

Tác động của mạng xã hội và ngoại giao kỹ thuật số - kinh nghiệm quốc tế và khuyến nghị đối với Việt Nam

Nguyễn Thị Thương Huyền¹

¹ Học viện Báo chí và Tuyên truyền.
Email: thuonghuyen1287@gmail.com

Nhận ngày 16 tháng 3 năm 2021. Chấp nhận đăng ngày 12 tháng 5 năm 2021.

Tóm tắt: Trong kỷ nguyên số, mạng xã hội là một kênh giao tiếp quan trọng, là phương tiện để củng cố an ninh và thịnh vượng trên toàn thế giới. Số lượng người sử dụng Internet và tài khoản mạng xã hội tăng lên một cách nhanh chóng đã tác động rất lớn đến công tác ngoại giao hiện nay. Thay cho việc thụ động đối phó, giờ đây các cơ hội mới đang được mở ra, giúp các nước tạo thế trận chủ động về ngoại giao kỹ thuật số để thông tin, quảng bá về các hoạt động nhằm nâng cao hình ảnh và vị thế của quốc gia. Tuy nhiên, việc quản lý thông tin trên mạng xã hội của các chính phủ và cơ quan ngoại giao cũng có nhiều vấn đề đặt ra cần giải quyết. Bài viết nghiên cứu về thực trạng sử dụng mạng xã hội trong ngoại giao ở một số quốc gia, từ đó đưa ra một số khuyến nghị cho Việt Nam trong việc sử dụng và quản lý thông tin trên mạng xã hội.

Từ khóa: Kỹ thuật số, mạng xã hội, ngoại giao.

Phân loại ngành: Báo chí học

Abstract: In the digital age, social media is an important communication channel, and a means of fostering security and prosperity around the world. The rapidly increasing numbers of internet users and social media accounts have exerted a huge impact on today's diplomacy. Instead of passively responding, now new opportunities are being opened to create a proactive battle-array arrangement of digital diplomacy to inform and promote activities to enhance the image and position of the country. However, there are issues to be solved in the management of information on social media of governments and diplomatic missions. The paper researches the current situation of using social media in diplomacy in a number of countries, thereby giving recommendations for Vietnam in the use and management of information on the media.

Keywords: Digital technology, social media, diplomacy.

Subject classification: Journalism studies

1. Đặt vấn đề

Ngoại giao luôn là cách thức đối thoại nhằm mang đến sự hiểu biết và xây dựng mạng lưới quan hệ giữa các chính phủ, bộ, ngành, mở rộng ra tới cộng đồng doanh nghiệp và xã hội dân sự. Trong kỷ nguyên số, mạng xã hội là một kênh giao tiếp quan trọng, là phương tiện để củng cố an ninh và thịnh vượng trên toàn thế giới.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế hiện nay, sự thúc đẩy của khoa học công nghệ và quá trình toàn cầu hoá, sự ra đời hàng loạt các mạng xã hội như: Facebook, Twitter, YouTube, Tumblr, Linkedin... đang làm cho thế giới trở nên phẳng hơn bao giờ hết, cho phép mọi người có thể tiếp cận bình đẳng và trực tiếp với nhau trên cùng một phẳng thông tin ở mọi lúc, mọi nơi.

Theo Báo cáo Việt Nam Digital 2020 toàn cầu do tổ chức We Are Social và Hootsuite thống kê số liệu, có thể thấy các phương tiện truyền thông kỹ thuật, di động và mạng xã hội đã trở thành công cụ thiết yếu đối với mọi người. Trên thế giới hiện có hơn 4,5 tỷ người đang sử dụng Internet vào đầu năm 2020, lượng người dùng mạng xã hội đã vượt qua mốc 3,8 tỷ, khoảng 60% dân số thế giới đã sử dụng Internet. Các xu hướng dự đoán rằng, tổng số lượng người sử dụng các mạng xã hội sẽ tăng lên vào khoảng giữa năm 2021 (We are social, 2020).

