

Truyền thông nội bộ và hình ảnh nữ viên chức Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh trong kỷ nguyên số

Ngày nhận bài: 01/03/2026 | Ngày phản biện: 02/03/2026 | Ngày xuất bản: 07/03/2026

Tác giả: Nguyễn Thị Trường Giang (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Tóm tắt: Trong kỷ nguyên chuyển đổi số, truyền thông nội bộ đóng vai trò chiến lược trong việc kiến tạo và lan tỏa hình ảnh nữ viên chức tại Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh. Trên cơ sở tiếp cận truyền thông như một công cụ quản trị và phát triển tổ chức, bài viết chỉ ra sự cần thiết phải chuyển dịch trọng tâm truyền thông nội bộ từ việc chủ yếu tôn vinh các phẩm chất truyền thống sang chủ động xây dựng, khẳng định năng lực trí tuệ, tính chuyên nghiệp và những đóng góp thực chất của nữ viên chức vào sứ mệnh của Học viện. Từ đó, tác giả đề xuất một hệ thống giải pháp đồng bộ, khẳng định truyền thông nội bộ không chỉ góp phần kiến tạo một môi trường làm việc công bằng, bình đẳng, phát huy tối đa tiềm năng của đội ngũ nữ viên chức, mà còn là một đòn bẩy quan trọng thúc đẩy sự phát triển bền vững và nâng cao uy tín của Học viện trong bối cảnh mới.

1. Đặt vấn đề

Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và chuyển đổi số đã, đang tác động mạnh mẽ trong quản trị các tổ chức công, đặc biệt đối với Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh - trung tâm quốc gia về đào tạo, bồi dưỡng cán bộ và nghiên cứu lý luận chính trị. Quá trình chuyển dịch từ mô hình quản trị truyền thống sang quản trị số không chỉ là sự thay đổi về công nghệ hay phương thức điều hành, mà là sự tái cấu trúc toàn diện dựa trên dữ liệu, tính liên thông và năng lực ra quyết định hiện đại. Theo đó, yếu tố con người, nhất là tư duy quản trị và văn hóa làm việc, giữ vai trò then chốt.

Thực tiễn cho thấy, đội ngũ nữ viên chức của Học viện đang đảm nhiệm vị trí nòng cốt cả về số lượng lẫn chất lượng chuyên môn, hiện diện ở hầu hết các khâu trọng yếu của

bộ máy. Tuy nhiên, vẫn tồn tại nghịch lý khi vai trò và đóng góp của lực lượng này chưa được nhận diện, lan tỏa tương xứng, do ảnh hưởng của mô hình quản trị cũ, áp lực kép công việc – gia đình và những hạn chế trong cơ chế ghi nhận giá trị “mềm”. Trong bối cảnh đó, truyền thông nội bộ và mạng xã hội số nổi lên như một công cụ chiến lược, góp phần kết nối, lan tỏa tri thức, tái định vị hình ảnh và khẳng định vai trò của nữ viên chức. Việc đặt vấn đề nghiên cứu về truyền thông nội bộ vì thế mang ý nghĩa cấp thiết, nhằm phát huy nguồn lực, thúc đẩy bình đẳng giới và đáp ứng yêu cầu quản trị Học viện trong kỷ nguyên số.

2. Phương pháp nghiên cứu

Để làm rõ vai trò, ý nghĩa của truyền thông nội bộ trong việc xây dựng hình ảnh nữ viên chức giữa bối cảnh chuyển đổi số hiện nay, bài viết được triển khai theo hướng tiếp cận liên ngành, kết hợp giữa lý luận quản trị tổ chức và lý thuyết truyền thông hiện đại. Bài viết vận dụng tổng hợp các phương pháp: phân tích tài liệu, nghiên cứu trường hợp, quan sát và thu thập thông tin thực tiễn tại Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh nhằm cung cấp minh chứng và luận giải cho các nội dung nghiên cứu.

