

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA

HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

NGUYỄN VĂN THUẬT

TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ
TRÊN CÁC NỀN TẢNG SỐ CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM
HIỆN NAY

LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

HÀ NỘI - 2026

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA

HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

NGUYỄN VĂN THUẬT

TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ
TRÊN CÁC NỀN TẢNG SỐ CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM
HIỆN NAY

Ngành: Quan hệ công chúng

Mã số: 9320108

LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: PGS. TS. Phạm Minh Sơn

HÀ NỘI – 2026

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan rằng luận án “*Truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam hiện nay*” là công trình nghiên cứu khoa học do tôi trực tiếp thực hiện, dưới sự hướng dẫn khoa học của PGS.TS Phạm Minh Sơn. Các số liệu, kết quả nghiên cứu trình bày trong luận án là trung thực, được thu thập, xử lý và phân tích theo đúng quy trình khoa học. Những kết quả nghiên cứu của các tác giả khác được sử dụng trong luận án đều được trích dẫn đầy đủ, rõ ràng và đúng quy định.

Tôi xin chịu trách nhiệm trước cơ sở đào tạo và pháp luật về tính trung thực, chính xác của những nội dung được trình bày trong luận án.

Hà Nội, ngày tháng năm 2026

Nghiên cứu sinh

Nguyễn Văn Thuật

LỜI CẢM ƠN

Bằng tất cả sự biết ơn và trân trọng, tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc tới Ban Lãnh đạo Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Ban Quản lý đào tạo, bồi dưỡng; Khoa Quan hệ công chúng và Quảng cáo; các giáo sư, phó giáo sư; tiến sĩ; các thầy, cô giáo đã giảng dạy, hỗ trợ, giúp đỡ tôi trong quá trình học tập, nghiên cứu và hoàn thành luận án tại Học viện.

Tôi xin gửi lời cảm ơn đặc biệt đến giáo viên hướng dẫn - PGS.TS Phạm Minh Sơn vì sự quan tâm, giúp đỡ, hướng dẫn tận tình trong quá trình tôi nghiên cứu và làm luận án.

Tôi xin trân trọng cảm ơn các cơ quan báo chí, các nhà khoa học, nhà quản lý, các chuyên gia trong các lĩnh vực, các Quý độc giả trên cả nước, cùng toàn thể các nghiên cứu sinh khoá K30 đã tạo điều kiện, giúp đỡ tôi trong quá trình tìm kiếm, sưu tầm tài liệu, dữ liệu, khảo sát, phỏng vấn phục vụ việc phân tích, nghiên cứu và hoàn thành luận án.

Cuối cùng, tôi dành lời cảm ơn chân thành tới toàn thể gia đình, người thân, bạn bè, đồng nghiệp đã động viên, chia sẻ thời gian, công việc, tạo cho tôi động lực, quyết tâm nghiên cứu và hoàn thành luận án.

Mặc dù đã nỗ lực trong quá trình thực hiện, luận án khó tránh khỏi những hạn chế nhất định. Tôi rất mong tiếp tục nhận được ý kiến góp ý của các thầy cô giáo, các nhà khoa học và các chuyên gia để công trình được hoàn thiện hơn.

Trân trọng cảm ơn!

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU	1
Chương 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ TRÊN CÁC NỀN TẢNG SỐ CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM	21
1.1. Nghiên cứu về truyền thông và công chúng trong môi trường số.	21
1.2. Nghiên cứu về tin giả.....	30
1.3. Nghiên cứu về nền tảng số, dữ liệu, công nghệ và thuật toán trong môi trường truyền thông số.....	41
1.4. Nghiên cứu về truyền thông Chính phủ, truyền thông chính sách và Chính phủ số	46
1.5. Đánh giá chung và khoảng trống nghiên cứu	51
Chương 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ TRÊN CÁC NỀN TẢNG SỐ CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM HIỆN NAY	58
2.1. Các khái niệm cốt lõi của đề tài nghiên cứu	58
2.2. Vai trò của hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ trên các nền tảng số.....	66
2.3. Cơ sở chính trị, cơ sở pháp lý	70
2.4. Các chiều cạnh của truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số	75
2.5. Kinh nghiệm quốc tế và giá trị tham khảo đối với Việt Nam	88
Chương 3: THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ TRÊN CÁC NỀN TẢNG SỐ CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM HIỆN NAY	98
3.1. Khái quát về các chủ thể và hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số.....	98
3.2. Thực trạng truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam	105
3.3. Đánh giá chung về thực trạng truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam.....	127

Chương 4: NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA, PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ TRÊN CÁC NỀN TẢNG SỐ CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM.....	137
4.1. Những vấn đề đặt ra đối với truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam.....	137
4.2. Phương hướng nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam	148
4.3. Giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam.....	154
KẾT LUẬN	172
DANH MỤC MINH CHỨNG KINH NGHIỆM KHOA HỌC CỦA NGHIÊN CỨU SINH.....	176
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	177
PHỤ LỤC	201

BẢNG CHỮ VIẾT TẮT

AI	Artificial Intelligence (Trí tuệ nhân tạo)
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations (Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á)
BBC	British Broadcasting Corporation (Đài Phát thanh và Truyền hình Anh)
DSA	Digital Services Act (Đạo luật Dịch vụ số)
CAND	Công an Nhân dân
EDMO	European Digital Media Observatory (Đài quan sát Truyền thông số châu Âu)
EU	European Union (Liên minh châu Âu)
MIL	Media and Information Literacy (Năng lực truyền thông và thông tin)
MXH	Mạng xã hội
NetzDG	Netzwerkdurchsetzungsgesetz (Luật Thực thi mạng)
NLP	Natural Language Processing (Xử lý ngôn ngữ tự nhiên)
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development (Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế)
POFMA	Protection from Online Falsehoods and Manipulation Act (Đạo luật Bảo vệ khỏi thông tin sai sự thật và thao túng trực tuyến)
PVS	Phòng vấn sâu
QĐND	Quân đội Nhân dân
TTĐT	Thông tin điện tử
UN	United Nations - Liên Hợp Quốc
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên Hợp Quốc)
VHTTDL	Văn hóa, Thể thao và Du lịch
VPCP	Văn phòng Chính phủ

DANH MỤC BẢNG, HÌNH

BẢNG

Bảng MĐ.4.5. Các cấu phần trong Khung phân tích của luận án.....	16
Bảng 3.1. Phân bố nội dung truyền thông theo nhóm nội dung	117

HÌNH

Hình 2.1. Khung phân tích hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam	88
---	----

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Tin giả và thông tin sai lệch đang trở thành thách thức nghiêm trọng đối với môi trường thông tin, đời sống chính trị, kinh tế, văn hoá - xã hội và năng lực quản trị quốc gia trong kỷ nguyên số. Internet, mạng xã hội, thuật toán đề xuất nội dung, trí tuệ nhân tạo tạo sinh và deepfake làm cho thông tin sai lệch được tạo ra nhanh hơn, tinh vi hơn, lan truyền rộng hơn và khó nhận diện hơn. Trong xã hội mạng, quyền lực ngày càng gắn với khả năng tổ chức và định hình các dòng chảy thông tin [115], trong khi phương tiện truyền thông tác động mạnh đến nhận thức, hành vi và các quan hệ xã hội [117]. Tin giả vì vậy không chỉ làm sai lệch nhận thức, gây thiệt hại cho cá nhân mà còn có thể khoét sâu phân cực, phá vỡ sự đồng thuận và làm xói mòn niềm tin xã hội; xuyên tạc chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước, cản trở thực thi chính sách và làm suy giảm niềm tin của Nhân dân.

Khi được tổ chức có chủ đích và khuếch đại bởi mạng xã hội, thuật toán, AI và deepfake, thông tin sai lệch còn có thể trở thành công cụ của chiến tranh thông tin, chiến tranh tâm lý, chiến tranh nhận thức, đặt ra nguy cơ đối với ổn định chính trị – xã hội và an ninh quốc gia. Thực tiễn cho thấy những nguy cơ này không còn mang tính giả định. Tin giả và thao túng thông tin trở thành vấn đề nổi bật trong cuộc bầu cử Tổng thống Hoa Kỳ năm 2016; trong đại dịch COVID-19, thông tin sai lệch về dịch bệnh, vaccine và biện pháp phòng dịch tạo nên một “*đại dịch thông tin*”; trong các cuộc xung đột gần đây, hình ảnh, video giả mạo, sai ngữ cảnh và deepfake được sử dụng để tác động đến nhận thức và dư luận. Tại Việt Nam, tin giả liên quan đến dịch bệnh, thiên tai, tài chính - ngân hàng, lừa đảo trực tuyến, giả mạo cơ quan nhà nước đã nhiều lần gây hoang mang trong xã hội và thiệt hại cho các tổ chức, cá nhân. Những hiện tượng này cho thấy thông tin sai lệch, khi tác động vào các vấn đề xã hội nhạy cảm và được truyền thông xã hội, thuật toán khuếch đại, có thể nhanh chóng vượt khỏi không gian mạng và tác động trực tiếp đến đời sống thực. Trong bối

cảnh đó, truyền thông phòng, chống tin giả trở thành nhân tố quan trọng trong hoạt động quản trị truyền thông và quan hệ công chúng của Chính phủ. Vấn đề không chỉ là phát hiện, gỡ bỏ hay xử lý tin giả sau khi lan truyền, mà còn phải chủ động cung cấp và lan tỏa thông tin chính thống; kiểm chứng, cảnh báo, đính chính, phản bác thông tin sai lệch; truyền thông chính sách; nâng cao năng lực nhận diện, kiểm chứng thông tin của công chúng. Thông qua tương tác, tiếp nhận phản hồi, truyền thông còn góp phần kiến tạo niềm tin và duy trì mối quan hệ tích cực giữa Chính phủ với người dân, tạo nền tảng để thông tin chính thống được tiếp nhận và lan tỏa. Tại Việt Nam, yêu cầu này ngày càng trở nên cấp thiết khi chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, các nền tảng số vừa là không gian để người dân tiếp nhận, trao đổi thông tin, vừa là kênh để Chính phủ cung cấp thông tin, truyền thông chính sách và tương tác với công chúng. Điều đó mở rộng khả năng lan tỏa thông tin chính thống nhưng đồng thời cũng đặt hoạt động truyền thông Chính phủ vào môi trường cạnh tranh trực tiếp với tin giả và các nguồn thông tin khó kiểm chứng. Mặc dù các nghiên cứu trong và ngoài nước đã tiếp cận vấn đề từ nhiều hướng khác nhau, nhưng chủ yếu vẫn theo từng chiều cạnh riêng lẻ như truyền thông và công chúng; tin giả; nền tảng số, dữ liệu, công nghệ và thuật toán; truyền thông Chính phủ, truyền thông chính sách và Chính phủ số v.v... Song để nghiên cứu một cách có hệ thống, tích hợp đồng thời nhiều chiều cạnh liên quan đến hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số hiện nay thì vẫn đang còn là khoảng trống. Vì vậy, nghiên cứu sinh lựa chọn đề tài “*Truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam hiện nay*” làm luận án tiến sĩ, nhằm góp phần nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số.

2. Mục đích, nhiệm vụ nghiên cứu của luận án

2.1. Mục đích nghiên cứu của Luận án

Nghiên cứu được thực hiện nhằm làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn về truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng

số từ góc độ quan hệ công chúng khu vực công; phân tích thực trạng, cơ chế tổ chức và vận hành của hoạt động này; trên cơ sở đó đề xuất phương hướng và hệ thống giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu của Luận án

Để đạt được mục đích đề ra, Luận án thực hiện 04 nhiệm vụ nghiên cứu: (i) Tổng quan các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến truyền thông và công chúng trong bối cảnh số; tin giả; nền tảng số; truyền thông Chính phủ, truyền thông chính sách và Chính phủ số, qua đó khái quát các hướng tiếp cận, những kết quả nghiên cứu chủ yếu, xác định khoảng trống nghiên cứu và hướng tiếp cận của Luận án; (ii) Hệ thống hóa và luận giải cơ sở lý luận, cơ sở chính trị, pháp lý, phân tích vai trò của truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ trên các nền tảng số đối với quản trị quốc gia cũng như đối với người dân và xã hội; từ đó xây dựng khung phân tích của luận án theo hướng kế thừa mô hình truyền thông của Shannon - Weaver (1949) và vận dụng các lý thuyết có liên quan; (iii) Khảo sát, phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số theo các chiều cạnh: chủ thể và chính sách truyền thông; kênh, công nghệ và thuật toán; nội dung truyền thông; công chúng và phản hồi công chúng, qua đó làm rõ những kết quả đạt được, những tồn tại, hạn chế, nguyên nhân và những vấn đề đặt ra; (iv) Trên cơ sở kết quả nghiên cứu lý luận và thực tiễn, Luận án xác định những vấn đề đặt ra, đồng thời đề xuất phương hướng và hệ thống giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam hiện nay.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

3.2.1. Về nội dung

Phạm vi về nội dung nghiên cứu bao gồm hoạt động cung cấp và lan tỏa thông tin chính thống, giải thích chính sách, phát hiện, kiểm chứng, cảnh báo, đính chính và phản bác thông tin sai lệch; hoạt động phòng ngừa, nâng cao năng lực nhận diện thông tin của công chúng; tương tác, tiếp nhận và phản hồi của công chúng trong quá trình truyền thông.