Ở Việt Nam, có 70% người dân sử dụng Internet (tính đến tháng 1/2020), mức độ tăng trưởng 10% (tương đương 6,2 triệu người dùng) so với cùng kỳ năm trước, đứng thứ 9 trên thế giới. Theo các số liệu trong báo cáo, phần lớn người dùng Internet đều sử dụng mạng xã hội. Tỷ lệ dân số truy

cập Internet là 70% và dùng mạng xã hội là 67%. Mức độ tăng trưởng người dùng mạng xã hội cũng rất khả quan. Từ tháng 4/2019 đến tháng 1/2020, số người sử dụng mạng xã hội tăng 9,6%, tương đương 5,7 triệu người dùng (We are social, 2020).

Mạng xã hội thoát khỏi giới hạn của các định dạng truyền thông kiểu cũ như: báo giấy, sách và tạp chí. Không chỉ phục vụ các nhu cầu thông tin khác nhau, mạng xã hội còn góp phần phá vỡ khoảng cách về mặt địa lý và xã hội, làm cho sự cách trở về địa lý ít ảnh hưởng tới các mối quan hệ xã hội hơn. Thông qua mạng xã hội, nhiều mối quan hệ kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội... được thiết lập, bất chấp khoảng cách về thời gian và không gian. Một trong những ưu điểm được cho là nổi bật của mạng xã hội là cho phép người sử dụng dân chủ hơn trong cách lựa chọn và công bố thông tin. Hiện nay, ngày càng có nhiều người tham gia vào mạng lưới báo chí với tư cách là “nhà báo công dân”, khi họ là chủ thể cung cấp thông tin cho báo chí. Thậm chí, họ còn giữ vai trò thu thập, xử lý và công bố nguồn tin trên những trang cá nhân của mình với nhiều mục đích khác nhau.

Cùng với sự phát triển ấy, khái niệm “ngoại giao kỹ thuật số” không còn xa lạ với chúng ta, đó là việc sử dụng công nghệ thông tin, kỹ thuật số vào việc triển khai chính sách và hoạt động đối ngoại của quốc gia một cách có hiệu quả. So với ngoại giao truyền thống, ngoại giao kỹ thuật số có một số điểm khác biệt. Trước hết, đó là phương thức truyền thông tin nhanh, hiệu quả, tiết kiệm chi phí và có thể cùng lúc tiếp cận cả tỷ người trên trái đất. Cũng giống như các phương thức ngoại giao khác, mục đích cuối cùng của ngoại giao kỹ thuật số là thúc đẩy triển khai các hoạt động ngoại giao,

phục vụ lợi ích quốc gia. Tuy nhiên, điểm khác biệt của ngoại giao kỹ thuật số với các phương thức ngoại giao khác là ở chỗ ngoại giao kỹ thuật số dùng công nghệ thông tin, kỹ thuật số và các công cụ truyền thông hiện đại như mạng xã hội làm phương thức và đôi khi là thủ đoạn để thúc đẩy các mục tiêu đối ngoại.

2. Sử dụng mạng xã hội trong ngoại giao kỹ thuật số ở một số quốc gia trên thế giới

Đối với ngành ngoại giao, việc áp dụng công nghệ thông tin, kỹ thuật số và các phương tiện truyền thông mới như mạng xã hội đã trở thành một tất yếu khách quan. Việc thúc đẩy đưa các ứng dụng của mạng xã hội vào các hoạt động ngoại giao sẽ mở ra một kênh giao tiếp quan trọng giữa chính phủ và công chúng trong nước và quốc tế, góp phần thúc đẩy chính sách đối ngoại. Các công cụ của mạng xã hội sẽ là sự hỗ trợ cho báo chí và các kênh thông tin truyền thống, đáp ứng nhu cầu thông tin của công chúng trong thời đại công nghệ cao và có thể trở thành công cụ hữu hiệu cho các chiến dịch thông tin, dư luận.

Không chỉ dừng lại ở đây, cách mạng khoa học kỹ thuật và công nghệ thông tin còn làm tăng khả năng liên thông và tương tác giữa các chuyên ngành, trong đó có ngoại giao. Trước kia, ngoại giao truyền thống vốn đã có liên hệ chặt chẽ với các chuyên ngành như: bảo mật, mã hóa thông tin. Ngày nay, mặc dù vẫn duy trì đặc tính độc lập và chuyên biệt tương đối của mình, song mức độ tương tác và kết hợp giữa ngoại giao với các chuyên ngành khác trong thực tiễn như: kinh tế, báo chí, quan hệ

công chúng, công nghệ thông tin, thống kê... ngày một gia tăng.

