

Định hướng thông tin đối ngoại trên báo mạng điện tử Việt Nam trong bối cảnh mới

ThS. VŨ THỊ MINH TÂM

Đại học Hạ Long; Email: vuthiminhtam@daihochalong.edu.vn

Tóm tắt: Bài viết phân tích vai trò của việc định hướng thông tin đối ngoại trên báo mạng điện tử của Việt Nam trong bối cảnh quốc tế và khu vực nhiều biến động. Nghiên cứu nhấn mạnh vai trò báo chí đối ngoại trong quảng bá hình ảnh đất nước, bảo vệ lợi ích quốc gia, phản bác thông tin sai trái, định hình dư luận quốc tế; đồng thời, đề cập yêu cầu đổi mới nội dung, phương thức truyền thông số để nâng cao hiệu quả tiếp cận, góp phần khẳng định vị thế, uy tín Việt Nam trên trường quốc tế.

Từ khóa: vấn đề đặt ra; định hướng; truyền thông đối ngoại; báo mạng điện tử.

1. Đặt vấn đề

Tình hình thế giới và khu vực đang biến động nhanh chóng, phức tạp và khó lường, đặt ra những yêu cầu mới đối với công tác thông tin đối ngoại của Việt Nam. Xu thế chung vẫn là hòa bình, hợp tác và phát triển, nhưng cạnh tranh chiến lược giữa các nước lớn gia tăng do thiếu lòng tin chiến lược, dẫn đến những trở ngại trong tiến trình toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế. Đồng thời, các vấn đề về dân tộc, dân chủ, nhân quyền, tôn giáo thường bị các thế lực thù địch lợi dụng để xuyên tạc, bóp méo sự thật nhằm hạ thấp uy tín, hình ảnh Việt Nam trên trường quốc tế, kích động bất ổn xã hội. Bên cạnh yếu tố địa chính trị, sự bùng nổ của Internet và mạng xã hội giúp thông tin lan tỏa nhanh chưa từng có, tạo thuận lợi để quảng bá hình ảnh đất nước, nhưng cũng làm gia tăng nguy cơ tin giả và sự cạnh tranh trong cuộc chiến truyền thông. Chuyển đổi số không còn là khái niệm mới, mà đã trở thành một thực tế tất yếu trong hầu hết các lĩnh vực, bao gồm cả công tác thông tin đối ngoại. Do đó, việc ứng dụng công nghệ cao, truyền thông số là yêu cầu bắt buộc để thông tin đối ngoại bắt kịp xu thế thời đại, nâng cao hiệu quả truyền tải thông điệp và tương tác với công chúng toàn cầu. Mặt khác, đất nước ta đang bước vào giai đoạn phát triển mới với khát vọng vươn lên mạnh mẽ, hướng tới các mục tiêu chiến lược dài hạn. Đại hội XIII của Đảng (2021) đã đề ra đường lối đối ngoại toàn diện, hiện đại, nhấn mạnh việc triển khai đồng bộ, sáng tạo, hiệu quả hoạt

động đối ngoại, chủ động hội nhập quốc tế toàn diện và sâu rộng⁽¹⁾. Điều này tạo cơ sở chính trị quan trọng để định hướng công tác thông tin đối ngoại, nhằm góp phần giữ vững môi trường hòa bình, thu hút nguồn lực bên ngoài phục vụ phát triển đất nước, đồng thời nâng cao vị thế Việt Nam trên trường quốc tế.

