

TRUYỀN THÔNG VIỆT NAM TRONG THỜI ĐẠI CÔNG NGHỆ 4.0

I ĐỖ QUANG MINH

Email: doquangminh@spnttw.edu.vn

Trường ĐHSP Nghệ thuật Trung ương

VIETNAM COMMUNICATION IN THE AGE OF 4.0 TECHNOLOGY

TÓM TẮT

ABSTRACT

Việt Nam là một trong những quốc gia có tốc độ phát triển Internet hàng đầu khu vực Đông Nam Á và trên thế giới. Đó là nền tảng quan trọng để truyền thông nước ta bước vào thời đại Cách mạng Công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0). Hiện nay, với cơ hội, thách thức và tác động của cuộc CMCN 4.0 hoạt động quản lý truyền thông ở Việt Nam phải đối mặt với nhiều vấn đề quản lý trên không gian số “mở” và “ảo”. Những vấn đề về an ninh truyền thông, hacker (tin tặc), fake new (tin giả), các loại tội phạm thông tin rất nguy hiểm đối với an ninh chính trị, kinh tế, văn hóa- xã hội... Do vậy, truyền thông của Việt Nam cần đổi mới tư duy và cách thức quản lý từ truyền thông sang hiện đại. Từ đó đề ra giải pháp cấp bách và lâu dài nhằm phát triển và nâng cao hiệu quả quản lý truyền thông trong tình hình mới.

Từ khóa: Truyền thông, công nghệ 4.0

Vietnam is a country with the leading Internet development speed in Southeast Asia and in the world. It is an important foundation for our country's media to enter the era of Industrial Revolution 4.0 (Industry 4.0). Currently, with the opportunities, challenges and impacts of the Fourth Industrial Revolution, media management activities in Vietnam face many management problems in the "open" and "virtual" digital space. Problems of media security, hackers (hackers), fake New (fake news), information crimes are very dangerous to political, economic, cultural and social security... Therefore, Vietnam's media needs to renew its thinking and management methods from traditional to modern. From there, propose urgent and long-term solutions to develop and improve the efficiency of communication management in the new situation.

Keywords: Communication, technology 4.0

Mở đầu

Sự phát triển nhanh chóng của khoa học và công nghệ trong thế kỷ 21 đưa loài người bước vào thời đại Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) ở mọi lĩnh vực của đời sống tinh thần và vật chất, từ sản xuất, đến tiêu dùng trong xã hội. Cụm từ “Cách mạng công nghiệp 4.0” trở thành cụm từ được nhắc đến với tần suất rất cao không chỉ trong các văn kiện của Đảng, nghị quyết của Chính phủ, trên các trang báo in, trong rất nhiều cuộc thảo luận, hội nghị, hội thảo, trên giảng đường đại học, kể cả trên các trang mạng xã hội. Cuộc CMCN 4.0 đang tạo ra những tác động sâu sắc và to lớn ở nhiều lĩnh vực không chỉ kinh tế, xã hội và môi trường, cả lối sống, phong cách làm việc, cách thức giao tiếp của người dân, trong nhiều hoạt động của chính phủ thông qua những cụm từ: Chính phủ số, Kinh tế số, Xã hội số, Công dân số,... Đây không chỉ chủ đề thu hút sự quan tâm của các nhà nghiên cứu trong giới học thuật, chuyên môn mà còn là chủ đề được cho là có tính thời sự, đối với đông đảo tầng lớp nhân dân ở nước ta.

1. Cơ hội, thách thức và tác động từ cách mạng công nghiệp 4.0 với truyền thông.

Có thể nói cuộc CMCN 4.0 tạo ra nhiều cơ hội cũng như thách thức. Một mặt, CMCN 4.0 tạo ra những cơ hội mang tính tích cực, là bước ngoặt cho Việt Nam theo kịp với xu hướng phát triển của thế giới. Mặt khác, CMCN 4.0 cũng đặt ra không ít thách thức và tác động đòi hỏi Việt Nam phải tiến hành đổi mới nhận thức về quản trị quốc gia để hội nhập mạnh mẽ hơn với thế giới mà không bị tụt hậu khỏi xu thế của thời đại.

