Sử dụng Lý thuyết "Dòng chảy hai bước" trong truyền thông chính sách cho đồng bào dân tộc thiểu số

Applying the "Two-Step Flow" theory to policy communication for ethnic minority communities

ThS. VI THỊ PHƯƠNG
Trường ĐH Khoa học, ĐH Thái Nguyên; Email: Phuong_vt@tnus.edu.vn

Ngày nhận bài: 08/08/2026 Ngày phản biện: 20/08/2026 Ngày duyệt đăng: 20/9/2026
Chủ đề của bài viết thuộc lĩnh vực: Báo chí truyền thông

Tóm tắt: *Nghiên cứu này vận dụng lý thuyết "Dòng chảy hai bước" (two-step flow) của Lazarsfeld, Berelson và Gaudet (1944) nhằm phân tích và đánh giá thực trạng báo chí thông tin chính sách dân tộc (CSDT) cho đồng bào dân tộc thiểu số (DTTS) khu vực phía Bắc Việt Nam giai đoạn 2023 - 2026. Sử dụng phương pháp kết hợp định lượng và định tính, kết quả cho thấy lý thuyết "Dòng chảy hai bước" có giá trị ứng dụng trong bối cảnh nghiên cứu khi thông tin từ báo chí không tác động trực tiếp mà cần thông qua tầng lớp người dẫn dắt ý kiến như già làng, trưởng bản, người có uy tín. Báo chí đã phản ánh đầy đủ vai trò của người dẫn dắt ý kiến thông qua các bài viết về mô hình phát triển kinh tế, tấm gương thoát nghèo và bảo tồn văn hóa. Nghiên cứu khẳng định giá trị ứng dụng của lý thuyết dòng chảy hai bước trong bối cảnh truyền thông CSDT tại Việt Nam.*
Từ khóa: *Lý thuyết truyền thông; dòng chảy hai bước; người dẫn dắt ý kiến; truyền thông chính sách; dân tộc thiểu số.*

Abstract: *This study applies the two-step flow theory proposed by Lazarsfeld, Berelson, and Gaudet (1944) to analyze and assess the current state of press coverage of ethnic minority policies for ethnic minority communities in northern Vietnam during the 2023–2026 period. Using a mixed-methods approach, the findings show that the two-step flow theory has practical value in the research context, as information from the press does not exert a direct impact but instead reaches audiences through opinion leaders such as village elders, village heads, and respected individuals. The press has adequately reflected the role of opinion leaders through articles featuring economic development models, examples of poverty reduction, and cultural preservation. The study confirms the applicability of the two-step flow theory in the context of ethnic minority policy communication in Vietnam.*
Keywords: *communication theory; two-step flow theory; opinion leaders; policy communication; ethnic minorities.*

1. Đặt vấn đề

Chương trình Mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào DTTS và miền núi, giai đoạn 2021 - 2030 (Chương trình 1719) Thủ tướng Chính phủ ban hành theo Quyết định số 1719/QĐ-TTg ngày 14/10/2021 có ý nghĩa quan trọng cho sự phát triển của vùng đồng bào DTTS và miền núi, trong việc củng cố khối đại đoàn kết các dân tộc và nâng cao niềm tin của đồng bào đối với Đảng và Nhà nước (Chính phủ, 2021). Chương trình đặt yêu cầu tăng cường truyền thông chính sách phù hợp với ngôn ngữ, văn hóa và trình độ dân trí các nhóm dân tộc, song khoảng cách giữa thông tin được truyền tải và mức độ tiếp nhận thực tế vẫn còn đáng kể. Thực tiễn báo chí phản ánh về các phong trào xây dựng nông thôn mới, hiến đất mở đường, bảo vệ biên cương và phát triển kinh tế tại vùng đồng bào DTTS cho thấy thông tin chính sách được thông qua đội ngũ già làng, trưởng bản, người có uy tín. Chính những nhân vật trung gian này đóng vai trò giải thích, định hướng và lan tỏa chủ trương của Đảng, pháp luật của Nhà nước đến với người dân. Điều này phù hợp với lý thuyết dòng chảy hai bước của Lazarsfeld, Berelson và Gaudet (1948), khi các tác giả chỉ ra rằng hiệu quả truyền thông đại chúng được tối ưu hóa thông qua tầng lớp người dẫn dắt ý kiến.

