

HỘI LIÊN HIỆP PHỤ NỮ VIỆT NAM

Dự án 8 “Thực hiện bình đẳng giới và giải quyết những vấn đề cấp thiết đối với phụ nữ và trẻ em”



SỔ TAY

HƯỚNG DẪN HOẠT ĐỘNG TỔ TRUYỀN THÔNG CỘNG ĐỒNG

(dành cho Tuyên truyền viên Tổ truyền thông cộng đồng)

Hà Nội, tháng năm 2023

MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU	3
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT.....	4
CHƯƠNG 1: THÀNH LẬP VÀ VẬN HÀNH TỔ TRUYỀN THÔNG CỘNG ĐỒNG.....	5
I. Thành lập tổ truyền thông cộng đồng.....	5
II. Vận hành và duy trì tổ truyền thông cộng đồng.....	9
CHƯƠNG 2: MỘT SỐ KIẾN THỨC VÀ KỸ NĂNG VỀ TRUYỀN THÔNG	20
I. Khái quát chung về truyền thông.....	20
II. Nội dung truyền thông.....	24
III. Các kỹ năng truyền thông cần thiết.....	34
CHƯƠNG 3: CÁC HÌNH THỨC/PHƯƠNG PHÁP TRUYỀN THÔNG THƯỜNG SỬ DỤNG.....	38
I. Hình thức thảo luận nhóm	38
II. Nói chuyện chuyên đề kết hợp với hỏi, đáp.....	39
III. Truyền thông thông qua thăm hộ gia đình.....	41
IV. Hình thức tư vấn	43
V. Hình thức tổ chức cuộc thi	44
VI. Hình thức đóng kịch/ tiểu phẩm	45
VII. Phương pháp viết tin, bài.....	46
PHỤ LỤC 01- Biểu mẫu kế hoạch.....	52
PHỤ LỤC 02 - Biểu mẫu Kế hoạch.....	55
PHỤ LỤC 03.....	57

LỜI GIỚI THIỆU

Căn cứ nhiệm vụ của Hội Liên hiệp Phụ nữ (LHPN) Việt Nam được giao trong Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bằng dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 - 2030, trong đó tập trung triển khai Dự án 8 “Thực hiện bình đẳng giới và giải quyết những vấn đề cấp thiết đối với phụ nữ và trẻ em” (gọi tắt là Dự án 8), để Dự án được đông đảo cán bộ, hội viên phụ nữ và người dân biết đến thì việc thành lập, vận hành tổ truyền thông thay đổi nếp nghĩ cách làm trong cộng đồng là điều vô cùng cần thiết góp phần thực hiện nội dung *“Tuyên truyền, vận động thay đổi “nếp nghĩ, cách làm” góp phần xóa bỏ các định kiến và khuôn mẫu giới trong gia đình và cộng đồng, những tập tục văn hóa có hại và một số vấn đề xã hội cấp thiết cho phụ nữ và trẻ em”*.

Để giúp các tổ truyền thông cộng đồng có được các kiến thức, kỹ năng duy trì hoạt động của tổ, TW Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam biên soạn Sổ tay hướng dẫn hoạt động dành cho tổ truyền thông cộng đồng (TTCĐ).

Tài liệu gồm 3 chương:

Chương 1: Thành lập và vận hành Tổ truyền thông cộng đồng

Chương 2: Một số kiến thức và kỹ năng truyền thông

Chương 3: Các hình thức/phương pháp truyền thông thường sử dụng

Đối tượng sử dụng tài liệu này là thành viên của tổ truyền thông cộng đồng thực hiện Dự án 8 (sau đây gọi là Tuyên truyền viên).

TW Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam trân trọng cảm ơn sự quan tâm, đóng góp về chuyên môn của các Bộ, ngành, đoàn thể, các chuyên gia, các cán bộ, các tổ chức quốc tế đang hoạt động trong lĩnh vực truyền thông, giới và phát triển cộng đồng để hoàn thiện bộ Tài liệu này.

TW HỘI LIÊN HIỆP PHỤ NỮ VIỆT NAM

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

CLB	Câu lạc bộ
LHPN	Liên hiệp phụ nữ
UBND	Ủy ban Nhân dân
TTV	Tuyên truyền viên
TTCĐ	Truyền thông cộng đồng
PNTE	Phụ nữ, trẻ em
BCH	Ban chấp hành

CHƯƠNG 1

THÀNH LẬP VÀ VẬN HÀNH TỔ TRUYỀN THÔNG CỘNG ĐỒNG

I. THÀNH LẬP TỔ TRUYỀN THÔNG CỘNG ĐỒNG

1. Mục đích thành lập

Tuyên truyền, vận động người dân tại cộng đồng thay đổi nếp nghĩ cách làm, góp phần xóa bỏ các định kiến giới, khuôn mẫu giới trong gia đình và cộng đồng, những tập tục văn hóa có hại và giải quyết một số vấn đề xã hội cấp thiết cho phụ nữ và trẻ em vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi.

2. Cơ cấu tổ chức

- Tổ truyền thông được thành lập ở thôn/bản/buôn/ấp (sau đây gọi tắt là thôn). Đối với những thôn đã có tổ/nhóm tương tự, có thể kiện toàn và vận hành đảm bảo theo yêu cầu của hướng dẫn này.

- Cấp ra quyết định thành lập: Tổ truyền thông do UBND xã ra quyết định thành lập trên cơ sở tham mưu của Hội LHPN xã.

- Số lượng Tổ truyền thông của mỗi tỉnh đã được phân bổ cụ thể theo phụ lục 01 Hướng dẫn số 04/HD-ĐCT ngày 28/7/2022, tùy vào điều kiện thực tế Hội LHPN địa phương lựa chọn và thành lập Tổ.

2.1. Số lượng, thành phần và tiêu chí thành viên Tổ

* *Số lượng và thành phần Tổ*: Từ 07 - 10 thành viên gồm:

+ Bí thư chi bộ thôn/trưởng thôn, chi hội trưởng phụ nữ, đại diện Ban Công tác Mặt trận/các đoàn thể ở địa phương.

+ Trưởng các tổ/nhóm/CLB hiện có trên địa bàn của thôn (như: Tổ vay vốn, Tổ tín dụng tiết kiệm, CLB gia đình hạnh phúc, Tổ công nghệ số cộng đồng...). Trường hợp các tổ/nhóm/CLB hoạt động ở phạm vi nhiều thôn thì ưu tiên mời trưởng các tổ/nhóm/CLB tham gia tổ truyền thông ở thôn nơi mình sinh sống.

+ Người có uy tín trong cộng đồng, có khả năng tuyên truyền, vận động (giáo viên, cán bộ y tế, bộ đội biên phòng...), hội viên nông cốt.

* *Tiêu chí thành viên Tổ*:

- Là người sinh sống tại thôn, tự nguyện tham gia Tổ. Gương mẫu chấp hành chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước; bản thân và gia đình không vi phạm pháp luật và tệ nạn xã hội.

- Trách nhiệm, nhiệt tình với các hoạt động cộng đồng, sẵn sàng lắng nghe, chia sẻ, hỗ trợ người dân trong cộng đồng.

- Là người uy tín trong cộng đồng hay trong tổ chức/đơn vị/CLB/tổ/nhóm và có khả năng vận động quần chúng.

- Có tinh thần đổi mới, tiên phong, đi đầu trong thay đổi nếp nghĩ, cách làm trong cuộc sống sinh hoạt hàng ngày, lao động sản xuất, phát triển kinh tế...

2.2. Ban điều hành Tổ truyền thông

* *Số lượng, thành phần*: Ban điều hành Tổ truyền thông gồm tối đa 03 người tiêu biểu trong số các thành viên của Tổ, do Hội LHPN xã đề xuất, trong đó đảm bảo có đại diện: (1) Cấp uỷ/chính quyền/Ban Công tác Mặt trận; (2) Chi hội phụ nữ; (3) Người có năng lực truyền thông/uy tín trong cộng đồng. Ban điều hành gồm Tổ trưởng, Tổ phó và thành viên Ban điều hành.

* *Tiêu chí Ban điều hành Tổ*: Ngoài các tiêu chí của thành viên tổ, Ban điều hành Tổ là người:

- Có sức khỏe và có điều kiện tham gia công tác xã hội.

- Am hiểu phong tục tập quán, văn hoá của địa phương; biết tiếng phổ thông và tiếng dân tộc phổ biến trên địa bàn.

- Có kỹ năng truyền thông và tư vấn.

* *Tiêu chí Tổ trưởng*: Ngoài các tiêu chí như thành viên Ban điều hành, Tổ trưởng cần thêm các tiêu chí: Có khả năng đoàn kết, quy tụ, phân công các thành viên trong Tổ, thiết lập các mối quan hệ và tìm kiếm sự hỗ trợ của các đối tác.

3. Đối tượng truyền thông

Là người dân, đặc biệt là phụ nữ và trẻ em gái trong cộng đồng thuộc địa bàn của thôn/bản nơi thành lập tổ hoặc trên địa bàn xã khi có yêu cầu của lãnh đạo cấp uỷ, chính quyền xã hoặc của Hội LHPN xã.

4. Nguyên tắc hoạt động của Tổ truyền thông

- Tự quản dựa vào cộng đồng, dân chủ, công khai, minh bạch và tình nguyện.

- Làm việc theo chế độ tập thể, quyết định theo đa số đối với các vấn đề thuộc chức năng, nhiệm vụ của Tổ.

- Tuân thủ theo các quy định của pháp luật hiện hành.

- Hoạt động bám sát các hướng dẫn của Hội LHPN các cấp và tình hình thực tế tại địa bàn; đảm bảo mỗi tháng có ít nhất 01 (một) hoạt động truyền thông.

- Lòng ghép hoạt động truyền thông với các cuộc họp thôn, họp chi bộ, họp tổ/nhóm.

- Các hoạt động truyền thông tận dụng tối đa truyền thông trên nền tảng số và mạng xã hội (facebook, zalo...).

- Các hoạt động truyền thông sử dụng phương pháp cùng tham gia; khuyến khích người dân, cộng đồng tham gia xác định nội dung và trong quá trình truyền thông.

- Ban điều hành và Tổ thực hiện giao ban định kỳ mỗi tháng 1 lần trực tiếp hoặc gián tiếp, nhưng phải đảm bảo ít nhất mỗi quý 01 (một) lần giao ban trực tiếp.

- Phân công nhiệm vụ theo năng lực, sở trường, thế mạnh của từng thành viên.

5. Nhiệm vụ, quyền lợi của Tổ truyền thông

5.1. Nhiệm vụ của Tổ truyền thông

- Xác định các định kiến và khuôn mẫu giới trong gia đình và cộng đồng, những tập tục văn hóa có hại và một số vấn đề xã hội cấp thiết đối với phụ nữ và trẻ em tại địa phương để tuyên truyền, vận động thay đổi, giải quyết.

- Xác định nội dung, hình thức truyền thông phù hợp với địa phương.

- Xây dựng kế hoạch và tổ chức triển khai các hoạt động truyền thông theo kế hoạch.

- Báo cáo, đánh giá và rút kinh nghiệm các hoạt động truyền thông của Tổ.

5.2. Nhiệm vụ của Ban điều hành Tổ truyền thông

- Chủ trì xây dựng kế hoạch hoạt động tháng, quý, năm và tổ chức triển khai theo kế hoạch.

- Tổ chức, điều hành các cuộc họp giao ban định kỳ.

- Chuẩn bị tài liệu, phương tiện truyền thông theo kế hoạch, phân công người thực hiện

- củng cố, duy trì và phát triển Tổ (đề xuất điều chỉnh, bổ sung, sửa đổi quy chế hoạt động của Tổ; giới thiệu kiện toàn thành viên...).

- Thực hiện giám sát, đánh giá việc triển khai hoạt động của thành viên Tổ.

- Định kỳ báo cáo với BCH Hội LHPN xã về tình hình của Tổ và phối hợp giải quyết các vấn đề liên quan đến Tổ (định kỳ hàng tháng, 06 tháng, 01 năm và đột xuất).

5.3. Nhiệm vụ và quyền lợi của thành viên Tổ truyền thông

**** Nhiệm vụ***

- Tuyên truyền, vận động người dân thay đổi nếp nghĩ, cách làm trong cuộc sống sinh hoạt hàng ngày, lao động sản xuất, phát triển kinh tế... góp phần xóa bỏ các định kiến và khuôn mẫu giới trong gia đình và cộng đồng, những tập tục văn hóa có hại.

- Tích cực theo dõi, nắm bắt tình hình đời sống, tâm tư nguyện vọng của người dân nói chung, PNTE gái nói riêng; Kịp thời phản ánh với Ban điều hành Tổ về các vấn đề phát hiện ở địa bàn. Tích cực tham gia đóng góp các ý kiến, đề xuất giải pháp trong việc xây dựng và triển khai kế hoạch của Tổ.

- Tham gia đầy đủ các buổi tập huấn, các buổi họp giao ban, thực hiện các hoạt động truyền thông theo phân công.

- Đoàn kết, hỗ trợ, hợp tác với các thành viên trong Tổ để củng cố, duy trì và nâng cao chất lượng hoạt động của Tổ.

- Chủ động học hỏi, bồi dưỡng kiến thức, nâng cao năng lực để hoàn thành các nhiệm vụ được phân công.

- Tích cực, chủ động khai thác nguồn lực để hỗ trợ triển khai các hoạt động tại địa phương.

*** Quyền lợi**

- Được tham gia tập huấn nâng cao năng lực thường xuyên và định kỳ.

- Được cung cấp tài liệu sinh hoạt, thông tin có liên quan và hỗ trợ kỹ thuật hàng năm; được mượn sách báo, tài liệu liên quan để nghiên cứu, tìm hiểu.

- Được tham gia các hội thảo, hội nghị có liên quan.

- Được giao lưu, chia sẻ với các Tổ truyền thông hay các tổ/nhóm/CLB khác trên địa bàn tỉnh hoặc ở phạm vi toàn quốc.

- Được ghi nhận, biểu dương, khen thưởng theo quy định.

6. Cơ sở vật chất, trang thiết bị và kinh phí thành lập, hoạt động của Tổ truyền thông

6.1. Cơ sở vật chất và trang thiết bị cho Tổ truyền thông theo phương châm sử dụng tối đa những điều kiện sẵn có ở địa phương như:

- Địa điểm (hội họp/giao ban, thảo luận, tổ chức các hoạt động truyền thông): linh hoạt do địa phương bố trí có thể tại nhà văn hóa, điểm sinh hoạt cộng đồng tại thôn, bản, ấp...

- Bảng tin: có thể dùng bảng tin của thôn.

- Hệ thống loa của xã, của thôn
- Tài liệu, sản phẩm truyền thông do Hội LHPN cấp trên cung cấp.
- Tùy theo điều kiện của địa phương, có thể bố trí các trang thiết bị cần thiết cho Tổ truyền thông.

6.2. Kinh phí hoạt động:

- Mức hỗ trợ ban đầu, trọn gói 03 triệu đồng/mô hình: Ưu tiên chi hỗ trợ mua sắm trang thiết bị phục vụ Tổ truyền thông như: loa kéo, loa cầm tay, máy chiếu mini.... Trong trường hợp các Tổ có thể sử dụng trang thiết bị sẵn có, tổ có thể chi cho các hoạt động truyền thông theo quy định tại Điều 4, Điều 38 Thông tư 15/2022/TT-BTC ngày 04/3/2022 của Bộ Tài chính.

- Đối với mô hình điểm do TW Hội LHPN Việt Nam trực tiếp thực hiện: theo Kế hoạch số 96 /KH - ĐCT ngày 23/8/2022 về việc chỉ đạo điểm các mô hình, hoạt động can thiệp của Dự án 8 “Thực hiện bình đẳng giới và giải quyết những vấn đề cấp thiết đối với phụ nữ và trẻ em” thuộc Chương trình Mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào DTTS và miền núi giai đoạn 2021 - 2030, giai đoạn I: từ năm 2021 đến năm 2025.

II. VẬN HÀNH VÀ DUY TRÌ TỔ TRUYỀN THÔNG CỘNG ĐỒNG

1. Xây dựng kế hoạch hoạt động truyền thông

1.1. Khái niệm

- **Kế hoạch truyền thông** là một bản tổng hợp các thông tin bao gồm: nội dung truyền thông, đối tượng/thành phần truyền thông, mục tiêu/kết quả mong đợi, hình thức truyền thông, thời gian, địa điểm, nguồn lực, người thực hiện các hoạt động truyền thông.

- **Lập/xây dựng kế hoạch truyền thông** là quá trình xác định nội dung, mục tiêu, kết quả, đối tượng truyền thông; xác định các hình thức truyền thông phù hợp, thời gian, địa điểm thuận lợi, nguồn lực phù hợp, để đảm bảo triển khai thực hiện hoạt động truyền thông có hiệu quả như mục tiêu, yêu cầu đề ra.

Trong khuôn khổ dự án 8, khi thực hiện nhiệm vụ truyền thông cộng đồng, Tổ truyền thông cộng đồng cần phải họp bàn, thống nhất xây dựng kế hoạch truyền thông.

Việc xây dựng kế hoạch truyền thông dựa trên mục tiêu, yêu cầu kế hoạch hoạt động của Hội LHPN xã, dựa trên yêu cầu nhiệm vụ của Tổ, nguồn lực, điều kiện và thực trạng vấn đề xã hội bức thiết của địa phương.

Kế hoạch càng chi tiết, cụ thể, việc triển khai thực hiện càng thuận lợi, dễ dàng, dễ đạt được các mục tiêu đề ra.

