**PHỤ LỤC II**

# BỘ TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÁC NHIỆM VỤ TRUYỀN THÔNG KHOA HỌC, CÔNG NGHỆ, ĐỔI MỚI SÁNG TẠO VÀ CHUYỂN ĐỔI SỐ QUỐC GIA DÀNH CHO KHỐI CÁC CƠ QUAN BÁO CHÍ, XUẤT BẢN

***(Áp dụng đối với cơ quan báo chí, cơ quan báo chí chủ lực và nhà xuất bản)***

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 2541 /QĐ-BKHCN ngày 22 /5/2026 của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ)*

- Bộ tiêu chí này dùng để tự đánh giá kết quả thực hiện các nhiệm vụ được giao tại Quyết định số 1169/QĐ-TTg ngày 16 tháng 6 năm 2025 của Thủ tướng Chính phủ.

- Mỗi cơ quan lựa chọn 01 bảng tiêu chí đặc thù tương ứng với loại hình của mình; tổng điểm tối đa là 100 điểm, gồm 70 điểm tiêu chí chung và 30 điểm tiêu chí đặc thù.

- Việc chấm điểm phải căn cứ trên sản phẩm đã xuất bản, phát sóng, phát hành hoặc công bố hợp pháp trong kỳ đánh giá và số liệu đo lường có thể kiểm chứng; không thay thế cho việc đánh giá chuyên sâu về tác động xã hội dài hạn của truyền thông.

- Minh chứng có thể là sản phẩm, dữ liệu nền tảng, hồ sơ biên tập, đường dẫn điện tử hoặc tài liệu tương đương có thể kiểm tra, đối chiếu.

**1. Tiêu chí chung (70 điểm)**

| TT | Nhóm tiêu chí | Tiêu chí thành phần | Giải thích tiêu chí | Đơn vị tính | Minh chứng tối thiểu | Điểm |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Kế hoạch và tổ chức triển khai | Ban hành kế hoạch hoặc tuyến nội dung năm | Có kế hoạch hoặc tuyến nội dung năm; phân công rõ người, rõ việc; có mốc thời gian và sản phẩm chính. | Có/Không | Kế hoạch hoặc tuyến nội dung; phân công; lịch phát hành, phát sóng, đăng tải. | 5 |

| TT | Nhóm tiêu chí | Tiêu chí thành phần | Giải thích tiêu chí | Đơn vị tính | Minh chứng tối thiểu | Điểm |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Điều hành, biên tập và kiểm soát tiến độ | Có đầu mối phụ trách; có giao ban, phiếu giao việc hoặc công cụ theo dõi tiến độ triển khai. | Có/Không | Quyết định phân công; biên bản giao ban; bảng tiến độ; phiếu giao việc. | 5 |
| 2. | Sản lượng và tính liên tục của sản phẩm | Số lượng sản phẩm đã xuất bản, phát sóng hoặc phát hành | Đạt sản lượng theo kế hoạch, theo nhiệm vụ được giao hoặc theo đặt hàng, giao nhiệm vụ của cơ quan có thẩm quyền. | Số sản phẩm | Danh mục sản phẩm; đường dẫn hoặc tệp lưu; lịch phát hành, phát sóng. | 6 |
| | | Tính liên tục, ổn định và đa dạng định dạng sản phẩm | Duy trì đều đặn; không gián đoạn; có đa dạng định dạng, nền tảng hoặc tuyến nội dung phù hợp với đối tượng công chúng. | Có/Không; tỷ lệ | Bảng phân loại theo chủ đề, định dạng; minh chứng mẫu. | 6 |
| 3. | Chất lượng nội dung và mức độ bám sát nội dung của Chương trình | Bám sát Nghị quyết số 57-NQ/TW và các văn bản triển khai | Thông tin chính xác; thuật ngữ thống nhất; nội dung giải thích rõ chủ trương, chính sách, kết quả, mô hình, điển hình. | Có/Không | Quy trình biên tập; hồ sơ thẩm định hoặc kiểm duyệt (nếu có). | 6 |
| | | Có sản phẩm chuyên sâu, có chiều sâu phân tích hoặc hướng dẫn | Có sản phẩm chuyên đề, hỏi - đáp, phân tích chính sách, câu chuyện điển hình, giải pháp hoặc hướng dẫn áp dụng thực tế. | Số sản phẩm | Danh mục sản phẩm chuyên sâu; đường dẫn hoặc tệp lưu. | 6 |

