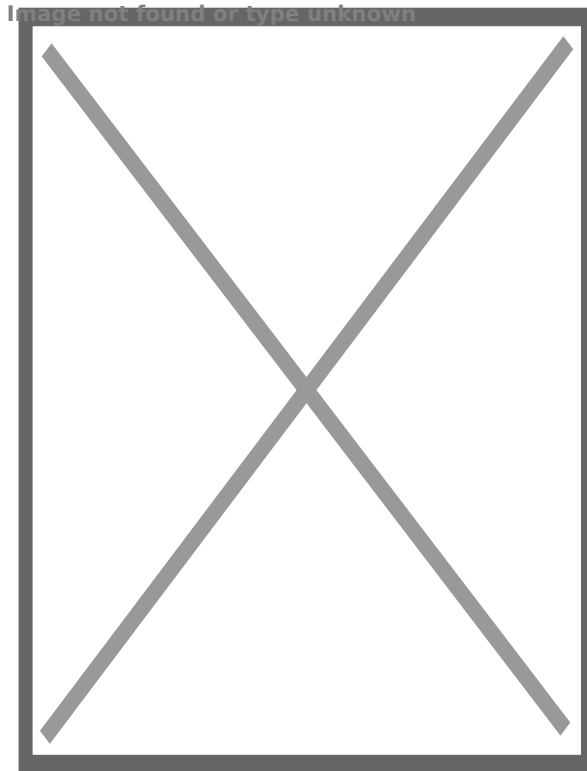


Truyền thông xã hội

05:03 15/11/2016

Tác giả: Admin

Một dự án nghiên cứu “Truyền thông xã hội” của TS. Phạm Hải Chung và TS. Bùi Thu Hương cùng nhóm các tác giả vừa được hoàn thành và được NXB Thế giới xuất bản tháng 11 năm 2016.



Hiện nay với tiến bộ vượt bậc của công nghệ thông tin, mọi rào cản đó hầu như không còn nữa. Một người sinh sống Hà Nội có thể theo dõi giải bóng đá ngoại hạng Anh trên TV hoặc Internet, diển ra ở một nơi cách Việt Nam đến chục nghìn dặm. Ở một quán bar tại London, một người Ấn Độ đang sống ở đây cũng có thể theo dõi trận bóng đó, dẫu với khung thời gian khác nhau. Lễ khai mạc Olympics mùa hè tại London vào năm 2012 có đến 900 triệu người từ khắp nơi trên thế giới cùng theo dõi (Reuters 2012), điều không tưởng nếu như không có sự xuất hiện của các công nghệ truyền thông hiện đại.

Sự hòa hợp của không gian và thời gian của đời sống xã hội như vậy được Jan Aart Scholte (2002) gọi là đặc tính “kết nối xuyên trái đất” (transplanetary connection) và tính “siêu lãnh thổ” (supraterritoriality) của toàn cầu hóa.

Nếu như thông tin trước đây là độc quyền của báo chí chính thống, thì truyền thông xã hội cho phép công dân mạng tự tạo lập kênh thông tin của riêng mình. Kênh thông tin đó có thể do cá nhân (blog, Twitter), hoặc do một tập thể tạo ra và điều hành (Wikipedia).

Khả năng tự truyền tải thông tin cho người khác (gắn liền với định nghĩa của Murphy và mạng xã hội trong định nghĩa của Kaplan và Haelein) tạo thành phần "truyền thông" của truyền thông xã hội, biến mỗi UGC trên thực tế mang đầy đủ chức năng của một tổ chức truyền thông/báo chí: có mạng lưới độc giả, có khả năng lan truyền và truyền tải thông điệp.

Kinh tế thị trường kết hợp với môi trường thông tin vô cùng đa dạng hiện nay, cũng mang dáng dấp của một đồng cỏ châu Phi giống như Thomas Friedman từng thủ thỉ câu ngạn ngữ: "Mỗi sáng ở Châu Phi, một con linh dương thức dậy, nó biết rằng nó phải chạy... Mỗi sáng một con sư tử thức dậy, nó biết nó phải chạy nhanh hơn con linh dương chậm nhất hoặc nó sẽ bị chết đói".

Tại đây nơi tất cả những người chơi: từ cơ quan báo chí, doanh nghiệp, cơ quan quản lý, cho đến người sử dụng, đều phải cố gắng để không bị tụt hậu trong cuộc đua thông tin... Trên đồng cỏ internet này, tất cả đều có quyền tự quyết "vận mệnh" thông qua nhận thức, nỗ lực, cũng như sự chuẩn bị của mình.

Cuốn sách bóc tách những xu hướng mới về truyền thông xã hội, quá trình tác nghiệp của nhà báo dựa trên sự hậu thuẫn thông tin từ Mạng xã hội, doanh nghiệp tận dụng Facebook trong hoạt động quảng bá, góc nhìn đa chiều về công nghiệp game online, và không thể thiếu chuyện bàn về cách hành xử trên Mạng xã hội.

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/truyen-thong-xa-hoi>