

TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH VỀ BÌNH ĐẲNG GIỚI CHO THANH NIÊN TRÊN PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG MỚI Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

ThS. TRỊNH HỒNG THỦY

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

● **Tóm tắt:** Trong bối cảnh truyền thông và công nghệ phát triển nhanh chóng, hoạt động truyền thông nói chung, truyền thông chính sách về bình đẳng giới cho thanh niên nói riêng ngày càng được chú trọng. Thông qua việc khai thác mạng xã hội, báo điện tử, video ngắn và các nền tảng sáng tạo, truyền thông chính sách về bình đẳng giới ngày càng trở nên gần gũi, hiệu quả và phù hợp với giới trẻ. Bài viết làm rõ cơ sở lý luận và pháp lý của truyền thông chính sách về bình đẳng giới cho thanh niên Việt Nam trên phương tiện truyền thông mới, đánh giá kết quả đạt được, chỉ ra một số hạn chế; từ đó, đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả của công tác này trong thời gian tới.

● **Từ khóa:** Truyền thông chính sách; Bình đẳng giới; Thanh niên; Phương tiện truyền thông mới; Việt Nam.

● ● ●
Tính đến hết năm 2024, dân số Việt Nam ước đạt hơn 101,1 triệu người¹, trong đó dân số ở độ tuổi thanh niên (từ 16-30 tuổi) khoảng 20 triệu người². Đây vừa là chủ thể, vừa là đối tượng chịu tác động trong thực hiện các chính sách về bình đẳng giới, vì vậy, truyền thông chính sách về bình đẳng giới qua phương tiện truyền thông mới ngày càng đóng vai trò trung tâm trong việc tiếp cận, định hình nhận thức và thay đổi hành vi của nhóm đối tượng này. Theo số liệu thống kê, đến tháng 1-2024, Việt Nam có khoảng 78,44 triệu người dùng internet, chiếm 79,1% tổng dân số. Đồng thời, số người tham gia các nền tảng mạng xã hội đạt 72,7 triệu người,

tương đương 73,3% dân số cả nước. Các nền tảng truyền thông xã hội phổ biến tiếp tục ghi nhận mức độ bao phủ rộng rãi, trong đó Facebook và TikTok lần lượt thu hút khoảng 72,7 triệu và 67,72 triệu người dùng trưởng thành (18 tuổi)³. Những con số này cho thấy, giới trẻ tham gia cộng đồng người dùng nền tảng số, lực lượng có vai trò định hình mạnh mẽ các xu hướng, hành vi và dư luận xã hội trên không gian mạng ngày càng tăng. Vì vậy, việc phát huy vai trò của các phương tiện truyền thông mới nhằm truyền tải chính sách về bình đẳng giới, tác động đến nhận thức, hành vi của giới trẻ là yêu cầu tất yếu góp phần thúc đẩy bình đẳng giới ở Việt Nam hiện nay.

1. Cơ sở lý luận và pháp lý của truyền thông chính sách về bình đẳng giới cho thanh niên trên phương tiện truyền thông mới

Cơ sở lý luận

Truyền thông chính sách không chỉ là quá trình truyền đạt thông tin đơn thuần, mà còn là một thiết chế xã hội định hướng giá trị, xây dựng ý thức hệ nhằm định hình thái độ và hành vi xã hội theo hướng bền vững⁴. Đối với chính sách bình đẳng giới, truyền thông đóng vai trò vừa là công cụ phản ánh, vừa kiến tạo chuẩn mực giới trong cộng đồng. Trong Mô hình truyền thông hai bước (Two-step Flow Model) do Paul Lazarsfeld và Elihu Katz (năm 1955) phát triển cho thấy, thanh niên không chỉ là đối tượng tiếp nhận “bị động” mà còn là “tác nhân” lan tỏa và đồng sáng tạo nội dung⁵. Đặc biệt, với phương tiện truyền thông mới như: Tik Tok, Facebook, YouTube... thì khả năng tạo xu hướng giới (Gender-sensitive Trends) được hình thành và phổ biến bởi chính những người dùng trẻ tuổi.

