

Vai trò của truyền thông đại chúng trong phát triển văn hóa, giáo dục ở Việt Nam hiện nay

Bùi Thị Hồng^(*)

Tóm tắt: Truyền thông đại chúng đóng vai trò quan trọng trong tiến trình phát triển kinh tế - xã hội, tác động và chi phối đến mọi lĩnh vực khác nhau của đời sống xã hội hiện nay. Với quyền năng của mình, truyền thông đại chúng đã thực hiện nhiều chức năng như giáo dục, định hướng giá trị, cổ động, tuyên truyền, ... nhằm tác động đến nhận thức của các nhóm công chúng, nhờ đó thay đổi và định hướng hành vi của họ. Bài viết tổng hợp một số quan điểm của các nhà nghiên cứu những năm gần đây về vai trò của truyền thông đại chúng trong phát triển văn hóa, giáo dục ở Việt Nam.

Từ khóa: Truyền thông đại chúng, Văn hóa, Giáo dục

Abstract: Mass media play an important role in the socio-economic development process, influencing and governing all different areas of social life today. They have conveyed their power as a means of education, value orientation, advocacy and propaganda to improve the awareness of public groups in a way that behaviors are changed and oriented. The article summarizes some of researchers' viewpoints in recent years on the role of mass media in the development of culture and education in Vietnam.

Keyword: Mass Media, Culture, Education

Mở đầu¹

Truyền thông đại chúng từ lâu đã đóng vai trò quan trọng trong phát triển văn hóa, giáo dục. Các sản phẩm văn hóa - thông tin, dịch vụ truyền thông vừa mang tính giáo dục, vừa góp phần thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa, tăng cường hội nhập, giao lưu giữa các dân tộc. Hệ thống thông tin đại chúng là nơi chất lọc, tiếp biến các giá trị văn hóa thế giới để bảo vệ và phát triển nền văn hóa

dân tộc. Nội dung bài viết phần nào phản ánh rõ hơn về vai trò của truyền thông đại chúng đối với văn hóa và giáo dục ở Việt Nam những năm gần đây.

1. Truyền thông đại chúng là gì?

Thuật ngữ “truyền thông đại chúng” thường được hiểu theo một nghĩa khá rộng, như việc chuyển tải thông tin trên các chương trình truyền hình, đài, báo; cũng có khi việc tuyên truyền, truyền bá các thông tin trên đường phố cũng được coi là truyền thông...

Khái niệm truyền thông đại chúng đã được bàn đến trong một số nghiên cứu

^(*) ThS., Viện Thông tin Khoa học xã hội, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam;
Email: buihongxhh@gmail.com

những năm gần đây. Có nghiên cứu cho rằng, “truyền thông đại chúng là hoạt động giao tiếp xã hội rộng rãi, thông qua các phương tiện thông tin đại chúng như các loại hình: sách, báo in, điện ảnh, phát thanh, truyền hình, quảng cáo, Internet, băng, đĩa hình và âm thanh” (Ngô Xuân Tiêm, 2008). Khái niệm này nhìn chung phản ánh đúng nội hàm của truyền thông khi đóng vai trò là nơi chuyển tải thông điệp đến nhóm công chúng thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng. Theo một nghiên cứu khác, “truyền thông đại chúng là quá trình, hoạt động trao đổi thông điệp có tính phổ biến giữa nguồn phát với công chúng rộng rãi trong xã hội”. Truyền thông đại chúng được biểu hiện dưới dạng: 1/ Đại chúng về nguồn phát (nhà báo chuyên nghiệp, chuyên gia, công chúng...); 2/ Đại chúng về thông tin; 3/ Đại chúng về kênh phát trên sóng dài, sóng ngắn... (phát thanh, truyền hình), bằng kỹ thuật số, bằng Internet và các kênh truyền dẫn khác; 4/ Đại chúng về công chúng tiếp nhận (trong nước, ngoài nước, giới, tuổi tác, nghề nghiệp...); 5/ Hiệu quả của truyền thông đại chúng được xem xét từ các hiệu ứng và hành vi xã hội của số đông công chúng sau khi được tiếp nhận thông tin (Lê Thanh Bình, 2008). Các quan điểm trên cũng khá tương đồng với quan điểm cho rằng, truyền thông đại chúng là những phương pháp chuyển tải thông điệp đến những nhóm đông người với hai loại hình chủ yếu: *án phẩm truyền thông* là sách, tạp chí, báo, áp phích, tờ rơi... và *truyền thông điện tử* bao gồm truyền hình, phát thanh, phim, băng đĩa... (Đỗ Đức Minh, 2016).

