

Mô hình quản trị truyền thông của Malaysia trong bối cảnh chuyển đổi số và xã hội đa văn hóa

Ngày nhận bài: 11/06/2026 | Ngày phản biện: 03/07/2026 | Ngày xuất bản: 03/09/2026

Tác giả: Vũ Tuấn Anh (Học viện Ngoại giao)

Tóm tắt: Malaysia là một trường hợp tiêu biểu về quản trị truyền thông trong bối cảnh chuyển đổi số và xã hội đa văn hóa. Bài viết phân tích mô hình quản trị truyền thông của Malaysia trên ba phương diện: vai trò quản lý của Nhà nước, sự mở rộng quản trị sang các nền tảng số và sự tham gia của nhiều chủ thể trong quản trị truyền thông. Trên cơ sở phân tích các văn bản chính sách, quy định pháp luật và nguồn dữ liệu thứ cấp, nghiên cứu cho thấy Malaysia đang từng bước chuyển từ quản lý báo chí truyền thống sang quản trị truyền thông số, trong đó Nhà nước giữ vai trò trung tâm, đồng thời mở rộng trách nhiệm đối với các nền tảng trực tuyến. Mô hình này góp phần nâng cao hiệu quả quản lý truyền thông và duy trì ổn định xã hội trong môi trường số. Từ trường hợp Malaysia, bài viết gợi mở một số vấn đề lý luận về quản trị truyền thông và truyền thông chính trị trong bối cảnh chuyển đổi số ở Đông Nam Á.

1. Đặt vấn đề

Trong kỷ nguyên số, truyền thông không chỉ là hoạt động thu thập, sản xuất và phân phối thông tin, mà còn là không gian hình thành nhận thức chính trị, tạo dựng đồng thuận xã hội và quản lý các xung đột giá trị. Đối với các quốc gia đa sắc tộc, đa tôn giáo như Malaysia, truyền thông càng giữ vai trò quan trọng trong duy trì sự ổn định, hạn chế xung đột cộng đồng và định hướng dư luận trước những biến động của đời sống chính trị - xã hội.

Malaysia là quốc gia có cấu trúc xã hội đa dạng, gồm cộng đồng Malay, Hoa, Ấn Độ, các nhóm Bumiputera khác và cộng đồng không phải công dân (Demographic Statistic Malaysia, First Quarter 2026). Theo số liệu dân số quý III năm 2024 của Cục

Thống kê Malaysia, người Malay chiếm 58,1% dân số, người Hoa chiếm 22,4%, người Ấn Độ chiếm 6,5%, trong khi các nhóm Bumiputera khác chiếm 12,3% (Cục Thống kê Malaysia, 2024). Cấu trúc xã hội đa sắc tộc, đa tôn giáo và đa ngôn ngữ này tạo nên sự phong phú về văn hóa, nhưng đồng thời cũng đặt ra thách thức lớn trong quản trị truyền thông, nhất là đối với các vấn đề nhạy cảm liên quan đến sắc tộc, tôn giáo, hoàng gia, quyền công dân và cạnh tranh chính trị.

Vì vậy, mô hình quản trị truyền thông Malaysia không thể chỉ được nhìn nhận như một hệ thống quản lý kỹ thuật hoặc pháp lý, mà cần được xem như một bộ phận của quản trị quốc gia. Trong nhiều thập niên, truyền thông Malaysia được định hình bởi vai trò quản lý của nhà nước, sự tồn tại của các thiết chế pháp lý tương đối chặt chẽ và cách tiếp cận ưu tiên ổn định chính trị- xã hội. Tuy nhiên, sự phát triển của internet, mạng xã hội và các nền tảng xuyên biên giới đã làm thay đổi căn bản môi trường truyền thông. Tin giả, lừa đảo trực tuyến, cực đoan hóa, bắt nạt mạng, phát ngôn thù hận và nội dung xâm hại trẻ em đặt ra yêu cầu mới đối với chính sách truyền thông.

