

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

Káp Thành Long

TRUYỀN THÔNG QUYẾT SÁCH CHÍNH TRỊ TRONG
KHỦNG HOẢNG Ở VIỆT NAM
(NGHIÊN CỨU BÁO CHÍ TRUNG ƯƠNG VÀ KÊNH TUYÊN
THÔNG CHÍNH PHỦ TRONG ĐẠI DỊCH COVID 19)

Chuyên ngành: Báo chí học

Mã số: 9320101.01

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ BÁO CHÍ HỌC

Hà Nội - 2025

Công trình được hoàn thành tại:

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐH Quốc gia Hà Nội

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. Nguyễn Văn Dũng

PGS.TS. Vũ Quang Hào

Phản biện: PGS.TS. Đinh Thị Thúy Hằng

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

Phản biện: PGS.TS. Lê Thanh Bình

Học viện Ngoại Giao Việt Nam

Phản biện: PGS.TS. Phạm Chiến Thắng

Trường Đại học Khoa học Đại học Thái Nguyên

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

MỞ ĐẦU

Đại dịch COVID-19 là một khủng hoảng y tế quy mô lớn, trong thời gian gần hai năm, gây ra cái chết hàng chục ngàn người và hàng chục triệu người bị ảnh hưởng. Truyền thông quyết sách chính trị đóng vai trò then chốt trong việc định hướng dư luận, lan tỏa thông tin chính xác, tạo dựng sự đồng thuận và nâng cao hiệu quả triển khai các biện pháp phòng chống dịch. Bên cạnh những điểm sáng, thực tiễn cũng bộc lộ không ít hạn chế như thiếu sự đồng cảm với nạn nhân, khả năng phản ứng chậm với tin giả, hay truyền thông thiếu tính phản biện.

Trong bối cảnh đó, việc triển khai một nghiên cứu chuyên sâu ở cấp độ tiến sĩ về truyền thông quyết sách chính trị trong tình huống khủng hoảng là hết sức cấp thiết. Nghiên cứu này không chỉ góp phần tổng kết một cách có hệ thống chiến lược truyền thông trong đại dịch COVID-19 của chính phủ Việt Nam, hoạt động truyền thông của một số cơ quan báo chí trung ương mà còn bước đầu định hình khung lý thuyết truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng, đề xuất mô hình truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng ở Việt Nam.

Mục đích nghiên cứu

Luận án này được thực hiện nhằm đạt 3 mục đích sau:

- Bước đầu xây dựng khung lý thuyết nghiên cứu truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng ở Việt Nam.

- Phân tích về truyền thông quyết sách cách ly phong tỏa và quyết sách tiêm vắc xin toàn dân trên báo trung ương và một số kênh truyền thông trên mạng xã hội trong đại dịch COVID-19

- Đề xuất mô hình truyền thông chính sách trong khủng hoảng ở Việt Nam

3. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là Truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng ở Việt Nam (nghiên cứu báo chí Trung ương và kênh truyền thông chính phủ trong đại dịch COVID-19)

4. Phương pháp nghiên cứu

Luận án sử dụng một số lý thuyết về truyền thông để áp dụng vào nghiên cứu như sau:

(1) *Lý thuyết về Thiết lập chương trình nghị sự (Agenda-Setting).*

(2) *Lý thuyết dòng chảy hai bước*

(3) Tác giả sử dụng khung lý thuyết về truyền thông rủi ro của Vincent Covello và hướng dẫn truyền thông trong tình huống khủng hoảng nguy cấp (CERC- Crisis and Emergency Risk Communication - truyền thông trong tình huống khủng hoảng và khẩn nguy) của cơ quan kiểm soát và phòng ngừa dịch bệnh (CDC) Hoa Kỳ.

Phương pháp nghiên cứu cụ thể

Phương pháp phỏng vấn sâu: tác giả phỏng vấn lãnh đạo, quản lý, phóng viên của báo Nhân Dân, Đài truyền hình Việt Nam, Đài

Tiếng nói Việt Nam, Cổng thông tin điện tử chính phủ, báo Vnexpress.net, báo Sức khỏe đời sống, lãnh đạo Cục Phát thanh truyền hình và thông tin điện tử, đại biểu quốc hội...

Phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi anket: Tác giả thu thập và phân tích 359 bảng khảo sát để tìm hiểu phản hồi của công chúng với quá trình truyền thông quyết sách chính trị trong đại dịch.

Phương pháp nghiên cứu nội dung: Tác giả hợp tác với đối tác dữ liệu là công ty TUVA và URAH là đơn vị có thuật toán thu thập dữ liệu, có kinh nghiệm trong thu thập, phân tích, phân loại nội dung trên báo điện tử (phân tích hơn 1000 bài trên báo điện tử Nhân Dân, Vnexpress.net, Sức khỏe đời sống và mạng xã hội gồm fanpage của Bộ Y tế và kênh YouTube của VTV24).

Sau khi có dữ liệu là tác giả kiểm chứng và xây dựng bộ dữ liệu để xử lý, phân loại, thống kê, phân tích dữ liệu.

Giả thuyết nghiên cứu

- Câu hỏi nghiên cứu

Nghiên cứu đề ra 4 câu hỏi nghiên cứu để giải đáp:

Câu hỏi 1: Truyền thông các quyết sách cách ly phong tỏa và quyết sách tiêm vắc xin được triển khai như thế nào trên các kênh báo chí trung ương trong đại dịch COVID-19?

