BUILDING AND ASSESSING A RESEARCH MODEL OF COMMUNICATION JOURNALISM ON PUBLIC ADMINISTRATIVE REFORM POLICIES IN VIETNAM

Ha Thi Thu Huong
Hanoi University of Home Affairs

ARTICLE INFO

Received: 18/11/2022
Revised: 28/11/2022
Published: 28/11/2022

KEYWORDS

Research model
Communication
Policy
Journalism
Information

ABSTRACT

The objective of this study is to test the reliability and significance of a research model of communication journalism on public administrative reform policies in Vietnam. The model was built on the basis of expert consultation and previous studies in the world. The survey tool was built using a 5-point likert scale, convenient sampling method, 260 samples of 4 subjects including journalists, officials and civil servants, business, citizen. The tests included reliability analysis of the scale (Cronbach Alpha), exploratory factor analysis (EFA), confirmatory factor analysis (CFA) and parallel structural equation model analysis (SEM). The results of this study imply that the application of a multivariate analysis model to evaluate the effectiveness of communication journalism on Vietnam's public administrative reform policies in particular and policy communication in general is appropriate.

XÂY DỰNG VÀ ĐÁNH GIÁ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU THÔNG TIN BÁO CHÍ TRUYỀN THÔNG VỀ CHÍNH SÁCH CẢI CÁCH HÀNH CHÍNH NHÀ NƯỚC VIỆT NAM

Hà Thị Thu Hương
Trường Đại học Nội vụ Hà Nội

THÔNG TIN BÀI BÁO

Ngày nhận bài: 18/11/2022
Ngày hoàn thiện: 28/11/2022
Ngày đăng: 28/11/2022

TỪ KHÓA

Mô hình nghiên cứu
Truyền thông
Chính sách
Báo chí
Thông tin

TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm kiểm tra độ tin cậy, mức ý nghĩa của mô hình nghiên cứu thông tin báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính ở Việt Nam. Mô hình được xây dựng trên cơ sở tham khảo ý kiến chuyên gia và các nghiên cứu trước đó trên thế giới. Công cụ khảo sát được xây dựng bằng thang đo likert 5 điểm, phương pháp chọn mẫu với 260 mẫu thuộc 4 đối tượng là nhà báo, cán bộ, công chức, viên chức, chủ doanh nghiệp, người dân. Các kiểm định được tiến hành gồm phân tích độ tin cậy của thang đo (Cronbach Alpha), phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và phân tích mô hình phương trình cấu trúc song song (SEM). Kết quả nghiên cứu này hàm ý rằng ứng dụng mô hình phân tích đa biến để đánh giá hiệu quả báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính ở Việt Nam nói riêng và truyền thông chính sách nói chung là phù hợp.

DOI: https://doi.org/10.34238/tnu-jst.6945

Email: hahuong.huha@gmail.com

1. Giới thiệu

Mô hình nghiên cứu được xem là "kim chỉ nam" của mỗi công trình khoa học, để từ đó các nhà nghiên cứu xác định được hướng đi đúng đắn khi triển khai đề tài và rút ra được những kết luận mới, có tính khoa học cao [1]. Truyền thông chính sách có vai trò quan trọng trong hoạt động của chính phủ các nước. Việc đổi mới tư duy, cách nghĩ, cách làm về truyền thông chính sách là vấn đề được Chính phủ Việt Nam đặt ra với mục tiêu xây dựng chính sách hướng đến người dân và tạo đồng thuận xã hội.

Truyền thông chính sách là một quá trình trải qua tuần tự các bước khác nhau; trong khoa học thống kê và phân tích dữ liệu khoa học gọi là quan hệ độc lập tuyến tính [2]. Do đó, khi đánh giá hiệu quả báo chí truyền thông về chính sách nói chung và chính sách cải cách hành chính nhà nước nói riêng cần theo mô hình phân tích đa biến [3]. Có nhiều mô hình phân tích đa biến như mô hình phân tích hồi quy đa biến, mô hình phân tích nhân tố khẳng định (Confirmatory Factor Analysis- CFA), mô hình mạng (Structural Equation Modeling - SEM) [4], [5] và tùy thuộc vào mục tiêu đánh giá hiệu quả hay đánh giá tác động của truyền thông mà nhà nghiên cứu lựa chọn mô hình phù hợp [6].

Trong nghiên cứu báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước, mô hình được sử dụng là mô hình phân tích đa biến Structural Equation Modeling – SEM. Bởi lẽ, mô hình SEM kết hợp được tất cả các kỹ thuật như hồi quy đa biến, phân tích nhân tố và phân tích mối quan hệ qua lại (giữa các phần tử trong sơ đồ mạng) để cho phép chúng ta kiểm tra mối quan hệ phức hợp trong mô hình [7], [8]. Mô hình này đánh giá hiệu quả truyền thông chính sách dựa trên các biến đo lường: chủ thể, thông điệp, kênh truyền thông, đối tượng nhận thông tin và phản hồi thông tin [9]. Khác với những kỹ thuật thống kê khác chỉ cho phép ước lượng mối quan hệ riêng phần của từng cặp nhân tố (phần tử) trong mô hình truyền thông (mô hình đo lường), SEM cho phép ước lượng đồng thời các phần tử trong tổng thể mô hình, ước lượng mối quan hệ nhân quả giữa các khái niệm tiềm ẩn (Latent Constructs) qua các chỉ số kết hợp cả đo lường và cấu trúc của mô hình lý thuyết, đo các mối quan hệ ổn định (recursive) và không ổn định (non-recursive), đo các ảnh hưởng trực tiếp cũng như gián tiếp, kể cả sai số đo và tương quan phần dư. Mô hình SEM cho phép linh động tìm kiếm mô hình phù hợp nhất trong các mô hình đề xuất [10], [11].