Các mạng xã hội như Facebook, Twitter, các diễn đàn mạng, Blog cá nhân vừa là công cụ, vừa là môi trường đối với các chủ thể trong hoạt động ngoại giao. Chẳng hạn, việc một nhân vật đối ngoại quan trọng phát ngôn bất cẩn trên Blog cá nhân có thể gây căng thẳng ngoại giao giữa hai quốc gia; những sự cố về đối ngoại có thể bị ghi hình bằng điện thoại di động và phát tán trên Internet với tốc độ chóng mặt, gây hậu quả khó lường với các bên liên quan...

Cựu Ngoại trưởng Mỹ Hillary Clinton được coi là một trong những nhân vật đi đầu trong việc đề ra chiến lược ngoại giao kỹ thuật số khi công bố chiến lược đường lối ngoại giao của Mỹ trong thế kỉ XXI có tên “21st Century Statecraft” vào năm 2010. Bà nhấn mạnh: trong một thế giới ngày càng kết nối với nhau, không chỉ các nước mà các cá nhân và tổ chức đều có thể đóng một vai trò quyết định trong các vấn đề quốc tế. Sáng kiến ngoại giao này của Mỹ bao gồm hàng loạt dự án nhỏ được thiết kế sử dụng Internet, điện thoại di động, các mạng xã hội để thúc đẩy các mục tiêu chính sách đối ngoại của Mỹ (U.S Department of State, 2020).

Sự ra đời của những công cụ mới và sự xuất hiện nhiều chủ thể mới như: Facebook, Twitter, truyền hình vệ tinh, điện thoại có camera... đã “trao quyền” cho các chủ thể này, cho phép họ tham gia ngày một sâu rộng vào quan hệ quốc tế. Ngoại giao kỹ thuật số thách thức các hình thức ngoại giao truyền thống về truyền tin và thu hút độc giả. Các trang mạng chính thống của chính phủ, thậm chí cả tờ báo giấy, tạp chí có uy tín với lịch sử ra đời hàng trăm năm ở ngay các nước phát triển như: *Newsweek*,

Financial Times, *New York Times*, *Time*... đang bị độc giả rời bỏ, thu nhập từ quảng cáo ít đi và buộc phải giảm số lượng phát hành hoặc đóng cửa.

Có thể nói rằng, mạng xã hội đã làm thay đổi thế giới và cách tư duy của con người đến mức bản thân chúng ta cũng không thể tưởng tượng hết khả năng của nó. Trong một thời gian tương đối ngắn, những tác động của các phương tiện truyền thông mới như mạng xã hội đã tạo ra những biến đổi văn hóa - xã hội sâu sắc ở mọi ngõ ngách của trái đất.

Ngoại giao kỹ thuật số cũng tạo ra cơ hội không nhỏ cho các quốc gia, tổ chức và cá nhân thực thi trọng trách ngoại giao của mình trong một thế giới đã và đang thay đổi từng ngày, từng giờ. Trước hết, với hơn 2,7 tỷ người dùng Facebook, hơn 330 triệu người sử dụng Twitter và hàng trăm triệu người sử dụng các trang trực tuyến thì nền tảng Internet thực sự là “môi trường” thuận lợi cho các nhà ngoại giao quảng bá, tuyên truyền về chính sách đối ngoại của nước mình (T. Thủy, 2021). Hơn nữa, đa phần người sử dụng các mạng xã hội đều có kiến thức cơ bản về Internet, thuộc một trong những thành phần có tri thức nhất trong xã hội nên mức lan tỏa và tác động rất lớn.

Tại Mỹ, một nước có nền công nghệ thông tin, kỹ thuật số phát triển hàng đầu thế giới, ngoại giao kỹ thuật số vẫn là một lĩnh vực mới. Mục tiêu chiến lược của ngành ngoại giao Mỹ khi sử dụng ngoại giao kỹ thuật số là nhằm hỗ trợ các hoạt động ngoại giao công chúng, quan hệ với báo chí, bổ sung cho việc tiếp cận công chúng bằng các phương tiện truyền thông hiện đại như: Twitter, Flickr, YouTube... Bộ Ngoại giao Mỹ đã tận dụng thế mạnh của công nghệ thông tin để tạo ra những

bước chuyển mạnh mẽ các hoạt động ngoại giao của mình ở các nước, đặc biệt ở những nước đang phát triển, nhằm thúc đẩy chính sách đối ngoại của mình.