Trong phạm vi này, khái niệm tin giả (fake news) được tiếp cận theo nghĩa rộng, kế thừa Khung phân tích về rối loạn thông tin (*Information Disorder Framework*) của Claire Wardle và Hossein Derakhshan [70], bao gồm thông tin sai lệch không có chủ đích (*misinformation*), thông tin sai lệch có chủ đích (*disinformation*) và thông tin đúng nhưng bị sử dụng sai ngữ cảnh hoặc nhằm gây tổn hại (*malinformation*). Phạm vi về nội dung đồng thời bao quát các vấn đề về nền tảng số, dữ liệu, công nghệ, thuật toán, AI tạo sinh (*Generative AI*), deepfake và các phương thức tạo lập, biến đổi, phân phối, khuếch đại thông tin sai lệch trong hệ sinh thái thông tin số có liên quan đến hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ trên các nền tảng số.

Các nội dung nghiên cứu được giới hạn trong bốn chiều cạnh của hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả: (i) chủ thể và chính sách truyền thông, gồm chủ thể, cơ chế tổ chức, phối hợp, quy trình và nguồn lực; (ii) kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán, gồm các kênh truyền thông chính thức được Chính phủ và các cơ quan nhà nước sử dụng trên nền tảng số, phương thức phân phối thông tin, ứng dụng công nghệ và tác động của thuật toán nền tảng; (iii) nội dung và dữ liệu truyền thông, gồm nội dung, hình thức thể hiện, phương thức truyền thông và dữ liệu phục vụ hoạt động truyền thông; (iv) công chúng và phản hồi công chúng, gồm sự tiếp cận, tiếp nhận, nhận diện, tương tác, phản hồi và vai trò của phản hồi công chúng trong quá trình truyền thông.

3.2.2. Về không gian nghiên cứu và chủ thể được khảo sát

Về không gian nghiên cứu, luận án giới hạn khảo sát trong môi trường

số, tập trung vào các kênh truyền thông chính thức được các chủ thể thuộc phạm vi nghiên cứu quản lý hoặc sử dụng để cung cấp thông tin chính thống, truyền thông chính sách và triển khai hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả. Không gian khảo sát bao gồm công/trang thông tin điện tử, báo điện tử và các tài khoản chính thức trên Facebook, YouTube, TikTok và Zalo, với tổng số 21 kênh truyền thông chính thức được lựa chọn để thu thập và phân tích dữ liệu (xem Phụ lục 1A).

Về chủ thể được khảo sát, luận án lựa chọn bốn cơ quan gồm: Văn phòng Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Quốc phòng và Bộ Công an. Đây là các cơ quan có vai trò trực tiếp trong cung cấp thông tin chính thống, truyền thông chính sách và triển khai hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên môi trường số; đồng thời có hệ thống kênh truyền thông chính thức hoạt động thường xuyên trên nhiều nền tảng, tạo nguồn dữ liệu phù hợp với mục tiêu và phạm vi nghiên cứu của luận án.

Việc lựa chọn bốn chủ thể và các kênh thuộc phạm vi khảo sát dựa trên ba tiêu chí: (i) có chức năng, nhiệm vụ hoặc vai trò trực tiếp trong cung cấp thông tin chính thống, truyền thông chính sách và truyền thông phòng, chống tin giả; (ii) có hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả được triển khai trên các kênh chính thức và nền tảng số trong thời gian nghiên cứu; (iii) có hệ thống truyền thông đa nền tảng và nguồn dữ liệu có khả năng phản ánh các chiều cạnh của hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả thuộc phạm vi nghiên cứu.

Do đó, kết quả phân tích thực nghiệm của luận án phản ánh thực trạng tại bốn chủ thể và 21 kênh truyền thông chính thức được khảo sát, không đồng nhất bốn chủ thể này với toàn bộ hệ thống cơ quan tham gia truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam.

3.2.3. Về thời gian

Luận án tập trung nghiên cứu và khảo sát hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam trong khoảng thời gian từ ngày 01 tháng 01 năm 2025 đến ngày 30 tháng 5 năm 2026. Việc lựa

chọn khoảng thời gian này nhằm bảo đảm phạm vi dữ liệu đủ dài để nhận diện tương đối đầy đủ và có hệ thống cơ chế tổ chức, nội dung, phương thức truyền thông, việc sử dụng các kênh và nền tảng số, phản hồi của công chúng và hiệu quả truyền thông của các chủ thể được khảo sát; đồng thời phản ánh hoạt động truyền thông trong bối cảnh đất nước diễn ra nhiều sự kiện chính trị, kinh tế, văn hóa và xã hội quan trọng, môi trường thông tin số có nhiều biến động và xuất hiện nhiều tin giả, thông tin sai lệch trên không gian mạng.

4. Cơ sở lý luận và thực tiễn

4.1. Cơ sở lý luận

Luận án được thực hiện trên nền tảng chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí, truyền thông, công tác tư tưởng và dân vận; đồng thời quán triệt quan điểm, chủ trương của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước về thông tin, truyền thông, chuyển đổi số, an ninh mạng, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng và phòng, chống tin giả [3], [47]. Quan điểm lấy Nhân dân làm gốc, tôn trọng và phát huy quyền làm chủ của Nhân dân làm cơ sở để nghiên cứu về hoạt động truyền thông của Chính phủ không chỉ ở góc độ cung cấp thông tin mà còn ở khả năng đối thoại, tiếp nhận phản hồi và xây dựng niềm tin xã hội. Từ đó, Luận án tiếp cận truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số theo một quy trình, từ phát hiện, xác minh, cung cấp, giải thích, cảnh báo, kiểm chứng, đính chính, phản bác thông tin sai lệch, cho đến hướng dẫn công chúng nhận diện thông tin, tiếp nhận phản hồi và duy trì quan hệ giữa cơ quan nhà nước với công chúng trong môi trường số. Luận án kế thừa các nghiên cứu về tin giả và rối loạn thông tin để xác định các khái niệm cơ bản liên quan đến đề tài. Cách tiếp cận này phù hợp với tính phức tạp của môi trường truyền thông số, nhất là trước sự phát triển của AI tạo sinh, deepfake và các phương thức thao túng thông tin mới.

Về phương diện lý thuyết, mô hình truyền thông Shannon - Weaver (1949) được sử dụng làm khung lý thuyết trung tâm của luận án [72]. Các thành tố nguồn phát, mã hóa, thông điệp, kênh truyền, nhiễu, giải mã và người nhận

được vận dụng để phân tích quá trình truyền thông phòng, chống tin giả; đồng thời xem xét yếu tố phản hồi và bối cảnh nhằm phản ánh tính tương tác của truyền thông trên nền tảng số. Bên cạnh mô hình trung tâm, luận án vận dụng một số lý thuyết bổ trợ: Lý thuyết Truyền thông hai chiều đối xứng của James E. Grunig và Todd Hunt để phân tích đối thoại, tương tác và phản hồi giữa cơ quan nhà nước với công chúng [100]; Lý thuyết Thiết lập chương trình nghị sự của McCombs và Shaw để lý giải việc lựa chọn, ưu tiên vấn đề và vai trò dẫn dắt của thông tin chính thống [120]; Lý thuyết Sinh thái truyền thông của Marshall McLuhan và Neil Postman để xem xét tác động của công nghệ, nền tảng và môi trường truyền thông đến quá trình sản xuất, phân phối và tiếp nhận thông tin [117], [128]; Lý thuyết Tiêm phòng của William J. McGuire để lý giải khả năng đề kháng của công chúng trước thông tin sai lệch, qua đó hỗ trợ phòng ngừa và nâng cao năng lực nhận diện, kiểm chứng tin giả [159]. Mô hình truyền thông của Harold D. Lasswell được tham khảo để hệ thống hóa các yếu tố chủ thể, thông điệp, kênh truyền thông, công chúng và hiệu quả truyền thông [96]. Từ các cơ sở nêu trên, Luận án xây dựng khung phân tích truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam gồm bốn cấu phần có quan hệ tương tác: (i) chủ thể và chính sách; (ii) kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; (iii) nội dung và dữ liệu truyền thông; (iv) công chúng và phản hồi. Khung này là cơ sở tổ chức khảo sát thực trạng, phân tích kết quả và đề xuất giải pháp của luận án.

4.2. Cơ sở thực tiễn

Kỷ nguyên số đang làm thay đổi sâu sắc phương thức sản xuất, phân phối và tiếp nhận thông tin. Cơ chế phân phối nội dung dựa trên dữ liệu, thuật toán và hành vi người dùng một mặt mở rộng khả năng tiếp cận thông tin, mặt khác tạo điều kiện để tin giả và các hình thức thao túng thông tin lan truyền nhanh, rộng và khó kiểm soát hơn. Phòng, chống tin giả vì vậy ngày càng trở thành vấn đề của quản trị truyền thông và quản trị quốc gia trong môi trường số. Thực tiễn quốc tế cho thấy cách tiếp cận đang chuyển từ xử lý mang tính phản ứng

sang quản trị thông tin chủ động, kết hợp chính sách, pháp luật, công nghệ, kiểm chứng thông tin, giáo dục truyền thông và sự tham gia của công chúng. Liên minh châu Âu [87], Singapore [134] cùng các tổ chức quốc tế như UNESCO [156] và OECD [131] đã triển khai nhiều cơ chế nhằm tăng tính minh bạch của môi trường thông tin, nâng cao trách nhiệm của nền tảng, năng lực nhận diện thông tin sai lệch của công chúng và sức chống chịu của xã hội trước các hình thức thao túng thông tin.

Tại Việt Nam, quá trình chuyển đổi số quốc gia và sự phát triển nhanh của các nền tảng số đã tác động rất lớn đến lĩnh vực truyền thông, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động truyền thông phát triển, song cũng đồng thời làm gia tăng nguy cơ phát sinh và lan truyền thông tin sai lệch. Đặc biệt trong bối cảnh đại dịch COVID-19 hay nhân dịp các sự kiện chính trị, kinh tế, xã hội quan trọng, yêu cầu về cung cấp thông tin chính xác, kịp thời, minh bạch và xử lý nhanh các vấn đề thông tin trên không gian mạng được đặt ra ngày càng cao [21]. Đáp ứng yêu cầu đó, hệ thống chính sách, pháp luật và phương thức truyền thông phòng, chống tin giả từng bước được hoàn thiện; các cơ quan nhà nước tăng cường cung cấp thông tin chính thống, kiểm chứng, cảnh báo và truyền thông chính sách thông qua trang, cổng thông tin điện tử, báo điện tử và các tài khoản mạng xã hội: Facebook, YouTube, TikTok, Zalo. Phương thức truyền thông cũng thay đổi theo hướng đa nền tảng, đa phương tiện và tăng cường tương tác với công chúng. Tuy nhiên, thực tiễn vẫn đặt ra những vấn đề cấp thiết về sự phối hợp giữa các chủ thể; chia sẻ và khai thác dữ liệu; ứng dụng trí tuệ nhân tạo và công nghệ phát hiện, cảnh báo và phân tích dữ liệu; khả năng thích ứng nội dung theo đặc trưng của từng nền tảng và nhóm công chúng, đồng thời khai thác phản hồi của công chúng để điều chỉnh hoạt động truyền thông. Điều đó đòi hỏi truyền thông phòng, chống tin giả phải được nghiên cứu một cách toàn diện, đa chiều, trên cơ sở xem xét mối quan hệ hữu cơ và sự tương tác giữa bốn chiều cạnh: chủ thể và chính sách; kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; nội dung và dữ liệu truyền thông; công chúng và phản hồi. Đây

là cơ sở thực tiễn để Luận án khảo sát hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam, nhận diện những kết quả đạt được cũng như những tồn tại, hạn chế và những vấn đề đặt ra, từ đó đề xuất phương hướng, giải pháp phù hợp để nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số trong thời gian tới.

4.3. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu, luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp, trong đó nghiên cứu định tính giữ vai trò chủ đạo, kết hợp nghiên cứu định lượng ở mức độ hỗ trợ thông qua điều tra xã hội học bằng bảng hỏi. Các phương pháp cụ thể gồm: tổng quan tài liệu; phân tích nội dung và xây dựng bộ dữ liệu; phỏng vấn sâu; điều tra xã hội học bằng bảng hỏi; tổng hợp, phân tích, đối chiếu và tam giác hóa các nguồn dữ liệu.

4.3.1. Phương pháp tổng quan tài liệu

Luận án sử dụng phương pháp tổng quan tài liệu để thu thập, sàng lọc, hệ thống hóa và phân tích các công trình nghiên cứu trong nước và quốc tế về truyền thông trong bối cảnh chuyển đổi số, tin giả, nền tảng số, truyền thông phòng, chống tin giả, truyền thông Chính phủ, truyền thông chính sách, quan hệ công chúng và quản trị truyền thông. Nguồn tài liệu gồm sách chuyên khảo, bài báo khoa học, luận án, báo cáo nghiên cứu, văn bản của Đảng, chính sách và pháp luật của Nhà nước cùng các tài liệu có liên quan. Kết quả tổng quan được sử dụng để nhận diện các xu hướng nghiên cứu, xác định khoảng trống nghiên cứu, hệ thống hóa các khái niệm, cách tiếp cận có liên quan, lựa chọn cơ sở lý thuyết và xây dựng khung phân tích của Luận án; đồng thời cung cấp cơ sở để đối chiếu, giải thích các kết quả nghiên cứu thực chứng.