1.2. Tại sao cần phải lập kế hoạch hoạt động truyền thông?

Khi thực hiện bất kỳ một hoạt động truyền thông nào dù lớn hay nhỏ, chúng ta cần phải lập kế hoạch trước. Việc lập kế hoạch truyền thông là bước quan trọng đầu tiên, vì:

- Lập kế hoạch để định hướng cho các hoạt động; xác định mục tiêu, nội dung, phương pháp và nguồn lực thực hiện các hoạt động của Tổ truyền thông; thông qua kế hoạch, các hoạt động được sắp xếp theo một trình tự nhất định, do đó tạo sự chủ động trong quá trình thực hiện, đảm bảo đúng tiến độ và hiệu quả cao.

- Giúp chúng ta sắp xếp, phân bổ công việc, nguồn lực một cách hợp lý, dự báo các yếu tố rủi ro có thể xảy ra trong từng giai đoạn, từng phần việc để đưa ra các giải pháp ứng phó thích hợp.

- Giúp chúng ta giám sát, đánh giá kết quả hoạt động của Tổ truyền thông.

Ví dụ: Để tổ chức 01 buổi truyền thông trực tiếp tại thôn/bản A về thay đổi định kiến giới trong gia đình, trước khi diễn ra buổi truyền thông, Tổ truyền thông cộng đồng cần họp bàn để lập kế hoạch gồm các nội dung: công việc gì cần phải làm, cần chi bao nhiêu tiền, cần những ai tham gia làm công việc gì, trong thời gian bao lâu để bố trí thời gian, cần phương tiện gì như loa, đài, tăng âm, máy chiếu,....., có phương án dự phòng nếu thay đổi kế hoạch (ví dụ trời mưa cần có phòng bạt che mưa, tuyên truyền viên vắng mặt đột xuất cần có người khác thay thế để tuyên truyền,...).

Như vậy, việc lập kế hoạch hoạt động truyền thông giúp cho thành viên Tổ truyền thông chủ động triển khai hoạt động, ai cũng biết việc của mình, phối hợp một cách nhịp nhàng, đảm bảo đạt hiệu quả, mục tiêu nhiệm vụ truyền thông.



1.3. Các bước lập kế hoạch hoạt động truyền thông

Để lập được một kế hoạch hoạt động truyền thông đảm bảo khả thi, hiệu quả, Tổ truyền thông cộng đồng cần bám sát 06 bước cơ bản:

Bước 1: Xác định mục tiêu truyền thông:

Mục tiêu là phương hướng, yêu cầu, đích cần đạt của hoạt động, thực chất là những mong muốn thay đổi.

Xác định mục tiêu phải:

- Cụ thể
- Đo lường được
- Có thể đạt được
- Liên quan
- Khung thời gian:

Cách viết mục tiêu:

Đến (khi nào), (bao nhiêu), (ai, cái gì), (ở đâu) (được gì/trở nên như thế nào)

Ví dụ:

- Sau buổi truyền thông, 50 nam giới và 50 phụ nữ DTTS ở thôn/bản, xã Trường Sơn (huyện Quảng Ninh, Tỉnh Quảng Bình) nhận biết được các biểu hiện của định kiến giới, khuôn mẫu giới trong gia đình và cộng đồng.

- Đến hết năm 2023, ít nhất 60% nam giới và phụ nữ DTTS ở 100% thôn, bản của xã Trường Sơn nhận biết được các biểu hiện của định kiến giới, khuôn mẫu giới trong gia đình và cộng đồng.

- Đến năm 2030, ít nhất 50% nam, nữ người DTTS xã Trường Sơn (huyện Quảng Ninh, Tỉnh Quảng Bình) chủ động xóa bỏ định kiến giới và phân biệt đối xử về giới trong gia đình và cộng đồng.

Lưu ý:

Khi xác định mục tiêu truyền thông của Tổ truyền thông trong 1 năm, giai đoạn cần:

- Căn cứ vào mục tiêu chung của dự án 8 đó là truyền thông nhằm: (1) Xóa bỏ định kiến và khuôn mẫu giới trong gia đình và cộng đồng; (2) những tập tục văn hóa có hại; (3) tham gia giải quyết một số vấn đề xã hội cấp thiết cho phụ nữ và trẻ em vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi

- Căn cứ vào thu thập và phân tích tình hình tại địa phương để xác định xem vấn đề đặt ra là gì, bao gồm: tình hình chung của địa phương, tình hình nổi cộm ở địa phương liên quan đến phụ nữ, trẻ em DTTS (sức khỏe, đời sống, tình trạng tảo

hôn, hôn nhân cận huyết, bạo lực gia đình...); những thuận lợi, khó khăn của người DTTS; cách giải quyết vấn đề.

- Có rất nhiều mong muốn được thay đổi, song chúng ta không thể giải quyết cùng một lúc tất cả những mong muốn trên, do vậy mỗi địa phương, cần phải tìm ra những vấn đề ưu tiên để tập trung giải quyết trước.

Nhiệm vụ của Tổ truyền thông cộng đồng là xác định các vấn đề ưu tiên (hay nói cách khác là lựa chọn nội dung) để tuyên truyền, vận động thay đổi và giải quyết vấn đề.

Bước 2: Xác định nội dung truyền thông

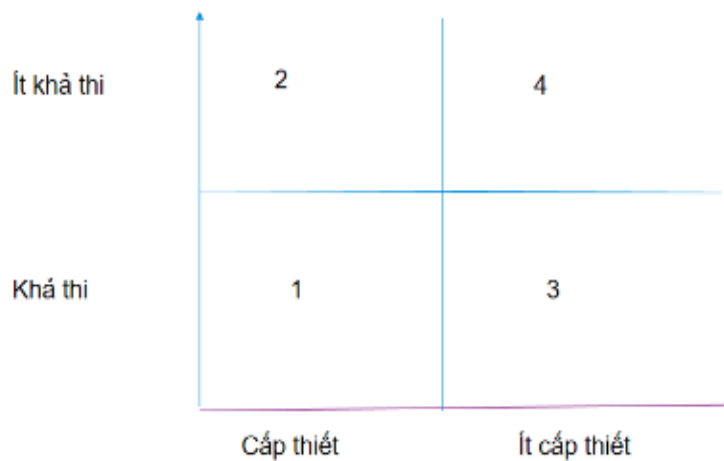
Nội dung truyền thông xuyên suốt của dự án 8 đó là giúp nam giới, phụ nữ, trẻ em DTTS nhận biết được các biểu hiện, tác hại của định kiến giới, khuôn mẫu giới trong gia đình và cộng đồng, những tập tục văn hóa có hại để từng bước xóa bỏ; xác định được các vấn đề xã hội cấp thiết của phụ nữ và trẻ em DTTS để tuyên truyền, vận động tham gia giải quyết.

Cách xác định nội dung truyền thông:

<p>Liệt kê các vấn đề đang tồn tại phổ biến ở địa phương</p>	<p>* Định kiến giới, khuôn mẫu giới và phân biệt đối xử về giới:</p> <p><i>Trong gia đình:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Việc nhà (chăm sóc, nội trợ) là của phụ nữ - Đề cao vai trò trụ cột kinh tế là của nam giới - Ưu tiên con trai được đi học hơn con gái - Phụ nữ phải ngồi mâm dưới, có khách không được ăn chung - Nam giới quyết định mọi vấn đề trong gia đình, coi thường khả năng ra quyết định của phụ nữ <p><i>Trong cộng đồng:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Coi thường, đánh giá thấp vai trò làm chủ kinh tế của phụ nữ - Đánh giá thấp vai trò tham gia chính trị của phụ nữ <p>* Một số tập tục văn hóa có hại:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chữa bệnh bằng thầy mo, thầy cúng
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Sinh con tại nhà - Cướp vợ/bắt vợ, thách cưới, cưới hỏi dài ngày - Tục nối dây - Chôn sống trẻ sơ sinh khi mẹ chết - Giải quyết mâu thuẫn (ăn lá ngón), tự tử lá ngón - Ma chay, phơi xác chết nhiều mới mai táng gây ô nhiễm môi trường - Nuôi gia súc, gia cầm dưới sàn nhà. - <p style="text-align: center;">* Là những vấn đề xã hội liên quan đến bình đẳng giới, gia đình, phụ nữ và trẻ em, ví dụ như:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tảo hôn, hôn nhân cận huyết thống - Mù chữ - Trẻ bỏ học - Phụ nữ không đi khám thai tại cơ sở y tế, sinh con tại nhà không có sự hỗ trợ của nhân viên y tế. - Không thực hiện các biện pháp kế hoạch hóa gia đình - Không cho trẻ em đi tiêm chủng - Bạo lực gia đình - Mua bán người, di cư lao động không an toàn - An toàn vệ sinh thực phẩm. - Ma túy -
<p>Sắp xếp các vấn đề theo thứ tự ưu tiên: “Khả thi - Cấp thiết”</p>	<p style="text-align: center;">* Từ những vấn đề đã liệt kê ở trên, sắp xếp từng vấn đề vào bảng theo tính cấp thiết và khả thi, cụ thể:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cấp thiết: là những vấn đề đang diễn ra

- Khả thi: là có thể thực hiện được



➤ Ô số 1: **Cấp thiết, khả thi**

Là những vấn đề được xác định là rất cần thiết, cấp bách (**cấp thiết**), đang tác động/ảnh hưởng không tốt tới phụ nữ, người dân địa phương; có khả năng thực hiện được (**khả thi**) vì có sự ủng hộ của cấp trên, người dân địa phương, có tài liệu, có kinh phí và người có năng lực để đảm nhận.

Ví dụ: vấn đề **tảo hôn** hiện đang diễn ra nhiều ở địa phương... Đây là vấn đề **rất cấp thiết/quan trọng**. Chính quyền địa phương rất quan tâm đến vấn đề này, mong muốn giảm tỷ lệ tảo hôn tiến tới xóa bỏ vấn nạn này. Cơ sở hiện có kinh phí để truyền thông, có tài liệu để phổ biến cho bà con, có thành viên Tổ truyền thông cộng đồng sẵn sàng tuyên truyền tới người dân.... Đây là vấn đề **khả thi, có thể thực hiện được**.

➤ Ô số 2: **Cần thiết nhưng ít khả thi**

Là những vấn đề/nội dung được xác định là cần thiết nhưng ít khả thi thực hiện được do có thể năng lực truyền thông còn hạn chế, thiếu các điều kiện để thực hiện truyền thông.

➤ Ô số 3: **Khả thi nhưng chưa phải là vấn đề cần thiết**

Là những vấn đề/nội dung được xác định là có khả năng làm

	<p>được trên địa bàn nhưng không phải là vấn đề rất cần thiết của địa bàn tại thời điểm xây dựng kế hoạch.</p> <p>➤ Ô số 4: Chưa cần thiết và khó khả thi</p> <p>Là những vấn đề/nội dung được xác định là chưa cần thiết và lại còn khó khả thi thực hiện được.</p> <p>* Từ bảng cấp thiết - khả thi, chọn vấn đề truyền thông theo thứ tự từ 1 đến 4.</p> <p>Từ ví dụ trên, ta chọn nội dung ở Ô số 1 - Vấn đề tảo hôn là vấn đề cấp thiết, khả thi để lập kế hoạch truyền thông.</p>
--	---

Bước 3: Xác định đối tượng truyền thông

Đối tượng truyền thông là những người hoặc nhóm người mà chúng ta cần tiếp cận để chuyển tải thông tin nhằm tăng cường hiểu biết của họ, thay đổi nhận thức tiến tới thay đổi hành vi của họ về vấn đề truyền thông. Đối tượng truyền thông cơ bản gồm đối tượng đích và đối tượng ảnh hưởng.

Xác định đối tượng đích là ai?

Là những người cần tác động trực tiếp bằng các thông điệp cụ thể để họ thay đổi hành vi.

Ví dụ: truyền thông vấn đề tảo hôn (là 1 trong các vấn đề bức thiết tại rất nhiều địa phương), đối tượng đích là:

- Những người có nguy cơ kết hôn sớm: trẻ em nam và nữ sinh DTTS sống ở địa bàn trong độ tuổi từ 14 đến 16; thanh niên từ 16 đến 20 tuổi
- Những cha mẹ (hoặc người nuôi dưỡng) có con em trong độ tuổi 14 đến 20.

Xác định đối tượng ảnh hưởng là ai?

- Là những người có thể ảnh hưởng đến hành vi của đối tượng đích, ví dụ như gia đình, bạn bè, người thân, họ hàng, đồng nghiệp, người dân cộng đồng, mạng lưới tuyên truyền viên cơ sở, thầy, cô giáo, nhà trường...

- Là những người có hành động gián tiếp giúp đỡ hoặc cản trở hành vi của những đối tượng khác, nhằm tạo ra một môi trường thuận lợi để duy trì các hành vi mong muốn, ví dụ như: cán bộ chính quyền, các cơ quan đoàn thể ở địa phương, các cơ quan/cán bộ truyền thông...

Xác định các hành vi mong đợi với các đối tượng truyền thông

Hành vi mong muốn đối với đối tượng đích là: Không thực hiện kết hôn sớm. Không cho con em kết hôn sớm, đúng tuổi mới kết hôn và thực hiện đăng ký kết hôn theo quy định của pháp luật.

- Hành vi mong muốn đối với đối tượng ảnh hưởng là: tích cực tuyên truyền và hỗ trợ người dân, cộng đồng thực hiện kết hôn đúng tuổi và đúng quy định của pháp luật; phát hiện và ngăn cản những hành vi kết hôn sớm.

- Hành vi mong muốn đối với đối tượng đích là: Không thực hiện kết hôn sớm. Không cho con em kết hôn sớm, đúng tuổi mới kết hôn và thực hiện đăng ký kết hôn theo quy định của pháp luật.

Bước 4: Xác định hoạt động truyền thông

Xác định hoạt động truyền thông cho từng mục tiêu cụ thể bằng cách trả lời câu hỏi sau: *Cần làm những gì để đạt được mục tiêu này?*

Lựa chọn các hoạt động truyền thông để triển khai cần căn cứ vào kinh phí, năng lực cán bộ, nguồn tài liệu, cơ sở vật chất, phương tiện truyền thông có trên địa bàn.

Ví dụ: Để đạt được mục tiêu:

“Đến hết năm 2023, ít nhất 50% nam giới và phụ nữ DTTS ở 100% thôn, bản của xã Trường Sơn nhận biết được các biểu hiện của định kiến giới, khuôn mẫu giới trong gia đình”.

Căn cứ vào thực tế của địa phương, có thể xác định các hoạt động sau:

- Định kỳ hàng tháng, tổ chức truyền thông/sinh hoạt chuyên đề rộng rãi ở tất cả các thôn, bản của xã Trường Sơn.

- Lòng ghép tuyên truyền tại các cuộc họp thôn, bản...

- Tập trung vận động các đối tượng đặc biệt như: gia đình có đông con, người vợ sức khỏe yếu nhưng người chồng không chia sẻ gánh vác việc nhà.

- Viết các tin bài và phát trên loa truyền thanh về: (1) Hậu quả của định kiến giới trong làm việc nhà; (2) Lợi ích của việc chia sẻ việc nhà

Bước 5: Xác định thời gian, địa điểm

Xác định thời gian?

Căn cứ kế hoạch của cấp trên hay kế hoạch tổng thể các hoạt động để xác định thời gian tổ chức hoạt động truyền thông.

- Căn cứ vào đặc điểm tình hình đối tượng truyền thông để xác định thời điểm truyền thông phù hợp. Ví dụ ban ngày bà con đi làm nương rẫy thì chọn thời điểm buổi tối.

- Xác định thời lượng truyền thông trong thời gian bao lâu?

Xác định địa điểm?

- Tùy vào số lượng người tham gia, địa bàn và các hoạt động cần thực hiện mà người thực hiện hoạt động truyền thông cần quyết định lựa chọn địa điểm phù hợp, thuận tiện cho người tham gia đi lại.

- Với những hoạt động cần có sự tham gia của nhiều người, hoạt động cần có sự tương tác giữa người điều hành và người tham gia thì cần chọn địa điểm rộng, có không gian để người tham gia di chuyển dễ dàng.

- Địa điểm có thể là trong nhà hoặc ngoài trời, và có phương án dự phòng nếu trời mưa hoặc thời tiết không thuận lợi.

Ví dụ: địa điểm có thể là nhà văn hóa thôn, trường học, trung tâm học tập cộng đồng, nhà của người dân...

Bước 6: Xác định nguồn lực thực hiện

- Nguồn lực về con người: Trong phần này cần phân công trách nhiệm rõ ràng và cụ thể cho từng thành viên. Ai là người chủ trì? Ai là người phối hợp?

- Cần có những phương tiện gì? (máy móc, tờ rơi, tranh lật, phim, clip...

- Cần bao nhiêu kinh phí? Kinh phí lấy từ đâu?

- Có thuận lợi gì? Khó khăn gì khi thực hiện kế hoạch?

1.4. Yêu cầu của xây dựng kế hoạch

- Cần trả lời được các câu hỏi: Là gì? Làm ở đâu? Làm như thế nào? Ai làm? Đối tượng là ai? Thời gian bắt đầu? Kết thúc? Kinh phí thực hiện? đồng thời phải xây dựng khung kế hoạch.

- Các loại kế hoạch:

Kế hoạch năm: Nhằm đạt được mục tiêu có tính chất dài hạn, tạo được sự cam kết và thay đổi nhận thức và hành vi của cộng đồng. Kế hoạch năm là tổng hợp các kế hoạch buổi, tháng, quý.

Kế hoạch quý/tháng/buổi: Được xây dựng dựa vào mốc thời gian ngắn hạn, trước mắt để thực hiện các hoạt động cụ thể và nhằm từng bước nâng cao nhận thức và chuyển đổi hành vi của người DTTS.

