

SỬ DỤNG MẠNG XÃ HỘI TRONG QUẢN LÝ, ĐIỀU HÀNH CỦA CHÍNH QUYỀN

ĐÀO XUÂN THÁI*

Một báo cáo từ Hootsuite¹ cho thấy tính đến tháng 01/2021, số lượng người dùng smartphone toàn cầu là 5,22 tỷ người, số người sử dụng internet là 4,66 tỷ người và số người dùng mạng xã hội (MXH) là 4,2 tỷ người². Hiện nay, Việt Nam được đánh giá là 1 trong 20 nước có tỷ lệ sử dụng internet nhiều nhất thế giới với 68,17 triệu người dùng, chiếm 70% dân số³. Do đó, MXH đã trở thành nền tảng được lựa chọn để thảo luận về các vấn đề của chính quyền và các vấn đề công cộng. Truyền thông MXH cung cấp cho công chúng quyền kiểm soát tốt hơn và cho phép họ tham gia tích cực hơn vào các cuộc tranh luận, từ đó, tạo ra những ảnh hưởng mạnh mẽ đến các chính sách của chính quyền.

Theo Bách khoa toàn thư mở Wikipedia, phương tiện truyền thông (PTTT) MXH (tiếng Anh: Social Media) là các ứng dụng hoặc chương trình được xây dựng dựa trên nền tảng internet nhằm tạo điều kiện cho việc tạo mới hoặc chia sẻ thông tin, ý tưởng, lợi ích nghề nghiệp và các nội dung khác thông qua các thiết bị công nghệ và mạng máy tính⁴. PTTT MXH mang 4 đặc điểm tính năng cơ bản:

(1) Các ứng dụng dựa trên tương tác internet Web 2.0.

(2) Nội dung do người dùng tạo ra (như: bài đăng văn bản, hình ảnh hoặc video kỹ thuật số và dữ liệu được tạo ra thông qua các tương tác trực tuyến).

(3) Người dùng tạo hồ sơ và xác nhận danh tính riêng của họ cho dịch vụ trang web hoặc ứng dụng đã được thiết kế và duy trì bởi tổ chức truyền thông MXH.

(4) Tạo điều kiện cho sự phát triển của các MXH trực tuyến bằng cách kết nối tài khoản người dùng với tài khoản của các cá nhân khác hoặc nhóm khác⁵.

1. Ưu điểm của việc sử dụng phương tiện truyền thông mạng xã hội của chính quyền

Thứ nhất, tạo chiến dịch và nhận thức.

Từ việc thông qua luật đến các chiến dịch lớn, sự thành công của chính quyền phụ thuộc vào năng lực của họ trong việc khơi dậy sự kết dính của dư luận và kiểm soát nó.

Để tác động đến dư luận, chính quyền phải tích cực tham gia vào những cuộc bàn luận của dân chúng, mà trong thế giới kỹ thuật số hiện nay, những cuộc bàn luận này phần lớn diễn ra trên MXH. Xu hướng này, hiện nay đặc biệt rõ ràng trong các cuộc bầu cử. Đơn cử, về chiến dịch bầu cử năm 2016 của Hoa Kỳ. Chưa có cuộc bầu cử nào khác huy động được nhiều PTTT MXH đến vậy và chiến dịch truyền thông đó kéo dài suốt 24 tháng. Được sử dụng bởi các chính trị gia, nhà bình luận và người dân, MXH nhanh chóng trở thành chiến trường của chiến dịch bầu cử. Hai ứng viên được yêu thích, Hillary

* TS, Học viện Hành chính Quốc gia

Clinton và Donald Trump đều chọn cách giao tiếp chủ yếu thông qua MXH.

Nhờ MXH, Hillary Clinton tiếp xúc nhanh chóng với những người đồng tình với Đảng Dân chủ quan tâm đến các vấn đề của phụ nữ, dân tộc thiểu số,... Ứng viên Donald Trump thì sử dụng MXH để khai thác mong muốn của tầng lớp lao động Mỹ, những người không chán nản với chính trị, bằng cách thường xuyên chia sẻ những dòng tweet ủng hộ chính nghĩa của mình. Không giống như các chiến dịch trước đây, chủ yếu dựa trên các cuộc gặp mặt trực tiếp, các ứng viên có thể dễ dàng tương tác với mọi người từ khắp nơi trên đất nước và bất cứ lúc nào nhờ PTTT MXH.

