

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN**

---

**NGUYỄN THU TRANG**

**TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH TRONG HOẠCH ĐỊNH CHÍNH  
SÁCH CÔNG VÀ MỘT SỐ GỢI Ý CHO VIỆT NAM**

Chuyên ngành: Chính trị học

Mã số: 9310201.01

**TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ CHÍNH TRỊ HỌC**

**Hà Nội – 2023**

Công trình được hoàn thành tại: Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội

Người hướng dẫn khoa học: **1. PGS.TS. NGUYỄN THÀNH LỢI**  
**2. TS. NGUYỄN DUY QUỲNH**

Phản biện: .....

.....

Phản biện: .....

.....

Phản biện: .....

.....

Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng cấp Đại học Quốc gia chấm luận án tiến sĩ họp tại .....

vào hồi        giờ        ngày        tháng        năm 20...

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam
- Trung tâm Thông tin - Thư viện, Đại học Quốc gia Hà Nội

**DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN  
ĐẾN LUẬN ÁN**

1. Nguyễn Thu Trang (2020), “Kinh nghiệm truyền thông chính trị ở một số Quốc gia và gợi ý tham khảo đối với Việt Nam”, *Tạp chí Cộng sản* (956), tr. 105-111.
2. Nguyễn Thu Trang (2021), “Truyền thông chính trị trong thời đại công nghệ số tại các nước trên thế giới”, *Tạp chí Giáo dục Lý luận* (319-320), tr. 109-114.
3. Nguyen Thu Trang (2022), “The role of political communication in the fight against COVID-19 in Vietnam”, *International Journal of Social Science and Human Research*, Vol 5 (4), pp.1315-1324.
4. Nguyen Thu Trang (2022), “The Uniqueness of Ho Chi Minh in Political Communication”, *International Journal of Social Science and Human Research*, Vol 5 (9), pp.1315-1324.
5. Tran Truong Gia Bao & Nguyen Thu Trang (2022), “Impact of the mass media on political education for undergraduate students (case study of a public university in the Mekong Delta)”, *Proceedings of the first International Conference on the Issue of Social Sciences and Humanities*, VNU University of Social Sciences and Humanities, Hanoi.

# MỞ ĐẦU

## 1. Lý do chọn đề tài

Luận án lựa chọn nghiên cứu về truyền thông chính sách (TTCS) trong hoạch định chính sách công (HĐCSC) và một số gợi ý tham khảo cho Việt Nam với những lý do cụ thể sau:

*Thứ nhất*, hoạt động TTCS đang ngày càng nhận được nhiều sự quan tâm. Tại Việt Nam, trong hội nghị trực tuyến toàn quốc về công tác TTCS với chủ đề “Nhận thức - Hành động - Nguồn lực”, Thủ tướng Phạm Minh Chính đã kết luận cần phải đẩy mạnh và đổi mới hoạt động TTCS vì công tác này có vai trò rất quan trọng, làm tốt công tác TTCS sẽ mở ra những nguồn lực lớn, tạo nên sức mạnh lớn, mang lại hiệu quả cao trong xây dựng, thực thi chính sách.

*Thứ hai*, TTCS tại Việt Nam đang dần có sự thay đổi về cách thức và phương tiện theo sự phát triển chung của xã hội. Tuy nhiên, thực tế cho thấy do thiếu nhiều công trình nghiên cứu chuyên sâu và thiếu chu trình hoàn thiện về TTCS trong HĐCSC mà hiệu quả của công tác này mang lại vẫn chưa được cao trong khi nhu cầu áp dụng thì ngày càng lớn.

*Thứ ba*, trong một vài năm trở lại đây, xu hướng nghiên cứu riêng biệt về TTCS nói chung và TTCS trong HĐCSC nói riêng đang được thay đổi nhanh chóng, đặc biệt là sau sự thành công của TTCS tại nhiều nước trong cuộc chiến phòng chống COVID-19. Vì vậy mà nhiều nhà nghiên cứu và nhiều chính phủ tại các nước đang dần thay đổi suy nghĩ của mình và ngày càng chú trọng vào công tác TTCS hơn bao giờ hết. Ở một vài trường đại học uy tín trên thế giới, họ thậm chí đã bắt đầu thành lập nên bộ môn riêng về TTCS như Trường Đại học Quốc gia của Australia (Australian National University) hay Viện Công nghệ Massachusetts của Mỹ (Massachusetts Institute of Technology).

*Thứ tư*, quá trình TTCS lại phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố như môi trường chính trị, hệ thống pháp luật và quan điểm của các nhà lãnh đạo tại mỗi quốc gia. Do đó, việc nghiên cứu về mối quan hệ của TTCS trong HĐCSC lúc nào cũng mang tính cấp thiết.

*Thứ năm*, trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, cùng với sự phát triển của công nghệ khoa học kỹ thuật hiện đại, công tác TTCS trong HĐCSC đang ngày càng đặt ra nhiều yêu cầu mới, đòi hỏi cần có sự quan tâm nghiên cứu và đổi mới hơn bao giờ hết.

Với tất cả các lý do trên, tác giả lựa chọn đề tài “**Truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công và một số gợi ý cho Việt Nam**” làm luận án tiến sĩ chính trị học của mình.

## 2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

## **2.1. Mục đích**

Trên cơ sở làm rõ một số khái niệm công cụ, xây dựng khung phân tích về TTCS trong HĐCSC, luận án sẽ phân tích các trường hợp cụ thể ở một số quốc gia nhằm rút ra kinh nghiệm tham khảo và phân tích hoạt động TTCS đối với việc HĐCS tại Việt Nam hiện nay, từ đó gợi ý một số giải pháp nâng cao hiệu quả và đề xuất mô hình TTCS trong việc HĐCSC ở Việt Nam trong thời gian tới.

## **2.2. Nhiệm vụ**

Trên cơ sở mục đích nghiên cứu, luận án có những nhiệm vụ cụ thể sau đây:

*Một là*, làm rõ một số khái niệm công cụ.

*Hai là*, xây dựng khung phân tích TTCS trong HĐCSC.

*Ba là*, tham chiếu một số kinh nghiệm của các nước trên thế giới thông qua những chính sách cụ thể.

*Bốn là*, gợi ý tham khảo từ kinh nghiệm quốc tế và đưa ra khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả và đề xuất mô hình TTCS trong HĐCSC ở Việt Nam.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án**

### **3.1. Đối tượng nghiên cứu**

Luận án xác định đối tượng nghiên cứu là TTCS trong HĐCSC và một số gợi ý cho Việt Nam.

### **3.2. Phạm vi nghiên cứu**

Luận án xác định giới hạn nghiên cứu là các hoạt động TTCS trong HĐCSC tại một số nước và tại Việt Nam chủ yếu kể từ năm 2000. Lý do luận án lựa chọn cột mốc năm 2000 vì đây là giai đoạn TTCS bắt đầu phát triển một cách mạnh mẽ, đồng thời có sự thay đổi về hình thức và phương tiện tiếp cận. Điều này xuất phát từ sự bùng nổ của công nghệ thông tin kèm theo việc chính phủ các nước có những thay đổi về chiến lược truyền thông và vai trò phản hồi của người dân ngày càng được đề cao.

## **4. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu của luận án**

### **4.1. Cơ sở lý luận**

Luận án dựa trên cơ sở lý luận TTCS, quan điểm của Đảng và Nhà nước về TTCS ở Việt Nam. Luận án sử dụng lý thuyết truyền thông, truyền thông chính trị, TTCS để phân tích.

### **4.2. Phương pháp nghiên cứu**

- *Phương pháp phân tích tổng hợp nội dung*: Mục đích sử dụng phương pháp phân tích tổng hợp nội dung của luận án này chủ yếu nhằm để thu thập, phân tích và tổng hợp nội dung các tài liệu tham khảo. Từ việc làm rõ các khái niệm công cụ đến việc nghiên cứu về những trường hợp cụ thể của các nước và tham chiếu với thực tế ở Việt Nam đều cần sử dụng đến phương pháp nghiên cứu này. Luận án sẽ sử dụng song song cả tài liệu trong nước và ngoài nước, được trích dẫn từ những nguồn có uy tín.

- *Phương pháp khái quát hóa, trừu tượng hóa*: Phương pháp này được tác giả sử dụng để xây dựng một số khái niệm công cụ là cơ sở triển khai nội dung của luận án.

- *Phương pháp phỏng vấn sâu*: Để tìm hiểu rõ hơn về cách thức TTCS tại Việt Nam, luận án tiến hành phỏng vấn bốn chuyên gia thuộc các cơ quan báo chí, Ban Tuyên giáo Trung ương, và Vụ Truyền thông và Thi đua khen thưởng thuộc Bộ Y tế để từ đó có cách nhìn cụ thể về thực trạng của hoạt động này ở nước ta.

- *Phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi*: Mục đích của phương pháp này là nhằm thu thập ý kiến của người dân mà cụ thể trường hợp được chọn là hơn 700 cư dân trên địa bàn thành phố Hà Nội tại 7 quận bao gồm: Bắc Từ Liêm, Nam Từ Liêm, Cầu Giấy, Hai Bà Trưng, Hà Đông, Thanh Xuân, và Đống Đa, ngoài việc tăng cường tính đa dạng trong việc thu thập tư liệu tham khảo ra, còn nhằm để hiểu rõ suy nghĩ và thái độ đối với vấn đề của người được thăm dò.

- *Phương pháp so sánh*: Phương pháp này được sử dụng trong quá trình so sánh các trường hợp cụ thể tại một số quốc gia và tại Việt Nam, đồng thời đối chiếu chúng với khung phân tích.

- *Phương pháp phân tích trường hợp*: sẽ được sử dụng trong việc phân tích các ví dụ thực tế tại các nước và tại Việt Nam.

### **5. Đóng góp mới của luận án**

- Luận án đã hệ thống hóa được các nội dung chủ yếu của TTCS trong HĐCSC.

- Luận án đã đưa ra được kinh nghiệm về TTCS ở một số quốc gia trên thế giới.

- Luận án xây dựng khung phân tích về TTCS trong HĐCSC.