Về cơ hội

CMCN 4.0 thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, góp phần cải thiện đáng kể năng lực sản xuất, giảm thiểu chi phí vận chuyên và thông tin liên lạc, giảm nguy cơ lạm phát, tối ưu hóa chuỗi cung ứng toàn cầu, đa dạng hóa thị trường và các kênh giao thương. CMCN 4.0 đang tạo ra những tác động hết sức tích cực và bền vững đến môi trường thông qua sự thúc đẩy của công nghệ tiết kiệm năng lượng, nguyên vật liệu và công nghệ

thân thiện với môi trường, năng lượng xanh, kinh tế tuần hoàn,... Các công nghệ giám sát môi trường cũng đang phát triển nhanh do nhận được sự hỗ trợ từ Internet kết nối vạn vật và dữ liệu lớn (Big data), giúp thu thập và xử lý thông tin liên tục theo thời gian thực. CMCN 4.0 tạo động lực nâng cao chất lượng cuộc sống với việc mở rộng mạng lưới kết nối, tiếp cận các dịch vụ tiện ích cá nhân như: đặt vé qua mạng, mua hàng trực tuyến, giải trí đa phương tiện, và truy xuất thông tin không giới hạn... Những đột phá của cuộc CMCN 4.0 đang tạo ra một thế giới công nghệ số thông minh, tiết kiệm và hiệu quả hơn, giúp cho mọi hoạt động học tập, trao đổi, lao động và sinh hoạt hàng ngày của con người trở nên đơn giản và dễ dàng hơn rất nhiều.

Về thách thức

CMCN 4.0 đang tạo ra những thách thức rất lớn trên phạm vi toàn cầu trên mọi mặt của đời sống xã hội. Những thách thức có thể kể đến như: nguy cơ gia tăng phân tầng xã hội, vấn đề việc làm, vấn đề xung đột và an ninh quốc gia, tội phạm công nghệ cao xuất hiện ngày một nhiều với hình thức hoạt động phức tạp nhất là trong lĩnh vực kinh tế. CMCN 4.0 đang tạo ra nguy cơ gia tăng khoảng cách giàu nghèo, sự phân cấp sâu sắc giữa lao động trình độ cao (lương cao) với lao động trình độ thấp, thu nhập thấp không ổn định. Vấn đề việc làm đang là điều đáng quan ngại nhất hiện nay trong cuộc CMCN 4.0. Với việc sử dụng người máy và các công nghệ tự động hóa, quá trình sản xuất trở nên hiệu quả và nhanh chóng hơn rất nhiều. Điều này khiến cho mọi quốc gia nhiều người lao động, đặc biệt là nhóm lao động giản đơn đối mặt với tình trạng thất nghiệp.

Về tác động

CMCN 4.0 tác động đến công tác quản lý và thực thi các hoạt động truyền thông ở cả chiều rộng lẫn chiều sâu, từ các cơ quan quản lý, cơ quan chức năng của Đảng, Nhà nước tới các doanh nghiệp, tổ chức, từ cấp lãnh đạo, quản lý đến các cấp thực thi trên rất nhiều lĩnh vực khác nhau. Công nghệ và thiết bị tiên tiến trong CMCN 4.0 sẽ ngày càng cho phép người dân tiếp cận gần và nhanh hơn với Chính phủ và các cơ quan chức năng để nêu ý kiến và cùng phối hợp hoạt động. Mặt khác, Chính phủ và các cơ quan chức năng cũng ngày càng phải đối mặt với sự tương tác của công chúng vào quy trình đưa ra các quyết định liên quan đến chính sách xã hội. Khi vai trò của người dân là hiện hữu trong việc thực thi chính sách phát triển kinh tế, văn hóa - xã hội. Chính phủ và các cơ quan chức năng chính phủ phải đối mặt với trách nhiệm giải trình trước công chúng trong việc đưa ra các quyết sách, cũng như đảm bảo kênh thông tin chính thống tạo ra những ảnh hưởng tích cực, hạn chế các xung đột, mâu thuẫn, góp phần đảm bảo an ninh, kinh tế - xã hội phát triển lành mạnh và bền vững.