Lý thuyết "Dòng chảy hai bước" được khởi xướng bởi Lazarsfeld, Berelson và Gaudet (1948) trong công trình nghiên cứu về hành vi bỏ phiếu trong bầu cử tổng thống Mỹ *(The People's Choice),* đã tạo nên bước ngoặt quan trọng trong lịch sử nghiên cứu truyền thông. Mô hình này

chỉ ra rằng thông tin thường di chuyển từ các phương tiện truyền thông đến "những người dẫn dắt ý kiến" sau đó từ họ mới lan tỏa đến những nhóm công chúng thông qua mạng lưới giao tiếp liên cá nhân. Katz và Lazarsfeld (1955) tiếp tục phát triển lý thuyết này trong tác phẩm *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications (Ảnh hưởng cá nhân: Vai trò của con người trong dòng chảy truyền thông đại chúng)*, nhấn mạnh vai trò quyết định của các mối quan hệ xã hội trong việc định hình dư luận và thái độ của công chúng". Đối với cộng đồng DTTS ở Việt Nam, lý thuyết dòng chảy hai bước mang lại giá trị giải thích đặc biệt sâu sắc. Cấu trúc xã hội của người DTTS được tổ chức chặt chẽ dựa trên quan hệ dòng họ, bản làng, với các thiết chế truyền thống như già làng, trưởng bản, người có uy tín - những cá nhân nắm giữ vai trò trung tâm trong đời sống cộng đồng. Sự tồn tại của rào cản ngôn ngữ, trình độ dân trí không đồng đều và thói quen tiếp nhận thông tin qua kênh giao tiếp trực tiếp khiến hiệu ứng của báo chí bị suy giảm đáng kể, trong khi vai trò của người có uy tín trong cộng đồng trở thành nhân tố cho sự thành công của quá trình truyền thông chính sách.

Nghiên cứu vận dụng lý thuyết dòng chảy hai bước, hướng tới phân tích và đánh giá thực trạng báo chí thông tin CSDT cho đồng bào Tày, Nùng khu vực phía Bắc giai đoạn 2023 - 2026, trong đó tập trung làm rõ các vấn đề: một là, nội dung, hình thức và phương thức truyền tải thông tin CSDT trên các loại hình báo chí có đặc điểm gì; hai là, quá trình chuyển tải thông tin từ báo chí đến cộng đồng tuân theo mô hình hai bước hay không và vai trò của người có uy tín được thể hiện như thế nào trong việc tiếp nhận, giải mã và phổ biến lại chính sách; ba là, những yếu tố nào thúc đẩy hoặc cản trở hiệu quả của dòng chảy thông tin. Nghiên cứu góp phần kiểm định tính ứng dụng của lý thuyết dòng chảy hai bước trong bối cảnh truyền thông CSDT tại Việt Nam, bổ sung luận cứ khoa học cho lĩnh vực truyền thông chính sách công. Về ý nghĩa thực tiễn, kết quả nghiên cứu cung cấp cơ sở để các cơ quan báo chí, nhà quản lý điều chỉnh chiến lược sản xuất nội dung và kênh phổ biến phù hợp hơn với đặc điểm tiếp nhận của đồng bào DTTS, góp phần hiện thực hóa các mục tiêu phát triển bền vững vùng dân tộc và miền núi.