- Luận án đưa ra gợi ý tham khảo từ kinh nghiệm quốc tế và một số khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả và đề xuất mô hình TTCS trong HĐCSC ở Việt Nam.

### **6. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận án**

*Ý nghĩa lý luận*: Luận án góp phần làm rõ một số vấn đề lý luận về TTCS, xây dựng khung phân tích về TTCS trong HĐCSC, đồng thời đề ra một mô hình phù hợp với đặc điểm của hoạt động này tại Việt Nam.

*Ý nghĩa thực tiễn*: Luận án có thể làm tài liệu tham khảo, nghiên cứu và học tập về TTCS tại các cơ sở đào tạo và là nguồn tham khảo cho các hoạt động TTCS tại Việt Nam.

### **7. Kết cấu của luận án**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, nội dung của luận án được kết cấu thành 4 chương với 12 tiết.

# Chương 1

## TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

### 1.1. Các nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án

Có một thực tế cho thấy rằng, các tài liệu nghiên cứu tại Việt Nam về TTCS còn đang rất ít, hầu hết là những bài viết tham luận cho các hội thảo khoa học mà nội dung thường xoay quanh việc giới thiệu chung về khái niệm truyền thông hay TTCS, mô hình hiệu quả của một số nước, thực trạng của hoạt động này ở Việt Nam và một số giải pháp đề nâng cao năng lực của TTCS. Vì vậy mà trong từng nội dung đã nêu ở trên, tài liệu nước ngoài thường sẽ chiếm số lượng chủ yếu hơn so với tài liệu trong nước. Ngoài ra, tác giả cũng sẽ đưa thêm nhiều tài liệu tham khảo khác nữa trong suốt quá trình thực hiện luận án.

#### 1.1.1. Các nghiên cứu về hoạch định chính sách công

Các tài liệu được sử dụng gồm có: cuốn sách “*Hoạch định và phân tích chính sách công*” do PGS.TS Nguyễn Hữu Hải chủ biên; cuốn sách “*Hoạch định và thực thi chính sách công*” do nhóm tác giả gồm PGS.TS. Nguyễn Hữu Hải, TS. Lê Văn Hòa, PGS.TS. Lê Chi Mai, PGS.TS Phạm Đức Chính biên soạn; bài viết “*Quy trình hoạch định chính sách và kiến nghị nhằm nâng cao năng lực chính sách của đại biểu Quốc hội*” bởi tiến sĩ Nguyễn Trọng Bình, giảng viên Học viện Chính trị khu vực IV trên tạp chí Nghiên cứu Lập pháp thuộc viện Nghiên cứu Lập pháp - Ủy ban thường vụ Quốc hội; cuốn sách “*A pre-view of policy sciences*” xuất bản năm 1971 của tác giả Harold Lasswell; cuốn “*Public policy-making*” của James Anderson; cuốn sách “*An introduction to the policy process: theories, concepts, and models of public policy making*” của nhà nghiên cứu về chính trị học Thomas A. Birkland từ đại học North Carolina của Hoa Kỳ; cuốn sách “*Public policy making: process and principles*” của giáo sư Larry N. Gerston thuộc đại học San Jose - Mỹ; bài nghiên cứu “*Embedding persuasive features into policy issues: Implications to designing public participation processes*” của nhóm tác giả Habin Lee, Aggeliki Tsohou, và Youngseok Choi từ trường Đại học Luân Đôn và đại học Ionian, vương quốc Anh; nghiên cứu “*Politics and the policy process*” của nhóm tác giả Jennier Curtin - giáo sư tại đại học Auckland, New Zealand và Craig Symes - chuyên gia phân tích chính sách của Cơ quan Dịch vụ công tại Australia.

#### 1.1.2. Các nghiên cứu về truyền thông chính sách

Qua nghiên cứu các tài liệu trong nước và thế giới thì có một thực tế cho thấy rằng các học giả quốc tế dường như hay khai thác vào chủ đề truyền thông chính trị nhiều hơn và thường đề cập đến TTCS là một bộ phận, là một nhánh ở trong đó. Trong khi tại Việt Nam, các tác giả có sự tách biệt rõ ràng và cụ thể hơn về chủ đề này.

Các tài liệu gồm có: cuốn sách “*Truyền thông: lý thuyết và kỹ năng cơ bản*” của hai tác giả là PGS.TS Nguyễn Văn Dũng và PGS.TS Đỗ Thị Thu Hằng; cuốn “*Truyền thông chính sách -kinh nghiệm Việt Nam và Hàn Quốc*” là tập hợp những bài tham luận của hội thảo khoa học quốc tế với chủ đề cùng tên; cuốn “*Truyền thông chính sách và đồng thuận xã hội*” cũng của nhà xuất bản Chính trị quốc gia - sự thật năm 2018 (đây cũng là tập hợp những bài tham luận của hội thảo với chủ đề cùng tên); bài viết “*Vai trò và các yêu cầu đối với truyền thông chính sách*” của PGS.TS Trần Thị Thanh Thủy đến từ Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh trên tạp chí Quản lý Nhà nước; “*Giáo trình lý thuyết và kỹ năng truyền thông chính sách*” do tiến sĩ Lương Ngọc Vĩnh là chủ biên.

Như đã đề cập ở trên, các học giả quốc tế thường chỉ khai thác nghiên cứu về truyền thông chính trị, còn TTCS là một nhánh trong đó chứ hiếm khi nghiên cứu chuyên sâu chỉ về TTCS: cuốn sách “*An introduction to political communication*” của tác giả Brian McNair; cuốn sách “*Handbook of political communication*” do tác giả Lynda Lee Kaid.

Tuy nhiên, cũng có một số ít các công trình quốc tế chỉ tập trung khai thác về chủ đề TTCS như sau: nghiên cứu “*What is propaganda*” của giáo sư Ralph D. Casey tại đại học Minnesota, Hoa Kỳ; bài viết “*Public policy marketing: marketing exchange in the public sector*” của học giả Hans Buurma tại Đức đăng trên tạp chí European Journal of Marketing; cuốn sách “*Mind over media*” của tác giả Renee Hobbs - giáo sư thuộc trường Truyền thông và phương tiện truyền thông Harrington, đại học Rhode Island, Hoa Kỳ.

### **1.1.3. Các nghiên cứu về truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công**

Cuốn “*Truyền thông chính sách và năng lực tiếp nhận của công chúng*” do nhà xuất bản Chính trị quốc gia - Sự thật phát hành năm 2019 của nhiều tác giả; cuốn sách “*The nerves of government: models of political communication and control*” của tác giả Karl Deutsch; cuốn sách “*The public persuader: government advertising*” của nhà nghiên cứu về khoa học chính trị người Canada O.J. Firestone; bài viết “*Mass media and public policy*” của nhà nghiên cứu David Stromberg trên tạp chí Khoa học Kinh tế Châu Âu; cuốn “*Public policy and mass media - the interplay of mass communication and political decision making*” do Sigrid Koch-Baumgarten và Katrin Voltmer, bài viết “*Mass communication and public opinion*” của Gerald M. Kosicki trong cuốn “*Political communication in a new era*” của nhà xuất bản Routledge, New York; bài báo khoa học “*The contingency of the mass media's political agenda setting power: toward a preliminary theory*” của hai nhà nghiên cứu Stefaan Walgrave và Peter Van Aelst trong trên tạp chí Journal of communication, bài báo khoa học “*Recursive governance: contemporary political communication and public policy*” của Michael Crozier từ đại học



Melbourne, Australia, bài viết “*Reciprocal effects: toward a theory of mass media effects on decision makers*” của Hans Mathias Kepplinger trên tạp chí quốc tế về xuất bản và chính trị của Đại học Harvard, nghiên cứu “*Investigating journalist influences on political issue agendas at Westminster*” của giáo sư Aeron Davis từ Đại học Luân Đôn; nghiên cứu “*Public policy and the mass media: an information processing approach*” của các chuyên gia về chính trị học và chính sách công của Mỹ - Bryan D. Jones và Michelle Wolfe; nghiên cứu “*Media in the policy process: using framing and narratives to understand policy influences*” của nhóm tác giả do giáo sư Deseraï Crow chủ biên của đại học Colorado Denver, Mỹ và đại học Western Ontario, Canada; cuốn sách “*Politics in the age of mediation*” của tác giả Brian McNair - giáo sư tại đại học Stirling, Scotland; bài viết “*Role of media in policy making: special reference to Afghanistan*” của tác giả Farooq Jan Mangal trên tạp chí International journal of Social sciences and Humanities invention.

## **1.2. Đánh giá kết quả các công trình đã công bố và những vấn đề luận án cần tiếp tục nghiên cứu**

### **1.2.1. Đánh giá kết quả các công trình đã công bố**

Sau khi đã nghiên cứu các công trình trong nước và quốc tế, nghiên cứu sinh nhận thấy những đặc điểm về mặt truyền thông của quá trình hoạch định chính sách (HDCS) như sau: Các nghiên cứu của học giả trong nước và nước ngoài đều cho rằng TTCS là kênh thông tin giữa người làm chính sách và người nhận chính sách. Tuy nhiên các học giả tại Việt Nam chủ yếu đề cập đến chiều từ trên xuống, tức là từ chính phủ lên người dân, trong khi các nhà nghiên cứu quốc tế lại khai thác ở cả hai chiều, từ trên xuống và cả từ dưới lên (từ người dân tác động, phản hồi ngược lại lên chính phủ). Quan trọng hơn nữa, các tài liệu trong nước đang phần lớn thiên về phân tích TTCS tại Việt Nam ở các bước ban hành và thực thi trong khi các giai đoạn đầu của chu trình chính sách, giai đoạn hoạch định còn đang bị bỏ ngỏ.

Về mặt chính trị, hoạt động TTCS đều nhằm để đạt được mục đích chính trị của các chủ thể tham gia. Nếu như các tác giả trong nước lập luận rằng quá trình này để giúp cho chính phủ tuyên truyền, phổ biến các chính sách mới và khiến người dân hiểu, tự nguyện thực hiện theo thì các học giả nước ngoài lại cho rằng nó là kênh tương tác hai chiều, một mặt tương tự như trên, mặt khác là kênh để những người thụ hưởng chính sách nêu lên quan điểm của mình và đóng góp ý kiến phản hồi tới những người làm chính sách nhằm tạo ra những điều chỉnh thích hợp.

