

Những thách thức về bảo vệ nền tảng tư tưởng trên các phương tiện truyền thông xã hội

Ngày nhận bài: 23/09/2024 | Ngày phản biện: 25/09/2024 | Ngày xuất bản: 01/11/2024

Tác giả: Phạm Bình Dương (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Tóm tắt: Bảo vệ nền tảng tư tưởng trên các phương tiện truyền thông xã hội hiện nay đứng trước rất nhiều khó khăn, thách thức do các yếu tố chủ quan và khách quan mang lại. Lan toả các giá trị tư tưởng của chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh trong giai đoạn hiện nay là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu để tiếp tục đưa đất nước tiến lên theo con đường xã hội chủ nghĩa. Vấn đề của hoạt động bảo vệ nền tảng tư tưởng trên các phương tiện truyền thông xã hội hiện nay là làm sao thu hút được sự quan tâm của đại bộ phận nhân dân, để nhân dân tin tưởng và làm theo Đảng thông qua những nội dung gần gũi, sinh động, hấp dẫn và hiện đại. Hai yếu tố ảnh hưởng lớn nhất tới hoạt động bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng chính là sự phát triển nhanh chóng của các phương tiện truyền thông, đặc biệt truyền thông xã hội và hiện tượng truyền thông hoá.

Bối cảnh

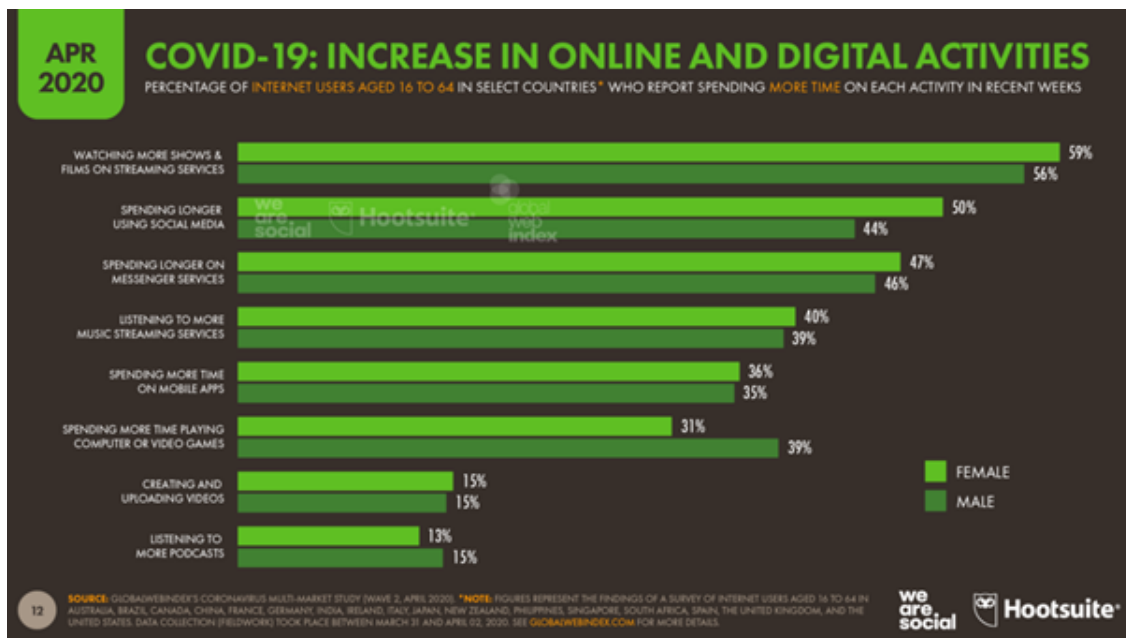
Theo định nghĩa của Cục Thống kê Úc (Australian Bureau of Statistics - ABS) "Phương tiện truyền thông xã hội là hệ sinh thái ứng dụng các công nghệ dựa trên web và thiết bị di động, các phương tiện truyền thông xã hội ra đời nhằm phục vụ nhu cầu của cá nhân, tổ chức và cộng đồng. Đồng thời, phương tiện truyền thông xã hội nâng cấp giao tiếp thông thường thành đối thoại tương tác giữa các tổ chức, cộng đồng và cá nhân"⁽¹⁾.