Nhìn chung, có thể hiểu truyền thông đại chúng theo cách đơn giản rằng, nó là hoạt động chuyển giao các thông tin có tính phổ biến trong xã hội một cách rộng rãi, công khai, thông qua các phương tiện

truyền thông đại chúng như báo chí, truyền hình, phát thanh, Internet,... đến đối tượng công chúng nhằm mục đích củng cố hoặc thay đổi nhận thức, quan điểm, hành vi của họ đối với các vấn đề khác nhau trong đời sống xã hội.

2. Vai trò của truyền thông đại chúng trong phát triển văn hóa thời kỳ hội nhập

Văn hóa Việt Nam là tổng thể những giá trị vật chất và tinh thần được tạo ra trong suốt quá trình lịch sử hàng ngàn năm dựng nước và giữ nước của dân tộc. Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, văn hóa Việt Nam đang đứng trước những thời cơ, thuận lợi to lớn, nhưng cũng phải đối mặt với những thách thức, khó khăn không nhỏ: vừa giữ gìn bản sắc dân tộc, vừa mở rộng giao lưu với thế giới, tiếp thu có chọn lọc những tinh hoa văn hóa nhân loại, kết hợp hài hòa giữa truyền thống và hiện đại (Nguyễn Chí Bền, 2010).

Báo cáo chính trị tại Đại hội Đảng Cộng sản Việt Nam lần thứ XII xác định trong thời gian tới phải “xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh, phù hợp với bối cảnh phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế” (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2016: 127). Trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa và mở rộng hội nhập, truyền thông đại chúng ngày càng đóng vai trò quan trọng trong phát triển nền văn hóa Việt Nam, thể hiện ở hai khía cạnh sau:

2.1. Góp phần gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc

Truyền thông đại chúng góp phần nâng cao trình độ hiểu biết chung của nhân dân, khẳng định và phát huy những giá trị văn hóa tốt đẹp, phê phán, gạt bỏ tàn dư lạc hậu, phản động, phi văn hóa, hình thành và không ngừng hoàn thiện lối sống tích cực trong xã hội (Ngô Xuân Tiêm, 2008).

Nghiên cứu của Nguyễn Văn Dũng (2011) cho rằng, các giá trị văn hóa truyền thống đang có nguy cơ bị đe dọa từ nhiều phía, nhất là từ việc du nhập văn hóa nước ngoài. Bởi vậy, truyền thông đại chúng phải có năng lực tạo lập, định hướng dư luận xã hội trong việc xác định, thẩm định các giá trị. Đây là vấn đề liên quan đến năng lực đánh giá của truyền thông đại chúng cũng như khả năng tập hợp nguồn lực trong cộng đồng, nhất là các nhà khoa học. Cùng với việc giữ gìn hệ thống các giá trị văn hóa truyền thống thì việc động viên, kích thích năng lực sáng tạo giá trị mới, truyền tải, nhân bản các giá trị văn hóa phù hợp với điều kiện và sự phát triển là vấn đề cần được quan tâm.

