

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA

HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

TRẦN TRỌNG HẢI

**TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH VỀ CHUYỂN ĐỔI SỐ
CỦA CÁC CƠ QUAN CẤP BỘ TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY**

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

HÀ NỘI - 2026

CÔNG TRÌNH ĐƯỢC HOÀN THÀNH
TẠI HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

Người hướng dẫn khoa học:

TS. Nguyễn Thị Minh Hiền

PGS. TS. Phạm Hương Trà

Phản biện 1:

Phản biện 2:

Phản biện 3:

Luận án được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận án cấp cơ sở
họp tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong xu thế phát triển mạnh mẽ của kỷ nguyên số, Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang tác động sâu sắc đến mọi lĩnh vực của đời sống kinh tế, chính trị và xã hội trên phạm vi toàn cầu. Tại Việt Nam, Đảng và Nhà nước đã sớm nhận thức được tầm quan trọng của làn sóng này, thể hiện qua việc ban hành Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/06/2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt "Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030". Đây là một quyết sách mang tính chiến lược vĩ mô, đòi hỏi sự vào cuộc quyết liệt của toàn xã hội, từ các cơ quan công quyền, cộng đồng doanh nghiệp đến từng cá nhân người dân. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với hoạt động truyền thông chính sách của các cơ quan hành chính nhà nước, đặc biệt là các cơ quan cấp Bộ – những chủ thể giữ vai trò hạt nhân trong hệ thống hoạch định, điều phối và triển khai chính sách vĩ mô.

Trong bối cảnh hiện nay, các cơ quan hành chính sự nghiệp đang khẩn trương thực hiện Nghị quyết số 18-NQ/TW về việc đổi mới, sắp xếp tổ chức bộ máy của hệ thống chính trị tinh gọn, hoạt động hiệu lực, hiệu quả. Thực tiễn sáp nhập bộ máy theo Nghị quyết số 141/KH-BCĐTKNQ18 đã chứng kiến những biến động căn bản về cơ cấu tổ chức, điển hình như việc Bộ Thông tin và Truyền thông sáp nhập về Bộ Khoa học và Công nghệ, và Bộ Kế hoạch và Đầu tư sáp nhập về Bộ Tài chính. Sự chuyển dịch cơ cấu này dẫn đến những thay đổi căn bản trong chiến lược, phương thức và nội dung truyền thông chính sách về chuyển đổi số qua từng giai đoạn. Do đó, việc nghiên cứu khảo sát, đánh giá một cách toàn diện về hoạt động truyền thông chính sách chuyển đổi số của các cơ quan cấp Bộ là vô cùng cần thiết, vừa mang ý nghĩa lý luận khoa học sâu sắc, vừa đáp ứng yêu cầu thực tiễn quản trị quốc gia trong kỷ nguyên số. Xuất phát từ những lý do trên, tác giả quyết định lựa chọn đề tài "*Truyền thông chính sách về chuyển đổi số của các cơ quan cấp*

Bộ tại Việt Nam hiện nay" làm đề tài của luận án tiến sĩ ngành Quan hệ công chúng.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu của luận án là trên cơ sở hệ thống hóa lý luận và thực tiễn, xây dựng khung phân tích khoa học để khảo sát, đánh giá thực trạng chất lượng hoạt động truyền thông chính sách về chuyển đổi số của các cơ quan cấp Bộ tại Việt Nam hiện nay, từ đó đề xuất mô hình chức năng và các giải pháp, khuyến nghị thiết thực nhằm nâng cao chất lượng hoạt động này trong thời gian tới. Để đạt được mục đích trên, luận án triển khai thực hiện bốn nhiệm vụ nghiên cứu cụ thể bao gồm:

- Hệ thống hóa và tổng hợp các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến đề tài, làm rõ các hướng tiếp cận, khung lý thuyết và chỉ ra các khoảng trống khoa học còn tồn tại.
- Hệ thống hóa các khái niệm công cụ, làm rõ đặc điểm, vai trò của truyền thông chính sách về chuyển đổi số trong cơ quan hành chính nhà nước, kết hợp với thực tiễn đường lối chính trị tại Việt Nam để xây dựng khung phân tích của luận án.
- Khảo sát thực trạng hoạt động truyền thông chính sách về chuyển đổi số của các cơ quan cấp Bộ trong diện khảo sát, bao gồm phân tích chủ thể, nội dung, hình thức thông điệp trên các kênh truyền thông và khảo sát nhận thức, thái độ, hành vi của đối tượng công chúng tiếp nhận.
- Đánh giá các ưu điểm, hạn chế và nguyên nhân tồn tại; từ đó đề xuất mô hình chức năng và hệ thống giải pháp, khuyến nghị có tính khả thi cao nhằm nâng cao chất lượng truyền thông chính sách về chuyển đổi số của các cơ quan cấp Bộ tại Việt Nam.

3. Đối tượng, khách thể và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là hoạt động truyền thông chính sách về chuyển đổi số của các cơ quan cấp Bộ tại Việt Nam hiện nay.

Khách thể nghiên cứu tập trung vào 04 cơ quan cấp Bộ giữ vai trò then chốt trong hệ thống điều phối và triển khai chính sách chuyển đổi số quốc gia bao gồm: Văn phòng Chính phủ (đơn vị trung tâm điều phối liên ngành và vận hành Chính phủ số), Bộ Khoa học và Công nghệ (cơ quan dẫn dắt nền tảng khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo), Bộ Tài chính (bảo đảm nguồn lực tài chính vĩ mô) và Bộ Công Thương (đại diện cho khối triển khai chính sách trong lĩnh vực kinh tế - sản xuất). Để đảm bảo tính kế thừa lịch sử và phản ánh chính xác thực tế sáp nhập bộ máy, đối với Bộ Thông tin và Truyền thông và Bộ Kế hoạch và Đầu tư, tác giả nghiên cứu các hoạt động truyền thông chính sách đến hết năm 2024, sau đó tổng hợp kết quả tương ứng với Bộ Khoa học và Công nghệ và Bộ Tài chính do quyết định sáp nhập theo Nghị quyết Trung ương số 141/KH-BCĐTKNQ18.

Phạm vi nghiên cứu được xác định cụ thể:

- Phạm vi thời gian: Nghiên cứu tập trung chính vào giai đoạn từ năm 2022 đến năm 2025, có mở rộng đối sánh với giai đoạn khởi động chương trình chuyển đổi số quốc gia từ năm 2020 đến năm 2021.
- Phạm vi không gian: Tập trung nghiên cứu hoạt động truyền thông chính sách về chuyển đổi số sau khi chính sách đã được thông qua và ban hành (không bao gồm việc truyền thông lấy ý kiến xây dựng dự thảo chính sách trước khi ban hành) hướng tới đối tượng công chúng bên ngoài cơ quan. Nghiên cứu khảo sát trên các môi trường truyền thông bao gồm các kênh thuộc sở hữu của Bộ (Cổng thông tin, website, báo chí trực thuộc, tài khoản Facebook chính thức) và các kênh không thuộc sở hữu của Bộ (báo điện tử trung ương, truyền hình, sự kiện doanh nghiệp, tổ công nghệ cộng đồng).

