

Đổi mới hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật ở Việt Nam hiện nay

PGS, TS. TRƯƠNG NGỌC NAM

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: truongngocnam59@gmail.com

Nhận ngày 17 tháng 12 năm 2025; chấp nhận đăng tháng 1 năm 2026.

Tóm tắt: Truyền thông chính sách, pháp luật là một nội dung không thể thiếu trong quá trình xây dựng, ban hành, tổ chức thực hiện và đánh giá chính sách, pháp luật, góp phần quan trọng đảm bảo yêu cầu chất lượng, hiệu lực, hiệu quả của chính sách, pháp luật. Trong quá trình đổi mới đất nước dưới sự lãnh đạo của Đảng, truyền thông chính sách, pháp luật ngày càng đổi mới mạnh mẽ về nội dung, phương thức, năng lực của các chủ thể và hiệu quả truyền thông không ngừng được nâng cao. Trong bối cảnh mới, truyền thông chính sách, pháp luật cần tiếp tục đổi mới hơn nữa, phát huy những thành quả đạt được, khắc phục những hạn chế, ứng dụng thành tựu khoa học, công nghệ, chuyển đổi số, xây dựng một hệ thống truyền thông hiện đại và hội nhập, góp phần đắc lực vào sự phát triển của đất nước trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc.

Từ khóa: truyền thông chính sách; truyền thông chính sách, pháp luật; truyền thông chính sách pháp luật ở Việt Nam.

Abstract: Policy and legal communication constitutes an indispensable task throughout the processes of policy formulation, promulgation, implementation, and evaluation, playing a vital role in ensuring the quality, effectiveness, and efficiency of policies and laws. In the course of national renewal under the Party's leadership, policy and legal communication in Vietnam has undergone significant innovation in terms of content, methods, the capacity of involved actors, and overall communication effectiveness. In the new context, policy and legal communication must continue to innovate further, build upon achieved results, overcome existing limitations, apply advances in science and technology and digital transformation, and develop a modern and internationally integrated communication system. These efforts will make an important contribution to national development in the era of national rise.

Keywords: policy communication; policy and legal communication; policy and legal communication in Vietnam.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh phát triển mạnh mẽ của khoa học, công nghệ, toàn cầu hóa và hội nhập ngày càng sâu rộng, nền truyền thông trên thế giới có sự phát triển mạnh mẽ cả về lý thuyết và thực tiễn, trở thành sức mạnh và sức hút trong đời sống của nhân loại. Đối với nước ta, hệ thống truyền thông nói chung và truyền thông chính sách, pháp luật đã có sự đổi mới và phát triển nhiều mặt, tuy nhiên cũng còn không ít hạn chế, khó khăn cần khắc phục. Vì vậy cần thiết phải đẩy mạnh nghiên cứu, tiếp thu có chọn lọc những lý thuyết truyền thông hiện đại và hiệu quả của thế giới, đồng thời nhận diện rõ hơn những ưu điểm, hạn chế, những yêu cầu và giải pháp không ngừng đổi mới, xây dựng hệ thống truyền thông chính sách,

pháp luật ngày càng hiện đại, hiệu quả để đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ đột phá chiến lược, hoàn thiện thể chế phát triển Việt Nam trong kỷ nguyên mới.

2. Nội dung

2.1. Đặc điểm, vai trò, mô hình và các yếu tố tác động đến truyền thông chính sách, pháp luật

Truyền thông chính sách, pháp luật là bộ phận của truyền thông chính trị, gắn với quá trình xây dựng, ban hành, quán triệt, tổ chức thực hiện và sơ kết, tổng kết đánh giá kết quả thực hiện chính sách, pháp luật của Nhà nước trong thực tiễn. Đó là quá trình các chủ thể bao gồm các cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị - xã hội, các cơ quan báo chí, truyền thông sử dụng các phương tiện và phương thức truyền thông khác nhau để trao đổi thông tin, định hướng đến các nhóm

đối tượng khác nhau (người dân, doanh nghiệp, tổ chức xã hội, báo chí, cộng đồng quốc tế,...), nhằm tạo sự hiểu biết về nội dung, mục tiêu, ý nghĩa của chính sách, pháp luật, đi đến thống nhất về nhận thức và hành động trong xã hội.

Truyền thông chính sách, pháp luật có những đặc điểm sau: *Một là*, gắn với các cơ quan nhà nước, các tổ chức chính trị - xã hội, thể hiện quyền lực công trong việc hoạch định, ban hành và tổ chức thực hiện chính sách, pháp luật của Nhà nước. *Hai là*, mang tính định hướng, không chỉ cung cấp thông tin mà còn định hướng nhận thức tư tưởng, thái độ và hành vi của công chúng, đồng thời nhấn mạnh ý nghĩa chính trị, pháp lý, xã hội của chính sách, pháp luật. *Ba là*, có tính công chúng và đa chiều, truyền thông hướng đến nhiều nhóm công chúng với nhu cầu, trình độ và lợi ích khác nhau; truyền thông không còn một chiều mà có sự phản hồi, thảo luận và phản biện từ xã hội. *Bốn là*, mang tính liên tục và chu trình, truyền thông diễn ra trong toàn bộ quá trình chính sách, không chỉ giải thích, truyền đạt khi các văn bản chính sách, pháp luật đã ban hành, mà ngay từ khi bắt đầu xây dựng chính sách pháp luật cũng cần truyền thông tham vấn, phản biện, lấy ý kiến xã hội nhằm đảm bảo tính công bằng, khách quan, minh bạch, khả thi, không bị lợi ích nhóm thao túng. *Năm là*, mang tính tổng hợp về phương thức, sử dụng đồng thời nhiều kênh (truyền thông đại chúng, hội nghị, hội thảo, mạng xã hội, các nền tảng số, kết hợp truyền thông truyền thống (tuyên truyền trực tiếp, hội nghị nhân dân...) và truyền thông hiện đại (livestream, infographic, AI chatbot, dữ liệu mở...)).