Có thể tham khảo các mẫu xây dựng kế hoạch hoạt động sau để lập kế hoạch hoạt động cho Tổ truyền thông (**Phụ lục 1, 2**)

2. Cách thức vận hành Tổ truyền thông

Sau khi có quyết định thành lập, Tổ truyền thông cộng đồng tiến hành ra mắt và triển khai thực hiện các nhiệm vụ:

- **Xây dựng kế hoạch hoạt động truyền thông năm:** trên cơ sở Kế hoạch, hướng dẫn của Hội LHPN cấp xã, Ban điều hành Tổ dự thảo kế hoạch hoạt động truyền thông, lấy ý kiến của thành viên Tổ, phân công nhiệm vụ cho các thành viên và triển khai hoạt động theo kế hoạch.

- **Duy trì các cuộc họp giao ban hàng tháng, hàng quý:** Ban điều hành Tổ chuẩn bị nội dung họp, tài liệu (nếu có), trường hợp cần thiết mời Hội LHPN xã tham dự.

Nội dung giao ban:

- Đánh giá các hoạt động đã thực hiện (kết quả, hạn chế khó khăn, rút kinh nghiệm) và triển khai các hoạt động tiếp theo. Thảo luận các biện pháp giải quyết khó khăn, hạn chế và kiến nghị, đề xuất (nếu có).

- Kiện toàn thành viên tổ (nếu có sự thay đổi).

- **Thiết lập mối quan hệ và tìm kiếm sự ủng hộ, hỗ trợ:** Trong quá trình vận hành Tổ truyền thông, Tổ trưởng và Ban điều hành cần biết vận động và tìm kiếm sự hỗ trợ của các cơ quan, tổ chức, cá nhân để:

- Huy động, tạo điều kiện duy trì các hoạt động của Tổ theo hướng bền vững.

- Có sự ủng hộ, hỗ trợ của các cơ quan, tổ chức, cá nhân cho các hoạt động của Tổ góp phần tăng hiệu quả hoạt động và giải quyết các khó khăn trong quá trình hoạt động của Tổ.

- Lồng ghép nội dung truyền thông với các chương trình kinh tế - xã hội khác của các ban, ngành, đoàn thể tại cộng đồng sẽ giúp cho việc truyền thông hiệu quả hơn.

3. Giám sát, đánh giá, viết báo cáo

Giám sát, đánh giá

Là một trong nhiệm vụ của Ban điều hành Tổ truyền thông nhằm xem xét, theo dõi các hoạt động có diễn ra đúng tiến độ, nguồn lực, kết quả như đã được xây dựng trong kế hoạch không.

Theo dõi, giám sát, đánh giá được thực hiện như thế nào?

- Xem các hoạt động trong kế hoạch có diễn ra đúng tiến độ không?

- Có hoạt động nào bị trì hoãn hay không? Nguyên nhân?
- Có hoạt động nào bị hủy bỏ hay không? Nguyên nhân?
- Có hoạt động nào không trong kế hoạch mà vẫn thực hiện được hay không? Nguyên nhân?
- Kinh phí có được sử dụng đúng mục đích và hợp lý hay không?
- Có sự điều chỉnh kinh phí cho các hoạt động hay không? Nguyên nhân?
- Có cần điều chỉnh, bổ sung kế hoạch không?

Trên cơ sở các thông tin tình hình thực hiện, Tổ trưởng cùng Ban điều hành đánh giá kết quả hoạt động, tồn tại và nguyên nhân đồng thời bàn bạc (tại cuộc giao ban hàng tháng, hàng quý) để đưa ra những biện pháp điều chỉnh cần thiết nhằm thực hiện tốt hơn kế hoạch đã đề ra.

Viết báo cáo

Trên cơ sở kết quả theo dõi, giám sát, đánh giá các hoạt động, Tổ trưởng viết báo cáo kết quả thực hiện các hoạt động gửi Hội LHPN cấp xã theo quý, hoặc đột suất theo yêu cầu.

Báo cáo là công cụ quản lý có hiệu quả để phản ánh việc thực hiện các hoạt động, qua báo cáo để nắm kết quả và phát hiện các vấn đề, giúp cho Tổ trưởng và Ban điều hành Tổ có thể điều chỉnh các hoạt động kịp thời và có hiệu quả đồng thời kiến nghị, đề xuất với Hội LHPN cấp xã các vấn đề khó khăn, vướng mắc trong quá trình thực hiện cũng như các vấn đề cần hỗ trợ kỹ thuật.

CHƯƠNG 2

MỘT SỐ KIẾN THỨC VÀ KỸ NĂNG VỀ TRUYỀN THÔNG

I. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ TRUYỀN THÔNG

1. Truyền thông là gì?

- **Truyền thông** là quá trình trao đổi, giao tiếp, chia sẻ thông tin giữa người truyền tải với người tiếp nhận, nhằm đạt được sự hiểu biết, từ đó dẫn đến chuyển đổi thái độ và hướng tới mục tiêu cuối cùng là chuyển đổi hành vi.

- Truyền thông thực hiện thông qua lời nói, ngôn ngữ, tín hiệu, hình ảnh, cử chỉ, hành vi; là quá trình động, liên tục, hai chiều, mỗi cá nhân có thể vừa là nguồn phát, vừa là nguồn nhận thông tin; Truyền thông nhằm cổ vũ điển hình tiên tiến, phê phán thái độ, hành vi thiếu tích cực...

- *Quá trình truyền thông bao gồm các yếu tố cơ bản sau:*

Nguồn: Đây là nguồn thông tin, nội dung để khởi xướng cho quá trình hình thành truyền thông.

Thông điệp: là nội dung chủ đạo sẽ được trao đổi trong chuyển tải đến đối tượng tiếp nhận, người gửi (nguồn) sẽ dùng nhiều phương thức khác nhau để truyền đạt thông điệp cuối cùng đến người nhận tin.

Kênh truyền thông: là phương tiện, cách thức để truyền tải thông điệp từ nguồn đến người tiếp nhận

Người nhận tin: là đối tượng sẽ tiếp nhận thông tin, thông điệp truyền tải đến.

Phản hồi: là lời nói, thái độ, hành vi của người nhận thông tin phản hồi lại.

Nhiều: là những yếu tố làm sai lệch thông tin, thông điệp trong quá trình truyền thông, dẫn đến kết quả là người nhận nhận được 1 thông điệp không giống hoặc phân vân, không biết có nên tin vào thông tin nhận không, khiến họ do dự chuyển đổi hành vi. Nhiều có thể xuất phát từ lỗi văn phạm, hoặc ngôn từ không phù hợp với đối tượng nhận tin, gây hiểu lầm, sai khác...

2. Thế nào là truyền thông thay đổi hành vi?

- **Truyền thông thay đổi hành vi** là quá trình trao đổi thông tin, hỗ trợ đối tượng hướng tới chuyển đổi hành vi có hại thành hành vi có lợi và duy trì những hành vi tích cực đó trong gia đình và cộng đồng.

- **Hành vi:** Hành động của một cá nhân hoặc nhóm trong xã hội bị chi phối bởi nhận thức, kỹ năng, thái độ và niềm tin.

Ví dụ:

Hành vi: Bạo hành với phụ nữ – **Nhận thức:** nam giới là trụ cột, nam giới có quyền, mình đánh phụ nữ không thể đánh lại được – **Thái độ:** tự tôn, coi thường phụ nữ – **Niềm tin:** đánh là giáo dục, và giải quyết được vấn đề.

- **Những điều kiện để có hành vi tích cực:**

- Cần có kiến thức: Hiểu biết đầy đủ về hành vi mới có lợi cho đối tượng.
- Cần có niềm tin và thái độ tích cực quan tâm và muốn thay đổi.
- Cần có kỹ năng để thực hiện hành vi mới
- Cần có nguồn lực để có thể thực hiện hành vi mới
- Cần có sự ủng hộ, giúp đỡ tạo môi trường thuận lợi để duy trì hành vi bền vững.

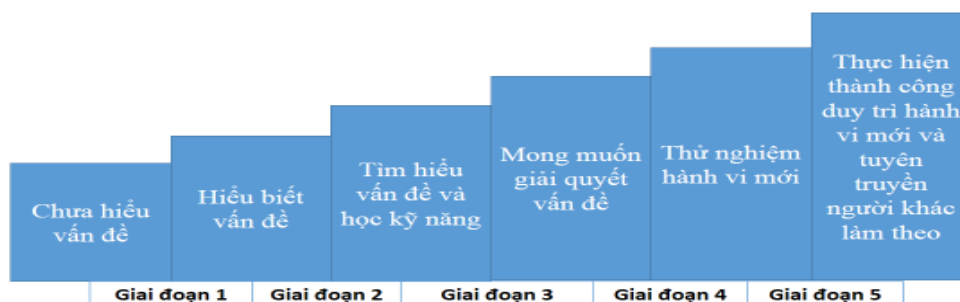
Ví dụ:

Để thay đổi xóa bỏ bạo hành với phụ nữ cần => **Kiến thức:** bạo hành với phụ nữ là vi phạm pháp luật - **Thái độ:** tôn trọng phụ nữ - **Niềm tin:** bạo lực không phải là cách giải quyết được vấn đề - **Kỹ năng** để thực hiện hành vi mới: cư xử có văn hóa và duy trì trở thành thói quen - **Môi trường** để duy trì hành vi bền vững: sự ủng hộ, chia sẻ, cảm thông, cổ vũ của người thân, gia đình, bạn bè đối với sự thay đổi tích cực.

3. Quá trình thay đổi hành vi diễn ra như thế nào?

Mỗi đối tượng, khi thay đổi hành vi đều trải qua một quá trình, quá trình này có thể chia thành 5 giai đoạn. TTV cần biết đối tượng đang ở giai đoạn nào để cung cấp thông tin và hỗ trợ phù hợp:

MÔ HÌNH CÁC GIAI ĐOẠN THAY ĐỔI HÀNH VI



Giai đoạn 1:	Từ chưa hiểu vấn đề đến chỗ hiểu biết vấn đề nhưng chưa quan tâm	TTV, HDV cần chú trọng cung cấp đầy đủ thông tin giúp đối tượng hiểu vấn đề một cách cụ thể
Giai đoạn 2:	Từ hiểu vấn đề nhưng chưa quan tâm đến chỗ tìm hiểu hiểu vấn đề và quan tâm	TTV, HDV cần chú trọng giải thích vấn đề, giúp đối tượng tăng cường thái độ tích cực và nhận biết nguy cơ)
Giai đoạn 3:	Từ hiểu vấn đề và quan tâm đến chỗ mong muốn giải quyết vấn đề của chính mình	TTV, HDV cần chú trọng cung cấp kiến thức, hướng dẫn cụ thể kỹ năng thực hiện hành vi mới
Giai đoạn 4:	Từ chỗ mong muốn giải quyết vấn đề đến chỗ thử thực hiện hành vi mới	TTV, HDV cần chú trọng tăng cường nhận thức về quan niệm xã hội, hỗ trợ đối tượng bằng cách đẩy mạnh các hoạt động tạo môi trường thuận lợi truyền thông, vận động, nêu gương người tốt, chia sẻ kinh nghiệm... và giới thiệu các dịch vụ, chính sách hỗ trợ, giúp đối tượng có khả năng thay đổi hành vi.
Giai đoạn 5:	Từ thử thực hiện hành vi mới đến chỗ thực hiện thành công, duy trì hành vi mới và tuyên truyền giúp người khác thay đổi hành vi.	TTV, HDV cần chú trọng tạo điều kiện để đối tượng duy trì hành vi mới và khuyến khích đối tượng tuyên truyền cho người khác.

***. Lưu ý:**

- *Quá trình chuyển đổi hành vi không phải diễn ra một cách suôn sẻ. Người ta có thể từ chối hành vi mới trong trường hợp:*

- Có thông tin nhưng không quan tâm, thích thú;
- Nhận thức được, có quan tâm nhưng không tin tưởng
- Nhận thức được, có quan tâm và tin tưởng nhưng không có kỹ năng;
- Thất bại hay nản lòng sau khi làm thử;
- Muốn thay đổi nhưng có nhiều yếu tố cản trở (môi trường xung quanh).

- *Chuyển đổi hành vi là một quá trình cần có thời gian. Mỗi cá nhân muốn chuyển đổi hành vi đều phải trải qua các bước chuyển đổi hành vi, từ nhận thức*

đến hành vi bền vững. Mặc dù chuyển đổi hành vi là mục tiêu cuối cùng, nhưng con người thường trải qua một số bước trung gian trước khi họ chuyển đổi hành vi

- Để thực hiện truyền thông thay đổi hành vi hiệu quả, TTV, HDV cần biết lựa chọn hình thức, phương pháp truyền thông phù hợp với nhu cầu, tâm lý của nhóm đối tượng và hiểu rõ nhóm đối tượng đang ở giai đoạn nào của quá trình thay đổi hành vi để cung cấp thông tin, thông điệp giúp đối tượng chuyển sang giai đoạn cao hơn, tiến tới thực hiện thành công và duy trì hành vi có lợi cho đối tượng và cộng đồng xã hội.

4. Kênh truyền thông

Kênh truyền thông có thể được hiểu đơn giản là con đường và cách thức mà tổ chức, các nhân sử dụng để truyền tải các thông điệp mong muốn đến với công chúng.

Có thể chia kênh truyền thông thành 2 loại: trực tiếp và gián tiếp

Truyền thông trực tiếp: Là kênh truyền thông được thực hiện trực diện giữa người với người. Đối tượng của truyền thông trực tiếp có thể là một hay một nhóm người.

Ví dụ:

- Tổ chức các buổi nói chuyện cung cấp thông tin về ảnh hưởng của tảo hôn đối với sức khỏe của trẻ em gái (thông qua họp thôn, họp Hội Phụ nữ, Đoàn Thanh niên, nói chuyện tại trường học v.v.).

- Thảo luận nhóm.
- Thăm hộ gia đình
- Sinh hoạt Câu lạc bộ
- Tư vấn...

Ưu điểm: Người truyền thông có thể biết được kiến thức, thái độ và thực hành của đối tượng như thế nào. Nhờ vậy có thể điều chỉnh nội dung, cách truyền đạt hoặc có biện pháp tác động thích hợp với từng đối tượng để thay đổi hành vi. Người truyền thông có thể nhận được thông tin phản hồi từ đối tượng do đó hiểu được tâm tư, tình cảm, hoàn cảnh, khó khăn của đối tượng và dễ dàng đánh giá được hiệu quả truyền thông. Truyền thông trực tiếp là kênh truyền thông có hiệu quả nhất đối với vùng đồng bào DTTS. Nó quyết định đến sự thay đổi hành vi của đối tượng.

Hạn chế: Truyền thông trực tiếp chỉ tiếp cận đến một nhóm đối tượng hạn chế, vì vậy khó có đủ nhân lực làm công tác truyền thông. Người truyền thông phải có kiến thức, kỹ năng cần thiết để đáp ứng với nhu cầu của mọi người dân. Hiệu quả truyền thông phụ thuộc vào khả năng của truyền thông viên.

Truyền thông gián tiếp: Là kênh truyền thông được thực hiện qua các phương tiện thông tin đại chúng như báo chí (báo in, phát thanh, truyền hình, loa truyền thanh, tạp chí, bản tin...) và các loại tài liệu truyền thông như áp phích, tờ rơi, tờ gấp v.v.

Ưu điểm: Nội dung truyền thông mang tính thống nhất, tin cậy và có thể phát đi phát lại nhiều lần. Có khả năng truyền tin nhanh, đến được nhiều người và nhiều nhóm đối tượng cùng một lúc, tạo ra được dư luận và môi trường xã hội thuận lợi cho việc thay đổi thái độ và hành vi của đối tượng.

Hạn chế: Thông tin đại chúng chỉ có khả năng cung cấp kiến thức: nếu chỉ thực hiện riêng truyền thông gián tiếp sẽ khó làm thay đổi hành vi của đối tượng. Khó thu được thông tin phản hồi do đó khó đánh giá được hiệu quả truyền thông. Đòi hỏi phải có những phương tiện, trang thiết bị phục vụ quá trình truyền và nhận tin như đài phát thanh, vô tuyến, đài thu thanh...

* Lưu ý:

Sự phân chia thành 2 kênh truyền thông trực tiếp và gián tiếp chỉ là tương đối. Đôi khi 2 kênh này có sự đan xen lẫn nhau. Ví dụ: trong các buổi thảo luận nhóm, nói chuyện với cộng đồng, văn kết hợp phát các tài liệu truyền thông hoặc trong các buổi tọa đàm trên truyền hình hay phát trực tiếp trên mạng xã hội vẫn có thể giao lưu trực tiếp với khán giả... Vì vậy, phối hợp cả 2 phương pháp là cách tốt nhất và hiệu quả nhất.

II. NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

Để thực hiện các nhiệm vụ của Tổ truyền thông, các thành viên của Tổ truyền thông cần nắm chắc một số kiến thức cơ bản về vấn đề giới, bình đẳng giới và một số vấn đề xã hội cấp thiết đối với phụ nữ và trẻ em vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi như sau:

1. Các khái niệm cơ bản về giới

1.1 Giới và Giới tính

Giới tính chỉ các đặc điểm sinh học của nam, nữ¹.

Thể hiện bằng sự khác biệt cơ bản về cấu tạo cơ thể liên quan đến cơ quan

¹ Khoản 2, Điều 5 Luật Bình đẳng giới

sinh dục và các chức năng sinh sản, di truyền nòi giống của phụ nữ và nam giới.

Ví dụ: Nam giới có dương vật, tinh hoàn và tinh trùng; phụ nữ có buồng trứng, tử cung và kinh nguyệt.

