Nhóm chủ đề 4: Tình hình quản lý các nội dung số (mạng xã hội, nội dung truyền thông, thu thập thông tin cá nhân, tin rác, tin tức sai sự thật ...) của các nước. Mỗi bạn chọn 1 quốc gia khác nhau (không phải Việt Nam). Nội dung: trình bày cụ thể về các luật, hay cách chính sách của chính phủ các nước nhằm quản lý các nội dung số nhằm chống lại các yếu tố tiêu cực của nội dung số tiêu cực (tin rác, thu thập thông tin cá nhân, nội dung sai sự thật, tin tức bạo lực và tình dục....)

# GIỚI THIỆU

## Khái quát nội dung số?

Nội dung số là bất cứ các nội dung được tồn tại dưới dạng dữ liệu số. Nó còn được gọi tên gọi khác là “phương tiện kỹ thuật số”, nội dung kỹ thuật số được lưu trữ trên bộ lưu trữ kỹ thuật số hoặc tương tự ở các định dạng cụ thể khác nhau. Các dạng nội dung kỹ thuật số bao gồm thông tin được kỹ thuật số phát, truyền trực tuyến hoặc chứa trong các tệp máy tính . Nhìn ở góc độ hẹp, nội dung kỹ thuật số bao gồm các loại phương tiện phổ biến , trong khi cách tiếp cận rộng hơn coi bất kỳ loại thông tin kỹ thuật số nào (ví dụ: dự báo thời tiết được cập nhật kỹ thuật số , bản đồ GPS , v.v.) là nội dung kỹ thuật số.

Nội dung số đã tăng lên khi ngày càng có nhiều hộ gia đình truy cập Internet. Quyền truy cập được mở rộng đã giúp mọi người nhận tin tức và xem TV trực tuyến dễ dàng hơn, thách thức sự phổ biến của các nền tảng truyền thống. Tăng cường truy cập Internet cũng dẫn đến việc xuất bản hàng loạt nội dung kỹ thuật số thông qua các cá nhân dưới dạng sách điện tử , bài đăng trên blog và thậm chí cả bài đăng trên Facebook .

## Lịch sử hình thành nội dung số?

Vào đầu cuộc Cách mạng Kỹ thuật số , máy tính đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc khám phá, truy xuất và tạo ra thông tin mới trong mọi lĩnh vực tri thức của con người. Khi thông tin ngày càng trở nên dễ tiếp cận hơn, cuộc Cách mạng Kỹ thuật số cũng tạo điều kiện thuận lợi cho việc tạo ra nội dung kỹ thuật số. Bất chấp sự phát triển của công nghệ kỹ thuật số , xảy ra ở đâu đó giữa những năm 1950 và 1970, việc phân phối nội dung kỹ thuật số đã không bắt đầu cho đến cuối những năm 1990 với sự gia tăng phổ biến của Internet.

Trước đây, nội dung kỹ thuật số chủ yếu được phân phối thông qua máy tính và Internet, tuy nhiên các phương thức phân phối đang thay đổi nhanh chóng khi Cách mạng kỹ thuật số mang đến các kênh mới, chẳng hạn như ứng dụng di động và sách điện tử. Những công nghệ mới này sẽ tạo ra thách thức cho những người sáng tạo nội dung vì họ xác định kênh tốt nhất để đưa nội dung đến với người tiêu dùng của họ.

Bất chấp những lợi ích, các công nghệ mới đã tạo ra các vấn đề mới về sở hữu trí tuệ. Người dùng có thể dễ dàng chia sẻ, sửa đổi và phân phối lại nội dung ngoài tầm kiểm soát của người sáng tạo. Mặc dù các công nghệ mới đã làm cho nội dung kỹ thuật số có sẵn cho lượng lớn khán giả, nhưng việc quản lý bản quyền và hạn chế sự di chuyển của nội dung sẽ tiếp tục là một vấn đề mà các nhà sáng tạo nội dung số phải đối mặt trong tương lai.