4.3.2. Phương pháp phân tích nội dung và xây dựng bộ dữ liệu

Phân tích nội dung là phương pháp trọng tâm được sử dụng để phân tích thực trạng truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của bốn chủ thể nghiên cứu gồm Văn phòng Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Quốc phòng và Bộ Công an. Dữ liệu được thu thập từ 21 kênh truyền thông

chính thức thuộc phạm vi nghiên cứu, gồm công/trang thông tin điện tử, báo điện tử, Facebook, YouTube, TikTok và Zalo, trong thời gian từ ngày 01/01/2025 đến ngày 30/5/2026. Các kênh được lựa chọn trên cơ sở thuộc quyền quản lý hoặc là kênh chính thức của các chủ thể được khảo sát, có hoạt động cung cấp và phân phối thông tin liên quan đến phạm vi đề tài, đồng thời bảo đảm sự hiện diện của các loại hình nền tảng số chủ yếu được các chủ thể sử dụng. Trong phạm vi 21 kênh và thời gian nghiên cứu đã xác định, dữ liệu được thu thập, sàng lọc theo hệ thống tiêu chí của nghiên cứu để hình thành bộ dữ liệu phục vụ phân tích.

Đơn vị phân tích là từng nội dung truyền thông được ghi nhận trên các kênh chính thức. Mỗi đơn vị được tổ chức thành một bản ghi, sàng lọc, làm sạch, chuẩn hóa và mã hóa theo các tiêu chí về chủ thể, nguồn/kênh, nền tảng, thời gian đăng tải, nhóm nội dung, định dạng truyền thông và các chỉ số tương tác có thể thu thập. Về định dạng, nội dung được phân thành bài viết/text, video dài trên 3 phút, video ngắn dưới 3 phút, infographic và livestream. Về nội dung, dữ liệu được phân thành tám nhóm: (i) tin giả và thông tin sai lệch; (ii) phản bác, đính chính thông tin; (iii) kiểm chứng và xác thực thông tin; (iv) giải thích chính sách và cung cấp thông tin chính thống; (v) cảnh báo lừa đảo, giả mạo trên không gian mạng; (vi) AI, deepfake và công nghệ tạo sinh; (vii) an toàn thông tin và an ninh mạng; (viii) hướng dẫn nhận diện tin giả và nâng cao kỹ năng truyền thông số cho công chúng.

Việc thu thập và xử lý dữ liệu được thực hiện với sự hỗ trợ của các công cụ trên nền tảng Người Giám sát (NGS), bằng các phương thức kỹ thuật phù hợp với từng nguồn. Các trường thông tin cơ bản gồm nguồn, URL, tiêu đề, nội dung, thời gian đăng tải, loại nguồn, mã định danh và các thông tin liên quan có thể thu thập. Dữ liệu gốc được bảo toàn để phục vụ truy xuất, đối chiếu và kiểm tra khi cần thiết.

Quy trình hình thành bộ dữ liệu gồm: thu thập dữ liệu thô → làm sạch và chuẩn hóa → xử lý trùng lặp → xác định đơn vị phân tích → phân loại, mã

hóa và gắn nhãn → kiểm soát chất lượng → hoàn thiện bộ dữ liệu → phân tích và tổng hợp kết quả. Dữ liệu được chuẩn hóa về cấu trúc, định dạng, thời gian, URL, tên nguồn và các trường thông tin; các bản ghi không hợp lệ hoặc ngoài phạm vi nghiên cứu được loại trước khi phân tích. Dữ liệu trùng lặp được xử lý trước khi thống kê nhằm hạn chế một nội dung bị tính nhiều lần. Đối với nội dung xuất hiện dưới nhiều hình thức hoặc trên nhiều kênh, đơn vị phân tích được xác định theo quy tắc mã hóa thống nhất nhằm vừa kiểm soát trùng lặp, vừa ghi nhận sự phân phối của nội dung trên các kênh thuộc phạm vi nghiên cứu. Các kỹ thuật xử lý ngôn ngữ tự nhiên (*Natural Language Processing – NLP*) và trí tuệ nhân tạo được sử dụng để hỗ trợ nhận diện từ khóa, phân loại chủ đề, gắn nhãn và xử lý dữ liệu theo hệ thống tiêu chí nghiên cứu. Kết quả xử lý tự động được kiểm soát trong quá trình hình thành bộ dữ liệu; các trường hợp có mức độ chắc chắn thấp, khó phân loại hoặc có dấu hiệu không nhất quán được rà soát, điều chỉnh khi cần thiết trước khi tổng hợp kết quả. Việc kiểm soát chất lượng tập trung vào tính đầy đủ, hợp lệ, duy nhất, nhất quán và khả năng truy xuất về nguồn ban đầu.

Sau quá trình thu thập, làm sạch, chuẩn hóa, xử lý trùng lặp, mã hóa và kiểm soát chất lượng, bộ dữ liệu cuối cùng gồm 14.580 đơn vị nội dung truyền thông, được sử dụng thống nhất cho thống kê mô tả và phân tích nội dung trong luận án. Kết quả được tổng hợp theo các cấu phần của khung phân tích nhằm nhận diện đặc điểm, xu hướng, kết quả và hạn chế của hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của các chủ thể nghiên cứu. Phạm vi, cấu trúc, tiêu chí phân loại và kết quả thống kê tổng hợp của bộ dữ liệu được trình bày tại Phụ lục 1B. Do kết quả phân loại nội dung, phân tích sắc thái và các chỉ số tương tác trên nền tảng số có thể chịu ảnh hưởng của sai số công nghệ, đặc điểm ngữ cảnh ngôn ngữ, cách thức ghi nhận chỉ số và thuật toán phân phối khác nhau giữa các nền tảng, các kết quả này được sử dụng chủ yếu để nhận diện xu hướng và đối chiếu với các nguồn dữ liệu khác, không được sử dụng như các thước đo hoàn toàn tương đương để so sánh tuyệt đối hiệu quả

giữa các nền tảng, đồng thời không được xem là căn cứ định lượng để suy rộng kết quả hoặc xác lập quan hệ nhân quả.

4.3.3. Phương pháp phỏng vấn sâu

Luận án thực hiện 09 cuộc phỏng vấn sâu bán cấu trúc. Người tham gia được lựa chọn có chủ đích nhằm bổ sung các góc nhìn khác nhau liên quan đến hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả, gồm: 03 đại diện công chúng (PVS1–PVS3); 03 lãnh đạo cơ quan, đơn vị có liên quan đến báo chí, truyền thông và quản lý thông tin trên môi trường số (PVS4–PVS6); 01 cán bộ quản lý cấp trung trong lĩnh vực thông tấn – báo chí (PVS7); 02 cán bộ trực tiếp thực hiện hoạt động báo chí, truyền thông trên nền tảng số và truyền thông phòng, chống tin giả (PVS8–PVS9). Các cuộc phỏng vấn được thực hiện theo bộ câu hỏi bán cấu trúc, tập trung vào những nội dung gắn với bốn cấu phần của khung phân tích. Cấu trúc bán mở cho phép duy trì những nhóm vấn đề chung giữa các cuộc phỏng vấn, đồng thời tạo điều kiện khai thác sâu hơn kinh nghiệm, nhận định và cách lý giải của từng nhóm người tham gia. Dữ liệu phỏng vấn được kiểm tra, chuẩn hóa và phân loại trước khi phân tích. Những nội dung người tham gia không trả lời hoặc không cung cấp đủ thông tin được ghi nhận là không có dữ liệu và không được suy diễn thay cho người được phỏng vấn. Các câu trả lời được mã hóa theo ký hiệu PVS1–PVS9 và phân loại theo chủ đề gắn với bốn cấu phần của khung phân tích. Kết quả phỏng vấn được sử dụng để bổ sung, giải thích và đối chiếu với kết quả phân tích nội dung và điều tra xã hội học, đặc biệt đối với những vấn đề khó nhận diện đầy đủ chỉ từ dữ liệu nội dung hoặc số liệu khảo sát.

4.3.4. Phương pháp điều tra xã hội học bằng bảng hỏi

Luận án sử dụng điều tra xã hội học bằng bảng hỏi nhằm thu thập ý kiến của công chúng về hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số. Bảng hỏi được thiết kế chủ yếu theo thang Likert 5 mức và phát hành trực tuyến qua Google Forms đối với công chúng sử dụng các nền tảng số. Phương pháp này được sử dụng với mục đích mô tả

và hỗ trợ cho phân tích thực trạng từ góc độ công chúng, không nhằm xây dựng mẫu đại diện cho toàn bộ công chúng Việt Nam hoặc kiểm định mô hình nhân quả. Dữ liệu sau khi thu thập được xuất từ Google Forms sang dạng bảng dữ liệu để kiểm tra, chuẩn hóa và làm sạch trước khi phân tích. Việc làm sạch được thực hiện ở hai cấp độ: phiếu khảo sát và biến quan sát. Ở cấp độ phiếu khảo sát, các bản ghi được rà soát về tính hợp lệ, mức độ hoàn thành và trường hợp trùng lặp nếu có để xác định những phiếu đủ điều kiện giữ lại. Ở cấp độ biến quan sát, từng câu trả lời được kiểm tra theo cấu trúc và phạm vi giá trị của câu hỏi; trường hợp không trả lời hoặc câu trả lời không phù hợp với cấu trúc câu hỏi được xác định là giá trị khuyết. Nghiên cứu không loại bỏ toàn bộ phiếu chỉ vì thiếu dữ liệu ở một hoặc một số biến nếu những câu trả lời còn lại vẫn hợp lệ. Đối với các câu hỏi sử dụng thang Likert 5 mức, phương án trả lời được chuẩn hóa theo cùng một quy ước mã hóa từ 1 đến 5, tương ứng từ “Hoàn toàn không đồng ý” đến “Hoàn toàn đồng ý”. Sau khi làm sạch, dữ liệu được kiểm tra chéo giữa số quan sát hợp lệ, tần số, tỷ lệ phần trăm và điểm trung bình trước khi phân tích. Tổng số 327 phiếu được giữ lại trong bộ dữ liệu nghiên cứu. Do giá trị khuyết được xử lý theo từng biến, số quan sát hợp lệ của từng câu hỏi dao động từ 313 đến 322; các thống kê mô tả được tính trên số quan sát hợp lệ của từng biến. Dữ liệu khảo sát được phân tích bằng thống kê mô tả, chủ yếu gồm tần số, tỷ lệ phần trăm và điểm trung bình. Kết quả được sử dụng để phản ánh đánh giá của những người tham gia khảo sát đối với các nội dung thuộc khung phân tích và hỗ trợ, đối chiếu với kết quả phân tích nội dung và phỏng vấn sâu. Kết quả khảo sát không được sử dụng để kiểm định mô hình, suy luận quan hệ nhân quả hoặc suy rộng cho toàn bộ công chúng Việt Nam. Kết quả sau làm sạch và số quan sát hợp lệ của từng câu hỏi được trình bày tại Phụ lục 2B.

4.3.5. Phương pháp tổng hợp, phân tích và đối chiếu

Các nguồn dữ liệu của luận án được tổng hợp, phân tích và đối chiếu theo nguyên tắc tam giác hóa dữ liệu. Trong đó, tổng quan tài liệu cung cấp cơ

sở lý luận và bối cảnh để giải thích kết quả; phân tích nội dung phản ánh hoạt động truyền thông trên các kênh chính thức; điều tra xã hội học bổ sung góc nhìn của những người tham gia khảo sát; phỏng vấn sâu cung cấp các nhận định và cách lý giải từ công chúng, lãnh đạo, quản lý và người trực tiếp thực hiện. Việc đối chiếu không nhằm giả định rằng các nguồn dữ liệu phải cho kết quả hoàn toàn giống nhau, mà nhằm xem xét sự tương đồng, bổ sung hoặc khác biệt giữa các nguồn. Khi các nguồn cùng phản ánh một xu hướng, sự tương hợp giữa các nguồn góp phần củng cố nhận định; khi có sự khác biệt, nghiên cứu xem xét đặc điểm của từng nguồn, phạm vi quan sát và bối cảnh để lý giải, thay vì mặc nhiên ưu tiên một nguồn hoặc sử dụng nguồn này để thay thế nguồn khác. Trên cơ sở tổng hợp và đối chiếu các nguồn dữ liệu, luận án phân tích thực trạng theo bốn cấu phần của khung phân tích; nhận diện kết quả, hạn chế và nguyên nhân; từ đó xác định những vấn đề đặt ra và làm căn cứ đề xuất phương hướng, giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số.

4.4. Câu hỏi nghiên cứu

Luận án tập trung trả lời năm câu hỏi nghiên cứu sau:

CH1: Chủ thể và chính sách truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam hiện nay được tổ chức và thực hiện như thế nào; cơ chế phối hợp và các điều kiện bảo đảm cho hoạt động này ra sao?

CH2: Các kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán được tổ chức, ứng dụng và khai thác như thế nào trong hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam?

CH3: Nội dung và dữ liệu truyền thông phòng, chống tin giả được tổ chức, khai thác như thế nào trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam?

CH4: Công chúng tiếp nhận, tương tác và phản hồi như thế nào đối với hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam; phản hồi của công chúng được các chủ thể truyền thông tiếp nhận và sử dụng ra sao?

CH5: Hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam đạt được những kết quả gì, còn những hạn chế và nguyên nhân nào; những vấn đề gì đặt ra và cần có những phương hướng, giải pháp nào để nâng cao hiệu quả trong thời gian tới?