Dựa trên các chỉ số phân tích [12], kết quả được phát hiện từ mô hình nghiên cứu được đưa ra là minh chứng cũng như cung cấp thêm một phương pháp nghiên cứu khoa học, hiện đại có thể áp dụng trong nhiều nghiên cứu tiếp theo, đặc biệt là trong nghiên cứu truyền thông chính sách nhằm bù lấp khoảng trống trong nghiên cứu về truyền thông chính sách bằng phương pháp phân tích, đánh giá định lượng.

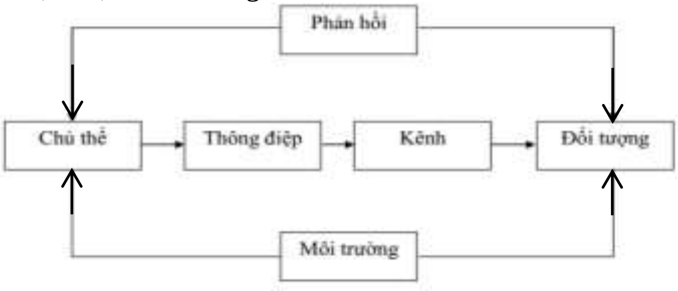
2. Thiết kế nghiên cứu

2.1. Mô hình nghiên cứu

Một mô hình đánh giá hiệu quả chính sách nói chung bao gồm các biến đo lường chủ thể, thông điệp, kênh truyền thông, đối tượng nhận thông tin và phản hồi thông tin. Chủ thể hay nguồn phát là người hay nhóm người mang nội dung thông tin muốn trao đổi với người khác, nhóm người khác. Thông điệp là yếu tố cốt lõi của quá trình truyền thông chính sách. Thông điệp báo chí truyền thông chính sách cải cách hành chính nhà nước Việt Nam là một phát ngôn hoàn chỉnh cả nội dung, hình thức và cách thức thể hiện được truyền từ cơ quan báo chí đến công chúng. Theo đó, nội dung thông điệp, hình thức thông điệp và cách thức truyền thông điệp được thể hiện qua mô hình tại hình 1.

Nội dung thông điệp: Căn cứ vào mục đích, nội dung thông điệp được chia thành các loại: (i) thông báo: cho người dân biết về sự hình thành, ban hành một chính sách mới hoặc kết thúc của một chính sách cũ; (ii) giải thích: làm rõ các khía cạnh, thành phần khác nhau của chính sách nhằm giúp người dân hiểu được chính sách; (iii) phân tích: không chỉ làm rõ chính sách, thông điệp phân tích, đi sâu vào các chiều cạnh, tầng lớp khác nhau của chính sách để đánh giá đầy đủ

khả năng và phạm vi tác động của chính sách. Theo đó, thông điệp báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính được xem xét trên một số khía cạnh cụ thể: (i) Nội dung thông báo: Thông tin về những điểm mới của chính sách cải cách hành chính nhà nước; (2) Nội dung giải thích: Thông tin mặt tích cực của chính sách cải cách hành chính nhà nước khi áp dụng vào thực tiễn; Thông tin mặt hạn chế, bất cập trong thực hiện chính sách cải cách hành chính nhà nước; (3) Nội dung phân tích: Nêu lên quan điểm, giải pháp về thực hiện chính sách cải cách hành chính nhà nước; Giám sát việc thực hiện chính sách cải cách hành chính nhà nước; Giới thiệu kinh nghiệm và sáng kiến thực hiện thành công chính sách cải cách hành chính nhà nước.



Hình 1. *Mô hình nghiên cứu quy trình thông tin báo chí truyền thông chính sách cải cách hành chính nhà nước*

Hình thức thông điệp: Hình thức báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính được xem xét ở một số khía cạnh như: (i) Thể loại báo chí (ii) Tên và cách thức đặt vấn đề tác phẩm báo chí truyền thông chính sách cải cách hành chính; (iii) Lĩnh vực cải cách hành chính nhà nước được phản ánh. (i) Thể loại báo chí truyền thông chính sách cải cách hành chính được đăng tải thông thường được phân chia thành 3 loại gồm: Thứ nhất: Các thể loại báo chí thông tấn (thông tin) bao gồm tin, tường thuật, phỏng vấn, ghi nhanh, bài báo, phóng sự điều tra; Thứ hai: Các thể loại báo chí chính luận gồm: bình luận, xã luận, chuyên luận, luận văn tuyên truyền; Thứ ba: Các thể loại báo chí thông tấn – nghệ thuật (hay còn gọi là các thể loại chính luận – nghệ thuật) bao gồm: bút ký, ký sự, nhật ký phóng viên, tiểu phẩm, thư phóng viên, thư tòa soạn…. (iii) Lĩnh vực cải cách hành chính nhà nước được phản ánh: Đó là các lĩnh vực gắn với 06 nhiệm vụ trọng tâm của Chương trình cải cách hành chính nhà nước gồm: chính sách cải cách thủ tục hành chính, chính sách cải cách bộ máy hành chính, chính sách nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức, chính sách tài chính công, chính sách hiện đại hóa hành chính, chính sách cải cách thể chế.

Cách thức truyền thông điệp: Các thức truyền thông điệp báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước tức là thông điệp được truyền đạt như thế nào để đạt được hiệu quả tối ưu. Một số khía cạnh được xem xét đó là: (i) Tần suất tin bài trên các cơ quan báo chí được lựa chọn theo thời gian; (ii) Chuyên mục đăng tải; (iii) Cấp độ và phạm vi cải cách hành chính nhà nước được phản ánh. (i) Tần suất tin bài về cải cách hành chính nhà nước trên báo chí theo thời gian: là sự lặp lại thông điệp, sự phân bổ theo thời gian hoặc thời điểm để kiểm chứng sự quan tâm thông tin về cải cách hành chính nhà nước trên cơ quan báo chí được lựa chọn khảo sát. (ii) Chuyên mục/ khung giờ đăng tải tin bài về cải cách hành chính nhà nước: Chuyên mục, chuyên trang hay khung giờ là những vị trí và thời gian đăng tải tin bài trên một tờ báo/ trang báo hay kênh truyền hình mà theo đó, sự tiếp xúc của độc giả với tác phẩm báo chí sẽ có sự khác biệt đáng kể. Công chúng tiếp nhận thông điệp một cách chủ động thì thói quen, sở thích chuyên trang, chuyên mục hay chương trình nào đó… rõ hơn. Ví dụ, nếu công chúng quan tâm đến vấn đề thời sự thì thông tin trang đầu và chương trình thời sự trong khung giờ vàng sẽ được lựa chọn trước và nhiều hơn. Theo đó, cải cách hành chính nhà nước có thể được nhận diện trên báo chí thông qua quan sát vào vị trí mà nó được xuất hiện. (iii) Cấp độ và phạm vi cải cách hành chính nhà nước được phản ánh: Phân bố theo cấp hành chính và phạm vi phản ánh gồm có cấp Trung ương là