## Các loại nội dung số

* Video - Các loại nội dung video bao gồm video gia đình, video ca nhạc, chương trình truyền hình và phim. Nhiều người trong số này có thể được xem trên các trang web như YouTube , Hulu , CBS All Access , Disney+, HBO Max, v.v… trong đó mọi người và các công ty đều có thể đăng nội dung. Tuy nhiên, nhiều bộ phim và chương trình truyền hình không được cung cấp miễn phí một cách hợp pháp mà bạn có thể mua từ các trang web như iTunes và Amazon.
* Âm thanh - âm nhạc là dạng âm thanh phổ biến nhất. Spotify đã nổi lên như một cách phổ biến để mọi người nghe nhạc qua Internet hoặc từ máy tính để bàn của họ. Nội dung kỹ thuật số dưới dạng âm nhạc cũng có sẵn thông qua Pandora và last.fm , cả hai đều cho phép người nghe nghe nhạc trực tuyến miễn phí.
* Hình ảnh - Hình ảnh và chia sẻ hình ảnh là một ví dụ khác về nội dung kỹ thuật số. Các trang web phổ biến được sử dụng cho loại nội dung kỹ thuật số này bao gồm Imgur , nơi mọi người chia sẻ ảnh tự tạo, Flickr , nơi mọi người chia sẻ album ảnh của họ và DeviantArt , nơi mọi người chia sẻ tác phẩm nghệ thuật của họ. Các ứng dụng phổ biến được sử dụng cho hình ảnh bao gồm Instagram và Snapchat .
* Câu chuyện trực quan - Câu chuyện là một loại nội dung kỹ thuật số mới được Snapchat giới thiệu . Kể từ đó, các câu chuyện dưới dạng định dạng đã được giới thiệu trên một số nền tảng khác như Facebook và Linkedin . Vào năm 2018, Google đã giới thiệu Câu chuyện AMP của họ , cung cấp cho các nhà xuất bản nội dung một định dạng tập trung vào thiết bị di động để cung cấp tin tức và thông tin dưới dạng các câu chuyện tổng hợp, giàu hình ảnh. Câu chuyện AMP có thể dễ dàng được xây dựng mà không cần mã hóa với các nền tảng trình chỉnh sửa, như Ampstor .
* Văn bản - Loại nội dung kỹ thuật số có sẵn ở định dạng văn bản hoặc văn bản. Các trang web blog lưu trữ dữ liệu dưới dạng văn bản.

**Nội dung kỹ thuật số trả phí**

Để có quyền truy cập vào hàng hóa kỹ thuật số cao cấp hơn, người tiêu dùng thường phải trả trước cho nội dung kỹ thuật số hoặc phí dựa trên đăng ký.

Video - Nhiều video được cấp phép, chẳng hạn như phim và chương trình truyền hình, yêu cầu tiền để được xem hoặc tải xuống. Các dịch vụ phổ biến được nhiều người sử dụng bao gồm dịch vụ phát trực tuyến khổng lồ Netflix và dịch vụ phát trực tuyến của Amazon , cũng như thông báo gần đây do nền tảng video trực tuyến YouTube đưa ra .

Âm thanh - Mặc dù các bài hát có thể được phát trực tuyến miễn phí, nhưng nói chung để tải xuống hầu hết các bản nhạc được cấp phép, người tiêu dùng cần phải mua các bài hát từ các cửa hàng trực tuyến, chẳng hạn như iTunes phổ biến. Tuy nhiên, Spotify Premium đang nổi lên như một mô hình mới để mua nội dung kỹ thuật số trên web: người tiêu dùng trả phí hàng tháng để phát trực tuyến và tải xuống không giới hạn từ thư viện nhạc của Spotify.

Theo một báo cáo được thực hiện bởi IHS Inc. vào năm 2013, chi tiêu của người tiêu dùng toàn cầu cho nội dung kỹ thuật số đã tăng lên hơn 57 tỷ USD vào năm 2013, tăng gần 30% so với mức 44 tỷ USD vào năm 2012. Trong những năm qua, Mỹ luôn dẫn đầu. trong chi tiêu của người tiêu dùng cho nội dung kỹ thuật số, nhưng tính đến năm 2013, nhiều quốc gia đã nổi lên với mức chi tiêu tiêu dùng lớn. Tổng chi tiêu kỹ thuật số bình quân đầu người của Hàn Quốc hiện lớn hơn Hoa Kỳ.