3. Vai trò của truyền thông nội bộ trong xây dựng hình ảnh nữ viên chức Học viện

Hiện nay, trong cơ cấu tổ chức và nguồn nhân lực của Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, đội ngũ nữ viên chức giữ vai trò đặc biệt quan trọng và có ý nghĩa đại diện rõ nét cho hình ảnh chung của Học viện. Về số lượng, phụ nữ chiếm khoảng 59% tổng số cán bộ, công chức, viên chức toàn hệ thống Học viện, cho thấy đây là lực lượng nòng cốt, tham gia trực tiếp vào hầu hết các hoạt động chuyên môn và quản trị. Bên cạnh quy mô, đội ngũ nữ viên chức còn nổi bật về chất lượng chuyên môn, với tỷ lệ nữ Tiến sĩ chiếm khoảng 51% và nữ Phó giáo sư chiếm khoảng 32% (Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, 2024). Họ hiện diện và đảm nhiệm nhiều vị trí “xương sống” trong bộ máy vận hành của Học viện, từ công tác giảng dạy, tổ chức – cán bộ, quản lý đào tạo, hành chính, tài chính đến thư viện và các đơn vị hỗ trợ học thuật.

Với cơ cấu như vậy, hình ảnh người nữ viên chức không chỉ đơn thuần là một bộ phận trong tập thể, mà chính là đại diện tiêu biểu cho diện mạo nguồn nhân lực, phản ánh trình độ, bản sắc và năng lực quản trị của Học viện trong giai đoạn phát triển mới. Bên

cạnh vai trò về mặt số lượng và vị trí, phẩm chất nghề nghiệp của nữ viên chức cũng tạo nên những giá trị đặc thù, có ý nghĩa lớn trong bối cảnh chuyển đổi số. Thế mạnh về sự tỉ mỉ, cẩn trọng và tinh thần kỷ luật của phụ nữ trở thành lợi thế rõ rệt trong quản trị dữ liệu và vận hành các quy trình số hóa, nơi mà tính chính xác, đồng bộ và nhất quán của dữ liệu đóng vai trò quyết định. Đồng thời, khả năng giao tiếp mềm dẻo, linh hoạt và giàu tính kết nối giúp nữ viên chức trở thành “cầu nối” quan trọng giữa các bộ phận, góp phần giảm thiểu xung đột, tạo sự đồng thuận và thúc đẩy văn hóa chia sẻ trong tổ chức khi triển khai các thay đổi mang tính hệ thống. Học viện cũng thực hiện đẩy mạnh các phong trào thi đua, phong trào “Phụ nữ tích cực học tập, lao động sáng tạo, xây dựng gia đình hạnh phúc”, “Xây dựng người phụ nữ Việt Nam thời đại mới”... trong nữ cán bộ, công chức, viên chức, lao động (Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, 2023). Rõ ràng, tinh thần nhân văn, sự bền bỉ và trách nhiệm được kết tinh trong hình ảnh “giỏi việc nước, đảm việc nhà” tiếp tục là yếu tố bảo đảm cho sự ổn định và phát triển bền vững của môi trường làm việc.

Tuy nhiên, những giá trị và phẩm chất này chỉ thực sự phát huy trọn vẹn khi được nhận diện, định vị và truyền thông một cách chủ động, tích cực. Xây dựng, thúc đẩy hình ảnh nữ viên chức vì thế không chỉ nhằm tôn vinh vai trò giới, mà còn là giải pháp chiến lược để chuyển hóa hình ảnh người phụ nữ từ vị thế “hỗ trợ, thầm lặng” sang hình ảnh “tiên phong, dẫn dắt”, phù hợp với yêu cầu quản trị hiện đại và khát vọng phát triển của Học viện. Việc giới thiệu, lan tỏa hình ảnh nữ viên chức tham gia nghiên cứu khoa học, giảng dạy, hội thảo và diễn đàn học thuật trong và ngoài nước giúp khắc họa chân dung những nữ trí thức bản lĩnh, tự tin và chủ động hội nhập. Hình ảnh này gắn liền với năng lực sử dụng thành thạo ngoại ngữ, công nghệ và các phương thức làm việc hiện đại, không chỉ nâng cao uy tín cá nhân mà còn góp phần khẳng định vị thế và tầm ảnh hưởng của Học viện trên các diễn đàn khu vực và quốc tế.

Bên cạnh đó, truyền thông còn góp phần xóa bỏ những định kiến còn tồn tại cho rằng công nghệ, dữ liệu hay quản trị số là lĩnh vực chủ yếu của nam giới. Hình ảnh người phụ nữ tham gia trực tiếp vào quản trị số, khai thác và phân tích dữ liệu, cũng như vận hành các nền tảng số cần được khẳng định rõ nét. Khi những năng lực này được truyền thông một cách nhất quán và có hệ thống, vai trò của nữ viên chức trong chuyển đổi số không chỉ được thừa nhận mà còn được xem như một nguồn lực quan trọng thúc đẩy đổi mới tại Học viện.

