

## MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Có thể thấy, dù ở cấp chính quyền nào hay ở bất kỳ cơ quan nào cũng cần thiết phải đề cao vai trò của hoạt động truyền thông trong hoạt động của tổ chức. Thực tế, hoạt động truyền thông không chỉ góp phần là công cụ đắc lực để quản lý bộ máy nhà nước một cách hiệu quả theo hướng dân chủ và minh bạch mà còn góp phần xây dựng mối quan hệ tốt đẹp, tạo dựng uy tín giữa tổ chức tới người dân và các nhóm công chúng.

Tuy nhiên, trong khi hoạt động truyền thông ở Việt Nam đang từng bước trưởng thành và mục tiêu đi vào chuyên nghiệp hóa, thì hoạt động truyền thông tại các cơ quan nhà nước nói chung và tại các cơ quan hành chính nhà nước cấp Trung ương nói riêng vẫn chưa được chú trọng đúng mức. Đối với việc quản lý các cơ quan báo chí ngành của các cơ quan nhà nước, vẫn xảy ra tình trạng thiếu quy hoạch, thiếu chiến lược và bài bản. Không ít đơn vị báo chí ngành còn hoạt động theo cơ chế được bao cấp, chưa có khả năng tự chủ tài chính, tờ báo hoạt động thiếu tính cạnh tranh, thông tin chưa hấp dẫn và đa dạng dẫn đến chưa thu hút được độc giả. Ngoài một số cơ quan đã có bộ phận truyền thông riêng, đa phần các cơ quan nhà nước ở Việt Nam đều chưa có cơ cấu tổ chức và nhân sự phụ trách truyền thông một cách chuyên biệt. Hoạt động truyền thông thường nằm trong các bộ phận hành chính tổng hợp, thông tin tuyên truyền. Chính điều này khiến hoạt động quản lý thông tin của tổ chức còn thiếu chuyên nghiệp và không có chiến lược rõ ràng, khi sự việc xảy ra tổ chức thường rất khó khăn trong việc cung cấp thông tin nhanh, chính xác và thống nhất dẫn đến sự bức xúc trong dư luận xã hội và gây mất niềm tin từ phía công chúng.

Chính vì lẽ đó, việc xây dựng một hệ thống truyền thông trong các cơ quan hành chính nhà nước cấp Trung ương là việc làm cấp bách và có tính chất lâu dài góp phần là công cụ đắc lực để quản lý bộ máy nhà nước một cách hiệu quả theo hướng dân chủ và minh bạch.

Trên đây là những lý do để tác giả thực hiện đề tài “*Hoạt động truyền thông của các cơ quan hành chính nhà nước cấp Trung ương tại Việt Nam*” (Khảo sát Văn phòng Chính phủ, Bộ Tài chính, Bộ Y tế và Bộ NNPTNT giai đoạn từ 1/1/2014 đến 31/12/2017)

### 2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

#### 2.1. Mục đích nghiên cứu

Mục đích của luận án là hệ thống lại những nội dung, yêu cầu lý thuyết về truyền thông, truyền thông đại chúng, truyền thông tổ chức và hoạt động truyền thông của cơ quan nhà nước, tác giả nghiên cứu thực trạng hoạt động truyền thông của các cơ quan hành chính nhà nước cấp Trung ương tại Việt Nam. Trên cơ sở đó, tác giả đưa ra các đề xuất và giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao chất lượng hoạt động truyền thông của các cơ quan hành chính nhà nước cấp Trung ương để đáp ứng nhu cầu thông tin của công chúng.

#### 2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

*Thứ nhất*, hệ thống hóa các khái niệm cơ bản và đưa ra hệ thống: lý luận về truyền thông, truyền thông đại chúng và truyền thông tổ chức; mô hình truyền thông và truyền thông đại chúng, mô hình quản lý hoạt động truyền thông của tổ chức; vai trò, nhiệm

vụ, các công cụ truyền thông của các cơ quan hành chính nhà nước tại Việt Nam. *Thứ hai*, nghiên cứu nhằm đánh giá chung về hoạt động truyền thông ở Việt Nam, phân tích các đặc điểm truyền thông ở các cơ quan hành chính cấp Trung ương ở Việt Nam, nêu ra các hình thức truyền thông được sử dụng chủ yếu, các kênh truyền thông và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động truyền thông để từ đó rút ra những đánh giá khái quát nhất về những thành tựu và những mặt hạn chế đối với hoạt động truyền thông trong cơ quan nhà chính nhà nước cấp Trung ương tại Việt Nam. *Thứ ba*, tập trung nghiên cứu và khảo sát bộ phận truyền thông tại Văn phòng Chính phủ và ba cơ quan hành chính nhà nước cấp Trung ương ở Việt Nam để tìm hiểu cơ cấu tổ chức, mô hình và nhân sự bộ phận truyền thông và việc thực hiện các nhiệm vụ truyền thông của các tổ chức này. *Thứ tư*, tiến hành khảo sát tại Văn phòng Chính phủ và các bộ để tìm hiểu các hoạt động thông tin trên báo chí ngành và báo chí ngoài ngành, các hoạt động xử lý khủng hoảng truyền thông, tổ chức sự kiện và các hoạt động khác. *Thứ năm*, đề xuất và luận chứng cho một hệ các giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao chất lượng hoạt động truyền thông trong đó có việc đề xuất mô hình hoạt động truyền thông và các giải pháp cụ thể cho hoạt động thông tin báo chí và các hoạt động truyền thông khác của các cơ quan hành chính nhà nước cấp Trung ương tại Việt Nam.

### **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là hoạt động truyền thông (HĐTT) của các cơ quan hành chính nhà nước cấp Trung ương (CQHCHNNTW) tại Việt Nam.

Phạm vi nghiên cứu của đề tài là nghiên cứu các HĐTT của các CQHCHNNTW tại Việt Nam, khảo sát trong giai đoạn từ 1/1/2014 đến 31/12/2017. Trọng tâm nghiên cứu HĐTT tập trung chủ yếu vào nghiên cứu các hoạt động thông tin báo chí, các hoạt động xử lý khủng hoảng truyền thông, tổ chức sự kiện và các hoạt động truyền thông khác của bộ phận truyền thông của tổ chức. Đề tài tập trung nghiên cứu HĐTT ra bên ngoài tổ chức.

### **4. Câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu**

#### **4.1. Câu hỏi nghiên cứu**

- i. Tìm hiểu cơ cấu tổ chức và việc quản lý bộ máy truyền thông của các CQHCHNNTW tại Việt Nam hiện nay như thế nào?
- ii. Nghiên cứu thực trạng các HĐTT của các CQHCHNNTW tại Việt Nam hiện nay như thế nào?
- iii. Tìm kiếm và đề xuất các giải pháp để nâng cao chất lượng HĐTT của các CQHCHNNTW cấp Trung ương tại Việt Nam?

#### **4.2. Giả thuyết nghiên cứu**

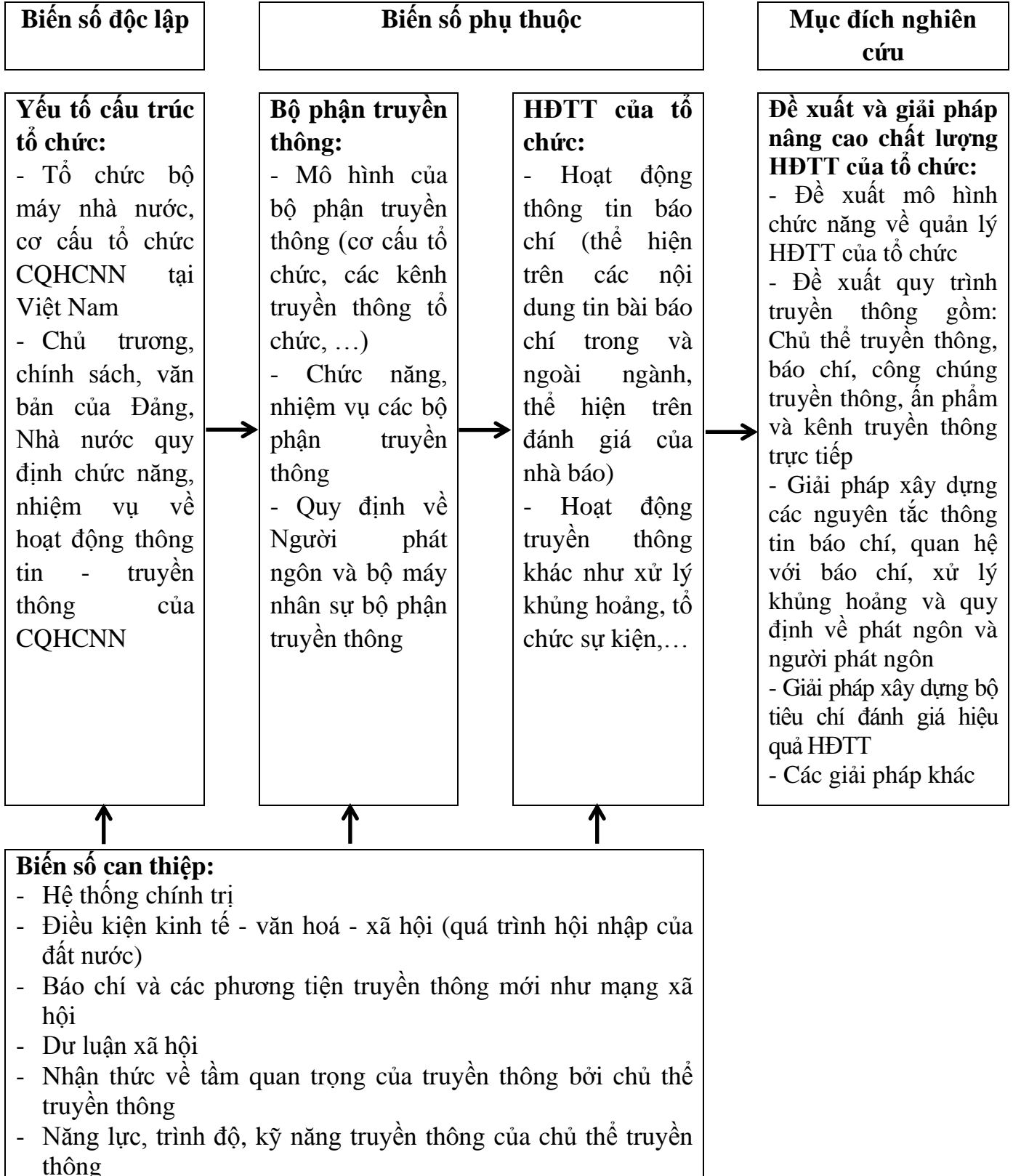
HĐTT của các cơ quan nhà nước ngày càng có vai hết sức quan trọng trong việc đưa chính sách của Đảng và Nhà nước đến với công chúng. Các CQHCHNNTW đã có bộ phận truyền thông, tuy nhiên bộ phận truyền thông hoạt động chưa chuyên nghiệp Các CQHCHNNTW đã tổ chức các hoạt động một cách thường xuyên tuy nhiên cũng chưa được đầy đủ.

HĐTT vẫn chưa sử dụng tối ưu các kênh truyền thông và chưa khai thác hiệu quả các đề tài để cung cấp thông tin trên báo chí tới độc giả. CQHCHNNTW cần nhận thức

đúng vai trò quan trọng của HĐTT và cần phải có cơ chế và mô hình để cung cấp thông tin cho công chúng được thường xuyên và liên tục.