Giới tính là bẩm sinh (khi sinh ra đã có những đặc điểm về giới tính) và đồng nhất (nam và nữ mọi nơi trên thế giới, ở mọi giai đoạn lịch sử, phụ nữ và nam giới đều có những đặc điểm sinh học khác nhau đó), không thể thay đổi được (giữa nam và nữ), do các yếu tố sinh học quyết định.

• **Giới** chỉ đặc điểm, vị trí, vai trò của nam và nữ trong tất cả các mối quan hệ xã hội².

Những đặc điểm này được hình thành qua quá trình giáo dục, nuôi dưỡng. Đây là những đặc điểm mang tính văn hoá, xã hội và có thể thay đổi được.

Ví dụ: phụ nữ cũng có thể mạnh mẽ, quyết đoán, có thể trở thành những nhà lãnh đạo giỏi giang và làm ở nhiều ngành nghề khác nhau... Nam giới cũng có thể dịu dàng, kiên nhẫn, làm tốt việc nhà, biết cách chăm sóc con cái và người ốm...

Giới phản ánh sự khác biệt giữa nam và nữ về mặt xã hội, có thể thay đổi theo thời gian, môi trường sống và điều kiện phát triển kinh tế-xã hội.

Ví dụ: Địa vị xã hội của phụ nữ nông thôn khác với địa vị của phụ nữ vùng thành thị... Một người được dạy để trở thành đàn ông hay phụ nữ phù hợp với sự trông đợi của xã hội đối với một người đàn ông hoặc một người phụ nữ (đàn ông phải mạnh mẽ, kiếm được nhiều tiền; phụ nữ phải giỏi nữ công gia chánh...)

Phân biệt sự khác nhau giữa giới tính và giới

Giới tính chỉ những khác biệt về mặt sinh học, trong khi đó Giới dùng để chỉ sự khác biệt về xã hội giữa nam, nữ và các giới khác.

Các đặc điểm giới tính của nam và nữ không thể hoán đổi cho nhau, trong khi đó những đặc điểm giới hoàn toàn hoán đổi được cho nhau.

Các đặc điểm về giới tính không thay đổi theo thời gian, trong khi đó các đặc điểm về giới lại hoàn toàn có thể thay đổi theo thời gian.

² Khoản 1, Điều 5, Luật Bình đẳng giới

Bảng 1: Phân biệt sự khác nhau giữa Giới tính và Giới

Giới	Giới tính
Các khác biệt về xã hội giữa nam và nữ. Ví dụ: vai trò, hành vi, cách ứng xử, kiến thức và kỹ năng của nam, nữ và các giới khác.	Các khác biệt về sinh học giữa nam và nữ. Ví dụ: dương vật, tinh hoàn, kinh nguyệt, buồn trứng.
Do học hỏi và giáo dục mà hình thành	Bẩm sinh, sinh ra đã có
Có thể thay đổi theo thời gian	Khó hoặc không thay đổi được
Đa dạng giữa các vùng miền, nhóm dân tộc hay thời điểm	Đồng nhất giữa các vùng miền, nhóm dân tộc hay thời điểm.

Trong thực tế, việc không hiểu rõ bản chất của hai khái niệm giới và giới tính cũng như không nhận ra sự khác biệt của hai khái niệm này sẽ dẫn đến hệ lụy đó là tạo ra những định kiến và sự phân biệt đối xử đối với nam và nữ.

1.2. Vai trò giới

Trong cuộc sống, nam và nữ đều tham gia vào mọi hoạt động của đời sống xã hội, tuy nhiên mức độ tham gia của nam và nữ trong các loại công việc là khác nhau do những quan niệm, các chuẩn mực xã hội quy định cho mỗi giới, tùy thuộc vào việc họ là phụ nữ hay là nam giới.

Vai trò giới: là tập hợp các hành vi ứng xử mà xã hội mong đợi ở nam và nữ liên quan đến những đặc điểm giới tính và năng lực mà xã hội coi là thuộc về nam giới hoặc phụ nữ (trẻ em trai hoặc trẻ em gái) trong một xã hội hoặc một nền văn hoá cụ thể nào đó. Vai trò giới được quyết định bởi các yếu tố kinh tế, văn hoá, xã hội.

Thực tế cho thấy sự phân công lao động trong một xã hội nhất định thường có xu hướng dựa vào đặc điểm giới tính. Theo đó, công việc mà phụ nữ hay nam giới đảm nhiệm có tác động tới vị thế của mỗi giới, cơ hội và chất lượng sống của họ. Khi xem xét vai trò giới chính là xem xét phụ nữ và nam giới trong 3 vai trò: vai trò sản xuất, tái sản xuất, cộng đồng.

Các vai trò giới	Đặc điểm
<i>Vai trò sản xuất</i> là các hoạt động làm ra sản phẩm, hàng hoá	Cả phụ nữ và nam giới đều có thể tham gia vào các hoạt động sản xuất, tuy nhiên do

<p>hoặc dịch vụ để tiêu dùng và trao đổi thương mại. Đây là những hoạt động tạo ra thu nhập, được trả công.</p>	<p>những định kiến trong xã hội nên mức độ tham gia của họ không như nhau và giá trị công việc họ làm cũng không được nhìn nhận như nhau. Xã hội coi trọng và đánh giá cao vai trò này.</p>
<p><i>Vai trò tái sản xuất</i> là các hoạt động chăm sóc, nuôi dưỡng, dạy dỗ... giúp tái sản xuất dân số và sức lao động bao gồm sinh con, các công việc chăm sóc gia đình, nuôi dạy và chăm sóc trẻ con, nấu ăn, dọn dẹp, giặt giũ, chăm sóc sức khỏe gia đình</p>	<p>Đây là những hoạt động thiết yếu đối với cuộc sống con người, đảm bảo sự phát triển bền vững của dân số và lực lượng lao động; tiêu tốn nhiều thời gian nhưng không tạo ra thu nhập, vì vậy mà ít khi được coi là “công việc thực sự”, được làm miễn phí, không được các nhà kinh tế đưa vào các phép tính. Xã hội không coi trọng và đánh giá cao vai trò này. Hầu hết phụ nữ và trẻ gái đóng vai trò và trách nhiệm chính trong các công việc tái sản xuất.</p>
<p><i>Vai trò cộng đồng</i> là những hoạt động mà cả nam và nữ tham gia trong cộng đồng vì mục đích duy trì, phát triển cộng đồng</p>	<p>Công việc cộng đồng có ý nghĩa quan trọng trong việc phát triển văn hoá tinh thần và thúc đẩy mối quan hệ liên kết gắn bó trong cộng đồng. Các hoạt động này thường được thực hiện theo tinh thần tự nguyện và không được trả công. Sự tham gia của nam và nữ ở vai trò này có sự khác biệt giữa các vùng miền.</p>

Cả nam và nữ đều có khả năng tham gia vào cả ba loại vai trò trên. Tuy nhiên, với quan niệm truyền thống hiện nay, phụ nữ hầu như đều phải đảm nhiệm chính trong vai trò tái sản xuất, đồng thời cũng tham gia vai trò sản xuất như nam giới. Gánh nặng công việc gia đình với vai trò tái sản xuất của phụ nữ dường như nặng nề hơn, trong khi đó vai trò của nam giới ở cấp hộ gia đình với vai trò tái sản xuất thì vẫn ít có sự thay đổi.

Sự hiểu biết sâu sắc về vai trò giới ở từng vùng miền giúp chúng ta hiểu được nhu cầu khác nhau của nam và nữ khi họ phải thực hiện vai trò của họ, trên cơ sở đó có thể thiết kế các hoạt động phù hợp đáp ứng nhu cầu cho cả nam và nữ, góp phần làm giảm sự bất bình đẳng trên cơ sở giới trong việc phân chia lao động xã hội, đồng thời thu hút được sự tham gia một cách hiệu quả của cả nam và nữ.

1.3. Nhu cầu giới

Nhu cầu giới được hiểu là những mong muốn và mối quan tâm của nam, nữ

và các giới khác nhau³. Trong đời sống hàng ngày, mỗi giới có nguyện vọng và yêu cầu cần được đáp ứng để thực hiện tốt vai trò của mình.

Nhu cầu giới được chia làm 02 loại: (1) Nhu cầu giới thực tế và (2) Nhu cầu giới chiến lược.

Nhu cầu giới thực tế là nhu cầu ngắn hạn của các giới (nam, nữ và giới khác) và khi được đáp ứng chỉ giúp mỗi giới làm tốt vai trò, công việc hay trách nhiệm mà họ đang thực hiện mà không làm thay đổi vị thế, quyền lực hay vị trí của họ trong mối quan hệ với giới khác.

Nhu cầu giới chiến lược là những nhu cầu lâu dài của mỗi giới và khi nhu cầu này được đáp ứng sẽ giúp cải thiện địa vị và quyền lực của mỗi giới trong mối quan hệ với giới khác. Nói cách khác, khi đáp ứng nhu cầu giới thực tiễn sẽ không tạo ra được bình đẳng giới. Chỉ khi nào đáp ứng nhu cầu giới chiến lược thì mới làm cho các giới trở nên bình đẳng hơn trong các mối quan hệ gia đình và xã hội.

Bảng 2: Phân biệt “Nhu cầu giới thực tế” và “Nhu cầu giới chiến lược”

Nhu cầu giới thực tế	Nhu cầu giới chiến lược
Nhu cầu ngắn hạn của nam, nữ và giới khác;	Nhu cầu dài hạn của nam, nữ và giới khác;
Đáp ứng riêng cho một số phụ nữ và nam giới tại một địa bàn nhất định;	Đáp ứng chung toàn bộ của phụ nữ và nam giới;
Đáp ứng nhu cầu hàng ngày: ví dụ thực phẩm, nhà ở, thu nhập, chăm sóc sức khỏe;	Liên quan đến sự thiệt thòi của phụ nữ: ví dụ thiếu giáo dục đào tạo, bạo lực gia đình;
Đáp ứng dựa vào vai trò và trách nhiệm hiện tại của nam, nữ và các giới khác;	Giải quyết các nguyên nhân gốc rễ dẫn đến sự thiệt thòi và bất lợi của nam, nữ hoặc giới khác
Vấn đề có thể được giải quyết thông qua đáp ứng nhu cầu: ví dụ lương thực, nhà cửa, bệnh viện...;	Vấn đề được giải quyết chủ yếu thông qua nâng cao nhận thức, giáo dục, vận động và chia sẻ quyền lực;
<ul style="list-style-type: none"> - Cả phụ nữ và nam giới cùng tham gia và là người hưởng lợi - Cải thiện điều kiện sống cho phụ nữ và nam giới 	<ul style="list-style-type: none"> - Khuyến khích cả phụ nữ và nam giới tham gia vào công tác quản lý, lãnh đạo, nâng cao năng lực để phụ nữ trở thành người lãnh đạo - Cải thiện vị trí và quyền quyết định bình đẳng về chính trị, kinh tế, xã hội

³ USAID, 2022, *Một số thuật ngữ về giới*, https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnadl089.pdf.

Cơ bản không thay đổi được các vai trò truyền thống mà mỗi giới đang đảm nhận.	Nâng cao năng lực cho mỗi giới và cải thiện mối quan hệ quyền lực giữa các giới.
--	--

1.4. Định kiến giới, khuôn mẫu giới và phân biệt đối xử về giới

- Định kiến giới

Định kiến giới: Là những nhận thức, thái độ và đánh giá thiên lệch, tiêu cực về đặc điểm, vị trí, vai trò và năng lực của nam hoặc nữ là “định kiến giới”.

Nói một cách khác Định kiến giới là suy nghĩ của mọi người về những gì mà phụ nữ và nam giới có khả năng làm và loại công việc mà họ có thể làm và nên làm; là tập hợp các đặc điểm mà một nhóm người, một cộng đồng cụ thể nào đó gán cho là thuộc tính của nam giới hay nữ giới.

Các định kiến giới thường theo xu hướng nhìn nhận ít tích cực, không phản ánh đúng khả năng thực tế của từng cá nhân dẫn đến việc làm sai lệch và hạn chế những điều mà một cá nhân nam, nữ có thể làm, cần làm hoặc nên làm.

Ví dụ như “Nam giới giỏi kỹ thuật, nữ giới giỏi nấu nướng”; “Nữ giới giỏi công việc nội trợ và chăm sóc người khác hơn nam giới”.... Đây là quan điểm không đúng về khả năng của nam giới và phụ nữ vì không phải tất cả nam giới đều giỏi ở lĩnh vực kỹ thuật và không phải tất cả nữ giới giỏi ở việc nấu nướng. Các quan niệm sai lầm này khiến cho cho cả nam và nữ đều bị ảnh hưởng. Những người nam không giỏi kỹ thuật hoặc nữ không giỏi nấu nướng sẽ bị coi thường; những người nữ giỏi kỹ thuật hoặc nam giỏi nấu nướng có thể không được tạo cơ hội thể hiện năng lực bản thân.

- Khuôn mẫu giới

Các kỳ vọng hoặc niềm tin đó được tất cả mọi người hướng tới và coi là “chuẩn mực” cần tuân theo. Cho dù những niềm tin hay kỳ vọng này có mang hàm ý tích cực hay tiêu cực nhưng nó đều gây áp lực cho tất cả các giới. Chính vì thế nó trở thành rào cản vô hình dẫn đến bất bình đẳng giới.

Ví dụ: cộng đồng kỳ vọng rằng phụ nữ phải là người “Giỏi việc nước, đảm việc nhà” và coi đây là chuẩn mực để phấn đấu đạt được điều này. Tuy nhiên, kỳ vọng này khiến cho phụ nữ phải chịu nhiều áp lực và gánh nặng công việc nhà mà không có sự chia sẻ của nam giới. Tương tự, cộng đồng thường kỳ vọng về nam và nữ khác nhau: “Đàn ông xây nhà, đàn bà xây tổ ấm” và cả nam và nữ đều coi đây là chuẩn mực cần đạt được. Nhưng có một thực tế là không thể chỉ một mình đàn

ông xây nhà mà cần cả vai trò và đóng góp của phụ nữ thì việc xây nhà mới hiệu quả. Mặt khác, tổ ấm của một gia đình không chỉ có người đàn bà vun đắp mà đòi hỏi nỗ lực của cả người chồng.

- **Phân biệt đối xử về giới** là việc hạn chế, loại trừ, không công nhận hoặc không coi trọng vai trò, vị trí của nam và nữ, gây bất bình đẳng giữa nam và nữ trong các lĩnh vực của đời sống xã hội và gia đình.⁴

Biểu hiện của sự phân biệt đối xử về giới thường được thể hiện ở những nhóm hành vi ứng xử mang tính thiên lệch hoặc không phù hợp với nam, nữ hoặc các giới khác như: (1) không tôn trọng; (2) không ghi nhận và (3) không tạo điều kiện thuận lợi, dựa vào đặc điểm giới tính hoặc những biểu hiện giới khác biệt của họ.

Định kiến giới, khuôn mẫu giới và sự phân biệt đối xử về giới có mối liên hệ qua lại chặt chẽ với nhau và đều là nguyên nhân sâu xa dẫn tới bất bình đẳng giới. Định kiến giới và khuôn mẫu giới gây ra những tổn hại và cản trở sự phát triển của cả nam và nữ.

1.5. Bình đẳng giới

Bình đẳng giới là việc nam, nữ có vị trí, vai trò ngang nhau; được tạo điều kiện và cơ hội để phát huy năng lực của mình cho sự phát triển của cộng đồng, của gia đình và thụ hưởng như nhau của sự phát triển đó⁵.

Bình đẳng giới thực chất là bình đẳng về quyền của con người của các giới. Bình đẳng giới không phải là sự hoán đổi vai trò hay chức năng của nam và nữ mà là sự công nhận và tôn trọng những điểm khác biệt giữa các giới và tạo điều kiện thuận lợi cho mỗi giới phát huy tối đa khả năng của mình.

Bình đẳng giới cũng không có nghĩa là cào bằng hay giống hệt nhau cho các giới mà cần tính đến sự khác biệt khi xây dựng và triển khai các chính sách, chương trình hành động và các giải pháp can thiệp nhằm đảm bảo tất cả các giới được lựa chọn và phát huy năng lực của mình, cũng như được hưởng lợi ích từ những thành quả do mình xây dựng và vun đắp.

Mục tiêu bình đẳng giới là xóa bỏ sự phân biệt đối xử về giới, tạo cơ hội như nhau cho nam và nữ trong phát triển kinh tế - xã hội và phát triển nguồn nhân lực, tiến tới **bình đẳng giới thực chất** giữa nam, nữ và thiết lập, củng cố quan hệ hợp tác, hỗ trợ giữa nam, nữ trong mọi lĩnh vực của đời sống xã hội và gia đình⁶.

⁴ Khoản 5, Điều 5, Luật Bình đẳng giới

⁵ Khoản 3, Điều 5, Luật Bình đẳng giới

⁶ Điều 4, Luật Bình đẳng giới

2. Thực trạng vấn đề giới trong một số lĩnh vực ở vùng dân tộc thiểu số và miền núi

2.1. Vấn đề giới trong tiếp cận cơ hội kinh tế của người dân tộc thiểu số

Phụ nữ DTTS bất lợi hơn nam giới DTTS trong tiếp cận tín dụng chính thức để phát triển sinh kế, hoạt động sản xuất, kinh doanh, dịch vụ.

Tỉ lệ hộ gia đình DTTS được vay vốn ưu đãi từ Ngân hàng Chính sách xã hội năm 2019 do phụ nữ làm chủ hộ thấp hơn gần 5 điểm phần trăm so với tỉ lệ tương ứng của hộ gia đình DTTS do nam giới là chủ hộ (15,8% phụ nữ làm chủ hộ, 20,7% nam giới là chủ hộ được vay vốn)

Giá trị khoản vay của hộ DTTS do phụ nữ làm chủ hộ thấp hơn so với hộ gia đình DTTS do nam giới là chủ hộ; đồng thời thấp hơn đáng kể so với mức cho vay tối đa của Ngân hàng Chính sách xã hội.