Việc đăng tải thông tin trên mạng xã hội giúp cả người truyền tin lẫn người tiếp nhận thông tin tương tác với nhau nhanh hơn. Cần thấy rằng, nhu cầu tiếp cận thông tin đa chiều, chính xác và trung thực, nhu cầu được lắng nghe và trao đổi của người dân là thực và rất lớn. Các khoảng trống về thông tin luôn dễ dàng bị lấp đầy bởi nguồn này hay nguồn khác.

Bộ Ngoại giao Anh là một trong những cơ quan đi đầu trong việc ứng dụng kỹ thuật số vào công tác ngoại giao. Cơ quan này khuyến khích các nhân viên ngoại giao có Blog hoặc tài khoản Facebook nhằm gia tăng giao lưu và gắn gũi hơn với công chúng cả trong và ngoài nước, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động. Vì vậy, rất nhiều nhà ngoại giao Anh đã và đang sử dụng các công cụ truyền thông hiện đại như: Blog, YouTube, Flickr, Twitter để giao tiếp với công chúng. Ví dụ: lãnh đạo Anh đi thăm nước ngoài hoặc triển khai những thử nghiệm, những vấn đề mà nước Anh quan tâm và muốn thúc đẩy tại nước ngoài như sử dụng dịch vụ nhân tin trong việc giải quyết khủng hoảng lãnh sự, cổ vũ cho phong trào môi trường xanh ở nơi làm việc và ở nhà... thì Bộ Ngoại giao có một nhóm đặc trách về ngoại giao kỹ thuật số để hỗ trợ cho công tác này.

Một trong những ví dụ điển hình đó là trường hợp của ông Mark Kent, cựu Đại sứ Đặc mệnh toàn quyền Anh tại Hà Nội. Ông đã trở nên khá thân thuộc trong giới trẻ và công chúng Việt Nam nhờ rất nhiều các hoạt động giao tiếp với công chúng thông qua Blog cá nhân của mình. Blog Mark Kent

được thiết lập từ năm 2008 và kéo dài đến năm 2010 khi ông Đại sứ kết thúc nhiệm kỳ, Blog được viết bằng cả tiếng Anh, tiếng Việt và liên kết với trang chủ của Đại sứ quán Anh tại Việt Nam. Thông qua Blog này, ông dễ dàng bày tỏ quan điểm về những vấn đề liên quan tới Việt Nam và quan hệ hai nước với công chúng Việt Nam. Ông đã tận dụng thế mạnh của mạng xã hội để thúc đẩy nghị trình Đại sứ của mình trong suốt ba năm làm việc tại Việt Nam.

Hiện tại, ngoài Twitter, Bộ Ngoại giao Mỹ cũng có mặt trên các mạng xã hội khác như: Facebook, Tumblr, Instagram hoặc YouTube. Theo thống kê của Bộ Ngoại giao Mỹ, họ có đến 2,5 triệu người theo dõi trên các mạng xã hội (Bureau of Public Affairs, 2008). Những người giao lưu với Bộ Ngoại giao Mỹ thông qua mạng xã hội thường là các nhân vật có ảnh hưởng tại các nước khác trên thế giới, những người có uy tín trong dư luận, giới blogger và nhà báo.

Ở Việt Nam, ngoài Đại sứ quán Anh, mạng xã hội Facebook, Twitter... cũng giúp Đại sứ quán Hà Lan tăng cường tương tác với các tổ chức xã hội dân sự, hỗ trợ doanh nghiệp, giúp xã hội bên ngoài hiểu rõ hơn giá trị gia tăng của công việc Đại sứ quán đang làm. Điều này nhằm thông tin cập nhật được nhanh hơn, các đối tác và người dân có thể tiếp cận dịch vụ dễ dàng hơn. Để hỗ trợ cho ngoại giao kỹ thuật số, Đại sứ quán Hà Lan đã đầu tư các phương tiện truyền thông xã hội. Bên cạnh trang web chính thức, bao gồm tất cả thông tin cơ bản về Đại sứ quán và các dịch vụ, còn quản lý tài khoản Facebook “Holland in Vietnam” (Hà Lan ở Việt Nam) và tài khoản trên mạng LinkedIn mang tên “ASEAN - Neth business opportunities” (Cơ hội kinh doanh ASEAN - Hà Lan).