2. Phương pháp nghiên cứu

Để kiểm định tính ứng dụng của lý thuyết dòng chảy hai bước trong bối cảnh truyền thông CSDT cho đồng bào Tày, Nùng khu vực phía Bắc, nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích nội dung thông điệp các tin, bài về CSDT trên 05 cơ quan báo chí (Tạp chí *Nghiên cứu Dân tộc và Tôn giáo*, Báo *Nhân dân điện tử*, Báo điện tử *Dân tộc và Phát triển,* kênh VOV4 và kênh VTV5) trong giai đoạn 2023-2026 với mẫu gồm 419 tin, bài. Mã hóa nội dung tập trung vào thông điệp chính sách, qua đó xác định mức độ tham chiếu đến vai trò của người dẫn dắt ý kiến trong các bài báo và cách thức báo chí phản ánh quá trình truyền thông hai bước. Trên cơ sở đó, nhận diện những "người dẫn dắt ý kiến" trong cộng đồng, đồng thời đánh giá mức độ ảnh hưởng của họ đến quá trình tiếp nhận và lan tỏa thông tin chính sách trong mạng lưới xã hội địa phương. Ngoài ra, phương pháp nghiên cứu tài liệu được triển khai để tổng hợp cơ sở lý luận về lý thuyết dòng chảy hai bước và các nghiên cứu trước đó về truyền thông dân tộc.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Kết quả nghiên cứu

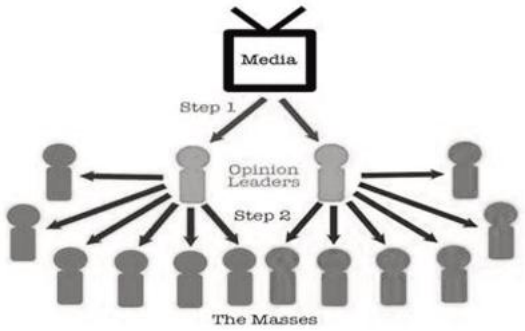
Nội dung Lý thuyết "Dòng chảy hai bước"

"Dòng chảy hai bước" (*Two-step flow*) lần đầu tiên được Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson và Hazel Gaudet nhắc tới trong tác phẩm *The People's Choice* (Lazarsfeld et al., 1944/1948). Đây là một nghiên cứu liên quan đến việc đưa ra quyết định của công chúng trong suốt quá trình diễn ra cuộc bầu cử Tổng thống Mỹ năm 1940 (ấn bản xuất bản năm 1944). Trong quá trình nghiên cứu, Paul Lazarsfeld cùng các cộng sự phát hiện ra rằng *"các cử tri bị ảnh hưởng bởi sự tương tác cá nhân trực tiếp với những người xung quanh nhiều hơn so với ảnh hưởng trực tiếp từ các chiến dịch truyền thông đại chúng"* (Lazarsfeld et al., 1948). Không giống như *Lý thuyết Mũi kim tiêm* (*Hypodermic Needle Theory*) cho rằng truyền thông đại chúng có sức ảnh hưởng trực tiếp, tức thì và mạnh mẽ lên công chúng thụ động (Lasswell, 1927; Perera, 2024a), lý thuyết "*Dòng chảy hai bước"* khẳng định rằng công chúng là những người tham gia tích cực (*active participants*) trong quá trình tiếp nhận và xử lý thông tin (Katz & Lazarsfeld, 1955).

Thuyết "Dòng chảy hai bước" chỉ ra công chúng không chịu ảnh hưởng trực tiếp ngay lập tức từ truyền thông đại chúng, mà thông qua bên trung gian là *"Người lãnh đạo dư luận" (Opinion Leaders)* (Lazarsfeld et al., 1948). Mô hình "Dòng chảy hai bước" được thể hiện như sau: *Nguồn (Truyền thông đại chúng) → Ý kiến người lãnh đạo dư luận → Công chúng* (Pererab, 2024).

Mô hình **"Dòng chảy hai bước" (*Two-step flow theory*)** khẳng định rằng các phương tiện truyền thông đại chúng không có tác động trực tiếp hay tức thì lên toàn bộ đối tượng công chúng. Thay vào đó, thông điệp truyền thông lan tỏa thông qua lực lượng trung gian là những người có ảnh hưởng hay thủ lĩnh dư luận (*Opinion Leaders*). Lực lượng này chủ động tiếp thu thông tin từ báo chí, đài phát thanh hay truyền hình, sau đó diễn giải và truyền đạt lại cho

nhóm xã hội mà họ có ảnh hưởng trực tiếp (Lazarsfeld et al., 1948, tr. 151; Pererab, 2024). Dựa trên nghiên cứu của Paramita (2014) và luận điểm nền tảng của Katz & Lazarsfeld (1955), lý thuyết "Dòng chảy hai bước" được xây dựng trên 5 giả thuyết cốt lõi:



Mô hình lý thuyết "Dòng chảy hai bước" (Ayesh Perera, 2024b)

(1) *Cá nhân không tồn tại biệt lập:* Công chúng luôn gắn liền với các mạng lưới và nhóm xã hội trong quá trình tương tác hàng ngày.

(2) *Sự tiếp nhận mang tính trung gian:* Phản ứng đối với thông điệp truyền thông không diễn ra trực tiếp hay ngay lập tức, mà bị chi phối bởi các mối quan hệ xã hội.

(3) *Hai quá trình song song:* Quá trình truyền thông bao gồm hai giai đoạn phân biệt: Tiếp nhận/chú ý thông điệp và Phản ứng (đồng ý hoặc từ chối) dưới tác động của sự thuyết phục cá nhân.

(4) *Sự phân hóa vai trò:* Công chúng có các thái độ và vai trò khác nhau; trong đó có sự phân biệt rõ ràng giữa nhóm chủ động tiếp nhận/lan tỏa ý tưởng và nhóm thụ động tiếp nhận thông tin theo hình mẫu cá nhân tin cậy.

(5) *Đặc điểm của người dẫn dắt dư luận:* Những cá nhân đóng vai trò chủ động có tần suất sử dụng truyền thông đại chúng cao hơn, mức độ giao tiếp xã hội rộng hơn, tự nhận thức được ảnh hưởng của bản thân và trở thành nguồn thông tin mẫu mực cho cộng đồng.

Lý thuyết chỉ ra rằng quyết định và thái độ của công chúng dễ bị tác động bởi sự tương tác cá nhân trực tiếp (*personal influence*) hơn là sự tác động đơn độc từ các phương tiện thông tin đại chúng như báo in, radio hay tạp chí (DeVito, 1977; Lazarsfeld et al., 1948). Thông tin từ truyền thông di chuyển qua hai giai đoạn: đầu tiên, thủ lĩnh dư luận tiếp nhận và theo dõi sát sao truyền thông đại chúng; sau đó, họ tái diễn giải thông điệp này và chuyển tải đến các thành viên trong cộng đồng. Tác động của cơ chế này xoay quanh 4 yếu tố then chốt: *tác động của ảnh hưởng cá nhân, dòng chảy ảnh hưởng, thủ lĩnh dư luận, và bản chất truyền thông đại chúng* (Katz, 1957; Perera, 2024).

Phần lớn công chúng hình thành quan điểm cá nhân thông qua sự định hướng của các thủ lĩnh dư luận (Lazarsfeld et al., 1948, tr. 151). Khi nghiên cứu về cơ chế tâm lý của người nhận thông tin, Bauer (1963, tr. 63) đã chứng minh rằng người nghe không phải là "mục tiêu thụ động" mà là một đối tác tương tác chủ động; họ tiếp nhận nội dung truyền thông đã qua bộ lọc đánh giá và góc nhìn cá nhân của người dẫn dắt. Ảnh hưởng của các thủ lĩnh dư luận thường được củng cố và định hình nhờ việc họ tiếp cận liên tục với các kênh truyền thông cao cấp (*elite media*) như báo chí chính thống hay các nền tảng mạng xã hội chuyên sâu. Quy trình này tạo ra một vòng tuần hoàn truyền thông: ảnh hưởng xã hội bị chi phối bởi quan điểm cá nhân của thủ lĩnh dư luận, trong khi chính thủ lĩnh dư luận lại chịu tác động từ mục tiêu của các nhóm truyền thông tinh hoa. Quá trình định hình và lan rộng quan điểm thống nhất này trong cộng đồng được gọi là *"Thuyết phục xã hội" (Social Persuasion)*, khái niệm được hệ thống hóa sâu sắc trong nghiên cứu tâm lý học truyền thông của Berger (1995) và Katz & Lazarsfeld (1955).