những thông tin cải cách hành chính nhà nước liên quan đến Đảng, Nhà nước, Chính phủ và Bộ ngành các cơ quan trung ương; cấp địa phương là những thông tin cải cách hành chính nhà nước liên quan đến các tỉnh/ thành phố được phản ánh trên báo chí. Phân bố theo chu trình chính sách gồm có ba giai đoạn: Hoạch định chính sách; Thực thi chính sách; Đánh giá chính sách.

Yêu cầu của thông điệp báo chí truyền thông chính sách cải cách hành chính: Thông điệp truyền thông chính sách cải cách hành chính của báo chí phải bảo đảm tính chuyên môn, tính tin cậy, tính thuyết phục, tính hội tụ, hấp dẫn và tính nhất quán. Tính chuyên môn đề cập đến kiến thức chuyên môn mà người sử dụng thông tin có từ thông điệp truyền thông chính sách. Tính tin cậy giúp người đọc hiểu được nội dung truyền thông chính sách về chiều rộng và chiều sâu hay không. Tính tin cậy phụ thuộc vào độ chính xác của thông điệp được trình bày khớp với nội dung bài viết hay tác phẩm truyền thông. Tính thuyết phục của thông điệp truyền thông chính sách tập trung vào lợi ích người nhận hay người sử dụng thông tin. Tính thuyết phục của thông điệp truyền thông chính sách phải thể hiện qua lượt thích và bình luận, cũng như chia sẻ và phản hồi bình luận; hay mức độ mà các đánh giá có liên quan được áp dụng. Tính hội tụ và hấp dẫn phải quy tụ ý nghĩa của bài viết; đòi hỏi nội dung và hình thức của thông điệp truyền thông chính sách thể hiện sự uy tín, sức hấp dẫn, chuẩn văn hóa đọc, nghe nhìn. Tính hội tụ, hấp dẫn phụ thuộc vào tính nhất quán và toàn vẹn của thông điệp truyền thông chính sách. Tính nhất quán với nội dung bài viết: Tính nhất quán của thông điệp với nội dung bài viết thể hiện ở sự khớp nối chặt chẽ giữa nội hàm của thông điệp với nội dung trình bày của bài viết. Nó ảnh hưởng đến tính thuyết phục của các yếu tố (nội dung) được đưa vào bài viết, tạo phản ứng tích cực giữa những người gửi và sử dụng thông tin, góp phần củng cố hoặc cải thiện niềm tin của họ đối với chính sách.

Kênh để truyền tải thông điệp về chính sách cải cách hành chính nhà nước đến với công chúng xã hội được xác định là các loại hình báo chí: báo in, báo mạng điện tử và truyền hình. Trong môi trường truyền thông số, các kênh này có thể kết nối các yếu tố kỹ thuật và công nghệ số như các mạng xã hội, weblog, facebook,... để tạo ra những khả năng vô tận cho quá trình truyền dẫn, quảng bá, giao tiếp và sáng tạo thông điệp truyền thông chính sách.

Đối tượng hay người nhận thông tin là cá nhân hay tổ chức tiếp nhận thông điệp cải cách hành chính nhà nước. Đối tượng của báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính là: (i) cán bộ, công chức, viên chức làm trong cơ quan hành chính nhà nước; họ vừa là người chịu tác động của chính sách vừa là người thực thi chính sách, tức áp dụng, triển khai chính sách trong thực tế; (ii) người dân, doanh nghiệp (trong và ngoài nước), tổ chức xã hội; họ là những cá nhân, đơn vị chịu tác động bởi cải cách hành chính nhà nước. Có thể thấy, đối tượng của báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính Nhà nước khá rộng, gần như bao trùm toàn xã hội bởi bất kỳ ai đều phải thực hiện các giao dịch hành chính với cơ quan nhà nước để phục vụ các hoạt động trong đời sống, công việc, kinh doanh.

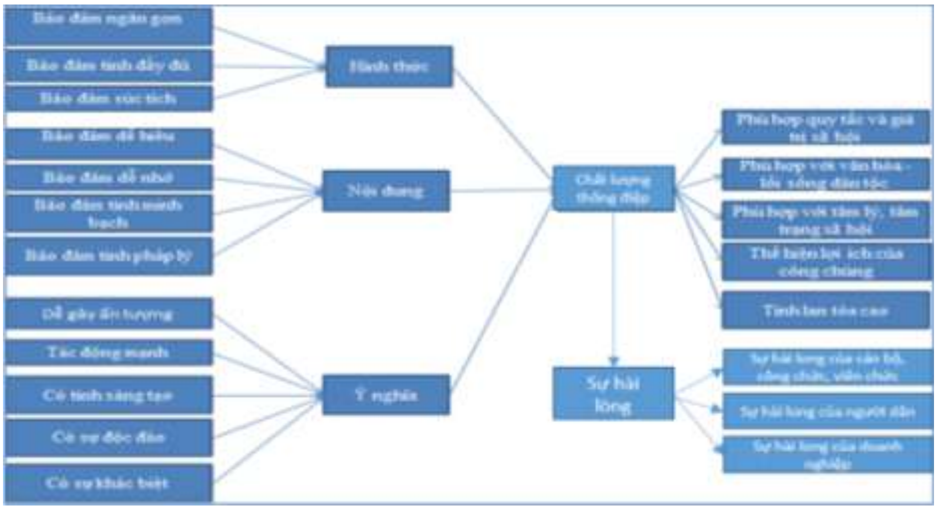
Phản hồi là thông tin ngược, là dòng chảy của thông điệp từ người nhận thông tin tác động trở về nguồn phát. Mức độ phản hồi là thước đo hiệu quả của hoạt động truyền thông. Dòng phản hồi càng lớn về quy mô và cường độ thì năng lực, hiệu lực truyền thông càng cao và càng dễ tạo hiệu quả truyền thông cao. Một số kênh phản hồi trong báo chí truyền thông chính sách cải cách hành chính đó là: mạng xã hội, cổng thông tin điện tử, thư điện tử, văn bản.

