

Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả truyền thông chính sách ở Việt Nam trong kỷ nguyên số

Solutions to improve the quality and effectiveness of policy communication in Vietnam in the digital era

TS. NGUYỄN THANH NGÀ

Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Việt Nam; Email: thanhnga82ajc@gmail.com

Ngày nhận bài: 13/12/2025

Ngày phản biện: 15/01/2026

Ngày duyệt đăng: 20/4/2026

Chủ đề của bài viết thuộc lĩnh vực: Báo chí, truyền thông

Tóm tắt: Bài viết phân tích những yêu cầu mới đặt ra đối với hoạt động truyền thông chính sách ở Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số và sự phát triển mạnh mẽ của mạng xã hội, đồng thời đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả truyền thông chính sách, bao gồm: hoàn thiện cơ chế công khai minh bạch thông tin, ứng dụng công nghệ số trong phân tích, dự báo dư luận, phát triển đội ngũ làm truyền thông chính sách chuyên nghiệp, thúc đẩy đối thoại chính sách và củng cố niềm tin công chúng. Những giải pháp này góp phần hoàn thiện môi trường truyền thông chính sách, hỗ trợ việc xây dựng và thực thi chính sách hiệu quả hơn trong giai đoạn mới.

Từ khóa: truyền thông chính sách; công nghệ số; kỷ nguyên số.

Abstract: This article analyzes the new requirements for policy communication in Vietnam in the context of digital transformation and the rapid development of social media, and proposes several solutions to enhance its quality and effectiveness. These include improving transparency and public access to information, applying digital technologies for public opinion analysis and forecasting, developing a professional policy communication workforce, promoting policy dialogue, and strengthening public trust. These solutions contribute to improving the policy communication environment and supporting more effective policy formulation and implementation in the new era.

Keywords: policy communication; digital technology; digital era.

1. Đặt vấn đề

Truyền thông chính sách là bộ phận quan trọng của quản lý nhà nước, góp phần định hướng nhận thức xã hội, tạo đồng thuận và củng cố niềm tin của nhân dân đối với Đảng và Nhà nước, qua đó nâng cao hiệu quả thực thi chủ trương, chính sách. Trong quản trị quốc gia hiện đại, truyền thông chính sách không còn là hoạt động thông tin một chiều mà trở thành quá trình tương tác hai chiều, kết hợp truyền đạt thông điệp và tiếp nhận phản hồi của công chúng để hoàn thiện chính sách.

Sự bùng nổ của môi trường truyền thông số với mạng xã hội và các nền tảng trực tuyến đã làm thay

đổi sâu sắc cách thức tiếp nhận và lan tỏa thông tin.

Điều này vừa mở ra cơ hội để cơ quan nhà nước tăng cường công khai, minh bạch và tiếp cận người dân nhanh hơn, vừa đặt ra thách thức cạnh tranh gay gắt với các nguồn tin phi chính thống có tốc độ lan truyền cao nhưng thiếu kiểm chứng.

Ở Việt Nam, quá trình chuyển đổi số quốc gia đang được thúc đẩy mạnh mẽ theo Nghị quyết số 52-NQ/TW của Bộ Chính trị và Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, tạo nền tảng quan trọng cho việc hiện đại hóa truyền thông chính sách dựa trên dữ liệu lớn và công nghệ số.

Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy truyền thông chính sách đang đối mặt với nhiều thách thức. Báo cáo của Bộ Thông tin và Truyền thông chỉ ra “tình trạng tin giả, tin sai sự thật và thông tin xuyên tạc liên quan đến chính sách xuất hiện với tần suất cao, đặc biệt trong các thời điểm nhạy cảm. Bên cạnh đó, phản ứng truyền thông của một số cơ quan nhà nước còn chậm; cơ chế phối hợp giữa các chủ thể chưa đồng bộ; việc ứng dụng công nghệ số và dữ liệu lớn trong theo dõi, phân tích dư luận xã hội còn hạn chế” (Bộ Thông tin và Truyền thông, 2023), tạo ra “khoảng trống thông tin” và làm suy giảm vai trò dẫn dắt của thông tin chính thống.

