

ĐẨY MẠNH CÔNG TÁC TUYÊN TRUYỀN, NÂNG CAO NHẬN THỨC VỀ VAI TRÒ CỦA CHÍNH SÁCH AN SINH XÃ HỘI

HỒ DIỆU MAI*

Trong bối cảnh xã hội hiện đại đang đối mặt với nhiều thách thức, như: già hóa dân số, biến đổi kinh tế và các rủi ro xã hội ngày càng gia tăng, việc nâng cao nhận thức về vai trò của chính sách an sinh xã hội đang trở thành một yêu cầu cấp thiết hơn bao giờ hết. Chính vì vậy, bài viết nhấn mạnh công tác tuyên truyền và nâng cao nhận thức về các chính sách an sinh xã hội, từ đó có những đề xuất giải pháp nhằm không chỉ phổ biến thông tin mà còn tạo ra sự đồng thuận, tham gia tích cực của toàn xã hội vào việc thực hiện các chính sách này để ổn định xã hội và phát triển bền vững đất nước.

Từ khóa: An sinh xã hội, tuyên truyền chính sách, công tác tuyên truyền, đối tượng yếu thế, bình đẳng xã hội.

In the context of modern society, which faces various challenges such as an aging population, economic transformations, and growing social risks, increasing awareness of the importance of social welfare policies has become an urgent need. This article emphasizes the importance of communication and raising awareness about these policies. It suggests that not only should information be disseminated, but there should also be efforts to foster consensus and active participation from society in implementing these policies. This will help stabilize society and ensure sustainable national development.

Keywords: Social welfare; policy communication; communication efforts; vulnerable groups; social equality.

NGÀY NHẬN: 05/9/2024

NGÀY PHẢN BIỆN, ĐÁNH GIÁ: 12/10/2024

NGÀY DUYỆT: 18/11/2024

DOI: <https://doi.org/10.59394/qlnn.346.2024.1008>

1. Sự cần thiết của việc tuyên truyền, nâng cao nhận thức xã hội về vai trò của chính sách an sinh xã hội

Chính sách an sinh xã hội được hiểu là hệ thống các chính sách can thiệp của Nhà nước (bảo hiểm xã hội, trợ giúp xã hội...) và sự hỗ trợ của tổ chức hay tư nhân (các chế độ không theo luật định) nhằm giảm mức độ nghèo đói và tổn thương, nâng cao năng lực tự bảo vệ của người dân và cộng đồng trước những rủi

ro hay nguy cơ giảm hoặc mất thu nhập, bảo đảm ổn định, phát triển và công bằng xã hội¹.

Chính sách an sinh xã hội đóng vai trò then chốt trong việc bảo vệ và nâng cao chất lượng cuộc sống cho các thành viên trong xã hội. Qua đó, giúp ổn định cuộc sống của người dân, đặc biệt là các nhóm yếu thế, như: người già, trẻ em mồ côi, người khuyết tật và người

* ThS, Học viện Hành chính Quốc gia

lao động mất việc làm. Ngoài ra, còn giúp duy trì sự ổn định xã hội, hạn chế sự phân hóa giàu nghèo và tạo điều kiện cho người dân có cơ hội tiếp cận các dịch vụ cơ bản, như: y tế, giáo dục và nhà ở. Việc triển khai hiệu quả chính sách an sinh xã hội còn giúp tăng cường lòng tin của người dân vào Chính phủ, thúc đẩy sự ổn định chính trị và tạo môi trường thuận lợi cho phát triển kinh tế, đặc biệt trong bối cảnh toàn cầu hóa và biến động kinh tế.

Xuất phát từ vai trò của chính sách an sinh xã hội, việc tuyên truyền và nâng cao nhận thức về chính sách an sinh xã hội là yêu cầu cấp bách cả về lý luận và thực tiễn. Bên cạnh đó, nhận thức đúng đắn về vai trò của an sinh xã hội còn giúp tạo ra sự tham gia tích cực của cộng đồng, tăng cường sự đóng góp vào quỹ an sinh xã hội, từ đó, duy trì tính bền vững tài chính và khả năng bao phủ của hệ thống.