### 5. Khung lý thuyết

Khung lý thuyết nghiên cứu của đề tài được xây dựng từ những giả thuyết nghiên cứu, đối tượng, phạm vi, mục đích, nhiệm vụ nghiên cứu, như sau:



Sơ đồ 1: Khung lý thuyết

## **6. Phương pháp nghiên cứu**

### **6.1. Cơ sở lý thuyết**

Cơ sở lý luận của đề tài là chủ nghĩa Mác Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí và truyền thông. Cơ sở lý luận của đề tài còn là những quan điểm, đường lối của Đảng và Nhà nước về truyền thông trong tổ chức, về hệ thống luật pháp, các văn bản hiện hành quy định và quản lý HĐTT. Hệ thống lý thuyết, các mô hình về truyền thông và truyền thông tổ chức cũng là những nội dung khoa học làm cơ sở lý luận cho đề tài.

### **6.2. Các phương pháp nghiên cứu cụ thể**

- *Phương pháp nghiên cứu tài liệu*: Được dùng để khảo cứu các công trình khoa học, sách, tài liệu chuyên khảo liên quan đến đề tài làm cơ sở cho việc xây dựng hệ thống lý thuyết về truyền thông, truyền thông đại chúng, truyền thông tổ chức, đồng thời kế thừa kết quả nghiên cứu sẵn có; làm cơ sở cho việc so sánh, đánh giá các kết quả khảo sát, tìm ra những giải pháp khoa học cho vấn đề cần nghiên cứu. Phương pháp này góp phần làm cơ sở lý luận giúp trả lời các câu hỏi nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu của luận án.

- *Phương pháp khảo sát thực địa*: Được sử dụng với mục đích tìm hiểu thực trạng HĐTT tại các tổ chức trong diện khảo sát thông qua đó có cái nhìn khái quát về thực trạng HĐTT của các CQHCNNTW ở Việt Nam hiện nay. Phương pháp này góp phần trả lời câu hỏi nghiên cứu về thực trạng, giúp làm sáng tỏ giả thuyết nghiên cứu rằng các CQHCNNTW đã có bộ phận truyền thông nhưng chưa hoạt động chuyên nghiệp, chưa khai thác tối ưu hiệu quả HĐTT, từ đó đề xuất giải pháp cho luận án. Đối tượng khảo sát thực địa là 4 cơ quan gồm Văn phòng Chính phủ, Bộ Tài chính, Bộ Y tế, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (Bộ NNPTNT).

- *Phương pháp phân tích nội dung*: Tác giả sử dụng phương pháp phân tích nội dung trên 2 nhóm báo chí (4 báo ngành và 5 báo ngoài ngành). Mục đích là để tìm hiểu tình hình thông tin trên báo ngành và báo ngoài ngành hiện nay của các CQHCNNTW tại Việt Nam. 4 tờ báo ngành bao gồm: Báo điện tử Chính phủ, Thời báo Tài chính Việt Nam, Nông nghiệp Việt Nam, Sức khỏe và Đời sống của các CQHCNNTW thuộc Văn phòng Chính phủ, Bộ Tài chính, Bộ Y tế và Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn. Mục đích khảo sát (trong thời gian từ 1/1/2015-31/12/2017) nhằm tìm hiểu hoạt động thông tin trên báo chí ngành của CQHCNNTW. Việc khảo sát 5 tờ báo ngoài ngành bao gồm 3 tờ báo in có lượngтира phát hành lớn ở Việt Nam gồm Báo Nhân Dân, Lao động, Tuổi trẻ và 2 tờ báo điện tử có lượng truy cập lớn gồm Vietnamnet.vn và Vnexpress.net trong thời gian từ 1/1/2014-31/12/2016. Mục đích để tìm hiểu các nội dung đưa tin về các Bộ (Bộ Tài chính, Bộ Y tế và Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn) trên các báo.

- *Phương pháp phỏng vấn sâu (PVS)*: Tiến hành 21 cuộc phỏng vấn sâu đối với nhóm báo chí (lãnh đạo cơ quan quản lý báo chí, cơ quan báo chí, nhà báo, phóng viên) và phụ trách truyền thông của tổ chức. Mục đích là để thu nhận những đánh giá của báo chí về hoạt động thông tin và truyền thông, hoạt động cung cấp thông tin cho báo chí của các CQHCNNTW. Các thông tin thu thập được cũng là cơ sở để so sánh với kết quả mà tác giả thu thập được trong quá trình khảo sát tại 4 cơ quan kể trên.

- *Phương pháp nghiên cứu trường hợp*: Được sử dụng để nghiên cứu các CQHCNN tại Áo và Hàn Quốc, mục đích để tham khảo kinh nghiệm nước ngoài về truyền thông của các CQHCNN. Lý do, trong quá trình làm đề tài, tác giả có cơ hội được đi học tập và nghiên cứu tại các CQHCNN ở Áo và Hàn Quốc. Tác giả đã tận dụng cơ hội này để nghiên cứu xem HĐTT, mô hình bộ phận truyền thông, cơ chế quản lý thông tin của CQHCNN của hai nước kể trên hoạt động như thế nào.

Ngoài ra, tác giả sử dụng các phương pháp khác như phương pháp quan sát và phương pháp thống kê. Mục đích cũng nhằm nghiên cứu để trả lời các câu hỏi nghiên cứu và làm sáng tỏ các vấn đề trong giả thuyết nghiên cứu.

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

Luận án không chỉ có ý nghĩa với hoạt động nghiên cứu và đào tạo ngành truyền thông và QHCC mà còn giúp đưa ra những đề xuất, giải pháp nâng cao chất lượng của HĐTT tại các CQNNTW ở Việt Nam.

### **8. Kết cấu của đề tài**

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Tài liệu tham khảo, Các công trình nghiên cứu của tác giả và Phụ lục, luận án bao gồm 4 chương 14 tiết và 173 trang.

## **Chương 1**

### **TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU**

#### **1.1. Tình hình nghiên cứu về truyền thông và truyền thông đại chúng**

##### **1.1.1. Khái quát tình hình nghiên cứu truyền thông và truyền thông đại chúng**

Các nghiên cứu về lý thuyết truyền thông đại chúng trên thế giới bắt đầu gây chú ý từ cuối những năm 30 và đầu 40 của thế kỷ 20. Cùng với sự ảnh hưởng của các vấn đề chính trị, kinh tế, xã hội theo tiến trình lịch sử, trọng tâm nghiên cứu lý thuyết truyền thông đi theo các hướng khác nhau. Các trọng tâm nghiên cứu đi từ việc định nghĩa truyền thông đại chúng là gì (Laswell, 1927) cũng như tìm hiểu vai trò và tầm quan trọng của truyền thông đại chúng đối với xã hội, sự tác động của truyền thông đối với nhận thức, thái độ, hành vi của công chúng (“mũi kim tiêm” hay “viên đạn thần kỳ” - “hypodermic needles” hay “magic bullet”) (Laswell, 1927, Hovland et. Al, 1953), đến trọng tâm nghiên cứu coi báo chí truyền thông với sức mạnh là công cụ phục vụ nhu cầu của các nhà lãnh đạo để tạo ảnh hưởng đến dư luận xã hội (“quá trình truyền thông hai bước”-“two-step flow”) (Lazasfeld, Berelson & Gaudet, 1948), (“Thuyết Thiết lập Chương trình Nghị sự” – “Agenda Setting”) (Mc Combs & Shaw, 1972). Cũng trong những năm 70, trọng tâm nghiên cứu lý thuyết truyền thông thiên nhấn mạnh vai trò của công chúng trong việc quyết định hiệu ứng truyền thông (“Thuyết sử dụng và hài lòng” – “Uses & Gratifications”) (Blumer, Brown, 1972). Đã có sự chuyển dịch của lý thuyết truyền thông từ chỗ dựa vào các ngành khác cho đến tự chủ độc lập khỏi các ngành. Các lý thuyết này là cơ sở lý luận cho đề tài luận án của tác giả.

### ***1.1.2. Các công trình nghiên cứu về truyền thông và truyền thông đại chúng***

Các tài liệu nghiên cứu về truyền thông khá đa dạng phong phú cho thấy lĩnh vực này thu hút sự quan tâm của các học giả và các nhà nghiên cứu. Các kết quả nghiên cứu này có ý nghĩa quan trọng đối với chính hoạt động nghiên cứu truyền thông, cũng như trở thành những tài liệu tham khảo trong nội dung đào tạo về ngành này, đồng thời góp phần vào sự định hình lại HĐTT tổ chức trong thực tiễn và thúc đẩy sự phát triển của ngành truyền thông trong giai đoạn hiện nay.

Các tài liệu nghiên cứu truyền thông đại chúng chủ yếu bàn về lịch sử truyền thông đại chúng, các lý thuyết truyền thông và hiện đại của truyền thông và truyền thông đại chúng, mối quan hệ của phương tiện truyền thông và xã hội, truyền thông trong mối tương quan với văn hoá, lịch sử và tri thức, tác động của truyền thông cũng như những yếu tố tác động như thể chế chính trị, các quy định và quản lý nhà nước và sự phát triển của công nghệ thông tin có tác động như thế nào đến truyền thông. Các công trình nghiên cứu trên đã bàn về các vấn đề quản lý thông tin báo chí, quản lý báo chí, công tác lãnh đạo quản lý trong hoạt động truyền thông đại chúng và báo chí, hoạt động QHCC của các tờ báo hay mối quan hệ giữa báo chí và QHCC. Tuy nhiên, như đã nói ở trên, công trình này chủ yếu tập trung vào góc độ quản lý nhà nước về truyền thông, truyền thông đại chúng trong mối quan hệ với lãnh đạo, quản lý chứ chưa đề cập đến việc các cơ quan trong bộ máy nhà nước cần làm gì để quản lý thông tin trên kênh báo chí và các kênh truyền thông khác của tổ chức mình.

## **1.2. Tình hình nghiên cứu về TTTC**

### ***1.2.1. Khái quát tình hình nghiên cứu về truyền thông tổ chức***

Redding và Thompkins (1988) xác định ba giai đoạn trong sự phát triển TTTC. Trong Kỷ nguyên Chuẩn bị (1900-1940), học giả nhấn mạnh tầm quan trọng của truyền thông trong tổ chức. Trọng tâm chính trong thời gian này là bài diễn thuyết trước công chúng, bài viết trong kinh doanh, truyền thông quản lý, và thuyết phục. Kỷ nguyên của sự Nhận diện và Hợp nhất (1940-1970) chứng kiến sự khởi đầu của kinh doanh và truyền thông công nghiệp, với nhóm nhất định và các mối quan hệ tổ chức được coi là quan trọng. Trong suốt Kỷ nguyên của Trưởng thành và Đổi mới (1970-nay), nghiên cứu thực nghiệm tăng, "kèm theo những nỗ lực sáng tạo để phát triển các khái niệm, giả thuyết lý thuyết, và các phân tích phê phán triết học" (Redding & Thompkins, 1988, tr.7).

Putnam và Cheney (1985) đã tổng kết việc nghiên cứu lý thuyết TTTC hiện đại bằng cách xác định bốn lĩnh vực chính của chuyên ngành này: 1) Các kênh truyền thông, 2) Khí hậu truyền thông (communication climate – có thể được hiểu là môi trường truyền thông), 3) Phân tích mạng lưới, và 4) Truyền thông cấp trên-cấp dưới. Trong một phân tích gần đây của 23 sách giáo khoa giới thiệu TTTC (Aust, Limon, & Lippert, 2002), chín chủ đề xuất hiện thường xuyên nhất bao gồm: 1) lãnh đạo, 2) xung đột và quản lý xung đột, 3) mạng lưới truyền thông, 4) quá trình hoạch định chính sách và giải quyết vấn đề, 5) đạo đức, hoặc giá trị, 6) công nghệ truyền thông, 7) quan điểm nguồn nhân lực, 8) quan điểm mối quan hệ con người, 9) lý thuyết quản lý cổ điển.