Những trang mạng xã hội này rất quan trọng và là công cụ để đạt được các mục tiêu trong chính sách của Hà Lan. Mục đích khi tạo ra trang mạng xã hội không đơn thuần để thu hút nhiều lượt like (thích) trên Facebook hay chỉ để quảng bá về du lịch, con người Hà Lan mà còn mong muốn kết nối với những người đặc biệt quan tâm đến Hà Lan hay lĩnh vực mà Đại sứ quán tích cực tham gia. Mạng xã hội cũng là môi trường trung gian để công chúng có thể dễ dàng tiếp cận và cùng trao đổi về các chủ đề kinh tế, chính trị, văn hóa. Hơn nữa, giao tiếp trên mạng xã hội là phương thức giao tiếp khá trực tiếp, tạo điều kiện giúp cho Đại sứ quán có cái nhìn sâu sắc hơn về xã hội Việt Nam, đồng thời cho mọi người biết công việc Đại sứ quán làm hàng ngày và những công việc đó có liên quan tới mọi người như thế nào. Thông qua mạng LinkedIn, Đại sứ quán thông báo cho các doanh nghiệp của Hà Lan về những thay đổi trong kinh tế vĩ mô và sự phát triển của các ngành khác nhau tại Việt Nam. Có thể nói, ngoại giao số trên mạng xã hội không có nghĩa là tính chất công việc thay đổi mà nó tạo ra cách thức mới để thực hiện nhiệm vụ của Đại sứ quán trong việc kết nối giữa Việt Nam và Hà Lan.

Đặc biệt, thông qua mạng xã hội, ngoại giao kỹ thuật số còn có vai trò trong việc quảng bá hình ảnh đất nước, con người của quốc gia mình, đó là một trong những nhiệm vụ quan trọng của công tác đối ngoại. Có thể nói, công tác này đạt hiệu quả cao hơn là nhờ vào các phương tiện truyền thông, đặc biệt là các phương tiện truyền thông mới.

Hàn Quốc là một quốc gia tận dụng các phương tiện truyền thông hiện đại để

triển khai mạnh mẽ ngoại giao kỹ thuật số. Bên cạnh các trang web chính thức, Bộ Ngoại giao Hàn Quốc còn có sự xuất hiện trên các mạng xã hội Twitter và Facebook. Thông qua các trang mạng xã hội này, Bộ Ngoại giao Hàn Quốc đã tạo ra “Làn sóng Hàn” để quảng bá hình ảnh đất nước bằng tiếng địa phương. Tại Việt Nam, Đại sứ quán Hàn Quốc có trang “Hàn Quốc Ngày Nay” (Yoon Hee Young và Park Hye Ri, 2021), đây là một kênh thông tin miễn phí về Hàn Quốc, đặc biệt là phân visa, thủ tục dành cho người Việt Nam tại Hàn Quốc và những chuyên đề về chính sách của Chính phủ Hàn Quốc về vấn đề cộng đồng Việt Nam...

Singapore cũng là một hình mẫu về ứng dụng các phương tiện truyền thông mới trong lĩnh vực ngoại giao. Tiêu biểu phải kể đến trường hợp Ngoại trưởng Singapore, George Yeo. Đây là Ngoại trưởng đầu tiên của ASEAN mở trang cá nhân trên Facebook một chính trị gia, việc mở một trang mạng cá nhân công khai đã vấp phải nhiều thách thức, nhưng vượt lên trên những điều đó, ông George Yeo đã tận dụng được lợi thế của Facebook để chủ động nói về đất nước Singapore, công việc và bản thân mình. Những bức ảnh ông tươi cười bắt tay các ngoại trưởng ASEAN tại Hà Nội bên lề các cuộc họp, các chú thích, các bài viết của chính ông sẽ dễ tiếp nhận hơn là những bản tin dài trên báo chí. Ở phần thông tin cá nhân, những dòng giới thiệu về bản thân, sở thích điện ảnh, âm nhạc sẽ khiến người đọc thấy gần gũi hơn so với hình ảnh ông nghiêm túc trên bàn hội nghị. Trang Facebook cá nhân của ông đã vượt quá số bạn bè cho phép là 5.000 người và ông đã phải lập trang Facebook công cộng của mình và tính tới nay đã có hơn

