



# GIẢI PHÁP ĐỔI MỚI HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH, PHÁP LUẬT VỀ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

PHẠM CAO THÁI\*

**Tóm tắt:** Trong bối cảnh Việt Nam đang đẩy mạnh chuyển đổi số trên tất cả các lĩnh vực quản lý nhà nước, truyền thông chính sách lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch ngày càng đóng vai trò quan trọng trong bảo đảm tính minh bạch, thúc đẩy sự tham gia của người dân và nâng cao hiệu quả thực thi chính sách. Bài viết đề cập tới bối cảnh, quan điểm chỉ đạo của Đảng và Nhà nước và những vấn đề đặt ra trong công tác truyền thông chính sách, đồng thời đưa ra hệ thống các giải pháp nhằm đổi mới truyền thông chính sách, pháp luật trong lĩnh vực VH-TTDL, trên cơ sở khoa học, thực tiễn và xu thế quốc tế. Các nhóm giải pháp tập trung vào việc hoàn thiện thể chế và cơ chế chính sách, phát triển nguồn nhân lực, ứng dụng công nghệ số, tăng cường cơ chế phản hồi và đối thoại hai chiều và củng cố phối hợp liên ngành. Trên cơ sở đó, bài viết đưa ra một số đề xuất, kiến nghị với các cơ quan, tổ chức để thực hiện có hiệu quả các nhóm giải pháp nêu trên.

**Từ khóa:** chuyển đổi số, truyền thông, chính sách, pháp luật, văn hóa, thể thao và du lịch.

**Abstract:** In the context of Vietnam's vigorous digital transformation across all areas of public administration, policy communication in the fields of culture, sports, and tourism has become increasingly significant in ensuring transparency, fostering public participation, and enhancing the effectiveness of policy implementation. This article analyzes the current context, the guiding viewpoints of the Communist Party and the State, and the key challenges in policy communication. It also proposes a comprehensive set of solutions to innovate policy and legal communication in the culture, sports, and tourism sector, grounded in scientific evidence, practical experience, and global trends. The proposed solutions focus on improving institutional and policy frameworks, developing human resources, applying digital technologies, strengthening feedback and two-way dialogue mechanisms, and reinforcing inter-sectoral coordination. On this basis, the paper offers specific recommendations and proposals for relevant authorities and organizations to effectively implement these solutions.

**Keywords:** digital transformation, communication, policy, law, culture, sports and tourism.

## 1. Bối cảnh và những vấn đề đặt ra

### *Bối cảnh và quan điểm chỉ đạo*

Về cơ sở lý luận, truyền thông chính sách được xem là hoạt động then chốt đảm bảo tính minh bạch, tính dân chủ và hiệu quả của việc ban hành, thực thi chính sách, pháp luật. Trên thế giới đã có nhiều mô hình truyền thông được đề xuất, có thể kể đến như: Mô hình Truyền thông một chiều của Lasswell được xây dựng với giả định công chúng giữ vai trò thụ động, chỉ tiếp nhận mà không có cơ chế để phản hồi, chất vấn hoặc tương tác lại với người gửi thông điệp. Với mô hình truyền thông hai chiều bất đối xứng, tác giả James E. Grunig và Todd Hunt đã chú ý đến sự trao đổi thông tin hai chiều, nhưng mục tiêu chính vẫn là phục vụ lợi ích của tổ chức, chứ không nhằm đạt được sự cân bằng với công chúng. Đến mô hình truyền thông hai chiều đối xứng do James E. Grunig và Todd Hunt đề xuất vào năm 1984 đã nhấn mạnh quá trình truyền thông, trong đó, các bên tham gia (chính quyền - công chúng, tổ chức - người dân...) đều có cơ hội trao đổi thông tin, lắng nghe lẫn nhau và điều chỉnh hành vi trên cơ sở đối thoại bình đẳng. Từ các mô hình truyền thông kinh điển nêu trên đều cho thấy sự chuyển dịch từ truyền thông một chiều sang hai chiều tương tác. Năm 2020, Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD) đã tổng hợp các mô hình tham vấn và đối thoại công dân mang tính đại diện tại nhiều quốc gia OECD và đối tác, đồng thời phân loại thành 12 mô hình chính (ví dụ: Citizens' Assembly, Citizens' Jury, Consensus Conference, Deliberative Poll...) và nhấn mạnh tham vấn đại diện là cách để đưa ra quyết định công có chất lượng hơn, nâng cao tính hợp pháp và tính tin cậy của chính sách.

