Kiến tạo xã hội về đô thị thông minh: Tiếp cận từ xã hội học truyền thông

Social construction of smart cities: A communication sociology approach

TS. PHẠM TRẦN THĂNG LONG
Trường Đại học Thăng Long;
Email:longptt@thanglong.edu.vn

NGUYỄN THỊ HẢI ANH
Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
Email: haianhm272@gmail.com

Ngày nhận bài: 04/8/2026 Ngày phản biện: 01/9/2026 Ngày duyệt đăng: 20/9/2026

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

Tóm tắt: *Phát triển đô thị thông minh (ĐTTM) tại Việt Nam hiện nay đang là một chiến lược trọng điểm nhưng chủ yếu mang góc nhìn kỹ trị và thiếu vắng các chiều kích xã hội học nhân văn. Dựa trên lý thuyết Kiến tạo xã hội, "Thành phố truyền thông" và "Không gian công cộng lai", nghiên cứu khảo sát vai trò của truyền hình địa phương trong tiến trình này. Bằng phương pháp phân tích nội dung định tính kết hợp kiểm đếm tần suất diễn ngôn bằng phần mềm QualCoder, bài viết phân tích các thông điệp về ĐTTM phát trên kênh Hà Nội 1 trong giai đoạn cao điểm triển khai Kế hoạch số 243/KH-UBND và Luật Thủ đô năm 2024 (từ 01/09/2025 đến 31/03/2026). Kết quả cho thấy truyền hình chủ yếu khắc họa ĐTTM là các dự án công nghệ quản lý vĩ mô từ trên xuống. Tiếng nói và nhu cầu của người dân, đặc biệt là nhóm yếu thế, chưa được phản ánh tương xứng. Từ đó, bài viết đề xuất giải pháp thúc đẩy truyền thông đô thị theo hướng nhân văn, bao trùm và tối ưu hóa tương tác số đa chiều.*
Từ khoá: *kiến tạo xã hội; đô thị thông minh; truyền hình địa phương; không gian công cộng lai; thành phố truyền thông.*

Abstract: *The development of smart cities in Vietnam today is a key strategic priority, but it has primarily been approached from a technocratic perspective, with limited attention to sociological and humanistic dimensions. Drawing on the theories of social construction, the "media city," and the "hybrid public sphere," this study examines the role of local television in this process. Using qualitative content analysis combined with discourse frequency counting through QualCoder, the article analyzes smart city-related messages broadcast on Channel Hanoi 1 during the peak period of implementing Plan No. 243/KH-UBND and the 2024 Capital Law (from September 1, 2025 to March 31, 2026). The findings show that television primarily portrays smart cities as top-down macro-level technology and management projects. The voices and needs of residents, particularly vulnerable groups, have not been adequately represented. The article therefore proposes solutions to promote more human-centered and inclusive urban communication and optimize multidirectional digital interaction.*
Keywords: *social construction; smart cities; local television; hybrid public sphere; media city.*

1. Đặt vấn đề

Thế kỷ XXI ghi nhận sự gia tăng nhanh chóng của tiến trình đô thị hóa toàn cầu, đặt ra hàng loạt vấn đề mang tính hệ thống cho các nước đang phát triển như Việt Nam. Từ quá tải hạ tầng kỹ thuật, ùn tắc giao thông, ô nhiễm môi trường đến sự gia tăng khoảng cách trong tiếp cận dịch vụ xã hội đô thị, thực tiễn này đòi hỏi các giải pháp đồng bộ. Trong

bối cảnh đó, xu thế phát triển đô thị thông minh (ĐTTM) đã trở thành một hướng tiếp cận chiến lược. Giải pháp này tận dụng thành tựu công nghệ số, Mạng Internet kết nối vạn vật (IoT), Trí tuệ nhân tạo (AI) và Dữ liệu lớn (Big Data) nhằm tối ưu hóa năng lực quản trị, nâng cao hiệu quả dịch vụ công và cải thiện chất lượng sống của cư dân. Tại Việt Nam, chủ trương này đã được cụ thể hóa thông qua các định hướng chính sách, tiêu biểu như Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị, Quyết định số 950/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, Nghị định số 269/2025/NĐ-CP ngày 14/10/2025 của Chính phủ về phát triển đô thị thông minh, và Kế hoạch số 243/KH-UBND ngày 08/09/2025 của UBND TP. Hà Nội.