Phương tiện truyền thông mới (New Media) là tập hợp các nền tảng, công nghệ truyền thông kỹ thuật số được phát triển dựa trên hạ tầng cơ sở internet và các ứng dụng công nghệ thông tin - truyền thông hiện đại⁶. Đây là hệ thống phương tiện như: Mạng xã hội (Facebook, Tik Tok, Instagram), nền tảng video (YouTube, Reels), báo điện tử, diễn đàn trực tuyến, podcast, nền tảng OTT và ứng dụng di động... cho phép người dùng không chỉ tiếp nhận thông tin một chiều như phương tiện truyền thống (báo in, truyền hình, phát thanh) mà còn có thể tương tác hai chiều. Theo Điều 1, Luật Thanh niên (năm 2020), “Thanh niên là công dân Việt Nam từ đủ 16 tuổi đến 30 tuổi”⁷. Đây là nhóm dân

số năng động, sáng tạo, dễ tiếp nhận các xu hướng xã hội mới, đồng thời là lực lượng nòng cốt trong xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Trong lĩnh vực truyền thông chính sách, thanh niên không chỉ là đối tượng thụ hưởng mà còn là chủ thể tham gia sáng tạo, chia sẻ và lan tỏa thông tin, đặc biệt qua các phương tiện truyền thông mới.

Như vậy, *truyền thông chính sách về bình đẳng giới cho thanh niên Việt Nam trên phương tiện truyền thông mới* là quá trình truyền đạt, giải thích và khuyến khích thực thi các chính sách, pháp luật của Nhà nước về bình đẳng giới đến nhóm đối tượng thanh niên thông qua các nền tảng truyền thông kỹ thuật số hiện đại. Đây là hoạt động mang tính chiến lược nhằm nâng cao nhận thức, thay đổi hành vi, thúc đẩy sự tham gia xã hội tích cực của thanh niên đối với vấn đề bình đẳng giới trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay.

Cơ sở pháp lý

Luật Bình đẳng giới (năm 2006) đã đưa ra một số quy định trách nhiệm của các bộ, ngành trong việc tuyên truyền, phổ biến chính sách bình đẳng giới; đồng thời, loại bỏ định kiến giới trong các hoạt động văn hóa, thể thao, truyền thông đại chúng. Trong đó, khoản 6, Điều 25 nêu rõ trách nhiệm của Chính phủ: “Phối hợp với Ủy ban trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, Trung ương Hội liên hiệp phụ nữ Việt Nam và chỉ đạo các cơ quan hữu quan trong việc tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật, nâng cao ý thức của nhân dân về bình đẳng giới”⁸.

Bên cạnh đó, Chính phủ và các bộ, ngành đã ban hành một số văn bản liên quan như: Nghị quyết số 28/NQ-CP ngày 3-3-2021 của Chính phủ ban hành Chiến lược quốc gia về bình đẳng giới giai đoạn 2021-2030; Quyết

định số 1790/QĐ-TTg ngày 23-10-2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Truyền thông về bình đẳng giới đến năm 2030; Công văn số 739/BNV-CTTN&BDG ngày 28-3-2025 của Bộ Nội vụ về việc hướng dẫn triển khai công tác bình đẳng giới năm 2025; Công văn số 5897-CV/TWĐTN-BTG ngày 11-4-2025 của Ban Chấp hành Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh về việc triển khai công tác bình đẳng giới năm 2025. Theo đó, chú trọng “Xây dựng, phát hành các sản phẩm truyền thông; tăng cường tuyên truyền, phổ biến chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước về bình đẳng giới, vì sự tiến bộ của nữ thanh niên, phòng ngừa và ứng phó với bạo lực trên cơ sở giới trên các trang thông tin điện tử, mạng xã hội, fanpage của Đoàn, Hội, Đội các cấp và trong các hoạt động của địa phương, đơn vị [...] Tăng cường thực hiện số hóa trong truyền thông qua mạng xã hội nhằm tiếp cận tới nhiều đoàn viên, thanh thiếu niên, học sinh, sinh viên để lan tỏa mạnh mẽ hơn nữa bình đẳng giới và phòng ngừa, ứng phó với bạo lực trên cơ sở giới, tăng quyền năng cho nữ thanh niên và trẻ em gái. Xây dựng các ấn phẩm tuyên truyền trực quan trên internet, mạng xã hội như: infographic, motion graphic, video, phim ngắn về hoạt động bình đẳng giới, phòng chống bạo lực trên cơ sở giới, xóa bỏ định kiến giới”⁹...