Từ ngày 1 tháng 1 năm 2025, Malaysia triển khai khuôn khổ cấp phép đối với các nhà cung cấp dịch vụ mạng xã hội và dịch vụ nhắn tin trực tuyến có từ tám triệu người dùng trở lên tại Malaysia (Baker McKenzie, 2024; Reuters, 2025). Đến năm 2026, Đạo luật An toàn trực tuyến 2025 có hiệu lực, tiếp tục mở rộng nghĩa vụ của các nhà cung cấp dịch vụ trong việc hạn chế nội dung có hại, hỗ trợ người dùng và bảo vệ trẻ em trên môi trường mạng (Rahmat Lim & Partners, 2026). Những thay đổi này cho thấy Malaysia đang bước vào giai đoạn chuyển đổi từ quản lý báo chí, phát thanh, truyền hình theo mô hình truyền thống sang quản trị hệ sinh thái truyền thông số.

Từ thực tiễn đó, bài viết tập trung làm rõ những đặc trưng của mô hình quản trị truyền thông Malaysia trong bối cảnh chuyển đổi số và xã hội đa văn hóa, đồng thời phân tích các ưu điểm, hạn chế và những gợi mở lý luận mà trường hợp này mang lại đối với nghiên cứu truyền thông chính trị ở Đông Nam Á.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, chủ yếu dựa trên phân tích tài liệu. Nguồn tài liệu bao gồm: văn bản pháp luật của Malaysia, tài liệu của cơ quan quản lý truyền thông, bộ quy tắc nội dung của ngành truyền thông, dữ liệu dân số, báo cáo

về truyền thông số, thông tin từ các hãng tin quốc tế và một số tài liệu nghiên cứu về ngoại giao số, truyền thông chính trị và quản trị nền tảng.

Phương pháp phân tích tài liệu được sử dụng để làm rõ cơ sở pháp lý và chính sách của mô hình quản trị truyền thông Malaysia, bao gồm Đạo luật Truyền thông và Đa phương tiện năm 1998, Bộ Quy tắc nội dung truyền thông và đa phương tiện năm 2022, khuôn khổ cấp phép đối với dịch vụ mạng xã hội và nhắn tin trực tuyến từ năm 2025, cũng như Đạo luật An toàn trực tuyến 2025. Phương pháp phân tích- tổng hợp được sử dụng để nhận diện các đặc trưng chính của mô hình quản trị truyền thông Malaysia. Ngoài ra, bài viết sử dụng phương pháp so sánh ở mức độ khái quát nhằm đối chiếu giữa mô hình truyền thông truyền thống và xu hướng quản trị truyền thông số hiện nay.

Phạm vi nghiên cứu của bài viết tập trung vào Malaysia trong giai đoạn chuyển đổi số gần đây, đặc biệt từ sau khi nước này tăng cường khuôn khổ quản lý nền tảng số giai đoạn 2024-2026. Bài viết không đi sâu đo lường tác động định lượng của chính sách truyền thông, mà tập trung phân tích logic quản trị, đặc trưng mô hình và hàm ý lý luận.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Cơ sở hình thành mô hình quản trị truyền thông Malaysia

Mô hình quản trị truyền thông của Malaysia được hình thành từ ba cơ sở chính: cấu trúc xã hội đa văn hóa, truyền thống nhà nước quản lý và yêu cầu bảo vệ trật tự thông tin trong bối cảnh chuyển đổi số.

Trước hết, Malaysia là xã hội đa sắc tộc, đa ngôn ngữ và đa tôn giáo. Truyền thông vì vậy không chỉ thực hiện chức năng phản ánh thông tin, mà còn tham gia vào quá trình thương lượng bản sắc, định hình nhận thức cộng đồng và kiểm soát những nội dung có thể gây chia rẽ xã hội. Các vấn đề liên quan đến chủng tộc, tôn giáo và hoàng gia thường được coi là nhạy cảm trong đời sống chính trị Malaysia. Điều này giải thích vì sao quản trị truyền thông tại Malaysia thường đặt nặng yêu cầu trách nhiệm xã hội,

giới hạn phát ngôn cực đoan và duy trì trật tự công cộng.

Thứ hai, Malaysia có truyền thống nhà nước giữ vai trò chủ đạo trong phát triển kinh tế - xã hội. Từ sau độc lập, nhà nước Malaysia không chỉ điều tiết thị trường và xây dựng chính sách công, mà còn đóng vai trò quan trọng trong định hướng truyền thông. Truyền thông được nhìn nhận như một công cụ phục vụ phát triển quốc gia, củng cố thống nhất dân tộc và bảo đảm sự ổn định của hệ thống chính trị. Vì vậy, so với mô hình truyền thông tự do kiểu phương Tây, Malaysia thể hiện rõ hơn cách tiếp cận quản trị dựa trên sự cân bằng giữa quyền tiếp cận thông tin, trách nhiệm xã hội và lợi ích quốc gia.