Tuy nhiên, dưới góc độ xã hội học đô thị và truyền thông, quá trình vận hành ĐTTM cần sự kết hợp chặt chẽ giữa các giải pháp kỹ thuật và yếu tố xã hội, đặc biệt là sự đồng thuận, thấu hiểu và mức độ tham gia thực tế của cư dân (Komninos & Mora, 2018). Điều này đòi hỏi một sự chuyển dịch căn bản từ tập trung xây dựng cơ sở hạ tầng sang việc kiến tạo không gian hướng tới người dân. Hệ thống truyền thông đại chúng, đặc biệt là truyền hình địa phương, giữ vai trò quan trọng trong việc thông tin chính sách, phổ biến kiến thức công nghệ và góp phần định hình nhận thức cộng đồng.

Dựa trên lý thuyết Kiến tạo xã hội (Berger & Luckmann, 1966), hiện thực xã hội liên tục được định hình và chia sẻ thông qua các hệ thống ký hiệu, ngôn từ và hình ảnh truyền thông. Bàn về đô thị hiện đại, McQuire (2008) qua lý thuyết "Thành phố truyền thông" và de Souza e Silva (2006) chỉ ra rằng không gian công cộng hiện nay đang dịch chuyển vượt ra ngoài các ranh giới vật lý, hình thành nên các "không gian công cộng lai" (hybrid public space) - nơi không gian số và không gian vật chất đan xen. Tại đây, thông điệp truyền hình không chỉ phản ánh thực tế mà còn tham gia kiến tạo thực tại xã hội. Đồng thời, Halegoua (2020) lưu ý về nguy cơ loại trừ xã hội và gia tăng bất bình đẳng số nếu hệ sinh thái truyền thông đô thị không phản ánh đa dạng tiếng nói của các nhóm xã hội.

Tại Thủ đô Hà Nội, kế hoạch phát triển ĐTTM đang được đẩy mạnh gắn liền với việc thi hành Luật Thủ đô năm 2024 (Quốc hội, 2024). Kênh truyền hình Hà Nội 1 của Đài Phát thanh - Truyền hình Hà Nội là đầu mối thông tin chính thống kết nối chính sách vĩ mô đến công dân. Tuy nhiên, các nghiên cứu trong nước phần lớn tập trung tiếp cận ĐTTM dưới góc độ hạ tầng công nghệ hoặc chuyển đổi số thuần túy, vắng bóng các phân tích phê phán về cấu trúc diễn ngôn truyền thông. Nghiên cứu này tập trung giải quyết câu hỏi "Truyền hình địa phương đã kiến tạo hình ảnh đô thị thông minh và vai trò của người dân như thế nào trong bối cảnh không gian lai hiện nay?"

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu vận dụng thiết kế Phân tích nội dung định tính kết hợp kiểm đếm tần suất thông điệp theo chuẩn Mayring (2014) và Schreier (2012). Khung phân tích tích hợp 4 lý thuyết nền tảng gồm Kiến tạo xã hội (Berger & Luckmann, 1966), Thành phố truyền thông (McQuire, 2008), Không gian công cộng lai (de Souza e Silva, 2006) và Bất bình đẳng số trong ĐTTM (Halegoua, 2020).

Quy trình thu thập và sàng lọc mẫu được thực hiện nghiêm ngặt qua 4 bước từ kho lưu trữ số của Đài PT-TH Hà Nội (tulieu.daihanoi.vn) và cổng thông tin hanoionline.vn trong giai đoạn khảo sát thực tế từ 01/09/2025 đến 31/03/2026:

- Bước 1 (Thu thập diện rộng): Tìm kiếm theo các từ khóa liên quan thu được N = 185 sản phẩm phát sóng.

- Bước 2 (Sàng lọc tiêu chí loại trừ 1): Loại 82 tin vắn có thời lượng quá ngắn (< 30 giây) hoặc không thuộc chủ đề ĐTTM Hà Nội.

- Bước 3 (Sàng lọc tiêu chí loại trừ 2): Loại 63 sản phẩm trùng lặp hoặc phát lại ngoài khung giờ vàng.

