DOI: https://doi.org/10.59294/HIUJS.25.2023.505

Xu hướng thay đổi của truyền thông đô thị trong thời kỳ chuyển đổi số

Vương Quốc Trung
Trung tâm Nghiên cứu Đô thị và Phát triển

TÓM TẮT

Sự phát triển của Internet và công nghệ số đã khiến cho thế giới truyền thông trở nên phức tạp, đa dạng, hấp dẫn, nhưng cũng nhiều thách thức hơn. Sự chuyển đổi từ truyền thông truyền thống sang truyền thông số đã khiến cho các phương tiện truyền thông truyền thống như báo, tạp chí và truyền hình bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Truyền thông xã hội (Facebook, Twitter, Zalo,…) đã trở thành một phần không thể thiếu của cuộc sống đô thị, cho phép người dân tương tác với nhau và chia sẻ thông tin trực tuyến. Video trực tuyến trên truyền thông đa phương tiện (Youtube, Tiktok,..) cũng đang trở thành xu hướng quan trọng trong truyền thông đô thị, cho phép người dùng xem các video, chia sẻ kinh nghiệm và tương tác với nhau trên mạng xã hội ngày càng phổ biến. Sự tăng cường của truyền thông tương tác cũng đang thay đổi cách thức mà các tổ chức chính quyền đô thị tương tác với người dân của mình. Bài viết này nhằm mục đích nhận diện xu hướng của truyền thông đô thị đang trải qua nhiều thay đổi trong thời kỳ chuyển đổi số.

Từ khóa: *truyền thông đô thị, xu hướng truyền thông, chuyển đổi số*

1. GIỚI THIỆU VẤN ĐỀ

Trong thời kỳ chuyển đổi số, truyền thông đô thị đang trải qua nhiều thay đổi đáng chú ý. Sự phát triển của Internet và công nghệ số đã khiến cho thế giới truyền thông trở nên phức tạp, đa dạng, hấp dẫn, nhưng cũng nhiều thách thức hơn. Các phương tiện truyền thông truyền thống như báo, tạp chí và truyền hình đang bị ảnh hưởng nghiêm trọng bởi sự chuyển đổi sang truyền thông số. Thay vì đọc báo giấy, người ta có thể truy cập vào các trang website tin tức để cập nhật thông tin mới nhất. Thay vì xem truyền hình truyền thống, người ta có thể xem video trực tuyến trên Youtube và Tiktok.

Các mạng xã hội như Facebook, Twitter và Zalo đã trở thành một phần không thể thiếu của cuộc sống đô thị. Các mạng xã hội cho phép người dùng tương tác với nhau, chia sẻ thông tin và kinh nghiệm trực tuyến. Nhờ đó, các mạng xã hội đã tạo ra một sự kết nối mạnh mẽ giữa những người cùng quan tâm đến các chủ đề nhất định. Một số mạng xã hội còn cho phép người dùng mua bán hàng hóa và dịch vụ trực tuyến, tạo ra một nền tảng thương mại điện tử phát triển mạnh mẽ.

Ngoài ra, video trực tuyến đang trở thành xu hướng quan trọng trong truyền thông đô thị. Người dùng có thể xem các video trên Youtube và Tiktok, chia sẻ kinh nghiệm và tương tác với nhau trên mạng xã hội ngày càng phổ biến. Các video trực tuyến cũng cho phép các tổ chức chính quyền đô thị tăng cường dịch vụ của họ trên các nền tảng trực tuyến, thu hút một lượng người dân tiềm năng lớn. Sự tăng cường của truyền thông tương tác cũng đang thay đổi cách thức mà các tổ chức chính quyền đô thị tương tác với người dân của mình. Thay vì quảng cáo truyền thống, các tổ chức chính quyền đô thị đang sử dụng các công cụ truyền thông xã hội và các nền tảng trực tuyến khác.

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu thứ cấp, khảo cứu các công trình khoa học, sách, tài liệu chuyên khảo liên quan đến đề tài làm cơ sở cho việc xây dựng hệ thống lý thuyết về truyền thông, truyền thông đại chúng, truyền thông tổ chức, đồng thời kế thừa kết quả nghiên cứu sẵn có; làm cơ sở cho việc so sánh, đánh giá các kết quả khảo sát. Phương pháp này góp phần làm cơ sở lý luận nghiên cứu của bài viết. Ngoài ra bài viết có sử dụng phương pháp phân tích đánh giá tổng hợp các số liệu từ nguồn tài liệu để phân tích những chuyển đổi số liên quan đến truyền thông đô thị.

2. XU HƯỚNG CỦA TRUYỀN THÔNG ĐÔ THỊ TRONG THỜI KỲ CHUYỂN ĐỔI SỐ

Truyền thông đô thị, một phần không thể thiếu của cuộc sống đô thị, đang trải qua nhiều thay đổi đáng chú ý trong thời kỳ chuyển đổi số. Sự phát triển của

Tác giả liên hệ: ThS. Vương Quốc Trung
Email: vuongquoctrungts@gmail.com

Internet và công nghệ số đã khiến cho thế giới truyền thông trở nên phức tạp, đa dạng, hấp dẫn, nhưng cũng nhiều thách thức hơn. Bài viết này nhằm mục đích phân tích xu hướng thay đổi của truyền thông đô thị trong thời kỳ chuyển đổi số.