Thứ ba, sự phát triển của công nghệ số đã làm thay đổi căn bản không gian truyền thông. Nếu trước đây báo in, phát thanh và truyền hình là các kênh chính, có thể được quản lý thông qua giấy phép, sở hữu và quy trình biên tập, thì hiện nay mạng xã hội tạo ra không gian thông tin phi tập trung, xuyên biên giới và có tốc độ lan truyền rất nhanh. Theo DataReportal, Malaysia có 25,1 triệu định danh người dùng mạng xã hội vào tháng 1 năm 2025, tương đương khoảng 70,2% dân số (Kemp, 2025). Quy mô này cho thấy truyền thông số đã trở thành một không gian xã hội rộng lớn, nơi chính sách quản trị truyền thông không thể chỉ tập trung vào các cơ quan báo chí truyền thống.

3.1.2. Vai trò quản lý của nhà nước

Một trong những đặc trưng nổi bật của mô hình quản trị truyền thông Malaysia là vai trò chủ đạo của Nhà nước. Thông qua hệ thống pháp luật, cơ chế cấp phép, giám sát nội dung và xử lý vi phạm, Nhà nước định hướng và quản lý hoạt động truyền thông. Cách tiếp cận này xuất phát từ quan điểm coi truyền thông là lĩnh vực có ảnh hưởng trực tiếp đến ổn định chính trị, trật tự xã hội và quan hệ giữa các cộng đồng trong bối cảnh Malaysia là quốc gia đa sắc tộc.

Cơ sở pháp lý quan trọng của quản trị truyền thông số tại Malaysia là Đạo luật Truyền thông và Đa phương tiện năm 1998. Đạo luật này được xây dựng nhằm điều chỉnh các lĩnh vực truyền thông và đa phương tiện trong bối cảnh hội tụ công nghệ, bao gồm mạng, dịch vụ mạng, dịch vụ ứng dụng và dịch vụ nội dung ứng dụng (Chính phủ Malaysia, 1998). Ủy ban Truyền thông và Đa phương tiện Malaysia, tức MCMC, là cơ quan trung tâm trong việc thực thi chính sách và quản lý lĩnh vực này.

Trong lĩnh vực truyền thông truyền thống, Malaysia áp dụng cơ chế quản lý tương đối chặt chẽ thông qua các quy định về xuất bản, phát thanh, truyền hình, bảo vệ bí mật nhà nước và an ninh công cộng. Các đạo luật như Đạo luật Báo chí và Xuất bản năm 1984 (Printing Presses and Publications Act 1984), Đạo luật Bí mật Nhà nước năm 1972 (Official Secrets Act 1972) và Đạo luật Truyền thông và Đa phương tiện năm 1998 (Communications and Multimedia Act 1998) đã tạo nên khuôn khổ pháp lý mà trong đó hoạt động báo chí và truyền thông chịu sự quản lý, giám sát chặt chẽ của Nhà nước. Cách tiếp cận này tiếp tục được duy trì trong quản lý truyền thông số, nhưng trọng tâm được chuyển sang việc tăng cường trách nhiệm pháp lý của các nền tảng trực tuyến. Minh chứng là từ năm 2025, Malaysia triển khai cơ chế cấp phép đối với các nền tảng mạng xã hội và dịch vụ nhắn tin. Các nền tảng mạng xã hội và dịch vụ nhắn tin có từ tám triệu người dùng trở lên tại Malaysia phải có giấy phép nhà cung cấp dịch vụ ứng dụng loại ASP(C) để tiếp tục cung cấp dịch vụ (Baker McKenzie, 2024).

Đầu năm 2025, Malaysia đã cấp phép cho WeChat và TikTok theo khuôn khổ mới, trong khi Telegram ở giai đoạn cuối của quá trình cấp phép và Meta đã bắt đầu thủ tục liên quan. Điều này cho thấy nhà nước Malaysia không chỉ quản lý các cơ quan truyền thông trong nước, mà còn tìm cách mở rộng thẩm quyền đối với các nền tảng công nghệ xuyên quốc gia. Đây là biểu hiện rõ của xu hướng khẳng định chủ quyền số trong quản trị truyền thông hiện đại.