2. Thực trạng truyền thông chính sách về bình đẳng giới cho thanh niên trên phương tiện truyền thông mới

Trong năm 2023, Cơ quan Liên hợp quốc về bình đẳng giới và trao quyền cho phụ nữ tại Việt Nam (UN Women Việt Nam) đã phối hợp với Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng

sản Hồ Chí Minh triển khai chiến dịch *Lên tiếng để chấm dứt bạo lực giới (Speak Up to End Gender-Based Violence)*. Chiến dịch hướng tới khuyến khích thanh niên và người có sức ảnh hưởng (influencer) sử dụng nền tảng mạng xã hội để lên tiếng chống lại bạo lực giới, đặc biệt là bạo lực đối với phụ nữ và trẻ em. Thông qua sự tham gia của hơn 80 người có sức ảnh hưởng trên các nền tảng như TikTok, Facebook và Instagram, chiến dịch đã lan tỏa mạnh mẽ thông điệp tích cực tới giới trẻ Việt Nam, với tổng lượt tiếp cận trực tuyến ước tính gần 4 triệu người dùng trong nước¹⁰.

Từ ngày 12-6 đến ngày 14-6-2024, UN Women Việt Nam đã phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức khóa Tập huấn truyền thông về bình đẳng giới và phòng, chống bạo lực giới cho hơn 50 cán bộ truyền thông đến từ các cơ quan báo chí và tổ chức chính trị - xã hội¹¹. Chương trình này nhấn mạnh vai trò của phương tiện truyền thông mới trong lan tỏa thông điệp về bình đẳng giới, kỹ năng sản xuất nội dung số và chia sẻ các công cụ truyền thông xã hội một cách hiệu quả. Chương trình tập huấn đã giúp các thành viên tham gia hiểu đúng về giới, bình đẳng giới; sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong truyền thông về bình đẳng giới; sử dụng công cụ *Lắng nghe mạng xã hội (Social Listening)* để đo lường ảnh hưởng, tác động của truyền thông về bình đẳng giới.

Bên cạnh đó, các trang báo điện tử và nền tảng số ngày càng tích cực hưởng ứng truyền thông chính sách về bình đẳng giới đến nhóm đối tượng thanh niên. Điển hình như: Báo điện tử Dân trí đăng tải video phóng sự *Lan tỏa đổi mới, thúc đẩy bình đẳng giới và phát triển thanh niên*, trong đó nêu rõ trách nhiệm, vai trò, định hướng hoạt động của Vụ

Thanh niên và Bình đẳng giới, Bộ Nội vụ. Mặt khác, những đổi mới trong ứng dụng công nghệ đã tạo cơ sở chủ động trong triển khai Chiến lược quốc gia về bình đẳng giới và chương trình truyền thông đến năm 2030; duy trì hiệu quả Tháng hành động vì bình đẳng giới và phòng, chống bạo lực giới¹². Ngày 28-6-2024, báo VietNamNet đã đăng tải nhiều bài viết xoay quanh các chủ đề về: 1) Truyền tải thông điệp về bình đẳng giới trong gia đình, đặc biệt ở gia đình vùng đồng bào dân tộc thiểu số, miền núi; 2) Truyền tải thông điệp tích cực về cuộc sống an toàn, hạnh phúc, không có bạo lực và phân biệt nam, nữ; 3) Phản ánh các vấn đề thực tế trong cuộc sống vẫn còn tồn tại ở các vùng dân tộc thiểu số, miền núi như: Tảo hôn, định kiến giới, khuôn mẫu giới. Qua đó, kêu gọi xóa bỏ hủ tục, xây dựng cộng đồng văn minh, gia đình hạnh phúc¹³.