2.1. Sự ảnh hưởng của truyền thông số đến truyền thông truyền thống

Sự chuyển đổi từ truyền thông truyền thống sang truyền thông số đã khiến cho các phương tiện truyền thông truyền thống như báo, tạp chí và truyền hình bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Người tiêu dùng đã dần chuyển sang sử dụng các phương tiện truyền thông kỹ thuật số như điện thoại thông minh và máy tính bảng để tiêu thụ thông tin. Do đó, các tờ báo và tạp chí đã phải tìm cách để tăng tính tương tác và tính sáng tạo.

Trong thời đại chuyển đổi số, sự ảnh hưởng của truyền thông số đến truyền thông truyền thống rất lớn. Trước đây, các phương tiện truyền thông truyền thống như báo, tạp chí và truyền hình đã chiếm ưu thế trong việc truyền tải thông tin và giải trí cho công chúng. Tuy nhiên, với sự phát triển nhanh chóng của Internet và công nghệ số, truyền thông truyền thống đã trở nên kém hiệu quả hơn. Một số lý do cho sự kém hiệu quả này bao gồm:

- Tốc độ: Truyền thông số có thể truyền tải thông tin với tốc độ nhanh hơn và chính xác hơn so với truyền thông truyền thống. Người dùng chỉ cần một vài cú nhấp chuột để truy cập các thông tin mới nhất.
- Tính tương tác: Truyền thông số cho phép người dùng tương tác và chia sẻ thông tin trực tuyến. Nó cung cấp cho người dùng khả năng thảo luận, đánh giá, và phản hồi về nội dung một cách nhanh chóng và thuận tiện.
- Sự đa dạng: Truyền thông số cung cấp cho người dùng một loạt các nội dung khác nhau từ video, hình ảnh, âm thanh đến văn bản. Điều này đặc biệt hữu ích cho những người muốn truyền tải thông tin một cách sáng tạo và độc đáo.
- Tiết kiệm chi phí: Truyền thông số có thể giúp tổ chức chính quyền đô thị tiết kiệm chi phí so với truyền thông truyền thống. Chẳng hạn, việc đăng tải thông tin và quảng cáo trên mạng xã hội như Facebook, Instagram hay Youtube có chi phí thấp hơn so với việc đăng tải trên tạp chí hoặc báo chí.

Trong khi truyền thông số đang trở thành xu hướng phổ biến hơn, các phương tiện truyền thông truyền thống vẫn còn giữ một số lợi thế của mình. Chẳng hạn, tạp chí và báo vẫn có khả năng cung cấp cho độc giả các thông tin chi tiết và sâu sắc hơn so với truyền thông số. Ngoài ra, truyền hình vẫn là một phương tiện mạnh mẽ để truyền tải các sự kiện trực tiếp và đây là một sự đối lập rõ ràng giữa truyền thông truyền thống và truyền thông số. Truyền hình vẫn có thể đáp ứng nhu cầu của khán giả về sự kiện trực tiếp và các chương trình giải trí, nhưng nó cũng phải đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt từ các nền tảng truyền thông số. Các kênh truyền hình phải cải tiến để thích nghi với xu hướng chuyển đổi số, bằng cách tăng cường việc sử dụng công nghệ và cải thiện trải nghiệm của khán giả trên nền tảng trực tuyến. Tuy nhiên, các kênh truyền hình vẫn có thể đảm bảo chất lượng phục vụ với các chương trình phim, tài liệu và tin tức có chất lượng cao và nhiều cộng đồng vẫn đánh giá cao giá trị của truyền hình truyền thống.

Một số tổ chức truyền thông truyền thống đã có những bước tiến đáng kể trong việc thích nghi với truyền thông số, bằng cách sử dụng các nền tảng trực tuyến để phát sóng các chương trình và tương tác trực tiếp với khán giả. Tuy nhiên, việc thay đổi từ truyền thông truyền thống sang truyền thông số vẫn đang diễn ra rất nhanh và không dừng lại. Các tổ chức truyền thông phải liên tục thích nghi với các xu hướng mới để có thể cạnh tranh và tạo ra giá trị cho người dân của mình.

Trong tương lai, sự cạnh tranh giữa truyền thông truyền thống và truyền thông số sẽ vẫn còn diễn ra, tuy nhiên sự kết hợp giữa các kênh truyền thông truyền thống và truyền thông số sẽ trở thành một xu hướng không thể thiếu. Các tổ chức truyền thông sẽ phải tìm cách kết hợp các kênh truyền thông để đáp ứng nhu cầu người dân và tạo ra giá trị.

2.2. Sự phổ biến của truyền thông xã hội

Truyền thông xã hội (Facebook, Twitter, Zalo,…) đã trở thành một phần không thể thiếu của cuộc sống đô thị, cho phép người dân tương tác với nhau và chia sẻ thông tin trực tuyến. Điều này đã mở ra một kênh truyền thông mới cho các tổ chức chính quyền đô thị để tương tác với người dân và công bố thông tin. Các tổ chức chính quyền đô thị hiện nay đã chuyển sang sử dụng các nền tảng truyền thông xã hội để tạo nội dung truyền thông. Việc truyền thông xã hội trở thành một phần không thể thiếu của cuộc sống đô thị đã tạo ra nhiều tác động và thay đổi trong cách mà mọi người tương tác với nhau và chia sẻ thông tin. Các nền tảng truyền thông xã hội như Facebook, Twitter, Zalo, Instagram và nhiều hơn nữa đã cho phép người dân tương tác với nhau trực tuyến thông qua các bài đăng, bình luận, tin nhắn và nhiều hơn nữa.