Trong kỷ nguyên chuyển đổi số, truyền thông chính sách được mở rộng sang nhiều hình thức số hóa: từ công thông tin, trang mạng xã hội, ứng dụng di động đến AI, Big data... Đối tượng truyền thông không còn bị đồng nhất, mà được phân nhóm theo độ tuổi, khu vực... Sự phát triển của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 và chuyển đổi số diễn ra trên toàn thế giới đã tác động mạnh mẽ đến Việt Nam.

Đảng và Nhà nước đã có nhiều văn bản chỉ đạo nhằm xây dựng chính phủ số và đổi mới công tác truyền thông chính sách như Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27-9-2019 của Bộ Chính trị về một

số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 đã xác định chủ trương “Xác định nội dung cốt lõi của chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư của nước ta là thúc đẩy phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo trên tất cả các ngành, lĩnh vực và thúc đẩy chuyển đổi số quốc gia, trọng tâm là phát triển kinh tế số, xây dựng đô thị thông minh, chính quyền điện tử, tiến tới chính quyền số” và “Tiên phong thực hiện chuyển đổi số mạnh mẽ trong các cơ quan Đảng, Quốc hội, Chính phủ, Mặt trận Tổ quốc, các tổ chức chính trị - xã hội bảo đảm thống nhất, kết nối liên thông và đồng bộ”. Nghị quyết số 27-NQ/TW ngày 9-11-2022 của Hội nghị lần thứ 6 Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa XIII về tiếp tục xây dựng và hoàn thiện nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa Việt Nam trong giai đoạn mới: “Tiếp tục đổi mới công tác phổ biến, giáo dục pháp luật. Xây dựng mạng lưới, nâng cao năng lực của hệ thống dịch vụ pháp lý, trợ giúp pháp lý và hỗ trợ pháp lý để người dân và doanh nghiệp dễ tiếp cận pháp luật”. Đặc biệt, Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22-12-2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia xác định mục tiêu đến năm 2030: “Phát triển Chính phủ số, kinh tế số, xã hội số, công dân số, công nghiệp văn hóa số đạt mức cao của thế giới”. Kết luận số 119-KL/TW ngày 20-1-2025 của Bộ Chính trị về định hướng đổi mới, hoàn thiện quy trình xây dựng pháp luật đưa ra định hướng: “Quy định phù hợp, thiết thực, hiệu quả việc tổ chức lấy ý kiến nhân dân, chuyên gia, nhà khoa học, đối tượng chịu sự tác động trực tiếp của văn bản; bảo đảm cơ chế tiếp thu, giải trình đầy đủ, thấu đáo các ý kiến góp ý để hoàn thiện dự thảo văn bản”.

### *Những vấn đề đặt ra*

Cách mạng công nghiệp 4.0 và chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ, tác động đến tất cả các lĩnh vực, đời sống xã hội của Việt Nam, và ngành VH TTDL không đứng ngoài. Trong thời gian qua, Bộ VH TTDL đã triển khai công tác truyền thông chính sách, pháp luật một cách bài bản, từ việc lập kế hoạch truyền thông đến tổ chức triển khai truyền thông chính sách theo kế hoạch. Theo đó, việc truyền thông được triển khai trên diện rộng, hướng tới nhiều đối tượng, gồm cả cá nhân, tổ chức, hộ gia đình,

người hoạt động VHTTDL. Nội dung truyền thông tập trung vào các chính sách có tác động lớn, được chọn lọc kỹ càng để tránh gây hiểu nhầm hay bức xúc xã hội. Hình thức truyền thông tương đối đa dạng, với các hình thức phổ biến như hội thảo, hội nghị, khảo sát, báo chí, truyền hình, pa-nô, áp-phích, truyền thông lưu động, lồng ghép trong lễ hội và sinh hoạt cộng đồng; tích hợp nhiều hình thức sáng tạo như thi tiểu phẩm, sân khấu hóa, sách hỏi đáp pháp luật, mô hình tủ sách pháp luật... Trong truyền thông chính sách, sự hiện diện trực tuyến và thành lập các đơn vị truyền thông số chuyên trách là một hướng đi thích hợp, nhưng vẫn còn nhiều tiềm năng chưa khai thác để thúc đẩy sự tham gia thông qua công nghệ. Trong lĩnh vực VHTTDL, mặc dù Bộ VHTTDL đã có nhiều nỗ lực trong việc truyền thông chính sách, phổ biến pháp luật, tuy nhiên, hiệu quả vẫn còn hạn chế:

*Thứ nhất*, hoạt động truyền thông chủ yếu tập trung ở giai đoạn tổ chức thi hành văn bản quy phạm pháp luật; các hình thức truyền thông trong giai đoạn xây dựng chính sách chưa phong phú, đa dạng và chưa được triển khai mạnh mẽ. Đây không chỉ là hạn chế riêng của hoạt động truyền thông chính sách lĩnh vực VHTTDL mà còn là hạn chế chung hiện nay (Theo Báo cáo của OECD, mặc dù dữ liệu cho thấy các quốc gia thành viên đều thừa nhận tầm quan trọng của đánh giá truyền thông công, nhưng việc tích hợp đánh giá vào quy trình hoạch định chiến lược còn hạn chế, thiếu các phương pháp được thể chế hóa và vẫn chú trọng vào “đầu ra” thay vì “tác động”).

*Thứ hai*, do hạn chế về nguồn lực nên hoạt động truyền thông còn dàn trải, chưa có sự phân loại đối tượng để tổ chức truyền thông chuyên sâu.

*Thứ ba*, chưa có sự đầu tư trong việc xây dựng nội dung truyền thông, chủ yếu gửi toàn văn các văn bản, dự thảo chính sách để tổ chức, cá nhân tự nghiên cứu, tìm hiểu. Nội dung truyền thông chưa thực sự hấp dẫn, sinh động; văn phong vẫn nặng tính hành chính, khó tiếp cận với người dân không chuyên.

*Thứ tư*, việc truyền thông chính sách chủ yếu vẫn được thực hiện thông qua các phương pháp truyền thống, chưa phát triển các kênh tương tác hai chiều hiệu quả, như diễn đàn trực tuyến, hệ thống tiếp nhận ý kiến tự động; chưa khai thác hiệu quả công nghệ số và truyền thông đa phương tiện;

chưa có ứng dụng chuyên biệt, chưa sử dụng chatbot, AI, hay các nền tảng tương tác số chuyên sâu để truyền thông chính sách.

## **2. Các giải pháp đổi mới truyền thông chính sách, pháp luật về VHTTDL**

*Nhóm giải pháp về hoàn thiện thể chế và cơ chế, chính sách*

Thứ nhất, nghiên cứu sửa đổi Luật Phổ biến, giáo dục pháp luật theo hướng bổ sung các nguyên tắc, biện pháp nhằm tăng cường tính tương tác hai chiều trong hoạt động phổ biến, giáo dục pháp luật; tích hợp hoạt động truyền thông chính sách vào Luật để khắc phục tình trạng mất cân đối giữa hoạt động truyền thông chính sách trong giai đoạn hoạch định chính sách với hoạt động truyền thông chính sách trong giai đoạn tổ chức thi hành pháp luật; quy định rõ trách nhiệm phản hồi, giải trình của cơ quan nhà nước khi tiếp nhận ý kiến người dân; cập nhật nội dung truyền thông chính sách trong bối cảnh số... nhằm bảo đảm có cơ sở pháp lý đồng bộ, thống nhất cho hoạt động truyền thông chính sách trong thời kỳ mới.

Thứ hai, sửa đổi, bổ sung Nghị định 147/2024/NĐ-CP ngày 9-11-2024 của Chính phủ quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ internet và thông tin trên mạng nhằm siết chặt quản lý thông tin trên môi trường mạng, chống tin giả theo các nguyên tắc: Phòng ngừa là chính; minh bạch trong xử lý, tăng cường trách nhiệm của các nền tảng và nâng cao năng lực cho người dùng.