Chính vì vậy, việc tăng cường và đổi mới thông tin đối ngoại trên báo chí, nhất là báo mạng điện tử, là yêu cầu khách quan, xuất phát từ thực tiễn phát triển của đất nước và đòi hỏi của tình hình mới. Tổng Bí thư Tô Lâm nhấn mạnh: *“Bảo vệ vững chắc lợi ích quốc gia dân tộc, giữ vững môi trường hòa bình để phát triển là nhiệm vụ xuyên suốt; Đảng và Nhà nước phải đổi mới tư duy lãnh đạo, phát huy chủ động, sáng tạo, không để bị động, bất ngờ trong mọi tình huống”*⁽²⁾. Tinh thần *“vừa chạy vừa xếp hàng”*, chủ động thích ứng, phát huy sức mạnh đoàn kết dân tộc cũng được Tổng Bí thư khẳng định là kim chỉ nam cho quá trình phát triển mới của đất nước. Đặc biệt, Văn kiện Đại hội XIII của Đảng xác định: *“Chủ động, tích cực hội nhập quốc tế toàn diện, sâu rộng, nâng cao uy tín, vị thế đất nước trên trường quốc tế”*⁽³⁾ là định hướng lớn cho toàn bộ công tác đối ngoại, trong đó có hoạt động truyền thông đối ngoại. Trên cơ sở đó, nghiên cứu xác định thông tin đối ngoại trên báo mạng điện tử của Việt Nam là hết sức cần thiết, vừa có ý nghĩa thực tiễn, vừa góp phần hoàn thiện cơ sở lý luận, đáp ứng yêu cầu phát triển và hội nhập của

đất nước trong giai đoạn mới.

2. Đối tượng tiếp nhận thông tin đối ngoại trên báo mạng điện tử của Việt Nam

Một định hướng mang tính nguyên tắc được nêu trong Kết luận 57-KL/TW là xác định đối tượng của công tác thông tin đối ngoại một cách toàn diện và có trọng tâm, thông tin đối ngoại phục vụ đồng thời cả trong và ngoài nước⁽⁴⁾. Các đối tượng cụ thể của thông tin đối ngoại bao gồm:

(i) Trước hết đối tượng tiếp nhận của thông tin đối ngoại chính là cán bộ, đảng viên và nhân dân trong nước cùng cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài. Việc đặt người dân trong nước và kiều bào ở nước ngoài lên hàng đầu cho thấy yêu cầu tăng cường đồng thuận xã hội và sức mạnh đại đoàn kết dân tộc trong việc lan tỏa tiếng nói, hình ảnh Việt Nam ra thế giới. Thông tin đối ngoại trước tiên cần giúp cán bộ, người dân trong nước nắm vững đường lối đối ngoại của Đảng, hiểu rõ tình hình quốc tế và lợi ích quốc gia để trở thành những đại sứ giới thiệu Việt Nam một cách tự tin, đồng thời đề cao cảnh giác, bản lĩnh trước các luồng thông tin sai trái. Bên cạnh lực lượng trong nước, cộng đồng người Việt ở nước ngoài, với khoảng 6 triệu kiều bào trên khắp thế giới⁽⁵⁾, đây vừa là đối tượng cần được cung cấp thông tin chính thống, vừa là lực lượng có thể chủ động tham gia quảng bá hình ảnh Việt Nam và bảo vệ lợi ích của đất nước trên địa bàn sở tại. Do đó, công tác thông tin đối ngoại thời gian tới sẽ chú trọng cung cấp thông tin kịp thời, sát thực cho kiều bào, giúp đồng bào ta ở nước ngoài hiểu đúng về chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, thêm gắn bó với quê hương và tích cực đóng góp vào mặt trận thông tin chung.

(ii) Đối với công chúng quốc tế, định hướng là phân loại rõ các nhóm mục tiêu để có cách tiếp cận phù hợp. Trước hết là các nhà hoạch định chính sách, giới chính trị, ngoại giao của các nước và tổ chức quốc tế. Đây là nhóm có ảnh hưởng lớn đến quan hệ đối ngoại và dư luận chính thống. Tiếp theo là hướng đến giới học giả, chuyên gia, phóng viên báo chí nước ngoài, những người định hình diễn ngôn về Việt Nam trên truyền thông quốc tế. Nhóm đối tượng quan trọng khác là các doanh nghiệp, nhà đầu tư nước ngoài, những người quan tâm tới môi trường kinh doanh và tiềm năng hợp tác với Việt Nam. Việc cung

cấp thông tin minh bạch, tích cực về chính sách và thị trường Việt Nam sẽ giúp thu hút dòng vốn, nhân lực chất lượng cao phục vụ phát triển kinh tế. Ngoài ra, thông tin đối ngoại cũng hướng tới bạn bè quốc tế nói chung, bao gồm công chúng và thanh niên ở các quốc gia là những người có thể chưa hiểu nhiều về Việt Nam.