4.5. Khung phân tích của luận án

Luận án vận dụng mô hình truyền thông Shannon–Weaver [72] làm cơ sở xây dựng khung phân tích truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam. Trên cơ sở các thành tố của quá trình truyền thông, luận án mở rộng xem xét chiều phản hồi, đồng thời cụ thể hóa vai trò của công nghệ, dữ liệu và thuật toán nhằm phù hợp với tính tương tác, cơ chế phân phối và khả năng điều chỉnh liên tục của truyền thông trong môi trường nền tảng số. Khung phân tích gồm bốn cấu phần có quan hệ tương tác: (i) chủ thể và chính sách truyền thông; (ii) kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; (iii) nội dung và dữ liệu truyền thông; (iv) công chúng và phản hồi công chúng. Đây là sự nhóm hóa và cụ thể hóa các thành tố của quá trình truyền thông vào đối tượng nghiên cứu. Trong đó, chủ thể và chính sách tạo cơ sở định hướng, tổ chức và thực hiện hoạt động truyền thông; kênh, công nghệ và thuật toán tạo điều kiện và tác động đến quá trình truyền dẫn, phân phối thông tin; nội dung và dữ liệu là cơ sở hình thành, kiểm chứng và chuyển tải thông điệp; công chúng tiếp nhận, tương tác và tạo ra phản hồi. Những phản hồi có giá trị, sau khi được thu thập, sàng lọc và xử lý, có thể trở thành nguồn thông tin đầu vào để chủ thể đánh giá và điều chỉnh hoạt động truyền thông. Qua đó, bốn cấu phần tạo thành một quá trình có tính liên kết, tương tác và phản hồi, phù hợp với đặc điểm của môi trường nền tảng số. Nội dung và mối quan hệ giữa các cấu phần được khái quát tại Bảng MĐ4.5.

Bảng MĐ.4.5. Các cấu phần trong khung phân tích của luận án

Mô hình Shannon & Weaver	Cấu phần của khung phân tích luận án	Nội dung nghiên cứu
Nguồn truyền thông (Source)	Chủ thể và chính sách truyền thông	Vai trò của các chủ thể; cơ chế chỉ đạo, điều hành; chính sách truyền thông; tổ chức bộ máy; nguồn lực; cơ chế phối hợp trong truyền thông phòng, chống tin giả.
Mã hóa thông điệp (Encoding)	Nội dung và dữ liệu truyền thông	Dữ liệu phục vụ xây dựng, xác minh nội dung; xây dựng và mã hóa thông điệp; chủ đề; hình thức thể hiện; sản phẩm đa phương tiện; mức độ chính xác, rõ ràng, dễ tiếp nhận và phù hợp với từng nhóm công chúng
Kênh truyền thông (Channel)	Kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán	Cổng/Trang thông tin điện tử, báo điện tử và các nền tảng số (Facebook, YouTube, TikTok, Zalo OA...); ứng dụng AI, NLP, Python Crawler, thuật toán gợi ý và các công nghệ hỗ trợ phát hiện, xác thực và phân phối thông tin.
Nhiều truyền thông (Noise)	Môi trường thông tin số và các yếu tố gây nhiễu	Tin giả, thông tin sai lệch, deepfake, quá tải thông tin, thao túng thuật toán, buồng vang (echo chamber), bong bóng lọc (filter bubble) và các yếu tố làm cản trở hoặc bóp méo quá trình truyền thông.
Giải mã thông điệp (Decoding)	Công chúng tiếp nhận thông tin	Quá trình tiếp nhận, diễn giải, đánh giá và hình thành nhận thức của công chúng đối với thông tin chính thống trên các nền tảng số.
Phản hồi (Feedback)	Công chúng và phản hồi công chúng	Bình luận, chia sẻ, báo cáo tin giả, phản ánh, đối thoại và việc các cơ quan truyền thông tiếp nhận, xử lý phản hồi để điều chỉnh hoạt động truyền thông.
Hiệu quả truyền thông	Hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả	Mức độ tiếp cận, tính kịp thời, tính chính xác, mức độ tin cậy, khả năng định hướng nhận thức, tăng cường niềm tin của công chúng và những hạn chế cần khắc phục.

5. Đóng góp của luận án

5.1. Đóng góp về mặt lý luận

Luận án góp phần hệ thống hóa và làm rõ cơ sở lý luận về truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ trên các nền tảng số. Trên cơ sở vận dụng mô hình Shannon–Weaver làm nền tảng lý thuyết trung tâm và các lý thuyết bổ trợ, Luận án tiếp cận truyền thông phòng, chống tin giả không chỉ là hoạt động phát hiện, kiểm chứng, đính chính hoặc phản bác thông tin sai lệch, mà là một quá trình truyền thông có tổ chức, trong đó cơ quan nhà nước chủ động cung cấp thông tin chính thống, tương tác với công chúng, tiếp nhận phản hồi và điều chỉnh hoạt động truyền thông trên các nền tảng số. Theo đó, quá trình truyền thông được xem xét trong điều kiện chịu tác động của tin giả, thông tin sai lệch, công nghệ số, dữ liệu và thuật toán phân phối nội dung. Kênh truyền thông trên nền tảng số không chỉ thực hiện chức năng truyền tải thông tin mà còn, thông qua đặc điểm kỹ thuật và thuật toán phân phối của từng nền tảng, ảnh hưởng đến mức độ hiển thị, phạm vi tiếp cận, khả năng lan truyền và tương tác của công chúng với thông tin; phản hồi của công chúng được bổ sung để phản ánh đặc trưng tương tác của môi trường truyền thông số. Theo đó, Luận án xây dựng khung phân tích gồm bốn cấu phần có quan hệ tương tác với nhau, gồm: chủ thể và chính sách; kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; nội dung truyền thông; công chúng và phản hồi công chúng. Khung phân tích tích hợp các phương diện tổ chức, công nghệ, nội dung và công chúng trong một chỉnh thể, qua đó tạo cơ sở nghiên cứu hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả không chỉ ở sản phẩm truyền thông được công bố mà còn ở điều kiện tổ chức, phương thức phân phối, đặc điểm tiếp nhận và cơ chế phản hồi. Luận án đồng thời góp phần làm rõ vai trò của công chúng và phản hồi công chúng trong truyền thông phòng, chống tin giả. Công chúng không chỉ là người tiếp nhận thông tin mà còn tham gia bình luận, chia sẻ, phản ánh, kiểm chứng và cung cấp thông tin phản hồi cho cơ quan chức năng của nhà nước. Phản hồi vì vậy vừa thể hiện

sự tương tác, vừa là nguồn thông tin giúp chủ thể nhận diện vấn đề, khoảng trống thông tin và nhu cầu của công chúng để điều chỉnh nội dung, kênh và phương thức truyền thông. Những kết quả trên góp phần bổ sung cơ sở lý luận cho nghiên cứu truyền thông Chính phủ, truyền thông phòng, chống tin giả và quan hệ công chúng khu vực công trong môi trường số, đồng thời cung cấp khung tham chiếu để có thể tiếp tục vận dụng, kiểm chứng và hoàn thiện trong các nghiên cứu liên quan.

5.2. Đóng góp về mặt thực tiễn

Luận án cung cấp bức tranh thực tiễn về hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số thông qua nghiên cứu bốn chủ thể: Văn phòng Chính phủ, Bộ VHTTDL, Bộ Quốc phòng và Bộ Công an. Kết quả nghiên cứu làm rõ thực trạng theo bốn phương diện: chủ thể và chính sách; kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; nội dung truyền thông; công chúng và phản hồi công chúng, qua đó nhận diện những kết quả đạt được, hạn chế, nguyên nhân và các vấn đề đặt ra trong tổ chức và triển khai hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, Luận án đề xuất các giải pháp tập trung vào hoàn thiện cơ chế, chính sách và năng lực quản trị truyền thông; tăng cường ứng dụng công nghệ, dữ liệu và trí tuệ nhân tạo; đổi mới nội dung và phương thức truyền thông phù hợp với đặc điểm nền tảng và công chúng; nâng cao khả năng tiếp nhận, phân tích và khai thác phản hồi; tăng cường phối hợp giữa các chủ thể và mở rộng hợp tác trong truyền thông phòng, chống tin giả. Một giá trị thực tiễn của Luận án là nhấn mạnh yêu cầu tăng cường quản trị truyền thông dựa trên dữ liệu và phản hồi công chúng, qua đó hỗ trợ nhận diện sớm vấn đề, theo dõi xu hướng thông tin, nâng cao khả năng cảnh báo và phản ứng, đồng thời điều chỉnh nội dung và phương thức truyền thông phù hợp với diễn biến của môi trường số. Kết quả nghiên cứu có thể được sử dụng làm tài liệu tham khảo cho các cơ quan nhà nước trong hoạch định chính sách, tổ chức và phối hợp hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả; đồng thời cung cấp cơ sở tham khảo cho nghiên cứu, đào

tạo về truyền thông Chính phủ, quan hệ công chúng khu vực công và truyền thông số tại Việt Nam.

6. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận án

6.1. Ý nghĩa lý luận

Kết quả nghiên cứu góp phần bổ sung cơ sở tham khảo cho các nghiên cứu tiếp theo về truyền thông phòng, chống tin giả từ góc độ quan hệ công chúng khu vực công, đồng thời gợi mở khả năng tiếp cận truyền thông Chính phủ trong môi trường số như một quá trình có sự tương tác giữa chủ thể truyền thông, công nghệ, nội dung và công chúng. Khung phân tích được xây dựng trong luận án có thể được tham khảo, vận dụng và tiếp tục kiểm chứng, hoàn thiện trong các nghiên cứu về truyền thông phòng, chống tin giả, truyền thông Chính phủ, truyền thông số và quan hệ công chúng khu vực công.

6.2. Ý nghĩa thực tiễn

Kết quả nghiên cứu cung cấp cơ sở khoa học và thực tiễn tham khảo cho các cơ quan nhà nước trong tổ chức và đổi mới hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số, từ hoàn thiện cơ chế phối hợp, tổ chức cung cấp thông tin chính thống cho đến ứng dụng công nghệ và thuật toán, phát triển nội dung và dữ liệu phù hợp với đặc trưng của từng nền tảng và nhóm công chúng, tiếp nhận, cũng như khai thác phản hồi để điều chỉnh hoạt động truyền thông. Qua đó, kết quả nghiên cứu có thể hỗ trợ nâng cao tính chủ động, khả năng phòng ngừa và hiệu quả truyền thông, góp phần lan tỏa thông tin chính thống, củng cố niềm tin và duy trì mối quan hệ tích cực giữa Chính phủ với công chúng trên môi trường số. Kết quả nghiên cứu và khung phân tích của Luận án cũng có thể được sử dụng làm tài liệu tham khảo trong nghiên cứu, giảng dạy và đào tạo về truyền thông Chính phủ, truyền thông số và quan hệ công chúng khu vực công.

7. Kết cấu của luận án

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Danh mục tài liệu tham khảo và Phụ lục, luận án được kết cấu thành 04 chương, gồm: Chương 1: Tổng quan tình hình

nghiên cứu liên quan đến truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam. Chương 2: Cơ sở lý luận và thực tiễn về truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam. Chương 3: Thực trạng truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam hiện nay. Chương 4: Những vấn đề đặt ra, phương hướng và giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam.

Chương 1

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ TRÊN CÁC NỀN TẢNG SỐ CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM

Để xác lập cơ sở khoa học và định vị vấn đề nghiên cứu, luận án khảo cứu 165 tài liệu trong nước và quốc tế liên quan đến truyền thông và công chúng trong môi trường số; tin giả; nền tảng số; truyền thông Chính phủ, truyền thông chính sách và Chính phủ số. Nguồn tài liệu gồm sách chuyên khảo, luận án, bài báo khoa học, báo cáo nghiên cứu, báo cáo của các tổ chức quốc tế cùng các văn kiện của Đảng, văn bản pháp luật và tài liệu chuyên môn có liên quan. Trong đó, các công trình khoa học được sử dụng để nhận diện hướng tiếp cận, kết quả và khoảng trống nghiên cứu; các tài liệu chính trị, pháp lý và thực tiễn cung cấp cơ sở xác lập bối cảnh của vấn đề nghiên cứu.

Trên cơ sở nội dung và cách tiếp cận của các công trình đã công bố, tình hình nghiên cứu được hệ thống theo bốn xu hướng chủ yếu: (i) truyền thông và công chúng trong môi trường số; (ii) bản chất, dạng thức, cơ chế hình thành, lan truyền và tác động của tin giả; (iii) nền tảng số, dữ liệu, công nghệ và thuật toán trong môi trường truyền thông số; (iv) truyền thông Chính phủ, truyền thông chính sách và Chính phủ số. Việc phân tích và đối sánh các xu hướng này nhằm xác định những kết quả có thể kế thừa, những vấn đề chưa được giải quyết đầy đủ và khoảng trống nghiên cứu, làm cơ sở xác lập hướng tiếp cận và khung phân tích của luận án

1.1. Nghiên cứu về truyền thông và công chúng trong môi trường số

Nghiên cứu về truyền thông và công chúng đã chuyển từ cách tiếp cận tuyến tính, nhấn mạnh quá trình truyền tải thông tin, sang các hướng tiếp cận đề cao tính tương tác, phản hồi, quan hệ xã hội và vai trò ngày càng chủ động của công chúng trong quá trình truyền thông. Sự phát triển của Internet, mạng xã hội và các nền tảng số tiếp tục làm biến đổi cấu trúc truyền thông, gia tăng sự tương tác giữa chủ thể, nội dung, kênh truyền tải và công chúng trong một

môi trường ngày càng chịu tác động của công nghệ, dữ liệu và thuật toán. Từ góc độ này, truyền thông trong môi trường số không chỉ được nghiên cứu như hoạt động truyền tải và tiếp nhận thông tin mà còn là quá trình tổ chức, phân phối và tương tác, trong đó công chúng chủ động lựa chọn, tiếp nhận, chia sẻ, phản hồi và có khả năng tác động trở lại chủ thể truyền thông.