105.000 người “theo dõi” (ấn nút “follow”) (Trang Facebook cá nhân của ông George Yeo - Ngoại trưởng Singapore).

Trên thực tế, với sự phát triển mạnh mẽ của ngành thông tin và các phương tiện truyền thông mới, một số ứng dụng của công nghệ thông tin và kỹ thuật số cũng đã được triển khai trong các hoạt động ngoại giao của Việt Nam, nhưng chưa được định hình rõ nét, chưa thành hệ thống mà chỉ dừng lại ở những chiến dịch tuyên truyền quảng cáo hình ảnh đất nước, các sự kiện chính trị, văn hóa lớn, các trang web của Đại sứ quán Việt Nam tại các nước.

3. Một số khuyến nghị về đẩy mạnh việc sử dụng mạng xã hội trong thực hiện ngoại giao kỹ thuật số ở Việt Nam

Ở Việt Nam, tỷ lệ dân số truy cập Internet và dùng mạng xã hội là 68,17 triệu người (chiếm tỷ lệ 70% số dân); số lượng người dùng mạng xã hội là 65 triệu người (chiếm tỷ lệ 67% số dân) (We are social, 2020). Thay cho việc thụ động đối phó, giờ đây các cơ hội mới đang được mở ra giúp chúng ta tạo thế trận chủ động về ngoại giao kỹ thuật số, thông tin, quảng bá về các hoạt động nhằm nâng cao hình ảnh và vị thế của ngoại giao Việt Nam ở trong nước, trong khu vực và trên thế giới.

Căn cứ vào vai trò và thực tế phát triển của mạng xã hội đối với công tác ngoại giao, chúng tôi đề xuất một số khuyến nghị nhằm tăng cường hiệu quả của công tác ngoại giao kỹ thuật số trong tương lai.

Một là, sớm đưa ra chiến lược, kế hoạch phát triển ngoại giao kỹ thuật số. Bộ Ngoại giao Anh là một trong những đơn vị đầu tiên sử dụng mạng xã hội trong hoạt động

ngoại giao trên thế giới. Những công cụ số đã trợ giúp họ đắc lực cho việc hình thành chính sách đối ngoại, mở rộng đối tượng tiếp cận và gây ảnh hưởng. Tuy nhiên, để có thể quản lý tốt công tác này, ngoài việc công bố các kênh giao tiếp chính thức trên mạng xã hội, Bộ ngoại giao Anh đã thành lập một trung tâm chuyên quản lý các nội dung số ở nước ngoài, mục tiêu là mở rộng cách sử dụng các công cụ đó một cách nhất quán và đầy đủ. Hơn nữa, việc sử dụng các công cụ này là điều quan trọng trong việc hình thành chính sách mở và tăng cường sự minh bạch.

Ở Việt Nam, Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đã nêu rõ những cơ hội và thách thức đối với mỗi quốc gia, tổ chức và cá nhân trong kỷ nguyên số. Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đã và đang tác động ngày càng mạnh mẽ đến tất cả các lĩnh vực của đời sống kinh tế - xã hội đất nước. Thời gian qua, Đảng và Nhà nước ta đã lãnh đạo, chỉ đạo các cấp, các ngành đẩy mạnh ứng dụng, phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, nghiên cứu nắm bắt, nâng cao năng lực tiếp cận và chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Việc xây dựng chính phủ điện tử, tiến tới chính phủ số được triển khai quyết liệt, bước đầu đạt được nhiều kết quả tích cực. Tuy vậy, mức độ chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư của nước ta còn thấp (Bộ Chính trị, 2019).