2. Quản lý truyền thông trong bối cảnh Công nghệ 4.0

Những thách thức và tác động của CMCN 4.0 đối với truyền thông nêu trên đang đòi hỏi đối quản trị quốc gia nói chung và quản lý truyền thông nói riêng. Nhà nước cần xác định rõ các vấn đề cần đặt ra để có các chính sách, giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả công tác quản lý truyền thông trong thời đại CMCN 4.0. Sự thích ứng của quản lý truyền thông với CMCN 4.0 đòi hỏi ở tất cả các yếu tố của quá trình truyền thông, chủ thể truyền thông, nội dung thông điệp truyền thông, các loại hình và sản phẩm truyền thông... Quản lý truyền thông ở Việt Nam cần có những bước hội nhập phù hợp với xu thế chung của truyền thông trên thế giới, nhưng phải gắn với thực tiễn ở nước ta hiện nay để nhận thức về quản lý truyền thông trong bối cảnh CMCN 4.0.

Một là, các loại hình truyền thông truyền thống do phải đối mặt với công nghệ số. Nên người làm truyền thông cũng cần phải nắm bắt những xu hướng mới trong quá trình tác nghiệp. Công nghệ số cũng đòi hỏi các phóng viên, nhà báo, các chuyên gia trong lĩnh vực truyền thông phải có các kỹ năng tổng hợp như: Viết bài, quay phim, chụp ảnh, thiết kế đồ họa, dựng hình,... trên nền tảng số hóa. Nhà quản lý thì phải thay đổi cách thức quản lý, vận hành và tổ chức quy trình truyền thông tại cơ quan báo chí hay tổ chức truyền thông theo hướng đồng bộ, tinh gọn và hiệu quả. Sự phát triển của mạng xã hội cũng đòi hỏi những người làm truyền thông phải có sự linh hoạt, nhạy bén để phân tích và xử lý dữ liệu, thông tin một cách khoa học, nhanh chóng và chính xác. Đồng thời người làm truyền thông phải có kỹ năng chọn lọc và tìm ra được các góc độ tiếp cận mang tính thời sự thu hút sự quan tâm của dư luận xã hội.

Hai là, các công nghệ được sử dụng trong truyền thông không ngừng biến đổi dẫn đến sự thay đổi trong hành vi tiếp nhận các sản phẩm truyền thông của công chúng. Khác với việc tiếp nhận thông tin thụ động như trước đây, hiện nay công chúng không chỉ chủ động lựa chọn thông tin, quyết định thông tin mình muốn tiếp nhận mà còn chủ động tham gia vào quá trình truyền thông và góp phần tạo nên thông điệp cho quá trình truyền thông đó. Đặc biệt, trong thời đại CMCN 4.0, truyền thông mang đậm dấu ấn của xã hội đã tạo ra thể hệ công chúng 4.0. Mạng xã hội với đặc điểm kết nối và giao lưu giữa người dùng, nên nhanh chóng trở thành “cộng đồng” đông dân cư nhất. Với sự phát triển, xâm lấn mạnh mẽ của mạng xã hội, đã thay đổi cách chúng ta giao tiếp và cách làm truyền thông với công chúng trong kỷ nguyên số. Mạng xã hội thúc đẩy tạo ra một xã hội thông tin ở đó mỗi công chúng trở thành một kênh thông tin. Mỗi công chúng thế hệ 4.0 giờ đây đều có thể trở thành kênh thông tin truyền thông mang dấu ấn báo chí

