

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA
HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

ĐỖ THỊ THANH HÀ

VAI TRÒ CỦA CÁC PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG MỚI
TRONG TUYÊN TRUYỀN CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

LUẬN ÁN TIẾN SĨ CHÍNH TRỊ HỌC

Hà Nội, 2024

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA
HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

ĐỖ THỊ THANH HÀ

VAI TRÒ CỦA CÁC PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG MỚI
TRONG TUYÊN TRUYỀN CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Ngành : Chính trị học
Chuyên ngành : Công tác tư tưởng
Mã số : 9 31 02 01

Người hướng dẫn khoa học 1: Người hướng dẫn khoa học 2:

TS. Lưu Thúy Hồng

PGS,TS. Đoàn Thị Minh Oanh

Hà Nội, 2024

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu nêu trong luận án là trung thực, có nguồn gốc rõ ràng. Những kết quả nghiên cứu trong luận án chưa từng được ai công bố trong bất kỳ nghiên cứu nào.

Nghiên cứu sinh

Đỗ Thị Thanh Hà

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành luận án, ngoài những nỗ lực của bản thân, tôi đã nhận được sự tận tình hướng dẫn của các thầy, cô giáo; sự yêu thương, động viên của gia đình và rất nhiều sự quan tâm, giúp đỡ chân thành của đồng nghiệp, bạn bè.

Trước hết, tôi xin bày tỏ sự kính trọng và lòng biết ơn sâu sắc tới TS. Lưu Thuý Hồng và PGS, TS. Đoàn Thị Minh Oanh - hai cô đã trực tiếp hướng dẫn, chỉ bảo và luôn yêu thương, động viên, khích lệ để tôi được tiếp thêm quyết tâm hoàn thành luận án.

Trong suốt quá trình nghiên cứu và thực hiện luận án, tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới các thầy, cô giáo khoa Tuyên truyền, Học viện Báo chí và Tuyên truyền; cùng các thầy, cô giáo, các nhà khoa học trong và ngoài Học viện đã giảng dạy, truyền đạt kiến thức và đóng góp về mặt khoa học cho tôi trong quá trình học tập, cũng như bảo vệ tại các hội đồng đánh giá chuyên môn.

Tôi cũng xin gửi lời cảm ơn tới Ban Giám đốc, Ban Quản lý đào tạo, cán bộ các phòng, ban chức năng, các đồng nghiệp tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền đã giúp đỡ, tạo mọi điều kiện thuận lợi cho quá trình học tập và nghiên cứu của tôi.

Cuối cùng nhưng vô cùng quan trọng, tôi xin bày tỏ sự yêu thương trân trọng và biết ơn sâu sắc tới Bố, Mẹ, Chồng, Con trai và các thành viên trong gia đình đã luôn yêu thương, thấu hiểu và đồng hành, sát cánh cùng tôi những lúc khó khăn nhất để có thể hoàn thành luận án.

Hà Nội, ngày tháng năm 2023

Tác giả luận án

Đỗ Thị Thanh Hà

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG I: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI.....	11
1.1. Các công trình nghiên cứu về tuyên truyền và tuyên truyền chính trị	11
1.2. Các công trình nghiên cứu về phương tiện truyền thông mới và vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị.....	18
1.3. Khái quát kết quả nghiên cứu của các công trình khoa học đã công bố và những vấn đề luận án tập trung giải quyết.....	40
CHƯƠNG 2: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ VAI TRÒ CỦA PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG MỚI TRONG TUYÊN TRUYỀN CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM.....	44
2.1. Tuyên truyền chính trị và phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị.....	44
2.2. Khung phân tích vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị.....	65
2.3. Những yếu tố tác động đến vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị.....	76
CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG VAI TRÒ CỦA CÁC PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG MỚI TRONG TUYÊN TRUYỀN CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA.....	100
3.1. Thực tiễn ứng dụng các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay.....	100
3.2. Thực trạng vai trò của phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay.....	108
3.3 Những vấn đề đặt ra.....	141

CHƯƠNG 4: QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP PHÁT HUY VAI TRÒ	
CÁC PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG MỚI TRONG TUYÊN	
TRUYỀN CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM TRONG THỜI GIAN TỚI	149
4.1. Xu hướng sự phát triển của các phương tiện truyền thông mới và khả năng ứng dụng các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam	149
4.2. Quan điểm phát huy vai trò các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam trong thời gian tới.....	163
4.3. Giải pháp phát huy vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam trong thời kỳ mới	174
KẾT LUẬN.....	188
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	190
PHỤ LỤC.....	205

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CÁC CHỮ VIẾT TẮT

BĐT:	Báo điện tử
CHXHCNVN:	Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam
MXH:	Mạng xã hội
PTTT:	Phương tiện truyền thông
PTTTM:	Phương tiện truyền thông mới
Trang TTĐT:	Trang Thông tin điện tử
TTCT:	Tuyên truyền chính trị

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: Số liệu thống kê về sự phát triển của internet tại Việt Nam 2016 - 2020 [18].....	92
Bảng 2.2: Thống kê số lượng trang thông tin điện tử và mạng xã hội được cấp phép tại Việt Nam giai đoạn 2016 – 2020 [18].....	93
Bảng 2.3: Sự phát triển của website [169]	95
Bảng 2.4: Thống kê số lượng trang thông tin điện tử và mạng xã hội được cấp phép tại Việt Nam giai đoạn 2016 – 2020 [18].....	96
Bảng 3.1: Thống kê số lượng trang thông tin điện tử và mạng xã hội được cấp phép tại Việt Nam giai đoạn 2016 – 2020 [18, tr.52].....	102

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1: Cơ chế tâm lý của quá trình chuyển hoá kiến thức thành niềm tin [55, tr.95]	72
Hình 3.1: Xếp hạng các trang TTĐT trên lĩnh vực luật pháp và chính phủ tại Việt Nam tính đến tháng 6/2023 [178]	112
Hình 3.2: Đánh giá của độc giả về trang facebook Việt Nam Thịnh Vượng	114
Hình 3.3: Chuyên mục “Hệ thống tư liệu – văn kiện Đảng” trên BĐT Đảng cộng sản Việt Nam.....	117
Hình 3.4: Bài đăng lấy ý kiến người dân của trang Facebook Thông tin Chính phủ trên nhóm Xây dựng chính sách, pháp luật.....	126
Hình 3.5: Bài đăng trên nhóm Xây dựng chính sách, pháp luật về việc Bộ Công thương lấy ý kiến của nhân dân đối với dự thảo Quyết định của Thủ tướng chính phủ quy định về cơ cấu biểu giá bán lẻ điện.....	127

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 2.1: Các quốc gia có số lượng người sử dụng Facebook và Youtube cao nhất trên thế giới (tính đến hết tháng 5/2023) [158]	97
Biểu đồ 3.1: Số lượng người dân tiếp cận các thông tin và hoạt động tuyên truyền chính trị qua các loại hình trang thông tin điện tử chính thống	107
Biểu đồ 3.2: Số liệu người dân biết và theo dõi một số trang TTĐT và MXH chính thức của Đảng và Nhà nước.....	107
Biểu đồ 3.3: Đánh giá mức độ đồng ý của người dân đối với vai trò: “Phương tiện truyền thông mới góp phần đưa thông tin nhanh chóng, kịp thời, đa chiều với tính tương tác cao về nội dung tuyên truyền chính trị” .	112
Nguồn: Tác giả khảo sát.....	112
Biểu đồ 3.4: Kết quả khảo sát người dân về vai trò của PTTTM góp phần nâng cao nhận thức chính trị của người dân.....	119
Biểu đồ 3.5: Số lượng người dân tiếp cận các thông tin và hoạt động tuyên truyền chính trị qua các loại hình PTTT	122
Biểu đồ 3.6: Kết quả khảo sát người dân về vai trò của PTTTM góp phần tạo lập, củng cố niềm tin chính trị của người dân	124
Biểu đồ 3.7: Kết quả khảo sát người dân về vai trò của PTTTM góp phần cổ vũ người dân tham gia vào các hoạt động chính trị.....	130
Biểu đồ 3.8: Kết quả khảo sát người dân về vai trò của PTTTM góp phần phát hiện, ngăn chặn và đẩy lùi các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng	139
Biểu đồ 3.9: Kết quả khảo sát người dân về vai trò của PTTTM là diễn đàn để phản bác các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng	140
Biểu đồ 3.10: Tỷ lệ phản hồi của người dân qua các trang TTĐT và MXH	145
Biểu đồ 4.1: Tổng số kết nối IoT toàn cầu [157].....	151

MỞ ĐẦU

1. Lý do lựa chọn đề tài luận án

Công tác tuyên truyền là một bộ phận cấu thành đặc biệt quan trọng trong hoạt động cách mạng của Đảng, giúp xây dựng, bồi đắp nền tảng tư tưởng chính trị trong xã hội. Trong đó, tuyên truyền chính trị có vai trò trọng yếu đối với một chính Đảng cầm quyền, nhằm giải thích, thuyết phục, cổ vũ các tầng lớp nhân dân tích cực ủng hộ công cuộc cách mạng và hành động theo đường lối, tư tưởng chính trị của Đảng. Để các nội dung tuyên truyền tiếp cận được với đông đảo người dân một cách nhanh chóng và rộng rãi, Đảng và Nhà nước thông qua các phương tiện truyền thông, qua đó góp phần nâng cao nhận thức và hành động của người dân theo hướng mà chủ thể tuyên truyền mong muốn.

Ở Việt Nam hiện nay, tiếp cận với xu hướng truyền thông hiện đại của kỷ nguyên 4.0 đó, chính phủ Việt Nam ngày càng tăng cường công tác thông tin tuyên truyền cho người dân qua các phương tiện truyền thông mới như: cổng thông tin điện tử, báo điện tử, mạng xã hội,... Thông qua các phương tiện truyền thông mới, chủ trương, đường lối, chính sách được chuyển tải đầy đủ tới người dân. Nhờ tính tương tác, kết nối nhanh, thuận tiện truy cập mọi lúc, mọi nơi, các phương tiện truyền thông mới ngày nay giúp Đảng và Nhà nước dễ dàng tiếp cận được dư luận xã hội và thu nhận phản hồi ý kiến của người dân về chính sách ban hành. Việc tuyên truyền chủ trương, đường lối, chính sách được thực hiện tốt sẽ mang lại hiệu quả cao; góp phần điều tiết dư luận xã hội và tạo được đồng thuận xã hội. Như vậy, có thể thấy rằng, phương tiện truyền thông mới hiện nay đóng vai trò quan trọng trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam.

Tuy nhiên, việc ứng dụng các phương tiện truyền thông mới ở Việt Nam hiện nay vẫn còn những hạn chế nhất định như cơ sở hạ tầng kỹ thuật chưa đồng bộ, chưa được đầu tư để có thể sử dụng các phương tiện truyền

thông mới với công nghệ cao hơn, trình độ người dân không đồng đều,... hay vấn đề kiểm soát thông tin, tin giả, và những nội dung có thể gây ảnh hưởng tiêu cực đến ổn định chính trị.

Trước thực trạng vai trò quan trọng cũng như những thách thức đặt ra của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị, nhưng chưa có nhiều công trình thực sự định vị được vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị, tác giả lựa chọn và định hướng nghiên cứu đề tài “*Vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay*” để làm luận án tiến sĩ ngành Chính trị học, chuyên ngành Công tác tư tưởng.

2. Mục đích, nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích

Trên cơ sở hệ thống hoá nghiên cứu những vấn đề lý luận, luận án đưa ra khung phân tích và đánh giá thực trạng vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị; từ đó đề xuất quan điểm, giải pháp phát huy vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam trong thời gian tới.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

- Tổng quan tình hình nghiên cứu có liên quan đến đề tài.
- Xây dựng khung phân tích vai trò của các PTTM trong TTCT ở Việt Nam và làm rõ những vấn đề lý luận và thực tiễn về vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị.
- Khảo sát thực trạng về vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay, khái quát những vấn đề đặt ra đối với vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong TTCT ở Việt Nam.
- Dự báo, đề xuất quan điểm, và giải pháp phát huy vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu: Đối tượng nghiên cứu của luận án là vai trò của phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

3.2.1. Phạm vi về nội dung nghiên cứu

* Luận án tập trung nghiên cứu vai trò của các phương tiện truyền thông mới thông qua việc chủ thể sử dụng phương tiện truyền thông mới để truyền tải nội dung tuyên truyền chính trị, trong đó:

Chủ thể TTCT: Đảng Cộng sản Việt Nam và Nhà nước CHXHCN Việt Nam cấp trung ương, cụ thể là Ban Tuyên giáo Trung ương và Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam .

Đối tượng tuyên truyền chính trị: người dân.

PTTTM được chủ thể sử dụng để TTCT, tác giả lựa chọn các kênh để phân tích thực trạng:

- *Đối với Báo điện tử, báo chí số, khảo sát các báo:*

+ Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam (<https://dangcongsan.vn>)

+ Báo Vietnam+ (VietnamPlus) (<https://www.vietnamplus.vn>)

- *Đối với Trang thông tin điện tử (trang web), khảo sát các trang:*

+ Cổng thông tin điện tử Chính phủ (<https://chinhphu.vn>)

+ Việt Nam Thịnh Vượng (<http://thinhvuongvietnam.com>)

+ Hương Sen Việt (<https://huongsenviet.com>)

+ Trang tin Thông tấn xã Việt Nam: news.vnnet.vn

- *Đối với Mạng xã hội gồm Dịch vụ tạo trang thông tin điện tử cá nhân (sau đây gọi tắt là trang mạng xã hội) và Diễn đàn, khảo sát các trang:*

+ Facebook: “Hương Sen Việt”:

<https://www.facebook.com/HUONG.SEN.VIET.2018/>

+ Facebook: “Thông tin Chính phủ”:

<https://www.facebook.com/thongtinchinphu>

(Diễn đàn thuộc trang facebook: Xây dựng chính sách, pháp luật:
<https://www.facebook.com/groups/chinhhsachphapluat>)

+ Facebook: “ĐƯỜNG CHÚNG TA ĐI”:

<https://www.facebook.com/transanglap.vn>

+ Facebook: “Việt Nam Thịnh Vượng”:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100063543792358>

Qua phân tích đặc điểm của PTTM, khái niệm, nhiệm vụ của TTCT,
luận án phân tích vai trò qua 5 nội dung:

Một là, tuyên truyền chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh;

Hai là, tuyên truyền về quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước;

Ba là, tuyên truyền về các sự kiện chính trị, quá trình chính trị diễn ra trong và ngoài nước;

Bốn là, tuyên truyền về văn hoá, lịch sử, các giá trị truyền thống của dân tộc;

Năm là, tuyên truyền, cổ vũ cuộc đấu tranh của Đảng, Nhà nước, Nhân dân ta chống các quan điểm sai trái, thù địch phủ nhận nền tảng tư tưởng, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước.

3.2.2. Về thời gian nghiên cứu: Luận án nghiên cứu vai trò của phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam từ năm 2016 - thời điểm ra đời Nghị định số 142/2016/NĐ-CP ngày 14/10/2016 của Chính phủ về ngăn chặn xung đột thông tin trên mạng; những dự báo sự vận động, phát triển và đề xuất giải pháp phát huy vai trò của các phương tiện truyền thông mới có giá trị vận dụng đến năm 2030.

- Khảo sát thực trạng của tác giả trên báo điện tử, trang TTĐT tổng hợp và mạng xã hội từ năm 2022 đến tháng 9/2023.

4. Câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu

4.1. Câu hỏi nghiên cứu

- Các phương tiện truyền thông mới là gì? Khung phân tích vai trò của PTTTM trong TTCT?

- Phương tiện truyền thông mới có vai trò gì trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam?

- Các vấn đề đặt ra đối với vai trò của các PTTTM trong TTCT ở Việt Nam là gì?

- Làm thế nào để phát huy hiệu quả hơn nữa vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam thời gian tới?

4.2. Giả thuyết nghiên cứu

- Giả thuyết 1: Trên cơ sở tìm hiểu đặc điểm của PTTTM và nhiệm vụ của TTCT, vai trò của PTTTM thể hiện trong:

+ Phương tiện truyền thông mới góp phần đưa thông tin nhanh chóng, kịp thời, đa chiều với tính tương tác cao về nội dung tuyên truyền chính trị.

+ Phương tiện truyền thông mới góp phần nâng cao nhận thức chính trị của người dân.

+ Phương tiện truyền thông mới góp phần tạo lập, củng cố niềm tin chính trị và cổ vũ người dân tham gia vào các hoạt động chính trị.

+ Các phương tiện truyền thông mới góp phần phát hiện, ngăn chặn, đẩy lùi và là diễn đàn để phản bác, phê phán các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng.

- Giả thuyết 2: Ở Việt Nam hiện nay, phương tiện truyền thông mới ngày càng được ứng dụng rộng rãi và đóng vai trò ngày càng quan trọng trong tuyên truyền chính trị.

- Giả thuyết 3: Chủ thể TTCT vẫn chưa phát huy và tận dụng triệt để lợi thế của PTTTM trong TTCT; đối tượng TTCT đa dạng dẫn đến vai trò của PTTTM chưa thực sự được phát huy.

- Giả thuyết 4: Đảng và Nhà nước Việt Nam đổi mới cơ chế, chính sách; đồng thời nâng cao nhận thức, năng lực của chủ thể và đối tượng trong TTCT.

5. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

5.1. Cơ sở lý luận

Cơ sở lý luận của luận án dựa trên cơ sở phương pháp luận của chủ nghĩa Mác-Lênin, quan điểm, chủ trương, đường lối của Đảng Cộng sản Việt Nam, chính sách, pháp luật của Nhà nước; cơ sở lý luận liên ngành Chính trị học – Công tác tư tưởng, Truyền thông và Khoa học máy tính và các công trình có liên quan đến đề tài luận án.

5.2 Phương pháp nghiên cứu

Dựa trên cơ sở có tính nguyên tắc của nhận thức luận Macxit và logic biện chứng, luận án sử dụng các phương pháp nghiên cứu: phương pháp lịch sử - lôgic; phương pháp phân tích - tổng hợp; phương pháp quy nạp - diễn dịch; [45, tr.39]

Thứ nhất, *phương pháp lịch sử - lôgic*: các nghiên cứu đều bắt đầu từ lịch sử của vấn đề, đặt vấn đề trong bối cảnh chung của đất nước, khu vực, quốc tế. Sử dụng những tư liệu, sự kiện, dữ kiện lịch sử, chọn lọc những sự kiện điển hình để hệ thống, thống kê, mô hình hoá vấn đề. Đồng thời, các nghiên cứu sẽ phải từ những diễn biến, những sự kiện trong thực tiễn rút ra cái cốt lõi, tổng hợp so sánh để rút ra được những vai trò cốt lõi của các phương tiện truyền thông mới trong những kinh nghiệm sử dụng các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay

Thứ hai, *phương pháp phân tích - tổng hợp*: sử dụng để thu thập và đánh giá các nguồn tài liệu liên quan đến luận án, bao gồm các văn kiện của Đảng, chủ trương chính sách của Nhà nước, các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước về các chủ đề liên quan đến đề tài luận án. Phương pháp này nhằm xây dựng cơ sở lý thuyết cũng như kế thừa những kết quả nghiên cứu trước, phục vụ cho việc so sánh, đối chiếu và làm sáng tỏ vấn đề nghiên cứu.

Thứ ba, phương pháp *quy nạp - diễn dịch*: được sử dụng để khái quát các vấn đề nghiên cứu, cũng như cụ thể hoá từng luận cứ, luận chứng để chứng minh các giả thuyết mà luận án đề ra

Dựa trên cơ sở phân loại các phương pháp nghiên cứu phi thực nghiệm, tác giả sử dụng: phương pháp điều tra bằng bảng hỏi; phương pháp chuyên gia (sử dụng phương pháp phỏng vấn với hai loại hình phỏng vấn: phỏng vấn với câu hỏi in sẵn và phỏng vấn tự do); phương pháp thống kê và tổng kết thực tiễn: [45, tr.54]

Thứ nhất, *phương pháp điều tra bằng bảng hỏi*: Thực hiện nghiên cứu định lượng với dung lượng mẫu là 500. Trong điều kiện và khả năng về nguồn lực cũng như thời gian nghiên cứu, tác giả chọn mẫu tại 3 khu vực là Hà Nội, Đà Nẵng, và Thành phố Hồ Chí Minh. Do kích thước đơn vị của tổng thể nghiên cứu là cực lớn (Theo số liệu của Tổng cục thống kê năm 2022, dân số tại thành phố Hồ Chí Minh là khoảng 8.993.000 người, Hà Nội là 8.053.000 người, Đà Nẵng là 1.134.000 người. Như vậy tổng dân số của 3 khu vực điều tra là: 18.180.000 người) [173]. Do vậy, tác giả sử dụng công thức tính cỡ mẫu như sau:

$$n = \frac{t^2}{4 \Delta^2}$$

Trong luận án, tác giả chọn mẫu với các yêu cầu sau:

Yêu cầu độ tin cậy là 95,0%, tương ứng giá trị của hệ số tin cậy $t=1,96$

Phạm vi sai số chọn mẫu không vượt 5% (tương ứng $\Delta=0.05$)

Thay vào công thức trên để xác định cỡ mẫu điều tra

$$n = \frac{t^2}{4 \Delta^2} = \frac{(1,96)^2}{4 \cdot (0,05)^2} = 384$$

Như vậy, luận án có thể lấy cỡ mẫu tối thiểu cần có là 384 người để khảo sát cho toàn bộ 3 khu vực lựa chọn. Tuy nhiên, để nâng cao chất lượng và tính chính xác của mẫu, tác giả đã tổ chức khảo sát với dung lượng mẫu là 500 người, chia cho 3 khu vực Hà Nội, Đà Nẵng và thành phố Hồ Chí Minh.

Bảng phân tích đặc trưng của mẫu khảo sát:

Địa bàn	Số lượng	Tỷ lệ %
Hà Nội	300	60%
Đà Nẵng	100	20%
Tp Hồ Chí Minh	100	20%

Kỹ thuật xử lý thông tin và số liệu điều tra:

- Xử lý thông tin từ phiếu điều tra anket bằng phần mềm thống kê định lượng SPSS 16.0.

- Xử lý thông tin các cuộc phỏng vấn sâu bằng phần mềm thống kê định tính Nvivo 7.0.

Sau khi khảo sát và xử lý dữ liệu, tác giả căn cứ vào mục đích, nhiệm vụ của luận án để phát hiện bản chất và xu hướng phát triển sử dụng phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị, kiểm định giả thuyết đã đặt ra.

Thứ hai, *phương pháp chuyên gia*: trong đó, tác giả sử dụng phương pháp phỏng vấn với 2 loại hình:

(1) Phỏng vấn với câu hỏi in sẵn: tác giả xây dựng các câu hỏi in sẵn để phỏng vấn 05 chuyên gia để lấy ý kiến chuyên gia, từ đó đánh giá thực trạng vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay.

(2) Phỏng vấn tự do: Khi khảo sát thực trạng vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay, tác giả sử dụng loại hình phỏng vấn tự do để khai thác đầy đủ hơn thái độ và ý kiến của người dân về các khía cạnh của 4 vai trò của phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay.

Thứ ba, *phương pháp thống kê và tổng kết thực tiễn*: tác giả sử dụng để thu thập, tổng hợp số liệu trong một khoảng thời gian nhất định nhằm đánh giá thực tiễn vai trò của phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay.

6. Điểm mới về khoa học

- Từ góc độ của khoa học chính trị công tác tư tưởng, luận án làm rõ những vấn đề lý luận về vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam, đặc biệt đề xuất khung phân tích vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị.

- Khảo sát, đánh giá khách quan thực trạng về vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay, chỉ ra ưu điểm và những vấn đề đặt ra về vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị.

- Luận án đưa ra dự báo, quan điểm và đề xuất giải pháp phát huy vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay.

7. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn

7.1. Ý nghĩa lý luận

Luận án góp phần bổ sung và làm rõ hơn những nội dung mang tính lý luận về phương tiện truyền thông mới cũng như vai trò của phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị. Đặc biệt, luận án nghiên cứu, xác định được khung phân tích vai trò, từ đó khái quát được những vai trò của phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay.

7.2. Ý nghĩa thực tiễn

- Luận án là công trình có thể trở thành tài liệu học tập, nghiên cứu, giảng dạy về việc sử dụng phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị.

- Những dự báo và giải pháp của luận án góp phần xây dựng cơ sở khoa học giúp các nhà lãnh đạo, quản lý hoạch định chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước về việc sử dụng phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị.

8. Kết cấu luận án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, luận án có phần tổng quan và 4 chương 12 tiết.

CHƯƠNG I: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI

1.1. Các công trình nghiên cứu về tuyên truyền và tuyên truyền chính trị

1.1.1. Các công trình nghiên cứu về tuyên truyền

Cuốn sách “*Tuyên truyền của Napoleon*” (Napoleon Propaganda) của Robert B.Holtman (1950) [117] đưa ra những phân tích chi tiết về cách Napoleon Bonaparte đã sử dụng tuyên truyền để định hình ý kiến công chúng và tạo ra hình ảnh mạnh mẽ về bản thân trong thời gian lên nắm quyền. Holtman phân tích rằng Napoleon không chỉ chú trọng đến việc tuyển chọn những người tài trong các lĩnh vực khác nhau để làm đồng minh của mình mà còn biết tận dụng một công cụ mạnh mẽ - báo chí. Trong bối cảnh xã hội phổ cập thông tin qua sự tự do báo chí, Napoleon đã mở rộng ảnh hưởng của mình thông qua các tờ báo ở nhiều quốc gia. Quyền tự do báo chí đã trở thành một công cụ quan trọng trong việc tạo ra hình ảnh tích cực về Napoleon, đồng thời giúp ông loại bỏ hoặc giảm nhẹ thông tin tiêu cực về các thất bại quân sự. Nhờ vào những chiến lược này, ông đã tạo ra một ảnh hưởng sâu rộng đối với công chúng Pháp và thậm chí là toàn châu Âu, tạo ra một hình ảnh vĩ đại và quyền uy về bản thân trong tâm trí người dân. Hoạt động tuyên truyền của Napoleon cho đến nay vẫn còn nguyên những giá trị mang tính thời đại. Ngày nay, khi một chính quyền thực hiện các biện pháp tuyên truyền, cũng giống như Napoleon đã từng làm, đó là truyền tải nội dung qua các thông điệp: về văn hóa, tri thức và các giá trị... mà chính quyền đó muốn xây dựng cho đất nước.

Tác giả L. John Martin (1971) [79] trong công trình nghiên cứu “*Hiệu quả của tuyên truyền quốc tế*” (Effectiveness of International Propaganda) đưa ra quan điểm về tuyên truyền là một “hành vi giao tiếp có tính thuyết phục” [79, tr.62]. Tác giả phân tích rằng tuyên truyền là hoạt động giao tiếp thuyết phục, cũng như quảng cáo, giáo dục và vận động chính trị. Tác giả cho rằng

một người có thể tác động và thuyết phục người khác thông qua giao tiếp trong những hoàn cảnh nhất định. Tất cả các cuộc giao tiếp, dù nhỏ nhất đến đâu (dù chỉ là một câu “Xin chào!” ngắn gọn) đều để lại dấu ấn trong lòng người nhận. Do vậy, tác giả đặt ra câu hỏi về việc làm thế nào để hoạt động tuyên truyền này có hiệu quả tối ưu nhất. Để trả lời câu hỏi này, tác giả đặc biệt nhấn mạnh vai trò của chủ thể tuyên truyền. Chủ thể không chỉ có kiến thức và kỹ năng, mà còn có quyền kiểm soát phương tiện tuyên truyền, cũng như khả năng dự đoán kết quả hoạt động tuyên truyền của mình.

Hai tác giả G.S. Jowett & V.O'Donnell (2012) [38] với cuốn sách “*Tuyên truyền và thuyết phục*” (Propaganda and Persuasion) cho rằng tuyên truyền là một hình thức truyền thông cố gắng đạt được phản hồi nhằm thúc đẩy ý định mong muốn của người tuyên truyền. Tác giả khẳng định: “Tuyên truyền là nỗ lực có chủ ý, có hệ thống nhằm hình thành nhận thức, vận dụng nhận thức và hướng hành vi để đạt được phản ứng mang lại ý định mong muốn của người tuyên truyền” [38, tr.103]. Như vậy, tác giả đã phân tích sâu đến tính mục đích và nhiệm vụ của tuyên truyền. Mục đích và nhiệm vụ của tuyên truyền là truyền tải một hệ tư tưởng đến đối tượng, hình thành nhận thức từ đó tác động đến sự hiểu biết và điều chỉnh hành vi để đạt được kết quả theo mong muốn của người tuyên truyền.

Tác giả Lương Khắc Hiếu trong cuốn *Cơ sở lý luận công tác tư tưởng của Đảng Cộng sản Việt Nam* (2017) [55] đã đưa ra quan điểm về tuyên truyền, đồng thời đặt tuyên truyền và công tác tuyên truyền trong mối quan hệ của công tác tư tưởng. Về khái niệm tuyên truyền, tác giả trích dẫn quan điểm của Hồ Chí Minh, từ đó phân tích nội hàm khái niệm và đưa ra phân loại tuyên truyền. Về công tác tuyên truyền, tác giả chỉ rõ, công tác tuyên truyền cùng công tác lý luận, công tác cổ động là ba bộ phận cấu thành công tác tư tưởng. Trong đó, công tác tuyên truyền tương ứng với quá trình truyền bá hệ tư tưởng, truyền bá chủ trương, đường lối, chính sách; và thúc đẩy, khơi gợi quần chúng nhân dân thực hiện theo những chủ trương, đường lối,

chính sách ấy. Công tác tuyên truyền được tác giả khái quát “là một hình thái, một bộ phận cấu thành của công tác tư tưởng nhằm truyền bá hệ tư tưởng và đường lối chiến lược, sách lược trong quần chúng, xây dựng cho quần chúng thế giới quan phù hợp với lợi ích của chủ thể hệ tư tưởng, hình thành và củng cố niềm tin, tập hợp và cổ vũ quần chúng hành động theo thế giới quan và niềm tin đó” [55, tr.30].

Tác giả Lương Ngọc Vĩnh (2020) trong bài báo *Những cơ hội và thách thức của MXH đối với chủ thể và đối tượng công tác tuyên truyền của Đảng*, đăng trên tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, số 8, [154] khẳng định “khi xem xét công tác tuyên truyền như là một hoạt động truyền bá tư tưởng của Đảng, MXH sẽ tạo ra cả cơ hội và thách thức đối với tất cả các yếu tố cấu thành của nó, bao gồm: chủ thể, đối tượng, nội dung, phương thức, phương tiện và hiệu quả tuyên truyền” [154, tr.13]. Trong bài viết, tác giả chỉ ra MXH là một phương tiện quan trọng của công tác tư tưởng nói chung và công tác tuyên truyền nói riêng. Những cơ hội và thách thức của MXH được tác giả phân tích đối với từng chủ thể và từng đối tượng tuyên truyền. Với chủ thể trực tiếp làm công tác tuyên truyền, tác giả nhấn mạnh cơ hội nắm bắt tư tưởng, nhu cầu đối tượng và truyền tải thông tin. Nhưng đồng thời, tác giả cũng chỉ ra thách thức của việc “nhiều thông tin vượt ra khỏi tầm kiểm soát”. Với đối tượng, tác giả cho rằng MXH tạo ra cơ hội tương tác lớn nhưng cũng dễ mất kiểm soát trước sự hỗn loạn của những thông tin đa chiều. Đây là một nghiên cứu lý luận mang tính gợi mở cho những nghiên cứu tiếp theo về MXH như một phương tiện mới của công tác tư tưởng.

1.1.2. Các công trình nghiên cứu về tuyên truyền chính trị

Cuốn sách *Những nguyên lý tuyên truyền cộng sản chủ nghĩa*, dịch từ nguyên bản tiếng Nga, tập 1,2 do Hùng Sơn, Mai Lý Quảng dịch (1985) [122] là một công trình khám phá khái niệm, phương pháp, hình thức, và phương tiện trên lĩnh vực tuyên truyền trong bối cảnh cộng sản chủ nghĩa. Tác phẩm không chỉ hệ thống hóa về cách mà nước Nga Xô-viết tiếp cận công tác tuyên

truyền, mà còn là một bản đánh giá sâu sắc về hiệu quả của công tác này dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản. Bên cạnh đó, cuốn sách còn tập trung vào việc mô tả các nguyên lý cơ bản của tuyên truyền, đặc biệt quan tâm đến việc truyền đạt nội dung chủ nghĩa Mác-Lênin đến quần chúng nhân dân. Qua việc phân tích cụ thể, tác giả không chỉ thể hiện được tầm quan trọng của việc tăng cường nhận thức và hiểu biết của nhân dân đối với chủ nghĩa Mác-Lênin mà còn giải thích cách mà công tác tuyên truyền có thể đóng góp vào quá trình này. Ngoài ra, tác giả mô tả chi tiết về phương pháp và kỹ thuật tuyên truyền được áp dụng, từ việc xây dựng thông điệp đến lựa chọn phương tiện truyền thông. Tác giả phân tích cụ thể làm thế nào các thông điệp này được xây dựng và truyền đạt để tạo ra ảnh hưởng mạnh mẽ đối với nhân dân. Bằng cách này, cuốn sách không chỉ là một tài liệu hữu ích cho những người nghiên cứu và học hỏi về lĩnh vực tuyên truyền mà còn là một nguồn tư liệu quý giá về triết lý và phương pháp tuyên truyền của nước Nga Xô-viết nói riêng và các quốc gia theo con đường chủ nghĩa xã hội nói chung.

Cuốn sách “*Công tác tuyên truyền tư tưởng trong thời kỳ mới*”, dịch giả Trần Khang, Lê Cự Lộc, hiệu đính bởi Bùi Phương Dung (2005) [71]. Công trình tập trung phân tích công tác đào tạo và bồi dưỡng cán bộ tuyên truyền tư tưởng của Đảng Cộng sản Trung Quốc trong bối cảnh mới. Cuốn sách làm rõ các khái niệm công cụ liên quan đến công tác tuyên truyền tư tưởng của Đảng Cộng sản Trung Quốc như tuyên truyền, báo chí, và xuất bản. Tác giả đã cung cấp cách tiếp cận chi tiết và tỉ mỉ về các phương thức, phương pháp điều tra, và khai thác thông tin để phục vụ hoạt động tuyên truyền tư tưởng, nhằm trang bị cho đội ngũ cán bộ. Bằng những luận chứng chặt chẽ, sách tập trung trình bày những vấn đề liên quan đến công tác tuyên truyền tư tưởng như: công tác lý luận, truyền thông báo chí, nghiên cứu thông tin, xây dựng đội ngũ những người làm công tác tuyên truyền tư tưởng ở Trung Quốc. Sách không chỉ là một nguồn tri thức lý thuyết, mà còn là một công cụ thực tiễn quan trọng, đóng góp vào quá trình đào tạo và nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ tuyên truyền.

Tác giả Nguyễn Văn Minh trong Đề tài khoa học cấp cơ sở *Công tác tuyên truyền của Đảng* (2013) [99] đã làm rõ nội dung cơ bản, hình thức, phương pháp tuyên truyền của Đảng. Theo tác giả, nội dung tuyên truyền của Đảng được phân loại dựa trên các lĩnh vực: tuyên truyền chính trị, tuyên truyền kinh tế, ... Về tuyên truyền chính trị của Đảng, tác giả phân tích khái niệm và nêu ra 6 nội dung tuyên truyền chính trị như: 1/ Tuyên truyền về Đảng cộng sản; 2/ Tuyên truyền về hệ tư tưởng; 3/ Tuyên truyền các sự kiện chính trị; 4/ Đấu tranh chống những luận điệu sai trái, thù địch; 5/ Tuyên truyền pháp luật; 6/ Giáo dục tích cực chính trị của công dân. Đánh giá về vai trò của tuyên truyền chính trị, tác giả viết “Tuyên truyền chính trị góp phần nâng cao tri thức chính trị trong quần chúng, hình thành thế giới quan và phương pháp luận cho cán bộ Đảng viên và nhân dân. Nâng cao năng lực hoạt động chính trị thực tiễn cho cán bộ Đảng viên và nhân dân. Tuyên truyền chính trị góp phần nâng cao tính tích cực, sáng tạo của quần chúng trong quá trình thực hiện đường lối chính sách của Đảng, Nhà nước” [99, tr.55].

Tác giả Lương Ngọc Vĩnh trong Đề tài khoa học cấp cơ sở “*Nguyên lý tuyên truyền*” (2015) [153] đã phân tích khái niệm tuyên truyền theo cả nghĩa rộng và nghĩa hẹp, đồng thời đưa ra khái niệm tuyên truyền trong chủ nghĩa xã hội. Trong đó, nội dung tuyên truyền chính trị được tác giả tập trung phân tích ở chương 4, luận giải khái niệm, đặc điểm, phương thức tuyên truyền chính trị. Về nội dung tuyên truyền chính trị, tác giả đưa ra 6 nội dung chính, đó là: Một là, tuyên truyền hệ tư tưởng Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh; Hai là, tuyên truyền quan điểm, đường lối chính sách của Đảng và Nhà nước; Ba là, tuyên truyền các diễn biến chính trị trong và ngoài nước; Bốn là, tuyên truyền các sự kiện chính trị quan trọng; Năm là, tuyên truyền phong trào thi đua yêu nước; và Sáu là, đấu tranh chống lại những luận điệu sai trái, thù địch. Tiếp cận từ góc độ công tác tư tưởng, tác giả nhận định “Tuyên truyền chính trị là bộ phận cực kỳ quan trọng hay quan trọng nhất, bởi công tác tư tưởng về thực chất và trước hết là công tác trên

lĩnh vực tư tưởng chính trị. Tính chất quan trọng của công tác tư tưởng nằm ở mục đích của nó nhằm phổ biến, truyền bá hệ tư tưởng chính trị của giai cấp, tác động và nâng cao nhận thức chính trị của quần chúng, tổ chức, động viên quần chúng tự giác tham gia vào hoạt động cách mạng” [153, tr.56].

Cuốn sách “*Truyền thông chính sách và đồng thuận xã hội*” do Học viện Báo chí và Tuyên truyền (2018) [58] tổng hợp những bài viết nghiên cứu sâu về truyền thông chính sách, vai trò của các phương tiện truyền thông trong hoạch định, thực hiện và đánh giá chính sách. Trong đó có thể kể đến tiêu biểu một số bài viết như: Thứ nhất, bài viết *Truyền thông chính sách trong bối cảnh truyền thông đa phương tiện*, tác giả Nguyễn Thị Trường Giang. Bài viết đưa ra những luận điểm phân tích bối cảnh truyền thông đa phương tiện hiện nay và những tác động của việc ứng dụng các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính sách công tới công chúng. Thứ hai, bài viết *Yếu tố nào quyết định hiệu quả truyền thông chính sách trong kỷ nguyên số?*, tác giả TS. Seung – Yong Uhm đã đề cập đến vấn đề “vốn xã hội” trong truyền thông chính sách. Ông cũng đưa ra những nhận định về thế nào là kỷ nguyên số và truyền thông chính sách trong thời đại kỷ nguyên số cần tận dụng các phương tiện truyền thông như thế nào để thực thi chính sách hiệu quả. Thứ ba, tác giả Nguyễn Thanh Bình công bố bài viết *Ảnh hưởng của truyền thông xã hội tới chu trình chính sách công*. Trong đó, bài viết xem xét truyền thông xã hội như một nguồn dữ liệu xã hội – bằng chứng – và là công cụ có thể ảnh hưởng đến chất lượng và thời gian của chu trình chính sách công. Câu hỏi tác giả đặt ra và cắt nghĩa đó là: Liệu vô số các kết nối và tương tác của con người thông qua môi trường mạng xã hội với loại hình truyền thông mới – truyền thông xã hội có thể cung cấp cái nhìn sâu sắc cho phép chính phủ phát triển chủ trương, đường lối, chính sách tốt hơn hay không?

Cuốn sách *Phương thức, hình thức bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng đấu tranh ngăn chặn các quan điểm sai trái, thù địch trên lĩnh vực lý luận*, tác giả Lê Quốc Lý (2020) [87] đặt ra nhiều vấn đề về đấu tranh ngăn chặn các

quan điểm sai trái, thù địch trong bối cảnh toàn cầu hoá, hội nhập quốc tế, do đó đòi hỏi phải cần có sự đổi mới không ngừng về phương thức, hình thức của Đảng. Đây là một trong những nội dung quan trọng trong tuyên truyền chính trị mà toàn Đảng, toàn dân ta đang thực hiện để bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng. Trong cuốn sách, tác giả phân tích phương thức, hình thức bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh, ngăn chặn các quan điểm sai trái, thù địch trên lĩnh vực lý luận. Một trong các phương thức tác giả đưa ra để thực hiện được nhiệm vụ quan trọng này là sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng để tuyên truyền tới người dân. Phương thức này không chỉ giúp đảm bảo rằng thông điệp của Đảng được lan truyền mạnh mẽ và hiệu quả mà còn thúc đẩy sự hiểu biết và ủng hộ của nhân dân đối với các mục tiêu chính trị của Đảng. Đồng thời, việc sử dụng phương tiện truyền thông đại chúng cũng mở ra cơ hội để sáng tạo ra các nội dung tuyên truyền chính trị đa dạng và linh hoạt, phù hợp với từng đối tượng nhân dân.

Tác giả Lương Ngọc Vĩnh (2021) trong cuốn “*Công tác tuyên truyền của Đảng cộng sản Việt Nam trong thời kỳ mới*” [155] làm rõ khái niệm tuyên truyền, tuyên truyền chính trị, công tác tuyên truyền của Đảng Cộng sản Việt Nam; lấy đó làm kim chỉ nam cho việc phân tích bốn đặc điểm, bốn nội dung và hai phương thức tuyên truyền chính trị chủ yếu của Đảng. Ngoài việc trích dẫn và đưa ra quan điểm riêng về tuyên truyền, tác giả còn làm rõ bằng việc phân biệt tuyên truyền với một số thuật ngữ có liên quan như thông tin, truyền thông, cổ động, báo chí và giáo dục. Về tuyên truyền chính trị, tác giả đánh giá và khái quát bốn yếu tố để xác định nội dung của tuyên truyền chính trị đó là: (1) Tuyên truyền về chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh – nền tảng tư tưởng của Đảng và cách mạng Việt Nam. (2) Tuyên truyền đường lối, quan điểm của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước. (3) Tuyên truyền về các sự kiện chính trị, các quá trình chính trị diễn ra trong nước và thế giới. (4) Đấu tranh kiên quyết, không khoan nhượng với

các tư tưởng, quan điểm chính trị sai trái, thù địch; khắc phục tình trạng bàng quan chính trị, mơ hồ, mất cảnh giác.

Trong cuốn sách *“Đổi mới công tác tuyên truyền, vận động nhân dân của các đơn vị quân đội trên địa bàn thành phố Hà Nội hiện nay”*, tác giả Nguyễn Minh Cường (2022) [24] đã đưa ra khái niệm của tác giả về tuyên truyền, công tác tuyên truyền và đổi mới công tác tuyên truyền; từ đó phân tích thực trạng và đề xuất giải pháp đổi mới công tác tuyên truyền, vận động nhân dân của các đơn vị quân đội trên địa bàn thành phố Hà Nội. Tác giả cho rằng, đổi mới công tác tuyên truyền hiện nay là rất cần thiết trong bối cảnh cách mạng công nghệ 4.0 đối với toàn xã hội nói chung, và với các đơn vị quân đội nói riêng. Đơn vị quân đội được tác giả lựa chọn phân tích với tư cách là một chủ thể tuyên truyền, vận động nhân dân thực hiện các chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước.

1.2. Các công trình nghiên cứu về phương tiện truyền thông mới và vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị

1.2.1. Các công trình nghiên cứu về phương tiện truyền thông mới

Công trình nghiên cứu *“Cộng đồng ảo: Làm việc trên biên giới điện tử”* (The Virtual Community: Homesteadng on the Electronic Frontier) của tác giả Howard Rheingold (1993) [63] đã đề cập đến thuật ngữ “cộng đồng ảo” – một đối tượng mới của truyền thông. Đó là một nhóm người, một cộng đồng mới giao tiếp, tương tác với nhau thông qua việc sử dụng máy tính có kết nối internet. Thông qua máy tính và mạng internet, cộng đồng ảo được tạo ra, và những người tham gia trong đó có thể tương tác, trò chuyện, và chia sẻ thông tin như trong một cộng đồng thực sự. Nghiên cứu cũng chỉ rõ internet là môi trường, là điều kiện cần của PTTTM, không có internet, PTTTM sẽ không thể hoạt động và phát triển. Khám phá của Rheingold còn đi sâu vào phân tích tâm lý và xã hội của những người tham gia cộng đồng ảo. Theo ông, những người này không chỉ là những "người tiêu dùng" thông tin mà còn là những người sáng tạo trong không gian ảo, tạo ra và chia sẻ nội dung, góp phần vào

việc xây dựng cộng đồng của họ. Bên cạnh đó, công trình nghiên cứu của Rheingold còn làm nổi bật vai trò quan trọng của công nghệ trong việc thay đổi cách mọi người tương tác và giao tiếp. Bài viết này đã đặt nền móng cho nhiều nghiên cứu sau này về cộng đồng trực tuyến – một đối tượng mà truyền thông mới hướng tới và đã giúp mọi người hiểu rõ hơn về sức mạnh và ảnh hưởng của "cộng đồng ảo" trong thế giới ngày nay.

Tác giả Rob Shields (1996) trong công trình “*Văn hóa Internet: Không gian ảo, lịch sử thực, các thực thể sống*” (Cultures of the Internet: Virtual Spaces. Real Histories, Living Bodies) [116] đã tập trung mô tả về cuộc sống ảo của những người sử dụng Internet. Trong cuốn sách, tác giả nghiên cứu việc các cá nhân sử dụng ngôn ngữ mã hóa với nhiều mục đích khác nhau, như: để tranh luận, đưa ra quan điểm cá nhân, buôn bán, lập kế hoạch, sáng tạo, yêu đương, hận thù ...; và thể hiện tính chất của các mối quan hệ, như: quan hệ giữa cá nhân với nhau, tính chất hòa đồng, thoải mái, trao đổi văn hóa, giúp đỡ lẫn nhau của các thành viên trong cộng đồng... Công trình của tác giả đã giúp các nhà nghiên cứu hiểu hơn về đối tượng công chúng sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội trên không gian internet. Trong tuyên truyền, việc hiểu các đối tượng người dân và văn hoá sử dụng internet của họ đóng vai trò quan trọng để lên kế hoạch và xây dựng kế hoạch tuyên truyền phù hợp, đạt được mục đích tối ưu.

Công trình “*Văn hóa mạng*” (Culture of the Internet) của Sara Kiesler (1997) [120] nói đến sự lây lan đáng kinh ngạc thậm chí vượt xa sự tưởng tượng của con người của các mạng lưới thông tin liên lạc bằng máy tính truy cập trên toàn quốc và quốc tế. Cuốn sách là một tác phẩm có ý nghĩa về việc nghiên cứu và phân tích văn hóa mạng, một lĩnh vực ngày càng trở nên quan trọng trong xã hội hiện đại. Tác giả tập trung vào việc khám phá và mô tả sự phổ biến nhanh chóng của Internet và ảnh hưởng của nó đối với hành vi xã hội. Internet không chỉ là một phương tiện truyền thông, mà còn là một thế giới mới, nơi mà các hành vi xã hội được hình thành và phát triển. Cuốn sách

đặt ra câu hỏi về cách mà Internet đã trở thành một phần quan trọng của cuộc sống hàng ngày, trong các lĩnh vực như giải trí, kinh doanh và truyền thông đại chúng... Sự thông dụng của Internet ngày nay, không chỉ ở mức độ cá nhân mà còn mở rộng ra cấp độ tổ chức và quốc gia, tạo ra một văn hóa mạng đa dạng và phong phú. Bên cạnh đó, cuốn sách không chỉ mô tả sự thành công của Internet mà còn chú ý đến những thách thức và vấn đề mà nó mang lại. Tác giả đặt ra câu hỏi về tác động của Internet đối với mối quan hệ xã hội, văn hóa, và nhận thức của cộng đồng, đồng thời làm rõ rằng Internet không chỉ là một công cụ truyền thông, mà là một môi trường độc lập với những đặc trưng và giá trị riêng biệt. Nghiên cứu vấn đề này góp phần để công tác tuyên truyền thực sự phù hợp và hiệu quả trên không gian internet.

Trong công trình “*Văn hóa Internet*” (Internet Culture) của tác giả David Porter (1997) [25] đã chỉ ra rằng, Internet gần đây đã phát triển không chỉ là một công nghệ, mà còn là một hiện tượng văn hóa quy mô toàn cầu. Văn hóa Internet không chỉ là một phản ánh của thế giới kỹ thuật số, mà còn là một lực lượng định hình thế giới ảo và sự xâm lấn mạnh mẽ của các phương tiện truyền thông trong xã hội. Cuốn sách minh họa sự chiếm lĩnh của Internet vào mọi khía cạnh của cuộc sống hàng ngày, từ truyền thông đến chính trị và xã hội. Qua phân tích nhiều ví dụ, Porter thể hiện rằng Internet không chỉ là một phương tiện truyền thông, mà là một phần không thể thiếu của cuộc sống hiện đại. Ngoài ra, tác giả cũng nêu rõ vai trò của Internet trong việc định hình quan điểm, tư duy và thậm chí là giá trị cơ bản của mỗi người. Cuốn sách không chỉ phân tích cách mà Internet thay đổi truyền thông và văn hóa, mà còn nhấn mạnh sự đổi mới và ảnh hưởng sâu sắc mà nó mang lại cho xã hội toàn cầu. Từ nghiên cứu của cuốn sách cho thấy sự linh hoạt và tính tương tác của Internet đã mở ra nhiều cách thức để tiếp cận và hiểu các đối tượng sử dụng, góp phần xây dựng chiến lược tuyên truyền hiệu quả.

Công trình “*Giới thiệu về nghiên cứu truyền thông*” (Introduction to Communication Studies) của J. Fiske (2000) [67] đã tập hợp và phân tích các nghiên cứu về truyền thông, trong đó đề cập đến tác động lớn lao của Internet đối với những thay đổi văn hóa - xã hội ở các quốc gia. Cuốn sách đặt Internet vào trung tâm của cuộc cách mạng truyền thông, làm thay đổi cách mọi người tương tác, giao tiếp và hình thành quan điểm cá nhân cũng như tập trung đến những thách thức và cơ hội mà Internet mang lại. Bên cạnh đó, cuốn sách nhấn mạnh về sự đa dạng, đa chiều của thông tin trên Internet, từ đó dẫn tới sự thay đổi trong cách chúng ta tiếp cận và xử lý thông tin trên các diễn đàn trực tuyến và mạng xã hội. Sự tương tác này không chỉ mở ra nhiều nguồn thông tin mới mà còn tạo ra một không gian trao đổi ý kiến đa dạng. Cuốn sách cũng làm rõ tầm quan trọng của Internet trong việc thúc đẩy sự phát triển của văn hóa trực tuyến. Tác giả chú ý đến sự xuất hiện của các cộng đồng trực tuyến, nơi mà mọi người có thể chia sẻ, thảo luận và tạo ra nội dung đa dạng, từ giáo dục đến giải trí. Đây cũng chính là một trong những đặc tính khác biệt và mới mẻ của các PTTT có kết nối internet hiện đại, từ đó góp phần định hướng mục tiêu và cách thức tuyên truyền của Nhà nước đối với các đối tượng thuộc cộng đồng trực tuyến này.

Sách dịch *Bùng nổ truyền thông- sự ra đời một ý thức hệ mới* của B. Philippe (2000) [19]. Cuốn sách đã đề cập đến những lý luận và thực tiễn của các phương tiện truyền thông trong thời đại bùng nổ truyền thông. Cuốn sách cũng đưa ra những quan điểm về việc bùng nổ truyền thông ảnh hưởng như thế nào đến mọi khía cạnh của cuộc sống con người trên toàn thế giới. Tác giả phân tích tác động của truyền thông đối với văn hóa, xã hội, kinh tế và cả lĩnh vực chính trị. Sự đa dạng và phong phú của thông tin từ truyền hình, radio, báo chí, đến Internet đã tạo ra một ý thức hệ mới trong cộng đồng toàn cầu. Ngoài ra, cuốn sách cũng chú ý đến những thách thức và cơ hội mà sự bùng nổ truyền thông mang lại. Tác giả phân tích cách mà công nghệ truyền thông mở ra những khả năng mới, nhưng đồng thời cũng đặt ra

những thách thức về việc kiểm soát thông tin, bảo vệ quyền riêng tư và đảm bảo tính minh bạch trong xã hội. Từ những phân tích của tác giả cho thấy, những PTTTM với công nghệ mới sẽ trở thành một cơ hội nhưng cũng là thách thức đối với hoạt động tuyên truyền của các chủ thể tuyên truyền.

Cuốn “*Phương tiện truyền thông mới*” (New Media) của Nicholas Gane và David Beer (2008) [105] đề cập đến việc các phương tiện truyền thông kỹ thuật số đang thay đổi nhanh chóng thế giới chúng ta đang sống. Truyền thông toàn cầu, các ứng dụng di động và môi trường Internet đang định hình lại cuộc sống và trải nghiệm hàng ngày của chúng ta. Để hiểu được những thay đổi này, cũng cần thay đổi từ trong nhận thức và lý luận. Cuốn sách này dựa trên các bài viết của các nhà lý thuyết văn hóa và xã hội hàng đầu để luận giải các khái niệm liên quan đến phương tiện truyền thông mới như: thông tin mạng, giao diện, tính tương tác, lưu trữ và mô phỏng. Mỗi khái niệm được xem xét thông qua một loạt các ví dụ cụ thể để minh họa cách chúng có thể được phát triển và sử dụng làm công cụ nghiên cứu.

Trong cuốn “*Chủ nghĩa báo chí trực tuyến, phương tiện truyền thông mới và phương tiện truyền thông tin tức*” (E - Journalism New Media and News Media), tác giả Kiran Prasad (2009) [76] xem xét vai trò của các phương tiện truyền thông mới và bản chất của các phương tiện truyền thông tin tức; đồng thời chỉ ra những biến đổi của hai loại hình phương tiện truyền thông này trong những thập kỷ qua trong bối cảnh công nghệ truyền thông hiện đại. Cuốn sách cũng trình bày về việc báo chí truyền thông điện tử đang thay đổi như thế nào và thách thức ra sao đối với chủ thể truyền thông, và tập hợp nhiều ý kiến từ các nhà nghiên cứu cấp cao về truyền thông. Những luận cứ, luận chứng được tác giả đưa ra từ nghiên cứu và khái quát lý thuyết, nghiên cứu thực nghiệm. Ngoài ra, tác giả đưa ra những đánh giá việc một số quốc gia áp dụng mạnh mẽ các công nghệ truyền thông mới để định hình lại hoạt động báo chí.

Cuốn sách “*Hiểu biết về phương tiện truyền thông mới*” (Understanding New Media) của tác giả Robert Logan (2010) [119] là một công trình đồ sộ gồm 52 chương xoay quanh các nội dung về phương tiện truyền thông mới. Tác giả đưa ra khái niệm về truyền thông mới, phân tích và luận giải sự vận động và phát triển của phương tiện truyền thông mới trong bối cảnh kỷ nguyên số. Khái niệm về truyền thông mới được tác giả đặt ra không chỉ để mô tả sự xuất hiện của những phương tiện truyền thông mới mà còn để phân tích sự biến đổi không ngừng của chúng trong kỷ nguyên số. Tác giả nhấn mạnh vào sự đa dạng và tính động của các phương tiện truyền thông mới, không chỉ giới hạn ở những xu hướng xuất phát ban đầu mà còn tập trung vào sự biến đổi và chuyển đổi liên tục của chúng. Ngoài những phương tiện truyền thông mới lần đầu xuất hiện, tác giả cũng phân tích quá trình “biến hoá” của các phương tiện truyền thông truyền thống (đài, điện thoại, phim ảnh, trò chơi, ti vi,...) thành các phương tiện truyền thông mới. Cuốn sách không chỉ là một công trình chuyên sâu về truyền thông mới mà còn là nguồn tư liệu đa chiều, mở rộng kiến thức và nhận thức về cuộc cách mạng không ngừng trong lĩnh vực truyền thông.

Cuốn “*Văn hóa của Internet và Internet như một nền văn hóa: Nỗi sợ xã hội và Ước mơ tôn giáo*” (The Culture of the Internet and the Internet as Cult: Social Fears and Religious Fantasies) của tác giả Philippe Breton (2011) [113] xem xét Internet và văn hóa internet qua lăng kính của triết học và văn hóa. Tác giả cho rằng lần đầu tiên trong lịch sử nhân loại, con người đã tạo ra một hệ thống kỹ thuật, một không gian văn hoá (không gian internet) cho phép con người loại bỏ giao tiếp trực tiếp - một không gian mới mẻ với con người. Tác giả đồng thời cũng phân tích những ưu, nhược điểm khi con người tham gia giao tiếp trên không gian internet và các loại hình phương tiện truyền thông mới sử dụng internet.

Cuốn “*Hơn cả tin tức*” (Beyond News) của tác giả Mitchell Stephens (2014) [102] là một cuốn sách chứa đựng nhiều thông tin mới mẻ và khoa

học về báo chí. Tác giả có sự tiếp cận mới lạ khi cho rằng, ngành báo chí cần thay đổi từ bán tin tức sang cung cấp những tầm nhìn độc đáo, mang tính thách thức và có thể theo một tiêu chuẩn mới với tên gọi “báo chí trí tuệ - wisdom journalism”, tức là một hỗn hợp của các hình thức đưa tin: độc quyền, điều tra - với việc nắm bắt sự kiện đương thời một cách am hiểu, sâu sắc, có tính diễn giải, thậm chí có chủ kiến riêng, không bị chi phối bởi bất kỳ yếu tố nào, đặc biệt là yếu tố chính trị.

Tác giả Nguyễn Trí Nhiệm và Nguyễn Thị Trường Giang (2014) trong cuốn “*Báo mạng điện tử: Đặc trưng và phương pháp sáng tạo*” [110] cho thấy báo mạng điện tử đã đem lại những giá trị rất lớn cho xã hội, cho người dân và là một trong những loại hình PTTM. Cuốn sách nhấn mạnh ưu điểm của báo mạng điện tử, đặc biệt là khả năng cung cấp thông tin tức thì và tiện lợi. Người đọc có thể truy cập vào các báo mạng điện tử mọi lúc, mọi nơi, giúp họ tiếp cận thông tin một cách nhanh chóng và thuận tiện. Điều này tạo điều kiện cho sự linh hoạt và tính tương tác cao của báo mạng điện tử với độc giả. Báo mạng điện tử không chỉ giúp người đọc cập nhật thông tin mà còn mang lại trải nghiệm đa dạng hơn thông qua các loại hình báo cáo, video, ảnh và tương tác xã hội. Điều này tạo ra một môi trường độc đáo và phong phú cho độc giả, giúp họ thấu hiểu sự kiện từ nhiều góc độ khác nhau. Báo mạng điện tử có thể cung cấp một lượng thông tin rất lớn, phong phú và chi tiết. Do không bị phụ thuộc vào khoảng cách địa lý nên thông tin được tiếp cận với độc giả khắp mọi nơi.

Tác giả Dương Xuân Sơn (2014) trong cuốn “*Các loại hình báo chí truyền thông*” [126] cho biết tác phẩm báo chí bao gồm nhiều loại hình phong phú, từ những tin tức, bài báo, tư liệu đến các chương trình phát thanh, truyền hình, báo mạng. Đặc điểm chung có tính bản chất chi phối các khía cạnh khác nhau của hoạt động báo chí là sự tác động vào xã hội bằng thông tin và khả năng thuyết phục công chúng bằng nội dung, tính chất của thông tin. Tác phẩm đã giúp hiểu rõ cách mà báo chí góp phần chi phối các khía

ạnh khác nhau của hoạt động xã hội, thông qua việc truyền tải thông tin và sử dụng khả năng thuyết phục để tác động đến ý kiến công chúng. Tác phẩm có phân tích các đặc điểm cơ bản, góp phần cho công tác tuyên truyền chính trị như: tính mục đích, trong đó có mục đích chính trị; tính tương tác và đa phương tiện của thông tin báo chí phản ánh xu hướng ngày nay với sự kết hợp giữa nền tảng truyền thông truyền thống và các phương tiện mới như mạng xã hội, mang lại trải nghiệm đa chiều và sự tương tác giữa người sản xuất và người tiêu dùng thông tin.

Cuốn *Báo chí và mạng xã hội* của tác giả Đỗ Chí Nghĩa và Đinh Thị Thu Hằng (2014) [50] đã đi sâu phân tích mối quan hệ giữa báo chí và mạng xã hội trong điều kiện cụ thể ở Việt Nam. Theo đó, mạng xã hội là một trong những nền tảng quan trọng của phương tiện truyền thông mới. Các tác giả sau khi phân tích mối liên hệ giữa báo chí và mạng xã hội, đã đề xuất một số giải pháp cụ thể và hữu hiệu để nhận diện và xác lập mối quan hệ hài hòa, đúng đắn giữa báo chí và mạng xã hội, hạn chế những sai sót, tận dụng tính năng của mạng xã hội trong hoạt động báo chí là vấn đề cấp thiết đặt ra hiện nay. Ngoài ra, tác giả chú trọng vào một trong những đặc tính của mạng xã hội, nhấn mạnh tính tương tác và sự tham gia của cộng đồng. Đồng thời, các tác giả cũng nêu rõ tầm quan trọng của việc sử dụng tính năng của mạng xã hội để nâng cao chất lượng thông tin và tương tác. Cuốn sách không chỉ là nguồn thông tin hữu ích mà còn là một tài liệu giáo trình giúp người đọc hiểu rõ hơn về sự giao thoa giữa báo chí truyền thống và mạng xã hội trong thời đại số ngày nay. Đồng thời, những giải pháp đề xuất mang lại cái nhìn chi tiết và thực tế, giúp ngành báo chí thích nghi và phát triển trong môi trường truyền thông ngày càng đa dạng và phức tạp.

Cuốn sách “*Sử dụng các phương tiện truyền thông mới trong hoạt động ngoại giao kỹ thuật số hiện nay*” của Phạm Minh Sơn (2016) [124] tập trung nghiên cứu, xác định rõ và hệ thống hóa khái niệm phương tiện truyền thông mới. Trong công trình nghiên cứu này, tác giả cũng đưa ra những cách

thức vận hành và kinh nghiệm sử dụng phương tiện truyền thông mới của một số nước tiêu biểu trên thế giới như Hàn Quốc, Mỹ, ...

Cuốn sách “*Báo chí và Truyền thông đa phương tiện*”, tác giả Nguyễn Thị Trường Giang (2017) [39] đã trình bày và lý giải những vấn đề căn bản về lý thuyết và thực tiễn của báo chí và truyền thông đa phương tiện – một trong những loại hình của PTTTM. Cuốn sách đánh giá và phân tích vai trò cũng như đặc trưng của báo chí và truyền thông đa phương tiện. Theo đó, với những đặc trưng như kết hợp cùng lúc nhiều phương tiện chuyên tải, tính tức thời và phi định kỳ, khả năng tương tác cao, báo chí và truyền thông đa phương tiện đã “tạo nên một mâm cỗ thông tin đa dạng, đa lớp, đa chiều”, góp phần nâng cao hiệu quả truyền thông, Ngoài ra, chương 7 cuốn sách, tác giả dành riêng dung lượng để phân tích về truyền thông xã hội – một trong những loại hình tiêu biểu của các PTTTM đang phát triển mạnh mẽ và chiếm lĩnh thị phần truyền thông. Cũng tại chương này, các tác giả đã khái quát lịch sử ra đời của truyền thông xã hội và giới thiệu một số mạng xã hội thông dụng như Facebook, Twitter,...

Cuốn sách *Mạng xã hội trong bối cảnh phát triển xã hội thông tin ở Việt Nam Lý luận, thực tiễn và kinh nghiệm* của Phạm Huy Kỳ, Đỗ Thị Thu Hằng (Đồng chủ biên) (2019) [77] tổng hợp các bài viết nghiên cứu và phân tích các vấn đề lý luận và thực tiễn về mạng xã hội - nền tảng truyền thông đang được các quốc gia, trong đó có Việt Nam sử dụng để thực hiện tuyên truyền. Trong cuốn sách, một số bài viết gắn với phương tiện truyền thông mới và ứng dụng, xu hướng của truyền thông xã hội và mạng xã hội trong bối cảnh xã hội Việt Nam có thể kể đến như: 1/ Bài viết *Nghiên cứu, ứng dụng truyền thông xã hội và mạng xã hội trong bối cảnh phát triển xã hội thông tin ở Việt Nam* [77, tr.63], tác giả Đỗ Thị Thu Hằng đã phân tích sâu sắc và luận giải khái niệm nội hàm và ngoại diên của mạng xã hội, cũng những tính chất, đặc điểm của mạng xã hội và các khái niệm liên quan như truyền thông số, nội dung số, công nghệ số, công nghệ hội tụ và khái niệm

đa phương tiện, truyền thông đa phương tiện. Trong đó, khi bàn về khái niệm nội hàm và ngoại diên của MXH, tác giả đề cập tới khái niệm “bài đăng (hay còn gọi là bài post)”. Theo đó, các bài đăng có thể mang nhiều hình thái thông tin khác nhau từ tích cực đến tiêu cực... Một trong các kiểu bài đăng có tác động trực tiếp lên đời sống văn hoá xã hội chính là bài đăng phản ánh các sự kiện hay các hoạt động xã hội có tính phản biện... Các bài đăng trên MXH bản thân nó không tạo nên các luồng truyền thông xã hội mà bên cạnh các bài đăng là các bình luận (comment) hay các trạng thái phản hồi với bài đăng của người dùng MXH (thích, không thích...)... Chính các phản hồi thông qua các bình luận, hay các trạng thái của người dùng mà MXH đã trở thành một PTTT, đồng thời cung cấp một cách thức truyền thông chi phí thấp, hiệu quả cao trong bối cảnh hiện nay” [77, tr.66,67]. 2/ Trong bài viết *Nhận diện hoạt động truyền thông trên mạng xã hội tại Việt Nam*, tác giả Nguyễn Thành Lợi có bàn tới những bất cập trong hoạt động truyền thông. Theo tác giả, bên cạnh những mặt tích cực mà MXH mang lại cho cuộc sống con người thì MXH cũng có những mặt tiêu cực thách thức sự quản lý của Đảng và Nhà nước. Tác giả đã đưa ra 3 bất cập và khái quát giải pháp giải quyết trong công tác quản lý của các cơ quan chức năng. Các bất cập đó là: Thứ nhất, môi trường truyền thông bị rối loạn khiến “công chúng dần mất niềm tin vào truyền thông. Hiện nay, trên MXH tràn lan thông tin, thông tin thật – giả, đúng – sai chưa được kiểm chứng nhưng vẫn được chia sẻ rộng rãi”. Thứ hai, tạo ra sự nghi ngờ, đả kích lẫn nhau, tiết lộ những thông tin người dùng, làm mất chủ quyền về văn hoá. Thứ ba, khó khăn trong vấn đề quản lý và kiểm soát an ninh thông tin MXH [77, tr.83-87]. 3/ Và các bài viết khác như: Trách nhiệm xã hội của Facebook đối với cộng đồng [77, tr. 184] (Nguyễn Đồng Anh); Thực tiễn quản lý thông tin truyền thông trên mạng xã hội ở Thái Lan và vận dụng trong điều kiện Việt Nam [77, tr.287] (Nguyễn Ngọc Oanh); Một số vấn đề về quản lý thông tin trên mạng xã hội ở Việt Nam hiện nay – từ góc nhìn pháp lý và đạo đức [77, tr.311] (Đỗ Thị

Thu Hằng, Nguyễn Thuý Quỳnh, Nguyễn Thị Tý, Lê Thuý Hằng, Nguyễn Văn Hào); Môi trường truyền thông số và những vấn đề đặt ra cho báo chí truyền thông hiện nay [77, tr.419] (Nguyễn Đông Anh); Cuốn sách và những công trình đăng trong cuốn sách đã góp ích rất lớn cho tác giả luận án khảo cứu và tổng quan để có nền tảng kiến thức lý luận và thực tiễn hoàn thiện luận án –

Tập thể tác giả Nguyễn Ngọc Oanh, Nguyễn Thị Thương Huyền, Nguyễn Đông Anh (đồng chủ biên) (2020) [111] trong cuốn *Giáo trình tổ chức sản xuất sản phẩm báo chí đối ngoại và truyền thông quốc tế* đã đưa ra khái niệm sản phẩm báo chí, trong đó, các tác giả nhận định trang TTĐT, BĐT là những sản phẩm báo chí hiện nay, được sử dụng để truyền tải nội dung bằng các tác phẩm báo chí cụ thể, phục vụ các mục đích khác nhau, trong đó có mục đích tuyên truyền và tuyên truyền chính trị.