3.1.3. Kết hợp quản lý nhà nước với đồng quản trị ngành truyền thông

Mô hình quản trị truyền thông của Malaysia không chỉ dựa trên các biện pháp quản lý hành chính mà còn áp dụng cơ chế đồng quản trị (co-regulation), kết hợp giữa quản lý của nhà nước và tự điều chỉnh của ngành truyền thông. Một minh chứng tiêu biểu là Bộ Quy tắc Nội dung Truyền thông và Đa phương tiện năm 2022 (Communications and Multimedia Content Code 2022) do Diễn đàn Nội dung Truyền thông và Đa phương tiện Malaysia (CMCF) xây dựng và được Ủy ban Truyền thông và Đa phương tiện Malaysia (MCMC) đăng ký theo quy định của Đạo luật Truyền thông và Đa phương tiện năm 1998. Bộ Quy tắc này quy định các nguyên tắc và tiêu chuẩn đối với hoạt động sản xuất, phân phối và phổ biến nội dung trên các nền tảng truyền thông,

đồng thời đề cao trách nhiệm nghề nghiệp, tính minh bạch và trách nhiệm giải trình của các chủ thể tham gia hệ sinh thái truyền thông (Diễn đàn Nội dung Truyền thông và Đa phương tiện Malaysia, 2022).

Cơ chế này phản ánh cách tiếp cận trong đó nhà nước giữ vai trò thiết lập khuôn khổ pháp lý và giám sát thực thi, trong khi các chủ thể trong ngành truyền thông- bao gồm doanh nghiệp truyền thông, nền tảng số, nhà sản xuất nội dung và các tổ chức nghề nghiệp- tham gia xây dựng và thực hiện các chuẩn mực ứng xử. So với mô hình quản lý bằng mệnh lệnh hành chính, đồng quản trị cho phép các quy tắc nghề nghiệp được điều chỉnh linh hoạt hơn trước những thay đổi nhanh chóng của công nghệ và môi trường truyền thông số, đồng thời tăng cường sự tham gia của các bên liên quan vào quá trình quản trị.

Tuy nhiên, hiệu quả của cơ chế đồng quản trị phụ thuộc vào việc phân định rõ vai trò và trách nhiệm giữa nhà nước với các chủ thể trong ngành truyền thông. Cơ chế này chỉ phát huy hiệu quả khi các tổ chức tự điều chỉnh hoạt động độc lập, quy trình thực thi được bảo đảm minh bạch và các quy định duy trì được sự cân bằng giữa mục tiêu bảo vệ lợi ích công cộng với quyền tiếp cận, chia sẻ thông tin của người dùng. Nếu cơ quan quản lý nhà nước can thiệp quá sâu, cơ chế đồng quản trị có thể mất đi tính tự chủ của ngành; ngược lại, nếu vai trò của nhà nước quá hạn chế, việc kiểm soát các rủi ro như thông tin sai lệch, nội dung độc hại hoặc các hành vi vi phạm trên nền tảng số sẽ gặp nhiều khó khăn.

3.1.4. Đặt ưu tiên cho mục tiêu ổn định xã hội trong quản trị truyền thông

Giống như nhiều quốc gia khác, quản trị truyền thông ở Malaysia hướng tới mục tiêu duy trì ổn định xã hội và bảo đảm sự hòa hợp giữa các cộng đồng. Tuy nhiên, trong bối cảnh một xã hội đa sắc tộc và đa tôn giáo, mục tiêu này được thể chế hóa khá rõ trong hệ thống pháp luật và chính sách quản lý truyền thông. Nhà nước coi việc ngăn ngừa các nội dung có nguy cơ kích động xung đột sắc tộc, tôn giáo, lan truyền thông tin sai lệch hoặc gây bất ổn xã hội là một trong những ưu tiên của quản trị truyền thông, đặc biệt trong môi trường số.

Theo đó, các quy định pháp luật và cơ chế quản trị truyền thông của Malaysia yêu cầu các cơ quan báo chí, doanh nghiệp truyền thông, nền tảng số và người cung cấp nội

dung thực hiện trách nhiệm xã hội trong quá trình sản xuất, phổ biến và chia sẻ thông tin. Cách tiếp cận này cho thấy hoạt động truyền thông không chỉ được điều chỉnh bởi các quy định về quyền và nghĩa vụ của chủ thể truyền thông mà còn gắn với yêu cầu bảo đảm trật tự xã hội, an ninh quốc gia và sự hòa hợp giữa các cộng đồng.