**Nội dung kỹ thuật số không thể mua được**

Không phải tất cả nội dung kỹ thuật số đều có thể mua được và chỉ đơn giản là bất cứ thứ gì được xuất bản dưới dạng kỹ thuật số. Điều này sẽ bao gồm: [9]

Tin tức - trong những năm gần đây, các tờ báo đã cố gắng mở rộng lượng độc giả của họ bằng cách tạo quyền truy cập vào các tờ báo của họ bằng kỹ thuật số. Tính đến năm 2012, 39% độc giả đã tìm hiểu tin tức từ các định dạng trực tuyến, khiến tin tức trở thành một dạng nội dung kỹ thuật số thịnh hành. [10]

Quảng cáo - khi người tiêu dùng truyền thông ngày càng sử dụng các định dạng kỹ thuật số để xem TV, kiểm tra thời tiết và tìm kiếm nội dung, quảng cáo đã chuyển sang các hình thức kỹ thuật số để theo kịp lượng người xem của họ. Quảng cáo hiện đang được thực hiện bằng kỹ thuật số và được đặt trên các trang khác nhau, từ Facebook đến YouTube. [11]

Trang hỏi đáp - những trang này là một loại diễn đàn Internet , nơi mọi người có thể đăng những câu hỏi mà họ muốn được giải đáp hoặc đưa ra câu trả lời cho những thắc mắc trước đó. Với hàng triệu câu hỏi được đăng mỗi ngày, bất kỳ ai cũng có khả năng tạo nội dung trên các trang này, vì vậy thông tin được cung cấp có thể không đáng tin cậy hoặc chính xác 100%. Các trang web phổ biến bao gồm Yahoo! Câu trả lời , WikiAnswers và Quora .

Lập bản đồ web - các trang web như MapQuest và Google Maps cung cấp cho người dùng nội dung bản đồ. Các trang web này cung cấp cho mọi người khả năng nhanh chóng tra cứu vị trí của một điểm mốc và tạo các tuyến đường đến một điểm đến. Bản đồ trực tuyến là một dạng nội dung miễn phí được cung cấp bởi các công ty như Google và AOL, là lựa chọn thay thế hiệu quả hơn nhiều so với Hướng dẫn Thomas truyền thống .

## Khái quát mạng xã hội

Theo tổng hợp trên Wikipedia, mạng xã hội với cách gọi đầy đủ là “dịch vụ mạng xã hội” hay “trang mạng xã hội”, là nền tảng trực tuyến nơi mọi người dùng để xây dựng các mối quan hệ với người khác có chung tính cách, nghề nghiệp, công việc, trình độ,… hay có mối quan hệ ngoài đời thực.

Mạng xã hội có nhiều dạng thức và tính năng khác nhau, có thể được trang bị thêm nhiều công cụ mới, và có thể vận hành trên tất cả các nền tảng như máy tính để bàn, máy tính xách tay, máy tính bảng hay điện thoại thông minh.

Mạng xã hội cho phép người dùng chia sẻ câu chuyện, bài viết, ý tưởng cá nhân, đăng ảnh, video, đồng thời thông báo về hoạt động, sự kiện trên mạng hoặc trong thế giới thực. Nếu như trong mô hình mạng xã hội truyền thống, ví dụ như sự kiện hội chợ, đã tồn tại từ lâu trong lịch sử thì mạng xã hội trên web giúp người dùng kết nối với những người sống ở nhiều vùng đất khác nhau, ở thành phố khác Dịch vụ mạng xã hội, tiếng Anh: social networking service là dịch vụ nối kết các thành viên cùng sở thích trên Internet lại với nhau với nhiều mục đích khác nhau không phân biệt không gian và thời gian. Những người tham gia vào dịch vụ mạng xã hội còn được gọi là cư dân mạng.

Mạng xã hội, hay còn có thể biết đến dưới những tên gọi khác như "cộng đồng ảo" hay "trang hồ sơ", là một trang web mang mọi người đến với nhau để nói chuyện, chia sẻ ý tưởng và sở thích, hay làm quen với những người bạn mới.