Truyền thông chính sách, pháp luật có vai trò rất quan trọng và không thể thay thế trong quá trình xây dựng, ban hành, tổ chức thực hiện, đánh giá hiệu lực, hiệu quả của chính sách, pháp luật. *Đối với Nhà nước*, truyền thông chính sách, pháp luật là công cụ quản lý và điều hành xã hội, giúp Nhà nước xây dựng thể chế, chính sách, đúng đắn, kịp thời đưa vào cuộc sống, biến văn bản pháp lý thành hành động thực tiễn. Truyền thông chính sách, pháp luật góp phần tạo sự minh bạch, công khai, tăng niềm tin của nhân dân vào hệ thống chính sách, pháp luật và hiệu lực, hiệu quả quản lý của Nhà nước, đồng thời còn giúp phòng ngừa khủng hoảng, giải thích kịp thời khi xảy ra,

tránh hiểu sai, xuyên tạc. *Đối với người dân, doanh nghiệp, tổ chức xã hội*, truyền thông chính sách, pháp luật có vai trò nâng cao nhận thức, thông qua truyền thông nắm rõ quyền lợi, nghĩa vụ, cơ hội và trách nhiệm khi thực thi chính sách, pháp luật, đồng thời thúc đẩy sự tham gia vào quá trình chính sách, do các đối tượng truyền thông có thể góp ý, phản hồi, đề xuất ý kiến, góp phần tạo sự đồng thuận xã hội và ủng hộ của công chúng. *Đối với xã hội*, truyền thông chính sách, pháp luật là cầu nối giữa Nhà nước và nhân dân, giúp các bên gần nhau hơn, hiểu nhau hơn. Chính sách, pháp luật được truyền thông tốt sẽ hạn chế mâu thuẫn, xung đột lợi ích, góp phần quan trọng vào ổn định xã hội. Truyền thông tốt xã hội được định hướng theo những mục tiêu, nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội, bảo vệ môi trường, thực hiện công bằng và tiến bộ xã hội, xây dựng nền văn hóa tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc.

Hiện nay trên thế giới và Việt Nam đang ứng dụng nhiều mô hình truyền thông chính sách, pháp luật. Mô hình truyền thông một chiều (linear model), mô hình mang tính chất truyền thống, thường được sử dụng trong lĩnh vực truyền thông chính trị. Đặc điểm của mô hình này là thông tin từ chủ thể truyền thông đến đối tượng theo kênh chính thống (báo chí, phát thanh, truyền hình, các loại văn bản...). Mô hình này giúp phổ biến nhanh, đồng loạt các văn bản chính sách, pháp luật của Nhà nước, tuy nhiên hạn chế của mô hình là thiếu sự phản hồi từ các đối tượng chịu ảnh hưởng của chính sách, pháp luật, công chúng dễ bị thụ động trong tiếp cận, lĩnh hội, nếu thông tin chưa rõ ràng có thể dẫn đến hiểu sai, thậm chí phản ứng tiêu cực từ phía công chúng. Mô hình truyền thông hai chiều đối xứng (two - way symmetric model - grunig), đặc điểm của mô hình này là các chủ thể truyền thông không chỉ truyền đạt thông tin mà còn lắng nghe, tham vấn ý kiến từ đối tượng truyền thông. Thông qua cơ chế đối thoại, phản hồi, khảo sát dư luận, lấy ý kiến rộng rãi các chủ thể truyền thông thu nhận quan điểm, ý chí, nguyện vọng của các đối tượng truyền thông để đưa vào quá trình xây dựng chính sách, pháp luật, tạo sự đồng thuận xã hội, giảm xung đột, tăng hiệu quả thực thi.

Ngoài ra còn có các mô hình khác được sử dụng kết hợp với hai mô hình trên. Mô hình truyền thông

