

VAI TRÒ CỦA MẠNG XÃ HỘI TRONG HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC CƠ QUAN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC Ở VIỆT NAM

VŨ THỊ HƯƠNG THẢO*

Mạng xã hội đang dần trở thành một công cụ giao tiếp và là kênh trao đổi, chia sẻ thông tin phổ biến trong đời sống xã hội. Việt Nam được đánh giá là quốc gia có tỷ lệ người sử dụng mạng xã hội tương đối cao trên thế giới, do đó, việc tận dụng các nền tảng mạng xã hội để phục vụ cho hoạt động của các cơ quan quản lý nhà nước là một xu thế tất yếu. Mạng xã hội có nhiều ưu điểm vượt trội, tuy nhiên, cũng có những hạn chế nhất định, đòi hỏi các cơ quan quản lý nhà nước cần thận trọng trong quá trình sử dụng. Bài viết phân tích và đề xuất giải pháp quản lý và phát huy vai trò của mạng xã hội trong hoạt động của các cơ quan quản lý nhà nước trong giai đoạn hiện nay.

Từ khóa: Mạng xã hội; cơ quan quản lý nhà nước; vai trò; phát huy vai trò; hoạt động.

Social media is gradually becoming a communication tool and a popular channel for exchanging and sharing information in social life. Vietnam is considered a country with a relatively high percentage of social media users globally, making the utilization of social media platforms to serve the activities of state management agencies an inevitable trend. While social media have many outstanding advantages, they also come with certain limitations, requiring caution from state management agencies. The article analyzes and proposes management solutions to enhance the role of social media in the operations of state management agencies in the current period.

Keywords: Social media; state management agencies; role; promoting the role; operation.

NGÀY NHẬN: 12/5/2024

NGÀY PHẢN BIỆN, ĐÁNH GIÁ: 18/6/2024

NGÀY DUYỆT: 16/7/2024

DOI: <https://doi.org/10.59394/qlnn.342.2024.899>

1. Sự phát triển của các mạng xã hội ở Việt Nam

Năm 1997 được đánh dấu là năm đầu tiên internet được phát triển và chính thức đưa vào khai thác, sử dụng ở Việt Nam với việc ứng dụng email đầu tiên do nhóm các nhà khoa học của Viện Công nghệ thông tin thiết lập, tiếp theo đó, tên miền “.vn” của Việt Nam chính thức được đăng ký và xuất hiện trên bản đồ internet thế giới¹. Kể từ đó

đến nay, sau gần 30 năm phát triển, internet đã trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống xã hội ở nước ta.

Theo số liệu thống kê của Bộ Thông tin và Truyền thông, vào năm 1997, số người sử dụng internet tại Việt Nam chỉ hơn 200.000. Đến năm 2002, con số này lên tới 3 triệu người. Đến năm 2007, lượng người dùng đã

* TS, Học viện Hành chính Quốc gia

tăng lên 20 triệu, gấp 7 lần và chiếm 24% dân số cả nước. Đến năm 2022, Việt Nam đã có 72,1 triệu người dùng internet, xếp thứ 13 thế giới. Hạ tầng băng rộng di động đã phủ sóng 99,73% số thôn trên toàn quốc; 19,79 triệu hộ gia đình có cáp quang, đạt 72,4%. Hệ thống cáp quang đã triển khai tới 100% các xã, phường, thị trấn, 91% thôn, bản, 100% trường học. Số thuê bao điện thoại di động sử dụng smartphone là 94,2 triệu; số thuê bao băng rộng di động là 82,2 triệu đạt tỷ lệ 74,3% dân số. Việt Nam hiện có hơn 564.000 tên miền “.vn”, đứng thứ 2 khu vực Đông Nam Á, top 10 khu vực châu Á - Thái Bình Dương².

Trước sự phát triển mang tính chất bùng nổ của internet hiện nay, các mạng xã hội cũng phát triển khá mạnh mẽ ở Việt Nam. Thậm chí, Việt Nam đã từng có loại hình mạng xã hội sớm nhất trên thế giới. Năm 1996, với mục đích hướng dẫn người dân làm quen với internet trước khi Chính phủ chính thức cho phép kết nối và cung cấp dịch vụ internet vào năm 1997, mạng intranet “Trí tuệ Việt Nam” với một số dịch vụ được cung cấp, như: thu điện báo, báo điện tử, các góc thảo luận đã có hơn 10.000 tài khoản đăng ký sử dụng³.

