

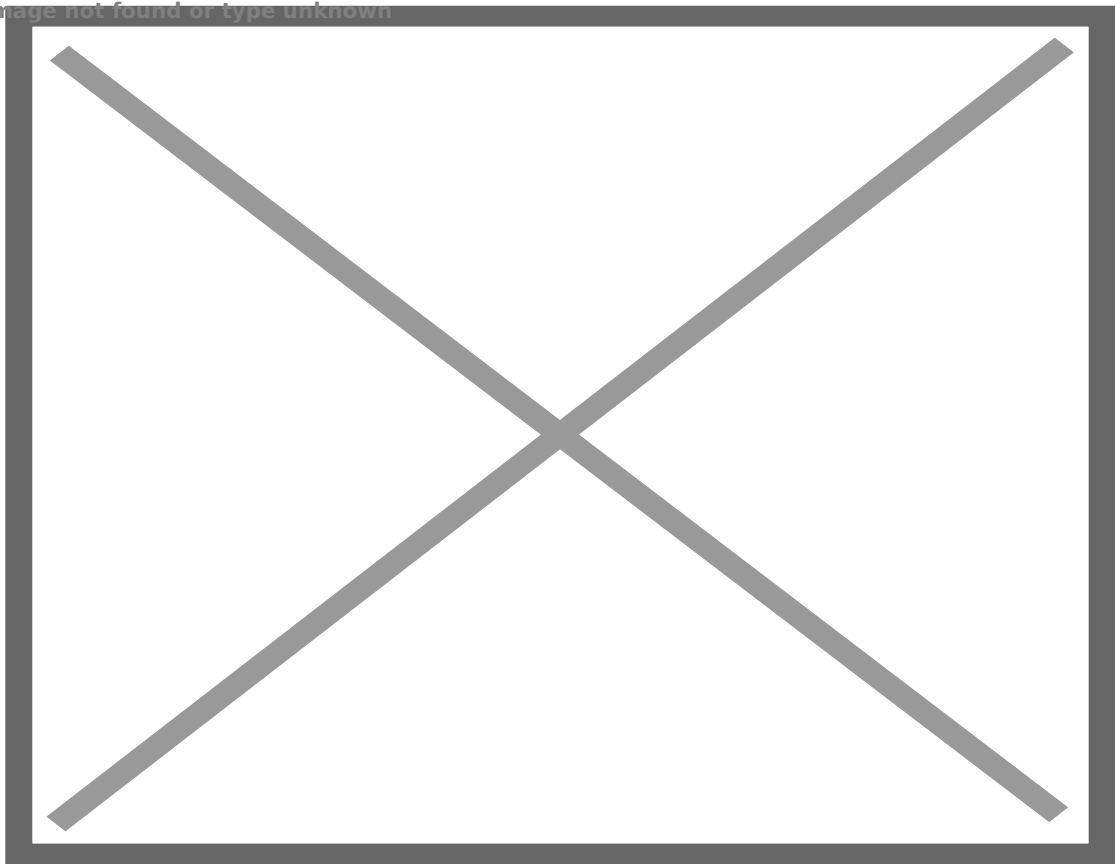
Truyền thông là then chốt để phát triển BHXH tự nguyện

22:31 08/12/2021

Tác giả: Bá Nam

Xác định công tác truyền thông là “chìa khoá” để thực hiện hiệu quả việc phát triển người tham gia BHXH, BHYT, thời gian qua, BHXH Việt Nam đã không ngừng đổi mới phương pháp, nội dung, hình thức truyền thông chính sách BHXH. Phó Tổng giám đốc BHXH Việt Nam Đào Việt Ánh đã trao đổi với báo chí về nội dung này.

Image not found or type unknown



Phó Tổng giám đốc BHXH Việt Nam Đào Việt Ánh khẳng định vai trò quan trọng của truyền thông trong phát triển BHXH tự nguyện

Chính sách BHXH tự nguyện đang được đánh giá là có sự phát triển vượt bậc, hai năm vừa qua lượng người tham gia BHXH tự nguyện tăng mạnh. Để có được kết quả tích cực này, xin ông cho biết vai trò của công tác truyền thông đối với công tác phát triển người tham gia BHXH tự nguyện như thế nào?

Ông Đào Việt Ánh: BHXH tự nguyện là chính sách an sinh xã hội mang tính nhân văn, tạo điều

kiện cho lao động phi chính thức được tham gia vào lưới an sinh để khi hết tuổi lao động có cơ hội được hưởng lương hưu hằng tháng, được cấp thẻ BHYT miễn phí để đảm bảo cuộc sống và chăm sóc sức khỏe.