Nhiệm vụ tương ứng: Mô tả và phân tích cách thức truyền thông của báo ND, VTV, VOV, TTXVN, VGP, VNE, SKĐS về 2 quyết sách cách ly phong tỏa và tiêm vaccine.

Câu hỏi 2: Truyền thông quyết sách cách ly phong tỏa và quyết sách tiêm vắc xin toàn dân được thể hiện như thế nào trên mạng xã hội trong đại dịch COVID 19?

Nhiệm vụ tương ứng: Khảo sát và đưa ra nhận xét, đánh giá về truyền thông quyết sách chính trị trong đại dịch COVID 19 trên mạng xã hội của Bộ Y tế, VTV, chương trình Dân hỏi thành phố trả lời.

Câu hỏi 3: Công chúng đánh giá như thế nào về truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng trong đại dịch COVID 19?

Nhiệm vụ tương ứng: Khảo sát, phân tích, chỉ ra đánh giá của công chúng về truyền thông trong đại dịch COVID 19.

Câu hỏi 4. Truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng trong đại dịch COVID 19 để lại những bài học gì, đề xuất giải pháp để nâng cao chất lượng truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng có thể xảy ra trong tương lai?

Nhiệm vụ tương ứng: Chỉ ra những điểm bất cập trong truyền thông quyết sách chính trị trong đại dịch COVID 19 và đề xuất giải pháp.

7. Kết cấu của luận án

Luận án gồm phần mở đầu, phần kết luận và 4 chương:

CHƯƠNG I : CHƯƠNG TỔNG QUAN

CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ TRUYỀN THÔNG QUYẾT SÁCH CHÍNH TRỊ TRONG KHỦNG HOẢNG

CHƯƠNG III: THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG QUYẾT
SÁCH CÁCH LY PHONG TỎA VÀ QUYẾT SÁCH TIÊM VẮC
XIN TOÀN DÂN TRÊN BÁO TRUNG ƯƠNG VÀ MẠNG XÃ HỘI

CHƯƠNG IV: Ý KIẾN CÔNG CHÚNG, VẤN ĐỀ ĐẶT RA
VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TRUYỀN THÔNG
QUYẾT SÁCH CHÍNH TRỊ TRONG KHỦNG HOẢNG

KẾT LUẬN

Chương 1. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

Truyền thông quyết sách chính trị trong bối cảnh khủng hoảng là chủ đề rất quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp đến ổn định xã hội nhưng còn là một lĩnh vực nghiên cứu mới mẻ, chưa được quan tâm đúng mức, đặc biệt tại Việt Nam. Mặc dù lĩnh vực truyền thông chính trị và truyền thông chính sách đã phát triển thành những ngành nghiên cứu độc lập và có truyền thống lâu đời ở nhiều quốc gia, thì giao điểm giữa hai lĩnh vực này - tức truyền thông quyết sách chính trị - vẫn chưa được xác lập một cách hệ thống như một đối tượng nghiên cứu riêng biệt. Điều này dẫn đến một khoảng trống lý thuyết và thực tiễn đáng kể trong việc lý giải cách thức các quyết sách chính trị được truyền thông, tiếp nhận và thảo luận trong bối cảnh khủng hoảng - thời điểm mà tính chính danh, sự tin tưởng vào thể chế được thử thách gay gắt nhất.

Từ khoảng trống nghiên cứu nêu trên, luận án này xác lập đối tượng và phạm vi nghiên cứu cụ thể là: Truyền thông quyết sách chính trị trong tình huống khủng hoảng, với trường hợp điển cứu là truyền thông các quyết sách ứng phó với đại dịch Covid-19 của Chính phủ

Việt Nam trong giai đoạn 2020 - 2022. Định hướng trọng tâm nghiên cứu của luận án:

Góc độ tiếp cận: Chính trị - truyền thông trong khủng hoảng:
Luận án tiếp cận truyền thông quyết sách chính trị như một điểm giao thoa giữa hai lĩnh vực truyền thông chính trị và truyền thông chính sách, trong bối cảnh đặc thù là tình huống khủng hoảng. Khác với các tiếp cận kỹ trị (technocratic) vốn chỉ tập trung vào hành động điều hành của nhà nước, hay tiếp cận chức năng (functionalist) nhìn truyền thông như công cụ truyền đạt mệnh lệnh hành chính, luận án này coi truyền thông quyết sách là một quá trình xây dựng chính danh chính trị thông qua tương tác truyền thông với công chúng. Trong các tình huống khủng hoảng, việc truyền đạt các quyết sách không chỉ nhằm thông báo, mà còn nhằm tạo dựng sự chấp nhận xã hội, làm dịu căng thẳng, duy trì sự ổn định và củng cố lòng tin. Do đó, truyền thông quyết sách cần được nghiên cứu như một diễn ngôn chính trị có chiến lược.

Khung lý thuyết: Tổng hợp từ lý thuyết truyền thông khủng hoảng và chính danh chính trị. Ngoài các lý thuyết truyền thông phổ biến, đã được sử dụng nhiều như: lý thuyết không gian công, lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự, lý thuyết sử dụng và hài lòng, lý thuyết dòng chảy hai bước, Luận án áp dụng Risk Communication của Vincent Covello và hướng dẫn CERC của CDC Hoa Kỳ để phân loại các chiến lược truyền thông được sử dụng. Việc kết hợp các khung lý thuyết này cho phép luận án không

chỉ mô tả mà còn lý giải cơ chế truyền thông quyết sách chính trị như một tiến trình phức hợp giữa tính toán chiến lược, hình ảnh chính trị và khả năng thuyết phục tạo đồng thuận xã hội.