Ở nước ta, một số cơ quan nhà nước từ trung ương đến địa phương cũng đang nỗ lực kết nối với người dân thông qua MXH. Từ tháng 10/2015, Chính phủ đã lập hai tài khoản Facebook là: “Thông tin Chính phủ” và “Diễn đàn Cạnh tranh quốc gia” với kỳ vọng giúp người dân tiếp cận kịp thời các văn bản quy phạm pháp luật mới ban hành; thông tin thời sự chính trị, kinh tế - xã hội,...; hoạt động lãnh đạo của Đảng, Nhà nước...⁶. Việc làm này không chỉ đáp ứng nhu cầu thông tin của người dân mà còn khuyến khích người dân đồng hành cùng Chính phủ, góp phần thiết thực định hướng dư luận trên MXH.

Thứ hai, truyền thông về khủng hoảng.

Trên thế giới, những năm gần đây, có khá nhiều cuộc khủng hoảng: đại dịch Covid-19, Brexit, cuộc nổi dậy ngày 06/01/2021 tại Điện Capitol - Mỹ, việc quân đội Nga thực hiện chiến dịch quân sự tại U-crai-na... Khi sự kiện xảy ra, người dân sử dụng MXH để tìm kiếm và nhận thông tin, cập nhật những tin tức mới nhất. Mọi người cũng tìm đến chính quyền để xin lời khuyên khi gặp khó khăn. Vì vậy, có lý khi các nhà lãnh đạo, các cơ quan thuộc chính quyền sử dụng MXH như một nền tảng để quản lý thông báo khủng hoảng và cung cấp thông tin cập nhật chính thức thường xuyên

cho công dân không chỉ trên lãnh thổ nước mình mà còn trên khắp thế giới.

Ở Việt Nam, tuy chưa có thống kê chính thức nhưng “đại dịch” Covid-19 cũng kéo theo “đại dịch” tin giả trên web và MXH. Để chống lại điều này, ngoài việc xử phạt các vi phạm các cấp chính quyền đã có sự đầu tư vào việc theo dõi PTTT MXH để giúp họ phát hiện những điểm không chính xác và phản hồi thích hợp, đặc biệt khi công dân sẽ chuyển sang tài khoản MXH của chính quyền để được cung cấp thông tin chính xác và khách quan. Chẳng hạn, trong đại dịch Covid-19 vừa qua, cơ quan nhà nước các cấp, nhất là các cơ quan y tế đã sử dụng cổng thông tin điện tử và lập các fanpage cập nhật tình hình dịch bệnh trong nước và ở từng địa phương để đưa ra các biện pháp phòng, chống dịch nhằm ổn định tâm lý người dân cũng như cung cấp thông tin cần thiết. Sau một thời gian, phần lớn người dân tin tưởng thông tin do các cơ quan nhà nước cung cấp và hành động theo những hướng dẫn ấy, thay vì hoang mang, hoảng hốt vì tin giả trên các web và MXH khác.

Thứ ba, sử dụng MXH để tiết kiệm ngân sách.

Trên thực tế, khá nhiều cơ quan nhà nước chi một khoản không nhỏ mỗi năm chỉ riêng cho quan hệ công chúng và quảng cáo. Điều này, là bắt buộc đối với các tổ chức phải duy trì quan hệ với công chúng về mục đích công việc. Cơ quan An sinh xã hội Hoa Kỳ chi khoảng 275 triệu đô la mỗi năm cho các trung tâm cuộc gọi để trả lời các câu hỏi và giải quyết các vấn đề⁷. Một số tổ chức khác sử dụng các PTTT, như: quảng cáo trên truyền hình, báo chí và tờ rơi tận nhà để quảng bá dịch vụ, hoặc xây dựng uy tín, hình ảnh,... Theo một báo cáo năm 2016 của Văn phòng Trách nhiệm Chính phủ Hoa Kỳ, các cơ quan liên bang chi khoảng 1,5 tỷ đô la mỗi năm chỉ riêng cho quan hệ công chúng và quảng cáo⁸. Nhưng những chi phí đó sẽ giảm đáng kể nếu các tổ chức này sử dụng PTTT MXH.

Hầu hết các MXH hiện nay đều miễn phí, lượng người tham gia và truy cập rất lớn, vì vậy hiệu quả truyền thông là không nhỏ trong khi chi phí đầu vào khá thấp. Rõ ràng, đó là một ưu thế không nên bỏ qua, nhất là trong bối cảnh các tổ chức công ở Việt Nam hiện nay khá eo hẹp về ngân sách hoạt động.