### ***1.2.2. Những nghiên cứu về truyền thông tổ chức***

Qua việc tổng hợp và chọn lọc các tài liệu nghiên cứu, có thể thấy các nghiên cứu về truyền thông và TTTC chịu tác động của các yếu tố chính trị, kinh tế, xã hội, văn hoá và khoa học công nghệ. Các quan điểm nghiên cứu tiếp cận nhiều góc độ khác nhau từ khái niệm, lịch sử, lý thuyết, đến xem xét môi trường quan tác động qua lại giữa truyền thông với thể chế chính trị, văn hoá, lịch sử và tri thức và công nghệ thông tin. Một quan điểm quan trọng cho rằng truyền thông, mặc dù có nguồn gốc liên ngành, nhưng đang phát triển ra những lý thuyết riêng của ngành hơn là dựa vào các ngành liên quan khác. Các quan điểm về TTTC là truyền thông bao gồm cả nội bộ lẫn bên ngoài tổ chức, truyền thông không chỉ là một quá trình của tổ chức mà còn kiến tạo nên tổ chức; truyền thông không chỉ có chức năng thực thi mà phải có chức năng quản lý và dự báo.

### **1.3. Tình hình nghiên cứu về HĐTT của CQHCCNTW tại Việt Nam**

#### ***1.3.1. Những nghiên cứu về cơ quan hành chính nhà nước***

Có rất nhiều các tài liệu nghiên cứu về cơ quan hành chính nhà nước, tuy nhiên, chưa có nhiều tài liệu hệ thống lại về truyền thông của tổ chức đặc biệt là các CQHCCNN tại Việt Nam. Đây cũng là một khoảng trống trong nghiên cứu thôi thúc tác giả thực hiện đề tài này.

#### ***1.3.2. Những nghiên cứu về hoạt động báo chí và truyền thông của CQHCCNTW tại Việt Nam***

Từ việc hệ thống các nguồn tài liệu về truyền thông, TTTC, và truyền thông của các CQHCCNN, có thể nhận thấy, truyền thông là hoạt động có ý nghĩa quan trọng đối với việc quản lý của các tổ chức trên thế giới và tại Việt Nam nói chung và CQHCCNN tại Việt Nam nói riêng. Chính vì lẽ đó, có rất nhiều tài liệu, sách báo bàn về vấn đề này. Ở Việt Nam, mặc dù các HĐTT trong các CQHCCNN đã xuất hiện từ lâu, nhưng cho đến nay vẫn chưa có những đánh giá xứng tầm và cách nhìn nhận đầy đủ về vai trò của hoạt động này trong các CQHCCNN.

Về các quan điểm nghiên cứu TTTC có thể thấy, HĐTT vẫn chỉ được hiểu là hoạt động tuyên truyền, dân vận của CQHCCNN. Thậm chí, khi nghĩ đến HĐTT của các cơ quan này, không ít người coi đây thực chất chỉ là hoạt động quan hệ báo chí. Đặc biệt, các tài liệu sách báo đề cập đến HĐTT của tổ chức nói chung hoặc chỉ tập trung vào một loại hình truyền thông cụ thể ở một cơ quan đơn vị cụ thể chứ chưa đưa ra được một bức tranh khái quát hay đề xuất được một mô hình quản lý HĐTT hiệu quả ở các CQHCCNN tại Việt Nam.

## **Tiểu kết chương 1**

Các tài liệu nghiên cứu về truyền thông, truyền thông đại chúng và truyền thông tổ chức khá đa dạng phong phú cho thấy lĩnh vực này thu hút sự quan tâm của các học giả và các nhà nghiên cứu. Qua việc tổng hợp và chọn lọc các tài liệu nghiên cứu, tác giả nhận thấy các nghiên cứu về truyền thông, truyền thông đại chúng và TTTC chịu tác động của các yếu tố chính trị, kinh tế, xã hội, văn hoá và khoa học công nghệ. Các quan điểm nghiên cứu tiếp cận nhiều góc độ khác nhau từ khái niệm, lịch sử, lý thuyết, đến xem

xét mối tương quan tác động qua lại giữa truyền thông với thể chế chính trị, văn hoá, lịch sử, tri thức và công nghệ thông tin. Có rất nhiều các tài liệu nghiên cứu về truyền thông, truyền thông đại chúng và truyền thông tổ chức, tuy nhiên, chưa có nhiều tài liệu hệ thống lại các công trình nghiên cứu về truyền thông của các CQHCNN tại Việt Nam. Đây cũng là một khoảng trống trong nghiên cứu thôi thúc tác giả thực hiện đề tài này.

## **Chương 2**

### **CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG CỦA CÁC CƠ QUAN HÀNH CHÍNH NHÀ NƯỚC TẠI VIỆT NAM**

#### **2.1. Một số khái niệm cơ bản**

##### **2.1.1. Truyền thông**

Truyền thông là một quá trình truyền tải, tiếp nhận và trao đổi ý tưởng và thông tin thông qua cảm xúc và hành vi nhằm thiết lập các mối quan hệ giữa con người với con người với mục đích đạt được sự hiểu biết chung, nâng cao nhận thức, hình thành thái độ và thay đổi hành vi của con người.

##### **2.1.2. Truyền thông đại chúng**

Truyền thông đại chúng là quá trình truyền tải thông tin rộng rãi thông qua các phương tiện truyền thông sử dụng công nghệ đến một số lượng lớn người nhận. Có thể xác định các loại hình của truyền thông đại chúng mà con người sử dụng trong đời sống cá nhân, học thuật và hoạt động thực tiễn của mình. Truyền thông đại chúng bao gồm báo in, phát thanh, truyền hình, truyền thông tương tác và các loại hình phương tiện truyền thông mạng xã hội.

##### **2.1.3. Truyền thông của tổ chức**

Truyền thông tổ chức là việc gửi và nhận thông điệp giữa các cá nhân liên quan đến nhau trong một môi trường, một không gian, một tổ chức cụ thể, thông qua các kênh trung gian, để đạt được các mục tiêu cá nhân và mục tiêu của tổ chức. Chủ yếu tập trung vào việc xây dựng mối quan hệ, hoặc tương tác lặp đi lặp lại giữa các cá nhân, với các thành viên bên trong tổ chức và công chúng quan tâm bên ngoài.

##### **2.1.4. Hoạt động truyền thông**

Hoạt động truyền thông được hiểu là các hoạt động thông tin và tuyên truyền, chia sẻ và trao đổi thông điệp, quảng bá hình ảnh, thương hiệu của cá nhân hay tổ chức tới các nhóm công chúng nhằm duy trì mối quan hệ tốt đẹp đối với công chúng cũng như tác động đến nhận thức, thái độ và hành vi của họ về cá nhân hay tổ chức đó.

Với cách hiểu như vậy, hoạt động truyền thông của tổ chức bao gồm: (i) Hoạt động thông tin báo chí; (ii) Quản lý vấn đề và xử lý khủng hoảng; (iii) Tổ chức sự kiện; (iv) Truyền thông nội bộ; (v) Quan hệ cộng đồng; (vi) Quan hệ với Chính phủ; (v) Công vụ; (vi) Gây quỹ; (vii) Tài trợ ...



### **2.1.5. Cơ quan hành chính nhà nước cấp Trung ương**

CQHCCNNTW để chỉ các cơ quan quản lý hành chính mà thẩm quyền của chúng có hiệu lực trong phạm vi cả nước, kể cả cơ quan thẩm quyền chung và cơ quan thẩm quyền riêng, bao gồm Chính phủ, các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ. Bộ máy của cơ quan hành chính Trung ương đặt tại trụ sở tại thủ đô, trung tâm chính trị của cả nước.

## **2.2. Cơ sở lý luận hoạt động truyền thông**

### **2.2.1. Lý luận về truyền thông và truyền thông đại chúng**

#### **2.2.1.1. Lý thuyết về truyền thông và truyền thông đại chúng**

Bao gồm: Thuyết phổ biến kiến thức hay truyền bá cái mới (Diffusion of Innovations) của Everett Rogers, lý thuyết Elaboration-likelihood – Lý thuyết về khả năng suy tính kỹ lưỡng của các nhà tâm lý xã hội học Richard Petty và John Cacioppo, Lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự (Agenda setting), thuyết Sử dụng và hài lòng (Uses and gratifications” – U&G) khởi xướng trong Nghiên cứu của Quỳ Payne và bàn bạc bởi các học giả Blumer, Berger.

#### **2.2.1.3. Mô hình truyền thông và truyền thông đại chúng**

Mô hình truyền thông bao gồm: Mô hình truyền thông của Harold D.Lasswell, Mô hình truyền thông của Shanon và Weaver, Mô hình truyền thông hai giai đoạn của Lazarsfeld.

Các lý thuyết và mô hình này là cơ sở lý luận cho luận án giúp tác giả lý giải và chiếu rọi các HĐTT của CQHCCN từ đó đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp cho luận án.

### **2.2.2. Lý luận về truyền thông tổ chức**

#### **2.2.2.1. Một số lý thuyết căn bản về truyền thông tổ chức**

Các học giả Max Weber, Philip Tompkins và George Cheney cùng với Stanley Deetz là những học giả tiên phong trong lĩnh vực nghiên cứu TTTC. Có thể tổng kết lại một số lý thuyết quan trọng về TTTC của các học giả liên quan đến ba khía cạnh bao gồm: cấu trúc, kiểm soát và quản lý. Grunig và Hung, Cutlip và Theaker sau đó đã đề xuất lý thuyết hệ thống khi bàn về HĐTT của tổ chức. Đây cũng là lý thuyết quan trọng làm cơ sở cho luận án.

#### **2.2.2.2. Mô hình truyền thông tổ chức**

Bao gồm: Mô hình truyền thông tổ chức của Gerald M.Goldhaber, Mô hình quản lý truyền thông chiến lược của James E.Grunig

#### **2.2.2.3. Mô hình đánh giá hiệu quả HĐTT**

Bao gồm: Mô hình Chuẩn bị, Thực thi, Tác động.

Các lý thuyết và mô hình trên giúp tác giả lý giải cơ chế và quá trình quản lý hoạt động truyền thông tổ chức, đồng thời đối chiếu với các thang đo hiệu quả của các CQHCCN để đưa ra đề xuất góp ý giúp hoàn thiện hay điều chỉnh các tiêu chí đánh giá hiệu quả HĐTT của các cơ quan này.

### **2.2.3. Vai trò, nhiệm vụ hoạt động truyền thông của CQHCNN**

Hoạt động TTTC có vai trò nhiệm vụ: Tạo dựng và duy trì mối quan hệ với công chúng và cộng đồng địa phương, cung cấp thông tin trên các phương tiện truyền thông đại chúng, xây dựng và bảo vệ hình ảnh của tổ chức, dự báo khủng hoảng và giảm thiểu rủi ro.

### **2.2.4. Công cụ của hoạt động truyền thông của CQHCNN**

Philip Kotler (2003) khi nghiên cứu về truyền thông tiếp thị tích hợp đã phân chia công cụ của ngành, trong các tổ chức nói chung, thành 7 công cụ: Ấn phẩm (Publications), Các sự kiện (Events), Tin tức (News), Hoạt động cộng đồng (Community involvement), Công cụ nhận diện (Identify tools), Vận động hành lang (Lobby), Đầu tư xã hội (Social Investment).