Khi nhận thức của cộng đồng được nâng cao, xã hội sẽ có sự tham gia tích cực hơn vào việc thực hiện và hỗ trợ các chương trình an sinh xã hội. Sự ủng hộ mạnh mẽ từ cộng đồng xã hội cũng giúp giảm thiểu căng thẳng và xung đột xã hội, duy trì ổn định chính trị và kinh tế, góp phần vào phát triển bền vững đất nước.

2. Thực trạng công tác tuyên truyền về chính sách an sinh xã hội

Ở Việt Nam, cấu trúc của hệ thống an sinh xã hội gồm 5 trụ cột: (1) Bảo hiểm xã hội; (2) Bảo hiểm y tế; (3) Bảo hiểm thất nghiệp; (4) Cứu trợ xã hội; (5) Trợ giúp và ưu đãi xã hội. Xét về thực chất, 5 trụ cột này thực hiện 3 chức năng chiến lược của hệ thống an sinh xã hội: phòng ngừa rủi ro, giảm thiểu rủi ro và khắc phục rủi ro². So với mô hình phổ biến trên thế giới, hệ thống an sinh xã hội ở nước ta có một cấu phần đặc thù, đó là chính sách ưu đãi xã hội.

Những năm gần đây, công tác tuyên truyền về hệ thống an sinh xã hội đã được phổ biến rộng rãi qua các phương tiện truyền thông, như: báo chí, truyền hình và mạng xã hội. Các hình thức truyền thông số đã được triển khai khá đa dạng. Trong số các chính sách an sinh xã hội nói chung, chính sách bảo

hiểm xã hội và bảo hiểm y tế là 2 trụ cột quan trọng, đóng vai trò thiết yếu trong việc bảo vệ quyền lợi và nâng cao chất lượng cuộc sống cho người lao động.

Nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông, ngành Bảo hiểm Xã hội Việt Nam đã chủ động ban hành nhiều văn bản và triển khai nhiều hoạt động truyền thông, trong đó Ban Cán sự Đảng Bảo hiểm Xã hội Việt Nam đã ban hành Nghị quyết số 96/NQ-BCS ngày 24/8/2017 về đổi mới, nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác truyền thông bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế trong tình hình mới, tạo sự chuyển biến mạnh mẽ trong công tác thông tin, truyền thông về chính sách, pháp luật trong vấn đề này. Thực hiện chủ trương này, Bảo hiểm xã hội Việt Nam đã kết hợp với báo chí, đài phát thanh và truyền hình, cùng với việc tổ chức các buổi đối thoại trực tiếp tại địa phương, nhờ đó, đã góp phần tạo sự đồng thuận, nâng cao hiệu quả trong việc thực thi chính sách. Riêng trong năm 2023, đã có hơn 32.000 tin, bài về chính sách an sinh xã hội được đăng tải trên các kênh thông tin chính thống, cùng với khoảng 28.800 hội nghị và 139.000 buổi truyền thông nhóm nhỏ thu hút hàng triệu lượt người tham gia³.

Tính đến tháng 6/2024, các cơ quan báo chí từ trung ương đến địa phương đã phối hợp với Bảo hiểm xã hội Việt Nam tổ chức hơn 1.000 hội nghị, hội thảo, đăng tải hơn 170.000 tin bài và phóng sự; đồng thời, phát hành hàng chục triệu ấn phẩm truyền thông các loại. Ngoài ra, phát huy hiệu quả truyền thông số qua các kênh mạng xã hội, như: Fanpage, Zalo, hệ thống chăm sóc khách hàng và ứng dụng VssID. Đặc biệt, hệ thống Call Center hoạt động 24/7, tiếp nhận hơn 18.851 cuộc gọi liên quan đến bảo hiểm y tế, hỗ trợ giải đáp và tư vấn chính sách cho người dân, trong đó áp dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để xây dựng ngân hàng câu hỏi/ trả lời và triển khai hệ thống trả lời tự động, với mục tiêu tăng cường hiệu quả hỗ trợ người dân và tổ chức trong việc tương tác với các cơ quan chức năng. Kết quả, hệ