Năm 2017 - trước thời điểm có Nghị quyết số 28-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương khóa XII về cải cách chính sách BHXH, số người tham gia BHXH tự nguyện là hơn 200.000. Từ khi Nghị quyết số 28 được ban hành, số người tham gia BHXH tự nguyện không ngừng tăng, kể cả trong tình hình kinh tế-xã hội bị ảnh hưởng toàn diện bởi dịch COVID-19. Cụ thể, năm 2018 - năm đầu tiên thực hiện Nghị quyết số 28, toàn quốc đạt trên 277.000 người tham gia, tăng hơn 52.900 người (23,6%) so với năm 2017. Đến năm 2020, đã có trên 1,128 triệu người, tăng gấp 2 lần so với năm 2019, bằng cả 12 năm trước cộng lại, cao hơn 1,1% so với chỉ tiêu năm 2021 Nghị quyết số 28 đặt ra.

Từ những kết quả tích cực trên, có thể thấy, công tác truyền thông chính sách BHXH giữ một vai trò rất quan trọng, góp phần đưa chính sách BHXH tự nguyện thực sự đi vào cuộc sống. Xác định công tác truyền thông là "chìa khóa" để thực hiện hiệu quả việc phát triển người tham gia BHXH, BHYT, thời gian qua, BHXH Việt Nam đã không ngừng đổi mới phương pháp, nội dung, hình thức truyền thông chính sách BHXH.

Theo đó, bám sát mục tiêu đổi mới toàn diện công tác truyền thông BHXH, các hoạt động truyền thông của ngành BHXH Việt Nam được triển khai chuyên nghiệp bài bản, linh hoạt, phối hợp thường xuyên, chặt chẽ với các bộ, ngành, tổ chức chính trị-xã hội, cơ quan thông tấn, báo chí để kịp thời triển khai đồng bộ nhiều giải pháp đẩy mạnh truyền thông trên phạm vi toàn quốc. Nội dung truyền thông đã được đổi mới rõ nét khi chuyển từ nội dung tuyên truyền, phổ biến chính sách, pháp luật về BHXH tự nguyện sang nội dung truyền thông ngắn gọn, xúc tích về quyền, lợi ích và giá trị nhân văn của chính sách với các thông điệp truyền thông gần gũi, dễ nhớ. Phương thức truyền thông đã vận dụng linh hoạt, đa dạng theo từng thời điểm, bối cảnh dịch như các hình thức truyền thông qua báo chí; truyền thông trực tuyến qua mạng xã hội; truyền thông trực tiếp qua các hội nghị tư vấn, các hoạt động truyền thông nhóm nhỏ,...

Để chính sách BHXH tự nguyện thực sự đi vào cuộc sống, xin ông cho biết cụ thể về những giải pháp đột phá về truyền thông đã được ngành BHXH thực hiện?

Ông Đào Việt Anh: Có thể khẳng định, trong giai đoạn này, ngành BHXH Việt Nam đã có những giải pháp đổi mới mang tính bước ngoặt trong công tác truyền thông, kịp thời đáp ứng yêu cầu

thực tiễn. Cụ thể: Thứ nhất, đổi mới về nội dung truyền thông. Căn cứ vào từng nội dung truyền thông cụ thể để chuyển từ nội dung tuyên truyền, phổ biến (trích dẫn các văn bản) sang nội dung truyền thông ngắn gọn, xúc tích (xây dựng các thông điệp truyền thông gần gũi, dễ nhớ).

Thứ hai, đổi mới về thời điểm truyền thông. Trong giai đoạn này, ngành BHXH Việt Nam tập trung đẩy mạnh truyền thông trước, trong, sau sự kiện, sự việc, chiến dịch truyền thông. Trước đây, chưa quan tâm đúng mức đến truyền thông trước sự kiện, sự việc để định hướng dư luận, cũng như truyền thông sau sự kiện/sự việc để thông tin về kết quả, ý nghĩa, sự lan tỏa của sự kiện, sự việc, chiến dịch truyền thông.

Thứ ba, đổi mới về hình thức, kênh truyền thông. Đặc biệt trong giai đoạn này, linh hoạt ứng biến trước tình hình khó khăn do dịch COVID-19 tác động tới mọi mặt của đời sống kinh tế-xã hội, tận dụng lợi thế của truyền thông trực tuyến, truyền thông hiện đại, ngành BHXH Việt Nam đã chủ động phối hợp với các cơ quan thông tấn, báo chí Trung ương và địa phương tăng cường công tác truyền thông qua kênh báo hình, báo nói và báo/tạp chí điện tử với số lượng, tần suất các tin, bài, phóng sự, chuyên mục tuyên truyền về BHXH, BHYT, BHTN ngày một tăng; đẩy mạnh việc sản xuất, đăng tải, phát sóng các thể loại báo chí hiện đại về BHXH, BHYT, BHTN như: Tọa đàm trực tuyến, bài infographic, bài megastory/longform/emagazine... góp phần tạo sức hút và lan tỏa các chính sách an sinh xã hội tới đông đảo độc giả, khán, thính giả trên cả nước.

