

Truyền thông chính sách về an ninh quốc gia: từ thông tin đến định hướng

Ngày nhận bài: 02/04/2026 | Ngày phản biện: 28/04/2026 | Ngày xuất bản: 20/05/2026

Tác giả: Nguyễn Đăng Khang (Báo Đại Đoàn kết)

DOI: 10.66057/llcttt-29546

Tóm tắt: Sự gia tăng tốc độ lan truyền thông tin trên mạng xã hội đang làm thay đổi căn bản môi trường truyền thông, mặt khác đặt ra những yêu cầu mới đối với truyền thông chính sách về an ninh quốc gia (ANQG). Bài viết tập trung làm rõ bản chất và đặc trưng của truyền thông chính sách ANQG, đồng thời phân tích thực trạng tại Việt Nam trên các phương diện chủ thể, phương thức và những hạn chế còn tồn tại như “khoảng trống thông tin” và sự chi phối của “logic lan truyền số”. Từ thực tiễn này, bài viết lập luận hiệu quả truyền thông chính sách ANQG không phụ thuộc chủ yếu vào công cụ mà nằm ở mức độ tích hợp truyền thông vào toàn bộ chu trình chính sách. Từ cách tiếp cận này, bài viết đề xuất định hướng nâng cao hiệu quả truyền thông theo hướng tái cấu trúc tư duy, tăng cường năng lực tổ chức và đẩy mạnh khai thác môi trường truyền thông số.

1. Đặt vấn đề

Trong tiến trình phát triển của lịch sử quản trị quốc gia, an ninh luôn được coi là nền tảng cốt yếu cho mọi hoạt động kinh tế, văn hóa và xã hội. Bước sang thập kỷ thứ ba của thế kỷ XXI, phạm vi của ANQG đã không còn bó hẹp trong các lĩnh vực truyền thống như bảo vệ chủ quyền lãnh thổ hay giữ vững ổn định chính trị trước các nguy cơ xâm lược vũ trang. Sự bùng nổ của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư với trọng tâm là internet vạn vật, trí tuệ nhân tạo (AI) và dữ liệu lớn đã dịch chuyển trọng tâm của an ninh sang những lĩnh vực mới: an ninh mạng, an ninh thông tin và an ninh phi truyền thống. Tại Việt Nam, thực tiễn này đặt ra những yêu cầu cấp bách, không chỉ đối với các lực lượng chuyên trách mà còn đối với toàn bộ hệ thống chính trị trong việc tổ chức hoạt động truyền thông chính sách nhằm kiến tạo sự đồng thuận và bảo vệ nền tảng tư tưởng.

Những năm gần đây, nhiều vụ việc trên không gian mạng cho thấy tốc độ lan truyền của tin đồn thường nhanh hơn đáng kể so với khả năng phản hồi của các cơ quan chức

năng. Không ít trường hợp, khi thông tin chính thức được công bố thì dư luận xã hội đã bị dẫn dắt bởi các nguồn tin phi chính thống trên mạng xã hội. Thực tiễn đó cho thấy vấn đề của truyền thông chính sách hiện nay không chỉ nằm ở nội dung thông tin, mà còn nằm ở tốc độ phản ứng, khả năng định hướng dư luận và năng lực thích ứng với môi trường truyền thông số. Theo dữ liệu báo cáo từ Simon Kemp (2025) “tính đến đầu năm 2025, Việt Nam đã có khoảng 79,8 triệu cá nhân sử dụng Internet, tương đương với tỷ lệ 78,8% dân số”. Đặc biệt, sự hiện diện của 76,2 triệu tài khoản mạng xã hội đang hoạt động đã làm thay đổi hoàn toàn phương thức kiến tạo, lan truyền và tiếp nhận thông tin trong xã hội. Sự dịch chuyển này mang lại những cơ hội to lớn cho việc phổ biến chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, mặt khác cũng tạo ra một môi trường tiềm ẩn nhiều rủi ro khi các thông tin sai lệch, tin giả có thể được khuếch đại với tốc độ rất nhanh qua các thuật toán của mạng xã hội.