Thứ tư, minh bạch hóa hoạt động và điều kiện cho công dân tham gia vào hoạt động quản lý nhà nước.

Việc công khai, minh bạch hoạt động của mình (không vi phạm vào việc bảo vệ bí mật nhà nước) giúp chính quyền đạt được hai mục tiêu:

(1) Xây dựng được niềm tin của người dân. Ở Việt Nam, trải qua một giai đoạn tập trung quan liêu, ấn tượng của người dân về cơ quan công quyền nhìn chung là không nhiều thiện cảm với những định kiến, như: quan liêu, hách dịch, cửa quyền, tham nhũng... PTTT MXH là một giải pháp giúp chính quyền thay đổi định kiến đó.

Bằng cách công khai các hoạt động, công khai suy nghĩ và quan điểm, chính quyền giúp người dân hiểu hơn về tổ chức mình. Người dân có thể giám sát được hoạt động của cơ quan nhà nước; cũng có thể thấy được, hiểu được rằng các cán bộ, công chức không chỉ là cỗ máy thực hiện công vụ mà họ cũng là những con người bình thường, có tình cảm, có suy nghĩ, có quan điểm. Như vậy, khoảng cách giữa chính quyền và người dân ngày càng thu hẹp, niềm tin của người dân với chính quyền ngày một tăng lên.

(2) Thu hút sự tham gia của người dân vào công việc chung của Nhà nước. PTTT của xã hội là công cụ giám sát của người dân. Người dân không chỉ theo dõi hoạt động của tổ chức công mà còn kịp thời phản ánh những sự việc, những vi phạm, kể cả những vi phạm của những người làm việc trong khu vực công... để chính quyền biết và giải quyết. PTTT MXH cũng là kênh người dân đưa ra những phản hồi, những kiến nghị, góp ý

trong xây dựng, thực hiện chính sách của chính quyền.

Thời gian qua, một số cơ quan nhà nước đã sử dụng rất hiệu quả PTTT MXH về phương diện này. Đầu tháng 7/2017, Ủy ban nhân dân tỉnh Đồng Nai đã hợp tác với Zalo (MXH ứng dụng nhắn tin và gọi điện miễn phí hoạt động trên nền tảng di động) trên cơ sở khai thác những tiện ích của mạng này để triển khai thêm kênh giải quyết thủ tục hành chính cho người dân, như: tra cứu tiến độ giải quyết hồ sơ, gửi tin nhắn thông báo tiến độ giải quyết hồ sơ, biên nhận điện tử ZMS, thu thập ý kiến phản hồi của công dân... Trước đó, từ năm 2015, ngành Y tế đã sử dụng MXH nhằm hỗ trợ thông tin cho người dân về vắc-xin. Cũng trong năm 2015, Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội đã ban hành quyết định về việc cung cấp thông tin chỉ đạo điều hành của cơ quan này đến các tổ chức, doanh nghiệp và người dân trên trang MXH Facebook có tên “Thủ đô Hà Nội - Việt Nam”. Cuối năm 2016, Đà Nẵng mở trang Facebook “Cảnh sát giao thông thành phố Đà Nẵng” để người dân và khách du lịch có thể tương tác, cung cấp thông tin, gửi kiến nghị, hình ảnh vi phạm về trật tự, an toàn giao thông cũng như những bất cập trong tổ chức giao thông trên địa bàn⁹. Điều này cho thấy, các cơ quan nhà nước đã có những nỗ lực để xây dựng một chính quyền minh bạch hơn, thân thiện hơn, gần dân hơn và đương nhiên cũng hiệu quả hơn.

2. Cách sử dụng phương tiện truyền thông mạng xã hội hiệu quả

Sau đây là một số cách sử dụng PTTT MXH mà các cơ quan nhà nước nên thực hiện.

Một là, chia sẻ nội dung và thông tin có liên quan và có giá trị.

Người dùng MXH chỉ quan tâm đến những thông tin liên quan đến họ hoặc có giá trị với họ. Vậy thông tin nào là có liên quan và có giá trị với người dân mà chính quyền phải cung cấp? Để trả lời câu hỏi này, trước hết, chính quyền phải hiểu được người dân

của mình. Đây là vấn đề người dân quan tâm nhất vào lúc này? Mong muốn của họ là gì? Làm thế nào để giải quyết vấn đề của họ?

