



HIỂU BIẾT VỀ CÁC PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI QUA MỘT SỐ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG TẠI MỸ

NGUYỄN THÚY LINH*

Thế giới truyền thông đã có những sự thay đổi đáng kể

Vào năm 2006, Netflix không có dịch vụ phát trực tuyến mà mới chỉ là dịch vụ gửi DVD qua thư; chưa có iPhone, BlackBerry với bàn phím Chiclet nhỏ là đỉnh cao của công nghệ điện thoại thông minh. Máy tính bảng chưa được sản xuất; dịch vụ điện thoại di động thường được bán theo phút và hầu hết các gói di động đều có giới hạn số lượng tin nhắn văn bản; Google đang trong quá trình mua dịch vụ chia sẻ video trên điện thoại di động có tên là YouTube được tạo bởi ba cựu nhân viên PayPal; Facebook mới được thành lập hai năm và đối tượng sử dụng nó chỉ giới hạn ở sinh viên đại học, Instagram vẫn chưa có trực tuyến.

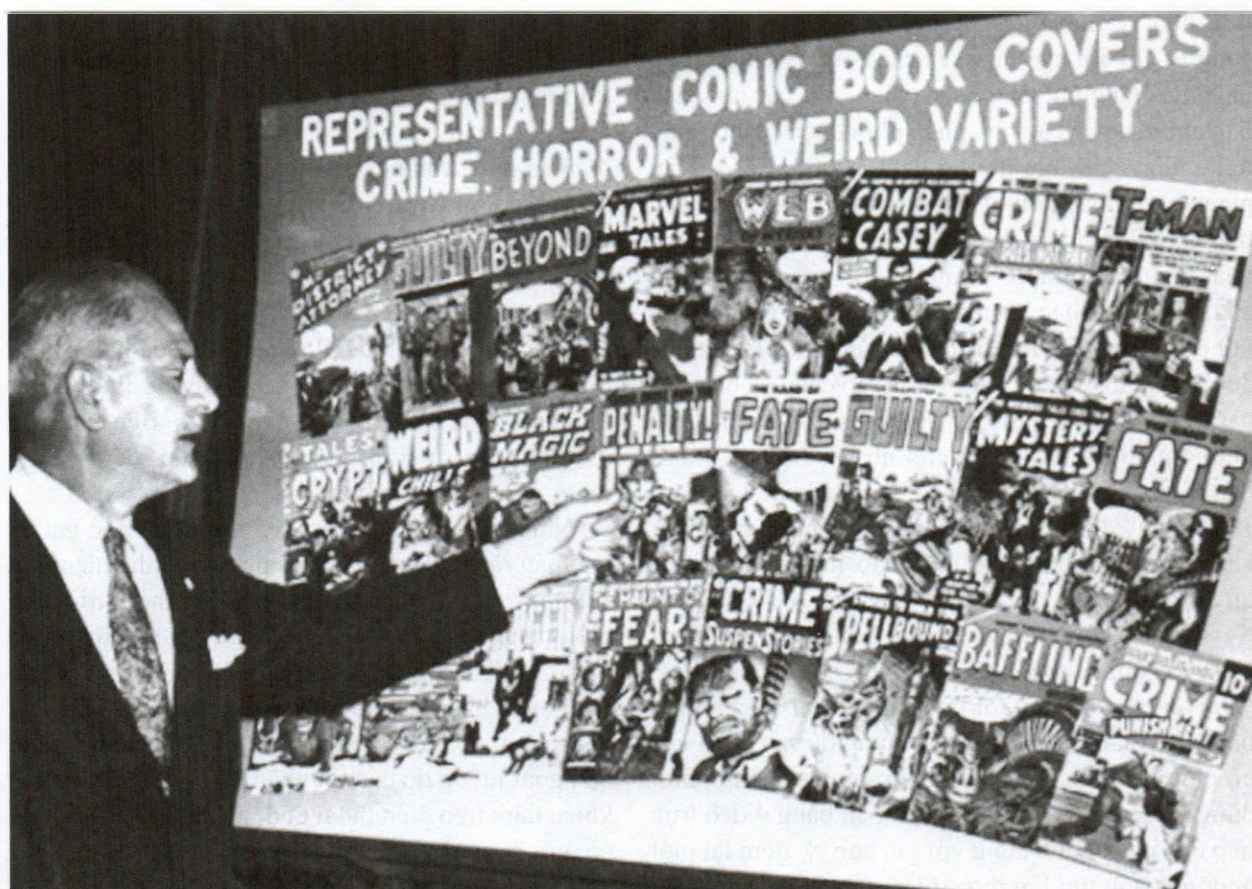
Năm 2018, sau 10 năm hoạt động trực tuyến, Instagram đã có 800 triệu người dùng. Facebook và YouTube là hai nền tảng chính, tạo ra những nội dung mới. Theo Wikipedia, Google là thương hiệu có giá trị nhất thế giới, tính đến năm 2017. Hầu hết các bạn trẻ xem video bằng cách sử dụng tính năng phát trực tuyến Netflix. Họ đều có điện thoại thông minh với giao diện màn hình cảm ứng cùng khả năng truy cập internet toàn diện và một số tài khoản mạng xã hội. Cách truy cập trực tuyến thường xuyên nhất của họ là bằng thiết bị di động.