Về phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu: Luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, kết hợp giữa: (1) Phân tích diễn ngôn truyền thông chính sách, để giải mã cách các quyết sách được đóng khung, diễn giải và định hướng tiếp nhận, và (2) Phân tích nội dung định hướng lý thuyết, dựa trên các khung lý thuyết risk communication của Vincent Covello và tham chiếu thêm Hướng dẫn truyền thông trong khủng hoảng CERC của CDC Hoa Kỳ.

Tác giả sử dụng chủ yếu với ba phương pháp nghiên cứu cụ thể gồm phương pháp phỏng vấn sâu (phỏng vấn lãnh đạo, phóng viên các cơ quan báo chí trung ương; phỏng vấn chuyên gia về báo chí truyền thông; phỏng vấn cán bộ cơ quan nhà nước của Cục PTTT và TTĐT, bộ TTTT; phỏng vấn lãnh đạo Vụ Truyền thông Bộ Y tế); tác giả sử dụng phương pháp phân tích nội dung, kết hợp giữa phương pháp thống kê phân loại thủ công và công nghệ máy học, trí tuệ nhân tạo (AI) để phân tích số lượng lớn mẫu trên báo điện tử và mạng xã hội; Phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi Anket để khảo sát, thu thập, phân tích 359 phiếu khảo sát nhằm phân tích đánh giá của công chúng về truyền thông quyết sách chính trị trong đại dịch COVID 19.

CHƯƠNG 2: CỞ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN TRUYỀN THÔNG QUYẾT SÁCH CHÍNH TRỊ TRONG KHỦNG HOẢNG TẠI VIỆT NAM

Trong chương này, tác giả đã tiến hành hệ thống hóa các khái niệm và nền tảng lý luận làm cơ sở cho toàn bộ luận án, qua đó xác lập khuôn khổ nghiên cứu cho đề tài. Trên cơ sở tham khảo các lý thuyết truyền thông kinh điển và hiện đại, kết hợp với phân tích đặc điểm của truyền thông chính sách trong bối cảnh khủng hoảng, tác giả đã đề xuất và luận giải hai khái niệm trung tâm: “quyết sách chính trị” và “truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng”. Đây là những khái niệm chưa được chuẩn hóa trong hệ thống nghiên cứu truyền thông chính trị hiện nay, và vì vậy, chắc chắn còn nhiều tranh luận, đặc biệt về phạm vi, nội hàm và tính ứng dụng. Tuy nhiên, tác giả cho rằng chính sự mới mẻ và khả năng gợi mở đó là một giá trị học thuật quan trọng, góp phần định hình một nhánh nghiên cứu mới – truyền thông quyết sách trong khủng hoảng, một lĩnh vực chuyên biệt nhưng ngày càng đóng vai trò thiết yếu trong quản trị nhà nước hiện đại.

Tác giả đề xuất nội hàm cho khái niệm “quyết sách chính trị”:

Quyết sách chính trị là một dạng chính sách công đặc biệt do các chủ thể cầm quyền đưa ra dưới hình thức quyết định hành pháp nhằm giải quyết một vấn đề chính trị-xã hội trọng yếu, thường trong bối cảnh khủng hoảng, đề ra yêu cầu cấp thiết về quản trị, ổn

định xã hội. Quyết sách chính trị có tính chỉ đạo, bắt buộc thi hành, tác động đến đông đảo công chúng và tạo ra sự thay đổi rõ rệt trong đời sống xã hội.

Bản chất từ quyết sách được ghép bởi từ quyết và từ sách, có thể “chiết tự” hai từ này để làm rõ nội hàm của khái niệm. "Quyết" mang nghĩa quyết định, thể hiện yếu tố dứt khoát, có tính lựa chọn trong số nhiều khả năng. Trong bối cảnh chính trị, "quyết" là hành vi khẳng định ý chí và lập trường của chủ thể cầm quyền trước một vấn đề cụ thể, đòi hỏi phải có sự đánh giá tình hình, cân nhắc lợi ích, và xác định phương án hành động tối ưu.

"Sách" trong "quyết sách" không mang nghĩa là sách vở, mà là từ Hán Việt có nghĩa là kế sách, sách lược, tức là phương hướng hành động cụ thể, có hệ thống nhằm đối phó với một thách thức nghiêm trọng xảy ra.

Khi kết hợp lại, "quyết sách" là sự lựa chọn một cách dứt khoát một kế sách cụ thể để giải quyết vấn đề đặt ra, dựa trên cơ sở phân tích, đánh giá, và phù hợp với mục tiêu chung về chính trị, kinh tế – xã hội. Trong thực tiễn, quyết sách chính trị thường được thể hiện qua các văn bản như nghị quyết, chỉ thị, các quyết định điều hành của chính phủ

Truyền thông quyết sách chính trị trong trong khủng hoảng

Khi khủng hoảng lớn ở mức độ khu vực nhiều tỉnh thành hoặc quốc gia, như thiên tai (động đất, sóng thần) hay dịch bệnh xảy ra,

chính cơ quan có trách nhiệm cao nhất trong xử lý khủng hoảng sẽ là cơ quan sử dụng truyền thông như một phương tiện để góp phần giảm thiểu thiệt hại của khủng hoảng. Tác giả đề xuất nội hàm cho khái niệm truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng:

Truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng là quá trình mà cơ quan lãnh đạo chính trị – đặc biệt là đơn vị tổ chức xử lý khủng hoảng – sử dụng các nguồn lực truyền thông để cung cấp và định hướng thông tin cho công chúng về tình trạng khủng hoảng đang diễn ra, cũng như các quyết sách, biện pháp ứng phó mà chính quyền đang triển khai. Đây là một quá trình truyền thông liên tục, tần suất cao trong thời gian ngắn nhằm tạo đồng thuận xã hội, củng cố niềm tin xã hội, định hướng hành vi tập thể và duy trì sự ổn định chính trị, xã hội trong bối cảnh khủng hoảng.

