

Ngày nhận bài: 23/5/2025; Ngày thẩm định: 03/10/2025; Ngày nhận đăng: 03/11/2025.

SỬ DỤNG MẠNG XÃ HỘI TRONG CÔNG TÁC TUYÊN TRUYỀN VỀ PHÒNG CHÁY CHỮA CHÁY VÀ CỨU NẠN, CỨU HỘ – THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN

Thiếu tá, ThS KHUẤT BĂNG NGÂN

Khoa Phòng cháy, Trường Đại học PCCC

*Tác giả liên hệ: Khuất Băng Ngân (Email: ngand22.t34@gmail.com)

Tóm tắt: Mạng xã hội với ưu điểm là một trong những phương thức truyền tải, trao đổi thông tin nhanh chóng, thu hút nhiều lượt người tham gia, vừa theo dõi, chia sẻ vừa xây dựng nội dung mang đầy đủ những đặc điểm của một phương thức tuyên truyền hiệu quả. Nếu phương thức này được khai thác, sử dụng hợp lý sẽ là một trong những công cụ tối ưu giúp nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền về phòng cháy chữa cháy và cứu nạn, cứu hộ (PCCC&CNCH). Do đó, bài viết tập trung vào đánh giá thuận lợi và khó khăn trong việc sử dụng mạng xã hội phục vụ công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH.

Từ khoá: tuyên truyền PCCC&CNCH, mạng xã hội.

Abstract: Social media, with its advantages as a fast and interactive means of communication that attracts a large number of users to follow, share, and generate content, possesses all the features of an effective dissemination tool. If properly utilized, it can serve as an optimal instrument for enhancing the effectiveness of education on fire and rescue safety. Therefore, this article focuses on assessing the advantages and challenges of using social media to support public education on fire and rescue.

Keywords: education on fire and rescue, social media.

1. Công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH đóng vai trò quan trọng trong nâng cao ý thức, trách nhiệm của người dân trong thực hiện các biện pháp, giải pháp PCCC nhằm ngăn ngừa các nguy cơ phát sinh cháy và giảm tối đa thiệt hại do cháy gây ra góp phần đảm bảo an ninh trật tự, an toàn xã hội tạo điều kiện cho sự phát triển kinh tế bền vững. Chính vì vậy, nâng cao chất lượng công tác tuyên truyền là một nhiệm vụ vô cùng cấp thiết, từ nhận thức đó, năm 2019, Chính phủ đã phê duyệt Đề án “Đổi mới và tăng cường công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH (giai đoạn 2020 – 2025)” trong đó tập trung đa dạng hóa các hình thức tuyên truyền nhằm mở rộng khả năng tiếp cận các nhóm đối tượng khác nhau trong xã hội. Trong quá trình triển khai đề án, nhiều phương thức tuyên truyền mới đã được lực lượng Cảnh sát

PCCC&CNCH phối hợp với các cơ quan có liên quan khai thác sử dụng đạt được những kết quả nhất định, song để tiếp tục đổi mới và nâng cao hơn nữa hiệu quả công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH thì cần tiếp tục nghiên cứu bổ sung thêm các hình thức tuyên truyền mới phù hợp với yêu cầu thực tiễn.

Những năm gần đây, mạng xã hội đã có bước phát triển mạnh mẽ, tác động lớn đến đời sống xã hội ở hầu hết các quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Mạng xã hội đã trở thành một thuật ngữ phổ biến với những tính năng đa dạng cho phép người dùng kết nối, trao đổi thông tin một cách nhanh chóng. Hiệu quả mà mạng xã hội mang lại đã có tác động làm thay đổi nhiều thói quen cũ và hình thành những biểu hiện mới trong lối sống và làm việc ở một bộ phận khá lớn những người sử dụng. Tại Đại hội đại

biểu toàn quốc lần thứ XIII (01/2021), một trong những nhiệm vụ được Đảng đề ra là phải phát triển các loại hình truyền thông, thông tin trên Internet. Chính vì vậy, việc sử dụng mạng xã hội trong công tác truyền thông nói chung và công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH nói riêng là một xu hướng tất yếu trong giai đoạn hiện nay. Vấn đề đặt ra là làm sao để có thể khai thác, sử dụng mạng xã hội hiệu quả nhằm phục vụ cho công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH.