Hiểu biết về các phương tiện truyền thông xã hội

Với sự tác động đáng kể của các phương tiện truyền thông xã hội đến đời sống cá nhân và công việc của con người thì sự thông hiểu về các phương tiện này là vấn đề được quan tâm trong những năm gần đây. Tuy nhiên, đây là một chủ đề khó vì ít người thừa nhận rằng, họ thực sự không hiểu cách thức hoạt động của phương tiện truyền thông và cách mà các thông điệp truyền thông, khán giả, kênh và người gửi tương tác với nhau. Xét cho cùng, vì chúng ta dành quá nhiều thời gian cho các phương tiện truyền thông nên chúng ta cần phải thông hiểu về chúng. Nhiều người cho rằng, các phương tiện truyền thông và thông điệp truyền thông có xu hướng ảnh hưởng

Truyền thông xã hội đã trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống cá nhân và công việc của con người. Các phương tiện truyền thông xã hội đang làm thay đổi hầu hết các lĩnh vực như dịch vụ khách hàng, nghiên cứu thị trường, tuyển dụng, bán hàng, marketing, truyền thông nội bộ; đồng thời, khuyến khích sự ra đời của các mô hình kinh doanh thay thế cùng những cấu trúc công ty kiểu mới. Hơn bao giờ hết, đây chính là lúc tất cả chúng ta phải hiểu được tính đặc thù của các phương tiện truyền thông xã hội, từ đó xác định được sức mạnh, tiềm năng và những "mối nguy cơ" của những phương tiện này. Bài viết nghiên cứu một số đặc thù của các phương tiện truyền thông xã hội được phân tích, minh chứng qua một số hoạt động truyền thông đại chúng tại Mỹ.

đến người khác nhiều hơn bản thân họ. Nhưng vấn đề lớn nhất trong những cuộc thảo luận công khai về sự thông hiểu truyền thông là một số vấn đề thông thường được lặp đi lặp lại, trong khi nhiều câu hỏi quan trọng không được đặt ra. Theo Ralph E. Hanson - tác giả của cuốn *Truyền thông đại chúng - Sống trong một thế giới của các phương tiện truyền thông*, chúng ta buộc phải thông hiểu những đặc thù của các phương tiện truyền thông xã hội. Trong đó,



Thượng nghị sĩ Robert Hendrickson dẫn chứng trong phiên điều trần Quốc hội về vấn đề: *Bìa truyện tranh kinh dị và bạo lực vào 4-1954* - Nguồn ảnh: internet

có một số đặc thù cơ bản là: các phương tiện truyền thông xã hội là những thành phần thiết yếu trong cuộc sống của chúng ta; các vấn đề về truyền thông xã hội đã xảy ra trong quá khứ sẽ lại lặp lại trong hiện tại; tính xã hội của tất cả các phương tiện truyền thông; phương tiện trực tuyến chính là phương tiện di động (1).