thống ngân hàng câu hỏi với 3.000 câu hỏi/trả lời và hơn 110.000 dữ liệu huấn luyện, đồng thời sớm vận hành Hệ thống trả lời tự động với mục tiêu nâng cao khả năng hỗ trợ người dân và tổ chức khi tương tác với cơ quan bảo hiểm xã hội⁴. Việc tiếp nhận phản hồi của người dân và doanh nghiệp cũng được kịp thời hơn, qua đó, góp phần cải thiện, hoàn thiện hệ thống chính sách. Các vấn đề vướng mắc, bất cập trong quá trình thực hiện chính sách đã được cơ quan chức năng tiếp thu để điều chỉnh. Đặc biệt, trong bối cảnh dự thảo *Luật Bảo hiểm xã hội* (sửa đổi) đang trong quá trình thảo luận, sự đồng thuận xã hội là yếu tố quan trọng để bảo đảm hệ thống an sinh xã hội vận hành hiệu quả và bền vững.

Thời gian qua, các cơ quan báo chí cũng đã góp phần nâng cao hiệu quả công tác truyền thông về bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và thu hút được sự quan tâm của xã hội. Người dân ngày càng hiểu rõ giá trị, lợi ích của chính sách, từ đó tích cực, chủ động tham gia, tăng niềm tin vào chính sách. Báo chí cũng góp phần tạo sự đồng thuận trong quá trình xây dựng, hoàn thiện và thực hiện chính sách. Đây còn là kênh hữu hiệu để tiếp nhận những thông tin phản hồi của người dân, người lao động, doanh nghiệp về bất cập trong cơ chế, chính sách và quá trình tổ chức thực thi pháp luật để đề xuất sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện hệ thống pháp luật về an sinh xã hội.

Không chỉ ở cấp trung ương, tại các địa phương, bên cạnh việc tiếp tục triển khai các hình thức truyền thông, như: tổ chức các hội nghị đối thoại, phối hợp các cơ quan truyền thông xây dựng các chuyên đề, chuyên mục...; đặc biệt, đã có nhiều sáng kiến được áp dụng hiệu quả, như: livestream tuyên truyền chính sách bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế trên fanpage bảo hiểm xã hội ở các tỉnh, thành phố. Công tác truyền thông chính sách bảo hiểm xã hội ở các địa phương cũng được tuyên truyền trên các kênh báo chí của tỉnh, thành phố, góp phần quan trọng trong việc đưa các chính sách đi vào cuộc sống một cách bền vững và hiệu quả.

Các cơ quan chức năng đã xây dựng và thực hiện nhiều chiến dịch truyền thông có trọng tâm, hướng đến từng đối tượng cụ thể. Cũng nhờ công tác tuyên truyền có hiệu quả nên đã góp phần mở rộng độ bao phủ của hệ thống bảo hiểm xã hội và bảo hiểm y tế. Tỷ lệ người dân tham gia bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế tự nguyện tăng lên đáng kể. Năm 2023, tỷ lệ người tham gia bảo hiểm thất nghiệp đạt gần 31,6% lực lượng lao động trong độ tuổi. Tỷ lệ bao phủ bảo hiểm y tế đạt 93,35%, vượt 0,15% so với Nghị quyết 01/NQ-CP của Chính phủ, vượt mục tiêu đề ra tại Nghị quyết số 68/2022/QH15 của Quốc hội, tiệm cận mục tiêu bảo hiểm y tế toàn dân. Năm 2023, cả nước có hơn 174,8 triệu lượt người khám, chữa bệnh bảo hiểm y tế, tăng trên 23,4 triệu lượt khám, chữa bệnh so với năm 2022; số chi khám, chữa bệnh bảo hiểm y tế khoảng 124,3 nghìn tỷ đồng...⁵.