Về mặt thực tiễn, chương này cũng đã phân tích cơ sở chính trị và pháp lý thể hiện sự quan tâm sâu sắc của Đảng, Nhà nước và Chính phủ đối với vai trò của báo chí trong đại dịch COVID-19.

Trong đại dịch, 2 quyết sách quan trọng, tác động lớn, có nhiều ý kiến trái chiều được tác giả chọn phân tích là:

Quyết sách 1. Quyết sách về cách li, phong toả để ngăn dịch bệnh lây lan

Quyết sách 2. Quyết sách về vắc xin: Thúc đẩy tiêm vắc xin tối đa cho người dân nhanh nhất, độ phủ vắc xin cao nhất có thể trong bối cảnh tâm lý một bộ phận công chúng lo ngại về độ an toàn của vắc xin.

Như vậy, chương “Cơ sở lý luận và thực tiễn” đóng vai trò đặt nền móng cho luận án, xác định rõ vấn đề nghiên cứu, phạm vi tiếp cận và tính chính đáng của đề tài.

Chương 3

THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG QUYẾT SÁCH CÁCH LY PHONG TỎA VÀ QUYẾT SÁCH TIÊM VẮC XIN TOÀN DÂN TRÊN BÁO TRUNG ƯƠNG VÀ MẠNG XÃ HỘI

Trong chương này, tác giả khảo sát các báo trung ương là báo Nhân Dân, báo Vnexpress.net, báo Sức khỏe đời sống, VTV....

Có thể thấy các kênh báo trung ương đã có chiến dịch truyền thông phòng chống COVID-19 thành công với số lượng sản phẩm lớn và nội dung phong phú, đa dạng, bám sát các quyết sách của Chính phủ.

Tác giả phân tích quá trình truyền thông quyết sách cách ly phong tỏa và quyết sách tiêm vắc xin toàn dân ở 3 tiêu chí là Tốc độ, cường độ và tính thuyết phục bởi đây là 3 yếu tố đặc biệt quan trọng khi truyền thông trong bối cảnh khủng hoảng.

Mỗi cơ quan báo chí đã phát huy lợi thế của mình để tạo điểm nhấn nhờ những nét đặc trưng riêng. Các cơ quan báo chí đã triển khai truyền thông với tốc độ nhanh, tần suất dày đặc và đặc biệt là tính thuyết phục cao. Các cơ quan báo chí đã tập trung vào thông tin từ nguồn chính thống như từ Ban chỉ đạo chống dịch, từ văn bản pháp quy, từ chỉ đạo của lãnh đạo Đảng, Nhà nước, Chính phủ; Các

báo dẫn nhiều nguồn tin từ nhà khoa học để nâng cao tính thuyết phục đối với công chúng.

Đối chiếu với lý thuyết của Vincent Covello và hướng dẫn truyền thông CERC, tác giả nhận thấy, các cơ quan báo chí trung ương đã sử dụng nhiều loại hình báo chí, nhiều hình thức thể hiện nội dung (clip, bài báo, ảnh, video, infographic...) để chuyển tải thông tin quyết sách chính trị đến với công chúng.

Qua nghiên cứu, khảo sát, phỏng vấn sâu, phân tích nội dung, có thể thấy các cơ quan này đã phát huy lợi thế về độ lớn, về tính chính thống để đóng một vai trò quan trọng trong chiến dịch chống dịch của Chính phủ. Các cơ quan báo chí đã dành nguồn lực lớn về nhân lực, tài chính, kỹ thuật và có những cách làm sáng tạo để triển khai chiến lược truyền thông phòng chống dịch.

Điểm chung là nhận thức của lãnh đạo các cơ quan báo chí rất cao và thông suốt, coi chống dịch là một nhiệm vụ chính trị quan trọng hàng đầu để triển khai công tác một cách quyết liệt, tập trung.

Trên mạng xã hội, Bộ Y tế cũng tích cực triển khai truyền thông với hàng ngàn post trên fanpage để truyền thông về hai quyết sách cách ly phong tỏa và quyết sách tiêm vắc xin toàn dân. Thông tin được tập trung chuyển tải trên mạng xã hội là các chỉ đạo điều hành, diễn biến dịch, các hướng dẫn chỉ dẫn và chống tin giả.

VTV đã truyền thông tích cực về các quyết sách trên YouTube, chương trình Dân hỏi thành phố trả lời do Cục Phát thanh truyền hình và thông tin điện tử, Bộ Thông tin truyền thông triển

khai đã thu hút lượng tương tác cực lớn từ công chúng, tạo ra hình mẫu về các cơ quan nhà nước có thể tận dụng môi trường mạng xã hội để triển khai truyền thông quyết sách chính trị.

