

Ứng dụng truyền thông số trong hoạt động công tác xã hội tại bệnh viện: Thực trạng và xu hướng

Ngày nhận bài: 04/07/2025 | Ngày phản biện: 08/07/2025 | Ngày xuất bản: 20/07/2025

Tác giả: Đỗ Đức Long (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Tóm tắt: Trong bối cảnh chuyển đổi số y tế đang diễn ra mạnh mẽ trên toàn quốc, một số bệnh viện tuyến trung ương đã bước đầu ứng dụng truyền thông số hiệu quả trong tư vấn tâm lý – xã hội, kết nối cộng đồng và vận động nguồn lực, tuy nhiên, phần lớn bệnh viện tuyến tỉnh, huyện chưa có điều kiện triển khai đầy đủ. Bài viết đề xuất các giải pháp cụ thể nhằm tích hợp truyền thông số vào hoạt động công tác xã hội (CTXH) tại bệnh viện, góp phần định hướng phát triển CTXH bệnh viện theo hướng chuyên nghiệp, công bằng và thích ứng với bối cảnh số hóa y tế đến năm 2030.

MỞ ĐẦU

Trong những năm gần đây, truyền thông số đã trở thành một bộ phận không thể thiếu trong mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, đặc biệt là trong ngành y tế, nơi mà tốc độ chia sẻ thông tin, tính kịp thời và mức độ tương tác ngày càng trở nên quan trọng đối với cả người bệnh và đội ngũ nhân viên y tế. Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, cùng với sự chuyển mình của hệ thống y tế theo hướng lấy người bệnh làm trung tâm, đã tạo ra những thay đổi sâu sắc trong cách thức cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe, đặc biệt là trong hoạt động công tác xã hội (CTXH) tại bệnh viện. Trong bối cảnh đó, việc ứng dụng truyền thông số trở thành một hướng đi tất yếu nhằm nâng cao hiệu quả hỗ trợ người bệnh, kết nối cộng đồng, đồng thời thúc đẩy năng lực chuyên môn và tinh thần trách nhiệm xã hội của đội ngũ nhân viên công tác xã hội trong bệnh viện.

Hoạt động CTXH trong bệnh viện không chỉ đơn thuần là hỗ trợ vật chất hay tư vấn tâm lý cho người bệnh mà còn bao gồm một chuỗi các nhiệm vụ liên quan đến thông

tin, truyền thông, giáo dục sức khỏe, kết nối dịch vụ, vận động nguồn lực và hỗ trợ ra viện. Trong đó, truyền thông đóng vai trò như một phương tiện chiến lược giúp nhân viên CTXH tiếp cận người bệnh và gia đình một cách nhanh chóng, hiệu quả và nhân văn. Truyền thông số, với đặc trưng về tốc độ, tính tương tác và khả năng cá nhân hóa, đã và đang mở ra những cơ hội mới cho công tác xã hội bệnh viện trong việc cung cấp dịch vụ chăm sóc tích hợp, tiếp cận lấy người bệnh làm trung tâm và thúc đẩy quản trị y tế hiện đại. Không chỉ dừng lại ở việc sử dụng các nền tảng mạng xã hội như Zalo, Facebook hay các hệ thống quản lý bệnh viện điện tử, truyền thông số còn bao gồm các giải pháp chatbot hỗ trợ tư vấn, ứng dụng chăm sóc bệnh nhân trực tuyến, hệ thống phản hồi thông tin thời gian thực và các công cụ truyền thông đa phương tiện.