Trong khi đó, hành vi tiếp nhận thông tin của công chúng ngày càng chủ động, với xu hướng tham gia thảo luận, phản hồi và tác động trực tiếp đến quá trình hình thành chính sách. Nhiều nghiên cứu quốc tế cho thấy “truyền thông chính sách hiệu quả cần được tổ chức như một quá trình tương tác, trong đó công chúng đóng vai trò là chủ thể tham gia, không chỉ là đối tượng tiếp nhận thông tin” (Baldwin, J. & Roberts, A, 2019).

Trước bối cảnh đó, việc nghiên cứu một cách hệ thống truyền thông chính sách, đánh giá thực trạng và đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả truyền thông chính sách ở Việt Nam là yêu cầu cấp thiết, không chỉ của ngành thông tin - truyền thông mà của toàn bộ hệ thống chính trị trong tiến trình phát triển đất nước thời kỳ số hóa.

2. Phương pháp nghiên cứu

Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước, tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu tài liệu, trong đó các văn bản của Nhà nước về truyền thông chính sách, các tác giả nước ngoài và Việt Nam.

Phương pháp thu thập số liệu thông qua các số liệu thứ cấp được đăng tải trên web của các tổ chức trong và ngoài nước.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Thực trạng truyền thông chính sách ở Việt Nam

3.1.1. Những kết quả đạt được

Tăng cường công khai, minh bạch chính sách

Trong những năm gần đây, truyền thông chính sách ở Việt Nam đã có những chuyển biến tích cực theo hướng tăng cường công khai, minh bạch thông tin. Các cơ quan nhà nước đẩy mạnh công bố văn bản

quy phạm pháp luật, dự thảo chính sách, báo cáo và dữ liệu phục vụ người dân và doanh nghiệp trên các nền tảng số. Theo Báo cáo của Bộ Thông tin và Truyền thông năm 2024, “nền tảng tích hợp, chia sẻ dữ liệu quốc gia đã thiết lập 388 điểm kết nối giữa các hệ thống của 95 cơ quan, tạo ra khoảng 2,29 triệu giao dịch mỗi ngày, qua đó góp phần thúc đẩy trao đổi dữ liệu liên ngành và minh bạch hóa quy trình xử lý thủ tục hành chính” (Bộ Thông tin và Truyền thông, 2024).

Hoạt động báo chí, truyền thông chính sách ngày càng chuyên nghiệp

Hoạt động báo chí và truyền thông chính sách đã có bước phát triển đáng kể cả về nội dung và hình thức thể hiện. Nhiều cơ quan báo chí đầu tư phát triển báo chí dữ liệu, phóng sự điều tra và các sản phẩm truyền thông đa phương tiện như video, infographic, livestream nhằm phân tích, giải thích chính sách một cách trực quan và dễ tiếp cận hơn. Đồng thời, cơ chế hợp báo và công bố thông tin chính sách được tổ chức định kỳ hơn ở nhiều bộ, ngành, góp phần nâng cao tính kịp thời và nhất quán của thông tin chính thống.

Theo số liệu năm 2024, tỷ lệ hồ sơ giải quyết trực tuyến tại các bộ, ngành đạt 59,57% và tỷ lệ hồ sơ, kết quả xử lý ở dạng điện tử có giá trị pháp lý đạt khoảng 63% (Bộ Thông tin và Truyền thông, 2024). Những kết quả này không chỉ giúp giảm thủ tục hành chính, tăng tính công khai trong quy trình xử lý, mà còn tạo điều kiện để báo chí và công chúng tham gia giám sát, qua đó nâng cao trách nhiệm giải trình của cơ quan nhà nước trong truyền thông chính sách.