CULTURE

cá nhân, mỗi cá nhân đó đều có thể trở thành nguồn cung cấp thông tin. Công chúng đã vượt ra khỏi phạm vi bị động trong quá trình thông tin truyền thông mà trở thành người làm chủ, có sức ảnh hưởng nhất định khi tham gia vào nền tảng số trong lĩnh vực truyền thông. Do đó, truyền thông phải thay đổi hình thức, nội dung thông điệp trong các loại hình, các kênh truyền thông, phù hợp với cách vận hành trên mạng xã hội thông qua các nền tảng số hóa. CMCN 4.0 đã tạo ra một xã hội thông tin, một không gian mạng hoàn toàn khác biệt so với không gian địa lý truyền thống, dẫn đến môi trường truyền thông, cách thức truyền thông và cách thức tiếp nhận sản phẩm truyền thông cũng có nhiều khác biệt so với trước đây. Tuy vậy, cách thức quản lý thông tin truyền thông của nước ta vẫn đi theo quan điểm quản lý truyền thống. Trong khi, mạng xã hội đang tạo ra một không gian bình đẳng, dân chủ, linh hoạt và cởi mở, thì tư duy quản lý vẫn theo hướng một chiều, cứng nhắc và thiếu linh hoạt. Hiện tượng các ý kiến trái chiều phản đối Luật Đặc khu và Luật An ninh mạng xảy ra thời gian qua là một ví dụ cho thấy công tác quản lý thông tin và truyền thông còn phản ứng chậm chạp và chưa đạt hiệu quả. Ở nước ta, cũng cần có sự đổi mới tư duy và cách thức trong quản lý truyền thông nói chung và quản lý không gian mạng nói riêng. Để vừa đảm bảo sự phát triển truyền thông mạnh mẽ và đúng hướng, phù hợp với sự phát triển xã hội trong xu thế hội nhập, vừa phải đảm bảo an ninh xã hội, đảm bảo chủ quyền quốc gia. Việc Quốc hội thông qua Luật An ninh mạng là cần thiết nhằm đảm bảo hoạt động trên không gian mạng không gây phương hại đến an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội, quyền và lợi ích hợp pháp của các tổ chức và cá nhân.

Ba là, cùng với sự phát triển của các nền tảng truyền thông số hóa, công tác chỉ đạo, quản lý truyền thông đang gặp không ít khó khăn. Sự bùng nổ của mạng xã hội như Facebook, Youtube,... khiến cho các cơ quan chức năng khó khăn trong kiểm soát thông tin. Công tác quản lý truyền thông phải đối mặt với các vấn đề quản lý thông tin trên một không gian số “mở”, “ảo”. Những vấn đề về an ninh truyền thông, hacker (tin tặc), tin giả (fake new), các loại tội phạm thông tin đặc biệt nguy hiểm. Do vậy, việc đưa ra biện pháp hợp lý để hạn chế ảnh hưởng xấu của các thông tin sai lệch trên mạng đối với dư luận xã hội là điều vô cùng cấp thiết. Cần học hỏi kinh nghiệm của các nước về quản lý truyền thông với điều kiện và xu thế phát triển 4.0 như hiện nay. Các quốc gia như Mỹ, Anh, Pháp, Nhật Bản, Hàn Quốc,... có ngành truyền thông phát triển nhất trên thế giới, đã liên tục nghiên cứu, sáng tạo và cập nhật những phương pháp mới, ứng dụng mới để áp dụng vào truyền thông và quản lý truyền thông rất bài bản, chặt chẽ, hiệu quả. Chẳng hạn, Trung Quốc đã thực thi rất nhiều chính sách để quản lý, trong đó cơ quan chức năng đã ban hành các

quy định mới nhằm ngăn chặn tình trạng lan truyền lời đồn thông tin sai sự thật trên Internet. Văn bản của Tòa án Nhân dân tối cao và Viện Kiểm sát nhân dân tối cao Trung Quốc đã quy định một bài viết trên mạng có tính bôi nhọ được chuyển tiếp hơn 500 lần hoặc hơn có thể khiến tác giả phải chịu án tù. Tại Singapore, Chính phủ cũng đưa ra nhiều biện pháp xử lý nghiêm khắc thông tin mạng ảnh hưởng đến trật tự xã hội. Các công ty cung cấp các dịch vụ mạng xã hội trên lãnh thổ Singapore phải thực hiện các quy định chặt chẽ, bao gồm từ việc xin giấy phép hoạt động đến việc cung cấp thông số, thông tin tài khoản mạng xã hội của người dùng theo yêu cầu của chính quyền để phục vụ các cuộc điều tra tội phạm; phải chịu trách nhiệm về các nội dung đã công bố trên các phương tiện truyền thông, mạng xã hội, phải chịu các hình phạt tài chính, bị thu hồi giấy phép, đình chỉ hoạt động tùy theo mức độ vi phạm...[2]. Ở Mỹ, tháng 4/2018, người sáng lập ra Facebook Mark Zuckerberg đã phải ra điều trần trước Quốc hội Mỹ về vụ bê bối dữ liệu người dùng và làm ảnh hưởng đến kết quả cuộc bầu cử Tổng thống Mỹ năm 2016