Năm 2015, Fanpage chính thức của Chính phủ

trên Facebook ra đời"*Thông tin Chính phủ"*. Trong hai năm gần đây, lượng người truy cập và theo dõi đã tăng gấp hơn 10 lần, trang *"Thông tin Chính phủ"* trở thành một trong những địa chỉ cung cấp thông tin uy tín giúp người dân dễ dàng, nhanh chóng tiếp cận với các thông cáo báo chí, chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, các Phó Thủ tướng Chính phủ và một số hoạt động của Chính phủ. Ngoài ra, Fanpage còn là kênh thông tin hữu hiệu của người dân, doanh nghiệp và người Việt Nam ở nước ngoài [1].

Từ năm 2017, UBND TP HCM triển khai đề án xây dựng TP HCM thành đô thị thông minh. Mô hình chương trình livestream "Dân hỏi - Thành phố trả lời"chia sẻ thông tin với người dân của chính quyền Thành phố Hồ Chí Minh được bắt đầu từ tháng 8/2021. Tính đến ngày 29/10/2021, tổng lượt xem chương trình là 11,270,000 lượt, tổng số người xem chương trình ở cùng một thời điểm là 497,272 người, tổng số lượt bình luận là 5,211,228 lượt, tổng số lượt chia là 130,733 lượt, số lượng câu hỏi nhận được thông qua Google Form là 27,518 câu hỏi và thông qua tương tác livestream là 419,243 câu hỏi [2]. Tính đến tháng 5/2023, Chương trình "Dân hỏi - Chính quyền trả lời" đã ghi nhận có 50,924 lượt xem trên các fanpage, đã có 413 câu hỏi cử tri đặt ra tại trực tiếp tại phim trường và trên các fanpage, các cơ quan chính quyền TP đã trả lời và thông tin đối với 237 câu hỏi của cử tri đặt ra; đối với các câu hỏi, kiến nghị cụ thể chưa được trả lời. Đến nay, UBND TP và các sở ngành, quận, huyện, TP Thủ Đức đã tiếp tục xem xét trả lời bằng văn bản đối với 150 câu hỏi cụ thể; còn 27 câu hỏi đang được tiếp tục xem xét, giải quyết và trả lời… chiếm tỷ lệ 93.7% [3].

Trang thông tin UBND trên Facebook

Trang thông tin UBND trên Zalo

Hình 1. Trang thông tin UBND trên mạng xã hội

Truyền thông xã hội đã mở ra một kênh để các tổ chức chính quyền đô thị tiếp cận người dân một cách nhanh chóng và hiệu quả hơn. Chúng ta thấy nhiều tổ chức chính quyền đô thị sử dụng các kênh truyền thông xã hội để trao đổi thông tin của họ và tăng cường tương tác với người dân. Đặc biệt, truyền thông xã hội cho phép tổ chức chính quyền đô thị nắm bắt được ý kiến của người dân và tạo ra một môi trường tương tác hai chiều, giúp họ phát triển một cách nhanh chóng hơn.

Tuy nhiên, việc sử dụng truyền thông xã hội không

đơn thuần chỉ là một phương tiện quảng cáo mà còn đòi hỏi sự chủ động và sáng tạo của các tổ chức chính quyền đô thị trong việc tương tác với người dân trong khu vực. Để có thể sử dụng truyền thông xã hội một cách hiệu quả, các tổ chức chính quyền đô thị cần phải biết cách tương tác với người dân và cung cấp cho họ nội dung thú vị và hấp dẫn.

Ngoài ra, truyền thông xã hội cũng đã thay đổi cách mà chúng ta tiêu dùng tin tức và thông tin. Việc chia sẻ thông tin trên các nền tảng truyền thông xã hội đã trở thành một phương tiện chính để tiếp cận với các tin tức và sự kiện hàng ngày. Nhờ đó, truyền thông xã hội đã trở thành một kênh để xây dựng và phát triển ý kiến công chúng, góp phần tạo ra một xã hội có tính tham gia và tương tác cao hơn.

Tổng kết lại, sự phổ biến của truyền thông xã hội đã tạo ra nhiều sự thay đổi đáng kể trong cách mà con người tương tác và chia sẻ thông tin trên mạng xã hội. Việc này đã tác động đến cả truyền thông đô thị và thương mại điện tử, tạo ra cơ hội và thách thức đối với các tổ chức chính quyền đô thị trong việc tương tác với người dân và đối tác. Việc hiểu rõ xu hướng thay đổi của truyền thông đô thị trong thời kỳ chuyển đổi số là rất quan trọng để các tổ chức chính quyền đô thị có thể thích nghi và tận dụng cơ hội để phát triển bền vững.