Các nền tảng số của cơ quan nhà nước từng bước phát huy hiệu quả

Quá trình xây dựng chính phủ điện tử và phát triển các nền tảng số phục vụ người dân, doanh nghiệp đã tạo nền tảng quan trọng cho truyền thông chính sách trong bối cảnh số. Việt Nam đã cải thiện đáng kể thứ hạng trong xếp hạng Chính phủ điện tử của Liên Hợp Quốc (EGDI), đạt vị trí 71/193 quốc gia trong báo cáo năm 2024, tăng 15 bậc so với năm 2022 (United Nations, 2024). Kết quả này phản ánh tiến độ số hóa dịch vụ công và sự phát triển của các kênh thông tin chính thức của Nhà nước.

Bên cạnh đó, tỷ lệ sử dụng Internet và mạng xã hội ở Việt Nam ở mức cao, với khoảng 71-76% dân

số tham gia mạng xã hội và hơn 64 triệu người dùng mạng xã hội từ 18 tuổi trở lên (We Are Social, & DataReportal, 2024). Đây là điều kiện thuận lợi để các nền tảng số của cơ quan nhà nước mở rộng khả năng tiếp cận công chúng nếu được tích hợp và tối ưu hóa hiệu quả. Sự phát triển của hệ sinh thái chính phủ điện tử cho phép kết nối việc công bố chính sách, cung cấp dịch vụ công và tiếp nhận phản hồi của người dân trên cùng một nền tảng, qua đó nâng cao hiệu quả lan tỏa thông tin chính thống và hỗ trợ quá trình thực thi chính sách.

3.1.2. Hạn chế

Chưa có chiến lược truyền thông chính sách đồng bộ

Mặc dù nhiều bộ, ngành và địa phương đã ban hành kế hoạch truyền thông cho các chương trình, đề án hoặc văn bản pháp luật cụ thể như Bộ Y tế, Bộ Tư pháp, song Việt Nam hiện vẫn chưa hình thành một chiến lược truyền thông chính sách cấp quốc gia mang tính tổng thể, dài hạn và có cơ chế điều phối thống nhất. Thực tiễn triển khai các chính sách kinh tế - xã hội có phạm vi tác động rộng, như chính sách đất đai, an sinh xã hội, giáo dục - đào tạo hoặc cải cách thủ tục hành chính, cho thấy hoạt động truyền thông thường chỉ được tập trung ở thời điểm ban hành văn bản hoặc khi chính sách phát sinh phản ứng dư luận, trong khi thiếu kế hoạch truyền thông xuyên suốt toàn bộ chu trình chính sách.

Theo Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế, “việc thiếu một chiến lược truyền thông chính sách tổng thể và cơ chế điều phối thống nhất sẽ làm suy giảm khả năng tạo đồng thuận xã hội, gia tăng rủi ro hiểu sai chính sách và buộc cơ quan nhà nước phải chuyển từ vai trò “dẫn dắt” sang “phản ứng” trước dư luận” (OECD Report on Public Communication, 2021). Việc chưa áp dụng đầy đủ các công cụ dự báo vấn đề, phân tích nhóm công chúng mục tiêu và đo lường mức độ tiếp nhận thông tin khiến truyền thông chính sách ở Việt Nam vẫn mang tính ứng phó, manh mún, khó tạo ra hiệu quả lan tỏa bền vững và chưa hình thành được bản sắc chung trên phạm vi toàn hệ thống chính trị.