Cuốn *Giáo trình Nhập môn Truyền thông đa phương tiện*, tác giả Đỗ Thị Thu Hằng (2022) [48] nghiên cứu khái niệm, đặc điểm của TTĐPT và những ứng dụng, phát triển TTĐPT trong bối cảnh xã hội thông tin hiện nay. Tác giả nhận định: “trong xã hội thông tin, TTĐPT là sản phẩm quan trọng nhất quyết định mức độ phát triển của ngành công nghiệp nội dung” [48, tr.43]. Trong cuốn giáo trình, tác giả cũng đã khái quát mô hình TTĐPT từ góc nhìn khoa học máy tính và khoa học truyền thông. Bên cạnh đó, tác giả cũng đánh giá vai trò vô cùng quan trọng của TTĐPT trong xã hội thông tin với 3 dòng chảy thông tin lớn nhất bao gồm: các loại hình và PTTT liên cá nhân; Báo chí và các PTTT đại chúng; và Truyền thông xã hội. Theo đó, TTĐPT đóng vai trò “xây dựng và phát triển nội dung số, trên cơ sở đó thúc đẩy sự phát triển của tất cả các PTTTM, từ đó gián tiếp thúc đẩy sự phát triển cả 3 dòng sản phẩm báo chí truyền thông chủ lưu trong xã hội” [48, tr.44]. Như vậy, nghiên cứu khái niệm nội hàm và ngoại diên của PTTTM hiện nay ở Việt Nam thì không thể không đề cập tới TTĐPT, từ đó sáng tạo nội dung tuyên truyền mới có thể hấp dẫn, hiệu quả.

Tác giả Đỗ Thị Thu Hằng (Chủ biên) trong cuốn *Giáo trình Tổ chức sản xuất sản phẩm truyền thông đại chúng* (2022) [47] đã đưa ra lý luận chung về sản phẩm truyền thông đại chúng và tổ chức sản xuất sản phẩm truyền thông đại chúng. Trong cuốn giáo trình, các tác giả dành nhiều tâm huyết để làm rõ khái niệm truyền thông số và phân tích quy trình tổ chức sản xuất sản phẩm truyền thông số. “Truyền thông số là hình thức truyền thông mới khi người ta sử dụng các PTTT kỹ thuật số như báo điện tử, tivi, radio, các thiết bị điện tử viễn thông như điện thoại và internet để truyền đạt các thông điệp của mình đến với đông đảo quần chúng” [47, tr.101]. Bên cạnh đó, tập thể tác giả cho rằng “các kênh truyền thông số rất đa dạng, bao gồm website, blog, tạp chí điện tử, mạng xã hội, diễn đàn hay các công cụ tìm kiếm... có trên môi trường Internet, môi trường di động...” [47, tr.16]. Như vậy, truyền thông số trong kỷ nguyên 4.0 hiện nay gắn bó chặt chẽ với truyền thông đa phương tiện và truyền thông xã hội.

1.2.2. Các công trình nghiên cứu về vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị

Cuốn sách “*Phương tiện truyền thông mới và chính trị*” (New Media and Politics) của Barrie Axford và Richard Huggins (2001) [11] đưa ra cái nhìn sâu sắc về sự biến đổi đáng kể của phương tiện truyền thông trong bối cảnh chính trị, sự thay đổi trong truyền thông cộng đồng và tầm ảnh hưởng của truyền thông chính trị. Tác phẩm này không chỉ là một nguồn tài liệu nghiên cứu mà còn là một bức tranh toàn diện về mối quan hệ giữa truyền thông mới và chính trị, đưa ra những quan điểm từ các học giả hàng đầu trên thế giới. Cuốn sách giới thiệu nhiều chương khác nhau, mỗi chương đều tập trung vào khía cạnh khác nhau của mối liên hệ giữa truyền thông mới và chính trị. Nó làm rõ vai trò quan trọng của truyền thông mới trong việc tạo ra và định hình văn hoá truyền thông (media culture), đồng thời phản ánh sự thay đổi lớn trong xã hội do chúng gây ra. Tác giả nêu rõ sự đa dạng của phương tiện truyền thông mới, từ mạng xã hội cho đến các công cụ trao đổi

thông tin qua mạng và phương tiện truyền tải dữ liệu, tạo điều kiện cho công chúng tiếp cận thông tin một cách dễ dàng từ nhiều nguồn. Với việc xuất hiện nhiều luồng thông tin, cuốn sách nhấn mạnh việc tạo ra các làn sóng trên mạng xã hội, ví dụ như thái độ của công chúng đối với các vấn đề xã hội. Nó mô tả sự phản ứng và thái độ của công chúng thông qua các nền tảng truyền thông mới. Quan trọng hơn, sách đưa ra chiến lược sử dụng truyền thông mới trong lĩnh vực chính trị để định hình thái độ của công chúng đối với các vấn đề, tư tưởng của chính phủ, Đảng và nhà nước. Tác giả cũng đề cập đến khả năng tận dụng thái độ của công chúng để tạo ra sự ủng hộ và có ảnh hưởng lớn trong xã hội.

Sách dịch “*Sức mạnh của truyền thông trong chính trị*” (Media power in Politics) của D.A Graber (2006); Khoa Quan hệ quốc tế, Học viện Báo chí và Tuyên truyền dịch [73], đã đưa ra những phân tích sâu sắc mối liên hệ chặt chẽ giữa truyền thông và chính trị. Những chu trình chính sách được đưa ra cho người dân thông qua các phương tiện truyền thông cũng được tác giả nghiên cứu và giới thiệu trong cuốn sách này. Cuốn sách ngoài việc tập trung vào việc mô tả mối liên hệ giữa truyền thông và chính trị, mà còn đi sâu vào phân tích ảnh hưởng của truyền thông đối với quyết định chính trị và ý kiến công dân. Graber chỉ ra rằng truyền thông không chỉ là một công cụ thông tin mà còn là một nguồn quyền lực lớn, có thể tác động sâu rộng vào quá trình ra quyết định chính trị và hình thành ý kiến của người dân. Các chu trình chính sách được truyền thông qua các phương tiện truyền thông đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra một ảnh hưởng lớn đối với quyết định của người dân. Graber nghiên cứu chi tiết về cách mà thông điệp chính trị được xây dựng, truyền tải và tiếp cận qua các kênh truyền thông. Ông chỉ ra rằng sự ảnh hưởng này không chỉ xuất hiện trong các chiến dịch tranh cử mà còn mở rộng đến quá trình đưa ra chính sách, thậm chí trong quá trình định hình ý kiến công dân. Thông qua cuốn sách, sức mạnh của truyền thông không chỉ giới hạn ở việc truyền tải thông điệp mà còn nằm ở khả năng tạo

ra sự chú ý và định hướng cho các vấn đề chính trị. Sự quan tâm của công dân đôi khi được định hình bởi cách mà truyền thông đưa ra và định hướng các vấn đề.

Tác giả Bùi Hoài Sơn (2007) trong cuốn *“Phương tiện truyền thông mới và những thay đổi văn hóa - xã hội ở Việt Nam”* [123] đã phân tích về những thay đổi văn hóa - xã hội diễn ra ở Việt Nam dưới tác động của các phương tiện truyền thông mới. Tác giả chứng minh sự ảnh hưởng sâu rộng và nhanh chóng của các phương tiện truyền thông mới qua những thay đổi trong lối sống, tư duy và các giá trị hướng đến của người dân Việt Nam. Bùi Hoài Sơn đi sâu vào việc phân tích cách mà các nền văn hóa cổ truyền đang tương tác với sự đổi mới, từ đó, đặt ra những thách thức và cơ hội cho sự phát triển của văn hoá nói riêng và toàn xã hội nói chung. Đồng thời, tác giả cũng dự báo những xu hướng phát triển của các phương tiện truyền thông mới ảnh hưởng đến đời sống văn hóa - xã hội Việt Nam trong tương lai. Trước những tác động ngày càng sâu, rộng đó của phương tiện truyền thông mới đối với đời sống văn hoá - xã hội, công tác tuyên truyền của Đảng cũng rất cần có những phương thức phù hợp, để đạt được hiệu quả cao nhất.

Tác giả Eugenia Siapera và Andreas Veglis (2012) mở đầu cuốn sách *“Sổ tay báo chí trực tuyến toàn cầu”* (The Handbook of Global Online Journalism) [37] bằng sự hội tụ công nghệ - góc nhìn của tác giả về loại hình báo chí điện tử. Tác giả đưa ra khung lý thuyết về loại hình truyền thông này, và đặt nó trong các hoạt động chính trị. Trong các hoạt động chính trị, cuốn sách đề cập đến vấn đề dân chủ và từ đó khái quát vai trò của báo chí điện tử trong việc thực hiện dân chủ chính trị. Mặt khác, tác giả cũng đề cập đến yếu tố trọng tâm nữa đó là sự dân chủ về thông tin, để đảm bảo rằng dù có sự can thiệp của chính trị vào truyền thông, nhưng người dân vẫn được nhận những thông tin tin cậy nhất, khách quan nhất.

Cuốn sách xuất bản online *“Truyền thông đại chúng và tiến trình chính sách”* (The Mass media and the Policy process) của các tác giả Annelise

Russell, Maraam Dwidar, and Bryan D. Jones (2016) [8] đã phân tích các học thuyết về truyền thông, đưa ra những so sánh giữa các phương tiện truyền thông trong các giai đoạn khác nhau. Trong cuốn sách, các tác giả cũng nêu bật mối quan hệ chặt chẽ giữa truyền thông và tiến trình đưa chính sách đến với công chúng. Trong nỗ lực hiểu rõ mối quan hệ giữa truyền thông và quá trình hình thành chính sách, cuốn sách phân tích cách mà phương tiện truyền thông ảnh hưởng đến quá trình đưa thông điệp chính trị đến người dân. Các tác giả giải thích cụ thể về cách phương tiện truyền thông làm thế nào để tạo ra sự chú ý, tạo đà để các vấn đề chính trị trở nên quan trọng và làm thay đổi quan điểm của công dân theo chủ ý của nhà cầm quyền. Bằng cách này, tác giả đưa ra cái nhìn toàn diện về tầm ảnh hưởng và sức mạnh của truyền thông đối với quá trình chính trị và chu trình chính sách.

Luận án Tiến sĩ Chính trị học “*Đổi mới công tác tuyên truyền của Đảng đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế ở Việt Nam hiện nay*” của Lê Mai Trang (2016) [140] đã làm rõ những vấn đề lý luận và thực tiễn có liên quan đến công tác tuyên truyền của Đảng và công tác tuyên truyền của Đảng trong điều kiện hội nhập quốc tế. Tác giả nêu rõ là công tác tuyên truyền phải linh hoạt và đổi mới liên tục để đáp ứng nhanh chóng những thách thức và cơ hội mới từ quá trình hội nhập. Tác giả còn đặt ra những thách thức mà Đảng đang phải đối mặt trong việc nâng cao chất lượng và hiệu quả công tác tuyên truyền. Mặc dù đã có những tiến triển đáng kể, nhưng luận án nhấn mạnh rằng vẫn còn nhiều việc cần làm để nâng cao khả năng đáp ứng của công tác tuyên truyền trước sự đa dạng, phức tạp của thị trường thông tin và trước bối cảnh các phương tiện truyền thông mới luôn không ngừng vận động và biến đổi. Bên cạnh đó, tác giả cũng nhấn mạnh vai trò của công tác tuyên truyền của Đảng không chỉ là để xây dựng hình ảnh quốc gia mà còn để tạo lập, và duy trì niềm tin của người dân đối với Đảng và chính quyền.

Tác giả Jonas Staal (2018) trong cuốn “*Nghệ thuật tuyên truyền thế kỷ 21*” (Propaganda art in the 21st Century) [69] đưa ra quan niệm về tuyên

truyền và giới thiệu mô hình tuyên truyền mà ông nghiên cứu. Trong cuốn sách, tác giả tập trung vào mối quan hệ giữa tuyên truyền và các phương tiện thông tin đại chúng trong bối cảnh xã hội tư bản chủ nghĩa. Tác giả đưa ra cách mà chính quyền sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng như một công cụ mạnh mẽ để kiểm soát và định hình ý thức xã hội. Ông chỉ ra rằng, thay vì phản ánh ý chí của cộng đồng, các phương tiện này thường được sử dụng như một công cụ để định hướng dư luận xã hội, phục vụ cho lợi ích giới cầm quyền, thay vì phục vụ cho lợi ích chung của cộng đồng.

Tác giả Yochai Benkler, Robert Faris và Hal Roberts (2018) trong cuốn *Tuyên truyền trên mạng* (Network propaganda) [186] đề cập đến những tác động của phương tiện truyền thông xã hội đối với sự dân chủ trong xã hội và hệ thống chính trị. Các tác giả đã lấy ví dụ tiêu biểu từ thực tiễn để chứng minh là cuộc bầu cử tổng thống Donald Trump năm 2016; trong đó phân tích và bình luận về việc đội ngũ của ông Trump có sử dụng phương tiện truyền thông mới, ứng dụng thêm công nghệ cao để định hướng truyền thông. Bằng cách sử dụng các nền tảng này, đội ngũ Trump không chỉ lan truyền thông điệp tích cực về ứng cử viên mình mà còn chủ động tạo ra và tăng cường phổ biến những tin tức bất lợi và gây tranh cãi đối với đối thủ. Điều này đặt ra những thách thức lớn đối với tính minh bạch của thông tin, khi mà chủ thể tuyên truyền cố ý tạo ra một môi trường tuyên truyền mà thông tin chỉ phục vụ lợi ích và ý đồ của chủ thể hay một nhóm người nhất định trong xã hội.

Cuốn sách “*Phương tiện truyền thông xã hội với giới trẻ Việt Nam hiện nay*” của Lê Hải (2018) [44] đề cập đến phương tiện truyền thông xã hội là vấn đề mới, nội hàm rất phức tạp. Xuất phát từ những thực trạng còn tồn tại trong quá trình sử dụng truyền thông xã hội của giới trẻ hiện nay, tác giả đưa ra các hệ giải pháp mang tính khoa học, sát thực tiễn nhằm hạn chế các yếu tố tiêu cực, đồng thời nhân rộng các yếu tố tích cực từ tác động mạnh mẽ của các phương tiện truyền thông xã hội. Tác giả đề cập tới hệ thống chính sách, pháp luật được xây dựng và ban hành trong quá trình quản

lý và phát triển truyền thông xã hội trong giới trẻ Việt Nam phải dựa trên một số quan điểm mang tính nguyên tắc, thuận theo sự phát triển mang tính quy luật của sự vật - hiện tượng, tránh sự cảm đoán hay can thiệp sâu thẳm tuý duy ý chí. Sự ra đời của các loại hình phương tiện xã hội là hệ quả của sự phát triển khoa học - công nghệ ở trình độ cao, là thành tựu to lớn của trí tuệ nhân loại. Với tính năng ưu việt siêu liên kết xã hội, tính đa ứng dụng và tiện ích... các phương tiện truyền thông xã hội có tác dụng và ảnh hưởng rất lớn trong các lĩnh vực xã hội, với mọi đối tượng và thành phần xã hội, nhất là với giới trẻ trên thế giới, trong đó có giới trẻ Việt Nam.

Xuyên suốt cuốn sách “*Chiến tranh thông tin*” (Information wars) của Recharđ Stegel (2019) [115], tác giả đã phân tích và luận giải để đi tìm câu trả lời cho câu hỏi: “Chúng ta đã thua trong cuộc chiến toàn cầu chống lại thông tin sai lệch như thế nào và chúng ta có thể làm gì để đối phó với điều đó?” Ông lý giải nguyên nhân của tin giả lan rộng và nhanh chóng chủ yếu là trên mạng xã hội. Stengel phân tích các sự kiện chính trị tại một số quốc gia như Nga và Ukraine, Ả Rập Saudi và Iraq hay cuộc bầu cử tổng thống Mỹ để cho thấy thông tin sai lệch tràn lan trên mạng xã hội đã tác động như thế nào đến thái độ chính trị và sự lựa chọn của dân chúng. Stengel cũng đề xuất những giải pháp và chiến lược để ngăn chặn sự lan truyền của tin giả và củng cố sức mạnh của thông tin chân thực bảo vệ sự minh bạch cho dù trong bất kỳ bối cảnh xã hội nào.

Cuốn sách “*Internet và sự tác động đến văn hoá Việt Nam*”, tác giả Từ Thị Loan (2019) [81] đã làm rõ bức tranh toàn cảnh về thực trạng sử dụng các phương tiện truyền thông mới trên nền tảng Internet ở Việt Nam. Cuốn sách giúp chúng ta nhận diện, đánh giá những tác động tích cực, tiêu cực của Internet đối với sự nghiệp xây dựng và phát triển văn hóa dân tộc. Cuốn sách giúp chúng ta nhận diện rõ ràng sự đa dạng và phong phú của văn hóa Việt Nam dưới tác động của Internet. Từ việc mọi người dễ dàng truy cập và chia sẻ thông tin, đến việc giao lưu văn hóa qua các diễn đàn trực tuyến, Internet

đã tạo ra một không gian cho sự đa chiều và tương tác giữa các tầng lớp xã hội. Ở góc độ quản lý nhà nước, văn hoá và việc tuyên truyền các giá trị văn hoá truyền thống tốt đẹp của dân tộc là một trong những nội dung TTCT. Mặc dù Internet là một công cụ mạnh mẽ, nhưng cũng đòi hỏi sự quản lý thông tin và đánh giá có chất lượng để công tác TTCT nhằm bảo vệ bản sắc văn hóa dân tộc được hiệu quả.

Tác giả Tạ Ngọc Tấn (2020) trong cuốn “*Báo chí, truyền thông hiện đại. Thực tiễn, vấn đề, nhận định* [130] đã tổng hợp các công trình nghiên cứu của tác giả về báo chí, truyền thông. Phần 3 và phần 4 của cuốn sách, tác giả tập trung đưa ra những nhận định và phân tích về mối quan hệ giữa báo chí, truyền thông và chính trị. Những xu thế của báo chí và truyền thông, đặc biệt là sự phát triển của các phương tiện truyền thông mới ảnh hưởng và tác động lớn đến xã hội nói chung và đến công tác tuyên truyền nói riêng cũng được tác giả đi sâu phân tích và luận giải, đánh giá. Phần 3 của cuốn sách, tác giả chú trọng vào việc đưa ra những nhận định về mối liên kết giữa báo chí và chính trị. Qua việc phân tích thực tiễn, tác giả đưa ra cái nhìn tổng thể về vai trò của báo chí trong việc hình thành ý thức và thái độ của xã hội đối với các vấn đề chính trị. Tác giả nhấn mạnh tầm quan trọng của báo chí trong việc thông tin, giáo dục và định hình ý kiến công dân. Những phân tích này giúp người đọc hiểu rõ hơn về ảnh hưởng của báo chí đối với quá trình quyết định và ý thức chính trị. Phần 4 của cuốn sách chủ yếu tập trung vào các xu thế mới trong lĩnh vực báo chí và truyền thông, đặc biệt là sự bùng nổ và phát triển mạnh mẽ của các phương tiện truyền thông mới. Tác giả không chỉ đơn thuần mô tả những thay đổi này mà còn đưa ra những phân tích sâu sắc về tác động của chúng đối với xã hội nói chung và công tác tuyên truyền nói riêng. Trong bối cảnh hiện nay, sự xuất hiện của các phương tiện truyền thông mới như mạng xã hội, trang tin tức trực tuyến, và video trực tuyến đã làm thay đổi cách mà thông tin được truyền tải và tiếp cận. Tác giả phân tích cách mà những xu thế này ảnh hưởng đến quá trình hình thành ý kiến, quan

điểm của công dân và làm thế nào chúng có thể tác động đến công tác tuyên truyền của Đảng. Những phân tích và đánh giá của Tạ Ngọc Tấn trong cuốn sách này không chỉ giúp người đọc nắm bắt được bức tranh toàn diện về sự phát triển của báo chí và truyền thông mà còn cung cấp những thông tin quý báu cho những người nghiên cứu, cán bộ tuyên truyền và những người quan tâm đến mối quan hệ phức tạp giữa truyền thông và chính trị.

Cuốn *Tác động của phương tiện truyền thông mới đối với văn hóa gia đình Việt Nam* của tác giả Vũ Diệu Trung (2021) [142] đã nêu quan điểm về các phương tiện truyền thông mới được phát triển trên nền tảng internet. Trên nền tảng công nghệ này, các phương tiện truyền thông mới ra đời, với mong muốn làm cho cuộc sống của con người trở nên thuận tiện hơn. Tuy nhiên, phương tiện truyền thông mới xuất hiện cũng đã kéo theo cách suy nghĩ mới, lối sống mới, ngôn ngữ mới cùng nhiều hệ lụy khác. Dưới sự tác động hai chiều cả tích cực và tiêu cực như vậy của internet đến đời sống con người, công tác tuyên truyền của Đảng dựa trên những yếu tố đó để có chiến lược điều chỉnh phù hợp với từng đối tượng, từng nội dung và phương thức.

Giáo trình Lý thuyết và kỹ năng truyền thông chính sách, chủ biên Lương Ngọc Vĩnh (2021) [156] cung cấp cho độc giả những lý thuyết và kỹ năng cơ bản của truyền thông chính sách. Giáo trình phân tích các kênh, phương tiện truyền thông được sử dụng để thực hiện truyền thông chính sách trong tất cả các giai đoạn của chu trình chính sách. Trong đó, PTTTM là một phương tiện để truyền thông chính sách. Theo quan điểm của các tác giả, PTTTM bao gồm: internet, MXH và điện thoại di động thông minh [156, tr.159]. Trong quá trình truyền thông chính sách, các tác giả nêu ra các nguyên tắc và tiêu chuẩn để đảm bảo hiệu quả truyền thông chính sách theo từng giai đoạn của chu trình chính sách. Về nguyên tắc, một trong số các nguyên tắc đó là tuân thủ các quy luật của quá trình chuyển hoá tri thức thành niềm tin và hành động. Về tiêu chuẩn đánh giá hiệu quả, dựa trên sự tiếp nhận của các đối tượng ở giai đoạn thực thi chính sách, có 4 tiêu chuẩn

đánh giá như sau: mức độ quan tâm của công chúng; mức độ hiểu và ghi nhớ thông điệp truyền thông; mức độ tin tưởng và ủng hộ đối với chính sách và ý chí sẵn sàng hàng động của đối tượng. Ngoài ra, để đánh giá hiệu quả của truyền thông chính sách, các tác giả làm rõ hai yếu tố chính là kết quả (về số lượng và chất lượng) và chi phí (các nguồn lực). Xác định được kết quả, đem so sánh với các nguồn lực đã huy động thì sẽ đánh giá được hiệu quả của truyền thông chính sách. Tuy nhiên sự so sánh này chỉ mang tính tương đối vì đánh giá hiệu quả truyền thông chính sách rất quan trọng khi cần đặt trong môi trường, bối cảnh, cơ chế, chính sách cụ thể. “Không ít đối tượng có hiểu biết, có niềm tin nhưng không hành động vì bị ràng buộc bởi những cơ chế, chính sách lỗi thời, hoặc môi trường không thuận lợi” [156, tr.192]. Do vậy, các tác giả cho rằng hai yếu tố đánh giá hiệu quả truyền thông chính sách có thể được sử dụng một cách độc lập, bởi so sánh hai đại lượng khác nhau, lại chịu nhiều yếu tố chi phối là không khả thi và chỉ mang tính chất tương đối.

Kỷ yếu hội thảo “*Sử dụng mạng xã hội trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay*”, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Tạp chí cộng sản (2022) [60]. Kỷ yếu hội thảo là sản phẩm chất lọc các bài viết của các tác giả có uy tín phân tích các vấn đề xoay quanh việc sử dụng mạng xã hội đối với tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay. Một số bài viết tiêu biểu như: “*Chủ thể, đối tượng, nội dung, phương thức tuyên truyền chính trị trên mạng xã hội ở Việt Nam*” (Trần Văn Phòng). Bài viết đã chỉ rõ các chủ thể tuyên truyền như Đảng Cộng sản Việt Nam với các cấp uỷ Đảng từ Trung ương đến địa phương, Nhà nước CHXHCNVN cùng uỷ ban nhân dân và hội đồng nhân dân các cấp, Mặt trận tổ quốc và các đoàn thể chính trị xã hội, các cơ quan báo chí, đội ngũ chuyên gia, báo cáo viên, cán bộ, đảng viên... Ngoài ra, bài viết cũng tập trung phân tích đối tượng đa dạng của tuyên truyền chính trị từ tầng lớp nhân dân đến các đối tượng thù địch... Ngoài ra, tác giả cũng đưa ra 8 nội dung tuyên truyền chính trị cần hướng đến đối tượng; Bài viết “*Tuyên truyền chính trị trên mạng xã hội ở Việt Nam hiện nay*” (Nguyễn

Viết Thảo) tập trung phân tích những sự cần thiết cần phải sử dụng MXH trong TTCT. Cụm từ “chủ quyền quốc gia trên không gian mạng” cũng được tác giả đưa ra như một “nhấn nhủ” đến mọi công dân cần cảnh giác trước những chống phá chế độ và thù địch đang diễn ra mạnh mẽ trên MXH; Bài viết “*Tuyên truyền chính trị và vai trò của mạng xã hội trong tuyên truyền chính trị ở nước ta hiện nay*” (Phạm Huy Kỳ) luận giải các yếu tố của tuyên truyền chính trị (Chủ thể, đối tượng, nội dung, phương thức, hiệu quả), đồng thời đánh giá tuyên truyền chính trị có vai trò rất quan trọng trong công tác của Đảng hiện nay; Bài viết “*Báo chí số tuyên truyền chính trị*” (Trương Thị Kiên) đề cập tới mối quan hệ biện chứng giữa báo chí và chính trị. Trong số các loại hình báo chí hiện nay, tác giả đặc biệt quan tâm tới báo chí số và năng lực tuyên truyền của báo chí số trong TTCT.

Cuốn sách *Xử lý thông tin sai lệch, xuyên tạc trên lĩnh vực tư tưởng, lý luận và văn học, nghệ thuật* của hai tác giả Đỗ Thị Thu Hằng và Lương Khắc Hiếu (Đồng Chủ biên) (2022) [49]. Cuốn sách là công trình nghiên cứu công phu, nghiên cứu cơ sở lý luận và thực tiễn vấn đề xử lý thông tin sai lệch, xuyên tạc trong lĩnh vực tư tưởng, lý luận và văn học, nghệ thuật, khảo sát, nhận diện thực trạng vấn đề này ở Việt Nam, từ đó tìm kiếm giải pháp và mô hình tối ưu hóa xử lý thông tin sai lệch, xuyên tạc trên lĩnh vực tư tưởng, lý luận và văn học, nghệ thuật trong giai đoạn hiện nay. Nếu như ở chương 1, các tác giả chỉ rõ chủ thể gắn với các thông tin sai lệch, xuyên tạc trên lĩnh vực tư tưởng, lý luận và văn học như các thế lực, thù địch mà đại diện là giai cấp tư sản phản động thù địch hay những phần tử phản động ở Việt Nam lưu vong ở nước ngoài,... thì một nội dung chương 2, các tác giả đánh giá và phân tích thực trạng chủ thể xử lý thông tin sai lệch, xuyên tạc trên lĩnh vực tư tưởng, lý luận và văn học nghệ thuật. Đó là bốn nhóm trụ cột chủ thể: “Các chủ thể thuộc Đảng cộng sản Việt Nam; các chủ thể thuộc Nhà nước; các chủ thể là các thiết chế truyền thông thuộc hệ thống chính trị và các chủ thể thuộc Mặt trận Tổ quốc Việt, các đoàn thể nhân dân và các tổ chức chính trị - xã hội – nghề

nghiệp” [49, tr.136]. Nhóm hai bên chủ thể này ‘ở hai bên chiến tuyến’ với nhau trong cuộc chiến với các nội dung thông tin sai lệch, xuyên tạc. Bên cạnh đó, cuốn sách chỉ ra và phân tích các giai đoạn xử lý thông tin sai lệch, xuyên tạc; và phương thức, công cụ xử lý thông tin sai lệch, xuyên tạc trên lĩnh vực tư tưởng, lý luận và văn học nghệ thuật; lấy đó làm cơ sở lý luận để phân tích thực trạng và đưa quan điểm, giải pháp cho các chương sau.

Tác giả Atle Haugsgjerd, Rune Karlsen và Kari Steen-Johnsen (2023) trong bài viết "*Có phải là không có thông tin hay là thông tin không chính xác trong môi trường tin tức kỹ thuật số? Làm thế nào để việc sử dụng tin tức trên mạng xã hội ảnh hưởng đến hai khía cạnh của kiến thức chính trị?*" (Uninformed or Misinformed in the Digital News Environment? How Social Media News Use Affects Two Dimensions of Political Knowledge) [9] đưa ra nhận định về tác động của mạng xã hội đối với nhận thức của người dân về chính trị và các vấn đề thời sự. Tác giả Atle Haugsgjerd, Rune Karlsen và Kari Steen-Johnsen nghiên cứu ảnh hưởng của mạng xã hội đối với nhận thức chính trị và kiến thức về các vấn đề thời sự của người dân. Bài viết này không chỉ đi sâu vào hiểu biết chính trị mà còn tập trung vào khả năng thuyết phục và xây dựng niềm tin của những tin tức trên mạng xã hội. Một khía cạnh quan trọng của bài viết là sự thảo luận về tính thuyết phục của tin tức trên mạng xã hội và khả năng của nó trong việc xây dựng niềm tin của dân chúng. Tác giả tập trung vào cách mà các tin tức được truyền tải và tương tác trên mạng xã hội, và liệu chúng có đủ sức thuyết phục để tạo ra sự tin tưởng đối với người đọc hay không. Qua đó, bài viết giúp chúng ta hiểu rõ hơn về quy trình hình thành ý kiến và niềm tin chính trị của công dân dưới ánh sáng của sự phổ biến ngày càng mạnh mẽ của mạng xã hội. Đồng thời, tác giả cũng đưa ra các quy luật và kết luận từ nghiên cứu của mình, chủ yếu là về tầm quan trọng của nguồn tin và cách thức mà người dùng tương tác với tin tức trên mạng xã hội. Các quy luật này không chỉ có ý nghĩa trong việc nghiên cứu, mà còn có thể là cơ sở để đưa ra các chiến lược quản lý thông tin và tạo ra môi trường trực tuyến lành mạnh,

nơi mà người dân có thể tiếp cận thông tin một cách tích cực và xây dựng kiến thức chính trị một cách bền vững. Bài viết của Haugsgjerd, Karlsen và Steen-Johnsen không chỉ đề cập đến hiện tượng mạng xã hội trong việc truyền tải tin tức mà còn đi sâu vào khía cạnh ảnh hưởng của nó đối với sự hiểu biết và niềm tin chính trị của người dân.

Đề tài khoa học cấp Bộ *Đổi mới công tác tuyên truyền chính trị trên mạng xã hội ở nước ta hiện nay* của Nguyễn Thị Trường Giang (chủ nhiệm đề tài) (2023) [41] đã phân tích, làm rõ các vấn đề lý luận về mạng xã hội, về tuyên truyền, công tác tuyên truyền và tuyên truyền chính trị. Đề tài kết hợp nhiều phương pháp nghiên cứu, đã phân tích, làm rõ thực trạng đổi mới công tác tuyên truyền chính trị trên mạng xã hội ở Việt Nam trong thời gian qua. Đồng thời nêu lên được những vấn đề khá căn cốt của việc đổi mới công tác tuyên truyền chính trị trên mạng xã hội ở Việt Nam. Thêm vào đó, đề tài cung cấp thông tin hữu ích và những hiểu biết sâu sắc, tạo cơ sở cho việc xây dựng chính sách, chiến lược mới trong công tác tuyên truyền chính trị trên mạng xã hội ở Việt Nam, nhằm nâng cao hiệu quả và ứng phó linh hoạt với các thách thức trong bối cảnh môi trường truyền thông ngày càng biến đổi.

1.3. Khái quát kết quả nghiên cứu của các công trình khoa học đã công bố và những vấn đề luận án tập trung giải quyết

1.3.1. Khái quát kết quả nghiên cứu của các công trình khoa học đã công bố

Nghiên cứu về các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị có một số điểm khái quát chung như sau:

Thứ nhất, nhiều công trình đã đưa ra khái niệm về phương tiện truyền thông mới. Trong đó đa phần các nghiên cứu chỉ ra mối liên hệ giữa phương tiện truyền thông mới và sự phát triển của công nghệ trong kỷ nguyên 4.0 như sự phát triển của internet, AI, điện toán đám mây, công nghệ kỹ thuật số,... Ngoài ra, một số nghiên cứu đã đi sâu phân tích và chỉ ra khái niệm nội hàm và ngoại diên của các PTTM như truyền thông số, truyền thông xã hội,

truyền thông đa phương tiện, truyền thông đa nền tảng. Các công trình đồng thời có cùng quan điểm khi cho rằng thật khó để đưa ra định nghĩa chính xác về các phương tiện truyền thông mới do các phương tiện này luôn luôn vận động và biến đổi.

Thứ hai, các nhà khoa học đã tập trung nghiên cứu vào các loại hình truyền thông khác nhau và cách thức truyền tải thông tin đến các đối tượng khác nhau, từ đó thiết lập tầm ảnh hưởng của các phương tiện truyền thông mới đối với xã hội, hình thành nên một không gian văn hoá trên internet – mà một số tác phẩm gọi là “không gian ảo”. Cụ thể, mạng xã hội như Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok khiến cho các vấn đề xã hội được truyền tải và thảo luận sâu rộng từ nhiều nguồn, nhiều khía cạnh và nhiều hướng khác nhau. Truyền thông mới gắn liền với các thay đổi về văn hoá xã hội mà nhờ vai trò quan trọng của các phương tiện truyền thông, cộng đồng có quyền thể hiện tiếng nói, thái độ đối với bất kì vấn đề văn hoá xã hội nào.

Thứ ba, các nội dung khác nhau trên các phương tiện truyền thông mới khiến cho luồng thông tin trở nên vô cùng phức tạp và phản ánh một phần các trường phái, quan điểm chính trị khác nhau. Các công trình này chỉ ra tầm quan trọng của việc nắm bắt các công cụ truyền thông mới và thiết lập chính sách để lọc thông tin cũng như đảm bảo các nội dung chính trị được xử lí, truyền tải đến đúng nhóm người, đúng nội dung và đúng trọng tâm để đạt được mục đích chính trị. Trên không gian internet, khi ai cũng có tiếng nói riêng, các trường phái chính trị khác nhau sẽ tận dụng triệt để truyền thông mới như một công cụ để phổ biến tư tưởng chính trị, đặc biệt là đánh vào tâm lý và cảm xúc của người dùng mạng. Cụ thể, các nhà khoa học bàn về các thay đổi văn hoá (social movement) đến từ các luồng thông tin ở mạng xã hội và tính hai mặt của mạng xã hội để định hướng và kêu gọi thay đổi tư tưởng chính trị. Từ đó, phương tiện truyền thông mới có vai trò thiết yếu trong việc nắm bắt các vấn đề xã hội được thảo luận sôi nổi và sâu rộng trên các loại hình khác nhau. Chính nhờ việc thu thập thông tin, nắm bắt và xử lý các luồng

ý kiến giúp cho việc định hình chính sách truyền thông được đi trước đón đầu và đảm bảo tính an toàn, an ninh và thông điệp tuyên truyền chính trị.

Thứ tư, đánh giá vai trò của các phương tiện truyền thông mới ngày càng ảnh hưởng sâu rộng trong xã hội thông tin, nghiên cứu về các thay đổi trong xã hội và vai trò của truyền thông mới trong các trào lưu mới của xã hội là vô cùng cần thiết. Ở Việt Nam hiện nay, các PTTTM với đặc điểm truyền tải thông tin nhanh chóng, sâu rộng và tương tác cao ngày càng được Đảng và Nhà nước quan tâm và sử dụng trong tuyên truyền chính trị. Do vậy, vai trò của PTTTM trong TTCT là rất to lớn, giúp cho các nhà lập pháp có cái nhìn sâu rộng và thực tế về thái độ của cộng đồng đối với các vấn đề văn hoá xã hội, chính sách để đưa ra chiến lược định hướng chính trị cũng như chiến lược tuyên truyền chính trị cụ thể.

1.3.2. Những vấn đề luận án tập trung giải quyết

Thứ nhất, tiếp tục nghiên cứu sâu và hệ thống để làm rõ thêm nội hàm các khái niệm như phương tiện truyền thông mới, tuyên truyền chính trị.

Thứ hai, tiếp tục nghiên cứu về phương thức tuyên truyền chính trị bằng các phương tiện truyền thông mới phù hợp với bối cảnh chuyển đổi số và công nghệ 4.0; từ đó xây dựng khung phân tích vai trò của các PTTTM trong TTCT được khái quát hoá và hệ thống, toàn diện.

Thứ ba, khảo sát, phân tích, đánh giá đầy đủ hơn vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay phù hợp với vị trí, chức năng của phương tiện truyền thông mới.

Thứ tư, đánh giá và phân tích những yếu tố tác động đến phương tiện truyền thông mới, đến bối cảnh tuyên truyền ở Việt Nam. Đồng thời, cần tiếp tục dự báo xu hướng của công nghệ, sự biến chuyển của công nghệ thông tin kỹ nguyên 4.0.

Thứ năm, phân tích những vấn đề đặt ra đối với vai trò của PTTTM trong TTCT ở Việt Nam hiện nay, từ đó đề xuất giải pháp phát huy vai trò của PTTTM trong TTCT ở Việt Nam thời gian tới.

Tiểu kết chương 1

Tổng quan tình hình nghiên cứu có liên quan đến đề tài luận án cho thấy, đã có nhiều công trình nghiên cứu khoa học trong và ngoài nước bàn về vấn đề phương tiện truyền thông mới; về những tác động và ảnh hưởng của phương tiện truyền thông mới đối với đời sống xã hội. Một số công trình trong đó đã phân tích và luận giải về chức năng của phương tiện truyền thông mới đối với công tác tuyên truyền chính trị.

Mỗi công trình có đối tượng, mục đích, nhiệm vụ, phạm vi, phương pháp nghiên cứu cụ thể khác nhau. Song, hiện nay theo tổng quan của tác giả, chưa có công trình nào đi sâu nghiên cứu và khái quát cụ thể vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị nói chung và đánh giá thực trạng vai trò của PTTTM trong TTCT ở Việt Nam nói riêng.

Tuy nhiên, đây thực sự vẫn là những tư liệu, tài liệu quý giúp tác giả tiếp cận về nội dung, phương pháp và ý tưởng trong quá trình nghiên cứu, thực hiện luận án tiến sĩ của mình.

CHƯƠNG 2: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ VAI TRÒ CỦA PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG MỚI TRONG TUYÊN TRUYỀN CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM

2.1. Tuyên truyền chính trị và phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị

2.1.1. Khái niệm và các yếu tố của tuyên truyền chính trị

Thứ nhất là khái niệm tuyên truyền chính trị

Trong lịch sử loài người, hoạt động tuyên truyền đã có từ rất lâu khi các nhà truyền giáo của Cơ đốc giáo tuyên truyền đức tin tới các con chiên. Trải qua nhiều thời kỳ lịch sử và những sự vận động, biến đổi của các hình thái kinh tế - xã hội, tuyên truyền dần dần không chỉ được dùng trong tôn giáo, mà còn được dùng trong các lĩnh vực khác của xã hội. Đã có nhiều học giả đưa ra quan niệm về tuyên truyền theo các cách tiếp cận khác nhau:

Tác giả Garth. S. Jowett và Victoria O'Donnel cho rằng: “Tuyên truyền là một nỗ lực hệ thống có chủ đích nhằm hình thành nhận thức, tác động đến hiểu biết và hướng dẫn hành vi để đạt được phản hồi theo mong muốn của người tuyên truyền” [38, tr.7]. Như vậy, theo hai tác giả, tuyên truyền một quá trình có kế hoạch và có chủ đích, nhằm mục đích tác động đến nhận thức và hướng dẫn hành vi. Quan điểm này nhấn mạnh quy trình toàn diện của tuyên truyền bởi tuyên truyền được định nghĩa không mang tính một chiều, mà còn đạt được phản hồi theo mong muốn của người tuyên truyền. Tuyên truyền không chỉ giới hạn trong việc truyền đạt thông tin mà còn chú trọng đến khía cạnh tác động tâm lý, thái độ, và từ đó, ảnh hưởng đến hành vi của cộng đồng.

Tác giả Everette E. Dennis và John C. Merrill nhận định “tuyên truyền là thực hiện một quá trình truyền thông với những kỹ thuật, thủ thuật nhất định nhằm truyền bá niềm tin và ý tưởng của người tuyên truyền đến đối tượng tuyên truyền, làm cho đối tượng tuyên truyền làm theo mình, đi theo

mình hoặc ủng hộ cho niềm tin và ý tưởng của mình” [132, tr.9]. Trong trường hợp này, tuyên truyền được định nghĩa như một dạng thức đặc biệt của truyền thông với những cách thức tác động đến niềm tin, tâm lý của đối tượng, để từ đó đối tượng nghe theo và ủng hộ chủ thể tuyên truyền. Như vậy, tuyên truyền không chỉ đơn thuần là việc truyền đạt thông tin mà còn là một quá trình tạo ra ảnh hưởng với mục tiêu là đạt được niềm tin của đối tượng vào nội dung tuyên truyền và chủ thể tuyên truyền.

Theo Đại Bách khoa toàn thư Xô Viết, thuật ngữ tuyên truyền có nguồn gốc tiếng Latinh (Propaganda) nghĩa là truyền bá, truyền đạt một quan điểm nào đó. Theo đó, tuyên truyền có hai nghĩa gồm nghĩa rộng và nghĩa hẹp. Theo nghĩa rộng, tuyên truyền là sự truyền bá những quan điểm, tư tưởng về chính trị, triết học, khoa học, nghệ thuật,... nhằm biến quan điểm, tư tưởng ấy thành ý thức xã hội, thành hành động cụ thể của quần chúng. Theo nghĩa hẹp, tuyên truyền là truyền bá những quan điểm lý luận nhằm xây dựng cho quần chúng một thế giới quan nhất định phù hợp với lợi ích của chủ thể tuyên truyền và kích thích những hoạt động thực tế phù hợp với thế giới quan ấy. Quan điểm này nhìn nhận tuyên truyền dưới góc độ chính trị [52, tr.31-34].

Trong khi đó, theo quan điểm của V.I.Lênin thì “tuyên truyền là đem chân lý đến cho người nghe, là đem nhiều ý đến cho một số ít người”. Người đề ra nhiệm vụ hàng đầu cho các Đảng cộng sản là “thuyết phục đa số nhân dân thấy được sự đúng đắn của cương lĩnh và sách lược của mình” [148, tr.210]. Tuyên truyền theo quan điểm của Người không chỉ nhằm tạo ra ảnh hưởng một cách hiệu quả mà còn mục tiêu chính là thay đổi ý kiến và suy nghĩ của đa số nhân dân, từ đó dẫn dắt họ đến với quan điểm của đảng. Quan điểm của Lênin mang tính chủ động và chiến lược trong việc chiếm lĩnh ý thức cộng đồng với những quan điểm, cương lĩnh, sách lược của đảng, từ đó thuyết phục, định hướng nhân dân nghe, tin và làm theo.

Theo Chủ tịch Hồ Chí Minh: “Tuyên truyền là đem một việc gì nói cho dân hiểu, dân nhớ, dân theo, dân làm. Nếu không đạt được mục đích đó, là tuyên truyền thất bại” [98, tr.162]. Chủ tịch Hồ Chí Minh đặt ra tiêu chí đánh giá hiệu quả của tuyên truyền là tác động từ nhận thức đến hành động của nhân dân. Nếu tuyên truyền không thể làm cho nhân dân hiểu rõ thông điệp, nhớ vững thông tin được tuyên truyền, và thúc đẩy họ thực hiện những hành động nhất định thì đó là thất bại của quá trình tuyên truyền. Điều này thể hiện tầm quan trọng của việc tạo ra sự tương tác tích cực giữa người tuyên truyền và đối tượng tuyên truyền, nơi thông điệp không chỉ là một chiều từ người tuyên truyền đến người nghe, mà còn là quá trình tương tác giúp người nghe có thể hiểu, nhớ, theo, và thực hiện.

Như vậy, kế thừa nghiên cứu của các nhà khoa học đi trước, tác giả nhận định: *Tuyên truyền là hoạt động có định hướng của chủ thể nhằm truyền bá, phổ biến và giải thích quan điểm, tư tưởng, học thuyết... đến với các đối tượng; từ đó hình thành thế giới quan, củng cố niềm tin và cổ vũ đối tượng hành động theo ý đồ của chủ thể.* Kết quả của công tác tuyên truyền thường được đánh giá bằng những nhận thức và sự tiếp nhận thông tin tuyên truyền của đối tượng có đúng và đầy đủ với ý đồ của chủ thể hay không. Trong trường hợp này, tuyên truyền là khái niệm gắn liền với hoạt động chính trị, từ khái niệm này, xuất hiện khái niệm tuyên truyền chính trị.

Bàn về tuyên truyền chính trị, các tác giả Margaret Olugbemisola Areo và Adebowale Biodun Areo nhận định: “Tất cả các hoạt động tuyên truyền chính trị đều tìm cách thuyết phục các đối tượng trung tâm bằng việc quản lý thông điệp truyền đạt tới họ, thông qua các phương tiện truyền thông, hoặc thông qua tất cả các kênh được đối tượng, cử tri sử dụng như báo chí, đài phát thanh, truyền hình, bảng quảng cáo, phương tiện vận tải, tờ rơi, internet và các áp phích” [90, tr.12]. Quan điểm của hai tác giả nhấn mạnh vào hoạt động tuyên truyền chính trị chỉ đạt được mục đích cuối cùng khi hoạt động tuyên truyền ấy có ảnh hưởng lớn đến các quyết định chính trị,

lựa chọn chính trị của đối tượng trung tâm mà hoạt động tuyên truyền đó hướng tới. Để đạt được điều này thì mọi hình thức truyền thông từ truyền thống (áp phích, băng rôn, tờ rơi...) tới các phương tiện truyền thông hiện đại (phát thanh, truyền hình, internet,...) sẽ được vận dụng phù hợp để truyền tải thông điệp tuyên truyền tới đối tượng trung tâm nhất. Ngoài ra, các tác giả cũng quan tâm tới việc quản lý thông điệp truyền đạt hướng đến các đối tượng trung tâm. Điều này cho thấy rằng các chiến lược tuyên truyền chính trị hiện đại cần phải đa dạng hóa và sử dụng nhiều kênh; cũng như tầm quan trọng của việc điều phối và định hướng thông điệp từ phía chủ thể tuyên truyền để đạt được hiệu quả trong việc thuyết phục quần chúng.

Trong khi đó, theo quan điểm của tác giả Generoso Atencio: “Tuyên truyền chính trị có thể được định nghĩa là một công cụ truyền thông chiến lược được sử dụng để tác động đến niềm tin, thái độ và hành vi của các cá nhân hoặc nhóm trong lĩnh vực chính trị” [183]. Tuyên truyền chính trị không chỉ là việc cung cấp thông tin mà còn là một chiến lược được thiết kế có mục tiêu rõ ràng nhằm thay đổi hoặc củng cố niềm tin, thái độ và hành vi của công chúng. Tác giả Generoso Atencio cũng cho rằng cần thiết phải sử dụng các phương tiện truyền thông để lan tỏa thông điệp và tác động đến cộng đồng chính trị từ đó định hướng dư luận và nhận thức về các vấn đề chính trị.

Theo tác giả Lương Ngọc Vĩnh: Tuyên truyền chính trị là “nhằm phổ biến, truyền bá hệ tư tưởng chính trị của giai cấp, tác động và nâng cao nhận thức chính trị của quần chúng, tổ chức, động viên quần chúng tự giác tham gia vào các hoạt động cách mạng” [155, tr.76]. Tác giả Lương Ngọc Vĩnh định nghĩa tuyên truyền chính trị dưới góc độ mục đích của tuyên truyền chính trị. Điều này đồng nghĩa với việc tuyên truyền không chỉ là quá trình truyền đạt nội dung mà còn là quá trình tác động tích cực đến nhận thức chính trị của nhân dân, từ đó cổ vũ, động viên sự tham gia của nhân dân vào các hoạt động chính trị.

Tác giả Trần Khắc Việt cho rằng: “Tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay là hoạt động truyền bá hệ tư tưởng Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh và đường lối chính sách của Đảng, giới thiệu những thành tựu và gương sáng trong xây dựng và bảo vệ Tổ quốc nhằm trang bị hệ tư tưởng chính trị và thế giới quan đúng đắn cho nhân dân, khơi dậy tính tích cực chính trị - xã hội, làm cho mọi người nêu cao ý thức tự giác, sáng tạo đóng góp vào sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội, giữ vững an ninh trật tự, bảo vệ Tổ quốc theo đường lối của Đảng và sự quản lý của Nhà nước” [131, tr.5]. Nhận định của tác giả về tuyên truyền chính trị tập trung vào nêu các nội dung của tuyên truyền chính trị, đồng thời tác động đến nhân dân, khuyến khích ý thức tự giác và tính tích cực chính trị - xã hội trong cộng đồng. Bằng cách này, tuyên truyền không chỉ là một công cụ thông tin mà còn là một lực lượng động viên, kích thích những động cơ tích cực của người dân, đóng góp vào sự phát triển kinh tế - xã hội và giữ vững an ninh trật tự, bảo vệ Tổ quốc theo đường lối của Đảng và sự quản lý của Nhà nước.

Theo tác giả Nguyễn Văn Minh “Tuyên truyền chính trị là nội dung quan trọng nhất của công tác tư tưởng, tuyên truyền chính trị là quá trình truyền bá hệ tư tưởng chính trị của giai cấp công nhân, đường lối chính sách của Đảng, pháp luật của nhà nước nhằm nâng cao nhận thức chính trị, củng cố niềm tin vào Đảng, chế độ xã hội chủ nghĩa và cổ vũ quần chúng tích cực thực hiện đường lối chính sách và nhiệm vụ chính trị” [99, tr.55]. Quan điểm khẳng định vai trò quan trọng nhất của tuyên truyền chính trị trong công tác tư tưởng. Theo đó, tuyên truyền chính trị đạt được ba mục đích chính, đó là: nâng cao nhận thức chính trị, củng cố niềm tin chính trị và cổ vũ hành động chính trị của nhân dân.

Các tác giả trên xuất phát từ các góc độ tiếp cận nội dung hay mục đích để đưa ra quan niệm của mình về tuyên truyền chính trị. Tác giả luận án tiếp cận từ góc độ cấu trúc hoạt động của tuyên truyền chính trị và đưa ra quan điểm: *Tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay là hoạt động của toàn bộ hệ*

thống chính trị sử dụng đa dạng các phương thức để truyền bá chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh; chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; các sự kiện chính trị, văn hoá... nhằm trang bị thế giới quan và hệ tư tưởng chính trị cho quần chúng nhân dân.

Hoạt động tuyên truyền chính trị dưới sự chỉ đạo của Đảng cộng sản Việt Nam, Nhà nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam được thực hiện xuyên suốt, rộng khắp trong toàn hệ thống chính trị từ cấp Trung ương đến địa phương hướng đến đối tượng là đội ngũ cán bộ, đảng viên và toàn bộ quần chúng nhân dân.

Thứ hai là các yếu tố của tuyên truyền chính trị

Các yếu tố của TTCT gồm: Chủ thể, đối tượng, nội dung, phương thức (gồm phương pháp, hình thức, phương tiện) và mục đích, nhiệm vụ. Ở Việt Nam, các yếu tố đó cụ thể như sau:

(1) Chủ thể TTCT bao gồm:

Một là, Đảng Cộng sản Việt Nam các cấp: Ban Chấp hành Trung ương, Bộ Chính trị, Ban Bí thư, cấp uỷ đảng các cấp; đơn vị chuyên trách thực hiện là Ban Tuyên giáo Trung ương, Ban Tuyên giáo các cấp và các báo cáo viên các cấp;

Hai là, Nhà nước CHXHCN Việt Nam: Quốc hội và HĐND các cấp; Chính phủ và UBND các cấp;

Ba là, các chủ thể thuộc Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, các đoàn thể nhân dân và tổ chức chính trị - xã hội - nghề nghiệp;

Bốn là, các thiết chế truyền thông của hệ thống chính trị bao gồm: các cơ quan báo, tạp chí, đài phát thanh truyền hình, nhà xuất bản, hệ thống thông tin cơ sở

Năm là, các cán bộ, đảng viên và quần chúng nhân dân được lựa chọn

(2) Đối tượng của TTCT bao gồm: Một là, cán bộ, đảng viên (đây là đối tượng đặc biệt do vừa là chủ thể tuyên truyền chính trị, vừa là đối tượng tuyên truyền chính trị. Hai là, người dân trong và ngoài nước. Tuy vậy trong

phạm vi nghiên cứu của luận án, tác giả chỉ xin đề cập đến đối tượng là người dân Việt Nam ở trong nước.

(3) *Nội dung tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay:*

Theo tác giả Nguyễn Văn Minh nội dung tuyên truyền chính trị gồm 6 vấn đề, đó là: 1/ Tuyên truyền về Đảng cộng sản; 2/ Tuyên truyền về hệ tư tưởng; 3/ Tuyên truyền các sự kiện chính trị; 4/ Đấu tranh chống những luận điệu sai trái, thù địch; 5/ Tuyên truyền pháp luật; 6/ Giáo dục tính tích cực chính trị của công dân [99, tr.56-59]. Các tác giả Lương Ngọc Vĩnh, Ngô Văn Thọ, Nguyễn Chí Mỹ thì quan điểm nội dung TTCT bao gồm 4 nội dung sau: Một là, tuyên truyền về chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh - nền tảng tư tưởng của Đảng và cách mạng Việt Nam; Hai là, tuyên truyền đường lối, quan điểm của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; Ba là, tuyên truyền về các sự kiện chính trị các quá trình chính trị diễn ra trong nước và thế giới; Bốn là, đấu tranh kiên quyết, không khoan nhượng với các tư tưởng, quan điểm chính trị sai trái, thù địch; khắc phục tình trạng bàng quan chính trị, mơ hồ, mất cảnh giác [99, tr.85-93]

Kế thừa quan điểm của các nhà nghiên cứu đi trước, tác giả luận án quan niệm về nội dung TTCT, gồm 5 nội dung chính như sau:

Một là, tuyên truyền chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh;

Hai là, tuyên truyền về quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước;

Ba là, tuyên truyền về các sự kiện chính trị, quá trình chính trị diễn ra trong và ngoài nước;

Bốn là, tuyên truyền về văn hoá, lịch sử, các giá trị truyền thống của dân tộc;

Năm là, tuyên truyền, cổ vũ cuộc đấu tranh của Đảng, Nhà nước, Nhân dân ta chống các quan điểm sai trái, thù địch phủ nhận nền tảng tư tưởng, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước.

(4) *Phương tiện TTCT*: phương tiện tuyên truyền chính trị phổ biến nhất hiện nay là phương tiện truyền thông truyền thống và phương tiện truyền thông mới. Ngoài ra, còn có những phương tiện truyền truyền chính trị khác như: tuyên truyền qua hoạt động của các thiết chế văn hoá, điện ảnh, âm nhạc,...

(5) *Mục đích, nhiệm vụ của TTCT*

Tiếp cận dưới góc độ công tác tư tưởng, TTCT là nội dung quan trọng nhất của công tác tư tưởng. Tác giả Lương Khắc Hiếu cho rằng: mục đích chung của công tác tư tưởng thường được xét trên hai bình diện. Trên bình diện xã hội, mục đích của công tác tư tưởng là hình thành một kiểu ý thức hệ (ý thức hệ phong kiến, ý thức hệ tư sản, ý thức hệ vô sản). Trên bình diện cá nhân và các nhóm xã hội, công tác tư tưởng có mục đích cung cấp kiến thức, hình thành niềm tin và cổ vũ tính tích cực của mỗi người dân [55, tr.67]. Đối với mỗi cá nhân và các nhóm xã hội, mục đích của công tác tư tưởng là mục đích đạt được trên hai phương diện tinh thần và thực tiễn. Đạt được mục đích về tinh thần là làm thay đổi lĩnh vực tinh thần của đối tượng (nhận thức, thái độ, niềm tin, lý tưởng, động cơ...). Đạt được mục đích thực tiễn được thể hiện trong hành vi, hành động của đối tượng. Mục đích tinh thần là trình độ thấp của công tác tư tưởng. Công tác tư tưởng đạt tới mục đích cao nhất khi tác động làm thay đổi hành vi, thay đổi tính tích cực hành động của con người.

Tiếp cận dưới góc độ tuyên truyền và công tác tuyên truyền của Đảng Cộng sản Việt Nam, như đã phân tích ở phần trên, tuyên truyền theo nghĩa hẹp được nhìn nhận dưới góc độ chính trị, đồng nhất với truyền thông chính trị. Tuyên truyền là hoạt động có định hướng của chủ thể nhằm truyền bá, phổ biến và giải thích quan điểm, tư tưởng, học thuyết... đến với các đối tượng; từ đó hình thành thế giới quan, củng cố niềm tin và cổ vũ đối tượng hành động theo ý đồ của chủ thể. Về công tác tuyên truyền của Đảng Cộng sản Việt Nam, tác giả Lương Ngọc Vĩnh cho rằng: “công tác tuyên truyền của Đảng Cộng sản Việt Nam là một bộ phận của công tác tư tưởng, sử dụng

các phương thức truyền thông thuyết phục nhằm truyền bá chủ nghĩa Mác Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, quan điểm, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước, các giá trị chính trị của nhân loại, thông tin thời sự chính trị trong nước và quốc tế để nâng cao nhận thức, xây dựng niềm tin, cổ vũ hành động tích cực của quần chúng trong sự nghiệp cách mạng dưới sự lãnh đạo của Đảng”. [155, tr.15]

Như vậy, dù tiếp cận dưới góc độ nào thì mục đích lớn nhất của TTCT đối với đối tượng tuyên truyền đó là cung cấp kiến thức, thay đổi nhận thức của đối tượng, từ đó hình thành niềm tin và cổ vũ tính tích cực hành động của đối tượng.

Trên cơ sở mục đích của TTCT, xác định nhiệm vụ của TTCT có các nhiệm vụ cơ bản sau đây: Một là, TTCT góp phần nâng cao nhận thức chính trị của người dân. TTCT giúp người dân hiểu rõ hơn về các vấn đề chính trị, chính sách công và vai trò của họ trong quá trình đóng góp và tham gia vào các quyết định chính trị. Hai là, TTCT góp phần tạo lập, củng cố niềm tin của người dân. Thông qua việc truyền tải thông điệp, chứng minh sự minh bạch và hiệu quả của các chính sách, TTCT làm cho người dân tin tưởng và ủng hộ vào chính phủ và chính sách mà chính phủ đưa ra, từ đó gia tăng uy tín của chính phủ. Ba là, TTCT cổ vũ hành động chính trị của người dân. Điều này có thể bao gồm khuyến khích người dân tham gia vào các hoạt động chính trị như bỏ phiếu, tham gia vào các tổ chức chính trị xã hội và các hoạt động khác do các cấp lãnh đạo tổ chức. Ngoài ra, hành động chính trị của người dân còn thể hiện ở việc người dân thực hiện vai trò của mình trong chu trình chính sách từ khâu hoạch định tới ban hành chính sách.

2.1.2. Khái niệm, loại hình và đặc điểm của phương tiện truyền thông mới

2.1.2.1. Khái niệm phương tiện truyền thông mới

Theo từ điển Cambridge, phương tiện truyền thông mới, được giải thích là các sản phẩm và dịch vụ cung cấp thông tin hoặc giải trí bằng máy tính hoặc

internet, không phải bằng các phương pháp truyền thống như truyền hình và báo chí [183]. Theo cách định nghĩa này thì PTTTM được nhìn nhận là các PTTT gắn với sự phát triển của internet và thông qua công cụ là máy tính. Những thiết bị khác chưa được đề cập đến như điện thoại thông minh hay máy tính bảng.

Tác giả Lievrouw và Livingstone đưa ra quan điểm về phương tiện truyền thông mới tập trung vào ba khía cạnh chính: thông điệp truyền thông, công nghệ truyền thông và bối cảnh xã hội mà nó được ứng dụng. Trong đó chỉ rõ: Một là, các thiết bị do con người sáng chế cho phép và mở rộng khả năng giao tiếp của con người; Hai là, con người tham gia phát triển và sử dụng các thiết bị này để thực hành các hoạt động giao tiếp và truyền tải thông tin; Ba là, các thiết bị này góp phần hình thành các nhóm, cộng đồng hoặc tổ chức xã hội vì cùng một mục tiêu chung nào đó [78, tr.23]. Hai tác giả đưa ra cách tiếp cận bao quát và tổng thể về PTTTM, trong đó tập trung vào khía cạnh công nghệ, thiết bị công cụ truyền tin. Các yếu tố này được đặt trong bối cảnh xã hội mà nó diễn ra, với từng bối cảnh khác nhau thì cách thức sử dụng, sự phát triển của PTTTM sẽ khác nhau.

Tác giả Manovich cắt nghĩa phương tiện truyền thông mới bằng cách liệt kê một số danh mục bao gồm: Internet, máy tính đa phương tiện, các trang Web, trò chơi máy tính, CD-ROM và DVD, thực tế ảo,... và việc ứng dụng internet trong các khía cạnh của đời sống xã hội. Manovich cũng đặt ra câu hỏi: “Liệu đây có phải là tất cả những gì đã có của phương tiện truyền thông mới? Điều gì về các chương trình truyền hình được quay trên video kỹ thuật số và được chỉnh sửa trên các trạm máy tính? Hay một số loại hình thức khác có được coi là phương tiện truyền thông mới như: phim truyện sử dụng hoạt hình 3-D và kết hợp kỹ thuật số; hình ảnh và bố cục văn bản - ảnh, ảnh minh họa, quảng cáo - được tạo trên máy tính và sau đó in ra giấy thì sao? Tương tự như vậy với việc ảnh và video được đưa vào đĩa CD-ROM và cần có máy tính để xem liệu có được coi là phương tiện mới, trong khi những bức ảnh tương tự

như vậy nhưng được in trong một cuốn sách thì không?” [88, tr.5]. Tác giả mặc dù đặt ra các câu hỏi về PTTTM nhưng thể hiện rõ những băn khoăn và dự đoán của tác giả về sự vận động và biến đổi không ngừng của PTTTM, bao gồm cả những loại hình mới xuất hiện và những loại hình PTTT truyền thống vận động thành PTTTM. Do vậy, tại một thời điểm nhất định, khó có thể đưa ra khái niệm chính xác và bao quát về PTTTM.

Ngoài ra, cũng có quan điểm cho rằng phương tiện truyền thông mới là một thuật ngữ bao gồm hai xu hướng đã xảy ra trong vài thập kỷ qua: sự phát triển của các hệ thống phương tiện truyền thông hiện có và sự phát triển của các công nghệ truyền thông kỹ thuật số mới. Theo đó, để cắt nghĩa phương tiện truyền thông mới, cần được nhìn nhận dưới 2 phương diện:

(1) Phương tiện truyền thông mới là những phương tiện lần đầu xuất hiện, hoàn toàn mới lạ với cuộc sống con người. Đó là những phương tiện truyền thông có kết nối internet và ứng dụng các công nghệ mới, tiên tiến nhất hiện nay, chưa từng xuất hiện trong lịch sử nhân loại như công nghệ trí tuệ nhân tạo AI, công nghệ tự động hoá quy trình robot RPA, công nghệ thực tế ảo VR và thực tế tăng cường AR,... Tuy nhiên, việc ứng dụng những công nghệ mới này mới chỉ dừng ở mức ban đầu, những công nghệ này vẫn đang được con người tiếp tục nghiên cứu, áp dụng trong các lĩnh vực của cuộc sống và tạo thành xu hướng trong tương lai. Trên thế giới hiện nay, mới chỉ có các hãng thông tấn lớn bắt đầu ứng dụng những công nghệ này như Reuters, AFP,... với một số tác phẩm truyền thông sử dụng công nghệ thực tế ảo hay trường quay được xây dựng bởi trí tuệ nhân tạo.

(2) Phương tiện truyền thông mới là những phương tiện được phát triển trên nền những phương tiện truyền thông truyền thống, và đều thuộc phạm vi của các phương tiện truyền thông đại chúng. Trong trường hợp này, cần phải đặt phương tiện truyền thông mới trong mối tương quan với phương tiện truyền thông truyền thống

Do vậy, sẽ có một ‘ranh giới’ cho sự vận động và phát triển của hai loại hình phương tiện truyền thông ‘cũ’ và ‘mới’ này. Ranh giới ấy là nơi có thể phân định phương tiện truyền thông mới so với phương tiện truyền thông truyền thống. Tuy nhiên, cần phải xác định rõ ràng rằng, phương tiện truyền thông truyền thống vận động và phát triển thành phương tiện truyền thông mới, nhưng nó không mất đi hay không bị thay thế hoàn toàn, mà sẽ cùng tồn tại song song với phương tiện truyền thông mới. Sự vận động và biến chuyển ấy của hai loại hình truyền thông gắn liền với cuộc cách mạng truyền thông máy tính và không gian mạng internet. Các phương tiện truyền thông truyền thống như báo in, tạp chí, sách dưới dạng in ấn, truyền hình, radio dưới dạng sóng âm, điện ảnh, các phương tiện lưu trữ dạng analog như VHS, cassette, máy nghe đĩa than, thư tay với đặc điểm mang tính độc lập, cố định, và mang tính lịch sử. Trong khi đó, các phương tiện truyền thông mới bao gồm như các website 1.0 (web tĩnh), blog, email, mạng xã hội, các dịch vụ nhạc và TV truyền phát trực tuyến như Netflix, Disney+, podcast, ứng dụng di động... có tính tương tác cao, và luôn luôn vận động, biến đổi theo sự biến đổi của khoa học công nghệ.

Để làm rõ hơn khái niệm nội hàm và ngoại diên của các PTTTM, cần gắn với một số khái niệm có liên quan như sau:

Thứ nhất là truyền thông số, nội dung số và công nghệ số.