4. Phương pháp nghiên cứu và mẫu khảo sát

Nghiên cứu áp dụng hệ phương pháp liên ngành của khoa học truyền thông và xã hội học để thu thập và xử lý thông tin một cách toàn diện:

1. Phương pháp phân tích tài liệu: Khảo cứu hơn 300 tài liệu bao gồm sách chuyên khảo, bài báo khoa học, nghị định, thông tư và văn bản pháp lý liên quan đến truyền thông chính sách và chuyển đổi số.
2. Phương pháp phân tích nội dung: Thiết lập bảng mã phân tích hình thức và nội dung đối với 545 tin bài trên báo điện tử, trang tin (sau khi lọc từ 10.800 kết quả tìm kiếm gốc) và 257 bài đăng trên mạng xã hội Facebook của các Bộ trong diện khảo sát.
3. Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi (Anket): Thực hiện phát bảng hỏi ngẫu nhiên có chủ đích qua Lark Suite Form và mã QR tại các hội thảo, thu về 738 mẫu khảo sát công chúng hợp lệ, trong đó có 228 mẫu là chủ doanh nghiệp đại diện cho nhóm đối tượng thụ hưởng cốt lõi.
4. Phương pháp phỏng vấn sâu: Thực hiện phỏng vấn 12 trường hợp, chia làm 2 nhóm gồm 06 cán bộ phụ trách truyền thông tại các Bộ và 06 chuyên gia truyền thông, chuyên gia công nghệ và nhà quản lý vĩ mô.
5. Phương pháp quan sát tham dự: Tham gia trực tiếp và phân tích nội dung, thông điệp của 27 sự kiện, hội thảo lớn về chuyển đổi số do các Bộ chủ trì.

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

Truyền thông là một hiện tượng xã hội điển hình, được khoa học thế giới nghiên cứu một cách bài bản từ đầu thế kỷ XX. Các hệ hình lý thuyết truyền thông đại chúng kinh điển đã làm sáng tỏ cơ chế vận hành của dòng chảy thông tin, từ mô hình tuyến tính của W. Lippmann (1922) và H. Lasswell (1948) đến các lý thuyết hiệu ứng mạnh mẽ như "viên đạn thần kỳ" hay "mũi tiêm dưới da". Tiếp đó, các lý thuyết vĩ mô giải thích vai trò xã hội của truyền thông ra đời như lý thuyết "Truyền thông hai bước" của Lazarsfeld (1948), "Thuyết thiết lập chương trình nghị sự" của M. McCombs và D. Shaw (1972), và "Lý thuyết lan truyền đổi mới" của E. Rogers (1962). Tại Việt Nam, từ những năm 2000, các nghiên cứu của Tạ Ngọc Tấn (2001), Nguyễn Văn Dũng (2001, 2006, 2011), Lưu Văn An (2008), Lương Khắc Hiếu và Dương Xuân Sơn (2015) đã hệ thống hóa lý luận báo chí, truyền thông đại chúng gắn với vai trò định hướng dư luận xã hội dưới sự lãnh đạo của Đảng. Đi sâu vào mảng truyền thông chính sách, giới nghiên cứu thế giới đã chứng minh đây là hoạt động mang tính lịch sử lâu đời, vận hành dựa trên sự kết hợp giữa tâm lý học hành vi và khoa học chính trị. Các công trình của J. L. Miller và R. E. McKerrow (2010), B. McNair (2011) đã đặt truyền thông chính sách trong cấu phần của truyền thông chính trị và quản trị công. S. Koch-Baumgarten và K. Voltmer (2010) đi sâu phân tích sự tác động qua lại giữa truyền thông đại chúng và quá trình lập pháp, ra quyết định chính sách. Tại Việt Nam, giáo trình "*Lý thuyết và kỹ năng truyền thông chính sách*" của tác giả Lương Ngọc Vĩnh (2021) là công trình tiên phong xây dựng nền tảng lý luận chuyên biệt cho hoạt động này, chỉ rõ cấu trúc bộ máy, thông điệp, kênh truyền thông và tiêu chí đánh giá chất lượng truyền thông chính sách phù hợp với thực tiễn thể chế chính trị Việt Nam. Tác giả Nguyễn Văn Dũng (2016) nhấn mạnh vai trò của truyền thông trong việc phản biện xã hội và tạo đồng thuận trong chu trình chính sách. Các luận án tiến sĩ của các nhà nghiên cứu Nguyễn Thị Minh

Hiền (2018) về truyền thông của cơ quan hành chính trung ương, Nguyễn Thu Trang (2023) về truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công, và Đinh Quỳnh Anh (2023) về truyền thông chính sách kinh tế trên báo mạng đã đóng góp những luận điểm giá trị về cơ chế phát ngôn và quan hệ báo chí của các cơ quan công quyền.

Tổng quan tình hình nghiên cứu chỉ ra rằng hoạt động truyền thông chính sách của Việt Nam có những đặc trưng thể chế riêng biệt, chịu sự lãnh đạo tuyệt đối của Đảng Cộng sản Việt Nam và vận hành trong một môi trường truyền thông chính thống có tính kỷ luật cao. Việc chuyển đổi số quốc gia đặt ra yêu cầu cấp bách phải đổi mới phương thức truyền thông chính sách nhằm thích ứng với xã hội số. Dù vậy, thực tiễn nghiên cứu khoa học vẫn tồn tại những khoảng trống lớn:

1. *Thứ nhất*, các nghiên cứu chuyên sâu về chính sách chuyển đổi số và truyền thông cho các chính sách chuyển đổi số tổng thể còn rất hạn chế, hầu hết mới chỉ tập trung vào khía cạnh kỹ thuật thuần túy hoặc ứng dụng công nghệ thông tin đơn lẻ.
2. *Thứ hai*, chưa có sự tích hợp một cách hệ thống các lý thuyết truyền thông số hiện đại, lý thuyết quản trị sự thay đổi và đặc điểm của tiến trình chuyển đổi số vào nghiên cứu truyền thông chính sách.
3. *Thứ ba*, chưa có nghiên cứu khoa học chuyên biệt nào đi sâu khảo sát toàn diện thực trạng hoạt động truyền thông chính sách chuyển đổi số của riêng các cơ quan cấp Bộ – đặc biệt là các Bộ trải qua quá trình tái cấu trúc, sáp nhập bộ máy theo Nghị quyết số 18-NQ/TW.

