

Bài 6: Truyền thông trong thực thi

Thực thi Chính sách
Nguyễn Xuân Thành
Học kỳ Hè, 2022



Truyền thông trong hệ thống nhà nước

Thúc đẩy hợp tác, phối hợp giữa các tổ chức nhà nước

- Giữa các tổ chức đồng thực thi chính sách (chiều dọc và chiều ngang)
- Giữa tổ chức đồng thực thi chính sách và các tổ chức liên quan
- Giữa tổ chức thực thi và các tổ chức dân cử (quốc hội, hội đồng nhân dân)

Truyền thông xã hội

- Phổ biến thông tin về chủ trương, nội dung chính sách
- Vận động thay đổi hành vi
- Cải thiện cung cấp dịch vụ công và tăng tham gia của người dân
- Lắng nghe và tiếp nhận phản ứng của xã hội
- Điều chỉnh chính sách

Truyền thông chính trị và truyền thông chính sách

- Truyền thông chính trị
 - Huy động sự ủng hộ cho đảng phái chính trị, cá nhân lãnh đạo chính trị
- Truyền thông chính sách
 - Cung cấp thông tin, lắng nghe và đáp ứng lại yêu cầu của người dân trong quá trình chính sách

Truyền thông theo các nguyên tắc “quản trị nhà nước mở”

- Minh bạch
- Chính trực
- Trách nhiệm giải trình
- Tham gia của người dân

Người dân trong hệ sinh thái thông tin

- Bối cảnh
 - Suy giảm niềm tin đối với hệ thống nhà nước
- Yêu cầu và kỳ vọng
 - Yêu cầu thông tin đầy đủ và đúng sự thật
 - Kỳ vọng được tham gia ý kiến và tạo ảnh hưởng tới chính sách

Hệ sinh thái thông tin đang thay đổi nhanh chóng

- Ai cũng có thể vừa là người sản xuất thông tin, vừa là người tiêu dùng thông tin.
- Ai cũng có khả năng tham gia và gây ảnh hưởng tới các thảo luận chính sách trong không gian mạng xã hội.
- Cơ hội
 - Tốc độ số hóa nhanh chóng và ra đời của các kênh truyền thông trên nền tảng số
 - Chi phí truyền thông giảm
 - Xáo trộn thị trường truyền thông truyền thống
- Thách thức
 - Thông tin sai sự thật
 - Thông tin thiên lệch
 - Phân cực xã hội

Kênh truyền thông

Kênh truyền thông truyền thống

- Báo giấy
- Báo đài
- Treo băng rôn, khẩu hiệu, biểu ngữ trên đường phố
- Hội nghị gặp gỡ trực tiếp
- Loa phường

Kênh truyền thông số

- Trang web chính thức của tổ chức nhà nước
- Trang/kênh trên mạng xã hội
- Trang web của một chiến dịch truyền thông cụ thể
- Tin nhắn điện thoại di động và trên các nền tảng công nghệ
- Quảng cáo trên mạng xã hội
- Quảng cáo trên các trang web

Truyền thông số: Hướng dẫn cho các nhà thực thi

- Mục tiêu và kỳ vọng
- Quản lý
- Tuân thủ pháp luật
- Kỹ năng
- Nguồn lực
- Quản lý rủi ro
- Giám sát và đo lường tác động
- Hợp tác/cộng tác

Huy động sự hợp tác

- Các doanh nghiệp truyền thông
- Các cá nhân (KOLs)
- Tổ chức xã hội