Nghiên cứu cũng đã khảo sát ý kiến của công chúng với 359 bảng hỏi được thu thập và phân tích, kết quả đã chứng minh rằng các kênh truyền thông của chính phủ đem lại hiệu quả thiết thực, góp phần quan trọng làm thay đổi nhận thức, hành vi của công chúng trước dịch bệnh. Cụ thể, công chúng đã tham gia vào quá trình lan toả thông điệp chống dịch tích cực hơn; tham gia nhiều hơn vào việc đóng góp chống dịch. Cũng qua khảo sát, vấn đề tin giả là một đại dịch với đại đa số người được hỏi trả lời họ từng gặp tin giả. Môi trường phát tán tin giả nhiều nhất là Facebook, tiếp theo là lan truyền của người thân, sau đó đến Tiktok và YouTube.

Chương 4.

ĐÁNH GIÁ CỦA CÔNG CHÚNG, VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TRUYỀN THÔNG QUYẾT SÁCH CHÍNH TRỊ TRONG KHỦNG HOẢNG

Từ kết quả khảo sát công chúng đối chiếu với nỗ lực của các cơ quan báo chí của chính phủ, có thể thấy những nỗ lực này đã được công chúng ghi nhận.

Thêm vào đó, nghiên cứu đã chỉ ra những kênh truyền thông mà công chúng tiếp nhận thông tin nhiều nhất trong tình huống

khủng hoảng COVID-19, đó là truyền hình trung ương và mạng xã hội. Phương thức thể hiện nội dung mà công chúng thấy hấp dẫn nhất chính là bài báo đa phương tiện, tiếp theo là dạng bài chữ viết + ảnh. Những kết quả này cho thấy, các cơ quan báo chí cần đặc biệt chú trọng trong sản xuất nội dung trên nền tảng internet, cần chú trọng các sản phẩm chất lượng cao như bài báo đa phương tiện, để ghi được dấu ấn trong lòng công chúng.

Về vấn đề tin giả, đại đa số người tham gia khảo sát đều cho rằng họ gặp tin giả, và môi trường gặp tin giả nhiều nhất là facebook, người xung quanh và tiktok. Vấn đề tin giả và chống tin giả trong các lý thuyết, hướng dẫn về truyền thông trong khủng hoảng chưa được đề cập đến. Tác giả nghiên cứu cho rằng cần bổ sung nội dung chống tin giả trong việc thực hiện truyền thông chính trị trong tình huống khủng hoảng trong tương lai bởi lẽ tin giả, tin sai sự thật chắc chắn sẽ xuất hiện trong khủng hoảng dưới thời đại internet. Cơ quan tổ chức truyền thông khủng hoảng cần phải nhận thức rõ điều này và không được bỏ qua mặt trận chống tin giả khi triển khai truyền thông trong tình huống khủng hoảng.

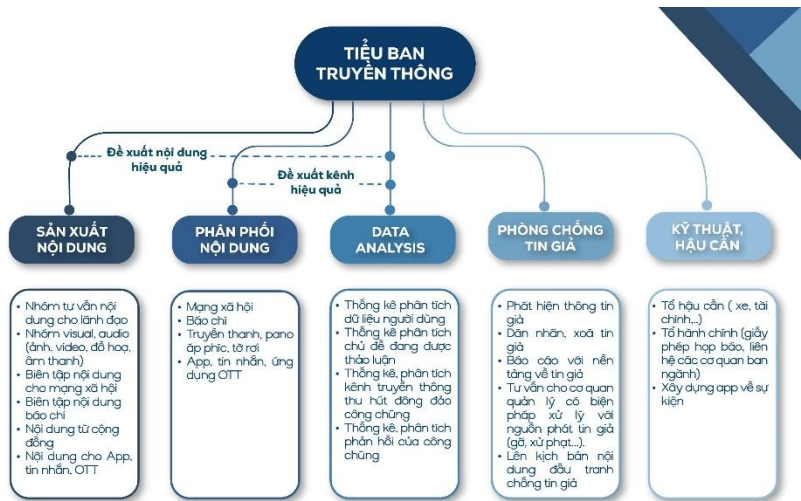
Trong phần khảo sát ý kiến của công chúng cũng cho thấy công chúng thích xem chương trình này vì chương trình đã mời khách mời cung cấp thông tin rất thiết thực hữu ích, giải đáp nhiều khía cạnh mà báo chí chưa giải đáp được hết. Công chúng cũng thích chương trình vì có nhiều comments thú vị và có MC dẫn chương trình rất phù hợp.

Nghiên cứu về truyền thông trên mạng xã hội, social media, đã bổ sung vào bức tranh truyền thông báo chí chính thống, mainstream, qua đó làm rõ thêm những chiều cạnh trong chiến lược truyền thông tổng thể của Chính phủ và các địa phương nhằm chống lại đại dịch COVID-19. Nhờ sự huy động toàn bộ các nguồn lực truyền thông một cách sáng tạo, làm việc chăm chỉ, kỉ luật với tinh thần trách nhiệm cao của các cơ quan báo chí, truyền thông, Việt Nam đã giảm thiểu được tỉ lệ tử vong trên số dân ở hàng thấp của khu vực, đặc biệt là khi so sánh trong điều kiện hệ thống y tế còn kém phát triển. Điều đáng ghi nhận là truyền thông góp phần quan trọng tạo đồng thuận xã hội, tháo gỡ nể căng thẳng, không tạo ra khủng hoảng, hoảng loạn kể cả ở điểm nóng của đại dịch như TP Hồ Chí Minh. Đây là chiến công đáng ghi nhận của truyền thông Việt Nam trong giai đoạn dịch bệnh mang tính lịch sử.