Thứ ba, xây dựng, ban hành quy chế, quy trình mẫu về truyền thông chính sách pháp luật VHTTDL, trong đó cần hướng dẫn cụ thể về quy trình tổ chức truyền thông chính sách, từ khâu lập kế hoạch, xây dựng nội dung, lựa chọn kênh truyền thông đến đánh giá hiệu quả truyền thông chính sách.

Thứ tư, nghiên cứu xây dựng bộ tiêu chí đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông chính sách lĩnh vực VHTTDL (phạm vi tiếp cận, mức độ hiểu biết, tỷ lệ người dân tham gia góp ý, mức độ hài lòng...).

Thứ năm, bảo đảm cơ chế tài chính minh bạch: bảo đảm nguồn kinh phí riêng cho công tác truyền thông chính sách, tách biệt với các khoản chi thường xuyên khác. Xây dựng cơ chế tài chính với định mức phân bổ, nội dung chi, mức chi cụ thể, rõ ràng, ưu tiên cho các hoạt động ứng dụng công nghệ số.

*Nhóm giải pháp về phát triển nguồn nhân lực*

Thứ nhất, phát triển mạng lưới đội ngũ chuyên trách: bố trí ít nhất 1 cán bộ chuyên trách về truyền thông chính sách tại Vụ Pháp chế (Bộ VHTTDL) và các Sở VHTTDL, Sở VH TT, Sở DL (sau đây gọi chung là các Sở). Xây dựng vị trí việc làm, tiêu chuẩn chức danh nghề nghiệp cho cán bộ truyền thông chính sách, yêu cầu nắm vững chính sách VHTTDL, đồng thời có kỹ năng truyền thông số.

Thứ hai, đào tạo, bồi dưỡng chuyên sâu: tổ chức các khóa tập huấn nâng cao năng lực toàn diện, tập trung vào 3 mảng: kiến thức chuyên sâu về hệ thống pháp luật và chính sách pháp luật VHTTDL; kỹ năng tổ chức truyền thông (xây dựng kế hoạch, xử lý khủng hoảng, phân tích phản hồi); ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số (vận hành kênh số, bảo mật, sáng tạo nội dung đa phương tiện, phân tích dữ liệu).

Thứ ba, phát triển đội ngũ cộng tác viên, truyền thông viên cơ sở gồm những người có uy tín (nghệ sĩ, huấn luyện viên, già làng, trưởng bản, người có ảnh hưởng, các KOLs, nhà báo, travel blogger).

Thứ tư, có chính sách đãi ngộ phù hợp: có chế độ hỗ trợ, khen thưởng kịp thời cho cán bộ kiêm nhiệm và các cá nhân, tập thể có sáng kiến hiệu quả.

*Nhóm giải pháp về đổi mới nội dung và phương thức truyền thông*

Thứ nhất, đơn giản hóa nội dung: chuyển thể các văn bản chính sách phức tạp thành các thông điệp đơn giản, trực quan, dễ hiểu, dễ tiếp cận như infographic, video clip ngắn (2-3 phút), podcast, tiểu phẩm. Sử dụng ngôn ngữ gần gũi, gắn với các câu chuyện đời thường, nhân vật cụ thể.

Thứ hai, đa dạng hóa định dạng nội dung truyền thông: một chính sách phải được chuyển thể đồng bộ thành nhiều loại hình sản phẩm, từ dạng ngắn, trực quan (infographic, video clip, animation...), dạng âm thanh (podcast, audio...), dạng văn bản (bài viết FAQ (hỏi - đáp), tờ rơi điện tử (e-brochure), cẩm nang hướng dẫn)...

Thứ ba, đa dạng hóa hình thức và kênh truyền thông trên cơ sở ưu tiên sử dụng các nền tảng số (cổng thông tin điện tử, ứng dụng di động, Zalo OA, Facebook, TikTok, YouTube) để đăng tải thông tin; sử dụng các ứng dụng AI, chatbot để giải đáp chính

sách tự động 24/7. Bên cạnh đó, cần kết hợp hiệu quả các phương thức truyền thông như loa phát thanh, pano, hội họp, sân khấu hóa, chiếu phim lưu động, nhất là cho vùng sâu, vùng xa.