(iii) Trong bối cảnh truyền thông xã hội phát triển, khái niệm đối tượng thụ hưởng thông tin đối ngoại không chỉ người Việt hay người nước ngoài, mà ngay cả người nước ngoài đang sinh sống, làm việc tại Việt Nam và các phái đoàn ngoại giao, tổ chức quốc tế tại Việt Nam cũng là đối tượng cần được cung cấp thông tin đối ngoại thường xuyên. Họ chính là công chúng trực tiếp ngay trong nước, đồng thời là kênh lan tỏa thông tin từ Việt Nam ra thế giới. Vì vậy, việc thông tin đối ngoại bằng nhiều ngôn ngữ trên lãnh thổ Việt cũng sẽ được chú trọng để phục vụ nhóm đối tượng đặc thù này.

3. Định hướng thông tin đối ngoại trên báo mạng điện tử của Việt Nam trong thời gian tới

3.1. Về mục tiêu của thông tin đối ngoại

Định hướng thông tin đối ngoại trong thời gian tới phải bám sát quan điểm, đường lối đối ngoại của Đảng, thể hiện ở những Kết luận và Nghị quyết mới nhất. Bộ Chính trị đã ban hành Kết luận số 57-KL/TW (15/6/2023) về *Tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới*, trong đó xác định rõ vị trí, vai trò và các mục tiêu chiến lược cho giai đoạn mới. Trước hết, công tác thông tin đối ngoại được khẳng định là một bộ phận quan trọng của công tác chính trị, tư tưởng và công tác đối ngoại của Đảng, đặt dưới sự lãnh đạo trực tiếp, toàn diện của Đảng, phục vụ lý tưởng và mục tiêu của Đảng. Quan điểm nhất quán là thông tin đối ngoại phải góp phần truyền bá những giá trị cốt lõi của chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, khẳng định tính ưu việt của chế độ xã hội chủ nghĩa và sự lãnh đạo đúng đắn của Đảng Cộng sản Việt Nam. Nói cách khác, thông tin đối ngoại vừa phục vụ việc xây dựng hình ảnh quốc gia tích cực, vừa là công cụ đấu tranh bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng. Kết luận 57-KL/TW nhấn mạnh thông tin đối ngoại cần đi trước một bước và có tầm dự báo cao, kết hợp hài hòa giữa nhiệm vụ xây và chống trong tuyên

truyền. Điều này có nghĩa là phải chủ động cung cấp thông tin chính thống, định hướng dư luận kịp thời, đồng thời sẵn sàng phản bác các thông tin sai lệch một cách hiệu quả. Trên cơ sở đó, công tác thông tin đối ngoại trong giai đoạn tới là "Chủ động, đồng bộ, kịp thời, sáng tạo, hiệu quả" Cụ thể, chủ động trong nắm bắt tình hình và thực hiện nhiệm vụ; đồng bộ trong lãnh đạo, chỉ đạo từ trung ương đến địa phương; kịp thời trong chỉ đạo và phản ứng trước các vấn đề nhạy cảm, không để chậm trễ; sáng tạo, hiệu quả trong tư duy đến phương pháp, không ngừng đổi mới cách làm⁽⁶⁾. Phương châm này quán triệt tinh thần đổi mới tư duy và hành động quyết liệt để nâng cao chất lượng thông tin đối ngoại.