2.3. Xu hướng video trực tuyến trên truyền thông đa phương tiện

Trái với Facebook, mất đến 8.7 năm để đạt đến 1 tỷ người dùng, Tik Tok chỉ mất 5.1 năm để đạt được thành tích này; dường như nhanh nhất thế giới khi không tính đến Messenger - ứng dụng phái sinh hưởng lợi rất nhiều từ ứng dụng mẹ Facebook. Và sự thành công của Tiktok không đến từ sự may mắn mà hoàn toàn là sự thành công của công nghệ lõi: Trí thông minh nhân tạo (AI). Toàn bộ nội dung của Tiktok được phân phối bởi các robot AI tới người xem. Công nghệ máy học (machine learning hay deep learning) khiến cho các robot này liên tục cập nhật các hành vi, thói quen của người xem, dẫn đến việc các nội dung tiếp theo được phân phối ngày càng đúng nhu cầu và sở thích của công chúng hơn. Ngay sau đó là Youtube cũng ra mắt tính năng Short vào tháng 7/2021 và Facebook cũng thử nghiệm Reels vào tháng 9/2021, tất cả đều là định dạng nội dung video ngắn. Có thể thấy, người làm truyền thông chỉ trong vòng 1 thập kỷ qua đã phải liên tục thích ứng với các kênh truyền thông mới được phát triển liên tục với tốc độ cao từ các nhà phát triển công nghệ. Cũng chính sự chuyển dịch này đã tạo ra rất nhiều bài toán mới cho những người quản lý truyền thông trong các tổ chức chính quyền đô thị. Những chuyển động trong lĩnh vực truyền thông đang diễn ra rất nhanh và đòi hỏi người làm truyền thông phải liên tục thích ứng với các kênh truyền thông mới được phát triển liên tục với tốc độ cao từ các nhà phát triển công nghệ. Điều này đã tạo ra rất nhiều bài toán mới cho những người quản lý truyền thông trong các tổ chức chính quyền đô thị [4].

Video trực tuyến trên truyền thông đa phương tiện (Youtube, Tiktok,..) cũng đang trở thành xu hướng quan trọng trong truyền thông đô thị. Người tiêu dùng ngày càng có xu hướng xem video trực tuyến thay vì đọc báo hoặc tạp chí. Trong xu hướng thay đổi này, các phương tiện truyền thông truyền thống như báo, tạp chí và truyền hình đang phải thích nghi với thị trường mới, nơi mà người tiêu dùng yêu cầu nhiều hơn về tính tương tác, độc đáo và nhanh chóng. Các trang website tin tức và ứng dụng tin tức trên điện thoại di động cũng đang phát triển mạnh mẽ, đáp ứng nhu cầu của người dùng cho các nội dung linh hoạt, đa dạng và dễ tiếp cận [5].

Ngoài ra, truyền thông đô thị cũng đang chứng kiến sự thay đổi trong cách các tổ chức chính quyền đô thị tương tác với người dân của mình. Từ việc sử dụng các phương tiện truyền thông truyền thống như quảng cáo trên báo, truyền hình, các tổ chức chính quyền đô thị bây giờ đang sử dụng các công nghệ số để quảng cáo trực tuyến, tương tác trực tiếp với người dân và giới thiệu về các đặc điểm địa phương trên các trang mạng xã hội. Các tổ chức chính quyền đô thị cũng đang sử dụng các nền tảng trực tuyến để xây dựng và quản lý tương tác với người dân thông qua các kênh truyền thông xã hội, trang website và ứng dụng di động. Điều này đòi hỏi các tổ chức chính quyền đô thị phải đầu tư nhiều hơn vào chiến lược truyền thông số, đồng thời phải cập nhật thường xuyên các công nghệ mới để đáp ứng nhu cầu của người dân.

Tuy nhiên, trong khi truyền thông đô thị đang chuyển sang một mô hình tương tác và trực tuyến, cũng có những thách thức phải đối mặt. Việc phát tán thông tin sai lệch, tin giả, vi phạm quyền riêng tư và bị đánh cấp thông tin là những vấn đề đang gây ra nhiều lo ngại cho người dân và các tổ chức chính quyền. Do đó, việc tăng cường an ninh mạng và đảm bảo tính chính xác của thông tin trên mạng đang trở thành một ưu tiên quan trọng đối với ngành truyền thông đô thị.

Một xu hướng khác đang thay đổi cách thức truyền thông đô thị hoạt động là sự gia tăng của truyền thông tương tác. Trong thời kỳ chuyển đổi số, truyền thông tương tác đang trở thành một phần không thể thiếu trong các chiến lược truyền thông

của tổ chức chính quyền đô thị. Với sự phát triển của các nền tảng truyền thông xã hội như Facebook, Twitter, Instagram, các tổ chức chính quyền đô thị có thể dễ dàng tương tác với người dân của mình thông qua các kênh truyền thông xã hội này. Các tổ chức chính quyền hiện nay cũng có thể sử dụng các ứng dụng nhắn tin trực tuyến, email marketing và các công cụ tương tác khác để kết nối và tương tác với người dân. Việc sử dụng các công nghệ mới này cho phép các tổ chức tương tác với dân một cách nhanh chóng và hiệu quả hơn, đồng thời giúp tăng tính tương tác và niềm tin của người dân đối với chính quyền đô thị hiện nay.

Tuy nhiên, xu hướng truyền thông tương tác cũng đặt ra một số thách thức cho các tổ chức chính quyền đô thị. Với sự phát triển của truyền thông xã hội, người dân trở nên yêu cầu hơn về tính tương tác, tính chân thực và tính kịp thời. Các tổ chức chính quyền đô thị phải đáp ứng các yêu cầu này bằng cách cung cấp nội dung chất lượng và chân thực, tương tác và phản hồi với người dân một cách nhanh chóng và chuyên nghiệp.