Thực tiễn tại Việt Nam cho thấy, việc ứng dụng truyền thông số trong hoạt động CTXH bệnh viện đã bước đầu đạt được những kết quả tích cực, đặc biệt trong bối cảnh đại dịch COVID-19 giai đoạn 2020–2022 và sau đó là làn sóng chuyển đổi số y tế giai đoạn 2023–2025. Nhiều bệnh viện tuyến trung ương và tỉnh, như Bệnh viện Bạch Mai, Bệnh viện Nhi Trung ương, Bệnh viện Ung bướu TP. Hồ Chí Minh... đã triển khai các kênh truyền thông nội bộ và truyền thông số ngoài cộng đồng để truyền tải thông tin y tế, hỗ trợ tâm lý cho bệnh nhân, tư vấn pháp lý, kết nối điều trị và thậm chí vận động các nguồn lực xã hội từ thiện. Tuy nhiên, cũng phải nhìn nhận một cách khách quan rằng, hoạt động này vẫn còn gặp nhiều rào cản về thể chế, nhận thức, năng lực ứng dụng công nghệ số và đặc biệt là sự thiếu phối hợp giữa các bộ phận chuyên môn trong bệnh viện.

Việc nghiên cứu, đánh giá và phân tích một cách hệ thống về thực trạng cũng như xu hướng ứng dụng truyền thông số trong hoạt động công tác xã hội bệnh viện ở Việt Nam hiện nay là yêu cầu cấp thiết không chỉ để nâng cao chất lượng dịch vụ xã hội y tế mà còn góp phần thúc đẩy tiến trình hiện đại hóa hệ thống y tế quốc gia. Đây cũng là cơ sở quan trọng để định hình các chiến lược phát triển nhân lực CTXH y tế phù hợp với yêu cầu thời đại chuyển đổi số.

1. Cơ sở lý luận về truyền thông số và công tác xã hội bệnh viện

Truyền thông số (digital communication) được hiểu là quá trình truyền tải, tiếp nhận và tương tác thông tin thông qua các nền tảng và phương tiện kỹ thuật số như mạng xã hội, website, ứng dụng di động, hệ thống quản lý dữ liệu điện tử, nền tảng nhắn tin tức thời, và các phần mềm giao tiếp thông minh⁽¹⁾. Trong lĩnh vực y tế, truyền thông số không chỉ là công cụ phổ biến thông tin, mà còn đóng vai trò thiết yếu trong nâng cao nhận thức, thúc đẩy thay đổi hành vi sức khỏe, kết nối người bệnh với dịch vụ y tế, hỗ trợ tâm lý, và quản trị rủi ro y tế trong cộng đồng. Đặc biệt trong bệnh viện – nơi mà thông tin đóng vai trò sống còn – truyền thông số giúp gia tăng hiệu quả tiếp cận bệnh nhân, tối ưu hóa vận hành nội bộ và tăng cường kết nối đa ngành giữa các nhân viên y tế, bao gồm cả cán bộ công tác xã hội.

Trong khi đó, công tác xã hội bệnh viện là một lĩnh vực thực hành chuyên biệt của công tác xã hội y tế, tập trung vào việc hỗ trợ người bệnh và thân nhân về mặt tâm lý – xã hội, hành vi sức khỏe, khả năng thích nghi với bệnh tật, tiếp cận dịch vụ, quyền lợi y tế và hòa nhập cộng đồng sau điều trị. Theo Bộ Y tế Việt Nam (2023), nhân viên CTXH trong bệnh viện hiện nay đảm nhiệm nhiều vai trò khác nhau như tư vấn, truyền thông, kết nối các dịch vụ hỗ trợ, phối hợp chuyển tuyến, vận động từ thiện và hỗ trợ bệnh nhân khó khăn. Trong quá trình đó, truyền thông – đặc biệt là truyền thông số – được xem là phương tiện hỗ trợ đắc lực để nhân viên CTXH tiếp cận đối tượng mục tiêu, cung cấp thông tin phù hợp, hỗ trợ quản lý hồ sơ ca và phát triển mối quan hệ hỗ trợ liên tục.