Đáng chú ý, năm 2020, trong bối cảnh công tác phát triển người tham gia của ngành còn gặp nhiều khó khăn bởi dịch COVID-19, việc ngành BHXH Việt Nam lần đầu tiên tổ chức thành công 2 lễ ra quân toàn quốc tuyên truyền, vận động người dân tham gia BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình... đã cho thấy hiệu quả tích cực trong việc linh hoạt các giải pháp truyền thông phát triển người tham gia của ngành. Kết quả, sau các buổi lễ ra quân, bên cạnh số lượng người tham gia BHXH, BHYT phát triển được tăng kỷ lục, thì với việc lễ ra quân được tổ chức đồng bộ trên phạm vi toàn quốc, có sự tham dự của lãnh đạo UBND các tỉnh, thành phố. Các đoàn diễu hành qua các tuyến phố, nơi đông người với các thông điệp truyền thông nêu bật được giá trị nhân văn của chính sách BHXH, BHYT đã tạo được dấu ấn vô cùng quan trọng, giúp người dân ngày càng hiểu sâu sắc hơn giá trị, lợi ích của BHXH, BHYT yên tâm, tin tưởng tham gia; góp phần củng cố, nâng cao niềm tin của nhân dân vào chính sách BHXH, BHYT; đồng thời cũng đã củng cố, xây dựng được hình ảnh ngành BHXH Việt Nam hiện đại, chuyên nghiệp, vì sự hài lòng của nhân dân.

Xin ông chia sẻ cụ thể hơn về những kết quả đạt được trong công tác truyền thông thời gian qua?

Ông Đào Việt Anh: Có thể nói, thời gian qua, để thực hiện tốt chính sách BHXH, BHYT, BHTN, đặc biệt là chính sách BHXH tự nguyện, công tác phối hợp truyền thông chính sách BHXH, BHYT, BHTN với các cơ quan thông tấn, báo chí đã có nhiều đổi mới, ngày càng đi vào chiều sâu và đạt được những kết quả tốt. Số lượng tin, bài, phóng sự, chương trình... được đăng tải, phát sóng về lĩnh vực BHXH, BHYT, BHTN tăng đều qua các năm (năm 2020 là 16.000; từ đầu năm 2021 đến nay là hơn 20.500).

Công tác phối hợp với các bộ, ngành, tổ chức chính trị-xã hội cũng ngày được mở rộng, phát huy hiệu quả quan trọng trong phát triển người tham gia BHXH tự nguyện. Năm 2020, qua công tác phối hợp này đã có khoảng 120 hội nghị, hội thảo, tọa đàm, tư vấn, đối thoại... truyền thông chính sách, pháp luật về BHXH, BHYT được tổ chức, thu hút khoảng 24.000 lượt người tham dự. Trong đó, nhóm người truyền thông được hướng đến là nông dân, ngư dân, diêm dân, người lao động trong các làng nghề, xã viên hợp tác xã...

Tại địa phương, BHXH các tỉnh, thành phố đã phối hợp với các sở ban, ngành và các đơn vị liên quan tổ chức các hội nghị truyền thông về BHXH tự nguyện theo nhóm nhỏ đến các cụm dân cư, hộ gia đình tùy tình hình dịch COVID-19; các lễ ra quân tuyên truyền, vận động người dân tham gia BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình. Trong năm 2020, toàn quốc đã tổ chức được trên 26.000 hội nghị truyền thông về BHXH, BHYT, BHTN thu hút khoảng 1,4 triệu tham gia. Sang năm 2021, hình thức này tiếp tục được tăng cường trong tình hình dịch COVID-19 diễn biến phức tạp hơn. Từ đầu năm đến nay BHXH các tỉnh tiếp tục phối hợp với các sở, ban, ngành, UBND các cấp, các đơn vị liên quan tổ chức khoảng 16.000 hội nghị truyền thông, tư vấn, đối thoại... với khoảng 693.000 lượt người tham dự; 32.900 cuộc truyền thông nhóm nhỏ, với khoảng 250.900 lượt người tham dự (đây là một trong những hình thức truyền thông trực tiếp được đánh giá là mang lại hiệu quả cao, phù hợp với tình hình phòng chống dịch COVID-19).

Nhờ những kết quả tích cực nêu trên, trong 10 tháng năm 2021, tuy công tác phát triển người tham gia BHXH, BHYT của ngành gặp nhiều khó khăn do tác động của dịch COVID-19, nhưng tính đến ngày 21/10, toàn quốc đã có 1,206 triệu người tham gia BHXH tự nguyện, đạt 69% kế hoạch được giao, tăng 19.000 người so với tháng 8/2021, tăng 77.800 người so với cuối năm 2020 và tăng 361.000 người so với cùng kỳ năm trước. Những con số này tiếp tục khẳng định rõ nét vai trò then chốt của công tác truyền thông chính sách BHXH trong việc phát triển hiệu quả người tham gia BHXH tự nguyện thời gian qua.

Trân trọng cảm ơn ông!

Thu Trà- Nam Nguyễn- Gia Linh (Ghi)

Link bài viết: <https://nguoiambao.vn/public/truyen-thong-la-then-chot-de-phat-trien-bhxxh-tu-nguyen>