Trong bối cảnh truyền thông CSDT hiện nay tại các tỉnh miền núi phía Bắc Việt Nam - nơi cư trú chủ yếu của đồng bào DTTS, việc áp dụng lý thuyết này cho thấy người có ảnh hưởng tại cộng đồng (già làng, trưởng bản, cán bộ hội phụ nữ, thanh niên, người uy tín trong thôn bản...) đóng vai trò trong việc truyền đạt chính sách của Đảng và Nhà nước đến người dân. Đây là nhóm đối tượng có hiểu biết về chính sách, có khả năng truyền đạt bằng tiếng dân tộc, hiểu tâm lý, tập quán địa phương, từ đó giúp đồng bào dễ tiếp cận, tiếp nhận và thực thi chính sách hiệu quả hơn.

Vận dụng lý thuyết trong truyền thông chính sách cho đồng bào dân tộc thiểu số

Như Lazarsfeld và cộng sự đã chỉ ra, thông tin từ truyền thông đại chúng thường không tác động trực tiếp đến công chúng mà cần thông qua những người dẫn dắt ý kiến. Vận dụng luận điểm này vào bối cảnh thông tin CSDT trên báo chí cho đồng bào DTTS, có thể nhận thấy vai trò đặc biệt của già làng, trưởng bản và những người có uy tín trong việc chuyển tải, giải thích và định hướng tiếp nhận chính sách cho cộng đồng. Trên *Tạp chí Nghiên cứu Dân tộc và Tôn giáo*, bài viết *"Cao Bằng: Khơi dậy nội lực góp phần thực hiện hiệu quả công tác dân tộc và tôn giáo"* trên số tháng 5/2026 đã phản ánh rõ nét vai trò của người có uy tín với tư cách là "người dẫn dắt ý kiến" trong việc chuyển tải CSDT đến cộng đồng. Thông qua việc dẫn lời ông Nông Quốc Khôi là ai khẳng định lực lượng 1.642 người có uy tín là "cánh tay nối dài" của chính quyền, bài báo đã minh chứng

rằng các chính sách phát triển kinh tế - xã hội, giảm nghèo và bảo tồn văn hóa chỉ thực sự thấm sâu vào đời sống khi được truyền tải qua những nhân vật trung gian có uy tín, kinh nghiệm và sự gương mẫu trong cộng đồng. Qua đó, tác phẩm đã làm nổi bật quy trình tiếp nhận chính sách không diễn ra trực tiếp mà thông qua cơ chế lan tỏa từ những hạt nhân tiêu biểu, góp phần tạo nên sự chuyển biến nhận thức và hành động tích cực của người dân vùng DTTS; bài *Tuyên Quang: Tăng cường công tác phổ biến, giáo dục pháp luật tại vùng đồng bào dân tộc thiểu số* tháng 5/2026 đã làm nổi bật chiến lược sử dụng đội ngũ trung gian để đưa pháp luật đến với đồng bào DTTS. Theo đó, tỉnh xác định cán bộ thôn bản, hòa giải viên và người có uy tín là lực lượng nòng cốt trong việc truyền đạt, giải thích các quy định pháp luật một cách phù hợp với phong tục, tập quán và ngôn ngữ địa phương - đây chính là những "người dẫn dắt ý kiến" đóng vai trò trung gian giữa thông tin pháp luật và cộng đồng.