Hiểu biết các phương tiện truyền thông xã hội qua các hoạt động truyền thông đại chúng tại Mỹ

Các phương tiện truyền thông xã hội là những thành phần thiết yếu trong cuộc sống

Các nhà phê bình thường đề cập đến tác động của phương tiện truyền thông đối với chúng ta như thể phương tiện truyền thông là một thứ gì đó tách biệt và khác biệt với cuộc sống hằng ngày. Những cuộc khảo sát đã đưa ra kết quả khác biệt; những cuộc thăm dò ý kiến về phương tiện truyền thông xã hội mà sinh viên các trường đại học sử dụng trong một ngày từ khi bắt đầu ngày mới đến nửa

đêm và có phần lớn kết quả là: “sinh viên đã liệt kê việc sử dụng đáng kể các thiết bị điện tử để kiểm tra Facebook hoặc Instagram; nghe podcast; xem thời tiết trên thiết bị di động; say sưa xem các bộ phim trên Netflix; đọc cuốn tiểu thuyết mới nhất; nghe Spotify trên iPhone... Trên thực tế, việc sử dụng phương tiện truyền thông xã hội là trải nghiệm phổ biến nhất mà sinh viên chia sẻ. Kết quả các cuộc khảo sát chỉ ra các phương tiện truyền thông xã hội là một phần quan trọng trong cuộc sống của mọi người và hơn cả sự tác động, ảnh hưởng từ bên ngoài và các phương tiện truyền thông xã hội chính là một phần của cuộc sống hằng ngày của họ” (2).

Các vấn đề về truyền thông xã hội đã xảy ra trong quá khứ sẽ lặp lại trong hiện tại

Các phương tiện truyền thông phải đối mặt với những vấn đề giống nhau lặp đi lặp lại, dù cho công nghệ thay đổi không ngừng và có những thế hệ người mới tham gia vào hoạt động kinh doanh. Hãy

tìm hiểu về lĩnh vực ghi âm, cuộc chiến giữa các công ty ghi âm ngày nay và các công ty chia sẻ tệp ghi âm cũng giống như cuộc chiến giữa các nhà xuất bản âm nhạc và các nhà phân phối cuộn piano, máy nghe nhạc vào đầu những năm 1900 tại Mỹ. Đàn piano chơi nhạc là một trong những công nghệ đầu tiên có thể tái hiện các tác phẩm âm nhạc. Các nhà xuất bản cuộn piano sẽ mua một bản sao duy nhất của một bản nhạc và thuê một nghệ sĩ piano lành nghề rồi ghi lại màn trình diễn của họ. Bản nhạc được hoàn thành đó có thể được sao chép và bán cho bất kỳ ai sở hữu một cây đàn piano chơi nhạc mà không phải trả thêm tiền cho nhà xuất bản sở hữu bản quyền của bản nhạc. Một vấn đề khác vào năm 1984, Sony đã nắm phần thắng trước một vụ kiện từ Universal Studios bằng cách lập luận rằng họ có quyền bán máy ghi video cassette VCR (Video Cassette Recorder) cho công chúng, vì có những cách sử dụng hợp pháp đối với công nghệ này. “Universal đã phản đối hoạt động kinh doanh này bởi máy VCR có thể được sử dụng để sao chép các bộ phim của họ. Chẳng bao lâu sau, các hãng phim dừng việc cấm VCR và bắt đầu bán băng video trực tiếp cho người tiêu dùng với giá hợp lý, đem lại một nguồn doanh thu lớn mới” (3).