Thứ tư, phân loại đối tượng để xây dựng nội dung và lựa chọn kênh truyền thông hiệu quả: đối với nhân dân, nội dung cần ngắn gọn, tập trung vào lợi ích thiết thực, sử dụng video, infographic; đối với doanh nghiệp, tổ chức, nội dung cần chuyên sâu, có các ví dụ pháp lý cụ thể; đối với người dân tộc thiểu số, vùng sâu, vùng xa, nội dung truyền thông phải được trình bày bằng ngôn ngữ dân tộc... và tổ chức truyền thông trên các kênh truyền thông phổ biến với từng nhóm.

Thứ năm, sử dụng các ứng dụng công nghệ đang được cung cấp miễn phí hiện nay để xây dựng, sáng tạo nội dung truyền thông; khuyến khích sử dụng các ứng dụng có thu phí để gia tăng hiệu quả triển khai thực hiện.

*Nhóm giải pháp về ứng dụng công nghệ số và chuyển đổi số*

Thứ nhất, phát triển nền tảng số và hạ tầng: xây dựng và nâng cấp Cổng thông tin điện tử của Bộ VHTTDL, Trang thông tin điện tử của các Sở bảo đảm thống nhất, tích hợp đầy đủ văn bản pháp luật, công cụ tra cứu thông minh (AI chatbot). Phát triển ứng dụng di động của địa phương hoặc ứng dụng di động trong các lĩnh vực để phản ánh, góp ý trực tuyến. Đầu tư hạ tầng internet, đặc biệt là tại vùng sâu, vùng xa.

Thứ hai, số hóa quy trình: ứng dụng công nghệ số trong toàn bộ chu trình của chính sách để thiết kế nội dung, lựa chọn kênh truyền thông, thu thập, phân tích thông tin, dữ liệu... để triển khai từ khâu hoạch định, ban hành chính sách đến khâu thực thi, theo dõi, đánh giá việc thực hiện chính sách.

Thứ ba, xây dựng kho dữ liệu số, hình thành hệ thống cơ sở dữ liệu thông tin pháp luật tập trung, thống nhất, dễ dàng chia sẻ và khai thác.

*Nhóm giải pháp tăng cường cơ chế phản hồi và đối thoại hai chiều*

Thứ nhất, tăng cường các kênh có tính tương tác hai chiều để tăng cường đối thoại trực tuyến như livestream định kỳ trên fanpage Bộ/ Sở để lãnh đạo giải đáp trực tiếp; xây dựng cổng góp ý trực tuyến, công khai phản hồi của cơ quan quản lý; thiết kế các

công cụ đơn giản (poll/ bình chọn, bình luận, mini-game) để lấy ý kiến nhanh, biến việc góp ý chính sách từ thụ động thành chủ động và thú vị.

Thứ hai, công khai toàn bộ quá trình tiếp thu, giải trình ý kiến góp ý của người dân trên các phương tiện truyền thông, cổng thông tin điện tử, củng cố niềm tin của người dân.

Thứ ba, tăng cường tổ chức các hội nghị, tọa đàm, đối thoại chính sách với sự tham gia của các nhà hoạch định chính sách, chuyên gia, đối tượng chịu tác động.

*Nhóm giải pháp cho vùng đồng bào dân tộc thiểu số và vùng đặc thù*

Thứ nhất, truyền thông gắn với đặc thù văn hóa, du lịch cộng đồng: lồng ghép nội dung truyền thông chính sách vào các lễ hội, hội chợ, tour du lịch trải nghiệm, các hoạt động văn hóa, thể thao cộng đồng.

Thứ hai, phát triển đội ngũ truyền thông bản địa: đào tạo, hỗ trợ đội ngũ cán bộ, cộng tác viên là người địa phương, thông thạo tiếng dân tộc và phong tục tập quán.

Thứ ba, đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị: quan tâm đầu tư, nâng cấp cơ sở vật chất, trang thiết bị truyền thông (màn hình LED, loa đài, máy tính, internet) cho các nhà văn hóa, thiết chế văn hóa cơ sở.

Thứ tư, sử dụng phương thức truyền thông linh hoạt: ưu tiên các hình thức phù hợp như loa phát thanh, sân khấu hóa, chiếu phim lưu động, thảo luận nhóm tại cộng đồng.

