



TRUYỀN THÔNG TRỰC TIẾP VỀ BẢO HIỂM XÃ HỘI, BẢO HIỂM Y TẾ



ThS.BS. Đào Thị Tuyết



Nội dung trình bày

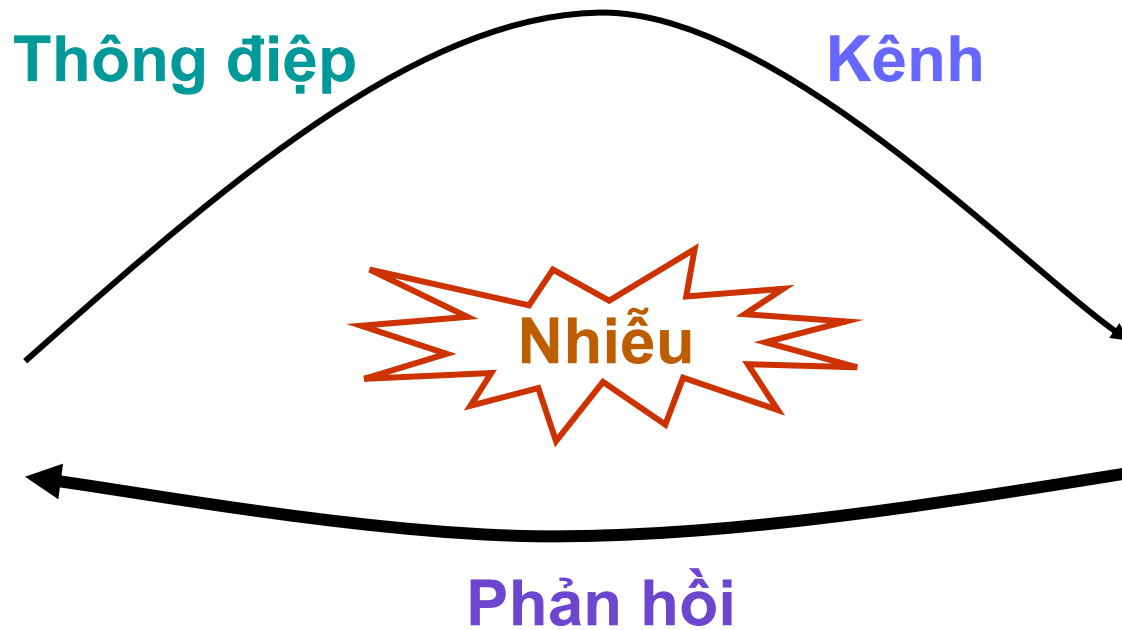
1. Khái niệm và mô hình truyền thông
2. Phân tích đối tượng truyền thông
3. Lập kế hoạch truyền thông
4. Kỹ năng giao tiếp hiệu quả
5. Một số hình thức truyền thông trực tiếp
6. Sử dụng tài liệu truyền thông
7. Đóng vai truyền thông
8. Kết luận

Khái niệm truyền thông

Truyền thông là quá trình trao đổi thông tin **hai chiều** giữa người truyền và người nhận về một vấn đề nào đó nhằm **nâng cao kiến thức, thay đổi thái độ, thay đổi hành vi** của người nhận.



Mô hình truyền thông



Người truyền

Người nhận

Các yếu tố của quá trình truyền thông

- **Người truyền:** là người khởi xướng quá trình truyền thông
- **Người nhận** (đối tượng truyền thông): là người cần thay đổi hành vi
- **Thông điệp:** nội dung truyền thông được trình bày ngắn gọn, rõ ràng, khuyến khích hành động
- **Kênh:** là cách chuyển tải thông điệp đến đối tượng truyền thông, có thể trực tiếp hoặc gián tiếp
- **Phản hồi:** thông tin, ý kiến, phản ứng từ phía người nhận
- **Nhiều:** những yếu tố gây cản trở quá trình truyền thông

Phân tích đối tượng

- Tuổi, giới, dân tộc, tôn giáo
- Trình độ, nghề nghiệp
- Thói quen, sở thích
- Thu nhập, phong cách chi tiêu
- Sự quan tâm
- Các mối quan hệ
-



Lập kế hoạch truyền thông

Cơ sở lập kế hoạch:

- Kế hoạch tổng thể của trung ương
- Tình hình thực tế ở địa phương

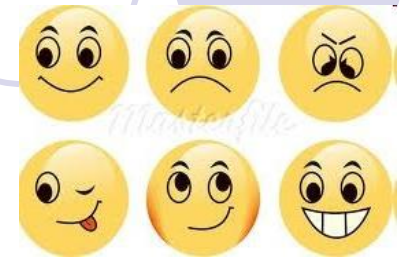
Tiêu chí một bản kế hoạch:

- Cụ thể
- Phù hợp
- Khả thi
- Bao gồm kế hoạch thực hiện và kế hoạch giám sát, kế hoạch dài hạn và kế hoạch ngắn hạn

Kỹ năng giao tiếp hiệu quả

- Kỹ năng giao tiếp không lời
- Kỹ năng trình bày
- Kỹ năng lắng nghe
- Kỹ năng đặt câu hỏi
- Kỹ năng quan sát
- Kỹ năng động viên

Kỹ năng giao tiếp không lời



- ✓ Loại bỏ vật cản
- ✓ Chọn vị trí và khoảng cách phù hợp, ngang bằng với đối tượng
- ✓ Tư thế thoải mái
- ✓ Nhìn vào mắt đối tượng thể hiện sự quan tâm
- ✓ Nét mặt thay đổi phù hợp
- ✓ Trang phục chỉnh tề, tương xứng hoàn cảnh
- ✓ Thái độ hòa nhã, thân thiện.