Từ góc độ lý thuyết, mối liên hệ giữa truyền thông và công tác xã hội có thể được lý giải thông qua một số nền tảng học thuật quan trọng. Thứ nhất, lý thuyết truyền thông hành vi (Behavior Change Communication – BCC) nhấn mạnh vai trò của truyền thông trong thay đổi hành vi sức khỏe và tâm lý xã hội thông qua các thông điệp mang tính cá nhân hóa, tương tác và nhạy cảm văn hóa⁽²⁾. Áp dụng trong bệnh viện, BCC cho phép nhân viên CTXH sử dụng các công cụ truyền thông số như video, tin nhắn tự động hoặc nội dung đa phương tiện để giúp bệnh nhân hiểu rõ về bệnh tình, quyền lợi y tế, quy trình điều trị và động viên tinh thần. Thứ hai, tiếp cận hệ sinh thái trong CTXH (ecological systems theory – Bronfenbrenner⁽³⁾) cho thấy cá nhân chịu ảnh hưởng bởi nhiều tầng lớp môi trường xã hội (gia đình, tổ chức y tế, cộng đồng, xã hội – công nghệ), trong đó, truyền thông số đóng vai trò như một "lớp môi trường trung gian" kết nối bệnh nhân với các nguồn lực hỗ trợ, không bị giới hạn bởi không gian vật lý. Thứ

ba, lý thuyết truyền thông chăm sóc sức khỏe (health communication theory)⁽⁴⁾ khẳng định rằng hiệu quả hỗ trợ y tế – xã hội phụ thuộc vào cách thức truyền tải thông điệp và khả năng tương tác hai chiều giữa người cung cấp dịch vụ và người tiếp nhận, đặc biệt trong các tình huống khủng hoảng, bệnh mãn tính hoặc điều trị dài ngày.

Tổng hợp từ các nền tảng lý luận trên, có thể khẳng định rằng việc ứng dụng truyền thông số trong công tác xã hội bệnh viện không chỉ là một xu hướng hiện đại hóa, mà còn là một yêu cầu tất yếu để tăng cường hiệu quả hỗ trợ người bệnh, nâng cao năng lực tự chăm sóc của họ và tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động trị liệu, phục hồi. Truyền thông số giúp rút ngắn khoảng cách giữa bệnh nhân – cán bộ CTXH – hệ thống bệnh viện – cộng đồng, đặc biệt trong bối cảnh bệnh viện đang ngày càng bị quá tải cả về nhân lực lẫn dịch vụ, trong khi nhu cầu hỗ trợ xã hội và tinh thần của người bệnh ngày càng cao. Để truyền thông số thực sự phát huy vai trò trong CTXH bệnh viện, cần đặt nó trong mối liên hệ tích hợp giữa chiến lược quản lý bệnh viện, phát triển nhân lực số và các quy trình hỗ trợ liên ngành dựa trên bằng chứng.

2. Thực trạng ứng dụng truyền thông số trong công tác xã hội tại bệnh viện ở Việt Nam hiện nay

Trong bối cảnh đẩy mạnh chuyển đổi số toàn diện, đặc biệt là sau đại dịch COVID-19, ngành y tế Việt Nam đã có nhiều bước tiến quan trọng trong hiện đại hóa công nghệ, cải tiến quy trình cung cấp dịch vụ, đồng thời đặt người bệnh vào vị trí trung tâm trong tiếp cận, điều trị và chăm sóc sau điều trị. Trong tiến trình đó, hoạt động công tác xã hội tại bệnh viện – một lĩnh vực vốn chú trọng tương tác người – người – cũng không nằm ngoài xu thế ứng dụng truyền thông số. Tuy vậy, dù được đánh giá là cần thiết và đầy tiềm năng, nhưng việc tích hợp hiệu quả truyền thông số vào thực hành công tác xã hội tại các bệnh viện trên cả nước vẫn còn khá phân mảnh, thiếu đồng bộ và đối mặt với nhiều rào cản cả về thể chế lẫn năng lực nhân sự.