“Truyền thông số là các hoạt động, quá trình, chương trình, chiến dịch truyền thông được thực hiện với nội dung số (Digital content) trên nền tảng và môi trường kỹ thuật số và công nghệ số (Digital technology)” [47, tr.15]. Nội dung số: “khác với nội dung truyền thống thông qua các bản in, nội dung số được hiểu là các dữ liệu hay thông tin đã được số hoá cho phép chia sẻ, trao đổi, lưu trữ và truy vấn một cách dễ dàng, đơn giản thông qua máy tính. Nội dung số đồng thời cũng cho phép người sử dụng có thể nhanh chóng tích hợp với các sản phẩm khác bởi các đặc tính nói trên”. “Công nghệ số về cơ bản được hiểu là các phương thức cho phép sử dụng các phương

tiện hiện đại, đặc biệt là các phương tiện dựa trên các công cụ của công nghệ thông tin để tạo ra các sản phẩm ứng dụng nhằm tạo ra, biến đổi, sử dụng, phát triển hệ thống, tổ chức sản xuất để giải quyết vấn đề, cải tiến các phương pháp đã tồn tại hướng tới một mục đích hay thực hiện các chức năng cụ thể nào đó.” [77, tr. 68,69]

Như vậy, truyền thông số, nội dung số và công nghệ số là các khái niệm đi liền với nhau, không tách rời. Thuật ngữ "truyền thông số" thường được sử dụng để chỉ các hoạt động truyền tải thông tin dưới dạng số hóa, tức là chuyển đổi thông tin từ dạng analog (analog) sang dạng số (digital). Trong đó, "số" thường là dạng biểu diễn của thông tin là các dãy số nhị phân (0 và 1). Thông qua truyền thông số, người sử dụng có thể tạo, sửa đổi, lưu trữ và truyền tải các nội dung số dưới dạng số hóa, tức là chuyển đổi từ dạng analog sang dạng số sử dụng các biểu diễn số như mã hóa bằng hệ thống số học (thường là dãy số nhị phân). Nội dung số có thể bao gồm văn bản, hình ảnh, âm thanh, video, và mọi loại dữ liệu khác mà có thể được biểu diễn bằng các giá trị số. Việc chuyển đổi thành nội dung số thường mang lại nhiều lợi ích như dễ dàng lưu trữ, truyền tải, chỉnh sửa, và chia sẻ thông tin. Nó cũng tạo ra cơ hội cho các ứng dụng công nghệ số (công nghệ sử dụng dữ liệu số (thông tin biểu diễn dưới dạng số) thay vì dữ liệu analog (thông tin biểu diễn dưới dạng dòng liên tục) như: công nghệ IoT (internet vạn vật), công nghệ trí tuệ nhân tạo AI và máy móc, công nghệ di động, công nghệ thực tại ảo, thực tại tăng cường,...

Trong xã hội thông tin và kỹ nguyên số, kỹ nguyên 4.0 hiện nay, truyền thông số và các phương tiện truyền thông số không chỉ là một xu hướng truyền thông mà còn là một bước tiến lớn trong cách con người tạo, phân phối, và tiêu thụ thông tin. Với sự phát triển của công nghệ số, Internet, và các thiết bị di động,... truyền thông số đã thay đổi cơ bản môi trường truyền thông truyền thống và tạo nên môi trường truyền thông số. Truyền thông số hiện nay đã trở thành trọng tâm của đổi mới trên mọi lĩnh vực của

xã hội. Chính sự phát triển của truyền thông số đã thúc đẩy sự xuất hiện và phát triển của nhiều loại hình phương tiện truyền thông mới, mở ra nhiều cơ hội sáng tạo và tương tác trong môi trường truyền thông.

Thứ hai là truyền thông đa phương tiện, truyền thông đa nền tảng:

“Truyền thông đa phương tiện là hình thức truyền thông có sự kết hợp nhiều phương tiện (như: văn bản, hình ảnh tĩnh, video, âm thanh, đồ họa,...) và sử dụng công nghệ thông tin (với công cụ không thể thiếu là máy tính) trong sáng tạo, thiết kế, sản xuất và truyền đi những thông điệp, sản phẩm có khả năng tác động vào nhiều giác quan của con người” [39, tr.23]. “Bản chất của truyền thông đa phương tiện được quy định bởi đặc trưng của đa phương tiện, với 4 khía cạnh căn bản: (1). Nội dung số - dữ liệu được số hoá; (2). Tích hợp đa mã ngôn ngữ biểu đạt; (3). Kỹ thuật số và công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin; (4). Tồn tại và tương tác trong hệ sinh thái số hay môi trường truyền thông số” [48, tr.29]. Như vậy, mục tiêu của truyền thông đa phương tiện là tạo ra một trải nghiệm tương tác và đa chiều, cung cấp thông tin một cách toàn diện và hấp dẫn đối với người dùng thông qua phương tiện truyền thông. Trong TTĐPT, nội dung số và công nghệ số là đặc biệt quan trọng, cho phép lưu trữ, xử lý, và truyền tải thông tin một cách hiệu quả hơn với sự kết hợp nhiều ngôn ngữ biểu đạt như văn bản, hình ảnh, âm thanh, và video. Công nghệ số giúp nâng cao khả năng sản xuất, phân phối, và tiêu thụ nội dung đa phương tiện. Theo tác giả Đỗ Thị Thu Hằng [48, tr.50-54]: mô hình TTĐPT cần được tiếp cận từ góc nhìn khoa học máy tính và từ lý thuyết khoa học truyền thông. Trong đó, tiếp cận lý thuyết khoa học truyền thông, mô hình của TTĐPT bao gồm các thành tố cơ bản sau: (1) Chủ thể truyền thông; (2) Dữ liệu đa phương tiện; (3) Chương trình tương tác; (4) Thành tựu cách mạng công nghệ; (5) Sản phẩm – kênh – nền tảng TTĐPT; (6) Công chúng TTĐPT; (7) Dự án phát triển và ứng dụng TTĐPT; (8) Truyền dẫn và hệ thống điều khiển. Phân chia theo kênh, nền tảng, có 3 nhóm sản phẩm TTĐPT chính bao gồm: Báo chí và các PTTT đại chúng; Truyền thông liên

cá nhân; Truyền thông xã hội. Trên cơ sở phát triển các sản phẩm TTĐPT, các sản phẩm truyền thông đa nền tảng ra đời khi mà thông điệp và nội dung truyền thông được phát sóng và phân phối qua nhiều phương tiện truyền thông và nền tảng khác nhau để tối ưu hóa sự hiện diện và tương tác với đối tượng truyền thông. Mục tiêu của truyền thông đa nền tảng là đạt được hiệu quả cao hơn thông qua việc tiếp cận nhiều đối tượng qua nhiều kênh truyền thông. Truyền thông ĐPT và truyền thông đa nền tảng hiện nay đang ‘dẫn đầu’ trong môi trường truyền thông số. Đó là sự đan xen, tương hỗ lẫn nhau để sáng tạo và truyền tải nội dung trên nhiều kênh/ nền tảng.

Thứ ba là truyền thông xã hội và mạng xã hội

“Mạng xã hội là dịch vụ, là nền tảng cho phép người sử dụng cung cấp, chia sẻ thông tin, còn truyền thông xã hội là một dòng chảy thông tin quan trọng nhất của mạng xã hội bao gồm nội dung của nó là các dữ liệu được người dùng cung cấp, chia sẻ thông qua dịch vụ mạng xã hội. Bản thân mạng xã hội không tạo nên truyền thông xã hội, mà các bài đăng, các chú thích, thông tin được cung cấp trên các kênh thông tin mới tạo nên truyền thông xã hội” [77, tr.68]. Như vậy, mạng xã hội thường chỉ đến các nền tảng cụ thể mà người dùng tham gia để kết nối và tương tác (Facebook, Twitter, LinkedIn,...), trong khi truyền thông xã hội bao gồm quá trình truyền đạt thông tin và tương tác trong các cộng đồng xã hội nói chung, không giới hạn chỉ đến các nền tảng cụ thể, mà còn bao gồm các phương tiện truyền thông khác như blog, diễn đàn, video trực tuyến, và các nền tảng khác. Mạng xã hội là một phần của truyền thông xã hội, là một công cụ hoặc nền tảng để thực hiện quá trình truyền thông xã hội. Truyền thông xã hội và MXH ngày càng được phát triển và đóng vai trò quan trọng trong quá trình nhận và phản hồi thông tin của đối tượng truyền thông, cũng như là sự lựa chọn hàng đầu của chủ thể truyền thông bởi những tính năng hiện đại trên nền kỹ thuật số và công nghệ số cao.

Tóm lại, để xác định phương tiện truyền thông mới không thể không đặt trong bối cảnh truyền thông số (truyền thông kỹ thuật số), công nghệ số, đa phương tiện và truyền thông xã hội. Trong khuôn khổ luận án, tác giả quan niệm *phương tiện truyền thông mới là phương tiện truyền thông hình thành và phát triển trong môi trường truyền thông số, ứng dụng công nghệ số và kỹ thuật đa phương tiện để chuyển hoá thông tin*. Các phương tiện truyền thông mới không bao gồm các loại hình truyền thông truyền thống, như chương trình truyền hình, báo in, tạp chí, sách hoặc các ấn phẩm trên giấy... trừ khi chúng có chứa công nghệ cho phép tương tác kỹ thuật số.

2.1.2.2. Các loại hình phương tiện truyền thông mới cơ bản

Căn cứ trên góc độ của xã hội thông tin, thông tin được phân loại theo 3 dòng chảy lớn nhất bao gồm: Các loại hình và PTTT liên cá nhân; Báo chí và các PTTT đại chúng; và Truyền thông xã hội [48, tr.43]. Mỗi loại hình này đều có sự xuất hiện của các PTTTM với công nghệ và kỹ thuật đa phương tiện và được số hoá:

(1) Đối với các loại hình và PTTT liên cá nhân: thư điện tử (e-mail), điện thoại thông minh

(2) Đối với báo chí và các PTTT đại chúng:

Đối với các loại hình báo chí : Báo điện tử, báo chí số

Đối với các PTTT đại chúng: sách, tạp chí in định dạng điện tử; phát thanh và truyền hình số; trang web

(3) Truyền thông xã hội: mạng xã hội (Facebook, Zalo, Instagram, Youtube...); blog, tiểu blog, ...

Các loại hình của PTTTM nếu căn cứ trên sự phân loại các kênh truyền thông số, bao gồm: website, blog, tạp chí điện tử, MXH, diễn đàn hay các công cụ tìm kiếm ... có trên môi trường Internet, môi trường di động [47, tr.16]

Trong khuôn khổ luận án, với tính chất đặc biệt là phương tiện để tuyên truyền chính trị, tác giả lựa chọn loại hình phổ biến và phù hợp với

công tác TTCT của các chủ thể ở Việt Nam đó là: website (trang TTĐT), Báo điện tử (báo chí số), và các trang mạng xã hội.

2.1.2.3. Đặc điểm của các phương tiện truyền thông mới

Một là, tính thời sự, cập nhật, phi định kỳ, phi tuyến tính

Hầu hết các PTTTM đều được biết đến với khả năng nhanh chóng và linh hoạt trong việc cung cấp thông tin mới mẻ và quan trọng. Độc giả có cơ hội tiếp cận thông tin mới nhất những sự kiện đang diễn ra trong xã hội, quốc gia và thế giới. Thông tin được cập nhật liên tục, thậm chí trực tiếp được thực hiện ngay tại hiện trường. Trong nhiều trường hợp, trên mạng xã hội, thông tin còn nhanh hơn báo chí.

So với báo chí truyền thống khi công chúng luôn phải chờ đợi tới giờ, tới ngày để đọc tin thì PTTTM có thể giúp công chúng linh hoạt trong việc sắp xếp thời gian trong việc thu nhận thông tin. Với internet và công nghệ số, thông tin được phân phối trên nhiều nền tảng cùng những công cụ tìm kiếm và khả năng liên kết giúp người đọc dễ dàng tìm kiếm và tổng hợp thông tin từ nhiều nguồn. Với sự giúp sức của công nghệ và các hình thức đa phương tiện, nhiều trải nghiệm đa dạng đã được đưa đến với độc giả

Hai là, tính đa nền tảng về kỹ thuật, công nghệ

Khi nhắc tới các PTTTM, một trong những yếu tố khiến cho PTTTM khác biệt so với PTTT truyền thống trong truyền tải thông tin là việc ứng dụng các loại hình công nghệ cao, mà trong bối cảnh hiện nay, công nghệ kỹ thuật số đang phát triển mạnh mẽ. Tính đa nền tảng của PTTTM thể hiện ở việc các phương tiện truyền thông không chỉ tồn tại trên một nền tảng duy nhất mà còn kết hợp đa phương tiện với nhiều loại hình công nghệ khác nhau, góp phần mở rộng phạm vi, cách thức tiếp cận thông tin và tạo điều kiện cho sự sáng tạo và đổi mới trong cách con người tương tác với thế giới xung quanh.

Những năm 1990, công nghệ kỹ thuật số chuyển đổi, lưu trữ và truyền thông tin dưới dạng mã nhị phân (một loạt các số 1 và 0). Đây là nền tảng

cho sự phát triển của kỹ thuật số hoá hiện đại sau này. Kỹ thuật số hóa cho phép rất nhiều thông tin được nén và lưu trữ trong các đĩa cứng nhỏ gọn hoặc thẻ nhớ siêu nhỏ; đồng thời cũng cho phép truyền thông tin gần như tức thời qua hệ thống cáp, vệ tinh và internet. Trong khi đó, với các phương tiện truyền thông truyền thống thì thông tin được lưu trữ dưới dạng vật lý như là báo in, hồ sơ hay là lưu trữ trên băng. Về cách thức truyền tải, với các phương tiện truyền thông truyền thống, thông tin được truyền tải mang tính chất đơn nhất về hình thức thể hiện, công chúng chỉ có thể tiếp cận thông tin bằng cách đọc, nghe hoặc xem; và phải chờ đợi lịch phát sóng, đến số, đến kỳ xuất bản. Nhưng với phương thức truyền thông đa phương tiện sử dụng kỹ thuật và công nghệ cao hiện nay, khi thể hiện một nội dung thông tin trên các trang web, hình thức truyền tải đa dạng hơn rất nhiều. Đó có thể vừa thể hiện bằng chữ viết (text); vừa trình bày, minh họa bằng hình ảnh tĩnh, động, đồ họa; âm thanh cũng được truyền tải dưới nhiều cách thức như (video, audio, podcast). Công chúng có thể đọc và xem tin mọi lúc mọi nơi, tại bất kỳ thời điểm nào mà chỉ cần có thiết bị kết nối internet.

Sự đa nền tảng về kỹ thuật, công nghệ cũng thể hiện ở sự hội tụ về công nghệ. Các hình thức truyền tải khác nhau giờ đây có thể hội tụ vào cùng một hệ thống, một nền tảng duy nhất. Được thực hiện thông qua sự tích hợp và đồng bộ giữa nhiều nền tảng, công chúng ngày nay không còn phải chuyển đổi giữa các ứng dụng và trang web khác nhau để trải nghiệm đầy đủ dịch vụ. Thay vào đó, họ có thể trải nghiệm tất cả, từ việc theo dõi tin tức, xem video, nghe nhạc, đến tương tác xã hội, trên cùng một nền tảng duy nhất. Một yếu tố quan trọng của hội tụ công nghệ là sự tích hợp ngày càng chặt chẽ giữa các lĩnh vực công nghệ. Công nghệ trí tuệ nhân tạo, Internet vạn vật, (IoT), thực tại ảo và thực tế tăng cường, điện toán đám mây,... đang hội tụ để tạo ra những giải pháp đột phá trong phương thức truyền thông. Đây chính là tính đa phương tiện, đa nền tảng về kỹ thuật, công nghệ của các phương tiện truyền thông mới.

Tuy nhiên, sự đa phương tiện và hội tụ công nghệ bên cạnh việc giúp tối ưu hóa hiệu suất truyền tải thông tin, mở ra những khả năng mới trong sáng tạo và quản lý thông tin; nhưng đồng thời cũng đặt ra thách thức về bảo mật dữ liệu và quản lý rủi ro khi khối lượng thông tin lưu lượng lớn tích hợp đa nền tảng. Sự liên kết chặt chẽ giữa các hệ thống, các loại hình công nghệ đòi hỏi sự quản lý cẩn thận để đảm bảo an toàn và minh bạch. Nhưng với những thách thức đó, sự đa phương tiện và hội tụ công nghệ vẫn là động lực mạnh mẽ, tạo ra một tương lai số đầy hứa hẹn trong tương lai

Ba là, tính tương tác đa chiều

Phương tiện truyền thông truyền thống có đặc tính một chiều, với việc khán giả hầu như chỉ xem nội dung một cách thụ động; nếu có sự phản hồi thì đó cũng là những sự phản hồi đòi hỏi thời gian và không tức thời (viết thư phản hồi hay gọi điện thoại là ví dụ tiêu biểu). Tuy nhiên, phương tiện truyền thông mới với đặc tính mở, cho phép công chúng tham gia nhiều hơn vào sản phẩm truyền thông, khiến cho ranh giới giữa công chúng và nhà sản xuất nội dung truyền thông trở nên mờ nhạt hơn bao giờ hết. Một điểm quan trọng trong bất kỳ hình thức giao tiếp nào cũng không hoàn chỉnh nếu không có phản hồi, nhất là với hình thức giao tiếp gián tiếp. PTTM đặc biệt lại đảm bảo được cả hai yếu tố: giao tiếp qua trung gian là các thiết bị, và có khả năng tương tác. Tính tương tác của phương tiện truyền thông mới là mức độ mà người dùng có thể tham gia vào việc phản hồi và sửa đổi hình thức, nội dung ngay lập tức. Tính tương tác của phương tiện truyền thông mới được xem như một cấu trúc đa chiều với sự lan truyền nhanh chóng của thông tin và truyền tải kiến thức. Đây là một môi trường truyền thông tin năng động và phân tán có ảnh hưởng đến các thực thể từ những người liên quan trực tiếp đến những người quản lý nội dung thông tin và công chúng tiếp nhận.

Tương tác qua các phương tiện truyền thông mới có thể là việc trao đổi và xử lý thông tin lẫn nhau một cách trực tiếp của những người tham gia

trong khoảng thời gian thực (ví dụ: Microsoft Teams, Zoom, Skype,...) hoặc trên cơ sở lưu trữ và chuyên tiếp (ví dụ: email) hoặc để tìm kiếm và truy cập vào các nền tảng xã hội khác (ví dụ: các trang web hoặc trang mạng xã hội như Instagram, Facebook, Youtube,...). Những năm gần đây, việc gia tăng tính di động và thông minh hơn, các thiết kế nhập vai như công nghệ thực tế ảo VR/ AR đã mang đến trải nghiệm tốt, chân thực và tương tác vô cùng phong phú cho đối tượng tiếp nhận thông tin.

Một trong những khía cạnh quan trọng nhất của sự tương tác trên PTTM là khả năng kết nối giữa mọi người trên khắp thế giới. Qua các nền tảng đó, con người có thể tạo ra và duy trì các mối quan hệ. Sự tương tác trực tuyến giúp thu hẹp khoảng cách địa lý, cho phép người dùng giao tiếp với những người ở xa và chia sẻ trải nghiệm của họ với một cộng đồng rộng lớn. Sự tương tác đó thậm chí đã tạo thành một không gian văn hoá trên mạng. Trên mạng xã hội, việc tương tác qua like, comment và chia sẻ giúp lan truyền nhanh chóng các nội dung quan trọng, từ tin tức hàng ngày đến các xu hướng và ý kiến chính trị. Sự tương tác này mang lại ảnh hưởng lớn đến ý kiến của công chúng và tạo ra sự lan truyền thông tin đa chiều. Bên cạnh đó, tự tương tác trên PTTM còn mở ra không gian cho sự sáng tạo và tự do biểu đạt. Người dùng có thể chia sẻ tác phẩm nghệ thuật, video, và ý kiến cá nhân một cách tự do. Tuy nhiên, sự tương tác trên mạng xã hội cũng mang đến những thách thức và lo ngại. Việc chia sẻ quá nhiều thông tin cá nhân có thể tạo ra vấn đề về quyền riêng tư. Ngoài ra, sự lan truyền tin giả và thông tin sai lệch có thể tạo ra tác động tiêu cực đối với xã hội.

Bốn là, tốc độ, qui mô truyền thông lớn

Như đã nêu ở phần khái niệm, phương tiện truyền thông mới vận hành và phát triển trên nền tảng internet và kỹ thuật số. Do vậy, tốc độ và quy mô truyền thông của các phương tiện truyền thông mới phụ thuộc rất lớn vào tốc độ đường truyền internet và sự lan toả, phủ sóng thông tin trên các nền tảng số. Tốc độ internet là thước đo thời gian cần một lượng dữ liệu nhất định để

truyền từ máy chủ đến thiết bị của công chúng sử dụng và ngược lại. Cho dù đang phát trực tuyến video trên Netflix, đăng trên Twitter hay tham dự cuộc họp Zoom, người dùng đều đang sử dụng thiết bị của mình để tải xuống và tải lên các gói dữ liệu. Tốc độ có thể truyền các dữ liệu này tùy thuộc vào băng thông kết nối internet, được đo bằng Mbps. Tốc độ internet rất quan trọng vì nó thiết lập các thông số cho những gì con người có thể làm trực tuyến. Các nhà cung cấp dịch vụ internet bán các gói có phạm vi từ dưới 1 Mbps (cực kỳ chậm) đến 5.000 Mbps (cực nhanh), nhưng hầu hết cư dân mạng sẽ hài lòng và thuận tiện giải quyết công việc cũng như giải trí với tốc độ tải xuống 100 Mbps [Phụ lục 4].

Tốc độ truyền dẫn kỹ thuật số và tốc độ băng thông rộng toàn cầu đã đi một chặng đường dài so với những ngày đầu - và nó không hề chậm lại. Nhờ vậy, thông tin truyền tới công chúng vừa nhanh, vừa có độ phủ sóng cao. Năm 1971, lá thư điện tử đầu tiên (email) được gửi. Các máy tính lần đầu tiên chia sẻ thông tin với nhau dưới dạng kỹ thuật số vào năm 1983. Năm 1989, một không gian thông tin toàn cầu World Wide Web (WWW) ra đời – nơi công chúng có thể sử dụng để đọc, viết, chia sẻ thông tin thông qua mạng internet. Đầu những năm 2000, sự xuất hiện của băng thông đã thổi luồng sinh khí mới vào internet bằng cách cho phép phân chia tín hiệu trên một đường dây giữa điện thoại và internet. Điều này có nghĩa là người dùng có thể trực tuyến và gọi điện thoại cùng một lúc. Sự ra đời của mạng băng thông rộng giúp người sử dụng có thể tải xuống và chia sẻ hình ảnh, bài hát, video, chương trình truyền hình và phim với tốc độ thuận tiện hơn rất nhiều. Nó cũng mở ra một thế giới hoàn toàn mới trong phương tiện truyền thông trực tuyến. Ngày nay, internet trở thành nguồn được sử dụng nhiều nhất để giải trí, quản trị cuộc sống, kinh doanh và giao tiếp. Một số nhu cầu dữ liệu lớn mà người dùng sử dụng như: 1/ Trải nghiệm thực tế ảo trực tuyến. 2/ Trò chơi trực tuyến. 3/ Thiết bị gia đình thông minh. 4/ Phát trực tuyến chất lượng hình ảnh 8K. Do vậy, việc triển khai gigabit đang

được các công ty công nghệ chạy đua để đảm bảo có thể xử lý hết được các hoạt động dữ liệu cao này. Thêm vào đó, cáp quang đầy đủ, triển khai mạng 5G ở một số khu vực không chỉ giúp cung cấp tốc độ cực nhanh cho điện thoại thông minh mà còn cho phép nhiều người hơn tiếp cận internet trên nhiều loại hình công nghệ .

Tóm lại, tốc độ đường truyền cùng quy mô số lượng và chất lượng của internet và các nền tảng internet đang hàng ngày phục vụ cuộc sống của con người. Đặc biệt với sự phát triển của các phương tiện truyền thông mới, tốc độ và quy mô phủ sóng ngày càng cao xa với chất lượng ngày càng hoàn hảo.

2.2. Khung phân tích vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị

Để xác định khung phân tích và các tiêu chí khái quát vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị, tác giả căn cứ trên nền tảng lý thuyết được tiếp cận từ góc độ khoa học của ngành chính trị học - công tác tư tưởng. Trong nghiên cứu khoa học, việc xây dựng khung lý thuyết là một trong những khía cạnh quan trọng nhất. “Khung lý thuyết là nền tảng mà từ đó mọi kiến thức được xây dựng (theo nghĩa ẩn dụ và nghĩa đen) cho một nghiên cứu. Nó đóng vai trò là cấu trúc và hỗ trợ cho cơ sở lý luận của nghiên cứu, trình bày vấn đề, mục đích, ý nghĩa và các câu hỏi nghiên cứu. Khung lý thuyết cung cấp nền tảng hoặc điểm tựa cho việc xem xét tài liệu và quan trọng nhất là các phương pháp và phân tích” [42, tr.12].

Để giải quyết các vấn đề khoa học của luận án này, mặc dù cần có sự kết hợp các lý thuyết của chính trị học - công tác tư tưởng, truyền thông và khoa học máy tính; tuy nhiên, tác giả dựa trên cách tiếp cận của chính trị học - công tác tư tưởng để phân tích và luận giải. Do vậy, bắt nguồn từ khái niệm, nhiệm vụ của tuyên truyền chính trị và đặc điểm của PTTTM, tác giả

cho rằng: đánh giá, nhận định vai trò của phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị cần phải xác định rõ: Chủ thể tuyên truyền sử dụng PTTTM nhằm đạt được mục đích TTCT là: trang bị thế giới quan và hệ tư tưởng cho đối tượng tuyên truyền. Để đạt được mục đích đó, chủ thể sử dụng PTTTM với đặc điểm là *tính nhanh chóng, kịp thời, tương tác hai chiều*, phải thực hiện các nhiệm vụ là:

- (1) *Nâng cao nhận thức chính trị cho đối tượng;*
- (2) *Củng cố niềm tin chính trị cho đối tượng;*
- (3) *Cổ vũ hành động chính trị của đối tượng.*

Theo đó, Ban Tuyên giáo Trung ương và Chính phủ sử dụng các PTTTM là trang TTĐT, báo điện tử, báo chí số và trang MXH để tuyên truyền đến người dân 05 nội dung tuyên truyền chính trị. Kết quả tiếp nhận thông tin TTCT của người dân được thể hiện ở khâu phản hồi và đánh giá chủ yếu dựa vào sự hiểu biết, thái độ và hành vi của đối tượng. Ngoài ra, cũng cần xem xét đến ảnh hưởng của các yếu tố nhiều như: môi trường tuyên truyền, yếu tố từ phương tiện tuyên truyền, yếu tố từ chính đối tượng... Việc phán đoán và hạn chế nguồn nhiễu là trách nhiệm của chủ thể tuyên truyền, từ đó có những biện pháp khắc phục để công tác tuyên truyền đạt hiệu quả cao nhất. Ngoài ra, ở Việt Nam hiện nay, một trong những nhiệm vụ quan trọng cần cố vũ, thực hiện để bảo vệ chế độ chính trị là đấu tranh, phản bác các quan điểm sai trái, thù địch theo Nghị quyết số 35-NQ/TW ngày 22/10/2018 của Bộ Chính trị về “Tăng cường bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch trong tình hình mới”. *Trên cơ sở đó, luận án xin đưa ra khung phân tích vai trò của PTTTM trong TTCT ở Việt Nam hiện nay gồm 4 nội dung như sau:*

2.2.1. Phương tiện truyền thông mới góp phần đưa thông tin nhanh chóng, kịp thời, đa chiều với tính tương tác cao về nội dung tuyên truyền chính trị

Các PTTT truyền thông - vốn là kênh thông tin tin cậy, chính xác truyền tải các nội dung tuyên truyền chính trị, tuy nhiên, để tin tức đến được với công chúng, cần lên kế hoạch biên tập, phát sóng, đúng thời lượng, đúng thời gian, đúng thời điểm. Khoảng thời gian chờ ấy đối với việc truyền tin tức trở nên chưa nhanh chóng và kém cập nhật... trong bối cảnh công nghệ số hiện nay. Từ đó cho thấy ưu điểm vượt trội của các PTTTM khi những kênh truyền thông này đã ứng dụng công nghệ, kỹ thuật cao, để *tin tức được cập nhật nhanh hơn, thậm chí trực tiếp ngay tại hiện trường*. Đối với TTCT, PTTTM nhờ vậy đã đóng vai trò quan trọng với tư cách một công cụ hỗ trợ chủ thể trong việc đưa thông tin tuyên truyền chính trị tới các đối tượng nhân dân. Các nội dung về chủ trương, đường lối, chính sách, sự kiện văn hoá, chính trị diễn ra hàng ngày trên khắp thế giới, và để cập nhật thông tin mới nhất, nhanh nhất, kịp thời nhất thì công nghệ truyền tin với tốc độ cao là ưu thế vượt trội của các PTTTM. Mọi người ngày nay có thể dựa vào các nền tảng PTTTM như trang tin trực tuyến, ứng dụng di động, mạng xã hội,... để cập nhật tin tức tức thì. Tính nhanh chóng và kịp thời giúp người dùng không chỉ tiếp cận thông tin ngay lập tức, thậm chí trực tiếp, hiệu quả mà còn thúc đẩy sự nhạy bén và hiểu biết về các vấn đề chính trị. Với khả năng theo dõi sự kiện và nhận thông tin trong thời gian thực, công chúng có thể đưa ra quyết định và tham gia vào các cuộc thảo luận với kiến thức thời sự được cập nhật đầy đủ.

Tính đa chiều của thông tin truyền tải qua PTTTM là một đặc điểm khác quan trọng. Trước đây, thông tin chính trị chủ yếu được truyền tải bởi các kênh truyền thông chính thống, sau khi đã qua sự biên tập kỹ lưỡng. Ngày nay, nhờ vào sự xuất hiện của các nền tảng truyền thông xã hội, blog cá nhân, trang tin trực tuyến,... công chúng có khả năng tiếp cận thông tin từ nhiều nguồn khác nhau và từ nhiều quan điểm, ý kiến khác nhau, tạo ra một không gian thông tin đa dạng với sự giao thoa của các nguồn thông tin và các

quan điểm đánh giá về thông tin đó. Nhưng nhờ vậy, tính đa chiều của thông tin giúp thúc đẩy sự thảo luận, đối thoại và tương tác.

Khi có nhiều nguồn thông tin, nhiều quan điểm được đưa ra, người dân có cơ hội tham gia vào các cuộc thảo luận về các vấn đề chính trị quan trọng. Điều này đã *hình thành không gian tương tác trên các cộng đồng trực tuyến, nhóm thảo luận, và các diễn đàn*. Điều này sẽ hỗ trợ lớn cho các chủ thể tuyên truyền khi các chủ thể có thể sử dụng những nền tảng này để tương tác trực tiếp với cử tri, lắng nghe ý kiến dư luận xã hội. Mặt khác, đối với đối tượng tuyên truyền, tham gia một môi trường tương tác đa chiều với tính tương tác cao góp phần giúp họ thực hiện quyền được thông tin và bày tỏ quan điểm của công dân, thực hiện dân chủ xã hội.

2.2.2. Phương tiện truyền thông mới góp phần nâng cao nhận thức chính trị của người dân

Trong công cuộc kháng chiến cứu nước của dân tộc, Chủ tịch Hồ Chí Minh luôn coi trọng vấn đề tuyên truyền, coi đây là một trong những yếu tố quan trọng giúp quân và dân ta giành thắng lợi. Người nhấn mạnh rằng: “Tuyên truyền là đem một việc gì nói cho dân hiểu, dân nhớ, dân theo, dân làm. Nếu không đạt được mục đích đó, là tuyên truyền thất bại” [98, tr.162]. Việc tuyên truyền để người dân hiểu, dân nhớ, chính là để nâng cao nhận thức của người dân về nội dung tuyên truyền mà chủ thể muốn hướng tới đối tượng. Việc nâng cao nhận thức chính trị của người dân cũng chính là *nâng cao nhận thức về các nội dung tuyên truyền chính trị*, bao gồm: Một là, tuyên truyền chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh; Hai là, tuyên truyền về quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; Ba là, tuyên truyền về các sự kiện chính trị, quá trình chính trị diễn ra trong và ngoài nước; Bốn là, tuyên truyền về văn hoá, lịch sử, các giá trị truyền thống của dân tộc; Năm là, tuyên truyền, cổ vũ cuộc đấu tranh của Đảng, Nhà nước, Nhân dân ta chống các quan điểm sai trái, thù địch phủ

nhận nền tảng tư tưởng, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước.

Nâng cao nhận thức của người dân, cũng chính là nâng cao sự hiểu biết của người dân về chính trị và các nội dung tuyên truyền chính trị theo *các cấp độ: biết, hiểu, nhớ, phân tích và vận dụng tri thức chính trị.*

Trong quá trình nâng cao nhận thức chính trị của người dân, chủ thể tuyên truyền chính trị sử dụng PTTTM để bồi dưỡng, giáo dục, giải thích, tuyên truyền đến người dân các nội dung tuyên truyền chính trị, làm cho người dân được tiếp cận với những nguyên lý của chủ nghĩa Mác- Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, chủ trương của Đảng, pháp luật của Nhà nước, các vấn đề lịch sử, văn hoá, sự kiện chính trị ..., trang bị cho người dân những kiến thức chính trị từ đó giúp cho người dân xây dựng và phát triển nhận thức. Đặc biệt, trong bối cảnh hiện nay, khi các thế lực thù địch sử dụng nhiều chiêu bài, âm mưu, thủ đoạn thâm độc, nhằm lôi kéo người dân, tuyên truyền các thông tin xấu, độc và các luận điệu sai trái, xuyên tạc, chống phá Đảng, Nhà nước Việt Nam, nhất là tấn công vào nền tảng tư tưởng của Đảng (chủ nghĩa Mác – Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh), làm chuyển biến tư tưởng trong nhân dân, ảnh hưởng tiêu cực đến quá trình nhận thức chính trị của nhân dân, gây tổn hại đến sự nghiệp cách mạng của dân tộc, thì việc thực hiện tuyên truyền các nội dung chính trị đến với người dân đóng vai trò vô cùng quan trọng.

Nâng cao nhận thức chính trị cho người dân là đã góp phần lớn vào việc hình thành và nâng cao phẩm chất chính trị, đạo đức cách mạng, từ đó người dân *có lập trường tư tưởng chính trị vững vàng, có khả năng nhận diện, đấu tranh và “miễn dịch” với các thông tin xấu, độc, chống phá nền tảng tư tưởng của Đảng.* Nâng cao nhận thức chính trị cho người dân chính là việc hoàn thành bước đầu tiên trong việc tạo lập, củng cố niềm tin chính trị, từ đó thúc đẩy hành động chính trị của người dân.

2.2.3. Phương tiện truyền thông mới góp phần tạo lập, củng cố niềm tin chính trị của người dân và cổ vũ người dân tham gia vào các hoạt động chính trị

Theo tác giả Miller và Listhaug, “Niềm tin của xã hội đối với chính phủ phản ánh những đánh giá về việc các cơ quan chính phủ và các tổ chức chính trị có đang hoạt động theo đúng kỳ vọng của xã hội hay không. Kỳ vọng của người dân về cách thức hoạt động của chính phủ bao gồm: công bằng, bình đẳng, trung thực, hiệu lực, hiệu quả và đáp ứng nhu cầu của xã hội” [97]. Quan điểm của tác giả Miller và Listhaug đánh giá niềm tin của xã hội hình thành khi: Thứ nhất, những nhu cầu, mong muốn của người dân được chính phủ đáp ứng trên cơ sở công bằng, bình đẳng và minh bạch; Thứ hai, chính phủ hoạt động hiệu quả trên cơ sở những nhu cầu, kỳ vọng và đảm bảo lợi ích cho người dân.

Bàn về niềm tin trong xã hội có giai cấp, Chủ nghĩa Mác – Lênin nhận định: “Niềm tin là một hình thái của ý thức xã hội, là sản phẩm của tồn tại xã hội, bắt nguồn từ tồn tại xã hội, và là kết quả tất yếu của hoạt động vật chất có tính xã hội của con người. Trong xã hội có giai cấp, niềm tin của con người, dù ít hay nhiều, có liên quan đến chính trị, do chính trị chi phối. Hay nói cách khác, trong xã hội có giai cấp thì có vấn đề niềm tin chính trị của Nhân dân” [174].

Như vậy, chính trị và các hoạt động chính trị là yếu tố cấu thành quan trọng của niềm tin xã hội, bởi chính trị quyết định và chi phối các quyết sách, hành động, ảnh hưởng trực tiếp đến đời sống và lợi ích của người dân. Từ đó, niềm tin của mỗi cá nhân trong xã hội bị chi phối, ảnh hưởng bởi các yếu tố chính trị như chính sách, quyết định và hành động của các đối tượng chính trị trong xã hội đó.

Ở Việt Nam, niềm tin của nhân dân với Đảng là cội nguồn sức mạnh làm nên thắng lợi của cách mạng Việt Nam. Tại Hội nghị Trung ương VI, khóa XII, Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng phát biểu: “Ta làm hợp lòng dân

thì dân tin và chế độ ta còn, Đảng ta còn. Ngược lại, nếu làm cái gì trái lòng dân, để mất niềm tin là mất tất cả” [147, tr.250 - 251]. Phát biểu của đồng chí Tổng bí thư cho thấy Đảng ta luôn quan tâm tới việc giữ vững niềm tin chính trị của nhân dân trong suốt quá trình lãnh đạo sự nghiệp cách mạng. Đảng lấy niềm tin của nhân dân làm trung tâm trong công tác lãnh đạo và quản lý; sự tin cậy từ phía nhân dân là nền tảng để đảm bảo sự ổn định và phát triển bền vững của đất nước.

Nghiên cứu về niềm tin chính trị ở Việt Nam hiện nay, tác giả Nguyễn Hoàng Việt cắt nghĩa: “Niềm tin chính trị của nhân dân là sự tin tưởng, kỳ vọng vào đảng phái chính trị nhất định, cụ thể là vào chủ trương, đường lối của đảng chính trị, truyền thống và những giá trị của đảng chính trị cũng như uy tín của lãnh tụ đảng đó. Niềm tin đó từ phía quần chúng nhân dân được hình thành qua đời sống chính trị của đất nước, qua hoạt động thực tiễn của chính đảng trong nỗ lực để bảo đảm rằng niềm tin đó sẽ được đền đáp” [175]. Quan điểm cho thấy rằng niềm tin chính trị được hình thành dựa trên những giá trị, truyền thống và uy tín của đảng, và đặc biệt là qua hoạt động thực tế, qua những chủ trương, đường lối, chính sách của đảng và nhà nước nhằm đáp ứng và bảo đảm các mong đợi của nhân dân. Đảng ta cũng nhận thức rõ sự tin cậy của nhân dân là một tài sản quý giá mà Đảng nỗ lực bảo vệ và duy trì bằng cách thực hiện những cam kết và hành động chính trị cụ thể.

Theo tác giả Lương Khắc Hiếu, có hai cơ chế tâm lý của quá trình chuyển hoá kiến thức thành niềm tin đó là: cơ chế tri giác tri thức và cơ chế xử lý biến đổi, cấu tạo lại tri thức [Hình 2.1]. Ở cơ chế tri giác tri thức, có 3 mức độ mà đối tượng tiếp nhận, đó là: hiểu nội dung thông tin và cơ chế luận cứ của chúng; hiểu nội dung thông tin nhưng không hiểu cơ chế luận cứ; và không hiểu, không lĩnh hội được nội dung. Với cơ chế này, niềm tin được hình thành ở cấp độ nhận thức theo từng thang bậc sau: Đầu tiên là người dân tiếp cận với tri thức, sau đó người dân nắm bắt và hiểu nội dung tri thức

ở mức cơ bản, từ đó người dân hiểu và giải thích được nội dung, bản chất của tri thức. Từ việc nắm bắt, hiểu và giải thích được nội dung và bản chất của tri thức, mới có thể hình thành niềm tin của người dân đối với nội dung tri thức được tiếp nhận. Ở cơ chế xử lý, biến đổi, cấu tạo lại tri thức, tri thức sau khi được nhận thức sâu sắc, con người có thể phân tích, suy luận, nắm thực chất tri thức, từ đó con người bộc lộ cảm xúc, thái độ với nguồn tri thức đó, và dần dần tới niềm tin đối với tri thức. Như vậy, dù niềm tin con người được hình thành từ cơ chế nào, thì bước đầu tiên vẫn là nhận thức về tri thức, và biểu hiện ở mức cuối cùng là ý chí hành động đối với tri thức ấy.



Hình 2.1: Cơ chế tâm lý của quá trình chuyển hoá kiến thức thành niềm tin

[55, tr.95]

Dựa trên cơ chế tâm lý của quá trình chuyển hoá kiến thức thành niềm tin như trên, PTTTM đóng vai trò là một công cụ truyền tải thông tin tuyên truyền chính trị, tác động vào ý thức con người qua hai bước, từ đó hình thành nên niềm tin chính trị của đối tượng. Xây dựng niềm tin của người dân đối với các nội dung tuyên truyền chính trị cũng cần được chú ý thực hiện ngay từ khâu đầu tiên trong quá trình tuyên truyền chủ trương, đường lối,

chính sách đến với người dân, và tiếp tục được củng cố và xuyên suốt cho tới khâu cuối cùng của thực thi và đánh giá chủ trương, đường lối, chính sách. Nhờ đó mà các kỳ vọng: công bằng, bình đẳng, trung thực, hiệu lực, hiệu quả và đáp ứng nhu cầu của xã hội của người dân được đáp ứng. Đây cũng chính là khi xã hội đã đạt được đồng thuận, quyền dân chủ của người dân được thực thi và phát huy tối đa.

Ngày nay, với sự hỗ trợ của các PTTTM, công tác tuyên truyền của Đảng và Chính phủ có những điều kiện thuận lợi để gần dân, để dân tin và để dân làm theo. Theo đó, quy trình mà người dân tham gia vào quá trình tuyên truyền chính trị ở Việt Nam qua các PTTTM có thể được tổng quát lại thành bốn bước sau (ví dụ về tuyên truyền Đại hội XIII của Đảng) : *Một là*, người dân tiếp nhận nội dung tuyên truyền chính trị (người dân tiếp nhận thông tin về Đại hội XIII của Đảng qua các PTTTM); *Hai là*, người dân thảo luận về nội dung tuyên truyền chính trị (người dân thảo luận về các thông tin xoay quanh Đại hội XIII của Đảng) ; *Ba là*, người dân cùng chính quyền tham gia thực thi chủ trương, đường lối, chính sách (người dân tham gia chia sẻ, bình luận, đăng tải các thông tin liên quan đến Đại hội XIII, tích cực hưởng ứng các phong trào thi đua sôi nổi hướng tới Đại hội XIII) ; *Bốn là*, người dân kiểm tra, giám sát và đánh giá hiệu quả thực thi chính sách (người dân giám sát, đánh giá thực hiện nghị quyết Đại hội XIII). Quá trình từ nâng cao nhận thức chính trị tới tạo lập, củng cố niềm tin chính trị và thúc đẩy hành động chính trị của người dân phụ thuộc vào cả chủ thể tuyên truyền và đối tượng tiếp nhận. Với chủ thể tuyên truyền, đó là năng lực thuyết phục, cách thức, trình độ truyền đạt tri thức. Với đối tượng, đó là trình độ, nhu cầu, hoàn cảnh,... Cách thức để người dân tham gia vào quy trình này là cách thức trực tiếp (qua thảo luận, họp bàn, kiến nghị, tố cáo,...) và cách thức gián tiếp (qua đại biểu do dân bầu, qua các tổ chức chính trị - xã hội). Riêng việc thực hiện quyền tham gia vào quá trình chính sách của người dân thông qua các phương tiện truyền thông (PTTT truyền thống và PTTTM) được coi là cách

thức đặc thù và đặc biệt của kỷ nguyên internet 4.0. Đó có thể là cách thức trực tiếp, khi người dân phản hồi tại các trang/ ứng dụng của tổ chức đảng, chính quyền; hoặc cũng có thể là cách thức gián tiếp khi người dân sử dụng các phương tiện truyền thông cá nhân để thể hiện nguyện vọng cá nhân, bày tỏ ý kiến.

2.2.4. Phương tiện truyền thông mới góp phần phát hiện, ngăn chặn, đẩy lùi và là diễn đàn để phản bác, phê phán các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng

Nền tảng tư tưởng của Đảng Cộng sản Việt Nam đã được quy định trong Điều lệ Đảng, theo đó: “Đảng lấy chủ nghĩa Mác - Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh làm nền tảng tư tưởng, kim chỉ nam cho hành động, phát huy truyền thống tốt đẹp của dân tộc, tiếp thu tinh hoa trí tuệ của nhân loại, nắm vững quy luật khách quan, xu thế thời đại và thực tiễn của đất nước để đề ra Cương lĩnh chính trị, đường lối cách mạng đúng đắn, phù hợp với nguyện vọng của nhân dân” [176]. Thêm vào đó, trong bối cảnh thế giới và trong nước có những diễn biến phức tạp, khó lường; đồng thời, các thế lực thù địch luôn tìm mọi cơ hội để chống phá sự nghiệp cách mạng của Đảng, của dân tộc ta, phủ nhận vai trò lãnh đạo của Đảng, xuyên tạc nền tảng tư tưởng của Đảng hòng làm giảm niềm tin của nhân dân vào sự lãnh đạo của Đảng, sự quản lý của Nhà nước. Vì vậy, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng và đấu tranh phản bác quan điểm sai trái, thù địch là nhiệm vụ quan trọng, có ý nghĩa sống còn trong bảo vệ Đảng, Nhà nước, nhân dân và chế độ xã hội chủ nghĩa.

Trước tình hình đó, Nghị quyết số 35-NQ/TW ngày 22/10/2018 của Bộ Chính trị về tăng cường bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch trong tình hình mới được ban hành. Nghị quyết nhấn mạnh việc bảo vệ vững chắc nền tảng tư tưởng của Đảng; đấu tranh phản bác có hiệu quả các quan điểm sai trái, thù địch là một nội dung cơ bản, hệ trọng, sống còn của công tác xây dựng, chỉnh đốn Đảng; là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu của toàn Đảng, toàn quân, toàn dân, trong đó

lực lượng tuyên giáo các cấp là nòng cốt; là công việc tự giác, thường xuyên của cấp uỷ, tổ chức đảng, chính quyền, Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và đoàn thể chính trị - xã hội các cấp; của từng địa phương, cơ quan, đơn vị, của từng cán bộ, đảng viên, trước hết là người đứng đầu. Để thực hiện tốt Nghị quyết 35 của Bộ Chính trị, không thể không kể tới vai trò của truyền thông và các PTTT trong việc nhận diện, đấu tranh, phản bác những thông tin sai lệch, xuyên tạc nhằm chống phá Đảng và Nhà nước ta; đồng thời thông tin tới nhân dân những tin tức chính thống, định hướng nhân dân cảnh giác trước những thông tin chống phá của các thế lực thù địch.

Để phát hiện và nhận diện các thông tin sai lệch, xuyên tạc, cần xác định loại hình và các cấp độ sai lệch của nội dung thông tin. Theo UNESCO, có 7 loại hình các thông tin, sai lệch, xuyên tạc như sau:



Nguồn: UNESCO, Sổ tay GD&ĐT báo chí, *Báo chí, “tin giả” và tin xuyên tạc* [143, tr.52]

Các loại hình thông tin sai lệch, xuyên tạc này được xếp theo 4 cấp độ của nội dung thông tin: (1) Thông tin mơ hồ; (2) Thông tin phiến diện; (3) Thông tin có thêm thắt, thổi phồng, bóp méo sự thật; (4) Thông tin bịa đặt. [49, tr.24]. Trong số 4 cấp độ này, thông tin sai lệch, xuyên tạc ở cấp độ 3,4 thì được gọi là tin giả. Thực tế ở Việt Nam hiện nay, khi các thế lực thù địch chống phá, gây diễn biến hoà bình, chúng thường sử dụng đa dạng các loại

hình với nhiều cấp độ, nhiều tầng, nhiều kênh thông tin để truyền tin sai lệch, xuyên tạc với các nội dung tập trung vào các vấn đề như: Một là, phủ nhận, chống phá vai trò lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam; Hai là, chống phá nền tảng tư tưởng, lý luận của Đảng; Ba là, chống phá đường lối độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội của Đảng và nhân dân ta; Bốn là, chia rẽ khối đoàn kết trong Đảng, trong nhân dân; Năm là, cản trở sự phát triển của đất nước [177]. Để nhận diện, phát hiện thông tin sai lệch, xuyên tạc, chủ thể của các PTTTM cần có sự quan sát, nghiên cứu, phân tích kỹ lưỡng các thông tin chưa được kiểm chứng và so sánh thông tin đó với các sự kiện, vấn đề và thông tin trên thực tế. Ngoài ra, việc phối hợp với các bộ, ban, ngành liên quan; phối hợp với các chủ thể tuyên truyền chính trị khác; báo cáo cấp trên; và ứng dụng công nghệ thông tin để truy xuất nguồn tin cũng cần được thực hiện để có phương án xử lý đúng đắn, kịp thời.

2.3. Những yếu tố tác động đến vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị

2.3.1. Cách mạng khoa học công nghệ và toàn cầu hoá

Cách mạng khoa học công nghệ

Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ nhất bắt nguồn từ sự ra đời động cơ hơi nước - thúc đẩy cơ khí hóa quá trình sản xuất (cuối thế kỷ XVIII). Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ hai diễn ra khi có sự phát triển của ngành điện để tạo ra nền sản xuất hàng loạt vào 30 năm cuối của thế kỷ XIX. Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ ba còn được gọi là cuộc Cách mạng khoa học và công nghệ xuất hiện vào những năm 50 của thế kỷ XX với sự ra đời của điện tử và công nghệ thông tin - thúc đẩy tự động hóa sản xuất. Cuộc Cách mạng khoa học và công nghệ hiện đại đã tạo nên sự thay đổi to lớn trên nhiều lĩnh vực của đời sống kinh tế, văn hóa, xã hội, an ninh - quốc phòng... Vào giữa những năm 80 của thế kỷ XX, cuộc Cách mạng khoa học và công nghệ chuyển sang giai đoạn mới: giai đoạn hiện đại hóa với công nghiệp siêu dẫn, giai đoạn vi điện tử, giai đoạn tin học hóa,... Cuộc Cách mạng công

ng nghiệp lần thứ tư là sự kết hợp của công nghệ trong các lĩnh vực vật lý, công nghệ số và sinh học, tạo ra những khả năng sản xuất hoàn toàn mới và có tác động sâu sắc đến đời sống kinh tế, chính trị, xã hội của thế giới. Có thể khái quát bốn đặc trưng chính của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư: *Một là*, dựa trên nền tảng của sự kết hợp công nghệ cảm biến mới, phân tích dữ liệu lớn, điện toán đám mây và kết nối internet vạn vật sẽ thúc đẩy sự phát triển của máy móc tự động hóa và hệ thống sản xuất thông minh. *Hai là*, sử dụng công nghệ in 3D để sản xuất sản phẩm một cách hoàn chỉnh nhờ nhất thể hóa các dây chuyền sản xuất không phải qua giai đoạn lắp ráp các thiết bị phụ trợ - công nghệ này cũng cho phép con người có thể in ra sản phẩm mới bằng những phương pháp phi truyền thống, bỏ qua các khâu trung gian và giảm chi phí sản xuất nhiều nhất có thể. *Ba là*, công nghệ nano và vật liệu mới tạo ra các cấu trúc vật liệu mới ứng dụng rộng rãi trong hầu hết các lĩnh vực. *Bốn là*, trí tuệ nhân tạo và điều khiển học cho phép con người kiểm soát từ xa, không giới hạn về không gian, thời gian, tương tác nhanh hơn và chính xác hơn.

Cách mạng khoa học công nghệ đã làm thay đổi các phương tiện truyền thông truyền thống, từ đó hình thành nên các phương tiện truyền thông mới. Các hãng thông tấn lớn trên thế giới đã rất nhanh nhạy trong việc áp dụng chúng vào báo chí – truyền thông. Trí tuệ nhân tạo, công nghệ thực tại ảo VR, công nghệ thực tế tăng cường AR,... đã góp phần tạo nên những tác phẩm báo chí truyền thông hiện đại. Tính đa phương tiện với sự kết hợp của nhiều hình thức truyền tải thông tin và ứng dụng nhiều loại hình công nghệ ngày càng được sử dụng nhiều hơn trong truyền thông.

Năm 2013, siêu tác phẩm báo chí (Mega-story) “Snowfall” đã đạt giải thưởng Pulitzer – giải thưởng danh giá được ví như Oscar trong lĩnh vực báo chí truyền thông. Tác phẩm Mega-story là thể loại báo chí hiện đại trên báo mạng điện tử, có sự đầu tư nhiều thời gian và công sức trong quá trình thực hiện, với nội dung thông tin toàn cảnh, chuyên sâu về một vấn đề cụ thể, xác

định, được thể hiện dưới một tác phẩm báo chí có độ dài lớn trên nền tảng đa phương tiện.

Năm 2015, tác phẩm “The Displaced” (tạm dịch là “Sự di tản”) được chuyển thể nội dung bằng hình thức thực tế ảo VR dựa trên ứng dụng NYT VR. Nhờ công nghệ thực tế ảo, câu chuyện về 3 trẻ em tị nạn phải rời bỏ quê hương, vì chiến tranh đã được cậu bé Chuol - 9 tuổi, ở miền Nam Sudan - kể lại ngắn gọn, nhưng rất chân thật. Khi đeo kính VR, công chúng như đang ‘mắt thấy tai nghe’ những âm thanh, hình ảnh tại hiện trường một cách vô cùng sống động.

Ngoài ra, với mạng viễn thông, nhân loại đang đứng trước công cuộc “chuyển đổi số” thứ tư với cuộc cách mạng khoa học công nghệ 4.0. Trong khi mà 4G vẫn thống trị trên toàn thế giới với công nghệ tân tiến và hiện đại, con người tiếp tục có tham vọng phát triển thế hệ kế nhiệm – kết nối 5G. Kết nối 5G được coi là xu thế của ngành viễn thông hiện nay với các kỳ vọng lớn, dự kiến sẽ tạo ra một cuộc cách mạng về kết nối. Nó có thể truyền dữ liệu cực cao, kết nối với công suất lớn cũng như có các tính năng mà các thế hệ di động trước đó chưa làm được.

Tuy nhiên, để tất cả những công nghệ ấy có thể thực hiện dễ dàng và truyền tải tới công chúng, không thể không đặt chúng trong sự phát triển của internet và internet vạn vật. Bất kỳ nội dung đa phương tiện nào là kỹ thuật số đều có thể được lưu trữ dưới dạng số 1 và số 0 của mã máy tính, bao gồm văn bản, âm thanh, hình ảnh và video. Nội dung kỹ thuật số này có thể được phân phối qua các phương tiện khác nhau, chẳng hạn như đĩa compact (CD), đĩa video kỹ thuật số (DVD) hoặc tín hiệu phát sóng radio hoặc truyền hình kỹ thuật số. Và các bản sao giống hệt nội dung của đĩa CD có thể được tạo dễ dàng trên máy tính. Tuy nhiên, những thay đổi đáng kể hơn đã phát triển khi nội dung phương tiện kỹ thuật số được hợp nhất với Internet. Mỗi phương tiện công nghệ thiết lập các thông số và giới hạn cho việc sử dụng chúng. Internet - cho dù được truy cập qua máy tính, thiết bị di động hay các

ứng dụng khác- trên thực tế, là một nền tảng chung của các mạng máy tính cho phép phân phối tất cả các dạng phương tiện. Internet là nền tảng truyền thông mà trên đó nội dung phương tiện kỹ thuật số có thể được phân phối đến nhiều loại thiết bị, bao gồm máy tính để bàn, máy tính xách tay, điện thoại thông minh và các thiết bị di động khác. Khi tất cả các thiết bị vô tri, vô giác cũng biết ‘cất tiếng nói’, khi toàn bộ xã hội thực tại được đưa vào xã hội ảo thì càng phải cần thiết hơn nữa sự đổi mới, sáng tạo, đột phá trong cách thức sử dụng. Cuộc cách mạng 4.0 đang mở ra một thế giới mà ở đó thực - ảo khó phân biệt, công nghệ đôi khi bị sử dụng cho những mục đích xấu đi ngược lại với lợi ích và sự phát triển chung. Trong xu hướng đó, sự quản lý, đổi mới và sáng tạo của con người cần thiết hơn bao giờ hết. Ở đó, thay vì phụ thuộc vào công nghệ, con người cần làm chủ và ứng dụng nó một cách tối đa trong các hoạt động đời sống, đồng thời bổ sung cái cũ và tạo những ý tưởng hoàn toàn mới. Đặc biệt, điều quan trọng nhất đối với các quốc gia đi sau trong cuộc chơi toàn cầu là sử dụng chiến lược “đi tắt đón đầu” để tận dụng tối đa nguồn tài nguyên tri thức của các quốc gia đi trước.

Như vậy, trong vài thập kỷ qua, sự phát triển của phương tiện kỹ thuật số, sự gia tăng của Internet và công nghệ truyền thông, của các thiết bị di động và mạng viễn thông đã kết hợp lại với nhau để mở ra ý nghĩa của phương tiện truyền thông mới, khẳng định vai trò của phương tiện truyền thông mới trong cuộc sống con người và đánh dấu bước phát triển vượt bậc của ngành công nghệ trên thế giới. Công nghệ do vậy đã đặt ra những giới hạn mà một phương tiện có thể được sử dụng và làm cho các loại phương tiện khác nhau phù hợp với từng mục đích khác nhau. Công tác tuyên truyền chính trị bằng các phương tiện truyền thông mới từ đó cũng cần có sự thay đổi, đặc biệt là trong việc áp dụng những công nghệ mới này để thay đổi cách thức truyền tải thông tin đến với quần chúng nhân dân. Sự mới mẻ này chắc chắn sẽ góp phần tạo dấu ấn và hiệu quả của công tác tuyên truyền chính trị đến với nhân dân.

Quá trình toàn cầu hoá và toàn cầu hoá thông tin

“Toàn cầu hoá được hiểu như cách thức diễn đạt một cách ngắn gọn quá trình mở rộng phổ của các quan hệ sản xuất, giao tiếp và công nghệ ra khắp thế giới. Quá trình này đã làm cho các hoạt động kinh tế và văn hoá đan bện vào nhau” [127]

Quá trình toàn cầu hoá và toàn cầu hoá thông tin tác động tới đời sống xã hội, hệ sinh thái truyền thông và hoạt động TTCT như sau: *Thứ nhất*, quá trình toàn cầu hóa liên quan tới sự xuất hiện và nhân rộng của một loạt các mạng lưới liên kết ở cấp độ toàn cầu, thách thức các đường biên giới địa lý, văn hóa, kinh tế, chính trị truyền thống. Đối với lĩnh vực truyền thông, sự xuất hiện của các kênh truyền hình tin tức vệ tinh dựa trên sự kết hợp của công nghệ báo chí và các tiến bộ khoa học kỹ thuật đã khiến cho thông tin được truyền tải trên phạm vi toàn cầu, vượt qua mọi khoảng cách địa lý với tốc độ gần như tức thì. Qua đó một sự kiện ở một quốc gia cụ thể có thể gây nên những tác động mạnh mẽ tới tình hình kinh tế – chính trị – xã hội của hàng trăm quốc gia trên khắp hành tinh.

Thứ hai, các tiến bộ về thông tin liên lạc, giao thông vận tải và công nghệ sản xuất đã khiến cho dòng vốn đầu tư, hàng hóa, công nghệ và lực lượng lao động di chuyển dễ dàng hơn trên khắp thế giới. Đối với lĩnh vực truyền thông, điều này tạo nên sự bùng nổ thông tin toàn cầu. Ngoài việc truyền tải nhanh, ngay tức thì các nội dung thông tin nhờ ứng dụng các công nghệ số, truyền thông hiện nay còn cho thấy sự phát triển của loại hình “báo chí công dân”. Theo đó, các cá nhân và tổ chức có thể xuất bản thông tin trên website mà không nhất thiết phải tuân theo sự khắt khe của việc biên tập xuất bản sách, kiểm duyệt và sau đó là tiếp thị. Một cá nhân có thể tạo một blog hoặc một trang mạng xã hội của riêng mình; và người dùng truy cập internet cũng có quyền tự do đóng góp cho các bài đăng trên blog hoặc trang mạng xã hội đó. Do vậy mà thông tin càng đi nhanh và bao phủ ở phạm vi rộng lớn. Tuy nhiên mặt trái của các tiến bộ khoa học công nghệ là việc chính các tiến bộ này cũng đã góp phần hình thành và tạo điều kiện hoạt

động cho các tổ chức tội phạm và khủng bố, như các nhóm tin tặc quốc tế hay tổ chức khủng bố.

Thứ ba, thông qua quá trình toàn cầu hóa, mức độ phụ thuộc lẫn nhau giữa các quốc gia cũng như người dân trên thế giới ngày càng gia tăng. Sự phụ thuộc lẫn nhau không chỉ diễn ra trên phương diện kinh tế – thương mại, mà còn xuất hiện ở những vấn đề khác, trong đó có truyền thông. Khi tin tức nhanh chóng bao phủ, hệ thống thông tin trở nên đan xen giữa thật và giả, thực và ảo, sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến thế giới quan của độc giả dù khác nhau về vị trí địa lý. Thông tin tích cực được nhân rộng, thì những thông tin xấu, độc cũng nhanh chóng lan toả, từ đó gây nên những nguy hại khó lường. Trong trường hợp này, toàn cầu hóa thông tin đã thúc đẩy cho những nhóm đối tượng lợi dụng để can thiệp vào các vấn đề, các tiến trình, các sự kiện chính trị – xã hội, phục vụ cho những mục đích chính trị, vụ lợi.

Như vậy, toàn cầu hóa là một quá trình của tiến trình phát triển xã hội. Đó là kết quả trực tiếp của sự phát triển của khoa học kỹ thuật, công nghệ, sự tăng cường giao lưu, hội nhập quốc tế cũng như sự mở rộng các nhu cầu về thông tin, dịch vụ của xã hội hiện đại. Nó tác động đến mọi mặt của đời sống và có thể coi là một xu hướng phù hợp với sự phát triển của xã hội. PTTTM cũng nằm trong dòng chảy ấy với việc ứng dụng những công nghệ kỹ thuật cao, khiến cho thông tin không còn giới hạn trong phạm vi quốc gia hay vùng lãnh thổ. Nhờ có toàn cầu hoá thông tin, và việc PTTTM ứng dụng công nghệ tiên tiến, mà bất kỳ sự kiện, tin tức hay ý kiến nào quan trọng có thể nhanh chóng lan truyền đến mọi nơi trên thế giới. Toàn cầu hoá và toàn cầu hoá về thông tin đã thực sự là một trong những tác nhân ảnh hưởng tới vị trí, vai trò của PTTTM trong tuyên truyền nói chung và TTCT ở Việt Nam nói riêng.

2.3.2. Quan điểm và chính sách của Việt Nam liên quan đến việc sử dụng phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị

Quan điểm của Việt Nam về sử dụng PTTM trong TTCT được thể hiện chủ yếu qua các Văn kiện của Đảng, mà gần đây nhất là trong Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng gồm: Báo cáo chính trị của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng; và Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021 – 2030 [178]. Theo đó:

Về lĩnh vực công tác tư tưởng và tuyên truyền chính trị, Mục 2 về “Coi trọng xây dựng Đảng về tư tưởng” của Báo cáo chính trị nêu: “Tiếp tục đổi mới mạnh mẽ nội dung, phương thức công tác tư tưởng theo hướng chủ động, thiết thực, kịp thời và hiệu quả; nâng cao tính chiến đấu, tính giáo dục, tính thuyết phục trong tuyên truyền, học tập chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước. Nắm chắc, dự báo đúng, định hướng chính xác, xử lý đúng đắn, kịp thời các vấn đề tư tưởng trong Đảng, trong xã hội. Chú trọng nắm bắt, định hướng dư luận xã hội, bảo đảm thống nhất tư tưởng trong Đảng, đồng thuận cao trong xã hội”; Mục 8 về “Thắt chặt hơn nữa mối quan hệ mật thiết giữa Đảng với nhân dân, dựa vào nhân dân để xây dựng Đảng” của Báo cáo chính trị nêu rõ: “Có cơ chế phát huy vai trò của nhân dân tham gia xây dựng Đảng, hệ thống chính trị trong sạch, vững mạnh trong tình hình mới. Đổi mới nội dung, phương thức tuyên truyền, vận động, sử dụng có hiệu quả các phương tiện thông tin đại chúng, mạng xã hội theo hướng thiết thực, tăng cường đồng thuận, củng cố niềm tin của nhân dân đối với Đảng, Nhà nước và chế độ xã hội chủ nghĩa, phát huy sức mạnh to lớn của khối đại đoàn kết toàn dân tộc trong phát triển kinh tế - xã hội và bảo đảm quốc phòng, an ninh”.

Quan điểm nêu trên cho thấy Đảng ta rất coi trọng đảm bảo quyền tham gia của người dân vào công tác xây dựng Đảng, từ đó tạo đồng thuận xã hội. Đặc biệt, việc tuyên truyền, học tập chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước được quán triệt sâu sắc. Đối với công tác tuyên truyền qua mạng xã hội

– vốn là loại hình PTTTMM với hệ thống thông tin đa chiều, Đảng ta chủ trương cần có cách thức phù hợp để có thể củng cố niềm tin của nhân dân với những nội dung được truyền tải, từ đó vững tin vào Đảng, vào chế độ.

Về lĩnh vực báo chí – truyền thông: Văn kiện chỉ rõ: “Xây dựng nền báo chí, truyền thông chuyên nghiệp, nhân văn và hiện đại. Thực hiện tốt quy hoạch, phát triển hệ thống báo chí, truyền thông. Sắp xếp ngành xuất bản, in và phát hành theo hướng tinh gọn, chất lượng, hiện đại hoá. Tăng cường quản lý và phát triển các loại hình truyền thông, thông tin trên Internet. Kiên quyết đấu tranh, loại bỏ các sản phẩm, thông tin độc hại, xuyên tạc, phản động, ảnh hưởng xấu đến ổn định chính trị - xã hội, thuần phong mỹ tục”; “Tăng cường và nâng cao hiệu quả ứng dụng công nghệ truyền thông mới, mạng xã hội trong thông tin đối ngoại và đấu tranh dư luận”; “ứng dụng và phát triển công nghệ mới, ưu tiên công nghệ số, kết nối 4G và sau 5G, trí tuệ nhân tạo, chuỗi khối (blockchain), in 3D, internet kết nối vạn vật, an ninh mạng”. Quan điểm của Đảng tập trung vào việc tăng cường công tác quản lý lĩnh vực báo chí – truyền thông, để báo chí – truyền thông thực hiện tốt nhiệm vụ của mình, góp phần định hướng dư luận bằng các thông tin chính thống, tích cực. Bên cạnh đó, việc áp dụng các loại hình công nghệ thông tin hiện đại cũng được Đảng và Nhà nước quan tâm chỉ đạo thực hiện.

Về bảo đảm an toàn, an ninh mạng, Báo cáo chính trị của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khoá XIII nêu: “Chủ động đấu tranh phòng, chống “diễn biến hòa bình”, “bạo loạn lật đổ”, phòng ngừa, ngăn chặn những biểu hiện “tự diễn biến”, “tự chuyển hóa” trong nội bộ; bảo đảm an ninh kinh tế, an ninh thông tin truyền thông, an ninh mạng và an ninh xã hội”; “Bảo đảm công khai, minh bạch thông tin và bảo đảm quyền được thông tin và cơ hội tiếp cận thông tin của nhân dân, đặc biệt ở các vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc thiểu số. Nâng cao chất lượng, bảo đảm an ninh, an toàn hệ thống thông tin, báo chí, internet, xuất bản; tăng cường năng lực quản lý

không gian mạng. Xây dựng các cơ quan báo chí, tổ hợp truyền thông chủ lực đủ mạnh để thực hiện tốt chức năng thông tin tuyên truyền thiết yếu, làm chủ mặt trận thông tin. Tăng cường thông tin đối ngoại. Phấn đấu đến năm 2030, mạng di động 5G phủ sóng toàn quốc, mọi người dân được truy cập internet băng thông rộng cáp quang với chi phí thấp, tỷ lệ dân số có tài khoản thanh toán điện tử trên 80%”. Việc đảm bảo an toàn, an ninh mạng theo quan điểm chỉ đạo của Đảng là rất quan trọng trong bối cảnh hiện nay, khi các thế lực chống phá vẫn hàng ngày, hàng giờ lợi dụng đặc điểm mở, tương tác đa chiều của PTTTM để thực hiện âm mưu diễn biến hoà bình. Đảng ta quan điểm đảm bảo an ninh mạng là làm chủ mặt trận thông tin, chủ động phòng ngừa, đấu tranh những thông tin xấu độc nhằm chống phá Việt Nam.