Cụ thể hơn nữa, từ nội dung chính của các công trình nghiên cứu trên ta có thể nhận thấy hai xu hướng rõ rệt với tài liệu trong nước và tài liệu nước ngoài. Tài liệu nước ngoài thì đa dạng và khai thác ở nhiều khía cạnh hơn, đặc biệt là luôn theo hướng hai chiều, tác động của truyền thông theo chiều từ trên xuống (từ phía những người làm chính sách tới người dân) và từ dưới

lên (phản hồi của người dân đối với chính sách của Nhà nước) trong khi chủ đề này với tài liệu trong nước còn khá mới mẻ Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản; thực trạng TTCS và các gợi ý để nâng cao hiệu quả cho hoạt động này tại Việt nam, tức là cách thức để giúp những người làm chính sách sử dụng công cụ này một cách hiệu quả, khai thác tập trung vào hướng từ trên xuống mà hầu như đang bỏ ngỏ hướng còn lại. Phần lớn các nghiên cứu được tổng quan trên đều là tập hợp những bài viết, những bài tham luận về TTCS tại các buổi hội thảo khoa học với các chủ đề liên quan.

Tài liệu nước ngoài thì phong phú hơn cả về nội dung và số lượng. Về khía cạnh HĐCS, các công trình phần lớn viết về các bước của chu trình chính sách, và truyền thông luôn được đề cập đến như một nhân tố quan trọng tham gia vào quá trình này. Còn về chủ đề TTCS thì tương tự như các học giả tại Việt Nam, các nhà nghiên cứu của nước ngoài hầu hết cũng đưa ra định nghĩa về khái niệm này. Tuy nhiên, họ khai thác sâu vào việc hoạt động này đóng vai trò như thế nào trong việc tạo ra hiệu quả cho chính sách, những yếu tố tham gia và quyết định đến thành công của nó và cách thức thực hiện nên được tiến hành ra sao. Về TTCS trong HĐCSC thì được đề cập đến ở rất nhiều bài viết và các cuốn sách. Chúng hầu hết tập trung vào việc truyền thông có thể định hướng dư luận trong việc xác định vấn đề và thiết lập chương trình nghị sự. Bằng việc thu hút sự chú ý của người dân vào một vài vấn đề trong rất nhiều vấn đề cùng xuất hiện một lúc, truyền thông khiến họ nghĩ cái gì là quan trọng và cần giải quyết trước nhất để được đưa vào chương trình nghị sự. Bên cạnh đó, các nghiên cứu cũng chỉ ra rằng truyền thông chính là kênh thông tin chính để người dân tiếp cận với các hoạt động chính trị và nội dung của các đề xuất và chính sách mới. Truyền thông có chức năng phổ biến thông tin, giáo dục để thay đổi nhận thức, thái độ của người dân. Cuối cùng, truyền thông đóng vai trò là nhân tố giám sát, nhận thông tin phản hồi từ người dân thông qua các cuộc phỏng vấn, các diễn đàn, điều tra ý kiến, v.v... để phản ánh lại tới các nhà HĐCS.

Các học giả Việt Nam thường chỉ đề cập đến TTCS theo hướng một chiều từ Chính phủ lên người dân và tập trung khai thác công tác truyền thông chủ yếu vào giai đoạn khi chính sách đã đi vào cuộc sống mà đang bỏ ngỏ các giai đoạn đầu của chu trình chính sách, đặc biệt là quá trình hoạch định.

Thêm vào đó, chưa có tác giả nào đưa ra khung phân tích về TTCS trong HĐCSC cũng như chưa có tác giả nào giới thiệu khung phân tích về công tác này của Việt Nam.

### ***1.2.2. Những vấn đề luận án cần tiếp tục nghiên cứu***

Mặc dù các công trình trong nước và quốc tế đã khai thác được những khía cạnh như đã đề cập phía trên, tuy nhiên theo nghiên cứu của tác giả, hiện nay chưa có học giả hay công trình chuyên sâu nào đề cập trực tiếp đến

*“Truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công và một số gợi ý cho Việt Nam”*. Thêm vào đó, những nghiên cứu của nước ngoài mới chỉ đang đề cập tập trung vào truyền thông chính trị mà TTCS là một phần trong đó, mà không có nghiên cứu chuyên sâu về TTCS nói riêng. Nghiên cứu trong nước đang phần lớn khai thác về công tác này trong giai đoạn thực thi chính sách mà ít quan tâm đến giai đoạn hoạch định. Ngoài ra, chưa có học giả nào giới thiệu về khung phân tích TTCS trong HĐCSC và chưa đưa ra khung phân tích cũng như đề xuất mô hình về công tác này tại Việt Nam. Vì vậy mà luận án sẽ là nguồn bổ khuyết về mặt lý luận cũng như thực tiễn cho những khoảng trống của chủ đề này. Luận án sẽ tiếp tục phát triển và giải quyết các vấn đề theo hướng: trên cơ sở hệ thống hóa những vấn đề lý luận liên quan đến TTCS, cùng với việc khảo sát thực tế hoạt động này với những trường hợp cụ thể tại một số nước trên thế giới, đồng thời phản ánh về thực trạng TTCS tại Việt Nam, luận án sẽ giới thiệu khung phân tích về TTCS trong HĐCSC và đưa ra một vài gợi ý nhằm nâng cao hiệu quả và đề xuất mô hình cho công tác này ở nước ta.

Các nghiên cứu trong nước và quốc tế chính là nguồn tham khảo vô cùng quý giá cho luận án. Trên cơ sở đó, tác giả sẽ kế thừa những vấn đề về cơ sở lý luận và thực tiễn để phục vụ cho công tác nghiên cứu luận án.

### **Tiểu kết chương 1**

Chương Tổng quan đã khái quát các cơ sở lý luận và các kết quả nghiên cứu của học giả trong và ngoài nước liên quan đến đề tài *“Truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công và một số gợi ý cho Việt Nam”*.

Các nghiên cứu quốc tế đã chỉ ra được vai trò của TTCS trong HĐCSC và tác động mà nó mang lại trong suốt quá trình này theo cả hai chiều từ trên xuống (từ Chính phủ và từ các cơ quan HĐCS xuống tới đối tượng nhận chính sách) và chiều từ dưới lên (từ người dân tác động ngược trở lại lên những người làm chính sách). Tuy nhiên, các tác giả quốc tế thường quan tâm đến tác động của truyền thông tới hoạt động chính trị nói chung và chu trình chính sách công là một phần trong đó hơn là viết về chính sách công nói riêng.

Các học giả Việt Nam thường chỉ đề cập đến TTCS theo hướng một chiều từ Chính phủ lên người dân và đang tập trung khai thác công tác truyền thông chủ yếu vào giai đoạn khi chính sách đã đi vào cuộc sống mà đang bỏ ngỏ các giai đoạn đầu của chu trình chính sách, đặc biệt là quá trình hoạch định.

Thêm vào đó, chưa có tác giả nào đưa ra khung phân tích về TTCS trong HĐCSC cũng như chưa có tác giả nào giới thiệu khung phân tích và đề xuất mô hình về công tác này của Việt Nam.

Tổng quan nghiên cứu của luận án giúp cho tác giả tiếp cận, kế thừa các giá trị nghiên cứu và cung cấp một hệ thống các cơ sở lý luận cũng như những bằng chứng thực tiễn về TTCS trong HĐCSC. Những công trình này chính là nguồn tham khảo quý báu cho công tác nghiên cứu của luận án.

## Chương 2

# MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH TRONG HOẠCH ĐỊNH CHÍNH SÁCH CÔNG

### **2.1. Một số khái niệm cơ bản**

Như đã đề cập, các nghiên cứu về TTCS tại Việt Nam hiện nay đang còn rất ít, và hầu như chỉ tập trung vào việc làm thế nào sử dụng truyền thông nhằm tạo ra hiệu quả cho việc thực hiện chính sách khi chính sách đã được ban hành. Khi đề cập đến quá trình này, những định nghĩa được đưa ra bởi các học giả Việt Nam cũng còn khá sơ sài, chưa mang tính hệ thống. Trong khi đó, các học giả trên thế giới thì lại chỉ đang chú trọng vào truyền thông chính trị mà TTCS là một bộ phận nhỏ của nó chứ chưa có nhiều nghiên cứu chuyên sâu về TTCS. Do đó, khái niệm về TTCS trong HĐCSC lại càng chưa được các học giả trong và ngoài nước khai thác. Vì vậy mà tác giả hy vọng sẽ tổng hợp và khái quát được các khái niệm liên quan đến hoạt động TTCS trong HĐCSC từ nhiều nguồn tài liệu, trong nước và ngoài nước, để từ đó có thể đưa ra một định nghĩa bao quát được các khía cạnh của hoạt động này.

Như vậy, trước tiên để hiểu được TTCS trong HĐCSC thì chúng ta cần phải tìm hiểu các khái niệm liên quan bao gồm truyền thông, truyền thông chính trị, và TTCS.

#### **2.1.1. Truyền thông**

##### **2.1.1.1. Khái niệm truyền thông**

Truyền thông được định nghĩa theo mô hình của Shannon and Weaver

##### **2.1.1.2. Phương tiện truyền thông**

Khái niệm này được dựa trên quan điểm của Deserai A Crow và Denis Mcquail.

#### **2.1.2. Truyền thông chính trị**

##### **2.1.2.1. Khái niệm chính trị**

Khái niệm được đưa ra bởi Herodotus, Platon, Aristotle và Bernard Crick.

