góp phần ổn định quốc phòng và an ninh, giữ vững trật tự an toàn xã hội vùng đồng bào DTTS. Hiệu quả chính trị lớn nhất của truyền thông là ở chỗ, sự ổn định chính trị vùng DTTS được giữ vững; bà con không nghe theo, mà đấu tranh chống những quan điểm, luận điệu tuyên truyền của kẻ xấu và các thế lực thù địch; người dân đủ sức “miễn dịch” và có

khả năng “tự đề kháng” cao trước mọi âm mưu, thủ đoạn xuyên tạc, kích động ly khai, bảo vệ khối đại đoàn kết dân tộc; đồng bào, sống và làm việc theo hiến pháp và pháp luật.

Năm là, truyền thông chính sách trong CTDT góp phần nâng cao trình độ kiến thức, hiểu biết và trình độ. Thông qua hoạt động truyền thông góp phần chuyển biến tri thức, bổ sung kiến thức khoa học - kỹ thuật có thể áp dụng vào sản xuất; mô hình sản xuất, kinh doanh, ý tưởng khởi nghiệp hay cách làm sáng tạo trong phát triển kinh tế, làm tốt công tác phòng chống các hành vi vi phạm pháp luật, đồng thời tránh xa các tệ nạn xã hội, qua đó giúp đồng bào xóa đói giảm nghèo bền vững, vươn lên làm chủ tri thức, ổn định và phát triển.

Sáu là, truyền thông chính sách trong CTDT góp phần gìn giữ và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc. Thông qua truyền thông, người dân hiểu, gìn giữ và phát huy bản sắc văn hóa tốt đẹp của dân tộc như tiếng nói, chữ viết, trang phục, lễ hội truyền thống, các di tích lịch sử văn hóa, danh lam thắng cảnh, kiến trúc, công cụ sản xuất, tôn giáo, tín ngưỡng, phong tục tập quán, văn hóa, nghệ thuật. Truyền thông có tác dụng thay đổi tư duy, nâng cao ý thức bảo vệ môi trường sống, bảo vệ cộng đồng trước các nguy cơ tác động.

Bảy là, truyền thông chính sách trong CTDT giúp đồng bào DTTS hiểu được vai trò, vị trí của mình trong công cuộc xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, sự quan tâm của cộng đồng, từ đó nhận thức được trách nhiệm của mình, có tư duy tích cực hơn, ý thức chính trị - xã hội cao hơn, quyết tâm học hỏi, áp dụng thành tựu khoa học - công nghệ, kinh nghiệm hay để phát triển kinh tế - xã hội, gìn giữ và phát huy giá trị văn hóa truyền thống, xây dựng cuộc sống ổn định, ấm no, hạnh phúc.

2. Thực trạng truyền thông chính sách trong công tác dân tộc tại TP. Hồ Chí Minh

2.1. Ở kênh báo chí - truyền thông trung ương

Đài Truyền hình Việt Nam thực hiện “Chương trình tiếng Hoa” trên kênh VTV5, VTV9; Đài Tiếng nói nhân dân Thành phố phát thanh tiếng dân tộc Hoa, Khmer và Chăm. Tỷ lệ đồng bào các dân tộc được nêu gương “Người tốt, việc tốt”, tuyên dương gia đình văn hóa qua các năm đều tăng.

Báo chí nằm trong các kênh (hay loại hình) của truyền thông đại chúng, truyền thông đại chúng lại tồn tại trong truyền thông nói chung, tất cả các kênh này kết nối thành khái niệm truyền thông, thiết chế truyền thông nói chung. Báo chí được xem là cốt lõi của truyền thông nói chung. Các báo in không chỉ tuyên truyền chính sách, mà còn là tài liệu lưu trữ lâu dài để phổ biến cho bà con. Nhiều bài báo hay được đọc trên loa truyền thanh ở phường, xã, các cuộc họp, dán trên tường nhà văn hóa, trụ sở tổ dân phố, khu phố, ấp... để nhiều người được nghe, đọc hơn. Ngoài báo in đại chúng còn có một số tờ báo chuyên nghiên cứu và viết bài về vấn đề dân tộc, CTDT như Báo Nhân Dân (có chuyên mục Dân tộc và Miền núi), báo Dân tộc và Phát triển, Tạp chí Dân tộc và Thời đại, Báo Văn hóa...