Ngày 25/7/2018, Bộ Chính trị (khóa XII) đã ban hành Nghị quyết số 29-NQ/TW về “Chiến lược bảo vệ Tổ quốc trên không gian mạng”. Đây là Nghị quyết có ý nghĩa đặc biệt quan trọng, thể hiện tư duy, tầm nhìn chiến lược của Đảng trong bảo vệ vùng “lãnh thổ đặc biệt” của quốc gia, góp phần tạo ra hệ thống hoàn chỉnh trong thực hiện nhiệm vụ bảo vệ Tổ quốc trong tình hình mới.

Các chính sách của Việt Nam tuy không trực tiếp nhưng cũng có tác động và ảnh hưởng lớn tới đến việc sử dụng phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị, có thể kể đến như:

Luật an toàn thông tin mạng được Chính phủ ban hành năm 2015 đã thể chế hoá các chủ trương, đường lối chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước về an toàn thông tin mạng. Theo đó, “an toàn thông tin mạng là sự bảo vệ thông tin, hệ thống thông tin trên mạng tránh bị truy nhập, sử dụng, tiết lộ, gián đoạn, sửa đổi hoặc phá hoại trái phép nhằm đảm bảo tính nguyên vẹn, tính bảo mật và tính khả dụng của thông tin” [179]. Văn bản Luật đã đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững kinh tế - xã hội trong kỷ nguyên mới, đồng thời bảo vệ hệ

thống thông tin, góp phần bảo vệ chủ quyền, lợi ích quốc gia, đảm bảo quốc phòng an ninh trên không gian mạng.

Bên cạnh đó, các quy định, quy chế, chế tài pháp luật đã đầy đủ và có tính răn đe hơn như sự ra đời của Luật an ninh mạng có hiệu lực từ ngày 01/01/2019. Luật An ninh mạng với 7 chương, 43 điều luật quy định về hoạt động bảo vệ an ninh quốc gia, bảo đảm trật tự, an toàn xã hội trên không gian mạng và các nền tảng web. Luật an ninh mạng sẽ là cơ sở pháp lý quan trọng xử lý triệt để tình trạng nhiều cá nhân, tổ chức lợi dụng không gian mạng để truyền bá những thông tin xấu, những tin tức giả mạo, phát ngôn thù ghét, ảnh hưởng tiêu cực đến thuần phong, mỹ tục Việt Nam.

Trong chỉ thị 01/CT-BTTTT ngày 03/01/2020 về định hướng phát triển ngành Thông tin và Truyền thông năm 2020, Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông đã nhấn mạnh: “An toàn, an ninh mạng là điều kiện tiên quyết để phát triển Chính phủ điện tử và chuyển đổi số. Chỉ thị 01 nêu rõ các chỉ tiêu cần đạt được để đảm bảo an ninh mạng trên các PTTT như: 100% cơ quan, tổ chức tại Việt Nam triển khai bảo vệ an toàn, an ninh mạng theo mô hình 4 lớp; 100% bộ, ngành, địa phương triển khai các giải pháp điều hành, giám sát an toàn, an ninh trên không gian mạng, phòng chống mã độc tập trung, kết nối, chia sẻ với dữ liệu với Trung tâm giám sát an toàn không gian mạng quốc gia của Bộ Thông tin và Truyền thông

Đối với nền tảng mạng xã hội, ngày 17/6/2021, Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành Quyết định số 874/QĐ-BTTTT về Bộ Quy tắc ứng xử trên mạng xã hội. Bộ Quy tắc áp dụng cho 03 nhóm đối tượng: Cơ quan nhà nước, cán bộ, công chức, viên chức, người lao động trong cơ quan nhà nước sử dụng mạng xã hội; Tổ chức, cá nhân khác sử dụng mạng xã hội; và Nhà cung cấp dịch vụ mạng xã hội tại Việt Nam. Bộ Quy tắc nhằm tạo điều kiện phát triển lành mạnh mạng xã hội tại Việt Nam, đảm bảo quyền tự do cá nhân, quyền tự do kinh doanh, không phân biệt đối xử nhà cung cấp dịch vụ trong và ngoài nước, phù hợp với chuẩn mực, thông lệ và các điều ước quốc tế mà Việt Nam

đã tham gia. Đồng thời, xây dựng chuẩn mực đạo đức về hành vi, ứng xử trên mạng xã hội, giáo dục ý thức, tạo thói quen tích cực trong các hành vi ứng xử của người dùng trên mạng xã hội, góp phần xây dựng môi trường mạng an toàn, lành mạnh tại Việt Nam.

Như vậy, cho đến thời điểm hiện tại, hệ thống đường lối, chính sách của Việt Nam đã có những tác động mạnh mẽ đến vai trò của các PTTTM trong TTCT: *Một là*, Đảng và Nhà nước cho phép và khuyến khích sử dụng các phương tiện truyền thông mới để đẩy mạnh tuyên truyền chính trị, truyền bá các chính sách, đường lối Đảng và Nhà nước. Các PTTTM, trong đó có MXH, BĐT,.. và các PTTT khác được sử dụng để tiếp cận đến nhiều đối tượng khác nhau, đặc biệt là giới trẻ, nhằm nâng cao nhận thức và sự ủng hộ đối với Đảng và Nhà nước. *Hai là*, đường lối của Đảng và Nhà nước thúc đẩy việc xây dựng và phát triển các PTTT do Việt Nam sở hữu và kiểm soát, nhằm đảm bảo quyền chủ động trong việc phát tán thông tin, đặc biệt với các thông tin TTCT, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng. Các PTTT này đóng vai trò quan trọng trong việc truyền tải thông tin chính thức và định hướng dư luận. *Ba là*, Việt Nam duy trì chính sách quản lý và kiểm soát chặt chẽ đối với các PTTT, bao gồm cả PTTTM như mạng xã hội, blog,... Các cơ quan chức năng thường xuyên kiểm duyệt nội dung để đảm bảo thông tin được phát tán không vi phạm pháp luật và không gây ảnh hưởng xấu đến ổn định xã hội và an ninh quốc gia. *Bốn là*, một phần quan trọng của đường lối, chính sách về TTCT là đối phó với thông tin sai lệch và các luận điệu chống phá. Nhờ sự hiện đại về khoa học kỹ thuật, Chính phủ khuyến khích các Bộ, ban ngành từ Trung ương tới địa phương sử dụng các PTTTM để phản bác và cung cấp thông tin chính xác, nhằm bảo vệ sự thật và ngăn chặn sự lan truyền của tin đồn và tin giả. *Năm là*, hệ thống đường lối, chính sách khuyến khích sự tham gia của người dân trong việc phản ánh tình hình thực tế, đóng góp ý kiến xây dựng và phản hồi về các chính sách của Đảng và Nhà nước. Trong đó, PTTTM là một trong các kênh giao tiếp, là cầu nối giữa chính phủ

và người dân, từ đó phát huy quyền làm chủ của người dân cũng như tăng cường sự minh bạch và trách nhiệm giải trình của các cơ quan nhà nước.

2.3.3. Yếu tố chủ quan của chủ thể tuyên truyền chính trị

Chủ thể tuyên truyền chính trị đóng vai trò quan trọng trong công tác tuyên truyền của Đảng, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng và có ảnh hưởng lớn đến việc thực hiện tuyên truyền chính trị của PTTTM. Các yếu tố tác động của chủ thể tuyên truyền chính trị đến vai trò của các PTTTM trong TTCT đó là:

Thứ nhất là nguồn nhân lực thực hiện truyền tuyên chính trị. Đội ngũ cán bộ lãnh đạo, cán bộ chủ chốt từ Trung ương xuống địa phương và đội ngũ cán bộ chuyên trách, cán bộ đảng viên là nhân lực quan trọng và gần dân trong việc thực hiện tuyên truyền nội dung chính trị.

Đối với cán bộ lãnh đạo, cán bộ chủ chốt các cấp, một số vấn đề có ảnh hưởng quan trọng đến việc thực hiện TTCT của các PTTTM đó là: (1) Tư duy, tầm nhìn chiến lược của cán bộ lãnh đạo chủ chốt Trung ương trong việc ban hành chủ trương, quan điểm, đường lối. Các văn bản này cần đảm bảo mang tính khả thi và sát với thực tiễn đặt trong mối quan hệ của các PTTTM với người dân sử dụng. (2) Hệ thống cán bộ chủ chốt tham gia vào công tác quản lý hoạt động TTCT và TTCT bằng các PTTTM cụ thể hoá các chủ trương, đường lối của Đảng thành chính sách, pháp luật của Nhà nước với các chế tài xử lý sai phạm đủ mạnh, đủ sức răn đe. Ở Việt Nam hiện nay, hành lang pháp lý đối với việc quản lý thông tin trên internet và MXH là khá chặt chẽ, do vậy việc thực hiện nghiêm túc công tác quản lý là rất quan trọng. (3) Phối kết hợp với các cơ quan, bộ phận các cấp trong việc thực thi các hoạt động TTCT phù hợp với bối cảnh không gian mạng kỷ nguyên 4.0, với từng khu vực và từng đối tượng tiếp nhận cũng như với từng đối tượng thù địch, chống phá. (4) Theo dõi sát sao và kết hợp cùng các bộ phận các cấp trong việc nhận diện các thông tin sai lệch, xuyên tạc và chủ thể thực hiện các thông tin sai lệch, xuyên tạc của các thế lực thù địch, từ đó kịp thời

chỉ đạo và cho phép các PTTT thực hiện công tác đấu tranh, chủ động đính chính bằng thông tin chính thống.

Đối với đội ngũ cán bộ chuyên trách thực hiện TTCT, cán bộ đảng viên: (1) Năng lực thực hiện TTCT của đội ngũ cán bộ chuyên trách, cán bộ đảng viên, trong đó quan trọng nhất là nhận thức đúng đắn về kiến thức, trọng trách trong việc bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, am hiểu sâu sắc về chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh và các nội dung TTCT của Đảng và Nhà nước. (2) Niềm tin vững chắc đối với chế độ chính trị và vững vàng trước những âm mưu của thế lực thù địch nhằm vào cán bộ đảng viên, khiến cho cán bộ ta “tự diễn biến”, “tự chuyển hoá”. (3) Khả năng sử dụng các loại hình công nghệ mới và áp dụng vào hoạt động TTCT, đa phần cán bộ chủ chốt, đảng viên chưa cập nhật kịp thời, năng lực sử dụng và ứng dụng còn hạn chế.

Hai là, trình độ chuyên môn của các chủ thể thực hiện TTCT

Trình độ chuyên môn cao của các chủ thể tuyên truyền không chỉ thể hiện ở kiến thức chuyên môn sâu rộng mà còn bao gồm kỹ năng ứng dụng linh hoạt các công cụ truyền thông hiện đại, cũng như khả năng tương tác và thấu hiểu công chúng, nhằm tối đa hóa hiệu quả tuyên truyền. Trình độ chuyên môn của các chủ thể tuyên truyền chính trị đóng một vai trò cực kỳ quan trọng trong việc đảm bảo hiệu quả của công tác tuyên truyền. Các chủ thể này cần có một nền tảng kiến thức vững chắc về lý luận chính trị, hiểu biết sâu sắc về các chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước, cũng như pháp luật quốc gia và quốc tế liên quan. Ngoài ra, họ cần có kỹ năng truyền thông và sử dụng hiệu quả các phương tiện truyền thông mới để tối ưu hóa tầm ảnh hưởng của thông điệp. Ngoài ra, trình độ chuyên môn cũng bao gồm khả năng phân tích, tổng hợp thông tin và dự báo tình hình, để từ đó xây dựng các chiến lược tuyên truyền linh hoạt và phù hợp. Các chủ thể tuyên truyền cần có kỹ năng soạn thảo văn bản, sản xuất nội dung đa phương tiện và kỹ năng truyền đạt để làm cho thông điệp dễ dàng tiếp cận và

dễ dàng được công chúng chấp nhận. Bên cạnh đó, họ cũng cần được trang bị kiến thức về tâm lý học xã hội để hiểu rõ cách thức mà thông điệp của họ ảnh hưởng đến tâm trí và hành vi của mọi người. Sự hiểu biết về công nghệ thông tin cũng rất quan trọng, giúp họ tận dụng tối đa sức mạnh của các phương tiện truyền thông mới như mạng xã hội, trang web, và các ứng dụng di động trong việc tuyên truyền và lan tỏa thông điệp.

Ba là, năng lực nhận diện các thông tin sai lệch, xuyên tạc của chủ thể TTCT. Để nhận diện đầy đủ, kỹ lưỡng các thông tin sai lệch, xuyên tạc trong bối cảnh các hành vi chống phá của thế lực thù địch thực hiện rất tinh vi, “núp bóng, lấy cớ” vì hoà bình, dân chủ và ổn định xã hội, năng lực nhận diện các thông tin xấu, độc này đòi hỏi sự phối hợp của một hệ thống, cũng như có sự hỗ trợ của khoa học công nghệ. Trong quy trình xử lý thông tin sai lệch thì khâu nhận diện đúng, đủ, kịp thời là khâu đầu tiên và không dễ dàng do không gian internet mở và đa chiều. Do vậy chủ thể TTCT có phải là người am hiểu về cách thức hoạt động của các nền tảng trên không gian mạng hay không sẽ góp phần nhanh chóng nhận biết và đối phó với các chiến thuật lan truyền thông tin không chính xác của các đối tượng thù địch.

Bốn là chủ thể TTCT phát huy và tận dụng triệt để lợi thế của PTTM trong TTCT trong điều kiện đối tượng TTCT rất đa dạng về mức sống, trình độ học vấn,... Trước sự biến chuyển ngày càng nhanh chóng, sâu rộng của công nghệ số trong lĩnh vực truyền thông, đặc biệt trên không gian internet, sự phân hoá đối tượng sử dụng các loại hình PTTT càng rõ nét. Thêm vào đó là sự khác biệt khu vực sinh sống, trình độ học vấn, thói quen và nhu cầu sử dụng PTTT của người dân, do đó, việc TTCT hướng đến từng đối tượng là vấn đề cần được lưu tâm. Ngoài ra, nội dung cũng cần được truyền tải phù hợp, đảm bảo dễ tiếp cận với đối tượng nhưng đầy đủ thông tin và đẹp về hình thức. Về khía cạnh này, PTTM hoàn toàn là một lợi thế để thực hiện công tác TTCT. Do vậy cách thức TTCT cho thấy cần phải rất đa dạng, phối kết hợp cả về nội dung, hình thức và khoa học công nghệ. Với các đối tượng

khác nhau như vậy, một mặt, chủ thể tận dụng triệt để lợi thế tương tác, tính mở, đặc điểm nhanh chóng, ứng dụng đa nền tảng của PTTTM để tuyên truyền thông tin chính thống, phản bác, vạch trần thông tin sai lệch; nhưng mặt khác cũng đòi hỏi tận dụng có chọn lọc những lợi thế của PTTTM, đồng thời phối hợp với PTTT truyền thống để mọi đối tượng đều có thể tiếp cận được nguồn tin chính thống của Đảng và Nhà nước.

2.3.4. Các yếu tố từ đời sống của quần chúng nhân dân: mức sống, trình độ học vấn và nhu cầu, thói quen sử dụng phương tiện truyền thông mới

Vì phương tiện truyền thông mới chịu ảnh hưởng và ứng dụng công nghệ cao trong các ứng dụng hoạt động, vì vậy phạm vi người dùng có thể tiếp cận cũng có những giới hạn nhất định. Tùy từng điều kiện, hoàn cảnh cũng như mức sống, trình độ học vấn mà việc sử dụng phương tiện truyền thông mới có những sự khác biệt. Ở Việt Nam, khác biệt này rõ nét qua từng độ tuổi, vùng miền, trình độ và thói quen sử dụng.

Theo thống kê, đến tháng 1/2020, Việt Nam có số người sử dụng internet lên đến 68,17 triệu người (chiếm tỷ lệ 70% số dân); số lượng người dùng mạng xã hội là 65 triệu người (chiếm tỷ lệ 67% số dân). Việt Nam là quốc gia đứng thứ 18 thế giới về tỷ lệ người dân sử dụng internet và là một trong 10 nước có lượng người dùng Facebook và YouTube cao nhất thế giới, trong đó thanh, thiếu niên chiếm tỷ lệ khá lớn. Kết quả một số điều tra cũng cho thấy, một bộ phận người trẻ hiện nay đang bị phụ thuộc vào Internet và mạng xã hội [160].

Số liệu thống kê trên cho thấy tỷ lệ cao dân số tiếp cận với internet, tuy nhiên, tỷ lệ này chắc chắn không phân bố đồng đều giữa các vùng, miền; và đa phần dân số có điều kiện tiếp cận với những phương tiện công nghệ kỹ thuật cao là ở thành thị. Tỷ lệ này sẽ giảm dần đối với vùng nông thôn và thậm chí hoàn toàn không có ở những vùng núi, vùng sâu, vùng xa. Hầu hết dân số khu vực vùng sâu, vùng xa chỉ tiếp cận được máy tính bàn cũ kỹ đã là ‘khá’ lắm rồi. Chỉ một số vùng nhỏ gần với thành phố mới mang internet về

với vùng hẻo lánh thông qua những dự án đấu thầu dành cho trường học, những quán internet mở ra cho người dân sử dụng trong vùng. Xét trên phương diện giáo dục, giáo viên không nhiều điều kiện, phương thức và tài chính để tiếp cận internet và mang những giá trị tri thức vào bài giảng để truyền đạt cho trẻ em, học sinh. Trong khi, các em học sinh thậm chí máy vi tính còn không biết sử dụng.

Một trong những cách phổ biến nhất để phân khúc đối tượng mục tiêu chính là theo thói quen sử dụng phương tiện truyền thông mới. Trong marketing, có một thuật ngữ là “điểm chạm kỹ thuật số” – thuật ngữ này được định nghĩa đó là những tương tác giữa khách hàng tiềm năng với doanh nghiệp thông qua môi trường kỹ thuật số (trực tuyến, thiết bị di động). Mở rộng ra, điểm chạm trong truyền thông và trong tuyên truyền chính là sự tương tác giữa đối tượng và chủ thể truyền thông, chủ thể tuyên truyền. Ở Việt Nam, khảo sát thói quen sử dụng phương tiện truyền thông mới là cần thiết vì điều này tác động trực tiếp tới việc lựa chọn loại hình và mục đích, cách thức mà công chúng khai thác giá trị của loại hình phương tiện truyền thông đó.

2.3.4. Sự phát triển của các phương tiện truyền thông mới ở Việt Nam

Một là, sự phát triển của internet

Internet chính thức được cấp phép tại Việt Nam từ ngày 19/11/1997. Theo số liệu thống kê của Bộ Thông tin và Truyền thông: từ năm 1997 – 2001, 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 tăng lên 20 triệu, gấp 7 lần và chiếm 24% dân số cả nước. Sau 26 năm xuất hiện và phát triển tại Việt Nam, đầu năm 2023, Việt Nam có 77,93 triệu người dùng Internet, chiếm 79,1% tổng dân số. [158]

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2016	2017	2018	2019	2020
4.1	Tỷ lệ người sử dụng Internet	%	54,19	58,14	70	68,7	70,23
4.2	Tỷ lệ hộ gia đình có truy cập Internet	%	27,3	-	47	71,3	74,8
4.3	Tổng băng thông kết nối Internet quốc tế	Mbit/s	3.816.027	6.500.965	7.796.531	13.632.829	13.920.829
4.4	Tổng băng thông kết nối Internet quốc tế/người sử dụng Internet	bit/s/người sử dụng	79.659	122.235	122.458	215.671	224.746
4.5	Số tên miền ".vn" đã đăng ký	Tên miền	386.751	430.400	472.896	503.167	512.245
4.6	Số tên miền tiếng Việt đã đăng ký	Tên miền	994.161	190.060	7.006	6.176	5.086
4.7	Số địa chỉ Internet IPv4 đã cấp	Địa chỉ	15.855.360	15.907.072	15.961.600	16.010.000	16.065.792
4.8	Số địa chỉ Internet IPv6 quy đổi theo đơn vị/64 đã cấp	Triệu địa chỉ	120.262,42	197.572,55	227.639,03	374.000	541.175,58
4.9	Số thành viên địa chỉ Internet	Doanh nghiệp	-	344	377	437	547
4.10	Số nhà đăng ký tên miền .vn	Doanh nghiệp	15	15	13	14	15
4.11	Số nhà đăng ký tên miền quốc tế tại Việt Nam	Doanh nghiệp	-	48	49	49	51

Bảng 2.1: Số liệu thống kê về sự phát triển của internet tại Việt Nam 2016-2020

[18]

Ngoài ra, các số liệu thống kê khác liên quan đến internet như tỷ lệ hộ gia đình có truy cập internet, băng thông kết nối, hay số địa chỉ internet IPv4, IPv6 trong giai đoạn từ năm 2016 – 2020 đều tăng mạnh, tăng gấp nhiều lần, cho thấy sự thâm nhập và phát triển nhanh chóng và mạnh mẽ của internet ở Việt Nam.

Trước công cuộc đổi mới và hội nhập toàn cầu, internet theo dòng chảy của thời đại đã xâm nhập và ngày càng phổ biến, có những tác động đáng kể đến đời sống văn hóa của người dân Việt Nam, đặc biệt là cư dân đô thị lớn như Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh. Internet phát triển và nâng cấp, một mặt giúp các loại hình PTTT truyền thống tiếp cận nhanh hơn với công chúng, mặt khác dẫn tới sự xuất hiện của nhiều loại hình PTTM như: website thế hệ mới, mạng xã hội, các nền tảng trực tuyến,...

Hai là, sự phát triển của báo mạng điện tử, báo chí số

Báo mạng điện tử và báo chí số hiện nay là một trong những xu hướng đi đầu của báo chí - truyền thông. Tại Việt Nam, báo mạng điện tử xuất hiện chỉ 1 tháng sau khi internet chính thức được cấp phép. Đó là vào ngày 31/12/1997, tạp chí Quê hương (<http://quehuongonline.vn>) – tạp chí của Ủy ban về người Việt Nam ở nước ngoài, Bộ Ngoại giao Việt Nam) chính thức đi vào hoạt động – đánh dấu bước ngoặt lớn trong nền báo chí nước nhà. Tạp chí điện tử Quê hương trở thành báo mạng điện tử đầu tiên của Việt Nam. Trước xu hướng internet kết nối toàn cầu, cùng những ưu thế của báo mạng điện tử, nhiều cơ quan báo chí sau đó đã lần lượt xuất bản các ấn bản điện tử. Ngày 21/6/1998, báo Nhân dân điện tử với địa chỉ <http://www.nhandan.com.vn> chính thức hoạt động trên không gian internet. Năm 2002, lần lượt có sự ra mắt của hai trang báo mạng điện tử VnExpress với địa chỉ <http://vnexpress.net> và VietNamNet với địa chỉ <http://vietnamnet.vn>. Trong giai đoạn từ năm 2016 – 2020, số lượng trang tin điện tử của các cơ quan báo chí tăng từ 172 – 184 trang (tăng 6.9%) cho thấy báo mạng điện tử trở thành một trong những phương tiện được ưa chuộng để người dân tiếp cận thông tin. [Bảng 2.2]

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2016	2017	2018	2019	2020
2.8.1	Số trang thông tin điện tử tổng hợp của cơ quan báo chí	Trang	172	166	189	175	184
2.8.2	Số trang thông tin điện tử tổng hợp đã được cấp phép của cơ quan, doanh nghiệp, tổ chức không phải là cơ quan báo chí	Trang	1.323	1.384	1.349	1.587	1.716
2.8.3	Số mạng xã hội trực tuyến trong nước đã được cấp phép	Mạng xã hội	240	401	493	614	755

Nguồn: Bộ Thông tin và Truyền thông

Bảng 2.2: Thống kê số lượng trang thông tin điện tử và mạng xã hội được cấp phép tại Việt Nam giai đoạn 2016 – 2020 [18]

Báo chí số ở Việt Nam hiện nay đang chứng kiến những bước phát triển mạnh mẽ và không ngừng nghỉ, thích ứng với xu hướng chuyển đổi số toàn cầu. Sự bùng nổ của internet và công nghệ thông tin đã tạo ra một sân

chơi mới, nơi các tờ báo, kênh truyền thông phải nhanh chóng chuyển mình, đổi mới để không bị tụt hậu. Các cơ quan báo chí đã và đang tích cực chuyển đổi mô hình đa nền tảng, hội tụ và áp dụng công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo (AI), big data, và blockchain vào sản xuất và phân phối nội dung, nhằm tạo ra những sản phẩm thông tin chất lượng cao, phong phú và đa dạng hóa. Trong bối cảnh đó, các chính sách và chiến lược phát triển báo chí số được chính phủ và các cơ quan quản lý đặc biệt quan tâm, nhằm tạo lập một môi trường thông tin lành mạnh, bền vững. Việt Nam đang dần khẳng định vị thế và vai trò của mình trong lĩnh vực báo chí số khu vực và quốc tế, qua đó góp phần nâng cao vị thế của đất nước trên bản đồ thông tin thế giới. Các báo ở Việt Nam dẫn đầu trong quá trình chuyển đổi số như: BĐT Vietnamplus, Báo Thanh niên, Báo Nhân dân,...

Ba là, sự phát triển của các trang web (trang TTĐT)

Những năm đầu thập niên 90, khi máy tính cá nhân được đại chúng hoá, cùng với việc nhà khoa học người Anh Tim Berners Lee phát minh ra World Wide Web (WWW) đã giúp cho hệ thống kết nối toàn cầu được hoàn thiện, con người có thể dễ dàng chia sẻ thông tin từ khắp mọi nơi trên thế giới. Www được xác định bởi các siêu liên kết URL và truy cập thông qua Internet, là một không gian nơi chứa thông tin, tài liệu và tài nguyên của mọi website trên toàn cầu. Đến nay, Www nhiều lần được nâng cấp, từ web 1.0 là web tĩnh đến web 3.0 là web thông minh [Bảng 2.3]

Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0
Chủ yếu chỉ đọc	Đọc và viết	Di động và cá
Tập trung vào công ty	Tập trung vào cộng đồng	Tập trung vào cá nhân
Trang chủ	Blog/Wikis	Live streams/ sóng
Sở hữu nội dung	Chia sẻ nội dung	Hợp nhất nội dung
Biểu mẫu Web	Ứng dụng Web	Ứng dụng thông minh
Thư mục	Gắn thẻ	Hành vi người dùng
Lượt xem trang	Chi phí cho mỗi lần nhấp chuột	Cam kết của người dùng
Biểu ngữ quảng cáo	Quảng cáo tương tác	Quảng cáo hành vi
Britannica trực tuyến	Wikipedia	Mạng ngữ nghĩa
HTML / Cổng thông tin	XML / RSS	RDF / RDFS / OWL

Bảng 2.3: Sự phát triển của website [171]

Từ khi internet chính thức xuất hiện tại Việt Nam, trình duyệt web cũng phát triển theo và có sự hoạt động đầy đủ của cả ba loại hình website theo đúng chiều dài lịch sử phát triển của nó. Khi mới xuất hiện ở Việt Nam, web 1.0 và 2.0 phổ biến, nhưng đến nay (2023), loại hình website 3.0 - website thông minh với các tính năng hiện đại, cho phép ứng dụng các công nghệ tiên tiến nhất hiện nay như trí tuệ nhân tạo AI, đồ họa 3D và các kết nối thông minh đã trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống xã hội Việt Nam. Theo đó, tại Việt Nam, số lượng trang thông tin điện tử cũng ngày càng tăng theo từng năm cho thấy nhu cầu lớn của xã hội đối với loại hình PTTT này. Trong giai đoạn từ năm 2016 - 2020, số trang thông tin điện tử tổng hợp của cơ quan báo chí tăng nhẹ 6.9%, từ 172 – 184 trang; số trang thông tin điện tử được cấp phép không phải của cơ quan báo chí tăng cao 29,7% (từ 1.323 – 1716 trang).

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2016	2017	2018	2019	2020
2.8.1	Số trang thông tin điện tử tổng hợp của cơ quan báo chí	Trang	172	166	189	175	184
2.8.2	Số trang thông tin điện tử tổng hợp đã được cấp phép của cơ quan, doanh nghiệp, tổ chức không phải là cơ quan báo chí	Trang	1.323	1.384	1.349	1.587	1.716
2.8.3	Số mạng xã hội trực tuyến trong nước đã được cấp phép	Mạng xã hội	240	401	493	614	755

Nguồn: Bộ Thông tin và Truyền thông

Bảng 2.4: Thống kê số lượng trang thông tin điện tử và mạng xã hội được cấp phép tại Việt Nam giai đoạn 2016 – 2020 [18]

Bốn là, sự phát triển của mạng xã hội

Mạng xã hội xuất hiện lần đầu tiên năm 1995 với sự ra đời của trang Classmate với mục đích kết nối giữa các bạn học, tiếp theo đó là sự xuất hiện của SixDegrees vào năm 1997. Bước ngoặt lớn đối với sự phát triển của mạng xã hội trên thế giới là sự ra đời của Facebook năm 2006. Facebook sau đó đã tạo nên “con sóng” và trào lưu cho việc sử dụng các nền tảng mạng xã hội để chia sẻ thông tin, được ưa chuộng ở nhiều quốc gia trên thế giới. Hiện nay, có 6 mạng xã hội phổ biến nhất toàn cầu gồm Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp, Twitter và Youtube.

Tại Việt Nam, số trang mạng xã hội được cấp phép và số lượng người dùng gia tăng mạnh mẽ kể từ khi internet chính thức có mặt ở Việt Nam năm 1997. Thời điểm đó, thịnh hành nhất là blog Yahoo 360.

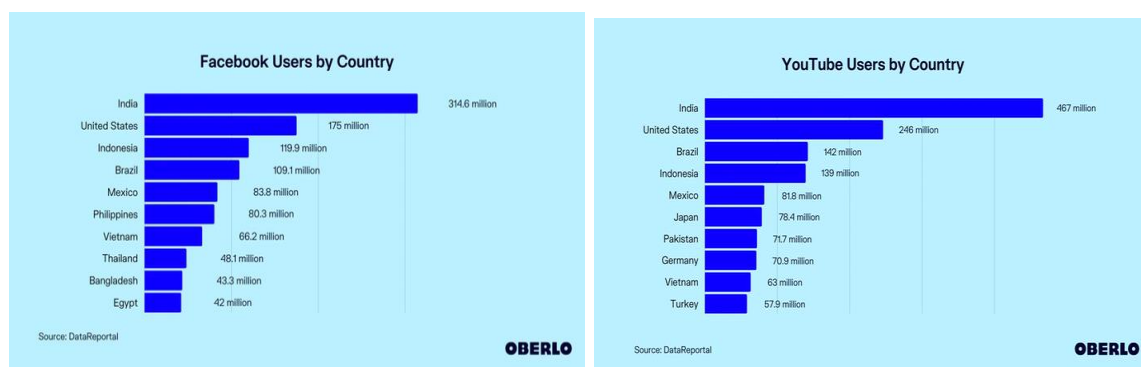
Từ tháng 7/2009, khi dịch vụ blog Yahoo 360 bị dừng hoạt động, người dùng trong nước bắt đầu chú ý nhiều hơn đến mạng xã hội khác, trong đó đặc biệt chú ý đến Facebook. Tháng 10/2009, dịch vụ kết nối qua mạng 3G chính thức được triển khai - đánh dấu thời kỳ phát triển của Internet băng rộng vô tuyến tại Việt Nam – điều kiện tốt để mạng xã hội phát triển, nhận được nhiều sự quan tâm của công chúng

Giai đoạn từ năm 2010 – 2011, Việt Nam ghi nhận sự thâm nhập mạnh mẽ của smartphone – công cụ thông minh giúp người dùng dễ dàng

truy cập internet - đã khiến cho các ứng dụng trên không gian internet ở Việt Nam nói chung và mạng xã hội nói riêng bước vào giai đoạn bùng nổ.

Từ năm 2016 – 2020, số mạng xã hội trong nước được cấp phép đã tăng hơn 3 lần (từ 240 – 755) chỉ trong vòng 5 năm [Bảng 2.4].

Tính đến hết tháng 5/2023, theo kết quả khảo sát mới đây của Công ty nghiên cứu thị trường DataReportal (Singapore), số lượng người dùng mạng xã hội tại Việt Nam đạt 70 triệu, tương đương với 71% tổng dân số. Trong số 10 quốc gia có lượng người dùng TikTok, Facebook và Youtube nhiều nhất thế giới - Việt Nam lần lượt xếp vị trí thứ 6 (với 50.6 triệu người), thứ 7 (với 66,2 triệu người) và thứ 9 (với 63 triệu người). [Biểu đồ 2.1]



Biểu đồ 2.1: Các quốc gia có số lượng người sử dụng Facebook và Youtube cao nhất trên thế giới (tính đến hết tháng 5/2023) [160]

Năm là, sự phát triển của báo in phiên bản điện tử (e-newspaper)

Trước sự biến đổi nhanh chóng của công nghệ thông tin và sự phát triển của các loại hình PTTT thời kỳ 4.0, báo in đứng trước thách thức của sự tồn tại và phát triển. Thông tấn xã Việt Nam là cơ quan đi đầu thực hiện chủ trương của Đảng và Nhà nước trong việc hiện đại hoá báo in. Từ đó, phiên bản báo in điện tử ra đời – một địa chỉ để độc giả yêu mến báo in mà vẫn có thể đọc được thông qua việc kết nối internet. Người dân có thể tìm đọc các ấn bản báo in từ khắp nơi trên khắp lãnh thổ Việt Nam tại địa chỉ <https://xembao.vn>.

Như vậy, quá trình phát triển của PTTTM ở Việt Nam cho thấy những tác động đối với vai trò của PTTTM trong TTCT ở Việt Nam như sau: Thứ

nhất, sự phát triển của các loại hình PTTTM qua Internet cho phép thông tin chính trị được lan truyền rộng rãi và nhanh chóng hơn bao giờ hết. Các thông điệp chính trị có thể tiếp cận đến nhiều người dân ở mọi vùng miền, từ thành thị đến nông thôn, từ trong nước đến quốc tế. *Thứ hai*, PTTTM như MXH, trang TTĐT,...tạo điều kiện cho sự tương tác trực tiếp giữa chính quyền và người dân, từ đó tăng cường sự minh bạch của Chính phủ cũng như phát huy quyền được tham gia vào quy trình chính sách của người dân. Người dân có thể dễ dàng bày tỏ ý kiến, phản hồi và đặt câu hỏi liên quan đến các chính sách và quyết định của Đảng và Nhà nước. *Thứ ba*, sự phát triển ngày càng nhanh của các PTTTM làm cho đa dạng hóa cách thức tuyên truyền trên các PTTTM, bên cạnh các PTTT truyền thống như báo in, truyền hình, phát thanh. Điều này giúp tăng cường hiệu quả của công tác TTCT.

Tiểu kết chương 2

Chương hai của luận án, tác giả đã nêu và luận giải:

Một là: các khái niệm công cụ liên quan đến đề tài: Khái niệm tuyên truyền, khái niệm TTCT, khái niệm nội hàm và ngoại diên của PTTTM.

Hai là: đưa ra khung phân tích vai trò của các PTTTM trong TTCT ở Việt Nam hiện nay: Tác giả tiếp cận dưới góc độ của công tác tư tưởng để phân tích và xác định: Chủ thể tuyên truyền sử dụng PTTTM nhằm đạt được mục đích TTCT. Để đạt được mục đích đó, chủ thể sử dụng PTTTM với tính nhanh chóng, kịp thời, tương tác hai chiều, phải thực hiện các nhiệm vụ là: (1) Nâng cao nhận thức chính trị cho đối tượng; (2) Củng cố niềm tin chính trị cho đối tượng; (3) Cổ vũ hành động chính trị của đối tượng.

Từ cách tiếp cận này, tác giả khái quát 4 vai trò của PTTTM trong TTCT bao gồm: (1) PTTTM góp phần đưa thông tin nhanh chóng, kịp thời, đa chiều với tính tương tác cao về nội dung TTCT; (2) PTTTM góp phần nâng cao nhận thức chính trị của người dân; (3) PTTTM góp phần tạo lập, củng cố niềm tin chính trị của người dân và cổ vũ người dân tham gia vào các hoạt động chính trị; (4) PTTTM góp phần phát hiện, ngăn chặn, đẩy lùi và là diễn đàn để phản bác, phê phán các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng.

Ba là: Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến vai trò của các PTTTM trong TTCT ở Việt Nam hiện nay.

Những kết quả nghiên cứu lý luận về PTTTM và vai trò của PTTTM trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay trên đây đã tạo tiền đề và là cơ sở lý luận cho việc đánh giá thực trạng, đồng thời là căn cứ khoa học vững chắc để tác giả xác định quan điểm và đề xuất giải pháp tăng cường vai trò của các PTTTM trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam trong những năm tới.

CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG VAI TRÒ CỦA CÁC PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG MỚI TRONG TUYÊN TRUYỀN CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA

3.1. Thực tiễn ứng dụng các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay

Căn cứ trên các loại hình của PTTTM dưới góc độ tiếp cận 3 dòng chảy thông tin của xã hội thông tin; và căn cứ mục 21,22, Điều 3 (về giải thích từ ngữ); và Điều 20 (về phân loại trang thông tin điện tử) của Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15/7/2013 (và Nghị định sửa đổi, bổ sung số 27/2018/NĐ-CP) của Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ internet và thông tin trên mạng. Theo đó, tác giả lựa chọn 3 loại hình của phương tiện truyền thông mới để phân tích đó vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong TTCT là: Trang thông tin điện tử, Báo điện tử và Mạng xã hội. Trong kỷ nguyên 4.0, 3 loại hình PTTTM này thay đổi hàng ngày, hàng giờ khi công nghệ số thay đổi. Mỗi loại hình đều có sự tích hợp đa phương tiện như: âm thanh, hình ảnh, đồ họa,... Các sản phẩm số mới như Podcast cũng ngày càng được ứng dụng mạnh mẽ hơn, nhằm mang lại cho độc giả những trải nghiệm đa giác quan khi tiếp nhận thông tin.

Thực tiễn ứng dụng các trang TTĐT và MXH trên ở Việt Nam hiện nay như sau:

3.1.1. Thực tiễn ứng dụng trang thông tin điện tử, báo điện tử và mạng xã hội trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay

Hàng năm, Bộ Thông tin và Truyền thông cấp phép hoạt động cho các trang thông tin điện tử, đáp ứng nhu cầu thông tin của quần chúng nhân dân. Giai đoạn từ năm 2018 đến năm 2022, Bộ đã cấp phép hoạt động mới cho 251 trang thông tin điện tử trên mọi lĩnh vực và bao gồm các loại hình: báo điện tử, trang thông tin điện tử tổng hợp, trang thông tin điện tử nội bộ và trang thông tin điện tử cá nhân. Ba quý đầu năm 2023, tổng số lượng giấy phép thiết lập trang thông tin điện tử lần lượt là 2111, 2088, 2107, tăng thêm

24 trang so với năm 2022 với 2083 trang [18]. Số liệu đã phản ánh nhu cầu lớn của cả chủ thể cung cấp thông tin và người dân trong việc lựa chọn các trang thông tin điện tử để tìm kiếm và chia sẻ thông tin.

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2016	2017	2018	2019	2020
2.8.1	Số trang thông tin điện tử tổng hợp của cơ quan báo chí	Trang	172	166	189	175	184
2.8.2	Số trang thông tin điện tử tổng hợp đã được cấp phép của cơ quan, doanh nghiệp, tổ chức không phải là cơ quan báo chí	Trang	1.323	1.384	1.349	1.587	1.716
2.8.3	Số mạng xã hội trực tuyến trong nước đã được cấp phép	Mạng xã hội	240	401	493	614	755

Nguồn: Bộ Thông tin và Truyền thông

Trang thông tin điện tử, “*Cổng thông tin điện tử Chính phủ*” là cơ quan thuộc Văn phòng Chính phủ, do Bộ trưởng, Chủ nhiệm Văn phòng Chính phủ quản lý trực tiếp. Cổng thông tin điện tử Chính phủ tích hợp thông tin hành chính điện tử và thông tin truyền thông đa phương tiện của Chính phủ; thực hiện nhiệm vụ khai thác, tiếp nhận, xử lý và cập nhật đầy đủ, kịp thời các loại thông tin đến với người dân. Theo yêu cầu của Bộ trưởng, Cổng thông tin điện tử Chính phủ tập trung phát triển đa dạng nội dung, hình thức hoạt động và các ứng dụng, sản phẩm, truyền thông đa phương tiện để nâng cao năng lực thông tin, tuyên truyền đường lối, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước; tình hình kinh tế - xã hội, thời sự trong nước và quốc tế; phục vụ có hiệu quả công tác chỉ đạo, điều hành của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ.

Ngoài ra, Bộ Thông tin và truyền thông hàng năm đều cấp phép hoạt động cho các mạng xã hội trên không gian mạng Việt Nam với tổng số trang mạng xã hội được cấp phép tại Việt Nam năm 2020 là 755 trang [Bảng 3.2].

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2016	2017	2018	2019	2020
2.8.1	Số trang thông tin điện tử tổng hợp của cơ quan báo chí	Trang	172	166	189	175	184
2.8.2	Số trang thông tin điện tử tổng hợp đã được cấp phép của cơ quan, doanh nghiệp, tổ chức không phải là cơ quan báo chí	Trang	1.323	1.384	1.349	1.587	1.716
2.8.3	Số mạng xã hội trực tuyến trong nước đã được cấp phép	Mạng xã hội	240	401	493	614	755

Nguồn: Bộ Thông tin và Truyền thông

Bảng 3.1: Thống kê số lượng trang thông tin điện tử và mạng xã hội được cấp phép tại Việt Nam giai đoạn 2016 – 2020 [18, tr.52]

Theo đó, số lượng người dùng mạng xã hội là 70 triệu người, tương đương với 71% tổng dân số (5/2023), dự đoán sẽ còn tăng nữa trong tương lai. Số liệu cho thấy thị phần mạng xã hội ở Việt Nam đóng vai trò lớn trong việc truyền tải thông tin tuyên truyền đối với người dân. Cùng với đó, trước bối cảnh số của kỷ nguyên 4.0, công tác tuyên truyền đứng trước nhiệm vụ phải thay đổi cách thức thực hiện, đặc biệt, cần áp dụng mạng xã hội để tiếp cận được với số lượng đông đảo người dùng. Năm 2016, Thủ tướng Chính phủ đã yêu cầu các cơ quan liên quan chủ động đưa thông tin chính thống lên các mạng xã hội có nhiều lượng người dùng như Facebook, Youtube,... để đảm bảo quyền tiếp cận thông tin của người dân. Thực hiện những chỉ đạo từ Chính phủ, từ cơ quan cao nhất đến các cơ quan báo chí truyền thông đều nhanh chóng thành lập các trang fanpage chính thức của mình.

Các trang TTĐT “*Việt Nam thịnh vượng*” và trang facebook liên kết “*Việt Nam Thịnh Vượng*”; trang TTĐT “*Hương Sen Việt*” và trang facebook liên kết “*Hương Sen Việt*” được thành lập là một bước quan trọng, đáp ứng yêu cầu Nghị quyết 35 của Chính phủ nhằm mục đích cung cấp thông tin chính thức và đáng tin cậy, góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, phản bác, đấu tranh chống những luận điệu xuyên tạc, sai lệch về đất nước, là cầu nối giữa Chính phủ và người dân. Các trang thông tin là minh chứng cho sự cam kết của Chính phủ trong việc đảm bảo an ninh quốc gia; thúc đẩy

sự phát triển bền vững và thịnh vượng của đất nước trên mặt trận thông tin. Đồng thời, sự tham gia và phản hồi từ cộng đồng cũng là yếu tố quan trọng để đảm bảo tính linh hoạt và hiệu quả hoạt động của các trang này. Trang facebook “Hương Sen Việt” hiện có 110 nghìn lượt thích và 180 nghìn lượt theo dõi; còn trang facebook “Việt Nam Thịnh Vượng” 4 nghìn lượt thích và 5 nghìn lượt theo dõi (tính đến tháng 10/2023)

Trang TTĐT Thông tấn xã Việt Nam “*news.vnanet.vn*” biên tập và phát các tin tức trong nước. Kết hợp với mạng lưới 63 cơ quan thường trú tại tất cả các tỉnh/thành trong cả nước, trang tin hàng ngày cung cấp thông tin thời sự mang tính định hướng về các mặt chính trị, xã hội, ngoại giao, văn hóa, khoa học - công nghệ và môi trường... của Việt Nam; phản ánh kịp thời việc triển khai thực hiện các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước; cải chính những thông tin sai lệch và phản bác các luận điệu thù địch, chống phá Nhà nước.

Trang facebook “ĐƯỜNG CHÚNG TA ĐI” ra đời ngày 14/4/2019 ngay sau fanpage Hương Sen Việt nhằm mục đích lan toả các giá trị lịch sử, văn hoá truyền thống của dân tộc; ca ngợi lãnh tụ, anh hùng dân tộc trong quá trình bảo vệ và xây dựng Tổ quốc. Đây tiếp tục là diễn đàn đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái trên không gian mạng của Đảng. Trang hiện đã nhận được 100 nghìn lượt thích và 120 nghìn lượt theo dõi (tính đến tháng 10/2023)

Trang facebook “Thông tin Chính phủ”: Năm 2015, trang Facebook chính thức của Chính phủ, ra đời với tên gọi “*Thông tin Chính phủ*”. Nhờ có fanpage này, nhân dân hiện nay đã có thể nhận thông tin chính thức tổng hợp các nội dung tuyên truyền chính trị từ các cơ quan cao nhất của Đảng, hệ thống chính trị, từ những người đứng đầu Đảng và Nhà nước trực tiếp, thay vì gián tiếp qua các kênh đưa tin từ báo, đài, địa phương. Trang fanpage hoạt động với mục đích chính là để người dân có thể dễ dàng, nhanh chóng tiếp cận với các thông cáo báo chí, chỉ đạo của Thủ tướng, các phó thủ tướng và một số hoạt động của Chính phủ. Hiện nay, trang có 4 triệu người theo dõi (tính đến tháng

10/2023). Trang fanpage còn thành lập nhóm *Diễn đàn “Xây dựng chính sách, pháp luật”* với đường dẫn từ trang “Thông tin Chính phủ”. Diễn đàn “Xây dựng chính sách, pháp luật” hiện có 40,3 nghìn thành viên (tính đến tháng 10/2023), được thành lập với mục đích đưa dự thảo chính sách và chính sách đã thông qua để công khai với nhân dân và qua đó nhân dân có thể góp ý hoàn thiện chính sách cùng Chính phủ. Không chỉ đáp ứng nhu cầu thông tin của người dân, trang mạng xã hội “Thông tin Chính phủ” và diễn đàn “Xây dựng chính sách, pháp luật” đã trở thành kênh kết nối, khuyến khích người dân đồng hành cùng Chính phủ trong chu trình chính sách.

Một trong những kênh thông tin chính thống quan trọng giúp những chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước nhanh chóng đến với người dân đó là báo điện tử. Ở Việt Nam hiện nay, có nhiều BĐT thực hiện nhiệm vụ TTCT, nhưng trong số đó BĐT Đảng Cộng sản Việt Nam và Vietnam+ là hai báo vừa đảm bảo nội dung chính TTCT, vừa đảm bảo thực hiện hiệu quả chuyển đổi số báo chí hiện nay. *BĐT Đảng Cộng sản Việt Nam* là tiếng nói của Đảng, Nhà nước và Nhân dân Việt Nam trên mạng internet; là cơ quan báo chí tập trung, đa phương tiện; hệ thống tư liệu, văn kiện điện tử của Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam; là trung tâm khai thác và tích hợp thông tin từ trang thông tin điện tử các Ban Đảng Trung ương, Văn phòng Trung ương, các tỉnh ủy, thành ủy, đảng ủy trực thuộc Trung ương; quản lý, vận hành Cổng thông tin điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam. *BĐT Vietnam+ (VietnamPlus)* trực thuộc Thông tấn xã Việt Nam là một trong những tờ báo điện tử chính thống có lượng công chúng từ nhiều quốc gia nhất truy cập và là BĐT đa ngữ lớn nhất (xuất bản bằng 5 thứ tiếng: Việt, Anh, Trung, Pháp và Tây Ban Nha) ở Việt Nam hiện nay. VietnamPlus đi tiên phong trong việc áp dụng các công nghệ truyền thông mới: báo chí di động, báo chí dữ liệu, ảnh/video 360 độ, cùng những sản phẩm báo chí độc đáo, như Mega story (siêu tác phẩm báo chí) hay RapNewsPlus (bản tin trên nền nhạc rap) từng đoạt giải thưởng quốc tế. Báo cũng đã và đang sử dụng

các PTTT trên môi trường MXH để thông tin như: MXH (TikTok, Instagram, LinkedIn và Snapchat); trang web chia sẻ video (YouTube, Vimeo và Dailymotion; hay trào lưu xem video ngắn dạng dọc (trên TikTok, Reels, YouTube Shorts), hay trên các Diễn đàn trực tuyến (Reddit và Quora)

Ngoài ra, thực hiện chuyển đổi số trên nhiều mặt của đời sống xã hội, ở Việt Nam hiện nay, Đảng và Nhà nước khuyến khích các cơ quan báo, đài thực hiện nhiệm vụ TTCT bằng nhiều các PTTT khác nhau như: *Kênh truyền hình thông tấn (Vnews)*: Là kênh truyền hình chuyên biệt tin tức chính luận đầu tiên của cả nước, do Trung tâm truyền hình Thông tấn thực hiện. Phiên bản của Vnews trên Youtube có bản tin được phát trực tiếp, cũng như video tin tức được cập nhật liên tục hàng ngày, hàng giờ. VNews phiên bản trên Youtube hiện có 1,4 triệu lượt subscribes, 47.000 video được đăng tải và 772.560.000 lượt xem. Vnews trên Youtube phản ánh kịp thời, nhanh nhạy và chuẩn xác về các sự kiện, vấn đề thời sự nổi bật trong nước và quốc tế trên tất cả các lĩnh vực. VNews nói chung và Vnews trên youtube nói riêng đã được Bộ Thông tin & Truyền thông xếp vào danh mục các PTTT phục vụ nhiệm vụ chính trị, thông tin tuyên truyền thiết yếu của quốc gia; *Kênh youtube “Đảng với Dân”*: Đây là kênh youtube chính thống về Xây dựng, chỉnh đốn Đảng của Truyền hình Nhân dân. Là kênh thông tin nhiều chiều phản ánh nguyện vọng, mong muốn của đông đảo quần chúng nhân dân; những đóng góp tâm huyết của Dân đối với Đảng. Kênh hiện có 221.000 lượt subscribes, 13.000 video được đăng tải và phát trực tiếp. *Kênh youtube “Thông tin Chính phủ”*: Đây là kênh thông tin chính thức của Chính phủ trên Youtube, nhằm đưa thông tin của Thủ tướng, Chính phủ đến với người dân. Hiện kênh có 139.000 lượt subscribes, 8.400 video được đăng tải và phát trực tiếp. Điều đặc biệt ở các kênh Youtube này đó là đều có mục Podcast – một trong những tính năng hiện đại mà youtube xây dựng để người nghe có thể nghe các tệp âm thanh chất lượng cao. Với các kênh Youtube chính thức

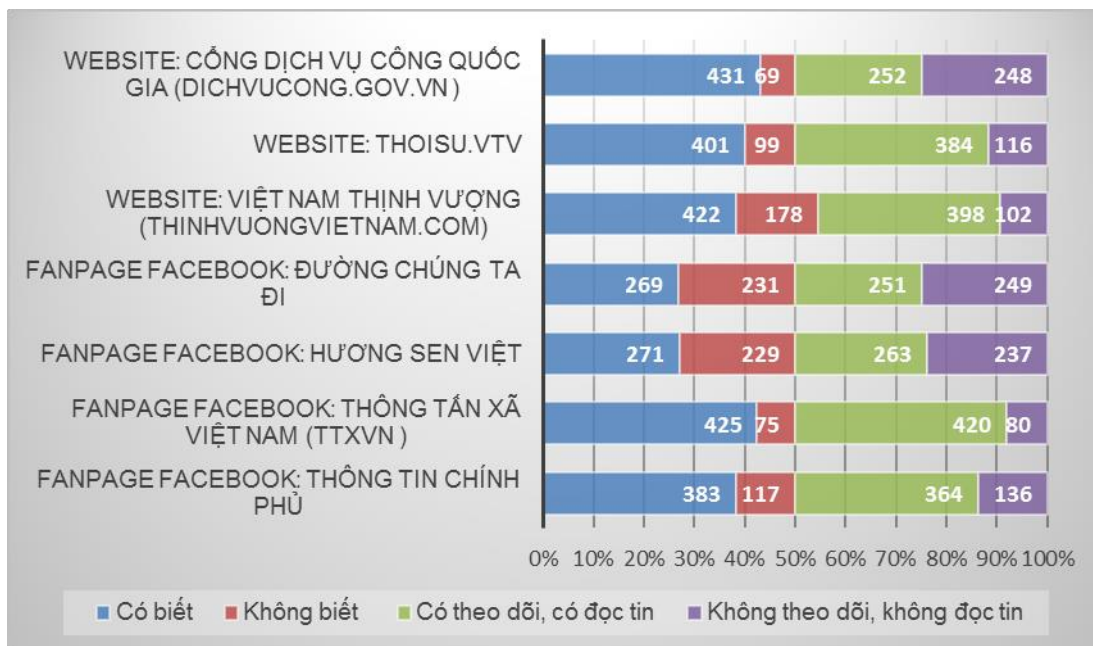
của Đảng và Chính phủ như đã nêu ở trên thì mục poscast sắp xếp tin theo từng chủ đề, từng nội dung chuyên biệt hoặc các phim tài liệu dài tập, dài kỳ.

3.1.2. Đánh giá chung về thực tiễn ứng dụng các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay

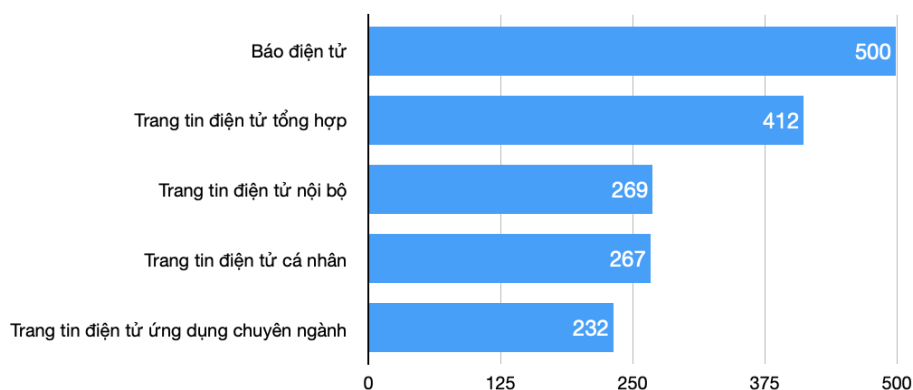
Thứ nhất, các PTTTM ở Việt Nam hiện nay đang được sử dụng phổ biến trong tuyên truyền chính trị bởi sự thâm nhập của các loại hình PTTTM vào đời sống xã hội Việt Nam, và sự sử dụng, hưởng ứng ngày càng tăng cao của người dân. Mặc dù trên thế giới, các loại hình PTTTM phát triển nhanh, mạnh, có sự ứng dụng công nghệ cao, nhưng ở Việt Nam, ứng dụng trong công tác tuyên truyền chính trị của Đảng thì phổ biến nhất vẫn là trang tin điện tử và mạng xã hội.

Thứ hai, trước thực trạng ảnh hưởng của PTTTM đối với đời sống xã hội như vậy, Đảng và Nhà nước chú trọng và dành sự quan tâm đặc biệt đối với loại hình PTTTM trong việc chuyển tải nội dung tuyên truyền chính trị đến với người dân như cấp phép hoạt động, xây dựng các trang tin điện tử, trang mạng xã hội chính thức. Đảng và Chính phủ coi các nền tảng mạng xã hội và trang tin điện tử có “sứ mệnh truyền cảm hứng lẫn nhau”, ví dụ như “YouTube thấu hiểu sứ mệnh của Cổng TTĐT Chính phủ là cung cấp những thông tin chính thống, đáng tin cậy hữu ích nhất cho người dân. Sứ mệnh đó đã truyền cảm hứng cho YouTube mang đến những thông tin giá trị hơn cũng như thúc đẩy hỗ trợ Cổng TTĐT Chính phủ phát triển mạnh mẽ hơn trên nền tảng YouTube”

Thứ ba, những trang TTĐT, BĐT và MXH chính thức của Đảng và Nhà nước thuộc diện khảo sát của luận án đang phục vụ cho công tác tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay đều được đa số người dân biết, có theo dõi, đọc tin và tương tác. Điều này cho thấy sự quan tâm và tin cậy của người dân đối với thông tin tuyên truyền chính trị trên các PTTTM.



Biểu đồ 3.1: Số liệu người dân biết và theo dõi một số trang TTĐT và MXH chính thức của Đảng và Nhà nước (Nguồn: tác giả tự khảo sát)



Biểu đồ 3.2: Số lượng người dân tiếp cận các thông tin và hoạt động tuyên truyền chính trị qua các loại hình trang thông tin điện tử chính thống

(Nguồn: Khảo sát của tác giả)

Theo đó, trong số các loại hình trang thông tin điện tử ở Việt Nam hiện nay, báo mạng điện tử (Báo điện tử Đảng cộng sản, Báo điện tử Chính phủ, VnExpress, Dân trí,...) và trang tin điện tử tổng hợp (24h, Cổng dịch vụ công quốc gia, trang web Việt Nam thịnh vượng,...) được lựa chọn nhiều nhất khi người dân muốn tìm hiểu thông tin tuyên truyền chính trị. Đặc biệt, với báo điện tử, tỷ lệ người dân lựa chọn khi muốn tìm hiểu thông tin tuyên truyền chính trị lên tới 100%. Trang tin điện tử tổng hợp đứng ở vị trí thứ hai với tỷ

lệ 82,4%. Trang tin điện tử ứng dụng chuyên ngành xếp cuối trong sự lựa chọn của người dân với tỷ lệ 46,4% [Biểu đồ 3.2]

Như vậy, các trang thông tin điện tử, đặc biệt là báo điện tử và trang tin điện tử tổng hợp vẫn là lựa chọn ưu tiên hàng đầu tại Việt Nam khi người dân có nhu cầu tiếp nhận các thông tin tuyên truyền chính trị. Nhờ những tính năng đặc thù và sự hội tụ công nghệ, các trang thông tin điện tử như báo điện tử, các trang thông tin tổng hợp,... đã tạo được dấu ấn và sức thu hút đối với công chúng. Tuy nhiên, MXH cũng đang ngày càng trở thành một trong những kênh truyền thông không thể thiếu trước bối cảnh nhiều độc giả ngày càng tìm tới loại hình này để tìm kiếm thông tin. Mặc dù, hiện nay đã có nhiều MXH chính thống phục vụ công tác TTCT của Đảng và Nhà nước, nhưng vẫn chưa tiếp cận được nhiều đến đại bộ phận người dân [Biểu đồ 3.1]. Trước thực tiễn như vậy, chủ thể TTCT cần tăng cường hơn nữa, đa dạng hơn nữa các kênh truyền thông để thông tin TTCT đến với người dân theo nhiều nguồn, nhiều cách khác nhau.

3.2. Thực trạng vai trò của phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay

3.2.1. Phương tiện truyền thông mới góp phần đưa thông tin nhanh chóng, kịp thời, đa chiều với tính tương tác cao về nội dung tuyên truyền chính trị

Một là, phương tiện truyền thông mới góp phần đưa thông tin nhanh chóng, kịp thời về nội dung tuyên truyền chính trị đến người dân

Vai trò này của PTTM tác giả tập trung khảo sát ở việc tuyên truyền 2 nội dung: Tuyên truyền về các sự kiện chính trị, quá trình chính trị diễn ra trong và ngoài nước; Và tuyên truyền, cổ vũ cuộc đấu tranh của Đảng, Nhà nước, Nhân dân ta chống các quan điểm sai trái, thù địch phủ nhận nền tảng tư tưởng, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước.

Nếu đặt trong mối tương quan với các PTTT truyền thống, BĐT là loại hình PTTM đưa thông tin nhanh chóng, kịp thời hơn cả. Với báo in, người dân phải đợi tới số định kỳ mới đọc được tin; với phát thanh, truyền

hình thì phụ thuộc vào khung giờ phát sóng. Nhưng với BĐT, thông tin gần như ngay tức thì, và không có hồi kết, mà luôn được cập nhật từng giờ, từng phút, thậm chí từng giây. Chẳng hạn như: Trước sự kiện chính trị quan trọng Tổng thống Mỹ Joe Biden sang thăm chính thức Việt Nam trong 2 ngày từ 10-11/9/2023, báo Vietnam Plus đã liên tục cập nhật tin tức và đăng loạt bài viết liên quan đến sự kiện này ngay từ khi Nhà trắng và Hà Nội thông tin chính thức về chuyến thăm. Ngoài việc đưa thông tin chuyến thăm, Báo cũng có những bài viết đánh giá về quan hệ hai nước, về sự thành công của chuyến thăm và tương lai quan hệ hai nước sau chuyến thăm này. Theo khảo sát của tác giả, chỉ riêng hai ngày 10 và 11/9/2023, Báo Vietnam Plus đã đăng 24 bài liên quan đến sự kiện tổng thống Joe Biden sang thăm chính thức Việt Nam, mỗi ngày đăng 12 bài, trung bình 2 giờ/ bài/ ngày. Riêng vào khoảng thời gian quan trọng như lễ đón Tổng thống, thời gian hai bên tập trung hội đàm và làm việc, thông tin được cập nhật từng phút (trung bình 3 phút/ bài). [Phụ lục 5]

Trên trang TTĐT news.vn.net.vn (Thông tấn xã Việt Nam), ngay sau khi tổng thống Mỹ chính thức xác nhận sẽ sang thăm chính thức cấp Nhà nước Việt Nam, trang đã đăng tải nhiều bài viết đánh giá về tiềm năng mối quan hệ Việt Nam - Mỹ. Trước thềm chuyến thăm chính thức từ ngày 10-11/9, trang TTĐT đã đăng liên tục mỗi ngày từ ngày 06/9 các bài viết xoay quanh mối quan hệ giữa hai nước như: “Đại sứ Marc Knapper: Thúc đẩy hợp tác Việt Nam-Hoa Kỳ dựa trên nền tảng sự hiểu biết và tin cậy”, bài đăng lúc 19:09 ngày 06/9/2023; “Đại sứ Phạm Quang Vinh: Tạo đà thúc đẩy, định hướng tương lai quan hệ Việt Nam – Hoa Kỳ”, bài đăng lúc 17:47 ngày 07/09/2023; “Thứ trưởng Hà Kim Ngọc: Chuyến thăm của Tổng thống Hoa Kỳ đến Việt Nam rất đặc biệt”, bài đăng lúc 20:16 ngày 08/9/2023; “Chuyến thăm của Tổng thống Joe Biden - Dấu mốc quan trọng đối với cả Việt Nam và Hoa Kỳ”, bài đăng lúc 16:58 ngày 09/9/2023. Đặc biệt, chỉ ít giờ trước khi chuyên cơ của Tổng thống Mỹ đáp xuống Hà Nội, trang tin đã có bài đăng định hướng thông tin đăng cho toàn bộ các báo, đài chính thống, thể hiện quan điểm nhất quán của truyền thông Việt Nam trước chuyến thăm

quan trọng này: “Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden đến Hà Nội, thăm cấp Nhà nước tới Việt Nam (Đề nghị các báo, đài sử dụng tin này vào ngày 10/9)”, bài đăng lúc 22:09 ngày 09/9/2023. Trong 2 ngày Tổng thống Mỹ thăm chính thức Việt Nam, trang tin đã đăng tổng 16 bài cập nhật liên tục hoạt động của hai bên phái đoàn Mỹ và Việt Nam, các cuộc hội đàm, gặp gỡ cấp cao, văn bản ký kết đều được đăng tải nhanh chóng, kịp thời, liên tục. [Phụ lục 6]

Cùng sự kiện này, trong không khí truyền thông cả nước đồng loạt đăng tải thông tin về chuyến thăm chính thức của Tổng thống Joe Biden sang Việt Nam, MXH facebook Hương Sen Việt cũng có một số bài đăng về thông tin này kèm những hình ảnh làm việc của Tổng thống Mỹ tại Việt Nam như: “4 vị Tổng thống Mỹ với 5 lần thăm Việt Nam...”, đăng lúc 15:46 ngày 9/9/2023; “Đại sứ Mỹ nói về những giây phút xúc động trong chuyến thăm của Tổng thống Joe Biden...”, bài đăng lúc 12:59 ngày 14/9/2023; “Mỹ cam kết phối hợp với Việt Nam điều tra vụ tấn công ở Đắk Lắk” bài đăng lúc 17:28 ngày 24/7/2023.

Phỏng vấn sâu của tác giả một số người dân về quan điểm của người dân đối với sự nhanh chóng, kịp thời của các thông tin tuyên truyền chính trị được đăng tải ở các trang TTĐT, đa số người dân được hỏi đều trả lời “luôn nhận được những thông tin nhanh chóng, kịp thời khi họ truy cập các trang TTĐT. Tôi có thói quen đọc tin hàng ngày, và thấy thông tin được cập nhật liên tục, đặc biệt là trước những sự kiện chính trị quan trọng trong nước và quốc tế; cũng như chủ trương và chính sách của Đảng và Nhà nước”. [Nữ, 21 tuổi, Nghệ An] [Phụ lục 2].

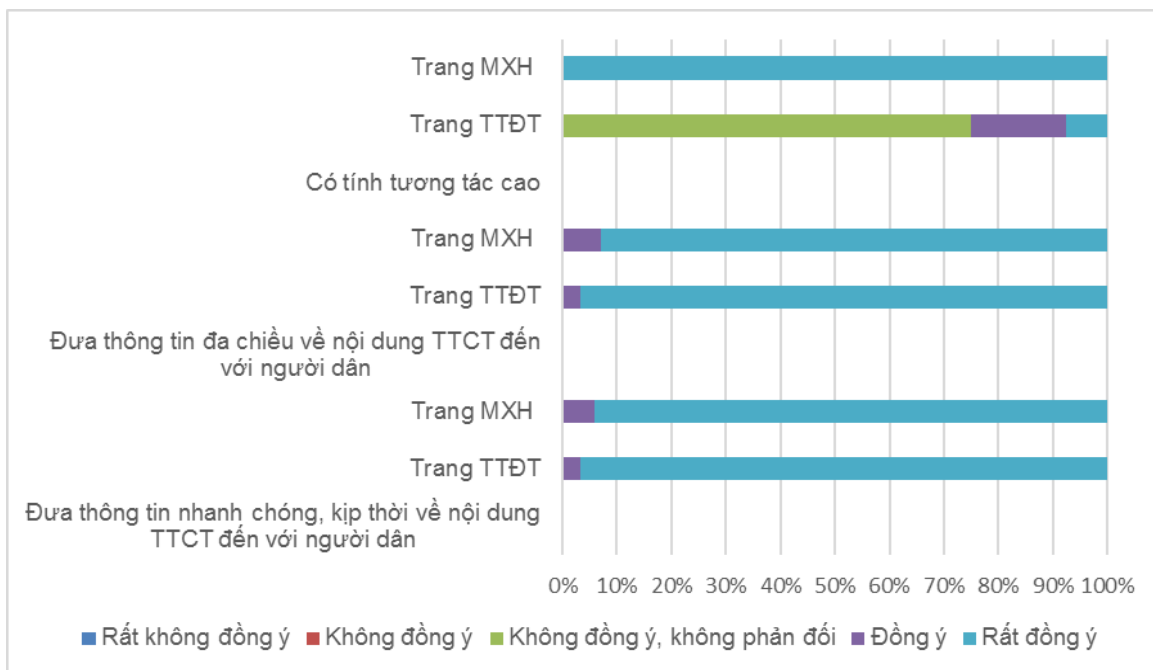
Thông tin nhanh chóng, kịp thời, tức thì, thậm chí trực tiếp tại hiện trường vốn là đặc tính nổi bật của MXH mà gần như không một loại hình PTTT nào theo kịp. Người dân theo dõi các trang facebook, chỉ cần một cái nhấp chuột là có được thông tin đi hoặc đến cực nhanh và cực rộng.