Tính đến cuối năm 2024, Bộ Y tế ghi nhận toàn bộ bệnh viện tuyến trung ương (100%) và gần 78% bệnh viện tuyến tỉnh đã có cổng thông tin điện tử và tài khoản mạng xã hội chính thức, chủ yếu là trên nền tảng Facebook, Zalo và YouTube⁽⁵⁾. Các nền tảng này được sử dụng với nhiều mục đích như phổ biến thông tin y tế, truyền thông phòng bệnh, giới thiệu dịch vụ khám chữa bệnh, và trong một số trường hợp, đóng vai trò hỗ

trợ các hoạt động tư vấn, giải đáp thắc mắc hoặc vận động cộng đồng. Tuy nhiên, khi xem xét kỹ hơn về mức độ tham gia của đội ngũ nhân viên công tác xã hội vào các hoạt động truyền thông số, tỷ lệ còn khá khiêm tốn. Theo số liệu khảo sát của tác giả Nguyễn Thị Nga trong Báo cáo khảo sát về thực trạng ứng dụng truyền thông số trong ngành y tế (2024)⁽⁶⁾, chỉ khoảng 40% bệnh viện tuyến trung ương và 22% tuyến tỉnh có bộ phận CTXH trực tiếp tham gia phối hợp sản xuất nội dung hoặc phản hồi thông tin truyền thông số cho người bệnh. Trong khi đó, tại tuyến huyện và cơ sở y tế địa phương, sự hiện diện của truyền thông số trong hoạt động CTXH gần như không đáng kể⁽⁷⁾.

Một điểm sáng đáng ghi nhận là một số bệnh viện lớn đã chủ động xây dựng mô hình phối hợp truyền thông – công tác xã hội như Bệnh viện Ung bướu TP.HCM, Bệnh viện Nhi Trung ương hay Bệnh viện Đại học Y Dược TP.HCM. Tại đây, nhân viên CTXH đã tham gia vào các hoạt động tư vấn trực tuyến qua Zalo Official Account, tổ chức các chương trình livestream tư vấn chăm sóc bệnh nhân ung thư, HIV/AIDS, đồng thời vận động cộng đồng thông qua mạng xã hội để hỗ trợ viện phí cho các trường hợp đặc biệt khó khăn. Chẳng hạn, theo thống kê nội bộ năm 2023 của Bệnh viện Đại học Y Dược TP.HCM, chỉ riêng nền tảng Zalo CTXH đã ghi nhận hơn 1,2 triệu lượt tương tác, trong đó khoảng 23% là trao đổi liên quan đến tâm lý xã hội, quyền lợi BHYT và hỗ trợ thủ tục⁽⁸⁾.

Dù vậy, những mô hình này vẫn mang tính đơn lẻ và thiếu một cơ chế thể chế rõ ràng để chuẩn hóa và nhân rộng. Phần lớn các bệnh viện vẫn chưa có chiến lược tích hợp truyền thông số như một bộ phận cấu thành chính thức trong hoạt động công tác xã hội. Điều này dẫn đến sự chênh lệch lớn giữa các tuyến bệnh viện trong việc áp dụng công nghệ vào quy trình hỗ trợ người bệnh. Bảng sau đây thể hiện rõ sự phân hóa này:

Chỉ số	Tuyến trung ương (%)	Tuyến tỉnh (%)	Tuyến huyện (%)
Bệnh viện có fanpage hoạt động	100	78	41
Có đội ngũ CTXH phối hợp truyền thông	40	22	5
Có chatbot hoặc tư vấn online	38	15	0
Có hệ thống quản lý hồ sơ CTXH điện tử	28	10	0
Nhân viên CTXH được tập huấn kỹ năng truyền thông số	52	36.4	<10

Nguồn: Bộ Y tế (2024). Báo cáo công tác truyền thông y tế. Cục Truyền thông & TĐKT