Tận dụng nền tảng phát triển của internet, một số công ty và cá nhân đã nghiên cứu, sáng lập ra các mạng xã hội có tầm ảnh hưởng rộng rãi trên thế giới. Không đứng ngoài xu thế chung, các mạng xã hội cũng có những tác động mạnh mẽ trong cộng đồng ở Việt Nam, thu hút đông đảo sự người dùng tham gia, có thể kể đến, như: Facebook (72,7 triệu người dùng), Youtube (63 triệu người dùng), Tiktok (67,72 triệu người dùng)...⁴.

Cho đến nay, ngoài mạng Trí tuệ Việt Nam, đã có thêm 9 mạng xã hội do chính người Việt Nam sáng lập, phát triển và cung cấp. Một số mạng đã ngưng hoạt động: Tamtay.vn (2007 - 2018); Zing Me (2009 - 2020). Bên cạnh đó, vẫn có 7 mạng xã hội

đang hoạt động và phát triển mạnh mẽ, trở thành công cụ trao đổi thông tin, giao tiếp không thể thiếu trong đời sống xã hội, bao gồm: Zalo, Mocha, Biztime, Vietnamta, Hahalolo, Gapo, Lotus.

Việt Nam là quốc gia tiếp cận với các nền tảng mạng xã hội tương đối nhanh và mạnh. Các mạng xã hội phổ biến trên thế giới gần như đều được cập nhật một cách kịp thời tại Việt Nam, đồng thời thu hút lượng người dùng lớn. Bên cạnh đó, các mạng xã hội riêng của Việt Nam cũng có chỗ đứng nhất định, trong đó Zalo đang trở thành một công cụ giao tiếp phổ biến nhất ở nước ta hiện nay.

2. Vai trò của mạng xã hội trong hoạt động xây dựng và thực hiện chính sách ở Việt Nam

Khái niệm truyền thông xã hội là khái niệm tương đối mới mẻ so với lịch sử ngành truyền thông nói chung, đây là khái niệm gắn liền với sự phát triển của internet và dựa trên nền tảng trực tuyến. Khi bàn đến truyền thông xã hội cần tách bạch được hai khái niệm: truyền thông xã hội (social communication) và phương tiện truyền thông xã hội (social media). Truyền thông xã hội là một loại hình truyền thông, trong khi đó phương tiện truyền thông xã hội để chỉ các công cụ, ứng dụng giao tiếp đại chúng dựa vào không gian trực tuyến trên nền tảng internet và các công nghệ truyền thông hiện đại. Hiện nay, các phương tiện truyền thông xã hội vô cùng phong phú, đa dạng, như: mạng xã hội; diễn đàn; các kênh chia sẻ hình ảnh, video... Trong đó, mạng xã hội và các kênh chia sẻ, hình ảnh video đang có tác động và sức ảnh hưởng mạnh nhất.

Với các tính năng đặc trưng của mình, mạng xã hội tạo ra không gian mở, cho phép người dùng có thể tự do chia sẻ thông tin, bày tỏ tâm tư, nguyện vọng, quan điểm của cá nhân, đồng thời cũng là kênh để mọi người tiếp cận thông tin một cách dễ dàng, thuận tiện và nhanh chóng nhất. Chính bởi sự thuận lợi như vậy nên các mạng xã hội

phát triển tương đối phong phú, thu hút lượng người dùng lớn, trở thành một loại hình truyền thông giữ vai trò quan trọng trong đời sống xã hội hiện nay.

Có thể thấy, trong bối cảnh bùng nổ thông tin và phương thức tương tác xã hội có sự chuyển đổi mạnh mẽ, mạng xã hội đang trở thành một công cụ hỗ trợ đắc lực cho hoạt động của các cơ quan quản lý nhà nước. Tuy nhiên, khi sử dụng công cụ mạng xã hội, các cơ quan quản lý nhà nước cần chú ý đến các ưu điểm và hạn chế của nó để có thể quản lý và kiểm soát một cách hữu hiệu công cụ này.