Các nghiên cứu kinh điển về truyền thông trước hết tập trung vào cấu trúc và quá trình truyền tải thông tin. Shannon [71] đặt nền tảng cho lý thuyết thông tin với mô hình truyền dẫn gồm các thành tố cơ bản như nguồn thông tin, bộ phát, tín hiệu, kênh truyền, nhiễu, bộ thu và đích nhận. Trên cơ sở đó, Shannon và Weaver [72] mở rộng cách tiếp cận đối với quá trình truyền thông; khi được vận dụng trong lĩnh vực này, mô hình thường được diễn giải qua các thành tố nguồn phát, mã hóa, thông điệp/tín hiệu, kênh truyền, nhiễu, giải mã và người nhận, qua đó làm rõ cấu trúc của quá trình truyền tải và tác động của nhiễu đến khả năng thông tin được chuyển đến người nhận chính xác. Lasswell [96], từ một hướng tiếp cận khác, khái quát quá trình truyền thông thông qua năm câu hỏi: ai, nói gì, qua kênh nào, với ai và với hiệu ứng gì. Các cách tiếp cận này góp phần đặt nền tảng cho việc nghiên cứu có hệ thống các thành tố của quá trình truyền thông, từ chủ thể, thông điệp, kênh truyền đến công chúng và hiệu ứng.

Từ nền tảng truyền dẫn, nghiên cứu truyền thông tiếp tục được mở rộng sang các quan hệ xã hội và quá trình kiến tạo ý nghĩa. Truyền thông đại chúng được đặt trong mối quan hệ giữa tổ chức truyền thông, nội dung, công chúng và tác động xã hội [78]; lý thuyết truyền thông cũng được tiếp cận từ nhiều truyền thống khác nhau, cho thấy truyền thông không chỉ là quá trình chuyển tải thông tin mà còn gắn với kiến tạo ý nghĩa, tương tác và các quan hệ xã hội [141]. Các nghiên cứu tại Việt Nam góp phần hệ thống hóa những vấn đề cơ bản của truyền thông và truyền thông đại chúng, làm rõ vai trò của truyền thông trong đời sống chính trị - xã hội và tiếp cận truyền thông như một quá trình gồm nhiều thành tố có quan hệ với nhau [16], [53]. Nhìn tổng thể, nhóm nghiên

cứu này xác lập cơ sở để nhận diện cấu trúc và các thành tố của quá trình truyền thông, đồng thời cho thấy sự chuyển dịch từ cách tiếp cận chủ yếu theo logic truyền dẫn sang xem xét mối quan hệ giữa chủ thể, nội dung, phương tiện, công chúng và bối cảnh xã hội.

Trong nghiên cứu quan hệ công chúng, sự chuyển dịch này thể hiện rõ ở việc mở rộng từ truyền tải thông tin sang tương tác và quản trị mối quan hệ giữa tổ chức với công chúng. Grunig và Hunt [100], thông qua các mô hình quan hệ công chúng, làm rõ sự phát triển từ truyền thông một chiều đến truyền thông hai chiều, trong đó mô hình hai chiều đối xứng đề cao sự hiểu biết lẫn nhau giữa tổ chức và công chúng. Công chúng theo đó không chỉ là đối tượng tiếp nhận mà còn có khả năng phản hồi và tác động trở lại tổ chức; truyền thông gắn với lắng nghe, đối thoại và điều chỉnh trong quá trình xây dựng, duy trì mối quan hệ. Đối với khu vực công, hướng tiếp cận này tạo cơ sở để xem xét truyền thông không chỉ ở khả năng cung cấp thông tin mà còn ở tương tác, tiếp nhận phản hồi và duy trì quan hệ giữa cơ quan nhà nước với công chúng.

Một hướng nghiên cứu khác tập trung vào vai trò của truyền thông đối với sự chú ý và quá trình diễn giải của công chúng. McCombs và Shaw [120], với Lý thuyết Thiết lập chương trình nghị sự (*Agenda-Setting Theory*), cho thấy việc lựa chọn và nhấn mạnh các vấn đề trên truyền thông có thể ảnh hưởng đến mức độ quan trọng mà công chúng dành cho các vấn đề đó. Tiếp cận về đóng khung làm rõ hơn quá trình công chúng nhận thức và diễn giải thông tin. Khái niệm khung (*frame*) của Goffman [85] nhấn mạnh việc con người sử dụng những khuôn khổ diễn giải để tổ chức và hiểu các sự kiện, kinh nghiệm xã hội. Các hướng nghiên cứu này góp phần vượt khỏi cách nhìn công chúng như điểm đến thụ động của thông điệp, đặt sự chú ý, nhận thức và diễn giải của người tiếp nhận vào quá trình hình thành hiệu ứng truyền thông.

Từ góc độ nghiên cứu công chúng, cách tiếp cận Sử dụng và thỏa mãn (*Uses and Gratifications*) của Katz, Blumler và Gurevitch [82] tiếp tục chuyển trọng tâm từ câu hỏi “truyền thông làm gì với công chúng” sang

“công chúng làm gì với truyền thông”. Theo đó, công chúng được xem là những chủ thể có nhu cầu và động cơ khác nhau, chủ động lựa chọn và sử dụng phương tiện, nội dung truyền thông nhằm đáp ứng nhu cầu của mình. Trong môi trường số, sự chủ động này được mở rộng khi người dùng có thể tìm kiếm, lựa chọn nguồn tin, bình luận, chia sẻ, tái diễn giải và tham gia tạo lập nội dung. Các nghiên cứu tiếp theo cho thấy việc lựa chọn và sử dụng truyền thông số còn liên quan đến cảm xúc của người dùng [116], cũng như chuẩn mực xã hội và bối cảnh sử dụng phương tiện [124]. Như vậy, nghiên cứu công chúng ngày càng chú trọng đến nhu cầu, động cơ, cảm xúc, hành vi và bối cảnh sử dụng phương tiện, thay vì chỉ tiếp cận quá trình truyền thông từ phía chủ thể phát thông tin.

Sự chuyển đổi từ truyền thông đại chúng sang truyền thông nền tảng làm thay đổi rõ hơn vị trí của công chúng trong quá trình truyền thông. Trong cấu trúc xã hội mạng, các dòng thông tin và khả năng kết nối trở thành những nguồn lực quan trọng; truyền thông vận hành với sự tham gia và tương tác của nhiều chủ thể, từ cá nhân, tổ chức, cơ quan nhà nước đến doanh nghiệp nền tảng số [115]. Công chúng không chỉ tiếp nhận thông tin từ các thiết chế truyền thông mà có thể bình luận, phản bác, tái tạo, chia sẻ và tham gia vào quá trình lưu chuyển thông tin. Sự thay đổi này làm cho nghiên cứu công chúng trong môi trường số ngày càng gắn với hành vi tiếp nhận, đánh giá và chia sẻ thông tin.

Các kết quả nghiên cứu cho thấy quá trình tiếp nhận và chia sẻ chịu tác động đồng thời của đặc điểm nội dung, đặc điểm người dùng và bối cảnh truyền thông. Niềm tin và khuynh hướng sẵn có có thể ảnh hưởng đến cách công chúng đánh giá và hình thành nhận thức về thông tin [75]. Việc chia sẻ thông tin sai cũng không phải lúc nào xuất phát từ chủ ý phát tán thông tin sai lệch mà trong nhiều trường hợp liên quan đến việc người dùng không chú ý đầy đủ đến tính chính xác tại thời điểm quyết định chia sẻ [93]. Điều này cho thấy cần phân biệt giữa việc tin vào một nội dung và quyết định chia sẻ nội dung đó, đồng thời đặt sự chú ý đến tính chính xác như một yếu tố của hành vi thông tin.

Các nghiên cứu thực nghiệm còn cho thấy hành vi liên quan đến tin giả không phân bố đồng đều trong công chúng. Việc chia sẻ nội dung từ các nguồn tin giả không phổ biến trong toàn bộ mẫu nghiên cứu mà tập trung nhiều hơn ở một số nhóm người dùng nhất định [62]. Đáng chú ý, nghiên cứu so sánh sự lan truyền của thông tin đúng và sai cho thấy thông tin sai có xu hướng lan truyền xa hơn, nhanh hơn, sâu hơn và rộng hơn thông tin đúng; tính mới lạ của nội dung và phản ứng cảm xúc của người tiếp nhận là những yếu tố góp phần lý giải sự khác biệt [148]. Các kết quả này cho thấy hành vi tiếp nhận và chia sẻ thông tin không thể được giải thích chỉ từ đặc điểm của thông điệp hoặc người tiếp nhận riêng lẻ, mà cần xem xét sự kết hợp giữa nội dung, công chúng và môi trường truyền thông. Đồng thời, sự khác biệt giữa các nhóm người dùng đặt ra yêu cầu phân đoạn công chúng theo nhu cầu, đặc điểm và hành vi, thay vì xem công chúng như một nhóm đồng nhất.

Một hướng nghiên cứu quan trọng khác tập trung vào khả năng thông tin sai lệch tiếp tục ảnh hưởng đến nhận thức ngay cả sau khi đã được đính chính. Các nghiên cứu về hiện tượng ảnh hưởng tiếp diễn của thông tin sai lệch (*continued influence effect*) cho thấy thông tin sai vẫn có thể tác động đến cách công chúng ghi nhớ và diễn giải sự kiện sau khi đã được bác bỏ hoặc đính chính [83], [150]. Những nghiên cứu tiếp theo về cơ chế tâm lý làm rõ quá trình hình thành, duy trì niềm tin vào thông tin sai lệch và các yếu tố có thể hạn chế tác dụng của thông tin đính chính [154]. Kết quả này có ý nghĩa quan trọng đối với nghiên cứu truyền thông phòng, chống tin giả: việc công chúng được tiếp cận thông tin chính xác chưa đồng nghĩa với nhận thức sai đã được điều chỉnh; quá trình đính chính còn phụ thuộc vào cách người tiếp nhận xử lý, đánh giá và tích hợp thông tin mới với những nhận thức đã hình thành trước đó.

Gắn với quá trình tiếp nhận và điều chỉnh nhận thức là vấn đề niềm tin. Các nghiên cứu tiếp cận niềm tin vừa như yếu tố chi phối quá trình tiếp nhận, vừa như kết quả có thể được củng cố hoặc suy giảm trong quá trình truyền thông. Trong truyền thông khủng hoảng trên mạng xã hội, niềm tin giữ vai trò

quan trọng trong quan hệ giữa cơ quan ứng phó khủng hoảng và công chúng; cách thức cung cấp và truyền đạt thông tin có thể góp phần củng cố hoặc làm suy giảm niềm tin đối với nguồn chính thức [118]. Các nghiên cứu trong bối cảnh đại dịch COVID-19 tiếp tục xem xét mối quan hệ giữa niềm tin vào các nguồn thông tin, việc sử dụng phương tiện truyền thông và nhận thức về thông tin sai lệch [158]; nghiên cứu về chuyển đổi số khu vực công cũng ghi nhận mối liên hệ giữa thái độ số và niềm tin của công dân đối với chính quyền [163]. Như vậy, niềm tin không chỉ là vấn đề thuộc về tâm lý người tiếp nhận mà còn gắn với quan hệ giữa công chúng, nguồn thông tin và thiết chế truyền thông.

Trong truyền thông Chính phủ, vấn đề này càng đáng chú ý bởi tính chính thống của nguồn cung cấp thông tin chưa tự động bảo đảm khả năng tiếp nhận và thuyết phục công chúng. Thông tin chính thống trên nền tảng số tồn tại đồng thời và cạnh tranh với nhiều nguồn khác nhau, khiến công chúng có thể tiếp cận nhiều cách diễn giải về cùng một vấn đề. Nghiên cứu về hoạt động kiểm chứng thông tin tại Hàn Quốc cho thấy kiểm chứng không chỉ nhằm xác định tính đúng – sai mà còn có ý nghĩa đối với việc củng cố và phục hồi niềm tin của công chúng đối với báo chí [99]. Vì vậy, bên cạnh tính chính xác và chính thống của nguồn tin, quá trình tiếp nhận còn liên quan đến tính kịp thời, minh bạch, khả năng giải thích, mức độ dễ tiếp cận, dễ hiểu và phù hợp của thông tin với nhu cầu công chúng.

Bên cạnh các yếu tố thuộc về người tiếp nhận, nghiên cứu truyền thông số ngày càng chú ý đến tác động của nền tảng đối với môi trường thông tin mà công chúng tiếp xúc. Pariser [81], với khái niệm “bong bóng lọc” (*filter bubble*), cho rằng việc sử dụng dữ liệu về sở thích, hành vi và lịch sử tương tác để cá nhân hóa nội dung có thể khiến người dùng chủ yếu tiếp xúc với thông tin phù hợp với khuynh hướng sẵn có, đồng thời hạn chế khả năng tiếp cận các quan điểm khác biệt. Tuy nhiên, bằng chứng thực nghiệm cũng cho thấy mức độ tiếp xúc với các nguồn thông tin không đáng tin cậy không phân bố đồng đều: sự tiếp xúc tập trung chủ yếu ở một bộ phận người dùng có xu hướng lựa

chọn thông tin phù hợp với quan điểm sẵn có, trong khi các nguồn này chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ trong tổng thể thông tin họ tiếp nhận [61]. Hai hướng kết quả này cho thấy cần tránh giải thích hành vi công chúng chỉ bằng tác động của thuật toán hoặc chỉ bằng lựa chọn cá nhân.