Phỏng vấn chuyên gia của Ban Tuyên giáo trung ương, khi được hỏi về PTTM trong TTCT, chuyên gia đưa ra quan điểm “PTTTM với đặc tính nhanh, tức thì, rất phù hợp để thực hiện tuyên truyền chính trị đến với người

dân. Ban Tuyên giáo trung ương vì vậy cũng đã thành lập các chuyên trang MXH với các mục đích chính khác nhau để phục vụ công tác này như trang Hương Sen Việt, ĐƯỜNG CHÚNG TA ĐI. Các trang này chúng tôi cập nhật thông tin thật nhanh, chính xác đến với người dân, đặc biệt trước những sự kiện trọng đại của đất nước, hoặc khi cần phải nhanh chóng phản bác các thông tin xấu, độc, xuyên tạc sự thật ở Việt Nam” [Phụ lục 3, phần A]

Phỏng vấn sâu đánh giá của một số người dân về quá trình lan toả thông tin nhanh chóng của mạng xã hội trong truyền tải thông tin tuyên truyền chính trị, đa số người dân đều đồng tình rằng “MXH là PTTT cực nhanh chóng trong việc truyền tải thông tin, đặc biệt là với những sự kiện chính trị nóng hổi. Tôi cảm thấy dễ theo dõi, bình luận và chia sẻ trên mạng xã hội. Điều quan trọng là tôi không còn cần phải chạy ra sạp báo, mua báo in hay đợi lịch phát sóng của truyền hình nữa, bất kỳ khi nào rảnh rỗi, hoặc có nhu cầu, tôi đều có thể nhanh chóng tìm kiếm thông tin trên MXH” [Nam, 31 tuổi, Phú Thọ] [Phụ lục 2].

Kết quả khảo sát của tác giả cho thấy, tỷ lệ cao người dân “rất đồng ý” với trang TTĐT và BDT đưa thông tin nhanh chóng, kịp thời và đa chiều về nội dung TTCT đến với người dân, với trên 90%; 100% người dân “đồng ý” với nhận định này. Tuy nhiên, về mức độ tương tác, có sự chênh lệch lớn trong quan điểm của người dân về hai loại hình PTTTM này. 75% người dân cho rằng trang TTĐT không có nhiều sự tương tác, trong khi 99,8% người dân đánh giá cao khả năng tương tác của MXH.



Biểu đồ 3.3: Đánh giá mức độ đồng ý của người dân đối với vai trò: “Phương tiện truyền thông mới góp phần đưa thông tin nhanh chóng, kịp thời, đa chiều với tính tương tác cao về nội dung tuyên truyền chính trị”

Nguồn: Tác giả khảo sát

Như vậy, BĐT, trang TTĐT và MXH đã thực sự là loại hình PTTM đáp ứng được nhu cầu thông tin nhanh chóng của người dân, với tỷ suất đăng bài nhanh, nhiều, kịp thời, góp phần cạnh tranh với các loại hình PTTT khác. Với các trang MXH chính thống của Đảng, Nhà nước, lợi thế là thông tin chuẩn, độ tin cậy cao, đang ngày càng thu hút được người dân truy cập.

Rank	Website	Category	Rank Change	Avg. Visit Duration	Pages / Visit	Bounce Rate
1	thuvienphapluat.vn	Law and Government > Government	=			
2	luatminhkhue.vn	Law and Government > Law and Government - Other	=			
3	chinhphu.vn	Law and Government > Government	=			
4	luatvietnam.vn	Law and Government > Legal	=			
5	masothue.com	Law and Government > Law and Government - Other	+1			

Hình 3.1: Xếp hạng các trang TTĐT trên lĩnh vực luật pháp và chính phủ tại Việt Nam tính đến tháng 6/2023 [180]

Trang TTĐT similarweb.com trong 6 tháng đầu năm 2023 đã xếp hạng danh sách các trang TTĐT trên lĩnh vực luật pháp và chính phủ có số lượng truy cập nhiều nhất, trong đó, cổng TTĐT Chính phủ (<http://chinhphu.vn>) đứng thứ 3 trong danh sách. Điều này cho thấy mức độ uy tín của trang khi người dân có nhu cầu tìm kiếm các thông tin về luật pháp cũng như chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước.

Hai là, phương tiện truyền thông mới góp phần đưa thông tin đa chiều với tính tương tác cao về nội dung tuyên truyền chính trị đến người dân.

Trong thời gian 6 tháng, từ 01/6/2022 – 30/11/2022, hai BĐT là BĐT - Đảng Cộng sản Việt Nam và Vietnam+ đăng rất nhiều tin, bài trên các chuyên mục phục vụ công tác TTCT, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh chống những luận điệu sai trái, xuyên tạc, đó là: Thứ nhất, Chuyên mục chuyên biệt cho hoạt động tuyên truyền của Đảng của BĐT Đảng cộng sản Việt Nam là “Bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng”: có 50 bài về các nội dung tuyên truyền chính trị được đăng tải, trung bình 4 ngày đăng tải 1 bài viết. Trong khi đó, chuyên mục “Xây dựng Đảng” của báo Vietnam+ đăng tải 39 bài (trung bình hơn 1 bài/ ngày); trong khi đó, cùng chuyên mục “Xây dựng Đảng”, BĐT Đảng Cộng sản đăng tải gấp hơn 3 lần với 126 bài (trung bình hơn 4 bài / ngày).

Trang TTĐT Việt Nam thịnh vượng có riêng chuyên mục “Góc nhìn đa diện” đề cập tới các vấn đề chính trị, bảo vệ chế độ nhưng dưới các góc nhìn khác nhau, khách quan và trực diện. Các bài viết được đăng tải thể hiện trình độ lý luận và nghiên cứu cao như: “Phủ nhận lý luận về chủ nghĩa tư bản độc quyền của V.I.Lênin hay che đậy bản chất bóc lột của chủ nghĩa tư bản?”, bài đăng lúc 03:38’, ngày 26/11/2022; “Quét sạch căn bệnh “giả dối” để môi trường văn hóa công vụ trong lành hơn!”, bài đăng lúc 06:27’ ngày 16/11/2022; hay “Có phải giai cấp công nhân đang “trung lưu hóa” và không còn sứ mệnh lịch sử?”, bài đăng lúc 10:21’ ngày 27/09/2022,... Với trang tin của Thông tấn xã Việt Nam news.vn.net.vn thì chia ra làm các chuyên mục

nhỏ với nhiều thông tin tuyên truyền chính trị từ trong nước, ra thế giới. Đặc biệt, trang có mục hộp thư luôn nổi hình ảnh ở phía cuối trang, để bạn đọc có thể gửi phản hồi ý kiến.

Trang Facebook Việt Nam Thịnh Vượng có riêng một mục “Đánh giá” của người dân khi họ nhận các thông tin tuyên truyền chính trị trên trang này. Một số độc giả đã rất ủng hộ trang và cho rằng, trang fanpage là rất đáng để “*đề xuất*” và lan toả. Một tài khoản facebook có tên “Thu Le” đã đề xuất Việt Nam Thịnh Vượng và nêu quan điểm về trang facebook này: “Lan tỏa thông tin tích cực, cách nhìn khách quan, đa chiều”; tài khoản có tên “Anh Ngoc” cũng đồng quan điểm khi cho rằng các bài viết trên trang là “Tuyệt vời, cần nhiều thông tin bổ ích để bảo vệ chế độ, đất nước, dân tộc”; hay tài khoản có tên “Son Bac” cũng cho rằng “bài viết chất lượng, tương tác tốt, rất nên học tập kinh nghiệm quản trị”.



Hình 3.2: Đánh giá của độc giả về trang facebook Việt Nam Thịnh Vượng
(Ảnh tác giả chụp màn hình ngày 7/3/2023)

Nếu so sánh với các trang TTĐT, thì MXH thường không tập trung phân tích nội dung thông tin có chiều sâu như các bài viết được đăng trên trang TTĐT, mà chỉ chủ yếu dưới dạng cung cấp, giải thích thông tin. Nội dung đó đôi khi được đăng tải khá đầy đủ, đôi khi chỉ 1,2 dòng hiển thị. Bởi

nếu quá dài, sẽ khiến người đọc nản khi tiếp nhận thông tin. Tuy nhiên, MXH lại nổi bật hơn trang TTĐT với tính năng tương tác cao vì có phần bình luận, nút biểu thị ý kiến (thích, yêu thích, thương, haha, buồn, phẫn nộ) và có thể chia sẻ bài viết. Do vậy, với những nội dung tuyên truyền chính trị, đạt nhiều sự tương tác, xem, chia sẻ, bình luận, đồng nghĩa với việc Đảng và Nhà nước có thể sử dụng dữ liệu ấy để phân tích quan điểm của người dân, để từ đó có những đường lối, chính sách phù hợp.

Các nội dung về tuyên truyền chính trị khi đăng tải với tỷ suất tương đối dày như vậy, nên đã được phân tích dưới nhiều góc độ, nhiều quan điểm khác nhau, thể hiện sự đa chiều trong thông tin cung cấp tới độc giả: góc độ của các nhà phân tích trên nhiều lĩnh vực như văn hoá - tư tưởng, quân sự,... hoặc từ những kinh nghiệm, sáng kiến hoạt động, vấn đề đặt ra đối với công tác tuyên truyền chính trị từ phía các địa phương trên cả nước,...

Phòng vấn chuyên gia của Ban Tuyên giáo trung ương, khi được hỏi về tính tương tác, đa chiều của các thông tin trên các trang TTĐT và MXH, chuyên gia đưa ra quan điểm “Tính tương tác của PTTM, đặc biệt là MXH là đặc tính nổi bật nhất, so với PTTT truyền thống. Chính điều này cũng góp phần tạo nên sự đa chiều của thông tin khi nhiều ý kiến quan điểm khác nhau được thể hiện trên các trang này. Đa chiều ở đây gắn với sự đa dạng, nhưng cũng gắn với phức tạp” [Phụ lục 3, phần A]

Phòng vấn sâu một số người dân, có ý kiến nêu quan điểm rằng: “hiện nay, các BĐT và trang TTĐT chính thống của Đảng và Nhà nước không còn bị đóng khung bởi những quan điểm khô cứng, mà ngày càng trở nên đa chiều và được tiếp cận dưới nhiều góc độ hơn. Do vậy, thông tin trở nên thú vị, phù hợp với nhiều đối tượng hơn. Tuy nhiên mặc dù có những mục để phản hồi ý kiến, tương tác, nhưng những mục này chưa thực sự phát huy được hiệu quả. Do vậy thông tin đưa ra chủ yếu là một chiều, từ phía chủ thể, người dân chưa được đóng góp nhiều” [Nữ, 60 tuổi, Hà Nội]. Một số ý kiến tán đồng tác giả tổng hợp lại như: người dân cảm thấy hoang mang khi thông tin trên MXH

quá nhiều, không biết nguồn từ đâu, và chưa được kiểm chứng, đặc biệt là các thông tin về chủ trương mới, chính sách mới. Vì vậy, người dân mong muốn có nhiều hơn các trang MXH chính thống của Đảng và Nhà nước, để họ yên tâm về thông tin nhận được và tin tưởng thực hiện theo.

Có thể thấy rằng, các trang MXH chính thống của Đảng và Nhà nước đang thực sự chiếm lĩnh một vai trò quan trọng và không thể nào thiếu trong bối cảnh loại hình truyền thông xã hội này len lỏi mọi ngóc ngách trong đời sống xã hội Việt Nam. PTTTM ở Việt Nam hiện nay mà tiêu biểu là BĐT và trang TTĐT chính thống của Đảng và Nhà nước và MXH đã góp phần lớn trong việc chuyển tải thông tin nhanh chóng, kịp thời, đa chiều về nội dung tuyên truyền chính trị đến với người dân. Việc xây dựng các trang MXH chính thống không chỉ giúp chủ thể tuyên truyền chính trị chuyển tải nội dung thông tin đến người dân, mà còn giúp người dân tiếp nhận được thông tin chính xác, dễ dàng. Hiện nay, các BĐT, trang TTĐT, và MXH chính thống của Đảng và Nhà nước đã có ứng dụng công nghệ số và tích hợp đa phương tiện để thu hút người dân đến với thông tin. Tuy nhiên, mặc dù các thông tin tuyên truyền chính trị trên các trang TTĐT đã đa dạng, dễ tiếp cận hơn rất nhiều, nhưng vẫn còn mang tính một chiều, người dân chưa thực sự phát huy được quyền đóng góp ý kiến, bình luận, tương tác với mỗi thông tin mà các trang này đưa ra. Sự nhanh chóng, kịp thời, đa chiều cũng đưa ra những mặt trái như thông tin chưa có thời gian cho sự kiểm chứng kỹ lưỡng, nhiều nguồn tin dễ có rủi ro cho tin giả,... Điều này đặt ra vấn đề về vai trò của chủ thể chính trị trong việc phát huy và tận dụng triệt để lợi thế của PTTTM trong TTCT, bởi các nội dung TTCT cần có sự lựa chọn cách thức chuyển tải phù hợp với đối tượng dân chúng đa dạng trong xã hội. Thực tế diễn ra hiện nay cho thấy không phải trang TTĐT hay BĐT nào cũng được ứng dụng đa phương tiện, nhiều bài đăng TTCT vẫn chuyển tải nội dung sử dụng hình thức truyền thống (văn bản, kèm hình ảnh), do vậy làm giảm bớt sức hấp dẫn và thu hút đối với độc giả.

3.2.2. Phương tiện truyền thông mới góp phần nâng cao nhận thức chính trị của người dân

Như trong chương 1, khung phân tích đã đề cập, *nâng cao nhận thức chính trị của người dân cần được thực hiện theo các cấp độ: cho người dân biết, người dân hiểu, người dân nhớ, người dân phân tích và người dân vận dụng*. Do vậy, chủ thể TTCT đã thông qua các PTTTM để truyền tải đầy đủ các thông tin TTCT đến người dân, thực hiện quyền tiếp cận thông tin của người dân.

Khảo sát của tác giả đối với BĐT Đảng cộng sản Việt Nam cho thấy: Chuyên mục “Hệ thống tư liệu – văn kiện Đảng” cập nhật nhanh chóng và đầy đủ các văn bản chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng ngay sau khi chủ trương, chính sách đó có hiệu lực, chia theo các nội dung cụ thể như: văn bản của Đảng, văn bản quy phạm pháp luật, văn bản chỉ đạo điều hành và nghị quyết của Chính phủ. Hệ thống văn bản được trình bày rõ ràng, mạch lạc, đầy đủ với số hiệu, trích yếu, ngày ban hành, ngày hiệu lực và file văn bản. Người dân có thể tải toàn văn bản về để đọc, tìm hiểu và nghiên cứu.

BẢO ĐIỆN TỬ ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM
HỆ THỐNG TƯ LIỆU - VĂN KIỆN ĐẢNG

C. MÁC - PH. ĂNGGHEN - V. I. LÊNIN - HỒ CHÍ MINH | LÃNH ĐẠO ĐẢNG, NHÀ NƯỚC | BỘ CHÍNH TRỊ, BAN BÍ THƯ, BAN CHẤP HÀNH TRUNG ƯƠNG | CÁC BAN ĐẢNG TRUNG ƯƠNG | CÁC ĐẢNG BỘ TRƯC THUỘC TRUNG ƯƠNG | TƯ LIỆU VĂN KIỆN ĐẢNG | HỆ THỐNG VĂN BẢN | HỒ SƠ - SỰ KIỆN NHÂN CHỨNG

HỆ THỐNG VĂN BẢN
Văn bản của Đảng | Văn bản quy phạm pháp luật | Văn bản chỉ đạo điều hành | Nghị quyết của Chính phủ

Từ khóa: Số hiệu:

Loại văn bản: Lĩnh vực:

Cơ quan BH: Năm ban hành:

TÌM

Tim thấy: 514 kết quả

SỐ HIỆU	TRÍCH YẾU	NGÀY BAN HÀNH	NGÀY HIỆU LỰC	FILE
41/NQ-CP	Về việc bố trí vốn đối ứng của Dự án xây dựng đường cao tốc Bến Lức - Long Thành	30/03/2023	30/03/2023	
40/NQ-CP	Phê duyệt Chiến lược phát triển ngành Đo đạc và Bản đồ Việt Nam và xây dựng hạ tầng dữ liệu không gian địa lý quốc gia đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045	27/03/2023	27/03/2023	
38/NQ-CP	Về Đề nghị xây dựng Nghị quyết của Quốc hội về thí điểm	20/03/2023	20/03/2023	

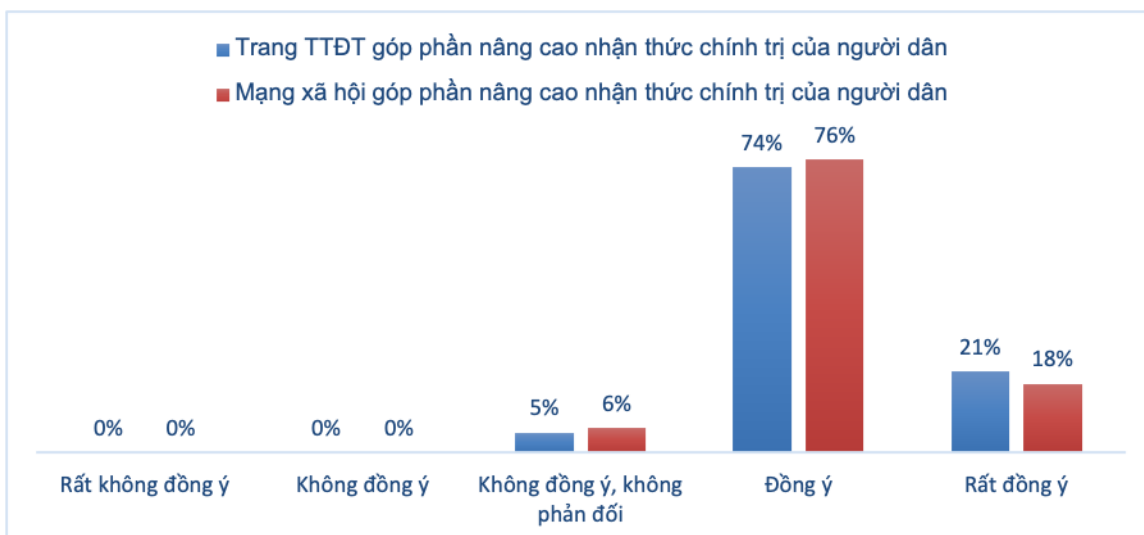
CHỦ TRƯỞNG, CHÍNH SÁCH MỚI
Phát huy thế mạnh của công tác tuyên truyền miệng đáp ứng yêu cầu tình hình mới
(ĐCSVN) - Ban Bí thư yêu cầu tăng cường sự lãnh đạo, chỉ đạo của các cấp ủy, tổ chức đảng, sự tham gia tích cực của cán bộ, đảng viên, nhất là người đứng đầu đối với công tác tuyên truyền miệng...

TƯ LIỆU VĂN KIỆN ĐẢNG
Lịch sử Đảng
Đảng kỳ
Điều lệ Đảng

Hình 3.3: Chuyên mục “Hệ thống tư liệu – văn kiện Đảng” trên BĐT Đảng cộng sản Việt Nam

Để bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng và trước thực trạng một bộ phận người dân bị hoang mang, xao động, thậm chí, bị lôi kéo, lợi dụng đi theo các phần tử phản động, trang TTĐT Việt Nam thịnh vượng đăng tải nhiều, với tần suất tương đối cao các bài viết nhằm phân tích phản bác, vạch trần, và kêu gọi người dân hành động trước những âm mưu thâm độc của thế lực thù địch. Từ những bài viết giải thích cho người dân biết và hiểu thông tin như: “Bẻ gãy luận điệu đòi “phi chính trị hoá” Quân đội nhân dân Việt Nam”, đăng lúc 08:30 ngày 22/12/2022; đến những bài viết kêu gọi sự hành động và vận dụng của nhân dân như “Hãy yêu nước một cách sáng suốt”, đăng lúc 14:36 ngày 20/06/2023 trước sự việc cùng ngày khi lực lượng chức năng đã bắt giữ được 74 nghi phạm liên quan đến sự việc xảy ra tại 2 xã Ea Tiêu và Ea Ktur thuộc huyện Cư Kuin, tỉnh Đắk Lắk.

Một trong những trang MXH tiêu biểu truyền tải thông tin chính xác, nhưng rất ngắn gọn, dễ nhớ, dễ hiểu, đó là trang Facebook “Thông tin Chính phủ”. Trang fanpage thành lập riêng một nhóm “Xây dựng chính sách pháp luật” với 140.000 thành viên (tính đến hết tháng 6/2023). Nhóm hoạt động công khai, người dân có thể theo dõi nhóm hoặc gia nhập với tư cách thành viên. Hàng ngày, trên bảng tin của Nhóm đăng tải các chính sách, văn bản luật, quyết định, chỉ thị,... của Đảng, Nhà nước và các Bộ, Ban, Ngành ban hành trên mọi lĩnh vực. Hoạt động của Nhóm đã giúp các chính sách đến gần với người dân, giúp người dân hiểu hơn về chính sách, pháp luật.



Biểu đồ 3.4: Kết quả khảo sát người dân về vai trò của PTTM góp phần nâng cao nhận thức chính trị của người dân

(Nguồn: Tác giả tự khảo sát)

Kết quả khảo sát của tác giả cho thấy, đa số người dân khi được khảo sát đều “đồng ý” cho rằng trang TTĐT và MXH đã góp phần nâng cao nhận thức chính trị của người dân (74% đồng ý với trang TTĐT, 76% đồng ý với trang MXH), từ cấp độ thấp nhất là tiếp cận, đến cấp độ hiểu nội dung thông tin. [Phụ lục 1]

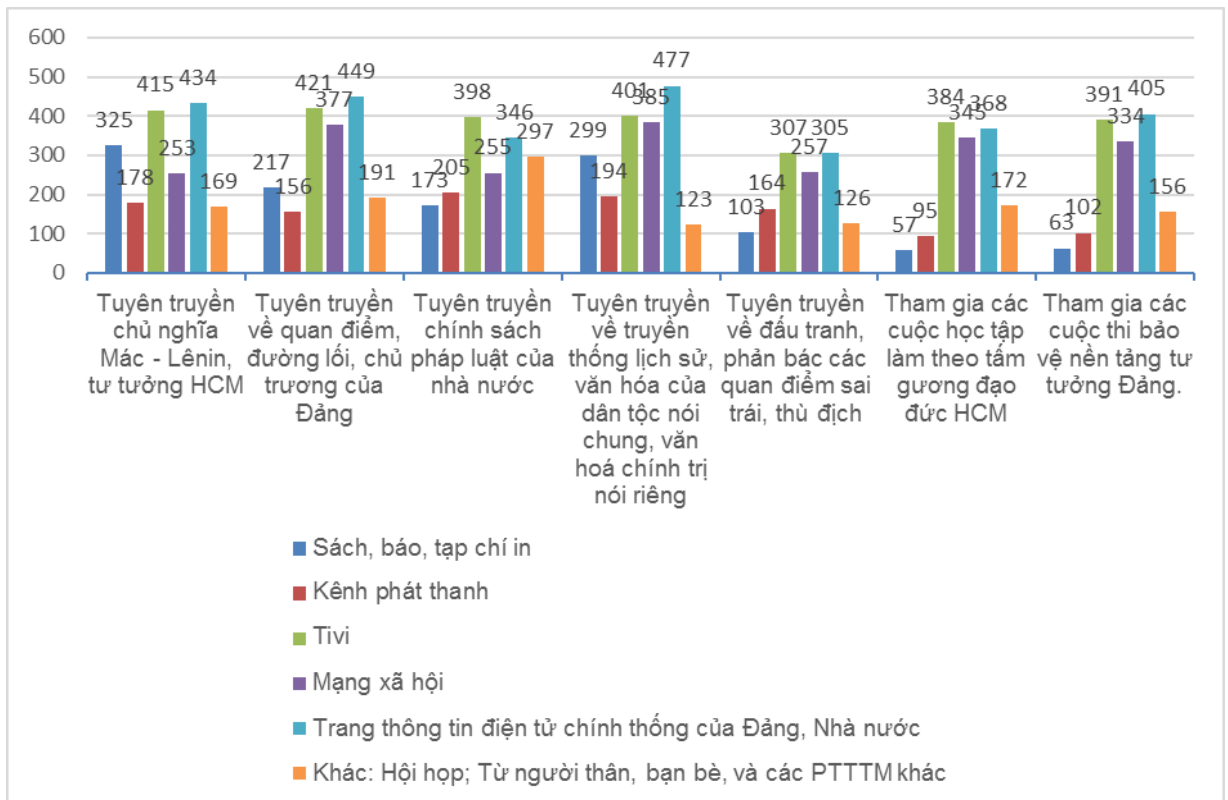
Phỏng vấn sâu của tác giả đối với chuyên gia Bộ Thông tin và Truyền thông, chuyên gia cho ý kiến rằng: “PTTTM đóng vai trò rất quan trọng trong bối cảnh công nghệ 4.0 hiện nay, đặc biệt khi trang TTĐT và MXH đưa thông tin tuyên truyền chính trị. Việc các trang TTĐT và MXH đưa các thông tin chính xác, đầy đủ, tin cậy đã giúp nâng cao nhận thức của người dân về thông tin. Đặc biệt khi nhiều luồng thông tin đa chiều, thì thông tin đăng tải trên các kênh chính thống như thế này như kim chỉ nam định hướng cho người dân nhận thức rõ nét về các thông tin chính thức” [Phụ lục 3, phần A]. Phỏng vấn sâu của tác giả đối với người dân, có ý kiến cho rằng “Các trang trên tôi đều biết cả (các trang TTĐT và MXH tác giả khảo sát - tác giả), mỗi khi cần tra cứu thông tin, tôi chỉ truy cập vào những trang TTĐT hoặc MXH chính thống như này để cập nhật thông tin và thu thập thông tin

chính thức” [Nam, 42 tuổi, thành phố Hồ Chí Minh]. Để thực hiện, chủ thể tuyên truyền cung cấp thông tin website, hệ thống quản lý văn bản điện tử thống nhất, thông suốt; hợp tác với các cơ quan truyền thông, thông tấn báo chí để truyền tải thông điệp và có chiến lược truyền thông bài bản, toàn diện (phát huy nhiều kênh, nhiều hình thức như hợp báo, cung cấp thông tin cho báo chí, công báo, từ “lời nói đến việc làm” ...). Tùy từng đối tượng tuyên truyền khác nhau mà các nội dung thông tin được chủ thể đưa ra phù hợp, từ đó có những cách thức truyền tin khác nhau đối với mỗi loại hình PTTTM.

Bên cạnh đó, từ việc truyền tải thông tin để người dân biết, người dân hiểu và phân tích về các nội dung TTCT, chủ thể TTCT còn có mục đích thông qua việc truyền tải thông tin trên các PTTTM để tăng cường lập trường tư tưởng chính trị vững vàng cho người dân. Kết luận số 21-KL/TW, ngày 25/10/2021 của Đảng cũng nhấn mạnh: “Một bộ phận cán bộ, đảng viên, trong đó có cả cán bộ lãnh đạo, quản lý nhận thức chưa đầy đủ tính chất, tầm quan trọng của công tác xây dựng, chỉnh đốn Đảng; chưa nêu cao tinh thần trách nhiệm, thiếu gương mẫu, phai nhạt lý tưởng, giảm sút ý chí, sa vào chủ nghĩa cá nhân, nói chưa đi đôi với làm, vi phạm kỷ luật đảng, vi phạm pháp luật”. Như vậy có thể thấy, để tăng cường lập trường tư tưởng vững vàng cho người dân, thì nhận thức đúng đắn về chủ trương, đường lối, về con đường cách mạng của Đảng là điều cốt lõi hàng đầu. Từ những nhận thức chính trị đúng đắn, vững vàng đó, người dân có khả năng nhận diện, đấu tranh và “miễn dịch” với các thông tin xấu, độc, chống phá nền tảng tư tưởng của Đảng. Trong quá trình thực hiện phỏng vấn sâu, một số đối tượng phỏng vấn trả lời rằng họ truy cập trang TTĐT và MXH hàng ngày, thời gian truy cập tùy thuộc vào mục đích tìm hiểu thông tin để giải trí hay để học tập, làm việc hay để nâng cao nhận thức về các vấn đề quan tâm. Trong số các trang TTĐT và MXH thì BĐT Vietnam+, cổng TTĐT Chính phủ và trang MXH Thông tin Chính phủ là các trang được một số đối tượng phỏng vấn truy cập “thường xuyên” nhất. Theo đó, ý kiến của một số người dân khi được hỏi như sau:

“BĐT Vietnam+ là trang báo yêu thích nhất của tôi, bởi sự mới mẻ và hiện đại trong cách thức truyền tải thông tin. Chuyên mục yêu thích của tôi tại trang báo này là Mega Story và Podcast, hầu như ngày nào tôi cũng vào đọc/ nghe tin” [nữ, 32 tuổi, Hà Nội]; “Tôi thường xuyên vào đọc tin từ cổng TTĐT Chính phủ, bởi tôi rất quan tâm đến vấn đề chính trị trong và ngoài nước, tôi thường truy cập vào giờ nghỉ trưa ở nơi làm việc” [nam, 43 tuổi, Phú Thọ]; “Tôi đã like và follow trang facebook của Chính phủ, vừa được thoả mãn yêu thích lướt MXH, vừa tiếp cận được thông tin chính thức của Đảng và Nhà nước mà không phải lo ngại về tin giả” [nữ 27 tuổi, Đắk Lắk]. Ngoài ra, cũng có quan điểm cho rằng, “các trang TTĐT và MXH đưa ra đều là những trang chính thống của Đảng và Nhà nước để thông tin tuyên truyền đến với người dân, do vậy khi truy cập, tôi không còn phải lo ngại về trang giả mạo, tin giả nữa” [nam, 51 tuổi, Hà Nội]. [Phụ lục 2]

Có thể thấy rằng, tần suất truy cập thường xuyên của đối tượng khảo sát, sự lựa chọn các trang TTĐT và MXH chính thống của Đảng, Nhà nước, thay vì các trang không rõ nguồn gốc cho thấy nhu cầu của nhân dân đối với việc tiếp nhận thông tin; từ đó, chủ thể TTCT thông qua PTTTM có những chiến lược cung cấp thông tin để nâng cao nhận thức của người dân về chính trị, từ đó xây dựng cho người dân khả năng “miễn dịch” trước mọi sự “tấn công” của tin sai lệch, tin xấu độc. Khảo sát của tác giả về mức độ tiếp cận thông tin nội dung tuyên truyền chính trị trên các trang TTĐT và MXH của người dân đối với các nội dung TTCT (trong tương quan với các PTTT truyền thống)



Biểu đồ 3.5: Số lượng người dân tiếp cận các thông tin và hoạt động tuyên truyền chính trị qua các loại hình PTTT (Nguồn: Tác giả tự khảo sát)

Phân tích biểu đồ 3.5 tổng hợp từ số liệu tác giả khảo sát cho thấy mức độ tiếp cận và lựa chọn cao của người dân trên các trang TTĐT và MXH chính thống của Đảng và Nhà nước khi họ muốn tìm đọc các nội dung TTCT. Trung bình hơn 60% đối tượng khảo sát lựa chọn trang TTĐT là điểm đến để họ tiếp nhận thông tin; trên 50% đối tượng khảo sát lựa chọn trang MXH là điểm đến để họ tiếp nhận thông tin. Trong đó:

Thứ nhất là, nội dung “tuyên truyền về truyền thống lịch sử, văn hóa của dân tộc nói chung, văn hoá chính trị nói riêng” được người dân tìm hiểu trên các trang TTĐT và MXH chính thống nhiều nhất, với lần lượt là 477 bình chọn (chiếm 95,4%) và 385 bình chọn (chiếm 77%) Trên trang TTĐT, nội dung người dân tìm đọc ít nhất là “tuyên truyền chính sách pháp luật của Nhà nước” với 297 bình chọn (chiếm 59,4%); trong khi đó, nội dung này được người dân tiếp cận nhiều nhất là thông qua các chương trình trên tivi

(398 lượt bình chọn, chiếm 79,6%). Điều này cho thấy, để tìm hiểu các chính sách, pháp luật của Nhà nước, mặc dù trên trang TTĐT được đăng tải rất bài bản, khoa học (như phần 3.2.2 đã trình bày), nhưng người dân vẫn chưa biết đến nhiều hoặc người dân vẫn đặt niềm tin vào loại hình PTTT truyền thống hơn do đặc tính nổi bật nhất của các PTTT truyền thống là nguồn tin rất đáng tin cậy do được kiểm duyệt chặt chẽ.

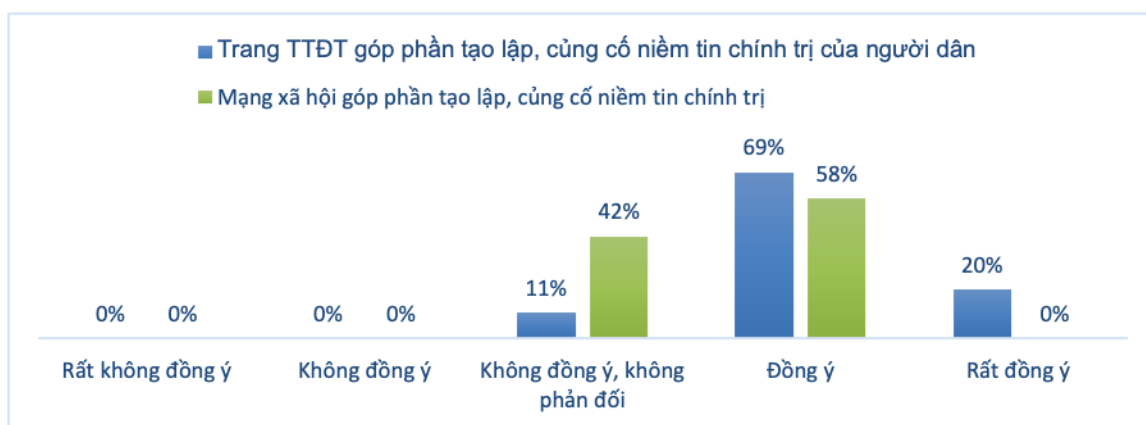
Thứ hai là, trên MXH, nội dung “Tuyên truyền chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh” là nội dung người dân ít đọc nhất (253 bình chọn, chiếm 50,6%). Với nội dung này, lượt chọn của người dân cao nhất khi họ tiếp nhận thông tin là tại các trang TTĐT (434 lượt chọn, chiếm 86,8%) và trên tivi (415 lượt chọn, chiếm 83%). Điều này cho thấy, với nội dung tuyên truyền chính trị này, lựa chọn của người dân đối với PTTM và PTTT truyền thống (sách, báo, tạp chí in; kênh phát thanh) gần như là ngang nhau, PTTM chỉ vượt hơn với số lượng không đáng kể. Về tổng thể, dựa trên biểu đồ kết quả khảo sát, với mỗi nội dung tuyên truyền chính trị cho thấy: về cơ bản, tỷ lệ người dân lựa chọn trang TTĐT và MXH để tiếp nhận thông tin cao hơn so với tỷ lệ lựa chọn PTTT truyền thống (đặc biệt với loại hình sách, báo, tạp chí in và phát thanh thì tỷ lệ rất thấp). Tuy nhiên riêng với loại hình tivi, truyền hình, sự lựa chọn của người dân về cơ bản thấp hơn so với trang TTĐT và MXH nhưng thấp hơn không nhiều.

Tóm lại, với việc các trang TTĐT và MXH đưa thông tin chính thức, đa dạng, với số lượng nhiều và khối lượng thông tin phong phú, người dân đã được đáp ứng quyền được thông tin của cá nhân. Những thông tin ấy đã góp phần gia tăng sự hiểu biết của người dân về các nội dung tuyên truyền chính trị, từ đó nâng cao nhận thức của người dân, giúp người dân tăng cường khả năng nhận diện thông tin xấu, độc, sai lệch về nội dung thông tin TTCT.

3.2.3. Phương tiện truyền thông mới góp phần tạo lập, củng cố niềm tin chính trị của người dân và cổ vũ người dân tham gia vào các hoạt động chính trị

Thứ nhất, PTTM góp phần tạo lập, củng cố niềm tin chính trị của người dân. Dựa trên hai cơ chế hình thành niềm tin cho thấy, dù ở cơ chế nào thì việc tiếp nhận thông tin và nhận thức sâu sắc, đúng đắn về nội dung thông tin cũng là yếu tố tiên quyết quyết định thái độ của người dân đối với thông tin mà chủ thể đưa ra.

Hiện nay, không gian mạng là nơi thế lực thù địch không ngừng đưa ra những thủ đoạn chiến lược nhằm xuyên tạc chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, xuyên tạc con đường đi lên chủ nghĩa xã hội của dân tộc ta, nhằm làm suy giảm niềm tin chính trị của nhân dân đối với Đảng, với chế độ. Trên lĩnh vực chính trị - tư tưởng, chúng thực hiện âm mưu diễn biến hoà bình, tuyên truyền rằng chủ nghĩa Mác – Lênin đã lỗi thời, là sai lầm khi tiếp tục xây dựng chủ nghĩa xã hội lấy chủ nghĩa Mác – Lenin, tư tưởng Hồ Chí Minh làm kim chỉ nam. Trước tình hình đó, Đảng và Nhà nước ta thường xuyên thực hiện tuyên truyền mạnh mẽ trên các PTTM, nhằm củng cố và nâng cao niềm tin của người dân với các nội dung TTCT, từ đó nâng cao niềm tin xã hội đối với Đảng, Nhà nước và đối với chế độ.



Biểu đồ 3.6: Kết quả khảo sát người dân về vai trò của PTTM góp phần tạo lập, củng cố niềm tin chính trị của người dân

(Nguồn: Tác giả tự khảo sát)

Khảo sát của tác giả cho thấy, tỷ lệ người dân đồng ý với vai trò “PTTM góp phần củng cố, tạo lập niềm tin chính trị là tương đối cao, 69% với loại hình trang TTĐT, MXH đạt tỷ lệ thấp hơn với 58%. Tỷ lệ rất đồng

ý, trang TTĐT cũng đạt tỷ lệ cao hơn MXH với 20% và 0% lựa chọn nào cho đáp án này. Về tổng thể, người dân vẫn lựa chọn trang TTĐT là điểm đến đáng tin cậy hơn so với MXH khi họ tiếp nhận thông tin TTCT. Điều này lý giải là bởi nhiều người dân chưa biết đến các trang MXH chính thống của Đảng và Chính phủ, nên họ sẽ tìm đến lựa chọn an toàn hơn tại các trang TTĐT. Như một người dân đưa ra quan điểm như sau: “Nhiều khi tôi cảm thấy hoang mang khi thông tin trên MXH quá nhiều, không biết nguồn từ đâu, và chưa được kiểm chứng, đặc biệt là các thông tin về chủ trương mới, chính sách mới. Vì vậy, chúng tôi mong muốn có nhiều hơn các trang MXH chính thống của Đảng và Nhà nước, để chúng tôi yên tâm về thông tin nhận được và yên tâm thực hiện theo” [Nữ, 42 tuổi, Thanh Hoá]

Xét trên cơ chế xử lý biến đổi, cấu tạo lại tri thức để hình thành niềm tin cá nhân, tác giả phỏng vấn sâu đối với một số người dân về thái độ, cảm xúc của họ khi tiếp cận các thông tin TTCT trên trang TTĐT và MXH: đa số người dân đều hài lòng với những thông tin TTCT mà họ đọc, và không có ai cảm thấy ít hài lòng với những nội dung thông tin này. Điều này không chỉ cho thấy niềm tin của nhân dân sẽ ngày càng được nâng cao khi họ cảm thấy hài lòng với thông tin TTCT họ nhận được trên trang TTĐT, MXH; mà còn thể hiện sự hiệu quả của Đảng và Nhà nước trong việc thực hiện TTCT trên các loại hình PTTM. [Phụ lục 2]

Thứ hai, PTTM góp phần cổ vũ người dân tham gia vào các hoạt động chính trị

Các PTTM đóng vai trò thu hút, gây sự chú ý của người dân đối với vấn đề chính trị; đồng thời là kênh thông tin quan trọng để đưa thông tin tuyên truyền chính trị của Đảng và Nhà nước tới người dân như: các quyết định chính trị, dự thảo luật, các giải pháp phát triển kinh tế - xã hội, các vấn đề về giáo dục, y tế, môi trường,... Bên cạnh đó, PTTM cũng là “điểm dẫn” quan trọng của nhân dân trong việc phản hồi ý kiến, tâm tư, nguyện vọng, từ

đó giúp các nhà hoạch định chính sách xây dựng chính sách phù hợp ý Đảng, lòng dân.

Ngày 6/7/2023, trang “Thông tin Chính phủ” đã đăng tải bài viết lấy ý kiến của nhân dân về “*Đề xuất hỗ trợ cho học sinh bán trú vùng đồng bào dân tộc thiểu số với mức 900.000 đồng/ tháng*”. Ý kiến của bạn về đề xuất này như thế nào? Bài đăng đã nhận được gần 27.000 lượt bình chọn, cho thấy mức độ quan tâm và sự tham gia của nhân dân vào các hoạt động chính trị, nhưng cũng thể hiện quan điểm của Chính phủ coi trọng ý kiến, quan điểm của nhân dân [Hình 3.2]



Hình 3.4: Bài đăng lấy ý kiến người dân của trang Facebook Thông tin Chính phủ trên nhóm Xây dựng chính sách, pháp luật

Khảo sát trang facebook Xây dựng chính sách, pháp luật cho thấy, nhiều dự thảo văn bản chính sách sau khi được xây dựng, đã công bố công khai toàn văn lên nhóm, để từ đó lấy ý kiến phản hồi của người dân. Ví dụ như, ngày 5/7/2023, bài đăng “Bộ công thương đang lấy ý kiến của nhân dân đối với dự thảo Quyết định của Thủ tướng chính phủ quy định về cơ cấu biểu giá bán lẻ điện”...

Xây dựng chính sách, pháp luật
 Nhóm Công khai - 145,0K thành viên

Đã tham gia

Trang chủ của cộng đồng

Thông tin Chính phủ
 Quản trị viên - 5 Tháng 7

Bộ Công Thương đang lấy ý kiến của nhân dân đối với dự thảo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ quy định về cơ cấu biểu giá bán lẻ điện.

Theo dự thảo, cơ cấu biểu giá bán lẻ điện là bảng kê tỷ lệ phần trăm (%) của mức giá bán lẻ điện bình quân để tính giá bán lẻ điện cụ thể cho từng nhóm khách hàng sử dụng điện.

Tỷ lệ phần trăm (%) giá bán lẻ điện cho các nhóm khách hàng sử dụng điện so với mức giá bán lẻ điện bình quân được điều chỉnh theo thẩm quyền quy định chi tiết tại Phụ lục ban hành kèm theo Quyết định này.

Trường hợp cơ cấu tiêu thụ điện thay đổi, căn cứ mức giá bán lẻ điện bình quân được điều chỉnh theo thẩm quyền, giá bán lẻ điện cho các nhóm khách hàng sử dụng điện được phép điều chỉnh trong phạm vi $\pm 2\%$ so với tỷ lệ quy định.

Giá bán lẻ điện cho các nhóm khách hàng sử dụng điện được xác định căn cứ mức giá bán lẻ điện bình quân được điều chỉnh theo thẩm quyền và cơ cấu biểu giá bán lẻ điện.

Mời xem toàn văn dự thảo và góp ý [tại đây](#).

Hình 3.5: Bài đăng trên nhóm Xây dựng chính sách, pháp luật về việc Bộ Công thương lấy ý kiến của nhân dân đối với dự thảo Quyết định của Thủ tướng chính phủ quy định về cơ cấu biểu giá bán lẻ điện

Khảo sát công TTĐT của Chính phủ (<https://chinhphu.vn/>) cho thấy sự đa dạng và hiện đại trong việc thực hiện việc lấy ý kiến của người dân về chính sách, pháp luật với các chuyên trang, chuyên mục chuyên biệt:

(1) Chuyên trang “Xây dựng chính sách, pháp luật” (Diễn đàn của nhân dân, doanh nghiệp về xây dựng, thực thi chính sách, pháp luật): (<https://xaydungchinhhsach.chinhphu.vn/>). Chuyên trang diễn đàn đăng tải các nội dung trong giai đoạn hoạch định và tổ chức thực hiện chính sách: Chính sách mới; tọa đàm chính sách; tham vấn chính sách; chính sách và cuộc sống; hướng dẫn thực hiện chính sách và lấy ý kiến nhân dân dự thảo văn bản quy phạm pháp luật. Riêng chuyên mục “Lấy ý kiến nhân dân dự thảo VBQPPL”, các VBQPPL được đăng toàn văn, kèm thời hạn lấy ý kiến nhân dân, và đường dẫn để người dân góp ý văn bản.

(2) Chuyên trang “Góp ý, hiến kế, kiến nghị gửi đến Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ” (<https://chinhphu.vn/gop-y-hien-ke-kien-nghi-gui-den-chinh-phu-thu-tuong-chinh-phu>): nhân dân muốn góp ý văn bản, chính sách hay có bất kỳ kiến nghị nào đến Chính phủ thì có thể trực tiếp để lại thông tin cá nhân, điền nội dung muốn kiến nghị và gửi trực tiếp tại chuyên trang này

(3) Chuyên trang “Giải đáp chính sách online” (<https://chinh sach online.chinhphu.vn/>): chuyên trang đăng tải những câu hỏi, thắc mắc của người dân trong việc thực thi chính sách và các văn bản quy phạm pháp luật. Các câu hỏi, kèm tên người hỏi, thời gian hỏi và câu trả lời đều được công khai trên trang, dựa trên những văn bản, chính sách, pháp luật đã ban hành và có hiệu lực.

(4) Chuyên trang “Công báo nước CHXHCNVN”: danh mục toàn bộ văn bản, chính sách đang có hiệu lực thi hành với thuộc tính, sơ đồ và toàn văn được đăng tải giúp người dân tra cứu thông tin nhanh chóng, thuận tiện. Danh mục đăng công báo được liệt kê đầy đủ từng ngày, từng tháng.

(5) Chuyên mục “Chính phủ với công dân”: người dân để lại những kiến nghị đối với Chính phủ và gửi trực tiếp tại chuyên mục này.

Nhờ vào việc thông qua các trang TTĐT và MXH với tư cách như một kênh hạt nhân tích cực trong việc tuyên truyền, phổ biến nội dung của dự thảo Luật đất đai (sửa đổi) đến với công chúng. Các chuyên trang, chuyên mục đã được thiết lập để đáp ứng nhu cầu tiếp nhận thông tin về dự thảo văn bản, chính sách của người dân. Theo đó, đã có tổng số 20.537 tin, bài được đăng tải trên các trang TTĐT và MXH (tính đến tháng 9/2023). Các hình thức triển khai lấy ý kiến Nhân dân đối với dự thảo Luật đất đai (sửa đổi) rất đa dạng, phong phú từ việc thiết lập trang website riêng về lấy ý kiến Nhân dân (luatdatdai.monre.gov.vn); mở các cổng thông tin điện tử của Chính phủ, của các Bộ, ngành, cơ quan trung ương, địa phương; các hình thức ứng dụng công nghệ thông tin; các cuộc hội nghị, hội thảo trực tiếp đến tận cơ sở và cả hình thức góp ý trực tiếp bằng văn bản, qua các hộp thư góp ý

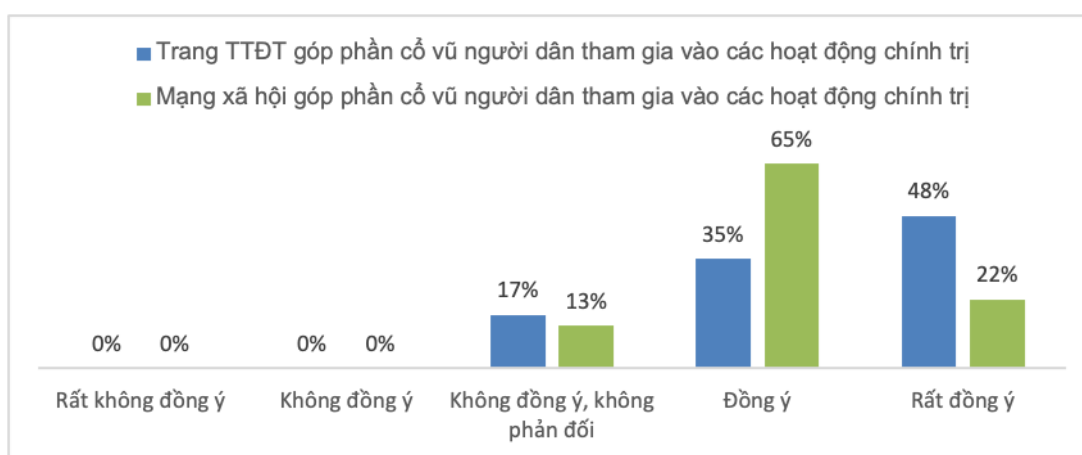
(luatdatdat@monre.gov.vn.) đã tạo thuận lợi cho các đối tượng góp ý dễ tiếp cận thông tin và gửi ý kiến góp ý của mình. Kết quả đến cuối tháng 4/2023 đã có hơn 12,0 triệu lượt ý kiến góp ý đối với dự thảo, ở các nội dung như: Thu hồi đất, bồi thường, hỗ trợ và tái định cư: 4.429 tin, bài (chiếm 21,6%); Giá đất và định giá đất: 4.190 tin, bài (chiếm 20,4%); Quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất: 3.485 tin, bài (chiếm 20%); Giao đất, cho thuê đất: 4.144 tin, bài (chiếm 20%); Đất cho đồng bào dân tộc thiểu số: 3.119 tin, bài (chiếm 15,2%).

Số liệu khảo sát cho thấy việc triển khai lấy ý kiến người dân về Dự thảo Luật đất đai (sửa đổi) trong đó có sự đóng góp lớn của các phương tiện truyền thông mới đã thực sự đến được với lòng dân, góp phần khơi dậy, cổ vũ tính tích cực, sáng tạo của người dân trong việc thực thi Dự thảo Luật đất đai (sửa đổi); đồng thời góp phần động viên người dân tham gia phân tích, đánh giá nội dung Dự thảo. Nhiều ý kiến góp ý của Nhân dân đối với dự thảo Luật đất đai (sửa đổi) rất tâm huyết, có chất lượng, vừa có tính lý luận và thực tiễn, đồng thời phù hợp với xu thế phát triển của thế giới.

Chuyên mục “Tham vấn chính sách” trên cổng TTĐT Chính phủ đăng tải những kiến nghị của các cơ quan/ cá nhân có thẩm quyền về việc sửa đổi/ bãi bỏ một số nội dung trong các văn bản chính sách hoặc VBQPPL sau một thời gian dài thực hiện, đến nay đã không còn phù hợp. Những kiến nghị này một mặt cũng được tổng kết trên cơ sở ý kiến đóng góp của nhân dân. Do vậy, nếu có bổ sung, chỉnh sửa, thì cũng cần đồng thời lấy ý kiến rộng rãi của nhân dân về các văn bản/ nội dung dự thảo sửa đổi/ bãi bỏ này. Tác giả khảo sát 6 tháng đầu năm 2023, từ 01/01/2023 đến 30/6/2023, trong đó có 330 các đề xuất được đưa ra để tất cả người dân, chuyên gia quan tâm tiếp nhận và phản hồi thông tin. Các đề xuất trên mọi lĩnh vực của đời xã hội như: (1) “Đề xuất 3 phương án đối với Quỹ bình ổn giá xăng dầu”, bài đăng lúc 16:55 - 12/01/2023; (2) “Cần nhìn nhận tương lai phát triển của ChatGPT, từ đó có những chính sách lâu dài và kịp thời”, bài đăng lúc 14:11 - 14/02/2023; (3)

“Đề xuất điều kiện hưởng trợ cấp hưu trí xã hội”, bài đăng lúc 16:13 - 06/03/2023; (4) “Sửa quy định về 'chấm điểm' nhân sự Quốc hội, HĐND bầu hoặc phê chuẩn” bài đăng lúc 10:12 - 19/04/2023; (5) “ĐBQH Lê Thanh Vân: Hoạt động lập pháp có 2 điểm nổi bật, 3 hạn chế cố hữu”, bài đăng lúc 13:19 - 23/05/2023; (6) Tổng hợp kết quả lấy ý kiến nhân dân và tiếp thu, hoàn thiện dự án Luật Đất đai (sửa đổi), bài đăng lúc 17:05 - 09/06/2023.

Có thể thấy rằng: Chuyên mục “Tham vấn chính sách” trên cổng TTĐT Chính phủ vừa đã thực sự là diễn đàn để người dân và các chuyên gia có thể thảo luận, trao đổi ý kiến về các vấn đề chính sách đang được quan tâm. Nhờ đó, chính sách được xây dựng và điều chỉnh không chỉ dựa trên kinh nghiệm thực tiễn mà còn phản ánh đúng nhu cầu và nguyện vọng của người dân. Sự tham gia tích cực của người dân trong quá trình tham vấn chính sách giúp nâng cao tính minh bạch, công khai và chất lượng của các văn bản pháp luật, đảm bảo tính khả thi và hiệu quả khi áp dụng.



Biểu đồ 3.7: Kết quả khảo sát người dân về vai trò của PTTM góp phần cổ vũ người dân tham gia vào các hoạt động chính trị

(Nguồn: Tác giả tự khảo sát)

Khảo sát của tác giả về đánh giá của người dân với vai trò: PTTM góp phần cổ vũ người dân tham gia vào các hoạt động chính trị thì tỷ lệ rất đồng ý và đồng ý là tương đối cao (trên 80% số người dân được hỏi thì họ đều đồng tình với vai trò này của PTTM).

Như vậy, PTTTM đã là phương tiện để các thông tin chính thống đến với người dân, từ đó nhận được sự phản hồi của người dân. Điều này cho thấy nhận thức của người dân đã được nâng cao. Người dân hiểu hơn quyền được thông tin và phản hồi chính sách của mình. Trong quá trình đó, PTTTM đóng vai trò như một cầu nối giữa người dân và Chính phủ, giúp các bên tương tác hiệu quả với nhau, nhờ đó nâng cao hiệu quả xây dựng, thực thi và đánh giá chính sách, giúp chính sách đi vào cuộc sống.

Tuy nhiên, theo kết quả phỏng vấn sâu của tác giả về việc gửi phản hồi của một số người dân tại một số trang TTĐT và MXH tiêu biểu, có ý kiến đều cho rằng “có biết đến các trang phổ biến như cổng TTĐT Chính phủ, Facebook Thông Tấn Xã Việt Nam,..., có đọc tin và theo dõi trang, có bày tỏ quan điểm (bằng cách thích, chia sẻ, dẫn nguồn, giới thiệu cho bạn bè, người thân,...) nhưng hầu như chưa bao giờ đóng góp ý kiến trực tiếp” [Nữ, 19 tuổi, Bắc Ninh]. Một số người dân sau khi nắm thông tin chính sách trên các trang này thì “phản hồi gián tiếp tại cơ quan, đơn vị trong các cuộc họp, hội nghị, hội thảo” [Nam, 37 tuổi, Hoà Bình] [Phụ lục 2]. Thực tế trên cho thấy, đôi khi hoạt động tuyên truyền chính trị qua các PTTTM cũng gặp những trở ngại, rủi ro nhất định như nội dung chưa truyền tải đúng, bị bóp méo, sai lệch; sự thờ ơ của người dân trong việc phản hồi/ đóng góp ý kiến khi nhận được thông tin chính sách; hay hạ tầng kỹ thuật còn hạn chế,...

Trong quá trình thực hiện phỏng vấn, đối tượng tác giả lựa chọn đa phần là những người thường xuyên truy cập và sử dụng trang TTĐT và MXH, họ truy cập và đọc tin từ nhiều trang khác nhau, từ nhiều nguồn khác nhau. Do vậy, đôi khi họ hoang mang về những thông tin tuyên truyền chính trị mà họ nhận được, đặc biệt là với các thông tin chống phá Đảng và Nhà nước ta, bởi những thông tin này quá khác nhau, thậm chí đối lập nhau, khó biết đâu là thật, đâu là giả. Bên cạnh đó, do tiếp xúc nhiều nguồn tin khác nhau như vậy, họ có xu hướng tìm tới các trang TTĐT hay MXH chính thống của Đảng và Nhà nước để kiểm tra thông tin và tiếp nhận thông tin.

Cuối cùng, hơn 80% người được phỏng vấn chỉ biết đến những trang TTĐT / MXH phổ biến đảm bảo 100% tin cậy như BĐT Đảng Cộng sản, BĐT Chính phủ, Cổng TTĐT chính phủ, trang Facebook Thông Tấn Xã Việt Nam... còn lại những trang đặc thù cho công tác tuyên truyền chính trị như Hương Sen Việt, ĐƯỜNG CHÚNG TA ĐI hay Thông tin Chính phủ thì vẫn còn chưa biết đến. Thêm nữa, đa số ý kiến trả lời cũng đều đồng tình quan điểm rằng: cho dù họ có biết đến các trang tin đặc thù trên, thì họ cũng vẫn còn tâm lý e ngại, do sợ đó là những trang giả mạo. [Phụ lục 2]

Thông qua kết quả khảo sát của tác giả cho thấy: trang TTĐT và MXH một mặt đã thực hiện rất hiệu quả vai trò của mình khi đạt được niềm tin của người dân với những nội dung TTCT được đăng tải, mặt khác, một số trang chính thống của Đảng và Nhà nước với độ tin cậy cao, bài đăng chất lượng lại chưa thực sự phổ biến đến với người dân. Trong thời gian tới, cần có những cách thức phổ biến các trang này để nhiều người dân có thể tiếp cận thông tin TTCT. Ngoài ra, các loại hình PTTT truyền thống ngày càng phát triển phù hợp với thị hiếu của công chúng hơn, nên bản thân các trang TTĐT và MXH cũng cần thay đổi để tiếp cận và đạt được niềm tin của đa số quần chúng nhân dân. Khi nhân dân tin vào những nội dung TTCT của Đảng và Nhà nước, nhân dân sẽ bộc lộ ý chí hành động, từ đó thúc đẩy hành động của người dân đối với chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước. Tạo được niềm tin đối với từng cá nhân chính là đã góp phần tạo lập, củng cố và gia tăng niềm tin xã hội đối với Đảng, Nhà nước, đối với chế độ.

3.2.4. Phương tiện truyền thông mới góp phần phát hiện, ngăn chặn, đẩy lùi và là diễn đàn để phản bác, phê phán các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng

Một là, PTTM trở thành công cụ để chủ thể thực hiện đấu tranh và phản bác với những thông tin sai lệch bằng cách đăng tải thông tin chính thức để đính chính các thông tin sai lệch, xuyên tạc một cách tường minh, rõ ràng, cập nhật... Kết quả khảo sát của tác giả trên Trang TTĐT Hương Sen

Việt và Việt Nam Thịnh vượng cho thấy: mỗi trang ngoài các thông tin sự kiện chính trị trong nước và quốc tế, tiêu điểm, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, thì đều có các chuyên mục riêng với mục đích bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái thù địch. Mỗi chuyên mục bao gồm tổ hợp các bài đăng với những nội dung phong phú, dễ hiểu để người dân dễ dàng tiếp cận với các thông tin Đảng và Nhà nước truyền tải. Chuyên mục “Chống diễn biến hoà bình và Xây dựng Đảng”, trang TTĐT Hương Sen Việt có 2022 bài, chiếm gần 20% tổng số bài của trang. Chuyên mục “Vì Việt Nam cường thịnh” cũng liên tục đăng tải các bài viết chủ đề bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái thù địch.

Nội dung của các bài đăng tải tập trung ở những chủ đề như sau:

Thứ nhất, Nhận diện, vạch trần các âm mưu, hành động chống phá của các thế lực thù địch với các bài viết tiêu biểu như: (1) “Phủ nhận nền tảng tư tưởng của Đảng: Tội ác của những kẻ chống phá và cái giá của sai lầm”, bài đăng ngày 24/06/2023; (2) “Thành trì vững vàng chống những ‘viên đạn’ dã tâm”, bài đăng ngày 21/06/2023; (3) “Luận điểm “tham gia liên minh quân sự thì Việt Nam tồn tại, phát triển”, đúng hay sai”, bài đăng ngày 04/05/2023; (4) “Không thể xuyên tạc tượng đài niềm tin và Chiến thắng 30-4-1975 vĩ đại”, bài đăng ngày 25/04/2023; (5) “Luận điệu sai trái, hủy hoại niềm tin và sức mạnh chiến thắng của quân và dân ta”, bài đăng ngày 04/04/2023. Các bài viết với văn phong thể hiện sự mạnh mẽ, đầy quyết liệt nhưng cũng dễ hiểu, dễ đi vào lòng dân, để người dân có nhận thức đúng đắn với những thông tin chống phá, từ đó tăng cường niềm tin với Đảng, với chế độ. (6) “Nhận diện âm mưu, thủ đoạn phá hoại nền tảng tư tưởng của Đảng trong thời đại số”, bài đăng ngày 13/03/2023.

Thứ hai, Cảnh báo, cảnh giác nhân dân trước những âm mưu, thủ đoạn của các thế lực thù địch với các bài viết như: (1) “Tinh táo nhận diện đúng các luận điệu xuyên tạc về đổi mới chính trị – xã hội ở Việt Nam”, bài đăng

ngày 30/03/2023; (2) Cảnh giác với các khuynh hướng tư tưởng phi xã hội chủ nghĩa trên không gian mạng, bài đăng ngày 18/03/2023; (3) “Cảnh giác với âm mưu xúi giục, kích động thanh niên”, bài đăng ngày 29/03/2023; (4) Cảnh giác với âm mưu xuyên tạc phẩm chất “Bộ đội Cụ Hồ”, bài đăng ngày 15/04/2023.

Thứ ba, Phân tích, luận giải bản chất của các các vấn đề để người dân tăng cường nhận thức, khả năng phán đoán và “miễn dịch” trước những thông tin xấu, độc, các bài viết nổi bật như: (1) “Thành tựu Đảng lãnh đạo còn đó, bác bỏ mọi sai lầm”, bài đăng ngày 30/01/2023; (2) “Đừng để thông tin chính thống... đi sau”, bài đăng ngày 23/02/2023; (3) “Xung đột quân sự Nga-Ucraina: Nhìn thẳng, hiểu đúng, tránh sai lầm” bài đăng ngày 23/02/2023; (4) “Lật tẩy những luận điệu chống phá, bài đăng ngày 12/02/2023; (5) “Hiểu cho đúng chính danh, định phận; đừng cả giận phán bừa”, bài đăng ngày 14/03/2023.

Thứ tư, nhiều bài đăng trên trang đã phản bác các thông tin xuyên tạc, sai lệch của các thế lực thù địch bằng những hình ảnh và lời lẽ đanh thép, thuyết phục. Ví dụ như: ngày 26/12/2022, BBC News tiếng Việt đăng bài viết xuyên tạc quan điểm của Việt Nam về vấn đề nhân quyền, đánh giá vấn đề nhân quyền của Việt Nam theo hướng phản bóp méo sự thật. Ngay sau đó, ngày 31/12/2022, MXH Hương sen Việt đã đăng bài để phản bác những luận điệu sai trái ấy với tựa đề “Đừng lợi dụng nhân quyền để can thiệp vào công việc nội bộ của nhau” đã đưa tin để đấu tranh với tin tức mà BBC News tiếng Việt và một số tổ chức khác đưa tin. Trong bài đăng có đoạn “Những luận điệu, mô hình của những kẻ mệnh danh là “chiến sĩ đấu tranh cho tự do, dân chủ, nhân quyền” muôn áp đặt ở VN chẳng qua cũng chỉ là những bản sao tòi mô hình xa lạ của những nước có hoàn cảnh lịch sử, văn hóa, kinh tế hoàn toàn khác. Nếu thực sự “yêu nước” thì họ đã chẳng núp bóng ngoại bang để gây khó dễ cho đất nước”. Ngày 14/6/2023, ngay sau sự việc tấn công vào trụ sở công an xã ở Đăk Lăk, báo điện tử Vietnam+ đã có bản tin video 60s đăng tải trên trang web (tại địa chỉ <https://www.vietnamplus.vn/nhieu-nguoi-bi->

phat-vi-binh-luan-xuyen-tac-vu-tan-cong-o-dak-lak-post868233.vnp) thông tin xử phạt một người đàn ông (giấu tên) về việc cung cấp thông tin giả mạo, xuyên tạc, vu khống, xúc phạm uy tín của cơ quan tổ chức, danh dự nhân phẩm cá nhân. Anh này đã có bình luận vô căn cứ, sai sự thật trên facebook về vụ việc tại tỉnh Đắk Lắk. Cùng bị xử phạt như người đàn ông trên, 3 người khác tại Hà Tĩnh cũng phải làm việc với cơ quan chức năng về cùng một hành vi tương tự.

Thứ năm, Đảng, Nhà nước và toàn bộ hệ thống chính trị thể hiện sự quyết tâm, đồng lòng trong việc bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái thù địch, là tấm gương cho nhân dân thực hiện theo. Nhiều bài viết đã thể hiện tinh thần khích lệ động viên người dân, khơi gợi lòng yêu nước và quyết tâm của hệ thống chính trị trong cuộc chiến không khoan nhượng với những chiêu trò âm mưu diễn biến hoà bình và chống phá Nhà nước Việt Nam như: (1) “Kiên định – chủ động – kịp thời – sáng tạo – hiệu quả trong công tác bảo vệ nền tảng tư tưởng của đảng”, bài đăng ngày 25/01/2023; (2) “Nghiêm trị những chiêu trò xuyên tạc, phá hoại”, bài đăng ngày 16/01/2023; (3) “Bảo vệ Đảng là giữ gìn ánh sáng, niềm tin và lẽ sống cao đẹp”, bài đăng ngày 02/02/2023; (4) “Hải Phòng: Lầy “xây” để “chống” trong phản bác các luận điệu sai trái, thù địch”, bài đăng ngày 28/9/2023

Các tổ hợp bài đăng phong phú, chất lượng và dễ hiểu được đăng trên cả Trang TTĐT và MXH Hương Sen Việt góp phần phản bác, phê phán các thông tin sai lệch, xuyên tạc nhằm định hướng dư luận xã hội, bảo vệ Đảng, Nhà nước và Nhân dân đã cho thấy quyết tâm của Đảng và Nhà nước trong việc nâng cao nhận thức, cảnh báo nhân dân, giúp nhân dân tăng cường sự “miễn dịch” trước những thông tin xấu, độc.