Trên cơ sở đó, bài viết lựa chọn chủ đề “Sử dụng mạng xã hội trong công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH – Thuận lợi và khó khăn” nhằm nghiên cứu các đặc điểm của mạng xã hội có liên quan đến công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH, đánh giá thuận lợi và khó khăn khi sử dụng mạng xã hội trong công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH hiện nay, từ đó đề ra các giải pháp nâng cao hiệu quả sử dụng mạng xã hội trong công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH nhằm góp phần đưa kiến thức, pháp luật về PCCC&CNCH đến gần với cơ sở.

2. Mạng xã hội đã có từ khá lâu, nhưng phải đến năm 2004 khi Facebook ra đời, cộng đồng mạng Việt Nam mới tham gia một cách phổ biến. Cho đến thời điểm hiện tại, mạng xã hội phát triển nở rộ và thu hút được lượng người tham gia đông đảo với nhiều mạng lưới khác nhau. Các mạng xã hội như: Facebook, Twitter, Tiktok... đã trở thành một xã hội thu nhỏ, không chỉ phản ánh mọi khía cạnh của đời sống thực mà có thể gây ra hoặc tác động không nhỏ đến cuộc sống thực.

Theo điều Khoản 22, Điều 3, Nghị định 72/2013/NĐ-CP về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng định nghĩa “Mạng xã hội là hệ thống thông tin cung cấp cho cộng đồng người sử dụng mạng các dịch vụ lưu trữ, cung cấp, sử dụng, tìm kiếm, chia sẻ và trao đổi thông tin với nhau, bao gồm dịch vụ tạo trang thông tin điện tử cá nhân, diễn đàn (Forum), trò chuyện (Chat) trực tuyến, chia sẻ âm thanh, hình ảnh và các hình thức dịch vụ tương tự khác”. Dù tên gọi rất đa dạng nhưng nhìn chung các mạng xã hội hiện nay đều có đặc điểm chung đó là được phát triển trên nền tảng mạng Internet; mỗi người dùng phải tạo tài khoản, hồ sơ riêng khi sử dụng

ứng dụng; các nội dung đều do người dùng tự tạo ra và chia sẻ; người dùng muốn kết nối phải thông qua kiểm duyệt của ứng dụng theo các “tiêu chuẩn cộng đồng” riêng.

Với những đặc điểm trên mạng xã hội hội đủ các yếu tố để trở thành một công cụ truyền thông mạnh mẽ trong công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH. Trước tiên về khả năng tiếp cận đối tượng tuyên truyền, theo thống kê của Báo cáo kỹ thuật số Việt Nam năm 2024 (Digital 2024: Vietnam được thực hiện bởi Datareportal) cho biết có 72,55 triệu người dùng từ 18 tuổi trở lên sử dụng mạng xã hội tại Việt Nam vào đầu năm 2024, tương đương 99,2% tổng dân số từ 18 tuổi trở lên tại thời điểm thống kê trong đó 51% người dùng là nữ và 49% người dùng là nam. Một số mạng xã hội phổ biến như: Facebook có 72,7 triệu người dùng; Instagram có 10,9 triệu người dùng; Tiktok có 67,72 triệu người dùng từ 18 tuổi trở lên.... Dữ liệu từ Hiệp hội Hệ thống thông tin di động toàn cầu (GSMA) cho biết, đầu năm 2024 Việt Nam có 168,5 triệu kết nối di động tương đương với 169,8% tổng dân số. Từ số liệu trên có thể thấy, nếu có định hướng khai thác sử dụng mạng xã hội phục vụ công tác tuyên truyền thì mạng xã hội là một trong những công cụ tối ưu có khả năng tiếp cận nhanh trên diện rộng, đa dạng đối tượng bất kể giới tính, ngành nghề hay lứa tuổi.