Thông tin đối ngoại trong thời gian tới, ít nhất là giai đoạn 5 năm từ năm 2025 đến năm 2030 phải giúp định vị một Việt Nam tự chủ, tự cường, tự hào vươn mình trong thời đại mới, đóng góp xây dựng thế giới ngày càng tốt đẹp. Tất cả những mục tiêu đều hướng tới phục vụ thắng lợi các mục tiêu phát triển đất nước mà Nghị quyết Đại hội XIII đã đề ra cho giai đoạn 2025 - 2030, tạo nền tảng vững chắc tiến tới tầm nhìn 2045⁽⁷⁾. Các mục tiêu cụ thể đến năm 2030 bao gồm:

(i) Gia tăng thứ hạng của Việt Nam trên các bảng xếp hạng uy tín toàn cầu về các mặt (như năng lực cạnh tranh, giá trị quốc gia, sức mạnh mềm...), qua đó củng cố hình ảnh, uy tín quốc gia;

(ii) Hình thành mặt trận công luận quốc tế rộng rãi ủng hộ Việt Nam, đặc biệt trong những vấn đề liên quan lợi ích cốt lõi như chủ quyền biên giới, biển đảo, dân chủ, nhân quyền;

(iii) Củng cố và tăng cường niềm tin của các đối tác, nhà đầu tư, du khách và cộng đồng quốc tế vào Việt Nam, qua đó thu hút hợp tác và nguồn lực cho phát triển;

(iv) Kiên quyết bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, bảo vệ các giá trị văn hóa tốt đẹp của dân tộc; kịp thời phát hiện và đấu tranh làm thất bại mọi âm mưu chống phá, bôi nhọ hình ảnh đất nước của thế lực thù địch;

(v) Chủ động hóa giải các định kiến, nhận thức sai lệch về lịch sử và thực tiễn Việt Nam trong dư luận bên ngoài.

Có thể thấy từ các mục tiêu cụ thể được đặt ra, công tác đối ngoại và truyền thông đối ngoại Việt

Nam trong giai đoạn tới là định hướng "tôi kể câu chuyện mà bạn muốn biết", qua những câu chuyện sinh động và cuốn hút, truyền tải thông điệp Việt Nam mà bạn bè quốc tế quan tâm với nội dung và phương thức phù hợp⁽⁸⁾. Đồng thời, đảm bảo các nội dung thông tin xuyên suốt, phối kết hợp giữa thông tin đối nội và thông tin đối ngoại một cách chặt chẽ, gắn nhiệm vụ đối ngoại trên báo chí với nhiệm vụ truyền thông thúc đẩy phát triển kinh tế, xã hội của đất nước, truyền thông các câu chuyện văn hoá, lịch sử góp phần tăng thứ hạng của một Việt Nam thân thiện và hợp tác toàn cầu.

3.2. Về trọng tâm nội dung thông tin đối ngoại

Trong kỷ nguyên phát triển mới, nội dung thông tin đối ngoại của Việt Nam được định hướng một cách có hệ thống, trọng tâm để vừa đáp ứng yêu cầu đối ngoại của Đảng, vừa phù hợp với mối quan tâm của dư luận quốc tế. Các trọng tâm nội dung thông tin đối ngoại trên báo mạng điện tử của Việt Nam dựa trên các cơ sở chính trị, pháp lý và cơ sở lý luận. Cụ thể:

Về cơ sở chính trị và pháp lý, Văn kiện Đại hội XIII của Đảng (2021) xác lập đường hướng "chủ động, tích cực hội nhập quốc tế toàn diện, sâu rộng", đồng thời nhấn mạnh nhiệm vụ nâng cao uy tín và vị thế quốc gia⁽⁹⁾. Từ góc độ báo chí đối ngoại, đây là căn cứ chính trị tối thượng để xác định các trọng tâm nội dung mang tính dẫn dắt chương trình nghị sự, đặc biệt cho báo mạng điện tử. Đồng thời, Kết luận số 57-KL/TW của Bộ Chính trị (2023) đặt ra yêu cầu nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại theo tinh thần "chủ động, đồng bộ, kịp thời, sáng tạo, hiệu quả", kết hợp hài hoà giữa "xây" và "chống". Với báo mạng điện tử, cơ sở chính trị này định nghĩa trực tiếp hai nhiệm vụ kiến tạo, củng cố và lặp lại có chủ đích các khuôn khổ diễn ngôn tích cực về Việt Nam và thiết lập năng lực phản hồi nhanh, dựa bằng chứng, trước thông tin sai lệch, xuyên tạc trên không gian số⁽¹⁰⁾. Bên cạnh đó, Quyết định 2013/QĐ-TTg (2021) của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt *Chiến lược ngoại giao văn hoá đến năm 2030* nhấn mạnh gia tăng sức mạnh mềm và quảng bá hình ảnh quốc gia; Quyết định 1976/QĐ-TTg (2021) về việc *Phê duyệt mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp phát triển một số báo in và báo điện tử đối ngoại quốc gia giai đoạn*