Tuy nhiên, việc theo đuổi mục tiêu ổn định xã hội cũng đặt ra yêu cầu phải bảo đảm sự cân bằng giữa hiệu quả quản lý và tính minh bạch của cơ chế quản trị. Trong bối cảnh truyền thông số phát triển nhanh, các quy định về quản lý nội dung cần được áp dụng với phạm vi, tiêu chí và quy trình rõ ràng nhằm vừa hạn chế các nguy cơ gây bất ổn xã hội, vừa tạo điều kiện cho hoạt động truyền thông và trao đổi thông tin diễn ra trong khuôn khổ pháp luật. Đây cũng là một trong những thách thức chung của nhiều quốc gia khi xây dựng mô hình quản trị truyền thông trong kỷ nguyên số.

3.1.5. Chuyển trọng tâm sang quản trị nền tảng số

Sự phát triển của mạng xã hội làm thay đổi căn bản mô hình quản trị truyền thông Malaysia. Nếu trước đây trọng tâm là cơ quan báo chí và nhà xuất bản, thì hiện nay trọng tâm ngày càng chuyển sang nền tảng số như TikTok, Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, Telegram và các dịch vụ nhắn tin khác.

Khuôn khổ cấp phép nền tảng được triển khai từ năm 2025 cho thấy Malaysia đang mở rộng phạm vi quản trị truyền thông từ các cơ quan báo chí truyền thống sang các nền tảng số. Theo đó, các nền tảng có quy mô lớn không còn chỉ đóng vai trò là kênh phân phối thông tin mà trở thành chủ thể có trách nhiệm thực hiện các quy định về quản lý nội dung, phối hợp với cơ quan quản lý trong xử lý thông tin vi phạm và xây dựng cơ chế tiếp nhận, xử lý phản ánh của người sử dụng. Việc áp dụng cơ chế cấp phép thể hiện xu hướng đưa các nền tảng số vào khuôn khổ quản trị truyền thông thống nhất, thay vì chỉ quản lý các cơ quan báo chí như trước đây (Reuters, 2024).

Đạo luật An toàn trực tuyến năm 2025 tiếp tục củng cố xu hướng mở rộng quản trị truyền thông sang các nền tảng số. Đạo luật quy định trách nhiệm của các nhà cung cấp dịch vụ trong việc xây dựng cơ chế quản lý nội dung, tiếp nhận và xử lý phản ánh của người sử dụng, đồng thời phối hợp với cơ quan quản lý nhằm bảo đảm môi trường truyền thông trực tuyến an toàn và tuân thủ pháp luật (Rahmat Lim & Partners, 2026). Điều này cho thấy trách nhiệm quản trị truyền thông không còn tập trung hoàn toàn vào cơ quan nhà nước mà được chia sẻ giữa Nhà nước, các nền tảng cung cấp dịch

vụ và các chủ thể tham gia trong môi trường truyền thông số.

Từ ngày 1/6/2026, Malaysia triển khai quy định không cho phép người dưới 16 tuổi đăng ký tài khoản trên các nền tảng mạng xã hội nhằm tăng cường quản lý hoạt động truyền thông trong môi trường số và bảo vệ nhóm người dùng chưa thành niên (Reuters, 2026). Chính sách này cho thấy phạm vi quản trị truyền thông không chỉ dừng ở việc quản lý nội dung và các chủ thể cung cấp dịch vụ mà còn mở rộng sang việc thiết lập các quy tắc tiếp cận và sử dụng nền tảng đối với từng nhóm người dùng. Tuy nhiên, việc thực thi quy định cũng đặt ra những vấn đề cần cân nhắc như cơ chế xác minh độ tuổi, bảo vệ quyền riêng tư và bảo đảm quyền tiếp cận thông tin của người chưa thành niên.

3.2. Thảo luận

Mô hình quản trị truyền thông của Malaysia có một số ưu điểm nổi bật. Trước hết, mô hình này được xây dựng phù hợp với bối cảnh một quốc gia đa sắc tộc, đa tôn giáo và đa ngôn ngữ, qua đó góp phần duy trì ổn định xã hội và hạn chế các nội dung có nguy cơ gây chia rẽ cộng đồng. Bên cạnh đó, Malaysia chủ động điều chỉnh khuôn khổ quản trị trước sự phát triển của truyền thông số bằng cách mở rộng phạm vi quản lý từ các cơ quan báo chí truyền thống sang các nền tảng trực tuyến, từng bước đưa các chủ thể mới trong môi trường số vào khuôn khổ pháp lý. Ngoài ra, việc kết hợp giữa hệ thống pháp luật, cơ quan quản lý và trách nhiệm của các nền tảng số đã hình thành cơ chế quản trị nhiều chủ thể, góp phần nâng cao hiệu quả quản lý và khả năng thích ứng của hệ thống truyền thông trước những thay đổi của môi trường số.