2.2. Vấn đề giới trong việc làm của người dân tộc thiểu số

Trình độ chuyên môn kỹ thuật của lực lượng lao động là người DTTS thấp. Tỉ lệ người DTTS từ 15 tuổi trở lên đã qua đào tạo chuyên môn kỹ thuật từ sơ cấp trở lên năm 2019 là 10,3% (nam 11,7% và nữ 8,9%), chưa bằng một nửa so với tỉ lệ tương ứng lực lượng lao động cả nước.

Nữ DTTS có xu hướng tham gia lao động rất sớm. Rất nhiều em gái DTTS đã làm việc như người trưởng thành từ trước khi đủ 15 tuổi. Trong khi ở độ tuổi này, phần lớn em gái người Kinh còn đang tiếp tục đi học. Tỉ lệ tham gia lực lượng lao động của dân số là người DTTS từ 15 tuổi trở lên là 83,3% (nam 87,2% và nữ 79,4%), cao hơn so với tỉ lệ tương ứng của cả nước là 76,2% (nam 81,1% và nữ 71,4%).

Lao động nữ DTTS làm các công việc không ổn định, dễ bị tổn thương nhiều hơn so với lao động nam DTTS và lao động nữ người Kinh. Có tới 76,4% việc làm của lao động nữ DTTS trong lĩnh vực nông, lâm nghiệp, cao hơn gần 6 điểm phần trăm so với lao động nam DTTS (70,5%) và cao gấp đôi so với lao động nữ cả nước (35,9%).

Tỉ lệ lao động nữ DTTS làm các công việc “lao động gia đình không hưởng lương” cao hơn lao động nam DTTS gấp gần 2 lần (52,0% lao động nữ DTTS, 26,6% lao động nam DTTS) và cao gấp hơn 2,5 lần so với lao động nữ cả nước 19,4%. Đây là nhóm công việc không ổn định, điều kiện làm việc kém hơn so với việc làm ở các khu vực khác và không thuộc đối tượng tham gia BHXH bắt buộc, bảo hiểm thất nghiệp bắt buộc

2.3. Vấn đề giới trong giáo dục, đào tạo cho người dân tộc thiểu số

Nhiều trẻ em nữ DTTS trong độ tuổi đi học nhưng không đi học. Tỷ lệ trẻ em nữ DTTS trong độ tuổi đi học phổ thông nhưng không đi học ở tất cả các cấp học phổ thông cao hơn nhiều so với trẻ em nữ trong toàn quốc. Đối với độ tuổi trung học cơ sở, tỷ lệ trẻ em nữ DTTS không đi học là 12,2%, tỷ lệ trung bình với trẻ em nữ toàn quốc chỉ có 5,9%. Độ tuổi trung học phổ thông: tỷ lệ trẻ em nữ DTTS không đi học là 43,1% so với tỷ lệ trẻ em nữ toàn quốc không đến trường ở độ tuổi này là 22,7%.

Tỷ lệ biết đọc, biết viết chữ phổ thông của phụ nữ DTTS thấp hơn nam DTTS (nam 86,7%, nữ 75,1%), thấp hơn đáng kể so với người Kinh (nam 97,0%, nữ 94,6%). Ở nhóm tuổi càng cao thì tỷ lệ người DTTS, đặc biệt nữ DTTS, biết đọc, biết viết chữ phổ thông càng thấp. Trong nhóm từ 35-44 tuổi, có tới 30,3% phụ nữ DTTS không biết đọc, biết viết chữ phổ thông. Đây là rào cản đối với phụ nữ trung tuổi trong tham gia vào các khóa đào tạo nghề, khuyến nông, khuyến lâm, khuyến ngư được tổ chức thường xuyên ở địa phương.

2.4. Vấn đề giới trong tiếp cận dịch vụ y tế và chăm sóc sức khỏe cho người dân tộc thiểu số

Có khoảng cách lớn giữa phụ nữ DTTS và phụ nữ cả nước trong tiếp cận các dịch vụ sức khỏe sinh sản. Tỷ lệ phụ nữ DTTS từ 10 - 49 tuổi mang thai có đến cơ sở y tế khám thai năm 2019 là 88,0% thấp hơn đáng kể so với tỷ lệ này của phụ nữ Kinh là hơn 99%. Tỷ lệ phụ nữ DTTS từ 10 - 49 tuổi sinh con tại cơ sở y tế đạt 86,4%, thấp hơn đáng kể so với phụ nữ Kinh là trên 99%. Vẫn còn 3 dân tộc có tỷ lệ phụ nữ sinh con tại cơ sở y tế đạt dưới 50% gồm Mông 49,6%, Mảng 44,5% và La Hủ 34,7%.

Tỷ lệ tử vong bà mẹ liên quan đến thai sản ở vùng DTTS&MN vẫn cao gấp 3 lần so với cả nước và một số nhóm DTTS vẫn cao gấp bốn lần so với phụ nữ Kinh.

Tuổi thọ trung bình của phụ nữ DTTS là 73,7 năm thấp hơn khá nhiều so với tuổi thọ bình quân của phụ nữ cả nước là 76,3%.

2.5. Vấn đề giới trong hôn nhân và gia đình ở các dân tộc thiểu số

Tình trạng tảo hôn

Tảo hôn ở các DTTS đã giảm nhưng vẫn phức tạp, một số DTTS có tỷ lệ tảo hôn trên 50%. Mặc dù bị cấm theo quy định của Luật Hôn nhân và Gia đình, tảo hôn và hôn nhân cận huyết thống vẫn tồn tại dai dẳng trong các DTTS ở Việt Nam, gây ra nhiều vấn đề về sức khỏe, ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nhân lực và là

một trong những lực cản đối với quá trình phát triển kinh tế - xã hội bền vững của vùng DTTS.

Tỉ lệ người DTTS tảo hôn năm 2018 là 21,9%. Tỷ lệ tảo hôn của nữ DTTS vẫn cao hơn nam DTTS (nam 20,1% và nữ 23,5%)⁷. Theo dân tộc, tỷ lệ tảo hôn cao nhất là Mông 51,5% (nam 52,7%, nữ 50,4%), Cơ Lao 47,8% (nam 34,0%, nữ 63,0%), Mảng 47,2% (nam 42,7%, nữ 50,7%), Xinh Mun 44,8% (nam 42,5%, nữ 46,9%), Mạ 39,2% (nam 31,7%, nữ 51,3%).

Hậu quả của tảo hôn: Việc kết hôn sớm, mang thai và sinh đẻ trong lứa tuổi vị thành niên, khi cơ thể người mẹ chưa phát triển hoàn thiện, thiếu hiểu biết, kinh nghiệm và chưa sẵn sàng về mặt tâm lý để mang thai và sinh con gây ảnh hưởng lớn tới sức khỏe bà mẹ, sự phát triển bình thường của thai nhi và trẻ sơ sinh. Đây là nguyên nhân làm gia tăng tỉ lệ suy dinh dưỡng trẻ em DTTS, tăng tỷ lệ tử vong ở trẻ em DTTS dưới 1 tuổi và dưới 5 tuổi, tăng tỷ lệ tử vong của bà mẹ DTTS liên quan đến thai sản.

Bạo lực đối với phụ nữ ở các dân tộc thiểu số: Bị bạo lực đối với phụ nữ nói chung và phụ nữ DTTS do chồng hoặc bạn tình gây ra thường là dạng bạo lực phổ biến nhất mà phụ nữ phải hứng chịu. Các hình thức bạo lực gồm bạo lực thể xác, bạo lực tình dục, bạo lực tinh thần, bạo lực kinh tế và kiểm soát hành vi. Kết quả điều tra quốc gia về bạo lực đối với phụ nữ ở Việt Nam năm 2019⁸ cho thấy, bạo lực do chồng/bạn tình gây ra trong đời và bạo lực gây ra trong 12 tháng qua đều có sự khác biệt đáng kể giữa các dân tộc. Trong 5 hình thức bạo lực do chồng/bạn tình gây ra, tỉ lệ phụ nữ DTTS bị bạo lực thể xác và/hoặc bạo lực tình dục và/hoặc bạo lực tinh thần (trong đời và 12 tháng qua) đều thấp hơn so với tỉ lệ tương ứng của phụ nữ cả nước và phụ nữ Kinh. Trái lại, tỷ lệ phụ nữ DTTS lại bị kiểm soát hành vi và bạo lực kinh tế lại cao hơn so với tỷ lệ tương ứng của phụ nữ cả nước và phụ nữ Kinh.

Một số nghiên cứu chỉ ra rằng: Tình hình bạo lực ở các dân tộc phụ thuộc khá nhiều vào truyền thống mẫu hệ hay phụ hệ của dân tộc đó. Trong các nhóm xã hội theo phụ hệ, thì tập tục về vai trò và giá trị giới tương tự như ở nhóm dân tộc Kinh, ví dụ bị áp lực phải sinh được con trai. Phụ nữ thuộc nhóm dân tộc theo mẫu hệ, ví dụ như dân tộc Chăm, có vẻ như có quyền lực và khả năng kiểm soát cao hơn trong gia đình. Phụ nữ thuộc nhóm dân tộc này không phải chịu áp lực sinh con trai

⁷ Tổng cục Thống kê, Kết quả Điều tra thu thập thông tin về thực trạng kinh tế - xã hội của 53 dân tộc thiểu số năm 2019.

⁸ Bộ Lao động Thương binh và Xã hội, Tổng cục Thống kê và Quỹ Dân số Liên hợp quốc tại Việt Nam (2020), Báo cáo Điều tra quốc gia về Bạo lực đối với Phụ nữ ở Việt Nam năm 2019 – Hành trình để thay đổi.

nhưng lại bị áp lực sinh con gái. Nhiều phụ nữ DTTS có thái độ chấp nhận bạo lực do người chồng hoặc bạn tình gây ra hơn là phụ nữ người Kinh.

Gánh nặng công việc chăm sóc không được trả công trong hộ gia đình dân tộc thiểu số

Gánh nặng công việc chăm sóc không được trả công trong hộ gia đình DTTS đang đặt nhiều hơn vào phụ nữ và trẻ em gái. Có 74% phụ nữ DTTS và 5% trẻ em gái DTTS thường xuyên đảm nhận công việc đi lấy nước sinh hoạt trong hộ gia đình, so với tỉ lệ tương ứng của cả nước và 65% và 2%. Nhận thức của phụ nữ DTTS và cộng đồng người DTTS bị ảnh hưởng nặng nề của định kiến và khuôn mẫu giới về phân công công việc trong gia đình, áp đặt công việc nội trợ, chăm sóc trẻ em, người già, người ốm trong gia đình là trách nhiệm, nghĩa vụ của phụ nữ.

2.6. Vấn đề giới trong việc tham gia vào hệ thống chính quyền cơ sở và phát triển

Kết quả điều tra thu thập thông tin về thực trạng kinh tế - xã hội của 53 dân tộc thiểu số năm 2019 của Ủy ban Dân tộc và Tổng cục Thống kê, năm 2019 cho thấy tỉ lệ cán bộ công chức là nữ DTTS so với tổng số cán bộ công chức trong cơ quan Đảng còn hạn chế, chỉ chiếm 6,0%; tỉ lệ này trong Hội đồng nhân dân là 7,3%; trong cơ quan hành chính là 11,4% và trong các tổ chức chính trị - xã hội là 15,5%⁹. Trong số 89 đại biểu Quốc hội khóa XV là người dân tộc thiểu số, có 44 người là nữ, chiếm 49,3%.

III. CÁC KỸ NĂNG TRUYỀN THÔNG CẦN THIẾT

1. Kỹ năng tìm hiểu và phân tích đối tượng truyền thông

Tìm hiểu là gặp gỡ, trao đổi để hiểu rõ đối tượng về đặc điểm, hoàn cảnh.

Vì sao cần tìm hiểu đối tượng?

- Có hiểu đối tượng mới biết nên gặp gỡ đối tượng thế nào và biết cách nói với họ những gì mà họ đang quan tâm.

Tìm hiểu những gì?

- Các đặc điểm của đối tượng (tên, tuổi, trình độ học vấn, dân tộc...)
- Thuận lợi, khó khăn, nhu cầu của đối tượng.

⁹ Tổng cục Thống kê, Kết quả Điều tra thu thập thông tin về thực trạng kinh tế - xã hội của 53 dân tộc thiểu số năm 2019.

- Kiến thức, thái độ, hành vi liên quan đến vấn đề mà TTV đang muốn vận động họ thay đổi. Những yếu tố ảnh hưởng đến thái độ, hành vi của đối tượng (tôn giáo, tập quán, gia đình, kinh tế...)

Tìm hiểu như thế nào?

- Qua cử chỉ, nét mặt của đối tượng
- Qua hỏi đối tượng, để thu thập thông tin chính xác về suy nghĩ của họ
- Khi hỏi đối tượng, TTV cần lưu ý:
 - Hỏi từng câu, câu hỏi cần ngắn gọn, dễ hiểu, dễ trả lời
 - Sử dụng nhiều câu hỏi mở để thu thập được nhiều thông tin về ý nghĩ, tình cảm, nỗi lo lắng, nhận thức của đối tượng (câu hỏi mở là câu hỏi bắt đầu bằng thế nào? Tại sao? Như thế nào? Làm như thế nào?...

Dựa trên những thông tin thu thập được, xác định:

- Mức độ hiểu biết của đối tượng đối với vấn đề khó khăn, thách thức họ đang gặp phải.
 - Hành vi hiện tại của đối tượng, đối tượng đang ở giai đoạn nào? Lý do tại sao đối tượng lại có hành vi đó (do quan niệm sống, thái độ, giá trị tinh thần, điều kiện sống hay thiếu kiến thức...)
 - Nhu cầu của đối tượng đối với vấn đề họ đang đối mặt
 - Khả năng chấp nhận và thay đổi hành vi của đối tượng
 - Các hình thức truyền thông đối tượng có thể tiếp cận được.

2. Kỹ năng lắng nghe

Lắng nghe chủ động là tập trung để nghe nhằm hiểu được tâm tư, tình cảm, suy nghĩ của đối tượng mà họ muốn tâm sự nhằm khuyến khích đối tượng cởi mở, mạnh dạn chia sẻ thông tin.

Vì sao cần lắng nghe?

- Để thu thập thông tin và hiểu rõ đối tượng
- Để thu hút đối tượng vào cuộc trao đổi

Cần lắng nghe những gì?

- Lắng nghe nội dung, cách nói
- Lắng nghe tâm trạng, thái độ cảm xúc và sự phản ứng của đối tượng.

Lắng nghe như thế nào?

Tỏ ra quan tâm, hứng thú, đồng cảm với những điều đối tượng nói.

Không tranh luận, không định kiến, không tỏ ra sốt ruột, chán chường.

(1) Kỹ năng quan sát

Quan sát là nhìn, chú ý và nhận biết sự việc một cách chủ định và phân tích được

Vì sao cần quan sát?

- Giúp thu thập thông tin,
- Để hiểu rõ đối tượng.

Cần quan sát những gì?

- Quan sát cử chỉ, nét mặt, thái độ... của đối tượng.
- Quan sát hoàn cảnh gia đình và những người khác trong gia đình.

Quan sát như thế nào?

- Cần tế nhị, lịch sự khi quan sát

(2) Kỹ năng truyền đạt

Truyền đạt là trình bày, liên hệ và chia sẻ thông tin, kiến thức, kinh nghiệm

Vì sao phải truyền đạt?

- Để cung cấp thông tin, kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm.
- Để giải thích những vướng mắc, quan niệm sai lầm và bày tỏ quan điểm.

Cần truyền đạt những gì?

- Truyền đạt thông tin, thông điệp, vấn đề mà đối tượng quan tâm.
- Truyền đạt kiến thức, kỹ năng để giúp đối tượng giải quyết vấn đề.

Truyền đạt như thế nào?

- Sử dụng từ ngữ đơn giản, dễ hiểu. Đưa ra những ví dụ cụ thể ở địa phương.
- Tạo không khí trao đổi thân thiện, vui vẻ, thoải mái.
- Sử dụng các thiết bị trợ giúp (clip, hình ảnh, tranh lật, tờ rơi...) hợp lý

(3) Kỹ năng động viên

Động viên là hỗ trợ, khuyến khích đối tượng chủ động chia sẻ suy nghĩ, tình cảm của họ trước một vấn đề.

Vì sao cần phải động viên?

- Để hiểu rõ khả năng, kinh nghiệm của đối tượng.
- Để khuyến khích đối tượng chia sẻ ý nghĩa, tình cảm và trách nhiệm của họ.

Cần động viên những gì?

- Động viên đối tượng đưa ra ý kiến, khả năng tham gia của mình.
- Động viên đối tượng chia sẻ kinh nghiệm và khó khăn mà đối tượng gặp phải.
- Động viên đối tượng thực hiện và duy trì hành vi có lợi cho bản thân và người thân trong gia đình.

Động viên như thế nào?

- Bằng lời nói, cử chỉ, ánh mắt.
- Gật đầu tán thưởng.