Trên *Báo điện tử Dân tộc và Phát triển,* bài viết *Người có uy tín chung tay, góp sức bảo vệ biên cương,* ngày 24/3/2025 đã khắc họa rõ nét cơ chế truyền tải chính sách từ cấp vĩ mô đến cộng đồng. Cụ thể, các nhân vật như ông Bế Văn Cỏng ở Lạng Sơn hay già làng Siu Bình ở Gia Lai là tấm gương tự thân hiến đất, tham gia tuần tra biên giới. Họ giữ vai trò "cầu nối" quan trọng, chuyển hóa các chủ trương bảo vệ chủ quyền lãnh thổ thành những hành động cụ thể, phù hợp với văn hóa và đời sống địa phương. Chính thông qua lực lượng trung gian này, thông tin về phong trào "Toàn dân tham gia bảo vệ chủ quyền, an ninh biên giới" được giải thích, định hướng và lan tỏa đến từng người dân. Bài viết *Sẻ chia tấc đất, vạt nương để mở đường mới* ngày 29/07/2025 về phong trào hiến đất mở đường ở Tuyên Quang đã khắc họa rõ nét vai trò trung gian của người có uy tín và già làng trong việc thúc đẩy đồng thuận cộng đồng. Thông qua các nhân vật như già Lò Thìn Sáng ở Nà Ván hay ông Giàng Chúa Nhìa ở Má Pắng, bài báo cho thấy chính sách hạ tầng từ Chương trình MTQG 1719 không tác động trực tiếp đến người dân, mà cần được truyền tải, giải thích và định hướng bởi những người dẫn dắt ý kiến am hiểu phong tục, tiếng nói địa phương. Nhờ uy tín và sự gương mẫu, họ đã biến chủ trương "Nhà nước và Nhân dân cùng làm" thành phong trào tự nguyện hiến đất, góp công, biến con đường bê tông trở thành biểu tượng của niềm tin và sự gắn kết giữa dân với Đảng, Nhà nước. Bài *Tuyên Quang phát huy vai trò Người có uy tín trong cộng đồng,* ngày 20/11/2025 đã làm nổi bật vai trò của người có uy tín như một lực lượng trung gian đặc biệt trong việc truyền tải và định hướng chính sách đến cộng đồng DTTS. Tác phẩm nhấn mạnh người có uy tín là điểm tựa tin cậy với khả năng nói dân tin, làm dân theo, thể hiện qua tấm gương ông Hoàng Văn Hương, người đã kiên trì vận động hiến đất xây cầu và phát triển kinh tế. Bài *"Bình Gia (Lạng Sơn): Phát huy vai trò Người có uy tín trong thực hiện chính sách dân tộc" ngày* 14/12/2025 đã khắc họa rõ nét vai trò của người có uy tín với tư cách là cầu nối trung gian trong việc lan tỏa CSDT đến cộng đồng. Thông qua những tấm gương tiêu biểu như ông Hoàng Mạnh Tường vận động hiến đất mở đường, ông Hoàng Doãn Anh tuyên truyền bài trừ tảo hôn và mê tín, hay ông Lương Văn Minh được tập huấn để về phổ biến pháp luật, tác phẩm đã cho thấy các chủ trương của Đảng và chính sách của Nhà nước không tự thấm sâu vào đời sống mà cần được giải thích, định hướng bởi những nhân vật uy tín am hiểu địa bàn và được dân tin.

Trên *báo Nhân dân điện tử,* tác phẩm *"Chi Lăng (Lạng Sơn): Người có uy tín là lực lượng tích cực đưa pháp luật đến với người dân"* đăng 7/8/2023 trình bày quá trình chính quyền địa phương tổ chức các hội nghị phổ biến pháp luật nhằm trang bị kiến thức pháp lý cho lực lượng nòng cốt. Tin tức *"Trái sầu riêng thành trái vàng trái bạc"* ngày 27/9/2025 phân tích quyết định đột phá của đồng bào dân tộc Tày và Nùng khi đưa cây ăn quả có giá trị kinh tế lớn vào canh tác thay thế cây hoa màu truyền thống. Tác phẩm *"Cách làm giàu của chàng trai Tày trên Cao nguyên đá"* 18/11/2025 trình bày mô hình kinh tế trang trại tổng hợp mang lại lợi nhuận cao. Tác giả phân tích chiến lược tận dụng điều kiện khí hậu khắc nghiệt để phát triển các sản phẩm nông nghiệp đặc hữu.