Khi tham gia mạng xã hội, mỗi người dùng đều có một tài khoản riêng biệt đại diện cho cá nhân, do đó khi đăng tải các thông tin về kiến thức, kỹ năng PCCC&CNCH có thể xác định được số lượt tiếp cận, số người tương tác, nhanh chóng nắm bắt được những thắc mắc, ý kiến phản biện của người dùng với thông tin được đăng tải, đặc điểm này cho phép người cơ quan đăng tải thông tin thường xuyên vừa cập nhật những ý kiến đóng góp, giải đáp thắc mắc, chuẩn hóa nội dung tuyên truyền và vừa tương tác trực tiếp, kịp thời với đối tượng (điều này là bất khả thi với các phương thức tuyên truyền truyền thống). Ngoài ra, việc mỗi cá nhân sử dụng một tài khoản riêng biệt còn giúp cơ quan tuyên truyền dễ dàng thực hiện các bài khảo sát về thông tin đối tượng tiếp cận; kiến thức, kỹ năng của đối tượng nhằm để phục vụ công tác thống

kê và xây dựng kế hoạch tuyên truyền.

Bên cạnh đó, mạng xã hội cho phép người dùng đồng thời là người kiến tạo nội dung do đó chỉ cần tạo một tài khoản đăng ký là cơ quan quản lý có thể thực hiện việc đăng tải các nội dung tuyên truyền lên không gian mạng nhanh chóng; các thông tin đăng tải đảm bảo đúng theo quy định, yêu cầu đề ra. Việc quản lý trang thông tin cũng không cần quá nhiều nhân lực thực hiện, có thể phân công chuyên trách hoặc kiêm nhiệm, đặc biệt có thể quản lý thông tin mọi lúc, mọi nơi chỉ cần có thiết bị di động và mạng Internet.

Tuy nhiên, trong công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH bên cạnh những thuận lợi thì sử dụng mạng xã hội như một phương thức tuyên truyền cũng tồn tại những hạn chế song hành. Về khả năng tiếp cận đối tượng, mặc dù số lượng người sử dụng mạng xã hội rất lớn nhưng mỗi cá nhân lại có mục đích tiếp cận các thông tin khác nhau. Mạng xã hội có những thuật toán giúp cho người sử dụng tăng tương tác với các thông tin người dùng quan tâm và ẩn các thông tin người dùng không quan tâm để phục vụ mục đích thương mại, do đó trong một môi trường truyền thông thương mại thì thông tin truyền thông tri thức đường khó để có nhiều lượt xem, tương tác. Đây là một trong những hạn chế rất lớn khi sử dụng mạng xã hội vào công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH.

Khi sử dụng mạng xã hội phục vụ công tác tuyên truyền, cơ quan quản lý cũng phải đối mặt với các vấn đề về tội phạm công nghệ cao như “Hacker” đánh cắp thông tin hoặc “cướp” quyền điều hành, nguy hiểm hơn nếu các đối tượng phản động, thù địch thực hiện các hành vi tấn công có chủ đích thì đây sẽ là một trong những phương thức truyền tải các thông tin sai trái, thù địch nhanh chóng.