Để giải quyết các khoảng trống khoa học này, luận án đề xuất hướng tiếp cận toàn diện: xây dựng khung lý luận tích hợp giữa truyền thông chính sách và các thành tố chiến lược chuyển đổi số; sử dụng phương pháp nghiên cứu xã hội học thực chứng để đánh giá chất lượng truyền thông chính sách của các Bộ; từ đó đúc rút nguyên nhân và đề xuất giải pháp và khuyến nghị phù hợp.

CHƯƠNG 2

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH VỀ CHUYỂN ĐỔI SỐ CỦA CÁC CƠ QUAN CẤP BỘ TẠI VIỆT NAM

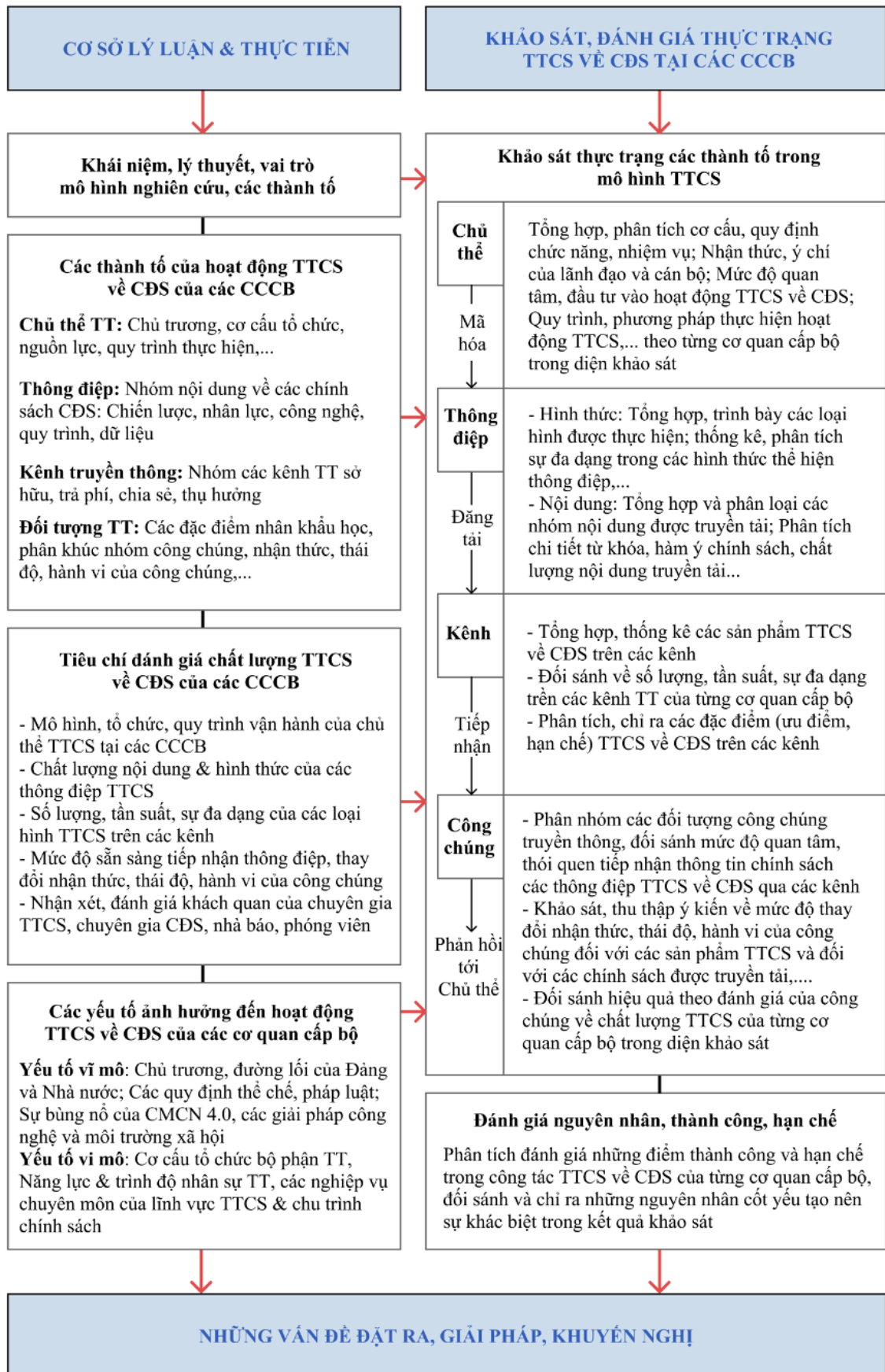
Về cơ sở lý luận, nghiên cứu tiến hành thao tác hóa và định nghĩa một cách khoa học các khái niệm nền tảng làm cơ sở cho toàn bộ luận án:

- Truyền thông: Là một quá trình chuyển tải suy nghĩ, nội dung từ chủ thể tới một hoặc nhiều khách thể qua các kênh (phương tiện) nhằm thay đổi nhận thức và hành vi của khách thể, quá trình này diễn ra theo cơ chế tương tác nhiều chiều.
- Chính sách công: Là tập hợp các quyết định có tính hệ thống và pháp lý của thể chế chính trị cầm quyền nhằm quy định mục tiêu, giải pháp và chế định hành động để giải quyết các vấn đề phát sinh trong xã hội hướng tới sự phát triển chung.
- Truyền thông chính sách: Là một quá trình nằm trong chu trình chính sách, được hiểu là việc chuyển tải nội dung về các quyết định và chương trình hành động đã được thống nhất của thể chế chính trị đương quyền tới các cá nhân và tổ chức, nhằm tạo dựng sự thông hiểu, đồng thuận và định hướng hành vi xã hội.
- Chuyển đổi số: Là một tiến trình toàn diện thay đổi nhận thức và hành động của cá nhân và tổ chức trong việc ứng dụng các công nghệ mới vào mọi lĩnh vực nhằm tối ưu hóa quy trình, nâng cao hiệu quả hoạt động và kiến tạo các giá trị mới.
- Cơ quan cấp Bộ: Là cơ quan hành chính nhà nước cấp trung ương, có chức năng quản lý nhà nước theo ngành hoặc lĩnh vực, đóng vai trò tham mưu và tổ chức thực thi pháp luật, chính sách vĩ mô.
- Truyền thông chính sách về chuyển đổi số của các cơ quan cấp Bộ tại Việt Nam: Là quá trình chuyển tải các quyết sách vĩ mô của cơ quan quản lý nhà nước cấp trung ương trên các phương tiện truyền thông về

tiến trình thay đổi nhận thức, hành động ứng dụng công nghệ mới nhằm tối ưu hóa quy trình xã hội, dựa trên sự thấu hiểu, đồng thuận và hành động nhất quán của công chúng phục vụ sự phát triển bền vững.