Không một nền văn hóa của quốc gia nào trên trái đất này lại không được truyền tải thông qua báo chí truyền thông. Và như vậy, nhiệm vụ xuyên suốt của báo chí truyền thông Việt Nam là phải truyền tải về nền văn hóa Việt, với tất cả các sinh hoạt văn hóa của người Việt trong lịch sử dựng nước và giữ nước, dựa trên hai mối quan hệ lớn nhất về ứng xử văn hóa là ứng xử với môi trường tự nhiên và ứng xử với môi trường xã hội (Xem: Hà Thảo, 2014).

Sự phát triển mạnh mẽ của các phương tiện truyền thông mới, đặc biệt là Internet, đã ảnh hưởng lớn đến các phương tiện truyền thông đại chúng và cùng với đó là văn hóa truyền thông đại chúng. Với khối lượng thông tin khổng lồ được chuyển tải từng giây, từng phút qua các phương tiện thông tin đại chúng như hiện nay, con người có thể dễ dàng tiếp cận thông tin về mọi lĩnh vực, ở bất kỳ nơi nào. Chính vì vậy mà dường như họ không còn đủ khả năng kiểm soát các nguồn thông tin đó. Một trong những nguy cơ xuất phát từ đây là người ta có thể lợi dụng tiện ích này để

truyền bá những thông tin theo mưu đồ riêng, hoặc cũng có thể vì vô tình, truyền bá những thông tin độc hại cho xã hội (Theo: Hà Thảo, 2014).

Như vậy, truyền thông đại chúng ngày càng có vai trò quan trọng trong phát triển văn hóa. Trong bối cảnh hội nhập, truyền thông đại chúng phải phát hiện, tôn vinh và quảng bá các giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp ra ngoài xã hội, đồng thời đấu tranh với những hiện tượng lệch lạc về văn hóa, phản văn hóa.

2.2. Là công cụ của giao lưu văn hóa

Trong thời đại toàn cầu hóa, với sự bùng nổ của công nghệ thông tin, điều kiện tất yếu để thúc đẩy giao lưu văn hóa là sự tồn tại của truyền thông. Truyền thông đại chúng được xem là công cụ của giao lưu văn hóa và là cốt lõi của giao lưu văn hóa. Với khả năng tác động nhanh chóng và rộng khắp, truyền thông đại chúng có vai trò to lớn trong việc đẩy mạnh giao lưu văn hóa.

Hoạt động giao lưu văn hóa hiện nay đang diễn ra sôi nổi, phong phú, tuy nhiên cũng có những nhạy cảm nhất định, nhất là đối với nhóm công chúng trẻ tuổi. Những chương trình phim truyện, ca nhạc, thời trang, quảng cáo,... và nhiều chương trình giải trí khác đang được nhiều người quan tâm từ nhiều góc độ khác nhau. Trong thời kỳ hội nhập, các phương tiện truyền thông hiện đại trở nên phổ biến, do vậy các giá trị văn hóa đa dạng và phong phú có thể thâm thấu vào các tầng lớp dân cư một cách nhanh chóng, từ đó có thể dẫn đến những thay đổi trong cách nhìn nhận về các chuẩn mực giá trị. Các thang giá trị dân tộc - quốc tế, truyền thống - hiện đại, cá nhân - cộng đồng có nhiều đổi mới. Có những giá trị mới ra đời chưa hẳn đã là đúng, có những giá trị cũ chưa hẳn đã lạc hậu. Do đó, trong nhận thức về giao lưu văn hóa, cần xác định

rõ những chuẩn mực giá trị mới phù hợp với mục tiêu phát triển văn hóa và nhân cách Việt Nam (Trần Kim Cúc, 2010).