Bên cạnh những kết quả đáng ghi nhận, công tác tuyên truyền về chính sách an sinh xã hội vẫn còn tồn tại một số hạn chế cần khắc phục, như: các thông tin về chính sách đôi khi chưa đủ chi tiết và cụ thể để người dân hiểu rõ quyền lợi và nghĩa vụ của mình, nhất là khi chính sách an sinh xã hội vốn rất rộng lớn bao trùm rất nhiều lĩnh vực, liên quan tới nhiều bộ, ngành, nhiều đối tượng. Một số khu vực, đặc biệt là các vùng sâu, vùng xa vẫn chưa tiếp cận đầy đủ thông tin do hạn chế về phương tiện truyền thông.

Mặc khác, các chiến dịch tuyên truyền nhìn chung chủ yếu vẫn tập trung vào bảo hiểm xã hội và bảo hiểm y tế nhiều hơn so với các nội dung về cứu trợ xã hội và chính sách ưu đãi xã hội. Điều này cũng có thể do đặc thù các nội dung về cứu trợ xã hội và chính sách ưu đãi xã hội phục vụ các nhóm đối tượng cụ thể như người già, người khuyết tật và gia đình chính sách, chưa được phổ biến với thời lượng thích đáng do quy mô đối tượng nhỏ hơn, ít người dân thuộc nhóm thụ hưởng trực tiếp, dẫn đến mức độ ưu tiên truyền thông chưa cao.

Ngoài ra, hình thức truyền thông mặc dù đã đổi mới nhưng đôi khi vẫn còn mang tính

một chiều, chưa thực sự tương tác sâu sát với các đối tượng cần tuyên truyền, dẫn đến việc phản hồi của người dân và doanh nghiệp về những bất cập trong quá trình thực thi chính sách chưa được xử lý kịp thời. Việc thiếu thống nhất và sự đa dạng trong nội dung, phương thức truyền thông giữa các địa phương cũng là một trong những hạn chế, gây ra sự không đồng bộ trong việc phổ biến thông tin về các chính sách an sinh xã hội.

Hoạt động thông tin, tuyên truyền chính sách còn hạn chế, mức độ hiểu biết và tham gia của người dân vào hệ thống này cũng bị thiếu hụt, dẫn đến nhiều người lao động, đặc biệt trong khu vực phi chính thức chưa nắm bắt đầy đủ các quyền lợi và nghĩa vụ của mình nên chưa tham gia đầy đủ vào các chương trình bảo hiểm xã hội. Thực tế này cũng tạo ra khoảng trống trong việc bảo vệ người dân trước các rủi ro về kinh tế - xã hội; đồng thời, gây áp lực lên nguồn lực tài chính của hệ thống.

3. Giải pháp nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền về chính sách an sinh xã hội

Một là, phát triển mạng lưới truyền thông đa dạng và ưu tiên các nền tảng truyền thông hiện đại.

Trong bối cảnh số hóa đang phát triển mạnh mẽ như hiện nay, việc xây dựng mạng lưới truyền thông đa dạng và tích hợp công nghệ số là giải pháp cần thiết để nâng cao hiệu quả tuyên truyền về chính sách an sinh xã hội. Các mạng xã hội như Facebook, Zalo, YouTube hay các ứng dụng di động như VssID đã trở thành các phương tiện tiếp cận thông tin chính của nhiều người dân từ thành thị đến nông thôn. Các nền tảng truyền thông số này không chỉ giúp thông tin lan tỏa nhanh chóng mà còn đang tạo ra sự tương tác trực tiếp, giúp người dân dễ dàng đặt câu hỏi và nhận được giải đáp kịp thời. Hơn nữa, các ứng dụng AI hỗ trợ thông qua chatbot, hệ thống tư vấn trực tuyến cũng sẽ giúp cá nhân hóa quá trình tiếp nhận thông tin, bảo đảm người dân có thể dễ dàng tra cứu các quyền lợi và trách nhiệm của mình. Do đó, việc phát triển mạng lưới truyền thông đa dạng và ưu tiên các nền