MXH thu hút sự tin tưởng và tương tác của người dân bằng cách chia sẻ nội dung có liên quan và thú vị, qua đó, người dân sẽ tự nhiên xem truyền thông MXH của chính quyền như một nguồn thông tin và kiến thức đáng tin cậy. Một trong những lợi thế của tài khoản MXH chính quyền so với tài khoản cá nhân là tài khoản này có quyền truy cập vào một lượng lớn thông tin như dữ liệu về môi trường, khoa học và dân sự. Điều này, có nghĩa là người dân sẽ sẵn sàng đến với kênh thông tin xã hội của chính quyền như một nguồn kiến thức và giáo dục.

Hai là, thường xuyên tương tác với những người theo dõi.

Các tài khoản của tổ chức nhà nước và tài khoản của các quan chức nhà nước cần phải tương tác với khán giả của họ bằng cách trả lời tin nhắn, tham gia cuộc trò chuyện và trả lời câu hỏi. MXH là để xây dựng cộng đồng. Vì vậy, để chủ động tạo ra tương tác, các cơ quan nhà nước hãy đặt câu hỏi, tạo cuộc thăm dò ý kiến và trả lời bình luận của những người theo dõi mặc dù chính quyền có thể không biết câu trả lời của mình có thay đổi suy nghĩ của người dân hay không.

Ba là, thông tin được trình bày dễ hiểu và phải đăng tải thường xuyên.

MXH là một kho thông tin khổng lồ, đa dạng, vì vậy, các trang thông tin của chính quyền phải chịu cuộc “cạnh tranh” gay gắt với các trang MXH khác. Do đó, hãy thu hút sự quan tâm của người tham gia bằng những nội dung mới, dễ hiểu và dễ chia sẻ nhất có thể. Ví dụ: sử dụng đồ họa đơn giản, tránh các khối văn bản lớn và cố gắng truyền tải thông điệp mà không yêu cầu mọi người nhấp vào liên kết hoặc xem một video dài.

Thông tin cũng phải được đăng tải thường xuyên để bảo đảm tính mới. Cần tránh tình trạng, các kênh thông tin xã hội

của chính quyền chỉ “sôi nổi” lúc khủng hoảng; còn rất “nhàm chán” khi mọi thứ trở về bình thường.

Bốn là, tuân thủ các quy định khi tham gia MXH và bảo mật.

MXH nếu không được quản lý tốt sẽ dẫn đến những tranh luận, cãi vã không cần thiết hoặc tệ hơn có thể vi phạm quyền riêng tư. Vì vậy, các tài khoản MXH của chính quyền cần đưa ra các nguyên tắc về nội dung được chấp nhận hoặc bị cấm, cách thức sử dụng thông tin đăng tải, quy tắc ứng xử khi tham gia,... Ngoài ra, bảo đảm an toàn cho các tài khoản MXH của chính quyền cũng là vấn đề quan trọng trước những nguy cơ như giả mạo tài khoản, đánh cắp tài khoản,...

Công nghệ số đang tạo ra những thay đổi lớn đối với thế giới, tác động đến từng quốc gia, từng cá nhân. Các nhà lãnh đạo và cơ quan thuộc chính quyền cũng phải thay đổi cách làm việc, cách giao tiếp cho phù hợp với thay đổi ấy. Đối với bất kỳ chính quyền nào muốn tạo dựng tình cảm và sự tham gia của công chúng trong bối cảnh hiện nay, việc nắm vững cách sử dụng hiệu quả truyền thông MXH là điều cần thiết. □

Chú thích:

1. Là công cụ quản lý truyền thông xã hội.
2. *Lượng người dùng internet trên toàn thế giới đạt 4,66 tỷ.* <https://vov.vn>, ngày 29/01/2021.
3. *Hiện thực hóa khát vọng chuyển đổi số của Việt Nam.* <https://vov.vn>, ngày 15/02/2021.
4. *Bách khoa toàn thư mở Wikipedia.* <https://vi.wikipedia.org/wiki>, truy cập ngày 10/8/2022.
5. Jonathan A. Obar, S Wildman, Steve (2015). “*Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue*”. Telecommunications Policy.
- 6, 9. *Sử dụng mạng xã hội giúp chính quyền gần dân.* <https://nhandan.vn>, ngày 15/8/2017.
- 7, 8. *Tony Tran, Yael Bar-Tur, (2020). Médias Sociaux et Administrations: Avantages, Difficultés et Utilisation.* <https://blog.hootsuite.com>, truy cập ngày 02/8/2022.