Những vấn đề này cũng có thể được nhận ra với những lo ngại lặp lại về các công nghệ truyền thông mới xuất hiện. Vào những năm 1930 đã có lo sợ rằng việc xem phim, đặc biệt là phim xã hội đen sẽ dẫn đến hành vi tình dục sớm phát triển, gia tăng sự phạm pháp; giảm thiểu các tiêu chuẩn, lý tưởng sống cũng như sức khỏe thể chất và tinh thần. Những vấn đề về truyện tranh trở thành tiêu điểm nóng vào những năm 1950. Quan điểm cho rằng, truyện tranh có nội dung đồi trụy là một hình thức văn học đại chúng tiêu cực đã được phổ biến rộng rãi bởi cuốn sách có tựa đề *Sự quyến rũ của những người vô tội* (*Seduction of the innocent*) của TS Fredric Wertham. Wertham đã làm chứng trước Quốc hội rằng, truyện tranh bạo lực là nguyên nhân dẫn đến hành vi phạm pháp và tình dục của thanh thiếu niên. Ngành công nghiệp truyện tranh đã phải đối phó những lời chỉ trích bằng cách thành lập Cơ quan quản lý mã truyện tranh và ngừng xuất bản một số bộ truyện tranh kinh dị và tội phạm bán chạy trong thời điểm đó như: *Những câu chuyện từ hầm mộ* (*Tales from the crypt*) và *Khoa học kỳ lạ* (*Weird science*).

Những năm 80 và 90 của TK trước, công chúng lại được chứng kiến những tranh cãi về lời bài hát Rap và Rock phản cảm. Những tranh cãi này phản ánh mối quan tâm về ngôn ngữ phản cảm và thông điệp ẩn giấu trong các bài hát. Vào năm 2009, ngôi sao nhạc Pop Britney Spears đã ám chỉ đến *F-word* trong bài hát *If u seek amy* của cô ấy. Nếu bạn đọc to tiêu đề, có vẻ như bạn đang đánh vần F, U... Tất nhiên, các nhà phê bình đã bị sốc và thất vọng bởi việc một ngôi sao nhạc Pop nổi tiếng đã hạ thấp thị hiếu của công chúng dù Spears không thực sự tự mình sáng tác phần lời ngỗ nghịch đó. Bên cạnh đó, một loạt các ca sĩ nhạc Rock và Blues đã sử dụng những lời thoại tương tự.

Nhiều nhà phê bình truyền thông và học giả đã lập luận rằng, truyền hình và phim ảnh thể hiện một cái nhìn méo mó về thế giới, khiến thế giới trông giống như một nơi bạo lực và nguy hiểm hơn nhiều so với thực tế. Ngày nay, các thiết bị di động bị cho là nguyên nhân gây ra một loạt tệ nạn xã hội, từ tai nạn xe hơi do tài xế mất tập trung cho đến việc quan hệ ngoài luồng do các tin nhắn hình ảnh và văn bản khiêu dâm trên điện thoại di động gây ra. Tại sao lại có mối lo ngại lặp đi lặp lại kéo dài như vậy, những ảnh hưởng có thể có của truyền thông? Nhà xã hội học truyền thông Charles R. Wright nói rằng: mọi người muốn giải quyết các tệ nạn xã hội và dễ dàng tin rằng nghèo đói, tội phạm và lạm dụng ma túy là do truyền thông đưa tin hơn là thừa nhận rằng nguyên nhân của chúng rất phức tạp và chưa được hiểu đầy đủ.