Dịch vụ mạng xã hội có những tính năng như chat, e-mail, phim ảnh, voice chat, chia sẻ file, blog và xã luận. Mạng đổi mới hoàn toàn cách cư dân mạng liên kết với nhau và trở thành một phần tất yếu của mỗi ngày cho hàng trăm triệu thành viên khắp thế giới. Các dịch vụ này có nhiều phương cách để các thành viên tìm kiếm bạn bè, đối tác: dựa theo group (ví dụ như tên trường hoặc tên thành phố), dựa trên thông tin cá nhân (như địa chỉ e-mail hoặc screen name), hoặc dựa trên sở thích cá nhân (như thể thao, phim ảnh, sách báo, hoặc ca nhạc), lĩnh vực quan tâm: kinh doanh, mua bán...

Hiện nay thế giới có hàng trăm dịch vụ mạng xã hội khác nhau, với MySpace và Facebook nổi tiếng nhất trong thị trường Bắc Mỹ và Tây Âu; Orkut và Hi5 tại Nam Mỹ; Friendster tại châu Á và các đảo quốc Thái Bình Dương. Dịch vụ mạng xã hội khác gặt hái được thành công đáng kể theo vùng miền như Bebo tại Anh Quốc, CyWorld tại Hàn Quốc, Mixi tại Nhật Bản và tại Việt Nam xuất hiện rất nhiều các dịch vụ mạng xã hội như: Zing Me, YuMe, Tamtay...

Trang WhatIs định nghĩa việc mở rộng kết nối xã hội là việc gia tăng số lượng người liên hệ trong công việc và/hoặc xã hội thông qua các kết nối giữa các cá nhân, thường là trên các trang mạng xã hội như Facebook, Twitter, LinkedIn hay Google+.

Mạng xã hội là một loại hình dịch vụ kinh doanh. Tại sao lại nói như vậy, bởi nó sẽ công cụ kết nối mọi người khắp cả nước lại với nhau thông qua internet về các vấn đề sở thích, hay thông tin quan trọng … nó không phân biệt đối tượng sử dụng và có thể kết nối ở bất kì không gian thời gian nào. Khi ta sử dụng đồng nghĩa ta phải bỏ tiền ra thì ta mới có thể kết nối với mọi người, do đó đây là loại hình kinh doanh dịch vụ thu tiền gián tiếp từ người sử dụng.

Đặc điểm cơ bản của mạng xã hội đó chính là : bao gồm 2 đặc điểm cơ bản. Đặc điểm thứ nhất là có sự tham gia trực tuyến của các cá nhân hay các chủ thể... Đặc điểm thứ hai là mạng xã hội sẽ có các trang web mở, người chơi tự xây dựng nội dung trong đó và các thành viên trong nhóm đấy sẽ biết được các thông tin mà người dùng viết. Ngày nay có rất nhiều các mạng xã hội, một số các loại mạng xã hội tiêu biểu hay được sử dụng ở nước ta phải đến ở đây là: facebook, zalo, viber, tango, clip.vn,… Việc sử dụng mạng xã hội nũng có cái tốt nhưng cũng có nhiều cái bất cập. Cái tốt mà nó đem lại đó là người dùng biết thêm nhiều thông tin mới ,bổ ích và kết nối được nhiều bạn bè.Tuy nhiên cái xấu ở đây là mạng xã hội chính là một thế giới ảo, không có thật nhưng nhiều người sử dụng nó quá lâu sẽ gây ra hội chứng cho rằng mọi điều trên mạng xã hội là thật, nó tạo sự phụ thuộc của nhiều người vào nó.hoặc trên toàn thế giới.

## Lịch sử hình thành của mạng xã hội

Dịch vụ mạng xã hội xuất hiện lần đầu tiên năm 1995 với sự ra đời của trang Classmate với mục đích kết nối bạn học, tiếp theo là sự xuất hiện của SixDegrees vào năm 1997 với mục đích giao lưu kết bạn dựa theo sở thích.

Năm 2002, Friendster trở thành một trào lưu mới tại Hoa Kỳ với hàng triệu thành viên ghi danh. Tuy nhiên sự phát triển quá nhanh này cũng là con dao hai lưỡi: server của Friendster thường bị quá tải mỗi ngày, gây bất bình cho rất nhiều thành viên.