Mặt khác, báo điện tử VnExpress đã tập trung đăng tải những tin, bài về những áp lực vô hình của người phụ nữ hiện đại, sự thay đổi vai trò giữa các thế hệ trong giáo dục giới tính cho trẻ em, kinh nghiệm từ một số chuyên gia, doanh nhân nữ, nhà hoạt động xã hội có nhiều đóng góp nổi bật... Để phát huy vai trò của phương tiện truyền thông mới một cách hiệu quả, VnExpress đã tích cực lan tỏa thông điệp về bình đẳng giới nhằm thu hút thanh niên tham gia các chiến dịch như: *Góc nhìn bình đẳng giới* (năm 2023), *Bình đẳng trong hẹn hò* (năm 2024)... Kết quả khảo sát cho thấy, có đến 78,5% số thanh niên được hỏi cho biết mình đã được tiếp cận khái niệm bình đẳng giới¹⁴.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, công tác truyền thông chính sách về bình đẳng giới cho thanh niên trên phương

tiện truyền thông mới còn tồn tại một số hạn chế, bất cập. Trước hết, hoạt động phối hợp giữa các bộ, ngành trong việc xác định thông điệp truyền thông có lúc, có nơi còn hình thức, chưa đi vào chiều sâu. Nội dung truyền thông về bình đẳng giới trên nền tảng truyền thông mới còn thiếu chiều sâu, chưa khai thác các chủ đề gắn với định kiến giới trong giáo dục, việc làm, giới tính... Phần lớn các thông điệp còn mang tính tuyên truyền, khẩu hiệu và chưa phù hợp với đặc thù văn hóa của các nhóm thanh niên (thanh niên đô thị, thanh niên nông thôn, thanh niên dân tộc thiểu số, thanh niên khuyết tật...). Mặt khác, đa số nguồn kinh phí thực hiện chiến dịch truyền thông còn phụ thuộc vào ngân sách nhà nước và sự hỗ trợ của các tổ chức quốc tế. Hoạt động đánh giá hiệu quả truyền thông vẫn chủ yếu dựa vào số lượt tương tác thay vì khảo sát định lượng về sự thay đổi nhận thức hoặc hành vi của từng nhóm thanh niên. Chiến lược liên ngành về truyền thông bình đẳng giới dành riêng cho thanh niên chưa được quan tâm đúng mức, hệ thống đo lường hiệu quả truyền thông chưa rõ ràng. Theo Báo cáo PAPI (năm 2023), nhóm dân tộc thiểu số có mức độ tiếp cận internet thấp hơn từ 10 đến 20 điểm phần trăm so với nhóm người Kinh¹⁵. Điều này phản ánh khoảng cách rõ rệt về cơ hội tiếp cận thông tin chính sách trên nền tảng số, trong đó thanh niên dân tộc thiểu số là một trong những nhóm có nhiều rào cản, hạn chế trong tiếp cận truyền thông chính sách về bình đẳng giới.

3. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách về bình đẳng giới cho thanh niên trên phương tiện truyền thông mới thời gian tới

Một là, hoàn thiện chiến lược truyền thông số liên ngành về bình đẳng giới giai đoạn

2025-2030. Trong đó, xác định rõ mục tiêu cho từng nhóm đối tượng thanh niên ở các khu vực cụ thể như: Đô thị, nông thôn, dân tộc thiểu số... Để đảm bảo tính khả thi và hiệu quả, chiến lược truyền thông chính sách về bình đẳng giới hướng tới thanh niên cần được xây dựng trên cơ sở dữ liệu thực chứng. Việc tiến hành điều tra, khảo sát thực địa giúp nắm bắt chính xác nhu cầu, nhận thức, thái độ và hành vi của thanh niên đối với vấn đề bình đẳng giới. Qua đó, nội dung và hình thức truyền thông sẽ phù hợp với đặc điểm vùng miền, giới tính và trình độ tiếp nhận thông tin, góp phần nâng cao hiệu quả truyền thông và thúc đẩy thay đổi nhận thức trong giới trẻ... Đồng thời, cần gắn kết giữa các bộ, ngành với tổ chức đoàn thể, trường đại học, tổ chức xã hội và chuyên gia truyền thông... để bảo đảm tính khoa học, thực tiễn và khả thi trong triển khai.