Ở một khía cạnh khác, nghiên cứu của Nguyễn Văn Dũng (2011) cho rằng, giao lưu văn hóa là con đường phát triển. Giao lưu văn hóa qua truyền thông đại chúng có thể trở thành con đường để “đánh” vào hệ thống giá trị tinh thần nền tảng của các dân tộc, các quốc gia, từ lối sống, quan niệm đến đạo đức, niềm tin, lý tưởng... Quá trình toàn cầu hóa đã và đang đặt ra cho các nhà báo, các nhà truyền thông và nhất là các nhà quản lý những trọng trách mới nặng nề và phức tạp. Hoạt động giao lưu văn hóa qua các phương tiện truyền thông đại chúng trong những năm gần đây đã có nhiều đóng góp quan trọng và tích cực trong việc hình thành diện mạo văn hóa quốc gia cũng như nhân cách sống của mỗi con người.

Với khả năng tác động nhanh chóng, mạnh mẽ và rộng lớn, truyền thông đại chúng có vai trò to lớn trong việc nâng cao dân trí, xây dựng các chuẩn mực lối sống, đạo đức, ứng xử tốt đẹp, bồi dưỡng nhân cách, làm phong phú thêm đời sống văn hóa của toàn xã hội. Hoạt động truyền thông đại chúng là một phần của đời sống văn hóa xã hội hiện đại, hay nói khác đi nó là một thành tố cấu thành đời sống văn hóa tinh thần của xã hội (Nguyễn Chí Thảo, 2016).

Cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0 dựa trên nền tảng phát triển công nghệ thông tin, kỹ thuật số, Internet, kết nối toàn cầu ở nhiều tầng bậc đã giúp mở rộng tầm giao lưu, giao tiếp giữa con người với con người qua mạng Internet, xóa nhòa ranh giới giữa các dân tộc về lĩnh vực văn hóa. Tác động của Cách mạng 4.0 không chỉ tạo ra thách thức, mà còn có cả cơ hội, thời cơ lớn. Sự kết nối nhờ thành tựu công nghệ thông tin, kỹ thuật số cũng tạo ra những cơ

hội rộng mở cho tiếp xúc, học hỏi giữa các quốc gia, các nền văn hóa (Nguyễn Văn Thanh, 2018).

Có thể thấy, với ưu thế của mình, truyền thông đại chúng ngày nay là một công cụ quan trọng góp phần tích cực trong hoạt động xây dựng thương hiệu quốc gia, giao lưu văn hóa, tham gia vào việc triển khai, thực hiện chiến lược tăng cường “sức mạnh mềm”, “quyền lực mềm” ở mỗi quốc gia, trong đó có Việt Nam.

3. Vai trò của truyền thông đại chúng trong phát triển giáo dục

3.1. Góp phần nâng cao chất lượng giáo dục

Trong thời đại toàn cầu hóa đang diễn ra ngày càng mạnh mẽ trên mọi lĩnh vực của đời sống, không ít quốc gia đang tỏ ra lúng túng trong việc xử lý và định hình một chiến lược giáo dục tổng thể, để có thể đáp ứng những thay đổi nhanh chóng của thời đại. “Tấm áo giáo dục” đang trở nên chật chội đối với sự biến đổi như vũ bão của khoa học - công nghệ và quá trình toàn cầu hóa. Nhiều chuyên gia giáo dục quốc tế cho rằng nền giáo dục hiện nay trở nên lạc hậu (kể cả những nước công nghiệp phát triển) về mục tiêu, đối tượng, cơ cấu lẫn nội dung, phương thức giáo dục (Theo: Trần Lê Bảo, 2014). Những điều kiện học tập như cơ sở vật chất, trang thiết bị góp phần không nhỏ cho việc bảo đảm hiệu quả, chất lượng của việc học. Ngoài những cơ sở vật chất như trường lớp, cần quan tâm và phổ cập những phương tiện nghe nhìn, mạng Internet, giúp cho nhiều đối tượng có cơ hội học tập ở nhiều nơi, có thể tiếp cận được phương pháp học tập hiện đại, hiệu quả. Trên thực tế, hiện nay nhiều trường học ở Việt Nam đã áp dụng phương pháp dạy và học có sự trợ giúp của các phương tiện truyền thông đại chúng (Trần Lê Bảo, 2014).