(4) Cách xử lý phản ứng của đối tượng truyền thông

Quá trình truyền thông, đôi khi gặp phải sự phản ứng của các đối tượng, TTV cần phải:

- Thông cảm với đối tượng và khuyến khích họ nói ra suy nghĩ, đồng thời tỏ ra quan tâm tới điều họ trao đổi.
- Đưa ra một số câu hỏi nhằm giảm bớt sự căng thẳng. Bằng cách này sẽ giúp TTV tập trung được vào các vấn đề của đối tượng hơn và tạo cảm giác cho đối tượng thấy rằng họ là người quan trọng.
- Tránh tranh cãi với đối tượng, cố gắng hiểu được quan điểm của họ, mặc dù có thể TTV không đồng ý. Khôn khéo đưa ra những bằng chứng để giải thích chứ không áp đặt quan điểm cá nhân, tuyệt đối không phê phán, chỉ trích.

CHƯƠNG 3

CÁC HÌNH THỨC/PHƯƠNG PHÁP TRUYỀN THÔNG THƯỜNG SỬ DỤNG

Có nhiều hình thức, phương pháp truyền thông tại cộng đồng có thể áp dụng để tác động đến nhận thức, từ đó tác động đến hành động và ứng xử của người dân cộng đồng. Dưới đây là một số hình thức, phương pháp truyền thông cơ bản, phổ biến nhất Tổ truyền thông cộng đồng có thể áp dụng:

I. HÌNH THỨC THẢO LUẬN NHÓM

1. Hình thức thảo luận nhóm là gì?

Là sự trao đổi giữa các thành viên trong một nhóm, nhằm thống nhất cách giải quyết vấn đề có lợi nhất mà trong đó cần sự chia sẻ, gặp gỡ giữa các thành viên.

Số lượng đối tượng truyền thông thường dưới 30 người.

Thảo luận nhóm sẽ rất hiệu quả vì có cơ hội trao đổi thông tin sâu hơn, quan tâm kỹ hơn đến khó khăn/thuận lợi từng đối tượng đích để có thể kịp thời hỗ trợ và truyền cảm hứng thay đổi cho họ.

2. Các bước chuẩn bị:

- Xác định chủ đề, chuẩn bị tài liệu, phương tiện truyền thông hỗ trợ.
- Thu thập thông tin liên quan tới chủ đề tại địa phương.
- Chuẩn bị một số câu hỏi xung quanh chủ đề thảo luận.

Ví dụ:

Chủ đề thảo luận là: Tuyên truyền phòng chống tảo hôn

- TTV cần liên hệ với Hội phụ nữ, Đoàn thanh niên, tư pháp xã để nắm bắt tình hình các cặp nam, nữ DTTS lấy chồng, vợ trước tuổi luật định, số nam giới, phụ nữ DTTS trong độ tuổi 14-20; số liệu các gia đình có con ở độ tuổi 14-20 trong thôn, bản.

- Sưu tầm các thông tin, tài liệu về tuổi kết hôn theo quy định Luật Hộ nhân và gia đình, những ảnh hưởng về sức khỏe đối với người mẹ tuổi vị thành niên khi mang thai và sinh đẻ...

- Chuẩn bị câu hỏi thảo luận: Thế nào là tảo hôn? Nguyên nhân của tảo hôn? Hậu quả của tảo hôn đối với sức khỏe, tâm sinh lý, cuộc sống của trẻ em gái, trai,

gánh nặng đối với gia đình, cộng đồng? Pháp luật xử lý như thế nào khi có trường hợp tảo hôn xảy ra? Giải pháp giảm thiểu tảo hôn?

3. Các bước tiến hành thảo luận nhóm:

- Tuyên bố lý do, giới thiệu đại biểu, thành viên tham dự.
- Nói rõ mục đích và chủ đề thảo luận.
- Trình bày tóm tắt thực trạng của địa phương liên quan đến chủ đề thảo luận
- Chia thành viên thành các nhóm nhỏ (khoảng 10 người/nhóm) để thảo luận, yêu cầu bầu nhóm trưởng, thư ký ghi chép các ý kiến thảo luận.
- Tiến hành thảo luận (xem họ đã biết gì? Đã làm gì? Kết quả ra sao?), động viên ý kiến hay, không chê bai những gì họ chưa biết hoặc làm chưa đúng.
- Tìm hiểu xem các thành viên có khó khăn gì khi thực hiện các hành vi mới, khuyến khích họ cùng trao đổi để tìm ra cách giải quyết phù hợp
- Người điều hành tóm tắt nội dung chính thảo luận, bổ sung thông tin đầy đủ chính xác, lấy ví dụ thực tế của các thành viên tham gia để minh họa; thống nhất những cam kết thực hiện các hành vi tích cực để giải quyết vấn đề mà các thành viên gặp phải.

4. Cần lưu ý gì khi tổ chức buổi thảo luận nhóm?

- Cần phát huy tính dân chủ của thành viên, luôn động viên, khuyến khích họ tìm ra ý kiến mới và giải pháp thích hợp để giải quyết vấn đề. Tôn trọng tất cả mọi người và yêu cầu từng thành viên một nói.
- Vận dụng hiệu quả các kỹ năng truyền thông trực tiếp và kỹ năng điều hành nhóm. Chú ý sử dụng hợp lý, hiệu quả các phương tiện, tài liệu truyền thông, câu chuyện, gương người thật việc thật tại ở địa phương để minh họa.
- Nắm vững chủ đề, đưa thông tin đầy đủ, chính xác để điều hành buổi thảo luận đi đúng hướng, đảm bảo đúng thời gian (không nên kéo dài quá 1 giờ). Giải quyết kịp thời các xung đột, phản ứng, những quan điểm sai lệch.
- Phát hiện những đối tượng tích cực, giác ngộ sớm, để họ giúp truyền thông với những đối tượng bảo thủ, lừng chừ.

II. NÓI CHUYỆN CHUYÊN ĐỀ KẾT HỢP VỚI HỎI, ĐÁP

1. Hình thức nói chuyện chuyên đề kết hợp với hỏi, đáp là gì?

Là hình thức nói chuyện (trình bày) về một vấn đề nào đó mang tính chất

chuyên sâu, đối tượng có thể trao đổi hoặc hỏi trực tiếp với người nói chuyện, yêu cầu giải thích các vấn đề mà đối tượng đang quan tâm.

Người nói chuyện là ai?

Có thể là cán bộ chuyên từ các ngành tư pháp, y tế, văn hóa hoặc cán bộ các đoàn thể xã hội hoặc các thành viên Tổ truyền thông đã được tập huấn, có nhiều kinh nghiệm.

2. Các bước chuẩn bị:

- Xác định chủ đề, liên hệ với chuyên gia, báo cáo viên thống nhất về yêu cầu, nội dung, phương pháp, thời gian, địa điểm.

- Phân công thành viên Tổ truyền thông, ai sẽ chịu trách nhiệm điều hành, ai chuẩn bị phương tiện, tài liệu truyền thông, giấy, bút, câu hỏi liên quan đến chủ đề nói chuyện, thông báo tới các thành viên về thời gian, địa điểm buổi nói chuyện.

3. Các bước tiến hành

- Tiếp đón báo cáo viên và đại biểu (nếu có)

- Sinh hoạt văn nghệ quần chúng để ổn định tổ chức.

- Giới thiệu đại biểu, báo cáo viên và các thành viên tham gia sinh hoạt.

- Nêu lý do và giới thiệu chủ đề sinh hoạt, mời báo cáo viên trình bày.

- Động viên các thành viên tích cực, chủ động đưa ra các câu hỏi với báo cáo viên hay TTV về các vấn đề liên quan của chủ đề với bản thân, gia đình và cộng đồng, các khó khăn gặp phải thực hiện...

- Nếu thành viên nào ngại hỏi trực tiếp, cần phát các mẫu giấy nhỏ và bút bi đã chuẩn bị, để họ ghi câu hỏi và chuyển cho báo cáo viên, TTV (Lưu với các thành viên, nếu câu hỏi trùng với các thành viên khác đã hỏi rồi thì không nên hỏi lại, vì cách giải quyết sẽ tương tự.)

- Ban điều hành, thành viên Tổ truyền thông có thể xung phong đặt câu hỏi trước tạo không khí sôi nổi, lôi kéo các thành viên còn e ngại, chưa tự tin.

- Sau khi, báo cáo viên tóm tắt, kết luận nội dung, chỉ ra thái độ, hành vi cần thực hiện, Ban điều hành cần thống nhất với các thành viên cam kết thực hiện hành vi tích cực.

- Kết thúc buổi sinh hoạt, Ban điều hành cảm ơn báo cáo viên, các thành viên

đã tới dự sinh hoạt và thông báo chủ đề sinh hoạt kỳ sau (nếu có).

4. Cần lưu ý gì khi thực hiện hình thức nói chuyện chuyên đề

- Cần thăm dò nhu cầu của thành viên tham gia để xác định chủ đề mà họ đang quan tâm. Liên hệ báo cáo viên hoặc phân công thành viên Tổ truyền thông chịu trách nhiệm chính buổi nói chuyện để chuẩn bị nội dung tài liệu chu đáo.

- Thu thập các thông tin liên quan đến chủ đề nói chuyện tại nhóm và địa phương để bổ sung và minh họa trong quá trình nói chuyện.

- Không nên trình bày một mạch toàn bộ chủ đề, cần chia ra thành từng phần, xen kẽ hỏi/đáp để đối tượng có cơ hội trao đổi và hỏi lại những nội dung chưa rõ.

- Sau từng phần nói chuyện nên tóm tắt các ý chính và kết luận chỉ ra các hành vi mong muốn đối tượng thay đổi.

- Nên có tài liệu truyền thông minh họa cho chủ đề nói chuyện.

III. TRUYỀN THÔNG THÔNG QUA THĂM HỘ GIA ĐÌNH

1. Truyền thông thông qua thăm hộ gia đình là gì?

Thăm hộ gia đình là một hình thức truyền thông trực tiếp đến đối tượng cần tác động nhằm cung cấp kiến thức, thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi về 1 vấn đề nào đó.

2. Khi nào thực hiện truyền thông thông qua thăm hộ gia đình?

- Khi các gia đình gặp các vấn đề cần giúp đỡ, hỗ trợ. Ví dụ: gia đình có người thân bị xâm hại, bị bạo lực, mua bán người, gia đình có con muốn bỏ học...

- Các gia đình có người thân vi phạm pháp luật/hoặc có dấu hiệu vi phạm pháp luật. Ví dụ: gia đình có người nghiện ma túy; gia đình có người thân muốn lấy chồng/vợ trước tuổi quy định của pháp luật...)

- Các gia đình đã được truyền thông trước đó về 1 nội dung gì đó nhưng chưa thực hiện. Ví dụ: gia đình đã được truyền thông trước đó về hủ tục người ốm không cho đi viện mà cúng bái...

- Các gia đình cần tuyên truyền nhưng không thể tham gia hoạt động truyền thông chung vì 1 lý do gì đó.

3. Các bước chuẩn bị khi thăm hộ gia đình?

- Xác định rõ mục đích đến thăm hộ gia đình, có thể:

- Đến để thăm hỏi gia đình, nắm tình hình kết hợp kiểm tra, giám sát việc thực hiện truyền thông trước đó;

- Cung cấp thêm kiến thức;

- Trao đổi kinh nghiệm;

- Lôi cuốn sự ủng hộ và chia sẻ của các thành viên trong gia đình về một nội dung nào đó.

- Chuẩn bị kỹ nội dung cần trao đổi, chia sẻ.

- Chuẩn bị cả các phương án ứng phó nếu có tình huống xấu xảy ra khi trao đổi tại gia đình, nhất là liên quan đến các vấn đề nhạy cảm.

- Mang thêm sách lật, tờ rơi hay các tài liệu khác (nếu có) và sổ tay để ghi lại các thông tin cần thiết.

Tuy nhiên, lưu ý đối với việc ghi chép, cần quan sát và tùy vào tình huống để ghi chép hay không vì có những vấn đề nhạy cảm, gia đình rất ngại cởi mở nếu thấy TTV ghi chép.

4. Các bước tiến hành thăm hộ gia đình:

- Chào hỏi, giới thiệu bản thân và mục đích cuộc đến thăm

- Quan sát và hỏi thăm sức khỏe của các thành viên trong gia đình

- Hỏi thăm vấn đề gia đình đang gặp phải

- Thảo luận xác định khó khăn cùng nhau tìm giải pháp và chỉ ra những lợi ích của việc thay đổi.

- Chào và cảm ơn gia đình trước khi ra về và hẹn lần sau đến thăm.

5. TTV cần lưu ý những gì?

- Tôn trọng các quy tắc xã giao, phong tục của địa phương và của gia đình.

- Tạo không khí vui vẻ, thân thiện, cảm thông.

- Lắng nghe, quan sát và xác định các vấn đề khó khăn của gia đình.

- Chuẩn bị kỹ về nội dung vấn đề cần tuyên truyền, vận động thay đổi để chủ động trong quá trình trao đổi.

- Luôn lấy đối tượng truyền thông làm trung tâm, thảo luận, trao đổi và gợi mở các giải pháp để gia đình thống nhất/đồng thuận với các cách khắc phục; không đưa ra lời khuyên 1 cách chủ quan, 1 chiều, áp đặt.

- Không nói dông dài những điều không cần thiết vì gia đình có thể bận nhiều việc khác.

- Nên khuyến khích, động viên, không được phép chê bai.

IV. HÌNH THỨC TƯ VẤN

1. Hình thức tư vấn là gì?

Tư vấn là góp ý kiến cho ai đó về vấn đề được hỏi. Người tư vấn cung cấp thông tin, phân tích vấn đề, đưa ra ý kiến gợi mở cách thức giải quyết vấn đề để người được tư vấn tự đưa ra quyết định thực hiện.

Người tư vấn chỉ đưa ra ý kiến mang tính gợi mở, không được quyền đưa ra quyết định thay người có yêu cầu tư vấn.

2. Những trường hợp nào nên áp dụng hình thức tư vấn?

- Đối với một số trường hợp có hoàn cảnh đặc biệt: phụ nữ bị bạo lực gia đình.

- Trường hợp trẻ em gái bị gia đình ép buộc bỏ học để lấy chồng sớm, hoặc kết hôn cận huyết thống...

- Trường hợp các gia đình duy trì tập tục văn hóa lạc hậu: tục nối dây...

3. Nguyên tắc chung trong tư vấn:

- Tôn trọng tình cảm và những giá trị của người được tư vấn, không phán xét, lên lớp hoặc yêu cầu người được tư vấn tuân theo những ý kiến, quan điểm của tư vấn viên.

- Thể hiện sự thấu hiểu thông qua việc tìm hiểu hoàn cảnh của người được tư vấn để họ cảm thấy được an ủi, giúp đỡ.

- Biết giới hạn của mình và cần có địa chỉ tin cậy để giới thiệu cho người được tư vấn.

- Tuyệt đối không để lộ bí mật của đối tượng cho bất kỳ một ai nếu không được sự đồng ý của họ.

4. Các bước tiến hành

- *Bước 1:* Tiếp xúc cởi mở, tạo mối quan hệ thân thiện. Quan sát nhanh và đánh giá nhanh tâm trạng của đối tượng trước vấn đề họ đang đối mặt.

- *Bước 2:* Hỏi thăm tình hình của đối tượng bằng những câu ngắn gọn, dễ hiểu để xác định vấn đề và nhu cầu của đối tượng.

- *Bước 3:* Ân cần hướng dẫn những điều mà bạn mong muốn thực hiện bằng cách cung cấp các thông tin đầy đủ, chính xác, phù hợp với đối tượng.

- *Bước 4:* Kiên trì giải thích, giúp đỡ để họ tự lựa chọn quyết định giải pháp thích hợp để giải quyết vấn đề của họ.

- *Bước 5:* Giảm áp lực căng thẳng của đối tượng bằng cách thẳng thắn nói rõ mọi điều, động viên họ đưa ra câu hỏi và giải thích cặn kẽ để họ yên tâm.

- *Bước 6:* Giải thích lợi ích của việc gặp lại bạn, bất kỳ lúc nào mà họ thấy cần được hỗ trợ.

5. Cần lưu ý gì khi thực hiện tư vấn?

- Tuyệt đối tôn trọng chuyện riêng của đối tượng.
- Kiên nhẫn giải thích cho đối tượng những gì đối tượng cần biết.
- Động viên đối tượng đưa ra lựa chọn, quyết định giải quyết vấn đề.
- Tránh không đưa cho đối tượng những thông tin gây lo lắng, hoang mang.
- Tránh thực hiện tư vấn ở những nơi có người khác nhìn và nghe được.
- Tránh chỉ trích, phê phán đối tượng.

V. HÌNH THỨC TỔ CHỨC CUỘC THI

1. Tổ chức cuộc thi là gì?

- Tổ chức cuộc thi là loại hình truyền thông linh hoạt, hấp dẫn thu hút số lượng lớn thành viên tham gia. Cuộc thi có thể được tổ chức dưới hình thức thi viết, thi vẽ, thi tiểu phẩm giữa các đội, có tính chất sân khấu hóa.

- Cuộc thi thường chuyển tải nhiều thông tin (gồm thông tin cơ bản và các thông tin mang tính chiều sâu) nhằm giúp cho các thành viên, người tham dự nâng cao kiến thức, kỹ năng và củng cố niềm tin để giải quyết có hiệu quả vấn đề liên quan.

2. Các bước chuẩn bị

- Xác định tên cuộc thi/đối tượng tham gia
- Quy mô cuộc thi (trong thôn/bản hay liên thôn).
- Xây dựng Quy chế, thể lệ cuộc thi
- Định hướng tài liệu để các thành viên chuẩn bị, tham khảo nội dung trả lời hoặc xây dựng tiểu phẩm.

- Vận động để tìm kiếm nguồn lực làm phần thưởng, chuẩn bị đạo cụ, thuê trang phục...

- Xây dựng kịch bản chi tiết, phân công người dẫn chương trình

- Xây dựng câu hỏi/đáp án cuộc thi.