Phản ứng truyền thông còn chậm trong nhiều vụ việc

Độ trễ trong phản hồi truyền thông không chỉ là vấn đề kỹ thuật, mà phản ánh những hạn chế trong tư duy quản trị truyền thông chính sách của một số cơ quan

nhà nước. Nguyên nhân của tình trạng này chủ yếu xuất phát từ quy trình phát ngôn còn nhiều tầng nấc, thiếu cơ chế ủy quyền linh hoạt cho người phát ngôn; tâm lý e ngại trách nhiệm trong cung cấp thông tin sớm; và việc chưa áp dụng rộng rãi các công cụ theo dõi, phân tích dữ liệu truyền thông và dư luận xã hội theo thời gian thực. Phản ứng truyền thông chậm trong môi trường số làm gia tăng nguy cơ khủng hoảng chính sách, bởi “khoảng trống thông tin” (Bộ Thông tin và Truyền thông, 2023) thường nhanh chóng bị lấp đầy bởi tin giả và diễn giải sai lệch, buộc cơ quan nhà nước phải xử lý hậu quả thay vì chủ động định hướng dư luận ngay từ đầu. Hệ quả là hiệu quả truyền thông chính sách bị suy giảm, đồng thời làm tổn hại đến uy tín của nguồn thông tin chính thống trong mắt công chúng.

Thiếu dữ liệu phân tích hành vi công chúng

“Truyền thông chính sách thiếu nền tảng dữ liệu và bằng chứng thực nghiệm sẽ làm suy giảm tính “chính xác” và “đúng thời điểm” của thông điệp, đồng thời hạn chế khả năng tối ưu hóa kênh truyền tải và hình thức thể hiện trong môi trường số” (Lương Ngọc Vĩnh, 2021, tr135). Hệ quả là truyền thông chính sách khó phát huy vai trò dẫn dắt dư luận, chưa tận dụng được lợi thế của công nghệ số trong việc nâng cao hiệu quả thực thi chính sách và củng cố niềm tin của công chúng.

Việc phối hợp giữa cơ quan truyền thông và cơ quan xây dựng chính sách chưa chặt chẽ

Trong nhiều trường hợp, các văn bản pháp luật thuộc những lĩnh vực có tác động trực tiếp đến đời sống xã hội như đất đai, an sinh xã hội, giáo dục - đào tạo hoặc cải cách thủ tục hành chính được xây dựng bởi các vụ, cục chuyên môn, trong khi hoạt động truyền thông lại giao cho bộ phận khác thực hiện và chỉ tham gia ở giai đoạn cuối của chu trình chính sách. Truyền thông chính sách hiệu quả đòi hỏi cách tiếp cận “chính phủ thống nhất”, trong đó truyền thông không phải là khâu phụ trợ mà là một thành tố cấu thành của quá trình hoạch định và thực thi chính sách. Việc thiếu cơ chế phối hợp liên thông giữa cơ quan xây dựng chính sách và cơ quan truyền thông sẽ làm suy giảm tính nhất quán của thông điệp, hạn chế khả năng tạo đồng thuận xã hội và làm gia tăng chi phí điều chỉnh chính sách trong quá trình thực hiện. Những hạn chế này cho thấy nhu cầu cấp thiết phải

tái cấu trúc quy trình phối hợp và nâng cao vai trò của truyền thông trong toàn bộ chu trình chính sách.

3.2. Nguyên nhân

Một là, năng lực đội ngũ chưa đồng đều

Theo khảo sát Digital 2024 Vietnam do We Are Social và DataReportal thực hiện, tỷ lệ người dùng Internet tại Việt Nam cao (khoảng 72-76% dân số) nhưng kỹ năng số của lực lượng truyền thông trong cơ quan nhà nước và năng lực ứng dụng các công cụ truyền thông mới lại không đồng bộ với tốc độ phát triển của môi trường số hóa (We Are Social, & DataReportal, 2024). Nhiều đơn vị vẫn chủ yếu sử dụng cách truyền đạt truyền thống (họp báo, thông cáo) thay vì khai thác dữ liệu lớn, thuật toán lan truyền thông tin, hay kỹ thuật truyền thông đa nền tảng. Việc thiếu kỹ năng phân tích dữ liệu truy cập, quản trị mạng xã hội, sáng tạo nội dung số làm cho thông tin chính sách không tương tác hiệu quả với các nhóm công chúng trẻ và nhóm sử dụng mạng xã hội cao, điều này ảnh hưởng đến độ phủ và mức độ tác động của truyền thông chính sách.