2022 - 2030; Quyết định 837/QĐ-TTg (2022) về *Phê duyệt Đề án nâng cao hiệu quả công tác Thông tin đối ngoại của các Cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài đến năm 2030* là hệ thống cơ sở chính trị, pháp lý quan trọng, định hướng trọng tâm thông tin đối ngoại trên báo mạng điện tử trong thời gian tới.

Về cơ sở lý luận, đặt trong phạm vi và lĩnh vực nghiên cứu của Báo chí học, nghiên cứu căn cứ vào một số lý thuyết nền tảng có liên quan. Lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự là một lý thuyết truyền thông tập trung mô tả sự ảnh hưởng của các phương tiện truyền thông đại chúng trong việc xác lập tầm quan trọng của thông tin được gửi tới công chúng. Những vấn đề xuất hiện thường xuyên với những vị trí xuất hiện như trang nhất, giờ phát sóng chính□ nhận được sự quan tâm và chú ý nhiều hơn từ phía công chúng⁽¹¹⁾. Lý thuyết đóng khung có liên quan đến lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự nhưng mở rộng nghiên cứu bằng cách tập trung vào bản chất của các vấn đề hiện tại, các khía cạnh nổi bật của vấn đề hơn là toàn bộ vấn đề đang xảy ra trong hiện thực khách quan của nó. Cơ sở của lý thuyết đóng khung là các phương tiện truyền thông tập trung sự chú ý vào một số sự kiện nhất định và sau đó đặt chúng vào một trường ý nghĩa nhằm định hướng nhận thức và dư luận xã hội⁽¹²⁾. Bên cạnh đó, lý thuyết Kiến tạo cho thấy công chúng báo chí chủ động nhu cầu tìm hiểu thông tin, tự xác định các giá trị tri thức qua quá trình tương tác với thế giới bên ngoài, với các tác phẩm báo chí. Hơn hết, tri thức không mang tính biểu trưng, mô tả chính xác hiện thực đang có mà là một dạng thông tin giải thích, yêu cầu chủ thể chủ động sáng tạo và kiến tạo tri thức gắn với các điều kiện cụ thể, nhất định nào đó bên ngoài⁽¹³⁾.

Từ các cơ sở trên, nghiên cứu định hướng nội dung thông tin đối ngoại trên báo mạng điện tử thời gian tới sẽ mang tính toàn diện và cân bằng, phản ánh mọi mặt về đất nước con người Việt Nam. Từ thành tựu phát triển kinh tế và xã hội, những chính sách đổi mới, đến văn hóa, lịch sử và quan điểm trước các vấn đề toàn cầu, tất cả đều được truyền tải một cách nhất quán, có trọng điểm. Nội dung phải phù hợp với từng đối tượng. Tinh thần cốt lõi là tích cực, chân thực, thuyết phục, qua đó truyền cảm hứng về một Việt Nam đang vươn mình mạnh mẽ trong kỷ nguyên

mới. Cụ thể:

Nội dung thứ nhất là, tuyên truyền, quảng bá hình ảnh quốc gia Việt Nam trên mọi mặt. Điều này bao gồm việc giới thiệu một Việt Nam với nền văn hóa phong phú, lịch sử hào hùng và con người thân thiện, yêu chuộng hòa bình. Đồng thời, phải nhấn mạnh Việt Nam ngày nay là một quốc gia năng động, đổi mới và hội nhập, sẵn sàng hợp tác với các nước vì phát triển chung. Các thành tựu to lớn sau gần 40 năm Đổi mới từ tăng trưởng kinh tế, xóa đói giảm nghèo cho đến ứng phó đại dịch đều cần được thông tin đầy đủ, sinh động để lan tỏa niềm tự hào dân tộc và tạo ấn tượng tích cực với bạn bè quốc tế. Thông tin đối ngoại cũng phải khẳng định đường lối đối ngoại độc lập, tự chủ, đa phương hóa, đa dạng hóa của Việt Nam, là bạn, là đối tác tin cậy và thành viên có trách nhiệm của cộng đồng quốc tế.