WorldNoor Team cho rằng, "phương tiện truyền thông xã hội là một nền tảng kỹ thuật số cho phép người dùng tạo và chia sẻ nội dung với mọi người. Phương tiện truyền thông xã hội bao gồm nhiều loại trang web và ứng dụng"⁽²⁾. Chỉ mới xuất hiện hơn

một thập kỷ, nhưng các mạng xã hội đã trở thành một phần quan trọng của cuộc sống, tham gia các hoạt động thường nhật của con người.

Phương tiện truyền thông xã hội cho phép người dùng giao tiếp liên tục và dễ dàng nhằm chia sẻ hình ảnh, videos, bày tỏ suy nghĩ, ý tưởng và nghiên cứu chỉ bằng một thao tác chạm. Việc trao đổi tin nhắn và dữ liệu từ nơi này sang nơi khác từ bất kỳ đâu trên thế giới được thực hiện dễ dàng với sự trợ giúp của mạng xã hội. Trước khi phương tiện truyền thông xã hội ra đời, thông tin được tiếp nhận thụ động hơn và các mối quan hệ trong xã hội chưa thực sự gắn bó chặt chẽ như hiện nay. Phương tiện truyền thông xã hội và Internet đã thay đổi hoàn toàn cuộc sống hiện đại, đóng vai trò chính yếu trong nhiều lĩnh vực khác nhau như giao tiếp, chính trị, kinh tế, văn hoá, giải trí, ẩm thực, lối sống và xã hội.

Đặc biệt, bối cảnh COVID-19 đã làm đảo lộn tất cả các hoạt động của thế giới trong một thời gian dài. Trong đại dịch, các hoạt động giao tiếp phải diễn ra dưới hình thức trực tuyến thay vì trực tiếp. Thống kê chỉ ra rằng, số người tham gia mạng xã hội trong COVID-19 tăng vọt so với trước, các trang mạng giao tiếp xã hội như Tinder hiện nay có khoảng hơn 57 triệu người dùng, hay eHarmony đã thu hút hơn 66 triệu người kể từ năm 2000. phương tiện truyền thông không chỉ là thứ mà chúng ta sử dụng mà còn là công cụ giải quyết các công việc mỗi ngày. Điều đó được thể hiện qua các dịch vụ được các nhà cung cấp chào trên các nền tảng như điện thoại thông minh như TikTok, Among Us, Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Google News, The Week, Flipboard, News Break, Ground News, Pocket... Khi các phương tiện báo chí – truyền thông càng tham gia sâu hơn vào hoạt động xã hội, công chúng sẽ ngày càng phụ thuộc vào chúng để tiếp nhận thông tin để phục vụ nhu cầu của mình.



Thời gian sử dụng các thiết bị được kết nối liên tục tăng năm 2020 (nguồn: Datareportal)

Một trong những điều chúng ta nhận ra trong đại dịch COVID-19 đó là vai trò quan trọng truyền thông. Biểu đồ trên cho thấy rằng chưa bao giờ trong lịch sử, chúng ta lại có nhiều phương tiện truyền thông, đặc biệt là truyền thông xã hội tới như vậy.

Hiện tượng truyền thông hoá

Khi các phương tiện truyền thông, đặc biệt là truyền thông xã hội càng tham gia sâu hơn vào hoạt động xã hội, công chúng sẽ ngày càng phụ thuộc vào chúng để tiếp nhận thông tin để phục vụ nhu cầu của mình. Hiện tượng này được gọi là hiện tượng truyền thông hoá.

Truyền thông hoá đang diễn ra trên rất nhiều lĩnh vực khác nhau nhưng để hiểu rõ nó cần phải kết hợp giữa kiến thức nghiên cứu chuyên ngành và những hiểu biết phong phú của thực tiễn. Trong phạm vi bài viết này sẽ bàn về nội dung truyền thông hoá của các phương tiện truyền thông xã hội. Đầu tiên, nó phụ thuộc vào cách chúng ta hiểu về phương tiện truyền thông xã hội. Thực tế cho thấy rằng truyền thông xã hội nói riêng và công nghệ truyền thông nói chung đang chi phối đời sống nhân loại một cách sâu rộng.