##### **2.1.2.2. Khái niệm truyền thông chính trị**

Khi kết hợp nhận định của các nhà nghiên cứu trên thế giới và của Việt Nam, tác giả của luận án khái quát định nghĩa về truyền thông chính trị như sau: *truyền thông chính trị là các hoạt động truyền thông nhằm tương tác và trao đổi thông tin theo hai chiều, chiều từ trên xuống là của các cơ quan, tổ chức và các cá nhân có yếu tố chính trị đến người dân và chiều từ dưới lên, là của người dân phản hồi tới các cơ quan, tổ chức chính trị - xã hội. Cả hai chiều tác động này của mỗi thành tố đều nhằm đạt được những mục tiêu chính trị cụ thể của mình. Trong quá trình thông tin được trao đổi, sự sai lệch so với nội dung gốc ban đầu có thể xảy ra.*

##### **2.1.3. Truyền thông chính sách**

### 2.1.3.1. Chính sách công

Khái niệm chính sách công được dựa trên nhận định của các học giả Guy Peters, Dean. G. Patrick và Văn Tất Thu

### 2.1.3.2. Khái niệm về truyền thông chính sách

Dựa trên các định nghĩa của các học giả Michael Ahn, Ilona Lodewijckx, Đỗ Phú Hải, Trương Ngọc Nam, Bùi Thị Vân kết hợp với đặc điểm của hệ thống chính trị tại Việt Nam, tác giả của luận án đưa ra định nghĩa như sau: *truyền thông chính sách là kênh thông tin hai chiều giữa người làm chính sách và đối tượng tiếp nhận, một mặt vừa giúp giải thích, tuyên truyền và thuyết phục để người dân hiểu, tin và làm theo, mặt khác đây cũng là nguồn nhận phản hồi từ phía người dân nhằm giúp cho chính phủ có những điều chỉnh thích hợp giúp chính sách hoàn thiện và hiệu quả hơn.*

### 2.1.4. Truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công

#### 2.1.4.1. Quá trình hoạch định chính sách công

Quá trình HĐCSC được phân tích dựa trên quan điểm của tác giả Nguyễn Trọng Bình và Thomas Birkland.

#### 2.1.4.2. Khái niệm truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công

Hiện nay các học giả trên thế giới cũng như các học giả trong nước chưa đưa ra khái niệm về TTCS trong HĐCSC. Vì vậy, dựa vào các khái niệm vừa nêu, tác giả của luận án xin đưa ra định nghĩa như sau: *truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công là kênh thông tin hai chiều giữa người làm chính sách và đối tượng tiếp nhận, một mặt vừa giúp giải thích, tuyên truyền và thuyết phục để người dân hiểu, tin và ủng hộ, mặt khác đây cũng là nguồn nhận phản hồi từ phía người dân nhằm giúp cho chính phủ có những điều chỉnh thích hợp giúp ý tưởng chính sách, dự thảo chính sách và chính sách được hoàn thiện hơn ngay từ trong giai đoạn hoạch định.*

2.1.4.3. Các lực lượng tham gia trong quá trình truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công

Các lực lượng tham gia bao gồm: Đảng và chính phủ, các tổ chức công cộng, các đơn vị truyền thông và người dân.

2.1.4.4. Các kênh của truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công

Có hai cách phân loại kênh truyền thông gồm:

*Cách thứ nhất:* kênh truyền thông đại chúng, kênh giao tiếp giữa các cá nhân và kênh giao tiếp của các tổ chức thông tin truyền thông

*Cách thứ hai:* Kênh truyền thông trực tiếp và kênh truyền thông gián tiếp

## 2.2. Các yếu tố tác động đến truyền thông chính sách

### 2.2.1. Về chính trị

Thế chế chính trị quyết định rất lớn đến mục đích và hình thức của TTCS. Từ sự khác nhau về thể chế và các quy định về chức năng và nhiệm vụ của các đơn vị truyền thông mà hoạt động TTCS ở mỗi một quốc gia đều có sự khác biệt.

### ***2.2.2. Các quy định pháp luật về chức năng và nhiệm vụ của các đơn vị truyền thông***

Những điều luật hoặc quy định về nhiệm vụ, quyền hạn và chức năng của các đơn vị truyền thông cũng sẽ ảnh hưởng đến quá trình TTCS. Tại các quốc gia có quy định chặt chẽ đối với các đơn vị truyền thông thì sẽ tránh được việc thông tin đưa ra bị sai lệch, gây ra những hiểu lầm trong dư luận.

Việc quy định chức năng cũng sẽ tạo ra sự khác nhau về các nhân tố tham gia vào quá trình TTCS.

#### ***2.2.3. Yếu tố kinh tế - xã hội***

Điều kiện về kinh tế sẽ quyết định quy mô của hoạt động TTCS. Căn cứ vào ngân sách, cơ sở hạ tầng mà chính phủ tại các nước sẽ quyết định mức độ kinh phí và các phương tiện được sử dụng cho hoạt động này. Đồng thời, các yếu tố về truyền thông văn hóa, con người, dư luận, trình độ học vấn của người dân cũng ảnh hưởng đến nội dung và hình thức truyền tải. Ngoài ra thói quen tiếp nhận thông tin của người dân cũng được xem là một yếu tố tác động đến TTCS.

### ***2.3. Vai trò và tiêu chí đánh giá hiệu quả của truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công***

#### ***2.3.1. Vai trò của truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công***

##### ***2.3.1.1. Giáo dục, phổ biến nội dung chính sách đến với người dân.***

Truyền thông chính sách là kênh thông tin chính giúp cung cấp nội dung chính sách đến với người dân. Quá trình này có thể được tiến hành qua nhiều kênh, dưới nhiều hình thức, có thể thông qua các báo in, tạp chí, đài phát thanh và truyền hình, hoặc qua băng rôn khẩu hiệu, qua các sự kiện xã hội, v.v... Các hoạt động này giúp người dân được cập nhật, nắm được thông tin, hiểu được nội dung của chính sách, các tác động của nó tới họ, từ đó mà có thể làm gia tăng sự tin tưởng và ủng hộ của dân chúng.

##### ***2.3.1.2. Thuyết phục người dân ủng hộ chính sách***

Người làm chính sách thông qua các hoạt động truyền thông khiến người dân hiểu về những lợi ích mà chính sách sẽ mang lại. Từ đó mà chính phủ sẽ nhận được sự đồng tình và ủng hộ từ phía người dân. Để đạt được sự đồng thuận xã hội như vậy, các nhà lãnh đạo nên hiểu rõ về nguyện vọng và ý kiến của người dân bằng việc tiến hành các cuộc khảo sát hoặc trưng cầu dân ý.

##### ***2.3.1.3. Phản hồi ý kiến từ phía người dân tới các nhà hoạch định chính sách để có những điều chỉnh thích hợp***

Khi một chính sách được ban hành thì sẽ rất dễ vấp phải nhiều ý kiến trái chiều hoặc thậm chí là sự không đồng tình của đa số hoặc chỉ một bộ phận dân chúng. Những lúc như thế chính phủ các nước thường phải tiến hành tiếp cận được với số đông dân chúng, tìm kiếm, thu thập, điều tra thông tin sau đó chất lọc để từ đó phân tích và xem xét thực tế của việc ban hành chính sách.

Việc làm này giúp cho chính sách không bị một chiều giống như các mô hình cũ, chỉ có từ các nhà lãnh đạo xuống dân chúng mà không có chiều ngược lại. Thông qua các phương tiện truyền thông, người dân có thể đóng góp ý kiến của mình tới những người HĐCS để từ đó có những điều chỉnh phù hợp.

### **2.3.2. Tiêu chí đánh giá hiệu quả của truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công**

Có rất nhiều tiêu chí để đánh giá mức độ hiệu quả của TTCS trong HĐCSC, nhưng chúng có thể được tóm gọn trong những ý chính sau đây:

*Tiêu chí đầu tiên*, để đánh giá sự hiệu quả của một chiến dịch TTCS phải kể đến đó là mức độ thay đổi trong tư tưởng và nhận thức của đối tượng tiếp nhận.

*Thứ hai*, tần suất của các hoạt động TTCS, thể hiện ở chỗ nội dung và lợi ích của chính sách có được xuất hiện liên tục, liền mạch, đồng loạt và nhất quán trên các phương tiện thông tin hay không.

*Thứ ba*, hoạt động TTCS có được thực hiện trên nhiều loại hình phương tiện thông tin với các hình thức và nội dung phong phú hay không.

*Thứ tư*, tiêu chí về nội dung thông điệp. Thông điệp truyền tải đi phải ngắn gọn, đơn giản, dễ hiểu để giúp người nhận dễ ghi nhớ; nó phải có sức thuyết phục, phải đánh đúng và trúng vào tâm lý người nghe.

*Thứ năm*, đối tượng tiếp nhận nội dung truyền thông cần phải được đặt lên hàng đầu. Chính phủ cần phải tiến hành thăm dò dư luận để hiểu hơn về thái độ cũng như những tâm tư, nguyện vọng của người dân để khi thông điệp được đưa ra, nó sẽ phù hợp và gắn sát với tâm lý của người nghe nhất, từ đó mà gia tăng mức độ tham gia của quần chúng vào trong quá trình thực hiện chính sách.

*Thứ sáu*, việc hoạt động TTCS cần sử dụng hợp lý nguồn nhân lực, cơ sở hạ tầng và kinh phí.

## **2.4. Những lý thuyết cơ bản liên quan đến truyền thông chính sách**

Các học giả trên thế giới hiện nay chỉ đang đề cập đến khái niệm truyền thông chính trị chứ chưa có nghiên cứu chuyên sâu về TTCS nói riêng, vì vậy mà các học thuyết hiện có cũng chủ yếu về truyền thông chính trị nói chung mà TTCS là một phần trong đó. Tuy nhiên, trong phạm vi nghiên cứu của luận án, tác giả sẽ tập trung vào những lý thuyết phù hợp nhất với hoạt động TTCS.

### **2.4.1. Lý thuyết về sự định hướng**

Lý thuyết về sự định hướng có thể hiểu một cách đơn giản là các chính trị gia khiến các phương tiện truyền thông đưa tin về cái gì. Có thể nói là nó đặc biệt đề cao vai trò của các nhà lãnh đạo, của những người làm chính sách. Được xuất hiện từ năm 1973 khi tác giả Leon V. Sigal đề cập trong bài báo “Reporters and officials”, nó tiếp tục được phát triển bởi Herbert J. Gans vào năm 1979 và cho đến năm 1990 thì được hệ thống hóa thành lý thuyết nhờ vào tác giả W. Lance Bennett.