Các thế lực thù địch và các loại tội phạm công nghệ cao ngày càng triệt để khai thác không gian mạng để phát tán thông tin xuyên tạc, bóp méo bản chất của các chính sách an ninh. Điều này dẫn tới sự tác động tiêu cực đến nhận thức xã hội và lòng tin của nhân dân vào chế độ. Báo cáo của Bộ Thông tin và Truyền thông (2024) chỉ rõ rằng “việc phản bác các quan điểm sai trái trên không gian mạng hiện nay không chỉ là cuộc đấu tranh về mặt kỹ thuật mà còn là cuộc chiến về mặt tư tưởng và truyền thông”. Trong bối cảnh đó, truyền thông chính sách về ANQG không đơn thuần là hoạt động cung cấp thông tin mà phải thực hiện sứ mệnh dẫn dắt dư luận, củng cố niềm tin chính trị và chủ động định hướng hành vi xã hội trước các biến động phức tạp.

Theo quan sát thực tiễn, hoạt động truyền thông chính sách ở một số cơ quan nhà nước vẫn tồn tại tình trạng cung cấp thông tin chậm hơn tốc độ lan truyền của tin đồn trên không gian mạng; phương thức truyền tải còn thiên về hành chính, một chiều; thiếu các công cụ công nghệ phục vụ giám sát và phản hồi thông tin theo thời gian thực. Điều này tạo ra “khoảng trống thông tin”, làm gia tăng ảnh hưởng của các nguồn tin phi chính thống.

Nghiên cứu cho rằng hiệu quả truyền thông chính sách về ANQG không phụ thuộc chủ yếu vào sự tân tiến của công cụ hay phương tiện truyền thông, mà nằm ở mức độ tích hợp hữu cơ của hoạt động truyền thông vào toàn bộ chu trình chính sách - từ khâu dự thảo, ban hành đến thực thi và hậu kiểm. Để nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách về ANQG, Việt Nam cần một cuộc tái cấu trúc tư duy quản trị truyền thông theo hướng lấy công chúng làm trung tâm, dựa trên nền tảng dữ liệu và sự chủ động nâng cao khả năng hiện diện trên không gian số.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện theo phương pháp định tính, kết hợp các kỹ thuật phân tích tài liệu, nghiên cứu trường hợp, so sánh và phân tích - tổng hợp nhằm bảo đảm tính lý luận và thực tiễn.

Trước hết, phương pháp phân tích tài liệu được sử dụng để xây dựng cơ sở lý luận và khung pháp lý cho nghiên cứu. Nguồn dữ liệu bao gồm các văn bản pháp luật như Luật An ninh quốc gia năm 2004 (sửa đổi, bổ sung năm 2023), Luật Lực lượng tham gia bảo vệ an ninh, trật tự ở cơ sở năm 2023; các báo cáo của Bộ Thông tin và Truyền thông về an ninh mạng giai đoạn 2024-2025; cùng các công trình nghiên cứu tiêu biểu về truyền thông chính sách của Hà Thị Thu Hương và Lương Ngọc Vĩnh.

Trên cơ sở đó, phương pháp nghiên cứu trường hợp được triển khai nhằm kiểm chứng các luận điểm về "khoảng trống thông tin" và tác động của logic lan truyền số". Bài viết lựa chọn hai trường hợp điển hình gồm: biến động thị trường vàng cuối năm 2025; đầu năm 2026 để phân tích sự lệch pha giữa điều hành chính sách và phản ứng truyền thông; cùng tình trạng tội phạm sử dụng công nghệ Deepfake giai đoạn 2024-2025 nhằm làm rõ cơ chế lan truyền nội dung giả mạo và khả năng phản ứng của cơ quan chức năng.

Ngoài ra, phương pháp so sánh được áp dụng để đối chiếu giữa yêu cầu của truyền thông chính sách hiện đại, tiêu biểu là mô hình GCDW của Liu & Horsley (2007), với thực tiễn triển khai tại Việt Nam, qua đó nhận diện những điểm nghẽn về thể chế, năng lực và nguồn lực.

Cuối cùng, phương pháp phân tích - tổng hợp được sử dụng để hệ thống hóa các kết quả nghiên cứu, liên kết nguyên nhân với hệ quả, qua đó đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách trong môi trường số hiện nay.