Quan trọng hơn, thông qua việc lan tỏa các giá trị đồng cảm, chia sẻ và tôn trọng sự khác biệt, truyền thông giúp hình thành môi trường làm việc nơi phụ nữ cảm thấy được ghi nhận một cách công bằng và đầy đủ, không chỉ ở kết quả công việc hữu hình mà cả những đóng góp mang tính kết nối và nhân văn. Khi cảm giác trân trọng và thấu hiểu được củng cố, mức độ gắn kết của nữ viên chức với tổ chức sẽ gia tăng, từ đó thúc đẩy tinh thần cống hiến, sáng tạo và trách nhiệm, góp phần tạo dựng nền tảng văn hóa bền vững cho sự phát triển lâu dài của Học viện. Đây chính là vai trò kiến tạo và nuôi dưỡng văn hóa tổ chức của truyền thông nội bộ.

4. Các yêu cầu của truyền thông nội bộ trong xây dựng và lan tỏa hình ảnh nữ viên chức Học viện

4.1. Yêu cầu về nội dung

Về mặt nội dung, truyền thông nội bộ cần được định hướng theo những thông điệp mới, phản ánh đầy đủ và thực chất vai trò của đội ngũ nữ viên chức. Trước hết, trọng tâm truyền thông cần được chuyển dịch từ việc chủ yếu tôn vinh vẻ đẹp truyền thống và các hoạt động mang tính biểu trưng sang việc làm nổi bật năng lực chuyên môn, trí tuệ và những đóng góp cụ thể của phụ nữ trong công tác giảng dạy, nghiên cứu khoa học và quản lý. Việc nhấn mạnh vào chất lượng học thuật, hiệu quả công việc và giá trị chuyên môn không chỉ giúp tái định vị hình ảnh nữ viên chức trong tổ chức, mà còn góp phần khẳng định vai trò của họ như những chủ thể tích cực, trực tiếp tạo ra giá trị tri thức và đóng góp cho sự phát triển chung của Học viện (Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, 2023).

Cùng với sự chuyển dịch về trọng tâm, nội dung truyền thông cần được xây dựng một cách có hệ thống, nhằm ghi nhận và lan tỏa những thành tựu tiêu biểu của nữ viên chức trong tiến trình chuyển đổi số và hội nhập quốc tế. Việc vinh danh các sáng kiến ứng dụng công nghệ, các đề tài nghiên cứu, bài báo quốc tế hay sản phẩm khoa học có giá trị không chỉ phản ánh năng lực chuyên môn của phụ nữ, mà còn tạo động lực thúc đẩy tinh thần đổi mới sáng tạo trong toàn thể đội ngũ. Khi những đóng góp này được truyền thông kịp thời và dựa trên bằng chứng thực tế, hình ảnh nữ viên chức sẽ gắn liền với sự chuyên nghiệp, hiện đại và khả năng làm chủ tri thức trong môi trường số.

Bên cạnh đó, cách thức truyền thông thông qua kể chuyện, dựa trên những câu chuyện thật và trải nghiệm đời thường, giữ vai trò đặc biệt quan trọng trong việc tạo sự lan tỏa và đồng cảm. Việc chia sẻ hành trình vượt qua “áp lực kép” giữa công việc và gia đình của các nữ viên chức không chỉ phản ánh những thách thức đặc thù mà phụ nữ phải đối mặt, mà còn truyền cảm hứng bằng những hình mẫu gần gũi, chân thực và khả thi. Thay vì xây dựng những hình ảnh lý tưởng hóa, xa rời thực tiễn, truyền thông nội bộ cần hướng tới việc tôn vinh những nỗ lực bền bỉ, tinh thần trách nhiệm và sự kiên cường của phụ nữ, qua đó góp phần hình thành môi trường làm việc thấu hiểu, nhân văn và giàu động lực phát triển.

4.2. Yêu cầu về phương thức, hình thức

Trong bối cảnh chuyển đổi số, hình thức truyền thông nội bộ tại Học viện cần được tổ chức theo hướng đa dạng và hiện đại nhằm gia tăng hiệu ứng lan tỏa, kết nối. Việc số hóa các kênh tương tác sẽ giúp khắc phục những hạn chế của hình thức họp trực tiếp vốn phụ thuộc nhiều vào thời gian và không gian. Thông qua hệ thống mạng nội bộ, các diễn đàn trực tuyến và nền tảng cộng tác số, thông tin, tài liệu chuyên môn và kinh nghiệm công tác có thể được chia sẻ kịp thời, liên thông giữa các đơn vị, qua đó hình thành môi trường làm việc linh hoạt, minh bạch và phù hợp với đặc thù của tổ chức có quy mô và phạm vi hoạt động rộng như Học viện.