tảng truyền thông số hóa trong bối cảnh hiện nay là giải pháp quan trọng giúp tiếp cận đến nhiều đối tượng hơn, đặc biệt là người lao động trẻ và các nhóm dân cư sử dụng thiết bị thông minh.

Hai là, tăng cường hoạt động tuyên truyền trực tiếp tại cơ sở và vùng sâu, vùng xa.

Bên cạnh các hoạt động truyền thông trên nền tảng số, việc tăng cường truyền thông trực tiếp tại cơ sở và vùng sâu, vùng xa cũng là một giải pháp quan trọng không thể xem nhẹ nhằm bảo đảm “không ai bị bỏ lại phía sau”. Vì vậy, cần tổ chức các buổi hội thảo, đối thoại trực tiếp với sự tham gia của cán bộ bảo hiểm xã hội, chính quyền địa phương. Tại các buổi tư vấn, người dân có thể đặt câu hỏi và nhận được giải đáp ngay lập tức, giúp họ hiểu rõ quyền lợi của mình trong hệ thống bảo hiểm xã hội và bảo hiểm y tế cũng như các chính sách an sinh xã hội khác...

Ngoài ra, việc duy trì sử dụng các phương tiện truyền thông truyền thống, như: loa phát thanh tại các xã, thôn cũng sẽ giúp thông tin tiếp cận được mọi người, kể cả những người không có điều kiện sử dụng thiết bị công nghệ.

Ba là, đẩy mạnh việc phối hợp liên ngành giữa các cơ quan nhà nước, các đơn vị báo chí truyền thông và các tổ chức xã hội.

Sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ, ngành, các cơ quan báo chí và các tổ chức xã hội giúp thông tin được truyền tải một cách đồng bộ, chính xác và tiếp cận được nhiều đối tượng hơn. Các cơ quan truyền thông cần phối hợp với các tổ chức đoàn thể, công đoàn và các doanh nghiệp để tiến hành triển khai các chiến dịch tuyên truyền quy mô lớn, hướng tới nhóm lao động phi chính thức và các đối tượng yếu thế. Việc tăng cường phối hợp giữa Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, Bộ Thông tin và Truyền thông cùng các tổ chức đoàn thể như công đoàn, hội nông dân sẽ giúp các chiến dịch truyền thông được tổ chức với quy mô lớn, mang tính toàn diện hơn. Các chương trình phối hợp giữa Nhà nước và các tổ chức phi chính phủ (NGO) hay doanh nghiệp tư nhân cũng là việc cần thiết giúp mở

rộng phạm vi truyền thông, đặc biệt trong các chương trình nâng cao nhận thức cho lao động phi chính thức.

Bốn là, nâng cao chất lượng nội dung tuyên truyền.

Nội dung tuyên truyền là yếu tố quyết định mức độ tiếp thu và hiểu biết của người dân về chính sách an sinh xã hội. Chính vì vậy, các nội dung tuyên truyền cần được điều chỉnh sao cho dễ hiểu, gần gũi với từng nhóm đối tượng, đặc biệt là những người có trình độ học vấn thấp hoặc sinh sống tại các khu vực khó khăn, vùng sâu, vùng xa. Các thông điệp truyền thông nên được trình bày dưới dạng đơn giản, trực quan, như video hướng dẫn, infographic, hoặc hoạt hình. Các ví dụ thực tiễn minh họa về quyền lợi khi tham gia bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế cũng như cách thức đăng ký và thực hiện các thủ tục sẽ giúp người dân hiểu rõ hơn về quá trình tham gia và lợi ích của chính sách.