Một vấn đề khác mà cơ quan khai thác, sử dụng mạng xã hội để tuyên truyền phải đối mặt là các thông tin giả, thông tin không chính thống của người dùng cung cấp liên quan tới kiến thức, kỹ năng PCCC. Thực tế, khi xảy ra các vụ cháy lớn, gây thiệt hại lớn, thu hút được nhiều sự quan tâm của cộng đồng đến công tác PCCC thì nhiều công ty đã tận dụng thời điểm này để thuê người sáng tạo nội dung nổi tiếng trên các nền tảng mạng xã hội kiến tạo các video, bài

viết để quảng cáo, tiếp thị, kinh doanh liên kết các mặt hàng PCCC như: mặt nạ, bình chữa cháy, thang dây... để tăng doanh số mà không quan tâm tới hậu quả khi đưa các kiến thức thiếu căn cứ, không đầy đủ, sai nguyên tắc trong hoạt động PCCC, khiến người tiếp cận các thông tin sai lệch, khi gặp tình huống sự cố xảy ra sẽ đưa chính bản thân vào nguy hiểm.

Nguy hiểm hơn, các cơ quan có trách nhiệm tuyên truyền về PCCC không có quyền ngừng, cấm hoặc khóa hoạt động tài khoản của những cá nhân đưa thông tin sai lệch mà phải mất thời gian báo cáo với đơn vị quản lý nền tảng mạng xã hội, yêu cầu tháo, gỡ các video này dẫn tới trong thời gian chờ đợi kiểm duyệt, đưa ra quyết định các thông tin trên tiếp tục lan rộng mà cơ quan quản lý vẫn không chắc chắn được kết quả kiểm duyệt về nội dung, vì các nội dung không vi phạm tiêu chuẩn cộng đồng của các nền tảng mạng xã hội sẽ không bị xóa, hoặc gỡ khỏi nền tảng phát.

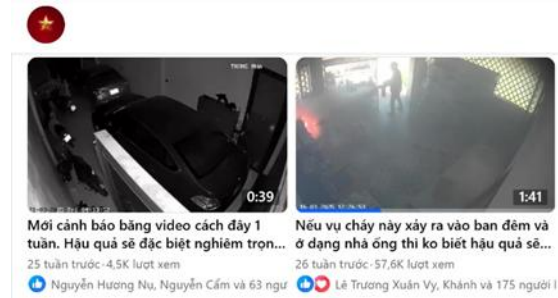
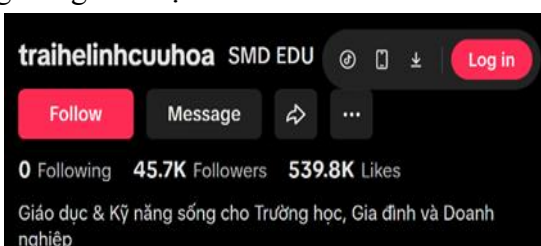
Từ những đánh giá trên, trong quá trình triển khai ứng dụng mạng xã hội để phục vụ công tác tuyên truyền của lực lượng Cảnh sát PCCC&CNCH cần tận dụng các thuận lợi và hạn chế các tồn tại để khai thác có hiệu quả hình thức tuyên truyền này trong thực tiễn.

Trước yêu cầu mạnh mẽ về chuyển đổi số, năm 2021, thuật ngữ “chuyển đổi số” lần đầu được đưa vào báo cáo tổng kết công tác năm của lực lượng Cảnh sát PCCC&CNCH. Cũng trong năm 2021, lực lượng Cảnh sát PCCC&CNCH đã “Xây dựng và tổ chức triển khai ứng dụng chuyển đổi số trong công tác PCCC&CNCH, gọi tắt App “Báo cháy 114” (100% Công an các địa phương đã có kế hoạch triển khai và tổ chức thực hiện; đồng thời đang đẩy mạnh tuyên truyền người dân cài đặt ứng dụng)”. Đến năm 2022, lực lượng Cảnh sát PCCC&CNCH tiếp tục triển khai công tác tuyên truyền thông qua sử dụng ứng dụng Zalo với tên tài khoản “Cục Cảnh sát PCCC&CNCH”. Cho tới nay, việc duy trì biên tập, cập nhật tin bài về tuyên truyền kiến thức pháp luật, kỹ năng PCCC được thực hiện thường xuyên, liên tục. Nhờ ứng dụng Zalo, công tác triển khai các hoạt động liên quan tới PCCC&CNCH cho từng đối tượng được thực hiện nhanh chóng, hiệu quả thông qua các nhóm (group) trao đổi thông tin được thành lập trên Zalo.