Hai là, hạn chế trong công nghệ phục vụ phân tích dư luận

Truyền thông chính sách hiệu quả cần dựa trên phân tích dữ liệu dư luận xã hội nhằm hiểu hành vi, thái độ và xu hướng thảo luận của công chúng. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy nhiều cơ quan quản lý và đơn vị làm công tác truyền thông ở Việt Nam chưa xây dựng được hệ thống thu thập và phân tích dữ liệu lớn phục vụ truyền thông chính sách; việc theo dõi phản hồi của công chúng vẫn chủ yếu dựa vào báo cáo tổng hợp định kỳ, phản ánh chậm và thiếu chiều sâu so với diễn biến thực tế trên môi trường số.

Theo báo cáo thị trường phân tích dữ liệu lớn toàn cầu, giá trị thị trường big data analytics đạt khoảng 307,52 tỷ USD vào năm 2023 và dự kiến tăng lên gần 962 tỷ USD vào năm 2032, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) khoảng 13,5% trong giai đoạn 2024-2032 (Global Market Insights Inc, 2024). Xu hướng này phản ánh việc các chính phủ và tổ chức trên thế giới ngày càng đầu tư mạnh vào công nghệ dữ liệu nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và ra quyết định dựa trên bằng chứng, bao gồm cả lĩnh vực hoạch định và truyền thông chính sách công. . tài liệu bạn đưa nào trong bài của tôi không có

Ba là, áp lực từ sự phát triển mạnh của mạng xã hội và nguồn tin không chính thống

Sự phát triển nhanh chóng của mạng xã hội đã làm thay đổi căn bản môi trường truyền thông chính sách, trong đó thông tin được sản xuất, chia sẻ và lan truyền với tốc độ cao, vượt ra ngoài khả năng kiểm soát của các quy trình truyền thông hành chính truyền thống. Không giống các kênh báo chí chính thống, mạng xã hội cho phép cá nhân và các chủ thể phi chính thống phát tán thông tin mà không cần qua khâu kiểm chứng, tạo ra sự cạnh tranh trực tiếp và gay gắt đối với truyền thông chính sách của Nhà nước.

Áp lực kiểm soát thông tin và đấu tranh với tin giả buộc các cơ quan truyền thông chính sách phải dành nhiều nguồn lực cho việc xử lý tình huống và phản hồi dư luận, làm giảm mức độ chủ động trong triển khai chiến lược truyền thông dài hạn. Trong bối cảnh đó, nếu không được hỗ trợ bởi các công cụ theo dõi truyền thông số, phân tích dữ liệu ngôn ngữ tự nhiên và quản trị khủng hoảng truyền thông, hoạt động truyền thông chính sách rất dễ rơi vào trạng thái “phản ứng sau” thay vì “dẫn dắt dư luận”, từ đó ảnh hưởng đến niềm tin của công chúng và hiệu quả thực thi chính sách.

4. Một số giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả truyền thông chính sách

4.1. Tăng cường công khai, minh bạch thông tin

Tăng cường công khai, minh bạch thông tin là giải pháp nền tảng của truyền thông chính sách hiện đại, cần được triển khai trực tiếp bởi các cơ quan quản lý nhà nước ở trung ương và địa phương, đặc biệt là các bộ, ngành có chức năng xây dựng và tổ chức thực thi chính sách, với vai trò đầu mối là đơn vị phát ngôn và bộ phận truyền thông của cơ quan nhà nước.