Một xu hướng cuối cùng đang thay đổi truyền thông đô thị trong thời kỳ chuyển đổi số là sự phát triển của truyền thông di động. Với sự gia tăng của điện thoại thông minh và các thiết bị di động khác, truyền thông di động đang trở thành một phương tiện truyền thông chính trong cuộc sống đô thị. Các ứng dụng di động cho phép người dùng truy cập vào các nội dung truyền thông trực tuyến mọi lúc, mọi nơi, đồng thời cho phép họ tương tác và chia sẻ thông tin với nhau. Điều này đang mở ra cơ hội

Xu hướng video trực tuyến trên truyền thông đa phương tiện đã phát triển mạnh mẽ trong thời gian gần đây. Nền tảng chia sẻ video YouTube, được ra mắt vào năm 2005, đã trở thành một trong những trang website được truy cập nhiều nhất trên thế giới. Từ đó, nhiều dịch vụ khác đã xuất hiện như TikTok, Vimeo, Dailymotion và Twitch, cung cấp cho người dùng khả năng xem và chia sẻ video trực tuyến. Điều này đã tác động đến cách mà người dùng tiêu thụ nội dung truyền thông. Người dùng ngày càng chuyển sang xem video trực tuyến thay vì đọc báo hoặc tạp chí. Việc này đặc biệt phổ biến với thế hệ trẻ, nơi các kênh video trực tuyến như TikTok đã trở thành một trong những kênh truyền thông ưa thích của họ. TikTok đã tăng 1,157.76% trên tổng người dùng toàn cầu từ tháng 1 năm 2018 đến tháng 7 năm 2020. Theo một báo cáo của Digital 2021, đến tháng 1/2021, TikTok có hơn 689 triệu người dùng trên toàn cầu và đã trở thành một trong những mạng xã hội phát triển nhanh nhất trên thế giới [6].

Do đó, các tổ chức chính quyền đô thị cũng đã nhận ra tiềm năng của các kênh video trực tuyến để tiếp cận và tương tác với người dân. Các tổ chức chính quyền đô thị có thể sử dụng video trực tuyến để giới thiệu nội dung mới và tạo ra nội dung sáng tạo và hấp dẫn du khách. Các tổ chức cũng có thể sử dụng video trực tuyến để tăng cường sự hiểu biết của người dân về các chương trình của họ, chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm và kết nối với người dân thông qua các cuộc trò chuyện trực tuyến.

Tuy nhiên, việc sử dụng video trực tuyến để tiếp cận người dân cũng đặt ra một số thách thức cho tổ chức chính quyền đô thị. Trong khi nội dung video trực tuyến có thể tạo ra tác động rất mạnh mẽ, việc sản xuất video chất lượng cao và hấp dẫn cũng đòi hỏi chi phí và nguồn lực lớn. Điều này đặc biệt đúng với các thế hệ trẻ, với thời gian trung bình hàng ngày dành cho việc xem video trực tuyến trên các nền tảng như Youtube và Tiktok có xu hướng tăng lên. Những video ngắn và dễ tiếp cận trên các mạng xã hội, đặc biệt là Tiktok, đang trở thành một công cụ quảng cáo hiệu quả cho các tổ chức chính quyền đô thị. Nhiều tổ chức chính quyền đô thị đã tận dụng xu hướng này bằng cách tạo ra các video ngắn và hấp dẫn để quảng bá, giới thiệu đặc điểm địa phương thu hút khách du lịch. Các kênh truyền thông xã hội, trong đó có Tiktok, cũng cung cấp cho các tổ chức chính quyền đô thị một cách tiếp cận mới để tương tác với người dân.

Tuy nhiên, những video trực tuyến cũng mang lại một số thách thức cho truyền thông đô thị. Vấn đề bản quyền là một trong những thách thức lớn nhất của video trực tuyến. Nhiều video trực tuyến không tuân thủ các quy định bản quyền và có thể vi phạm các luật sở hữu trí tuệ. Vì vậy, các tổ chức chính quyền đô thị cần phải đảm bảo rằng các video quảng cáo của họ tuân thủ các quy định bản quyền và không vi phạm các luật pháp.

Một thách thức khác của video trực tuyến là khả năng đánh giá hiệu quả của nó. Trong khi các tổ chức chính quyền đô thị có thể đánh giá được số lượt xem của video trực tuyến, nhưng đánh giá mức độ hiệu quả của nó lại khó khăn hơn. Vì vậy, các tổ chức chính quyền đô thị cần phải tìm cách để đánh giá hiệu quả của các chiến dịch quảng cáo trên các nền tảng video trực tuyến và sử dụng kết quả đó để cải thiện chiến lược quảng cáo của họ.

3. THÁCH THỨC CỦA THỜI ĐẠI CÔNG NGHỆ SỐ ĐỐI VỚI TRUYỀN THÔNG ĐÔ THỊ

Khó khăn trước hết là nhận thức về vai trò, sự cần thiết của truyền thông đa phương tiện. Truyền thông đa phương tiện là xu thế mang tính tất yếu

trong thời đại cách mạng công nghiệp lần thứ tư, tuy nhiên không phải tất cả những người có trách nhiệm trong đơn vị báo chí, truyền thông, hiểu thấu đáo được vai trò, lợi ích của nó. Với những thói quen, cách làm cũ đã thấm sâu trong suy nghĩ và hành động, làm cho họ ngại cái mới, vô hình chung trở thành lực cản của truyền thông đa phương tiện, nên trên thực tế trong các cơ quan báo chí, truyền thông của Việt Nam còn chậm, đa phần các cơ quan báo chí,truyền thông mới bắt đầu ở giai đoạn ứng dụng công nghệ thông tin trong quy trình tác nghiệp, ít có cơ quan báo chí, truyền thông có những sản phẩm, dịch vụ báo chí truyền thông mới.