Nằm trong hệ thống hành chính nhà nước của Việt Nam, CQHCNN có những đặc thù riêng khi có chức năng và nhiệm vụ quản lý và thực hiện các hoạt động báo chí ngành; do đó HĐTT của CQHCNN vừa có những điểm giống, vừa có những điểm khác biệt với các CQHCNN trên thế giới khi các HĐTT chủ yếu chính là các hoạt động thông tin báo chí và các HĐTT khác. Cụ thể, các công cụ của HĐTT của CQHCNN ở Việt Nam bao gồm: *Thông tin báo chí (Công tác báo chí ngành, Theo dõi báo chí, Hợp báo, Cung cấp thông tin, Quan hệ báo chí ngoài ngành...), Xử lý khủng hoảng, Tổ chức sự kiện và các hoạt động truyền thông khác.*

## **2.3. Cơ sở thực tiễn hoạt động truyền thông**

### **2.3.1. Quan điểm của lãnh đạo Đảng và Nhà nước về tầm quan trọng của HĐTT**

Lãnh đạo Đảng và Nhà nước thể hiện sự chú trọng công tác truyền thông thông qua các văn bản chỉ đạo và trong hành động. Lãnh đạo CQHCNNTW luôn chỉ đạo về việc tăng cường công tác thông tin và tuyên truyền. Tuy nhiên, lãnh đạo CQHCNNTW chưa nhận thức xứng tầm vai trò của truyền thông. Do vậy, lãnh đạo Đảng và Nhà nước cũng nhấn mạnh việc cởi mở và chủ động cung cấp thông tin cho báo chí.

### **2.3.2. Đặc thù của HĐTT ở các CQHCNNTW tại Việt Nam**

Hoạt động truyền thông của các CQHCNNTW tại Việt Nam có những điểm đặc trưng khác biệt với các hoạt động ở các doanh nghiệp, cụ thể như sau: HĐTT có tính tuyên truyền và mệnh lệnh. HĐTT phải đảm bảo tính dân chủ và rộng khắp tới mọi tầng lớp xã hội. HĐTT được thực hiện không vì mục tiêu lợi nhuận mà vì mục tiêu cung cấp thông tin, góp phần là công cụ đắc lực cho hoạt động quản lý, xây dựng và duy trì các mối quan hệ giữa cơ quan với các nhóm công chúng. HĐTT có nhiều thuận lợi vì dễ tiếp cận với báo chí do đây là mối quan hệ có tính ràng buộc trách nhiệm và đôi bên cùng có lợi.

### **2.3.3. Các kênh truyền thông của các CQHCNNTW tại Việt Nam**

*Một là*, báo – tạp chí ngành. Mỗi cơ quan hành chính, mỗi bộ hiện nay đều có hệ thống báo – tạp chí ngành. *Hai là*, cổng thông tin/website chính thức của các cơ quan này. *Ba là*, thông tin từ người phát ngôn bao gồm những phát biểu chính thức trước công chúng.

*Bốn là*, các văn bản, chỉ thị, các tài liệu như thông cáo báo chí, thông báo... *Năm là*, các cuộc họp báo, các cuộc hội thảo, hội nghị. *Sáu là*, bản tin nội bộ của các CQHCNN. *Bảy là*, các phương tiện truyền thông đại chúng, bao gồm hệ thống báo chí thuộc các cơ quan chính trị xã hội. *Tám là*, truyền thông mạng xã hội.

#### **2.3.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến HĐTT của các CQHCNNTW tại Việt Nam**

Chủ trương, đường lối của Đảng và Nhà nước, hệ thống nguyên tắc pháp chế xã hội chủ nghĩa, công cuộc đổi mới và cải cách nền hành chính, công tác quản lý nhà nước về báo chí và truyền thông, cơ chế quản lý ngành, quy định về chức năng, nhiệm vụ của CQHCNN, sự bùng nổ của công nghệ thông tin đều là yếu tố ảnh hưởng đến HĐTT.

### **Tiểu kết chương 2**

Về lý thuyết truyền thông, có thể đánh giá các lý thuyết truyền thông ngày càng trở nên đa dạng và dựa trên các trường phái tư tưởng, cũng như cách tiếp cận khác nhau. Các lý thuyết truyền thông của Laswell, thuyết “quá trình truyền thông hai bước”, thuyết “thiết lập chương trình nghị sự”, thuyết “sử dụng và hài lòng” đều là những lý thuyết quan trọng là cơ sở lý luận cho luận án. Về lý thuyết truyền thông tổ chức, có thể khẳng định các học giả Max Weber, Philip Tompkins và George Cheney cùng với Stanley Deetz là những học giả tiên phong trong lĩnh vực nghiên cứu TTTC. Các lý thuyết quan trọng về TTTC của các học giả bao gồm: lý thuyết tổ chức cổ điển của Weber về các cấu trúc cố định, lý thuyết quản lý/kiểm soát tổ chức của Tompkins và Cheney, lý thuyết quản lý của Deetz, lý thuyết hệ thống do Grunig và Hung, Cutlip và Theaker thảo luận. Đây cũng là những lý thuyết quan trọng làm cơ sở lý luận cho luận án.

MHTT tổ chức Gerald M. Goldhaber nhấn mạnh đến đến HĐTT trong tổ chức mà cốt lõi là quá trình truyền thông diễn ra giữa con người với con người, giữa cấp trên với cấp dưới và giữa các đồng nghiệp với nhau. Mô hình quản lý truyền thông chiến lược của James E. Grunig nhấn mạnh vai trò của truyền thông và QHCC như một chức năng quản lý chiến lược hơn là hoạt động truyền đi thông điệp và nhấn mạnh đến quá trình quản lý truyền thông ra bên ngoài tổ chức.

Những lý thuyết và mô hình trên có vai trò quan trọng làm cơ sở lý luận cho luận án, là căn cứ khoa học để tác giả triển khai các phần khảo sát và đánh giá thực trạng, đồng thời góp phần làm cơ sở để tác giả đưa ra các đề xuất và giải pháp nâng cao chất lượng HĐTT của các CQHCNNTW.

Với đặc thù riêng của mình, HĐTT có vai trò quan trọng đối với các CQHCNN tại Việt Nam. Các HĐTT chính của các CQHCNNTW bao gồm: thông tin báo chí, tổ chức sự kiện, xử lý khủng hoảng và các hoạt động khác. Tuy nhiên, để thực thi được các HĐTT trên, quy mô, tính chất, đặc điểm, hình thức và hiệu quả truyền thông của tổ chức cụ thể còn phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố như: chủ trương, đường lối, các hệ thống nguyên tắc pháp chế của xã hội chủ nghĩa, các quy định về chức năng, nhiệm vụ của tổ chức...

### Chương 3

## THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG CỦA CÁC CƠ QUAN HÀNH CHÍNH NHÀ NƯỚC CẤP TRUNG ƯƠNG TẠI VIỆT NAM

### 3.1. Giới thiệu các cơ quan trong diện khảo sát

#### 3.1.1. Văn phòng Chính phủ

VPCP là cơ quan có chức năng tham mưu và giúp việc cho Chính phủ và Thủ tướng Chính phủ, có vai trò điều phối, là cầu nối của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ trong mối quan hệ với các cơ quan lập pháp, tư pháp, với hệ thống chính trị bao gồm Đảng, khối mặt trận đoàn thể, là khâu kết nối từ Trung ương đến địa phương.

#### 3.1.2. Bộ Tài chính

Bộ Tài chính là cơ quan của Chính phủ, thực hiện chức năng quản lý nhà nước về: Tài chính (bao gồm: ngân sách Nhà nước, thuế, phí, lệ phí và thu khác của ngân sách Nhà nước, dự trữ quốc gia, ...); hải quan; kế toán; kiểm toán độc lập; giá; chứng khoán; bảo hiểm; hoạt động dịch vụ tài chính và dịch vụ khác thuộc phạm vi quản lý Nhà nước của Bộ; thực hiện đại diện chủ sở hữu phần vốn Nhà nước tại doanh nghiệp theo quy định của pháp luật.

#### 3.1.3. Bộ Y tế

Bộ Y tế là cơ quan của Chính phủ, thực hiện chức năng quản lý nhà nước về y tế, bao gồm các lĩnh vực: Y tế dự phòng; khám bệnh, chữa bệnh, phục hồi chức năng; giám định y khoa, pháp y, pháp y tâm thần; y dược cổ truyền; sức khỏe sinh sản; trang thiết bị y tế; dược; mỹ phẩm; an toàn thực phẩm; bảo hiểm y tế; dân số - kế hoạch hóa gia đình; quản lý nhà nước các dịch vụ công trong lĩnh vực thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ.

#### 3.1.4. Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn

Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn (NNPTNT) là cơ quan của Chính phủ thực hiện chức năng quản lý nhà nước các ngành, lĩnh vực: Nông nghiệp, lâm nghiệp, diêm nghiệp, thủy sản, thủy lợi và phát triển nông thôn trong phạm vi cả nước; quản lý nhà nước các dịch vụ công trong các ngành, lĩnh vực thuộc phạm vi quản lý của Bộ.

### 3.2. Mô hình HĐTT của các cơ quan trong diện khảo sát

#### 3.2.1. Mô hình bộ phận truyền thông

Về cơ bản cơ cấu tổ chức bộ phận truyền thông của các cơ quan nhà nước chủ được kết cấu theo các mô hình: (1) đặt tại Cổng thông tin điện tử hoặc Trung tâm thông tin – truyền thông; (2) đặt tại Văn phòng Bộ; (3) đặt tại Vụ chức năng. Cụ thể:

*Mô hình thứ nhất*, Cổng TTĐT TCP là đơn vị chịu trách nhiệm về hoạt động truyền thông của VPCP. Đây là một mô hình điển hình tập trung chức năng và các hoạt động truyền thông của một cơ quan nhà nước vào bộ phận độc lập - Cổng TTĐT TCP, thể hiện tính tập trung trách nhiệm, sự thống nhất về bộ máy tổ chức và nâng cao vị thế của công tác truyền thông trong việc quản lý toàn bộ hoạt động truyền thông của tổ chức, gồm cả việc quản lý thông tin báo chí và các hoạt động khác. *Hai là*, mô hình bộ phận truyền

thông đặt tại Văn phòng bộ (Bộ Tài chính và Bộ NNPTNT) có ưu điểm thông tin về hoạt động quản lý của Bộ được cung cấp, cập nhật thường xuyên, do đây là cơ quan tham mưu, tổng hợp và hậu cần cho lãnh đạo bộ. Tuy nhiên, đây là đơn vị thực hiện nhiều chức năng từ tham mưu, tổng hợp đến hậu cần, lễ tân.... và truyền thông chỉ là một bộ phận trong Văn phòng nên vai trò, chức năng và thẩm quyền của bộ phận này bị hạn chế rất nhiều so với khi đứng ra là một đơn vị độc lập. *Thứ ba*, mô hình bộ phận truyền thông nằm ngoài Văn phòng bộ, đặt tại Vụ chức năng thuộc bộ (Vụ Truyền thông và Thi đua khen thưởng, Bộ Y tế). Vụ chức năng là đơn vị thực hiện chức năng quản lý ngành/lĩnh vực của bộ, rất thuận lợi trong việc tham mưu cho lãnh đạo bộ trong việc xây dựng, ban hành các quy định về truyền thông. Tuy nhiên, Bộ phận truyền thông đặt Vụ chức năng chưa thể hiện được vị trí, tầm cỡ của một đơn vị có tính chất quản lý truyền thông toàn ngành bao gồm cả việc quản lý hoạt động thông tin báo chí ngành.