định hướng - thuyết phục (persuasive model) hướng tới đến việc thuyết phục công chúng chấp nhận và ủng hộ chính sách, pháp luật bằng cách giải thích, chứng minh lợi ích từ thực hiện pháp luật, thông qua việc sử dụng phương thức như hình ảnh, câu chuyện điển hình, những người có ảnh hưởng đến cộng đồng, các dữ liệu khoa học. Ưu điểm của mô hình là tác động đến nhận thức, thái độ và hành vi công chúng, phù hợp với các chính sách, pháp luật mới và khó, liên quan đến lợi ích quảng đại công chúng. Mô hình truyền thông tham gia (participatory communication model) được ứng dụng trong một số quá trình hoạch định chính sách liên quan trực tiếp đến cộng đồng dân cư. Đặc điểm của mô hình này là người dân, các tổ chức xã hội tham gia trực tiếp vào quá trình xây dựng và thực thi chính sách. Cơ chế thực hiện thông qua các diễn đàn, hội thảo, tọa đàm, khảo sát online, tham vấn cộng đồng. Ưu điểm của mô hình này là tăng tính hợp pháp và hợp lý chính sách, pháp luật, do công chúng cảm thấy mình là một phần của chính sách. Mô hình truyền thông mạng xã hội (social media model) cũng được ứng dụng ngày càng phổ biến trong điều kiện công nghệ thông tin, mạng Internet phát triển mạnh mẽ. Đặc điểm của mô hình này là thông tin chính sách, pháp luật được lan tỏa qua các nền tảng số: Facebook, Zalo, TikTok, YouTube... Ưu điểm của mô hình này có tốc độ nhanh, đa chiều, nhưng có cả thông tin chính thống và phi chính thống. Thách thức lớn nhất của mô hình này là khó kiểm soát tin giả, xuyên tạc và cần cơ chế phản hồi nhanh. Mô hình này ở nước ta đang được giới trẻ ưa dùng để tiếp cận thông tin, nhưng cũng có nhiều cơ quan, tổ chức sử dụng trên nền tảng số để giải thích chính sách, pháp luật, như thuế điện tử, cải cách thủ tục hành chính... mang lại hiệu quả xã hội. Mô hình truyền thông theo chu trình chính sách (policy cycle model) đặc biệt thích hợp với truyền thông chính sách, pháp luật ở nước ta hiện nay. Đặc điểm của mô hình này là truyền thông tham gia toàn quá trình, trong tất cả các khâu của quá trình chính sách, pháp luật, gắn chặt giữa truyền thông và các cơ quan quản lý nhà nước. Trong giai đoạn xây dựng chính sách, mô hình được sử dụng để thu thập thông tin ban đầu thông qua việc lấy ý kiến tham vấn, tư vấn chuyên gia; giai đoạn ban hành chính sách, tham

gia công bố, giải thích nội dung, hình thức, ý nghĩa của chính sách, pháp luật; giai đoạn thực thi chính sách, tham gia hướng dẫn, giám sát, phản hồi ý kiến của các đối tượng truyền thông; giai đoạn đánh giá, tham gia phản hồi kết quả thực hiện và tiếp nhận ý kiến của người dân về hiệu lực, hiệu quả chính sách, pháp luật, từ đó các chủ thể điều chỉnh cho phù hợp với thực tiễn. *Mô hình truyền thông khủng hoảng* (crisis communication model) thường được sử dụng trong tình huống chính sách, pháp luật gây tranh cãi, hoặc khủng hoảng truyền thông. Mô hình này hoạt động trên nguyên tắc minh bạch, kịp thời, chính xác, có chủ thể phát ngôn chính thức, giúp ổn định dư luận, giảm tin đồn thất thiệt.

Trong các mô hình truyền thông nêu trên, thực tế không có mô hình nào là tối ưu tuyệt đối mà thường phải kết hợp linh hoạt với nhau. Mô hình truyền thông một chiều kết hợp với mô hình thuyết phục, giúp phổ biến nhanh thông tin chính sách, pháp luật. Mô hình truyền thông hai chiều kết hợp với truyền thông tham gia góp phần tạo đồng thuận xã hội. Mô hình truyền thông theo chu trình chính sách có nhiều ưu điểm nhưng cần phải kết hợp với các mô hình khác trong mỗi giai đoạn chính sách để đảm bảo tính hệ thống. Mô hình mạng xã hội kết hợp với mô hình truyền thông khủng hoảng có tác dụng trong xử lý khủng hoảng một cách nhanh chóng các tình huống nhạy cảm.

Truyền thông chính sách ở mỗi nước chịu sự tác động của nhiều yếu tố khác nhau. Các yếu tố về chính trị, pháp lý tác động đến mục tiêu định hướng, nội dung, cách thức truyền thông. Ở nước ta, truyền thông chính sách, pháp luật phải đảm bảo quán triệt quan điểm, chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; tính công khai, minh bạch, dân chủ lấy người dân làm trung tâm, đồng thời phải đảm bảo qui định của pháp luật. Các yếu tố văn hóa - xã hội như trình độ dân trí, văn hóa chính trị, các yếu tố địa phương, vùng, miền, độ tuổi, trình độ học vấn, nghề nghiệp, thu nhập của đối tượng có ảnh hưởng đến việc tham gia, tiếp cận phương tiện, phương thức truyền thông. Sự tác động của các yếu tố kinh tế - kỹ thuật, do truyền thông là hoạt động phức tạp, tốn kém cần điều kiện nguồn lực để duy trì, vận hành bộ máy và các phương tiện truyền thông

trong toàn bộ chu trình chính sách; đồng thời sự phát triển về khoa học, công nghệ có ảnh hưởng trực tiếp đến việc lựa chọn phương thức, chất lượng, hiệu quả truyền thông. Về các yếu tố tác động từ các chủ thể truyền thông. Chủ thể truyền thông phải có năng lực đề xuất, chủ trì xây dựng chương trình, kế hoạch một cách khoa học; đồng thời với một đội ngũ có năng lực trí tuệ, kỹ năng nghề nghiệp trong xây dựng, sáng tạo nội dung, thông điệp, sử dụng công cụ số, xử lý khủng hoảng. Năng lực của đội ngũ cán bộ truyền thông là yếu tố quyết định đến chất lượng, hiệu quả truyền thông chính sách, pháp luật. Bối cảnh quốc tế, xu thế toàn cầu hóa và hội nhập cũng là yếu tố tác động đến truyền thông chính sách, pháp luật. Mặt tích cực, tác động mở rộng không gian truyền thông chính sách, pháp luật ra bên ngoài, hình ảnh quốc gia dễ dàng được quảng bá ra thế giới; đồng thời là kênh để tiếp thu tri thức, kinh nghiệm truyền thông của các nước. Mặt tiêu cực, các thể lực thù địch lợi dụng kênh truyền thông gây nhiễu loạn thông tin, chống phá Đảng, Nhà nước và chế độ.