Năm 2024, các nội dung khuyến cáo về PCCC được chuyển thành các tài liệu số dưới dạng các mã QR được niêm yết tại nơi dễ thấy theo từng loại hình cơ sở, hộ gia đình để người dân truy cập, tìm hiểu nhằm nâng cao kiến thức, kỹ năng về PCCC, thoát nạn tại nơi ở, nơi làm việc. Tính trong năm 2024, Cục Cảnh sát PCCC&CNCH đã xây dựng được 34 mã QR; tại địa phương, lực lượng Cảnh sát PCCC&CNCH đã hướng dẫn 71.490 lượt người quét mã QR Code với các nội dung khuyến cáo về PCCC và kỹ năng thoát nạn.

Ngoài các hình thức tuyên truyền chính thống về PCCC&CNCH được lực lượng Cảnh sát PCCC&CNCH sử dụng thì trên các trang mạng xã hội khác như: Facebook, Tiktok... không thiếu những trang (Page), tài khoản (ID) đăng tải các nội dung tuyên truyền về PCCC&CNCH sử dụng tên của các cơ quan, tổ chức hoặc cá nhân là các chiến sỹ PCCC để giới thiệu hướng dẫn các kiến thức kỹ năng về PCCC được lan truyền. Một số tài khoản cung cấp kiến thức, kỹ năng về PCCC&CNCH có lượt tương tác lớn trên ứng dụng Tiktok và Facebook như: Traihelinhcuuhoa với 45,7 nghìn người theo dõi, Facebook với tài khoản của một số cá nhân là chiến sỹ Cảnh sát PCCC&CNCH như: tài khoản với tên N.D.L 5 nghìn người theo dõi với những video chia sẻ về PCCC lên tới 57,6 nghìn lượt xem; tài khoản của đồng chí N.H.V với 4,1 nghìn người theo dõi với các video có tới trên 3 nghìn lượt xem... đây là minh chứng rõ nét nhất để khẳng định khả năng tiếp cận tối ưu của mạng xã hội trong công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH.

Số liệu và dẫn chứng phía trên là minh chứng rõ ràng cho thấy việc nghiên cứu khai thác sử dụng các ứng dụng mạng xã hội trong công tác tuyên truyền là một thay đổi đột phá về phương thức tiếp cận đối tượng trong thời đại mới.



Tuy nhiên, việc sử dụng mạng xã hội trong công tác PCCC&CNCH của lực lượng Cảnh sát PCCC&CNCH cũng gặp những khó khăn nhất định. Trước tiên, với ứng dụng chính thống, xét số lượng ứng dụng mạng xã hội chính thống được sử dụng hiện nay mới chỉ có Zalo là kênh duy nhất có tài khoản được quản lý trực tiếp bởi Cục Cảnh sát PCCC&CNCH, các ứng dụng phổ biến, thu hút lượng lớn người dùng ở Việt Nam như: Facebook, Tiktok, Instagram, Thread... chưa được đưa vào khai thác sử dụng. Các bài viết trên trang Zalo liên quan tới tuyên truyền kiến thức, kỹ năng PCCC được thiết kế dưới dạng các hình ảnh có nội dung ngắn gọn, xúc tích, dễ hiểu tuy nhiên lại thiếu các video hướng dẫn trực quan. Không gian tương tác trên ứng dụng Zalo bị hạn chế vì tính cá nhân hóa của ứng dụng này, dẫn không có sự kết nối, trao đổi thông tin, thắc mắc giữa người đọc và người hướng dẫn để có thể giải thích chi tiết hoặc có căn cứ điều chỉnh các nội dung tuyên truyền cho phù hợp. Bên cạnh đó, thói quen sử dụng Zalo của người Việt hiện nay chủ yếu là thành lập các nhóm trao đổi công việc thay vì tạo một không gian tương tác để tìm kiếm thông tin, vì vậy, khả năng tiếp cận thông tin thông qua ứng dụng Zalo hạn chế hơn so với các ứng dụng phổ biến khác.