3. Nội dung

3.1. Bản chất và đặc trưng vận hành của truyền thông chính sách về ANQG

3.1.1. Khái niệm và vị trí của truyền thông chính sách trong hệ thống ANQG

Để hiểu rõ về bản chất của truyền thông chính sách trong lĩnh vực an ninh, trước hết cần xác lập khung khái niệm dựa trên các văn bản pháp lý và lý luận chuyên ngành. Theo Luật An ninh quốc gia năm 2004 (sửa đổi, bổ sung năm 2023): “An ninh quốc gia là sự ổn định, phát triển bền vững của chế độ xã hội chủ nghĩa và Nhà nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, sự bất khả xâm phạm độc lập, chủ quyền, thống nhất, toàn vẹn lãnh thổ của Tổ quốc” (Khoản 1, Điều 3). Như vậy, ANQG tại Việt Nam không chỉ là

vấn đề quốc phòng hay an ninh mà là một phạm trù toàn diện bao trùm cả kinh tế, văn hóa và tư tưởng.

Về phương diện truyền thông, Liu & Horsley (2007) đã định nghĩa truyền thông chính sách là “quá trình liên tục trao đổi hoặc chia sẻ thông tin bằng một hệ thống ký hiệu, quy ước nhằm tạo sự liên kết để thay đổi nhận thức và hành vi về chính sách”. Tại Việt Nam, tác giả Lương Ngọc Vĩnh (2023) làm rõ thêm: “Truyền thông chính sách là sự tương tác, chia sẻ, trao đổi thông tin giữa một bên là cơ quan nhà nước và một bên là các tầng lớp nhân dân về chính sách”. Mục tiêu cốt lõi của nó là “nhằm thực hiện dân chủ hóa quá trình chính sách, huy động người dân tham gia quyết định các vấn đề đất nước, hướng tới xây dựng niềm tin vào Nhà nước và sự đồng thuận xã hội”.

Tác giả Hà Thị Thu Hương (2022) cũng nhấn mạnh truyền thông chính sách là “quá trình chia sẻ thông tin về một chính sách cụ thể của chính phủ đến người dân nhằm thu hút người dân và các bên liên quan vào quy trình chính sách, từ đó tạo sự chuyển biến về nhận thức và hành động của công chúng để đạt được mục tiêu chính sách”.

Từ các cách tiếp cận trên, có thể thấy truyền thông chính sách về ANQG thực chất là quá trình tổ chức, điều phối và trao đổi thông tin giữa Nhà nước và xã hội về các chính sách liên quan đến ANQG, qua đó định hình nhận thức, dẫn dắt dư luận và thúc đẩy sự tham gia của các chủ thể xã hội trong việc bảo vệ ổn định chính trị và lợi ích quốc gia.

3.1.2. Các đặc trưng vận hành cốt lõi trong môi trường số

Truyền thông chính sách về ANQG sở hữu những đặc trưng vận hành mang tính đặc thù:

Một là tính định hướng nhận thức và củng cố niềm tin chính trị. Đây là mục tiêu cao nhất. Trong các tình huống nhạy cảm như tranh chấp chủ quyền, truyền thông không chỉ dừng lại ở việc đưa tin sự kiện mà phải cung cấp các diễn giải dựa trên chiều sâu lịch sử và pháp lý để nhân dân thấu hiểu và ủng hộ hành động của Nhà nước. Tác giả Lương Ngọc Vĩnh (2023) nhận định, truyền thông chính sách và công tác tuyên truyền của Đảng sẽ “góp phần xây dựng, củng cố niềm tin... tạo đồng thuận xã hội trong phát triển đất nước”.

Hai là đặc điểm bất đối xứng thông tin. Trong lĩnh vực an ninh, Nhà nước nắm giữ nhiều nguồn tin có độ mật cao, có tác động lớn, đòi hỏi quy trình công bố thận trọng. Ngược lại, các nguồn tin phi chính thống thường xuyên sử dụng thủ thuật "giật gân" để chiếm sự chú ý trước khi tin chính thức xuất hiện. Sự bất đối xứng này tạo ra áp lực khổng lồ về mặt thời gian.