2.2. Thực trạng truyền thông chính sách, pháp luật ở Việt Nam hiện nay

Trong thời kỳ đổi mới, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội, xây dựng Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa, truyền thông chính sách, pháp luật có sự phát triển mạnh mẽ về nhiều mặt, góp phần hoàn thiện thể chế, chính sách, pháp luật, tạo môi trường, động lực để đất nước phát triển và hội nhập.

- *Các chủ thể tham gia truyền thông chính sách, pháp luật ngày càng đông đảo.* Trong đó các cơ quan nhà nước, báo chí, truyền thông vẫn giữ vai trò chủ đạo, mạng xã hội và tổ chức, chính trị, xã hội, nghề nghiệp đóng vai trò ngày càng quan trọng, đồng thời các nhân sĩ, trí thức, chuyên gia, người nổi tiếng và công chúng tham gia vào quá trình truyền thông chính sách, pháp luật với tinh thần trách nhiệm và tính tích cực chính trị ngày càng cao. Các cơ quan của Quốc hội, Chính phủ, các bộ, ngành và chính quyền địa phương sử dụng rộng rãi các kênh truyền thông, như cổng thông tin điện tử, các trang web để triển khai kế hoạch truyền thông, công bố các dự thảo văn bản chính sách, pháp luật, tương tác, lấy ý kiến rộng rãi của công chúng. Hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật của các cơ quan báo chí sự thay

đổi mạnh mẽ theo hướng giải thích, phân tích, trao đổi chính sách, pháp luật thay vì chỉ đưa tin một chiều, khô cứng. Hầu hết các báo in, báo điện tử, phát thanh, truyền hình và các nền tảng số ứng dụng rộng rãi công nghệ thông tin, AI, dữ liệu lớn, các nền tảng số, phát triển mạnh mẽ và đa dạng hóa phương thức truyền thông để không ngừng nâng cao chất lượng, hiệu quả truyền thông chính sách, pháp luật. Nhiều tờ báo có chuyên mục riêng về chính sách, pháp luật, cải cách hành chính, như chuyên mục chính sách & cuộc sống, hộp thư truyền hình, tọa đàm, đối thoại chính sách. Các báo điện tử phát triển mạnh, phát huy ưu thế ở tốc độ và khả năng kết hợp multimedia (infographic, clip ngắn) để truyền thông chính sách, pháp luật kịp thời, hiệu quả. Các đài phát thanh, truyền hình phát triển công nghệ số hóa để mở rộng không gian, đối tượng tương tác ở mọi nơi, mọi lúc, mọi nhà, kịp thời, hấp dẫn; một số đài truyền hình phát trực tiếp các phiên chất vấn Quốc hội, các cuộc họp báo của Chính phủ, bộ, ngành tạo hiệu ứng lan tỏa.

- *Các chủ thể truyền thông không ngừng nâng cao tính chuyên nghiệp trong hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật.* Các chủ thể truyền thông đều đổi mới, vận dụng sáng tạo công nghệ hiện đại trong thiết kế nội dung và phương thức truyền thông. Các phương thức hội thảo, tọa đàm, tham vấn, phản biện, lấy ý kiến của các cơ quan, tổ chức chính trị, xã hội, các chuyên gia và công chúng được sử dụng rộng rãi trong hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật. Phương thức tiếp xúc, tiếp nhận ý kiến công chúng, cử tri, tổ chức tham vấn, đối thoại với công chúng cũng được nhiều cơ quan công quyền sử dụng để người dân góp ý các văn bản chính sách, pháp luật. Nhiều cơ quan nhà nước sử dụng cổng thông tin điện tử, trang website, sử dụng nền tảng số, mạng xã hội để lập fanpage chính thức, infographic, livestream, clip ngắn, chatbot và các mạng Facebook, Zalo, TikTok, YouTube để công bố, giải thích, hỗ trợ thủ tục hành chính, tư vấn chính sách, pháp luật đối với người dân; xây dựng kênh thông tin chính thức, phản hồi và kiểm chứng tin giả. Các phương thức hội thảo, tham vấn, đối thoại công chúng được các cơ quan nhà nước và các chủ thể truyền thông ngày càng coi trọng và sử dụng rộng rãi. Nhiều hội thảo, tọa đàm,

đối thoại chính sách, tham vấn công chúng... được tổ chức nhiều hơn ở cấp Trung ương và địa phương, tạo không gian đối thoại giữa các cơ quan nhà nước và xã hội, qua đó phổ biến, giải thích và lấy ý kiến công chúng đối với chính sách, pháp luật. Các hội thảo khoa học, đối thoại với doanh nghiệp, các chương trình phổ biến pháp luật trên các nền tảng số góp phần đưa chính sách, pháp luật đến các đối tượng ở vùng sâu vùng xa. Nhiều hoạt động như công bố dự thảo luật, các bộ luật, các nghị định, thông tư kèm theo trên cổng thông tin để lấy ý kiến rộng rãi nhân dân (ví dụ: Luật Đất đai sửa đổi, Luật Đầu thầu, Luật Bảo vệ môi trường...). Trong chuyển đổi số, xây dựng chính phủ số, một số mô hình “chính quyền điện tử” cho phép người dân góp ý trực tuyến chính sách, pháp luật.