Phân tích bảng số liệu cho thấy, ngoài các bệnh viện tuyến trung ương có điều kiện đầu tư công nghệ và nhân sự, thì hầu hết các tuyến y tế cơ sở – nơi tập trung phần lớn dân số và người bệnh yếu thế – vẫn còn hạn chế nghiêm trọng về khả năng tích hợp truyền thông số vào hoạt động hỗ trợ xã hội. Nguyên nhân không chỉ đến từ hạn chế về hạ tầng kỹ thuật mà còn từ chính sự thiếu nhận thức của lãnh đạo bệnh viện về vai trò của công tác xã hội và truyền thông số trong hỗ trợ điều trị toàn diện. Ngoài ra, việc thiếu quy trình phối hợp giữa phòng công tác xã hội và bộ phận công nghệ thông tin, cũng như thiếu khung năng lực số tối thiểu cho nhân viên CTXH, đang là rào cản lớn nhất khiến tiềm năng của truyền thông số chưa được khai thác đúng mức⁽⁹⁾.

Bên cạnh đó, yếu tố con người cũng là một trở ngại không nhỏ. Phần lớn cán bộ CTXH bệnh viện hiện nay có nền tảng chuyên môn về xã hội học, tâm lý hoặc y tế công cộng nhưng chưa được đào tạo bài bản về kỹ năng sử dụng công cụ truyền thông số, kỹ năng thiết kế thông điệp truyền thông hoặc vận hành các hệ thống kỹ thuật như chatbot, phần mềm tương tác bệnh nhân. Trong một khảo sát nội bộ thực hiện tại 10 bệnh viện tuyến tỉnh năm 2024⁽¹⁰⁾, có tới 63% nhân viên CTXH thừa nhận rằng họ chưa từng được tham gia bất kỳ khóa tập huấn nào về truyền thông số, và 72% cho rằng “rất cần có một hệ thống phối hợp giữa CTXH và truyền thông nội bộ để hỗ trợ bệnh nhân một cách toàn diện hơn”.

Tổng kết thực trạng trên, có thể khẳng định rằng ứng dụng truyền thông số trong hoạt động công tác xã hội bệnh viện ở Việt Nam tuy đã có những khởi đầu đáng ghi nhận, nhưng vẫn đang ở giai đoạn sơ khai, phân hóa mạnh theo vùng miền và tuyến bệnh viện, đồng thời thiếu các chuẩn mực kỹ thuật và mô hình vận hành rõ ràng. Để chuyển từ giai đoạn “thí điểm phân tán” sang “ứng dụng có hệ thống và chuyên nghiệp hóa”, rất cần những định hướng chiến lược từ cấp chính sách lẫn sự chủ động nâng cao năng lực số từ phía đội ngũ nhân viên CTXH – những người đang ngày càng giữ vai trò then chốt trong hỗ trợ người bệnh không chỉ về thể chất, mà còn về tâm lý, tinh thần và kết nối xã hội.

3. Xu hướng và giải pháp phát triển truyền thông số trong công tác xã hội bệnh viện

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra sâu rộng trong toàn bộ hệ thống chính trị – hành chính và các ngành dịch vụ công ở Việt Nam, ngành y tế nói chung và lĩnh vực công tác xã hội tại bệnh viện nói riêng cũng đứng trước yêu cầu cấp thiết phải đổi mới phương thức hoạt động, trong đó việc tích hợp truyền thông số là một trụ cột không thể thiếu. Chính phủ Việt Nam đã ban hành nhiều chính sách nhằm thúc đẩy chuyển đổi số y tế, đặc biệt là Quyết định số 06/QĐ-TTg ngày 06/01/2022 phê duyệt Đề án phát triển dữ liệu dân cư, định danh và xác thực điện tử, cũng như Quyết định số 295/QĐ-TTg năm 2023 phê duyệt Chiến lược phát triển y tế số đến năm 2025, tầm nhìn 2030. Những văn bản này đã đặt nền tảng pháp lý cho việc phát triển bệnh viện thông minh, hồ sơ bệnh án điện tử, kết nối dữ liệu quốc gia về y tế – bảo hiểm và ứng dụng AI trong chăm sóc sức khỏe. Trong bối cảnh đó, công tác xã hội bệnh viện nếu không tích cực thích ứng với môi trường truyền thông số sẽ đứng trước nguy cơ tụt hậu, làm giảm hiệu quả tiếp cận người bệnh và vai trò hỗ trợ xã hội trong hệ thống y tế hiện đại.