Năm 1948, các nhà xã hội học Robert Merton và Paul Lazarsfeld đã xác định “bốn khía cạnh chính khiến công chúng quan tâm về truyền thông: *một là*, các phương tiện truyền thông ở khắp mọi nơi, chúng có thể kiểm soát và thao túng mọi người. Đây là một phần nguyên nhân của sự sợ hãi; *hai là*, nỗi lo lắng rằng, những người nắm quyền sẽ sử dụng các phương tiện truyền thông để củng cố cấu trúc xã hội hiện có và ngăn cản sự phản biện xã hội. Khi các nhà phê bình bày tỏ mối quan tâm về việc ai sở hữu và điều hành các phương tiện truyền thông, đây chính là điều họ lo lắng; *ba là*, sự e ngại rằng, giải trí đại chúng sẽ hạ thấp thị hiếu và tiêu chuẩn của văn hóa đại chúng bằng cách cố gắng thu hút lượng khán giả lớn nhất có thể. Trọng tâm của mối quan tâm này là sự chỉ trích các bộ phim hành động, kịch dài tập, và đầu vật thay thế cho các trò giải trí lành mạnh hơn,

chẳng hạn như các vở kịch của Shakespeare; *bốn là*, niềm tin rằng giải trí đại chúng là một sự lãng phí thời gian làm giảm đi các hoạt động hữu ích hơn”(4).

Tính xã hội của tất cả các phương tiện truyền thông

Bất kể bạn đang sử dụng hay tiếp nhận các thông điệp truyền thông từ phương tiện truyền thông nào, cho dù đó là một tờ báo cũ hay đài truyền hình hay một kênh truyền thông xã hội như Facebook, bạn luôn tương tác ở cấp độ xã hội cho dù đó là gặp mặt trực tiếp, với bạn bè trên Facebook hay với toàn thể giới qua Twitter. Thông thường những tin tức công chúng chia sẻ trên mạng xã hội sẽ là những tin tức họ quan tâm nhất. Khi có tin tức quan trọng, có khả năng chúng ta sẽ nghe về nó đầu tiên thông qua phương tiện truyền thông xã hội.

Vào tháng 10-2017, một vụ xả súng hàng loạt, giết chết ít nhất 58 người và khiến hơn 500 người bị thương ở Las Vegas. Đã có rất nhiều câu chuyện mâu thuẫn lan truyền trên Twitter và các phương tiện truyền thông xã hội khác. Nhưng với tất cả các tin lan truyền, khó có thể xác định câu chuyện nào là đáng tin. Phóng viên Casey McDermott, Đài phát thanh công cộng New Hampshire lưu ý rằng Đài phát thanh công cộng quốc gia NPR đã đưa vào tuyên bố sau đây ở cuối các bài báo về vụ nổ súng trên trang web của họ: “Đây là một câu chuyện chưa có hồi kết thúc. Một số tin được các phương tiện truyền thông báo cáo sau đó được xác nhận là không chính xác. Chúng tôi sẽ tập trung vào các báo cáo từ quan chức cảnh sát và các cơ quan chức năng khác, các hãng tin uy tín và các phóng viên đang có mặt tại hiện trường và chúng tôi sẽ cập nhật ngay khi tình hình thay đổi” (5).

Phương tiện trực tuyến là phương tiện di động

Khi internet mới bắt đầu thu hút được lượng người theo dõi, mọi người cần đến một địa điểm có máy tính được cắm vào cáp Ethernet mới có thể truy cập mạng. Tuy nhiên, theo Wikipedia, tính đến năm 2019, khoảng 75% người trưởng thành có thể truy cập internet bằng thông rộng tốc độ cao tại nhà và việc sử dụng modem cáp hoặc dịch vụ DSL dựa trên điện thoại cố định. Hiện nay, việc truy cập trực tuyến ngày càng thuận lợi bởi mọi người chỉ cần truy cập vào điện thoại thông minh.