Bên cạnh đó, việc xây dựng “hồ sơ số” (digital profile) cho đội ngũ nữ viên chức, đặc biệt là các giảng viên, nhà khoa học và chuyên gia, là một bước đi cần thiết trong quản trị nhân lực hiện đại. Các hồ sơ số này không chỉ lưu trữ thông tin về trình độ chuyên môn, lĩnh vực nghiên cứu và thành tựu khoa học, mà còn trở thành cơ sở dữ liệu trực tuyến phục vụ cho hoạt động giới thiệu chuyên gia, kết nối hợp tác đào tạo, nghiên cứu và giao lưu học thuật quốc tế. Thông qua đó, hình ảnh chuyên nghiệp và năng lực hội nhập được thể hiện sẽ góp phần nâng cao uy tín, vị thế của Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh nói chung và nữ viên chức Học viện nói riêng.

Song song với các công cụ quản trị và kết nối chuyên môn, việc hình thành các cộng đồng trực tuyến cũng mang ý nghĩa quan trọng trong việc hỗ trợ và phát triển đội ngũ nữ viên chức. Các hội nhóm giao lưu, tư vấn, hướng dẫn trên nền tảng số tạo điều kiện để phụ nữ trao đổi kinh nghiệm nghề nghiệp, nâng cao kỹ năng quản lý, công nghệ và

cân bằng cuộc sống, đồng thời hỗ trợ nhau về mặt tinh thần. Những cộng đồng này không chỉ góp phần tăng cường sự gắn kết nội bộ, mà còn nuôi dưỡng văn hóa chia sẻ, đồng cảm và hợp tác, tạo nền tảng xã hội vững chắc và môi trường làm việc bền vững. Qua đó thúc đẩy quá trình đổi mới của Học viện trong kỷ nguyên vươn mình cùng dân tộc.

5. Một số giải pháp nâng cao năng lực truyền thông nội bộ hình ảnh của nữ viên chức trong kỷ nguyên số tại Học viện

Để hình ảnh đội ngũ nữ viên chức thực sự trở thành hình ảnh tiên phong, nổi bật qua năng lực truyền thông nội bộ, Học viện nói chung và bản thân các nữ viên chức cần triển khai đồng bộ các giải pháp sau:

Thứ nhất, tái định vị thông điệp truyền thông: Chuyển từ hình ảnh “hậu phương thầm lặng” sang “nhân tố tiên phong”. Nội dung tuyên truyền cần phải thay đổi phù hợp để khắc phục những định kiến cũ hoặc hình ảnh phụ nữ chỉ gắn với sự cần mẫn, hỗ trợ. Cần tập trung xây dựng và lan tỏa hình ảnh nữ viên chức Học viện là những người “làm chủ công nghệ với kiến thức, tư duy quản trị hiện đại”. Những hành động cụ thể như: tôn vinh các gương nữ viên chức điển hình, tôn vinh hình ảnh nữ viên chức trong các cuộc thi, tăng cường ý chí phấn đấu dám nghĩ dám làm dám thử nghiệm cái mới, có sáng kiến số hóa quy trình hoặc có các công bố quốc tế chất lượng cao, nhằm tạo ra những hình mẫu truyền cảm hứng thực tế.

Thứ hai, số hóa các kênh tương tác và xây dựng “hồ sơ số” chuyên nghiệp trên các nền tảng trực tuyến. Học viện cần xây dựng cơ sở dữ liệu trực tuyến tổng hợp về nữ chuyên gia, giảng viên, bao gồm các thông tin về lĩnh vực nghiên cứu, thành tích và khả năng ngoại ngữ. Hệ thống “hồ sơ số” này không chỉ giúp minh bạch hóa năng lực của đội ngũ nữ mà còn là công cụ truyền thông hiệu quả để giới thiệu, kết nối họ vào các dự án hợp tác quốc tế hoặc các nhiệm vụ chiến lược, giúp họ dễ dàng được nhận diện và tiếp cận cơ hội hơn. Đặc biệt, nền tảng mạng xã hội cá nhân là nhân tố cực kỳ quan trọng đóng vai trò truyền thông hình ảnh nói chung và truyền thông nội bộ nói riêng. Các nữ viên chức không chỉ tận dụng các nền tảng mạng xã hội để tăng cường sự kết nối và chia sẻ thông tin nhanh chóng mà còn qua đó xây dựng hình ảnh bản thân. Điều này cực kỳ cần thiết cho các nữ viên chức ngành truyền thông, báo chí, là

những người tiên phong đi đầu trong việc làm hình ảnh, làm truyền thông.