| TT | Nhóm tiêu chí | Tiêu chí thành phần | Giải thích tiêu chí | Đơn vị tính | Minh chứng tối thiểu | Điểm |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 4. | Đa nền tảng, độ tiếp cận và tương tác trực tiếp | Quy mô tiếp cận trên các nền tảng phát hành | Có số liệu tiếp cận như lượt xem, đọc, nghe, tải, số bản phát hành, chỉ số rating hoặc chỉ số tương đương. | Chỉ số | Báo cáo analytics nền tảng; số phát hành; số liệu đo lường hoặc nguồn dữ liệu hợp pháp, tin cậy có thể đối soát. | 6 |
| | | Mức độ tương tác, chia sẻ và phản hồi trực tiếp của công chúng | Có số liệu về chia sẻ, bình luận, thời lượng xem, tỷ lệ nhấp, thư bạn đọc hoặc hình thức phản hồi trực tiếp tương đương. | Chỉ số | Báo cáo tương tác; tổng hợp phản hồi; nhật ký xử lý phản hồi hoặc nguồn dữ liệu hợp pháp, tin cậy có thể đối soát. | 6 |
| 5. | Phối hợp chiến dịch, sự kiện và đồng sản xuất nội dung | Tham gia chiến dịch truyền thông, sự kiện hoặc đồng sản xuất với cơ quan quản lý nhà nước, cơ quan chuyên môn | Có hoạt động phối hợp thực chất; có sản phẩm dùng chung; góp phần thống nhất thông điệp truyền thông. | Có/Không; số hoạt động | Biên bản; kế hoạch phối hợp; danh mục sản phẩm; minh chứng phát hành, phát sóng. | 8 |
| 6. | Ứng dụng công nghệ và tài nguyên số | Ứng dụng công nghệ trong sản xuất, xuất bản, phát hành sản phẩm truyền thông | Có áp dụng AI, đồ họa dữ liệu, tự động hóa, nền tảng số, công nghệ số hoặc giải pháp tương đương để hỗ trợ tổ chức thực hiện nhiệm vụ truyền thông. | Có/Không | Mô tả giải pháp; sản phẩm minh chứng; báo cáo vận hành hoặc tài liệu tương đương. | 6 |

| TT | Nhóm tiêu chí | Tiêu chí thành phần | Giải thích tiêu chí | Đơn vị tính | Minh chứng tối thiểu | Điểm |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 7. | Báo cáo, lưu trữ và chia sẻ tài nguyên | Thực hiện báo cáo, lưu trữ và chia sẻ sản phẩm, dữ liệu hoặc tài nguyên dùng chung | Có báo cáo theo chế độ được giao hoặc theo hướng dẫn; có lưu trữ sản phẩm; có chia sẻ tài nguyên khi được yêu cầu. | Có/Không | Báo cáo; danh mục lưu trữ; đường dẫn hoặc kho tài nguyên chia sẻ. | 6 |
| 8. | Tôn vinh, khen thưởng và nhân rộng | Phát hiện, giới thiệu, tôn vinh tác phẩm, sản phẩm, mô hình hoặc tập thể, cá nhân tiêu biểu | Có hoạt động tôn vinh, biểu dương, nhân rộng hoặc giới thiệu gương điển hình, sáng kiến tốt trong lĩnh vực khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. | Số hoạt động | Tin, bài; hồ sơ điển hình; quyết định khen thưởng hoặc sản phẩm truyền thông. | 4 |

**2. Tiêu chí đặc thù (30 điểm): Đơn vị lựa chọn 01 bảng tiêu chí đặc thù tương ứng với loại hình của mình để tự đánh giá.**

**2.1. Đối với cơ quan báo chí (30 điểm)**

| TT | Nhóm tiêu chí | Tiêu chí thành phần | Giải thích tiêu chí | Đơn vị tính | Minh chứng tối thiểu | Điểm |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Mức độ ưu tiên nội dung | Tỷ trọng sản phẩm về khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số | Tỷ trọng sản phẩm của đơn vị dành cho chủ đề khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số phản ánh mức độ ưu tiên thực hiện Chương trình. | % | Bảng tổng hợp số lượng theo nhóm nội dung; đối soát danh mục sản phẩm. | 10 |
| 2. | Phối hợp cung cấp thông tin, đặt hàng và đồng sản xuất | Phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước, cơ quan chuyên môn trong cung cấp thông tin, đặt hàng hoặc đồng sản xuất nội dung | Có cơ chế làm việc, tiếp nhận thông tin, đặt hàng hoặc phối hợp xây dựng gói nội dung, tuyến bài, chuyên đề. | Có/Không; số đợt | Kế hoạch; văn bản phối hợp; hồ sơ đặt hàng hoặc sản phẩm đồng sản xuất. | 10 |
| 3. | Chuỗi sản phẩm chuyên đề, chuẩn nghề nghiệp và phản hồi công chúng | Duy trì chuỗi sản phẩm có chiều sâu; bảo đảm quy trình kiểm chứng, xử lý sai sót và tiếp nhận phản hồi | Có chuỗi nội dung chuyên đề; có quy trình kiểm chứng, xử lý sai sót; có nhật ký, hồ sơ hoặc minh chứng về tiếp nhận, xử lý phản hồi công chúng; có minh chứng về khai thác lại hoặc tiếp nhận trực tiếp trên nền tảng. | Số chuỗi | Danh mục chuỗi; quy trình; nhật ký xử lý phản hồi; minh chứng khai thác lại hoặc số liệu nền tảng. | 10 |