Nội dung thứ hai là, truyền thông về các chủ trương, chính sách lớn của Đảng và Nhà nước trên con đường phát triển đất nước. Đặc biệt, những luận điểm về con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam, về vai trò lãnh đạo của Đảng, về Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa, v.v. cần được diễn đạt phù hợp để cộng đồng quốc tế hiểu đúng đắn. Theo chỉ đạo của Đảng, thông tin đối ngoại phải nhấn mạnh hệ giá trị quốc gia và những giá trị nhân văn cao đẹp của chế độ, qua đó khẳng định tính ưu việt của mô hình phát triển mà Việt Nam đã lựa chọn. Song song với đó, nội dung thông tin đối ngoại sẽ tiếp tục giải thích, làm rõ lập trường của Việt Nam trong các vấn đề quốc tế và khu vực mà dư luận quan tâm.

Nội dung thứ ba, là truyền thông về quyền con người ở Việt Nam. Các thế lực chống phá thường lợi dụng vấn đề dân chủ, nhân quyền để công kích Việt Nam, do đó thông điệp phải chủ động thông tin minh bạch, khách quan về thành tựu đảm bảo quyền con người của đất nước. Định hướng là đổi mới cách tiếp cận, đa dạng hóa hình thức tuyên truyền về quyền con người sao cho chân thực, sinh động và thuyết phục. Theo các chuyên gia, cần cách làm mới trong truyền thông đối ngoại về quyền con người, nhấn mạnh những nỗ lực và tiến bộ của Việt Nam, đặt chúng trong bối cảnh văn hóa và pháp lý phù hợp để công chúng quốc tế hiểu và chia sẻ. Thông tin, thông điệp đối ngoại cũng phải chủ động phản ánh quan điểm

của Việt Nam về quyền con người một cách toàn diện, cân bằng, tránh để các luận điệu sai trái chiếm lĩnh diễn đàn.

Nội dung thứ tư là, phản bác các thông tin sai trái, thù địch. Thông tin đối ngoại phải cảnh báo kịp thời cho công chúng, vạch trần bản chất các luận điệu sai trái, đồng thời cung cấp sự thật một cách thuyết phục. Đảng ta yêu cầu công tác này phải kết hợp chặt chẽ giữa lực lượng chuyên trách với sự vào cuộc của toàn xã hội, tạo nên một "mặt trận thông tin" chủ động trên không gian mạng. Nội dung đấu tranh sẽ tập trung phản bác những thông tin xuyên tạc về chủ quyền, lãnh thổ, lịch sử, những bịa đặt về tình hình kinh tế và xã hội hay vu cáo về tự do, dân chủ, tôn giáo ở Việt Nam. Thông tin đối ngoại cần sử dụng lập luận sắc bén, bằng chứng xác đáng và tiếng nói từ nhiều phía để định hướng dư luận đúng đắn, làm thất bại âm mưu của các thế lực thù địch. Qua đó giữ vững hình ảnh và uy tín quốc gia, đồng thời bảo vệ lợi ích thiết thân của đất nước trong hội nhập quốc tế.