Miller cho rằng, truyền thông hoá đang điều tiết nhiều hơn các hoạt động xã hội, kiến thức và kinh nghiệm thông qua các phương tiện truyền thông, trong đó ảnh hưởng lớn

nhất chính là truyền thông xã hội, thường xuyên và liên tục tạo ra của cải, vật chất hàng ngày. Phương tiện truyền thông xã hội đang trở thành các công cụ quan trọng và thiết yếu xuất hiện mọi lúc, mọi nơi dù là không gian riêng tư và công cộng. Truyền thông xã hội ngày càng chiếm ưu thế vì tính di động, tương tác, đa nền tảng và có thể cá nhân hóa. Các rào cản về nội dung truyền thống không còn ý nghĩa khi ai cũng có thể trở thành người sản xuất và xuất bản nội dung, đặc biệt thông qua phương tiện truyền thông xã hội. Nhiều tổ chức chính phủ, phi chính phủ, cũng như các cá nhân sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội phù hợp để đưa ra thông điệp đại diện cho lợi ích hợp pháp, và đây là cách quảng bá thương hiệu⁽³⁾.

Quan điểm trên chỉ ra, truyền thông nói chung và đặc biệt là phương tiện truyền thông xã hội đang chiếm một vị trí quan trọng trong đời sống của chúng ta đến mức, thế giới sẽ không thể vận hành nếu thiếu nó. Đây là một nội dung quan trọng để trả lời câu hỏi "tại sao phải nghiên cứu truyền thông xã hội trong hoạt động bảo vệ nền tảng tư tưởng?". Vai trò của truyền thông xã hội đặc biệt cần được coi trọng như một công tác bảo vệ Đảng, bảo vệ chế độ và đất nước xã hội chủ nghĩa trong giai đoạn hiện nay. Đối với hoạt động này, chắc chắn không thể bỏ qua vai trò của các phương tiện truyền thông xã hội trong nâng cao nhận thức của nhân dân đối với quyền lợi chính trị, quyền làm chủ đất nước, bảo vệ lý tưởng của chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, giúp đời sống của nhân dân ngày càng độc lập, ấm no, tự do và hạnh phúc. Đối với các chính sách, chủ trương lớn, phương tiện truyền thông xã hội là cơ sở để đạt được sự đồng thuận của đại chúng, tránh các nguy cơ khủng hoảng truyền thông...

Truyền thông hoá là một trong những giá trị quan trọng nhất để định hình và bảo vệ nền tảng tư tưởng tại các quốc gia trên thế giới, bao gồm cả Việt Nam. Tất cả các giá trị tư tưởng được áp dụng, vận hành và tổng hợp trong một thế giới kết nối của toàn cầu hóa. Truyền thông xã hội len lỏi vào cuộc sống hàng ngày, vào suy nghĩ và hành động của chúng ta nhanh và ngấm sâu đến mức chúng ta thậm chí không nhận thức được sự xâm chiếm của nó đối với tư tưởng của mỗi người. Đặc biệt đối với những người trẻ, lớn lên trong một thế giới của công nghệ truyền thông xã hội kết nối, gánh trên vai trọng trách bảo vệ và xây dựng tương lai đất nước.

Những cách hiểu trước đây về công nghệ truyền thông hay phương tiện truyền thông xã hội đang dần thay đổi. Ví dụ, chúng ta luôn coi điện thoại thông minh là một loại

thiết bị truyền thông, nhưng hiện nay tất cả các đồ vật gia dụng đều có thể kết nối Internet. Có nhất thiết một thiết bị cần phải có màn hình để được phân loại là thiết bị truyền thông hay không? Có phải chỉ thiết bị cầm tay thông minh mới giúp con người tham gia mạng xã hội hay không? Trả lời câu hỏi giúp chỉ ra bản chất của truyền thông, truyền thông xã hội đang thay đổi và thay đổi cả mối quan hệ của nó với xã hội.

Một vấn đề tiếp đến là chúng ta có đang quy chụp quá nhiều quyền lực cho phương tiện truyền thông xã hội hay không? Các học giả như Schulz và Andreas Hepp đã lập luận rằng mặc dù truyền thông là trung tâm, nhưng truyền thông hay truyền thông xã hội đều hoạt động nhằm mục đích phục vụ các tổ chức và lực lượng xã hội. Truyền thông hoá trong hoạt động tư tưởng là một ví dụ điển hình⁽⁴⁾.

Truyền thông xã hội luôn tương tác với mọi mặt hoạt động của đời sống, đặc biệt các hoạt động chính trị trên toàn thế giới. Tuy nhiên, các tổ chức, các đảng chính trị không chỉ sử dụng phương tiện truyền thông xã hội cho mục đích của mình. Mối quan hệ giữa truyền thông xã hội và chính trị không nên dừng ở việc cung cấp thông điệp cụ thể cho công chúng. Phương tiện truyền thông xã hội ngày càng được sử dụng như công cụ hiệu quả để thảo luận các chính sách, nhằm tìm đến sự đồng thuận của công chúng đối với xây dựng luật pháp và thể chế của một đất nước.