Về mặt cấu trúc, dữ liệu được xem là nguồn lực trung tâm của mô hình kinh tế nền tảng, được thu thập từ hoạt động của người dùng và khai thác để tối ưu hóa dịch vụ, cải thiện thuật toán và tạo lợi thế cạnh tranh [129]. Đồng thời, nền tảng không còn đơn thuần là trung gian kỹ thuật truyền tải nội dung mà tham gia lựa chọn và tổ chức thông tin trong không gian công cộng, ảnh hưởng đến khả năng nội dung được hiển thị và tiếp cận [153]. Từ đó, quá trình tiếp nhận thông tin của công chúng trên nền tảng số cần được xem xét trong quan hệ giữa lựa chọn cá nhân với cơ chế tổ chức, phân phối và cá nhân hóa nội dung của nền tảng. Đây là chiều cạnh mà các mô hình truyền thông tuyến tính truyền thống chưa phản ánh đầy đủ.

Sự phát triển của nền tảng số đồng thời mở rộng khả năng tương tác và hình thành các dòng phản hồi từ công chúng. Lướt xem, bình luận, chia sẻ, câu hỏi, ý kiến và các hình thức tương tác khác tạo ra nguồn dữ liệu có thể phản ánh mức độ tiếp cận, quan tâm và phản ứng đối với thông tin. Từ góc độ quan hệ công chúng, phản hồi tạo ra dòng thông tin ngược trở lại chủ thể truyền thông, hỗ trợ nhận diện phản ứng của công chúng và điều chỉnh hoạt động truyền thông [100]. Tuy nhiên, ý nghĩa của các chỉ số tương tác cần được diễn giải thận trọng: một lượt thích, bình luận hay chia sẻ không tự thân phản ánh đồng thuận, niềm tin hoặc hiệu quả truyền thông; mức tương tác cao có thể xuất phát từ quan tâm, đồng tình, tranh luận, phản bác hoặc phản đối. Do đó, dữ liệu tương tác chỉ phát huy giá trị phân tích khi được đặt trong mối quan hệ với nội dung, bối cảnh và đặc điểm của công chúng.

Trong bối cảnh Việt Nam, các nghiên cứu cũng ghi nhận sự chuyển dịch từ công chúng tiếp nhận sang công chúng tham gia. Các công trình về thảo luận trên báo điện tử và mạng xã hội đã tiếp cận công chúng như những tác nhân

chủ động trong mạng lưới truyền thông, làm rõ vai trò, mức độ, cách thức, động cơ và quan hệ giữa các nhóm công chúng trong quá trình thảo luận và lan tỏa thông tin [1]. Nghiên cứu về sự biến đổi của công chúng truyền thông trong bối cảnh số tiếp tục cho thấy khả năng chủ động lựa chọn, phân tích, tương tác, chia sẻ và tạo lập nội dung; đồng thời nhấn mạnh sự khác biệt về nhu cầu và hành vi giữa các nhóm công chúng, qua đó đặt ra yêu cầu phân khúc công chúng và tổ chức nội dung phù hợp [14]. Các kết quả này cho thấy những biến đổi của công chúng số tại Việt Nam về cơ bản phù hợp với xu hướng quốc tế, nhưng đồng thời đặt ra yêu cầu nghiên cứu cụ thể trong điều kiện truyền thông và đặc điểm công chúng trong nước.

Các nghiên cứu thực nghiệm tại Việt Nam đi sâu hơn vào khả năng tiếp nhận, nhận diện và ứng phó trước thông tin sai lệch. Nghiên cứu trên 1.338 sinh viên trong bối cảnh COVID-19 cho thấy tin giả được tiếp nhận và lan truyền chủ yếu qua mạng xã hội và các quan hệ liên cá nhân, trong khi năng lực nhận diện còn hạn chế; đáng chú ý, 67,7% người tham gia khảo sát không nhận diện đúng nội dung tin giả được đưa vào nghiên cứu. Việc tiếp xúc với thông tin sai lệch còn gắn với các phản ứng hoang mang, lo lắng, bất an và mất niềm tin [37]. Các nghiên cứu tiếp theo làm rõ mối liên hệ giữa khả năng nhận diện tin giả với nhận thức, thái độ và hành vi, đồng thời đề xuất giải pháp ở cấp độ cá nhân và hệ thống nhằm nâng cao năng lực nhận diện, kiểm chứng và ứng phó [38]. Ở một hướng khác, nghiên cứu về truyền thông và niềm tin xã hội nhấn mạnh vai trò của mức độ đáng tin cậy của thiết chế, tổ chức và nguồn thông tin; thông tin chính xác, khách quan và đáng tin cậy có thể góp phần củng cố niềm tin, trong khi thông tin thiếu kiểm chứng hoặc không phản ánh đúng thực tế có thể làm gia tăng hoài nghi và suy giảm niềm tin [59]. Các kết quả này cung cấp bằng chứng thực nghiệm quan trọng về nhận diện tin giả, hành vi và niềm tin của công chúng Việt Nam, nhưng chủ yếu tập trung vào từng nhóm công chúng hoặc từng khía cạnh của quá trình tiếp nhận và ứng phó.

Trong khu vực công, nghiên cứu về truyền thông Chính phủ và Chính phủ số ngày càng gắn với yêu cầu tương tác, phản hồi và sự tham gia của công

chúng. Tổng quan các nghiên cứu về truyền thông Chính phủ trên mạng xã hội cho thấy lĩnh vực này bao quát các thành tố từ chủ thể, thông điệp, phương tiện đến công chúng và hiệu ứng truyền thông, đồng thời giao thoa với chính sách và hành chính công [149]. Các nghiên cứu thực nghiệm tiếp tục cho thấy chất lượng thông tin và niềm tin đối với mạng xã hội Chính phủ có ảnh hưởng tích cực đến mức độ tương tác; mạng xã hội không chỉ là kênh cung cấp thông tin mà còn có thể trở thành không gian kết nối cơ quan nhà nước với công chúng và thúc đẩy sự tham gia của công dân vào các sáng kiến số [164].

Ở Việt Nam, các nghiên cứu về truyền thông chính sách và truyền thông chính trị trong bối cảnh chuyển đổi số cũng nhấn mạnh yêu cầu chuyển từ truyền thông chủ yếu một chiều sang tăng cường tương tác, lắng nghe và tiếp nhận phản hồi của người dân, đồng thời đổi mới phương thức cung cấp thông tin phù hợp với môi trường số [15], [56]. Phản hồi có thể được xem xét ở cấp độ trực tiếp thông qua bình luận, câu hỏi, phản ánh, đánh giá, chia sẻ và các hình thức tương tác; ở cấp độ quản trị, phản hồi có thể trở thành nguồn dữ liệu giúp chủ thể truyền thông nhận diện nhu cầu thông tin, những vấn đề chưa được hiểu rõ, nội dung đang gây tranh luận và khoảng trống trong quá trình cung cấp thông tin. Khi được thu thập và phân tích có hệ thống, dữ liệu phản hồi có thể hỗ trợ điều chỉnh nội dung, kênh và phương thức truyền thông, đồng thời cung cấp thông tin tham khảo cho hoạt động quản trị. Theo đó, quá trình truyền thông không kết thúc khi thông tin được phát đi mà tiếp tục thông qua sự tiếp nhận, tương tác và phản hồi của công chúng.

Một hướng nghiên cứu đáng chú ý từ sự phát triển này là sử dụng dữ liệu tương tác để hiểu công chúng. Số lượt xem, bình luận, chia sẻ và các chỉ số tương tác trên nền tảng có thể cung cấp dấu hiệu về mức độ tiếp cận, quan tâm và phản ứng của công chúng đối với nội dung [100], [164]. Tuy nhiên, các chỉ số tương tác không thể được đồng nhất với hiệu quả truyền thông, bởi cùng một biểu hiện tương tác có thể hàm chứa những phản ứng khác nhau. Số lượng bình luận cao có thể phản ánh sự quan tâm hoặc đồng tình, nhưng cũng có thể xuất

phát từ tranh luận, phản bác hoặc phản đối. Vì vậy, dữ liệu tương tác cần được đặt trong mối quan hệ với nội dung, bối cảnh, đặc điểm công chúng và cơ chế của từng nền tảng để có thể diễn giải phù hợp.

Nhìn chung, các nghiên cứu cho thấy ba chuyển dịch đáng chú ý, đó là từ cách tiếp cận tuyến tính, nhấn mạnh quá trình truyền tải thông tin, sang chú trọng sự tương tác và phản hồi giữa chủ thể truyền thông với công chúng; từ xem công chúng chủ yếu là người tiếp nhận sang chủ thể tích cực lựa chọn, diễn giải, chia sẻ và phản hồi thông tin; từ nghiên cứu hành vi công chúng riêng lẻ sang xem xét hành vi đó trong mối quan hệ với nội dung, nguồn tin và cơ chế phân phối của nền tảng số. Những kết quả này cung cấp cơ sở khoa học quan trọng cho nghiên cứu truyền thông phòng, chống tin giả. Luận án kế thừa các kết quả trên để tiếp cận công chúng và phản hồi công chúng như một cấu phần của quá trình truyền thông, được xem xét trong quan hệ với chủ thể, nội dung và môi trường nền tảng số. Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện có chủ yếu tập trung vào từng yếu tố hoặc mối quan hệ riêng lẻ; chưa xem xét đầy đủ công chúng và phản hồi trong mối quan hệ với chủ thể, nội dung, kênh, công nghệ và cơ chế phân phối trong truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số. Đây là khoảng trống luận án tiếp tục làm rõ trong một khung phân tích thống nhất.

1.2. Nghiên cứu về tin giả

Tin giả và thông tin sai lệch đã trở thành một lĩnh vực nghiên cứu liên ngành phát triển mạnh cùng với sự phổ biến của Internet, mạng xã hội và các nền tảng số. Các công trình tập trung vào những vấn đề chủ yếu gồm khái niệm và dạng thức tin giả; chủ thể và động cơ tạo lập; cơ chế lan truyền; tác động đối với cá nhân và xã hội; phát hiện, kiểm chứng, đính chính, phản bác; cùng các biện pháp phòng ngừa và nâng cao khả năng chống chịu của công chúng. Xu hướng chung cho thấy tin giả ngày càng được xem xét không chỉ như một loại nội dung riêng lẻ mà trong hệ sinh thái thông tin, nơi nội dung, công chúng, mạng lưới xã hội, công nghệ và nền tảng cùng tham gia vào quá trình tạo lập, phân phối và khuếch đại.

Một vấn đề cơ bản trong nghiên cứu tin giả là xác định khái niệm và phạm vi của hiện tượng. Cách định nghĩa *fake news* như những bài viết tin tức có nội dung cố ý và có thể kiểm chứng là sai, có khả năng gây hiểu lầm cho người đọc, nhấn mạnh ba yếu tố: tính sai, khả năng kiểm chứng và chủ đích [97]. Tuy nhiên, cách tiếp cận này tương đối hẹp, khó bao quát các dạng thông tin sai lệch không tồn tại dưới hình thức bài viết tin tức hoặc có cấu trúc phức tạp giữa thông tin đúng, sai và ngữ cảnh. Tổng quan 34 công trình cho thấy thuật ngữ *fake news* được sử dụng với ít nhất sáu dạng gồm châm biếm tin tức, nhại tin tức, nội dung ngụy tạo, thao túng, quảng cáo và tuyên truyền; các dạng này được phân biệt theo mức độ dựa trên sự thật (*facticity*) và chủ đích đánh lừa (*deception*) [79]. Một hướng tiếp cận khác xác định tin giả là thông tin ngụy tạo mô phỏng nội dung báo chí về hình thức nhưng không tuân theo các quy trình và chuẩn mực của hoạt động báo chí nhằm bảo đảm tính chính xác và độ tin cậy [77].

Sự đa dạng trong cách định nghĩa dẫn đến những tranh luận về ranh giới giữa các khái niệm. Tổng quan hệ thống 1.261 công trình cho thấy sự thiếu thống nhất trong việc khái niệm hóa và sử dụng *fake news* (tin giả), *misinformation* (thông tin sai lệch không chủ đích) và *disinformation* (thông tin sai lệch có chủ đích), khi các thuật ngữ có thể được định nghĩa khác nhau hoặc sử dụng thay thế cho nhau giữa các nghiên cứu [80]. Vì vậy, việc xác định rõ ranh giới của thông tin sai lệch không chủ đích và các dạng thông tin sai lệch được xem là điều kiện cần thiết để xác định đối tượng và phạm vi nghiên cứu [84]. Nhìn chung, các nghiên cứu khái niệm cho thấy “tin giả” chưa phải một thuật ngữ có nội hàm hoàn toàn thống nhất; việc sử dụng khái niệm cần gắn với tiêu chí phân loại và phạm vi nghiên cứu cụ thể.

Một bước phát triển quan trọng là khung phân tích về rối loạn thông tin (*Information Disorder Framework*) của Wardle và Derakhshan [70]. Khung này phân biệt *misinformation* là thông tin sai nhưng không được tạo ra với chủ đích gây hại; *disinformation* là thông tin sai được cố ý tạo ra để gây hại;

malinformation là thông tin dựa trên sự thật nhưng được sử dụng nhằm gây tổn hại. Cách tiếp cận này mở rộng nghiên cứu từ tiêu chí đúng – sai của nội dung sang xem xét đồng thời tính xác thực, chủ đích và khả năng gây hại, qua đó đặt tin giả trong phạm vi rộng hơn của hiện tượng rối loạn thông tin.