Luận án xây dựng khung phân tích dựa trên sự tích hợp các lý thuyết khoa học hiện đại như *Lý thuyết Thiết lập chương trình nghị sự (Agenda-Setting Theory)* của M. McCombs và D. Shaw; *Lý thuyết Truyền bá cái mới (Diffusion of Innovations)* của E. Rogers (2003); *Lý thuyết Truyền thông chính trị* của P. Norris (2000); *Lý thuyết Chu trình chính sách* của H. Lasswell; *Lý thuyết Truyền thông chính sách* (Học viện Báo chí và Tuyên truyền); *Nguyên lý về sự phát triển của Triết học Mác - Lênin: Soi chiếu chuyển đổi số dưới góc nhìn quy luật lượng - chất* (sự tích lũy nhận thức số dẫn đến sự thay đổi hành vi số), quy luật mâu thuẫn (sự xung đột giữa mô hình quản trị truyền thống và yêu cầu số hóa) và quy luật phủ định của phủ định (tính kế thừa và phát triển của công nghệ mới); *Khung lý thuyết Chuyển đổi số của G. Vial (2019)* (Mô hình 2.7) và *Các thành tố chiến lược của T. Chamorro-Premuzic (2021)* (Mô hình 2.8): Xác định cấu trúc nội dung của chuyển đổi số gồm 5 trụ cột căn bản: Chiến lược - Con người - Quy trình - Công nghệ - Dữ liệu. Đây là căn cứ phân tích nội dung thông điệp truyền thông chính sách.

Dựa trên sự tổng hợp các lý thuyết này, luận án đề xuất Khung phân tích làm kim chỉ nam cho việc khảo sát gồm: Chủ thể (Cơ cấu, nguồn lực, quy trình) -> Thông điệp (Chiến lược, nhân sự, quy trình, công nghệ, dữ liệu) -> Kênh (Sở hữu, trả phí, chia sẻ, thụ hưởng) -> Công chúng (Nhân khẩu học, Nhận thức, Thái độ, Hành vi)



Khung phân tích của luận án (tác giả đề xuất)

Về cơ sở thực tiễn, hệ thống chính trị Việt Nam dưới sự lãnh đạo duy nhất của Đảng Cộng sản Việt Nam đã tạo ra một hành lang pháp lý đồng bộ cho hoạt động truyền thông chính sách chuyển đổi số. Các văn bản pháp lý cấp chiến lược quốc gia bao gồm Nghị quyết số 52-NQ/TW của Bộ Chính trị về chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, Văn kiện Đại hội XIII của Đảng nhấn mạnh mục tiêu phát triển kinh tế số và xã hội số, Quyết định số 1690/QĐ-TTg phê duyệt đề án kiện toàn bộ máy chuyển đổi số.

Đặc biệt, "Luật Chuyển đổi số" (có hiệu lực từ năm 2026) đã hợp thức hóa và chuẩn hóa tiến trình chuyển đổi số ở cấp quốc gia, trong đó quy định rõ nghĩa vụ của các cơ quan nhà nước trong việc xây dựng các chương trình truyền thông đại chúng để nâng cao kỹ năng số cho nhân dân. Quyết định số 407/QĐ-TTg phê duyệt Đề án truyền thông chính sách có tác động lớn đến xã hội và Chỉ thị số 07/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ đã định hình rõ nét yêu cầu các cơ quan hành chính phải chủ động, kịp thời cung cấp thông tin, sử dụng công nghệ số và mạng xã hội để đối thoại với công chúng.

Khảo sát kinh nghiệm quốc tế mang lại những bài học giá trị cho Việt Nam:

1. *Hàn Quốc* áp dụng mô hình truyền thông chính sách tập trung một đầu mối thông qua Quỹ Xúc tiến Truyền thông Hàn Quốc (KPF) phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, giúp thông điệp chuyển đổi số luôn được thiết kế nhất quán, sáng tạo và hướng trực tiếp đến lợi ích thiết thực của người dân.
2. *Vương quốc Anh và các nước Bắc Âu* tối ưu hóa hệ thống công thông tin tích hợp GOV.UK, xây dựng nguyên tắc "Digital by Default" (ưu tiên kỹ thuật số) và duy trì tính kỷ luật thông tin chặt chẽ từ Văn phòng Thủ tướng xuống các Bộ.
3. *Hoa Kỳ* triển khai chiến lược "Chính phủ Mở" (Open Government) thông qua kho dữ liệu mở data.gov, đẩy mạnh tương tác đa kênh trên

mạng xã hội và phối hợp chặt chẽ với các tổ chức phi chính phủ để phổ biến tri thức số.

Các mô hình quốc tế này chỉ ra rằng sự thành công của truyền thông chính sách chuyển đổi số đòi hỏi sự kết hợp chặt chẽ giữa tính kỷ luật, nhất quán về thông điệp ở cấp trung ương và sự linh hoạt, đa dạng hóa phương thức thể hiện ở cấp cơ sở.

CHƯƠNG 3

THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH VỀ CHUYỂN ĐỔI SỐ CỦA CÁC CƠ QUAN CẤP BỘ TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY

Dựa trên những nhóm tiêu chí đã được xác định và qua kết quả khảo sát, có thể đánh giá tổng thể chất lượng hoạt động truyền thông chính sách về chuyển đổi số của các cơ quan cấp Bộ như sau:

Về yếu tố Chủ thể truyền thông

Với bốn nhóm tiêu chí gồm: cấu trúc tổ chức, chuyên môn nhân lực, sự đầu tư nguồn lực và định hướng mục tiêu truyền thông, có thể thấy được các đơn vị trong diện khảo sát đã có sự đầu tư nhất định trong việc tổ chức công tác nội bộ hoạt động truyền thông chính sách. Cấu trúc tổ chức truyền thông của các cơ quan cấp Bộ cho thấy đã có sự hình thành tương đối rõ các đầu mối thực hiện, song chất lượng chưa đạt mức quy mô hoặc tích hợp liên đơn vị, liên Bộ. Tuy đã có bộ phận phụ trách về truyền thông, song chức năng truyền thông chính sách về chuyển đổi số vẫn phân tán giữa nhiều đơn vị, nên phối hợp liên thông còn hạn chế. Điều này cũng ảnh hưởng trực tiếp tới năng lực chuyên môn của nhân sự thực hành nghề. Xét về chất lượng nhân lực, có thể thấy đội ngũ thực hiện truyền thông đã có năng lực sản xuất nội dung ở mức nhất định, thể hiện qua việc duy trì được hệ thống tin bài, chuyên trang, sự kiện và nền tảng số. Điều này được thể hiện rõ qua những đơn vị như Văn phòng Chính phủ, Bộ KH&CN, còn một số đơn vị như Bộ TC khi chưa có Bộ KH&ĐT sáp nhập về thì năng lực triển khai này còn hạn chế, đến nay cũng