Lý thuyết này sẽ được sử dụng để đối chiếu với các trường hợp TTCS trong thực tế tại các nước ở chương sau, khi Chính phủ đóng vai trò chủ động và là nhân tố định hướng truyền thông, cụ thể là với trường hợp đạo luật hạn chế thuốc lá tại Mỹ và dự án xây dựng hệ thống xe buýt nhanh tại thành phố Lagos, Nigeria.

#### **2.4.2. Lý thuyết phán đoán**

Lý thuyết này không nghiêng về tầm quan trọng của truyền thông hay của những nhà HĐCS mà nó đứng ở thế trung lập khi chỉ ra rằng các chính trị gia hay truyền thông đều cố gắng tạo ra tầm ảnh hưởng của bên mình nhưng không bên nào giành được ưu thế hơn bên nào mà nó tùy thuộc vào hoàn cảnh, vào điều kiện của mỗi trường hợp xảy ra. Hai đối tượng này có xu hướng hợp tác, mang đến lợi ích cho nhau hơn là đối đầu.

Lý thuyết phán đoán sẽ được sử dụng trong việc so sánh và giải thích về các hoạt động TTCS với các trường hợp thực tế tại các nước ở chương 3, khi chính phủ và các cơ quan truyền thông có xu hướng hợp tác và hỗ trợ lẫn nhau. Trường hợp cụ thể được đưa ra là quy định bắt buộc đeo khẩu trang khi đi ra ngoài và ở nơi công cộng trong giai đoạn phòng chống đại dịch COVID-19 tại Mỹ.

#### **2.4.3. Lý thuyết đóng khung**

Lý thuyết đóng khung lần đầu được đưa ra bởi Erving Goffman vào năm 1974. Về cơ bản, lý thuyết này chỉ ra rằng cách mà một thông tin hay một sự việc được truyền tải tới khán giả (tại sao và như thế nào mà sự việc phát sinh, tại sao chúng lại quan trọng và cách phù hợp để giải quyết chúng) sẽ ảnh hưởng đến lựa chọn của mọi người về cách xử lý thông tin đó và nhận thức của họ về thực tế chính trị.

Lý thuyết đóng khung sẽ được áp dụng cho việc so sánh và giải thích một vài trường hợp cụ thể trong thực tế ở chương 3. Các ví dụ này đều cho thấy một xu hướng trong quá trình TTCS đó là chính phủ và các đơn vị truyền thông có thể định hướng dư luận. Chính sách năng lượng ở Hàn Quốc và các quy định về kiểm soát đại dịch COVID-19 tại Đức sẽ được đưa ra thảo luận.

#### **2.4.4. Lý thuyết dòng chảy hai bước và đa bước trong truyền thông**

Lý thuyết này mô tả việc hầu hết mọi người hình thành quan điểm của họ không phải trực tiếp từ những gì thu nhận được từ các phương tiện thông tin đại chúng mà dưới ảnh hưởng của những người dẫn dắt dư luận, những người này lại bị ảnh hưởng bởi thông tin từ các cơ quan truyền thông. Đây chính là hai bước trong truyền thông. Sự ảnh hưởng từ những cá nhân này lên quần chúng làm thay đổi suy nghĩ và hành vi của họ nhanh hơn là một bài báo hay một bản tin trên các đài phát thanh truyền hình do họ đã có mối liên hệ và sự tin tưởng từ trước với những người này. Lý thuyết dòng chảy đa bước là bước phát triển hơn của lý thuyết dòng chảy hai bước. Thay vì chỉ dừng lại ở hai bước như vừa kể trên, lý thuyết này chỉ ra rằng dòng thông tin



có thể phát triển đa hướng tùy vào mối quan hệ cá nhân của những người dẫn dắt dư luận với cộng đồng của họ.

Lý thuyết này sẽ được dùng để giải thích ví dụ thực tế TTCS tại một số quốc gia và tại Việt Nam ở các chương tiếp theo.

## **2.5. Mô hình và khung phân tích của truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công**

### **2.5.1. Mô hình truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công**

Luận án giới thiệu mô hình của Pippa Noris, xuất phát từ mô hình của truyền thông chính trị.

### **2.5.2. Khung phân tích truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công**

Dựa vào nghiên cứu lý thuyết, mô hình của các học giả trên thế giới tác giả của luận án đã xây dựng khung phân tích hoạt động TTCS chung.

#### **Tiểu kết chương 2**

Như vậy, hiện nay các khái niệm cụ thể về TTCS nói chung và TTCS trong HĐCSC nói riêng chưa được các học giả trên thế giới đề cập nhiều, mà đa phần họ thường tập trung vào định nghĩa về truyền thông chính trị mà TTCS là một bộ phận trong đó. Trong khi ở Việt Nam khái niệm này đã được rất nhiều học giả đưa ra. Tuy nhiên đặc điểm chung của các tác giả trong nước là thường chú trọng vào việc đề cập đến TTCS như một công cụ của Chính phủ nhằm giúp cho chính sách nhận được nhiều sự ủng hộ hơn mà đang bỏ ngỏ chức năng phản hồi. Trên cơ sở kế thừa các giá trị của các nghiên cứu trước đó, tác giả của luận án đã phát triển khái niệm riêng về TTCS và TTCS trong HĐCSC.

Thêm vào đó, hệ thống các lý thuyết liên quan đến TTCS cũng thường được xuất phát từ truyền thông chính trị hoặc từ khía cạnh của truyền thông mà chưa có lý thuyết chuyên biệt cho TTCS. Dựa vào nghiên cứu các lý thuyết và công trình khoa học liên quan, tác giả của luận án đã đưa ra khung phân tích hoạt động TTCS trong HĐCSC.

Tóm lại, hệ thống các khái niệm về truyền thông, truyền thông chính trị, chính sách công, TTCS, TTCS trong HĐCSC đã cung cấp các kiến thức cơ bản cần thiết để hiểu hơn về các chủ thể của đề tài.

Việc cung cấp hệ thống lý luận, thực tiễn và việc giới thiệu khung phân tích về TTCS trong HĐCSC sẽ là cơ sở để giải thích về tình hình thực tế TTCS tại một số quốc gia và tại Việt Nam trong các chương kế tiếp.

## **Chương 3**

# **KINH NGHIỆM TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH TRONG HOẠCH ĐỊNH CHÍNH SÁCH CÔNG Ở MỘT SỐ QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI THÔNG QUA NHỮNG CHÍNH SÁCH CỤ THỂ**

### **3.1. Việc thực thi truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách công ở một số quốc gia thông qua các chính sách cụ thể**

#### **3.1.1. Đạo luật hạn chế thuốc lá tại Mỹ**

Đạo luật hạn chế thuốc lá tại Mỹ lúc đầu nhận được rất nhiều ý kiến trái chiều từ phía những người sử dụng thuốc lá. Việc hút thuốc dường như là một thói quen phổ biến của người Mỹ trong giai đoạn trước. Những người ở phe phản đối đạo luật chỉ ra rằng hạn chế thuốc lá tại Mỹ có thể làm nhiều người trong ngành công nghiệp này bị mất việc, ảnh hưởng đến sự phát triển của nền kinh tế Mỹ và khiến quyền tự do cá nhân bị hạn chế. Trước tình hình như vậy, Chính phủ Mỹ đã đưa ra một loạt biện pháp truyền thông để dần dần làm thay đổi nhận thức và thói quen của người dân. Cho đến giai đoạn hiện nay, đạo luật này đã được thực thi thành công và đang từng bước được thắt chặt, đồng thời liên tục được sửa đổi nhằm ngày càng hạn chế thuốc lá tại Mỹ hơn nữa. Đây là một quá trình lâu dài nhưng đã thể hiện được tính hiệu quả của chính sách. Từ chỗ nhiều người phản đối thì đến thời điểm hiện tại nó đã được đông đảo người dân chấp nhận và ủng hộ. Kinh nghiệm chủ yếu trong trường hợp này cho thấy từ ví dụ này đó là sự bài bản trong công tác TTCS, có đầy đủ các giai đoạn tương đồng với khung phân tích ở chương 2. Ngoài ra sự nhất quán trong thông tin đưa tới người dân cũng luôn được duy trì. Đây là một quá trình bền bỉ, dùng TTCS nhằm làm thay đổi nhận thức của người dân.

#### **3.1.2. Quy định về việc đeo khẩu trang trong giai đoạn phòng chống dịch COVID-19 tại Mỹ**

Khi dịch SARS-CoV-2 mới xuất hiện tại Mỹ, nhiều người dân thậm chí là các thành viên trong Chính phủ, bao gồm tổng thống Donald Trump còn tỏ ra khá chủ quan. Tổ chức WHO và nhiều nhà khoa học tại Mỹ lúc đầu khuyên người dân không cần thiết phải đeo khẩu trang vì khẩu trang không ngăn được virus. Tuy nhiên, sau khi nhiều nước Châu Á thực hiện yêu cầu người dân sử dụng khẩu trang khi đến nơi công cộng và cho thấy kết quả khả quan từ công tác này, chính phủ Mỹ đã ban hành chỉ thị yêu cầu người dân phải đeo khẩu trang khi đi ra ngoài và ở những nơi công cộng. Văn hóa về sự tự do và thói quen không đeo khẩu trang tại nước này đã khiến cho quy định mới vấp phải nhiều ý kiến trái chiều. Đề thuyết phục người dân thực hiện theo nội dung mới ban hành, cả chính phủ Mỹ và các cơ quan truyền thông đều đóng vai trò quan trọng, hỗ trợ lẫn nhau và có sự phối hợp chặt chẽ trong việc cung cấp thông tin tới người dân. Tuy nhiên, ví dụ này lại cho thấy không có quá trình đưa ra dự thảo và hoàn thiện dự thảo chính sách như đã đề cập ở khung phân tích trong chương 2, vì vậy mà hoạt động và vai trò của TTCS cho các bước này cũng bị thiếu vắng. Vì vậy, khi thiếu đi các giai đoạn truyền thông và tương tác thông tin giữa chính phủ và người dân của các bước vừa nêu, người dân không được chuẩn bị tâm lý và cũng không đủ thời gian để được giáo dục, định hướng nhận thức, do đó phản ứng của người

dân Mỹ với quy định bắt buộc đeo khẩu trang trở nên gay gắt. Mặc dù quy định này về sau đã được người dân ủng hộ nhiều hơn, nhưng quá trình thực hiện gặp nhiều khó khăn, tỷ lệ đạt được chưa hẳn cao so với các quốc gia khác.