Gần đây, một số hoạt động phân tích cử tri thông qua mạng xã hội được sử dụng khá hiệu quả nhắm đến các đối tượng rất cụ thể ở nhiều nước trên thế giới. Thực tế cho thấy, các phân tích này có khả năng quyết định kết quả của các cuộc bỏ phiếu, mạng xã hội đóng một vai trò đặc biệt quan trọng trong các cuộc bầu cử gần đây tại các quốc gia lớn trên thế giới như ở Hoa Kỳ, Vương quốc Anh hay tại Đức.

Tại Việt Nam, hoạt động truyền thông hoá giúp thay đổi suy nghĩ và hành động của công chúng. Những bài đăng và phản hồi trên các trang mạng xã hội của các cơ quan, tổ chức của Đảng và Nhà nước luôn nhận được sự quan tâm của công luận và các phương tiện truyền thông. Các nội dung này sau khi được phương tiện truyền thông trong và ngoài nước tiếp cận đã tạo ra một loạt các tin tức mới hơn tiếp theo, đây là một trong những ví dụ về việc truyền thông hoá ngày càng trở nên phổ biến.

Dù một chủ trương, chính sách mới được nêu ra có được dư luận đồng tình, ủng hộ hay không cũng không đánh mất lợi thế làm chủ tình hình của chủ thể cung cấp thông

tin thông qua việc hiểu rõ truyền thông và chủ động nắm bắt dư luận. Việc sử dụng mạng xã hội để tương tác trực tiếp với công chúng vượt qua những rào cản biên tập của truyền thông truyền thống. Tạo ra tiền lệ vĩnh viễn cho đổi khác cách thức lan toả nội dung, tư tưởng các cơ quan chức năng và chứng minh rõ ràng rằng truyền thông hoá đang ảnh hưởng sâu sắc đến lĩnh vực tư tưởng như thế nào.

Bên cạnh đó, chúng ta có thể thấy truyền thông hoá đang diễn ra trên hầu hết các lĩnh vực khác của cuộc sống như: thể thao, thời trang, du lịch, văn hoá... Ở bất kỳ đâu, con người đều muốn lồng ghép các ý tưởng truyền thông và công nghệ truyền thông để tiếp cận nhiều người hơn, lan toả tối đa giá trị đạt được. Tuy nhiên, lợi dụng tính chất này của các phương tiện truyền thông xã hội mà các thế lực thù địch không ngừng đưa ra các quan điểm sai lệch, xấu độc gắn mác "tự do ngôn luận", "nhân quyền" và "dân chủ".

Quá trình toàn cầu hoá

"Toàn cầu hóa là tác động mở rộng, tăng cường, tăng tốc và tăng cường kết nối trên toàn thế giới. Theo quan niệm toàn cầu hóa này, có thể nhận thức mô hình liên kết và các mối quan hệ trên toàn thế giới trong tất cả các lĩnh vực hoạt động của con người, từ quân sự đến văn hóa"⁽⁵⁾.

Hiện nay có hàng trăm định nghĩa về toàn cầu hóa, nhưng tựu trung, các định nghĩa đều thống nhất rằng, toàn cầu hoá bao gồm tất cả các khía cạnh hoạt động của con người, cốt lõi chính là sự kết nối trong các khía cạnh xã hội, kỹ thuật, văn hóa, chính trị và kinh tế. Nhiều nhà nghiên cứu bày tỏ lo ngại hoạt động chia sẻ bản quyền diễn ra rất mạnh trên truyền thông xã hội hiện nay làm tăng ảnh hưởng của phương Tây đối với các phương truyền thông xã hội toàn cầu khi cùng chia sẻ một nội dung (ví dụ một nội dung giải trí) trên toàn thế giới. Văn hoá của nhân loại rất đa dạng và đặc sắc, hệ tư tưởng được chia sẻ luôn gặp vấn đề bởi những khác biệt văn hoá. Toàn cầu hoá là một xu thế tất yếu trong thế giới kết nối hiện nay, bảo vệ nền tảng tư tưởng trong bối cảnh toàn cầu hoá đứng trước thách thức của việc không nêu bật được bản sắc riêng của được đại diện trên các nội dung đăng tải trên mạng xã hội. Toàn cầu hóa ở một mức độ nào đó còn đe dọa tính đại diện của văn hoá dân tộc.