mới chỉ có các nhân sự ở các đơn vị trực thuộc triển khai bài bản. Nội dung thường dừng ở mức cung cấp thông tin, phản ánh hoạt động, trong khi năng lực phân tích chính sách, diễn giải lợi ích, thiết kế thông điệp theo nhóm công chúng và tạo lập các tương tác xã hội chưa thật nổi bật. Điều này cho thấy nhân lực truyền thông có tính nghiệp vụ báo chí - hành chính nhiều hơn là tính chuyên nghiệp của truyền thông chính sách hiện đại. Tuy nhiên, cũng cần ghi nhận đó là sự đầu tư nguồn lực cho các chương trình truyền thông của các Bộ. Có thể khẳng định các cơ quan cấp Bộ trong diện khảo sát đã có đầu tư nhất định cho hoạt động truyền thông chính sách về chuyển đổi số, thể hiện qua việc duy trì nhiều kênh truyền thông, tổ chức sự kiện và sản xuất khối lượng nội dung đáng kể. Điều này được phản ánh rõ nét qua số lượng tin bài, sự kiện được thực hiện trong suốt những năm vừa qua trải dài trên nhiều lĩnh vực và môi trường khác nhau. Những kết quả này cũng đồng thời phản ánh tầm nhìn và chủ trương của các lãnh đạo Bộ. Định hướng mục tiêu truyền thông nhìn chung đã bám vào chủ trương phổ biến chính sách và thúc đẩy nhận thức về chuyển đổi số nói riêng và chương trình chuyển đổi số quốc gia nói chung. Tuy nhiên khi khảo sát, đánh giá về nhận thức, thái độ, hành vi của công chúng thì chất lượng mục tiêu còn nghiêng nhiều về truyền đạt thông tin hơn là dẫn dắt hành vi xã hội. Điều này có thể đánh giá là đúng hướng về mặt chính trị – quản lý, nhưng chưa thật sắc nét về mặt truyền thông chiến lược.

Về yếu tố Kênh truyền thông

Với ba nhóm tiêu chí gồm: tính đa dạng của các kênh, mức độ phủ sóng và tần suất sử dụng, có thể đánh giá tổng quan các chương trình truyền thông chính sách của các đơn vị trong diện khảo sát ở mức tương đối tốt. Chất lượng của hệ thống kênh truyền thông trước hết thể hiện ở tính đa dạng cao, các cơ quan cấp Bộ không chỉ sử dụng báo chí, cổng thông tin điện tử, website, mà còn triển khai fanpage, sự kiện, hội thảo và một số hình thức hỗ trợ khác điển hình là một số những phương tiện mới, hiện đại như nhóm cộng đồng Zalo cũng đã được Bộ TC triển khai. Xét về độ phủ, chất lượng truyền thông đạt

mức khá ở phương diện mở rộng sự hiện diện thông tin, nhất là trên báo chí và các nền tảng chính thống. Công chúng nhìn chung có khả năng tiếp cận thông tin về chính sách chuyển đổi số thông qua nhiều con đường khác nhau. Tuy nhiên, qua khảo sát và phỏng vấn sâu thành viên của các đơn vị thì cũng phản ánh một thực trạng đó là chưa hình thành một cấu trúc kênh tích hợp có tính tuần tự hoặc logic. Chủ yếu mới chỉ dừng lại ở mức tối đa hóa tính đăng bài, đưa tin mà chưa có sự liên kết chặt chẽ giữa các kênh này một cách có chủ đích. Tần suất truyền thông cho thấy hoạt động này không mang tính nhất thời mà đã được duy trì tương đối liên tục trong giai đoạn khảo sát. Đây là một điểm tích cực về chất lượng tổ chức, vì truyền thông chính sách muốn tạo ảnh hưởng xã hội cần có tính lặp lại và ổn định. Vì vậy, có thể nói hệ thống truyền thông chính sách về CDS hiện nay của các Bộ đạt được độ phủ bề mặt khá tốt, nhưng cần nâng cao hơn về tính chiến lược và gắn kênh liên kênh.

Về yếu tố Thông điệp truyền thông

Đây là bình diện đa dạng và phức tạp nhất của hoạt động truyền thông chính sách về CDS. Qua các nhóm tiêu chí đánh giá về: tính rõ ràng, cụ thể của thông điệp, tính phù hợp với đối tượng mục tiêu, tính nhất quán và liên tục, mức độ hấp dẫn và tính thuyết phục, có thể đánh giá yếu tố thông điệp truyền thông đã và đang đạt được nhiều điểm sáng. Về tính rõ ràng, thông điệp truyền thông nhìn chung có ưu điểm là dễ đọc, không bị rối hoặc phức tạp, phù hợp với phong cách thông tin chính thống. Tuy mức độ cụ thể còn hạn chế - phản ánh qua việc nhiều tên chính sách chưa được đề cập trực tiếp - song cũng đã nêu lên được chủ trương, định hướng hoặc phản ánh hoạt động, giải thích được các phần quan trọng trong nội hàm của chính sách. Tuy nhiên, với việc truyền thông, phổ biến thông tin để xác định quyền lợi – trách nhiệm và tác động cụ thể đến từng nhóm đối tượng lại chưa thực sự cụ thể. Nội dung truyền thông đã hướng tới các nhóm công chúng lớn như người dân, doanh nghiệp, cán bộ, nhưng việc phân hóa thông điệp theo đặc điểm tiếp nhận của từng nhóm còn chưa sắc nét. Khi thông điệp còn thiên về tính khái quát, công

chúng dễ nhận biết chủ trương chung nhưng khó cảm thấy chính sách liên quan trực tiếp đến lợi ích, nghĩa vụ hay quyết định hành động của mình. Có thể đây là nguyên nhân chính mà các kết quả khảo sát cho thấy công chúng chưa đánh giá cao tính hấp dẫn, sáng tạo và đa chiều của nội dung truyền thông. Điều đó cho thấy thông điệp tuy đúng định hướng nhưng chưa đủ sức cạnh tranh trong môi trường truyền thông số, nơi công chúng tiêu thụ lượng thông tin rất lớn. Tuy nhiên, cũng cần đánh giá tính nhất quán và liên tục của thông điệp là một điểm có nền tảng tương đối tốt. Điều này đến từ việc các cơ quan cấp Bộ đã duy trì việc truyền thông chuyển đổi số trong nhiều năm, trên nhiều kênh khác nhau như đã phân tích ở trên. Điều này giúp gia tăng nhận thức toàn xã hội về các chính sách về CDS nói riêng và chương trình CDS quốc gia nói chung.