*Nhóm giải pháp về cơ chế phối hợp*

Thứ nhất, thành lập một tổ công tác hoặc bộ phận thường trực đặt tại Vụ Pháp chế (Bộ VHTTDL), thành phần bao gồm đại diện của Vụ Pháp chế (đầu mối), chịu trách nhiệm tổng hợp, điều phối chung; đại diện của Trung tâm Chuyển đổi số VHTTDL thực hiện nhiệm vụ hỗ trợ kỹ thuật, tư vấn và vận hành các nền tảng số; đại diện các Vụ, Cục chuyên môn để cung cấp nội dung chuyên môn và xác định đối tượng truyền thông đặc thù; đại diện các Sở có nhiệm vụ đảm bảo kết nối thông suốt, phản ánh thực tiễn địa phương và triển khai đồng bộ. Tổ công tác/ Bộ phận thường trực có nhiệm vụ xây dựng kế hoạch truyền thông tổng thể cho từng chính sách; hướng dẫn, tập huấn cho các đơn vị thành viên; tiếp nhận, xử lý và phản

hồi các vướng mắc từ cơ sở; tổng hợp báo cáo, đánh giá hiệu quả và đề xuất điều chỉnh.

Thứ hai, xây dựng cơ chế phối hợp liên ngành với các bộ, ngành có liên quan, với các tổ chức xã hội - nghề nghiệp... Đặc biệt, chú trọng phối hợp chặt chẽ với cơ quan báo chí thông qua việc thiết lập cơ chế phối hợp thường xuyên, cung cấp thông tin chính thống, kịp thời cho báo chí. Tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu về VHTTDL cho phóng viên. Xây dựng các chuyên trang, chuyên mục chất lượng cao.

Thứ ba, huy động nguồn lực xã hội hóa: khuyến khích, huy động sự tham gia của các doanh nghiệp, tổ chức quốc tế, các trung tâm văn hóa Việt Nam ở nước ngoài trong công tác truyền thông, quảng bá.

*Nhóm giải pháp về giám sát, đánh giá và nhân rộng mô hình hiệu quả*

Thứ nhất, xây dựng cơ chế giám sát, đánh giá: thiết lập cơ chế giám sát độc lập và đánh giá hiệu quả truyền thông dựa trên bộ tiêu chí cụ thể. Khảo sát ý kiến người dân, doanh nghiệp để điều chỉnh chiến lược.

Thứ hai, tiếp tục nghiên cứu, tổng kết, đánh giá các mô hình truyền thông số hiệu quả (mô hình truyền thông số, truyền thông cộng đồng, hội nghị trực tuyến, cuộc thi sáng tạo) để tích hợp, cải thiện mô hình.

### **3. Đề xuất, kiến nghị**

Việc đổi mới hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật trong lĩnh vực VHTTDL là yêu cầu tất yếu trong tiến trình chuyển đổi số và xây dựng Nhà nước pháp quyền. Để triển khai có hiệu quả các giải pháp trên, cần có sự tham gia của tất cả các cơ quan, tổ chức:

*Với Quốc hội*

Nghiên cứu, sửa đổi, bổ sung Luật Phổ biến giáo dục pháp luật nhằm bảo đảm công tác truyền thông chính sách được triển khai đồng bộ trong toàn bộ chu trình chính sách; tiếp tục nghiên cứu, sửa đổi các luật liên quan đến công nghệ thông tin, công nghệ số, chuyển đổi số để tạo hành lang pháp lý cho việc phát triển chính phủ số, thúc đẩy ứng dụng công nghệ số trong hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật.

*Với Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ*

Xây dựng, ban hành Quy chế phối hợp liên ngành trong hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật.

Xây dựng chiến lược truyền thông số tổng thể; đầu tư phát triển hạ tầng số và nền tảng dữ liệu tập trung.

Ban hành cơ chế tài chính đặc thù cho các hoạt động truyền thông chính sách ứng dụng công nghệ số, cho phép linh hoạt trong việc thanh toán các dịch vụ số, sản xuất nội dung đa phương tiện và hợp tác với các đơn vị cung cấp dịch vụ công nghệ.

Xem xét bổ sung tiêu chí về hiệu quả truyền thông chính sách, mức độ hài lòng của người dân vào bộ tiêu chí đánh giá hiệu lực, hiệu quả hoạt động của các cơ quan nhà nước.