2.2. Ở kênh báo chí - truyền thông địa phương

Hoạt động báo chí tại TP. Hồ Chí Minh rất đa dạng và phong phú. Ở địa phương có 161 cơ quan báo chí Trung ương đặt văn phòng đại diện và cử phóng viên thường trú; 10 chi nhánh đơn vị hoạt động truyền hình trả tiền, 46 đơn vị hoạt động truyền hình thu qua vệ tinh; hoạt động với đầy đủ các loại hình báo chí như: báo in, truyền hình, phát thanh, báo điện tử. Một số các sở, ngành, các tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức nghề nghiệp đều có tạp chí hoặc báo riêng. Riêng TP. Hồ Chí Minh hiện có 28 cơ quan báo chí đang hoạt động, gồm: 16 báo in, 01 đài phát thanh, 01 đài truyền hình, 10 tạp chí.

Chuyên mục phát sóng tiếng dân tộc (tiếng Hoa, Khmer và Chăm) trên Đài Truyền hình và Đài Tiếng nói Nhân dân Thành phố đã phát huy tác dụng bảo tồn tiếng nói, văn hóa các dân tộc. Từ năm 2015 đến nay, tiếng Hoa, tiếng Chăm và tiếng Khmer được phát trên FM tần số 99,9MHz (VOH) với thời lượng: tiếng Khmer 30 phút/ngày, tiếng Chăm 15 phút/ngày, tiếng Hoa 30 phút/ngày (gồm tiếng phổ thông và tiếng Quảng Đông)

Ủy ban nhân dân thành phố ban hành Quyết định số 2889/QĐ-UBND ngày 05-6-2017 về thành lập Ban Chỉ đạo và Tổ chuyên viên giúp việc Ban Chỉ đạo thực hiện biên soạn bộ tài liệu dạy và học tiếng Hoa, Khmer, Chăm cho cán bộ, công chức và đồng bào người Hoa, Khmer, Chăm tại TP. Hồ Chí Minh giai đoạn 2016 - 2020, hiện nay ban biên soạn đã hoàn chỉnh bộ tài liệu.

Thành phố tổ chức biên soạn nội dung và ban hành ấn phẩm “Thực trạng kinh tế - xã hội 53 dân tộc thiểu số trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh, thời điểm 00 giờ ngày 01-10-2019”. Ngoài ra, Thành phố còn thực hiện đưa tài liệu dưới dạng sách nói cho người có uy tín và đồ họa thông tin về Quyết định số 12/2018/QĐ-TTg ngày 06-3-2018 của Thủ tướng Chính phủ về tiêu chí lựa chọn công nhận người có uy tín và chính sách đối với người có uy tín lên trang thông tin điện tử Ban Dân tộc Thành phố.

2.3. Ở kênh truyền thông qua mạng xã hội

Người DTTS trên địa bàn Thành phố có điều kiện tiếp cận và sử dụng internet rộng rãi. Căn cứ kết quả điều tra 53 DTTS năm 2019 tại TP. Hồ Chí Minh cho thấy tỷ lệ hộ tiếp cận Internet của đồng bào vùng DTTS đã được cải thiện đáng kể, chiếm tỷ lệ 88,0% tổng hộ DTTS. Trong khảo sát 09 DTTS có quy mô dân số trên 1.000 người đang sinh sống tại Thành phố. Qua đánh giá tỷ lệ hộ sử dụng Internet cho thấy được cơ hội tiếp cận thông tin của người đồng bào DTTS không ngừng gia tăng và ở mức cao, góp phần nâng cao dân trí, mở mang tri thức, thúc đẩy các hoạt động phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn Thành phố¹.

2.4. Ở kênh truyền thông trực tiếp ở cơ sở

Cộng đồng dân tộc DTTS tại TP. Hồ Chí Minh hình thành những khu vực cư trú tập trung của mỗi cộng đồng, để lại nhiều dấu ấn sắc nét về lịch sử, dân số, kinh tế, xã hội và văn hóa, góp phần tạo nên diện mạo của một thành phố văn minh, hiện đại, đa dân tộc, đa tôn giáo và đa dạng sắc thái văn hóa. TP. Hồ Chí Minh có 53 dân tộc với 8.993.082 người trong đó có 53 DTTS với 468.128 người, chiếm 5,2% tổng dân số Thành phố². Trong quá trình thực hiện công tác tuyên truyền chính sách dân tộc bên cạnh các hình thức thông tin phổ biến như loa phát thanh, truyền thanh; bảng tin công cộng; pa-nô, áp-phích, băng-rôn, biểu ngữ; họp tổ dân phố, họp ban điều hành khu phố; tuyên truyền miệng, phát tờ rơi thông qua các người có uy tín trong cộng đồng, các chức sắc tôn giáo, đội ngũ báo cáo viên...