- Xác định địa điểm đảm bảo đủ rộng để các đội dự thi và người dân tham gia cổ động có thể tham dự như nhà văn hóa thôn, trung tâm học tập cộng đồng, hội trường UBND xã/phường...

- Liên hệ mời cố vấn chuyên môn hoặc thành lập Ban giám khảo.

3. Các bước tiến hành

- Đón tiếp đại biểu

- Văn nghệ chào mừng (nếu có)

- Khai mạc cuộc thi:

+ Tuyên bố lý do, giới thiệu đại biểu

+ Phát biểu khai mạc cuộc thi

+ Giới thiệu Ban giám khảo hoặc Ban cố vấn chuyên môn, thư ký cuộc thi, các đội thành viên tham dự.

- Các phần thi: Tùy thuộc vào nội dung, tính chất, quy mô cuộc thi, thường gồm các phần:

+ Phần chào hỏi/giới thiệu

+ Phần thi kiến thức/xử lý tình huống

+ Phần thi tiểu phẩm

+ Phần giao lưu với khán giả (thường vào lúc giải lao hoặc chờ Ban giám khảo họp).

- Bế mạc cuộc thi:

+ Đại diện Ban giám khảo nhận xét và đánh giá chung cuộc thi.

+ Ban Tổ chức tổng kết và trao giải cho các đội, các cá nhân

VI. HÌNH THỨC ĐÓNG KỊCH/ TIỂU PHẨM

1. Hình thức đóng kịch/ tiểu phẩm là gì?

Là hình thức sân khấu hóa được chuẩn bị trước về một tình huống trong cuộc sống mà các thành viên thể hiện cách ứng xử thông qua vai diễn của mình hướng tới thái độ, hành vi tích cực để giải quyết một vấn đề cụ thể.

2. Những chủ đề có thể áp dụng hình thức này?

Hình thức này có thể áp dụng với hầu hết các chủ đề: định kiến, khuôn mẫu giới trong gia đình, cộng đồng; xóa bỏ các tập tục văn hóa lạc hậu hay giải quyết các vấn đề xã hội bức thiết đối với phụ nữ, trẻ em (bạo lực, tảo hôn, hôn nhân cận huyết...)

3. Các bước chuẩn bị:

- Xác định chủ đề.
- Xây dựng kịch bản.
- Lựa chọn thành viên có khả năng phân vai.
- Chuẩn bị phương tiện, đạo cụ cần thiết cho tiểu phẩm.
- Luyện tập.

4. Các bước tiến hành:

- Giới thiệu tóm tắt chủ đề và tiểu phẩm.
- Trình diễn tiểu phẩm.
- Các thành viên còn lại quan sát, nhận xét và suy ngẫm
- Cảm ơn các vai diễn khi màn diễn kết thúc
- Chia nhóm thảo luận về cách xử lý các vấn đề trong tiểu phẩm và chỉ ra hành vi ứng xử phù hợp, chưa phù hợp trong tiểu phẩm.
- Ban điều hành thống nhất với các thành viên, người tham gia về cam kết thực hiện các hành vi tích cực đã được đề cập trong tiểu phẩm.

5. Cần lưu ý gì khi thực hiện hoạt động đóng kịch/tiểu phẩm

- Nên sưu tầm câu chuyện, tình huống xảy ra tại thôn, xóm, bản, làng để xây dựng kịch bản sẽ thu hút được sự quan tâm của người dân và tăng hiệu quả truyền thông.
- Hình thức đóng kịch/tiểu phẩm cần được thực hiện tự nhiên.
- Cần giải thích cho người đóng kịch/tiểu phẩm hiểu rõ mục đích của vai diễn để nhập vai tốt nhất.
- Cần tiến hành thảo luận sau tiểu phẩm kết thúc hoặc đề nghị những người tham dự tham gia sắm vai thay đổi cách ứng xử của 1 trong nhân vật trong vở kịch/tiểu phẩm theo hướng tích cực, sáng tạo để tăng tính tương tác và hiệu ứng truyền thông.

VII. PHƯƠNG PHÁP VIẾT TIN, BÀI

1. Khái niệm

- Tin là một sản phẩm báo chí, trong đó thông báo phản ánh, bình luận có mức độ một cách ngắn gọn, chính xác, và nhanh chóng nhất về sự kiện, vấn đề, con người, có ý nghĩa chính trị - xã hội nhất định.

- Tin thường được sử dụng là dạng tin ngắn.

2. Nội dung của một tin ngắn:

Một tin ngắn cần phải trả lời được những câu hỏi cơ bản có liên quan đến những con người, sự việc, sự kiện, tình huống, hoàn cảnh... mà người viết muốn thông tin.

Một tin ngắn thường trả lời các câu hỏi: Chuyện gì đang xảy ra? Xảy ra ở đâu? Khi nào? Ai liên quan và tham gia? Tại sao chuyện đó xảy ra? Xảy ra như thế nào?

Trong một số trường hợp, tin ngắn có thể chỉ cần trả lời các câu hỏi: Chuyện gì đang xảy ra? Xảy ra ở đâu? Khi nào? Ai liên quan và tham gia?

Ví dụ:

Ví dụ 1 – Hội LHPN tỉnh Quảng Trị ra mắt mô hình điểm cấp tỉnh “Câu lạc bộ thủ lĩnh của sự thay đổi”

Thực hiện Kế hoạch chỉ đạo điểm về xây dựng các mô hình Dự án 8 “Thực hiện bình đẳng giới và giải quyết một số vấn đề cấp thiết đối với phụ nữ và trẻ em”- thuộc Chương trình MTQG phát triển KTXH vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, Hội LHPN tỉnh phối hợp với UBND xã A Dơi, Trường Tiểu học & THCS A Dơi (huyện Hướng Hóa) tổ chức ra mắt mô hình điểm cấp tỉnh “Câu lạc bộ thủ lĩnh của sự thay đổi” vào sáng ngày 04/01/2023.

Câu lạc bộ “Thủ lĩnh của sự thay đổi” gồm 30 thành viên sẽ là những hạt nhân tiên phong thay đổi nhận thức, xóa bỏ định kiến giới, mạnh dạn lên tiếng dần xóa bỏ thói quen, tập tục lạc hậu, có hại trong đời sống. Hoạt động của Câu lạc bộ sẽ hướng tới thúc đẩy thực hiện bình đẳng giới, góp phần giải quyết các vấn đề cấp thiết đối trẻ em vùng đồng bào dân tộc thiểu số; hỗ trợ chính quyền cùng các ban, ngành địa phương, Nhà trường và cha mẹ thực hiện tốt công tác bảo vệ, chăm sóc, giáo dục trẻ em, bên cạnh đó, giúp các em biết lên tiếng tự bảo vệ bản thân, tự tin, bản lĩnh để thay đổi trong cách nghĩ, cách học, cách làm trong cuộc sống; dần xóa bỏ thói quen, tập tục lạc hậu không còn phù hợp trong đời sống của đồng bào dân tộc thiểu số tại địa phương.

Phân tích tin:

Chuyện gì: Ra mắt mô hình điểm cấp tỉnh “Câu lạc bộ thủ lĩnh của sự thay đổi”

Thời gian: sáng ngày 04/01/2023

Địa điểm: xã A Dơi, huyện Hướng Hóa, tỉnh Quảng Trị

Ai liên quan: Hội LHPN tỉnh Quảng Trị, UBND xã A Dơi, đại diện trường Tiểu học & THCS A Dơi

Tại sao xảy ra: Thực hiện Kế hoạch chỉ đạo điểm về xây dựng các mô hình Dự án 8

Xảy ra như thế nào:

Câu lạc bộ gồm 30 thành viên là những hạt nhân tiên phong thay đổi nhận thức, xóa bỏ định kiến giới, mạnh dạn lên tiếng dần xóa bỏ thói quen, tập tục lạc hậu, có hại trong đời sống.

Câu lạc bộ hoạt động với mục đích:

+ Thúc đẩy thực hiện bình đẳng giới, góp phần giải quyết các vấn đề cấp thiết đối với trẻ em vùng đồng bào dân tộc thiểu số; hỗ trợ chính quyền cùng các ban, ngành địa phương, Nhà trường và cha mẹ thực hiện tốt công tác bảo vệ, chăm sóc, giáo dục trẻ em.

+ Giúp các em biết lên tiếng tự bảo vệ bản thân, tự tin, bản lĩnh để thay đổi trong cách nghĩ, cách học, cách làm trong cuộc sống; dần xóa bỏ thói quen, tập tục lạc hậu không còn phù hợp trong đời sống của đồng bào dân tộc thiểu số tại địa phương.

Ví dụ 2 – Hội LHPN tỉnh Phú Yên tổ chức lớp tập huấn nâng cao năng lực cho cán bộ thực hiện Dự án 8

Hội LHPN tỉnh Phú Yên đã tổ chức lớp Tập huấn hướng dẫn triển khai một số mô hình, hoạt động của Dự án 8 “Thực hiện bình đẳng giới và giải quyết những vấn đề cấp thiết đối với phụ nữ và trẻ em” cho 75 đại biểu thuộc các địa bàn triển khai dự án tại 04 huyện: Sông Hinh, Sơn Hòa, Đồng Xuân và Tây Hòa vào tháng 12/2022.

Lớp tập huấn tập trung các kiến thức về giới, bình đẳng giới; hướng dẫn thành lập, vận hành: “Địa chỉ tin cậy tại cộng đồng”, “Tổ truyền thông cộng đồng”, Câu lạc bộ “Thủ lĩnh của sự thay đổi”.

Phân tích tin:

Chuyện gì: lớp tập huấn nâng cao năng lực cho cán bộ thực hiện Dự án 8

Ở đâu: Phú Yên

Thời gian: tháng 12/2022

Ai liên quan: Hội LHPN tỉnh Phú Yên - 75 đại biểu thuộc các địa bàn triển khai dự án tại 04 huyện: Sông Hinh, Sơn Hòa, Đồng Xuân và Tây Hòa

3. Yêu cầu đối với tin ngắn:

- Tính thời sự: tin ngắn thường chỉ đưa những thông tin vừa diễn ra hoặc diễn ra trước đó tối đa 01 ngày

- Tính chính xác và cụ thể: tin ngắn phải đưa các thông tin chính xác, trả lời vào trọng tâm những câu hỏi (Chuyện gì? Ở đâu? Ai liên quan? Bao giờ?...)

- Tính rõ ràng: ngôn ngữ phải đơn giản, không dùng từ nhiều nghĩa

- Tính chân thực: chỉ kể, mô tả lại những gì diễn ra, không thêm bình luận hay cảm xúc cá nhân vào tin ngắn

4. Cấu trúc viết một tin ngắn phổ biến

Trong tin ngắn, các chi tiết, dữ kiện, số liệu quan trọng nhất, có giá trị nhất phải đưa lên đầu tin, sau đó, giảm dần giá trị của sự kiện ở phần thân tin và cuối tin thường là yếu tố phụ hoặc giải thích. Đây là cấu trúc tin được sử dụng rộng rãi trên các phương tiện truyền thông đại chúng.

Mô hình của cấu trúc này như sau:

+ Đầu tin

+ Thân tin

+ Kết tin

Ví dụ:

Tiêu đề: 1.320 tổ truyền thông cộng đồng, 131 địa chỉ tin cậy, 206 CLB Thủ lĩnh của sự thay đổi đã được thành lập trong khuôn khổ Dự án 8

Đầu tin: Trong năm 2022, 40/40 tỉnh được phân bổ ngân sách từ Chương trình đã tích cực, chủ động triển khai các hoạt động và bước đầu thành lập, vận hành các mô hình cốt lõi của dự án, với 1.320 tổ truyền thông cộng đồng, 131 địa chỉ tin cậy, 206 CLB Thủ lĩnh của sự thay đổi...

Thân tin: Với thành tích đó, trong hội nghị sơ kết Dự án 8 tổ chức vào chiều ngày 15/12/2022 tại Trung tâm Phụ nữ và Phát triển, Phó chủ tịch Hội LHPN Việt Nam đã khẳng định các hoạt động của Dự án 8 năm 2022 được thiết kế và triển khai bám sát yêu cầu định hướng của Dự án, vừa mang tính toàn diện, vừa cụ thể,

thiết thực, phù hợp với tình hình thực tế, đảm bảo sự đồng bộ xuyên suốt từ Trung ương tới địa phương.

Kết tin: Năm 2023, cùng sự nỗ lực tham mưu của Hội LHPN các cấp và sự quan tâm chỉ đạo, tạo điều kiện của chính quyền địa phương, sự phối hợp từ các ngành, trong năm 2023, các hoạt động của Dự án 8 sẽ tiếp tục được triển khai để mang lại hiệu quả thiết thực tới với phụ nữ và trẻ em đồng bào dân tộc thiểu số.

Phân tích:

Thông tin quan trọng, nổi bật: 1.320 tổ truyền thông cộng đồng, 131 địa chỉ tin cậy, 206 CLB Thủ lĩnh của sự thay đổi đã được thành lập trong khuôn khổ Dự án 8

Thông tin bổ sung: Nhận định về các hoạt động của Dự án 8 năm 2022 được thiết kế và triển khai bám sát yêu cầu định hướng của Dự án, vừa mang tính toàn diện, vừa cụ thể, thiết thực, phù hợp với tình hình thực tế, đảm bảo sự đồng bộ xuyên suốt từ Trung ương tới địa phương.

Năm 2023, các hoạt động của Dự án 8 sẽ tiếp tục được triển khai để mang lại hiệu quả thiết thực tới với phụ nữ và trẻ em đồng bào dân tộc thiểu số

5. Kỹ năng thực hiện 1 tin ngắn

5.1. Lựa chọn nội dung:

Nội dung đưa tin nên là một sự kiện mới hoặc một vấn đề quan trọng của một sự kiện, hoạt động nào đó

5.2. Sắp xếp thông tin theo cấu trúc tin:

Căn cứ vào tính chất, mức độ, tầm quan trọng của sự kiện và căn cứ vào ý đồ, vào mục đích thông tin, vào thái độ chính trị mà người viết tin tiến hành sắp xếp thông tin quan trọng, nổi bật và thông tin bổ sung phù hợp.

5.3. Đặt đầu đề cho tin

- Đầu đề tin phải gắn với vấn đề, sự kiện cần biết.
- Lưu ý: Có thể chọn một chi tiết hoặc số liệu nổi bật nhất, quan trọng nhất, hấp dẫn nhất để làm đầu đề cho Tin.

5.4. Thực hiện nội dung tin:

- Dựa trên cấu trúc tin, trả lời các câu hỏi (Chuyện gì? Khi nào? Ai liên quan? Ở đâu? Xảy ra như thế nào? Tại sao)
- Đảm bảo tính chân thực, rõ ràng của tin

6. Một số lưu ý khi viết tin

+ Văn phong bài viết đơn giản, trực tiếp, dễ hiểu, ngắn gọn, gần gũi với ngôn ngữ của đời thường.

+ 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.

+ Hạn chế sử dụng từ ngữ mang tính chuyên môn

+ Chú ý những thông tin về nhạy cảm giới, định kiến giới.

7. Một số lỗi thường gặp khi viết tin

- Lỗi về ngữ pháp, từ vựng, chính tả, viết tắt

- Sử dụng ngôn ngữ nói

- Thiếu dẫn chứng cụ thể.

8. Một số lưu ý khi chụp ảnh cho tin

- Lấy nhân vật, sự việc chính làm trung tâm của bức ảnh

- Ảnh phải thể hiện được một hành động, một hoạt động cụ thể của nhân vật hoặc của sự việc đang diễn ra; mô tả được nét mặt, biểu cảm của nhân vật.

- Đa dạng góc chụp từ cảnh toàn, cảnh trung đến cảnh cận.

- Chụp ảnh nên lưu ý tới ánh sáng, không để ảnh quá tối hoặc quá sáng

- Chú thích nội dung tóm tắt thông tin của bức ảnh được đăng.

PHỤ LỤC 01- Biểu mẫu kế hoạch

KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG NĂM BẢN A

Mục tiêu:

- Ít nhất 50 nam giới và 50 phụ nữ DTTS bản A được truyền thông nâng cao nhận thức về khuôn mẫu giới trong làm việc nhà; trong đó có ít nhất 60% người nhận diện được các biểu hiện của định kiến, khuôn mẫu giới trong việc nhà.

- Ít nhất 50 cặp vợ chồng có con trong độ tuổi từ 13-16 tuổi; 50 trẻ em trong độ tuổi vị thành niên được truyền thông nâng cao nhận thức về vấn đề tảo hôn, trong đó có 60% cặp vợ chồng và trẻ em hiểu được tác hại, ảnh hưởng của tảo hôn.