Kỹ năng trình bày

- Nói rõ ràng, mạch lạc, logic, đơn giản, ngắn gọn
- Có âm điệu, ngữ điệu phù hợp
- Tập trung vào chủ đề chính
- HÀi hước khi có thể
- Nhiệt tình, quan tâm người nghe
- Kết hợp hài hòa với ngôn ngữ không lời.



Kỹ năng lắng nghe



- ❖ Thái độ tôn trọng, cởi mở và kiên nhẫn
- ❖ Sử dụng các từ đệm (à, thế à, tôi hiểu....)
- ❖ Nhắc lại những điểm quan trọng để khuyến khích đối tượng nói
- ❖ Lắng nghe một cách khách quan.

Kỹ năng đặt câu hỏi



- Đặt câu hỏi vào thời điểm thích hợp
- Bắt đầu bằng những câu hỏi đơn giản, dễ trả lời
- Câu hỏi ngắn gọn, rõ ràng, mạch lạc
- Đặt câu hỏi cho những người mạnh dạn trước
- Cân nhắc khi đặt câu hỏi, tránh gây tổn thương và khó khăn cho đối tượng
- Sử dụng các loại câu hỏi một cách phù hợp.

Kỹ năng quan sát



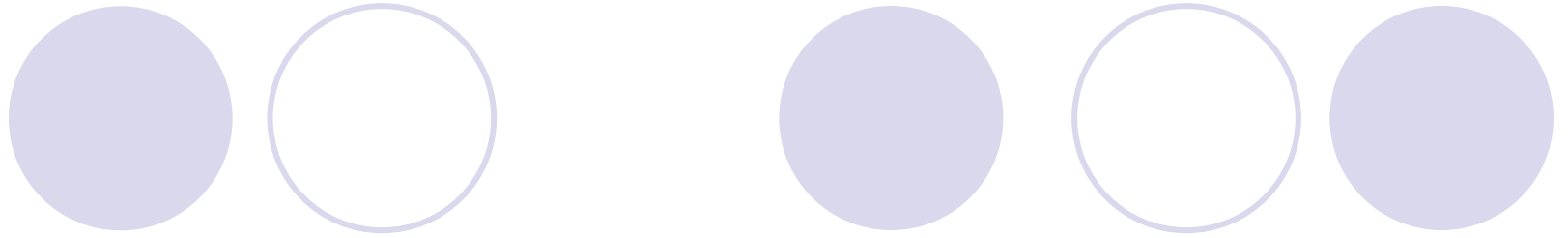
- Chọn vị trí quan sát và di chuyển hợp lý
- Tế nhị, lịch sự
- Bao quát, liên tục và khách quan
- Thái độ động viên, khích lệ
- Lưu ý những thời điểm mà đối tượng có phản ứng đặc biệt.

The top of the slide features a decorative header. On the left, there are three circles: a solid light purple circle, an empty white circle with a light purple outline, and another solid light purple circle. To the right of these is a larger empty white circle with a light purple outline, and further right is an illustration of two hands in a clapping gesture, wearing black suit sleeves with white cuffs.

Kỹ năng động viên

- Tạo không khí thân mật, cởi mở
- Thể hiện sự đồng cảm
- Khen chê đúng chỗ, đúng lúc
- Hỏi ý kiến.





Hình thức truyền thông

- Nói chuyện với nhóm
- Thảo luận nhóm
- Thăm hộ gia đình
- Tư vấn
- Phổ biến kiến thức tại cộng đồng

Sử dụng tài liệu truyền thông

- **Tài liệu sẵn có:** tranh gấp, tờ rơi, bài phát thanh, video clip, motion graphics...
- **Cách sử dụng:**
 - ✓ **Lựa chọn tài liệu** phù hợp với nội dung, hình thức truyền thông; sở thích của đối tượng; hoàn cảnh nơi tổ chức hoạt động truyền thông
 - ✓ Tìm hiểu kỹ để **thấu hiểu** các thông điệp của tài liệu trước khi tiến hành truyền thông
 - ✓ **Sử dụng thành thạo** tài liệu khi truyền thông
 - ✓ **Phát tài liệu** cho đối tượng đúng thời điểm.

Thực hành đóng vai

- Các học viên cùng tỉnh/tp tạo thành 1 nhóm
- Mỗi nhóm nhận một tình huống
- Các nhóm xây dựng kịch bản và tập đóng vai, thời gian chuẩn bị: 15 phút
- Đóng vai trình diễn: 5-7 phút/nhóm
- Nhận xét, rút kinh nghiệm



Kết luận

- **Truyền thông** là hoạt động vô cùng **quan trọng** để gia tăng số lượng người tham gia BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình.
- Đặc trưng của truyền thông là tính **hai chiều**. Trong mô hình truyền thông, yếu tố **người nhận (đối tượng)** là **quan trọng nhất** và cần được phân tích kỹ trước khi thực hiện truyền thông.
- **Phối hợp** nhiều hình thức truyền thông, nhiều loại tài liệu truyền thông để đạt hiệu quả cao.
- Người thực hiện truyền thông cần có **kiến thức** và **kỹ năng** truyền thông.
- **Lập kế hoạch** chu đáo và cụ thể là chìa khóa của thành công.

Nguồn tài liệu tham khảo

- ✓ Cổng Thông tin điện tử BHXH Việt Nam
<https://baohiemxahoi.gov.vn>
- ✓ Danh mục tài liệu truyền thông và các văn bản liên quan do Trung tâm Truyền thông – BHXH Việt Nam cung cấp
- ✓ Kỹ năng truyền thông giáo dục sức khỏe trực tiếp (Bộ Y tế - năm 2018)



Xin trân trọng cảm ơn!