Phân bổ ngân sách trung hạn cho Bộ VHTTDL và các địa phương triển khai truyền thông số.

*Với Bộ VHTTDL*

Nghiên cứu, trình Chính phủ sửa đổi, bổ sung Nghị định 147/2024/NĐ-CP ngày 9-11-2024 của Chính phủ quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ internet và thông tin trên mạng nhằm siết chặt quản lý thông tin trên môi trường mạng, chống tin giả.

Thành lập một Tổ công tác hoặc Bộ phận thường trực về truyền thông chính sách lĩnh vực VHTTDL.

Xây dựng và ban hành “Quy trình mẫu” và “Cẩm nang hướng dẫn chi tiết” về truyền thông chính sách ứng dụng công nghệ số để các địa phương tham khảo thực hiện.

Tổ chức các lớp đào tạo chuyên sâu về kỹ năng truyền thông số, báo chí đa phương tiện cho đội ngũ cán bộ làm công tác truyền thông của ngành VHTTDL, tập huấn về việc triển khai thực hiện truyền thông theo mô hình đề xuất.

Bố trí ngân sách riêng hoặc lồng ghép trong các đề án chuyển đổi số của ngành cho các hạng mục: đào tạo, tập huấn, bồi dưỡng nâng cao năng lực số, thuê chuyên gia tư vấn, mua sắm các công cụ số nâng cao (nếu cần), sản xuất nội dung đa phương tiện chất lượng cao.

*Đối với UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương*

Bố trí nhân sự chuyên trách về truyền thông chính sách tại các Sở; đẩy mạnh hợp tác công tư (PPP) trong truyền thông chính sách: khuyến khích và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp công nghệ, doanh nghiệp du lịch, truyền thông tại địa phương tham gia đồng hành, hỗ trợ các chiến dịch truyền thông chính sách (ví dụ: tài trợ data, chạy quảng cáo, cung cấp nền tảng).

*Với các cơ quan báo chí, truyền thông*

Phối hợp với Bộ VHTTDL sản xuất chuyên mục định kỳ (video, podcast, infographic) giải thích pháp luật; thường xuyên truyền thông chính sách VHTTDL trên nền tảng số.

Đổi mới sáng tạo nội dung, hình thức truyền thông; tích cực tham gia định hướng dư luận và phản biện xã hội. Tăng cường vai trò phản biện, giám sát, góp phần nâng cao tính minh bạch chính sách.

Chỉ có sự vào cuộc đồng bộ, quyết liệt của cả hệ thống chính trị và sự tham gia tích cực của toàn xã hội, hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật về VHTTDL mới thực sự đổi mới, góp phần hiện thực hóa các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước vào cuộc sống, thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành VHTTDL Việt Nam ■

P.C.T

**Tài liệu tham khảo**

1. Grunig, J. E., & Hunt, T., *Managing Public Relations (Quản trị quan hệ công chúng)*, Holt, Rinehart and Winston, 1984.

2. Grunig, J. E., Grunig, L. A., & Dozier, D. M., *Excellent public relations and effective organizations: A study of communication management in three countries (Quan hệ công chúng xuất sắc và các tổ chức hiệu quả: Nghiên cứu về quản lý truyền thông tại ba quốc gia)*, Lawrence Erlbaum Associates, 2002.

3. Lasswell, H. D., *The structure and function of communication in society (Cấu trúc và chức năng của truyền thông trong xã hội)*, trong L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas (Sự truyền đạt các tư tưởng)*, 1948, tr.37-51.

4. Organisation for Economic Co-operation and Development, *Innovative Citizen Participation and New Democratic Institutions: Catching the Deliberative Wave (Sự tham gia sáng tạo của công dân và các thể chế dân chủ mới: Bắt nhịp làn sóng thảo luận)*, OECD Publishing, 2020.

5. OECD, *OECD report on public communication: The global context and the way forward (Báo cáo của OECD về Truyền thông công chúng: Bối cảnh toàn cầu và định hướng tương lai)*, OECD Publishing, 2021.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 15-8-2025; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 11-9-2025; Ngày duyệt đăng: 21-9-2025.