3. Đánh giá và nguyên nhân của thực trạng

3.1. Về mặt tích cực

Một là, truyền thông chính sách trong CTDT góp phần giáo dục truyền thống tốt đẹp của dân tộc,

truyền thống cách mạng, nâng cao dân trí, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao, phong phú và đa dạng về đời sống tinh thần của nhân dân, hun đúc lòng yêu Tổ quốc Việt Nam nói chung và bảo tồn các giá trị văn hóa, truyền thống và lịch sử của đồng bào DTTS nói riêng, giúp tăng cường sự hiểu biết và tình đoàn kết giữa các dân tộc.

Hai là, tác động và hiệu quả của truyền thông đến nhận thức, niềm tin của đồng bào DTTS là khá rõ nét. Nhờ những thông tin chính thống từ truyền thông đại chúng và đội ngũ cán bộ truyền thông cơ sở, người dân tin tưởng hơn vào chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, sự chỉ đạo của chính quyền địa phương, không tin vào những thông tin do các thế lực thù địch, bất mãn tuyên truyền. Đồng thời, góp phần nâng cao trình độ hiểu biết chính trị - xã hội, ý thức chính trị cho đồng bào.

Ba là, với sự bùng nổ và phát triển mạnh mẽ của cuộc cách mạng số, truyền thông chính sách đối với đồng bào DTTS đang đứng trước nhiều thuận lợi đan xen những khó khăn, thách thức. Việc tiếp cận các phương tiện truyền thông mới đã tăng lên đáng kể đối với người dân Thành phố nói chung và người đồng bào DTTS nói riêng. Đây là xu thế tất yếu, đòi hỏi chính quyền Thành phố cần chủ động trong công tác truyền thông, sử dụng phương thức thực hiện làm tốt vai trò đưa chủ trương, chính sách vào cuộc sống.

Bốn là, qua công tác truyền thông, cơ quan quản lý tiếp nhận các thông tin phản hồi, ý kiến đóng góp, quan điểm cá nhân trên tinh thần xây dựng của người dân nói chung và đồng bào DTTS nói riêng, qua đó góp phần cơ quan quản lý nhà nước nắm bắt tình hình dư luận xã hội, từ đó có biện pháp điều chỉnh kịp thời.

Năm là, truyền thông chính sách có thể xem là cầu nối giữa Đảng, Nhà nước và đồng bào DTTS trên địa bàn thành phố. Đây là một kênh quan trọng để truyền tải thông tin từ Đảng, Nhà nước tới đồng bào; tuyên truyền và giải thích cho đồng bào hiểu các quan điểm, chủ trương, chính sách, pháp luật, đề án, chương trình mục tiêu quốc gia liên quan và mang lại lợi ích thiết thực với đồng bào, hướng dẫn và động viên họ thực hiện tốt các chủ trương, chính sách.

Sáu là, thực hiện công tác tuyên truyền, quảng bá xây dựng hình ảnh TP. Hồ Chí Minh văn minh,

hiện đại, nghĩa tình, tình hình chính trị - xã hội ổn định và kinh tế phát triển, nâng cao uy tín, vị thế và ảnh hưởng của Thành phố nói riêng và Việt Nam nói chung ở khu vực và trên trường quốc tế.

3.2. Về mặt hạn chế

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đã đạt được, vẫn còn hạn chế, khuyết điểm của một số chủ thể truyền thông chính sách

Một là, một số chủ thể truyền thông chính sách chưa đa dạng hóa các hình thức thông tin; chất lượng nội dung thông tin chưa đáp ứng nhu cầu của người dân, chưa góp phần đáng kể nâng cao dân trí, hình thành và định hướng dư luận xã hội lành mạnh, tăng cường sự đoàn kết, nhất trí về tư tưởng, chính trị và hành động của nhân dân; chưa thường xuyên biểu dương các nhân tố mới, điển hình tiên tiến.

Hai là, báo chí chính thống vẫn là kênh chủ lực trong việc hỗ trợ tuyên truyền chủ trương chính sách nhưng đang đứng trước nhiều thách thức, khó khăn. Kinh tế báo chí khó khăn do nguồn thu quảng cáo, dịch vụ giảm. Về thu hút quảng cáo, báo chí chính thống đang mất dần ưu thế so với các nền tảng mạng xã hội. Toàn bộ hệ thống báo, đài và trang tin trong nước chỉ thu hút khoảng 40% tổng doanh thu quảng cáo trên toàn thị trường, còn lại 60% doanh thu thuộc về các nền tảng mạng xã hội xuyên biên giới. Với nguồn thu từ dịch vụ quảng cáo giảm sút nêu trên, các cơ quan báo chí tự đảm bảo kinh phí hoạt động đang gặp khó khăn cho việc đảm bảo nguồn kinh phí cho hoạt động truyền thông chính sách.