Môi trường xét về khía cạnh chính trị, báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước diễn ra trong khuôn khổ hệ thống chính trị một đảng cầm quyền và không tách rời sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam cùng với sự chỉ đạo nhất quán của Chính phủ. Do đó, báo chí truyền thông chính sách cải cách hành chính dễ tạo được sự đồng thuận hơn so với những quốc gia đa đảng.

Mô hình phân tích đa biến SEM dùng để xác định quan hệ giữa các biến quan sát với biến tiềm ẩn và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Theo đó, nhân tố tiềm ẩn “hình thức thông điệp báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước” được xác định quan hệ với các biến quan sát gồm tính ngắn gọn, đầy đủ, súc tích. Nhân tố tiềm ẩn “nội dung thông điệp báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước” được xác định quan hệ với các biến

quan sát gồm tính dễ hiểu, dễ nhớ, minh bạch, tính pháp lý. Mô hình cấu trúc dùng để xác định quan hệ giữa các biến tiềm ẩn 1. Hình thức báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước; 2. Nội dung báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước; 3. Ý nghĩa báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước; 4. Sự phù hợp của thông tin báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước với các biến tiềm ẩn 1. Mức độ hiệu quả truyền thông điệp của các chuyên mục báo chí; 2. Mức độ hiệu quả hình thức phản hồi của thông điệp qua báo chí. Các biến tiền ẩn này được xác định quan hệ với biến tiềm ẩn: tính hiệu quả của thông điệp báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước. Cuối cùng, biến tiềm ẩn "tính hiệu quả của thông điệp báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước" được xác định quan hệ với biến tiềm ẩn "mức độ hài lòng về thông điệp báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước".

Để tìm ra các mối liên hệ trên, mô hình nghiên cứu (Hình 2) được xây dựng với 3 biến độc lập gồm: (1) Hình thức; (2) Nội dung; (3) Ý nghĩa và 2 biến phụ thuộc: Chất lượng thông điệp và sự hài lòng.



Hình 2. *Mô hình đánh giá chất lượng thông điệp báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước*
(Nguồn: Tác giả đề xuất)

Mô hình đánh giá chất lượng thông điệp báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước dựa trên cơ sở hình thức, nội dung và ý nghĩa của thông điệp. Chất lượng thông điệp báo chí truyền thông về chính sách tác động đến sự hài lòng của người dân, doanh nghiệp và cán bộ, công chức, viên chức. Chất lượng thông điệp càng tốt sẽ gia tăng sự hài lòng của đối tượng tiếp nhận.

2.2. Phương pháp thu thập số liệu

Trên cơ sở mô hình nghiên cứu, bảng hỏi được xây dựng dựa trên ý kiến các chuyên gia và có sự điều chỉnh cho phù hợp, gồm hai phần: Phần thông tin nhân khẩu gồm tuổi, giới tính, trình độ, nghề nghiệp; Phần thông tin chung gồm 3 mục (16 biến đo lường). Phần khảo sát đánh giá tác động gồm 8 mục, trong đó có 31 biến đo lường (Bảng 1) và nội dung các cuộc thảo luận nhóm, phỏng vấn sâu được ghi chép, phân tích theo nhóm để thấy được những hướng nổi trội, đồng thời cũng được sử dụng làm ví dụ để phân tích trong một số trường hợp cần viện dẫn. Dữ liệu trả lời của công chúng được cộng sự mã hoá, nhập liệu và xử lý với phần mềm SPSS 20 và AMOS 20. Bên cạnh đó, những phân tích mô tả dưới dạng tần suất và tỉ lệ để thuận tiện cho việc đo lường, so sánh và khái quát hoá cũng được sử dụng. Kỹ thuật phân tích thống kê chuyên sâu được áp dụng như kỹ thuật phân tích độ tin cậy của thang đo, kỹ thuật phân tích nhân tố khám phá, kỹ thuật phần tích phương trình cấu trúc song song.

Bảng 1. *Các mục trong bảng hỏi đánh giá mô hình nghiên cứu quy trình thông tin báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước Việt Nam*