Chính vì vậy, ngành ngoại giao cần sớm cụ thể hoá Nghị quyết 52 thông qua xây dựng chiến lược/ kế hoạch hành động về ngoại giao số trong thời đại Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đến năm 2030, tầm

nhìn đến 2045, lồng ghép với xây dựng chiến lược đối ngoại đến năm 2030 và triển khai các Nghị quyết 22 của Bộ Chính trị về Hội nhập quốc tế, Chỉ thị 25 của Ban Bí thư về đối ngoại đa phương...

Hai là, khéo léo ngoại giao công chúng với nhiều nhóm đối tượng. Sau khi trúng cử Tổng thống, ông Donald Trump đã tận dụng Twitter như một công cụ để kết nối với công chúng, gây sự chú ý nhằm thúc đẩy và triển khai các chính sách có lợi cho mình. Twitter trở thành kênh trung gian ngoại giao có lợi cho Tổng thống. Chẳng hạn, thể hiện vai trò hòa giải ngoại giao giữa Mỹ và Iran trong thời gian đàm phán vấn đề hạt nhân Iran. Bên cạnh đó, ông còn sử dụng Twitter như là một kênh chống “nổi dậy” có hiệu quả, được sử dụng vượt các phương tiện truyền thông truyền thống, trực tiếp tiếp xúc với những người dân có khát vọng thay đổi hiện trạng.

Ở Việt Nam, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành chỉ thị về nâng cao năng lực tiếp cận cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và phê duyệt Đề án thúc đẩy mô hình kinh tế chia sẻ. Trên cơ sở đó, các bộ, ngành và địa phương đã xây dựng và triển khai thực hiện một số chính sách nhằm thúc đẩy phát triển ngành công nghiệp công nghệ thông tin, điện tử - viễn thông. Cơ sở hạ tầng viễn thông được xây dựng khá đồng bộ. Các cơ quan, tổ chức trong hệ thống chính phủ đã chú trọng truyền thông trên mạng xã hội thông qua các trang Fanpage; một số cán bộ lãnh đạo, quản lý chú trọng sử dụng mạng xã hội để tương tác với công chúng trong công việc... Đó là những thành công bước đầu nhằm hiện thực hoá việc xây dựng chính phủ điện tử, tiến tới chính phủ số.

Ba là, phản ứng nhanh nhạy trước những thông tin bất lợi. Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ

luôn nỗ lực thích nghi với các phương tiện truyền thông xã hội, mang đến những phản hồi nhanh chóng trước mọi tình huống, cũng như những vấn đề trong công tác quản lý thông tin của những cá nhân. Ví dụ: ngày 01/8/2018, chỉ bằng 1 cái Tweet, Tổng thống Mỹ Donald Trump đã tái khởi động chiến tranh thương mại với Trung Quốc, thông báo áp các mức thuế quan bổ sung kể từ tháng 9/2018. Tháng 12/2018, cũng chính trên Twitter, Tổng thống Donald Trump đã khẳng định quyết tâm rút quân khỏi Syria... Kể từ khi Tổng thống Donald Trump nắm quyền, Nhà Trắng đã đảo lộn các quy trình và quy tắc đối ngoại. Xu hướng số hóa đại chúng phát ngôn đối ngoại, được Tổng thống Trump thúc đẩy mạnh mẽ, kéo theo nhiều hệ lụy. Với lối xung hô trực diện và đơn giản hoá, có lúc dẫn tới cực đoan gây căng thẳng, thậm chí xung đột.

Pháp cũng đã phải trả giá với hình ảnh Boris Boillon, cựu Đại sứ Pháp tại Iraq và Tunisia, mặc đồ bơi, đăng trên Facebook hoặc với một số “posts” vụng về của cựu Đại sứ Pháp tại Mỹ, Gérard Araud, người đã bị phê phán vì đã Twitter “một thế giới (đang sụp đổ) trước mắt chúng ta” sau Brexit và thắng lợi của Trump.

Để giải quyết những vấn đề này, cần thực hiện các hoạt động quản lý và làm tốt công tác xử lý khủng hoảng truyền thông bằng các phương thức như: quản lý mọi lúc, mọi nơi các tài khoản mạng xã hội để nhanh chóng phản hồi với công chúng những vấn đề cụ thể; kết nối trực tiếp với một bộ phận lớn công chúng nhằm cải thiện nội dung, hình ảnh, phương thức để làm mới thông điệp ngoại giao; nhận dạng và khai thác những nhân tố chính có ảnh hưởng qua mạng xã hội.