Khó khăn, hạn chế trong nguồn lực đầu tư của không ít các cơ quan truyền thông đang là một trong những thách thức quan trọng với quá trình chuyển đổi số truyền thông. Có thể thấy, trong thời gian dài truyền thông chủ yếu dựa vào ngân sách nhà nước cấp để hoạt động. Cùng với quá trình chuyển sang thực hiện cơ chế thị trường trong sản xuất kinh doanh của nền kinh tế, truyền thông cũng đã có bước chuyển, tuy nhiên còn chậm, số các cơ quan truyền thông tự chủ không có mỗi quận chỉ có phòng văn hóa thông tin chịu trách nhiệm truyền thông cho khu vực quận.

Thách thức về số lượng, chất lượng nguồn nhân lực trong lĩnh vực truyền thông. Thực tế vai trò nhân lực, nhất là nguồn nhân lực công nghệ chất lượng cao trong truyền thông đa phương tiện rất quan trọng. Đây cũng là rào cản chủ yếu khiến doanh nghiệp cùng với các tổ chức chính quyền đô thị tại Việt Nam nói chung và trường đào tạo nguồn nhân lực trong lĩnh vực truyền thông nói riêng gặp khó khăn trong việc truyền thông. Để thành công, không chỉ cần đội ngũ nhân lực truyền thông có chuyên môn nghiệp vụ giỏi mà đi liền cần hiểu biết về công nghệ mới. Đây là điểm yếu trong khâu đào tạo thuộc hệ thống các trường truyền thông, mặc dù trong những năm qua cũng đã có sự điều chỉnh khắc phục dần, song thực tế vẫn chưa đáp ứng tốt nhu cầu.

Có hiệu quả, thành công hay không, một trong những thách thức quan trọng của truyền thông đa phương tiện là phải bảo đảm an ninh thông tin. Trên không gian mạng nguy cơ bị đánh cắp thông tin cá nhân, tấn công chiếm dụng dữ liệu người dùng luôn thường trực. Việc cập nhật các giải pháp tiên tiến, từ công nghệ, dịch vụ đến con người, quy trình nhằm đảm bảo an toàn, an ninh thông tin là vô cùng quan trọng. Trong lĩnh vực truyền thông, nếu an ninh thông tin không được bảo đảm thì không chỉ là mất dữ liệu, thiệt hại tài chính, mà còn bị chiếm quyền sử dụng, thay đổi giao diện, xuyên tạc nội dung thông tin, gây hoang mang, làm giảm niềm tin của công chúng vào đường lối, chính sách phát triển đất nước của Đảng và Nhà nước. Thách thức bảo đảm an ninh truyền thông trong thời đại công nghệ số không chỉ ở vấn đề tin giả, vi phạm bản quyền hay đảm đảm an toàn mạng, mà quan trọng hơn là thách thức trong bảo vệ thị trường truyền thông trước sự cạnh tranh thiếu công bằng của tác nhân bên ngoài, là hệ thống truyền thông và mạng xã hội xâm nhập.

4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TRUYỀN THÔNG ĐÔ THỊ

Truyền thông đô thị là một trong những lĩnh vực quan trọng của đời sống xã hội hiện đại, đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng một cộng đồng thông tin văn minh, độc lập và chủ động. Tuy nhiên, trong thực tế, chất lượng truyền thông đô thị ở nhiều quốc gia vẫn còn hạn chế và đang gặp nhiều thách thức. Vấn đề chính của truyền thông đô thị hiện nay là sự xuất hiện của nhiều phương tiện truyền thông khác nhau, từ truyền hình, báo chí đến mạng xã hội. Với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin, các phương tiện truyền thông này đã trở nên phổ biến hơn bao giờ hết và có thể truyền tải thông tin đến mọi người một cách nhanh chóng. Tuy nhiên, điều này cũng đồng nghĩa với việc các thông tin không chính xác, sai lệch và thiếu chính xác cũng được truyền tải một cách nhanh chóng, gây ra ảnh hưởng tiêu cực đến xã hội và các vấn đề đô thị. Do đó, việc nâng cao chất lượng truyền thông đô thị là một vấn đề cấp bách trong xã hội hiện đại. Trong bài viết này, chúng ta sẽ xem xét một số giải pháp để nâng cao chất lượng truyền thông đô thị.

Tăng cường khả năng phân tích và đánh giá thông tin. Một trong những cách quan trọng để nâng cao chất lượng truyền thông đô thị là tăng cường khả năng phân tích và đánh giá thông tin. Người tiêu dùng thông tin cần phải có khả năng phân biệt giữa thông tin đúng và sai, thông tin có tính chất bị thiên vị và thông tin chính thống. Để làm được điều này, người tiêu dùng cần phải có kiến thức về cách thức hoạt động của các phương tiện truyền thông, cũng như có khả năng xác định nguồn gốc của thông tin. Hơn nữa, các nhà báo và các cơ quan truyền thông đô thị cần phải có khả năng phân tích và đánh giá thông tin một cách đúng đắn.