- Bước 4 (Chốt mẫu chính thức): Thu được n = 40 sản phẩm chuẩn mực gồm 10 tin vắn, 18 phóng sự và 12 tọa đàm chuyên sâu (Bảng 1).

Dữ liệu âm thanh/hình ảnh được gỡ băng văn bản toàn phần và mã hóa độc lập bởi 02 mã hóa viên trên phần mềm QualCoder (phiên bản 3.2). Kết quả kiểm định độ tin cậy liên mã hóa viên đạt chỉ số Cohen's Kappa $\kappa = 0.86$ (mức độ đồng thuận rất cao

> 0.80), bảo đảm tính minh bạch và khả năng tái lặp nghiên cứu.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Phân tích dữ liệu gỡ băng từ 40 sản phẩm truyền hình trên QualCoder cho thấy những đặc điểm nổi bật trong việc kiến tạo hiện thực xã hội về đô thị thông minh tại Hà Nội. Bảng 2 tổng hợp ma trận mã hóa tần suất diễn ngôn, hình ảnh và cơ cấu nguồn phát ngôn.

Bảng 1: Phân bổ quy mô và tiêu chí nhận diện mẫu sản phẩm truyền hình (01/09/2025 – 31/03/2026)

Nhóm phân loại mẫu	Tiêu chí nhận diện chi tiết & Ranh giới phân loại	Số lượng (n)	Tỷ lệ (%)
Nhóm 1 (Trực tiếp)	Các sản phẩm sử dụng trực tiếp thuật ngữ "đô thị thông minh" hoặc "thành phố thông minh".	10	25.0%
Nhóm 2 (Gián tiếp - Trụ cột)	Các sản phẩm tập trung vào các cấu phần trụ cột gồm giao thông thông minh, chính quyền số, hạ tầng số, IOC, kinh tế số.	18	45.0%
Nhóm 3 (Cảm giác - Liên đới)	Các sản phẩm phản ánh trải nghiệm dân sinh, ứng xử cộng đồng, không khí đô thị hóa hoặc cảm nhận của cư dân trước hạ tầng công nghệ (ranh giới: đơn vị phân tích chủ đạo là trải nghiệm người dùng).	12	30.0%
Tổng (N)	*Toàn bộ mẫu nghiên cứu được gỡ băng văn bản và mã hóa toàn phần trên QualCoder.*	*40*	*100.0%*

(Nguồn: Tổng hợp và phân loại dữ liệu thực địa của nhóm tác giả)

3.1. Sự kiến tạo hình ảnh đô thị thông minh xoay quanh hạ tầng kỹ thuật và quản lý vĩ mô

Bảng 2: Ma trận kết quả mã hóa tần suất diễn ngôn, hình ảnh và nguồn phát ngôn trên QualCoder (N = 40)

Trục phân tích / Chủ đề	Mã QualCoder / Mã sơ cấp	Tần suất & Tỷ lệ xuất hiện	Minh chứng văn bản & Hình ảnh gỡ băng
1. Khung hình ảnh thị giác	Màn hình IOC & Hạ tầng AI [Visual_IOC_Infra]	32/40 mẫu (80.0% khung hình)	Góc quay toàn cảnh phòng điều hành IOC, camera AI nhận diện biển số, màn hình Led sắc xanh công nghệ.
2. Diễn ngôn điều phối vĩ mô	Động từ quản lý, giám sát, kiểm soát, điều hành [Lex_Macro_Control]	422 lượt xuất hiện (Quản lý 145, Giám sát 112)	Lời bình BTV: "Hệ thống IOC giúp cơ quan chức năng quản lý tập trung, giám sát toàn diện mọi hoạt động đô thị..."
3. Cơ cấu nguồn phát ngôn	Chính quyền & Chuyên gia vs Cư dân [Voice_Distribution]	Chính quyền/ Chuyên gia 78.5% Người dân 12.0%	Ý kiến chuyên gia giải thích kỹ thuật (78.5% thời lượng phỏng vấn); người dân trả lời phỏng vấn ngắn 10-15s (12.0%).
4. Khung vai trò công dân	Người tiêu dùng dịch vụ thụ động [Role_Passive_Consumer]	38/40 mẫu (95.0%) Đồng sáng tạo 2/40 (5.0%)	Gắn với động từ bị động "được hướng dẫn", "được tiếp cận", "cần tuân thủ", quét mã QR thanh toán bãi đỗ xe.
5. Tiếng nói nhóm yếu thế	Người cao tuổi, lao động tự do, nhập cư [Divide_Marginalized]	0/40 mẫu (0.0% vắng bóng)	Hoàn toàn vắng bóng thông điệp hướng dẫn kỹ năng số hoặc phản ánh rào cản của người yếu thế khi tiếp cận ĐTTM.