Trong thời đại kỹ nguyên số, các phương tiện truyền thông đại chúng được lồng ghép vào các chương trình giáo dục các cấp. Ngày 20/11/2015, kênh Truyền hình Giáo dục quốc gia đầu tiên của Việt Nam (VTV7) đã lên sóng với mục tiêu “Vì một xã hội học tập”. Kênh Truyền hình này được kỳ vọng sẽ truyền cảm hứng cho nhiều đối tượng khán giả vì đây là cách học thu hút, nhanh và hiệu quả. Đối với học sinh mầm non, nội dung giáo dục được thể hiện thông qua phim hoạt hình hoặc những bài hát sinh động. Đối với học sinh trung học cơ sở, trung học phổ thông, các thể loại âm nhạc mà các em yêu thích như Rap, Hiphop, Flashmob,... cũng được lồng ghép vào các bài giảng, giúp nội dung bài giảng trở nên gần gũi, sinh động và dễ tiếp thu, ghi nhớ (PV, 2015).

Truyền thông đại chúng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng giáo dục, đào tạo ở nước ta hiện nay, đặc biệt là giáo dục đại học. Thanh niên sinh viên là nhóm công chúng đặc thù, độ tuổi chủ yếu trên dưới 20 tuổi, họ là những người năng động, ham hiểu biết đang học tập, nghiên cứu và rèn luyện trong các trường đại học và cao đẳng. Nghiên cứu của Nguyễn Văn Dũng (2011) về nhu cầu khai thác, sử dụng truyền thông đại chúng cho việc học tập đã chỉ ra: tỷ lệ thanh niên sinh viên có quan tâm và nhu cầu tiếp nhận sản phẩm truyền thông đại chúng khá cao (68,5%), mức độ khai thác, sử dụng thường xuyên chiếm 43,8%.

Trong những năm qua, Chính phủ Việt Nam rất quan tâm đến vai trò của truyền thông trong xây dựng xã hội học tập nói chung và giáo dục nói riêng. Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Đề án xây dựng xã hội học tập giai đoạn I (2005-2010), giai đoạn II (2012-2020), trong đó khẳng định

tầm quan trọng của các phương tiện thông tin đại chúng đối với hoạt động học tập suốt đời. Đề án đã tạo điều kiện thuận lợi cho ra sự ra đời của nhiều chuyên mục, chương trình phát thanh, truyền hình, báo chí,... về giáo dục như: *Phổ biến kiến thức* trên VOV1, *Dạy ngoại ngữ cho lái xe taxi* trên kênh VOV giao thông, *Hướng dẫn ôn tập và luyện thi đại học* và *Chương trình dạy tiếng Anh* trên VTV2, *Dạy tiếng Việt cho người Việt Nam ở nước ngoài* trên VTV4, *Kỹ năng sống* trên VTV3,... (Liên Anh, Thủy Nguyên, 2016).

Có thể thấy, để cải thiện chất lượng giáo dục, truyền thông đại chúng cần cải tiến nhiều hơn nữa về hình thức, chất lượng giáo dục để có thể thu hút nhiều đối tượng học sinh, sinh viên quan tâm, theo dõi. Đó cũng chính là yêu cầu, thách thức lớn đặt ra đối với các nhà quản lý về giáo dục và truyền thông khi cùng phối hợp để nâng cao chất lượng giáo dục, đặc biệt là trong thời đại 4.0.