Ba là sự chi phối của “logic lan truyền số”. Trong môi trường mạng xã hội, thông tin lan truyền theo logic “hấp dẫn - cảm xúc - gây tranh cãi” (Vosoughi, Roy & Aral, 2018). Các thuật toán gợi ý thường ưu tiên nội dung kích thích cảm xúc mạnh (như sợ hãi, giận dữ), khiến thông tin xuyên tạc về chính sách an ninh thường có tốc độ lan tỏa nhanh hơn thông tin chính luận.

3.2. Thực trạng truyền thông chính sách về ANQG tại Việt Nam hiện nay

3.2.1. Hệ thống chủ thể

Truyền thông chính sách về ANQG tại Việt Nam đang được vận hành bởi một hệ thống chủ thể đa tầng. Hệ thống chủ thể hiện nay bao gồm:

- Cơ quan hành chính nhà nước: Chính phủ và UBND các cấp chịu trách nhiệm “tổ chức, chỉ đạo công tác tuyên truyền, giáo dục bảo vệ an ninh quốc gia” (Quốc hội, 2004).
- Lực lượng vũ trang chuyên trách: Công an, Quân đội vừa là người thực thi, vừa là nguồn tin gốc.
- Cơ quan báo chí: Đóng vai trò là “lực lượng xung kích” trên mặt trận thông tin.
- Lực lượng ở cơ sở: “Được tổ chức thành các Tổ bảo vệ ANTT, hỗ trợ tuyên truyền trực tiếp đến từng hộ dân” (Quốc hội, 2023).

Mặc dù hệ thống đã hoàn chỉnh về tổ chức, thực tiễn vẫn tồn tại tình trạng “đa chủ thể nhưng thiếu trung tâm điều phối chiến lược”. Mỗi cơ quan thường chỉ tập trung vào mảng nhiệm vụ riêng, dẫn đến quyền dẫn dắt dư luận bị dịch chuyển sang phía các nguồn tin phi chính thống trong các tình huống nhạy cảm.

3.2.2. Phương thức và công cụ truyền thông

Phương thức truyền thông hiện nay đã đa dạng hóa rõ rệt, tuy nhiên hiệu quả chưa đồng đều:

Báo chí và truyền thông đại chúng: luôn là kênh chủ lực của truyền thông chính sách, song hiện nay đang chứng kiến xu hướng “tin hóa” (chỉ tập trung vào diễn biến sự kiện) mà thiếu phân tích sâu sắc về chính sách. Điều này dẫn đến thông điệp chính

sách dễ bị đơn giản hóa và chưa hấp dẫn với công chúng hiện đại. Thực tế tác nghiệp cho thấy, trong nhiều vụ việc nhạy cảm liên quan đến ANQG, báo chí thường gặp khó khăn trong tiếp cận nguồn tin chính thức ở giai đoạn đầu. Điều này khiến nhiều cơ quan báo chí buộc phải lựa chọn hướng đưa tin an toàn, thiên về phản ánh diễn biến sự kiện thay vì đi sâu lý giải chính sách. Hệ quả là dư luận tiếp cận được thông tin về sự kiện nhưng chưa hiểu đầy đủ logic quản lý và mục tiêu điều hành của cơ quan nhà nước.

Nền tảng số và mạng xã hội: Việt Nam có lợi thế cực lớn với tỷ lệ người dùng internet cao. Theo Simon Kemp (2025), số lượng kết nối di động tại Việt Nam tương đương với “126% tổng dân số vào tháng 1/2025”. Phần lớn các cơ quan, tổ chức nhà nước đã lập Fanpage, Zalo Official Account và website chính thức để truyền tải thông tin, nhưng việc khai thác dữ liệu lớn để cá nhân hoá thông điệp vẫn còn ở giai đoạn sơ khởi.

Truyền thông trực tiếp và cộng đồng: bao gồm các cuộc gặp gỡ, đối thoại, diễn đàn, tuyên truyền lưu động... Các hình thức này có tính tin cậy cao nhất do giao tiếp hai chiều trực tiếp với người dân, giúp giải đáp thắc mắc ngay tại chỗ và xây dựng niềm tin cho chính sách. Tuy nhiên, hiện chúng chỉ được tổ chức mang tính sự vụ (khi có khủng hoảng) hoặc quy mô nhỏ lẻ, chưa thành cơ chế thường xuyên, việc kết hợp công nghệ trực tuyến (livestream, webinar, thực tế ảo) còn hạn chế.