Tại nhiều nơi trên thế giới, internet di động là mạng internet duy nhất. Tháng 1-2007, Apple công bố phiên bản đầu tiên của chiếc iPhone mang tính

biểu tượng của hãng, và thế giới internet di động hoàn toàn thay đổi. Tuy nhiên, không phải iPhone là chiếc điện thoại đầu tiên có thể truy cập internet. BlackBerry đã tồn tại được 8 năm vào thời điểm đó với chiếc điện thoại có bộ bàn phím nhỏ với dịch vụ chủ yếu là thư điện tử và nhắn tin. Sự ra mắt của iPhone vào thời điểm đó giống như thứ đến từ tương lai với giao diện màn hình cảm ứng và khả năng truy cập internet toàn diện. Tiếp đó là, điện thoại Android có hệ điều hành di động của Google đã được ra mắt tại Hoa Kỳ vào tháng 10-2008, thu hẹp khoảng cách giữa iPhone và BlackBerry với cả màn hình cảm ứng và bàn phím trượt. Năm 2013, tờ *Washington Post* đã báo cáo rằng, việc sử dụng Internet di động dự kiến sẽ tăng trưởng với tốc độ 66%/năm trên toàn cầu khi ngày càng có nhiều người kết nối nhiều thiết bị trực tuyến hơn. Trên thực tế, số lượng thiết bị trực tuyến trên thế giới dự kiến sẽ vượt quá số người trên trái đất. “Thiết bị di động còn nhiều hơn máy tính cá nhân truyền thống kể từ năm 2012” (6). Vào thời của AOL, công ty cung cấp dịch vụ Internet toàn cầu và Internet quay số, việc truy cập mạng liên quan đến việc lập kế hoạch sử dụng internet tại một thời điểm và không gian cụ thể. Nhưng với internet di động, thế giới trực tuyến cũng chính là nơi chúng ta sống. Chúng ta đã chuyển sang một thế giới mà ở đó, thay vì chủ ý chuyển sang trực tuyến, chúng ta cần chuyển sang “đời thực” một cách có chủ ý.

Một cách khác để nhận thấy sự tác động ngày càng tăng của phương tiện di động là xem xét quy mô khán giả của các kênh khác nhau. Những nền tảng mạng xã hội cho phép mọi người thể hiện bản thân một cách công khai thông qua thiết bị di động của họ có lượng khán giả rất cao. Theo số liệu của công thống kê Statista, năm 2020, Facebook có 2,5 tỷ người dùng hoạt động hằng tháng. Năm 2022, con số này đã tăng lên 2,96 tỷ người. Trong khi đó, kênh Super Bowl trên truyền hình chỉ có lượng khán giả là 98,2 triệu năm 2019 (7). Máy tính và máy tính xách tay vẫn là những công cụ quan trọng để truy cập trực tuyến, nhưng với tính năng, kích thước và tính khả dụng ngày càng tăng của các thiết bị di động, giờ đây chúng ta có thể trực tuyến ở mọi nơi mọi lúc và phương tiện di động có thể được coi là một trong những phương tiện trực tuyến phổ biến nhất.

Truyền thông xã hội xuất hiện những sự thay đổi nhanh chóng và đáng kể trong thế giới của kỷ nguyên số đã đặt ra yêu cầu cấp thiết về việc cần phải hiểu biết những đặc thù của các phương tiện truyền thông xã hội. Đó là, các phương tiện truyền thông xã hội là những thành phần thiết yếu trong cuộc sống của chúng ta; các vấn đề về truyền thông xã hội đã xảy ra trong quá khứ sẽ lại lặp lại trong hiện tại; tính xã hội của tất cả các phương tiện truyền thông; phương tiện trực tuyến chính là phương tiện di động. Cùng với sự phân tích và dẫn chứng qua một số hoạt động truyền thông tại Mỹ sẽ giúp cho người sử dụng có được sự thông hiểu về các phương tiện truyền thông xã hội. Họ sẽ có khả năng sử dụng mạng xã hội một cách chuyên nghiệp và có chiến lược hơn, từ đó tạo ra kết quả tốt cho các dự án, đưa ra chiến dịch hiệu quả, xây dựng mạng lưới giá trị và thu thập được những thông tin kinh doanh thông minh và có khả năng định hướng vượt qua các rủi ro tiềm tàng của doanh nghiệp ■

N.T.L

1, 4. Ralph E. Hanson, *Mass communication - Living in the media world (Truyền thông đại chúng - Sống trong một thế giới của các phương tiện truyền thông)*, Nxb Sage, Mỹ, 2021, tr.18, 22.

