

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN  
BÁO NHÂN DÂN  
CƠ QUAN HỢP TÁC QUỐC TẾ HÀN QUỐC

**TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH**  
TRONG BỐI CẢNH  
CHUYỂN ĐỔI SỐ  
VÀ HỘI NHẬP QUỐC TẾ

(Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế)



NHÀ XUẤT BẢN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA SỰ THẬT

### **BAN CHỈ ĐẠO**

PGS.TS. PHẠM MINH SƠN  
PGS.TS. NGUYỄN THỊ TRƯỜNG GIANG  
PGS.TS. TRẦN THANH GIANG  
CHO HAN DEOG

### **BAN BIÊN SOẠN**

TS. VŨ THANH VÂN  
PGS.TS. ĐINH THỊ THU HẰNG  
PGS.TS. HÀ HUY PHƯỢNG  
PGS.TS. NGUYỄN XUÂN PHONG  
PGS.TS. NGUYỄN NGỌC OANH  
TS. LƯƠNG NGỌC VĨNH  
TS. VŨ THỊ THU QUYÊN  
TS. VŨ THÙY DƯƠNG  
PGS.TS. PHẠM HUY KỲ



Chịu trách nhiệm xuất bản  
GIÁM ĐỐC - TỔNG BIÊN TẬP  
PGS.TS. VŨ TRỌNG LÂM

Chịu trách nhiệm nội dung  
ỦY VIÊN HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP - XUẤT BẢN  
TS. VÕ VĂN BÉ

Biên tập nội dung: ThS. PHẠM THỊ KIM HUẾ  
ThS. PHÍ NGỌC NỘI  
ThS. HOÀNG NGỌC ĐIỆP  
ThS. TRỊNH THỊ NGỌC QUỲNH  
Trình bày bìa: ThS. PHÙNG MINH TRANG  
Chế bản vi tính: NGUYỄN THU THẢO  
Sửa bản in: PHÒNG BIÊN TẬP KỸ THUẬT  
Đọc sách mẫu: BAN SÁCH KINH TẾ

---

In 330 cuốn, khổ 16 x 24 cm, tại Nhà in Sự thật.  
Số 201 Đường Cầu Diễn, tổ dân phố 15, Phúc Diễn, Bắc Từ Liêm, Hà Nội.  
Số đăng ký kế hoạch xuất bản: 3611-2023/CXBIPH/10-207/CTQG  
Quyết định xuất bản: 2842-QĐ/NXBCTQG ngày 25/10/2023.  
Mã số ISBN: 978-604-57-9026-7.  
In xong và nộp lưu chiểu tháng 10 năm 2023.

- MV truyền thông chính sách - xu hướng mới trong bối cảnh truyền thông số 238  
*TS. Lê Thu Hà*
- Podcast - một ứng dụng cho truyền thông chính sách trên báo chí trong bối cảnh chuyển đổi số ở Việt Nam hiện nay 249  
*PGS.TS. Trương Thị Kiên*  
*ThS. Lê Tuấn Anh*
- Truyền thông phục vụ thực thi chính sách bảo hiểm xã hội qua khảo sát một số báo và tạp chí điện tử ở Việt Nam hiện nay 264  
*TS. Phạm Thị Hoa*
- Chuyển đổi số - cơ hội và thách thức đối với truyền hình Việt Nam 280  
*ThS. Nguyễn Thị Lan Phương*
- Xu hướng phát triển của báo điện tử với truyền thông chính sách trong bối cảnh chuyển đổi số 297  
*ThS. Nguyễn Minh Phương*
- Chuyển đổi số và hội nhập quốc tế - những yếu tố tác động, yêu cầu đặt ra đối với thông tin đối ngoại thông qua tổ chức sự kiện đối ngoại ở Việt Nam 309  
*TS. Đỗ Thị Hùng Thúy*
- Phần thứ ba**  
**CÔNG CHỨNG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH 323**
- Ứng xử của công chúng mạng xã hội với sản phẩm của cơ quan báo chí 325  
*PGS.TS. Phạm Hương Trà*  
*ThS. Lê Nguyễn Phương Thảo*



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

PGS.TS. PHẠM HƯƠNG TRÀ\*

ThS. LÊ NGUYỄN PHƯƠNG THẢO\*\*

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 mạng xã hội luôn hối thúc các nhà báo phải chạy đua để đưa tin nhanh nhất có thể. Không thể phủ nhận, Facebook, Instagram hay các mạng xã hội 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 gian, đang tác động mạnh mẽ tới toàn xã hội, trong đó có báo chí Việt Nam<sup>1</sup>.

\* Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

\*\* Đại học Khoa học Huế.

1. Simon Kemp (2022), Digital 2022: Viet Nam, Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-vietnam>, truy cập 8/2022.



Theo số liệu tháng 2/2022 của We Are Social<sup>1</sup> - công ty toàn cầu chuyên nghiên cứu về truyền thông xã hội, tâm phủ sóng của các mạng xã hội tại Việt Nam đang ngày càng trở nên rộng rãi (hơn 72 triệu người dùng, chiếm 73,2% dân số, tăng đến 3,4 triệu người so với năm 2021). Điển hình, mạng xã hội Facebook được đánh giá là kênh thông tin phổ biến nhất của công chúng bên cạnh báo chí chính thống, trở thành một phần “tất yếu” trong cuộc sống mỗi con người. Trung tâm nghiên cứu Pew Research có gần 40% người Mỹ nắm bắt thông tin qua Facebook<sup>2</sup>. Tại Việt Nam có 81% người Việt sử dụng mạng xã hội để khai thác thông tin hàng ngày ở độ tuổi từ 18 đến 29; trong khi ở độ tuổi từ 50 tuổi trở lên chỉ có 3% sử dụng mạng xã hội để thực hiện điều này.

Nhiều cơ quan báo chí lớn trên thế giới (như: The New York Times, Reuters, The Guardian, The Telegraph, Mail Online), có lượng độc giả đông đảo song để tăng cường khả năng tương tác với công chúng và nâng cao thương hiệu của tờ báo hơn nữa vẫn thực hiện tạo liên kết trang, thiết lập tài khoản mạng xã hội. Với những điểm mạnh là cập nhật tin tức nhanh, xu thế lan tỏa rộng, cải thiện chất lượng và tốc độ của báo chí; kết nối bạn bè, gia đình và cộng đồng... Mạng xã hội trở thành một trong những công cụ hữu hiệu nhằm gia tăng số lượng công chúng, giúp báo trở nên phổ biến hơn. Với số lượng người dùng rất đông (hơn 2,8 tỷ người đang dùng Facebook mỗi tháng trên thế giới), động thái này làm tăng

1. Simon Kemp (2022), Digital 2022: Viet Nam, Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-vietnam>, truy cập 8/2022.

2. Lê Hoàng: *Youtube và facebook tiếp tục dẫn đầu là nền tảng truyền thông xã hội phổ biến nhất ở Mỹ*. Retrieved 6, 2022, from Báo Kinh tế & Đô thị: <https://kinhtedothi.vn/youtube-va-facebook-tiep-tuc-dan-dau-la-nen-tang-truyen-thong-xa-hoi-pho-bien-nhat-o-my.html>.