Trong bối cảnh truyền thông số, việc đa dạng hóa hình thức phổ biến chính sách cần được triển khai chủ yếu bởi bộ phận truyền thông của các bộ, ngành và cơ quan hành chính, đồng thời có sự phối hợp chặt chẽ với các cơ quan báo chí chính thống. Các định dạng như infographic, video ngắn, podcast, bản tin điện tử hoặc livestream tọa đàm giúp nội dung chính sách trở nên dễ hiểu, trực quan và phù hợp hơn với thói quen tiếp nhận thông tin của các nhóm công chúng trẻ. Bộ Khoa học Công nghệ cũng đã nhấn mạnh yêu cầu nội dung truyền thông chính sách phải

bảo đảm “ngắn - gọn - dễ tiếp nhận”, ưu tiên các hình thức thể hiện trực quan nhằm nâng cao hiệu quả lan tỏa thông tin chính thống trong môi trường số.

4.2. Ứng dụng công nghệ số, dữ liệu lớn

Việc ứng dụng công nghệ số và dữ liệu lớn trong truyền thông chính sách cần được triển khai theo lộ trình phù hợp với năng lực của từng bộ, ngành và địa phương, trong đó cơ quan quản lý nhà nước ở trung ương đóng vai trò định hướng và điều phối, còn chính quyền địa phương là nơi tổ chức triển khai và thử nghiệm mô hình cụ thể. Trước mắt, có thể ưu tiên xây dựng hệ thống giám sát dư luận xã hội tập trung ở cấp trung ương, kết nối với các Trung tâm Giám sát, điều hành thông minh (IOC) hiện có, nhằm theo dõi các chủ đề chính sách nhạy cảm, phát hiện sớm nguy cơ khủng hoảng truyền thông và hỗ trợ quá trình ra quyết định truyền thông kịp thời.

Về lâu dài, việc ứng dụng công nghệ số trong truyền thông chính sách cần hướng tới chuẩn hóa dữ liệu truyền thông, xây dựng các cơ sở dữ liệu dùng chung và đào tạo đội ngũ cán bộ có khả năng phân tích dữ liệu, vận hành các công cụ số chuyên sâu. Công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) và dữ liệu lớn (Big Data) cho phép hệ thống phân tích hàng triệu lượt đề cập liên quan đến chính sách trong thời gian ngắn, qua đó giúp các đơn vị truyền thông của bộ, ngành và địa phương nhận diện xu hướng dư luận theo thời gian thực, xác định mức độ quan tâm của từng nhóm công chúng và dự báo sớm nguy cơ khủng hoảng truyền thông. Việc mở rộng và chuẩn hóa các mô hình IOC gắn với phân tích dư luận xã hội sẽ là cơ sở quan trọng để nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách trong bối cảnh chuyển đổi số.

4.3. Xây dựng hệ sinh thái truyền thông chính sách đa nền tảng

Để chính sách được truyền tải đúng đối tượng và phát huy hiệu quả xã hội, cần xây dựng hệ sinh thái truyền thông chính sách đa nền tảng với sự tham gia và phân công vai trò rõ ràng giữa các chủ thể. Cơ quan chủ trì xây dựng chính sách (Bộ, ngành, UBND các cấp) giữ vai trò định hướng nội dung và thông điệp cốt lõi, bảo đảm tính chính xác, thống nhất và phù hợp với mục tiêu chính sách. Cơ quan quản lý nhà nước về truyền thông (đặc biệt là Bộ Khoa học Công nghệ và Truyền thông) thực hiện chức năng điều phối, ban

hành khung hướng dẫn và chuẩn hóa quy trình truyền thông chính sách trên các nền tảng số.