Từ nghiên cứu khái niệm, các công trình tiếp tục xem xét chủ thể và động cơ tạo lập, phát tán thông tin sai lệch. Các kết quả cho thấy thông tin sai lệch có thể gắn với nhiều động cơ như lợi ích kinh tế, mục tiêu chính trị, tác động đến nhận thức và hành vi của công chúng hoặc thu hút sự chú ý [97]. Trong môi trường số, nhiều chủ thể có thể tham gia vào quá trình tạo lập và phát tán dưới những hình thức ngày càng đa dạng. Sự phát triển của AI tạo sinh và deepfake tiếp tục làm phức tạp vấn đề nguồn gốc và tính xác thực khi văn bản, hình ảnh, âm thanh và video có thể được tạo hoặc biến đổi ở mức ngày càng khó phân biệt bằng quan sát thông thường. Điều này mở rộng nghiên cứu tin giả từ nội dung văn bản sang thông tin đa phương thức và đặt ra yêu cầu kiểm chứng không chỉ nội dung mà cả nguồn gốc, ngữ cảnh và quá trình tạo lập.

Một hướng nghiên cứu lớn tập trung vào cơ chế lan truyền của tin giả trên mạng xã hội. Nghiên cứu về chuỗi lan truyền cho thấy tin đồn và thông tin chưa được kiểm chứng có thể hình thành các chuỗi khuếch tán, phản ánh vai trò của cấu trúc mạng lưới và hành vi chia sẻ [63]. Phân tích dữ liệu quy mô lớn cho thấy thông tin sai có xu hướng lan truyền xa hơn, nhanh hơn và rộng hơn thông tin đúng; đáng chú ý, con người có vai trò đáng kể trong quá trình khuếch đại, nên hiện tượng này không thể được giải thích chỉ bằng hoạt động của các tài khoản tự động [148]. Từ đó, nghiên cứu lan truyền mở rộng từ chủ thể tạo ra tin giả sang những yếu tố khiến người sử dụng tiếp nhận và tiếp tục chia sẻ thông tin sai lệch.

Khả năng lan truyền của tin giả được giải thích trong mối quan hệ giữa đặc điểm nội dung, yếu tố tâm lý, cấu trúc mạng lưới và hành vi người dùng. Tính mới, cảm xúc và mức độ gây bất ngờ có thể tạo lợi thế cho nội dung sai lệch trong cạnh tranh sự chú ý. Việc chia sẻ thông tin sai cũng không phải

lúc nào xuất phát từ niềm tin sâu sắc vào nội dung; trong nhiều trường hợp, người dùng không dành đủ sự chú ý cho độ chính xác tại thời điểm quyết định chia sẻ [93]. Thiên kiến xác nhận có thể làm tăng khả năng chấp nhận những thông tin phù hợp với niềm tin sẵn có; sự lặp lại tạo cảm giác quen thuộc, trong khi cảm xúc có thể làm giảm mức độ cân nhắc trước hành vi chia sẻ. Trong mạng xã hội, các yếu tố này tương tác với cơ chế lựa chọn và đề xuất nội dung, tạo điều kiện để thông tin sai lệch được củng cố trong những nhóm có cùng quan điểm. Như vậy, lan truyền tin giả không đơn thuần là vấn đề công nghệ hay thiếu hụt kiến thức mà là kết quả của sự tương tác giữa nội dung, tâm lý và hành vi công chúng với cấu trúc, cơ chế phân phối của môi trường truyền thông số.

Đáng chú ý, ảnh hưởng của thông tin sai có thể tiếp tục tồn tại ngay cả sau khi đã được đính chính. Các nghiên cứu về hiện tượng ảnh hưởng tiếp diễn (*continued influence effect*) cho thấy việc rút lại một thông tin không nhất thiết loại bỏ hoàn toàn ảnh hưởng của nó đối với cách cá nhân ghi nhớ và giải thích sự kiện [150]. Những nghiên cứu tiếp theo hệ thống hóa các cơ chế tâm lý liên quan đến việc hình thành, duy trì thông tin sai trong nhận thức và những yếu tố ảnh hưởng đến quá trình sửa chữa nhận thức [154]. Kết quả cho thấy phản bác không chỉ là đặt thông tin đúng bên cạnh thông tin sai mà còn phụ thuộc vào thời điểm, cách giải thích và khả năng cung cấp một cách hiểu thay thế.

Tác động của tin giả được nghiên cứu ở cả cấp độ cá nhân và xã hội. Thông tin sai lệch có thể ảnh hưởng đến nhận thức, thái độ và hành vi của công chúng, đồng thời làm gia tăng phân cực và suy giảm niềm tin vào báo chí, khoa học, các thiết chế và nguồn thông tin chính thống [66]. Trong các tình huống khủng hoảng, thiên tai, dịch bệnh hoặc những vấn đề chính trị – xã hội nhạy cảm, thông tin sai lệch và chưa được kiểm chứng có thể làm gia tăng rủi ro và gây khó khăn cho hoạt động quản trị. Trong đại dịch COVID-19, niềm tin vào các thuyết âm mưu được ghi nhận có mối liên hệ với mức độ tin tưởng và sự tuân thủ các biện pháp ứng phó dịch bệnh [102].

Đại dịch cũng làm nổi bật hiện tượng “dịch thông tin” (*infodemic*), khi khối lượng lớn thông tin chính xác và sai lệch được tạo lập, lan truyền nhanh chóng, làm gia tăng khó khăn trong nhận diện, kiểm chứng và tiếp cận nguồn tin đáng tin cậy [94], [119]. Các nghiên cứu trên mạng xã hội ghi nhận thông tin sai lệch và nguồn tin có độ tin cậy thấp có thể lan truyền với quy mô đáng kể trong bối cảnh khủng hoảng y tế [137], [138]. Cách tiếp cận về “dịch thông tin” vì vậy mở rộng đối tượng nghiên cứu từ từng nội dung sai lệch riêng lẻ sang toàn bộ môi trường thông tin và khả năng công chúng tiếp cận nguồn tin đáng tin cậy. Nghiên cứu tại năm quốc gia gồm Anh, Ireland, Hoa Kỳ, Tây Ban Nha và Mexico còn cho thấy mức độ dễ bị ảnh hưởng bởi thông tin sai lệch về COVID-19 khác nhau giữa các quốc gia; năng lực tính toán và mức độ tin tưởng vào các nhà khoa học cao hơn có liên hệ nhất quán với mức độ dễ bị ảnh hưởng thấp hơn [103]. Những kết quả này cho thấy tác động của tin giả phụ thuộc cả vào đặc điểm công chúng và bối cảnh xã hội, không thể được giải thích như một hiệu ứng đồng nhất.

Từ nghiên cứu bản chất và cơ chế của tin giả, một hướng nghiên cứu quan trọng tập trung vào phát hiện tự động bằng khoa học dữ liệu và khoa học máy tính. Các nghiên cứu cho thấy việc phát hiện tin giả trên mạng xã hội khó có thể chỉ dựa vào nội dung mà cần khai thác thêm tín hiệu từ tương tác xã hội [106]. Các phương pháp được phát triển theo nhiều chiều cạnh như tri thức sai chứa trong nội dung, phong cách viết, mô hình lan truyền và độ tin cậy của nguồn [162]. Các tổng quan rộng hơn về tin giả, tin đồn và ô nhiễm thông tin trên mạng xã hội và web tiếp tục hệ thống hóa các phương pháp phát hiện, công cụ kiểm chứng trực tuyến, nguồn dữ liệu và những thách thức trong nhận diện thông tin sai lệch [136]. Xu hướng chung là chuyển từ phân tích đơn lẻ đặc điểm ngôn ngữ sang kết hợp nhiều loại dữ liệu và tín hiệu của môi trường truyền thông số.

Một hướng tiếp cận liên quan khai thác các tín hiệu xã hội hình thành trong quá trình thông tin lưu chuyển trên mạng để hỗ trợ xác minh. Việc nhận

diện các quan điểm ủng hộ và phản đối một thông tin, xây dựng mạng lan truyền độ tin cậy và suy luận mức độ xác thực đã cho thấy khả năng nâng cao hiệu quả xác minh so với một số phương pháp đối sánh [165]. Điều này cho thấy phát hiện và xác minh tin giả có thể khai thác không chỉ đặc điểm nội dung mà cả các dấu vết tương tác xã hội gắn với quá trình lưu chuyển thông tin.

Cùng với phát hiện tự động, kiểm chứng thông tin (*fact-checking*) trở thành một hướng nghiên cứu và thực hành quan trọng. Các nghiên cứu về kiểm chứng tự động xác định ba chức năng có quan hệ với nhau: nhận diện và ưu tiên phát biểu cần kiểm chứng; xác minh dựa trên nguồn và bằng chứng có thẩm quyền; chuyển tải kết quả đánh giá tới công chúng [113]. Theo cách tiếp cận này, kiểm chứng không đơn thuần là đưa ra phán quyết đúng – sai mà còn đòi hỏi hiểu bối cảnh, thực hiện phán đoán và tổng hợp bằng chứng từ nhiều nguồn.

Ở góc độ nhận thức luận, *fact-checking* còn được xem như một thực hành xác lập tri thức, trong đó tính xác thực phụ thuộc vào cách thu thập, đánh giá và trình bày bằng chứng. Các thách thức liên quan đến mức độ khách quan, các chế độ chân lý và quan hệ nhân quả đặt ra yêu cầu về tính nghiêm ngặt, minh bạch và sự tham gia của công chúng trong hoạt động kiểm chứng [107]. Trong khi đó, các hệ thống kiểm chứng tự động như ClaimBuster cho thấy công nghệ có thể hỗ trợ nhận diện, ưu tiên các phát biểu có tính sự kiện và khai thác nguồn dữ liệu phục vụ xác minh [126]. Sản phẩm kiểm chứng cũng có thể trở thành nguồn dữ liệu để nhận diện và theo dõi sự biến đổi của chương trình nghị sự tin giả; nghiên cứu dữ liệu của hai tổ chức kiểm chứng tại Brazil trong đại dịch COVID-19 cho thấy sự đan xen giữa các vấn đề chính trị và khủng hoảng y tế trong các chủ đề được kiểm chứng [160].

Mặc dù vậy, tự động hóa có giới hạn khi đánh giá ngữ cảnh, độ tin cậy của nguồn hoặc những vấn đề không thể quy giản thành một mệnh đề đúng – sai. Các nghiên cứu nhìn chung thống nhất ở vai trò hỗ trợ của công nghệ đối với phát hiện và kiểm chứng, nhưng không coi công nghệ là sự thay thế hoàn toàn cho đánh giá chuyên môn, kiểm tra bối cảnh và đối chiếu với nguồn tin có

thâm quyền [113]. Đây là một kết quả có ý nghĩa đối với việc xem xét vai trò của AI và công nghệ trong truyền thông phòng, chống tin giả.

Sau kiểm chứng, một nhóm nghiên cứu tập trung vào hiệu quả của đính chính và phản bác. Bốn thí nghiệm sử dụng các bài báo mô phỏng chứa phát biểu sai lệch của chính trị gia cho thấy thông tin đính chính không phải lúc nào cũng làm giảm nhận thức sai; trong một số trường hợp còn có thể làm gia tăng nhận thức sai ở những nhóm công chúng có khuynh hướng tư tưởng phù hợp với nhận thức sai ban đầu [65]. Ngược lại, các thực nghiệm trên Facebook về thông tin sai lệch liên quan đến thực phẩm biến đổi gen và virus Zika cho thấy việc đưa thông tin sửa sai vào môi trường mà công chúng tiếp xúc với thông tin sai có thể làm giảm nhận thức sai; cả thông tin sửa sai được phân phối bằng thuật toán và do người dùng khác đăng tải đều có thể tạo tác động [110], [111]. Những kết quả này cho thấy hiệu quả đính chính không chỉ phụ thuộc vào tính chính xác của nội dung mà còn liên quan đến đặc điểm công chúng và cách thông tin sửa sai được đưa vào môi trường tiếp nhận.

Bằng chứng tổng hợp tiếp tục làm rõ điều kiện của phản bác hiệu quả. Phân tích gộp 52 mẫu nghiên cứu với tổng số 6.878 người tham gia cho thấy thông tin sai lệch vẫn có thể tiếp tục ảnh hưởng sau khi được phản bác; hiệu quả phản bác giảm khi công chúng hình thành các lập luận củng cố thông tin sai ban đầu và tăng khi thông điệp cung cấp thông tin mới, đáng tin cậy thay vì chỉ khẳng định nội dung trước đó là sai [114]. Vì vậy, đính chính và phản bác cần được xem như một quá trình truyền thông, trong đó xác định tính sai mới là một bước; tổ chức thông điệp, cung cấp bằng chứng và hỗ trợ công chúng hình thành cách hiểu thay thế cũng có ý nghĩa quan trọng.

Một hướng can thiệp khác tập trung vào cảnh báo và nhãn kiểm chứng trên nền tảng số. Các thực nghiệm cho thấy cả cảnh báo chung về sự tồn tại của thông tin sai lệch và nhãn kiểm chứng gắn với nội dung cụ thể đều có thể làm giảm mức độ tin vào tiêu đề sai, trong đó nhãn kiểm chứng tạo tác động rõ hơn [108]. Tuy nhiên, việc chỉ gắn cảnh báo cho một bộ phận nội dung sai có thể

tạo ra “hiệu ứng chân lý hàm ý” (*implied truth effect*), khiến những tiêu đề sai không được gắn cảnh báo được đánh giá là chính xác hơn [90]. Điều này cho thấy hiệu quả của cảnh báo và nhãn kiểm chứng cần được xem xét trong tổng thể môi trường thông tin, thay vì chỉ đánh giá tác động đối với từng nội dung được gắn nhãn.