Đối với các ứng dụng không chính thống được cá nhân, tổ chức tự lập để truyền tải các thông tin, kiến thức kỹ năng về PCCC&CNCH hiện nay, mặc dù có nhiều lượt người theo dõi, tiếp cận nhưng còn tồn tại những bất cập sau: nhiều tài khoản không phải do người hoặc tổ chức có chức năng tuyên truyền về PCCC được pháp luật quy định cũng xây dựng các nội dung liên quan tới hướng dẫn kiến thức, kỹ năng PCCC&CNCH như: các khóa học kỹ năng, các chương trình trải nghiệm, hoặc cả những KOL (tiếp thị liên kết) cũng tham gia vào hoạt động này, dẫn tới nội

dung tuyên truyền chưa được kiểm duyệt qua cơ quan chuyên môn, dẫn tới có những nội dung không đầy đủ, thiếu chính xác, dễ gây hiểu nhầm cho người xem. Các ứng dụng như: Facebook, Tiktok, Instagram... thường có thuật toán tiên đoán về sở thích người dùng, vì thế nếu người dùng không có nhu cầu trực tiếp quan tâm tới công tác PCCC&CNCH thì khó có thể tiếp cận được nội dung thông tin về PCCC&CNCH.

3. Từ nghiên cứu về thuận lợi và khó khăn trong việc sử dụng mạng xã hội trong công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH, và thực trạng sử dụng mạng xã hội trong công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH của lực lượng Cảnh sát PCCC&CNCH hiện nay, để mạng xã hội thực sự trở thành công cụ tối ưu phục vụ hoạt động truyền về PCCC&CNCH của lực lượng Cảnh sát PCCC&CNCH, bài viết đề xuất một số các giải pháp sau:

Thứ nhất, Cục Cảnh sát PCCC&CNCH cần tham mưu cho Bộ Công an, các cơ quan cấp trên có định hướng xây dựng đề án, kế hoạch để khai thác sử dụng mạng xã hội trong công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH. Bước đầu triển khai sử dụng một số mạng xã hội phổ biến như: Facebook, Tiktok, Zalo, Instagram..., dự kiến về cách thức tổ chức triển khai sử dụng mạng xã hội trong công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH từ Trung ương tới địa phương bao gồm: phân công nhiệm vụ, chuẩn bị các điều kiện về công nghệ, giao trách nhiệm lập tài khoản chính thức để theo dõi, quản lý hoạt động....

Thứ hai, xây dựng quy chế phối hợp với các cơ quan quản lý truyền thông nhằm xây dựng các quy trình phát hành và kiểm duyệt nội dung tuyên truyền về PCCC&CNCH trên mạng xã hội góp phần thực hiện có hiệu quả công tác quản lý các thông tin truyền thông về PCCC&CNCH trên các nền tảng mạng xã hội, đặc biệt là các video, bài đăng có gắn các đường dẫn tới sản phẩm thương mại trong lĩnh vực PCCC&CNCH, tránh việc đưa các thông tin tuyên truyền thiếu chính xác, không đầy đủ với mục tiêu chính là định hướng người dùng tới mua sản phẩm thay vì tuyên truyền về PCCC&CNCH.

Thứ ba, nghiên cứu khai thác sử dụng các bộ công cụ hỗ trợ của mạng xã hội để theo dõi xu hướng, xây dựng nội dung, sử dụng đa dạng các phương thức

như đăng tin bài, mở các hội nhóm, xây dựng các video... liên quan tới công tác PCCC&CNCH.