Trong hệ sinh thái này, báo chí chính thống giữ vai trò trực thông tin trung tâm, thực hiện chức năng phân tích, giải thích và định hướng dư luận; mạng xã hội và các nền tảng nội dung số (YouTube, TikTok, Fanpage, Zalo OA, Cổng thông tin điện tử...) do các cơ quan truyền thông, đơn vị chuyên trách truyền thông chính sách của bộ, ngành và địa phương quản lý, được sử dụng như công cụ lan tỏa nhanh, mở rộng độ phủ và tăng tương tác với công chúng. Việc phối hợp liên thông giữa các kênh này giúp hình thành “chuỗi truyền thông liền mạch”, bảo đảm thông tin chính sách được truyền tải nhất quán, kịp thời và phù hợp với thói quen tiếp nhận đa dạng của các nhóm xã hội.

Đối với các chính sách liên quan trực tiếp đến giới trẻ, doanh nghiệp, an sinh xã hội, vai trò của đội ngũ truyền thông số chuyên trách càng trở nên quan trọng trong việc chuyển hóa nội dung chính sách thành các sản phẩm truyền thông dễ hiểu, trực quan và có khả năng lan tỏa cao. Khi hệ sinh thái truyền thông chính sách được tổ chức bài bản, có sự phân công rõ ràng giữa chủ thể xây dựng - chủ thể truyền thông - chủ thể quản lý, thông tin chính thống sẽ giữ vai trò dẫn dắt dư luận, qua đó hạn chế tác động tiêu cực từ các nguồn tin phi chính thống và nâng cao hiệu quả thực thi chính sách.

4.4. Phát triển đội ngũ làm truyền thông chính sách chuyên nghiệp

Một trong những yếu tố quyết định chất lượng truyền thông chính sách là năng lực đội ngũ. Nguồn nhân lực làm truyền thông chính sách đều làm trong các cơ quan nhà nước. Chủ thể trực tiếp thực hiện truyền thông chính sách bao gồm: “Các cơ quan tham mưu, quản lý nhà nước ở Trung ương và địa phương, các cơ quan thông tin, tuyên truyền, giáo dục chính trị, cơ quan báo chí chính thống; và các đơn vị chuyên trách truyền thông thuộc hệ thống chính trị từ trung ương đến địa phương”. (Lương Ngọc Vĩnh, 2021) Đối với các chủ thể này, cán bộ truyền thông không chỉ thực hiện chức năng cung cấp thông tin, mà còn phải đảm nhiệm vai trò phân tích, dự báo và dẫn dắt dư luận xã hội. Trong bối cảnh số, cán bộ truyền thông phải có khả năng sử dụng thành thạo các công cụ số; phân tích dữ liệu và đánh giá dư luận; Sản xuất nội dung đa

phương tiện; quản trị khủng hoảng truyền thông; hiểu biết sâu về quy trình hoạch định chính sách

Bên cạnh đào tạo chính quy, cần thiết lập cơ chế phối hợp liên ngành để thu hút chuyên gia truyền thông, chuyên gia công nghệ số, nhà báo có kinh nghiệm tham gia vào tổ truyền thông chính sách hoặc nhóm công tác liên ngành tại các bộ, ngành và địa phương, ngay từ giai đoạn xây dựng chính sách. Việc lồng ghép truyền thông vào quá trình hoạch định và thực thi chính sách sẽ góp phần nâng cao chất lượng thông tin chính thống, tăng khả năng thích ứng của hệ thống truyền thông chính sách trước những biến động nhanh của môi trường truyền thông số.

4.5. Tăng cường đối thoại chính sách và tham gia của công chúng

Thực tiễn quốc tế cho thấy, những chính sách có mức độ chấp nhận xã hội cao thường là các chính sách được xây dựng trên cơ sở đối thoại và tham vấn công chúng ngay từ giai đoạn đầu. Đối với Việt Nam, các cơ quan chủ trì soạn thảo chính sách (bộ, ngành ở Trung ương; UBND các cấp ở địa phương) cần chủ động phối hợp với cơ quan truyền thông nhà nước, Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội để tổ chức các hình thức tham vấn như hội thảo, tọa đàm chính sách, lấy ý kiến chuyên gia, khảo sát trực tuyến và đối thoại cộng đồng.