Cùng với đó, việc sáng tạo nội dung truyền thông phù hợp với từng văn hóa vùng, miền cũng giúp thông tin trở nên dễ tiếp cận và thân thiện hơn với người dân ở từng khu vực. Hiệu quả truyền thông, tuyên truyền vì thế cũng sẽ hiệu quả hơn.

Năm là, giám sát và đánh giá hiệu quả tuyên truyền.

Giám sát và đánh giá hiệu quả tuyên truyền là bước quan trọng để điều chỉnh, cập nhật các chiến dịch tuyên truyền hay các chiến lược truyền thông kịp thời và hiệu quả hơn. Mỗi kênh tuyên truyền có mức độ tiếp cận và hiệu quả khác nhau tùy thuộc vào nhóm đối tượng. Do đó, việc theo dõi và đánh giá định kỳ sẽ giúp cơ quan chức năng hiểu rõ hơn về hiệu quả của từng phương pháp, phương tiện truyền thông. Các chỉ số như mức độ hiểu biết của người dân về chính sách, tỷ lệ người tham gia bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế hay phản hồi của người dân về thông tin nhận được cần được thu thập và phân tích thường xuyên.

4. Kết luận

Việc nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền về chính sách an sinh xã hội đóng vai

trò quan trọng trong việc bảo đảm sự đồng thuận và sự tham gia tích cực của toàn xã hội vào hệ thống an sinh xã hội của quốc gia. Hoạt động này không chỉ giúp người dân hiểu rõ hơn về quyền lợi và trách nhiệm của mình mà còn củng cố niềm tin vào các chính sách của Nhà nước, giúp quá trình triển khai các chính sách an sinh xã hội được thuận lợi, đạt được mục tiêu công bằng và ổn định xã hội.

Để đạt được mục tiêu đã đề ra, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan nhà nước, các tổ chức xã hội và các cơ quan báo chí, truyền thông trong việc truyền tải thông tin chính xác, kịp thời. Đồng thời, sự đổi mới và đa dạng hóa hình thức truyền thông, kết hợp giữa truyền thống và hiện đại cũng là yếu tố quyết định giúp các chính sách an sinh xã hội tiếp cận được mọi tầng lớp nhân dân, đặc biệt là các nhóm yếu thế□

Chú thích:

1, 2. *An sinh xã hội ở nước ta: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn.* <https://www.molisa.gov.vn>, ngày 23/3/2013.

3. *Báo chí đưa chính sách an sinh xã hội vào cuộc sống.* <https://vneconomy.vn>, ngày 20/6/2024.

4. *Ngành Bảo hiểm xã hội Việt Nam: Nỗ lực, đóng góp tích cực cho công tác chăm sóc sức khỏe nhân dân trong tình hình mới.* <https://www.xaydungdang.org.vn>, ngày 10/6/2024.

5. *Huy động tổng thể các nguồn lực, chung tay thực hiện chính sách an sinh xã hội.* <https://baochinhphu.vn>, ngày 17/01/2024.

Tài liệu tham khảo:

1. Đại học Luật, Đại học Quốc gia Hà Nội (2023). *Giáo trình Pháp luật an sinh xã hội.* H. NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

2. Nguyễn Văn Chiêu (2014). *Chính sách an sinh xã hội và vai trò của Nhà nước trong việc thực hiện chính sách an sinh xã hội ở Việt Nam.* H. NXB Chính trị quốc gia.

3. *Bảo đảm an sinh xã hội cho người cao tuổi trong bối cảnh đẩy mạnh xây dựng và hoàn thiện Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa Việt Nam hiện nay.* <https://www.quanlynhanuoc.vn>, ngày 14/3/2024.