Năm 2004, MySpace ra đời với các tính năng như phim ảnh (embedded video) và nhanh chóng thu hút hàng chục ngàn thành viên mới mỗi ngày, các thành viên cũ của Friendster cũng lũ lượt chuyển qua MySpace và trong vòng một năm, MySpace trở thành mạng xã hội đầu tiên có nhiều lượt xem hơn cả Google và được tập đoàn News Corporation mua lại với giá 580 triệu USD.

Năm 2006, sự ra đời của Facebook đánh dấu bước ngoặt mới cho hệ thống mạng xã hội trực tuyến với nền tảng lập trình "Facebook Platform" cho phép thành viên tạo ra những công cụ (apps) mới cho cá nhân mình cũng như các thành viên khác dùng. Facebook Platform nhanh chóng gặt hái được thành công vượt bậc, mang lại hàng trăm tính năng mới cho Facebook và đóng góp không nhỏ cho con số trung bình 19 phút mà các thành viên bỏ ra trên trang này mỗi ngày.

## Đặc điểm của mạng xã hội

Mạng xã hội là gì bạn đã biết rồi chứ. Máy bán hàng tự động giá rẻ khuyên bạn Hãy đọc bài viết và hãy là người sử dụng mạng xã hội một cách thông minh đừng có phụ thuộc vào nó và hãy biết chừng mực về việc sử dụng mạng xã hội.

Dựa trên khái niệm phân tách 6 cấp độ (ý tưởng cho rằng 2 người trên thế giới không thể có quan hệ với nhau qua mỗi chuỗi nhiều hơn 5 người trung gian), mạng xã hội thiết lập một cộng đồng mạng (đôi khi gọi là biểu đồ xã hội) giúp con người liên kết với những người mà họ nên biết nhưng lại không có cơ hội.

Dựa trên các nền tảng mạng xã hội, các thành viên có thể liên kết với thành viên khác, ban đầu là những người mà họ có liên hệ, rồi tới bất kì ai có liên hệ với người trung gian đó.

Dù các mối liên kết xã hội đã tồn tại từ lâu, sự xuất hiện của mạng Internet đã khiến hiện tượng này bùng nổ. Bên cạnh các nền tảng mạng xã hội, việc tương tác giữa mọi người cũng được đưa vào nhiều ứng dụng doanh nghiệp.

Ngày nay, mạng xã hội, hay cộng đồng ảo, thường để chỉ một trang web/ứng dụng cho phép mọi người nói chuyện, chia sẻ ý tưởng, tương tác và kết bạn. Kiểu hợp tác và chia sẻ này được gọi là social media. Không như các phương thức xã hội kiểu cũ thường tạo bởi không quá 10 người, social media có thể chứa nội dung tạo ra bởi hàng trăm, hàng triệu người.

* 1. Lợi ích và tác hại của mạng xã hội

**Lợi ích của mạng xã hội là gì?**

Mạng xã hội hiện tại đang được hầu hết mọi người quan tâm và sử dụng hàng ngày bởi những lợi ích vô cùng to lớn:

Giúp chúng ta cập nhật nhanh chóng và đầy đủ tất cả tin tức trên mọi phương diện: xã hội, chính trị, đời sống,…

Kết nối rộng rãi các mối quan hệ

Nâng cao nhận thức, trình độ và sự hiểu biết trên nhiều phương diện

Nâng cao và trau dồi kỹ năng

Kinh doanh online, quảng cáo miễn phí trên mạng xã hội

Giải trí: xem phim, ca nhạc,…

Giúp bày tỏ quan điểm cá nhân, thể hiện bản thân với mọi người

**Tác hại của mạng xã hội là gì?**

Bên cạnh đó không tránh khỏi những mặt hạn chế nếu con người lạm dụng mạng xã hội:

Tốn kém thời gian vô bổ nếu sử dụng không có mục đích

Làm suy giảm chất lượng cuộc sống, ảnh hưởng đến sức khỏe và các hoạt động sống

tâm lý dễ bị mặc cảm, tự ti bởi những thông tin trên mạng xã hội

Nguy cơ tiếp xúc với các thông tin không lành mạnh, không chính xác

Vấn đề về bảo mật, lừa đảo,…

…

## Tình hình quản lý nội dung số trên mạng xã hội của đất nước Singapore như thế nào?

# CÁC LUẬT BẢO VỆ

# CÁC CHÍNH SÁCH

# KẾT LUẬN