### **3.2.2. Chức năng, nhiệm vụ các bộ phận truyền thông**

Các cơ quan trong diện khảo sát đều có Cổng thông tin điện tử. Các Cổng TTĐT có chức năng tổ chức, quản lý và công bố các tin tức của cơ quan chủ quản, tích hợp thông tin các dịch vụ công trực tuyến của cơ quan chủ quản, là kênh trao đổi thông tin giữa các đơn vị của cơ quan chủ quản với các tổ chức, cá nhân liên quan nhằm phục vụ tốt nhất các chức năng nhiệm vụ của CQHCCNNTW. Bộ phận truyền thông còn bao gồm các cơ quan báo chí trực thuộc các CQHCCNNTW gồm các tờ báo và tạp chí ngành. Các cơ quan đều có phòng phụ trách báo chí, truyền thông hoặc báo chí tuyên truyền. Tùy vào đặc thù của mỗi cơ quan mà chức năng, nhiệm vụ, quy mô hoạt động của các phòng này khác nhau, do vậy cách đặt tên đơn vị cũng khác nhau

### **3.2.3. Quy định về Người phát ngôn và bộ máy nhân sự bộ phận truyền thông**

Mới đây, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 09/2017/NĐ-CP ngày 09/02/2017 quy định về việc phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí của các cơ quan hành chính nhà nước. Căn cứ vào văn bản, chỉ đạo này của Chính phủ, hiện nay, các CQHCCNNTW đều sửa đổi và cập nhật quy chế phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí.

Theo khảo sát cho thấy, số lượng cán bộ các phòng truyền thông ở các cơ quan trong diện khảo sát chủ yếu khoảng từ 5-7 người bao gồm 1 trưởng phòng, 1 phó phòng và các nhân viên. Đặc điểm nhân sự các đơn vị này: tỉ lệ nữ cao hơn, độ tuổi dao động từ 25-55, đa phần từ đại học đến thạc sỹ, nhiều cán bộ trẻ được đào tạo về báo chí, truyền thông, nhiệm vụ thường xuyên là theo dõi, cung cấp thông tin cho báo chí, số lượng nhân sự không nhiều trong khi khối lượng công việc lớn.

## **3.3. HĐTT của các cơ quan trong diện khảo sát**

### **3.3.1. Hoạt động thông tin báo chí (Qua khảo sát trên báo chí)**

#### **3.3.1.1. Truyền thông trên báo ngành**

Phân tích nội dung trên 4 tờ báo ngành bao gồm: Báo điện tử Chính phủ, Thời báo Tài chính Việt Nam, Báo Sức khỏe và Đời sống, Báo Nông nghiệp Việt Nam trong thời gian 1/1/2015-31/12/2017.

Hình thức đưa tin có sự đa dạng nhưng chủ yếu tập trung vào loại hình thông tin báo chí với hai thể loại phổ biến là tin và bài phản ánh. Với những vấn đề nóng hổi của ngành thì được đưa thông tin dưới nhiều dạng hơn, với những góc nhìn đa dạng hơn. Tuy nhiên, thông tin báo chí trên các tờ báo này vẫn chủ yếu mang tính một chiều, ít có sự tương tác với độc giả. Cách viết của các tác giả cũng chủ yếu nhằm cung cấp thông tin cho công chúng, hoặc đơn giản chỉ mang tính chất thông báo cho những người liên quan biết được các chính sách, chủ trương, các văn bản, nghị định, thông tư, chỉ thị, các hoạt động mà Chính phủ, Bộ, ngành đã được triển khai như thế nào. Bản thân tác giả các bài viết cũng ít thể hiện quan điểm, ý kiến của mình trong các bài viết. Trong số những vấn đề của ngành thì có vẻ như các tờ báo này né tránh đưa những vụ việc tiêu cực mà gây bất lợi cho ngành. Những vấn đề nổi cộm được đưa tin lên các tờ báo ngành chủ yếu rơi vào những sự vụ sai phạm trong lĩnh vực mà ngành quản lý, sai phạm của đối tượng mà chính sách ngành hướng đến và thường có chỉ đạo từ phía Chính phủ, Bộ, Ngành cũng như việc xử lý những sai phạm. Gần như không nhắc đến những bất cập trong chính sách của ngành, những sai phạm của chính cán bộ, đặc biệt là lãnh đạo cấp cao của ngành. Nếu có đề cập đến những vấn đề bất cập thì chủ yếu là thông tin dưới dạng chỉ đạo của cấp trên đối với cấp dưới cũng như những phát ngôn theo kiểu hô khẩu hiệu cần phải làm gì, làm như thế nào.

### 3.3.1.2. Truyền thông trên báo ngoài ngành

#### • Thể hiện qua phân tích nội dung tin bài trên báo chí

Tác giả tiến hành phân tích nội dung của các tin bài trên 5 tờ báo (3 báo in gồm Nhân Dân, Lao Động, Tuổi Trẻ và 2 báo mạng gồm Vietnamnet và VnExpress) trong thời gian từ 1/1/2014 đến 31/12/2016 bằng việc tìm kiếm các tin bài theo Bộ từ khoá cấp 1 có từ khoá liên quan đến các Bộ (“Bộ Tài chính”, “Bộ Y tế”, “Bộ NNPTT”) trên Công cụ tìm kiếm nâng cao của Google. Sau khi tìm kiếm được các tin bài này, tác giả tiếp tục khảo sát và tìm kiếm tin bài theo Bộ từ khoá kết hợp giữa “tên bộ” và “chủ đề/vấn đề nổi bật của bộ”.

Kết quả khảo sát cho thấy: *Một là*, số lượng tin bài đưa tin về các Bộ tăng lên đáng kể trong mỗi năm, một trong những lý do là các Bộ ngày càng chú trọng cung cấp thông tin cho báo chí. *Thứ hai*, số lượng tin bài của Bộ Y tế chiếm tỉ lệ vượt trội so với Bộ Tài chính và Bộ Nông nghiệp. Do đặc thù lĩnh vực quản lý của Bộ Y tế là các vấn đề dân sinh, liên quan sát sườn đến đời sống và sinh mệnh của người dân, do vậy, các thông tin của Bộ Y tế luôn là tâm điểm của báo chí và cũng thu hút sự chú ý của đông đảo công chúng. *Thứ ba*, so sánh giữa các báo, thì tờ báo mạng VnExpress chiếm tỉ lệ cao nhất về số lượng tin bài trong 3 năm cũng như trong năm 2016. Thứ tự tiếp theo là Vietnamnet, Tuổi Trẻ, Lao Động và Nhân Dân. *Thứ tư*, các vấn đề nổi bật trên các báo khi đưa tin về các Bộ rất đa dạng và phong phú. Hầu hết các báo có tỉ lệ lớn tin bài về vấn đề sức khoẻ, vệ sinh an toàn thực phẩm, thuốc, giá, phí do trên các báo này có riêng chuyên mục Sức khoẻ hoặc Kinh doanh.

- *Qua phỏng vấn sâu các nhà báo*

Kết quả phỏng vấn sâu cho thấy báo chí rất quan trọng đối với các bộ, ngành, khi họ cung cấp cho báo chí những thông tin cần thiết thì những thông tin đó sẽ được phổ cập ra xã hội. Tuy nhiên, mặc dù đã có những bộ quan tâm và tạo điều kiện cho báo chí trong việc khai thác thông tin, thúc đẩy hoạt động truyền thông của bộ, vẫn xảy ra tình trạng các phòng truyền thông của không ít các bộ còn thiếu chuyên nghiệp, không được đào tạo bài bản nên chưa tham mưu được cho các lãnh đạo các bộ phương thức, chiến lược truyền thông hiệu quả khi cung cấp thông tin cho báo chí.

### **3.3.2. Hoạt động thông tin báo chí (Qua khảo sát bộ phận truyền thông)**

CQHHCNNTW thực hiện các hoạt động thông tin báo chí như: quản lý báo chí ngành và ngoài ngành. Phòng truyền thông hay bộ phận truyền thông có vai trò tham mưu cho lãnh đạo Bộ trong việc phối hợp với các cơ quan quản lý nhà nước trong hoạt động quản lý báo chí ngoài ngành. Bộ Y tế là đơn vị đã phối hợp chặt chẽ với Ban Tuyên Giáo Trung ương (TGTW), Bộ thông tin và Truyền thông (TTTT) trong hoạt động quản lý báo chí. Tuy nhiên, hoạt động này chịu sự ảnh hưởng của rất nhiều yếu tố khách quan do vậy trong nhiều trường hợp vẫn xảy ra tình trạng cơ quan nhà nước vẫn chưa kiểm soát được thông tin trên báo chí. Có tình trạng báo chí đưa tin nhanh hơn, việc chỉ đạo đưa thông tin lên báo chí luôn đi sau và thường mang tính phản hồi và bị động.

Nhiều cơ quan rất chú trọng việc theo dõi thông tin trên báo chí để kịp thời xử lý. Tuy nhiên, công việc này vẫn mới đang dừng lại ở việc tóm tắt thông tin chứ chưa có tính dự báo và phân tích. Nhìn chung, trong hoạt động cung cấp thông tin cho báo chí ở các cơ quan trong diện khảo sát đã có chuyển biến tích cực, mặc dù không ít đơn vị vẫn còn xảy ra tình trạng chậm trễ hoặc bị động trong việc cung cấp thông tin cho báo chí. Các CQHHCNNTW coi hoạt động quan hệ báo chí là hoạt động quan trọng. Các hình thức quan hệ với báo chí bao gồm việc trao đổi thông tin, phối hợp ký kết hợp tác với các cơ quan báo chí, gặp gỡ cơ quan báo chí...

### **3.3.3. Các hoạt động truyền thông khác (Qua khảo sát bộ phận truyền thông)**

Các HĐTT khác của CQHHCNNTW bao gồm hoạt động xử lý khủng hoảng, tổ chức sự kiện,... Có thể thấy khủng hoảng xảy ra tập trung ở các lĩnh vực, vấn đề nhạy cảm, gây bức xúc trong dư luận. Khủng hoảng thường bùng phát từ báo chí và mạng xã hội và lan đi rất nhanh. Cơ quan thường phản ứng chậm và bị động đe dọa hình ảnh tổ chức và người lãnh đạo. Các Bộ tập trung vào việc quan hệ với báo chí để ngăn ngừa và xử lý khủng hoảng. Các hoạt động tổ chức sự kiện diễn ra đa dạng bao gồm tổ chức các cuộc thi, sự kiện toàn ngành, hội thảo, tập huấn...

## **3.4. Đánh giá kết quả khảo sát**

### **3.4.1. Những kết quả đạt được**

HĐTT tuân thủ các quy định pháp lý quản lý truyền thông. Vai trò của HĐTT đang được nhận thức đúng đắn hơn. Bộ phận truyền thông đã được thiết lập ở tất cả các Bộ.

Hoạt động quản lý báo chí ngành đang từng bước được cải tổ. Báo chí ngành thể hiện vai trò thông tin mang tính chính thống, trực tiếp và có tính thời sự. Việc tổ chức cung cấp thông tin cho báo chí đã thường xuyên hơn thông qua việc họp báo định kỳ và qua nhiều kênh khác. Chính phủ đã ban hành Nghị định góp phần thống nhất quy định về phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí. Thẩm quyền cung cấp thông tin của các đơn vị đã được quy định giúp nâng cao vai trò và trách nhiệm của Người phát ngôn.

### **3.4.2. Những tồn tại, hạn chế**

Thông tin trên báo ngành còn né tránh tiêu cực, chưa phát huy được tính phản biện xã hội. Hoạt động cung cấp thông tin tới báo chí và công chúng còn bị động. Thông thường khi có một sự việc xảy ra, các cơ quan bộ ngành chưa chủ động và cởi mở trong việc thông tin, phản ánh các vấn đề sai phạm hoặc tiêu cực. Chỉ đến khi báo chí vào cuộc và đưa tin rộng rãi trên các phương tiện truyền thông thì các cơ quan này mới cung cấp thông tin, giải đáp thắc mắc của báo chí và người dân. Chưa nhiều các cơ quan bộ ngành coi việc sử dụng truyền thông như một công cụ quản trị, có khả năng tham mưu cho các cấp quản lý. Hoạt động quan hệ với báo chí còn mang tính đối phó, nhiều cán bộ lãnh đạo quản lý còn né tránh trả lời báo chí. Các bộ vẫn còn lung túng trong việc dự báo và xử lý khủng hoảng.