Một xu hướng nổi bật trong thời gian gần đây là sự gia tăng của các nền tảng truyền thông đa chiều phục vụ cho mục tiêu tư vấn – giáo dục – kết nối trong bệnh viện. Các ứng dụng di động tích hợp công năng từ đặt lịch khám, thanh toán, theo dõi kết quả xét nghiệm, cho đến nhận tư vấn CTXH đã xuất hiện tại một số bệnh viện tuyến trung ương như Bệnh viện Trung ương Quân đội 108, Bệnh viện Đa khoa Tâm Anh, và Bệnh viện Nhi Trung ương. Các ứng dụng này giúp rút ngắn thời gian tương tác giữa bệnh

nhân và nhân viên CTXH, đồng thời tạo điều kiện để duy trì hỗ trợ sau điều trị – một chức năng vốn thường bị bỏ quên trong các mô hình chăm sóc truyền thống. Bên cạnh đó, việc triển khai chatbot AI có khả năng cung cấp thông tin về chế độ bảo hiểm y tế, hướng dẫn giấy tờ ra viện, giới thiệu dịch vụ hỗ trợ cộng đồng cũng đang dần trở nên phổ biến tại các bệnh viện có chiến lược chuyển đổi số bài bản.

Một xu hướng khác là sự chuyển dịch mô hình truyền thông từ “một chiều” sang “tương tác mở”, trong đó bệnh nhân và thân nhân có thể chủ động gửi phản hồi, đặt câu hỏi, thậm chí đề xuất giải pháp cải thiện dịch vụ. Môi trường tương tác này nếu được tổ chức khoa học sẽ tạo điều kiện để nhân viên CTXH tiếp cận nhanh hơn với các tình huống có yếu tố khẩn cấp về tâm lý – xã hội, hỗ trợ kịp thời, từ đó làm giảm nguy cơ phát sinh xung đột hoặc bức xúc trong bệnh viện. Điều này đòi hỏi phải có hệ thống truyền thông tích hợp giữa phần mềm quản lý bệnh nhân, nền tảng phản ánh và hệ thống cảnh báo CTXH theo thời gian thực. Mô hình này hiện đang được thử nghiệm tại Bệnh viện Đa khoa Quốc tế Vinmec (Hà Nội), trong đó, mỗi phản ánh có yếu tố xã hội sẽ tự động chuyển đến nhóm CTXH trực tuyến 24/7 để xử lý hoặc hướng dẫn. Tuy nhiên, để truyền thông số trở thành một cấu phần chiến lược của công tác xã hội bệnh viện, cần triển khai đồng thời một hệ thống giải pháp toàn diện ở cả ba cấp độ: chính sách, tổ chức và con người.

Một là, về mặt thể chế, cần sửa đổi và bổ sung các quy định về chức năng, nhiệm vụ của phòng CTXH trong bệnh viện theo hướng bao gồm cả trách nhiệm phối hợp sản xuất, vận hành và phản hồi thông tin truyền thông số liên quan đến hỗ trợ bệnh nhân. Bộ Y tế nên xây dựng khung năng lực truyền thông số tối thiểu cho nhân viên CTXH, bao gồm các kỹ năng về biên tập nội dung, tương tác đa kênh, vận hành nền tảng số và ứng dụng công nghệ AI – chatbot.