3.3. Thảo luận về những hạn chế và "điểm nghẽn"

3.3.1. Cơ chế "khoảng trống thông tin"

“Khoảng trống thông tin” xuất hiện khi nhu cầu tiếp nhận thông tin của xã hội gia tăng nhưng nguồn thông tin chính thống lại chưa kịp hiện diện hoặc hiện diện không đầy đủ. Trong lĩnh vực truyền thông chính sách về ANQG, khoảng trống này thường hình thành từ ba nguyên nhân chủ yếu: quy trình cung cấp thông tin còn chậm do phụ thuộc vào thủ tục hành chính; thiếu cơ chế truyền thông ngay từ giai đoạn dự thảo, chuẩn bị chính sách; và chưa xây dựng được quy trình phản ứng nhanh trước các sự cố truyền thông trong môi trường số. Cần thấy rằng, trong lĩnh vực ANQG, việc cung cấp thông tin luôn tồn tại mâu thuẫn nhất định giữa yêu cầu minh bạch truyền thông và yêu cầu bảo mật nghiệp vụ. Chính sự thận trọng cần thiết này đôi khi làm gia tăng độ trễ thông tin của cơ quan chức năng. Trong thực tế, nhiều cơ quan địa phương hiện vẫn ưu tiên sự an toàn trong phát ngôn hơn

là tốc độ phản hồi thông tin. Điều này giúp hạn chế rủi ro sai sót, nhưng đồng thời cũng khiến truyền thông chính thức khó cạnh tranh với tốc độ lan truyền của mạng xã hội. Tuy nhiên, trong môi trường truyền thông số, khoảng trễ đó lại dễ trở thành điều kiện để tin đồn và thông tin suy diễn lan rộng.

Hiện nay, mạng xã hội vận hành theo “logic lan truyền số” khi thông tin chính thống chưa xuất hiện kịp thời, khoảng trống này nhanh chóng bị lấp đầy bởi các nguồn tin phi chính thống, kéo theo quá trình biến dạng thông tin và định hình nhận thức xã hội theo hướng bất lợi. Không ít địa phương hiện nay vẫn có tâm lý chờ ý kiến cấp trên trước khi phát ngôn, kể cả với những vụ việc đã lan truyền rộng trên mạng xã hội. Chính sự chậm trễ này nhiều khi khiến thông tin chính thức mất lợi thế dẫn dắt ban đầu.

Biến động thị trường vàng giai đoạn cuối năm 2025 - đầu năm 2026 là trường hợp điển hình phản ánh cơ chế này. “Trong thời gian ngắn, giá vàng miếng SJC tăng mạnh từ khoảng 82-84 triệu đồng/lượng lên trên 150 triệu đồng/lượng, có thời điểm chạm ngưỡng 159 triệu đồng/lượng” (Viện Chiến lược và chính sách tài chính-kinh tế, 2026). Trong bối cảnh đó, Chính phủ ban hành Nghị định số 232/2025/NĐ-CP ngày 10/10/2025 nhằm “điều chỉnh thị trường và từng bước chấm dứt tình trạng độc quyền vàng miếng SJC” (Chính phủ, 2025). Tuy nhiên, thông tin về mục tiêu, phạm vi và tác động của chính sách chưa được truyền thông đầy đủ và kịp thời. Chính sự chậm trễ này đã tạo ra “khoảng trống thông tin”, khiến nhiều tin đồn trên mạng xã hội lan truyền với nội dung như “nhà nước thu hồi vàng miếng” hoặc “hạn chế người dân nắm giữ vàng”. Hệ quả là tâm lý đầu cơ, tích trữ và hoang mang gia tăng, làm thị trường biến động mạnh hơn. Trường hợp này cho thấy, trong môi trường truyền thông số, nếu truyền thông chính sách không xuất hiện đủ sớm để định hình nhận thức xã hội thì nhận thức đó sẽ bị dẫn dắt bởi các nguồn tin phi chính thống.