Trên kênh *VOV4*, tác phẩm *"Cần đảy pỉ nọọng slứn điếp hết đây viếc bản cỏn"* (*Người có anh em kế tục mới làm được việc làng bản)* làm sáng tỏ vai trò của người có uy tín trong việc truyền đạt CSDT và giải quyết các vấn đề pháp lý tại cơ sở. Tác phẩm *"Cán bộ Hội pỉ nọọng nhình cần Tày hết kin híu" (Cán bộ Hội Phụ nữ người Tày làm ăn giỏi)* do tác giả Nông Diệp thực hiện trên kênh *VOV4* ngày 17/6/2023 phản ánh câu chuyện vượt khó vươn lên làm giàu của một nữ cán bộ hội vùng cao. Bài viết khắc họa quá trình chuyển đổi mô hình kinh tế gian nan từ nông nghiệp truyền thống sang trồng cây hàng hóa như trà và mắc ca. Nhân vật đã kiến tạo hệ sinh thái sản xuất khép kín, tạo công ăn việc làm ổn định cho nhiều lao động nữ tại địa phương. Chương trình *"Lườn cần Nùng nâng dú slảnh Lào Cai xắc xăn slon slư" (Gia đình người Nùng này ở tỉnh Lào Cai rất chăm chỉ dạy chữ)* trên kênh *VOV4* ngày 22/7/2023 khắc họa sâu sắc hình ảnh một gia đình người Nùng tiêu biểu về truyền thống hiếu học. Trên kênh *VOV4*, tác phẩm *"Pỉ nọọng cần Nùng Phàn Slình dú hoẹn Đồng Hỷ chướng*

chắp lẹ hội Óc pò chang slì xuân pi mấu" (Đồng bào người Nùng Phàn Sình ở huyện Đồng Hỷ chuẩn bị lễ hội Óc Pò (mổ bò) dưới trăng sáng mừng xuân năm mới) ngày 21/2/2025 cung cấp dữ liệu quan trọng về công tác phục dựng lễ hội truyền thống. Thông tin từ bài báo *"Cần slon tẻo tàng mủa pát" (Người thầy dạy đi chợ mua bát)* ngày 18/5 2024 nhấn mạnh vai trò của nghệ nhân dân gian trong sự nghiệp truyền dạy nghệ thuật múa cổ truyền. Tác phẩm đi sâu vào quá trình cống hiến trọn đời của một nghệ nhân lão thành huyện Chợ Đồn trong phổ biến điệu múa bát đặc trưng. Trên kênh *VTV5*, phóng sự *"Nếp nhà sàn nơi gìn giữ nét văn hóa"* ngày 20/11/2025; *"Nét đẹp văn hóa người Tày ở Thái Nguyên"* phát sóng 1/3/2024 trên kênh *VTV5* cho thấy tại bản làng Thái Hải, hàng trăm thành viên thuộc nhiều thế hệ cùng sinh sống dưới các nếp nhà sàn, duy trì thói quen giao tiếp bằng ngôn ngữ mẹ đẻ và mặc trang phục áo chàm truyền thống đã được Tổ chức Du lịch thế giới vinh danh.

3.2. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy lý thuyết dòng chảy hai bước của Lazarsfeld, Berelson và Gaudet có giá trị ứng dụng đáng kể trong bối cảnh truyền thông CSDT tại Việt Nam, đồng thời bộc lộ một số điểm cần được điều chỉnh cho phù hợp với đặc thù xã hội - văn hóa của cộng đồng DTTS khu vực phía Bắc. Nghiên cứu xác nhận luận điểm cốt lõi của mô hình dòng chảy hai bước, là thông tin từ báo chí không tác động trực tiếp đến toàn bộ công chúng mà thường được tiếp nhận và chuyển tiếp thông qua những người dẫn dắt ý kiến trong cộng đồng. Kết quả khảo sát cho thấy 74,5% người tham gia đánh giá tích cực về vai trò của thông tin CSDT trong việc nâng cao chất lượng đời sống, đồng thời các bài báo về mô hình phát triển kinh tế và tấm gương vươn lên thoát nghèo được công chúng ghi nhận rộng rãi. Điều này phù hợp với phát hiện của Katz và Lazarsfeld (1955) rằng ảnh hưởng của truyền thông đại chúng thường diễn ra qua hai giai đoạn, trong đó những người dẫn dắt ý kiến đóng vai trò trung gian trong việc giải thích và định hình thông điệp.