Hai là, chủ thể TTCT thông qua PTTM để từ đó tăng cường đăng tải những thông tin tích cực, tấm gương người tốt việc tốt, thông tin sự kiện chính xác về các nội dung mà các thế lực thù địch thường hướng tới để

chống phá Đảng và Nhà nước Việt Nam. Trang Facebook ĐƯỜNG CHÚNG TA ĐI là một trong những kênh chuyên thông tin về lịch sử, con đường cách mạng của dân tộc, phục vụ cho việc tuyên truyền các sự kiện lịch sử, con người lịch sử, vinh danh các tấm gương tốt đẹp và các nội dung bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng khác. Một số bài viết vừa truyền cảm hứng yêu nước, cung cấp những thông tin tích cực và chính xác về con người, lịch sử Việt Nam như: (1) “Vương miện đầu chỉ đội trên đầu mỹ nhân, mà nó còn nằm trong lòng khán giả” bài đăng ngày 09/08/2023 vinh danh các cô gái vàng của bóng đá nữ Việt Nam; (2) “Lòng nhân ái giữa thời đạn lạc” bài đăng ngày 26/07/2023 viết về lòng vị tha cao cả của nữ anh hùng Bảy Mô đã tha mạng sống cho 4 lính Mỹ khi quân đội Mỹ thua trận trong chiến tranh Việt Nam. (3) “Xem ai tinh mắt nào? Bạn có biến lười bò thành tro thì chúng tôi cũng nhận ra, đừng hòng lừa đảo tinh vi để kiếm tiền nhé” bài đăng ngày 04/07/2023 viết về bộ phim Barbie có bản đồ hình lười bò; (4) Phạm Xuân Ân - một nhân cách, một tài năng”, bài đăng ngày 26/06/2023.

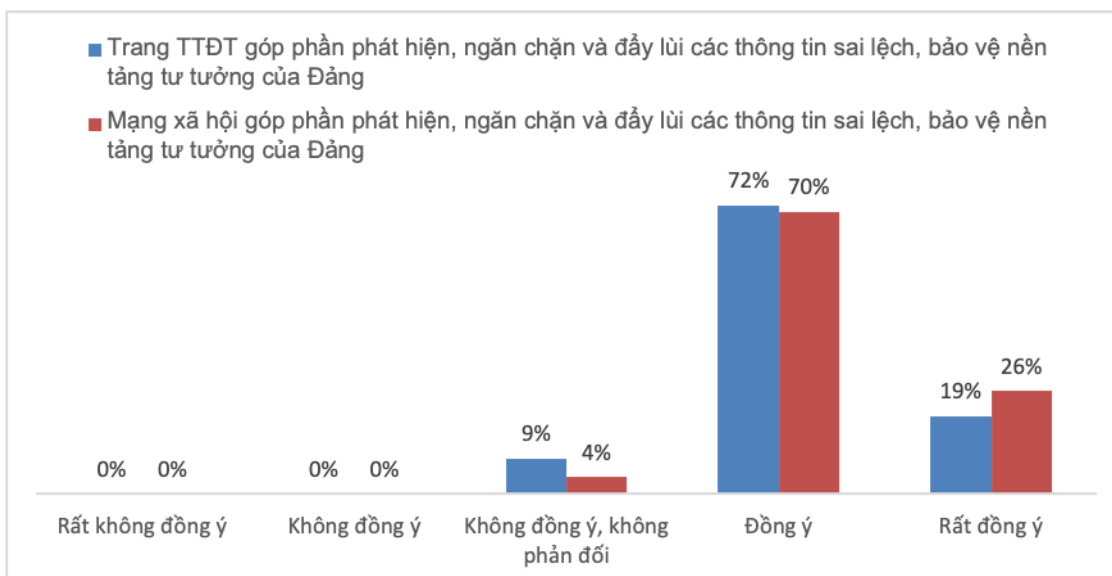
Trang Facebook Việt Nam Thịnh Vượng liên kết với trang TTĐT Việt Nam Thịnh Vượng cùng đăng tải những liên kết, bài viết về bảo vệ nền tảng của Đảng, đấu tranh chống những luận điệu sai lệch, xuyên tạc. Với những nội dung mà thế lực thù địch thường tập trung vào để xuyên tạc thì Việt Nam Thịnh Vượng bao gồm cả trang TTĐT và MXH đều được thành lập để đấu tranh chống lại những luận điệu đó. Thứ nhất, đối với âm mưu phủ định chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh. Việt Nam Thịnh Vượng đăng tải những bài viết đấu tranh như: (1) “Chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh là nền tảng tư tưởng, kim chỉ nam cho hành động của Đảng và cách mạng Việt Nam”, bài đăng ngày 14/04/2023. Bài viết có đoạn “Chủ tịch Hồ Chí Minh luôn đánh giá rất cao vai trò, tầm vóc của chủ nghĩa Mác-Lênin và luôn khẳng định là một người mácxít-lêninít. Trong âm mưu, thủ đoạn tấn công vào nền tảng tư tưởng của Đảng, các thế lực thù địch, phản động đã rất tinh vi, xảo quyệt khi âm mưu tách rời, đối lập tư tưởng Hồ Chí Minh với

chủ nghĩa Mác-Lênin. Đấu tranh phản bác âm mưu này là một việc làm thiết thực để góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng”. (2) “Thông tin đối ngoại với nhiệm vụ bảo vệ nền tảng tư tưởng của đảng”, bài đăng ngày 23/03/2023. Trong đó, bài viết khẳng định vai trò của công tác thông tin đối ngoại góp phần vào cuộc đấu tranh chống các thông tin sai lệch, xuyên tạc của các thế lực thù địch, phản động về tình hình Việt Nam. Hai là, đối với nội dung chống phá quan điểm, chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước trên tất cả các lĩnh vực, các bài viết được đăng để phản bác như: (1) “Việt Nam ứng xử như thế nào với "Sự kiện Gạc Ma" ngày 14/3/1988?”, bài đăng ngày 14/03/2023. Trong đó, bài viết khẳng định Sự kiện Gạc Ma (14/3/1988) là một trang sử không thể nào quên trong công cuộc đấu tranh bảo vệ chủ quyền, biển đảo của dân tộc, nơi ghi dấu sự anh dũng chiến đấu, hy sinh cao cả của các chiến sĩ quân đội nhân dân Việt Nam để bảo vệ từng tấc đất thiêng của Tổ quốc trên biển. Xung quanh sự kiện này, Việt Nam đã thể hiện những quan điểm nhất quán và hành động cụ thể để giải quyết tranh chấp, bảo vệ chủ quyền biển, đảo thiêng liêng trên khu vực quần đảo Trường Sa; (2) “Ngăn chặn mưu đồ gây nhiễu loạn lòng dân”, bài đăng ngày 24/4/2023 trong bối cảnh một số phần tử lợi dụng việc Nhà nước tổ chức lấy ý kiến Nhân dân về dự thảo Luật Đất đai (sửa đổi), các thế lực thù địch đã ra sức xuyên tạc, gây rối làm nhiễu loạn lòng dân. Thứ ba, đối với nội dung phủ nhận những thành tựu to lớn và có ý nghĩa lịch sử chúng ta đã đạt được dưới sự lãnh đạo của Đảng, Việt Nam Thịnh Vượng đã đăng tải những bài như: (1) "ĐẢNG LÀ GÌ?" bài đăng ngày 06/02/2023. Bài đăng trích lại buổi nói chuyện của Chủ tịch Hồ Chí Minh với cán bộ, đảng viên vào ngày 09/12/1961, Người khẳng định Đảng là mỗi chúng ta. Đảng lớn lên là do mỗi chúng ta lớn lên”; (2) Lý tưởng cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam là gì?”, bài đăng ngày 6/2/2023. Bài viết trích dẫn khẳng định của Chủ tịch Hồ Chí Minh về Đảng “Đảng là mỗi chúng ta. Đảng lớn lên là do mỗi chúng ta lớn lên”. Điều đó có nghĩa là Đảng không phải là cái gì đó

quá trừu tượng, to lớn và xa xôi, mà ngược lại, rất cụ thể, gần gũi; (3) “Lý tưởng cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam là gì?”, bài đăng ngày 3/2/2023. Bài viết khẳng định hạnh phúc của nhân dân chính là Lý tưởng cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam.

Mặc dù các thế lực thù địch đang ngày càng tinh vi, nhưng việc “nắm thóp” chiêu bài “canh tân”, “vì dân” của các thế lực thù địch sẽ giúp Đảng và Nhà nước Việt Nam đánh trúng đích và vạch trần âm mưu đen tối, dã tâm thâm độc của chúng một cách hiệu quả. Chúng càng sốt sắng, chúng ta càng phải tích cực trong công tác tuyên truyền, định hướng dư luận để tạo thế trận lòng dân hoá giải “đòn thù” trên trận địa này, đặc biệt là TTCT trên các PTTTM.

Trước tình hình lực lượng chống phá Đảng và chế độ ta ngày càng có những hoạt động tinh vi, gây nhiễu loạn thông tin trên internet, khiến người dân khó lòng phân biệt được tin tốt - xấu. Đảng và Nhà nước ta trên tinh thần tăng cường hoạt động thông tin phản bác, phê phán các thông tin ấy trên không gian internet, đặc biệt chú ý qua các kênh của PTTTM. Một trong những hành động thiết thực và hiệu quả của Đảng và Nhà nước ta đang thực hiện là thành lập các trang TTĐT, MXH chuyên biệt cho công tác này. Tiêu biểu trong những trang tin này là trang TTĐT “*Việt Nam thịnh vượng*” và “*Hương Sen Việt*”, cả hai trang TTĐT này đều có trang Facebook liên kết là “*Hương Sen Việt*” và “*Việt Nam Thịnh Vượng*”. Ngoài ra, một số trang MXH cũng được thành lập và nhận được lượt theo dõi lớn từ công chúng như trang Facebook “*ĐƯỜNG CHÚNG TA ĐI*”



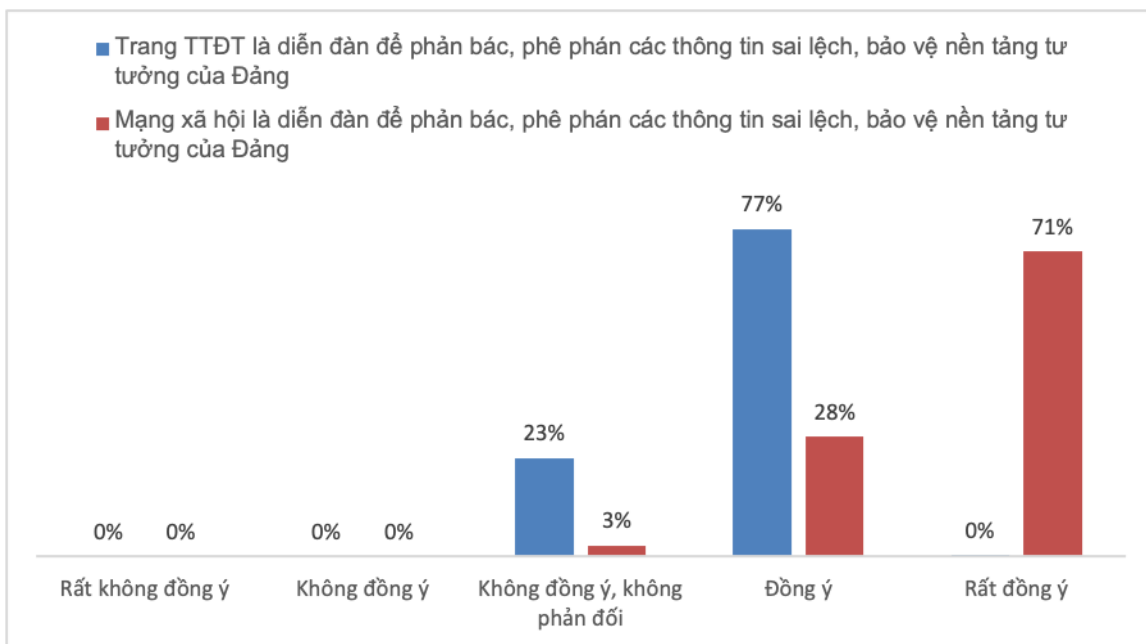
Biểu đồ 3.8: Kết quả khảo sát người dân về vai trò của PTTM góp phần phát hiện, ngăn chặn và đẩy lùi các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng (Nguồn: Tác giả tự khảo sát)

Theo kết quả khảo sát của tác giả, tỷ lệ cao người dân đồng ý và rất đồng ý về việc PTTM góp phần phát hiện, ngăn chặn, đẩy lùi các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng (trên 90% với cả loại hình trang TTĐT và loại hình MXH)

Về mặt nội dung tập trung, ngoài các trang TTĐT và MXH chính thống của Đảng và Nhà nước (Cổng TTĐT Đảng Cộng sản Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam, Thông tin Chính phủ,...) đáp ứng đầy đủ các nội dung tuyên truyền chính trị đến với người dân; thì các trang Hương Sen Việt, Việt Nam thịnh vượng, Đường chúng ta đi,... tập trung trên mặt trận đấu tranh phản bác các luận điệu chống phá, sai trái, xuyên tạc của thế lực thù địch; và đề cao giá trị văn hoá, lịch sử, truyền thống tốt đẹp của dân tộc.

Kết quả khảo sát của tác giả cho thấy, nhận định của người dân đối với vai trò: PTTM (thông qua trang TTĐT và MXH) là diễn đàn để phản bác, phê phán các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, trong đó, hơn 70% đồng ý với vai trò này. Tuy nhiên, tỷ lệ “rất đồng ý” với vai trò này đối với MXH là rất cao (71%), trong khi không có lựa chọn nào của người dân rất đồng ý đối với trang TTĐT. Điều này cho thấy trang TTĐT và

MXH thực sự phát huy được vai trò là điểm đến để người dân tham gia vào bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, phê phán các thông tin sai lệch. Tuy nhiên, trang TTĐT chưa thực sự tạo được dấu ấn là diễn đàn để người dân tham gia; thay vào đó, MXH phát huy được thế mạnh hơn khi người dân có thể dễ dàng bình luận, chia sẻ, phản hồi trực tiếp trên các trang đó.



Biểu đồ 3.9: Kết quả khảo sát người dân về vai trò của PTTM là diễn đàn để phản bác các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng

(Nguồn: Tác giả tự khảo sát)

Ngày 26/4/2023, tại Hà Nội, Báo Quân đội nhân dân phối hợp với Hội Nhà báo Việt Nam, Ngân hàng thương mại cổ phần Quân đội tổ chức Lễ tổng kết và trao giải Cuộc thi viết “Bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trong tình hình mới” lần thứ hai (2022 - 2023). Cuộc thi lần thứ hai đã nhận 643 tác phẩm của 38 cơ quan báo chí, tặng 145 tác phẩm và 9 cơ quan báo chí so với cuộc thi lần thứ nhất [179]. Trước đó, thông tin về cuộc thi: yêu cầu nội dung, hình thức, thể lệ dự thi,... đã được các nhiều trang TTĐT và BĐT đăng tải như trang TTĐT Chính phủ, BĐT Đảng Cộng sản Việt Nam,... để đến với toàn thể người dân Việt Nam. Nhờ vậy, cuộc thi đã ngày càng lan toả hơn đến với các cơ quan, đơn vị cũng như người dân Việt Nam trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, cuộc thi giúp người tham gia, đặc biệt là giới trẻ,

có cơ hội tìm hiểu sâu hơn về nền tảng tư tưởng của Đảng, bao gồm chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh. Điều này giúp củng cố kiến thức và lòng tin vào đường lối chính sách của Đảng.

Tóm lại, PTTTM đóng vai trò quan trọng trong công tác TTCT của Đảng, nhận được sự đánh giá cao của người dân về hiệu quả hoạt động. Kết quả khảo sát của tác giả về việc đánh giá hiệu quả của người dân về các vai trò của PTTTM cho thấy: Hầu hết với các vai trò của nội dung TTCT, người dân đều thấy hiệu quả, duy chỉ có sự tương tác và bày tỏ quan điểm là đạt tỷ lệ cao khi đa số người thấy sự tương tác là ít hiệu quả (60%) [Biểu đồ 3.9]

3.3 Những vấn đề đặt ra

3.3.1. Những vấn đề đặt ra đối với vai trò: Phương tiện truyền thông mới góp phần đưa thông tin nhanh chóng, kịp thời, đa chiều với tính tương tác cao về nội dung tuyên truyền chính trị

Thứ nhất, qua khảo sát thực trạng, tác giả nhận thấy PTTTM chủ yếu phát huy thế mạnh ở khu vực đô thị, trong khi người dân ở vùng sâu, vùng xa, đặc biệt là vùng biên giới, hải đảo cũng là đối tượng quan trọng của TTCT. Điều này xuất phát từ việc tiếp cận thông tin TTCT trên các PTTTM, cần có thiết bị kết nối internet. Tuy nhiên, một số vùng miền trên cả nước, đặc biệt là vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo, internet chưa được phủ sóng. Tại các khu vực này, phương tiện tuyên truyền chủ yếu là qua các PTTT truyền thống như báo in, đài phát thanh và truyền hình truyền thống. Do đó, việc ứng dụng phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị thực sự là một thử thách lớn.

Thứ hai, thực tế cho thấy, đôi khi các chủ thể chưa phản ứng đủ để đưa ra thông tin nhanh chóng, kịp thời trên các trang thông tin chính thống vì còn biên tập, chỉnh sửa và thông qua các PTTT, trong khi cá nhân chỉ cần một chiếc điện thoại thông minh đã có thể thông tin trực tiếp ngay tại hiện trường. Chẳng hạn khi một vụ hoả hoạn/ tai nạn xảy ra, trong khi chủ thể cần xác minh thông tin, kiểm duyệt bài từ các PTTTM, nhà báo phải lấy tin,

chụp ảnh, phỏng vấn,... thì người dân sử dụng MXH chỉ cần vài giây là có thể phát trực tiếp trên trang cá nhân.

Thứ ba, năng lực công nghệ thông tin của một bộ phận lực lượng chuyên trách trực tiếp (lực lượng chính trị, cán bộ, giảng viên lý luận chính trị, các kỹ sư làm việc trong các cơ quan báo chí, xuất bản,..) còn hạn chế, chưa thích ứng được với sự phát triển công nghệ thông tin, chưa biết cách sử dụng PTTM trong TTCT. Thêm nữa, mặc dù công nghệ có thể giúp lực lượng chuyên trách này thích ứng và mở rộng các kỹ năng tuyên truyền trong những điều kiện nhất định, song cũng vì thế, nó rất có nguy cơ làm thui chột các năng lực tự nhiên ở con người. Có đôi khi, các chủ thể tuyên truyền sẽ bị phân tán thay vì tập trung mọi năng lực để sáng tạo nội dung những tác phẩm tuyên truyền thì họ lại phải phân phối khả năng cho việc xử lý những công việc khác như chụp ảnh, quay phim, ứng dụng phần mềm công nghệ để xử lý sản phẩm để phù hợp với thị hiếu của đối tượng tuyên truyền thời 4.0.

Thứ tư, trình độ dân trí giữa các vùng trên cả nước còn có sự chênh lệch, không đồng đều. Ngoài ra, ảnh hưởng của giới tính, độ tuổi, điều kiện kinh tế hộ gia đình, tư tưởng, tôn giáo,... cũng là rào cản cho việc tuyên truyền chính trị thông qua các phương tiện truyền thông mới ở các khu vực địa lý khác nhau.

3.3.2. Những vấn đề đặt ra đối với vai trò: Phương tiện truyền thông mới góp phần nâng cao nhận thức chính trị của người dân

Thứ nhất, các thế lực thù địch tận dụng triệt để những ưu thế của PTTM để chống phá Đảng, Nhà nước và chế độ Việt Nam, cả về thời gian và không gian; vì thế trong nhiều trường hợp, những tin tức sai lệch, xuyên tạc lại tiếp cận với người dân nhanh hơn, nhiều hơn. Thêm vào đó, sự bùng nổ của các kênh truyền thông xã hội như Facebook, Youtube,... khiến cho các cơ quan chức năng khó lòng kiểm soát thông tin, trong khi đó, các PTTT của Việt Nam chưa kịp truyền tải thông tin chính thức hoặc chính thống, dẫn tới việc nhận thức của người dân bị ảnh hưởng sâu sắc.

Thứ hai, thực tế hiện nay cho thấy, nhận thức về năng lực làm chủ của đa số người dân vẫn còn hạn chế, nhiều trường hợp người dân không biết được mình có những quyền gì. Ví dụ mặc dù Đảng và Nhà nước đăng tải nhiều thông tin liên quan, nhưng vẫn còn người dân không biết điều kiện để được ứng cử đại biểu Quốc hội, Hội đồng nhân dân là gì, không đi bầu cử có bị phạt hay không, không biết nhiều về hoạt động, chức năng, nhiệm vụ, của các cơ quan nhà nước. Đỉnh điểm có những trường hợp người dân không hiểu quy định của pháp luật nên khiếu kiện vượt cấp, tranh chấp đất đai dẫn đến án mạng (điển hình gần đây là tranh chấp ở Đắc Nông), bắt giữ cán bộ, công chức địa phương, biểu tình đập phá... Từ thực tế trên, có thể thấy người dân chưa được cung cấp một cách có hệ thống về quan điểm của Đảng, kiến thức pháp luật, kiến thức về quản lý nhà nước... Đặc biệt người dân chỉ quan tâm tới pháp luật, tìm đến luật sư khi bản thân hoặc gia đình họ có việc liên quan đến pháp luật hay quyền lợi bị xâm phạm.

Thứ ba, hình thức chuyển tải nội dung TTCT trên các PTTTM cũng là một vấn đề cần đặt ra. Nội dung số, công nghệ số chưa được thực hiện phổ biến. Một số BDT và MXH đã ứng dụng đa phương tiện khi đăng tải đồng thời cùng một thông tin trên nhiều nền tảng để người dân dễ tiếp cận, tuy nhiên điều này còn hạn chế, chưa được thực hiện đồng bộ. Các hình thức chuyển tải thông tin ứng dụng công nghệ kỹ thuật hiện đại, gây được hiệu ứng cao đối với công chúng như tuyên truyền chính trị bằng âm nhạc, bằng megastory đã được áp dụng nhưng vẫn còn hạn chế. Mặc dù hai hình thức này không phải là khái niệm mới lạ đối với ngành truyền thông đa phương tiện, nhưng lại mới lạ với nhiều người dân. Một số nghiên cứu đã chỉ ra rằng, quá trình tiếp nhận thông tin của con người bằng mắt thông qua việc xem, nghe, nhìn sẽ lưu lại thông tin tốt hơn việc đọc. Hình ảnh lưu lại trong trí nhớ tốt hơn là từ ngữ. Do đó việc tuyên truyền bằng hình ảnh động và video clip sẽ dễ dàng tác động đến trí nhớ của công chúng hơn. Tuy nhiên, với công nghệ hiện nay, video clip có thể dễ dàng cắt, ghép, chỉnh sửa, ‘đánh lừa’

công chúng. Đây cũng là thủ đoạn mà các đối tượng phản động, thù địch thường làm với ý đồ xấu. Điều này đặt ra thách thức đối với các phương tiện truyền thông mới chính thống ở Việt Nam về việc đưa tin nhanh, kịp và chính xác để đẩy lùi những thông tin xấu độc trên.

3.3.3. Những vấn đề đặt ra đối với vai trò: Phương tiện truyền thông mới góp phần tạo lập, củng cố niềm tin chính trị của người dân và cổ vũ người dân tham gia vào các hoạt động chính trị

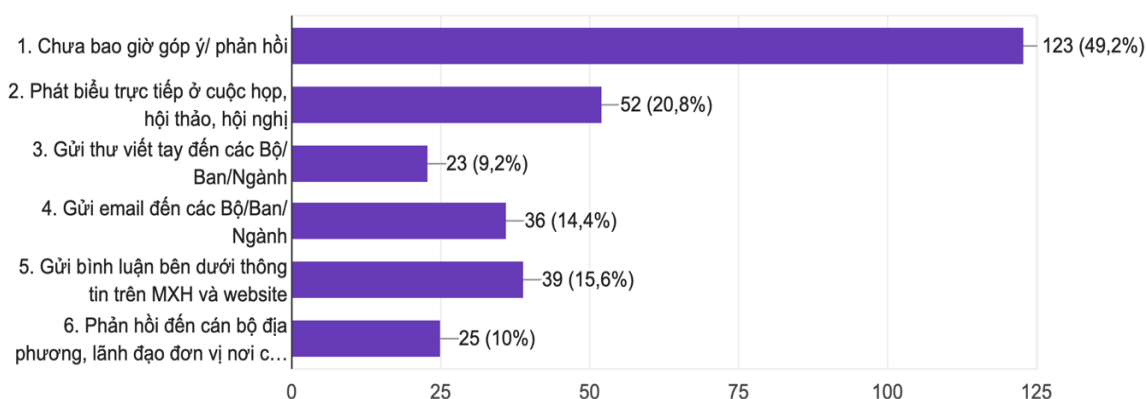
Thứ nhất, tại một số cấp ủy, cơ quan, đơn vị, địa phương, một số cán bộ, đảng viên vẫn còn thực trạng chưa gương mẫu trong học tập, nghiên cứu chủ nghĩa Mác Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh. Số vụ tham nhũng liên quan đến cán bộ, đảng viên, trong đó có cả những cán bộ cấp cao bị đưa ra ánh sáng đã ít nhiều ảnh hưởng tới niềm tin của nhân dân vào Đảng, vào đội ngũ cán bộ, từ đó hoài nghi các nội dung của chủ nghĩa Mác Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh được đăng tải trên các PTTT nói chung và PTTTM nói riêng. Theo báo cáo của Toà án Nhân dân tối cao về giải quyết, xét xử các vụ án hình sự về kinh tế, tham nhũng, trong 5 năm (từ 2018-2022), các Tòa án trên cả nước đã thụ lý 12.723 vụ với 26.376 vụ; đã giải quyết, xét xử được 12.244 vụ với 25.144 bị cáo; trong đó, năm 2022, các Tòa án đã thụ lý 3.405 vụ với 7.653 bị cáo; đã giải quyết, xét xử được 2.926 vụ với 6.421 bị cáo. Các vụ án kinh tế, tham nhũng mà Tòa án đã xét xử chủ yếu là phạm các tội về "Cho vay lãi nặng trong giao dịch dân sự", "Sản xuất, buôn bán hàng cấm", "Tham ô tài sản", Lợi dụng chức vụ, quyền hạn trong khi thi hành công vụ",... [182].

Thứ hai, đa số người dân và cả chính quyền các cấp vẫn còn tâm lý cho rằng việc thực hiện chủ trương, chính sách, pháp luật là công việc của Đảng và Nhà nước, người dân không nhất thiết phải tham gia; hoặc nếu có thì cũng chỉ tham gia một chính sách nào đó mà người dân bị ảnh hưởng hoặc một giai đoạn nhất định có liên quan. Người dân vẫn còn e ngại khi thực hiện quyền làm chủ của mình, chưa nhận thức được vai trò của mình trong quy trình tuyên truyền chính trị. Do đó, một bộ phận người dân khi truy cập vào các kênh PTTTM, dù

cho tiếp cận, biết, nhớ ở mức cơ bản các chủ trương, chính sách được đăng tải, nhưng họ không bộ lộ thái độ, cảm xúc với các thông tin đó, từ đó không gây dựng được niềm tin đối với thông tin được truyền tải.

Thứ ba, các hình thức tham gia của người dân vào hoạt động tuyên truyền chính trị còn nhiều hạn chế. Trong quá trình khảo sát thực trạng sự tham gia của nhân dân vào quá trình thực thi và đánh giá nội dung tuyên truyền, tác giả nhận thấy, mặc dù người dân tích cực tiếp nhận thông tin, đọc kỹ thông tin nhưng tỷ lệ góp ý, phản hồi thông tin còn thấp. Chỉ 14,4 % số người được hỏi là đã từng gửi email góp ý đến các bộ, ngành liên quan; trong khi để lại bình luận bên dưới thông tin trên các trang mạng xã hội và website của đảng và nhà nước cũng chỉ chiếm 15,6%. 49,2% chưa bao giờ góp ý bất kỳ nội dung tuyên truyền nào họ nhận được

B4. Anh/chị gửi các góp ý/ phản hồi về thông tin tuyên truyền chính trị qua đâu
250 câu trả lời



Biểu đồ 3.10: Tỷ lệ phản hồi của người dân qua các trang TTĐT và MXH

(Nguồn: Tác giả tự khảo sát)

3.3.4. Những vấn đề đặt ra đối với vai trò: Phương tiện truyền thông mới góp phần phát hiện, ngăn chặn, đẩy lùi và là diễn đàn để phản bác, phê phán các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng

Thứ nhất, trong giai đoạn hiện nay, các thế lực thù địch luôn tìm cách thực hiện chiến lược “Diễn biến hòa bình” nhằm chống phá và lật đổ Đảng

Cộng sản Việt Nam và chế độ Xã hội chủ nghĩa ở nước ta. Trên thế giới, hầu khắp các cuộc biến động chính trị đều có sự đóng góp không nhỏ của các kênh truyền thông xã hội hoặc các phương tiện truyền thông mới từ phong trào “mùa xuân Ả rập” ở Bắc Phi và Trung Đông (năm 2010); hay như phong trào biểu tình ở Hong Kong (năm 2014), phong trào “biểu tình áo vàng” ở Pháp (2018 - 2019),... Các cuộc biến động chính trị này thông thường có sự kích động từ nước ngoài, kích động vào tư tưởng của người dân, thúc đẩy người dân thể hiện sự bất bình, phản ứng, phẫn nộ đối với chính quyền, từ đó tạo tiền đề để những bạo động, bạo lực diễn ra. Ở Việt Nam, các thế lực thù địch nhằm tới những vùng địa lý xa xôi, khu vực biên giới, đi lại khó khăn, người dân còn nghèo, trình độ dân trí thấp. Các thủ đoạn của địch được vận dụng linh hoạt từng thời điểm, ở từng vùng miền nhằm làm mất ổn định ở một số khu vực nhạy cảm như: Tây Bắc; Tây Nghệ An; Tây Nguyên và Tây Nam Bộ. Kết hợp với các hoạt động gây rối, biểu tình, bạo loạn hoặc khủng bố ở nhiều nơi. Tại Tây Bắc, chúng kích động người H’ mông đòi thành lập “Khu tự trị người Mông”; trên địa bàn Tây Nguyên, chúng âm mưu thành lập “Nhà nước Đê Ga” và ở vùng Tây Nam Bộ, chúng đòi tách Tây Nam Bộ ra khỏi lãnh thổ Việt Nam thống nhất để thành lập nhà nước “Khmer Krom”.

Thứ hai, Đảng và Nhà nước ta hiện nay tích cực thực hiện Chương trình chuyển đổi số quốc gia, tuy nhiên, ở một số địa phương, nhất là vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo, việc áp dụng các phương tiện truyền thông mới còn nhiều hạn chế. Các tổ chức cơ sở đảng nhiều nơi chưa khẩn trương, nghiêm túc xây dựng kế hoạch và cụ thể hoá, tổ chức thực hiện việc áp dụng công nghệ tiên tiến và PTTM trong tuyên truyền nội dung chính trị. Do đó, nhiều vùng miền trên khắp đất nước, vẫn thực hiện công tác ngăn chặn, đẩy lùi các thông tin sai lệch, xuyên tạc bằng các phương pháp truyền thống như tuyên truyền miệng, tuyên truyền bằng loa,... Điều này dẫn tới lãng phí các nguồn lực của PTTM, làm giảm vị thế của PTTM trong xã hội trước kỷ nguyên 4.0.

Thứ ba, các cơ quan quản lý và các đội ngũ chuyên trách còn thiếu nguồn nhân lực có chuyên môn cao để theo dõi, phân tích và phản bác thông tin sai lệch một cách kịp thời và hiệu quả. Bên cạnh đó vẫn còn cán bộ, đảng viên tại các cơ quan công quyền chưa nhận thức đúng và đủ những nội dung cốt lõi của chủ nghĩa Mác - Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh, từ đó chưa có đủ kiến thức và tư tưởng để nhận diện rõ những luận điệu xuyên tạc, quan điểm sai trái của các thế lực thù địch chống phá nền tảng tư tưởng của Đảng; do vậy mà tuyên truyền chưa sâu, chưa triệt để đến bộ phận quần chúng nhân dân.

Thứ tư, không gian mạng là mảnh đất màu mỡ nuôi dưỡng cho mọi luồng tư tưởng, ý thức chính trị khác nhau phát triển một cách tự do, khó kiểm soát. Internet và các ứng dụng đang tồn tại rất nhiều nguy cơ tiềm ẩn đối với an ninh tư tưởng - chính trị của quốc gia. Việc nhận diện và phòng ngừa thực sự gặp khó khăn do đặc tính mở và đa chiều từ internet và mạng xã hội. Điều này cho thấy, đặc điểm tích cực của PTTTM (tính mở, tương tác, đa chiều, đa nền tảng) trong việc ngăn chặn đẩy lùi thông tin sai lệch, xuyên tạc thì cũng chính là yếu tố tích cực đối với thế lực thù địch, chống phá.

Tiểu kết chương 3

Trên cơ sở những vấn đề lý luận và thực tiễn về vai trò của PTTTM trong TTCT ở Việt Nam hiện nay, chương 3 luận án tập trung khái quát và phân tích ba nội dung chính cụ thể như sau:

Một là, khái quát thực tiễn ứng dụng các PTTTM trong TTCT ở Việt Nam hiện nay, tập trung vào thực tiễn ứng dụng của các trang TTĐT, BĐT và MXH

Hai là, khái quát và phân tích thực trạng vai trò của các PTTTM trong TTCT ở Việt Nam hiện nay với 4 nội dung: (1) Phương tiện truyền thông mới góp phần đưa thông tin nhanh chóng, kịp thời, đa chiều với tính tương tác cao về nội dung tuyên truyền chính trị; (2) Phương tiện truyền thông mới góp phần nâng cao nhận thức chính trị của người dân; (3) Phương tiện truyền thông mới góp phần tạo lập, củng cố niềm tin chính trị của người dân và cổ vũ người dân tham gia vào các hoạt động chính trị; (4) Phương tiện truyền thông mới góp phần phát hiện, ngăn chặn, đẩy lùi và là diễn đàn để phản bác, phê phán các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng. Qua phân tích thực trạng và khảo sát bằng nhiều phương pháp, PTTTM đã cho thấy vai trò quan trọng trong việc là cầu nối TTCT từ chủ thể tới đối tượng ở Việt Nam hiện nay.

Ba là, trên cơ sở phân tích thực trạng 4 vai trò của PTTTM trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay, tác giả đã nêu và phân tích các vấn đề đặt ra tương ứng với mỗi vai trò, từ đó, tạo tiền đề để đề xuất những giải pháp phát huy thành tựu đạt được và đề xuất giải pháp khắc phục hạn chế trong tương lai, để PTTTM thực sự là phương tiện đóng góp vai trò to lớn trong công tác tuyên truyền chính trị của Đảng./.

CHƯƠNG 4:

QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP PHÁT HUY VAI TRÒ CÁC PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG MỚI TRONG TUYÊN TRUYỀN CHÍNH TRỊ Ở VIỆT NAM TRONG THỜI GIAN TỚI

4.1. Xu hướng sự phát triển của các phương tiện truyền thông mới và khả năng ứng dụng các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam

4.1.1. Xu hướng sự phát triển các phương tiện truyền thông mới tại Việt Nam

Xu hướng sự phát triển các phương tiện truyền thông mới trên thế giới

Trong tương lai, sự đa nền tảng của báo chí – truyền thông gồm nền tảng web, nền tảng di động, nền tảng mạng xã hội và các nền tảng khác có thể không thay đổi nhiều về lượng, nhưng chắc chắn sẽ có biến đổi về chất, do sự phát triển vượt bậc của công nghệ. Các PTTTM sẽ ngày càng trở nên hiện đại hơn nữa, nhờ ứng dụng công nghệ thông tin cao. Có 9 loại hình công nghệ đang là xu hướng của thế giới và tương lai sẽ ngày càng được ứng dụng trên các nền tảng của phương tiện truyền thông mới phục vụ cho nhiều lĩnh vực của đời sống con người, đó là: robot, internet vạn vật, mô phỏng, an ninh mạng, tích hợp hệ thống, thực tế tăng cường, 3D, dữ liệu lớn và điện toán đám mây. Các loại hình công nghệ mới này sẽ đan xen, bổ trợ và tích hợp lẫn nhau.

Một là, công nghệ robot. Năm 2015 chính thức đánh dấu sự ra đời của robot thông minh cùng với sự nổi lên của trí tuệ nhân tạo. Như vậy, công nghệ robot, công nghệ thông tin, công nghệ truyền thông và trí thông minh nhân tạo chắc chắn sẽ ngày càng được tích hợp sâu sắc hơn trong tương lai. Quá trình thay đổi này thể hiện ở ba điều: thứ nhất là các công nghệ truyền thống như bộ điều khiển, động cơ servo và bộ giảm tốc sẽ chuyển đổi thành công nghệ trí thông minh nhân tạo như thị giác máy tính, xử lý ngôn ngữ tự

nhiên và học sâu; thứ hai, robot sẽ ngày càng hòa nhập sâu rộng vào xã hội loài người do hầu hết các ngành nghề đều có thể/ cần có sự góp mặt của robot; thứ ba, mối quan hệ qua lại độc lập giữa người và robot được thay thế bởi sự tương tác chặt chẽ.

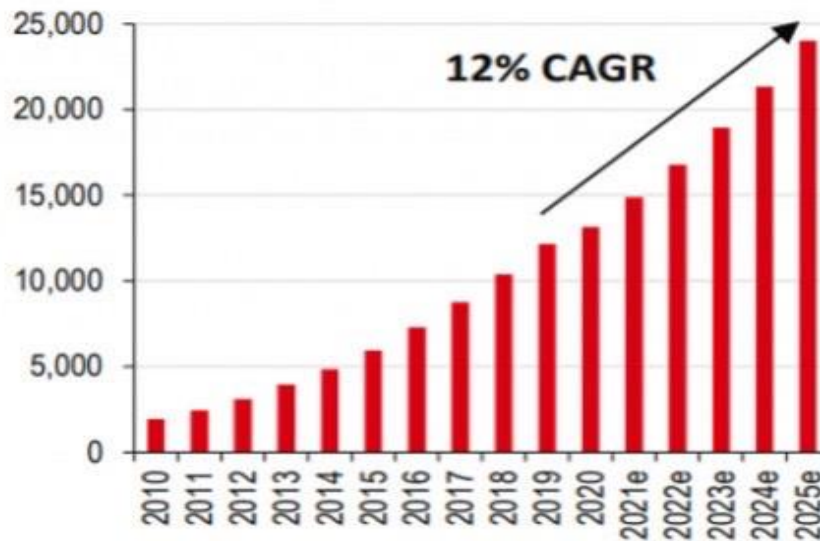
Robot thông minh là một hệ thống máy được cải thiện về khả năng nhận thức, ra quyết định và thực thi nhiệm vụ theo cách toàn diện và hiện đại hơn so với robot truyền thống. Chúng có thể mô phỏng ứng xử, cảm xúc và suy nghĩ giống người.

Hai là, công nghệ internet vạn vật (IoT)

Internet vạn vật (IoT) là một công nghệ nền tảng của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0. Nếu như Internet là mạng lưới kết nối các thiết bị như máy tính, điện thoại thông minh, tivi,... và chỉ giới hạn trong những thiết bị được sản xuất chuyên biệt có thể bắt sóng được internet để hoạt động, thì với IoT, nhờ có các cảm biến thông minh và kết nối mạng, mọi thiết bị thông thường trong cuộc sống con người đều trở nên được hoạt động như các máy tính mini có kết nối internet.. Lần đầu tiên trong lịch sử nhân loại, những vật vô tri vô giác, vật dụng gia đình, như chiếc quạt điện, lò vi sóng ... có thể “giao tiếp” với nhau và với con người. Do vậy, có thể ví Internet vạn vật như là các giác quan của con người.

Các thiết bị IoT thông thường có cảm biến theo dõi một loạt các yếu tố môi trường, từ nhiệt độ, tình trạng linh kiện, việc sử dụng nước và các yếu tố khác. Internet vạn vật đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối giữa môi trường thực và môi trường số. Theo dự đoán của Hệ thống toàn cầu về viễn thông di động - GSMA (Global System for Mobile Communications), tới năm 2025, toàn cầu có 24 tỷ kết nối IoT, dự kiến sẽ tăng trưởng kép (CAGR) ở mức 12% trong giai đoạn 2019-2025 .

3. Tổng số kết nối IoT toàn cầu (triệu)



Source: GSMA

Biểu đồ 4.1: Tổng số kết nối IoT toàn cầu [164]

Ba là, công nghệ mô phỏng. Mô phỏng là sự bắt chước một quá trình hay hệ thống thực theo thời gian. Mô phỏng được sử dụng để mô tả và phân tích hành vi của một hệ thống, rút ra kết luận liên quan đến các đặc tính hoạt động của hệ thống nhằm vụ các tiện ích, với mục đích người dùng khác nhau theo yêu cầu. Có thể mô phỏng một hiện tượng, một hoạt động của sự việc, máy móc, một hay chuỗi thao tác vận hành, điều khiển, sửa chữa theo kịch bản chuyên môn có sẵn... Phần cứng mô phỏng là các thiết bị liên quan đến các hệ thống máy tính, các hệ thống truyền thông, điện tử, cơ khí và các hệ thống trang thiết bị khác được tích hợp phục vụ mô hình hóa các thực thể tham gia mô phỏng. Phần mềm mô phỏng là một tập hợp các thuật toán (chương trình máy tính) “bắt chước” dựa trên quá trình hoạt động của mô hình một hiện tượng thực tế. Về cơ bản, đó là một chương trình máy tính cho phép người sử dụng dùng để quan sát một hoạt động thông qua mô phỏng mà không phải thực hiện thật hoạt động đó

AI (Artificial Intelligence) nghĩa là trí tuệ nhân tạo hay trí thông minh nhân tạo là công nghệ mô phỏng và tái tạo những suy nghĩ và quá trình tiếp thu kiến thức của con người trong máy móc, đặc biệt là trong các hệ

thông máy tính. Trí tuệ nhân tạo giúp máy tính có được những trí tuệ của con người như: biết suy nghĩ và lập luận để giải quyết vấn đề, biết giao tiếp do hiểu ngôn ngữ, tiếng nói, biết học và tự thích nghi,... AI sẽ là lĩnh vực phát triển mạnh mẽ nhờ những ưu việt mà nó mang lại cho các ngành nghề, lĩnh vực trong cuộc sống. Nhờ công nghệ này, mọi thứ đều hoạt động bằng máy tính và kết quả có nhanh chóng, các cấu trúc phân tích, dự đoán, tính toán dữ liệu có thể được học và điều chỉnh tự động hoàn toàn.

Thực tế ảo (virtual reality - VR) là một thuật ngữ dùng để chỉ một hệ thống giao diện cấp cao giữa người sử dụng và máy tính. VR có khả năng mô phỏng các sự vật, hiện tượng theo thời gian thực và tương tác với người sử dụng thông qua việc tổng hợp các kênh cảm giác. Theo dự đoán của công ty nghiên cứu Gartner, trong tương lai, công nghệ mô phỏng nói chung và VR nói riêng sẽ có khả năng ứng dụng rộng rãi trong mọi lĩnh vực (nghiên cứu và công nghiệp, giáo dục và đào tạo, du lịch, dịch vụ bất động sản, thương mại và giải trí...) vì tiềm năng kinh tế, cũng như tính lưỡng dụng (trong dân dụng và quân sự) của nó.

Bốn là, điện toán đám mây. Điện toán đám mây hay còn gọi là điện toán máy chủ ảo cung cấp các công nghệ, tài nguyên máy tính liên kết với mạng Internet. Với mô hình điện toán đám mây, người dùng sẽ được tiếp cận các tài nguyên từ công nghệ, năng lượng điện toán, lưu trữ cơ sở dữ liệu đến từ những nhà cung cấp dịch vụ đám mây. Các ứng dụng web phổ biến hiện nay như Gmail, Google Calender, Hotmail, SaleForce, Dropbox và Google Docs đều dựa trên Cloud Computing bởi vì khi kết nối tới những dịch vụ đó, người dùng đã được truy cập vào những cụm nhóm máy chủ đồ sộ thống nhất trên Internet. Điện toán đám mây được nhận định sẽ trở thành công nghệ được ứng dụng mạnh mẽ hơn bao giờ hết do những lợi ích mà nó mang đến cho con người như tiết kiệm chi phí, truy cập ở mọi nơi chỉ cần có kết nối internet cũng như độ an toàn và bảo mật cao.

Năm là, công nghệ 3D. 3D là từ viết tắt của 3-Dimension (tạm dịch là 3 chiều). Định nghĩa về 3D thường đi kèm với một thuật ngữ lý thuyết đó là đồ họa 3D. Công nghệ này sẽ tạo ra hoạt ảnh chuyên nghiệp 3 chiều với chiều rộng, chiều cao và chiều sâu thông qua phần mềm máy tính, công cụ hiện đại. Hiện nay, 3D được sử dụng rộng rãi tại nhiều lĩnh vực, trong đó có lĩnh vực truyền thông, tuyên truyền. Công nghệ Real 3D là không gian ba chiều thực, mang đến cảm giác các hình khối thoát ra khỏi khung hình. Người xem sẽ có cảm giác chân thật hơn khi sản phẩm, phim ảnh,... ứng dụng công nghệ này. Các phương tiện truyền thông mới hiện nay cũng ứng dụng công nghệ này để sáng tạo các tác phẩm tuyên truyền nội dung đến với công chúng.

Sáu là, big data (dữ liệu lớn). Big Data là tổ hợp các giải pháp để xử lý dữ liệu lớn và phức tạp bao gồm: các giải pháp thu thập, tích hợp dữ liệu từ các nguồn dữ liệu, các giải pháp tổ chức, sắp xếp và lưu trữ dữ liệu, các giải pháp làm sạch, chuyển đổi dữ liệu và các giải pháp khai thác dữ liệu. Cơ sở dữ liệu và phân tích dữ liệu lớn (Big Data) là nền tảng bao trùm cho các công nghệ khác như trí tuệ nhân tạo (AI), điện toán đám mây (Cloud Computing)... kết hợp, xuyên chuỗi giá trị. Big data đang là xu hướng ứng dụng trong mọi lĩnh vực của đời sống xã hội trong kỷ nguyên 4.0 hiện nay.

Bảy là, thực tế tăng cường (AR). Thực tế ảo tăng cường AR là công nghệ được phát triển dựa trên nền tảng của VR. Thực tế ảo VR hiển thị hình ảnh 2D, 3D được mã hóa và hiển thị trên các thiết bị điện tử như Smartphone, máy tính bảng. AR cho phép người dùng trải nghiệm những yếu tố ảo của công nghệ VR trong chính không gian thật. Điểm vượt trội trong công nghệ AR đó là mức độ chân thực của các hình ảnh, dữ liệu được xuất hiện ngay trong môi trường không gian thực của người dùng. Chính vì vậy mà AR được ưa chuộng ứng dụng nhiều trong các lĩnh vực khác nhau hiện nay như: truyền thông, bất động sản, trò chơi điện tử, bán lẻ, ...

Tám là, các công nghệ đảm bảo an ninh mạng. Khi có càng nhiều sự phát triển về công nghệ thì vấn đề an ninh càng được quan tâm nhiều hơn. Hiện nay có một vài phương pháp được áp dụng rộng rãi như: sử dụng nền tảng web trong việc quản lý an ninh, dịch vụ video giám sát, phân tích video, hệ thống kiểm soát vào không dây, ... với mỗi phương pháp lại có những ưu điểm, lợi thế riêng, việc áp dụng nhiều phương pháp giúp cho công tác an ninh được tăng cường hơn nhiều lần. Với các công tác tuyên truyền thì an ninh mạng là tối quan trọng, góp phần lớn vào hiệu quả và thành công của thông tin.

Các loại hình công nghệ hiện đang là xu hướng ứng dụng trong tương lai của nhân loại, và cũng là xu hướng lớn được ứng dụng trên các phương tiện truyền thông mới. Các công nghệ mới này có mối liên hệ chặt chẽ, qua lại, hỗ trợ nhau trên cùng một nền tảng hoặc ứng dụng của phương tiện truyền thông mới, góp phần lớn vào việc tuyên truyền thông tin chính trị đến với các đối tượng công chúng. Trong đó, các khái niệm có liên quan đến PTTTMM như truyền thông số, nội dung số; truyền thông đa phương tiện, truyền thông đa nền tảng hay truyền thông xã hội, mạng xã hội được dự đoán là sẽ ứng dụng mạnh mẽ 9 loại hình công nghệ hiện đại trên trong quá trình thực hiện truyền thông và tuyên truyền, cũng như xây dựng các sản phẩm khác.

Xu hướng sự phát triển các phương tiện truyền thông mới ở Việt Nam

Một là, xu hướng sự phát triển của internet và internet vạn vật. Từ kết quả nhiều cuộc khảo sát cho thấy, Việt Nam là một quốc gia có tỷ lệ người sử dụng internet cao và liên tục tăng qua các năm. Dự báo trong tương lai, internet ở Việt Nam sẽ phát triển rất nhanh, với số lượng người truy cập ngày một nhiều. Tiềm năng cho sự gia tăng này là ở nhóm đối tượng người lớn tuổi (vốn có điện thoại thông minh nhưng còn hạn chế trong việc ứng dụng internet trên các nền tảng hoặc các ứng dụng) và nhóm người dân sinh sống ở vùng cao, vùng sâu, vùng xa (Chính phủ đang có nhiều chính sách để

phát triển ở các vùng này trong tương lai, do vậy khi internet phủ sóng, các vùng này sẽ gia tăng số lượng người sử dụng và truy cập internet).

Về dịch vụ viễn thông, trong tương lai, băng rộng di động 5G sẽ trở nên phổ biến hơn ở Việt Nam do hiện nay, một số nhà mạng lớn đang lên tiến độ để lắp đặt các trạm thu phát sóng cũng như đang đo kiểm đánh giá chất lượng, dự kiến phát sóng diện rộng cung cấp dịch vụ 5G trong quý 3/2023.

Xu hướng nổi bật trên thế giới đối với sự phát triển của truyền thông mới trong giai đoạn tới là bước vào cách mạng 4.0 với IoT. IoT được coi là thời đại internet hoá. Và chắc chắn, trong xu thế ấy, Việt Nam là một thành viên tham gia tích cực.

Hai là, xu hướng sự phát triển của các phương tiện truyền thông mới ứng dụng công nghệ mô phỏng, công nghệ 3D (thực tế ảo VR, thực tế tăng cường AR và trí tuệ nhân tạo AI). Ở Việt Nam hiện nay, công nghệ mô phỏng đang được quan tâm sát sao để tập trung phát triển. Đặc biệt, trong an ninh quốc phòng, giáo dục, y tế và giải trí là những lĩnh vực ứng dụng nhiều nhất công nghệ mô phỏng. 3D và VR, AR được ứng dụng để mô phỏng các buổi tập bắn súng, huấn luyện bay,... trong các nhiệm vụ quốc phòng, an ninh; mô phỏng các bài giảng trực quan trong quá trình giảng dạy; mô phỏng cơ thể người trong y học và các hoạt động giải trí, trải nghiệm khác. Riêng công nghệ AI đang được chú trọng để áp dụng vào hành chính công đặc biệt ở cấp cơ sở, khi phải tiếp dân và giải đáp các thắc mắc của người dân về vấn đề đường lối, chính sách, pháp luật. Trong tương lai, Việt Nam được dự đoán sẽ tiếp tục ứng dụng các loại hình công nghệ mới này, nhưng ở mức độ phổ biến hơn, hiện đại hơn với nguồn nhân sự chất lượng cao.

Ba là, xu hướng sự phát triển của các phương tiện truyền thông mới ứng dụng công nghệ Big data (dữ liệu lớn), điện toán đám mây và công nghệ tích hợp hệ thống. Ba loại hình công nghệ này bổ trợ, tương hỗ lẫn nhau trong một không gian được bao phủ bởi internet. Dữ liệu lớn Big Data được

ứng dụng ở Việt Nam trên nhiều lĩnh vực như xây dựng chính phủ số, vận hành doanh nghiệp và nền kinh tế, an ninh mạng,... Trong khi đó các ứng dụng điện toán đám mây thực hiện một số nhiệm vụ như: triển khai cơ sở dữ liệu đám mây; kiểm tra và phát triển website, ứng dụng; phân tích, vận hành Big Data. Tất cả các loại hình công nghệ trên được tổng hoà trong một hệ thống tích hợp – một mạng lưới nơi dữ liệu và thông tin được quản lý, liên kết và chia sẻ lẫn nhau.

Bốn là, xu hướng sự phát triển của công nghệ robot. Trong vòng 20 năm nữa, mỗi người sẽ có nhu cầu sử dụng một robot cá nhân như cần một chiếc máy tính hiện nay. Robot sẽ là tâm điểm của một cuộc cách mạng công nghệ lớn sau Internet. Với xu thế này, cùng với các ứng dụng truyền thống khác của robot trong công nghiệp, y tế, giáo dục, giải trí, truyền thông, an ninh quốc phòng thì thị trường robot và các dịch vụ kéo theo cũng sẽ vô cùng lớn. Tại Việt Nam, nghiên cứu phát triển robot đã có những bước tiến đáng kể những năm vừa qua, trong bối cảnh chuyển đổi số quốc gia đang được Chính phủ đầu tư phát triển mạnh mẽ. Nhiều đơn vị trên toàn quốc thực hiện các nghiên cứu cơ bản và nghiên cứu ứng dụng về robot như Trung tâm Tự động hoá, Đại học Bách Khoa Hà Nội, Viện Điện tử – Tin học – Tự động hoá thuộc Bộ Công nghiệp, Viện Khoa học và Công nghệ quân sự, Học viện Kỹ thuật Quân sự,... Nhờ sự đầu tư và nghiên cứu kỹ lưỡng, cũng như có chính sách phát triển hợp lý, Việt Nam trong tương lai sẽ là quốc gia thành công xây dựng chính phủ điện tử, thành công chuyển đổi số quốc gia và thành công trong việc ứng dụng robot phục vụ cuộc sống con người

Năm là, xu thế ứng dụng công nghệ đảm bảo an ninh mạng (cyber security). Một trong những thách thức lớn nhất của an ninh mạng là sự liên tục phát triển của các rủi ro an ninh. Khi các công nghệ mới xuất hiện và công nghệ được vận hành theo những cách mới, khác nhau, các cuộc tấn công an ninh mạng sẽ ngày càng tinh vi hơn. Để có thể bắt kịp những thay đổi liên tục này và những tiến bộ trong các cuộc tấn công, Việt Nam chú

trọng và tăng cường hơn các công nghệ để đảm bảo an ninh mạng, cũng là để thực hiện thành công bảo vệ nền tảng tư tưởng đảng, chống lại các luận điệu sai trái của các thế lực thù địch

4.1.2. Khả năng ứng dụng các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị

Ứng dụng các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở một số quốc gia trên thế giới

Đối với quản trị công, trước sự phát triển như vũ bão của internet và internet vạn vật, nhiều chính phủ trên thế giới đã vận dụng để truyền tải chính sách đến nhanh, hiệu quả, kịp thời đến với quần chúng. Trong thời gian chống dịch COVID-19, các nhà chức trách *Singapore* đã sử dụng mạng xã hội Facebook như một phương tiện hữu hiệu để truyền tải các chính sách của nội các chính phủ, chuẩn bị tinh thần cho người dân *Singapore* trong cuộc chiến chưa từng có tiền lệ này. Đặc biệt, khi chính quyền *Singapore* tuyên bố nâng cấp độ dịch từ vàng lên da cam (cấp độ cao hơn), người dân lo lắng, đổ xô đến các siêu thị tích trữ đồ ăn, nhu yếu phẩm. Lúc này các lãnh đạo nhận thấy cần phải hành động nhanh chóng để làm yên lòng người dân. Bộ trưởng Nội vụ *Singapore* khi đó đã tới siêu thị lớn tại vùng ngoại ô, đăng cả ảnh lẫn video các kệ đầy ắp hàng hóa lên tài khoản Facebook và Instagram của mình. Những bài đăng của Bộ trưởng lập tức được chia sẻ hơn 200.000 lần trong ngày. Thủ tướng Lý Hiển Long cũng tạo một video ngắn trên Facebook, khẳng định kho dự trữ chiến lược quốc gia chuẩn bị cho thảm họa vẫn đầy đủ cung ứng cho người dân khi cần thiết. Hay Bộ trưởng Công thương *Singapore* đăng trên Facebook cá nhân ảnh đón chuyển hàng rau xanh đầu tiên từ New Zealand ngay tại cảng, thể hiện những nỗ lực của Chính phủ để người dân yên tâm chiến đấu với đại dịch, từ đó tránh được tình trạng gom hàng hoá, tích trữ thực phẩm. Chỉ hai ngày sau, *Singapore* không còn chứng kiến cảnh người dân xếp hàng mua tích trữ lương thực, thực phẩm. Điều này cho thấy mạng xã hội đã phát huy tác dụng

tích cực và các nhà lãnh đạo Singapore cũng đã rất linh hoạt vận dụng những ưu điểm của mạng xã hội để thực hiện các mục tiêu chính trị đến với dân chúng.

Tại *Canada*, từ năm 2004, Chính phủ đã cho ra mắt Kế hoạch chính phủ trực tuyến “Government On-Line” với mục đích làm cho chính phủ Canada trở thành chính phủ được kết nối nhiều nhất trên thế giới với công dân. Công dân Canada có thể truy cập tới thông tin và dịch vụ trực tuyến ở bất cứ đâu vào bất kỳ thời điểm nào tùy vào lựa chọn của người dân. Sáng kiến này là một dự án nhiều năm sẽ cung cấp cho người dân khả năng tương tác với chính phủ, truy cập thông tin, dịch vụ và thực hiện các giao dịch khác một cách điện tử với chính phủ Canada. Kế hoạch chính phủ trực tuyến sẽ cung cấp bổ sung cách thức người dân giao dịch với chính phủ chứ không thay thế các cách thức hiện có. Các mục tiêu chính của kế hoạch bao gồm: Dễ dàng truy cập tới chính phủ hơn; Dịch vụ đáp ứng tốt và thuận tiện hơn; Bảo mật và an toàn đối với việc cung cấp dịch thông tin và dịch vụ trực tuyến; Cung cấp dịch vụ cho tất cả người dân Canada: người dân có quyền lựa chọn kênh giao dịch, ngôn ngữ và định dạng để tương tác với chính phủ. Kế hoạch đã được người dân hưởng ứng thực hiện mãnh mẽ và nhận xét rằng việc chính phủ sử dụng công nghệ thông tin là một bước đi đúng đắn.

Tại *Thái Lan*, năm 2019, Chính phủ thành lập Trung tâm Chống tin giả, sử dụng trí tuệ nhân tạo và các nhân viên giám sát đã được huấn luyện nhằm nhận diện và xác minh tin giả. Song song với đó, Chính phủ Thái Lan cũng đẩy mạnh việc sử dụng các nền tảng mạng xã hội phổ biến như Facebook, Twitter và LINE để tuyên truyền thông tin tới người dân thay vì chỉ đăng tải trên các phương tiện truyền thống như phát thanh, truyền hình trước đây. Thủ tướng Thái Lan Prayut Chan-o-cha đã lập một trang Facebook riêng để thường xuyên công bố các chủ trương, quyết định của Chính phủ. Trang Facebook này của Thủ tướng được thường xuyên cập nhật thông tin với hơn 1 triệu người theo dõi. Ngoài ra, các cơ quan chính phủ và

nhieu nhân vật quan trọng trong nội các cũng thường xuyên đăng tải thông tin lên các mạng xã hội phổ biến như Facebook, Twitter, Instagram và LINE...

Cũng giống như các nước khác trên thế giới, sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin và truyền thông (ICT), đặc biệt là các phương tiện truyền thông mới, đã làm thay đổi cách thức tương tác và giao tiếp giữa các cơ quan nhà nước *Indonesia* với công chúng. Quá trình ứng dụng ICT trong các cơ quan nhà nước được khởi xướng tại *Indonesia* với Chỉ thị Tổng thống số 3/2003 về việc triển khai Chính phủ điện tử nhằm nâng cao hiệu lực, hiệu quả, tính minh bạch, trách nhiệm giải trình đồng thời thúc đẩy chuyển đổi hướng tới kỷ nguyên xã hội thông tin. Hầu hết chính khách *Indonesia* đều hoạt động rất tích cực trên môi trường mạng xã hội để truyền tải thông điệp, thông tin về các hoạt động thường nhật, đồng thời thu hút cử tri/người ủng hộ trong các chiến dịch tranh cử. Với tư cách là phương tiện thông tin đại chúng phổ biến, truyền thông xã hội đã và đang đóng vai trò chiến lược trong cạnh tranh chính trị tại *Indonesia*, nhất là trước thềm các cuộc tổng tuyển cử, bầu cử tổng thống.

Khả năng ứng dụng các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam

Việt Nam hiện đang là quốc gia tích cực trong công cuộc thực hiện chuyển đổi số và xây dựng chính phủ điện tử. Do vậy, chính phủ có những chính sách cập nhật và ứng dụng những xu hướng công nghệ mới nhất để áp dụng vào các nền tảng phương tiện truyền thông mới phục vụ công tác tuyên truyền của Đảng. Tuy nhiên, do nhiều yếu tố khách quan và chủ quan, và với mỗi lĩnh vực sẽ có loại hình phù hợp, đối với việc tuyên truyền chính trị trên các nền tảng của phương tiện truyền thông mới, một số loại hình công nghệ được chính phủ tập trung phát triển, đó là: ứng dụng internet, internet vạn vật, công nghệ mô phỏng và bảo mật mạng. Trong tương lai, Việt Nam có tiềm năng để bắt kịp những xu hướng phương tiện truyền thông mới phục vụ

công tác tuyên truyền với các công nghệ hiện đại khác như robot, công nghệ tích hợp hệ thống,...

Với công tác tuyên truyền chính trị qua các nền tảng báo chí đa phương tiện. Tại Việt Nam, thực hiện quyết định số 135/QĐ-TTg ngày 20/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Đề án nâng cao hiệu quả hoạt động thông tin cơ sở dựa trên ứng dụng công nghệ thông tin; Quyết định số 1381/QĐ-BTTTT ngày 07/9/2021 của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành Chiến lược phát triển lĩnh vực thông tin cơ sở giai đoạn 2021-2025, từ Trung ương đến địa phương phấn đấu thực hiện 100% nội dung thông tin thiết yếu từ trung ương, cấp tỉnh, cấp huyện và cấp xã để tuyên truyền, phổ biến đến người dân được cung cấp trên hệ thống thông tin nguồn và các nền tảng đa phương tiện của bộ, ban, ngành trung ương và địa phương. Căn cứ trên quyết định trên, các địa phương trên cả nước phấn đấu 100% thông tin thiết yếu từ hệ thống thông tin cơ sở được phổ biến đến người dân; 100% ý kiến phản ánh của người dân về hiệu quả thực thi chính sách, pháp luật ở cơ sở được tiếp nhận, xử lý trên hệ thống thông tin cơ sở qua các nền tảng, ứng dụng phương tiện truyền thông mới. Các địa phương cũng đồng thời xây dựng, hoàn thiện hệ thống công nghệ thông tin - viễn thông phù hợp với điều kiện của địa phương, bảo đảm tránh lãng phí trong đầu tư.

Thêm vào đó, Nhà nước và chính quyền địa phương tích cực thúc đẩy chuyển đổi số hoạt động thông tin cơ sở đến năm 2025 với một số mục tiêu như: 100% đài truyền thanh cấp xã có dây/không dây FM chuyển đổi sang truyền thanh ứng dụng công nghệ thông tin – viễn thông; sử dụng phổ biến công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) kết hợp với công nghệ xử lý dữ liệu lớn (Big Data) trong sản xuất nội dung chương trình tuyên truyền chính trị; tập trung xây dựng ứng dụng trên thiết bị di động thông minh (điện thoại thông minh, máy tính bảng...) để người dân tiếp nhận thông tin về chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; thông tin chỉ đạo, điều hành của cấp ủy,

chính quyền cấp cơ sở; các thông tin khẩn cấp về thiên tai, hỏa hoạn, dịch bệnh trên địa bàn;; gửi phản ánh, kiến nghị và đóng góp ý kiến; có thể tích hợp các dịch vụ tiện ích thanh toán giúp người dân thực hiện các giao dịch trực tuyến thuận lợi.

Đối với nền tảng mạng xã hội, với khả năng tiếp cận đông đảo nhóm công chúng trẻ, mạng xã hội đã chứng minh hiệu quả trong việc truyền thông và hoàn toàn có khả năng trở thành công cụ đắc lực cho hoạt động tuyên truyền chính trị, truyền thông chính sách của Chính phủ hiện tại và trong tương lai.

Việc ứng dụng công nghệ tiên tiến, hiện đại trên các nền tảng đa phương tiện cũng đang là mục tiêu mà chính phủ hướng tới trong công cuộc chuyển đổi số quốc gia nói chung và đối với việc tuyên truyền chính trị nói chung. Trong đó, một số loại hình công nghệ hiện đại được ứng dụng, đó là:

Một là, ứng dụng internet và internet vạn vật (Internet of Things – IoT)

Với sự phát triển của Internet, điện thoại thông minh và đặc biệt là các thiết bị cảm biến, Internet of Things (IoT) đang trở thành xu hướng mới của thế giới. Internet of Things là những vật dụng có khả năng kết nối với nhau thông qua Internet. Hiện tại có trên 14 tỷ thiết bị IoT trên toàn thế giới, con số này ước tính sẽ còn tăng cao lên tới 27 tỷ thiết bị vào năm 2025, và chắc chắn Việt Nam sẽ tham gia rất tích cực vào thị trường các loại hình ứng dụng IoT này [166]. Trong hoạt động TTCT, việc ứng dụng Internet và IoT ở Việt Nam không chỉ giúp lan tỏa thông tin nhanh chóng và hiệu quả mà còn thúc đẩy sự tương tác và tham gia tích cực của người dân. Đồng thời, việc sử dụng các công nghệ hiện đại giúp Chính phủ nắm bắt và phản ứng kịp thời với các xu hướng dư luận, điều chỉnh các chính sách và chiến lược truyền thông một cách linh hoạt, hiệu quả.

Hai là, ứng dụng công nghệ mô phỏng (công nghệ trí tuệ nhân tạo - AI, 3D và công nghệ thực tế ảo VR, thực tại tăng cường AR)

Năm 2015, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 36a/NQ-CP về Chính phủ điện tử nhằm “Đẩy mạnh phát triển Chính phủ điện tử, nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động của các cơ quan Nhà nước, phục vụ người dân và doanh nghiệp ngày càng tốt hơn, nhằm mục đích nâng cao vị trí của Việt Nam về Chính phủ điện tử theo xếp hạng của Liên Hợp Quốc. Công khai, minh bạch hoạt động của các cơ quan Nhà nước trên môi trường mạng”; và “Trí tuệ nhân tạo là một lĩnh vực công nghệ nền tảng của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, góp phần quan trọng tạo bước phát triển đột phá về năng lực sản xuất, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, thúc đẩy phát triển kinh tế tăng trưởng bền vững”. Trên cơ sở đó, các bộ, ngành, địa phương đã có nhiều cố gắng và đạt được những kết quả bước đầu quan trọng làm nền tảng trong triển khai xây dựng Chính phủ điện tử. Một trong những thành quả ấy đó là thành phố Hồ Chí Minh và uỷ ban nhân dân quận Cầu Giấy (Hà Nội) đã triển khai ứng dụng AI vào hành chính công trong quá trình tiếp dân.