3.3.2. Thách thức từ công nghệ Deepfake

Giai đoạn 2024-2025 chứng kiến sự phát triển mạnh của công nghệ Deepfake và xu hướng gia tăng các nội dung giả mạo trên không gian mạng. Chỉ riêng quý I/2025, “tổng thiệt hại toàn cầu do lừa đảo Deepfake lên tới 200 triệu USD, với tần suất tấn công cứ 5 phút xảy ra một vụ” (Bộ Công an, 2026). Tại Việt Nam, các đối tượng đã “sử dụng công nghệ Deepfake để tạo ra các nội dung giả mạo, cắt ghép hình ảnh, video và phát ngôn của lãnh đạo, cơ quan chức năng nhằm lan truyền thông tin sai lệch và gây nhiễu loạn dư luận xã hội trong môi trường mạng” (VietnamPlus, 2025; VOV, 2026).

Sự chênh lệch tốc độ giữa công nghệ tạo nội dung giả và năng lực kiểm chứng của cơ quan chức năng tạo ra một "khoảng trống thông tin kỹ thuật số". Báo cáo của Bộ Thông tin và Truyền thông (2024) thừa nhận “việc rà quét, chặn gỡ thông tin xấu độc vẫn đang chạy đua theo sự phát triển của công nghệ”. Tâm lý FOMO (Fear of missing out - sợ bỏ lỡ cơ hội) (Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V., 2013) và thiếu tư duy tài chính số khiến người dân dễ sa vào bẫy của các chiêu trò này.

3.3.3. Sự lệch pha giữa nội dung truyền thông và mục tiêu chính sách

Một hạn chế khác nằm ở tư duy xây dựng nội dung. Truyền thông chính sách ANQG hiện nay vẫn thiên về cách tiếp cận từ phía cơ quan quản lý, chú trọng cung cấp những nội dung mà chủ thể truyền thông muốn truyền đạt hơn là những thông tin công chúng cần tiếp nhận và lý giải. Nội dung truyền thông còn nặng tính hành chính, sử dụng nhiều thuật ngữ chuyên môn và pháp lý, làm giảm khả năng tiếp cận và tương tác của công chúng với chính sách (Liu & Horsley, 2007; Chính phủ, 2022).

Thực tiễn cho thấy báo chí hiện nay có xu hướng “tin hóa” các vấn đề ANQG, tập trung nhiều vào phản ánh diễn biến sự kiện hơn là lý giải bản chất chính sách. Chẳng hạn, đối với Luật An ninh mạng, nội dung truyền thông chủ yếu xoay quanh các vụ việc xử lý tội phạm công nghệ cao, lừa đảo trực tuyến hoặc vi phạm trên không gian mạng, trong khi việc phân tích mục tiêu bảo vệ dữ liệu cá nhân, bảo đảm an ninh thông tin và an ninh quốc gia lại chưa được chú trọng tương xứng. Sự lệch pha này khiến công chúng tuy tiếp cận được thông tin về các sự cố an ninh mạng nhưng chưa hình thành đầy đủ nhận thức về trách nhiệm tự bảo vệ trên không gian số cũng như chưa thấu hiểu đầy đủ vai trò quản lý của Nhà nước trong lĩnh vực này.

3.4. Giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách về ANQG

Trên cơ sở phân tích thực trạng và các “điểm nghẽn”, việc nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách về ANQG cần được tiếp cận theo hướng hệ thống:

Thứ nhất, giải pháp căn cơ phải đưa truyền thông thành một cấu phần bắt buộc và xuyên suốt trong chu trình chính sách (từ khâu dự thảo, đánh giá tác động, ban hành đến thực thi). Trước khi ban hành bất kỳ quyết sách nào liên quan đến ANQG, cơ quan soạn thảo phải phối hợp với cơ quan truyền thông để chủ động cung cấp thông tin, lý giải rõ ràng các căn cứ pháp lý và thực tiễn. Việc truyền thông đi trước một bước sẽ giúp định hình nhận thức đúng đắn cho người dân, hạn chế “khoảng trống thông tin” mà tin giả có thể khai thác.