Dữ liệu phân tích nội dung cho thấy báo chí đã phản ánh tương đối đầy đủ vai trò của người dẫn dắt ý kiến trong các bài viết về mô hình phát triển và tấm gương điển hình. Các tác phẩm báo chí trên Tạp chí *Nghiên cứu Dân tộc và Tôn giáo*, Báo *Nhân dân điện tử*, Báo điện tử *Dân tộc và Phát triển*, VOV4 và VTV5 đều nhấn mạnh vai trò của già làng, trưởng bản, người có uy tín và các cá nhân tiên phong trong cộng đồng như những tác nhân thúc đẩy thay đổi. Điều này giải thích vì sao các bài báo giới thiệu mô hình kinh tế hiệu quả, câu chuyện thành công của cá nhân người DTTS nhận được sự quan tâm và đánh giá cao từ công chúng, bởi chúng vận hành thông qua cơ chế "học hỏi từ hình mẫu" - một trong những giả thuyết quan trọng của lý thuyết dòng chảy hai bước về cách thức người dẫn dắt ý kiến ảnh hưởng đến nhóm xã hội của họ.

4. Kết luận

Nghiên cứu đã vận dụng lý thuyết dòng chảy hai bước để phân tích và đánh giá thực trạng báo chí thông tin CSDT cho đồng bào Tày, Nùng khu vực phía Bắc Việt Nam giai đoạn 2023 -2026 trên 05 cơ quan thuộc bốn loại hình báo chí, nghiên cứu rút ra ba phát hiện chính. Lý thuyết "Dòng chảy hai bước" có giá trị ứng dụng trong bối cảnh truyền thông CSDT tại Việt Nam. Người có uy tín giải thích, chuyển tải và định hướng tiếp nhận chính sách, góp phần nâng cao hiệu quả thực thi chính sách tại vùng đồng bào DTTS. Nghiên cứu góp phần kiểm định và điều chỉnh lý thuyết dòng chảy hai bước trong bối cảnh quốc gia đa dân tộc đang trong quá trình chuyển đổi số, đồng thời bổ sung luận cứ thực nghiệm cho lĩnh vực truyền thông chính sách công tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu gợi ý các cơ quan báo chí và nhà quản lý cần chú trọng bồi dưỡng năng lực truyền thông, kiến thức pháp luật và kỹ năng giải thích chính sách cho đội ngũ người có uy tín tại địa phương; đồng thời khai thác hiệu quả vai trò của các nền tảng số trong việc kết nối chính sách với cộng đồng DTTS./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bauer, R. A. (1963). The communicator and the audience. *Journal of Social Issues, 19*(2), 55–69. https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1963.tb00441.x.

2. Berger, A. A. (1995). *Essentials of mass communication theory*. SAGE Publications, TR.45-52.

3. Chính phủ. (2021). *Quyết định số 1719/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021-2030*.

4. DeVito, J. A. (1977). *Communicology: An introduction to the study of communication*. Harper & Row.

5. Katz, E. (1957). The two-step flow of communication: An up-to-date report on an hypothesis. *Public Opinion Quarterly, 21*(1), 61-78. https://doi.org/10.1086/266687

6. Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. The Free Press. https://doi.org/10.4324/9781315126234., TR.31.7. Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda technique in the World War*. Alfred A. Knopf, TR.47-55, 30-34, 82-84.

8. Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign* (2nd ed.). Columbia University Press. https://doi.org/10.1007/978-3-658-50422-9_1, TR.152, 151.

9. Paramita, E. (2014). Two-step flow theory in the digital age. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 12*(1), 45-58.

10. Perera, A. (2024a). Two-step flow theory: A model of media influence. *World of Communication*, 12-25.

11. Perera, A. (2024b, September 18). *Two-step flow theory of media communication*. Simply Psychology. https://www.simplypsychology.org/two-step-flow-theory-of-communication.html.