



KOICA
Korea International
Cooperation Agency

Nhân Dân

KỶ YẾU

HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC TẾ

**Truyền thông chính sách trong bối cảnh
chuyển đổi số và hội nhập quốc tế**

PROCEEDINGS

**Policy Communication
in the Context of Digital Transformation
and International Integration**

Hà Nội, tháng 11 năm 2022

MỤC LỤC

Phát biểu chào mừng của Giám đốc quốc gia KOICA Việt Nam	5
Ông Cho Han-deog	
Tham luận đề dẫn Hội thảo khoa học quốc tế “Truyền thông chính sách trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập quốc tế”	8
PGS.TS. Phạm Minh Sơn	
MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH	
Đóng góp của xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị, pháp luật với truyền thông chính sách trong đổi mới chuyển đổi số và hội nhập quốc tế từ thực tiễn của Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật	14
PGS.TS Phạm Minh Tuấn	
Một số vấn đề lý luận cơ bản và sự khác biệt giữa truyền thông chính sách Việt Nam và trên thế giới	28
TS. Lương Ngọc Vĩnh	
Báo chí truyền thông chính sách trong bối cảnh chuyển đổi số	41
PGS.TS Đinh Thị Thu Hằng	
Truyền thông chính sách trong bối cảnh chuyển đổi số ở Việt Nam	50
PGS.TS Nguyễn Thị Ngọc Hoa	
Vai trò của truyền thông chính sách trong hoạch định chính sách nhằm tạo dựng sự đồng thuận xã hội ở Việt Nam thời kỳ chuyển đổi số	66
PGS.TS Nguyễn Xuân Phong	
Chuyển đổi số báo chí đối với công tác truyền thông chính sách ở Việt Nam hiện nay	75
PGS.TS Trần Thị Hương	
ThS. Đỗ Thị Diệp	
Thực trạng và giải pháp thúc đẩy chuyển đổi số ở Việt Nam hiện nay	84
TS. Vũ Thị Thu Quyên	

CÔNG CHỨNG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH

- Ứng xử của công chúng mạng xã hội với sản phẩm của cơ quan báo chí 278
PGS.TS Phạm Hương Trà
ThS Lê Nguyễn Phương Thảo
- Vai trò và yêu cầu của thông điệp truyền thông chính sách 292
TS. Hà Thị Thu Hương
- Truyền thông chính sách cho đồng bào dân tộc thiểu số trong bối cảnh chuyển đổi số 305
TS Cao Thị Dung
- Thảo luận của công chúng về chính sách công trên báo điện tử Việt Nam 312
TS Phan Văn Kiên
- Chân dung công chúng của truyền thông chính sách trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập quốc tế 330
TS Nguyễn Nga Huyền
- Công chúng truyền thông chính sách: Nghiên cứu hành vi chia sẻ tri thức của thế hệ Gen Z thông qua các hội nhóm trên mạng xã hội tại Việt Nam 340
TS Ngô Bích Ngọc
- Truyền thông chính sách cá nhân hóa trong thời đại dữ liệu lớn 354
TS Nguyễn Vân Hạnh
- Báo chí truyền thông về bạo hành trẻ em trong bối cảnh chuyển đổi số 364
ThS Vũ Hạnh Ngân

KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH

- Quảng cáo của Chính phủ Hàn Quốc và gợi mở cho truyền thông chính sách ở Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập quốc tế 376
TS Lưu Thúy Hồng
- Truyền thông chính sách thông qua xây dựng và vận hành mô hình chính phủ điện tử hiệu quả - Thực tiễn Phần Lan và kinh nghiệm cho Việt Nam 388
TS Nguyễn Thúy Hà
ThS Đào Quý Lương

ỨNG XỬ CỦA CÔNG CHÚNG MẠNG XÃ HỘI VỚI SẢN PHẨM CỦA CƠ QUAN BÁO CHÍ

PGS. TS. Phạm Hương Trà

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

ThS. Lê Nguyễn Phương Thảo

Đại học Khoa học Huế

Tóm tắt

Mạng xã hội trở thành một trong những công cụ hữu hiệu nhằm gia tăng số lượng công chúng, giúp báo chí trở nên phổ biến hơn. Lượng công chúng tiếp nhận thông tin và tương tác với sản phẩm của cơ quan báo chí qua các nền tảng này đang tăng lên không ngừng vì sự thuận tiện và dễ dàng chia sẻ mà các phương tiện truyền thông đại chúng khác không đáp ứng được. Mục tiêu nghiên cứu là phân tích thực trạng ứng xử của công chúng mạng xã hội với sản phẩm của cơ quan báo chí; Các kết luận và kiến nghị được đề xuất nhằm góp phần nâng cao hiệu quả thông tin báo chí trong kỷ nguyên số, qua đó giúp đội ngũ sản xuất khai thác được những lợi ích từ hoạt động này

Từ khóa: Ứng xử, Công chúng, Mạng xã hội

1. Đặt vấn đề

Báo chí ngày nay tích hợp nhiều hình ảnh, thông tin đồ họa, với cách trình bày hấp dẫn, giúp truyền tải chân thực và sinh động các sự kiện, đáp ứng nhu cầu ngày càng phong phú của công chúng. Tuy nhiên, sự bùng nổ công nghệ trong kỷ nguyên số đã đặt báo chí vào cuộc cạnh tranh khốc liệt với truyền thông xã hội. Các cơ quan báo chí đua nhau thu thập tin tức dựa trên các nền tảng mới, đặt ra hàng loạt nghi vấn về sự thay đổi lao động của các nhà báo, sự biến mất những giá trị đã định khung, tiếp theo là chất lượng tin tức liệu sẽ đối mặt với những nguy cơ gì khi truyền thông trên MXH luôn hối thúc các nhà báo phải chạy đua để đưa tin nhanh nhất có thể. Không thể phủ nhận, Facebook, Instagram hay các MXH tin nhắn (Snapchat, Zalo...) là xu hướng toàn cầu, nơi mọi người chia sẻ tin tức và kết nối cộng đồng với phạm vi tương tác đa chiều không phân biệt thời gian và không