Tiếp theo, để nâng cao chất lượng truyền thông đô thị, cần phải tăng cường vai trò của các tổ chức truyền thông truyền thống trong việc cung cấp thông tin chính xác và đáng tin cậy đến với công chúng. Tuy nhiên, cũng cần chú ý đến vai trò của các tổ chức truyền thông mới nổi, như các trang

mạng xã hội và các ứng dụng di động và tìm cách để đảm bảo rằng thông tin được phân phối qua các kênh này cũng đáng tin cậy và phù hợp với tiêu chuẩn chuyên môn.

Để tăng cường sự đa dạng và tính đầy đủ của thông tin truyền tải đến với công chúng, cần khuyến khích các tổ chức truyền thông đô thị phát triển các kênh truyền thông đa dạng, bao gồm cả các kênh trực tuyến và ngoại tuyến. Ngoài ra, cần cải thiện khả năng tiếp cận của công chúng đối với thông tin, bằng cách tăng cường khả năng tương tác và tạo ra các cơ hội cho người dân để đóng góp ý kiến và phản hồi.

Đào tạo nguồn nhân lực truyền thông về kỹ năng truyền thông và viết báo là một trong những giải pháp quan trọng để nâng cao chất lượng truyền thông đô thị. Nhân viên truyền thông cần phải có kỹ năng viết báo, phân tích, tìm hiểu và cập nhật tin tức liên quan đến thành phố, từ đó đưa ra thông tin chính xác và đầy đủ cho cộng đồng. Đào tạo nguồn nhân lực truyền thông cũng giúp họ hiểu rõ hơn về quy trình truyền thông, từ việc phân tích đối tượng đến cách tạo nội dung và đưa thông tin đến công chúng. Ngoài ra, họ cũng cần được đào tạo về kỹ năng xử lý thông tin khẩn cấp và các tình huống khẩn cấp. Để đào tạo nguồn nhân lực truyền thông, thành phố có thể tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu về truyền thông đô thị, hoặc hợp tác với các trường đại học và các tổ chức chuyên về đào tạo truyền thông để cung cấp các khóa học tập trung về truyền thông đô thị. Các khóa học có thể bao gồm các chủ đề như kỹ năng viết báo, phân tích, đưa tin khẩn cấp, cách xử lý tình huống khẩn cấp và các kỹ năng quản lý truyền thông khác. Ngoài ra, thành phố cũng có thể đầu tư để cung cấp các công cụ hỗ trợ như phần mềm đồ họa, các công cụ quản lý tài nguyên, hệ thống thông tin địa lý và hệ thống định vị toàn cầu để giúp nhân viên truyền thông hoàn thiện công việc của mình một cách hiệu quả và chuyên nghiệp. Tóm lại, việc đào tạo nguồn nhân lực truyền thông là một giải pháp quan trọng để nâng cao chất lượng truyền thông đô thị. Chính vì vậy, thành phố cần đầu tư để đào tạo nguồn nhân lực truyền thông với các kỹ năng cần thiết, cung cấp các công cụ hỗ trợ để họ có thể hoàn thành công việc một cách chuyên nghiệp và đóng góp vào sự phát triển của thành phố.

Cuối cùng, cần tăng cường khả năng quản lý thông tin của các tổ chức truyền thông đô thị, bằng cách cải thiện quy trình kiểm duyệt thông tin và đảm bảo rằng các thông tin được phân phối đáng tin cậy và phù hợp với tiêu chuẩn chuyên môn. Cần cung cấp đầy đủ nguồn lực cho các tổ chức truyền thông để có thể thực hiện các công việc này và đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của công chúng đối với thông tin đáng tin cậy và chất lượng cao.

5. KẾT LUẬN

Sự tăng trưởng của truyền thông số: Trong thời kỳ chuyển đổi số, truyền thông số đang trở thành một phương tiện quan trọng trong việc kết nối với người dân. Ngày nay, hầu hết mọi người đều sử dụng Internet và các thiết bị điện tử để tìm kiếm thông tin, giải trí, mua sắm và giao tiếp với nhau. Trong thời đại này, người dân đô thị đã chuyển sang sử dụng các thiết bị số như điện thoại thông minh và máy tính để truy cập thông tin và tương tác với thế giới xung quanh. Điều này đã khiến cho các phương tiện truyền thông truyền thống như báo, tạp chí và truyền hình bị ảnh hưởng nghiêm trọng.

Sự phát triển của truyền thông xã hội: Truyền thông xã hội đã trở thành một phương tiện truyền thông quan trọng trong việc kết nối với người dân và công bố thông tin. Do đó, các tổ chức chính quyền đô thị đang chuyển đổi sự chú ý của mình sang các mạng xã hội để công bố thông tin và tương tác với người dân. Truyền thông xã hội đã trở thành một phần không thể thiếu của cuộc sống đô thị, cho phép người dân tương tác với nhau và chia sẻ thông tin trực tuyến. Với số lượng người dùng đông đảo, truyền thông xã hội đã trở thành một kênh quảng cáo hiệu quả cho các tổ chức chính quyền đô thị.

Sự thay đổi trong cách tiếp cận của truyền thông: Trong quá khứ, các chiến dịch truyền thông đô thị thường tập trung vào quảng cáo trên phương tiện truyền thông truyền thống, chẳng hạn như truyền hình và báo chí. Tuy nhiên, hiện nay, các chiến dịch truyền thông đô thị thường kết hợp nhiều phương tiện truyền thông để đạt được sự đa dạng và tiếp cận nhiều người dân hơn.