Trong chương này, tác giả cũng chỉ ra một số vấn đề của truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng ở Việt Nam như: Vi phạm đời tư cá nhân; thiếu đồng cảm với nạn nhân; chưa có tiếng nói phản biện mạnh mẽ để chỉ ra những bất cập, kẽ hở trong chính sách chống dịch (như vụ chuyển bay giải cứu và vụ giá kit xét nghiệm của vụ án Việt Á).

Tác giả đề xuất tổ chức mô hình truyền thông thuộc chính phủ hoặc cấp tỉnh, thành với các bộ phận như bộ phận nội dung, bộ phận kỹ thuật, bộ phận hậu cần. Trong đó, tác giả đề xuất một số bộ phận thực hiện các nhiệm vụ rất mới để đáp ứng sự thay đổi của môi

trường truyền thông như bộ phận lan toả thông tin (viral content)
bộ phận xử lý tin giả; bộ phận làm đồ hoạ...



KẾT LUẬN

L luận án đã bước đầu đạt được một số kết quả nghiên cứu có giá trị về lý luận và thực tiễn, đóng góp vào hiểu biết sâu sắc hơn về truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng, cụ thể là đại dịch COVID-19 tại Việt Nam. Luận án đã bước đầu đề xuất khung nghiên cứu về truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng; đề xuất mô hình truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng với tính ứng dụng cao, có thể áp dụng vào triển khai truyền thông quyết sách trong khủng hoảng xảy ra trong tương lai. Tác giả xin điểm lại một số kết quả nghiên cứu chính:

Thứ nhất, nghiên cứu khẳng định rằng truyền thông quyết sách

chính trị trong khủng hoảng là một lĩnh vực đặc biệt quan trọng trong bối cảnh khủng hoảng quy mô lớn. Trong các tình huống như đại dịch, thiên tai, khi toàn xã hội bị ảnh hưởng sâu rộng trên phạm vi khu vực lãnh thổ hoặc toàn bộ quốc gia, chính quyền trung ương mới là chủ thể thực thi và ban hành các quyết sách then chốt, và truyền thông quyết sách trở thành cầu nối giữa nhà nước và công chúng; truyền thông góp phần quan trọng tạo đồng thuận xã hội, huy động nguồn lực xã hội để cùng chính phủ giải quyết khủng hoảng.

Thứ hai, luận án làm rõ, trong bối cảnh truyền thông số, với sự bùng nổ của Internet và mạng xã hội, các lý thuyết truyền thông kinh điển vẫn tiếp tục giữ giá trị. Các lý thuyết như Agenda Setting (Thiết lập chương trình nghị sự), Two-Step Flow (Dòng chảy hai bước), Framing (Lý thuyết định khung), lý thuyết truyền thông rủi ro của Vincent Covello tiếp tục thể hiện giá trị trong việc lý giải cách các cơ quan báo chí trung ương định hình nhận thức của công chúng về quyết sách. Như vậy, thay vì bị thay thế, các lý thuyết truyền thông được mở rộng và thích ứng trong môi trường truyền thông với Internet và mạng xã hội.

Thứ ba, luận án đã đề xuất khung nghiên cứu truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng, bước đầu đề xuất tiêu chí phân tích truyền thông quyết sách dựa trên ba yếu tố: Tốc độ, cường độ và tính thuyết phục; Tác giả cũng kết hợp nhiều phương pháp nghiên cứu, từ phỏng vấn sâu đến phân tích nội dung, dùng bảng

hỏi anket, qua đó, có được phân tích đa chiều, tương đối toàn diện về đối tượng nghiên cứu.

Thứ ba, từ phân tích dữ liệu định tính và định lượng, nghiên cứu chỉ ra rằng các cơ quan báo chí trung ương như Báo Nhân dân, Đài Truyền hình Việt Nam (VTV), Đài Tiếng nói Việt Nam (VOV), Thông tấn xã Việt Nam (TTXVN) và Cổng thông tin điện tử Chính phủ (VGP), Vnexpress.net; Sức khỏe đời sống đã giữ vai trò nòng cốt trong việc truyền thông các quyết sách chính trị quan trọng của Chính phủ trong đại dịch, đặc biệt là quyết sách cách ly phong tỏa và quyết sách tiêm vaccine toàn dân. Thông qua phỏng vấn sâu với lãnh đạo, quản lý và phóng viên các cơ qua báo chí trung ương, nghiên cứu cho thấy lãnh đạo, cán bộ, phóng viên các cơ quan này đều có nhận thức rõ ràng về sứ mệnh truyền thông quyết sách, đã huy động tối đa nguồn lực để sản xuất sản phẩm thông tin với tốc độ nhanh, cường độ cao, trên nhiều nền tảng và hình thức thể hiện đa dạng, hướng đến tính thuyết phục, rõ ràng và dễ tiếp cận. Các cơ quan báo chí đã truyền thông nhanh, tần suất lớn về hai quyết sách, dựa trên nguồn tin tin cậy, thống nhất; truyền thông tập trung vào diễn biến dịch; hướng dẫn, chỉ dẫn; thông tin có tính khả tín cao, tạo nên tính thuyết phục.