### ***3.1.3. Chính sách năng lượng hạt nhân của Hàn Quốc***

Trong chiến dịch tranh cử của mình vào năm 2017, tổng thống Moon Jae-in đã tuyên bố sẽ chấm dứt thi công các lò phản ứng hạt nhân Shingori-5 và Shingori-6 để tiến tới việc đặt nền tảng một Hàn Quốc không có hạt nhân. Dự định này của ông Moon vấp phải rất nhiều ý kiến trái chiều, đặc biệt là một làn sóng phản đối mạnh mẽ từ những người ủng hộ năng lượng hạt nhân trong đó có cả đại diện của Đảng Dân chủ cầm quyền lúc bấy giờ. Trước rất nhiều ý kiến trái chiều và áp lực từ dư luận, chính phủ Hàn Quốc đã tiến hành một biện pháp nhằm xoa dịu tình hình, đồng thời tạo ra được sự đồng thuận xã hội đó là tiến hành thảo luận công khai trên diện rộng với người dân. Tổng thống Moon Jae-in lúc bấy giờ cũng khẳng định rằng dù kết quả của việc thảo luận này như thế nào, ông cũng sẽ chấp nhận và làm theo nó. Để kêu gọi toàn dân tham gia vào quá trình này, việc thảo luận công khai này đã được định hướng trong dư luận là vô cùng quan trọng và cần sự tham gia của tất cả mọi người dân; tham gia thảo luận chính là tự mình đã trực tiếp tham gia vào quá trình quyết định đến chính sách năng lượng hạt nhân của nước nhà mà không phải phụ thuộc vào ai cả. Tất cả thông tin cũng được “đóng khung” là sẽ luôn công khai và luôn được cập nhật. Chính phủ Hàn Quốc đã lập ra một hội đồng thực hiện với kế hoạch cụ thể và phạm vi hoạt động rộng khắp trên cả đất nước Hàn Quốc. Việc thảo luận công khai này có thể được xem là một biện pháp TTCS hiệu quả nhằm tạo ra sự đồng thuận xã hội. Tuy nhiên, khi so sánh với khung phân tích TTCS đã được đưa ra ở chương 2, trường hợp này của Hàn Quốc thiếu vắng bước truyền thông khi chính sách mới chỉ còn đang là ý tưởng. Người dân Hàn Quốc chưa có sự chuẩn bị về mặt tâm lý và chưa hiểu hết được mục đích tốt đẹp của chính sách này, cũng chưa nhận thức rõ ràng về những lợi ích mà chính sách đang hướng đến. Ví dụ này cho thấy khi TTCS thiếu đi một bước trong cả quá trình, chính sách rất dễ vấp phải sự phản đối của dư luận, dẫn tới chính sách không được ủng hộ, không thành công, thậm chí phải thay đổi theo chiều hướng khác.

### ***3.1.4. Các quy định về kiểm soát đại dịch COVID-19 tại Đức***

Khi ca COVID-19 đầu tiên được ghi nhận tại Đức vào ngày 27/01/2020, nó đã nhanh chóng lan rộng ra khắp tất cả các bang của nước này chỉ trong vòng hơn một tháng. Trước tình hình diễn biến nhanh và phức tạp của đại dịch như vậy, chính phủ Đức đã đưa ra một loạt các biện pháp kiểm soát, trong số đó, hai yêu cầu gây nhiều tranh cãi nhất trong nội bộ nước Đức phải kể đến đó là cấm tụ tập đông người và đề xuất bắt buộc tiêm vaccine. Tất cả những biện pháp và quy định mới của chính phủ Đức vấp phải sự phản đối mạnh mẽ vì người dân cho rằng đây là hành động kiểm soát thái quá của chính phủ và xâm phạm tới tự do cá nhân.

Trước những diễn biến từ dư luận như vậy, chính phủ Đức đã đưa ra một loạt các biện pháp truyền thông nhằm thuyết phục và xoa dịu những lo lắng của người dân như định hướng truyền thông và “đóng khung” cuộc chiến phòng chống đại dịch COVID-19 là “nhiệm vụ lịch sử”, cần sự hành động của tất cả toàn bộ người dân; tổ chức các chương trình truyền hình; sử dụng ý kiến của người nổi tiếng hoặc các chuyên gia có uy tín, v.v... Nhờ đó mà tỷ lệ người dân ủng hộ và tin tưởng các quy định mới của chính phủ Đức tăng lên, tạo ra hiệu quả cho cuộc chiến phòng chống đại dịch COVID-19 của Đức trong giai đoạn này. Kinh nghiệm của Đức cho thấy những yếu tố chính để quyết định đến thành công của công tác TTCS đó là sự công khai thông tin, sử dụng ý kiến của các chuyên gia, các KOLs, thông điệp gửi đi đánh đúng và trúng vào tâm lý người dân và đặc biệt là mặc dù phải triển khai một cách khẩn trương nhưng vẫn đảm bảo việc giữ vai trò hình thành và hoàn thiện dự thảo của các quy định mới. Trong cả quá trình thực hiện, có những giai đoạn hoạt động TTCS được đẩy mạnh hơn các giai đoạn còn lại nhưng nhìn chung vẫn diễn ra lần lượt theo trình tự, tương đồng với khung phân tích đã nêu ở chương 2.

### ***3.1.5. Xây dựng hệ thống đường riêng cho xe buýt nhanh (BRT) tại Lagos, Nigeria***

Hệ thống phương tiện giao thông công cộng tại thành phố Lagos của Nigeria đã từng được xếp vào hàng kém hiệu quả, không thuận tiện và còn rất đắt đỏ. Vì vậy, ngân hàng Thế giới - World Bank đã chỉ ra rằng cải cách hệ thống phương tiện công cộng tại Lagos chính là vấn đề mấu chốt cho việc phát triển thành phố và việc xây dựng hệ thống xe buýt nhanh hoặc làn đường riêng dành cho xe buýt được xác định là nhiệm vụ trọng tâm. Tuy nhiên, lúc đầu dự án này cũng gặp rất nhiều ý kiến trái chiều đặc biệt là nhóm người mà công việc của họ bị đe dọa bởi hệ thống xe buýt nhanh. Với nhiều người dân tại Lagos lúc đó, họ lo lắng rằng làn đường riêng dành cho xe buýt sẽ chiếm chỗ của các phương tiện giao thông khác, thu hẹp diện tích của đường và vì vậy sẽ còn gặp phải nhiều vấn đề về tắc đường hơn trước. Để giải quyết những phản đối từ phía dư luận, chính phủ Nigeria và chính quyền địa phương tại thành phố Lagos đã đưa ra một loạt biện pháp TTCS trên diện rộng để tiếp cận đến mọi đối tượng nhân dân. Trong chiến dịch này, chính phủ và chính quyền thành phố đóng vai trò trung tâm, là nguồn cung cấp thông tin chính và chủ yếu cho các phương tiện thông tin đại chúng. Ví dụ của Lagos, Nigeria cũng cho thấy các giai đoạn truyền thông có sự tương đồng với các giai đoạn mà khung phân tích ở chương 2 đã đưa ra. Các hoạt động được diễn ra từ rất sớm, ngay từ giai đoạn hoạch định, các công tác giáo dục nhằm thay đổi nhận thức và chuẩn bị tâm lý cho người dân rất hiệu quả.

### ***3.1.6. Chiến dịch tiêm chủng vaccine phòng chống COVID-19 trên diện rộng tại Trung Quốc***

Khi COVID-19 bùng phát ở Trung Quốc, chính phủ nước này đã tìm nhiều biện pháp nhằm kiểm soát đại dịch, trong đó phải kể đến chiến dịch tiêm chủng vaccine trên diện rộng. Lúc đầu, chiến dịch này không được người dân ủng hộ vì họ còn hoài nghi về mức độ an toàn của vaccine. Trong chiến dịch được gọi là “tiền vaccine” tức là các công tác chuẩn bị cho hoạt động kêu gọi người dân tiêm chủng vaccine, Chính phủ Trung Quốc đã sử dụng kết hợp nhiều hình thức TTCS khác nhau trên nhiều phương tiện nhằm hạn chế những luận điểm phản đối vaccine, giáo dục để người dân hiểu về mức độ an toàn cũng như hiệu quả của vaccine, đồng thời xây dựng niềm tin trong cộng đồng, tiến tới việc gia tăng mức độ tự nguyện trong việc tiêm chủng của quần chúng nhân dân. Trước hết là khẩu hiệu, đây là hình thức đã rất phổ biến ở Trung Quốc trong công tác tuyên truyền từ trước đến nay. Trong giai đoạn của đại dịch, những khẩu hiệu này được thiết kế với câu từ và nội dung đánh đúng vào tâm lý của người dân. Song song với việc sử dụng khẩu hiệu, chính phủ nước này cũng áp dụng những biện pháp truyền thông đa dạng khác, thông qua các phương tiện thông tin đại chúng và thông qua các nền tảng mạng xã hội. Các cơ quan truyền thông tại quốc gia này đã sử dụng hai kênh chính để tuyên truyền và tương tác với người dân, bao gồm các kênh thông tin truyền thống như báo in, đài phát thanh, truyền hình và nền tảng mạng xã hội như tài khoản Weibo, các diễn đàn xã hội trực tuyến và báo số. TTCS của Trung Quốc là sự kết hợp giữa các cơ quan thuộc chính phủ, các chính trị gia, các đơn vị truyền thông, các chuyên gia và các hình thức quảng cáo. Khi việc thăm dò thái độ của người dân cho thấy họ đã có sự thay đổi trong suy nghĩ và thái độ với vaccine, chính phủ Trung Quốc mới bắt đầu tiến hành chiến dịch tiêm chủng trên diện rộng. Kết quả cho thấy đây là một chiến dịch hiệu quả khi đến tháng 4 năm 2022, Trung Quốc đã đạt tỷ lệ 87% dân số được tiêm chủng đầy đủ 2 mũi vaccine ngừa COVID-19.