Hai là, về mặt tổ chức, các bệnh viện cần xây dựng mô hình liên kết giữa phòng CTXH, phòng công nghệ thông tin và phòng truyền thông nội viện để hình thành một “bộ ba tích hợp”, chịu trách nhiệm chung về các hoạt động truyền thông liên quan đến chăm sóc bệnh nhân. Việc bố trí các nhóm truyền thông CTXH chuyên biệt trong bệnh viện sẽ giúp tránh tình trạng nhân viên xã hội bị kiêm nhiệm quá nhiều, không đủ thời gian hoặc năng lực chuyên sâu để đảm nhận vai trò truyền thông. Đồng thời, cần thiết lập hệ thống đo lường hiệu quả truyền thông số trong lĩnh vực CTXH, dựa trên các chỉ số

cụ thể như: số lượt tương tác thành công, mức độ hài lòng của bệnh nhân, tỷ lệ ca được hỗ trợ tâm lý kịp thời nhờ phát hiện qua phản ánh truyền thông, và hiệu quả vận động nguồn lực cộng đồng.

Ba là, về mặt con người, cần đẩy mạnh đào tạo và bồi dưỡng đội ngũ nhân viên CTXH về kỹ năng truyền thông hiện đại. Các trường đại học đào tạo ngành CTXH nên tích hợp học phần “truyền thông số trong CTXH y tế” vào chương trình chính quy. Đồng thời, cần triển khai các lớp đào tạo ngắn hạn, cấp chứng chỉ cho nhân viên CTXH đang làm việc trong bệnh viện nhằm nâng cao năng lực vận hành nền tảng truyền thông tương tác, sử dụng công cụ trực tuyến trong tư vấn – vận động cộng đồng và quản lý hồ sơ hỗ trợ. Chính các kỹ năng này sẽ giúp đội ngũ CTXH thích nghi tốt hơn với môi trường bệnh viện đang ngày càng được quản lý bằng dữ liệu và tương tác số.

Một giải pháp mang tính xu hướng hiện nay trong công tác xã hội bệnh viện là phát triển các nền tảng công nghệ xã hội tích hợp (Integrated Digital Social Work Platforms – IDSWP). Đây là hệ thống kỹ thuật số được thiết kế chuyên biệt cho nghiệp vụ công tác xã hội, cho phép tích hợp các chức năng quản lý hồ sơ thân chủ điện tử (e-case management), lưu trữ tiến trình can thiệp xã hội, kết nối giữa nhân viên CTXH với thân chủ, người thân và các chuyên gia hỗ trợ qua nền tảng tương tác thời gian thực như chatbot, video call, ứng dụng bảo mật nhắn tin. Đồng thời, IDSWP còn giúp số hóa các tài liệu tư vấn, tạo hệ thống nhắc việc, đánh giá hiệu quả can thiệp và phân tích dữ liệu định lượng để đưa ra khuyến nghị cá nhân hóa. Tại các nước như Singapore, Hàn Quốc và Úc, mô hình này đã được ứng dụng thí điểm tại các bệnh viện và trung tâm y tế cộng đồng thông qua các nền tảng như MyCare, DigiSocial, hay CareConnector, cho phép nhân viên công tác xã hội vừa tư vấn từ xa, vừa phối hợp đa ngành với đội ngũ y tế, đồng thời nâng cao chất lượng theo dõi, đánh giá quá trình phục hồi của bệnh nhân⁽¹¹⁾.

Tổng thể, sự phát triển của truyền thông số trong lĩnh vực công tác xã hội bệnh viện không chỉ là một yêu cầu kỹ thuật, mà là một chuyển dịch chiến lược trong nhận thức và phương thức cung cấp dịch vụ y tế – xã hội. Để truyền thông số thực sự trở thành công cụ thúc đẩy bình đẳng y tế và nâng cao năng lực tự chủ của người bệnh, cần có sự vào cuộc đồng bộ của Nhà nước, ngành y tế, các cơ sở đào

tạo và chính đội ngũ nhân viên công tác xã hội. Chuyển đổi số trong công tác xã hội bệnh viện không chỉ là “chuyển đổi về công cụ”, mà là chuyển đổi về tư duy, về cách tiếp cận con người một cách toàn diện hơn trong kỷ nguyên số hóa và y tế thông minh.