Tuy nhiên, hạn chế trong truyền thông chính sách của không ít cơ quan nhà nước có trách nhiệm đề xuất, chủ trì hoạch định chính sách, pháp luật ở các cấp chưa phát huy đầy đủ vai trò, sức mạnh của truyền thông trong toàn bộ chu trình chính sách; có cơ quan vẫn coi truyền thông là khâu “sau cùng”, chỉ phổ biến khi chính sách pháp luật đã ban hành; truyền thông chưa bám sát toàn diện quy trình chính sách - pháp luật, thiếu tính dự báo và tham vấn sớm, đánh giá, phản hồi chính sách - pháp luật chưa được coi trọng. Năng lực truyền thông của một số cơ quan nhà nước còn hạn chế, bị động, chắp vá, thiếu chiến lược tổng thể. Một số luật, bộ luật khi ban hành chưa có kế hoạch truyền thông bài bản, dẫn đến lúng túng trong giải thích, thậm chí gây hiểu lầm. Đội ngũ làm truyền thông chính sách, pháp luật trong các cơ quan nhà nước còn mỏng; năng lực chưa cao, thiếu chuyên môn sâu về truyền thông hiện đại. Phương thức truyền thông của không ít cơ quan công quyền còn khô cứng, hành chính, nghèo nàn, chưa phù hợp với các đối tượng công chúng, khó tiếp cận với các nhóm dân cư. Cơ chế đối thoại giữa cơ quan quản lý và người dân còn hạn chế, chưa thành thông lệ, nhiều ý kiến góp ý chưa được tiếp thu, phản hồi đầy đủ; phương thức lấy ý kiến, tham vấn chính sách, phản biện xã hội đối với các cơ quan, tổ chức chính trị, xã hội, các chuyên gia và cử tri mang tính hình thức. Quản lý mạng xã hội chưa có cơ chế hữu hiệu để phản hồi nhanh, kịp thời xử lý khủng hoảng truyền

thông, ngăn chặn tin giả, tin xấu độc.

Các cơ quan báo chí luôn là lực lượng chủ đạo trong truyền thông chính sách, pháp luật, thực hiện vai trò tuyên truyền, giải thích, định hướng, giúp công chúng tiếp cận chính sách, pháp luật, nâng cao ý thức trách nhiệm thực hiện chính sách - pháp luật cho người dân, đồng thời tích cực đi đầu trong phản ánh dư luận xã hội, phản biện, kiến nghị điều chỉnh chính sách, pháp luật. Hạn chế của một số cơ quan báo chí hiện nay còn phụ thuộc nguồn tin từ cơ quan nhà nước, nặng về tuyên truyền một chiều, thiếu tính tương tác, phản biện. Không ít bài báo mới dừng lại ở mức “truyền đạt thông tin”, “sao chép” thông cáo báo chí, thiếu phân tích, phản biện, đánh giá chủ trương, chính sách của Đảng và pháp luật của Nhà nước theo chiều sâu. Năng lực và hiểu biết chính sách, pháp luật của phóng viên không đồng đều, đôi khi còn diễn giải sai lệch. Sự chậm đổi mới ở một số tờ báo chí truyền thống, khó cạnh tranh về tốc độ với mạng xã hội và xu thế phát triển truyền thông trên thế giới.

Trong bối cảnh bùng nổ công nghệ thông tin, bên cạnh báo chí chính thống, mạng xã hội ngày càng đóng vai trò rộng lớn trong truyền thông chính sách, pháp luật. Ưu thế và sức mạnh của mạng xã hội được các chủ thể truyền thông chủ động sử dụng đổi mới, nâng cao hiệu quả tuyên truyền. Nhiều bộ ngành đã sử dụng các fanpage chính thức để tuyên truyền, giải thích, đối thoại chính sách, hoặc sử dụng công nghệ số, như infographic, livestream, clip ngắn, chatbot hỗ trợ giải thích thủ tục hành chính đối với người dân, ngược lại, mạng xã hội được phát huy để người dân không chỉ tiếp nhận, mà còn tham gia bình luận, phản biện, chia sẻ, tạo hiệu ứng lan tỏa nhanh chóng trong xã hội. Tuy nhiên sử dụng nền tảng số, mạng xã hội trong truyền thông cũng gặp những khó khăn, thách thức, đó là tốc độ lan truyền quá nhanh, nếu cơ quan nhà nước và các cơ quan báo chí, truyền thông chậm phản hồi sẽ mất thế chủ động ứng phó. Nạn tin giả, tin xuyên tạc, những bình luận tiêu cực lan truyền nhanh, đặc biệt liên quan đến những vấn đề nhạy cảm về chính sách, pháp luật rất khó kiểm soát. Tính chính thống của nguồn thông tin đôi khi bị lẫn lộn giữa kênh chính thức và kênh cá nhân, từ đó gây ảnh hưởng đến niềm tin của công chúng vào pháp luật

của Nhà nước.