**2.2. Đối với cơ quan báo chí chủ lực (30 điểm)**

| TT | Nhóm tiêu chí | Tiêu chí thành phần | Giải thích tiêu chí | Đơn vị tính | Minh chứng tối thiểu | Điểm |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Chuyên trang, chuyên mục, chuyên đề hoặc chương trình chủ lực | Xây dựng và duy trì sản phẩm chủ lực về khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số | Có sản phẩm chủ lực hoạt động thường xuyên; có lịch nội dung; thuận tiện tiếp cận, tra cứu; hoàn thành và duy trì theo yêu cầu của Chương trình. | Có/Không | Đường dẫn; kế hoạch nội dung; thống kê cập nhật; minh chứng phát hành, phát sóng. | 10 |
| 2. | Kế hoạch, dự toán và chế độ báo cáo | Xây dựng kế hoạch, dự toán ngân sách hằng năm; thực hiện báo cáo định kỳ và cập nhật hệ thống thông tin báo cáo | Có kế hoạch, dự toán hoặc bố trí nguồn lực hằng năm; thực hiện báo cáo đúng thời hạn, đủ nội dung và số liệu theo quy định hoặc hướng dẫn. | Có/Không | Kế hoạch; dự toán; báo cáo; dữ liệu cập nhật trên hệ thống báo cáo. | 10 |
| 3. | Vai trò nòng cốt trong chiến dịch và chia sẻ nội dung dùng chung | Dẫn dắt, phối hợp chiến dịch truyền thông; đồng sản xuất và chia sẻ nhóm nội dung, tài nguyên dùng chung cho các cơ quan báo chí khác | Có tham gia hoặc chủ trì chiến dịch; có nhóm nội dung chủ lực, đa nền tảng, được chia sẻ hoặc khai thác lại bởi các cơ quan báo chí khác. | Số nhóm; số hoạt động | Biên bản phối hợp; kho tài nguyên; danh mục gói nội dung; minh chứng khai thác lại. | 10 |

**2.3. Đối với nhà xuất bản (30 điểm)**

| TT | Nhóm tiêu chí | Tiêu chí thành phần | Giải thích tiêu chí | Đơn vị tính | Minh chứng tối thiểu | Điểm |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Kế hoạch và danh mục ấn phẩm | Xây dựng kế hoạch xuất bản và danh mục ấn phẩm phục vụ Chương trình | Có kế hoạch hoặc danh mục ấn phẩm phục vụ truyền thông, phổ biến tri thức khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số; ưu tiên ấn phẩm có tính phổ cập, hướng dẫn. | Số ấn phẩm | Kế hoạch; danh mục; quyết định hoặc đăng ký xuất bản (nếu có). | 10 |
| 2. | Chất lượng biên tập, thẩm định và khả năng phổ biến tri thức | Biên tập, thẩm định bảo đảm đúng, chuẩn, dễ hiểu và dễ phổ biến | Có quy trình biên tập, thẩm định; thuật ngữ thống nhất; nội dung dễ hiểu, phù hợp đối tượng bạn đọc và mục tiêu phổ biến tri thức. | Có/Không | Quy trình; hồ sơ thẩm định; bản in hoặc bản điện tử. | 10 |
| 3. | Phát hành, xuất bản số và liên kết kho tài nguyên số | Kết quả phát hành, lan tỏa đa kênh; phát triển sản phẩm số và liên kết tài nguyên dùng chung | Có số liệu phát hành, tiếp cận; có sách điện tử, audiobook hoặc sản phẩm số tương đương; có liên kết với kho tài nguyên số, thư viện số hoặc nền tảng chia sẻ. | Số bản; lượt tiếp cận | Báo cáo phát hành; số liệu tải, đọc; đường dẫn ấn phẩm số; danh mục tài nguyên. | 10 |