## **Tiểu kết chương 3**

Kết quả khảo sát thực địa góp phần cung cấp một bức tranh đầy đủ và khái quát về chức năng, nhiệm vụ của tổ chức, cơ cấu tổ chức, mô hình bộ phận truyền thông, đội ngũ nhân sự, người phát ngôn của tổ chức, Cổng thông tin điện tử, Cơ quan báo chí ngành của tổ chức. Cụ thể: *Thứ nhất*, các CQHCCNNTW đều có bộ phận truyền thông, có quy định chức năng, nhiệm vụ cụ thể. *Thứ hai*, cơ cấu bộ phận truyền thông của CQHCCNNTW rất khác nhau, hiện chưa nhất quán và chưa có một mô hình bộ phận truyền thông chuẩn và thống nhất ở tất cả các cơ quan. Về cơ bản, cơ cấu Bộ phận truyền thông của các Bộ hiện nay như sau, Bộ phận truyền thông: (i) đặt tại một đơn vị độc lập như Cổng thông tin điện tử Chính phủ, VPCP hoặc Trung tâm thông tin – truyền thông; (ii) đặt tại Văn phòng Bộ như ở Bộ Tài chính, Bộ NNPTNT; (iii) đặt tại Vụ quản lý chức năng như Vụ truyền thông và thi đua khen thưởng, Bộ Y tế. Kết quả khảo sát này có ý nghĩa quan trọng góp phần giúp tác giả đề xuất xây dựng mô hình HĐTT cho các CQHCCNNTW tại Việt Nam trong chương 4.

Nội dung khảo sát cũng cho thấy quan điểm của lãnh đạo CQHCCNNTW về tầm quan trọng của HĐTT, công tác tổ chức thông tin tuyên truyền, công tác quản lý báo chí ngành, quan hệ báo chí, giải quyết vấn đề và xử lý khủng hoảng của các cơ quan này diễn ra như thế nào. Tuy nhiên, HĐTT vẫn bộc lộ nhiều bất cập về cách thức tổ chức quản lý, đội ngũ nhân sự, cơ chế phối hợp thông tin giữa các bộ phận truyền thông, yếu tố tác động đến hoạt động quản lý truyền thông của các cơ quan này. Vẫn còn tình trạng báo chí gặp khó khăn khi khai thác thông tin, đặc biệt là đối với những sự vụ nhạy cảm, đang thu hút dư luận.



Những kết quả khảo sát trên đây chính là những gợi ý quan trọng giúp những người thực hiện HĐTT của bộ sớm khắc phục và tìm phương hướng giải quyết để nâng cao chất lượng HĐTT của tổ chức mình.

## **Chương 4**

### **GIẢI PHÁP VÀ ĐỀ XUẤT NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG CỦA CÁC CƠ QUAN HÀNH CHÍNH NHÀ NƯỚC CẤP TRUNG ƯƠNG TẠI VIỆT NAM**

#### **4.1. Tham khảo kinh nghiệm nước ngoài**

Một là, HĐTT của các CQHCCNTW tuân thủ theo một quy trình rõ ràng, bài bản và chuyên nghiệp do sự phát triển của truyền thông tại các nước này và do sự coi trọng HĐTT của các cơ quan này. Văn phòng Chính phủ và các Bộ của Áo và Hàn Quốc đều có bộ phận truyền thông chuyên biệt có tên gọi là Phòng Quan hệ công chúng hoặc là Phòng Thông tin báo chí chịu toàn bộ trách nhiệm về hoạt động truyền thông của tổ chức. Phòng này chính là đầu mối tiếp nhận thông tin đầu vào, xử lý và phát đi thông điệp đầu ra tới công chúng và báo chí. Đứng đầu các phòng này là Người phát ngôn, chịu trách nhiệm tất cả các công việc liên quan đến HĐTT và QHCC của bộ. Trong trường hợp có khủng hoảng xảy ra, Người phát ngôn của Thủ tướng hoặc của các Bộ sẽ là người chịu trách nhiệm trả lời hoặc làm việc với báo chí.

Hai là, để nâng cao hiệu quả tuyên truyền chính sách bằng ý kiến tuyên truyền, phòng Truyền thông công phải tiến hành phân tích dư luận, xây dựng chiến lược tuyên truyền và tiến hành tuyên truyền trên các phương tiện truyền thông, sau cùng là quản lý dư luận sau khi phát biểu.

Ba là, các hoạt động truyền thông phải có kế hoạch chiến lược và thông điệp trọng tâm. Các ban ngành quản lý chức năng khi có nhu cầu tuyên truyền chính sách thì phải lập kế hoạch tuyên truyền bao gồm cả việc soạn tài liệu tin tức, lập kế hoạch tuyên truyền về sau.

Bốn là, tại Áo diễn ra xu hướng đi từ Chính phủ điện tử đến Chính phủ thông minh, nghĩa là phương tiện truyền thông xã hội đã cho phép các hình thức mới trong thông tin giữa nhà nước và công chúng, mở ra những cách thức cung cấp thông tin nhanh chóng, phản hồi ngay lập tức và cho phép phản hồi từ tất cả các bên liên quan. Thủ tướng Áo Werner Faymann khi còn đương nhiệm cũng đã bắt đầu các hoạt động truyền thông xã hội vào tháng 10 năm 2011. Trang Facebook của ông <https://www.facebook.com/bundeskanzlerfaymann> đã trở thành kênh truyền thông quan trọng nhất trong vấn đề này.

Năm là, tại Hàn Quốc, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hàn Quốc là cơ quan quản lý nhà nước về HĐTT, do vậy Phòng Truyền thông công của Bộ này có vai trò quan trọng trong việc quản lý và điều phối hoạt động tuyên truyền của các cơ quan ban ngành hay các bộ khác. Hàng tuần, Phòng Thông tin đại chúng của Bộ này thường xuyên tổ chức các cuộc họp Người phát ngôn của 44 CQHCTW, tổ chức Hội đồng Người phát ngôn trực tuyến.

## 4.2. Những vấn đề đặt ra

HĐTT còn thiếu chuyên nghiệp và bài bản. HĐTT chủ yếu được hiểu là hoạt động tuyên truyền với tính chất thông tin một chiều và thiếu tính đối thoại, thiên về hoạt động quan hệ báo chí hơn là tập trung vào hoạt động quan hệ với công chúng và người dân, hoạt động thông tin tới báo chí và công chúng còn mang tính thụ động, hoạt động quan hệ với báo chí còn mang tính đối phó, công tác quản lý báo chí ngành còn nhiều bất cập, bộc lộ những mặt hạn chế trong việc thực hiện Quy chế phát ngôn, các bộ vẫn còn lúng túng trong việc dự báo và xử lý khủng hoảng, quy trình truyền thông ở các CQHCNNTW chưa rõ ràng, chưa có một mô hình hoạt động truyền thông chuẩn cho các CQHCNNTW, chức năng và nhiệm vụ của người làm truyền thông chưa rõ ràng, chưa có tiêu chí đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông, đội ngũ nhân sự làm truyền thông còn thiếu kỹ năng và chưa được đào tạo bài bản, các kênh thông tin của một số CQHCNNTW chưa phát huy được khả năng thu hút độc giả.

## 4.3. Những giải pháp nâng cao chất lượng HĐTT của các CQHCNNTW tại Việt Nam

### 4.3.1. Giải pháp chung

*Thứ nhất*, cần tăng cường chức năng tham mưu và quản lý cho bộ phận truyền thông chứ không nên chỉ dừng lại ở chức năng thực thi. *Thứ hai*, cần tăng cường quản lý báo chí ngành và đổi mới mạnh mẽ hoạt động báo chí ngành theo hướng đưa tin khách quan, thời sự và mang tính phản biện xã hội cao. *Thứ ba*, các CQHCNN cần tạo ra không gian truyền thông cởi mở, minh bạch, tăng cường đối thoại thông tin. *Thứ tư*, CQHCNNTW cần chú trọng và có chiến lược trong việc xây dựng hình ảnh của tổ chức và quản lý hình ảnh người lãnh đạo. *Thứ năm*, hoàn thiện hệ thống văn bản, quy định pháp lý quản lý, điều hành HĐTT của CQHCNNTW. *Thứ sáu*, hoàn thiện bộ máy tổ chức truyền thông. *Thứ bảy* tiến hành các hoạt động nghiên cứu về HĐTT. *Thứ tám*, xây dựng kế hoạch chiến lược để phát triển nội dung, cách thức truyền thông. *Thứ chín*, phát huy các nguồn lực sẵn có để thúc đẩy HĐTT bao gồm yếu tố con người, yếu tố kỹ thuật, công nghệ và nguồn ngân sách.

### 4.3.2. Giải pháp cụ thể

#### 4.3.2.1. Sắp xếp, quy hoạch lại hệ thống cơ quan báo chí ngành

Các CQHCNNTW cần sắp xếp hệ thống các cơ quan báo in gắn với các giải pháp đổi mới mô hình tổ chức, quản lý theo hướng giảm số lượng cơ quan báo in, mỗi cơ quan báo in có thể có nhiều ấn phẩm, giảm số lượng đầu báo và tạp chí của ngành theo hướng tinh gọn và phù hợp với tôn chỉ mục đích và nhiệm vụ chính trị được giao.

#### 4.3.2.2. Xây dựng các nhóm tiêu chí đánh giá hiệu quả HĐTT

Các CQHCNNTW cần xây dựng các nhóm tiêu chí đánh giá hiệu quả HĐTT của các cán bộ và quản lý bộ phận truyền thông. Trong các hoạt động truyền thông, tác giả đề xuất *Tiêu chí đánh giá hiệu quả hoạt động theo dõi và thông tin báo chí* của các cán bộ phụ trách truyền thông của các CQHCNNTW dựa trên từng giai đoạn truyền thông ví dụ như sau: Đánh giá việc cung cấp thông tin hoặc phát thông điệp qua kênh báo chí và qua kênh trực

tiếp tới công chúng bằng các tiêu chí: Tần suất và số lượng thông điệp/thông tin phát đi; Thái độ và tác phong làm việc với báo chí để cung cấp thông tin? Tốc độ xử lý vấn đề tính theo khung giờ trong ngày? Mức độ chuyên nghiệp và triệt để trong xử lý vấn đề?...