Về yếu tố Công chúng truyền thông

Để đánh giá chất lượng của các chương trình truyền thông chính sách thì việc công chúng thay đổi nhận thức, thái độ, hành vi là thước đo quan trọng nhất. Với các nhóm tiêu chí về: mức độ nhận biết và thái độ của công chúng, hành vi thay đổi sau truyền thông, phản hồi và góp ý từ công chúng; có thể đánh giá tổng quan đó là các chương trình truyền thông chính sách về CDS đã đạt được hiệu quả về mặt thay đổi nhận thức và thái độ nhưng còn hạn chế về việc thay đổi hành vi. Mức độ nhận biết và thái độ của công chúng đối với thông tin chính sách chuyển đổi số có thể xem là khá, bởi một bộ phận lớn đã từng tiếp cận thông tin và nhận diện được một số cơ quan chủ thể. Nhiều công chúng trong diện khảo sát vừa là doanh nghiệp, vừa là cá nhân đến tham gia các chương trình, sự kiện CDS của các cơ quan cấp Bộ. Các nhóm Zalo đều có trên vài ngàn chủ doanh nghiệp tham gia, người dân ở địa phương đều rất nồng nhiệt chào đón các tổ công nghệ số cộng đồng. Có thể đánh giá công chúng đã biết đến sự tồn tại của thông tin chính sách CDS và cũng dần hình thành thái độ quan tâm và có những đánh giá tích cực. Tuy nhiên, xét theo tiêu chí thay đổi hành vi, thì các hoạt động này chất lượng còn

hạn chế. Qua khảo sát có thể thấy rõ nhiều đối tượng công chúng truyền thông chỉ dừng ở mức tiếp nhận, hầu như chưa có hành động chia sẻ hoặc lan tỏa thông tin. Dù đã có một số nhóm như chủ doanh nghiệp hoặc cán bộ thể hiện vai trò lan tỏa tích cực hơn, nhưng trên bình diện chung, hiệu quả hành vi chưa tương xứng với quy mô hoạt động truyền thông đã được triển khai. Song cũng cần đánh giá khách quan, ngoài các hành vi lan tỏa chia sẻ thông tin, việc người dân, doanh nghiệp và các tổ chức cũng tham gia theo các chương trình chính sách như thực hiện cài ứng dụng VNeID, khai báo thuế eTax Online, sử dụng hành chính dịch vụ công... phần nào vừa là tuân thủ vừa là sự thay đổi trong hành vi của họ. Bởi ít nhất, việc không có phản kháng đến từ công chúng cũng là một trong những thành công nhất định của hoạt động truyền thông chính sách, đặc biệt là những chính sách mới như chính sách về CDS. Ở tiêu chí phản hồi, điểm tích cực là công chúng đã bộc lộ tương đối rõ nhu cầu của mình đối với truyền thông chính sách: dễ hiểu hơn, trực quan hơn, gần lợi ích hơn và phù hợp hơn với thói quen tiếp nhận số. Điều này cho thấy công chúng không hoàn toàn thụ động, mà đã hình thành kỳ vọng nhất định đối với chất lượng truyền thông.

CHƯƠNG 4

NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ CÁC GIẢI PHÁP, KHUYẾN NGHỊ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH VỀ CHUYỂN ĐỔI SỐ CỦA CÁC CƠ QUAN CẤP BỘ TẠI VIỆT NAM

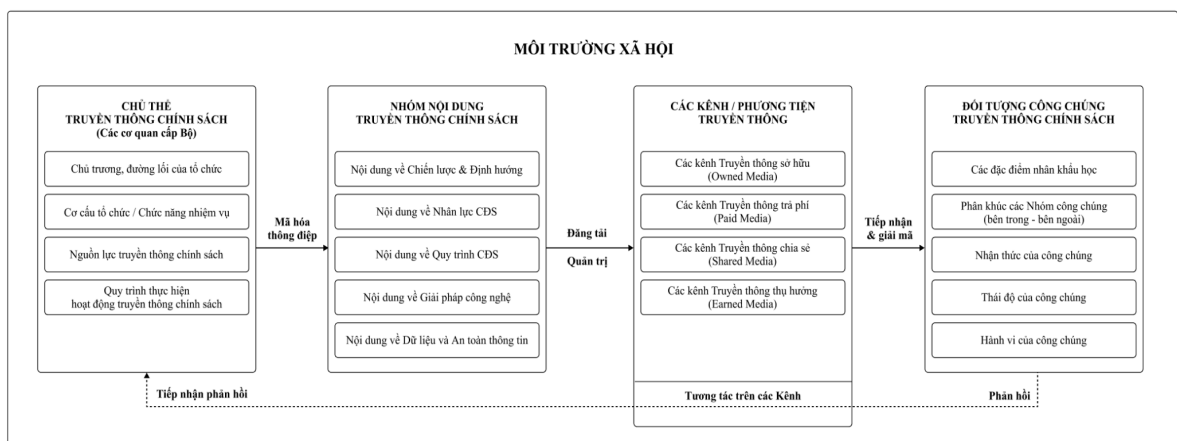
Về những vấn đề đặt ra, qua thực tiễn khảo sát chất lượng truyền thông chính sách chuyển đổi số tại các cơ quan cấp Bộ, có bốn vấn đề lớn cần giải quyết nhằm đáp ứng yêu cầu quản trị nhà nước hiện đại:

- *Một là, khoảng cách giữa nhận thức chung và hành động cụ thể:* Công chúng dễ dàng đồng thuận với chủ trương chuyển đổi số vĩ mô nhưng lúng túng khi thực thi do thông điệp truyền thông thiếu tính thực tế, chưa

chỉ rõ lợi ích sát sườn và quy trình áp dụng cụ thể cho từng nhóm đối tượng.

- *Hai là, sự phân mảnh và thiếu đồng bộ hệ thống*: Hoạt động truyền thông vẫn mang tính thời điểm, vụ việc xung quanh các sự kiện lớn, chưa được thiết kế thành một chiến lược truyền thông nhất quán, liên thông đa kênh xuyên suốt chu trình chính sách.
- *Ba là, sự thiếu hụt nhân lực truyền thông tích hợp*: Đội ngũ cán bộ phụ trách tại các Bộ chủ yếu là kiêm nhiệm hoặc có chuyên môn báo chí truyền thông, thiếu kỹ năng sản xuất nội dung số đa phương tiện và thiếu kiến thức nền tảng về công nghệ chuyển đổi số.
- *Bốn là, nguy cơ từ môi trường thông tin số*: Sự bùng nổ của tin giả, thông tin sai lệch trên các nền tảng xuyên biên giới dễ dàng làm xói mòn niềm tin chính trị của công chúng đối với các quyết sách công nghệ của Chính phủ nếu cơ chế phản ứng nhanh và giải trình chính sách của các Bộ không được hoàn thiện.