(Nguồn: Kết quả mã hóa và trích xuất ma trận giao thoa dữ liệu QualCoder của nhóm tác giả)

Kết quả phân tích từ Bảng 2 cho thấy một xu hướng kiến tạo nhất quán với ĐTTM được khắc họa chủ yếu qua lăng kính kỹ trị vĩ mô. Mã "Cơ sở hạ tầng số/Trung tâm điều hành IOC" xuất hiện trong 32/40 mẫu (80%). Các khung hình điển hình bao gồm camera AI, màn hình lớn tại Trung tâm IOC và biểu đồ dữ liệu thời gian thực với tone màu xanh công nghệ chủ đạo. Về mặt từ vựng, nhóm động từ mang tính điều phối vĩ mô xuất hiện tới 422 lượt (quản lý 145 lần, giám sát 112 lần, kiểm soát 89 lần, điều hành 76 lần). Sự kết hợp giữa hình ảnh tổng quan và ngôn ngữ điều phối đã định vị ĐTTM như một cấu trúc kỹ thuật khép kín, tạo ra khoảng cách tâm lý với trải nghiệm dân sinh hàng ngày.

3.2. Mức độ xuất hiện của tiếng nói cư dân và yếu tố bất bình đẳng số

Khảo sát cơ cấu nguồn phát ngôn phát hiện sự bất đối xứng nghiêm trọng, trong đó đại diện cơ quan quản lý và chuyên gia công nghệ chiếm tới 78.5% tổng thời lượng phỏng vấn trực tiếp. Ngược lại, tiếng nói của người dân chỉ chiếm khoảng 12.0% thời lượng và thường bị giới hạn trong các câu trả lời ngắn 10–15 giây mang tính minh họa cho sự đồng thuận chính sách. Đặc biệt, phân tích cho thấy sự vắng bóng tuyệt đối (0.0%) của các nhóm xã hội yếu thế (người cao tuổi, lao động tự do, người nhập cư). Theo Halegoua (2020), việc đề cao công nghệ số nhưng thiếu các thông điệp hỗ trợ kỹ năng số cho nhóm yếu thế tiềm ẩn nguy cơ nới rộng khoảng cách bất bình đẳng số và gây loại trừ xã hội.

3.3. Khuynh hướng đóng khung vai trò công dân

Phân tích diễn ngôn về cách đóng khung chân dung người dân chỉ ra rằng họ chủ yếu được định vị như những người tiêu dùng dịch vụ thụ động (38/40 mẫu = 95.0%). Các hành vi phổ biến bao gồm quét mã QR thanh toán bãi đỗ xe hoặc nộp hồ sơ trực tuyến, gắn liền với các động từ tuân thủ ("được hướng dẫn", "được tiếp cận", "cần tuân thủ"). Rất hiếm mẫu (chỉ 2/40 mẫu = 5.0%) phản ánh công dân như chủ thể đồng sáng tạo, chủ động giám sát chính quyền hay đóng góp sáng kiến cộng đồng trên nền tảng số. Điều này đi ngược lại nguyên lý ĐTTM đa chiều của Kitchin và cộng sự (2018), hạn chế nguồn

vốn xã hội của cộng đồng cư dân.

4. Kết luận và khuyến nghị

Khuyến nghị cân bằng cấu trúc thông điệp giữa quản trị hạ tầng và không gian xã hội

Để khắc phục sự thiên lệch kỹ trị, Đài PT-TH Hà Nội cần chuyển dịch tư duy sản xuất nội dung theo hướng lấy con người làm trung tâm. Cần tăng cường các phóng sự đặc tả trải nghiệm thực tế của cư dân khi tương tác với hạ tầng số, đồng thời lồng ghép các thông điệp hướng dẫn kỹ năng số và bảo mật quyền riêng tư song song với tuyên truyền chính quyền số.