Hai là, chú trọng xây dựng các nền tảng truyền thông số tương tác dành riêng cho thanh niên. Điển hình như: Cổng thông tin điện tử, ứng dụng di động, nền tảng mạng xã hội chuyên biệt tích hợp nội dung truyền thông chính sách giới... Cần chú trọng xây dựng các nền tảng truyền thông số tương tác dành riêng cho thanh niên, tích hợp nội dung về bình đẳng giới một cách sáng tạo, gần gũi và dễ tiếp cận. Các nền tảng này nên khai thác, sử dụng hình thức truyền thông hiện đại như video ngắn, podcast, trò chơi tương tác hoặc diễn đàn trực tuyến... nhằm thu hút sự tham gia chủ động của thanh niên. Thông qua đó, thông điệp bình đẳng giới được lan tỏa mạnh mẽ, góp phần hình thành nhận thức tích cực trong giới trẻ.

Ba là, tăng cường đầu tư cho công tác đào tạo và bồi dưỡng chuyên sâu về kỹ năng truyền thông số. Trong đó, chú trọng hai

nhóm: 1) Cán bộ truyền thông ở cơ sở; 2) Đội ngũ sáng tạo nội dung trẻ. Nội dung đào tạo cần tập trung vào kỹ thuật kể chuyện kỹ thuật số (digital storytelling), kỹ năng sản xuất video ngắn, podcast, thiết kế hình ảnh truyền thông và khai thác dữ liệu người dùng để điều chỉnh nội dung phù hợp. Ngoài ra, các cơ quan, đơn vị liên quan cần tổ chức các cuộc thi sáng tạo nội dung về bình đẳng giới dành cho sinh viên, học sinh và cộng đồng. Đây không chỉ là sân chơi ý nghĩa nhằm nâng cao nhận thức về bình đẳng giới trong giới trẻ, mà còn là cơ hội để phát hiện và bồi dưỡng thế hệ trẻ có tư duy sáng tạo, am hiểu truyền thông số và có khả năng lan tỏa thông điệp tích cực đến cộng đồng.

Bốn là, ứng dụng công nghệ AI, dữ liệu lớn (Big Data) và các công cụ phân tích hành vi trực tuyến nhằm tối ưu hóa nội dung truyền thông chính sách về bình đẳng giới dành cho thanh niên. Các công cụ này có thể giúp phát hiện xu hướng, mối quan tâm, thói quen tiếp nhận thông tin của từng nhóm thanh niên theo vùng miền, độ tuổi, giới tính, từ đó xây dựng thông điệp và hình thức truyền thông phù hợp. Thông qua việc phân tích dữ liệu người dùng, các cơ quan có thể xây dựng thông điệp phù hợp với từng nhóm đối tượng, cá nhân hóa nội dung và lựa chọn kênh truyền thông hiệu quả. Đồng thời, nghiên cứu, xây dựng kế hoạch theo dõi mức độ tương tác, đánh giá tác động truyền thông và điều chỉnh chiến lược kịp thời.

Năm là, thiết lập cơ chế phối hợp thường trực giữa các cơ quan có liên quan như Bộ Nội vụ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh và các tổ chức quốc tế... trong triển khai truyền thông chính sách về bình

đẳng giới dành cho thanh niên. Hình thành các ban chỉ đạo chiến dịch truyền thông liên ngành có phân công nhiệm vụ rõ ràng, thường xuyên tổ chức họp giao ban, chia sẻ dữ liệu, thống nhất thông điệp và phương thức truyền thông. Bên cạnh đó, khuyến khích sự tham gia của người có uy tín, nhà sáng tạo nội dung (KOLs) trong việc đồng kiến tạo nội dung truyền thông, tạo hiệu ứng lan tỏa rộng rãi trong giới trẻ.