Mã số	Nội dung khảo sát	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
HTTD	**Hình thức thông điệp báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước**					
htttd1	Bảo đảm ngắn gọn	□	□	□	□	□
htttd2	Bảo đảm tính đầy đủ	□	□	□	□	□
htttd3	Bảo đảm tính súc tích	□	□	□	□	□
NDTD	**Nội dung thông điệp báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước**					
ndtd1	Bảo đảm dễ hiểu	□	□	□	□	□
ndtd2	Bảo đảm dễ nhớ	□	□	□	□	□
ndtd3	Bảo đảm tính minh bạch	□	□	□	□	□
ndtd4	Bảo đảm tính pháp lý	□	□	□	□	□
YNTD	**Ý nghĩa của thông điệp báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước**					
yntd1	Dễ gây ấn tượng	□	□	□	□	□
yntd2	Tác động mạnh	□	□	□	□	□
yntd3	Có tính sáng tạo	□	□	□	□	□
yntd4	Có sự độc đáo	□	□	□	□	□
yntd5	Có sự khác biệt	□	□	□	□	□
SPHTD	**Sự phản hồi của thông điệp báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước**					
sphtd1	Phù hợp quy tắc và giá trị xã hội	□	□	□	□	□
sphtd2	Phù hợp với văn hóa - lối sống dân tộc	□	□	□	□	□
sphtd3	Phù hợp với tâm lý, tâm trạng xã hội	□	□	□	□	□
sphtd4	Thể hiện lợi ích của công chúng	□	□	□	□	□
sphtd5	Tính lan tỏa	□	□	□	□	□
MDHQTTD	**Mức độ hiệu quả truyền thông điệp của các chuyên mục báo chí**					
mdhqttd1	Phóng sự chuyên đề	□	□	□	□	□
mdhqttd2	Bản tin	□	□	□	□	□
mdhqttd3	Hình thức khác	□	□	□	□	□
MDHQPH	**Mức độ hiệu quả hình thức phản hồi của thông điệp qua báo chí**					
mdhqph1	Phản hồi qua mạng xã hội	□	□	□	□	□
mdhqph2	Phồi qua cộng thông tin điện tử	□	□	□	□	□
mdhqph3	Phản hồi qua thư điện tử	□	□	□	□	□
mdhqph4	Phản hồi bằng văn bản	□	□	□	□	□
THQTD	**Tính hiệu quả của thông điệp báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước**					
thqtd1	Tính toàn diện	□	□	□	□	□
thqtd2	Tính trọng tâm	□	□	□	□	□
thqtd3	Tính định hướng dư luận	□	□	□	□	□
thqtd4	Tính pháp lý	□	□	□	□	□
MDHLTT	**Mức độ hài lòng về thông điệp báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước**					
mdhltt1	Tính hiệu quả của thông điệp	□	□	□	□	□
Mdhltt2	Hình thức truyền thông điệp qua báo chí	□	□	□	□	□
Mdhltt3	Hình thức phản hồi của thông điệp	□	□	□	□	□

(Nguồn: Kết quả tổng hợp của tác giả)

2.3. Dữ liệu nghiên cứu

Quy mô điều tra xã hội học thông qua phỏng vấn bằng bảng hỏi với 260 mẫu thuộc 4 đối tượng là nhà báo; cán bộ, công chức, viên chức; chủ doanh nghiệp; người dân.

Phương pháp chọn mẫu: Phương pháp chọn mẫu thuận tiện, lấy mẫu dựa trên tính dễ tiếp cận của đối tượng.

Địa điểm lấy mẫu là 5 địa phương gồm thành phố Hà Nội, tỉnh Lào Cai, tỉnh Kon Tum, tỉnh Quảng Nam, thành phố Cần Thơ.

3. Kết quả và bàn luận

3.1. Kết quả phân tích dữ liệu nghiên cứu

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA: Điều kiện để phân tích nhân tố khám phá là phải thỏa mãn các yêu cầu: Hệ số tải nhân tố (Factor loading) > 0,5. 0,5 ≤ KMO ≤ 1: Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) là chỉ số được dùng để xem xét sự thích hợp của phân tích nhân tố. Bảng 2 cho thấy kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (Sig .= 0,00), hệ số KMO = 0,896. Hệ số KMO lớn có ý nghĩa phân tích nhân tố là thích hợp. Kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0,05): Đây là một đại lượng thống kê dùng để xem xét giả thuyết các biến không có tương quan trong tổng thể. Nếu kiểm định này có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0,05) thì các biến quan sát có mối tương quan với nhau trong tổng thể. Như vậy, các biến số hợp lệ để phân tích nhân tố.

Bảng 2. *Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA*

Kiểm định KMO và Bartlett's		
Kiểm định Kaiser-Meyer-Olkin (Hệ số KMO).		0,896
Kiểm định Bartlett's	Approx. Chi-Square	2582,598
	df	465
	Sig.	0,000

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA: Phân tích nhân tố khẳng định (CFA) sử dụng thích hợp khi nhà nghiên cứu có sẵn một số kiến thức về cấu trúc biến tiềm ẩn cơ sở. Trong đó mối quan hệ hay giả thuyết (có được từ lý thuyết hay thực nghiệm) giữa biến quan sát và nhân tố cơ sở thì được các nhà nghiên cứu mặc nhiên thừa nhận trước khi tiến hành kiểm định thống kê. Như vậy, CFA là bước tiếp theo của EFA nhằm kiểm định xem có một mô hình lý thuyết có trước làm nền tảng cho một tập hợp các quan sát không. CFA cũng là một dạng của SEM. Khi xây dựng CFA, các biến quan sát cũng là các biến chỉ báo trong mô hình đo lường, bởi vì chúng cùng "tải" lên khái niệm lý thuyết cơ sở. Phương pháp phân tích nhân tố khẳng định CFA chấp nhận các giả thuyết của các nhà nghiên cứu, được xác định căn cứ theo quan hệ giữa mỗi biến và một hay nhiều hơn một nhân tố. Kết quản phân tích nhân tố khẳng dịnh CFA được thể hiện trong bảng 3.