Về ưu điểm của mạng xã hội, có thể nhấn mạnh đến một số khía cạnh sau:

(1) Là kênh giao tiếp, trao đổi, chia sẻ thông tin nhanh chóng, thuận tiện. Mạng xã hội cho phép, thành lập các nhóm lên tới hàng nghìn người, cùng lúc trao đổi, tạo cuộc gọi thoại, video với nhiều thành viên.

(2) Tiết kiệm. Trước đây, khi điện thoại cố định và sau này là các mạng điện thoại di động xuất hiện, mức cước phí tương đối cao và được tính theo block 01 phút trở thành một thách thức với người dùng. Sự xuất hiện của mạng xã hội đã khắc phục triệt để hạn chế này, với các gói cước thuê bao internet tháng chi phí thấp và sự phổ biến của wifi ở khắp mọi nơi, người dùng hiện nay hầu như không phải trả thêm chi phí cho các cuộc gọi, tin nhắn, tương tác trên mạng xã hội. Điều này tạo nên sức hấp dẫn rất lớn của các mạng xã hội đối với người dùng.

(3) Đối tượng công chúng rộng rãi. Không chỉ là công cụ giao tiếp, các mạng xã hội còn là kênh truyền tải thông tin có hiệu quả tới đông đảo công chúng. Ngoài ra, bằng các thuật toán riêng của mình, các mạng xã hội cho phép người dùng dễ dàng tiếp cận với các thông tin người dùng quan tâm, trở thành xu hướng trên trang chủ của trang mạng xã hội cá nhân.

(4) Có khả năng tương tác và trao đổi ý kiến đa chiều. Khác với các kênh truyền thông khác (website, báo, tạp chí giấy...), các trang mạng xã hội có thể cho phép người dùng tương tác trực tiếp không giới hạn bằng nhiều hình thức ngôn ngữ, âm thanh, hình ảnh... trên từng bài viết. Qua đó, các cơ quan quản lý có thể thu nhận được các ý kiến khác nhau, sơ bộ đánh giá được mức độ quan tâm, ủng hộ của công chúng đối với các thông tin mà cơ quan quản lý nhà nước muốn truyền tải. Chẳng hạn, trang facebook thông tin chính phủ hiện nay có trên 4,4 triệu người theo dõi, mỗi bài viết có thể thu hút lên tới vài ngàn hoặc vài chục ngàn tương tác; số lượng ý kiến bình luận ở các bài viết cũng có thể lên tới hàng ngàn lượt.

Bên cạnh những tính năng ưu việt trên, khi sử dụng mạng xã hội các cơ quan quản lý nhà nước cũng cần chú ý một số vấn đề sau:

Một là, dễ bị giả mạo. Do tính thuận tiện, dễ dàng trong việc thiết lập một tài khoản mạng xã hội cá nhân nên hiện nay tình trạng xuất hiện các trang mạng xã hội giả mạo tương đối phổ biến. Việc sử dụng các trang mạng xã hội giả mạo các cơ quan quản lý nhà nước có thể được các đối tượng thực hiện với nhiều mục đích khác nhau, như: lừa đảo, đưa các thông tin sai sự thật để gây mất uy tín của cơ quan tổ chức hoặc nhằm mục đích phá hoại; thu hút sự quan tâm của công chúng để thu lợi từ hoạt động quảng cáo...

Hai là, bị mất quyền kiểm soát. Tình trạng trang mạng xã hội của cá nhân hay cơ quan, tổ chức bị chiếm quyền kiểm soát khá phổ biến hiện nay. Hành động chiếm quyền kiểm soát thường do đối tượng tội phạm công nghệ cao thực hiện với các mục đích xấu.

Ba là, khó khăn trong quản lý, kiểm soát thông tin. Một số mạng xã hội khi tạo tài khoản, nếu để chế độ công khai mà không thiết lập các chế độ hạn chế người truy cập, người bình luận... thì bất kể ai cũng có thể truy cập thông tin, tham gia tương tác, thảo

luận trên các bài đăng của chủ tài khoản. Đặc điểm này dẫn đến tình trạng chủ tài khoản mạng xã hội có thể không kiểm soát hết được các nguồn thông tin, các ý kiến trao đổi, thảo luận trên chính trang cá nhân của mình, đặc biệt với các tài khoản có nhiều người theo dõi và tương tác.