2. Hal R. Varian, *Chia sẻ tệp là “trận chiến” cuối cùng trong cuộc tranh chấp giữa công nghệ và bản quyền*. Tạp chí *New York Times*, Mỹ, số 2, 4-2005, tr.121-138.

3. Martin Thomas, *Truyền thông xã hội - Cách tạo lập và đưa ra một chiến lược thành công từ Financial Times*, Nxb Công Thương, Hà Nội, 2022.

5. Casey McDermott, *This is a developing story (Đây là một câu chuyện chưa có hồi kết thúc)*, *Twitter.com*, 10-2017.

6. *Number of monthly active Facebook users worldwide as of 3rd quarter 2022 (Số người dùng Facebook hoạt động hằng tháng trên toàn thế giới tính đến quý 3 năm 2022)*, *statista.com*, 10-2022.

7. Lucy Handley, *Super bowl draws lowest TV audience in more than a decade, early data show (Hình thức truyền thông thu hút khán giả truyền hình thấp nhất trong hơn một thập kỷ, dữ liệu ban đầu tiên)*, *cnbc.com*, 5-2-2019.

HỘP THU

Trong tháng qua, Ban Nghiên cứu Lý luận đã nhận được tin, bài, ảnh của các tác giả: Đoàn Tất Thắng, Đỗ Thanh Hải (*Hà Nội*); Võ Minh Tuấn (*Quảng Ngãi*), Nguyễn Văn Toàn (*Thừa Thiên - Huế*); Huỳnh Lê Triều Phú (*An Giang*)... Chúng tôi sẽ nghiên cứu sử dụng và mong tiếp tục nhận được sự cộng tác thường xuyên của các tác giả và bạn đọc.

VHNT

- BAN NGHIÊN CỨU LÝ LUẬN: PHÓ TRƯỞNG BAN PHỤ TRÁCH: TS Nguyễn Liên Hương; PHÓ TRƯỞNG BAN: Nguyễn Thị Hồng Vân; BIÊN TẬP VIÊN: Ths Nguyễn Thị Vân Anh, TS Ông Thị Mai Hương, Ths Nguyễn Thị Lỡn, Quảng Hùng Mạnh, Tel: 024.35131304.
- TRƯỞNG BAN VĂN HÓA NGHỆ THUẬT: Ths Nguyễn Đức Bình.
- TRƯỞNG BAN TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ: Phạm Văn Chính. Tel: 024.35131307.
- TRƯỞNG BAN TRỊ SỰ: Vũ Thủy Linh, Tel: 024.35111780.
- PHÓ TRƯỞNG PHÒNG PHỤ TRÁCH PHÒNG QUẢNG CÁO, PHÁT HÀNH: Trần Quang Vinh, Tel: 024.38510447.
- THƯỜNG TRÚ TẠI TP.HCM: 170 Nguyễn Đình Chiểu, quận 3, Tel: 0907400535 (Phạm Thị Xuân Hương); Fax: 028.39306838, Email: tcvhntsaigon@gmail.com.
- TRÌNH BÀY: Trần Vinh ▪ KỸ THUẬT VI TÍNH: Lê Hồng Hân.

ẤN PHẨM ĐƯỢC PHÁT HÀNH QUA MẠNG LƯỚI BƯU ĐIỆN VIỆT NAM
MÃ ẤN PHẨM: C118; HOTLINE: 1800.585855