Bảng 3. *Kết quản phân tích nhân tố khẳng định CFA*

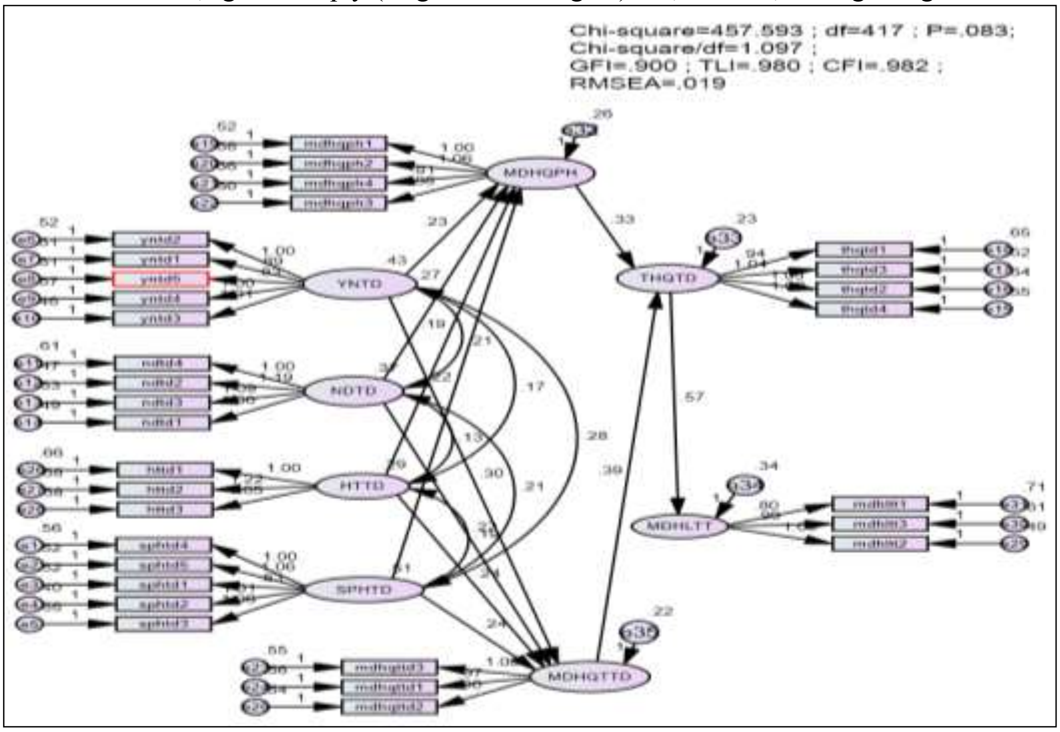
			Estimate	**S.E.**	**C.R.**	**P**	**Label**
sphtd4	<---	SPHTD	1,000				
sphtd5	<---	SPHTD	1,057	0,104	10,126	***	
sphtd1	<---	SPHTD	0,826	0,092	9,017	***	
sphtd2	<---	SPHTD	1,007	0,096	10,447	***	
sphtd3	<---	SPHTD	1,083	0,107	10,117	***	
yntd2	<---	YNTD	1,000				
yntd1	<---	YNTD	0,907	0,111	8,182	***	
yntd5	<---	YNTD	0,839	0,107	7,833	***	
yntd4	<---	YNTD	1,010	0,115	8,748	***	
yntd3	<---	YNTD	1,009	0,111	9,115	***	
ndtd4	<---	NDTD	1,000				
ndtd2	<---	NDTD	1,189	0,142	8,355	***	
ndtd3	<---	NDTD	1,085	0,136	7,983	***	
ndtd1	<---	NDTD	1,019	0,128	7,973	***	
thqtd4	<---	THQTD	1,000				
thqtd2	<---	THQTD	1,052	0,126	8,348	***	
thqtd3	<---	THQTD	1,041	0,121	8,637	***	
thqtd1	<---	THQTD	0,930	0,119	7,822	***	
mdhqph1	<---	MDHQPH	1,000				
mdhqph2	<---	MDHQPH	1,068	0,120	8,917	***	
mdhqph4	<---	MDHQPH	0,810	0,107	7,585	***	
mdhqph3	<---	MDHQPH	0,883	0,108	8,162	***	

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
mdhqttd3	<---	MDHQTTD	1,000				
mdhqttd1	<---	MDHQTTD	0,987	0,119	8,269	***	
mdhqttd2	<---	MDHQTTD	0,943	0,115	8,220	***	
httd1	<---	HTTD	1,000				
httd2	<---	HTTD	1,208	0,196	6,165	***	
httd3	<---	HTTD	1,016	0,171	5,959	***	
mdhltt2	<---	MDHLTT	1,000				
mdhltt3	<---	MDHLTT	0,990	0,131	7,554	***	
mdhltt1	<---	MDHLTT	0,821	0,119	6,880	***	

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Mô hình SEM phối hợp được tất cả các kỹ thuật như hồi quy đa biến, phân tích nhân tố và phân tích mối quan hệ hỗ tương (giữa các phần tử trong sơ đồ mạng) để cho phép chúng ta kiểm tra mối quan hệ phức hợp trong mô hình. Khác với những kỹ thuật thống kê khác chỉ cho phép ước lượng mối quan hệ riêng phần của từng cặp nhân tố (phần tử) trong mô hình cổ điển (mô hình đo lường), mô hình SEM cho phép ước lượng đồng thời các phần tử trong tổng thể mô hình, ước lượng mối quan hệ nhân quả giữa các khái niệm tiềm ẩn (Latent Constructs) qua các chỉ số kết hợp cả đo lường và cấu trúc của mô hình lý thuyết, đo các mối quan hệ ổn định (recursive) và không ổn định (non-recursive), đo các ảnh hưởng trực tiếp cũng như gián tiếp, kể cả sai số đo và tương quan phần dư. Với kỹ thuật phân tích nhân tố khẳng định (CFA) mô hình SEM cho phép linh động tìm kiếm mô hình phù hợp nhất trong các mô hình đề nghị [1], [8], [13].

Đánh giá sự phù hợp của mô hình SEM, nghiên cứu cần tuân thủ Chi-Square ($\chi 2$), RMSEA, SRMR, TLI, CFI. Cụ thể, CFI và TLI ≥ 0,90, RMSEA và SRMR ≤ 0,08 [4], [6], [12]. Kết quả phân tích SEM và trọng số hồi quy (Regression Weights) được thể hiện trong Bảng 4 và Hình 3.