Thứ 4, về phía công chúng, kết quả khảo sát 359 người tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh cho thấy VTV là kênh được đánh giá cao nhất về độ tin cậy và mức độ tiếp nhận thông tin quyết sách. Đặc biệt, phần lớn người được khảo sát đồng tình rằng truyền thông

quyết sách đã tác động tích cực đến nhận thức và hành vi, giúp công chúng hiểu rõ quyết sách, tuân thủ tốt hơn các quy định phòng chống dịch, lan tỏa tinh thần trách nhiệm cộng đồng và sẵn sàng tham gia đóng góp vào cuộc chiến chống COVID-19. Khảo sát cũng chỉ ra trong tình huống khủng hoảng, công chúng trong diện khảo sát tiếp nhận thông tin nhiều nhất từ VTV sau đó đến mạng xã hội. Do đó, đây là hai kênh đặc biệt quan trọng cần phải đầu tư nâng cao năng lực truyền thông, các cơ quan báo chí, cơ quan của chính phủ cần có chiến lược để chiếm lĩnh không gian mạng, nhằm tạo dòng truyền thông chủ lưu từ trước khi khủng hoảng xảy ra.

Thứ năm, nghiên cứu trong luận án cũng chỉ ra rằng truyền thông quyết sách chính trị trên môi trường mạng xã hội là một bước tiến quan trọng trong đổi mới cách thức tiếp cận công chúng và nâng cao hiệu quả truyền thông quyết sách trong khủng hoảng. Dù báo chí chính thống vẫn giữ vai trò chủ lực trong việc định hướng thông tin, mạng xã hội đã trở thành một công cụ hỗ trợ không thể thiếu, đặc biệt trong việc tăng tốc độ lan truyền thông điệp và tương tác hai chiều với người dân. Một minh chứng điển hình là chương trình “Dân hỏi Thành phố trả lời”, do Cục phát thanh truyền hình và thông tin điện tử (trước đây thuộc Bộ Thông tin truyền thông, nay thuộc bộ Văn hoá Thể thao và Du lịch) phối hợp cùng Sở TTTT TP Hồ Chí Minh tổ chức trong giai đoạn giãn cách xã hội năm 2021. Đây là lần đầu tiên tại Việt Nam, một cơ quan nhà nước sử dụng hình thức livestream trực tiếp trên nền tảng mạng xã hội để truyền

đạt quyết sách chính trị và giải đáp thắc mắc của người dân trong thời gian thực. Chương trình đã thu hút hàng triệu lượt theo dõi và tương tác, góp phần quan trọng trong việc giải tỏa tâm lý lo lắng, tăng tính minh bạch, và tạo đồng thuận xã hội đối với các quyết sách khẩn cấp của chính quyền thành phố. Đây là trường hợp điển hình, cần nghiên cứu sâu và “công thức hóa” để triển khai trong các tình huống khủng hoảng có thể xảy ra trong tương lai.

Thứ sáu, bên cạnh những điểm tích cực, luận án cũng thẳng thắn chỉ ra một số hạn chế trong truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng COVID-19. Trong giai đoạn đầu của đại dịch, một số cơ quan báo chí đã vi phạm quyền riêng tư của cá nhân, khi đưa thông tin quá chi tiết về lịch trình, danh tính của bệnh nhân COVID-19 mà không được sự đồng ý. Điều này không những đi ngược lại với tinh thần nhân văn trong truyền thông mà còn trái với nguyên tắc “đồng cảm và tôn trọng nạn nhân” được nêu rõ lý thuyết của Vincent Covello và trong hướng dẫn truyền thông khủng hoảng của CDC Hoa Kỳ (hướng dẫn CERC). Ngoài ra, truyền thông trong đại dịch cũng thiếu vắng tiếng nói phản biện sắc sảo và hiệu quả – vốn là một chức năng quan trọng của báo chí. Báo chí chưa kịp thời chỉ ra những bất cập trong triển khai chính sách, những nguy cơ tiềm ẩn về trục lợi chính sách, tham nhũng, lãng phí, điển hình là các vụ việc nghiêm trọng như giá kit test xét nghiệm COVID của công ty Việt Á hay chuyến bay giải cứu chỉ được làm rõ sau khi khủng hoảng qua đi.

Thứ bảy, những kết quả trên là cơ sở để luận án đề xuất một mô hình truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng, hướng đến tính ứng dụng cao trong các tình huống khủng hoảng tương lai. Tác giả luận án đã đề xuất một mô hình “truyền thông tổng lực trong khủng hoảng”. Mô hình này bao gồm ba giai đoạn ứng với tiến trình khủng hoảng: (1) giai đoạn khởi phát, tập trung vào định hướng thông tin ban đầu, kiểm soát tin giả và ổn định tâm lý xã hội; (2) giai đoạn cao điểm, triển khai truyền thông đa kênh, đa nền tảng với tốc độ và cường độ cao, nhấn mạnh tính minh bạch và khả năng hướng dẫn hành vi; (3) giai đoạn hậu khủng hoảng, tập trung đánh giá hiệu quả truyền thông, tổng kết bài học, minh bạch hóa thông tin và phục hồi niềm tin xã hội. Mô hình cũng đưa ra đề xuất tổ chức bộ máy truyền thông trong khủng hoảng, phân vai rõ ràng giữa các bộ phận để tối ưu hóa hiệu quả truyền thông cả trên báo chí và mạng xã hội. Tác giả luận án đề xuất tổ chức hai bộ phận quan trọng nhưng chưa được quan tâm đúng mức, là bộ phận phân tích dữ liệu (data analysis) và bộ phận chống tin giả. Mô hình truyền thông trong khủng hoảng do tác giả luận án đề xuất được kỳ vọng là đóng góp thực tiễn có giá trị, hỗ trợ cho việc thiết kế chiến lược truyền thông quyết sách trong các tình huống khủng hoảng trong tương lai tại Việt Nam.