Thứ ba, thiết lập các không gian giao tiếp số mang tính hỗ trợ và chia sẻ. Xây dựng các diễn đàn hoặc nhóm kín trên nền tảng số để nữ viên chức có thể trao đổi kinh nghiệm, tháo gỡ áp lực tâm lý và hỗ trợ nhau cân bằng công việc, cuộc sống. Bên cạnh đó, triển khai các mô hình cố vấn truyền thông nội bộ, nơi các nữ lãnh đạo hoặc chuyên gia công nghệ có kinh nghiệm chia sẻ kỹ năng, bí quyết hội nhập cho lớp trẻ. Các kênh này giúp lan tỏa văn hóa đồng cảm và thấu hiểu, biến môi trường số thành nơi gắn kết thay vì tạo thêm áp lực.

Thứ tư, minh bạch hóa đóng góp của phụ nữ thông qua dữ liệu số để truyền thông dựa trên bằng chứng. Trong mô hình quản trị số, dữ liệu là tài sản chung và là thước đo khách quan. Truyền thông nội bộ cần sử dụng các dữ liệu từ hệ thống đánh giá hiệu suất (KPIs), kết quả nghiên cứu khoa học và sáng kiến số hóa để ghi nhận công lao của phụ nữ một cách công bằng, chính xác. Việc “lượng hóa” công khai các đóng góp này sẽ giúp khẳng định vị thế của nữ viên chức một cách thuyết phục nhất, tránh sự đánh giá cảm tính, đồng thời tạo động lực thi đua lành mạnh dựa trên hiệu quả thực chất.

Thứ năm, đào tạo kỹ năng truyền thông và năng lực số theo phương thức “cầm tay chỉ việc”, hành động cụ thể, giúp đỡ lẫn nhau. Học viện cần tổ chức các khóa bồi dưỡng chuyên sâu không chỉ về kỹ năng sử dụng công nghệ (quản trị hồ sơ, phân tích dữ liệu) mà còn về kỹ năng giao tiếp và phối hợp trên môi trường số. Đặc biệt, nên áp dụng phương pháp đào tạo nhóm nhỏ, hỗ trợ trực tiếp để giúp phụ nữ vượt qua rào cản tâm lý e ngại công nghệ, từ đó họ có thể chủ động tham gia vào dòng chảy thông tin và văn hóa làm việc số của Học viện.

Nhìn chung, những giải pháp này nếu được triển khai đồng bộ sẽ giúp nâng cao năng lực truyền thông nội bộ cho nữ viên chức trong quản trị số. Không chỉ đơn giản là việc đưa tin mà là quá trình kiến tạo một hệ sinh thái số, nơi hình ảnh người phụ nữ được định vị lại xứng tầm với đóng góp về: Trí tuệ, Bản lĩnh và Hội nhập.

6. Kết luận

Trong bối cảnh hiện nay, việc phát huy vai trò và xây dựng hình ảnh đội ngũ nữ viên chức thông qua truyền thông nội bộ là yêu cầu mang tính chiến lược. Từ góc nhìn tổng thể, hình ảnh người nữ viên chức Học viện trong kỷ nguyên số cần được kiến tạo như sự kết hợp hài hòa giữa những đức tính truyền thống giàu giá trị nhân văn, tận tụy và bền bỉ với tư duy hiện đại, làm chủ công nghệ và sẵn sàng hội nhập quốc tế. Truyền thông nội bộ, với vai trò là “cầu nối” thông tin, có trách nhiệm đưa những giá trị và đóng góp vốn thâm lặng ấy ra ánh sáng, khơi dậy niềm tự hào nghề nghiệp, gia tăng động lực cống hiến và tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững, hiện đại của Học viện trong giai đoạn mới./.

Tài liệu tham khảo

1. Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh. (2023). Báo cáo kết quả công tác nữ của Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh giai đoạn 2022 - 2023.
2. Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh. (2024). Báo cáo sơ kết 6 tháng hoạt động vì sự tiến bộ của phụ nữ của Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh năm 2024.