Các tổ chức chính trị, xã hội, nghề nghiệp, giới chuyên gia, nhà khoa học tham gia ngày càng sâu rộng vào hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật. Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội, các hiệp hội nghề nghiệp thông qua các kênh truyền thông đại chúng, nền tảng số, mạng xã hội, các diễn đàn, hội thảo để phản ánh ý kiến cộng đồng doanh nghiệp và người dân, đồng thời thực hiện vai trò giám sát, phản biện, đóng góp ý kiến, định hướng, lan tỏa tinh thần chính sách pháp luật của Nhà nước. Hạn chế trong hoạt động truyền thông chính sách - pháp luật của các tổ chức chính trị - xã hội, nghề nghiệp là vai trò chưa đồng đều, chất lượng hoạt động truyền thông nhiều tổ chức xã hội, nghề nghiệp chưa cao, còn hình thức, ít tiếng nói thực chất, vai trò tư vấn, cho ý kiến, phản biện chính sách, pháp luật của một số tổ chức còn lu mờ. Nhiều tổ chức xã hội, nghề nghiệp còn thiếu nguồn lực và đội ngũ cán bộ có tính chuyên nghiệp cao trong công tác truyền thông.

- Phương thức truyền thông chính sách, pháp luật phát triển ngày càng phong phú, hiện đại. Trong quá trình đổi mới, truyền thông chính sách, pháp luật ở nước ta đã hình thành hệ thống đa kênh, đa phương thức, từ truyền thông đại chúng đến các nền tảng số, mạng xã hội, hội thảo, tọa đàm, tham vấn công chúng. Xu hướng nổi bật của truyền thông chính sách, pháp luật ở nước ta hiện nay là chuyển từ một chiều sang hai chiều, truyền thông vừa là “kênh tiếp ứng” của các cơ quan nhà nước, vừa là “kênh lắng nghe” tiếng nói của công chúng, làm tăng tính minh bạch và đối thoại, hỗ trợ việc triển khai pháp luật một cách hiệu quả và bền vững. Mặc dù truyền thông tương tác đã trở thành xu hướng chung đem lại những kết quả nhất định, nhưng hạn chế lớn nhất hiện nay là thông tin còn một chiều, thiếu đối thoại, tính tương tác thực chất còn hạn chế. Nhiều chiến dịch truyền thông vẫn nặng về “tuyên truyền”, thiếu cơ chế trao đổi, tham vấn rộng rãi từ công chúng. Ý kiến phản hồi của người dân chưa được chú trọng đầy đủ, làm giảm niềm tin và sự đồng thuận xã hội. Truyền thông chính sách, pháp luật còn hạn chế trong tiếp cận công chúng đa dạng, chưa bao quát hết các đối tượng chịu tác động của pháp luật, chưa thực sự chú trọng đến nhóm yếu thế, vùng sâu, vùng xa chưa có điều kiện

tiếp cận công nghệ. Phương thức hội thảo, tọa đàm, đối thoại, phản biện trên các kênh truyền thông đại chúng và nền tảng số còn mặt hạn chế, người dân tham gia chưa nhiều do thiếu thói quen, thiếu thông tin hoặc thiếu tin tưởng. Nhiều ý kiến góp ý chưa được phản hồi đầy đủ, dẫn tới tình trạng tham vấn, phản biện đối với các văn bản chính sách, pháp luật còn hình thức. Cơ chế đối thoại trực tiếp giữa người dân và nhà quản lý còn hạn chế, chưa thành thông lệ. Một số cơ quan báo chí, truyền thông chưa tận dụng hết tiềm năng, thế mạnh của nền tảng số; nội dung còn nghèo nàn, nặng về thông tin, thiếu chiều sâu, chưa hấp dẫn đối với công chúng. Ngôn ngữ truyền đạt đôi khi khô khan, khó hiểu, chưa gần gũi với đời sống người dân; sử dụng mạng xã hội, nền tảng số nhưng nội dung nhiều khi còn hình thức, thiếu tính tương tác, chưa phù hợp thị hiếu công chúng, nhất là công chúng trẻ; sử dụng công nghệ số nhưng chưa có nhiều sản phẩm sáng tạo (podcast, phim ngắn, minigame chính sách...) để lan tỏa tự nhiên; nguy cơ tin giả, tin sai trên mạng xã hội còn là thách thức lớn nhất.

Truyền thông chính sách, pháp luật ở nước ta hiện nay đã đạt nhiều tiến bộ về năng lực của chủ thể, về kênh truyền tải và hiệu quả chính trị - xã hội. Các mô hình truyền thông chính sách, pháp luật ở nước ta hiện nay đã phát triển theo hướng đa chủ thể - đa kênh - đa chiều - hội nhập. Phương thức truyền thông chính sách, pháp luật có sự phát triển vượt bậc, nhiều mặt không thua kém các nước trong khu vực và trên thế giới. Chất lượng, hiệu quả truyền thông chính sách, pháp luật ở nước ta trong thời gian qua cơ bản đáp ứng yêu cầu nâng cao nhận thức và sự đồng thuận xã hội. Người dân ngày càng quan tâm và tiếp cận thông tin chính sách, pháp luật nhanh chóng, kịp thời. Tuy nhiên vấn đề bức thiết hiện nay đối với truyền thông chính sách, pháp luật là làm sao kết hợp hiệu quả giữa các cơ quan chủ trì chính sách với các chủ thể truyền thông khác; giữa các kênh truyền thông chính thống và các kênh phi chính thống, để vừa bảo đảm tính khoa học, minh bạch, vừa định hướng dư luận, tạo đồng thuận xã hội trong quá trình chính sách; phương thức truyền thông khắc phục tính độc thoại, tăng cường đối thoại, nâng cao tính chuyên nghiệp và sự thích ứng với môi trường số.