Với đặc trưng của hệ thống chính trị là các cơ quan báo chí và ngôn luận được đặt dưới sự dẫn dắt và giám sát của Đảng Cộng Sản Trung Quốc, thông tin trong cả chiến dịch luôn có sự nhất quán từ trên xuống. Điểm thứ hai đó là chiến dịch truyền thông của Trung Quốc đã xét đến yếu tố văn hóa. Tiếp theo phải kể đến đó là việc kết hợp công nghệ thông tin vào công tác tuyên truyền. Sự chuẩn bị tâm lý cho người dân cũng được thực hiện một cách rất bài bản. Cuối cùng, trường hợp của Trung Quốc thể hiện sự tương đồng với các bước có trong khung phân tích đã nêu ở chương 2.

### **3.2. Kinh nghiệm chung rút ra từ quá trình truyền thông chính sách ở một số quốc gia trên thế giới**

Tất cả các trường hợp TTCS tại các nước vừa được đề cập đều có những đặc điểm chung là hoạt động này đều được tiến hành thông qua các kênh thông tin của chính phủ và qua các phương tiện thông tin đại chúng.

Các hoạt động truyền thông cũng được thực hiện dưới nhiều hình thức và kênh phong phú, Trong mọi trường hợp, việc phối hợp nhịp nhàng và nhất quán giữa chính phủ và các cơ quan truyền thông đều sẽ mang lại hiệu quả cao cho công tác TTCS.

Ví dụ tại các nước cũng cho thấy sự chuyên nghiệp của công tác này khi luôn có một đội ngũ chuyên trách, chịu trách nhiệm về hoạt động của chiến dịch, không chỉ chính phủ mà các bộ trực tiếp liên quan đến chính sách cũng có bộ phận truyền thông riêng.

Ngoài ra, việc sử dụng ý kiến của các chuyên gia, các tổ chức khoa học cũng được nhân mạnh trong hầu hết các trường hợp bởi lẽ đây là nguồn thông tin uy tín, có sức thuyết phục cao với người dân khiến các chính sách của chính phủ được xuất hiện là sản phẩm dựa trên nhiều kết quả nghiên cứu và tư vấn bởi các chuyên gia, chứ không phải do chính phủ tự quyết định.

Thông tin được đưa ra phải luôn nhất quán ngay từ đầu và tần suất xuất hiện cần liên tục bởi lẽ một khi thông tin đưa ra lúc đầu khác với các thông tin về sau sẽ khiến người dân bị hoang mang và giảm sự tin tưởng với chính phủ.

Có thể sử dụng các lý thuyết đóng khung, lý thuyết về sự định hướng lý thuyết phán đoán, lý thuyết dòng chảy hai bước/đa bước để làm nền tảng lý luận và định hướng khi thiết kế hoạt động của các chiến dịch TTCS.

Đặc biệt, thực tế cho thấy những trường hợp có sự tương đồng với các giai đoạn và truyền thông đóng vai trò góp phần hình thành ý tưởng chính sách, giúp tác động đến chính phủ, cơ quan HĐCS, từ đó nảy sinh nhu cầu xây dựng chính sách, giúp hình thành, hoàn thiện dự thảo chính sách và giúp đưa chính sách vào cuộc sống như đã nêu ở khung phân tích giới thiệu trong chương 2 đưa đến hiệu quả cao khi chính sách được ban hành.

### **Tiểu kết chương 3**

Việc tìm hiểu các trường hợp cụ thể về hoạt động TTCS tại các nước cung cấp một cái nhìn cụ thể về các bước tiến hành và cách thức mà chính phủ tại các quốc gia này đã sử dụng. Nó cho thấy sức mạnh của TTCS trong việc tạo ra sự đồng thuận xã hội và mang lại hiệu quả cho chính sách, đồng thời đóng vai trò quan trọng trong cả chu trình chính sách, đặc biệt là ở giai đoạn hoạch định. Từ đó mà ta có thể khẳng định rằng TTCS là điều không thể thiếu đối với quá trình HĐCS. Giống như kinh nghiệm các nước đã cho thấy, hoạt động này cần được tiến hành ngay từ đầu chứ không nên đợi đến lúc chính sách được ban hành và cần có sự thực hiện một cách bài bản.

Nghiên cứu về kinh nghiệm TTCS tại các nước sẽ là tiền đề để đưa ra các khuyến nghị cho Việt Nam ở chương tiếp theo.

## **Chương 4**

### **TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH TẠI VIỆT NAM, GỢI Ý THAM KHẢO TỪ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ**

## **4.1. Thực trạng truyền thông chính sách tại Việt Nam**

### **4.1.1. Quá trình truyền thông chính sách qua nghiên cứu một số chính sách cụ thể**

- Nghị quyết số 32/2007/NĐ-CP về việc bắt buộc đội mũ bảo hiểm.
- Đề án chặt hạ, thay thế 6.700 cây xanh ở Hà Nội năm 2015 theo quyết định số 6816/QĐ-UBND.
- Các quy định về giãn cách xã hội trong giai đoạn phòng chống đại dịch COVID-19.

### **4.1.2. Những thành tựu và hạn chế của truyền thông chính sách tại Việt Nam**

#### **4.1.2.1. Thành tựu và nguyên nhân**

##### *Thành tựu:*

Thứ nhất, trong những năm gần đây, TTCS cho thấy nhiều ưu điểm và ngày càng đóng vai trò quan trọng, “góp phần to lớn vào công tác tuyên truyền quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng; chính sách, pháp luật của Nhà nước...”. Thứ hai, hoạt động này đã có những thành công trong việc phản ánh tâm tư, nguyện vọng của quần chúng, từ đó tạo được sự quan tâm và tham gia của cộng đồng nhiều hơn. Thứ ba, TTCS ngày càng tiếp cận được nhiều bộ phận quần chúng nhân dân hơn. Thứ tư, TTCS đang ngày càng phát huy vai trò quan trọng trong việc mang lại hiệu quả cho chính sách

##### *Nguyên nhân:*

Có được những điều này phải kể đến sự thay đổi trong tư duy và nhận thức của công tác tư tưởng và hoạt động truyền thông cùng với sự chỉ đạo sâu sát của Đảng và Chính phủ; sự tăng cường đầu tư cho cơ sở hạ tầng công nghệ thông qua việc đa dạng hóa các kênh truyền thông; phương thức triển khai và hình thức thực hiện có nhiều sự đổi mới rõ rệt.

#### **4.1.2.2. Hạn chế và nguyên nhân**

##### *Hạn chế:*

Thứ nhất, vai trò của TTCS trong giai đoạn HĐCSC còn bị hạn chế. Thứ hai, việc người dân tham gia góp ý vào quá trình soạn thảo chính sách còn chưa thực sự phát huy tác dụng, đôi khi thông tin vẫn chưa đến được đối tượng tiếp nhận. Thứ ba, mỗi bộ, ngành đều chưa có bộ phận riêng phụ trách chuyên biệt về TTCS trong khi công tác này đòi hỏi cần có nguồn nhân lực có chuyên môn về nội dung chính sách và được đào tạo đầy đủ các kỹ năng truyền thông cơ bản thì mới xây dựng được kế hoạch hoàn chỉnh, toàn diện, đem lại hiệu quả cao.

##### *Nguyên nhân:*

Nguyên nhân cơ bản của các hạn chế này xuất phát từ việc tư duy làm truyền thông chỉ đang quan tâm nhiều nhất vào các bước ban hành, thực thi trong khi các bước “mở đường”, tạo dư luận tích cực trước khi một chính

sách được đưa vào cuộc sống lại chưa được chú trọng; các cơ quan khi soạn thảo chính sách thường hay chỉ lấy ý kiến trong các cơ quan liên quan, tức là chỉ mang tính chất nội bộ mà thường ít công khai hay “xã hội hóa” chu trình chính sách tới người dân hoặc các đối tượng tiếp nhận; chưa có quy định hoặc hướng dẫn cụ thể đối với nguồn nhân lực phụ trách về TTCS tại các cơ quan nhà nước.

## **4.2. Vấn đề đặt ra hiện nay liên quan đến truyền thông chính sách tại Việt Nam**

*Thứ nhất*, khi đưa ra kết luận tại Hội nghị trực tuyến toàn quốc về công tác TTCS với chủ đề “Nhận thức - Hành động - Nguồn lực”, Thủ tướng Phạm Minh Chính đã khẳng định TTCS đóng vai trò rất quan trọng, là một trong những chức năng, nhiệm vụ của các cơ quan của Chính phủ và các địa phương trong quá trình thực hiện nhiệm vụ chính trị của mình. Tuy nhiên, nhận thức về tầm quan trọng của công tác này lại chưa được nâng cao đồng đều ở tất cả các bộ ngành, các cơ quan nhà nước.

*Thứ hai*, Chính phủ chủ trương đổi mới về cách làm TTCS, phải thực hiện công tác truyền thông cả trước, trong, và sau của chu trình chính sách, tức là ở giai đoạn hoạch định, ban hành và đánh giá. Thế nhưng, thực tế cho thấy công tác này ở Việt Nam thường chỉ chú trọng vào giai đoạn ban hành và thực thi.

*Thứ ba*, nhu cầu về TTCS ngày càng lớn, nhưng nguồn lực lại đang còn thiếu và yếu.

*Thứ tư*, TTCS cần tận dụng những ưu việt của thời đại 4.0 nhưng cơ sở vật chất chưa thực sự đáp ứng được yêu cầu này.