Như vậy, trong cuộc CMCN 4.0, các quốc gia đã và đang tham gia rất mạnh mẽ và chủ động và đang tiến hành các biện pháp quản lý truyền thông và quản lý thông tin trên mạng xã hội một cách bài bản và có tính hệ thống. Việt Nam cũng cần học hỏi kinh nghiệm từ các nước đi trước đó để việc đẩy mạnh quản lý theo hướng bài bản, chặt chẽ và hiệu quả. Luật An ninh mạng của Việt Nam được ban hành 2019, cách đây 3 năm chính là đòi hỏi của thực tiễn để Việt Nam trải nghiệm công tác quản lý truyền thông theo lối tư duy và cách thức mới.

Bốn là, cần phải xác định rõ thực trạng phát triển truyền thông và quản lý truyền thông ở Việt Nam hiện nay. Trong bối cảnh chung, có thể nhận định đặc điểm lớn nhất của sự phát triển truyền thông, quản lý truyền thông trong điều kiện hiện nay đó là quản lý các dữ liệu, khai thác các dữ liệu, sự kết nối mang tính tương tác, kết nối sản xuất các chương trình... Việc quản lý thông tin và dữ liệu ngày càng trở nên phức tạp và khó khăn trước sự phát triển như vũ bão của các nền tảng mạng xã hội. Hằng ngày, lượng thông tin trên Facebook, Youtube, Zalo,... đạt tới một con số khổng lồ. Việc ngăn chặn các thông tin sai lệch, có hành vi chống phá Đảng và Nhà nước, gây hoang mang dư luận ngày càng trở nên khó khăn. Do vậy, các cơ quan chức năng, những nhà quản lý truyền thông hiện nay cần phải tìm ra được giải pháp để một mặt vừa có thể quản lý thông tin, một mặt lại không kìm hãm sự phát triển của truyền thông. Cần xác định rõ, một trong những khó khăn lớn của hoạt động truyền thông và quản lý truyền thông ở nước ta đang gặp phải đó chính là cơ sở vật chất, kỹ thuật và công nghệ thông tin. Mặc dù những lý thuyết và phương

CULTURE

pháp mới ứng dụng trong truyền thông đều được nghiên cứu nhưng việc áp dụng vẫn còn hạn chế. Công nghệ thông tin và truyền thông phát triển vượt bậc khiến nhận thức của cơ quan quản lý thậm chí trở nên lạc hậu. Có không ít những người làm truyền thông không theo kịp tốc độ thay đổi của công nghệ. Đây là bài toán đặt ra cho những nhà lãnh đạo, những người quản lý truyền thông. Làm cách nào để đảm bảo cơ sở hạ tầng, công nghệ cho truyền thông phát triển? làm sao để có thể đào tạo được nguồn nhân lực vừa có bản lĩnh chính trị, vừa có chuyên môn, kỹ thuật cao? Một đặc điểm của công nghệ truyền thông hiện nay là ranh giới giữa nhà báo chuyên nghiệp và không chuyên. Tức là các công dân mạng, cư dân mạng là rất gần, thậm chí họ đang trở thành những nhà báo tự do, nhà báo xã hội. Câu hỏi đặt ra là: cần phải đổi mới, nâng cao năng lực, trình độ của người làm truyền thông, của người quản lý truyền thông như thế nào?