Bốn là, đề phòng với việc sử dụng công cụ mạng xã hội để chống phá. Song hành với những hiệu quả của truyền thông trên mạng xã hội mang lại, những nguy cơ như: sự lan truyền của chủ nghĩa cực đoan và khủng bố, các vụ tấn công của các hacker, sự thay đổi quyền truy cập mạng... luôn tồn tại. Vì vậy, các chính phủ, các cơ quan ngoại giao luôn cần tuân thủ những quy tắc trong việc sử dụng, bảo mật các trang mạng xã hội như: chịu trách nhiệm với những phát ngôn, những thông tin được đăng tải, tránh bị ảnh hưởng bởi những bình luận công kích, mang tính dẫn dắt... của những người phản đối. Đối với những cá nhân hoạt động ngoại giao kỹ thuật số, nên có đăng ký chính thức, có lý lịch rõ ràng nhằm tăng sự tin cậy của nguồn thông tin.

Thế giới hôm nay đang bước vào kỷ nguyên truyền thông mới, Internet và các loại thông tin kỹ thuật số đang mở ra nhiều cơ hội và thách thức cho tất cả các lĩnh vực. Các phương tiện truyền thông trực tuyến hiện đại đang tiếp tục thu hút ngày càng nhiều người sử dụng hơn với những tính năng cung cấp thông tin nhanh nhạy, đa chiều và trực tiếp. Vai trò quan trọng và những thuận lợi của các phương tiện truyền thông mới như mạng xã hội trong ngoại giao kỹ thuật số giờ đây là điều không thể phủ nhận và không còn là chuyện của “người ta” nữa, mà đã trở thành vấn đề thời sự của chính chúng ta (đất nước mà số người dùng Internet có tốc độ tăng trưởng cao nhất thế giới). Chính vì vậy, cần tận dụng hiệu quả các cơ hội do cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đem lại để nâng cao khả năng kết nối với công chúng, phát triển ngành ngoại giao kỹ thuật số trong tương lai.

Tài liệu tham khảo

1. Trang Facebook cá nhân của ông George Yeo - Ngoại trưởng Singapore.
2. Bộ Chính trị (2019), *Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư*, <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/he-thong-van-ban/van-ban-cua-dang/nghi-quyet-so-52-nqtw-ngay-2792019-cua-bo-chinh-tri-ve-mot-so-chu-truong-chinh-sach-chu-dong-tham-gia-cuoc-cach-mang-cong-5715>, truy cập ngày 5/4/2021.
3. T. Thủy (2021), *Điểm danh 10 mạng xã hội có lượng người dùng lớn nhất thế giới hiện nay*, [https://dantri.com.vn/suc-manh-so/diem-danh-10-mang-xa-hoi-co-luong-nguoi-dung-lon-nhat-the-gioi-hien-nay-](https://dantri.com.vn/suc-manh-so/diem-danh-10-mang-xa-hoi-co-luong-nguoi-dung-lon-nhat-the-gioi-hien-nay-20210102033545406.htm)20210102033545406.htm, truy cập ngày 3/01/2021.
4. We are social (2020), *Báo cáo Việt Nam DIGITAL 2020*, <https://drive.google.com/file/d/1iuNjAFSKaxkfB5ZuXZyVs9rEWyE2Ztz8/view>, truy cập ngày 12/12/2020.
5. Yoon Hee Young và Park Hye Ri (2021), *KOCIS phát hành một cuốn sách về Kimchi trong con mắt của thế giới*, <https://vietnamese.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=198968>, truy cập ngày 7/6/2021.
6. U.S Department of State (2020), *21st Century Statecraft*, <https://2009-2017.state.gov/statecraft/overview/index.htm>, truy cập ngày 5/01/2021.
7. Bureau of Public Affairs (2008), *Diplomacy: The U.S. Department of State at Work*, <https://20092017.state.gov/r/pa/ei/rls/dos/107330.htm>, truy cập ngày 18/10/2020.