Mục đích của toàn cầu hoá không phải là đồng hoá về văn hoá, ngược lại, toàn cầu hoá thể hiện quá trình giao thoa và kết hợp của các nền văn hoá với nhau. Vấn đề của việc truyền tải các nội dung về bảo vệ nền tảng tư tưởng trên truyền thông xã hội hiện nay đó là truyền tải các nội dung theo hình thức hấp dẫn, đại chúng và chiếm được thiện cảm của người tiếp nhận, đặc biệt là giới trẻ, lực lượng chủ yếu dễ bị tổn thương bởi các yếu tố ngoại lai.

Có thể lấy ví dụ thuộc văn hóa đại chúng như âm nhạc hay điện ảnh, đặc biệt là sự phổ biến của văn hoá âm nhạc Hàn Quốc (K-Pop), để đặt ra câu hỏi rằng: Tại sao truyền thông, đặc biệt là truyền thông xã hội tại Hàn Quốc lại trở thành lực lượng lan toả các giá trị văn hoá mạnh mẽ đến như vậy? Sự quảng bá các biểu tượng âm nhạc Hàn Quốc như BTS hay BLACKPINK cho chúng ta thấy tư tưởng văn hóa thống trị trên thế giới đang được tái định nghĩa. Jung và Li đưa ra quan điểm này một cách rõ ràng trong nghiên cứu:

“Các lý thuyết toàn cầu hóa trong quá khứ thường phân tích sự ảnh hưởng của văn hoá phương Tây lên phần còn lại của thế giới. Tuy nhiên, sự phát triển của công nghệ truyền thông cho phép thay đổi luật chơi. Một số quốc gia đã trở thành khởi nguồn của sự sáng tạo và đổi mới, điều này thách thức sự thống trị của các đế chế truyền thông phương Tây, đồng thời, cung cấp nội dung cho các phương tiện truyền thông phương Tây”⁽⁶⁾.

Đây chỉ là sự liên tưởng gần để cho thấy rằng, để thành công trong các nội dung đăng tải trên truyền thông xã hội cần hội tụ được những yêu cầu truyền thông toàn cầu hoá. Nếu không có sự góp mặt của phương tiện truyền thông trực tuyến và mạng xã hội, bất kỳ nội dung nào cũng không thể được lan truyền với tốc độ nhanh chóng trên phạm vi toàn thế giới. Các nội dung đăng tải về bảo vệ nền tảng tư tưởng hiện nay cần đáp ứng 3 yếu tố để đảm bảo sự lan toả và tăng tính hấp dẫn:

Thứ nhất, các nội dung của bảo vệ nền tảng tư tưởng cần chứa đựng những mối quan tâm chung của toàn dân tộc và mang các giá trị chung của nhân loại, ví dụ tính nhân văn, giáo dục, văn hoá và nhân sinh.

Thứ hai, các nội dung của bảo vệ nền tảng tư tưởng trên truyền thông xã hội có cách tiếp cận phù hợp chung nhất với các dân tộc, địa phương khác nhau trên cả nước.

Cuối cùng, người tham gia viết bài bảo vệ nền tảng tư tưởng cần trang bị kỹ năng giao tiếp truyền thông liên văn hoá để sẵn sàng làm việc trong bối cảnh mới hiện nay./.

Tài liệu tham khảo

(1) Australian Bureau of Statistics - ABS (2016). Summary of IT Use and Innovation in Australian Business, 2014-15. Xem tại:

<https://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/Lookup/8166.0Explanatory%20Notes12014-15?OpenDocument>

(2) Worldnoor Team (2021). The Role of Social Media and Its Importance in Modern Society. Xem tại:

<https://blog.worldnoor.com/role-of-social-media/>

(3) Miller, J. 2014. Intensifying mediatization: Everywhere media. in Andreas Hepp (ed) Mediatized Worlds, London, Palgrave Macmillan

(4) Held, D 1999, Global transformations : politics, economics and culture, Polity Press, Oxford.

(5) Mazzoleni, G. and Schulz, W 1999. " Mediatization" of politics: A challenge for democracy?, Political Communication, Vol. 16 No. 3, pp.247-261.

(6) Jung, Soo Keung, & Hongmei Li. 2014, Global Production, Circulation, and Consumption of Gangnam Style, International Journal of Communication, No. 8, pp. 2790-2810.