Thứ hai, kiện toàn bộ phận chuyên trách truyền thông phản ứng nhanh. Thành lập và nâng cao năng lực cho bộ phận truyền thông phản ứng nhanh trực thuộc các cơ quan quản lý ANQG từ Trung ương đến địa phương. Bộ phận này có nhiệm vụ ứng dụng công nghệ AI để rà quét, phát hiện sớm các dòng dư luận tiêu cực ngay khi chúng vừa nhen nhóm trên không gian mạng. Đồng thời, cần tối giản hóa quy trình duyệt thông tin nội bộ, trao quyền phát ngôn nhanh cho người đại diện trong các tình huống khẩn cấp nhằm rút ngắn tối đa độ trễ thông tin so với tốc độ lan truyền của mạng xã hội.

Thứ ba, chủ động ứng dụng công nghệ để nâng cao khả năng hiện diện trên không gian số. Các cơ quan chức năng cần chuyển đổi phương thức thể hiện thông tin sang các định dạng phù hợp với thói quen tiếp nhận của cư dân mạng (như Infographics, Short-video, Podcast) trên đa nền tảng số. Thay vì ngăn chặn một cách thụ động, chúng ta phải chủ động đưa các thông tin chính thống, khoa học, có tính xác tín cao, gia tăng khả năng dẫn dắt của thông tin chính thống trên không gian mạng.

Thứ tư, phát huy vai trò của truyền thông cơ sở và cộng đồng. Cần tận dụng hiệu quả vai trò của Luật Lực lượng tham gia bảo vệ an ninh, trật tự ở cơ sở nhằm “đưa thông tin chính sách đến gần người dân hơn ở cấp cơ sở” (Quốc hội, 2023). Với khoảng 300.000 thành viên trên toàn quốc, lực lượng này có tiềm năng trở thành “cầu nối truyền thông” quan trọng giữa chính quyền và người dân nhờ lợi thế bám sát địa bàn, nắm bắt nhanh diễn biến dư luận và có khả năng truyền đạt chính sách bằng ngôn ngữ gần gũi, dễ tiếp cận.

Tăng cường cơ chế phối hợp giữa Công an cấp xã và các tổ chức đoàn thể địa phương để tổ chức các buổi sinh hoạt chuyên đề về ANQG. Đây là kênh quan trọng để hóa giải các hiểu lầm về chính sách ngay từ khi nó chưa bùng phát thành các vụ việc phức tạp về trật tự xã hội.

4. Kết luận

Trong bối cảnh chuyển đổi số và sự phát triển mạnh mẽ của mạng xã hội, truyền thông chính sách về ANQG đang trở thành một bộ phận quan trọng của quản trị quốc gia hiện đại. Nghiên cứu cho thấy, những hạn chế hiện nay không xuất phát từ sự thiếu hụt công cụ truyền thông mà từ việc truyền thông chưa được tích hợp hiệu quả vào toàn bộ chu trình chính sách. Tình trạng “khoảng trống thông tin”, độ trễ trong cung cấp thông tin chính thống và sự chi phối của “logic lan truyền số” đã làm suy giảm khả năng định hướng dư luận, tạo điều kiện cho thông tin sai lệch lan rộng trên không gian mạng.

Thực tiễn những năm gần đây cho thấy truyền thông chính sách về ANQG đang đứng trước áp lực thay đổi rất lớn. Trong môi trường mạng xã hội, nơi thông tin được lan truyền gần như theo thời gian thực, độ trễ trong phản hồi của cơ quan chức năng có thể nhanh chóng tạo ra khoảng trống cho tin đồn và thông tin sai lệch phát tán. Vì vậy, vấn đề đặt ra hiện nay không chỉ là nâng cao năng lực truyền thông mà còn là thay đổi tư duy quản trị truyền thông theo hướng chủ động, linh hoạt và gắn với nhu cầu tiếp nhận thông tin của công chúng hơn. Nếu không thích ứng với logic vận hành mới của không gian số, truyền thông chính sách sẽ luôn ở trạng thái phản ứng chậm và khó giữ vai trò dẫn dắt dư luận xã hội. Vì vậy, nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách về ANQG cần được xem là một yêu cầu chiến lược nhằm củng cố niềm tin xã hội và bảo đảm ổn định chính trị trong kỷ nguyên số./.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ Công an. (2026). *Vui Tết an toàn - không lo Deepfake*, <https://bocongan.gov.vn/bai-viet/vui-tet-an-toan-khong-lo-deepfake-chung-tay-day-lui-lua-dao-truc-tuyen-1769684195>, truy cập ngày 05/5/2026.
2. Bộ Thông tin và Truyền thông. (2024). *Báo cáo tổng kết công tác năm 2024, phương hướng, nhiệm vụ năm 2025*, <https://mic.gov.vn/bao-cao->