Năm là, về vấn đề nhân lực: các nhà khoa học, các nhà nghiên cứu, các chuyên gia, những người làm công tác giảng dạy và đào tạo, những người làm nghề truyền thông cần hệ thống các kiến thức lý luận và thực tiễn về truyền thông và quản lý truyền thông, từ đó giúp hình thành nhân sinh quan, thế giới quan chung khi tiếp cận và giải quyết vấn đề quản lý truyền thông trong bối cảnh CMCN 4.0. Bên cạnh việc cập nhật những lý thuyết mới, mô hình mới về truyền thông, cần phải vận dụng phù hợp với thực trạng tình hình trong nước và với cơ quan, tổ chức của mình, cần đúc rút các bài học về quản lý để xây dựng chính sách quản lý phù hợp từ cấp vi mô đến vĩ mô. Cần đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ, áp dụng các phương pháp mới trong thực hành truyền thông để những người làm báo, tạp chí, truyền thông có thể phát triển tối đa khả năng của mình trong việc truyền tải thông tin đến với công chúng. Những người làm biên tập, viết báo trong thời đại mới phải có bản lĩnh chính trị, chuyên môn nghiệp vụ và đạo đức nghề nghiệp; trong đó cần chú trọng kỹ năng tác nghiệp với các phương tiện khác nhau và các kỹ năng viết tin, bài. Các nhà quản lý, lãnh đạo cần phải có các cơ chế, chính sách mới để tạo điều kiện cho truyền thông phát triển. Cần thúc đẩy việc trang bị cơ sở hạ tầng về công nghệ phục vụ các công tác đào tạo trực tuyến và đào tạo thực hành. Cần xây dựng chuẩn đầu ra cho sinh viên ngành truyền thông vừa nắm vững kiến thức, kỹ năng làm báo, vừa giỏi ngoại ngữ, vừa có khả năng làm việc đa ngành, vừa nắm vững các kỹ năng về công nghệ truyền thông, vừa có kỹ năng truy cập, chọn lọc và xử lý thông tin từ dữ liệu lớn... Cần tăng cường nghiên cứu, trao đổi học thuật, liên kết đào tạo truyền thông đối với các cơ sở đào tạo, các trường đại học uy tín về truyền thông trên thế giới. Cần xác định đào tạo truyền thông là hoạt động mũi nhọn giúp cung cấp nguồn nhân sự truyền thông, đội

ngũ làm truyền thông chất lượng cao đáp ứng yêu cầu của giai đoạn hiện nay.

Kết luận

Có thể nói cuộc CMCN 4.0 là một bước ngoặt lớn trong lịch sử thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng, nó đã tạo ra cho xã hội chúng ta nhiều cơ hội mang tính tích cực, mặt khác cũng đặt ra không ít thách thức và tác động đòi hỏi Việt Nam phải tiến hành đổi mới nhận thức về quản trị quốc gia để hội nhập mạnh mẽ hơn với thế giới mà không bị tụt hậu khỏi xu thế của thời đại. Để cuộc CMCN 4.0 thực sự đạt được hiệu quả tích cực đối với sự phát triển chung của đất nước, đòi hỏi cần phải có phương hướng, giải pháp cấp bách và lâu dài nhằm phát triển ngành truyền thông và nâng cao hiệu quả quản lý truyền thông. Từ những vấn đề đặt ra đối với công tác truyền thông và quản lý truyền thông tại Việt Nam hiện nay, cần phải phân tích kỹ lưỡng và đưa ra những giải pháp, kiến nghị nhằm thúc đẩy sự phát triển của ngành truyền thông trong bối cảnh CMCN 4.0

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phan Xuân Dũng (2018), *Cách mạng công nghiệp lần thứ tư: Cuộc Cách mạng của sự hội tụ và tiết kiệm*, Nxb Khoa học và kỹ thuật, Hà Nội.
2. Nguồn: Diễn đàn Kinh tế thế giới 2016 “*Tương lai của công việc: việc làm, kỹ năng và chiến lược phát triển lực lượng lao động cho cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4*” (World Economic Forum 2016, “*The Future of Jobs: Employment, Skills, and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution*”)
3. Lê Minh Toàn, (2009), *Quản lý nhà nước về thông tin và truyền thông*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
4. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2017), *Luật báo chí*.
5. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2019), *Luật An ninh mạng*.