3.2. Góp phần giáo dục đạo đức, lối sống cho học sinh, sinh viên

Trong thời kỳ hội nhập, việc giữ gìn và phát huy các giá trị đạo đức truyền thống cũng như xây dựng hệ giá trị đạo đức mới ở nước ta đã và đang đặt ra nhiều vấn đề cần giải quyết. Thực tế cho thấy, trong đời sống xã hội đã có những biểu hiện xem nhẹ các giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc, chạy theo thị hiếu không lành mạnh. Tình trạng giới trẻ sống buông thả, không coi trọng giá trị đạo đức đã và đang diễn ra ở nhiều nơi. Các phương tiện truyền thông đã đăng tải nhiều bài viết phản ánh về thực trạng này với những vụ bạo lực học đường rung động dư luận, các vụ án mạng lứa tuổi vị thành niên đang ngày càng gia tăng. Đây là những biểu hiện của sự xuống cấp trầm trọng đạo đức xã hội và gây nhức nhối

cho cộng đồng. Nhờ sự phản ánh nhanh chóng, kịp thời của truyền thông đại chúng mà nhiều tệ nạn trong trường học được đưa ra ánh sáng, từ đó nhiều vụ việc được giải quyết triệt để.

Ngoài ra, truyền thông đại chúng đang dần trở thành một trong những phương tiện cần thiết và hữu hiệu trong việc giáo dục trẻ em và thanh thiếu niên. Sự ra đời của nhiều chương trình truyền hình thực tế, gameshow trên màn ảnh nhỏ là cần thiết, đáp ứng phần nào nhu cầu giải trí cho trẻ em. Đây cũng là “sân chơi” để các em thể hiện ước mơ, sự khéo léo, rèn luyện sự tự tin, năng khiếu tiềm ẩn, sự sáng tạo, đặc biệt là giáo dục về kỹ năng sống (Trung Kiên (2017).

Nghiên cứu của Trần Minh Đức và Tạ Khánh Trường (2015) xem truyền thông đại chúng là hình thức giáo dục mang tính phổ biến, mang quy mô xã hội vì nó thu hút được đông đảo tầng lớp thanh niên trên cả nước, ở mọi vùng miền, với từng giới tính, công việc... Các loại hình truyền thông đại chúng kể cả truyền thống và hiện đại xuất hiện như sách báo, truyền thanh, truyền hình, phim ảnh, Internet, báo mạng điện tử... cùng với những thiết chế văn hóa tương ứng như nhà văn hóa, câu lạc bộ, trung tâm văn hóa đang thu hút đông đảo sự tham gia của thanh niên. Truyền thông đại chúng không chỉ giúp thanh niên tiếp nhận những giá trị văn hóa tinh thần tốt đẹp mà còn góp phần giúp họ nâng cao năng lực thẩm mỹ. Ở mức độ nhất định, truyền thông đại chúng đang từng bước tác động đến việc giáo dục đạo đức, lối sống, giáo dục thẩm mỹ cho thanh niên Việt Nam (Trần Minh Đức, Tạ Khánh Trường, 2015).

Kết luận

Sự gia tăng không ngừng của các loại hình phương tiện truyền thông đại chúng

ở nước ta hiện nay, đặc biệt là các phương tiện truyền thông mới, đã tác động không nhỏ đến sự thay đổi nhận thức của người dân nói riêng và sự phát triển của xã hội hiện nay nói chung.

Ở khía cạnh văn hóa, truyền thông đại chúng thể hiện rõ vai trò vừa là công cụ gìn giữ các di sản văn hóa của dân tộc, vừa là công cụ giúp thúc đẩy quá trình giao lưu văn hóa. Làm sao để nền văn hóa Việt Nam vẫn giữ được bản sắc vốn có của nó lại vừa có thể tiếp thu tinh hoa văn hóa của nhân loại là một nhiệm vụ đặc biệt quan trọng đặt lên vai các nhà truyền thông.