#### 4.3.2.3. Xây dựng chương trình đào tạo và tập huấn cho nhà báo và người làm truyền thông

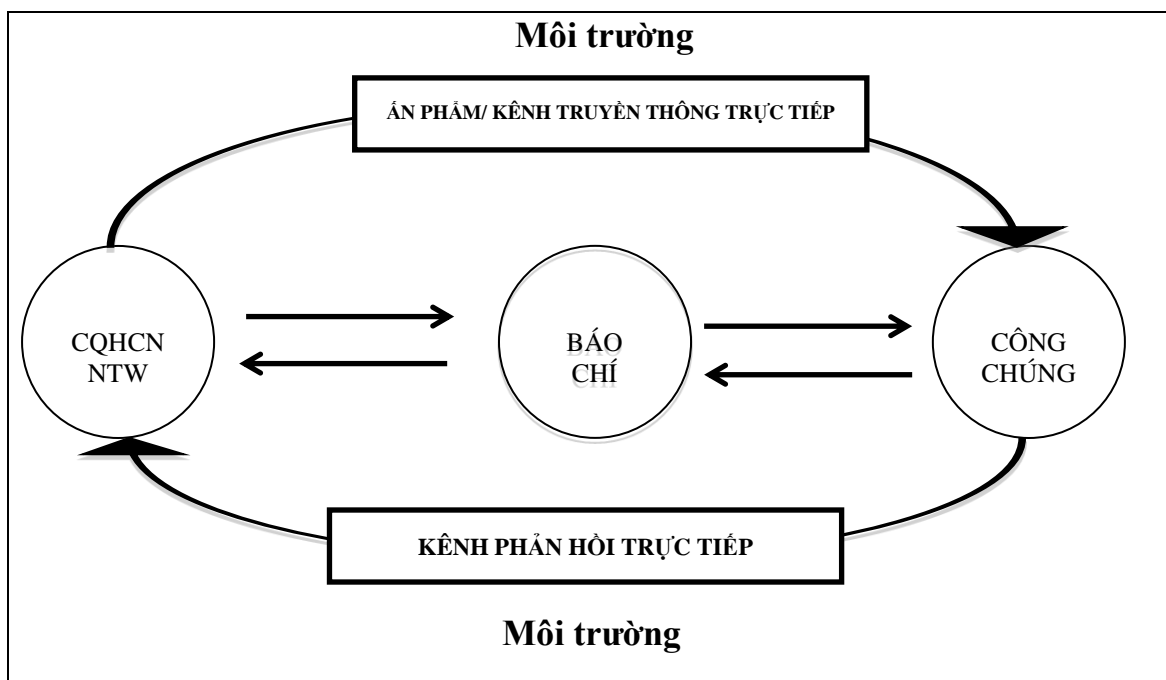
Các CQHCNNTW cần xây dựng mô hình đào tạo, tập huấn các kỹ năng truyền thông. Cần đưa hoạt động đào tạo và tập huấn các kỹ năng, nghiệp vụ truyền thông và quan hệ công chúng về một đầu mối cơ quan chức năng quản lý hoạt động. Bộ Thông tin và Truyền thông là cơ quan chức năng quản lý nhà nước về báo chí, do đó, Bộ là đầu mối xây dựng khung chương trình đào tạo. Các bộ có thể triển khai xây dựng chương trình hay kế hoạch đào tạo theo yêu cầu thực tế của từng đơn vị. Cần tổ chức các đợt tập huấn truyền thông cho Người phát ngôn của các bộ để cập nhật các quy định, các yêu cầu chỉ đạo cung cấp thông tin cho báo chí...

#### 4.3.2.4. Thiết lập bộ phận chuyên trách xử lý khủng hoảng truyền thông

Cần thành lập Tổ tác chiến xử lý khủng hoảng truyền thông để hạn chế thấp nhất nguy cơ và rủi ro của khủng hoảng. Tổ tác chiến này cần có các thành viên nòng cốt bao gồm Người điều hành cấp cao nhất (Bộ trưởng), Người phụ trách cao nhất về truyền thông, Lãnh đạo phụ trách công tác truyền thông và báo chí của Bộ, Lãnh đạo cơ quan báo chí của Bộ, Vụ trưởng phụ trách lĩnh vực pháp chế, Lãnh đạo đơn vị chức năng quản lý chuyên môn liên quan trực tiếp đến vấn đề đang xảy ra khủng hoảng, và tùy từng trường hợp sẽ bổ sung một số Lãnh đạo các đơn vị có liên quan đến khủng hoảng.

### 4.4. Những đề xuất nâng cao chất lượng HĐTT của các CQHCNNTW tại Việt Nam

- *Mô hình chu trình truyền thông ra bên ngoài của CQHCNNTW*

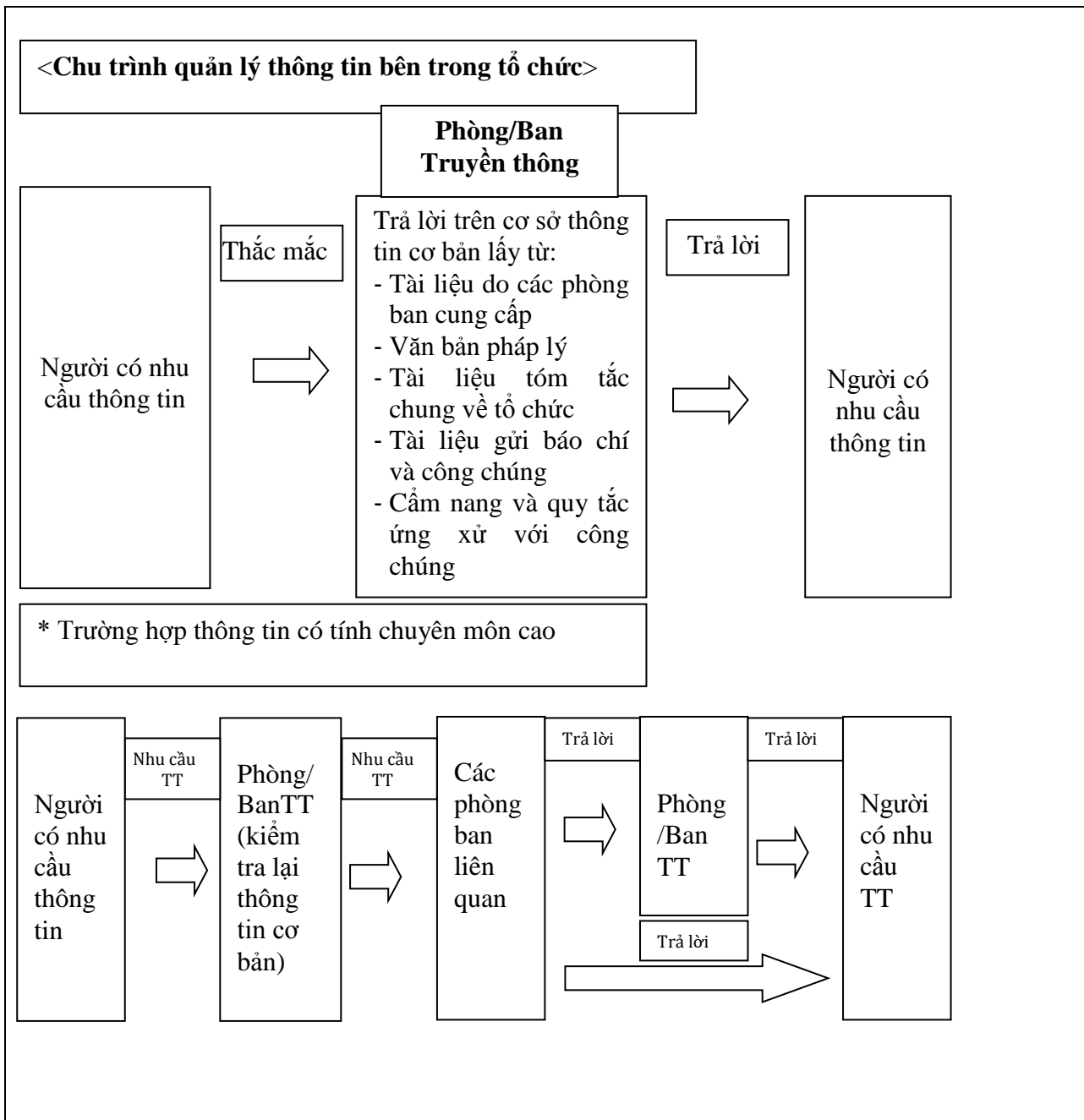


Mô hình 4.7: Mô hình chu trình truyền thông ra bên ngoài CQHCNNTW

Tác giả đề xuất mô hình chu trình truyền thông ra bên ngoài của CQHCNNTW tại Việt Nam. Mô hình thể hiện quá trình truyền thông từ CQHCNNTW tại Việt Nam tới công chúng là quá trình khép kín và hai chiều.

**• Mô hình chu trình quản lý thông tin bên trong CQHCNNTW**

Đây là chu trình khi CQHCNNTW nhận được ý kiến của các nhóm công chúng khác nhau. Quá trình tiếp nhận và xử lý rồi tiếp đến trả lời các thắc mắc, các ý kiến của người dân sẽ được thể hiện trong mô hình. (Xem Mô hình 4.8) Trong quá trình xử lý các thông tin, phòng/ban truyền thông có thể là đơn vị trực tiếp trả lời hoặc có thể chuyển cho các Phòng ban liên quan chịu trách nhiệm trả lời. Tuy nhiên, phòng/ban truyền thông vẫn giữ vai trò điều phối và kiểm soát toàn bộ hoạt động này.

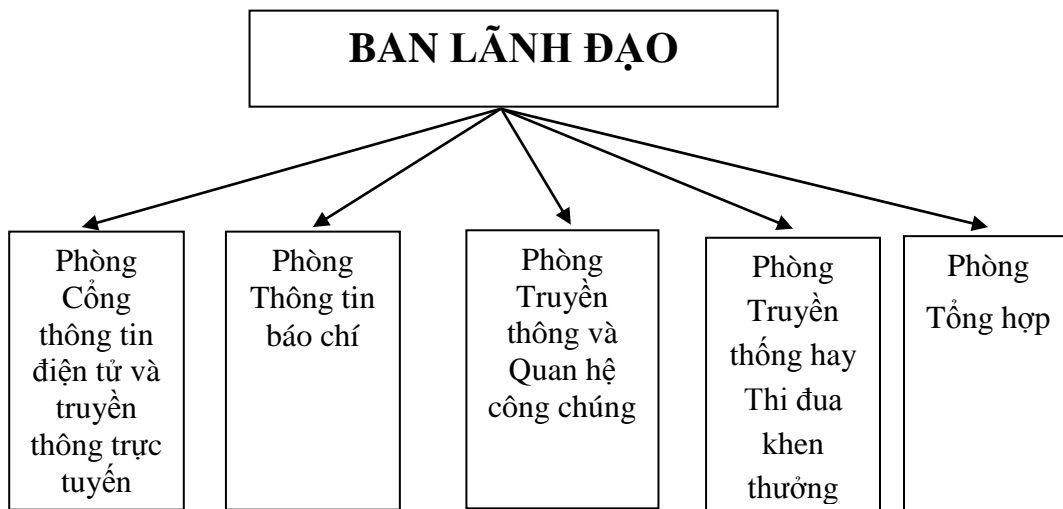


Mô hình 4.8: Mô hình chu trình quản lý thông tin bên trong CQHCNNTW

• **Mô hình tổ chức bộ máy truyền thông của CQHCCNTW**

Để đáp ứng yêu cầu, các bộ cần xây dựng một trung tâm truyền thông trực thuộc bộ trên cơ sở hợp nhất bộ phận truyền thông tại Văn phòng Bộ, các Vụ chức năng và các bộ phận khác (website, Cổng thông tin điện tử, các báo, tạp chí, ấn phẩm...) của các Bộ. Trung tâm truyền thông trở thành đơn vị hành chính sự nghiệp có thu, là đầu mối được giao nhiệm vụ thực hiện công tác truyền thông của Bộ, có vai trò định hướng, phối hợp và hỗ trợ công tác truyền thông trong toàn ngành.

Trung tâm truyền thông thực hiện chức năng và nhiệm vụ sau: Tham mưu, xây dựng chiến lược, kế hoạch truyền thông của bộ (kế hoạch hàng năm, đột xuất, chuyên đề...); Quản lý hoạt động báo chí, xuất bản của bộ; ...