Nội dung thứ năm là gắn thông tin đối ngoại với việc xây dựng "sức mạnh mềm" quốc gia. Bên cạnh thông tin thời sự, chính trị, thông tin đối ngoại quốc gia đẩy mạnh quảng bá các giá trị văn hóa, tư tưởng và câu chuyện truyền cảm hứng của Việt Nam. Thông tin đối ngoại cần tiếp tục tôn vinh truyền thống văn hóa dân tộc, những giá trị nhân văn, hòa bình mà Việt Nam đóng góp cho thế giới. Qua các sản phẩm truyền thông như phim ảnh, âm nhạc, nghệ thuật, du lịch..., hình ảnh một Việt Nam giàu bản sắc và thân thiện sẽ được lan tỏa, từ đó gia tăng thiện cảm của công chúng quốc tế chính là nâng cao sức mạnh mềm của đất nước. Nội dung văn hóa đối ngoại này cũng nhằm kể "câu chuyện Việt Nam trong kỷ nguyên mới" về một dân tộc từng trải qua chiến tranh nhưng kiên cường vươn lên, giờ đây chủ động đóng góp vào các vấn đề toàn cầu như biến đổi khí hậu, an ninh phi truyền thống, phát triển bền vững. Những thông điệp mang tính nhân văn và tinh thần dân tộc tích cực sẽ được tích hợp khéo léo trong thông tin đối ngoại để tạo dấu ấn trong lòng bạn bè quốc tế.

Định hướng thông tin đối ngoại của Việt Nam trên báo mạng điện tử trong bối cảnh mới là một nhiệm vụ vừa cấp thiết, vừa mang tính chiến lược lâu dài. Chỉ khi xác định rõ nhóm đối tượng mục tiêu, phân

hóa thông điệp phù hợp và đảm bảo sự nhất quán giữa thông tin đối nội - đối ngoại, báo chí đối ngoại Việt Nam mới thực sự phát huy vai trò là "cầu nối" tin cậy, góp phần củng cố niềm tin, nâng cao hình ảnh và vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế. Những kết quả đạt được sẽ là tiền đề quan trọng để công tác thông tin đối ngoại tiếp tục đổi mới, phát triển mạnh mẽ, đáp ứng yêu cầu của thời kỳ mới và mục tiêu phát triển đất nước đến năm 2030./.

(1) (3) (7) (9) Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*. Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật.

(2) Báo Chính phủ (2025), Toàn văn phát biểu của Tổng Bí thư Tô Lâm với nhân dân TPHCM và thông điệp gửi nhân dân cả nước. <https://baochinhphu.vn/toan-van-phat-bieu-cua-tong-bi-thu-to-lam-voi-nhan-dan-tpHCM-va-thong-diep-gui-nhan-dan-ca-nuoc-102250630102044378.htm>, truy cập ngày 30 tháng 6 năm 2025.

(4) (6) (10) Bộ Chính trị (2023), *Kết luận số 57-KL/TW về tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới*, Hà Nội, <https://tulieuvankien.dang-congsan.vn/he-thong-van-ban/van-ban-cua-dang/ket-luan-so-57-kltw-ngay-1562023-cua-bo-chinh-tri-ve-tiep-tuc-nang-cao-chat-luong-hieu-qua-cong-tac-thong-tin-doi-ngoai-9676>.

(5) Phạm Thu Ngân, & Nguyễn Anh (2024), *Việt Nam là 1 trong top 10 quốc gia trên thế giới về nhận kiều hối*. Thanh Niên. <https://thanhnien.vn/viet-nam-la-1-trong-top-10-quoc-gia-tren-the-gioi-ve-nhan-kiem-hoi-185240114161629832.htm>, truy cập ngày 15 tháng 6 năm 2025.

(8) Báo điện tử Chính phủ (2023), *Thông tin đối ngoại trong giai đoạn mới: Đóng góp hiệu quả hơn nữa cho niềm tự hào của dân tộc, của đất nước; ghi dấu ấn sâu đậm hơn nữa trong trái tim bạn bè, đối tác quốc tế*. Báo điện tử Chính phủ. <https://baochinhphu.vn/thong-tin-doi-ngoai-trong-giai-doan-moi-dong-gop-hieu-qua-hon-nua-cho-niem-tu-hao-cua-dan-toc-cua-dat-nuoc-ghi-dau-an-sau-dam-hon-nua-trong-trai-tim-ban-be-doi-tac-quoc-te-102231012210026704.htm>, truy cập ngày 05 tháng 9 năm 2025.

(11) McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972), "The agenda-setting function of mass media" *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.

(12) E Entman, R. M. (1993), "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm" *Journal of communication*, 43(4), 51-58

(13) Wendt, A. (1999), *Social theory of international politics* (Vol. 67). Cambridge university press.