Đối với lĩnh vực giáo dục, truyền thông đại chúng góp phần nâng cao chất lượng giáo dục ở nước ta hiện nay. Việc áp dụng khoa học công nghệ thông tin trong giảng dạy ở các cấp học là một bước đột phá giúp nâng cao năng lực giảng dạy và học tập, đồng thời giúp nền giáo dục của Việt Nam bắt kịp với nền giáo dục thế giới. Nhờ có mạng Internet và các thiết bị kết nối thông minh mà cả người dạy và người học đều có thể dễ dàng truy cập, tra cứu thông tin liên quan đến công việc giảng dạy và học tập. Mặt khác, các phương tiện truyền thông như phát thanh, truyền hình, báo in, báo mạng,... cũng là cầu nối giúp gia đình và nhà trường trong giáo dục nâng cao nhận thức, kỹ năng sống cho con em mình □

Tài liệu tham khảo

1. Liên Anh, Thủy Nguyên (2016), *Vai trò của các phương tiện truyền thông trong xây dựng xã hội học tập*, <https://moet.gov.vn/giaoducquocdan/giao-duc-thuong-xuyen/Pages/default.aspx?ItemID=4066>, ngày 03/8/2016.
2. Trần Lê Bảo (2014), *Xây dựng một xã hội học tập*, <http://www.tapchiconsan>.

- org.vn/Home/Nghiencuu-Traodoi/2014/30051/Xay-dung-mot-xa-hoi-hoc-tap.aspx
3. Nguyễn Chí Bền (2010), *Văn hóa Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
 4. Lê Thanh Bình (2008), “Tương tác giữa truyền thông đại chúng quốc tế với khoa học - công nghệ và việc đưa tin của truyền thông châu Á về vấn đề quốc tế, khoa học công nghệ quốc tế”, Tạp chí *Lý luận chính trị và Truyền thông*, số tháng 11.
 5. Trần Kim Cúc (2010), *Một số vấn đề giao lưu văn hóa Việt Nam với thế giới trong thời kỳ hội nhập*, <http://www.vusta.vn/vi/news/Thong-tin-Su-kien-Thanh-tuu-KH-CN/Mot-so-van-de-giao-luu-van-hoa-Viet-Nam-voi-the-gioi-trong-thoi-ky-hoi-nhap-35487.html>
 6. Nguyễn Văn Dũng (Chủ biên, 2011), *Báo chí truyền thông hiện đại từ hàn lâm đến đời thường*, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
 7. Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
 8. Trần Minh Đức, Tạ Khánh Trường (2015), “Truyền thông đại chúng với giáo dục thẩm mỹ cho thanh niên Việt Nam hiện nay”, Tạp chí *Lý luận chính trị và Truyền thông*, số tháng 2.
 9. Trung Kiên (2017), *Gameshow cho trẻ em: Trăm hoa đua nở*, <https://baomoi.com/gameshow-cho-tre-em-tram-hoa-dua-no/c/24225762.epi>
 10. Đỗ Đức Minh (2016), “Tìm hiểu về truyền thông đại chúng phương Tây”, Tạp chí *Nghiên cứu châu Âu*, số 6.
 11. PV (2015), *VTV7 - Ước mơ về một nền giáo dục truyền cảm hứng*, <https://vtv.vn/truyen-hinh/vtv7-uoc-mo-ve-mot-nen-giao-duc-truyen-cam-hung-20151108232234956.htm>
 12. Nguyễn Văn Thanh (2018), *Xây dựng nền văn hóa Việt Nam trước tác động của cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0*, <http://www.tapchicongsan.org.vn/Home/Nghiencuu-Traodoi/2018/49080/Xay-dung-nen-van-hoa-Viet-Nam-truoc-tac-dong-cua-cuoc.aspx>
 13. Nguyễn Chí Thảo (2016), “Thúc đẩy vai trò của truyền thông trong hoạt động giao lưu văn hóa Việt Nam - Nhật Bản”, Tạp chí *Nghiên cứu Đông Bắc Á*, số 6 (184).
 14. Hà Thảo (2014), *Văn hóa trong truyền thông hiện đại*, <http://m.mic.gov.vn/Pages/TinTuc/98064/Van-hoa-trong-truyen-thong-hien-dai.html>
 15. Ngô Xuân Tiêm (2008), “Truyền thông đại chúng với giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam trong xu thế toàn cầu hóa”, Tạp chí *Lý luận chính trị và Truyền thông*, số tháng 11.