Hình 3. *Kết quả phân tích SEM của mô hình nghiên cứu báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước*
(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Bảng 4. *Kết quả phân tích trọng số hồi quy (Regression Weights)*

			Estimate	S.E.	C.R.	P	
MDHQPH	<---	YNTD	0,234	0,113	2,072	0,038	Chấp nhận
MDHQPH	<---	NDTD	0,274	0,106	2,579	0,010	Chấp nhận
MDHQPH	<---	HTTD	0,188	0,129	1,458	0,145	Bác bỏ
MDHQPH	<---	SPHTD	0,224	0,097	2,309	0,021	Chấp nhận
MDHQTTD	<---	SPHTD	0,236	0,097	2,440	0,015	Chấp nhận
MDHQTTD	<---	HTTD	0,240	0,130	1,844	0,065	Bác bỏ
MDHQTTD	<---	NDTD	0,217	0,104	2,085	0,037	Chấp nhận
MDHQTTD	<---	YNTD	0,302	0,114	2,650	0,008	Chấp nhận
THQTD	<---	MDHQPH	0,329	0,091	3,626	***	Chấp nhận
THQTD	<---	MDHQTTD	0,388	0,095	4,088	***	Chấp nhận
MDHLTT	<---	THQTD	0,568	0,105	5,432	***	Chấp nhận

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

3.2. Một số vấn đề rút ra từ mô hình nghiên cứu

Kết quả phân tích dữ liệu trên cho phép nghiên cứu rút ra kết luận khách quan, khoa học về thành tựu cũng như hạn chế của báo chí truyền thông chính sách cải cách hành chính nhà nước.

3.2.1. Những thành tựu đạt được

Một là, nội dung báo chí truyền thông về chính sách có ý nghĩa và tác động tích cực đến hiệu quả phản hồi;

Hai là, nội dung báo chí truyền thông về chính sách phù hợp, tác động tích cực đối với hiệu quả phản hồi thông tin;

Ba là, nội dung báo chí truyền thông về chính sách có tính phản hồi và tác động tích cực đối với hiệu quả hình thức phản hồi qua báo chí;

Bốn là, nội dung báo chí truyền thông về chính sách có tính phản hồi, tác động tích cực và có ý nghĩa đối với hiệu quả truyền thông điệp của các thể loại báo chí;

Năm là, nội dung báo chí truyền thông về chính sách phù hợp, tác động tích cực đối với mức độ hiệu quả truyền thông điệp của các thể loại báo chí;

Sáu là, nội dung báo chí truyền thông về chính sách có ý nghĩa;

Bảy là, tính phản hồi thông tin của nội dung báo chí truyền thông về chính sách hiệu quả;

Tám là, báo chí truyền thông về chính sách có hiệu quả và làm cho công chúng hài lòng.

3.2.2. Hạn chế, tồn tại

Bên cạnh đó, kết quả phân tích định lượng cũng cho thấy một số hạn chế còn tồn tại, cụ thể như sau:

Thứ nhất, chưa có sự ràng buộc giữa hình thức thông điệp và tính phản hồi của thông điệp trong báo chí truyền thông về chính sách;

Thứ hai, quan hệ giữa hình thức và mức độ hiệu quả truyền nội dung thông tin của các thể loại báo chí chưa phản ánh được hiệu quả báo chí truyền thông về chính sách;

Thứ ba, thiếu mối liên hệ giữa các cơ quan báo chí trong truyền thông về chính sách với kỳ vọng của công chúng;

Thứ tư, thiếu tính đồng bộ trong truyền thông về chính sách giữa các cơ quan báo chí nên không đáp ứng kỳ vọng của công chúng.

Kết luận đưa ra đồng thời cũng cho thấy hiệu quả của báo chí truyền thông chính sách phải dựa trên việc nhận và phản hồi thông điệp nhằm hướng tới mục tiêu của chiến dịch truyền thông. Việc nhận và phản hồi thông tin của thông điệp báo chí truyền thông chính sách phụ thuộc vào nội dung, hình thức, ý nghĩa của thông điệp. Nếu nội dung thông điệp truyền thông chính sách của các loại hình báo chí hiệu quả sẽ tác động tích cực đối với hiệu quả phản hồi thông tin. Hình

thức thông điệp truyền thông chính sách cũng rất quan trọng, nếu phù hợp sẽ tác động tích cực đối với hiệu quả phản hồi thông tin. Tương tự, nếu thông điệp truyền thông chính sách của báo chí có ý nghĩa sẽ tác động tích cực đối với hiệu quả phản hồi thông tin chính sách. Nếu như trong lĩnh vực kinh doanh, hiệu quả của truyền thông nói chung được đo lường mức độ nhận biết thương hiệu của sản phẩm hay doanh nghiệp thì ngược lại, truyền thông chính sách lấy thông điệp làm đối tượng; chú trọng đến mức độ nhận biết nội dung truyền thông qua thông điệp, mức độ nhớ và hiểu về thông điệp truyền thông, sự tác động của chiến dịch về nhận thức, tình cảm, hành vi của khán giả mục tiêu.

Về hiệu quả phản hồi của thông điệp của báo chí truyền thông chính sách, kết quả nghiên cứu cho thấy, thông điệp báo chí truyền thông về chính sách có ý nghĩa và tác động tích cực đến hiệu quả phản hồi của thông điệp báo chí truyền thông về chính sách. Nội dung thông điệp truyền thông chính sách của các loại hình báo chí phù hợp, tác động tích cực và ý nghĩa đối với hiệu quả phản hồi thông tin chính sách. Thông điệp báo chí truyền thông chính sách có tính phản hồi và tác động tích cực, có ý nghĩa đối với hiệu quả hình thức phản hồi của thông điệp qua báo chí.