Việc mở rộng đối thoại chính sách giúp cơ quan quản lý nhà nước nắm bắt đầy đủ hơn nhu cầu, lợi ích và kỳ vọng của các nhóm công chúng chịu tác động trực tiếp của chính sách, đồng thời tạo điều kiện để người dân, doanh nghiệp và các tổ chức xã hội tham gia đồng hành cùng Nhà nước trong quá trình hoạch định và thực thi chính sách. Đây cũng là cơ sở quan trọng để nâng cao chất lượng nội dung truyền thông, bảo đảm thông điệp chính sách phù hợp với bối cảnh thực tiễn và khả năng tiếp nhận của công chúng.

5. Kết luận

Trong bối cảnh môi trường truyền thông số phát triển nhanh và phức tạp, truyền thông chính sách không còn là hoạt động hỗ trợ mang tính kỹ thuật, mà trở thành một cấu phần quan trọng của quản trị nhà nước hiện đại. Thực tiễn ở Việt Nam cho thấy hiệu quả thực thi chính sách chịu tác động trực tiếp

từ chất lượng truyền thông, đặc biệt là khả năng minh bạch thông tin, tương tác với công chúng và xử lý dư luận xã hội. Việc nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách đòi hỏi sự thay đổi đồng bộ từ tư duy quản lý, thể chế phối hợp, năng lực đội ngũ đến hạ tầng công nghệ và phương thức tổ chức thực hiện. Những định hướng này góp phần hỗ trợ tiến trình xây dựng Chính phủ số, xã hội số và nâng cao hiệu lực, hiệu quả của chính sách công tại Việt Nam trong giai đoạn hiện nay./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Baldwin, J. & Roberts, A. (2019). *Digital engagement in policy development: Enabling better public outcomes*. Public Administration Review, 79(5), p737-744.
2. Bộ Thông tin và Truyền thông. (2023). *Báo cáo về công tác quản lý thông tin và truyền thông trên không gian mạng*. Hà Nội. <https://vtv.vn/cong-nghe/bo-tttt-nguoi-dan-da-duoc-bao-ve-co-ban-tren-khong-gian-mang-2023>.
3. Bộ Thông tin và Truyền thông. (2024). *Báo cáo tình hình chuyển đổi số: Báo cáo Chính phủ điện tử* (Thông cáo báo chí). Hà Nội.
<https://luatvietnam.vn/thong-tin/bao-cao-200-bc-btttt-2024-chuyen-doi-so-quooc-gia-thang-10-nam-2024>.
4. Chính phủ. (2020). *Quyết định số 749/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*. Hà Nội. <https://congbao.chinhphu.vn/van-ban/quyet-dinh-so-749-qd-ttg-31450.htm>
5. Global Market Insights Inc. (2024). *Big Data and Business Analytics Market Report, 2024-2032* (Báo cáo thị trường Phân tích dữ liệu lớn và phân tích kinh doanh giai đoạn 2024-2032). <https://www.gminsights.com>.
6. Lương Ngọc Vĩnh. (2021). *Giáo trình Lý thuyết và kỹ năng truyền thông chính sách*, Nxb Lý luận chính trị, tr.25-27, tr.110, tr.135.
7. OECD Report on Public Communication (2021) (Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế. *OECD Report on Public Communication: The Global Context and the Way Forward*. OECD Publishing)
https://www.oecd.org/en/publications/oecd-report-on-public-communication_22f8031c-en.html
8. United Nations. (2024) (Liên Hợp Quốc (2024). *Báo cáo Chỉ số Phát triển Chính phủ điện tử*. <https://publicadministration.desa.un.org/publications/un-e-government-survey-2024>.
9. We Are Social, & DataReportal. (2024). *Digital 2024: Vietnam*. (Báo cáo Việt Nam số 2024: Thống kê số liệu kỹ thuật số) <https://www.datareportal.com/reports/digital-2024-vietnam>