Thực tế hiện nay, có rất nhiều cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp và cá nhân đã tận dụng mạng xã hội như là một công cụ truyền thông hữu ích để phục vụ cho mục đích tuyên truyền, quảng bá hình ảnh, thương hiệu, hoạt động... của mình. Thời gian qua, các cơ quan quản lý nhà nước ở Việt Nam cũng đã nắm bắt được xu hướng tiếp cận thông tin qua mạng xã hội của người dân, nên đã nhanh chóng phát huy tối đa vai trò của các phương tiện truyền thông xã hội nhằm phục vụ cho hoạt động quản lý nhà nước. Các phương tiện truyền thông xã hội được các cơ quan quản lý nhà nước ở Việt Nam sử dụng nhiều nhất hiện nay có thể kể đến, như: Zalo, facebook, Viber. Mục đích sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội của các cơ quan quản lý nhà nước cũng rất đa dạng, phong phú, trong đó tập trung vào một số nội dung chính sau:

Thứ nhất, tạo kênh giao tiếp, trao đổi thông tin. Zalo đang được sử dụng như một kênh giao tiếp, trao đổi thông tin nội bộ phổ biến nhất ở Việt Nam hiện nay. Để thuận tiện cho quá trình giao tiếp, trao đổi thông tin, rất nhiều cơ quan, tổ chức đã thiết lập các nhóm Zalo riêng để giải quyết công việc. Ngoài việc sử dụng kênh Zalo, một số cơ quan, tổ chức còn lựa chọn các nền tảng mạng xã hội khác, như: Viber, Facebook... để thiết lập các nhóm giao tiếp, trao đổi thông tin.

Thứ hai, nền tảng xã hội được xem như công cụ phục vụ đắc lực cho công tác điều hành của lãnh đạo đơn vị được nhanh chóng, kịp thời. Với các tính năng đặc biệt của các nền tảng mạng xã hội có thể cho phép người dùng thiết lập chế độ trao đổi

thông tin một chiều: nghĩa là chỉ có một vài thành viên trong nhóm được quyền cung cấp và chia sẻ nội dung trên nhóm. Tận dụng tính năng này, các nền tảng mạng xã hội cũng được lãnh đạo các cơ quan, đơn vị sử dụng như một công cụ hữu hiệu phục vụ cho công tác điều hành, quản lý.

Thứ ba, mạng xã hội được các cơ quan quản lý nhà nước sử dụng để phổ biến, tuyên truyền chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước và của ngành, các địa phương. Do tỷ lệ người dùng mạng xã hội ở Việt Nam khá lớn, đặc biệt là cộng đồng người sử dụng Zalo, Facebook, Youtube, nên việc sử dụng các nền tảng này để thực hiện công tác phổ biến, tuyên truyền chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, của các ngành, địa phương sẽ mang lại hiệu quả cao.

Thứ tư, mạng xã hội là kênh truyền tải các thông tin quảng bá, giới thiệu hoạt động của các cơ quan, đơn vị một cách kịp thời, hiệu quả. Hiện nay, bên cạnh việc sử dụng website để giới thiệu, cập nhật, quảng bá hình ảnh và các hoạt động một cách chính thức, nhiều cơ quan, đơn vị còn sử dụng linh hoạt các trang mạng xã hội trong thực hiện các hoạt động truyền thông nhằm lan tỏa hình ảnh, củng cố niềm tin, tăng cường nhận thức cũng như sự tham gia, tương tác của cộng đồng.

Thứ năm, mạng xã hội là kênh để các cơ quan quản lý nhà nước kịp thời tiếp nhận và nắm bắt tâm tư, nguyện vọng, ý kiến... của các chủ thể khác nhau trong xã hội, đặc biệt là các chủ thể có liên quan đến phạm vi hoạt động của đơn vị.

3. Giải pháp quản lý và phát huy vai trò của mạng xã hội trong hoạt động của các cơ quan quản lý nhà nước

Các cơ quan quản lý nhà nước muốn thực hiện tốt chức năng phục vụ cộng đồng, phục vụ xã hội, phục vụ tổ chức và người dân một cách tốt nhất thì không thể bỏ qua mạng xã hội - kênh giao tiếp, truyền tải thông tin

chủ yếu trong đời sống xã hội hiện nay. Tuy nhiên, mạng xã hội với các ưu điểm và hạn chế giống như “con dao hai lưỡi”, đòi hỏi các cơ quan quản lý nhà nước khi sử dụng cần hết sức thận trọng để có thể phát huy hết những ưu điểm và hạn chế của mạng xã hội, trong đó cần chú ý đến một số giải pháp sau:

Một là, chú trọng công tác quản lý mạng xã hội, đặc biệt việc tạo lập các trang mạng xã hội riêng của cơ quan, đơn vị nhằm mục đích truyền thông hoặc kết nối, tương tác với công chúng. Cần thiết phải phân công cá nhân hoặc bộ phận chịu trách nhiệm quản lý các trang mạng xã hội để kiểm soát nguồn thông tin, định hướng dư luận hoặc thiết lập các chế độ đặc biệt khi cần thiết, chẳng hạn, như: chế độ người được tiếp cận thông tin, chế độ người được phép tham gia bình luận...

Hai là, cần kiểm soát tốt thông tin trên các trang mạng xã hội. Với tốc độ lan truyền thông tin tức thời đến lượng công chúng lớn, các thông tin được đưa ra trên các trang mạng xã hội cần phải rất cẩn trọng. Với chức năng quản lý và điều hành xã hội, tổ chức thực hiện các chính sách, quy định của pháp luật trong đời sống xã hội, thông tin được đưa lên các trang mạng xã hội của các cơ quan quản lý nhà nước phải bảo đảm đúng chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, góp phần phục vụ công tác lãnh đạo của Đảng, công tác quản lý, điều hành của Nhà nước nói chung, đồng thời hỗ trợ hiệu quả cho mục đích quản lý, điều hành của cơ quan, đơn vị.

Ba là, nên có sự chủ động tương tác thông tin trên mạng xã hội. Để các trang mạng xã hội phát huy vai trò của mình như một kênh giao tiếp nội bộ hoặc tuyên truyền, phổ biến rộng rãi đến công chúng, cần có sự tương tác để duy trì hoạt động của các trang mạng này, chủ động tương tác thông tin, kịp thời nắm bắt các ý kiến đa chiều của công chúng đối với các hoạt động quản lý, điều hành của cơ quan, đơn vị

minh, từ đó có thể kịp thời điều chỉnh cho phù hợp. Mặt khác, việc chủ động tương tác cũng giúp các cơ quan quản lý nhà nước có thể định hướng dư luận cho phù hợp với chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước.

Bốn là, cần kịp thời xử lý các sự cố xảy ra trên các trang mạng xã hội của cơ quan, đơn vị. Các sự cố ở đây khá đa dạng, có thể đó là sự xuất hiện của các trang mạng xã hội giả mạo; bị mất quyền kiểm soát; đưa nhầm hoặc đưa sai thông tin; việc xuất hiện các diễn đàn trao đổi các nội dung không đúng hoặc chưa phù hợp... Khi xảy ra sự cố, cần nhanh chóng đưa ra các biện pháp khắc phục phù hợp, trong trường hợp cần thiết cần có sự phối hợp với các cơ quan chức năng để tìm biện pháp ngăn chặn kịp thời các hậu quả xấu có thể xảy ra □

Chú thích:

1. Việt Hoàng, Hà Văn (2013). *Internet Việt Nam & chặng đường 15 năm phát triển*. www.sbv.gov.vn, ngày 23/02/2013.
2. K.Vy (2022). *Internet Việt Nam phát triển ấn tượng sau 25 năm*. <https://dangcongsan.vn>, ngày 08/12/2022.
3. Lưu Quý - An Thu (2022). *25 năm phát triển Internet Việt Nam*. <https://vnexpress.net>, ngày 19/11/2022.
4. We Are Social (2024). *Digital Vietnam: 2024*. <https://datareportal.com>, ngày 23/02/2024.

Tài liệu tham khảo:

1. Bộ Thông tin và Truyền thông (2021). *Quyết định số 847/QĐ-BTTTT ngày 17/6/2021 về việc ban hành Bộ quy tắc ứng xử trên mạng xã hội*.
2. Quốc hội (2018). *Luật An ninh mạng năm 2018*.
3. Quốc hội (2015). *Luật An toàn thông tin mạng năm 2015*.
4. Đào Xuân Thái (2023). *Sử dụng mạng xã hội trong quản lý, điều hành của chính quyền*. Tạp chí Quản lý nhà nước số 327 (tháng 4/2023), tr. 117 - 120.