- [tong-ket-nam-2024-phuong-huong-nhiem-vu-nam-2025](#), truy cập ngày 06/3/2026.
3. Chính phủ. (2022). *Đổi mới tư duy, cách nghĩ, cách làm về truyền thông chính sách*, <https://baochinhphu.vn/tong-thuat-hoi-nghi-truc-tuyen-toan-quoc-ve-truyen-thong-chinh-sach-102221124134051213.htm>, truy cập ngày 12/3/2026.
 4. Chính phủ. (2025). *Nghị định 232/2025/NĐ-CP về quản lý hoạt động kinh doanh vàng*, ban hành ngày 10/10/2025.
 5. Hà Thị Thu Hương. (2022). *Thông điệp truyền thông chính sách qua một số nghiên cứu trên thế giới*, <https://nguoilambao.vn/thong-diep-truyen-thong-chinh-sach-qua-mot-so-nghien-cuu-tren-the-gioi-n54234.html>, truy cập ngày 12/8/2025.
 6. Kemp, Simon. (2025). *Digital 2025: Vietnam*, <https://datareportal.com/reports/digital-2025-vietnam>, truy cập ngày 10/03/2026.
 7. Liu, Brooke & Horsley, Suzanne. (2007). The Government Communication Decision Wheel: Toward a Public Relations Model for the Public Sector, *Journal of Public Relations Research*, 19(4), trang 377-393, <https://doi.org/10.1080/10627260701402473>, truy cập ngày 10/3/2026.
 8. Lương Ngọc Vĩnh. (2023). Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về truyền thông chính sách ở Việt Nam, *Tạp chí Lãnh đạo và Chính sách*, trang 48-55, số 2, tháng 8/2023.
 9. Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out, *Computers in Human Behavior*, 29(4), trang 1841-1848, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>, truy cập ngày 06/5/2026.
 10. Quốc hội. (2004). *Luật An ninh quốc gia năm 2004 (sửa đổi, bổ sung năm 2023)*, <https://luatvietnam.vn/an-ninh-quoc-gia/van-ban-hop-nhat-49-vbhn-vpqh-2023-hop-nhat-luat-an-ninh-quoc-gia-307653-d5.html>, truy cập ngày 10/3/2026.
 11. Quốc hội. (2023). *Luật Lực lượng tham gia bảo vệ an ninh, trật tự ở cơ sở số 30/2023/QH15*, <https://xaydungchinhhsach.chinhphu.vn/toan-van-luat-luc-luong-tham-gia-bao-ve-an-ninh-trat-tu-o-co-so-119240126232629253.htm>, truy cập ngày 02/4/2026.

12. VietnamPlus. (2025). *Dựng chuyện bằng AI, ghép ảnh câu like: Mặt tối của mạng xã hội sau 'thảm họa' lật tàu*, <https://www.vietnamplus.vn/dung-chuyen-bang-ai-ghep-anh-cau-like-mat-toi-cua-mang-xa-hoi-sau-tham-hoa-lat-tau-post1051045.vnp>, truy cập ngày 05/5/2026.
13. Viện Chiến lược và chính sách tài chính - kinh tế. (2026). *Toàn cảnh thị trường vàng Việt Nam năm 2025 và dự báo năm 2026*, <https://nief.mof.gov.vn/kinh-te-xa-hoi/toan-canhh-thi-truong-vang-viet-nam-nam-2025-va-du-bao-nam-2026>, truy cập ngày 06/5/2026.
14. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online, *Science*, 359(6380), trang 1146-1151, <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>, truy cập ngày 05/5/2026.
15. VOV. (2026). *Bóc trần chiêu trò AI giả mạo gây nhiễu loạn dư luận*, <https://vov.vn/phap-luat/boc-tran-chieu-tro-ai-gia-mao-gay-nhiu-loan-du-luan-post1280870.vov>, truy cập ngày 05/5/2026.