Ba là, không ít chủ thể truyền thông chính sách chưa chủ động định hướng, cung cấp thông tin kịp thời để làm chủ thông tin, lấy thông tin tích cực, chính thống để đấu tranh chống lại các thông tin sai trái, bịa đặt, xuyên tạc, vu cáo, phản động trên mạng xã hội, internet. Chưa khuyến khích khai thác, phát triển những tiện ích, lợi thế của thông tin điện tử, mạng xã hội và các loại hình truyền thông khác trên internet phù hợp với lợi ích công cộng.

Bốn là, chưa phát triển nhanh, mạnh, vững chắc với cơ cấu, quy mô hợp lý các loại hình thông tin theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, chất lượng, hiệu quả, phù hợp xu thế phát triển khoa học và công nghệ, thông tin, truyền thông thế giới, đáp ứng quyền tiếp cận thông tin của nhân dân, phù hợp với

sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, ngang tầm khả năng và trình độ phát triển thông tin của các nước trong khu vực và thế giới.

Năm là, thông tin thiếu nhạy cảm về chính trị, chưa phù hợp với lợi ích của đất nước, của nhân dân; thông tin không đúng tôn chỉ, mục đích được quy định trong giấy phép; thông tin sai sự thật, xúc phạm uy tín của tổ chức, danh dự, nhân phẩm của công dân vẫn chiếm tỷ lệ cao. Xu hướng “thương mại hóa” chậm được khắc phục; thông tin vi phạm thuần phong mỹ tục vẫn diễn ra. Nhiều thông tin thiếu chọn lọc, nặng về phản ánh mặt trái, tiêu cực của xã hội làm giảm tính trung thực của truyền thông chính sách.

Sáu là, công tác truyền thông chính sách còn thiếu bài bản, vẫn chủ yếu là một chiều, việc điều tra, khảo sát, đánh giá tác động chưa được quan tâm hoặc còn hình thức. Việc lấy ý kiến đề nghị xây dựng chính sách và dự thảo văn bản quy phạm pháp luật hiệu quả còn hạn chế. Việc ứng dụng các công cụ, mô hình truyền thông hiện đại chưa được chú trọng. Công tác phân tích, dự báo về dư luận xã hội và những vấn đề người dân quan tâm còn chậm, mang tính quan liêu, mệnh lệnh hành chính.

4. Một số giải pháp phát huy vai trò truyền thông chính sách trong công tác dân tộc hiện nay tại Thành phố Hồ Chí Minh

Để phát huy vai trò của truyền thông chính sách trong CTDT ở TP. Hồ Chí Minh cần thực hiện quyết liệt và đồng bộ những giải pháp cụ thể sau đây:

Một là, căn cứ quan điểm và mục tiêu của chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước, cụ thể là Nghị quyết số 31-NQ/TW của Bộ Chính trị về phương hướng, nhiệm vụ phát triển TP. Hồ Chí Minh đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, đề ra những nhiệm vụ và giải pháp cụ thể phương châm cho hoạt động truyền thông chính sách trên địa bàn Thành phố trong thời gian đến. Từ đó nâng cao nhận thức trong đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý thuộc hệ thống chính trị Thành phố về tầm quan trọng của công tác truyền thông.

Hai là, xây dựng môi trường pháp lý cho truyền thông chính sách trong bối cảnh chuyển đổi số. Cần nghiên cứu và tìm kiếm các giải pháp khoa học nhằm tư vấn chính sách quản lý truyền thông chính sách trong môi trường truyền thông chính sách số một cách kịp thời và hiệu quả.

Ba là, phát triển kinh tế truyền thông chính sách dựa trên quy luật và thực trạng quan hệ cung - cầu và đặc thù công chúng truyền thông chính sách của quốc gia và địa phương để nghiên cứu, phân tích, dự đoán, sử dụng hệ thống mạng của các thành phần thông minh.

Bốn là, nâng cao nhận thức của đội ngũ cán bộ làm công tác thông tin đại chúng về nghĩa vụ và trách nhiệm chính trị - xã hội khi tác nghiệp phục vụ nhu cầu thông tin của đồng bào DTTS trên địa bàn Thành phố, cần lưu ý đến nét đặc thù của người DTTS ở Thành phố.