Mô hình 4.9: Mô hình tổ chức bộ máy truyền thông của CQHCCNTW

#### Tiểu kết chương 4

HĐTT của các CQHCCNTW đang đặt ra rất nhiều vấn đề đối với tổ chức, người lãnh đạo, quản lý của tổ chức. Thực tế, HĐTT của các tổ chức này còn thiếu chuyên nghiệp và bài bản. Trong khi đó, HĐTT chủ yếu chỉ được hiểu là hoạt động tuyên truyền với tính chất thông tin một chiều và thiếu tính đối thoại. HĐTT thiên về hoạt động quan hệ báo chí hơn là tập trung vào hoạt động quan hệ với công chúng và người dân. Hoạt động thông tin tới báo chí và công chúng còn mang tính thụ động, vẫn xảy ra tình trạng né tránh hoặc từ chối trả lời báo chí. Công tác báo chí ngành còn chưa hiệu quả dẫn đến tình trạng thừa về số lượng đầu báo nhưng vẫn thiếu nhân sự có trình độ chuyên môn cao và thông tin còn thiếu tính phản biện. Công tác xử lý khủng hoảng vẫn còn lúng túng, chủ yếu vẫn mang tính phản ứng và bị động. Chưa nhiều bộ có bộ phận ứng phó với khủng hoảng, chưa xây dựng được bộ quy tắc ứng xử khi có khủng hoảng xảy ra. Quy trình truyền thông ở các CQHCCNTW chưa rõ ràng do chưa có mô hình hoạt động truyền thông chuẩn cho các cơ quan này. Chức năng và nhiệm vụ của người làm truyền thông chưa rõ ràng. Chưa có tiêu chí đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông. Đội ngũ nhân sự làm truyền thông còn thiếu kỹ năng và chưa được đào tạo bài bản. Các kênh thông tin của một số CQHCCNTW chưa phát huy được khả năng thu hút độc giả.

HĐTT của các CQHCNNTW đang đặt ra rất nhiều vấn đề đối với tổ chức, người lãnh đạo, quản lý của tổ chức. Tham khảo số quốc gia trên thế giới như Áo, Hàn Quốc và Nhật Bản có thể thấy: Bộ phận truyền thông của các nước này được bố trí độc lập với chức năng chuyên biệt và rõ ràng. HĐTT cần phải tiến hành thu thập, tổng hợp, nghiên cứu, phân tích ý kiến phản ánh của người dân và dư luận xã hội để góp phần nâng cao hiệu quả truyền thông và tuyên truyền chính sách. Cần xây dựng kế hoạch chiến lược và thông điệp trọng tâm. Cần xây dựng một Chính phủ điện tử gắn với xu hướng sử dụng mạng xã hội cho hoạt động truyền thông của Chính phủ. Cần tiến hành các cuộc họp Người phát ngôn.

Trong phần giải pháp, bên cạnh những giải pháp chung như bộ phận truyền thông cần phải được tăng cường chức năng tham mưu và quản lý, các CQHCNN cần tạo ra không gian truyền thông cởi mở, minh bạch, đối thoại,... tác giả cũng đưa ra những giải pháp cụ thể đối với CQHCNNTW về sắp xếp, quy hoạch lại hệ thống cơ quan báo chí ngành; xây dựng chương trình đào tạo và tập huấn cho nhà báo và người làm truyền thông; xây dựng các nhóm tiêu chí đánh giá hiệu quả HĐTT; thiết lập bộ phận chuyên trách xử lý khủng hoảng truyền thông. Tác giả cũng đưa ra đề xuất xây dựng mô hình HĐTT cho các CQHCNNTW tại Việt Nam. Những đề xuất và giải pháp sẽ góp phần nâng cao chất lượng và hiệu quả HĐTT của CQHCNNTW.

## KẾT LUẬN

Đối chiếu với giả thiết nghiên cứu, có thể rút ra kết luận:

HĐTT có vai trò quan trọng đối với các CQHCNNTW tại Việt Nam bởi nó góp phần: tạo dựng và duy trì mối quan hệ với công chúng, cung cấp thông tin trên báo chí, xây dựng môi trường dân chủ, xây dựng uy tín và quản lý danh tiếng cho người lãnh đạo và tổ chức, tham mưu cho việc hoạch định chiến lược và thúc đẩy hiệu quả hoạt động quản lý, dự báo và giảm thiểu rủi ro.

HĐTT ở các CQHCNNTW tại Việt Nam có đặc thù khác biệt đó là mang tính tuyên truyền, mệnh lệnh. HĐTT đối với nhóm công chúng là người dân và cộng đồng địa phương phải đảm bảo tính dân chủ, rộng khắp tới mọi tầng lớp xã hội. HĐTT chịu tác động của rất nhiều yếu tố trong đó có các yếu tố về chủ trương, đường lối, quy định, chính sách, công tác quản lý nhà nước về báo chí và truyền thông và các yếu tố văn hoá, xã hội, các tác động từ tình hình kinh tế chính trị trong và ngoài nước. Bộ phận truyền thông đã được thiết lập ở tất cả các bộ, HĐTT của các CQHCNNTW vẫn bộc lộ nhiều bất cập, HĐTT của các tổ chức này còn thiếu chuyên nghiệp và bài bản. Việc tổ chức cung cấp thông tin cho báo chí đã thường xuyên hơn, tuy nhiên các kênh thông tin của CQHCNNTW chưa khai thác hiệu quả và phát huy được khả năng thu hút độc giả

Luận án đã trả lời các câu hỏi nghiên cứu sau:

*Thứ nhất*, việc nghiên cứu cơ cấu tổ chức bộ phận truyền thông và quản lý thông tin cho thấy, hiện nay đa phần các bộ phận truyền thông của CQHCNNTW chủ yếu nằm trong Văn phòng Bộ. Một số cơ quan đặt bộ phận này trong Cổng thông tin điện tử, Vụ chức năng hoặc Trung tâm thông tin và truyền thông. Các CQHCNNTW đã xây dựng và hoàn thiện các quy định pháp lý quản lý HĐTT, lãnh đạo CQHCNNTW nhận thức đúng đắn hơn về tầm quan trọng của HĐTT, báo chí ngành thể hiện vai trò thông tin mang tính chính thống, trực tiếp và có tính thời sự.

*Thứ hai*, hoạt động thông tin tới báo chí và công chúng còn mang tính thụ động, vẫn xảy ra tình trạng né tránh hoặc từ chối trả lời báo chí. Công tác xử lý khủng hoảng vẫn còn lúng túng, chủ yếu vẫn mang tính phản ứng và bị động. HĐTT chủ yếu chỉ được hiểu là hoạt động tuyên truyền với tính chất thông tin một chiều và thiếu tính đối thoại. HĐTT thiên về hoạt động quan hệ báo chí hơn là tập trung vào hoạt động quan hệ với công chúng và người dân. Công tác báo chí ngành còn chưa hiệu quả dẫn đến tình trạng thừa về số lượng đầu báo nhưng vẫn thiếu nhân sự có trình độ chuyên môn cao và thông tin còn thiếu tính phản biện. Chưa nhiều bộ có bộ phận ứng phó với khủng hoảng, chưa xây dựng được bộ quy tắc ứng xử khi có khủng hoảng xảy ra. Quy trình truyền thông ở các CQHCNNTW chưa rõ ràng do chưa có mô hình hoạt động truyền thông chuẩn cho các cơ quan này. Chức năng và nhiệm vụ của người làm truyền thông chưa rõ ràng. Chưa có tiêu chí đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông. Đội ngũ nhân sự làm truyền thông còn thiếu kỹ năng và chưa được đào tạo bài bản. Tuy nhiên, các CQHCNNTW đã bắt đầu chú trọng HĐTT và hiện đang vận dụng các mô hình và cách thức vận hành bộ phận truyền thông. Có rất nhiều mô hình tổ chức HĐTT hiện đang được thực hiện ở các CQHCNNTW tại Việt Nam. Mỗi mô hình đều có mặt ưu điểm và hạn chế riêng. Việc

lựa chọn hay đề xuất mô hình nào cho hiệu quả phụ thuộc vào cơ cấu tổ chức cũng như mục tiêu truyền thông của mỗi đơn vị với mục tiêu cao nhất là nâng cao hình ảnh của cơ quan đó trong lòng công chúng, khiến cho xã hội hiểu, đồng cảm và cùng hành động với mỗi chủ trương, chính sách mà cơ quan đó đưa ra.

HĐTT góp phần quan trọng trong việc tham mưu cho hoạt động quản lý cấp cao giúp giải quyết các vấn đề cấp bách và có ý nghĩa sống còn với việc đảm bảo uy tín và hình ảnh của tổ chức. Do vậy, cần phải tăng cường chức năng tham mưu và quản lý cho HĐTT. Cần tạo ra không gian truyền thông cởi mở, minh bạch, mang tính đối thoại với người dân để lắng nghe những ý kiến phản hồi và đánh giá của người dân. Có như vậy HĐTT mới đảm bảo tính biện chứng, góp phần làm tác động làm thay đổi tư tưởng, chiến lược/chính sách và quá trình quản lý thông tin của lãnh đạo và quản lý của CQHCNNTW tại Việt Nam

*Thứ ba*, một số giải pháp và đề xuất nâng cao chất lượng HĐTT của CQHCNNTW tại Việt Nam, cụ thể là:

(i) Sắp xếp, quy hoạch lại hệ thống cơ quan báo chí ngành. Các CQHCNNTW cần sắp xếp hệ thống các cơ quan báo in gắn với các giải pháp đổi mới mô hình tổ chức, quản lý theo hướng giảm số lượng cơ quan báo chí. (ii) Xây dựng các nhóm tiêu chí đánh giá hiệu quả HĐTT. Cụ thể, tác giả đề xuất *Tiêu chí đánh giá hiệu quả hoạt động theo dõi và thông tin báo chí* trong đó tác giả phân chia các giai đoạn bao gồm: (1) Theo dõi và thu thập thông tin từ báo chí và dư luận xã hội (phản hồi từ công chúng), (2) Chuẩn bị thông điệp và soạn nội dung gửi báo chí và công chúng, (3) Cung cấp thông tin hoặc phát thông điệp qua kênh báo chí và qua kênh trực tiếp tới công chúng, (4) Báo chí tiếp nhận thông tin và phản ánh tới công chúng, (5) Tác động đến báo chí và công chúng. Ứng với mỗi giai đoạn này, tác giả đưa ra các tiêu chí như “Tần suất và số lượng thông tin thu thập mỗi ngày” Hay “Nội dung thông tin thu hút sự chú ý của báo chí và dư luận xã hội, thoả mãn sự quan tâm của các nhóm công chúng.. (iii) Xây dựng chương trình đào tạo và tập huấn cho các nhà báo và người làm truyền thông. Hoạt động đào tạo và tập huấn các kỹ năng, nghiệp vụ truyền thông và quan hệ công chúng phải được xem là một nhiệm vụ quan trọng, nằm trong kế hoạch định kỳ của tổ chức để phát triển nguồn lực cho thế hệ đi sau. (iv) Thiết lập bộ phận chuyên trách xử lý khủng hoảng truyền thông với tên gọi là Tổ tác chiến xử lý khủng hoảng truyền thông. (v) Đề xuất xây dựng mô hình Trung tâm truyền thông trực thuộc Bộ với chức năng, nhiệm vụ rõ ràng và là đơn vị quản lý truyền thông toàn ngành với việc tổ chức khoa học, gọn nhẹ và phát huy tối đa hiệu quả

Với những tâm huyết và nỗ lực của tác giả, luận án mới chỉ là những nghiên cứu bước đầu tiên trong lĩnh vực lý thuyết và thực nghiệm đối với hoạt động truyền thông của các CQHCNNTW tại Việt Nam. Do vậy, nếu điều kiện cho phép, tác giả mong muốn sẽ được tiếp tục nghiên cứu sâu hơn nhằm làm rõ và cụ thể hơn nữa. Ví dụ, sự cần thiết phải đào tạo đội ngũ nhân sự phụ trách truyền thông của các cơ quan báo, nghiên cứu các nguyên tắc phát ngôn trước báo chí dành cho các lãnh đạo cơ quan nhà nước, nghiên cứu các nguyên tắc xử lý khủng hoảng đối với các cơ quan hành chính nước là những vấn đề có tính cấp thiết nhưng vẫn chưa được thực hiện hiệu quả tại các CQHCNNTW của Việt Nam hiện nay.