Công nghệ 3D, công nghệ thực tại ảo VR và thực tế tăng cường AR đang được nhiều hãng truyền thông lớn trên thế giới như Reuters, AFP,... ứng dụng để sáng tạo các tác phẩm truyền thông. The New York Times là một trong các hãng thông tấn tích cực nhất trong việc ứng dụng công nghệ 3D kết hợp với VR và AR trong việc xây dựng các tác phẩm truyền thông. “The Displaced” – “Sự di tản” là đoạn phim 360° VR của The New York Times chỉ dài khoảng 11 phút, nhưng phác hoạ rõ nét cảnh hoang tàn, đổ nát, cảnh sống trong các trại tị nạn của hơn 60.000 người trên khắp thế giới khi phải rời bỏ quê hương vì chiến tranh, bạo loạn, nội chiến, mà trong đó có đến một nửa là trẻ em.

Trước xu hướng phát triển mạnh mẽ ấy, báo chí - truyền thông Việt Nam cũng nhanh chóng cập nhật xu hướng để sáng tạo tác phẩm và chắc chắn sẽ có những tác phẩm chất lượng trong tương lai. Việc ứng dụng công nghệ mô phỏng như AI, 3D, VR và AR của các PTTM trong TTCT ở Việt

Nam sẽ mang lại nhiều lợi ích, từ việc tự động hóa quy trình sản xuất nội dung đến việc tạo ra các trải nghiệm sống động và tương tác cao cho độc giả. Điều này không chỉ nâng cao chất lượng thông tin mà còn giúp chủ thể TTCT bắt kịp xu hướng công nghệ, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người dân.

Ngoài ra, các loại hình công nghệ như dữ liệu lớn (big data), công nghệ tích hợp hệ thống và đặc biệt là công nghệ bảo vệ mạng cũng đang được chính phủ, các tổ chức, doanh nghiệp hướng tới nhằm đưa Việt Nam trở thành quốc gia thành công trong công cuộc chuyển đổi số, góp phần gia tăng hiệu quả hoạt động TTCT bằng các PTTTM.

4.2. Quan điểm phát huy vai trò các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam trong thời gian tới

4.2.1. Nhận thức đúng đắn về tác động tích cực và tiêu cực của các phương tiện truyền thông mới trong đời sống xã hội và trong tuyên truyền chính trị

Trong những năm gần đây, Đảng và Nhà nước ta luôn coi trọng sự phát triển của internet, nhận thức và xác định rõ tác động tích cực và tiêu cực của các phương tiện truyền thông mới. Từ đó, đã có những chủ trương, đường lối, chính sách, pháp luật, xử lý đúng đắn mối quan hệ giữa an ninh và phát triển, dân chủ và kỷ cương và đã có những thành tựu quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển không gian mạng.

Thứ nhất, nhận thức đúng đắn về tác động tích cực của các PTTTM đối với đời sống xã hội và trong TTCT ở Việt Nam hiện nay được thể hiện như sau:

Một là, phương tiện truyền thông mới làm thay đổi nếp sống, thói quen sinh hoạt và phương thức giao tiếp của con người. Hiện nay, truyền thông mới len lỏi vào cuộc sống xã hội, tạo nên tác phong sinh hoạt và làm việc mới phù hợp với nhịp sống số. Phương thức giao tiếp truyền thống như gặp mặt, gọi điện, nhắn tin qua mạng viễn thông,... đã thay đổi và chuyển

sang các hình thức giao tiếp số như cuộc gọi miễn phí qua internet, gọi video có hình, thư điện tử, chatvoice,... Do vậy, PTTTM mang lại không gian mở rộng lớn, xoá nhòa biên giới quốc gia, lãnh thổ để con người dễ dàng giao lưu kết bạn và trao đổi thông tin. Trên không gian mạng với lượng tin tức và tri thức khổng lồ đã rất hữu ích cho con người trong quá trình học tập và làm việc.

Hai là, PTTTM góp phần thúc đẩy cá nhân hoá, tư duy phản biện cá nhân. Trên môi trường mạng, các cá nhân có điều kiện tối đa để thể hiện bản thân từ quan điểm tới sức sáng tạo. Không gian internet là nơi con người thoải mái chia sẻ tâm tư, tình cảm cá nhân cũng như chia sẻ, bày tỏ quan điểm về các vấn đề chính trị, pháp luật hay những vấn đề nổi cộm đang diễn ra. Đây cũng chính là công dân thực hiện quyền làm chủ của mình, giúp các cấp chính quyền thu nhận thông tin đa chiều, khách quan từ nhiều góc độ công chúng khác nhau.

Ba là, các phương tiện truyền thông mới là một trong những nơi cung cấp thông tin chính thống nội dung tuyên truyền chính trị của Đảng và Nhà nước, với những hình thức tuyên truyền kết hợp giữa văn bản text truyền thống với những phương thức hiện đại như đồ hoạ, mega story,... PTTTM đồng thời cũng là vũ khí bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, lấy cái đẹp dẹp cái xấu để phản bác mọi luận điệu, âm mưu chống phá của các thế lực thù địch trên không gian mạng.

Bốn là, PTTTM cùng với sự phát triển của các loại hình công nghệ hiện đại với những đặc tính như sự đa nền tảng về công nghệ, kỹ thuật, tính tương tác cao và quy mô truyền thông lớn giúp cho việc truyền tải thông tin tuyên truyền chính trị đến với công chúng nhanh hơn, phong phú, đa dạng hơn. Dù là mẫu tin tuyên truyền ngắn hay một tác phẩm tuyên truyền dung lượng lớn, đồ sộ, các nền tảng PTTTM hiện nay đều có hình thức chuyển tải phù hợp đến người đọc. Thậm chí, với những ứng dụng công nghệ cao như VR, 3D hay AI, những siêu tác phẩm báo chí tuyên truyền (Mega Story)

ngày càng được sản xuất nhiều hơn. Trong mỗi một tác phẩm chỉnh thể lớn ấy, có thể tạo ra nhiều câu chuyện nhỏ, tạo nên sự phi tuyến tính trong cốt truyện. Ngoài ra, việc tạo ra các hiệu ứng hình ảnh động, âm thanh, đồ hoạ minh hoạ sắc nét, hiện đại, dễ hiểu, cũng là một trong những yếu tố để thông tin tuyên truyền chính trị dễ tiếp cận đến các đối tượng công chúng hơn, đặc biệt là với đối tượng giới trẻ.

Năm là, công thông tin điện tử của Chính phủ và các cơ quan Nhà nước cung cấp thông tin chi tiết về chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước giúp người dân dễ dàng tra cứu và nắm bắt thông tin chính xác.

Thứ hai, nhận thức đúng đắn về tác động tiêu cực của các PTTTM đối với đời sống xã hội và trong TTCT ở Việt Nam hiện nay được thể hiện như sau:

Một là, trên không gian mạng của các PTTTM, con người đề cao thái quá cái tôi cá nhân, thúc đẩy xu thế cá nhân hoá. Không gian mạng là nơi xuất hiện những quan niệm mới, giá trị mới nhưng cũng nhiều khi rất tiêu cực về giá trị con người, về đạo đức, lối sống. Lợi dụng môi trường mạng, nhiều người lợi dụng để truyền bá những tư tưởng xấu, lệch lạc. Ngoài ra, nhiều người tìm cách đánh bóng tên tuổi bằng nhiều cách, thậm chí phản cảm, thiếu văn hóa như tung ảnh nóng, tạo scandal để trở nên nổi tiếng, từ đó hình thành những thú vui bệnh hoạn, những hành vi lệch chuẩn trên không gian mạng.

Nhiều nghiên cứu về truyền thông gần đây đã đưa ra khái niệm lưu manh trên mạng (internet holigan) để chỉ những kẻ coi internet như một thứ vũ khí đả thương đối phương, dùng nickname nặc danh hoặc blog giả để bình luận, phỉ báng, chửi bới người khác, hoặc châm ngòi làm bùng nổ những cuộc khẩu chiến. Ngoài ra, những chuyện “lộ hàng”, tung ảnh nóng, quay và phát tán phim đen cá nhân, gieo tin đồn thất thiệt về các “sao”, người của công

chúng đang tràn lan trên mạng. Nếu không tỉnh táo, người sử dụng rất dễ bị ảnh hưởng trong suy nghĩ, nhận thức và hành động [68, tr.32].

Hai là, không gian internet biến con người trở thành thụ động, sống trong thế giới ảo. Thế giới ảo, không gian ảo đã biến con người trở thành thụ động, mất khả năng giao tiếp ngoài đời thực, làm lỏng lẻo các quan hệ với gia đình và cộng đồng. Giới trẻ hiện nay có thể giam mình suốt ngày trong phòng với một chiếc máy tính hoặc điện thoại nối mạng, không còn thời gian riêng tư cho việc nghỉ ngơi, lấy lại sức, ngày càng xao nhãng các bổn phận, trách nhiệm với gia đình và xã hội. Thế giới ảo hạn chế những giao tiếp mặt đối mặt, khiến họ dần bị tách biệt với cuộc sống, trở nên lãnh cảm và phát sinh những căn bệnh tâm lý khó lường

Ba là, không gian internet ảnh hưởng đến quan điểm sống, nhân sinh quan của con người. Giới trẻ ngày nay đặc biệt coi việc tra cứu thông tin và giải trí trên không gian mạng như là một cách thức đương nhiên để thoả mãn nhu cầu. Do vậy không gian mạng ảnh hưởng rất lớn đến kiến thức, thị hiếu của công chúng. Ngoài những thông tin hữu ích, các nguyên tắc sống, tin tức lệch lạc trên mạng đưa tới những biến chuyển lớn trong quan điểm sống của người dùng, đặc biệt là giới trẻ, cổ xúy cho những tư tưởng sống lệch chuẩn, chủ nghĩa cá nhân, chủ nghĩa hiện sinh, sống gấp, hưởng lạc.

Bốn là, cách thức đưa tin truyền thống đã bị phá vỡ bởi sự xuất hiện của internet với những thông tin chưa được kiểm chứng, dưới lăng kính chủ quan của các “nhà báo công dân”. Quá trình bùng nổ thông tin và việc xuất hiện của các nền tảng mạng xã hội đã khiến cho cuộc đua thông tin của các báo chí truyền thống bị thay đổi, gây ra nguy cơ mất an ninh thông tin. Nhiều sự kiện diễn ra trên thực tế còn xuất hiện trên mạng xã hội còn nhanh hơn cả khi báo chí vào cuộc. Sự vụ biểu tình của dân chúng Nghệ An về vấn đề công ty Formosa tháng 2/2017 là một ví dụ. Nhiều trang mạng xã hội đã đăng tải tin tức này còn nhanh hơn các báo chí chính thống, cùng những sự chia sẻ chóng mặt, kèm theo những đoạn clip trực tiếp tại hiện trường. Chưa

kê, đó có thể là những vấn đề liên quan đến bí mật nhà nước, các chiến lược an ninh chính trị, an ninh quốc gia, cơ yếu, quốc phòng, quân sự, đối ngoại; hay thông tin về quy trình chuẩn bị và triển khai, thực hiện công tác tổ chức, cán bộ...

Năm là, sự can thiệp của hội tụ công nghệ dẫn đến sự thay đổi các tiêu chí đánh giá năng lực của chủ thể tuyên truyền. Công nghệ 3D, AI, VR, AR, robot... mặc dù là xu hướng lớn của thế giới, Việt Nam không nằm ngoài dòng chảy ấy, nhưng cũng đặt ra những thách thức mới đối với các hình thức tuyên truyền truyền thống. Có ý kiến cho rằng trong tương lai, 90% nội dung tin tức sẽ được viết tự động bởi các máy tính. Liệu trí thông minh nhân tạo AI có thể thay thế được 90% công việc của một nhà báo? Robot có thể phân tích hàng ngàn dữ liệu chỉ trong thời gian vài giây, các thuật toán cũng chỉ cần vài giây là cho ra đáp án, điều này các phương tiện truyền thông truyền thống hay chính con người cũng không thể làm được. Do vậy, các chủ thể tuyên truyền hiện nay đòi hỏi cũng phải biết ứng dụng và sử dụng công nghệ trong thực hiện công tác tuyên truyền.

Sáu là, với lợi thế có thể thu hút lượng người sử dụng đông đảo, thông tin truyền tải không hạn chế mà lại lan truyền sâu rộng, không gian mạng đặc biệt là mạng xã hội được xem như một môi trường hết sức thuận lợi để các thế lực phản động thực hiện chiến lược “diễn biến hòa bình” đối với thanh, thiếu niên bằng cách cho đăng tải, chia sẻ, lan truyền các bài viết, bình luận có nội dung không lành mạnh, tuyên truyền quan điểm chính trị đối lập với Đảng và Nhà nước Việt Nam. Hệ quả là một bộ phận thanh, thiếu niên do tuổi đời còn trẻ, nhạy bén với cái mới, bản lĩnh, tư tưởng lại đang trong quá trình hoàn thiện nên đã bị cuốn theo những luận điệu xuyên tạc của kẻ thù, bị lung lay ý chí, niềm tin, từng bước dẫn đến tha hóa về quan điểm, đạo đức và lối sống. Với tính năng cho phép việc đăng tải và chia sẻ thông tin hầu như không gặp phải bất cứ trở ngại nào cùng với tâm lý nông nổi, thích được chú ý thông qua việc câu like đã khiến cho một bộ phận không nhỏ thanh, thiếu

niên dùng mạng xã hội để đăng tải những thông tin giật gân, gây sốc, phản cảm đối với cộng đồng dư luận. Trong nhiều trường hợp sử dụng mạng xã hội khiến cho thanh, thiếu niên vô tình có những hành vi vi phạm pháp luật, đó là khi sử dụng mạng xã hội mà chưa có nhận thức đầy đủ, ý thức cảnh giác trong việc đăng tải, chia sẻ các thông tin, hình ảnh, video clip của bản thân hay người khác... nhiều thanh, thiếu niên đã trở thành đối tượng bị dụ dỗ, lôi kéo dẫn đến vi phạm pháp luật.

Như vậy, mạng xã hội cùng với các “nhà báo công dân” đã đi trước báo chí chính thống một bước trong cuộc đua tin tức. Tuy nhiên, cho dù nhanh, thông tin trực tiếp tại hiện trường nhưng đó lại chỉ là dưới góc nhìn chủ quan, chưa được phân tích kỹ lưỡng, sâu xa, dễ gây hoang mang dư luận, dễ gây hiểu lầm. Ngoài ra, với sự xuất hiện của các PTTTM trên mạng internet, công chúng thường xuyên bị “mắc kẹt” và lạc hướng trong một hệ thống thông tin chằng chịt, nhiễu loạn, nhiều lớp, nhiều dạng, điều này đặt ra một thách thức đối với các PTTTĐC chính thống – vốn là công cụ giúp cơ quan quản lý Nhà nước chủ động thực hiện công tác tuyên truyền chính trị.

4.2.2. Phát huy vai trò của các PTTTM đi đôi với quản lý chặt chẽ các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị

Phát triển các phương tiện truyền thông mới đồng nghĩa với việc mở ra cơ hội lớn trong việc truyền tải thông tin, giao tiếp, và tương tác xã hội. Tuy nhiên, điều này cũng đi đôi với những thách thức lớn về quản lý và kiểm soát chặt chẽ các PTTTM, đặc biệt là nhằm mục đích TTCT. Phát triển đi đôi với quản lý chặt chẽ các phương tiện truyền thông mới cần lưu ý những điểm như sau:

Thứ nhất, mối quan tâm về an ninh thông tin ngày càng trở nên quan trọng đối với xã hội hiện đại, đặc biệt là khi lượng thông tin được truyền tải qua các phương tiện truyền thông mới liên tục gia tăng. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết về việc quản lý chặt chẽ PTTT và PTTTM để ngăn chặn các mối đe dọa đối với an ninh mạng, bảo vệ dữ liệu cá nhân và ngăn chặn sự

lạm dụng thông tin. Một trong những khía cạnh quan trọng của quản lý an ninh thông tin là triển khai các biện pháp bảo mật mạng một cách hiệu quả. Điều này bao gồm việc xây dựng các hệ thống chống tấn công, theo dõi sự kiện mạng, và phản ứng nhanh chóng đối với bất kỳ hoạt động đáng ngờ nào trên mạng. Quản lý chặt chẽ PTTTM có thể giúp ngăn chặn các cuộc tấn công mạng và bảo vệ cơ sở hạ tầng mạng khỏi những mối đe dọa tiềm ẩn. Mã hóa dữ liệu là một yếu tố quan trọng khác trong việc đảm bảo an ninh thông tin. Việc chuyển đổi thông tin thành dạng mã hóa giúp bảo vệ dữ liệu khỏi việc bị đánh cắp hoặc sử dụng một cách trái phép. Sự triển khai chặt chẽ của các kỹ thuật mã hóa không chỉ làm tăng tính bảo mật của thông tin mà còn tạo ra một lớp bảo vệ bổ sung, đặc biệt là khi thông tin di chuyển qua các mạng không an toàn. Ngoài ra, việc thực hiện giám sát liên tục là quan trọng để phát hiện sớm bất kỳ hoạt động bất thường nào trên hệ thống. Sự hiểu biết liên tục về môi trường mạng giúp nhận diện và ứng phó nhanh chóng với các mối đe dọa. Hệ thống giám sát cần phải được cập nhật và tối ưu hóa để đảm bảo khả năng nhận biết mối đe dọa một cách hiệu quả.

Thứ hai, quản lý chặt chẽ PTTTM không chỉ là vấn đề về an ninh mạng, mà còn liên quan mật thiết đến việc kiểm soát nội dung được phát tán qua các phương tiện truyền thông. Việc này đặt ra một chuỗi thách thức liên quan đến việc ngăn chặn thông tin giả mạo, tin đồn, và nội dung sai sự thật. Quản lý chặt chẽ nội dung không chỉ là một biện pháp an ninh mạng mà còn là một phương tiện hiệu quả để duy trì tính minh bạch và độ tin cậy trong thông tin được truyền tải. Bên cạnh đó, ngăn chặn thông tin giả mạo và tin đồn, những yếu tố có thể gây nên sự hiểu lầm góp phần quản lý chặt chẽ nội dung, đảm bảo rằng thông tin được phát tán qua các phương tiện truyền thông đều đúng đắn và được xác nhận từ nguồn đáng tin cậy. Điều này không chỉ bảo vệ quyền lợi của người dùng mà còn giữ cho không gian thông tin trên các PTTTM luôn giữ được một cơ sở thông tin đáng tin cậy. Thêm vào đó, quản lý chặt chẽ nội dung giúp duy trì tính minh bạch trong

quá trình truyền thông tin. Khi người dùng có thể tin tưởng vào độ chính xác của thông tin, họ sẽ cảm thấy an tâm hơn trong việc sử dụng và chia sẻ thông tin đó. Điều này đặc biệt quan trọng trong thời đại mà thông tin truyền tải nhanh chóng và có thể lan truyền rộng khắp qua các mạng xã hội. Quản lý chặt chẽ nội dung đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo rằng mọi người đều có thể tiếp cận thông tin chính xác và đầy đủ. Hơn nữa, quản lý nội dung cũng có vai trò ngăn chặn sự lạm dụng thông tin để tạo ra tác động xã hội tiêu cực. Việc thông tin được sử dụng một cách không đúng đắn có thể gây ra những hậu quả nghiêm trọng cho cộng đồng, từ sự đánh lạc hướng ý kiến công dân đến tạo ra những tình huống gây mất ổn định xã hội. Quản lý chặt chẽ nội dung giúp kiểm soát sự lan truyền của thông điệp tiêu cực và đảm bảo rằng thông tin được sử dụng một cách tích cực và xây dựng. Quản lý chặt chẽ PTTM không chỉ giúp bảo vệ an ninh mạng mà còn trong việc kiểm soát và duy trì tính minh bạch của thông tin, tạo ra tác động xã hội tích cực

Thứ ba, vấn đề quản lý chặt chẽ PTTM không chỉ là về an ninh mạng và kiểm soát nội dung, mà còn đặt ra thách thức liên quan đến bảo vệ quyền riêng tư của người sử dụng. Trong thế giới ngày nay, nơi mà thông tin cá nhân trở thành mục tiêu cho các tổ chức và cá nhân có ý đồ xấu, việc quản lý chặt chẽ PTTM đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo an toàn và quyền riêng tư cho người sử dụng. Theo đó, chính sách quản lý chặt chẽ cần phải tập trung vào việc bảo vệ thông tin cá nhân khỏi việc bị lợi dụng hoặc chia sẻ một cách không đúng đắn. Điều này đòi hỏi sự minh bạch và đảm bảo rằng người sử dụng có sự kiểm soát đủ lớn đối với thông tin cá nhân của họ. Việc thu thập thông tin phục vụ cho công tác tuyên truyền hoặc tuyên truyền chính trị phải có sự đồng thuận rõ ràng từ phía người sử dụng. Ngoài ra, thông tin cá nhân nên được bảo vệ một cách mạnh mẽ, sử dụng các biện pháp bảo mật mạng và mã hóa dữ liệu để ngăn chặn bất kỳ sự xâm phạm nào từ bên ngoài. Bên cạnh đó, bảo vệ quyền riêng tư là đảm bảo rằng thông tin cá nhân không bị chia sẻ

một cách không đúng đắn. Chính sách quản lý chặt chẽ PTTTM cần phải xác định rõ ràng về cách thông tin cá nhân được sử dụng và có thể chia sẻ, đồng thời phải đảm bảo rằng chỉ có những người có quyền được phép mới có thể tiếp cận thông tin đó. Các biện pháp kiểm soát quyền truy cập, đánh giá rủi ro, và quản lý danh sách đen có thể giúp ngăn chặn sự lạm dụng thông tin cá nhân và bảo vệ quyền riêng tư của người sử dụng. Thêm vào đó, người sử dụng cần được biết rõ về quyền lợi và cách họ có thể bảo vệ thông tin cá nhân của mình. Điều này có thể bao gồm cả việc cung cấp các công cụ và tùy chọn cho người dùng để kiểm soát thông tin cá nhân của họ một cách dễ dàng. Trong bối cảnh ngày càng tăng cường về quyền riêng tư và vấn đề liên quan đến bảo vệ thông tin cá nhân, quản lý chặt chẽ PTTTM không chỉ là một biện pháp an ninh mạng mà còn là sự cam kết đối với quyền lợi và quyền riêng tư của người sử dụng. Các chính sách và biện pháp an ninh cần phải đi đôi với các biện pháp bảo vệ quyền riêng tư để tạo ra một môi trường truyền thông và mạng lưới an toàn, minh bạch và tin cậy.

Thứ tư, quản lý chặt chẽ PTTTM đặt ra vấn đề lớn đối với các thách thức công nghệ ngày càng phức tạp. Trong một thế giới liên kết và chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ sự phát triển nhanh chóng của công nghệ, quản lý an ninh thông tin cần xác định phải linh hoạt và sẵn sàng đối mặt với những biến động không ngừng, đặc biệt là với các hình thức tấn công mạng. Các hacker và tổ chức tội phạm mạng ngày càng trở nên tinh vi, sử dụng những phương thức mới và tinh vi để thâm nhập vào hệ thống dữ liệu chính trị quốc gia. Do đó, cần phải có nhận thức đúng đắn trong việc xây dựng các giải pháp an ninh mạng. Theo đó các chuyên gia an ninh không ngừng nghiên cứu và phát triển công nghệ mới để đối mặt với những thách thức đặt ra. Điều này bao gồm việc phân tích các mô hình tấn công mới, tìm kiếm lỗ hổng an ninh, và triển khai các biện pháp phòng ngừa một cách nhanh chóng. Sự linh hoạt trong việc thí nghiệm và triển khai các công nghệ mới là chìa khóa để duy trì sự an toàn và bảo mật trong thời đại số ngày nay. Thêm vào đó, cần xác định

rõ việc triển khai và kiểm tra các giải pháp an ninh trong môi trường ảo. Điều này giúp định rõ hiệu suất và khả năng phản ứng của chúng trước những sự tấn công mạng.

4.2.3. Phát huy vai trò các phương tiện truyền thông mới gắn liền với tăng cường vai trò các phương tiện truyền thông khác trong tuyên truyền chính trị

4.2.3.1. Phát huy vai trò của các PTTTM với truyền thông cá nhân

Truyền thông cá nhân có thể dưới hai hình thức là truyền thông trực tiếp (gặp gỡ trực tiếp, mặt đối mặt) và truyền thông gián tiếp (thông qua thiết bị di động, internet,...). Thực hiện tuyên truyền chính trị qua kênh truyền thông cá nhân có thể được thực hiện dưới dạng trao đổi thông tin qua các thiết bị di động, thiết bị kết nối internet (gửi thư tay hoặc thư điện tử; gọi điện qua số thuê bao các nhà mạng hoặc gọi miễn phí qua các nền tảng số); gặp gỡ trực tiếp (chủ thể tuyên truyền gặp gỡ đối tượng tuyên truyền để vận động, tuyên truyền về một chính sách nào đó); vận động hành lang (tác động, thay đổi chính sách ở cấp độ quốc gia)... Trước đây, với hình thức truyền thông cá nhân, việc tuyên truyền chính trị dừng lại ở mức cơ bản là gặp gỡ trực tiếp, gọi điện qua các thuê bao di động và gửi thư tay. Nhưng từ khi internet xuất hiện và bao phủ cuộc sống của con người, việc tuyên truyền cá nhân trở nên dễ dàng hơn rất nhiều khi hình thức gián tiếp qua các nền tảng số được thực hiện, giúp giảm bớt thời gian cho các bên và chi phí di chuyển. Cựu Tổng thống Mỹ Donald Trump là tiêu biểu trong việc kết hợp truyền thông cá nhân với các PTTTM để tuyên truyền và gửi thông điệp mà ông muốn gửi gắm. Những dòng Tweet trên MXH Twitter của ông có thể làm “chao đảo” thị trường chứng khoán hoặc được coi là một thông điệp chính trị mà cá nhân ông đưa ra – điều mà chưa từng có tổng thống Mỹ nào trước đó thực hiện

4.2.3.2. Phát huy vai trò của các PTTTM với truyền thông nhóm

Truyền thông nhóm bao gồm các hình thức như: diễn thuyết trước công chúng, thảo luận nhóm, tổ chức hội nghị, hội thảo, họp báo, ... Đây là một trong những cách thức hữu hiệu để thực hiện hoạt động tuyên truyền đến

người dân, phù hợp với những nội dung tuyên truyền không thể hoặc không nên chia sẻ công khai. Thông tin tại các buổi họp, chia sẻ,... là nguồn thông tin đáng tin cậy, độ chính xác cao đến từ những người diễn thuyết hoặc chủ thể tuyên truyền. Ngoài ra, sự tương tác cũng đạt hiệu quả cao khi không gian nhóm thuận lợi để người nghe phản hồi ý kiến. Ngày nay, nhờ sự phát triển của công nghệ thông tin, hoạt động tuyên truyền chính trị qua kênh truyền thông nhóm có thể được thực hiện trực tuyến qua các thiết bị kết nối internet mà vẫn đạt hiệu quả tuyên truyền cao. Những ứng dụng như Teams, Zoom,... góp phần quan trọng cho hoạt động này, và mở rộng ra hơn nữa khi nhờ có các ứng dụng này, truyền thông nhóm có thể phát triển và mở rộng quy mô với số lượng đông đảo người tham gia.

4.2.3.3. Phát huy vai trò của các PTTTM với PTTT truyền thống

Phương thức tuyên truyền qua các phương tiện truyền thông truyền thống đó là qua sách, báo in, tờ rơi, áp phích, phát thanh, truyền hình,... Trong đó, báo chí tiếp tục là công cụ hữu hiệu trong tuyên truyền chính trị, đặc biệt trong cuộc đấu tranh chống tiêu cực, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch. Việc đưa sóng phát thanh, truyền hình ở trong nước và ra các nước, các khu vực trên thế giới; đưa sách, báo có nội dung tốt trong nước phục vụ công chúng trong nước và đồng bào ta ở nước ngoài là những cách thức tuyên truyền mạnh mẽ, đáng tin cậy. Dù cho kỷ nguyên 4.0 phát triển vượt bậc các nền tảng và loại hình PTTTM, nhưng những bản tin được phát sóng qua các PTTT truyền thống vẫn là kênh thông tin chính thức, chính thống được Đảng và Nhà nước thông tin tới người dân. Các ấn bản online, website điện tử, hay trang mạng xã hội của các kênh tin tức chính thống này được thành lập phù hợp với xu thế của thời đại, nhưng cũng không làm mất đi giá trị đáng tin cậy của nội dung thông tin tuyên truyền.

Tóm lại, công tác tuyên truyền chính trị hiện nay được xác định trên nhiều hướng, song song với việc ứng dụng các PTTTM, Đảng và Nhà nước ta tiếp tục tuyên truyền bằng các phương thức truyền thống qua các phương

tiện thông tin đại chúng, đặc biệt là hệ thống báo, tạp chí của Đảng; tiếp tục xây dựng, đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ nói chung và cán bộ tuyên giáo nói riêng có trình độ lý luận chính trị cao, bản lĩnh chính trị vững vàng, có khả năng tuyên truyền các chủ trương, đường lối của Đảng, Nhà nước, có khả năng đấu tranh phản bác, đáp trả các âm mưu, thủ đoạn xuyên tạc, lừa bịp, kích động, gây chia rẽ của các thế lực thù địch. Khả năng này là khả năng đa dạng hoá các kênh tuyên truyền, bao hàm cả khả năng truyền tải miệng, sử dụng các PTTT truyền thống và khả năng sử dụng các PTTTM.

4.3. Giải pháp phát huy vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam trong thời kỳ mới

Từ việc khảo sát thực trạng vai trò của các PTTTM trong TTCT, những ưu điểm và vấn đề đặt ra đã được tác giả luận giải dựa trên 4 vai trò đã khái quát. Tuy nhiên, những vấn đề đặt ra đối với mỗi vai trò đều đặt ra vấn đề ở các yếu tố cấu thành tuyên truyền chính trị (chủ thể, đối tượng, hình thức). Đặc biệt, trong bối cảnh xu hướng phát triển của các PTTTM thời gian tới khá phức tạp và nhanh chóng. Do vậy, tác giả khái quát giải pháp cụ thể như sau:

4.3.1. Giải pháp đối với năng lực sử dụng PTTTM của chủ thể tuyên truyền

Thứ nhất, nâng cao tầm nhìn chiến lược trong hoạch định đường lối, chủ trương của Đảng. Với vai trò, trách nhiệm của Đảng cầm quyền, lãnh đạo công cuộc xây dựng, phát triển đất nước và bảo vệ Tổ quốc, mọi thành tựu và hạn chế của sự nghiệp cách mạng, của công cuộc đổi mới, xây dựng, phát triển đất nước đều gắn liền với vai trò, trách nhiệm lãnh đạo và hoạt động cầm quyền của Đảng. Vì vậy, Đảng cần phải nâng cao tầm nhìn chiến lược trong hoạch định đường lối, chủ trương của Đảng. Đại hội XIII chỉ rõ, Đảng phải đổi mới và nâng cao chất lượng công tác hoạch định đường lối, chủ trương của Đảng đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước trong tình hình mới. “Coi trọng nâng cao năng lực dự báo và ứng phó với các thách thức, diễn biến rất nhanh, khó lường của tình hình. Khi hoạch định đường lối, chủ

trương, giải pháp phải bám sát và xuất phát từ thực tiễn, đánh giá tác động, cân đối, bố trí nguồn lực và tổ chức thực hiện có hiệu quả” [178]. Xét riêng trên góc độ PTTT, Đảng lãnh đạo truyền thông đại chúng, trong đó bao gồm các phương tiện truyền thông mới. Đây là nguyên tắc hàng đầu, điều kiện quyết định đảm bảo hiệu quả và sức mạnh của các nền tảng đa phương tiện trong công cuộc xây dựng và bảo vệ đất nước, bảo vệ nền tảng tư tưởng đảng và phát triển văn hóa, lối sống của con người Việt Nam. phát triển đi đôi với quản lý phương tiện truyền thông, trong đó có PTTTM là quan điểm chỉ đạo quan trọng. Trong đó xác định công tác tuyên truyền bằng phương tiện truyền thông mới là mũi nhọn xung kích, là vũ khí sắc bén trong việc cung cấp và định hướng thông tin trước những diễn biến phức tạp, khó lường của tình hình trong nước và quốc tế.

Thứ hai, chủ thể tuyên truyền cần coi PTTTM là công cụ đắc lực để nắm bắt, phân tích, dự báo dư luận xã hội. Thông tin trên trang TTĐT, trên mạng xã hội nhanh, nhiều chiều, đôi lúc giúp việc nắm bắt, phân tích, dự báo tình hình tư tưởng kịp thời hơn, nhất là những thông tin nhạy cảm, ảnh hưởng đến số đông người dân. Bên cạnh đó, cùng với sự phát triển của xã hội, đặc biệt là trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ hiện nay, công nghệ truyền thông hiện đại có thể giúp kiểm soát được khối lượng thông tin khổng lồ trên mạng xã hội. Đôi khi, chỉ một từ khóa, những thông tin tốt, xấu phát ra từ nguồn nào, ở đâu, được tương tác ra sao, chủ thể truyền thông hoàn toàn có thể nắm bắt được một cách đầy đủ và nhanh chóng. Chính vì vậy, nhiều cơ quan, đơn vị cần lập riêng fanpage hoặc group và theo dõi sát sao để nắm bắt thái độ của người dân, đặc biệt là những nhóm người hay sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội đối với các vấn đề, sự kiện đang được dư luận quan tâm.

Thứ ba, chủ thể tuyên truyền cần đặc biệt chú ý tới nội dung thông tin cung cấp tới đối tượng. Xét về số lượng thông tin, ngày nay, trên trang TTĐT và MXH có thể cung cấp lượng thông tin nhiều hơn so với trước đây,

nhưng nếu gây ra những ảnh hưởng xấu cho xã hội, thì sẽ khiến độ hài lòng và niềm của công chúng dành cho chủ thể tuyên truyền giảm sút. Do đó, chủ thể TTCT cần ngày càng coi trọng chất lượng thông tin hơn nữa. Các nội dung tuyên truyền chính trị thường bị coi là khô khan, khó nắm bắt, khó tiếp nhận; chưa kể, đó còn là toàn bộ quá trình quản trị nhà nước – như một khuôn khổ có tính hệ thống, đầy đủ, giúp giải thích chủ trương, đường lối, chính sách. Do đó, cần kịp thời nắm bắt thái độ của người dùng trên không gian mạng đối với các vấn đề, sự kiện đang được dư luận xã hội quan tâm. Đồng thời, theo dõi chặt chẽ tình hình và xu hướng của dư luận xã hội, nghiên cứu, phân tích, kịp thời phát hiện vấn đề mang tính khuynh hướng nói chung và khuynh hướng chính trị nói riêng, những vấn đề mới xuất hiện có mức độ ảnh hưởng đến bộ phận lớn các giai tầng xã hội. Trên cơ sở đó đề ra những nội dung, chủ trương, biện pháp tuyên truyền chính trị cho phù hợp với bối cảnh mới của từng đối tượng. Đối với đối tượng dân chúng vùng sâu, vùng xa, nơi internet và mạng viễn thông còn hạn chế, việc ứng dụng các PTTT trong tuyên truyền chính trị gần như là không thể, thì rất cần thiết phải có chính sách của Đảng và Nhà nước xây dựng mạng lưới internet và viễn thông để thuận lợi hơn cho việc truyền tải nội dung tuyên truyền chính trị đến với người dân. Do đó, chính sách của Chính phủ cần ưu tiên phát triển các thiết bị di động, xây dựng và phát triển nền tảng thông tin truyền thông di động quốc gia; quản lý, mở rộng phạm vi và sử dụng tốt các nền tảng internet, góp phần định hướng tư tưởng, dẫn dắt dư luận, bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa, phục vụ nhân dân.

Thứ tư, trong đời sống truyền thông hiện đại, ngày càng nhiều sự kiện quan trọng được truyền phát thông qua các kênh của các phương tiện truyền thông xã hội, như twitter, facebook... Chính vì vậy, các phương tiện truyền thông xã hội không chỉ là một diễn đàn khác tồn tại song song với các phương tiện truyền thông truyền thống, mà còn đại diện cho xu thế của truyền thông mới trong tương lai. Điều đó đặt ra cho các cơ quan chức năng,

nhà báo và các cơ quan báo chí cần biết sử dụng và khai thác triệt để truyền thông xã hội phục vụ cho hoạt động của mình để có thể “chiếm lĩnh” và làm chủ thông tin trong “không gian internet”, từ đó mới thực sự trở thành người định hướng dư luận xã hội.

Thứ năm, chủ thể cần biết khai thác và tận dụng các PTTTM như một phương tiện nắm bắt tâm lý và tư tưởng người dân. Với các thuật toán thông minh dựa trên thói quen sử dụng và nội dung thông tin tìm kiếm của người dùng trên internet mà các chủ thể tuyên truyền có thể nắm bắt được xu hướng chính trị - tư tưởng của người dùng. Từ đó, có những cách thức quản lý và kịp thời đưa ra chính sách phù hợp. Cũng nhờ vậy, mà thu hút được quần chúng nhân dân trong quá trình hoạch định, thực thi và giám sát chính sách. Do vậy, quan điểm của Đảng là PTTTM cần phải là kênh thông tin hữu hiệu làm cầu nối giữa chính quyền và người dân để người dân được thực thi quyền làm chủ cũng như quyền được tiếp cận thông tin của mình. Nhờ vậy, PTTTM đã góp phần quan trọng tạo sự thống nhất trong Đảng, đồng thuận trong xã hội, đáp ứng yêu cầu xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa trong tình hình mới.

Thứ sáu, các chủ thể tuyên truyền cần biết ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động tuyên truyền chính trị. Nhận thức được xu thế phát triển mạnh mẽ của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, trong đó có sự phát triển bùng nổ của công nghệ thông tin, Đảng ta đã có chủ trương ứng dụng, phát triển công nghệ thông tin trong tất cả các lĩnh vực, song có trọng tâm, trọng điểm, như ưu tiên ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý hành chính, cung cấp dịch vụ công. Hạ tầng kỹ thuật công nghệ thông tin được đầu tư theo hướng hiện đại, kết nối, liên thông. Công tác xây dựng chính phủ điện tử, tiến tới chính phủ số đang được triển khai hết sức khẩn trương. Đội ngũ cán bộ chuyên trách thực hiện công tác tuyên truyền cũng cần có trình độ cao trong việc ứng dụng các loại hình công nghệ tiên tiến nhất trong quá trình tuyên truyền nội dung chính trị đến với người dân. Đội ngũ này cần am

hiều về các PTTTMM, có sự tương tác, mối quan hệ rộng với tất cả các thành viên, các hội nhóm trên các nền tảng đa phương tiện, đặc biệt là trên mạng xã hội để kịp thời đưa các thông tin đúng, những thông tin tích cực cho các thành viên chia sẻ, tương tác, góp phần đẩy lùi những cái xấu, tiêu cực, nhất là những thông tin không chính thống từ các tổ chức phản động

Thứ bảy, các chủ thể tuyên truyền cần phải là những người đi đầu trong việc nhận diện thông tin xấu độc trên không gian mạng, là những người có lập trường tư tưởng vững vàng, có bản lĩnh chính trị, là tấm gương để nhân dân soi chiếu, từ đó nhân dân mới có niềm tin với Đảng, với chính quyền. Đội ngũ những người làm báo, những người thực hiện tuyên truyền, cán bộ, giảng viên lý luận chính trị, lực lượng chuyên trách, ... cần được tăng cường đào tạo, bồi dưỡng về năng lực chuyên môn, nghiệp vụ, công nghệ; trau dồi đạo đức, ý thức về sứ mệnh nghề nghiệp, thực hiện tốt quy định về trách nhiệm và chuẩn mực khi tham gia không gian mạng.

Thứ tám, trong quá trình tuyên truyền, chủ thể cần lưu ý nâng cao tính định hướng và tính tương tác trên các phương tiện truyền thông mới. Tính định hướng và tính tương tác là một trong những yêu cầu quan trọng, quyết định sự thành công của hoạt động tuyên truyền chính trị. Trong đó, báo chí truyền thống có sử dụng các nền tảng của phương tiện truyền thông mới phát huy vai trò chủ động, tiên phong, dẫn dắt, định hướng các thông tin tích cực, chính thống mà Đảng và Nhà nước cần tuyên truyền đến người dân. Với từng loại hình thông tin điện tử, nhất là báo điện tử, tạp chí điện tử, trang thông tin điện tử tổng hợp, mạng xã hội – nơi mà hiện nay có lưu lượng truy cập nhiều nhất khi người dân muốn tìm kiếm thông tin – thì việc định hướng thông tin tuyên truyền nội dung chính trị lại càng đòi hỏi cấp bách. Trong tuyên truyền chính trị trên các nền tảng đa phương tiện ấy, đòi hỏi thông tin vừa phải bảo đảm tính mới, lại vừa phải mang tính thời sự phản ánh những chính sách mới, chủ trương mới, sự kiện mới, sự việc mới,... Cái mới ở đây được thể hiện cả trong nội dung và hình thức, cả không gian và thời gian, cả cách tiếp

cận. Mới cũng có nghĩa là nhanh chóng và kịp thời, nếu đưa tin chậm, giá trị thông tin sẽ không còn. Thông tin mới nhưng phải có chọn lọc, có tính định hướng, thúc đẩy cái đẹp, cái tích cực, phê phán và đấu tranh với cái xấu, tiêu cực vì sự phát triển của cộng đồng và của xã hội. Thông tin mới nhưng phải được diễn đạt một cách khoa học, độc đáo, hấp dẫn, tác động trực tiếp tới cộng đồng xã hội.

Bên cạnh đó, trước những thông tin xuyên tạc, bóp méo, chống phá của các thế lực thù địch thiên biến vạn hoá trên không gian mạng, thì thông điệp tuyên truyền chính trị cần hướng người dân vào những suy nghĩ tỉnh táo, những cách nhìn tích cực; đồng thời, phải loại bỏ những yếu tố có thể gây ra hiểu nhầm, ngôn ngữ sử dụng nên rõ ràng, tránh bị suy diễn.

Do không gian mạng là không gian mở và thuận lợi cho sự tương tác, nên công tác tuyên truyền chính trị cũng cần tính tới yếu tố cẩn trọng, nhất là khi đưa tin lên mạng xã hội. Thực tiễn cho thấy, không ít người Việt Nam lên không gian mạng nhưng không có mục tiêu cụ thể, chỉ để “đạo quanh”, “xem có gì không” hoặc chỉ để “giết thời gian” trong lúc đang chờ đợi việc khác, hoặc thành một thói quen giải trí. Chính vì vậy, khi tiếp nhận thông tin, họ không cố gắng sàng lọc hay nỗ lực kiểm chứng thông tin từ các nguồn khác, mà sẵn sàng chia sẻ, tương tác mà không biết là đã vô tình tiếp tay cho cái xấu.

Đối với mạng xã hội, nền tảng này được ngầm định là một nguồn thông tin tham khảo và cho phép mang cảm tính cá nhân khi bình luận, tương tác (không như các loại hình truyền thông đại chúng khác) nên nếu các chủ thể tuyên truyền cung cấp thông tin không chính xác hoặc phiến diện thì sẽ bị đánh đồng với các nguồn tin khác trên mạng xã hội, nơi thật giả lẫn lộn, độ tin cậy không cao.

Tuyên truyền chính trị để quá trình hoạch định, thực thi chính sách hiệu quả hơn, bao gồm hoạch định được những chính sách tốt hơn, đưa chính sách vào thực tiễn hiệu quả hơn, đánh giá chính sách được khách quan hơn,

đóng góp giá trị vào việc xây dựng và thực thi các chủ trương, đường lối, chính sách tiếp theo để giải quyết các vấn đề mới, kết cục là thỏa mãn tốt hơn nhu cầu xã hội. Tuy nhiên, tuyên truyền chính trị không chỉ vận động một chiều để áp đặt cộng đồng, xã hội nghe theo, thuận theo ý mình, mà đồng thời, cần chủ động tương tác, tranh biện, lắng nghe phản hồi để chính sách đó có tính hợp lý, vì mục tiêu lâu dài. Phản biện xã hội chính là mức độ nâng cao sự tham gia đề xuất ý kiến và tương tác của Nhân dân trong chu trình chính sách. Do đó, việc thiết kế và tổ chức quá trình tuyên truyền nội dung chính trị cần mang tính cầu thị với mục tiêu để lắng nghe tốt hơn, đặc biệt là để tiếp nhận và phát huy tốt hơn các ý kiến phản biện xã hội. Khi thực hiện tuyên truyền chính trị trên không gian mạng cũng cần cởi mở, có tính tranh luận, sẵn sàng đối thoại và tiếp nhận ngay cả những ý kiến trái chiều. Do đó, cần tiếp tục thực hiện tốt hơn các hoạt động đối thoại (online và offline), nghiên cứu và dự báo dư luận, tiếp dân, giải quyết khiếu nại, tố cáo, công tác thông tin, báo cáo, khảo sát thực tế, tổ chức các sự kiện kinh tế, hành chính và văn hóa – xã hội. Đặc biệt, để thu hút được sự quan tâm, tham gia và niềm tin của cộng đồng, xã hội đối với quá trình chính sách và các chủ thể chính sách, cần quan tâm xử lý nghiêm túc và vi phạm trong công vụ, xử lý nghiêm minh, khách quan các vụ án hành chính, nhất là các vụ án liên quan đến tham nhũng, hối lộ.

Với sự phát triển không ngừng của các phương tiện truyền thông trong thời đại ngày nay, cần đẩy mạnh hội nhập và phát triển truyền thông để truyền thông - thông tin chính thống có sức lan tỏa mạnh mẽ, có khả năng dẫn dắt và định hướng, có tầm ảnh hưởng và uy tín, hình thành vòng tròn đồng tâm cả trực tuyến và ngoại tuyến, để mọi người dân đều được kết nối chặt chẽ với hệ tư tưởng chính thống và những lý tưởng của Đảng, niềm tin, giá trị văn hóa, đạo đức tốt đẹp của xã hội.

4.3.2. Giải pháp đối với đối tượng tuyên truyền

Một là, mỗi cán bộ, đảng viên và mỗi người dân phải tích cực chia sẻ, truyền tải nội dung bài viết này và các thông tin chính thống khác đến tất cả người thân, bạn bè, đồng nghiệp của chúng ta và mọi người dân để họ thấy rõ được tính hai mặt của Internet và mạng xã hội; nhận diện được các thủ đoạn, nội dung thông tin xấu, độc và tính chất nguy hại của nó đối với mỗi cá nhân và xã hội. Qua đó, trang bị được kiến thức cần thiết để mỗi người có thể tự sàng lọc, tiếp nhận những thông tin hữu ích, chính thống, đồng thời “miễn dịch” với tác hại của những thông tin xấu, độc đang nhiều loạn thông tin trên môi trường mạng.

Hai là, hạn chế thấp nhất việc tiếp cận, tương tác, chia sẻ các thông tin xấu, độc từ các nguồn tin thiếu tin cậy, nguồn tin chưa được kiểm chứng, tin có nội dung xúi dục, kích động, lôi kéo, bôi nhọ, nói xấu, xuyên tạc, bịa đặt, cắt ghép...; tránh vô tình tiếp tay cho các đối tượng, phần tử xấu trong việc tuyên truyền các thông tin xấu, độc. Đối với những nội dung thông tin “nóng”, “nhạy cảm” khi tiếp cận cần hết sức bình tĩnh, phải xem xét đầy đủ các hoàn cảnh khách quan, chủ quan, xem xét các tình tiết, diễn biến, nguyên nhân, kết quả tạo nên sự kiện, xem tính đáng tin cậy, tính xác thực của nguồn tin, có sự phân tích, kiểm chứng với các nguồn tin chính thống khác, qua đó mới đưa ra góc nhìn tổng quát về sự vật, hiện tượng trước khi quyết định đưa ra các phán xét, quy chụp, phản ứng, chia sẻ... và không để các đối tượng có cơ hội “dắt mũi”, không vô tình tiếp tay cho các đối tượng hoạt động chống phá.

Ba là, mỗi người chúng ta khi tiếp cận, tương tác, khai thác các thông tin đa dạng trên không gian mạng phải luôn có quan điểm vững vàng, kỹ năng tiếp nhận, xử lý thông tin một cách khoa học, xây dựng được “hệ miễn dịch” trước mọi thông tin xấu, độc. Mỗi người cần phải cân nhắc kỹ trước khi nhấp nút “like” hoặc comment, chia sẻ hoặc trả lời tin nhắn trên nền tảng mạng xã hội. Bởi lẽ, mỗi lần như vậy, cỗ máy tính gọi là “trí tuệ nhân tạo” (AI) của nhà mạng sẽ ghi nhớ thói quen của người dùng. Dần dần, nó sẽ liệt kê người đó vào các nhóm có cùng quan điểm; từ đó các thế lực thù địch ra sức lôi kéo, dụ

dễ, thậm chí đe nẹt bằng nhiều hình thức khác nhau. Trong thời đại công nghệ số, gần như người nào sử dụng mạng xã hội cũng có thể trở thành một người làm báo; do đó, trước các luận điệu bịa đặt, vu khống, người tham gia mạng xã hội cần tỏ rõ chính kiến, kiên quyết đấu tranh, phản bác một cách có lý, có tình và có tính thuyết phục cao, khi đó sẽ tạo sức mạnh tổng hợp làm thất bại mọi phương thức, thủ đoạn của các thế lực thù địch. Trong quá trình sử dụng Internet, mạng xã hội, mỗi người cần nhận diện những trang báo, trang thông tin, diễn đàn thường xuyên đăng tải thông tin xấu, độc để đề cao cảnh giác và có cách ứng xử thích hợp. Mỗi người tham gia mạng xã hội không nên truy cập, chia sẻ thông tin không rõ nguồn gốc.

Bốn là, người dân cần tự biết nâng cao ý thức trách nhiệm khi sử dụng PTTTMM trong việc phát hiện, báo cáo, phản biện các thông tin lệch chuẩn, hành vi sai trái trên mạng xã hội. Mỗi người cần có ý thức sâu sắc về trách nhiệm, quyền hạn của mình khi tham gia không gian mạng, đặc biệt là với nền tảng mở như mạng xã hội.

4.3.3. Giải pháp đối với hình thức tuyên truyền chính trị bằng các phương tiện truyền thông mới

Trên các trang TTĐT: một là, cần có các ekip kỹ thuật đáp ứng chuyên môn, trong đó độ sẵn sàng đổi mới hình thức trình bày báo hiện đại khi thực hiện dàn trang đi liền với sự sẵn sàng sử dụng các yếu tố đồ họa. Bên cạnh các hình minh họa truyền thống, sẵn có thì đã tạo hình vẽ, thiết lập thông tin đồ họa. Các yếu tố kỹ thuật cũng cần được lưu ý xử lý như tuân thủ nhiệm điệu trong mỗi maket để bạn đọc thay đổi nhịp độ tiếp nhận thông tin, nuôi sự hứng thú cho bạn đọc. Trong đó có sự chủ động trong chuyển mạch chuyên trang, chuyên mục giúp cho tờ báo “uyển chuyển” hơn, giúp cho độc giả muốn tiếp tục “khám phá” nội dung. Ngoài ra, kỹ thuật về màu sắc và sắc độ cũng chủ động với cách nhặt sử dụng mặng sét đỏ/xanh. Trong mỗi trang có sự chỉnh chu về phối màu cho thiết kế đồ họa, trình bày báo theo nguyên tắc một màu chủ đạo cho mỗi mục, kết hợp các sắc độ - hỗ trợ và tương phản

- để tạo hiệu quả. Kết hợp tốt các mảng đậm (tít, phi lê), mảng trung gian (văn bản) và màu sáng (khoảng trống trong trang)...

Hai là, đổi mới hình thức đăng tin hiện đại hơn như sử dụng mega story, postcast, bản tin trực tiếp để tiếp cận được tới nhiều người dân hơn, và cũng đáp ứng được với bối cảnh xã hội.

Ba là, xây dựng chuyên trang, chuyên mục chuyên về nội dung tuyên truyền chính trị, nhưng cũng cần luôn làm mới để phù hợp hơn đối với người dân. Cụ thể, phải biết điều chỉnh và cân bằng hợp lý giữa các vấn đề mà bạn đọc quan tâm. Bạn đọc quan tâm đến vấn đề nào thì chuyên trang, chuyên mục đáp ứng nhu cầu đó.

Trên các trang MXH, tuyên truyền chính trị trên không gian mạng cần căn cứ vào đặc điểm tâm lý “cư dân mạng”. Đa phần trong số cư dân mạng là những người trẻ tuổi, sinh sống ở các vùng thành thị hoặc vùng có phủ sóng internet. Họ là những đối tượng tiếp xúc hàng ngày, hàng giờ với công nghệ và nhạy cảm với những sự thay đổi dù là nhỏ nhất của các nền tảng đa phương tiện. Đa phần đối tượng này dễ bị thu hút bởi những tin ngắn, nhiều hình ảnh (tĩnh và động), chứa đựng cảm xúc, không quan tâm nhiều đến những vấn đề lý luận trừu tượng. Họ cũng là đối tượng yêu thích và sẵn sàng đón nhận những phương thức tuyên truyền mới lạ, độc đáo với trực quan sinh động và bắt mắt. Vì vậy, tuyên truyền chính trị trên không gian mạng phải xây dựng những thông điệp tuyên truyền ngắn gọn, dễ nhớ, dễ hiểu, dễ thể hiện và dễ lan tỏa bằng tác phẩm đa phương tiện (Multimedia newspackage), video, bài hát, thông tin đồ họa (Infographic), tin theo dòng sự kiện (Timeline), kể chuyện (Megastory), câu hỏi trắc nghiệm cung cấp thông tin...

Đối với hình thức tuyên truyền chính trị bằng đồ họa thông tin và đồ họa chuyển động. Đối với các nội dung tuyên truyền chính trị, vốn dĩ ít nhận được sự quan tâm như các thông tin giải trí khác, thì việc sử dụng đồ họa là việc rất cần thiết. Nhờ vậy mà các thông tin tuyên truyền chính trị trở nên

trực quan, sinh động, ngắn gọn hơn nhưng lại “chứa” được nhiều dữ liệu thông tin, sắp xếp khoa học và dễ hiểu, đánh trúng được tâm lý của độc giả công nghệ hiện nay là muốn có cái nhìn bao quát, tổng quan để có thể tự so sánh, tự đưa ra nhận định, nhưng lại không mất quá nhiều thời gian để đọc và tìm hiểu [127, tr.20]. Tuy nhiên, vấn đề hạn chế của thông tin đồ họa là tốn nhiều thời gian để chất lọc, xử lý, tổng hợp thông tin để sản xuất, vì vậy nên nội dung tuyên truyền sẽ đến với công chúng chậm hơn. Nguồn nhân lực chất lượng cao của ngành thiết kế đồ họa hiện nay cũng đặt ra một vấn đề, khi họ không chỉ biết sử dụng phần mềm đồ họa, có tư duy hình ảnh mà cũng phải có tư duy của người làm truyền thông để thiết kế ra sản phẩm vừa đẹp, vừa khoa học, hấp dẫn và đáp ứng thị hiếu công chúng hiện đại.

Ngoài ra, đối với hình thức tuyên truyền chính trị bằng âm thanh và bản tin phát thanh. Âm thanh và bản tin phát thanh có thể mạnh riêng và công chúng riêng: Tin tức nhanh, trực tiếp, đa dạng. Tuy nhiên, trong bối cảnh truyền thông đa phương tiện hiện nay, các phương tiện truyền thông mới ngày càng phát triển và ứng dụng công nghệ cao, phát thanh có thể sẽ mất đi vị thế của mình nếu không có sự thay đổi cho phù hợp với thời đại.

4.3.4. Giải pháp đối với cơ chế, chính sách về phương tiện truyền thông mới và vai trò của phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam

Thứ nhất, tăng cường và đẩy mạnh công cuộc Chuyển đổi số quốc gia từ trung ương xuống địa phương, tiền đề để phát triển các PTTM với công nghệ hiện đại được ứng dụng. Hiện nay, Chuyển đổi số đã trở thành xu hướng phát triển tất yếu, tạo ra nhiều cơ hội nhưng cũng đặt ra không ít khó khăn, thách thức và tiềm ẩn những rủi ro khó lường. Chuyển đổi số không chỉ giúp tăng năng suất, giảm chi phí mà còn mở ra không gian phát triển mới, tạo ra các giá trị mới ngoài các giá trị truyền thống vốn có. Chuyển đổi số quốc gia thực hiện tốt cũng sẽ tạo điều kiện phát triển tốt cho các PTTM. Để thực hiện tốt công cuộc chuyển đổi số quốc gia, cần sự vào cuộc quyết

tâm của toàn hệ thống chính trị, triển khai xuyên suốt, đồng bộ từ cấp Trung ương đến địa phương. Trong quá trình chỉ đạo, điều hành thực hiện chuyển đổi số, để thành công, các cấp chính quyền, các cơ quan, đơn vị cần nhận thức đầy đủ về chuyển đổi số.

Thứ hai, Đảng chỉ đạo việc ứng dụng công nghệ thông tin vào các PTTTM ở Việt Nam. Theo đó, cần phải nhìn nhận rằng phát triển không ngừng hệ thống các phương tiện truyền thông, đặc biệt là PTTTM hội tụ công nghệ - kỹ thuật cao là một yêu cầu tất yếu khách quan trong sự phát triển kinh tế xã hội, nhất là trong điều kiện hiện nay Việt Nam đang thực hiện chủ trương hội nhập sâu rộng trên tất cả các lĩnh vực với các nước trên thế giới. Việc phát triển các phương tiện truyền thông mới áp dụng công nghệ thông tin hiện đại chính là nhằm đáp ứng một cách kịp thời và đầy đủ thông tin, đồng thời góp phần phục vụ hiệu quả cho công tác lãnh đạo, chỉ đạo của Đảng, Nhà nước trong tình hình mới nhiều biến động hiện nay.

Thứ ba, cần khắc phục xu hướng thương mại hóa và các tiêu cực trong hệ thống các phương tiện truyền thông nói chung và PTTTM nói riêng. Nguyên tắc này xuất phát từ thực tế sản phẩm của các phương tiện truyền thông là loại sản phẩm hàng hóa đặc biệt mang ý nghĩa chính trị, kinh tế, văn hóa, giáo dục và gắn với nhận thức, tư tưởng của đối tượng tiếp nhận chủ yếu là thanh, thiếu niên; gắn với sự sống còn của chế độ. Do vậy, thương mại hóa các phương tiện truyền thông như MXH dễ dẫn đến việc hạ thấp giá trị, xem nhẹ vai trò quan trọng của hệ thống truyền thông trong sự phát triển và tiến bộ xã hội. Điều này có thể gây ra hàng loạt các hiện tượng tiêu cực và dễ dàng bị các thế lực xấu, phản động tấn công.

Thứ tư, trong bối cảnh nguy cơ tin giả, tin độc hại, bóp méo, xuyên tạc, có thể hack các trang chủ, trang mạng của các cơ quan công quyền, gây quan ngại trên toàn cầu như hiện nay thì song song với việc cải thiện các hoạt động khác của công tác tư tưởng, công tác tuyên truyền chính trị cần đi kèm với các biện pháp bảo vệ an ninh mạng là một điều kiện để hạn chế các

hệ lụy của chúng và duy trì niềm tin vào các chủ thể chính sách hay vào hệ thống công quyền nói chung. Việt Nam cũng cần có hành lang pháp lý và xử phạt cứng rắn hơn cũng như quan tâm đầu tư hơn đến hệ thống bảo vệ an toàn trên không gian mạng.

Thứ năm, rất cần có cơ chế quản lý, quản trị hợp lý và chính sách, pháp luật đủ sức răn đe. Văn bản pháp luật cũng cần có chế tài phù hợp, nghiêm khắc, đủ mạnh đối với những thành phần chống phá Đảng và Nhà nước Việt Nam. Ngoài ra, cần có chính sách của Nhà nước về việc đầu tư vào công nghệ an ninh mạng để bảo vệ hệ thống dữ liệu quốc gia. Việc Quốc hội thông qua Luật An ninh mạng là cần thiết nhằm đảm bảo hoạt động trên không gian mạng không gây phương hại đến an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội, quyền và lợi ích hợp pháp của các tổ chức và cá nhân, nhưng trong thời gian tới, vẫn cần hoàn thiện khung pháp lý chặt chẽ, sâu rộng hơn.

Tiểu kết chương 4

Trên cơ sở luận giải và phân tích những vấn đề lý luận và thực tiễn; thực trạng về vai trò của PTTTM trong TTCT, chương 4 của luận án phân tích xu hướng phát triển của các PTTTM trên thế giới và Việt Nam, đồng thời phân tích khả năng ứng dụng các PTTTM trong TTCT ở Việt Nam. Theo đó, Việt Nam sẽ là một trong những quốc gia trên thế giới ứng dụng nhiều loại hình công nghệ hiện đại vào các PTTTM để nâng cao hiệu quả hoạt động TTCT. Thông qua chương 4, tác giả luận án nêu quan điểm phát huy vai trò của PTTTM trong TTCT ở Việt Nam thời gian tới.

Về giải pháp phát huy vai trò của các PTTTM trong TTCT ở Việt Nam trong thời gian tới, chương 4 luận án đề xuất giải pháp dựa trên cơ sở những vấn đề đặt ra tại chương 3 về chủ thể của TTCT, đối tượng của TTCT, và hình thức truyền tải nội dung TTCT bằng các PTTTM.

KẾT LUẬN

1. Các phương tiện truyền thông mới hiện nay đang ngày càng đóng vai trò quan trọng trong đời sống con người nói chung, trong tuyên truyền và tuyên truyền chính trị nói riêng. Trên thế giới và trong nước có nhiều công trình khoa học đã công bố liên quan đến đề tài luận án; là khối tri thức quan trọng để tác giả kế thừa và phát triển trong quá trình nghiên cứu. Song góc độ nghiên cứu, hướng tiếp cận, cách luận giải của luận án là độc lập, không trùng lặp với bất cứ công trình khoa học nào đã được công bố.

2. Tuyên truyền chính trị là một trong những công tác quan trọng nhất của công tác tư tưởng; là công tác then chốt gắn với bảo vệ nền tảng tư tưởng Đảng, chống lại những luận điệu sai trái của các thế lực thù địch. Đây là nhiệm vụ quan trọng của Đảng, Nhà nước ta trong quá trình gìn giữ và dựng xây Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa.

3. Nghiên cứu, khảo sát, đánh giá thực trạng vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị thấy rằng: bên cạnh những ưu điểm còn tồn tại một số hạn chế, khuyết điểm. Những ưu điểm và hạn chế, khuyết điểm đó do nhiều nguyên nhân, cả nguyên nhân khách quan và nguyên nhân chủ quan, trong đó nguyên nhân chủ quan là chủ yếu.

4. Tuyên truyền chính trị bằng các phương tiện truyền thông mới cần nghiên cứu nắm chắc các yếu tố và xu hướng vận động, biến đổi cũng như chiều hướng tác động, để xác định yêu cầu và có giải pháp đúng đắn, phù hợp, khả thi. Tuyên truyền chính trị bằng các phương tiện truyền thông mới đòi hỏi sự vào cuộc tích cực của các chủ thể tuyên truyền với nội dung, phương pháp phù hợp với từng đối tượng. Mỗi giải pháp có vị trí, vai trò khác nhau song có mối quan hệ chặt chẽ, biện chứng với nhau. Trong quá trình vận dụng, triển khai thực hiện không được xem nhẹ hoặc tuyệt đối hóa bất kỳ một giải pháp nào.