Năm là, truyền thông chính sách không thoát ly với đấu tranh tư tưởng, lý luận; nâng cao chất lượng định hướng và hiệu quả quản lý mạng xã hội, củng cố thái độ kiên quyết, nâng tầm trình độ đấu tranh, phê phán của mỗi chủ thể, mỗi con người góp phần nâng cao nhận thức, ý thức của người DTTS về vai trò, tác động của truyền thông.

Sáu là, quán triệt và vận dụng quan điểm Đại hội XIII của Đảng về chủ trương xây dựng nền báo chí, truyền thông chuyên nghiệp, nhân văn và hiện đại.

Thực hiện tốt quy hoạch, phát triển hệ thống báo chí, truyền thông. Sắp xếp ngành xuất bản, in và phát hành theo hướng tinh gọn, chất lượng, hiện đại hóa dựa trên Đề án, sắp xếp, phát triển và quản lý báo chí TP. Hồ Chí Minh đến năm 2025 theo Quyết định số 1786/QĐ-UBND ngày 22-5-2020 UBND TP. Hồ Chí Minh. Ngoài ra, tăng cường quản lý và phát triển các loại hình truyền thông, thông tin trên internet.

Bảy là, thực hiện Kế hoạch số 274/KH-UBND ngày 01-02-2023 của UBND TP. Hồ Chí Minh triển khai thực hiện Chiến lược CTDT giai đoạn 2021 - 2030 tầm nhìn đến năm 2045 trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh, theo đó thực hiện việc đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền các đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước, phổ biến giáo dục pháp luật cho người dân vùng đồng bào DTTS; tăng cường đồng thuận xã hội; củng cố niềm tin của đồng bào đối với Đảng và Nhà nước.

1, 2. Thực trạng kinh tế - xã hội của 53 dân tộc thiểu số trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh thời điểm 00 giờ ngày 01-10-2019.

KIẾN ĐỊNH MỤC TIÊU ĐỘC LẬP DÂN TỘC VÀ CHỦ NGHĨA XÃ HỘI...

Tiếp theo trang 33

đường mà Đảng, Bác Hồ và Nhân dân ta đã lựa chọn. Do đó, xây dựng và củng cố niềm tin khoa học vào mục tiêu, con đường chủ nghĩa xã hội là vấn đề hết sức quan trọng trong công tác tư tưởng, lý luận của Đảng ta hiện nay. Khi niềm tin của Nhân dân đối với Đảng được củng cố thì kẻ thù tư tưởng không thể lợi dụng xuyên tạc, chống phá. Phải có những giải pháp hữu hiệu để phòng, chống sự suy thoái về tư tưởng chính trị, đạo đức, lối sống, “tự diễn biến”, “tự chuyển hoá” trong nội bộ; tăng cường bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, kiên quyết và thường xuyên đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, cơ hội chính trị trong tình hình mới.

Cuối cùng, vấn đề “then chốt của then chốt” là phải đổi mới tư duy và hoàn thiện thể chế công tác cán bộ, để xây dựng được đội ngũ cán bộ các cấp vừa có đức vừa có tài, tiêu biểu về đức hy sinh, biết đặt lợi ích của đất nước, của nhân dân lên trên hết; có tư duy đổi mới sáng tạo, dám nghĩ, dám làm, dám chịu

trách nhiệm, dám đương đầu với khó khăn, thử thách và quyết liệt trong hành động vì lợi ích chung.

1, 4, 5, 14. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Nxb CTQG - ST, H, 2021, t. 1, tr. 109; tr.103 - 104; t. 2, tr. 323; t. 1, tr. 39.

2. Nguyễn Đức Bình: *Chủ thuyết chính trị Việt Nam thời đại ngày nay*, Nxb CT-HC, H, 2014, tr. 179.

3, 10. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI*, Nxb CTQG - ST, H, 2011, tr. 69, 70.

6, 11, 12, 16, 17. Nguyễn Phú Trọng: *Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam*, Nxb CTQG - ST, H, 2022, tr. 37, 25, 35, 29, 225.

7, 8, 9. Hồ Chí Minh, *Toàn tập*, Nxb CTQG - ST, H, 2011, t. 12, tr. 415; t. 1, tr. 610; t. 15, tr. 612

13. Trần Quốc Toàn: *Đổi mới tư duy phát triển để tạo sự phát triển bứt phá của đất nước trong giai đoạn mới*, Tạp chí Cộng sản, Số 989 (tháng 2-2022), tr. 57 - 58.

15. Phạm Văn Đồng: *Hồ Chí Minh - tinh hoa và khí phách của dân tộc*, Nxb CTQG, H, 2009, tr. 219.