Nội dung truyền thông:

- Thay đổi khuôn mẫu giới trong làm việc nhà
- Thay đổi nhận thức về tảo hôn

Các hoạt động truyền thông:

Mục tiêu/hoạt động	Đối tượng truyền thông	Thời gian	Địa điểm	Phương tiện	Kinh phí	Người thực hiện/đầu mối	Kết quả dự kiến
Mục tiêu 1: Ít nhất 70% nam giới và nữ giới trên địa bàn được truyền thông nâng cao nhận thức về khuôn mẫu giới trong làm việc nhà; trong đó có ít nhất 50% nhận diện được các biểu hiện của định kiến, khuôn mẫu giới trong việc nhà.							
Hoạt động 1: Tổ chức 02 cuộc truyền thông cho 100 người DTTS bản A (về khuôn mẫu giới, tác động ảnh hưởng tiêu cực đến cuộc sống gia đình)	50 nam giới và 50 phụ nữ DTTS bản A	Tháng 3/1 cuộc; tháng 6/1 cuộc	Nhà văn hóa thôn	Máy chiếu, Clip, trò chơi	...	Ban điều hành Tổ	50 nam giới và 50 phụ nữ DTTS bản A được cung cấp kiến thức

Hoạt động 2: Tổ chức sinh hoạt nhóm về thay đổi khuôn mẫu giới trong làm việc nhà	50 nam giới DTTS đã có gia đình	Mỗ i quý/1 cuộc	Nhà văn hóa bản		Đ/c A - Tổ trưởng Tổ truyền thông	50 nam giới DTTS đã có gia đình được trải nghiệm tham gia việc nhà và thảo luận về sự thay đổi của bản thân trong chia sẻ việc nhà
Hoạt động 3: Tổ chức sinh hoạt nhóm về thay đổi khuôn mẫu giới trong làm việc nhà	50 phụ nữ DTTS đã có gia đình	Mỗ i quý/1 cuộc	Nhà văn hóa bản			Đ/c B - Tổ phó Tổ truyền thông	50 phụ nữ DTTS đã có gia đình thảo luận về cách thức thay đổi phân công, chia sẻ trách nhiệm làm việc nhà
Hoạt động 4: Thăm hộ gia đình	20 hộ gia đình DTTS được truyền thông và sinh hoạt nhóm	Tro ng năm	Tại hộ				Quan sát sự thay đổi trong ứng xử, phân làm việc nhà của 30 hộ gia đình DTTS
Hoạt động 5: Viết tin, bài phát trên loa truyền thanh	Người dân trong bản	Hàng quý				Thành viên Ban điều hành Tổ	Ít nhất 2 tin, bài phát trên loa truyền thanh
<p>Mục tiêu 2: Ít nhất 50 cặp vợ chồng có con trong độ tuổi từ 13-16 tuổi; 50 trẻ em trong độ tuổi vị thành niên được truyền thông nâng cao nhận thức về vấn đề tảo hôn, trong đó có 60% cặp vợ chồng và 60% trẻ em hiểu được tác hại, ảnh hưởng của tảo hôn.</p>							
Hoạt động 1. Tổ chức 01 cuộc truyền thông về hậu quả của tảo hôn	50 bố mẹ có con trong độ tuổi vị thành niên	Thá ng 2	Nhà văn hóa bản		Đ/c B – Tổ phó Tổ truyền thông	

Hoạt động 2: Tổ chức 01 cuộc truyền thông Luật Hôn nhân và gia đình và tác hại của tảo hôn	50 trẻ em trong độ tuổi vị thành niên	Tháng 5	Trường THPT.....			Ban điều hành Tổ phối hợp với Ban giám hiệu Trường THPT..	
Hoạt động 3: Thăm hộ gia đình	20 hộ gia đình có con trong độ tuổi vị thành niên có dấu hiệu kết hôn sớm	Tháng 8-9	Hộ gia đình			Đ/c A, B, E, F	
Hoạt động 4. Viết tin bài và phát trên loa truyền thanh	Người dân trên địa bàn	Hàng quý	Bản		...	Đ/c C, D – Thành viên TT	Ít nhất 2 tin, bài phát trên loa truyền thanh
Hoạt động 5. Phát tờ rơi và giải thích nội dung về luật hôn nhân gia đình; tảo hôn	Người dân trong cộng đồng; ưu tiên gia đình có con trong độ tuổi vị thành niên	Tháng 11-12	Bản			Các thành viên tổ	Người dân đọc và hiểu nội dung tờ rơi

PHỤ LỤC 02- Biểu mẫu Kế hoạch

KẾ HOẠCH HOẠT ĐỘNG 01 BUỔI TRUYỀN THÔNG**Chủ đề: Thay đổi khuôn mẫu giới trong làm việc nhà**

<i>Thời gian</i>	<i>Nội dung chính</i>	<i>Phương pháp/công cụ</i>	<i>Nội dung chi tiết</i>
<i>Mục tiêu: Sau buổi truyền thông 100% người tham dự nắm được các biểu hiện, tác hại định kiến giới, khuôn mẫu giới trong làm việc nhà và cách thức thay đổi khuôn mẫu giới trong làm việc nhà</i>			
15-20 phút	Khởi động: bằng trò chơi hoặc văn nghệ, dân vũ		
10 phút	Giới thiệu mục tiêu của buổi làm việc/ Làm quen	Trò chơi/ Thẻ màu	
30 phút	Cung cấp kiến thức về định kiến giới, khuôn mẫu giới	Thuyết trình kết hợp đặt câu hỏi hoặc chiếu clip/ thảo luận	<ul style="list-style-type: none"> - Định kiến giới là nhận thức, thái độ và đánh giá thiên lệch, tiêu cực về đặc điểm, vị trí, vai trò và năng lực của nam hoặc nữ - Hậu quả của định kiến giới: Gây <u>áp lực</u> cho cả nam và nữ, <u>loại bỏ</u> hoặc <u>cản trở</u> nam hoặc nữ tiếp cận cơ hội; Làm cho nam hoặc nữ <u>không phát huy được</u> khả năng; Vai trò, đóng góp của nam hoặc nữ <u>không được ghi nhận và tôn trọng</u>.
30 phút	Trải nghiệm việc nhà	Trò chơi theo đội (huy động cả nam, nữ tham gia); hỏi cảm nhận	Rút ra thông điệp sau trò chơi: Nam và nữ đều làm được các công việc nhà

		của nam giới sau khi chơi	
	Kết luận	-	Nhấn mạnh thông điệp; Định kiến giới là nguyên nhân dẫn đến bất BĐG

PHỤ LỤC 03

MỘT SỐ TRÒ CHƠI DÙNG TRONG TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG

1. Đổi chỗ cho nhau: thành viên ngồi thành vòng tròn. Đảm bảo đủ ghế ngồi cho các thành viên, trừ người điều hành đứng. Yêu cầu của trò chơi là những người có đặc điểm giống nhau đổi chỗ cho nhau.

Người điều hành nêu các đặc điểm – VD những người tóc ngắn, những người đeo đồng hồ... đổi chỗ cho nhau. Trong quá trình những người có cùng đặc điểm đứng dậy đổi chỗ, người điều hành sẽ ngồi vào một ghế. Thành viên nào chạm chân bị mất ghế ngồi sẽ là người thua cuộc.

2. Mát xa cho nhau: đề nghị mọi người đứng thành vòng tròn, hai tay đặt lên vai người bên phải. Yêu cầu mọi người tưởng tượng vai người trước là bột làm bánh trôi bánh chay. Đề nghị mọi người dùng tay bóp ‘bột’ cho nhuyễn. Sau đó, đề nghị mọi người dùng tay chặt nhẹ vào vai người đằng trước. Yêu cầu mọi người vừa mát xa vừa đi trong vòng tròn. Sau khoảng 2 phút, đề nghị mọi người đằng sau quay. Mọi người lại đặt tay lên vai người trước và làm tương tự như lần đầu. Người điều hành có thể yêu cầu các động tác khác nhau, miễn là mọi người thoải mái tham gia và kết thúc trò chơi học viên đỡ mỏi người. (VD: mưa – dùng các đầu ngón tay vỗ nhẹ lên lưng người phía trước; gió - dùng 2 tay xoa lưng người trước; sấm chớp dùng 2 tay đập lưng người đằng trước)

3. Viết chữ/dấu bằng người: Yêu cầu học viên đứng và tưởng tượng trò yêu cầu học viên viết chữ bằng người. Học viên có thể cử động, xoay người và sử dụng tay, chân... VD chữ H, A...Hoặc người trưởng trò có thể đọc một số câu có dấu, đề nghị học viên thể hiện dấu bằng các động tác. VD Em thân yêu! (châm than). Em có khoẻ không? (hỏi chằm)

4. Làm theo những gì tôi nói, không làm theo những điều tôi làm:

Yêu cầu của trò chơi là mọi người làm theo những gì người trưởng trò nói, không làm theo những gì người đó là. Qui định khi người trưởng trò nói:

“con thỏ” - hai tay để lên đầu.

“ăn cỏ” - bàn tay trái xoè, tay phải chụm lại để vào lòng tay trái.

“uống nước” - tay chụm lại và để vào môi.

“chui vào hang” tay phải chụm lại và để vào tai

Người trưởng trò các hiệu lệnh đồng thời làm các động tác thể hiện khác quy định để gây nhiễu. Những thành viên làm sai những động tác quy định sẽ bị thua trong trò chơi. Những người bị thua sẽ phải làm theo yêu cầu của người tham gia (Hát/ múa theo bài hát...)

5. Mũi tên - Con thỏ - Bức tường:

Trò chơi quy định như sau:

Mũi tên thắng con thỏ.

Con thỏ thắng bức tường.

Bức tường thắng mũi tên.

Quy định thể hiện mũi tên bằng động tác tay giương cung tên.

Con thỏ thể hiện bằng cho hai tay lên đầu làm tai thỏ.

Bức tường thể hiện bằng giơ thẳng 2 tay lên đầu.

Chia lớp thành 2 đội. Thông báo về quy định và cách thể hiện. Đề nghị các đội quay tròn lại để bàn bạc và quyết định nhóm sẽ làm gì (mũi tên/con thỏ/bức tường). Phải đảm bảo toàn đội thống nhất cách thể hiện, nếu có người làm những động tác khác, đội sẽ thua. Khi 2 nhóm đã sẵn sàng, đề nghị cả hai đội đứng thành hàng và quay lưng lại nhau. Người trưởng trò đếm từ đến 3. Khi đếm đến 3 cả hai đội phải đồng loạt quay đối mặt vào nhau và thể hiện động tác.

6. Ngồi chung ghế: Trưởng trò ra các hiệu lệnh về số người phải chung ghế, VD, 3 người 1 ghế, 5 người 2 ghế... những ai

làm sai hiệu lệnh hoặc không hoàn thành là người thua cuộc.

7. Gọi tên nhanh: chia lớp thành 2 đội. Sử dụng một mảnh vải to để 2 người giữ hai đầu làm biên giới cho 2 đội. Đảm bảo mảnh vải đủ dày và to để hai đội không nhìn thấy nhau trong quá trình chơi. Mỗi đội cử 1 người ngồi chính giữa sát mảnh vải. Người trưởng trò hô 1,2,3 rồi hạ mảnh vải xuống. Bên nào gọi trước và gọi đúng tên người được cử lên, bên đó chiến thắng.

8. Trò chơi 7 up. Mọi người đứng thành vòng tròn và đếm lần lượt từ 1 đến 7. Qui định khi đếm từ 1 đến 6 người đếm phải hô to con số và để tay lên vai (trái hoặc phải). Nếu tay để lên vai trái nghĩa là người kế tiếp bên trái tiếp tục hô. Nếu tay để lên vai phải nghĩa là người kế tiếp bên phải tiếp tục hô. Riêng đến số thứ 7, người đến lượt sẽ không đọc số 7 mà chỉ im lặng để tay lên đầu. Bàn tay chỉ hướng nào thì người kế tiếp tiếp tục hô. Nếu ai vi phạm những quy định trên là người thua cuộc.

10. Hát và múa phụ họa. Một vài người hát, một vài người múa phụ họa cho bài hát.

11. Ném bóng: tung bóng về phía ai và người đó phải nói 1 nội dung liên quan đến chủ đề được lựa chọn. VD: tên các thành phố ở VN, tên các thủ đô trên thế giới, các loài vật, loài hoa...

12. Ghép câu: Chuẩn bị số thẻ giấy bằng số HV tham gia chơi. Chia 2 nhóm có số lượng bằng nhau. Yêu cầu mỗi thành viên trong nhóm 1 viết một mệnh đề lên thẻ giấy, bắt đầu bằng ‘Nếu...’ (VD ‘nếu có gió mùa đông bắc’). Mỗi thành viên nhóm 2 viết một mệnh đề bắt đầu bằng ‘thì ...’ (VD ‘thì anh sẽ yêu em’). Sau đó người trưởng trò thu lại các thẻ giấy theo từng nhóm. Cử 2 người lên ghép các mệnh đề thành câu. Mỗi người đọc ngẫu nhiên một thẻ giấy bắt đầu bằng “Nếu...”, người sau đọc ngẫu nhiên một thẻ giấy bắt đầu bằng ‘thì...’. Việc ghép này có thể tạo ra những ý nghĩa buồn cười hoặc không logic tạo không khí vui nhộn cho lớp.

13. Gọi tên nhanh: Chia lớp làm 2 nhóm. Có hai người cầm 2 đầu mảnh vải ngăn 2 đội. Đảm bảo mảnh vải phải đủ to và dày để thành viên của hai đội không nhìn thấy nhau. Mỗi đội cử 1 người lên ngồi sát mảnh vải. Hai người này có nhiệm vụ gọi đúng tên nhau khi mảnh vải được hạ xuống. Khi hai người đã ngồi đúng vị trí, người điều hành hô 1,2,3 và bắt ngờ hạ mảnh vải xuống. Ai gọi đúng tên người ngồi đối diện và nhanh nhất sẽ chiến thắng.

14. Trò chơi “Ta là Vua”: Học viên đứng thành vòng tròn. Người trưởng trò chỉ vào ai, người đó là Vua. Người là Vua giơ hai tay lên đầu và kêu to: ‘Ta là vua’. Hai người hai bên phải chấp tay quay về phía nhà vua và kêu to “tâu bệ hạ”. Phải đảm bảo 2 người bên cạnh phải thấp hơn nhà vua. Vì vậy nếu nhà vua ngồi thấp thì người hai bên phải ngồi thấp hơn nhà vua. Ai làm không chính xác sẽ thua.

15. Thi đếm một hơi. Trong khi đếm không được lấy hơi. Ai đếm được nhiều số nhất người đó chiến thắng.

16. Tôi thương tôi thương: Mỗi người ngồi trên 1 ghế. Riêng người điều hành không có ghế ngồi. Người điều hành trò chơi nói: tôi thương tôi thương. Lớp hỏi: thương ai thương ai. Người điều hành: Nói 1 đặc điểm của một nhóm người (VD: những người đeo đồng hồ). Những người có đặc điểm chung đó phải đứng lên đổi chỗ cho nhau. Người điều hành sẽ ngồi vào một ghế. Người nào không tìm được ghế ngồi sẽ thua cuộc. Lặp đi lặp lại với những đặc điểm khác nhau đảm bảo mọi người trong lớp đều có cơ hội đổi chỗ.

17. Nữ hoàng khó tính: Chia lớp thành 2 đội. THV đóng vai một nữ hoàng khó tính. Vì khó tính nên nữ hoàng đòi hỏi mỗi đội phải mang đến cho nữ hoàng một số ‘báu vật’ khó tìm. Mỗi lần yêu cầu một đồ vật. Đội nào mang được nhiều ‘báu vật’ đúng yêu cầu và nhanh nhất sẽ là đội chiến thắng. *Ghi chú: đảm bảo các đội phải đứng cách nữ hoàng khoảng cách như nhau. Nữ hoàng có thể yêu cầu một số đồ vật như: một chiếc bút màu đỏ/một chiếc khăn, một cái tất/ một cái thắt lưng....*

18. Truyền thư qua vai: dùng một tờ giấy bìa gập nhỏ để còn khoảng 25 cm x 5 cm. Yêu cầu mọi người đứng thành vòng tròn vai sát vai. Đề nghị mọi người truyền miếng bìa (lá thư) bằng vai theo một chiều nhất định. Người nào làm rớt lá thư sẽ bị phạt.

19. Bước chân Trường Sơn:

Yêu cầu người chơi vỗ tay theo nhịp chân của người trưởng trò khi chân người trưởng trò chạm đất. Nếu người trưởng trò không chạm chân xuống đất mà người chơi vỗ tay là phạm luật. Người bị phạm luật sẽ bị ra khỏi cuộc chơi.

20. Làm theo tôi nói

“Cầm tay nhau đi, xem ai có giận hờn gì. Cầm tay nhau đi, xem ai có giận hờn chi. Mình là anh em, có chi đâu mà giận hờn Cầm tay nhau đi, hãy cầm tay nhau đi” Đề nghị lớp đứng thành vòng tròn vừa chơi vừa hát bài hát trên. Người trưởng trò yêu cầu các hành động khác thay thế hành động ‘cầm tay’ bằng cách vừa hát và vừa thay cụm từ ‘cầm tay nhau đi’ bằng những hành động khác VD: “Kề vai nhau đi” hoặc “kề lưng nhau đi” hoặc “Sờ tai nhau đi” vv...Người chơi vừa hát và vừa hành động như yêu cầu.

21. Cua cắp

Người chơi đứng thành vòng tròn. Tay trái xoè ra. Tay phải để ngón trỏ vào bàn tay xoè ra của người bên cạnh (giống trò chơi ù à ù ập). Người quản trò nói ‘đi chợ, đi chợ’. Người chơi hỏi ‘mua gì? mua gì? Người quản trò có thể nói bất kỳ đồ mua sắm gì. Chú ý: sau mỗi từ, người quản trò lại nói lại “đi chợ, đi chợ”. Khi người quản trò nói đến từ “mua cua” người chơi phải: tay trái túm lấy ngón tay trỏ của người bên cạnh. Tay phải rút nhanh ra khỏi bàn tay người khác. Ai bị túm tay là người thua cuộc.

22. ‘Bảy’ chớ đọc

Người chơi đứng thành vòng tròn lần lượt đếm số. Luật chơi như sau: người chơi đọc to số, riêng đến số có từ “bảy” hoặc những số chia hết cho bảy người chơi không được đọc số, thay vào đó là vỗ tay. Ai làm nhầm sẽ thua cuộc. VD: 1,2,3...6, ‘vỗ tay’ (thay cho số 7 vì 7 chia hết cho 7), 8, 9,...,13, ‘vỗ tay’ (thay cho số 14 vì 14 chia hết cho 7).