Luận án đề xuất *Mô hình chức năng truyền thông chính sách về chuyển đổi số tại các cơ quan cấp Bộ* nhằm giải quyết sự phân mảnh hiện nay.



Mô hình chức năng truyền thông chính sách về chuyển đổi số tại các cơ quan cấp Bộ

Theo mô hình này, cần thiết lập một bộ phận chuyên trách về truyền

thông chính sách trực thuộc Văn phòng Bộ, đóng vai trò điều phối trung tâm. Bộ phận này có chức năng liên thông, kết nối chặt chẽ giữa các Cục/Vụ chuyên môn soạn thảo chính sách với các cơ quan báo chí, cổng thông tin trực thuộc và người phát ngôn của Bộ. Cơ chế này đảm bảo bộ phận truyền thông được tham gia ngay từ giai đoạn khởi thảo chính sách, xây dựng kế hoạch truyền thông đồng hành xuyên suốt chu trình chính sách thay vì chỉ tham gia đưa tin thụ động sau khi chính sách đã ban hành.

Một số giải pháp nâng cao chất lượng truyền thông chính sách về chuyển đổi số của các cơ quan cấp bộ gồm:

- Cần nhanh chóng xây dựng chương trình đào tạo, tập huấn chuyên sâu định kỳ cho đội ngũ cán bộ phụ trách truyền thông chính sách tại các Bộ. Nội dung đào tạo cần tích hợp hai mảng kiến thức: kỹ năng truyền thông hiện đại (thiết kế infographic, sản xuất video ngắn, quản trị khủng hoảng mạng xã hội, ứng dụng công nghệ phân tích dữ liệu) và kiến thức nền tảng về chuyển đổi số, an toàn thông tin. Về dài hạn, các Bộ cần hoàn thiện cơ chế tuyển dụng, thu hút nhân sự chuyên nghiệp có bằng cấp về quan hệ công chúng, truyền thông số vào làm việc tại các vị trí truyền thông chính sách công.
- Ứng dụng công nghệ số vào chính công tác truyền thông chính sách. Để thực hiện truyền thông chính sách "đúng tinh thần chuyển đổi số", các Bộ cần đầu tư phát triển và ứng dụng các giải pháp công nghệ hiện đại vào quản trị hoạt động: Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để phân tích dữ liệu lớn trên mạng xã hội (Social Listening); Sử dụng các hệ thống quản trị nội dung dùng chung (CMS) liên thông giữa các bộ phận; Đầu tư các giải pháp bảo mật, an toàn thông tin hệ thống trực tuyến; Xây dựng kịch bản ứng phó nhanh trước các cuộc tấn công mạng phá hoại thông tin chính sách.

Một số khuyến nghị nâng cao chất lượng truyền thông chính sách về chuyển

đổi số của các cơ quan cấp Bộ tại Việt Nam:

- Tăng cường cơ chế phối hợp đồng hành với cơ quan báo chí chủ lực: Các Bộ cần chủ động thiết lập mối quan hệ hợp tác thường xuyên, chặt chẽ với các cơ quan thông tấn, báo chí chủ lực quốc gia thay vì chỉ gửi thông cáo báo chí thụ động, cần phối hợp xây dựng các chuyên mục, chuyên đề chuyên sâu, các chương trình tọa đàm phân tích đa chiều về tiến độ, khó khăn và giải pháp của các dự án chuyển đổi số vĩ mô để định hướng dư luận một cách khoa học.
- Phát huy vai trò phản biện và định hướng của chuyên gia, tổ chức xã hội: Để tăng tính thuyết phục và đa chiều cho thông tin chính sách, các Bộ cần chủ động mời các chuyên gia uy tín trong lĩnh vực công nghệ, kinh tế số và luật học tham gia phân tích, bình luận và phản biện chính sách trên các diễn đàn khoa học, báo chí. Những nhận định độc lập, khách quan từ giới chuyên gia sẽ góp phần gia tăng độ tin cậy và thúc đẩy sự chấp nhận chính sách của xã hội một cách tự nhiên/
- Đẩy mạnh công tác giáo dục nhận thức và nâng cao kỹ năng số cộng đồng: Truyền thông chính sách phải đi đôi với việc nâng cao năng lực tiếp nhận của công chúng. Khuyến nghị các Bộ phối hợp chặt chẽ với Bộ Giáo dục và Đào tạo, Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh và các tổ chức hội đoàn để lồng ghép nội dung phổ cập kỹ năng số, an toàn thông tin vào các chương trình giáo dục phổ thông, đại học và các hoạt động phong trào cơ sở. Khi trình độ nhận thức số của cộng đồng được nâng cao, khả năng thấu hiểu và đồng hành cùng các chính sách chuyển đổi số của Chính phủ sẽ đạt hiệu quả bền vững.

KẾT LUẬN

Luận án được hình thành trong bối cảnh chuyển đổi số đang trở thành động lực then chốt của phát triển quốc gia, nơi truyền thông chính sách giữ vai trò

tổ chức sự đồng thuận xã hội, xây dựng nhận thức, thay đổi thái độ và hành vi của công chúng đối với lĩnh vực chuyển đổi số nói chung và các chính sách chuyển đổi số của các cơ quan cấp Bộ nói riêng.

Sau quá trình nghiên cứu, khảo sát, tác giả rút ra câu trả lời cho các câu hỏi chính đã đặt ra:

Thứ nhất, trên phương diện lý luận, luận án đã tổng hợp các lý thuyết và mô hình để làm rõ truyền thông chính sách là một quá trình nằm trong chu trình chính sách với các lớp thành tố căn bản gồm: chủ thể, nội dung thông điệp, kênh truyền tải, công chúng và môi trường xã hội. Việc liên kết các lý thuyết về thiết lập chương trình nghị sự, truyền bá đổi mới, mô hình truyền thông chính sách, mô hình chuyển đổi số, mô hình nội dung chuyển đổi số,... cho phép luận án hình thành khung phân tích và mô hình nghiên cứu với các chỉ báo và thang đo phù hợp với phạm vi nghiên cứu. Song song với đó, luận án cũng xem xét các yếu tố ảnh hưởng và xác định các tiêu chí đánh giá chất lượng của hoạt động truyền thông chính sách về chuyển đổi số của các cơ quan cấp Bộ tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu này đã bổ sung khoảng trống học thuật đối với TTCS về CDS trong khu vực công nói riêng và TTCS nói chung.