Sáu là, xây dựng bộ chỉ số đánh giá hiệu quả truyền thông chính sách về bình đẳng giới trên phương tiện truyền thông mới một cách hệ thống và khoa học. Bộ chỉ số cần bao gồm cả chỉ số định lượng (số lượt tiếp cận, tương tác, chia sẻ, thời gian xem trung bình...) và chỉ số định tính (mức độ thay đổi nhận thức, thái độ, hành vi về giới thông qua khảo sát, thảo luận nhóm...). Bộ chỉ số này cần được áp dụng thống nhất trong các chiến dịch truyền thông liên ngành, là cơ sở để điều chỉnh chiến lược truyền thông và phân bổ nguồn lực hợp lý.

Bảy là, hình thành đội ngũ sáng tạo nội dung trẻ có hiểu biết về bình đẳng giới, năng lực truyền thông số và khả năng sáng tạo thông điệp truyền thông phù hợp với tâm lý,

ngôn ngữ và văn hóa thanh niên. Việc phát triển đội ngũ này cần được thực hiện thông qua các chương trình tuyển chọn, đào tạo, “ươm mầm” tài năng tại các cơ sở giáo dục, tổ chức đoàn thể, trung tâm truyền thông. Đồng thời, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ tài chính, kỹ thuật, nền tảng công nghệ để cộng đồng sáng tạo nội dung có thể duy trì hoạt động, nâng cao chất lượng sản phẩm và chủ động tham gia truyền thông chính sách về bình đẳng giới như một phần trong hệ sinh thái truyền thông quốc gia.

Như vậy, truyền thông chính sách về bình đẳng giới cho thanh niên trên phương tiện truyền thông mới đang ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng nhận thức, thay đổi hành vi và thúc đẩy sự tham gia tích cực của giới trẻ vào tiến trình phát triển xã hội bền vững. Thời gian tới, để nâng cao hiệu quả của công tác này, cần thực hiện đồng bộ các nhóm giải pháp cụ thể, có lộ trình rõ ràng. Khi được triển khai bài bản, hệ thống truyền thông chính sách về bình đẳng giới sẽ trở thành lực đẩy mạnh mẽ góp phần hình thành thế hệ thanh niên tiến bộ, bình đẳng, chủ động xây dựng xã hội văn minh và nhân văn trong thời đại số ■

¹ Xem: *Năm 2025, dân số Việt Nam thay đổi thế nào?*, <https://vnpa.moh.gov.vn/tin-tong-hop/nam-2025-dan-so-viet-nam-thay-doi-the-nao>

² Xem: Hà Văn, *Thủ tướng: 20 triệu thanh niên sẽ quyết định vị thế và tâm vóc của Việt Nam trong kỷ nguyên số*, <https://baochinhphu.vn>, ngày 24-3-2025.

³ Xem: DataReportal, *We are social, Digital 2024: Vietnam*, <https://datareportal.com>, February 23, 2024.

⁴ Xem: Srinivas R.Melkote, H.Leslie Steeves, *Communication for Development in the Third World: Theory and Practice for Empowerment*, SAGE Publications, 2001, p.89.

⁵ Xem: Elihu Katz, Paul F.Lazarsfeld, *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, The Free Press, 1955, p.32.

⁶ Xem: Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory (6th edition)*, SAGE Publications, 2010, p.137.

⁷ Quốc hội, *Luật Thanh niên*, Luật số 57/2020/QH14, ngày 16-6-2020, Điều 1.