Về hiệu quả truyền thông điệp của các loại hình báo chí, thông điệp báo chí truyền thông về chính sách có tính phản hồi, tác động tích cực và có ý nghĩa đối với hiệu quả truyền thông điệp của các chuyên mục báo chí. Cụ thể, nội dung thông điệp truyền thông về chính sách tác động tích cực và có ý nghĩa đối với mức độ hiệu quả truyền thông điệp của các chuyên mục báo chí. Tương tự, ý nghĩa của thông điệp truyền thông về chính sách có tác động tích cực và có ý nghĩa đối với mức độ hiệu quả truyền thông điệp của các chuyên mục báo chí. Kết quả này dẫn đến mức độ hiệu quả hình thức phản hồi của thông điệp về chính sách của các loại hình báo chí tác động tích cực và có ý nghĩa đối với tính hiệu quả của thông điệp truyền thông về chính sách của báo chí nói chung. Từ đây có thể khẳng định rằng báo chí truyền thông về chính sách về cơ bản rất hiệu quả.

4. Kết luận

Truyền thông chính sách được Chính phủ khẳng định có vai trò rất quan trọng, là một trong những chức năng, nhiệm vụ của các cơ quan chính phủ và địa phương trong quá trình thực hiện nhiệm vụ chính trị của mình. Kết quả nghiên cứu cho thấy, Chính phủ Việt Nam cần quan tâm đầu tư cho truyền thông về chính sách nói chung và truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước nói riêng. Các cơ quan báo chí cũng nên có những giải pháp truyền thông chuyên nghiệp để cải thiện chất lượng của thông điệp truyền thông, làm cho thông điệp vừa bảo đảm tính pháp lý, sự khác biệt và hiệu quả.

Để công tác truyền thông chính sách đạt được kết quả tốt hơn, việc nghiên cứu, đánh giá khách quan, khoa học, chuẩn xác là thực sự cần thiết. Theo đó, chúng ta cần áp dụng mô hình phân tích theo mô hình phân tích đa biến khi đánh giá công tác báo chí truyền thông về chính sách. Bởi lẽ, mô hình này cho phép xác định quan hệ giữa các biến quan sát với biến tiềm ẩn cũng như chỉ rõ mối quan hệ giữa các biến tiềm ẩn với nhau. Các mối quan hệ này có thể mô tả những dự báo mang tính lý thuyết mà các nhà nghiên cứu quan tâm.

Đây là nghiên cứu khám phá đầu tiên về mô hình nghiên cứu thông tin báo chí truyền thông về chính sách cải cách hành chính nhà nước ở Việt Nam nói riêng và truyền thông chính sách nói chung. Do tính chất khám phá và cũng là nghiên cứu đầu tiên nên những phát hiện trong nghiên cứu này là cơ sở để các nghiên cứu tiếp theo chỉnh sửa bảng hỏi nghiên cứu, tăng cỡ mẫu nghiên cứu, chọn mẫu theo phương pháp ngẫu nhiên. Nếu làm được như vậy, những nghiên cứu tiếp theo sẽ cải thiện được độ phù hợp của mô hình, kết quả dự báo sẽ chính xác hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

[1] T. T. H. Ha, “The role of policy communication in government performance in different countries,” *Research Journal of Ministry of Home Affairs*, February 24, 2021. [Online]. Available: https://tcnn.vn/news/detail/49882/Vai-tro-cua-truyen-thong-chinh-sach-doi-voi-hoat-dong-cua-chinh-phu-o-cac-nuoc.html. [Accessed October 10, 2022].

[2] T. T. H. Ha, "Some solutions to improve the effectiveness of state administrative reform policy communication in the press," *State Management Magazine,* February 04, 2021. [Online]. Available: https://www.quanlynhanuoc.vn/2021/02/04/mot-so-giai-phap-nang-cao-hieu-qua-truyen-thong-chinh-sach-cai-cach-hanh-chinh-nha-nuoc-tren-bao-chi/. [Accessed October 10, 2022].

[3] T. T. H. Ha, "Messages on policy communication through some studies in the world," *Online Journalist Magazine,* 2022. [Online]. Available: https://nguoilambao.vn/thong-diep-truyen-thong-chinh-sach-qua-mot-so-nghien-cuu-tren-the-gioi-n54234.html. [Accessed October 10, 2022].

[4] M. Brunner and H. Süß, "Analyzing the Reliability of Multidimensional Measures: An Example from Intelligence Research," 2005. [Online]. Available: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.856.4612&rep=rep1&type=pdf. [Accessed May 16, 2022].

[5] B. M. Byrne, *A primer of LISREL: Basic applications and programming for confirmatory factor analytic models.* New York: Springer, 1989.

[6] M. W. Browne and R. Cudeck, "Alternative ways of assessing model fit," in *Testing structural equation models*, K. A. Bollen and J. S. Long, (Eds.), Newbury Park,CA: Sage, 1993, pp. 136–162.

[7] S. L. Crowley and X. Fan, "Structural equation modeling: Basic concepts and applications in personality assessment research," *Journal of Personality Assessment,* vol. 68, no. 3, pp. 508–531, 1997, doi: 10.1207/s15327752jpa6803_4.

[8] J. Hair, W. Black, B. Babin, and R. Anderson, *Multivariate data analysis, (7th ed.),* Prentice-Hall, Inc. Upper Saddle River, NJ, USA, 2010.

[9] C. A. Cerny and H. F. Kaiser, "A study of a measure of sampling adequacy for factor-analytic correlation matrices," *Multivariate Behavioral Research,* vol. 12, no. 1, pp. 43-47, 1977.

[10] L. T. Hu and P. M. Bentler, "Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives," *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal,* vol. 6, no. 1, pp. 1-55, 1999, doi: 10.1080/10705519909540118.

[11] F. H. Joseph, C. B. William, J. B. Barry, and E. A. Rolph, *Multivariate Data Analysis,* Seventh Edition. Pearson Education Limited, 2014.

[12] C. Nachtigall, U. Kroehne, F. Funke, and R. Steyer, "(Why) should we use SEM? Pros and cons of structural equation modeling," *Methods of Psychological Research Online,* vol. 8, no. 2, pp. 1-22, 2003.

[13] J. B. Ullman, "Structural equation modeling: Reviewing the basics and moving forward," *Journal of Personality Assessment,* vol. 87, no. 1, pp. 35-50, 2006, doi: 10.1207/s15327752jpa8701_03.