Khủng hoảng, đặc biệt trong bối cảnh dịch bệnh hay thiên tai, luôn đặt ra những thách thức nghiêm trọng đối với năng lực quản trị của chính phủ cũng như sự ổn định của xã hội. Trong những tình

huống như vậy, truyền thông không chỉ đơn thuần là công cụ cung cấp thông tin, mà còn là yếu tố then chốt trong việc định hình nhận thức, duy trì niềm tin công chúng, và thúc đẩy hành vi ứng phó phù hợp. Truyền thông, vì thế, phải được nhìn nhận là một phần thiết yếu trong hệ thống quản trị khủng hoảng quốc gia.

Để truyền thông có thể phát huy tối đa vai trò trong các tình huống khủng hoảng, cần có sự thay đổi căn bản trong nhận thức và cách tổ chức. Truyền thông khủng hoảng không thể là phản ứng mang tính đối phó, mà phải được chuẩn bị từ trước khi khủng hoảng với hệ thống đào tạo bài bản, kịch bản xử lý theo từng cấp độ nguy cơ, cơ chế phối hợp rõ ràng, và đội ngũ được chuyên môn hóa. Trong đó, việc hình thành một nhóm đặc nhiệm truyền thông — có quyền hạn, trách nhiệm và quy trình vận hành rõ ràng - là yếu tố không thể thiếu để bảo đảm phản ứng nhanh chóng và hiệu quả khi khủng hoảng xảy ra.

Luận án này còn một số điểm hạn chế như số lượng mẫu còn hạn chế, mới khảo sát được ở Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, chưa khảo sát được ở Đà Nẵng hay các tỉnh thành khác, chưa khảo sát được nhóm công chúng đặc biệt như người dân tộc thiểu số ở vùng sâu vùng xa cũng bị tác động của đại dịch.... Nghiên cứu nội dung dựa trên dữ liệu lớn và AI vẫn là một lĩnh vực mới và có thể còn một số sai sót khó tránh khỏi. Tuy nhiên, với sự phổ biến của mạng xã hội và tiên bộ của trí tuệ nhân tạo, phương pháp nghiên cứu dựa trên dữ liệu lớn và trí tuệ nhân tạo cũng có những điểm ưu việt cần tiếp tục

ngiên cứu, ứng dụng, rút kinh nghiệm để có được những nghiên cứu toàn diện và chính xác hơn nữa trong tương lai. Nghiên cứu này là bước đầu để tác giả đi sâu vào một nhánh hẹp của truyền thông chính trị, đó là truyền thông chính trị trong tình huống khủng hoảng trên môi trường mạng xã hội. Các nghiên cứu này sẽ tiếp tục ứng dụng ưu thế của thuật toán, dữ liệu lớn, AI vào nghiên cứu chuyên sâu và độ phủ rộng hơn.

Trong thời gian tới, theo tác giả, Chính phủ cần chú trọng một số điểm nhằm nâng cao năng lực truyền thông quyết sách chính trị trong khủng hoảng như thực hiện các nghiên cứu khoa học đáng tin cậy để tìm ra kênh truyền thông phù hợp với từng nhóm đối tượng (trí thức, người dân tộc thiểu số, người thu nhập thấp...); xây dựng thông điệp truyền thông phù hợp với từng nhóm đối tượng; thành lập cơ quan truyền thông chuyên nghiệp của Chính phủ để lên kế hoạch, phối hợp các nguồn lực triển khai chiến lược truyền thông trong khủng hoảng...

Thế giới đang biến đổi không ngừng, rủi ro về thiên tai như động đất, sóng thần, lũ lụt, hạn hán có thể xảy ra thường xuyên hơn; các nguy cơ về biểu tình, bạo loạn cũng có nguy cơ bùng phát bởi những nguyên nhân như thu hồi đất; kích động của thế lực bên ngoài... và các nguy cơ này thường bùng phát khi có sự tổ hợp của nhiều yếu tố cả tự nhiên lẫn các mâu thuẫn xã hội. Chính vì vậy, truyền thông chính trị trong khủng hoảng là chủ đề cần được quan tâm nghiên cứu một cách thấu đáo, cần được đào tạo, thực hành một

cách thường xuyên liên tục bởi truyền thông đúng có thể giúp tháo
ngòi xung đột, giảm căng thẳng xã hội, giảm thiểu thiệt hại, cứu
mạng hàng vạn người.

CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI CỦA LUẬN ÁN

1. Nguyễn Văn Dũng, Káp Thành Long (2021), “Sử dụng mạng xã hội truyền thông quyết sách chính trị trong đại dịch COVID-19 ở Việt Nam”, *Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế Quản trị khủng hoảng thông tin trong bối cảnh đại dịch COVID-19*, do Học viện báo chí và tuyên truyền, Koica, báo Nhân dân phối hợp tổ chức, tr. 444 - 462.
2. Kap Thanh Long (2024), “Financial Resource for journalism to execute policy communication missions in emergency situation”, *Economics Of Journalism And Communication In The Context Of Digital Economy Development*, World Publishing House, pp. 127 - 146.
3. Kap Thanh Long (2024), “Government funding for press in public policy communication current issues and proposed solutions”, *Economics Of Journalism And Communication In The Context Of Digital Economy Development*, World Publishing House, pp. 147–167.