Kết luận

Sự phát triển của truyền thông số đang tạo ra những thay đổi căn bản trong toàn bộ hoạt động chăm sóc sức khỏe, đặc biệt là trong cách thức tiếp cận, tương tác và hỗ trợ bệnh nhân tại các bệnh viện hiện đại. Đối với công tác xã hội bệnh viện – một lĩnh vực vốn đặt trọng tâm vào con người và quan hệ hỗ trợ – truyền thông số không chỉ mở rộng phương tiện hành nghề, mà còn tái định hình lại phương thức cung cấp dịch vụ theo hướng linh hoạt, cá nhân hóa và lấy bệnh nhân làm trung tâm. Trong bối cảnh Việt Nam đang đẩy mạnh chuyển đổi số y tế, công tác xã hội không thể đứng ngoài xu thế hội nhập công nghệ, mà cần chủ động tích hợp truyền thông số như một phần cấu thành của hệ thống dịch vụ xã hội trong bệnh viện. Để tiến tới xây dựng một hệ thống CTXH bệnh viện hiện đại, chuyên nghiệp, công bằng và lấy người bệnh làm trung tâm, việc tích hợp truyền thông số cần được nhìn nhận như một định hướng chiến lược lâu dài. Trong tương lai gần, truyền thông số sẽ không chỉ là một “kênh thông tin” hỗ trợ, mà là nền tảng vận hành toàn diện của công tác xã hội y tế, góp phần thúc đẩy công bằng y tế, nâng cao chất lượng chăm sóc toàn diện và phát triển bệnh viện thông minh tại Việt Nam./.

Tài liệu tham khảo

- (1) United Nations Children’s Fund (UNICEF) & World Health Organization (WHO).(2023), Digital health interventions for health system strengthening in low- and middle-income countries. Geneva: World Health Organization.
- (2) World Health Organization (WHO, 2009). Practical Guide: Strategic Behavior Change Communication in Health Promotion.
- (3) Bronfenbrenner, U. (1979). The Ecology of Human Development: Experiments by Nature and Design. Harvard University Press.
- (4) Kreps, G. L., & Thornton, B. C. (1992). Health Communication: Theory & Practice. Waveland Press.
- (5) Bộ Y tế (2024). Báo cáo tổng kết công tác chuyển đổi số y tế năm 2024.

- (6) Nguyễn Thị Nga (2024). Báo cáo khảo sát về thực trạng ứng dụng truyền thông số trong ngành y tế. Lưu hành nội bộ.
- (7) Bộ Y tế (2023). Đánh giá thực trạng công tác truyền thông y tế tại tuyến cơ sở. Cục Truyền thông & TĐKT, Hà Nội.
- (8) Thống kê nội bộ (2023), - Bệnh viện Đại học Y Dược Thành phố Hồ Chí Minh.
- (9) Hoàng Minh Anh (2023). Công tác xã hội trong bệnh viện: Những rào cản từ thể chế đến năng lực thực thi. Tạp chí Xã hội học, số 4.
- (10) Nhóm nghiên cứu Khoa Xã hội học và Phát triển (2024). Khảo sát nội bộ tại 10 bệnh viện tuyến tỉnh về năng lực truyền thông số của nhân viên công tác xã hội. Học viện Báo chí và Tuyên truyền. (Tài liệu lưu hành nội bộ).
- (11) Trần Thị Hạnh (2023). Xu hướng phát triển các nền tảng công nghệ xã hội tích hợp tại châu Á và gợi mở cho Việt Nam. Tạp chí Công tác xã hội quốc tế, số 5.