Sự phát triển của truyền thông tương tác: Trong thời kỳ chuyển đổi số, các tổ chức chính quyền đô thị đang tìm cách tương tác với người dân của mình. Điều này đòi hỏi các tổ chức chính quyền đô thị phải sử dụng các công nghệ truyền thông mới như chatbot, email marketing và marketing automation để tạo ra trải nghiệm tương tác tốt hơn với người dân. Truyền thông tương tác cho phép người dùng tương tác trực tiếp với các tổ chức chính quyền đô thị trên mạng, thông qua các nền tảng như truyền thông xã hội, video trực tuyến và trò chuyện trực tuyến.

Sự chuyển đổi sang truyền thông trực tiếp: Trong quá khứ, các chiến dịch truyền thông đô thị thường phụ thuộc vào các kênh truyền thông gián tiếp, chẳng hạn như quảng cáo trên truyền hình và báo chí. Tuy nhiên, hiện nay, các tổ chức chính quyền

đô thị đang chuyển sang các chiến dịch truyền thông trực tiếp như sự kiện. Sự phổ biến của video trực tuyến đã trở thành một phần quan trọng của truyền thông đô thị, cho phép người dân xem các video, chia sẻ kinh nghiệm và tương tác với nhau trên mạng. Nhiều tổ chức chính quyền đô thị cũng sử dụng video trực tuyến để tuyên truyền, công bố các thông tin có sức thu hút đối với người dân.

Sự tăng cường của truyền thông đa kênh: Các tổ chức chính quyền đô thị đang chuyển đổi từ sử dụng một kênh truyền thông đến sử dụng nhiều kênh truyền thông để tương tác với người dân. Điều này có nghĩa là họ đang sử dụng nhiều kênh truyền thông khác nhau để đến gần người dân bao gồm email, SMS, truyền thông xã hội, quảng cáo trên mạng và trang website.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Phạm Anh Tuấn, "Sự phát triển của mạng xã hội và khả năng ứng dụng các lợi thế, tiện ích của mạng xã hội trong công tác thông tin, tuyên truyền ở Việt Nam", truy cập từ *Tạp chí Cộng Sản,* nguồn: https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/dau-tranh-phan-bac-cac-luan-dieu-sai-trai-thu-dich/chi-tiet/-/asset_publisher/YqSB2JpnYto9/content/su-phat-trien-cua-mang-xa-hoi-va-kha-nang-ung-dung-cac-loi-the-tien-ich-cua-mang-xa-hoi-trong-cong-tac-thong-tin-tuyen-truyen-o-viet-nam, truy cập ngày 01/08/2023.

[2] Phạm Trọng Quý, "Hiệu quả từ chương trình "Dân hỏi - Thành phố trả lời", truy cập từ *Tạp chí của Ban tuyên giáo Trung ương*, nguồn: https://tuyengiao.vn/thanh-pho-ho-chi-minh-van-minh-hien-dai-nghia-tinh/hieu-qua-tu-chuong-trinh-dan-hoi-thanh-pho-tra-loi-136897, truy cập ngày 01/06/2023.

[3] Long Hồ, "Chương trình "Dân hỏi - Chính quyền trả lời" trở thành kênh giám sát trực tiếp của cử tri đối với hoạt động của HĐND TPHCM", truy cập từ *Trang tin điện tử Đảng bộ Thành phố Hồ Chí Minh*, nguồn: https://hcmcpv.org.vn/tin-tuc/chuong-trinh-dan-hoi-chinh-quyen-tra-loi-tro-thanh-kenh-giam-sat-truc-tiep-cua-cu-tri-doi-voi-ho-1491908679, truy cập ngày 01/06/2023.

[4] Tường Minh, "TikTok chính thức cán mốc 1 tỷ người dùng hoạt động hàng tháng", truy cập từ *Advertising Vietnam*, nguồn: https://advertisingvietnam .com/tiktok-chinh-thuc-can-moc-1- ty-nguoi-dung-hoat-dong-hang-thang-p17833, truy cập ngày 28/3/2023

[5] Campbell and Cecilia, *World Press Trends 2017*, Frankfurt: WAN-IFRA, năm 2017.

[6] Adsplus, "Thống kê người dùng TikTok 2021 – Mức độ tăng trưởng đáng kinh ngạc", truy cập từ *Adsplus.vn,* nguồn https://adsplus.vn/blog/thong-ke-nguoi-dung-tiktok-2021/, truy cập ngày 28/3/2023.

The trend of urban media transformation in the digital age

Vuong Quoc Trung

ABSTRACT

The development of the Internet and digital technology has made the world of communication more complex, diverse, attractive, but also more challenging. The shift from traditional to digital media has seriously affected traditional media such as newspapers, magazines, and television. Social media (Facebook, Twitter, Zalo, etc.) has become an indispensable part of urban life, allowing people to interact and share information online. Online video on multimedia platforms (Youtube, Tiktok, etc.) is also becoming an important trend in urban communication, allowing users to watch videos, share experiences, and interact with each other on social media networks. The strengthening of interactive communication is also changing the way businesses and organizations interact with their customers. This article aims to identify the trends that urban communication is undergoing many changes in the digital transformation era.

Keywords**:** *Urban communication, communication trends, digital transformation*

Received: 16/05/2023
Revised: 09/06/2023
Accepted for publication: 09/06/2023