Thứ tư, xây dựng một cộng đồng đồng đảo người dùng cùng chia sẻ các thông tin về kiến thức, kỹ năng PCCC&CNCH. Nhóm người dùng được đề cập ở đây nhằm tới các cán bộ, chiến sỹ thuộc lực lượng Công an nhân dân nói chung và lực lượng Cảnh sát PCCC&CNCH nói riêng là lực lượng nòng cốt nhằm tạo ra một mạng lưới chia sẻ rộng lớn trên môi trường Internet, sau đó mở rộng ra các đối tượng liên kết khác. Việc xây dựng một cộng đồng người dùng thường xuyên theo dõi, chia sẻ các thông tin chính thống và báo cáo các thông tin thiếu chính xác, thiếu độ tin cậy sẽ góp phần chuẩn hóa nội dung tuyên truyền đến các đối tượng sử dụng.

Thứ năm, nâng cao chất lượng đội ngũ tuyên truyền viên trong việc sử dụng mạng xã hội để thực hiện nhiệm vụ tuyên truyền về PCCC&CNCH. Cơ quan quản lý về PCCC&CNCH cần nghiên cứu và phối hợp với các cơ sở đào tạo về truyền thông mở các lớp tập huấn các kỹ năng quản lý, sử dụng mạng xã hội hiệu quả. Ví dụ, thông tin truyền tải qua mạng xã hội nên nghiên cứu thiết kế các thông tin có nội dung ngắn gọn, xúc tích nhưng vẫn đảm bảo người tiếp cận hiểu đúng, đủ về nội dung truyền tải. Tránh việc diễn giải, phân tích bằng chữ mà nghiên cứu sử dụng các hình ảnh trực quan, sinh động, có yếu tố tác động tới thị giác tốt....

Thứ sáu, có cơ chế phối hợp với Cục An ninh mạng và phòng chống tội phạm sử dụng công nghệ cao để phòng ngừa, ngăn chặn, giảm thiểu tối đa các nguy cơ mất an toàn, an ninh trong quá trình sử dụng mạng xã hội.

4. Kết luận

Với sự phát triển của các nền tảng mạng xã hội ở Việt Nam hiện nay, khai thác sử dụng mạng xã hội trong công tác tuyên truyền về PCCC&CNCH là phù hợp với quy luật phát triển chung của xã hội, nhất là trong giai đoạn chính phủ đang quyết liệt thực hiện mục tiêu chuyển đổi số quốc gia. Việc ứng dụng mạng xã hội để phục vụ công tác tuyên truyền cần được nghiên cứu để có định hướng lâu dài. Trước mắt, các cơ quan thực hiện nhiệm vụ tuyên truyền về

PCCC&CNCH có thể bắt đầu từ việc xây dựng một tài khoản của đơn vị trên nền tảng các mạng xã hội lớn nhằm chia sẻ các thông tin, kiến thức, kỹ năng về PCCC&CNCH. Bên cạnh đó, cần tiếp tục đầu tư, nghiên cứu, đưa ra các giải pháp để khai thác sử dụng triệt để các ưu điểm và khắc phục tối đa các nhược điểm của mạng xã hội. Hướng tới xây dựng một môi trường truyền thông tri thức gắn với xây dựng, phát triển kinh tế bền vững.■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chính phủ (2020), *Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/06/2020 phê duyệt "Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030"*, Hà Nội.
2. Trần Tấn Tới, Nguyễn Hoàng Nhạc, Võ Văn Hải Đăng (2022), *Tình hình sử dụng mạng xã hội ở Việt Nam hiện nay: Một số vấn đề đặt ra và giải pháp*, Tạp chí Khoa học số 57/2022, Hà Nội.
3. Digital 2024: Vietnam.
4. Báo cáo tổng kết công tác năm 2021, 2022, 2023, 2024 của lực lượng Cảnh sát PCCC&CNCH.