- ⁸ Quốc hội, *Luật Bình đẳng giới*, Luật số 73/2006/QH11, ngày 29-11-2006, Điều 25.
- ⁹ Ban Chấp hành Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh, *Công văn số 5897-CV/TWĐTN-BTG ngày 11-4-2025 về việc triển khai công tác bình đẳng giới năm 2025*.
- ¹⁰ Xem: Lưu Thu Hương, *Social influencers in Viet Nam join UN Women to urge end to abuse of women and children*, <https://asiapacific.unwomen.org>, July 5, 2023.
- ¹¹ Xem: *UN Women tổ chức tập huấn truyền thông về bình đẳng giới và phòng ngừa, ứng phó với bạo lực trên cơ sở giới*, <https://baophapluat.vn>, ngày 13-6-2024.
- ¹² Xem: Hằng Nguyễn, Sơn Nguyễn, *Lan tỏa đổi mới, thúc đẩy bình đẳng giới và phát triển thanh niên*, <https://dantri.com.vn>, ngày 10-6-2025.
- ¹³ Xem: Phạm Mai, *Cuộc thi sáng tác sản phẩm truyền thông về bình đẳng giới “Rẻo cao hạnh phúc”*, <https://www.vietnamplus.vn>, ngày 28-6-2024.
- ¹⁴ Xem: Hội Liên hiệp phụ nữ Việt Nam, Hội Nhà báo Việt Nam, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia “Phụ nữ với 100 năm báo chí cách mạng Việt Nam”*, Nxb. Phụ nữ Việt Nam, Hà Nội, 2025, tr.133.
- ¹⁵ Xem: UNDP, *The Viet Nam Provincial Governance and Public Administration Performance Index: Measuring Citizens' Experiences, 2023*, https://papi.org.vn/wp-content/uploads/2024/04/PAPI2023_REPORT_ENG.pdf, tr.28.



GIỚI THIỆU SÁCH

QUẢN ĐẠO GIÁO VỚI MỘT SỐ VẤN ĐỀ LỊCH SỬ VÀ TÔN GIÁO Ở VIỆT NAM

TÁC GIẢ: TS. NGUYỄN THẾ HÙNG

Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật

Năm xuất bản: 2025

Số trang: 267

Đạo giáo là một tôn giáo cổ, tồn tại lâu dài trong lịch sử Trung Quốc, gắn liền với tư tưởng của Lão Tử trong Đạo Đức kinh. Đạo giáo lan tỏa sang nhiều quốc gia Đông Á, trong đó có Việt Nam, hòa quyện với tín ngưỡng bản địa và các tôn giáo khác, ảnh hưởng sâu rộng trong đời sống tinh thần và văn hóa dân gian của người Việt. Một trong những dấu ấn rõ nét của Đạo giáo tại Việt Nam chính là hệ thống quán Đạo giáo - những công trình thờ phụng các vị thần như: Tam Thanh, Ngọc Hoàng, Huyền Thiên Trấn Vũ, Cửu Thiên Huyền Nữ...

Cuốn sách *Quản Đạo giáo với một số vấn đề lịch sử và tôn giáo ở Việt Nam* không chỉ góp phần nghiên cứu lịch sử và tôn giáo Việt Nam; hướng tới những nhận thức ngày càng sâu sắc, toàn diện hơn về Đạo giáo, Tam giáo, mà còn là một tài liệu chuyên khảo có giá trị trong công tác quản lý di tích; làm cơ sở cho việc giữ gìn, bảo vệ, định hướng khai thác, phát huy giá trị kiến trúc, nghệ thuật tôn giáo cũng như các lễ hội, sinh hoạt văn hóa, tâm linh diễn ra trong các không gian văn hóa, kiến trúc truyền thống hiện nay.

Cuốn sách gồm 4 chương: *Chương I*: Khái lược về Đạo giáo và quán Đạo giáo; *Chương II*: Đặc trưng kiến trúc quán Đạo giáo khu vực phía Tây Hà Nội; *Chương III*: Hiện vật trong quán Đạo giáo khu vực phía Tây Hà Nội; *Chương IV*: Quán Đạo giáo khu vực phía Tây Hà Nội với một số luận bàn gắn với vấn đề lịch sử và tôn giáo ■

NHƯ MAI giới thiệu