*Thứ năm*, hoạt động TTCS được diễn ra liên tục từ Trung ương đến địa phương nhưng lại chưa có công cụ đo lường để đánh giá mức độ hiệu quả của công tác TTCS

## **4.3. Mô hình, gợi ý tham khảo từ kinh nghiệm quốc tế và một số khuyến nghị**

### **4.3.1. Mô hình truyền thông chính sách tại Việt Nam**

Dựa vào các khung lý thuyết đã được những học giả thế giới đề cập ở chương 2, kết hợp với những lập luận về hoạt động này của các nhà nghiên cứu tại Việt Nam, thực tế khảo sát và phỏng vấn ý kiến của các chuyên gia, cùng với đặc điểm của hệ thống chính trị của nước ta, tác giả của luận án đã khái quát quá trình TTCS bằng một mô hình phù hợp với Việt Nam.

### **4.3.2. Gợi ý tham khảo từ kinh nghiệm quốc tế và một số khuyến nghị**

*Một là*, cần hoàn thiện quy định về chu trình TTCS.

*Hai là*, cần xây dựng lực lượng cán bộ truyền thông chuyên trách, đồng thời cần nâng cao chất lượng đào tạo đội ngũ này.

*Ba là*, cần đẩy mạnh công tác giám sát, tổng kết kinh nghiệm về TTCS và xây dựng công cụ đo lường chất lượng.



*Bốn là*, cần hiện đại hóa hạ tầng số nhưng cần đi kèm với biện pháp quản lý thông tin xuyên tạc và tăng cường đấu tranh với truyền thông “bẩn”.

*Năm là*, cần thể chế hóa nhiệm vụ và chức năng của các cơ quan truyền thông - báo chí.

*Sáu là*, cần nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của TTCS trong HĐCS.

#### **Tiểu kết chương 4**

Công tác TTCS ở nước ta trong giai đoạn hiện nay đã có nhiều đổi mới, thay vì chỉ diễn ra một chiều từ trên xuống như trước đây thì người dân đã có nhiều phương tiện và hình thức để nói lên tâm tư và nguyện vọng của mình, các cơ quan truyền thông cũng đóng vai trò ngày càng quan trọng hơn. Tuy nhiên, hoạt động này vẫn đang tập trung phần nhiều vào giai đoạn ban hành và thực thi chính sách mà ít được quan tâm đến các bước tiền đề, đặc biệt trong quá trình hoạch định để tạo ra dư luận tích cực và sự đồng thuận trong xã hội trước khi chính sách chính thức được đưa vào cuộc sống. Nếu công tác này được triển khai từ sớm, ngay từ các bước hoạch định thì quá trình thực hiện chính sách sẽ đạt kết quả cao hơn nữa. Những gợi ý trong phạm vi của luận án hy vọng sẽ giúp ích được phần nào việc nâng cao hiệu quả của hoạt động TTCS tại nước ta.

Tóm lại, TTCS là một yếu tố vô cùng quan trọng, đem lại thắng lợi cho việc thực hiện một chính sách. Vì vậy, trong thời gian tới, công tác này cần được chú trọng và đầu tư một cách toàn diện.

### **KẾT LUẬN**

Truyền thông chính sách trong cả chu trình chính sách công và đặc biệt là trong giai đoạn hoạch định đang ngày càng thu hút được nhiều sự quan tâm của giới học giả và chính phủ các nước. Nó đã và đang cho thấy được nhiều hiệu quả thiết thực theo cả hai chiều, chiều từ chính phủ lên người dân và ngược lại.

Theo chiều từ trên xuống, TTCS là kênh giúp chính phủ phổ biến thông tin, giải thích để người dân hiểu về lợi ích của chính sách, giúp họ dần thay đổi nhận thức và thái độ, từ đó tự nguyện thực hiện, mang lại hiệu quả cho chính sách. Với chiều từ dưới lên là chiều người dân đưa ra các phản hồi và các ý kiến đóng góp, thể hiện tâm tư nguyện vọng của mình tới những nhà HĐCS nhằm giúp chính phủ có những điều chỉnh cần thiết để chính sách đáp ứng được người dân tốt hơn.

Tùy vào điều kiện về kinh tế, chính trị và xã hội mà tại mỗi quốc gia chính phủ hay các cơ quan truyền thông đóng vai trò khác nhau. Ở nhiều trường hợp, các đơn vị truyền thông hoạt động độc lập, đóng vai trò chủ động trong hoạt động này, nhưng ở hầu hết các quốc gia khác, chính phủ

luôn luôn là nhân tố định hướng truyền thông. Cả hai lực lượng này đều có thể tạo ra sự ảnh hưởng đến dư luận.

Tại Việt Nam, các cơ quan báo chí và truyền thông là báo chí cách mạng, chịu sự lãnh đạo của Đảng, sự quản lý của Nhà nước, sự tương hỗ của toàn bộ hệ thống chính trị. Do đó, Đảng định hướng tư tưởng với nội dung của báo chí, Nhà nước quản lý, đồng thời tôn trọng và bảo vệ quyền tự do báo chí. Do vậy trong công tác TTCS, Đảng cũng định hướng tư tưởng còn Chính phủ tổ chức quản lý và thực hiện.

Qua nghiên cứu một số trường hợp thực tế của các nước và một vài chính sách tiêu biểu tại Việt Nam, ta có thể rút ra một vài điểm như sau:

*Thứ nhất*, TTCS là một hoạt động không thể thiếu cho chu trình chính sách, đặc biệt là với quá trình hoạch định. Nó góp phần giúp hình thành ý tưởng chính sách, khiến chính phủ nhận thấy nhu cầu để đưa ra đề án chính sách. Từ việc đưa thông tin tới người dân, sau đó ghi nhận phản hồi, TTCS giúp hoàn thiện dự thảo. Tới giai đoạn ban hành, truyền thông tiếp tục giúp đưa chính sách vào cuộc sống và nhận thông tin phản hồi từ người dân để kịp thời phản ánh lên Chính phủ. Trong mỗi một khâu của quá trình hoạch định, truyền thông luôn là cầu nối giữa chính phủ và người dân. Như vậy, TTCS đóng vai trò là một kênh quan trọng để phổ biến thông tin mới tới người dân, có thể làm thay đổi nhận thức của họ, tạo ra sự đồng thuận xã hội và quyết định đến hiệu quả của việc thực thi chính sách.

*Thứ hai*, hoạt động TTCS đang ngày càng phát triển và có nhiều sự thay đổi cả về nội dung và hình thức, phù hợp với sự phát triển của thời đại công nghệ tiên tiến. Nội dung truyền tải ngày càng thu hút, sáng tạo, cách thức tiếp cận phong phú, được triển khai trên nhiều nền tảng.

*Thứ ba*, những chính sách đạt được sự ủng hộ cao từ phía đối tượng thụ hưởng có đặc điểm chung là thực hiện đầy đủ các bước TTCS như mô hình đã đề xuất ở chương 2. Hoạt động truyền thông được tiến hành từ rất sớm, ngay từ quá trình hoạch định, giúp dọn đường dư luận trước khi đề án chính sách được giới thiệu.

*Thứ tư*, để người dân ủng hộ một chính sách mới, họ cần được tham gia vào quá trình soạn thảo và đóng góp ý kiến ở tất cả các bước của quá trình hoạch định cũng như cả chu trình, phản biện chính sách để tránh trường hợp khi chính sách được ban hành có thể vấp phải sự phản đối mạnh mẽ từ dư luận. Chính sách năng lượng hạt nhân của Hàn Quốc hay đề án chặt hạ và thay thế cây xanh ở Hà Nội là những ví dụ điển hình cho nhận định này.

*Thứ năm*, để tạo được niềm tin với quần chúng nhân dân, thông tin trong quá trình truyền thông được đưa ra giữa các cơ quan, các bộ, ban, ngành cần

nhất quán ngay từ đầu để tránh việc làm đối tượng tiếp nhận bị hoang mang, làm giảm uy tín của chính phủ và các nhà lãnh đạo.

*Thứ sáu*, hoạt động TTCS muốn hiệu quả cần được lên kế hoạch bài bản, các cơ quan truyền thông cần đóng vai trò chủ động và tham gia với tư cách là một lực lượng trong hoạt động TTCS vì họ chính là lực lượng nòng cốt đưa thông tin đến với người dân và nhận phản hồi từ họ thay vì chỉ dừng lại ở vị trí công cụ trung gian.

Thực tế TTCS tại Việt Nam cho thấy hoạt động này vẫn còn đang tập trung nhiều vào các bước ban hành và thực thi mà đang bỏ ngỏ các giai đoạn đầu, đặc biệt là ở giai đoạn HĐCS và chưa chú trọng vào việc dọn đường dư luận, tạo sự đồng thuận xã hội. Mặc dù công tác này cũng đã có nhiều chuyển biến mới, tuy nhiên vẫn cần được quan tâm nhiều hơn nữa. Từ đó mà tác giả đã đưa ra một vài gợi ý nhằm nâng cao hiệu quả TTCS tại Việt Nam như sau:

*Một là*, cần hoàn thiện quy định về chu trình TTCS.

*Hai là*, cần xây dựng lực lượng cán bộ truyền thông chuyên trách, đồng thời cần nâng cao chất lượng đào tạo đội ngũ này.

*Ba là*, cần đẩy mạnh công tác giám sát, tổng kết kinh nghiệm về TTCS và xây dựng công cụ đo lường chất lượng.

*Bốn là*, cần hiện đại hóa hạ tầng số nhưng cần đi kèm với biện pháp quản lý thông tin xuyên tạc và tăng cường đấu tranh với truyền thông “bẩn”.

*Năm là*, cần thể chế hóa nhiệm vụ và chức năng của các cơ quan truyền thông - báo chí.

*Sáu là*, cần nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của TTCS trong HĐCS.

Tóm lại, TTCS là một yếu tố vô cùng quan trọng, đem lại thắng lợi cho quá trình thực hiện một chính sách. Vì vậy, trong thời gian tới, công tác này cần được chú trọng và đầu tư một cách toàn diện hơn nữa.