Khuyến nghị mở rộng không gian tương tác và thúc đẩy truyền thông bao trùm

Tối ưu hóa các nền tảng số (ứng dụng Hanoi On, mạng xã hội) để xây dựng hệ sinh thái truyền thông đa chiều. Cần mở các chuyên mục tiếp nhận phản hồi, đối thoại trực tuyến giữa chính quyền và người dân. Đặc biệt, phải xây dựng các nội dung truyền thông thân thiện, dễ hiểu dành riêng cho người cao tuổi và lao động tự do để bảo đảm sự phát triển đô thị bao trùm.

Khuyến nghị ứng dụng quy luật tâm lý xã hội và khung lý thuyết Thủ lĩnh ý kiến

Vận dụng cơ chế lan tỏa hình mẫu tích cực trong ứng xử đô thị (Đinh Thị Thanh Tâm, 2021). Đồng thời, thay vì áp đặt thông điệp một chiều, truyền thông cần phát huy vai trò của các Thủ lĩnh ý kiến (Opinion Leaders) theo mô hình truyền thông hai bước của Katz & Lazarsfeld (1955). Sự tham gia của các chuyên gia, trí thức và KOLs có uy tín trên không gian mạng sẽ giúp củng cố niềm tin công chúng và lan tỏa các chuẩn mực hành vi đô thị thông minh.

Nghiên cứu khẳng định truyền hình địa phương đóng vai trò quan trọng trong việc kiến tạo hiện thực xã hội về đô thị thông minh tại Hà Nội. Tuy nhiên, sự thống trị của góc nhìn kỹ trị, sự hạn chế tiếng nói cư dân và sự vắng bóng của nhóm yếu thế đang là những thách thức cần giải quyết. Việc tái định hình truyền thông đô thị theo hướng nhân văn, bao trùm và tôn trọng vai trò chủ thể của người dân chính là chìa khóa để hiện thực hóa mục tiêu phát triển Thủ đô bền vững theo tinh thần Luật Thủ đô năm 2024./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge. Anchor Books.

2. de Souza e Silva, A. (2006). From cybercities to hybrid cities: The interfaces of mobile games and locative media. Time & Society, 15(2-3), 261–278

https://doi.org/10.1177/0961463X06067037

3. Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội. (2026). Hệ thống lưu trữ số Đài Hà Nội. https://tulieu.daihanoi.vn

4. Đinh Thị Thanh Tâm. (2021). Xu hướng biến đổi tâm lý đám đông dưới tác động của thông tin sai lệch, xuyên tạc trên mạng xã hội. Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông, 9, 47–51.

5. Halegoua, G. R. (2020). Smart cities. The MIT Press

https://doi.org/10.7551/mitpress/11426.001.0001

6. Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications. The Free Press.

7. Kitchin, R., Coletta, C., Evans, L., & Heaphy, L. (2018). Creating smart cities. Trong R. Kitchin, C. Coletta, L. Evans, & L. Heaphy (Chủ biên), Creating smart cities (tr. 1–18). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781351182409-1

8. Komninos, N., & Mora, L. (2018). Exploring the big picture of smart city research. Scienze Regionali, 17(1), 15-38. https://doi.org/10.14650/88815

9. Mayring, P. (2014). Qualitative content analysis: Theoretical foundation, basic procedures and software solution. Social Science Open Access Repository.

10. McQuire, S. (2008). The media city: Media, architecture and urban space. SAGE Publications

https://doi.org/10.4135/9781446269572

11. Nguyễn Ngọc Quý, & Trần Ngọc Lan. (2022). Nhận thức về xây dựng đô thị thông minh: Nghiên cứu trường hợp tại Hà Nội. Trong Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia "Quản trị thông minh trong môi trường phức hợp toàn cầu: Lý luận và thực tiễn" (tr. 219–235). Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội.

12. Quốc hội. (2024). Luật số 39/2024/QH15: Luật Thủ đô

13.https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=211197

Schreier, M. (2012). Qualitative content analysis in practice. SAGE Publications.