Bên cạnh những ưu điểm, mô hình quản trị truyền thông của Malaysia cũng đặt ra một số thách thức. Thứ nhất, việc mở rộng quản lý đối với môi trường truyền thông số đòi hỏi phải bảo đảm sự cân bằng giữa yêu cầu duy trì trật tự thông tin và quyền tiếp cận, trao đổi thông tin của người dân. Thứ hai, hiệu quả của mô hình phụ thuộc vào tính minh bạch và sự phối hợp giữa cơ quan quản lý với các nền tảng số trong quá trình thực thi các quy định về quản lý nội dung. Thứ ba, do hoạt động của các nền tảng số mang tính xuyên biên giới, việc thực thi pháp luật của một quốc gia riêng lẻ vẫn gặp nhiều hạn chế nếu thiếu cơ chế hợp tác quốc tế và sự phối hợp từ các nhà cung cấp dịch vụ.

Từ những phân tích trên có thể thấy, mô hình quản trị truyền thông của Malaysia được xây dựng theo hướng kết hợp giữa quản lý của Nhà nước với sự tham gia của các nền tảng số và các chủ thể liên quan trong môi trường truyền thông. Đặc trưng của mô hình này là mở rộng phạm vi quản trị từ báo chí và truyền thông truyền thống sang các nền tảng trực tuyến, đồng thời điều chỉnh cơ chế quản lý để thích ứng với quá trình chuyển đổi số. Kinh nghiệm của Malaysia là tài liệu tham khảo hữu ích đối với các quốc gia Đông Nam Á trong quá trình hoàn thiện chính sách và khuôn khổ quản trị truyền thông số. Tuy nhiên, việc vận dụng cần dựa trên điều kiện chính trị, xã hội, pháp lý và trình độ phát triển của từng quốc gia, thay vì áp dụng một cách máy móc.

5. Kết luận

Mô hình quản trị truyền thông của Malaysia cho thấy sự điều chỉnh đáng kể trước những thay đổi của môi trường truyền thông số. Nếu trước đây trọng tâm quản lý chủ yếu hướng đến các cơ quan báo chí và truyền thông truyền thống, thì hiện nay phạm vi quản trị đã được mở rộng sang các nền tảng số thông qua việc hoàn thiện khuôn khổ pháp lý và xác lập trách nhiệm của các chủ thể tham gia. Sự chuyển dịch này phản ánh xu hướng đổi mới phương thức quản trị truyền thông nhằm đáp ứng yêu cầu của quá trình chuyển đổi số, đồng thời vẫn duy trì mục tiêu bảo đảm trật tự thông tin và ổn định xã hội trong bối cảnh một quốc gia đa sắc tộc và đa tôn giáo.

Bài viết cho thấy mô hình quản trị truyền thông của Malaysia có ba đặc trưng cơ bản. Thứ nhất, Nhà nước giữ vai trò trung tâm trong việc xây dựng và thực thi khuôn khổ pháp lý đối với hoạt động truyền thông. Thứ hai, phạm vi quản trị được mở rộng từ báo chí và truyền thông truyền thống sang các nền tảng số, đưa các nền tảng trực tuyến trở thành một chủ thể trong cơ chế quản trị truyền thông. Thứ ba, mô hình quản trị được triển khai theo hướng có sự tham gia của nhiều chủ thể, trong đó trách nhiệm được phân chia giữa cơ quan quản lý nhà nước, các nền tảng cung cấp dịch vụ và người sử dụng. Mô hình này góp phần nâng cao hiệu quả quản lý truyền thông trong môi trường số, nhưng cũng đặt ra những thách thức về hoàn thiện khuôn khổ pháp lý, tăng cường phối hợp giữa các chủ thể và nâng cao hiệu quả thực thi đối với các nền tảng xuyên biên giới.