5. Đánh giá vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay là vấn đề có phạm vi nội dung rộng lớn, có ý nghĩa quan trọng trong nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác đảng, công tác chính trị, đòi hỏi có sự phát triển mới cả về lý luận và thực tiễn. Kết quả nghiên cứu của luận án mới chỉ là bước đầu; sự phát triển của khoa học công nghệ và thực tiễn ứng dụng phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị chắc chắn sẽ đặt ra nhiều vấn đề mới cần phải tiếp tục nghiên cứu toàn diện và sâu sắc hơn./.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. A.F. Vô-lô-vích (1978) *Tuyên truyền và cổ động trực quan trong các cơ quan văn hoá*, Nxb. Văn hoá, Hà Nội - 1983, Nguyễn Văn Hy biên dịch
2. Allyn và Bacon (1996), *Media, Technology, and Communication*, Association of American Publishers
3. Althaus, S.L (2003), *When news norms collide, follow the lead: New evidence for press independence, in: Political Communication*
4. Alain Wegmann, Genilloud (2000), *A New Definition for the Concept of Role, and Why it Makes Sense*, College of Computer Science, 2000
5. Lưu Văn An (2008), *Truyền thông đại chúng trong hệ thống tổ chức quyền lực chính trị ở các nước tư bản phát triển*, Nxb Lý luận chính trị
6. Hoàng Anh, *Phát triển chính phủ điện tử trong thời kỳ cách mạng công nghiệp lần thứ tư*, <https://baomoi.com/phat-trien-chinh-phu-dien-tu-can-di-vao-thuc-chat/c/21944348.epi>
7. Vũ Tuấn Anh (2020), *Giáo trình phương pháp nghiên cứu truyền thông*, Nxb Khoa học xã hội
8. Annelise Russell, Maraam Dwidar, and Bryan D. Jones (2016), *Truyền thông đại chúng và tiến trình chính sách*, Oxford Research Encyclopedias
9. Atle Haugsgjerd, Rune Karlsen và Kari Steen-Johnsen (2023), *Có phải là không có thông tin hay là thông tin không chính xác trong môi trường tin tức kỹ thuật số? Làm thế nào để việc sử dụng tin tức trên mạng xã hội ảnh hưởng đến hai khía cạnh của kiến thức chính trị?*, Taylor & Francis Online, Volume 40, 2023-Issue 6
10. *Báo cáo của Chính phủ Tổng hợp kết quả lấy ý kiến Nhân dân đối với dự thảo Luật Đất đai (sửa đổi) Số: 139 /BC-CP Hà Nội, ngày 26 tháng 4 năm 2023*
11. Barrie Axford and Richard Huggins (2001), *Phương tiện truyền thông mới và chính trị*, SAGE Publication

12. Bennett, W.L. & Entman, R.M. (2001), *Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy*, Cambridge University Press
13. Trương Hòa Bình (2016), *Đẩy mạnh cải cách hành chính, xây dựng bộ máy nhà nước trong sạch, vững mạnh, liêm chính, hiệu lực, hiệu quả, một cửa liên thông, đáp ứng yêu cầu phục vụ nhân dân và phát triển đất nước*, Tạp chí Cộng sản, số 886 (8/2016)
14. Lê Thanh Bình (2008), *Truyền thông đại chúng và phát triển*, Nxb Chính trị quốc gia
15. Bộ Hành chính và Cải cách Na Uy (2009), *Chính sách truyền thông của chính phủ trung ương*
16. Bộ Nội vụ (2021), *Chỉ số hài lòng của người dân đối với sự phục vụ của cơ quan hành chính nhà nước năm 2021 (SIPAS 2021)*
17. Bộ Thông tin và Truyền thông (2020), *Internet và sự tác động đến văn hoá Việt Nam*
18. Bộ Thông tin và truyền thông (2021), *Sách trắng công nghệ thông tin và truyền thông*
19. B. Philippe (2000), *Bùng nổ truyền thông- sự ra đời một ý thức hệ mới*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia
20. Bruce Lannes Smith (2023), *Propaganda*, Britannica
21. Chris Wells và Lewis A. Friedland (2023), *Recognition Crisis: Coming to Terms with Identity, Attention and Political Communication in the Twenty-First Century*, Routledge, 6/2023
22. Cục Cán bộ, Ban Tuyên huấn Trung ương Đảng Cộng sản Trung Quốc (2005), *Công tác tuyên truyền tư tưởng trong thời kì mới*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
23. Hoàng Đình Cúc (2006), *Những vấn đề lý luận chính trị và truyền thông – nhận thức và vận dụng*, Nxb. Chính trị quốc gia

24. Nguyễn Minh Cường (2022), *Đổi mới công tác tuyên truyền, vận động nhân dân của các đơn vị quân đội trên địa bàn thành phố Hà Nội hiện nay*, Nxb. Đại học quốc gia Hà Nội
25. David Porter (1997), *Văn hóa Internet*, Published by Roudledge
26. Davis, G.B & Olson, M.H (1985), *Management Information systems, Conceptual foundation, structure, and development*, New York: McGraw-Hill
27. D.Diaper và C.Sanger (2002), *Wireless World; Social and Interactional Aspect of the Mobile Age*, Gray Publishing, Tunbridge Wells, UK
28. Đỗ Quý Doãn (2015), *Quản lý và phát triển thông tin báo chí ở Việt Nam*, Nxb Thông tin và truyền thông
29. Douglas K. Stevenson (2000), *Cuộc sống và các thể chế ở Mỹ*, Nxb Chính trị quốc gia
30. Trần Bá Dung (2019), Bài viết *Truyền thông mới và những thách thức “chỗ đứng” của nhà báo*, Tạp chí Người làm báo số 7-2019
31. Dunn (2012), *Public policy analysis: an introduction*, Pearson Weimer & Vining
32. Nguyễn Văn Dũng (2011), *Báo chí và dư luận xã hội*, Nxb Lao động
33. Nguyễn Văn Dũng (2013) chủ biên, Đỗ Thị Thu Hằng, *Truyền thông – Lý thuyết và kỹ năng cơ bản*, Nxb Chính trị quốc gia – Sự thật; Hà Nội
34. Eilders, C (2001), *Conflict and Consonance in Media Opinion: Political Positions of Five, German Quality Papers*, Berlin: WZB Discussion Papers.
35. Entman, Robert (1993), *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*, Journal of Communication 43(4)
36. E.P. Prôkhôrôp (2004), *Cơ sở lý luận của báo chí*, Nxb Thông tấn
37. Eugenia Siapera và Andreas Veglis (2012), *Sổ tay báo chí trực tuyến toàn cầu*, A John Wiley & Sons, Ltd, Publication

38. Garth.S. Jowett và Victoria O'Donnel (2012), *Tuyên truyền và thuyết phục*, SAGE Publications, Inc
39. Nguyễn Thị Trường Giang (2017), *Báo chí và Truyền thông đa phương tiện*, Nhà xuất bản Lý luận chính trị
40. Nguyễn Thị Trường Giang, Nguyễn Thị Thu (2022), *Sử dụng mạng xã hội trong truyền thông chính trị ở Việt Nam*, *Tạp chí Lý luận chính trị điện tử*, ngày 9-9-2022
41. Nguyễn Thị Trường Giang (2023), *Đề tài khoa học cấp Bộ Đổi mới công tác tuyên truyền chính trị trên mạng xã hội ở nước ta hiện nay*
42. Grant & Osanloo (2021), *Understanding, selecting, and integrating a theoretical framework in dissertation research: creating the blueprint for your "house"*, *Administrative issues journal: connecting education, practice and research*, , Volume 4, Issue 2
43. Đỗ Xuân Hà (1997), *Báo chí với thông tin quốc tế*, Nxb Đại học quốc gia
44. Lê Hải (2018), *Phương tiện truyền thông xã hội với giới trẻ Việt Nam hiện nay*, Nhà Xuất bản Chính trị quốc gia sự thật
45. Lê Thanh Hải, Hoàng Anh, Lê Thành Khôi (2015), *Phương pháp nghiên cứu khoa học xã hội và nhân văn: Giáo trình lưu hành nội bộ*, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Khoa Tâm lý - Giáo dục và Nghiệp vụ sư phạm
46. Nguyễn Hữu Hải (2016), *Chính sách công - Những vấn đề cơ bản*, Nxb Chính trị Quốc gia - Sự thật
47. Đỗ Thị Thu Hằng (2022), *Giáo trình Tổ chức sản xuất sản phẩm truyền thông đại chúng*, Nxb Thông tin và Truyền thông
48. Đỗ Thị Thu Hằng (2022), *Giáo trình Nhập môn Truyền thông đa phương tiện*, Nxb Thông tin và Truyền thông
49. Đỗ Thị Thu Hằng, Lương Khắc Hiếu (2022), *Xử lý thông tin sai lệch, xuyên tạc trên lĩnh vực tư tưởng, lý luận và văn học, nghệ thuật*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật

50. Đỗ Chí Nghĩa, Đinh Thị Thu Hằng (2014), *Báo chí và mạng xã hội*, Nhà xuất bản Lý luận chính trị
51. Đinh Thị Thúy Hằng (2008), *Báo chí thế giới - Xu hướng phát triển*, Nhà xuất bản Thông tấn
52. Lương Khắc Hiếu (2003), *Nguyên lý công tác tư tưởng tập 1*, Nxb Chính trị quốc gia,
53. Lương Khắc Hiếu (2003), *Nguyên lý công tác tư tưởng tập 2*, Nxb Chính trị quốc gia,
54. Lương Khắc Hiếu (2013), *Lý thuyết truyền thông*, Nxb Chính trị quốc gia – Sự thật
55. Lương Khắc Hiếu (2017) *Cơ sở lý luận công tác tư tưởng của Đảng Cộng sản Việt Nam*, Nxb Lý luận chính trị
56. Học viện Báo chí và Tuyên truyền (2006), *Những vấn đề lý luận chính trị và truyền thông – nhận thức và vận dụng*
57. Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Báo Đại biểu nhân dân, Cơ quan Hợp tác quốc tế Hàn Quốc (2017), *Truyền thông chính sách. Kinh nghiệm Việt Nam và Hàn Quốc*
58. Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Cổng TTĐT chính phủ, Cơ quan hợp tác quốc tế Hàn Quốc (2018), *Truyền thông chính sách và đồng thuận xã hội*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật
59. Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Báo cáo tổng hợp kết quả nghiên cứu đề tài khoa học cấp bộ (2016 – 2017), *Vai trò của truyền thông trong chu trình chính sách công ở Việt Nam hiện nay*
60. Học viện Báo chí và Tuyên truyền phối hợp, Tạp chí Cộng sản (2022), Hội thảo khoa học: “*Sử dụng mạng xã hội trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay*”
61. Học viện Hành chính quốc gia (2013), *Giáo trình hoạch định và xây dựng chính sách*, Nxb Khoa học và Kỹ thuật

62. Vũ Đình Hòa (2000), *Truyền thông đại chúng trong công tác lãnh đạo, quản lý*, Nxb Chính trị quốc gia
63. Howard Reingold (1993), *Cộng đồng ảo: Làm việc trên biên giới điện tử*, Westminster Papers, Communication and Culture
64. Lê Doãn Hợp, *Quản lý báo chí trong sự nghiệp đổi mới đất nước hiện nay*, Tạp chí Cộng sản, số tháng 6/ 2007
65. I. Fortunati, J. Katz và R. Riccini (2003), *Mediating the Human Body: Technology, Communication and Fashion*, Publisher: Lawrence Erlbaum
66. James E. Katz (2006), *Machines That Become Us: The Social Context of Personal Communication Technology*, Published by Routledge
67. J. Fiske (2000), *Giới thiệu về nghiên cứu truyền thông*, London: Routledge
68. J. Katz và M. Aakhus (2002), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge University Press
69. Jonas Staal (2019), *Propaganda art in the 21st Century*, The MIT Press
70. Katrin Voltmer & Sigrid Koch-Baumgarten (2007), *Public Policy and the Mass Media: Influences and Interactions* Tại hội thảo khoa học quốc tế về truyền thông và chính sách công diễn ra tại Helsinki, Phần Lan
71. Trần Khang, Lê Cự Lộc (2005), Giáo trình bồi dưỡng cán bộ tuyên truyền “*Công tác tuyên truyền tư tưởng trong thời kỳ mới*”, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia
72. Khoa Chính trị học, Học viện Báo chí và Tuyên truyền (2015), *Tập bài giảng Hệ thống chính trị với quy trình chính sách công*
73. Khoa Quan hệ quốc tế, Học viện Báo chí và Tuyên truyền (2006), *Bản dịch cuốn sách Media power in Politics* (Sức mạnh của truyền thông trong chính trị), D.A Graber
74. Phan Văn Kiên, Phan Quốc Hải, Phạm Chiến Thắng và Nguyễn Đình Hậu (2016), *Một số xu hướng mới của báo chí truyền thông hiện đại*, Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông

75. King-Wa Fu (2023), *Propagandization of Relative Gratification: How Chinese State Media Portray the International Pandemic*, Taylor & Francis Online, Volume 40, 2023-Issue 6
76. Kiran Prasad (2009), *Chủ nghĩa báo chí trực tuyến, phương tiện truyền thông mới và phương tiện truyền thông tin tức*, B.R. Publishing Corporation
77. Phạm Huy Kỳ, Đỗ Thị Thu Hằng (2019), *Mạng xã hội trong bối cảnh phát triển xã hội thông tin ở Việt Nam. Lý luận, thực tiễn và kinh nghiệm*, Nxb Lao động
78. Lievrouw và Livingstone (2002), *Handbook of new media: Student edition*, SAGE Publications Ltd
79. L. John Martin (1971), *Effectiveness of International Propaganda*, Volume 398 Issue 1, Saga Journals
80. Từ Thị Loan (2017), *Các loại hình giải trí trên phương tiện truyền thông mới tác động đến lối sống*, Nhà xuất bản Văn hóa dân tộc
81. Từ Thị Loan (2019), *Internet và sự tác động đến văn hoá Việt Nam*, Nhà xuất bản Văn hoá dân tộc
82. Vũ Quỳnh Loan (2023), *Phát huy vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong marketing du lịch ở Tuyên Quang*, Nhà xuất bản Đại học Thái Nguyên
83. Lombard M, Snyder-Duch (2001), *Interactive Advertising and Presence: A Framework*, Journal of Interactive Advertising
84. Lê Văn Lợi và Phạm Minh Tuấn (2022), *Bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch trong tình hình mới qua đấu tranh chính luận*, Nxb. Chính trị Quốc gia – Sự thật
85. *Luật báo chí* (đã được sửa đổi và bổ sung năm 1999) (2000), Nxb Chính trị quốc gia
86. Luke Sullivan, Sam Bennett (2017), *Bút chì sắc, ý tưởng lớn, quảng cáo để đời của*; Lê Tường Vân dịch, Nxb. Lao động

87. Lê Quốc Lý (2020), *Phương thức, hình thức bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng đấu tranh ngăn chặn các quan điểm sai trái, thù địch trên lĩnh vực lý luận*, Nxb Chính trị quốc gia
88. Manovich (2007), *What is new media?*
<https://www.alice.id.tue.nl/references/manovich-2007.pdf>
89. Marc Prensky (2001), *Digital Natives, Digital Immigrants*, MCB University Press, Vol. 9 No. 5
90. Margaret Olugbemisola Areo, Arebowale Biodun Areo (2016), *Political Propaganda, Aesthetics and Sustainable Environment*, Academic Journal of Interdisciplinary Studies Vol 5 No 2 MCSER Publishing, Rome-Italy
91. Maria Lafont và Sergo Grigorian (2007), *Soviet Posters*, Prestel
92. McQuail's (2010), 6th edition, *Mass Communication Theory*, SAGE Publications Asia-Pacific Pte Ltd
93. Michael Bossetta, Anamaria Dutceac Segesten, Dujé Bonacci, *Reconceptualizing Cross-Cutting Political Expression on Social Media: A Case Study of Facebook Comments During the 2016 Brexit Referendum*, Taylor & Francis Online, Volume 40, 2023-Issue 6
94. Michael Howlett, M.Ramesh (1995), *Nghiên cứu chính sách công*, Nxb Đại học Oxford
95. Micheal J. Anh (2012), *Effective public policy delivery system in Age of Information*, The Korean Social Science Journal, Vol 39, No.1
96. Michael Schudson (2003), *Sức mạnh của tin tức truyền thông*, Nxb Chính trị quốc gia
97. Miller, A.H. & Listhaug, O. (1990), *Political parties and confidence in Government: a comparison of Norway, Sweden and the United States*, British Journal of Political Science, 357-386
98. Hồ Chí Minh (2002), Toàn Tập: *Người tuyên truyền và cách tuyên truyền*, bài viết đăng trên Báo Sự thật, số 79, từ ngày 26-6 đến ngày 9-7-1947

99. Nguyễn Văn Minh (2013), Đề tài khoa học cấp cơ sở *Công tác tuyên truyền của Đảng*, Học viện Báo chí và Tuyên truyền
100. Nguyễn Văn Minh (2015), *Phản biện xã hội của báo chí và phản biện xã hội qua báo chí*, Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, ngày 30/7/2015
101. Mintrom (2012), *Contemporary policy analysis*, Oxford University Press
102. Mitchell Stephens (2015), “*Hơn cả tin tức, “Yellow Academy Program”*” (2017), Website Euractiv, (<https://euractiv.com/wp-content/uploads/sites/2/2013/12/Yellow-Academy-Programme-2017.pdf>)
103. Hoàng Thanh Nam, Nguyễn Tuấn Anh, Nguyễn Quốc Toàn (2016), *Tăng cường công tác thông tin tuyên truyền phòng ngừa, chống vi phạm trên mạng Internet*, Nxb. Thông tin và Truyền thông
104. Mai Quỳnh Nam (2001), “*Về vấn đề nghiên cứu hiệu quả truyền thông đại chúng*”, Tạp chí Xã hội học
105. Nicholas Gane, David Beer (2008), *Phương tiện truyền thông mới*
106. Phạm Thị Bích Ngọc (2017), *Cuộc cách mạng công nghệ 4.0, làn sóng thay đổi cả thế giới*, Tạp chí Con số và Sự kiện, số 1,2/2017
107. Đỗ Chí Nghĩa (2013), *Vai trò báo chí trong định hướng dư luận xã hội*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia
108. Đỗ Chí Nghĩa và Đinh Thị Thu Hằng (2014), *Báo chí và mạng xã hội*, Nxb. Lý luận chính trị
109. Đỗ Chí Nghĩa (2015), Đề tài khoa học cấp cơ sở trọng điểm *Quan hệ công chúng và các phương tiện truyền thông mới*, Học viện Báo chí và Tuyên truyền
110. Nguyễn Trí Nhiệm và Nguyễn Thị Trường Giang (2014), *Báo mạng điện tử: Đặc trưng và phương pháp sáng tạo*, Học viện Chính trị Quốc gia
111. Nguyễn Ngọc Oanh, Nguyễn Thị Thương Huyền, Nguyễn Đồng Anh (2020), *Giáo trình tổ chức sản xuất sản phẩm báo chí đối ngoại và truyền thông quốc tế*, Nxb Lao động

112. Patricia Wallace (2015), *The Psychology of the Internet*, Cambridge University Press
113. Philippe Breton (2011), *Văn hóa của Internet và Internet như một nền văn hóa: Nỗi sợ xã hội và Ước mơ tôn giáo*, Published by JSTOR
114. Trần Hữu Quang (2006), *Xã hội học truyền thông đại chúng*, Đại học Mở bán công thành phố Hồ Chí Minh
115. Recharad Stegel (2019), *Chiến tranh thông tin*, Atlantic Monthly Press
116. Rob Shields (1996), *Cultures of the Internet: Virtual Spaces. Real Histories, Living Bodies*, SAGE Publication
117. Robert B. Holtman (1950), *Tuyên truyền của Napoleon*
118. Robert Hassan & Julian Thomas (2006), *The new media theory reader*, Open University Press
119. Robert Logan (2010), *Hiểu biết về phương tiện truyền thông mới*, New York, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, Oxford, Wien, 2016. XVIII, 470 pp
120. Sara Kiesler (1997), *Văn hóa mạng*, Published by Rouledge
121. Scheufele, Dietram (1999), *Framing as a Theory of Media Effect*, Journal of Communication 49
122. Hùng Sơn, Mai Lý Quảng dịch (1985), *Những nguyên lý tuyên truyền cộng sản chủ nghĩa*, dịch từ nguyên bản tiếng Nga, tập 1,2,
123. Bùi Hoài Sơn (2007), *Phương tiện truyền thông mới và những thay đổi văn hóa – xã hội ở Việt Nam*, Viện Văn hóa nghệ thuật Việt Nam, Nxb Khoa học chính trị
124. Phạm Minh Sơn (2016), “*Sử dụng các phương tiện truyền thông mới trong hoạt động ngoại giao kỹ thuật số hiện nay*”, Nhà xuất bản Lý luận chính trị
125. Dương Xuân Sơn (1996), *Báo chí nước ngoài*, Nxb Văn hóa thông tin
126. Dương Xuân Sơn (2014), *Các loại hình báo chí truyền thông*, Nxb Thông tin & truyền thông

127. Smith M.K and Smith M (2002), *Globalization: The Encyclopedia of Informal Education*
128. Stuart Price (1998), *Media Studies*, Longman Publishing Corporation
129. Tạ Ngọc Tấn (2002), *Truyền thông đại chúng*, Nxb. Chính trị quốc gia
130. Tạ Ngọc Tấn (2020), *Báo chí, truyền thông hiện đại: Thực tiễn, vấn đề, nhận định*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật
131. Trần Hữu Tiến (1994), *Kỷ yếu các chuyên đề Đề tài khoa học năm 1994*, Học viện Báo chí và Tuyên truyền
132. Lưu Trần Toàn (2019), *Tuyên truyền hình ảnh Việt Nam ra thế giới qua báo chí đối ngoại*, Nxb Thông tin và Truyền thông
133. Đỗ Công Tuấn (2013), Báo cáo tổng hợp kết quả nghiên cứu Đề tài khoa học cơ sở trọng điểm 2012: *Đảng cộng sản Việt Nam vận dụng phát triển một số vấn đề chủ nghĩa xã hội khoa học trong thời kỳ đổi mới*, Học viện Báo chí và Tuyên truyền
134. Đinh Ngọc Thạch (2014), *Sức sống của chủ nghĩa Mác-Lênin trong thời đại ngày nay*, Nxb. Chính trị quốc gia
135. Thomas L. Friedman, *The world is flat* (2006), Publisher: Penguin Books
136. Văn Tất Thu, *Năng lực thực hiện chính sách công – những vấn đề lý luận và thực tiễn*, tạp chí Tổ chức nhà nước, số 12/ 2014
137. Văn Tất Thu, *Bản chất, vai trò của chính sách công*, tạp chí Tổ chức nhà nước, số 1/2016
138. Văn Tất Thu, *Hoạch định chính sách quốc gia - chức năng quan trọng của chính phủ*, tạp chí Tổ chức nhà nước, số 9/2016
139. PGS.TS. Trần Thị Thanh Thủy (2021), *Vai trò và các yêu cầu đối với truyền thông chính sách*, Tạp chí Quản lý nhà nước online, đăng ngày 5/1/2021
140. Lê Mai Trang (2016), *Đổi mới công tác tuyên truyền của Đảng đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế ở Việt Nam hiện nay*, Luận án Tiến sĩ Chính trị học

141. Phạm Chí Trung (2016), *Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 và những hàm ý chính sách đối với Việt Nam*, Tạp chí Khoa học và Công nghệ, số 11/2016
142. Vũ Diệu Trung (2021), *Tác động của phương tiện truyền thông mới đối với văn hóa gia đình Việt Nam*, Nhà xuất bản Văn hoá dân tộc
143. UNESCO (2018), Bộ ấn phẩm về Giáo dục Báo chí, Sổ tay Giáo dục và Đào tạo Báo chí, *Báo chí, “tin giả” & tin xuyên tạc*
144. UNICEF (2010), *Advocacy toolkit, a guide to influencing decisions that improve children’s lives*, New York
145. Unicef.org, Điều tra SDGCW Việt Nam 2020 - 2021
146. Ủy ban Văn hóa, Giáo dục, Thanh niên, Thiếu niên và Nhi đồng quốc hội khóa XII, Nguyễn Minh Thuyết (2008), *Phân tích chính sách*
147. Văn kiện Hội nghị lần thứ sáu Ban Chấp hành Trung ương khóa XII (2017), *Phát biểu của đồng chí Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng bế mạc Hội nghị lần thứ sáu Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII*, Văn phòng Trung ương Đảng
148. V.I. Lênin (2006): *Toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, tập 36
149. V.I. Lênin (2006): *Toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, tập 37
150. V.I. Lênin (1979): *Toàn tập*, Nxb Tiến bộ, tập 41
151. Vincent Miller (2011), *Understanding Digital Culture*, SAGE Publication
152. Võ Khánh Vinh, Đỗ Phú Hải (2012), *Những vấn đề cơ bản về chính sách công*, Học viện Khoa học xã hội
153. Lương Ngọc Vĩnh (2015), *Đề tài khoa học cấp cơ sở, Nguyên lý tuyên truyền*, Học viện Báo chí và Tuyên truyền,
154. Lương Ngọc Vĩnh (2020), *Những cơ hội và thách thức của MXH đối với chủ thể và đối tượng công tác tuyên truyền của Đảng*, tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, số 8
155. Lương Ngọc Vĩnh (2021), *Công tác tuyên truyền của Đảng cộng sản Việt Nam trong thời kỳ mới*, Nxb. Lý luận chính trị

156. Lương Ngọc Vĩnh (2021), *Giáo trình Lý thuyết và kỹ năng truyền thông chính sách*, Nxb Lý luận chính trị
157. Wallack, L and et al (1993), *Media advocacy and public health, power for prevention*, Sage publication
158. Website: Vinaresearch.net
159. Website: westerndigital.com
160. Website: wearesocial.com
161. Website: www.highspeedinternet.com/resources/the-consumers-guide-to-internet-speed
162. Website: news.microsoft.com/vi-vn/2020/06/24/bao-cao-cua-microsoft-viet-nam-la-quoc-gia-co-ty-le-nhiem-ma-doc-tong-tien-cao-nhat-chau-a-thai-binh-duong-nam-2019/
163. Website: vtv.vn/chinh-tri/trong-10-nam-hon-170-can-bo-cap-cao-bi-ky-luat-do-tham-nhung-2022063010241681.htm
164. Website: blackbox.com.sg/blackbox-search?_sf_s=covid%2019
165. Website: dichvucong.gov.vn/p/phananhkienghi/pakn-gui-pakn.html, số liệu ngày 14/12/2022
166. Website: www.vnetwork.vn/vi/news/thong-ke-tinh-hinh-internet-viet-nam-nam-2021
167. Website: vnetwork.vn/news/internet-viet-nam-2023-so-lieu-moi-nhat-va-xu-huong-phat-trien/
168. Website: mic.gov.vn/mic_2020/Pages/trangchu_2020.aspx
169. Website: studysmarter.co.uk/explanations/social-studies/the-media/new-media
170. Website: oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/role
171. Website: smarkgo.com/blog/website-la-gi-su-hinh-thanh-va-phat-trien-cua-website#S++ra+++i+c+a+World+Wide+Web++www+
172. Website: nhandan.vn/thuc-day-van-hoa-doc-tren-nen-tang-so-post745984.html

173. Website: nchaus.vn/cap-nhat-so-lieu-63-tinh-thanh-cua-viet-nam-nam-2022/
174. Website: <https://hcma3.hcma.vn/tintuc/Pages/tintucsukien.aspx?ItemID=50679&CateID=0>
175. Website: <https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/chinh-tri-xay-dung-dang/-/2018/824426/giu-vung-niem-tin-chinh-tri-cua-nhan-dan-voi-dang.aspx>
176. Website: <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/van-kien-tu-lieu-ve-dang/dieu-le-dang/dieu-le-dang-do-dai-hoi-dai-bieu-toan-quoc-lan-thu-x-cua-dang-thong-qua-383>
177. Website: Tạp chí Cộng sản:
https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/dau-tranh-phan-bac-cac-luan-dieu-sai-trai-thu-dich/chi-tiet/-/asset_publisher/YqSB2JpnYto9/content/nhan-dien-nhung-phuong-thuc-thu-oan-bieu-hien-chong-pha-moi-cua-cac-the-luc-thu-ich-tren-linh-vuc-tu-tuong-ly-luan-hien-nay
178. Website: <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/ban-chap-hanh-trung-uong-dang/dai-hoi-dang/lan-thu-xiii/bao-cao-chinh-tri-cua-ban-chap-hanh-trung-uong-dang-khoa-xii-tai-dai-hoi-dai-bieu-toan-quoc-lan-thu-xiii-cua-3734>
179. Website: <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Cong-nghe-thong-tin/Luat-an-toan-thong-tin-mang-2015-298365.aspx>
180. Website: similarweb.com
181. Website: <https://dangcongsan.vn/tu-tuong-van-hoa/trao-giai-cuoc-thi-viet-bao-ve-nen-tang-tu-tuong-cua-dang-trong-tinh-hinh-moi-lan-thu-hai-636611.html>
182. Website: <https://vtv.vn/phap-luat/da-xet-xu-12244-vu-an-kinh-te-tham-nhung-voi-25144-bi-cao-trong-5-nam-qua-20230319182244607.htm>

183. Website: <https://typeset.io/questions/what-is-political-propaganda-16df88lp1n>.
184. Website:<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/newmedia#:~:text=products%20and%20services%20that%20provide,Internet%20terminology>
185. X.A. Mikhailóp (2004), *Báo chí hiện đại nước ngoài những quy tắc và nghịch lý*, Nxb Thông tấn
186. Yochai Benkler, Robert Faris và Hal Roberts (2018), *Tuyên truyền trên mạng*, Vol 3, University of Southern California

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1

BIỂU MẪU ĐIỀU TRA XÃ HỘI HỌC

Giới thiệu: Chào Chị/Anh! Tôi tên là Đỗ Thị Thanh Hà – nghiên cứu sinh đang nghiên cứu đề tài “*Vai trò của phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay*”. Hiện nay, tôi đang tiến hành thu thập thông tin tìm hiểu về việc tiếp cận thông tin tuyên truyền chính trị để phục vụ đề tài nghiên cứu khoa học của bản thân. Theo tính toán ngẫu nhiên, trân trọng mời Anh/Chị tham gia nghiên cứu này. Mọi thông tin Anh/Chị đưa ra sẽ được giữ kín dưới dạng khuyết danh và chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu.

Trân trọng cảm ơn sự đồng ý tham gia khảo sát của Anh/Chị.

Câu 1: Xin cho biết họ tên, số điện thoại của Anh/ Chị (Không bắt buộc)

Câu 2: Xin cho biết năm sinh và giới tính của Anh/ Chị

- Năm sinh:

- Giới tính: 1. Nam

 2. Nữ

Câu 3: Xin cho biết địa bàn sinh sống của Anh/ Chị

1. Hà Nội

2. Đà Nẵng

3. Thành phố Hồ Chí Minh

4. Khác:

Câu 4: Xin cho biết: Gia đình, Anh/ chị có các vật dụng dưới đây không, và có kết nối internet không?

	Không có	Có, không kết nối internet	Có, có kết nối internet
1. Đài, radio			
2. Tivi			

3. Điện thoại di động			
4. Máy tính bảng			
5. Máy tính xách tay			
6. Máy tính để bàn			

Câu 5: Mức độ thường xuyên tiếp cận của Anh/Chị với các phương tiện dưới đây?

	Không bao giờ	Rất hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Rất thường xuyên
1. Xem chương trình truyền hình					
2. Nghe đài phát thanh					
3. Đọc sách, báo, tạp chí in					
4. Truy cập vào các trang thông tin điện tử để đọc báo, xem phim và thực hiện các nhu cầu khác					
5. Truy cập các trang mạng xã hội (Facebook, Tiktok ...) để nắm bắt, chia sẻ thông tin và sáng tạo nội dung					

Câu 6: Mức độ của Anh/Chị tiếp cận với các thông tin và hoạt động tuyên truyền chính trị?

	Không bao giờ	Rất hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Rất thường xuyên
1. Tuyên truyền chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng HCM					
2. Tuyên truyền về quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng					
3. Tuyên truyền chính sách,					

pháp luật của nhà nước					
4. Tuyên truyền về các sự kiện chính trị, quá trình chính trị diễn ra trong và ngoài nước					
5. Tuyên truyền về lịch sử, văn hoá dân tộc nói chung và văn hoá chính trị nói riêng					
6. Tuyên truyền về đấu tranh, phản bác các quan điểm sai trái, thù địch					
7. Tham gia các cuộc học tập làm theo tấm gương đạo đức HCM					
8. Tham gia các cuộc thi bảo vệ nền tảng tư tưởng Đảng.					

Câu 7: Anh chị tiếp cận các thông tin và hoạt động tuyên truyền chính trị qua đâu? (có thể chọn nhiều phương án)

	Sách, báo, tạp chí in	Kênh phát thanh	Tivi	Mạng xã hội	Trang thông tin điện tử chính thống của Đảng, Nhà nước	Khác: Hội họp; Từ người thân, bạn bè,...
1. Tuyên truyền chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng HCM						
2. Tuyên truyền về quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng						

3. Tuyên truyền chính sách, pháp luật của nhà nước						
4. Tuyên truyền về truyền thống lịch sử, văn hóa của dân tộc nói chung, văn hoá chính trị nói riêng						
5. Tuyên truyền về đấu tranh, phản bác các quan điểm sai trái, thù địch						
6. Tham gia các hoạt động hưởng ứng học tập làm theo tấm gương đạo đức HCM						
7. Tham gia các cuộc thi bảo vệ nền tảng tư tưởng Đảng.						

Câu 8: Khi tiếp cận các thông tin về tuyên truyền chính trị, Anh/Chị xử lý thế nào? (có thể chọn nhiều phương án)

	Bỏ qua, không xem/đọc/nghe	Đọc/xem /nghe lướt	Đọc/xem/nghe kỹ các thông tin	Đề lại bình luận	Chia sẻ thông tin
1. Sách, báo, tạp chí in					
2. Kênh phát thanh					
3. Tivi					
4. Mạng xã hội					
5. Trang thông tin điện tử chính thống của Đảng, Nhà nước					

Câu 9: Anh/Chị gửi các góp ý / phản hồi về thông tin tuyên truyền chính trị như thế nào?

	Có	Không
1. Chưa bao giờ góp ý / phản hồi		
2. Phát biểu trực tiếp ở cuộc họp, hội thảo, hội nghị		
3. Gửi thư viết tay đến các Bộ, Ban, Ngành		
4. Gửi thư email đến các Bộ, Ban, Ngành		
5. Gửi bình luận bên dưới thông tin trên MXH và các trang thông tin điện tử chính thống của Đảng, Nhà nước		
6. Phản hồi đến cán bộ địa phương, lãnh đạo đơn vị nơi công tác		
7. Khác		

Câu 10: Anh/Chị có biết các trang mạng xã hội và website dưới đây không?

	Có	Không
1. Fanpage Facebook: Thông tin chính phủ		
2. Fanpage Facebook: Thông Tấn Xã Việt Nam (TTXVN)		
3. Fanpage Facebook: Hương Sen Việt		
4. Fanpage Facebook: Đường chúng ta đi		
5. Website: Việt Nam thịnh vượng (thinhvuongvietnam.com)		
6. Website: thoisu.vtv		
7. Website: Công dịch vụ công quốc gia (dichvucong.gov.vn)		
8. Khác		

Câu 11: Anh/Chị có theo dõi (follow) các trang mạng xã hội và website dưới đây không?

	Có	Không
1. Fanpage Facebook: Thông tin chính phủ		
2. Fanpage Facebook: Thông Tấn Xã Việt Nam (TTXVN)		
3. Fanpage Facebook: Hương Sen Việt		

4. Fanpage Facebook: Đường chúng ta đi		
5. Website: Việt Nam thịnh vượng (thinhvuongvietnam.com)		
6. Website: thoisu.vtv		
7. Website: Công dịch vụ công quốc gia (dichvucong.gov.vn)		
8. Khác		

Câu 12: Anh/Chị có bày tỏ quan điểm/phản hồi/đóng góp ý kiến (dưới mọi hình thức) về các văn bản chính sách được đăng tải trên các trang TTĐT và MXH dưới đây không?

	Chưa bao giờ	Hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên
1. Fanpage Facebook: Thông tin chính phủ				
2. Fanpage Facebook: Thông Tấn Xã Việt Nam (TTXVN)				
3. Fanpage Facebook: Hương Sen Việt				
4. Fanpage Facebook: Đường chúng ta đi				
5. Website: Việt Nam thịnh vượng (thinhvuongvietnam.com)				
6. Website: thoisu.vtv				
7. Website: Công dịch vụ công quốc gia (dichvucong.gov.vn)				

Câu 13: Xin cho biết các nhu cầu tìm hiểu thông tin và tham gia các hoạt động tuyên truyền chính trị của Anh/ Chị

	1. Hoàn toàn không có nhu cầu	2. Có cũng được, không cũng được	3. Thỉnh thoảng có nhu cầu	4. Có nhu cầu	5. Rất có nhu cầu
1. Tuyên truyền chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng HCM					
2. Tuyên truyền về quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng					
3. Tuyên truyền chính sách pháp luật của nhà nước					
4. Tuyên truyền về truyền thống lịch sử, văn hóa của dân tộc nói chung, văn hoá chính trị nói riêng					
5. Tuyên truyền về đấu tranh, phản bác các quan điểm sai trái, thù địch					
6. Tham gia các hoạt động hưởng ứng học tập làm theo tấm gương đạo đức HCM					
7. Tham gia các cuộc thi bảo vệ nền tảng tư tưởng Đảng.					

Câu 14: Anh/Chị muốn tìm hiểu các thông tin và hoạt động tuyên truyền chính trị qua đâu? (có thể chọn nhiều phương án)

	Sách, báo, tạp chí in	Đài phát thanh	Tivi	Mạng xã hội	Trang thông tin điện tử chính thống của Đảng, Nhà nước	Khác: Hội họp; Từ người thân, bạn bè,...
1. Tuyên truyền chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng HCM						
2. Tuyên truyền về quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng						
3. Tuyên truyền chính sách pháp luật của nhà nước						
4. Tuyên truyền về truyền thống lịch sử, văn hóa của dân tộc nói chung, văn hoá chính trị nói riêng						
5. Tuyên truyền về đấu tranh, phản bác các quan điểm sai trái, thù địch						
6. Tham gia các hoạt động hưởng ứng học tập làm theo tấm gương đạo đức HCM						
7. Tham gia các cuộc thi bảo vệ nền tảng tư tưởng Đảng.						
8. Khác:						

Câu 15: Anh/ chị đánh giá như thế nào về các Trang thông tin điện tử và trang mạng xã hội chính thống của Đảng và Nhà nước theo các nội dung dưới đây?

STT	Nội dung	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không đồng ý, không phản đối	Đồng ý	Rất đồng ý
	a. Về các trang TTĐT					
1.	Đưa thông tin nhANH chóng, kíp thời về nội dung tuyên truyền chính trị đến với người dân					
2.	Đưa thông tin đa chiều về nội dung tuyên truyền chính trị đến với người dân					
3.	Có tính tương tác cao					
	b. Về trang MXH					
1.	Đưa thông tin nhANH chóng, kíp thời về nội dung tuyên truyền chính trị đến với người dân					
2.	Đưa thông tin đa chiều về nội dung tuyên truyền chính trị đến với người dân					
3.	Có tính tương tác cao					

Câu 16 : Anh/ chị đánh giá như thế nào về vai trò của các Trang thông tin điện tử và trang mạng xã hội chính thống của Đảng và Nhà nước theo nội dung dưới đây?

	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không đồng ý, không phản đối	Đồng ý	Rất đồng ý
Trang TTĐT góp phần nâng cao nhận thức chính trị của người dân					
Mạng xã hội góp phần nâng cao nhận thức chính trị của người dân					

Câu 17 : Anh/ chị đánh giá như thế nào về vai trò của các Trang thông tin điện tử và trang mạng xã hội chính thống của Đảng và Nhà nước theo nội dung dưới đây?

	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không đồng ý, không phản đối	Đồng ý	Rất đồng ý
Trang TTĐT góp phần tạo lập, củng cố niềm tin chính trị của người dân					
Mạng xã hội góp phần tạo lập, củng cố niềm tin chính trị					

Câu 18 : Anh/ chị đánh giá như thế nào về vai trò của các Trang thông tin điện tử và trang mạng xã hội chính thống của Đảng và Nhà nước theo nội dung dưới đây?

	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không đồng ý, không phản đối	Đồng ý	Rất đồng ý
Trang TTĐT góp phần cổ vũ người dân tham gia vào các hoạt động chính trị					
Mạng xã hội góp phần cổ vũ người dân tham gia vào các hoạt động chính trị					

Câu 19: Anh/ chị đánh giá như thế nào về vai trò của các Trang thông tin điện tử và trang mạng xã hội chính thống của Đảng và Nhà nước theo nội dung dưới đây?

	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không đồng ý, không phản đối	Đồng ý	Rất đồng ý
Trang TTĐT góp phần phát hiện, ngăn chặn và đẩy lùi các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng					
Mạng xã hội góp phần phát hiện, ngăn chặn và đẩy lùi các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng					

Câu 20 : Anh/ chị đánh giá như thế nào về vai trò của các Trang thông tin điện tử và trang mạng xã hội chính thống của Đảng và Nhà nước theo nội dung dưới đây?

	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không đồng ý, không phản đối	Đồng ý	Rất đồng ý
Trang TTĐT là diễn đàn để phản bác, phê phán các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng					
Mạng xã hội là diễn đàn để phản bác, phê phán các thông tin sai lệch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng					

PHỤ LỤC 2: PHỎNG VẤN SÂU ĐỐI VỚI NGƯỜI DÂN

Người phỏng vấn: tác giả luận án

Thời gian phỏng vấn: tháng 9/2022

Hình thức phỏng vấn: Trực tiếp

KẾT QUẢ PHỎNG VẤN

Câu hỏi 1: Anh/ chị cho biết quan điểm của anh/ chị đối với sự nhanh chóng, kịp thời và tính tương tác của các thông tin tuyên truyền chính trị được đăng tải ở các trang TTĐT và trang MXH?

Tôi luôn nhận được những thông tin nhanh chóng, kịp thời khi truy cập các trang TTĐT. Tôi có thói quen đọc tin hàng ngày, và thấy thông tin được cập nhật liên tục, đặc biệt là trước những sự kiện chính trị quan trọng trong nước và quốc tế; cũng như chủ trương và chính sách của Đảng và Nhà nước. Nhưng tôi chưa bao giờ có phản hồi hay tương tác gì cả. [Nữ, 21 tuổi, Nghệ An]

Mỗi sáng thức dậy, tôi đều có thói quen đọc tin tức trên trang TTĐT, tôi thấy thông tin rất nhanh, đặc biệt là với những tin tức thời sự nóng hổi. Tôi có tương tác ở một số trang MXH nhưng với trang TTĐT thì không biết làm thế nào [Nữ, 41 tuổi, Hà Nội]

Thông tin rất nhanh, thậm chí cập nhật từng phút, như sự kiện ông Joe Biden sang thăm Việt Nam chẳng hạn. Về độ tương tác thì MXH hơn hẳn, trang TTĐT nếu có tương tác cũng phải đợi gửi ý kiến, rồi nhận ý kiến lâu hơn [Nam, 21 tuổi, Hà Nội]

Hồi nghỉ dịch Covid – 19 tại nhà, tôi thường xuyên có thời gian lướt web, thấy thông tin dịch bệnh nhanh chóng, kịp thời. Ở nhà mà thông tin gì cũng biết vậy [Nam, 45 tuổi, Hà Nội]

Nói chung là rất nhanh chóng, kịp thời, tôi đang nghỉ sinh con ở nhà nhưng thông tin xã hội vẫn nắm bắt thường xuyên. Cả trang TTĐT và MXH tôi đều chỉ đọc, không tương tác hay bình luận [Nữ, 25 tuổi, Hà Nội]

MXH là PTTT cực nhanh chóng trong việc truyền tải thông tin, đặc biệt là với những sự kiện chính trị nóng hổi. Tôi cảm thấy dễ theo dõi, bình luận và chia sẻ trên mạng xã hội. Điều quan trọng là tôi không còn cần phải chạy ra sạp báo, mua báo in hay đợi lịch phát sóng của truyền hình nữa, bất kỳ khi nào rảnh rỗi, hoặc có nhu cầu, tôi đều có thể nhanh chóng tìm kiếm thông tin trên MXH” [Nam, 31 tuổi, Phú Thọ]

Tôi thấy nhanh chóng, kịp thời; về tính tương tác thì chắc chắn MXH hơn rồi [Nam, 27 tuổi, Bắc Giang]

Hiện nay, các BĐT và trang TTĐT chính thống của Đảng và Nhà nước không còn bị đóng khung bởi những quan điểm khô cứng, mà ngày càng trở nên đa chiều và được tiếp cận dưới nhiều góc độ hơn. Do vậy, thông tin trở nên thú vị, phù hợp với nhiều đối tượng hơn. Tuy nhiên mặc dù có những mục để phản hồi ý kiến, tương tác, nhưng chưa thực sự phát huy được hiệu quả. Do vậy thông tin đưa ra chủ yếu là một chiều, từ phía chủ thể, người dân chưa được đóng góp nhiều [Nữ, 60 tuổi, Hà Nội]

Tôi ít khi bày tỏ ý kiến, nếu có thì cũng chỉ trên cơ quan, chứ MXH và trang TTĐT thì chưa bao giờ [Nam, 46 tuổi, Nghệ An]

Tôi đã từng một lần gửi kiến nghị lên Cổng dịch vụ công quốc gia, và có nhận được phản hồi. Nói chung là Chính phủ ngày càng gần dân hơn. Còn nhanh chóng và kịp thời thì quá rõ rồi [Nữ 35 tuổi, Hà Nội]

Câu hỏi 2: Anh/ chị có biết tới các trang TTĐT và MXH này không: Facebook Hương Sen Việt, Thông tin Chính phủ; trang TTĐT Việt Nam thịnh vượng, Cổng TTĐT Đảng Cộng sản Việt Nam; BĐT Vietnam+...? Nếu có, anh/ chị có biết chủ sở hữu là tổ chức, cá nhân nào không? Có bao giờ tương tác, phản hồi hay không?

Tôi có biết đến các trang này, có đọc tin và theo dõi trang, có bày tỏ quan điểm (bằng cách thích, chia sẻ, dẫn nguồn, giới thiệu cho bạn bè, người thân,...) nhưng chưa bao giờ đóng góp ý kiến hay phản hồi trực tiếp [Nam, 65 tuổi, Hà Nội]

Tôi chỉ biết Cổng TTĐT Đảng Cộng sản Việt Nam; BĐT Vietnam+ thôi, và cũng chỉ phản hồi gián tiếp tại cơ quan, đơn vị trong các cuộc họp, hội nghị, hội thảo [Nữ, 43 tuổi, Hà Nội]

BĐT Vietnam+ là trang báo yêu thích nhất của tôi, bởi sự mới mẻ và hiện đại trong cách thức truyền tải thông tin. Chuyên mục yêu thích của tôi tại trang báo này là Mega Story và Podcast, hầu như ngày nào tôi cũng vào đọc/ nghe tin; [nữ, 32 tuổi, Hà Nội], các trang còn lại tôi đều biết nhưng ít vào đọc tin

Tôi thường xuyên vào đọc tin từ cổng TTĐT Chính phủ, bởi tôi rất quan tâm đến vấn đề chính trị trong và ngoài nước, tôi thường truy cập vào giờ nghỉ trưa ở nơi làm việc” [nam, 43 tuổi, Phú Thọ]. Trang Hương Sen Việt là trang gì vậy?

Tôi đã like và follow trang facebook của Chính phủ, vừa được thoả mãn yêu thích lướt MXH, vừa tiếp cận được thông tin chính thức của Đảng và Nhà nước mà không phải lo ngại về tin giả” [nữ 27 tuổi, Daklak].

Các trang trên tôi đều biết cả, tôi xem khá thường xuyên, vì tôi có khá nhiều thời gian rảnh, và lại học ngành truyền thông, nên tôi rất quan tâm [Nam, 18 tuổi, Bắc Kạn]

Câu 3: Anh chị có lo ngại gì không, khi đọc các tin từ những trang TTĐT/ MXH lạ, không rõ nguồn gốc? Nếu đọc thông tin trên các trang TTĐT/ MXH chính thống như Facebook Hương Sen Việt, Thông tin Chính phủ; trang TTĐT Việt Nam thịnh vượng, Cổng TTĐT Đảng Cộng sản Việt Nam; BĐT Vietnam+..., anh chị có thấy hài lòng về nội dung thông tin đưa ra không?

Nhiều khi tôi cảm thấy hoang mang khi thông tin trên MXH quá nhiều, không biết nguồn từ đâu, và chưa được kiểm chứng, đặc biệt là các thông tin về chủ trương mới, chính sách mới. Vì vậy, chúng tôi mong muốn có nhiều hơn các trang MXH chính thống của Đảng và Nhà nước, để chúng tôi yên

tâm về thông tin nhận được và yên tâm thực hiện theo [Nữ, 42 tuổi, Thanh Hoá]

Có chứ. Tôi lo đọc phải những tin xấu, lỡ tay vào đường link có thể bị lừa đảo, mất tiền. Tôi muốn nhiều trang TTĐT và MXH đưa ra đều là những trang chính thống của Đảng và Nhà nước để thông tin tuyên truyền đến với người dân, do vậy khi truy cập, tôi không còn phải lo ngại về trang giả mạo, tin giả nữa” [nam, 51 tuổi, Hà Nội]

Các trang Hương Sen Việt, Thông tin chính phủ thì tôi thấy hơi lạ, không quen. Nhưng các trang còn lại thì tôi biết chắc là chính thống rồi, bài đăng đáng tin cậy, thông tin chuẩn, hấp dẫn [nữ, 38 tuổi, Thanh Hoá]

Các trang trên tôi đều biết cả, mỗi khi cần tra cứu thông tin, tôi chỉ truy cập vào những trang TTĐT hoặc MXH chính thống như này để cập nhật thông tin và thu thập thông tin chính thức [Nam, 42 tuổi, thành phố Hồ Chí Minh]

PHỤ LỤC 3:

PHỎNG VẤN SÂU ĐỐI VỚI CHUYÊN GIA

Người phỏng vấn: tác giả luận án

Thời gian phỏng vấn: tháng 9/2022

Hình thức phỏng vấn: Trực tiếp

A - PVS ĐẠI DIỆN BAN TUYÊN GIÁO TRUNG ƯƠNG

1.1 MỤC ĐÍCH:

1. Tìm hiểu vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị
2. Đánh giá hiệu quả các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị hiện nay
3. Tìm hiểu chiến lược sử dụng các phương tiện truyền thông mới (PTTTM) trong TTCT hiện nay

1.2. Giới thiệu về phỏng vấn

Xin chào chị/anh đã giành thời gian ngồi nói chuyện với tôi. Tôi tên là Đỗ Thị Thanh Hà, giảng viên khoa QHQT Học viện BC&TT. Hiện nay, tôi đang thực hiện một nghiên cứu về vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay. Những nội dung trao đổi này chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu và sẽ được tổng hợp để viết báo cáo dưới dạng khuyết danh.

1.3. Các câu hỏi chính

1. Xin cho biết một số thông tin về anh/chị và cơ quan công tác của anh/chị.
2. Theo Quyết định số 144-QĐ/TW ngày 8/8/2018 về chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn, tổ chức bộ máy của Ban Tuyên giáo Trung ương: “Nghiên cứu, tham mưu công tác tuyên truyền, giáo dục, đẩy mạnh học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh. Chỉ đạo hệ thống truyền thông, báo chí, xuất bản, báo cáo viên, tuyên truyền miệng trong việc tuyên truyền chủ nghĩa Mác-Lênin, học tập và làm theo tư tưởng,

đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh. Chỉ đạo các cơ quan thông tấn, báo chí từ Trung ương đến địa phương tuyên truyền, nâng cao nhận thức về ý nghĩa, vai trò, tầm quan trọng, sự cần thiết học tập, nghiên cứu, vận dụng sáng tạo và phát triển chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh”; đồng thời, “nghiên cứu, tổng hợp phân tích những âm mưu, thủ đoạn và các quan điểm, tư tưởng sai trái, thù địch, chống phá Đảng, Nhà nước, chế độ. Kịp thời đề xuất đối sách, biện pháp và chỉ đạo đấu tranh bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, phản bác các quan điểm, luận điệu, thông tin sai trái”

Vậy Ban Tuyên giáo Trung ương có những chỉ đạo, tham mưu nào về cách thức, phương thức thực hiện tuyên truyền hay không? (tuyên truyền miệng, tuyên truyền qua các phương tiện truyền thông truyền thống, tuyên truyền qua các phương tiện truyền thông mới)

3. Ban Tuyên giáo có website chính thức và các trang mạng xã hội chính thống hay không?

Trong quá trình nghiên cứu, tôi có tìm hiểu nhưng chưa tìm ra được các trang chính thức này, nếu có, tại sao lại có hiện tượng khó khăn khi truy cập như vậy?

Nếu chưa có thì trong thời gian tới, Ban Tuyên giáo Trung ương có thiết lập website và trang mạng xã hội chính thống hay không?

4. Ban Tuyên giáo Trung ương có cơ chế, chính sách nào về việc định hướng ứng dụng các phương tiện truyền thông mới (mạng xã hội, trang TTĐT,...) để tuyên truyền chính trị đến người dân hay không? Xin cho biết cụ thể?

5. Ban Tuyên giáo Trung ương nhận định và đánh giá như thế nào về việc sử dụng các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị, và góp phần đấu tranh chống lại các luận điệu, thông tin sai trái của các thế lực thù địch?

B - PVS ĐẠI DIỆN BAN TUYÊN GIÁO TRUNG ƯƠNG ĐOÀN

1.1 MỤC ĐÍCH:

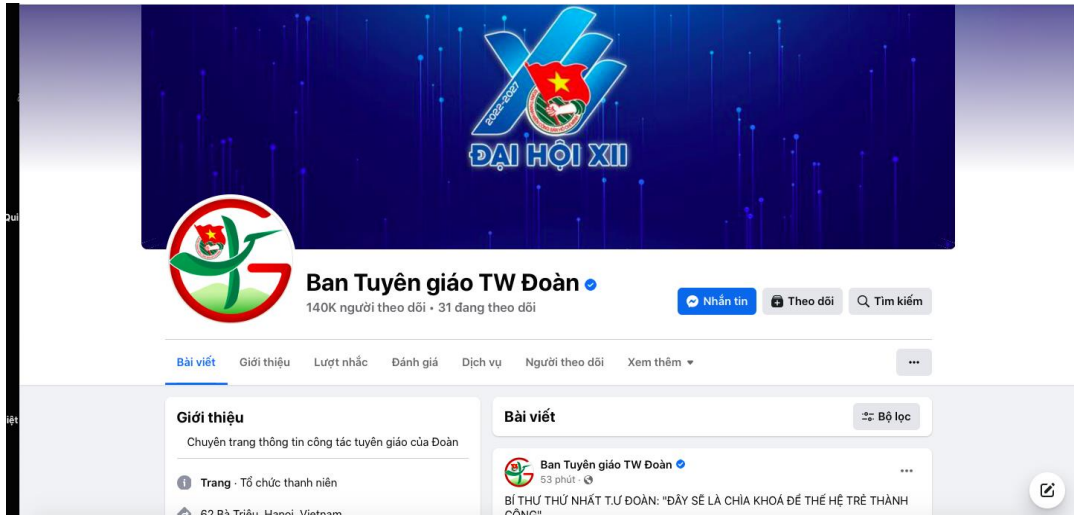
1. Tìm hiểu vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị
2. Đánh giá hiệu quả các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị hiện nay
3. Tìm hiểu chiến lược sử dụng các phương tiện truyền thông mới (PTTTM) trong TTCT hiện nay

1.2. Giới thiệu về phỏng vấn

Xin chào chị/anh đã giành thời gian ngồi nói chuyện với tôi. Tôi tên là Đỗ Thị Thanh Hà, giảng viên khoa QHQT Học viện BC&TT. Hiện nay, tôi đang thực hiện một nghiên cứu về vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay. Những nội dung trao đổi này chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu và sẽ được tổng hợp để viết báo cáo dưới dạng khuyết danh.

1.3. Các câu hỏi chính

1. Xin cho biết một số thông tin về anh/chị và cơ quan công tác của anh/chị.
2. Hiện nay, Ban Tuyên giáo Trung ương Đoàn có chức năng và nhiệm vụ tuyên truyền chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước, Đoàn TNCS Hồ Chí Minh; giáo dục truyền thống, giáo dục chính trị - tư tưởng và văn hoá cho thanh, thiếu niên? Vậy BTG TW Đoàn sử dụng phương tiện nào để tuyên truyền những nội dung đó tới thanh, thiếu niên Việt Nam?
3. Theo tôi tìm hiểu, Ban Tuyên giáo Trung ương Đoàn có trang facebook ở địa chỉ truy cập <https://www.facebook.com/congtactuyengiao> và hình ảnh bên dưới? Đây có phải trang chính thức không? Ngoài trang facebook này, Ban Tuyên giáo Trung ương Đoàn có trang chính thống nào khác trên các nền tảng truyền thông xã hội khác không?



4. Ban Tuyên giáo Trung ương có cơ chế, chính sách nào về việc định hướng ứng dụng các phương tiện truyền thông mới (mạng xã hội, trang TTĐT,...) để tuyên truyền chính trị đến người dân hay không? Xin cho biết cụ thể?

Ban Tuyên giáo Trung ương Đoàn nhận định và đánh giá như thế nào về việc sử dụng các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị đến bộ phận thanh thiếu niên, đồng thời góp phần đấu tranh chống lại các luận điệu, thông tin sai trái của các thế lực thù địch

C - PHÒNG VẤN SÂU CÁC BỘ BAN NGÀNH

1.1 MỤC ĐÍCH:

1. Tìm hiểu vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị
2. Đánh giá hiệu quả các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị hiện nay
3. Tìm hiểu chiến lược sử dụng các PPTTM trong TTCT hiện nay

1.2 Giới thiệu về phỏng vấn

Xin chào chị/anh đã giành thời gian ngồi nói chuyện với tôi. Tôi tên là Đỗ Thị Thanh Hà, giảng viên khoa QHQT - Học viện BC&TT. Hiện nay, tôi đang thực hiện một nghiên cứu về vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay. Những nội dung trao đổi này chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu và sẽ được tổng hợp để viết báo cáo dưới dạng khuyết danh.

1.3 Các câu hỏi chính

1. Xin cho biết một số thông tin về anh/chị và cơ quan công tác của anh/chị.
2. Vai trò của Bộ Thông tin truyền thông trong định hướng tuyên truyền chính trị đến người dân?
3. Vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị hiện nay?
 - Hiện nay, để tuyên truyền đến người dân. Bộ thường thông qua đâu? Tại sao?
 - Bộ có các trang MXH, kênh youtube để tuyên truyền đến người dân không?
 - a. Nếu có là trang nào? Đánh giá hiệu quả của các trang đó?
 - b. Nếu không? Tại sao lại ko sử dụng phương tiện đó?
4. Quan điểm của anh/chị về việc sử dụng PTTTM trong TTCT? Có sự phân biệt nội dung tuyên truyền khi sử dụng PTTTM và truyền thống hay không? Nêu rõ
5. Đánh giá về chi phí và hiệu quả khi sử dụng phương tiện truyền thông

truyền thông và phương tiện TTM trong tuyên truyền chính trị.

6. Đánh giá về các ưu điểm và nhược điểm của việc sử dụng các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị? (Hỏi thêm về vấn đề sai lệch thông tin, tin giả...)
7. Hiện nay, Bộ có các cơ chế nào để phát huy hiệu quả hơn nữa vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở VN?
8. Định hướng sử dụng các PTTTM trong TTCT?
9. Đề xuất khuyến nghị cách thức tuyên truyền chính trị phù hợp trong tương lai

D - PVS ĐẠI DIỆN CHÍNH QUYỀN ĐỊA PHƯƠNG

1.1 MỤC ĐÍCH:

1. Tìm hiểu vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị
2. Đánh giá hiệu quả các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị hiện nay
3. Tìm hiểu chiến lược sử dụng các PPTTM trong TTCT hiện nay

1.2 Giới thiệu về phỏng vấn

Xin chào chị/anh đã giành thời gian ngồi nói chuyện với tôi. Tôi tên là Đỗ Thị Thanh Hà, giảng viên khoa QHQT Học viện BC&TT. Hiện nay, tôi đang thực hiện một nghiên cứu về vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở Việt Nam hiện nay. Những nội dung trao đổi này chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu và sẽ được tổng hợp để viết báo cáo dưới dạng khuyết danh

1.3 Các câu hỏi chính

1. Xin cho biết một số thông tin về anh/chị: tên, tuổi, cơ quan công tác
2. Xin cho biết tình hình kinh tế - chính trị của địa phương năm gần đây.
3. Xin cho biết cách thức địa phương tuyên truyền chính trị (tuyên truyền chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng, Nhà nước) đến người dân? Khi có thông tin tuyên truyền được gửi xuống địa phương, cách thức xử lý trước khi tuyên truyền là gì?
 - a. Các phương tiện tuyên truyền của địa phương là gì? Tại sao lại chọn phương tiện đó?
 - b. Các yếu tố nào tác động đến việc lựa chọn phương tiện truyền thông trong tuyên truyền? (đối tượng/ kinh phí/nội dung tuyên truyền.....)
4. Đánh giá của anh/chị về vai trò của các phương tiện truyền thông trong tuyên truyền chính trị hiện nay, đặc biệt là các PTTTM?
 - a. Có sự thay đổi về phương thức tuyên truyền trước thời điểm

Covid-19 xuất hiện và hiện nay hay không? Tại sao lại có sự dịch chuyển đó?

5. Quan điểm của anh/chị về việc sử dụng PTTM trong TTCT? Có sự phân biệt nội dung tuyên truyền khi sử dụng PTTM và truyền thông hay không? Nêu rõ
6. Đánh giá về chi phí và hiệu quả khi sử dụng phương tiện TT truyền thông và PTTM trong TTCT.
 - a. Người dân tiếp cận qua đâu là chủ yếu?
 - b. Phản hồi của người dân? Có số liệu/khảo sát cụ thể không?
7. Đánh giá về các ưu điểm và nhược điểm của việc sử dụng các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị? (Hỏi thêm về vấn đề sai lệch thông tin, tin giả...)
8. Hiện nay, địa phương có các cơ chế nào để phát huy hiệu quả hơn nữa vai trò của các phương tiện truyền thông mới trong tuyên truyền chính trị ở VN?
9. Đề xuất khuyến nghị cách thức truyền thông chính trị phù hợp trong tương lai

**PHỤ LỤC 4: TỐC ĐỘ ĐƯỜNG TRUYỀN INTERNET TƯƠNG ỨNG
VỚI HOẠT ĐỘNG CỦA CON NGƯỜI**

Tốc độ internet	Công việc con người có thể thực hiện	Ghi chú
0 – 5 Mbps	<ul style="list-style-type: none"> - Gửi email - Tìm kiếm trên Google - Phát trực tiếp ở chế độ HD trên một thiết bị 	<ul style="list-style-type: none"> - Mbps (Megabits per second): Megabit trên giây, tương đương 1.000.000 bits trên giây – đơn vị đo chất lượng mạng internet. Tốc độ mạng từ 30-50 Mbps được xem là mức tốc độ mạng mạnh và nhanh - Chế độ HD: High Definition (Độ nét cao) là chất lượng video cao hơn so với SD (Standard Definition - Độ nét chuẩn). Khi phát ở chất lượng HD, hình ảnh sẽ sắc nét hơn khi phát ở chất lượng SD. Trên YouTube, HD dùng để chỉ video có từ 720 đến 1080 đường phân giải dọc (hiển thị là 720p hoặc 1080p trong phần cài đặt chất lượng của trình phát YouTube)
5 – 40 Mbps	<ul style="list-style-type: none"> - Phát trực tiếp ở chế độ HD trên một số thiết bị - Chơi trò chơi trực tuyến - Chạy 1–2 thiết bị thông minh 	

40 – 100 Mbps	<ul style="list-style-type: none"> - Phát trực tiếp ở chất lượng 4K trên 2-4 thiết bị - Chơi trò chơi trực tuyến với nhiều người chơi - Tải xuống các tệp lớn một cách nhanh chóng (500 MB đến 2 GB) - Chạy 3–5 thiết bị thông minh 	<p>4K: Độ phân giải 4K hay còn gọi là Ultra HD là màn hình có mật độ điểm ảnh lên tới 8 triệu, gấp 4 lần so với màn hình Full HD (1920 x 1080) và gấp đôi màn hình có độ phân giải 2K (2560 x 1440). Độ phân giải 4K có tốc độ làm mới màn hình nhanh hơn, các góc cạnh và độ sâu của hình ảnh được cải tiến vượt mả. [55, tr.24]</p>
100 – 500 Mbps	<ul style="list-style-type: none"> - Phát trực tiếp ở chất lượng 4K trên 5 thiết bị trở lên - Tải xuống các tệp rất lớn với tốc độ rất nhanh (2–30 GB) - Chạy hơn 5 thiết bị thông minh 	
500 – 1000+ Mbps	<ul style="list-style-type: none"> - Phát trực tiếp ở chất lượng 4K trên hơn 10 thiết bị - Tải xuống và tải lên các tệp có kích thước gigabyte-plus với tốc độ cao nhất - Chạy 10 thiết bị nhà thông minh trở lên tại nơi ở của bạn - Về cơ bản làm mọi thứ trên nhiều thiết bị mà không bị chậm 	

PHỤ LỤC 5
DANH MỤC ĐĂNG TIN VỀ SỰ KIỆN TỔNG THỐNG JOE BIDEN
SANG THĂM VIỆT NAM – BDT Vietnam +

STT	Ngày đăng	Giờ đăng	Tiêu đề bài đăng
1.	10/09/2023	05:00	Hôm nay, 10/9 Tổng thống Hoa Kỳ đến Hà Nội, thăm cấp Nhà nước Việt Nam
2.	10/09/2023	08:22	Chuyến thăm của ông Biden đánh dấu chương mới trong quan hệ Việt - Mỹ
3.	10/09/2023	08:22	Hợp tác giáo dục: Điểm nhấn trong mối quan hệ giữa Việt Nam và Hoa Kỳ
4.	10/09/2023	11:48	Người dân Việt chia sẻ cảm nhận về chuyến thăm của Tổng thống Hoa Kỳ
5.	10/09/2023	16:17	Những hình ảnh đầu tiên của Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden tại Việt Nam
6.	10/9/2023	17:00	Lễ đón tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden thăm cấp Nhà nước tới Việt Nam
7.	10/9/2023	17:12	Tổng Bí thư chủ trì Lễ đón chính thức Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden
8.	10/9/2023	18:02	Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng hội đàm với Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden
9.	10/9/2023	19:16	Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng và Tổng thống Hoa Kỳ Hợp báo Chung
10.	10/9/2023	19:48	Việt Nam-Hoa Kỳ nâng cấp quan hệ lên Đối tác Chiến lược Toàn diện
11.	10/9/2023	21:23	Việt Nam-Hoa Kỳ thông qua Tuyên bố Chung, nâng tầm quan hệ hai nước

12.	10/9/2023	23:49	Phát biểu của Tổng Bí thư với báo chí sau Hội đàm với Tổng thống Biden
13.	11/9/2023	05:52	Phát biểu của Tổng thống Biden với báo chí sau Hội đàm với Tổng Bí thư
14.	11/9/2023	12:09	Báo Nhật: Chuyến thăm VN của ông Biden sẽ tạo làn sóng đầu tư mới
15.	11/9/2023	12:56	Thủ tướng Phạm Minh Chính hội kiến Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden
16.	11/9/2023	13:31	Chủ tịch nước Võ Văn Thưởng tiếp Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden
17.	11/9/2023	13:34	Thủ tướng và Tổng thống Joe Biden dự Hội nghị cấp cao Việt Nam-Hoa Kỳ
18.	11/9/2023	13:37	Hội nghị Cấp cao Việt Nam-Hoa Kỳ về Đối mới Sáng tạo và Đầu tư
19.	11/9/2023	13:49	Lãnh đạo Việt Nam và Hoa Kỳ tham quan trưng bày ảnh của TTXVN
20.	11/9/2023	15:59	Chủ tịch Quốc hội Vương Đình Huệ hội kiến Tổng thống Hoa Kỳ Joe Bide
21.	11/9/2023	16:36	Tổng thống Hoa Kỳ rời Hà Nội, kết thúc tốt đẹp chuyến thăm Việt Nam
22.	11/9/2023	16:50	Vietjet và Carlyle ký kết thỏa thuận tài chính trị giá 550 triệu USD
23.	11/9/2023	18:21	Vietnam Airlines chi 10 tỷ USD mua 50 máy bay Boeing 737 MAX
24.	11/09/2023	20:16	Tổng thống Hoa Kỳ kết thúc chuyến thăm cấp Nhà nước tới Việt Nam

PHỤ LỤC 6
DANH MỤC ĐĂNG TIN VỀ SỰ KIẾN TỔNG THỐNG JOE BIDEN
SANG THĂM VIỆT NAM

Trang TTĐT Thông tấn xã Việt Nam news.vnnet.vn

Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính hội kiến Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden, 11/09/2023 18:08

Chủ tịch Quốc hội Vương Đình Huệ hội kiến Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden, 11/09/2023 17:45

Chủ tịch nước Võ Văn Thưởng chủ trì chiêu đãi trọng thể Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden, 11/09/2023 17:10

Thủ tướng Phạm Minh Chính và Tổng thống Joe Biden cùng dự Hội nghị cấp cao Việt Nam - Hoa Kỳ về Đầu tư và Đổi mới sáng tạo, 11/09/2023 13:24

Tuyên bố chung về nâng cấp quan hệ Việt Nam - Hoa Kỳ lên Đối tác Chiến lược Toàn diện (Phần II), 11/09/2023 11:40

Tuyên bố chung về nâng cấp quan hệ Việt Nam - Hoa Kỳ lên Đối tác Chiến lược Toàn diện (Phần I), 11/09/2023 11:39

Phát biểu của Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden với báo chí sau Hội đàm với Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng, 11/09/2023 02:03

Phát biểu của Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng với báo chí sau Hội đàm với Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden, 10/09/2023 23:42

Việt Nam - Hoa Kỳ nâng tầm quan hệ Đối tác Chiến lược Toàn diện vì hòa bình, hợp tác, phát triển bền vững, 10/09/2023 21:15

Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng hội đàm với Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden, 10/09/2023 19:45

Lễ đón chính thức Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden, 10/09/2023 17:08

Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden bắt đầu chuyến thăm cấp Nhà nước tới Việt Nam, 10/09/2023 16:31

Việt Nam, Hoa Kỳ xây dựng quan hệ đối tác của lòng tin và sự tôn trọng,
10/09/2023 07:00

Tổng thống Hoa Kỳ Joe Biden đến Hà Nội, thăm cấp Nhà nước tới Việt Nam
(Đề nghị các báo, đài sử dụng tin này vào ngày 10/9), 09/09/2023 22:09

Thủ tướng Phạm Minh Chính tiếp Đặc phái viên của Tổng thống Hoa Kỳ về
khí hậu John Kerry, 09/09/2023 19:02

Chuyến thăm của Tổng thống Joe Biden - Dấu mốc quan trọng đối với cả
Việt Nam và Hoa Kỳ, 09/09/2023 16:58

Thứ trưởng Hà Kim Ngọc: Chuyến thăm của Tổng thống Hoa Kỳ đến Việt
Nam rất đặc biệt, 08/09/2023 20:16

Đại sứ Phạm Quang Vinh: Tạo đà thúc đẩy, định hướng tương lai quan hệ
Việt Nam - Hoa Kỳ, 07/09/2023 17:47

Thành phố Hồ Chí Minh và Tập đoàn CNN (Hoa Kỳ) tăng cường hợp tác
quảng bá du lịch, 07/09/2023 16:40

Đại sứ Marc Knapper: Thúc đẩy hợp tác Việt Nam-Hoa Kỳ dựa trên nền
tảng sự hiểu biết và tin cậy, 06/09/2023 19:09