2.3. Một số giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả truyền thông chính sách, pháp luật trong bối cảnh mới ở nước ta hiện nay

Trong bối cảnh đất nước bước vào kỷ nguyên phát triển mới, hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật cần tiếp tục đổi mới mạnh mẽ, góp phần thực hiện thắng lợi nhiệm vụ đột phá chiến lược hoàn thiện thể chế phát triển, nâng cao chất lượng chính sách, pháp luật trên cơ sở những giải pháp chủ yếu sau đây:

Nâng cao nhận thức của các chủ thể, hoàn thiện thể chế tạo điều kiện thuận lợi phát triển, phát huy vai trò của truyền thông chính sách, pháp luật.

Trước hết cần nhận thức đúng vị trí, vai trò quan trọng của hoạt động truyền thông trong quá trình chính sách, khắc phục quan niệm không đúng, coi hoạt động truyền thông là “phụ”, chỉ là nhiệm vụ của báo chí, truyền thông. Phải xác định nhiệm vụ truyền thông phải là một nội dung quan trọng không thể thiếu trong toàn bộ quy trình chính sách; là cơ sở để đảm bảo tính công khai, minh bạch, dân chủ, khoa học, lấy người dân làm trung tâm trong xây dựng chính sách, pháp luật của Đảng, Nhà nước.

Tiếp tục hoàn thiện chiến lược và thể chế, pháp luật về truyền thông chính sách. Mặc dù thời gian qua Đảng, Nhà nước đã ban hành nhiều nghị quyết, pháp luật, chiến lược về công tác thông tin tuyên truyền, báo chí - truyền thông, chuyển đổi số quốc gia. Tuy nhiên cần phải đồng bộ, thống nhất trong Chiến lược tổng thể truyền thông chính sách quốc gia, một bộ phận gắn với Chiến lược xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Trên cơ sở đó định hướng chiến lược phát triển ngành, lĩnh vực báo chí, truyền thông, chuyển đổi số. Tiếp tục hoàn thiện thể chế, pháp luật tạo điều kiện, môi trường chính trị - pháp lý nâng cao hiệu quả hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật. Sửa đổi, bổ sung một số điều luật trong Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật (2025), Luật Báo chí (2025), Luật Tiếp cận thông tin (2024), Luật An ninh mạng (2025), trong đó quy định rõ hơn vai trò, trách nhiệm, yêu cầu, nhiệm vụ của các chủ thể truyền thông trong quy trình chính sách, pháp luật; quy định cơ chế tiếp cận, công bố, trao đổi thông tin tạo điều kiện thuận lợi cho các chủ thể tham gia vào quá trình chính sách, pháp luật; hoàn thiện cơ chế tạo môi trường an toàn

cho phản biện xã hội, khuyến khích người dân, chuyên gia, báo chí đóng góp ý kiến trong quá trình xây dựng chính sách, pháp luật.

Phát huy vai trò chủ đạo của các cơ quan báo chí, truyền thông chính thống trong định hướng, dẫn dắt dư luận, đồng thời tham gia quản trị khủng hoảng truyền thông, giảm tác động tiêu cực của tin giả, xuyên tạc trên mạng xã hội và các nền tảng số. Mặt khác hoàn thiện cơ chế, chính sách khuyến khích các tổ chức xã hội, doanh nghiệp, chuyên gia, nhà khoa học... tích cực tham gia vào các khâu của hoạt động truyền thông với tư cách tham vấn, góp ý, tuyên truyền phản biện chính sách, pháp luật.

Đổi mới mạnh mẽ phương thức truyền thông nhằm nâng cao năng lực, hiệu quả truyền thông chính sách, pháp luật.

Đổi mới phương thức hoạt động truyền thông phải tập trung khắc phục điểm yếu cơ bản về cơ chế phản hồi, đối thoại với công chúng trong truyền thông chính sách, pháp luật hiện nay. Cần phải xây dựng cơ chế phản hồi, đối thoại với công chúng trên cơ sở thiết lập nền tảng số thống nhất cho phản hồi và đối thoại chính sách, pháp luật; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ truyền thông số, trí tuệ nhân tạo, tích hợp cổng Thông tin điện tử Chính phủ, dịch vụ công, VneID... thành một hệ thống phản hồi chính sách quốc gia liên thông; ứng dụng AI và phân tích dữ liệu lớn để phân loại phản hồi theo chủ đề, mức độ quan tâm, phát hiện sớm xu hướng dư luận xã hội. Yêu cầu khách quan trong vận hành cơ chế phản hồi là phải coi trọng việc xử lý và phản hồi ý kiến của người dân một cách minh bạch, công khai, khắc phục bệnh hình thức, thiếu cụ thể, hứa nhưng buông trôi khi tiếp thu ý kiến người dân. Mặt khác, phải tăng cường đối thoại chính sách, sử dụng hiệu quả các kênh báo chí, truyền thông, các cổng thông tin điện tử, Fanpage của Chính phủ, các bộ ngành, địa phương, các chuyên gia, nhà khoa học, nhà báo trong các diễn đàn đối thoại chính sách, để làm rõ nội dung, mục tiêu, lợi ích của chính sách, pháp luật, hạn chế hiểu nhầm hoặc thông tin sai lệch.

Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số, AI, Big Data... trong truyền thông chính sách, pháp luật. Hoàn thiện ứng dụng Chính phủ số nhằm tạo nền tảng minh bạch, nhanh chóng và chủ động trong

truyền thông chính sách, pháp luật. Phát huy vai trò của các nền tảng Chính phủ số để công khai dự thảo, văn bản, quy trình, số liệu... thông qua đó người dân, doanh nghiệp có thể truy cập trực tiếp thông tin chính sách, tăng tính minh bạch và niềm tin công chúng; hạn chế tin giả, ngăn chặn xuyên tạc chính sách, pháp luật. Tăng cường ứng dụng AI, Big Data trong dự báo xu hướng dư luận trước, trong và sau khi ban hành chính sách, phát hiện, xử lý tin giả. Các chủ thể truyền thông cần đa dạng hóa hình thức truyền thông số, sử dụng hiệu quả Infographic, video ngắn, livestream, chatbot tư vấn chính sách, podcast chính sách; tích hợp đa nền tảng kết nối báo chí, mạng xã hội tạo hệ sinh thái truyền thông chính sách, pháp luật liên thông liền mạch.

Nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ, tăng cường đầu tư tài chính, cơ sở vật chất hiện đại cho hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật.

Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực, trình độ, kỹ năng đội ngũ cán bộ truyền thông trong các cơ quan của hệ thống chính trị các cấp; cán bộ, phóng viên trong các cơ quan báo chí, truyền thông, khắc phục tình trạng một bộ phận cán bộ truyền thông chưa được đào tạo chuyên sâu, năng lực thấp, kỹ năng yếu. Tăng cường đào tạo nâng cao trình độ lý luận, nhận thức về chính sách, pháp luật cho cán bộ chuyên trách, để nắm bắt nội dung một cách sâu sắc, diễn giải và truyền tải chính sách một cách chính xác, có sức thuyết phục. Chú trọng bồi dưỡng kỹ năng sáng tạo nội dung, thiết kế thông điệp, phân tích công chúng, diễn giải chính sách; kỹ năng xử lý khủng hoảng truyền thông và phản biện chính sách, nhất; kỹ năng sử dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo, mạng xã hội trong truyền thông. Cần thiết lập chương trình đào tạo chuẩn quốc gia dành riêng cho cán bộ truyền thông trong hệ thống chính trị, báo chí, truyền thông; khuyến khích cán bộ tự học tập, bồi dưỡng, trao đổi quốc tế để cập nhật xu hướng truyền thông. Xây dựng văn hóa đối thoại với thái độ cởi mở, tôn trọng phản biện, sẵn sàng lắng nghe và giải trình, thể hiện tinh thần “gần dân, hiểu dân, phục vụ dân”.

Tăng cường nguồn lực tài chính, đầu tư trang thiết bị hiện đại cho các chủ thể hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật gắn với chiến lược xây dựng, hoàn thiện thể chế, chính sách của Nhà nước. Tăng

cường vai trò điều phối thống nhất của Nhà nước đối với nguồn ngân sách cho các chủ thể tham gia từng khâu của quá trình chính sách, pháp luật, đảm bảo công bằng, minh bạch, hiệu quả. Thiết lập quỹ truyền thông chính sách, pháp luật, phân bổ minh bạch thông qua cơ chế đấu thầu cho từng khâu của quá trình chính sách. Đa dạng hóa các nguồn lực tài chính trên cơ sở huy động vốn xã hội hóa trong việc đầu tư hạ tầng truyền thông, sản xuất nội dung; khuyến khích các doanh nghiệp, các trường đại học, các cá nhân tham gia tài trợ, đồng hành với các chương trình truyền thông chính sách, pháp luật.

Tăng cường trang thiết bị hiện đại cho các cơ quan báo chí, truyền thông; phát triển nền tảng truyền thông dùng chung giữa các bộ, ngành. Tăng cường hợp tác, chia sẻ giữa các chủ thể truyền thông trên cơ sở xây dựng mạng lưới liên kết giữa các cơ quan báo chí, truyền thông với các cơ quan nhà nước, các đoàn thể chính trị, tổ chức xã hội để chia sẻ tài nguyên, dữ liệu số, nội dung, kỹ thuật và hỗ trợ đào tạo, bồi dưỡng cán bộ.

3. Kết luận

Đổi mới hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật là yêu cầu tất yếu trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập quốc tế. Việc nâng cao tính minh bạch, tăng cường tương tác hai chiều giữa Nhà nước và người dân, doanh nghiệp, cùng với việc ứng dụng công nghệ hiện đại sẽ giúp truyền thông chính sách, pháp luật trở nên hiệu quả, thiết thực, góp phần khắc phục điểm nghẽn về thể chế, pháp luật, thực hiện nhiệm vụ đột phá chiến lược, góp phần hoàn thiện Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa Việt Nam./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lương Ngọc Vĩnh (chủ biên). (2021). *Giáo trình Lý thuyết và kỹ năng truyền thông chính sách*. Nxb. Lý luận Chính trị Hà Nội.
2. Công Thông tin điện tử của Chính phủ. *Truyền thông và năng lực quản trị*. <https://baomoi.com/cong-thong-tin-dien-tu-chinh-phu-truyen-thong-va-nang-luc-quan-tri-c54201416.epi:08/01/2026>.
3. Các chuyên đề. Đối thoại chính sách; Diễn đàn chính sách; Chính sách & Cuộc sống. Vấn đề hôm nay. Kinh tế - xã hội cuối tuần của VTV1. Đài Truyền hình Việt Nam. <https://vtv.vn/truyen-hinh-truc-tuyen/vtv1.htm>.