Từ trường hợp Malaysia, có thể rút ra một số gợi mở đối với nghiên cứu truyền thông chính trị và quản trị truyền thông trong bối cảnh chuyển đổi số. Thứ nhất, mô hình quản trị truyền thông cần được xem xét trong mối quan hệ với bối cảnh chính trị, xã hội và thể chế của mỗi quốc gia, bởi đây là những yếu tố chi phối mục tiêu, phạm vi và phương thức quản lý truyền thông. Thứ hai, sự phát triển của các nền tảng số đang làm thay đổi đối tượng và phương thức quản trị, đòi hỏi khuôn khổ pháp lý phải được điều chỉnh để bao quát cả báo chí truyền thống và các nền tảng truyền thông trực tuyến. Thứ ba, trong môi trường truyền thông số, hiệu quả quản trị không chỉ phụ thuộc vào vai trò của Nhà nước mà còn gắn với sự phối hợp giữa các chủ thể tham gia, đặc biệt là các nền tảng cung cấp dịch vụ số. Từ những gợi mở đó có thể thấy, quản trị truyền thông đang trở thành một bộ phận quan trọng của quản trị quốc gia trong kỷ nguyên số, đòi hỏi sự thích ứng liên tục của thể chế và chính sách trước những biến đổi của môi trường truyền thông./.

Tài liệu tham khảo

Baker McKenzie. (2024). Malaysia: Cấp phép đối với nhà cung cấp dịch vụ mạng xã hội và dịch vụ nhắn tin qua internet từ ngày 01/01/2025 (Malaysia: Licensing of social media and internet messaging service providers from 1 January 2025 onwards). <https://connectontech.bakermckenzie.com/malaysia-licensing-of-social-media-and-internet-messaging-service-providers-from-1-january-2025-onwards/>

Chính phủ Malaysia. (1998). Đạo luật Truyền thông và Đa phương tiện năm 1998, Luật số 588 (Communications and Multimedia Act 1998, Act 588). Government of Malaysia. https://www.unodc.org/cld/uploads/res/document/mys/communications_and_multimedia_act_html/Malaysia_Communications_and_Multimedia_Act_1998.pdf

Cục Thống kê Malaysia. (2024). Thống kê dân số quý III năm 2024 (Demographic statistics, third quarter 2024). Department of Statistics Malaysia. <https://www.dosm.gov.my/portal-main/release-content/demographic-statistics-third-quarter-2024>

Diễn đàn Nội dung Truyền thông và Đa phương tiện Malaysia. (2022). Bộ Quy tắc nội dung truyền thông và đa phương tiện năm 2022 (The Communications and Multimedia Content Code 2022). Communications and Multimedia Content Forum of Malaysia. <https://contentforum.my/wp-content/uploads/2022/08/Content-Code-2022.pdf>

Demographic Statistic Malaysia, First Quarter 2026.

Kemp, S. (2025). Báo cáo số năm 2025: Malaysia (Digital 2025: Malaysia). DataReportal.
<https://datareportal.com/reports/digital-2025-malaysia>

Rahmat Lim & Partners. (2026). An toàn trực tuyến tại Malaysia: Những điều cần biết về Đạo luật An toàn trực tuyến năm 2025 và các văn bản dưới luật liên quan (Online safety in Malaysia: What you should know about the Online Safety Act 2025 and its subsidiary legislation).
<https://www.rahmatlim.com/perspectives/articles/32091/mykh-online-safety-in-malaysia-what-you-should-know-about-the-online-safety-act-2025-and-its-subsiary-legislation>

Reuters. (2024, ngày 30 tháng 10). Meta cho rằng kế hoạch cấp phép mạng xã hội của Malaysia thiếu rõ ràng, đe dọa đổi mới sáng tạo (Meta says Malaysia's social media licencing plan lacks clarity, threatens innovation). <https://www.reuters.com/technology/meta-says-malaysias-social-media-licencing-plan-lacks-clarity-threatens-2024-10-30/>

Reuters. (2025, ngày 02 tháng 01). Malaysia cấp phép cho WeChat, TikTok hoạt động theo luật mới (Malaysia grants WeChat, TikTok licences to operate under new law).
<https://www.reuters.com/technology/malaysia-grants-wechat-tiktok-licences-operate-under-new-law-2025-01-02/>

Reuters. (2026, ngày 01 tháng 06). Malaysia cấm người dưới 16 tuổi đăng ký mạng xã hội (Malaysia bars under-16s from signing up for social media). <https://www.reuters.com/business/media-telecom/malaysia-bars-under-16s-signing-up-social-media-2026-06-01/>