Thứ hai, tình hình thực tiễn các cơ quan cấp Bộ đã và đang tổ chức bộ máy thực hiện các chương trình truyền thông chính sách về chuyển đổi số đã và đang diễn ra một cách sôi động. Rất nhiều nội dung chính sách đã được truyền tải theo nhiều hình thức khác nhau, trên nhiều kênh truyền thông khác nhau. Những hoạt động này tạo nên một không khí nhộn nhịp về các nội dung chuyển đổi số và chính sách chuyển đổi số hướng tới nhiều tầng lớp công chúng mục tiêu từ người dân, người lao động, chủ doanh nghiệp, cho đến nhà báo, phóng viên, tổ chức trong và ngoài Chính phủ và chính cả cán bộ nhà nước. Văn phòng Chính phủ vẫn làm tốt công tác tổ chức các chương trình chính sách, cung cấp một cách kịp thời, đúng đủ và là điểm soi chiếu chính thống cho các luồng thông tin giúp xã hội có thể tin tưởng theo dõi. Các bộ

chuyên ngành như Bộ Khoa học và Công nghệ đã thể hiện rõ vai trò đi đầu trong công tác chuyển đổi số được giao phó, xây dựng được môi trường truyền thông rộng khắp và bao quát nhiều vấn đề phức tạp của lĩnh vực mới này. Bộ Tài chính tuy không quản lý trực tiếp lĩnh vực này song cũng như Bộ Công Thương lại là những đơn vị hỗ trợ mạnh mẽ trong công cuộc chuyển đổi số cho các doanh nghiệp tại Việt Nam. Trong bối cảnh kinh tế thị trường định hướng chủ nghĩa xã hội hiện nay, khi các doanh nghiệp (đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ) đang là xương sống của nền kinh tế thì chính những chương trình truyền thông này đã và đang là cầu nối của các doanh nghiệp với các chương trình chính sách của nhà nước. Qua đó có thể thấy vai trò của TTCS đã và đang được nhìn nhận một cách đúng đắn và có tầm quan trọng đối với không chỉ chương trình CDS quốc gia mà tới cả sự phát triển chung của xã hội hiện nay. Luận án cũng đã có những đối sánh kết quả truyền thông chính sách của các cơ quan nhà nước trước và sau khi sáp nhập theo quy định mới của Chính phủ trong năm 2025, đóng góp được một khía cạnh đánh giá kết quả của chương trình này.

Thứ ba, với việc phân tích những thành công và hạn chế của thực trạng nêu trên, luận án cũng đã đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng truyền thông chính sách phù hợp với tình hình thực tiễn, giúp các chương trình chính sách về chuyển đổi số được lan tỏa rộng rãi và có những tác động tới nhận thức, thái độ và hành vi của công chúng truyền thông. Trong đó, việc ứng dụng chính tiến trình chuyển đổi số vào hoạt động truyền thông chính sách là một trong những giải pháp không chỉ minh chứng cho tính biện chứng của hai lĩnh vực này mà nó cũng phản ánh một giá trị căn bản của hoạt động chuyển đổi số. Theo đó, đây là một tiến trình thay đổi toàn diện từ chiến lược hành động, nâng cao năng lực và tư duy quản trị truyền thông, phương pháp tổ chức, sử dụng công cụ truyền thông cho đến ý thức tổng hợp, khai thác dữ liệu truyền thông. Đặc biệt đối với truyền thông chính sách, những công tác thu thập kết quả, dữ liệu có tầm quan trọng rất lớn trong công tác hiệu chỉnh

và ban hành chính sách phù hợp với tình hình xã hội. Bản thân các cơ quan cấp Bộ cũng cần xem xét, đánh giá đầu tư nguồn lực một cách xứng đáng với từng nội dung, chương trình chính sách (về chuyển đổi số nói riêng và các chính sách khác nói chung) mới có thể đảm bảo được chất lượng và hiệu quả. Trong thời gian tới, với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ, đặc biệt là trong những lĩnh vực như trí thông minh nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR/AR), công nghệ chuỗi khối (Blockchain),... sẽ ảnh hưởng to lớn tới xã hội. Vì vậy các công tác chính sách, trong đó đặc biệt là TTCS về CDS sẽ luôn là những thử thách mới cho không chỉ các cán bộ truyền thông của các cơ quan nhà nước mà kể cả những nhà truyền thông chuyên nghiệp, các chủ doanh nghiệp cũng cần có những nhận thức và hành động một cách kịp thời. Bởi ngoài chính sách của nhà nước về các chương trình CDS thì ngay trong phạm vi vi mô của mỗi tổ chức, cơ quan đoàn thể, doanh nghiệp cũng cần quản lý và tổ chức các chương trình truyền thông nội bộ về hoạt động mới mẻ này. Vì vậy, luận án tuy còn có những hạn chế nhất định song đã bước đầu khơi mở được một góc nhìn mới về hoạt động TTCS về CDS cho các cơ quan cấp Bộ, cung cấp được những giải pháp, khuyến nghị – nếu được áp dụng một cách bài bản thì chắc chắn sẽ đóng góp giá trị tích cực vào công cuộc truyền thông chính sách của các cơ quan nhà nước trong thời gian tới.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ

1	Trần Trọng Hải: <i>Hoạt động xây dựng và quản trị thương hiệu các công ty cổ phần chứng khoán tại Việt Nam</i>	2017	Luận văn thạc sỹ
2	Trần Trọng Hải: <i>Ngành truyền thông trong bối cảnh chuyển đổi số tại Việt Nam</i>	2022	Tạp chí Người Làm Báo, số 458 – tháng 04/2022
3	Trần Trọng Hải: <i>Giải pháp về xây dựng nền tảng hạ tầng công nghệ thông tin phục vụ đào tạo báo chí – truyền thông đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số hiện nay</i>	2024	Hội thảo khoa học Quốc gia chủ đề “Đào tạo báo chí – truyền thông trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay”
4	Trần Trọng Hải: <i>Một số thực tiễn về vai trò của truyền thông chính sách trong chương trình chuyển đổi số quốc gia</i>	2025	Tạp chí Lý luận chính trị và truyền thông, Chuyên đề quý 01/2025
5	Trần Trọng Hải: <i>Truyền thông chính sách về Chuyển đổi số trên báo mạng điện tử và trang tin Việt Nam hiện nay</i>	2025	Tạp chí Lý luận chính trị và truyền thông, Chuyên đề quý 02/2025
6	<i>Simulation of the application of Artificial Intelligence in news production automation</i> (Mô phỏng ứng dụng trí thông minh nhân tạo trong tự động hóa sản xuất tin tức báo chí)	2025	Kỷ yếu Hội thảo Khoa học quốc tế chủ đề "Báo chí – truyền thông trong bối cảnh AI phát triển" hợp tác với KOICA năm 2025