Các nghiên cứu về hành vi chia sẻ tiếp tục mở rộng can thiệp sang thời điểm trước khi người dùng quyết định phát tán thông tin. Việc hướng sự chú ý tới độ chính xác của nội dung có thể làm giảm xu hướng chia sẻ thông tin sai lệch và cải thiện chất lượng thông tin được chia sẻ [91], [92]; sự thiếu chú ý đến độ chính xác được xem là một cơ chế quan trọng tạo ra khoảng cách giữa những gì người dùng đánh giá là đúng và những gì họ sẵn sàng chia sẻ [93]. Một hướng liên quan là tạo “độ ma sát” (*friction*) trước hành vi chia sẻ. Thí nghiệm trực tuyến với 501 người tham gia tại Hoa Kỳ cho thấy yêu cầu người dùng giải thích vì sao một tiêu đề đúng hoặc sai trước khi quyết định chia sẻ làm giảm ý định chia sẻ tiêu đề sai mà không làm giảm ý định chia sẻ tiêu đề đúng [112]. Các kết quả này mở rộng phòng, chống tin giả từ xử lý nội dung sai sang tác động vào quá trình ra quyết định của người dùng nhằm hạn chế sự khuếch đại thông tin sai lệch.

Một bước chuyển đáng chú ý là từ phản bác sau khi thông tin sai đã lan truyền (*debunking*) sang chủ động phòng ngừa trước khi công chúng tiếp xúc với thông tin sai lệch (*prebunking*). Hướng tiếp cận này kế thừa Lý thuyết Tiêm phòng (*Inoculation Theory*) của McGuire [159], theo đó việc cho cá nhân tiếp xúc trước với các phản biện đối với niềm tin sẵn có, đồng thời cung cấp hoặc khuyến khích hình thành sự bác bỏ các phản biện đó, có thể tăng khả năng đề kháng trước những nỗ lực thuyết phục tiếp theo. Nguyên lý này tạo cơ sở lý thuyết cho các nghiên cứu về phòng ngừa thông tin sai lệch.

Các thực nghiệm dựa trên trò chơi trực tuyến đã phát triển hình thức can thiệp giúp người dùng nhận diện những kỹ thuật thường được sử dụng để tạo lập và lan truyền thông tin sai lệch [104], đồng thời cung cấp bằng chứng về

khả năng tăng sức đề kháng của công chúng trước những kỹ thuật này [121]. Cách tiếp cận “tiêm phòng” sau đó tiếp tục được vận dụng trong bối cảnh thông tin sai lệch về COVID-19 [144]. Điểm chung của các nghiên cứu là chuyển trọng tâm từ ghi nhớ và phản bác từng thông tin sai cụ thể sang giúp công chúng nhận diện kỹ thuật tạo lập và thao túng thông tin, qua đó tăng khả năng đề kháng trước những nội dung sai lệch tương tự.

Sự phát triển từ *debunking* sang *prebunking* không làm giảm vai trò của phản bác mà mở rộng cách tiếp cận từ ứng phó sau khi thông tin sai xuất hiện sang kết hợp giữa xử lý và chủ động phòng ngừa. Phản bác cần thiết đối với thông tin sai đã lưu hành, trong khi phòng ngừa hướng tới tăng khả năng đề kháng của công chúng trước những kỹ thuật thao túng có thể gặp trong tương lai. Đây là sự chuyển dịch đáng chú ý trong nghiên cứu phòng, chống tin giả: từ tập trung vào nội dung sai sang đồng thời tác động tới năng lực nhận diện và hành vi của công chúng.

Về dài hạn, giáo dục truyền thông, năng lực số và tư duy phản biện được xem là những điều kiện quan trọng để nâng cao khả năng chủ động ứng phó của công chúng. Nghiên cứu về năng lực số cho thấy mối quan hệ của năng lực này với vốn xã hội và khả năng tiếp cận các nguồn lực giáo dục, phản ánh vai trò ngày càng rộng của năng lực số trong đời sống xã hội [89]. Trong bối cảnh “hậu sự thật”, thông tin sai lệch được đặt trong những biến đổi rộng hơn của môi trường thông tin, nơi các yếu tố nhận thức, niềm tin và điều kiện xã hội làm cho việc ứng phó trở nên phức tạp [151]. Nghiên cứu về hiểu biết truyền thông (*media literacy*) nhấn mạnh năng lực phê phán và sự tham gia có trách nhiệm trong môi trường truyền thông phân cực, thiếu niềm tin [135]; các tài liệu về giáo dục và đào tạo báo chí cũng đặt đánh giá nguồn tin và xác minh thông tin như những năng lực quan trọng trong ứng phó với *misinformation* và *disinformation* [156]. Nhìn chung, phòng, chống tin giả không thể chỉ phụ thuộc vào kiểm chứng, đính chính của các tổ chức hoặc biện pháp can thiệp của nền tảng mà còn cần nâng cao năng lực chủ động của công chúng trong tiếp nhận, đánh giá và chia sẻ thông tin.

Từ các hướng nghiên cứu trên, phòng, chống tin giả ngày càng được tiếp cận trong phạm vi rộng hơn, từ xử lý từng nội dung sai lệch sang bảo vệ tính toàn vẹn của môi trường thông tin. Theo cách tiếp cận này, vấn đề không chỉ là phát hiện và xử lý thông tin sai mà còn bao gồm khả năng tiếp cận kịp thời nguồn tin đáng tin cậy, năng lực ứng phó của các nguồn thông tin chính thống, hạn chế sự khuếch đại nội dung gây hại và nâng cao khả năng nhận diện, kiểm chứng của công chúng. Tin giả vì vậy được đặt trong mối quan hệ rộng hơn với tính toàn vẹn thông tin, niềm tin xã hội và năng lực quản trị môi trường thông tin [101].

Tại Việt Nam, nghiên cứu về tin giả phát triển rõ hơn cùng với sự mở rộng của mạng xã hội và những thách thức thông tin trên không gian mạng. Các công trình đã tiếp cận vấn đề từ nhiều phương diện: khái niệm, đặc điểm, dạng thức và tác động của tin giả; pháp luật và quản lý nhà nước; vai trò của báo chí, nền tảng số và trách nhiệm của các chủ thể trong phòng, chống tin giả [29], [36]. Một số nghiên cứu đi sâu vào cơ chế kiểm soát, xử lý thông tin giả từ góc độ thể chế [28]; các nghiên cứu khác chú trọng tác động đối với dư luận xã hội và đề xuất giải pháp về tổ chức phối hợp, cung cấp thông tin chính thống, nâng cao năng lực nhận diện của công chúng và ứng dụng công nghệ. Nhìn chung, nghiên cứu trong nước đã từng bước đặt tin giả trong mối quan hệ với quản lý nhà nước, hoạt động báo chí – truyền thông, dư luận xã hội và bảo đảm môi trường thông tin.

Về ứng dụng công nghệ, các nghiên cứu trong nước đã phát triển một số phương pháp tự động hỗ trợ phát hiện tin giả tiếng Việt. Phương pháp tìm kiếm thông tin và độ tương đồng cosine được sử dụng để đối sánh nội dung cần kiểm tra với tin từ nguồn chính thống [17]; các mô hình ngôn ngữ tiền huấn luyện và học sâu cũng được kết hợp với đặc trưng văn bản và siêu dữ liệu nhằm nâng cao khả năng phát hiện [20]. Các kết quả cho thấy tiềm năng của công nghệ trong xử lý khối lượng lớn thông tin, nhưng hiệu quả phụ thuộc vào đặc điểm, chất lượng dữ liệu, phương pháp xử lý ngôn ngữ và khả năng thích ứng với

những dạng nội dung mới. Vì vậy, phát hiện tự động cần được xem là công cụ hỗ trợ, kết hợp với kiểm chứng và xác minh bằng các nguồn có thẩm quyền. Trong lĩnh vực tư tưởng, lý luận, nghiên cứu còn tập trung vào hoàn thiện cơ sở pháp lý, quy trình nhận diện và xử lý, cơ chế phối hợp giữa các lực lượng và ứng dụng công nghệ đối với thông tin sai lệch, xuyên tạc trên mạng xã hội [26].

Bên cạnh giải pháp từ phía chủ thể quản lý, năng lực nhận diện và ứng phó của công chúng cũng ngày càng được quan tâm. *Cấm nang phòng, chống tin giả, tin sai sự thật trên không gian mạng* hệ thống hóa các dấu hiệu nhận diện và kỹ năng xử lý dành cho người sử dụng, thể hiện cách tiếp cận kết hợp giữa nhận diện, xử lý và phòng ngừa [13]. Nghiên cứu thực nghiệm trên 1.161 sinh viên tại hai trường đại học ở Việt Nam xem xét các yếu tố liên quan đến khả năng nhận diện tin giả và đề xuất giải pháp nâng cao nhận thức, thái độ, hành vi và hiểu biết truyền thông [38]. Các kết quả này cho thấy nghiên cứu trong nước đã bắt đầu kết nối giải pháp quản lý, công nghệ và nâng cao năng lực công chúng, nhưng các hướng nghiên cứu còn tương đối phân tán.

Như vậy, các nghiên cứu về tin giả cho thấy sự mở rộng rõ rệt về phạm vi tiếp cận: từ nhận diện khái niệm, dạng thức, cơ chế lan truyền và tác động đến phát hiện, kiểm chứng, đính chính, phản bác và chủ động phòng ngừa. Tin giả theo đó không còn được xem xét như một loại nội dung riêng lẻ mà trong mối quan hệ giữa chủ thể, nội dung, công chúng, công nghệ và cơ chế của nền tảng số. Luận án kế thừa các kết quả này để tiếp cận tin giả trong phạm vi rộng của thông tin sai lệch và rối loạn thông tin; xem phòng, chống tin giả là quá trình kết hợp phát hiện, kiểm chứng, đính chính, phản bác và phòng ngừa, trong đó công nghệ và năng lực công chúng có vai trò quan trọng. Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện có chủ yếu tập trung vào từng khía cạnh riêng lẻ; nghiên cứu trong nước thiên về quản lý nhà nước, báo chí, pháp luật, công nghệ hoặc năng lực nhận diện của công chúng. Truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số trong mối quan hệ giữa chủ thể và chính sách, kênh và công nghệ, nội dung và dữ liệu, công chúng và phản hồi chưa

được nghiên cứu đầy đủ, có hệ thống. Đây là khoảng trống luận án tập trung làm rõ.

1.3. Nghiên cứu về nền tảng số, dữ liệu, công nghệ và thuật toán trong môi trường truyền thông số

Sự phát triển của các nền tảng số đã làm thay đổi sâu sắc cấu trúc sản xuất, phân phối và tiếp nhận thông tin. Nếu trong các mô hình truyền thông truyền thống, kênh chủ yếu được xem là phương tiện chuyển tải thông điệp từ chủ thể đến công chúng, thì trong môi trường số, nền tảng còn tham gia lựa chọn, sắp xếp, đề xuất và điều tiết khả năng hiển thị của nội dung. Dữ liệu hành vi người dùng trở thành nguồn đầu vào quan trọng cho hoạt động của nền tảng và các hệ thống thuật toán, trong khi trí tuệ nhân tạo ngày càng được ứng dụng vào tạo lập, phân phối, giám sát, phân tích và kiểm chứng thông tin. Vì vậy, nghiên cứu truyền thông số ngày càng chú ý đến vai trò của nền tảng, dữ liệu, công nghệ và thuật toán trong tổ chức môi trường thông tin và khả năng tiếp cận nội dung của công chúng.

Một hướng nghiên cứu tập trung vào tùy biến (*customisation*) và cá nhân hóa (*personalisation*) nội dung. Các phương thức điều chỉnh cách trình bày và phân phối thông tin theo đặc điểm hoặc lựa chọn của người dùng có thể tạo ra những khác biệt trong quá trình tiếp nhận và xử lý thông tin [123]. Đồng thời, cấu trúc truyền thông số còn chịu tác động của các chủ thể tham gia tạo lập và lan truyền nội dung; trong đó, tương tác giữa những chủ thể có ảnh hưởng trên mạng xã hội với cộng đồng có quan hệ với quá trình hình thành niềm tin và phản ứng của công chúng [86]. Những kết quả này cho thấy khả năng tiếp cận và tiếp nhận thông tin không chỉ phụ thuộc vào nội dung được cung cấp mà còn gắn với đặc điểm người dùng, quan hệ xã hội và cơ chế tổ chức thông tin của môi trường số.

Một chuyển biến quan trọng trong nghiên cứu là từ xem nền tảng như hạ tầng kỹ thuật sang nhận diện vai trò trung gian của nền tảng trong quá trình truyền thông. Gillespie [153] cho thấy nền tảng trực tuyến không đơn thuần lưu

chuyển nội dung mà còn tham gia tổ chức và định hình diễn ngôn công cộng. Theo đó, quan hệ giữa chủ thể cung cấp thông tin với công chúng còn chịu tác động của các cơ chế lựa chọn và phân phối nội dung. Srnicek [129] tiếp cận nền tảng từ mô hình kinh tế dựa trên việc thu thập, xử lý và khai thác dữ liệu, qua đó xác định dữ liệu là một nguồn lực quan trọng trong hoạt động của nền tảng. Các nghiên cứu này làm rõ một tầng trung gian trong quá trình truyền thông: giữa thông tin được chủ thể công bố và thông tin thực tế tiếp cận công chúng tồn tại các cơ chế dữ liệu và thuật toán tham gia tổ chức, phân phối nội dung. Khả năng cá nhân hóa nội dung tiếp tục làm rõ vai trò của tầng trung gian này. Khái niệm “bong bóng lọc” (*filter bubble*) của Pariser [81] mô tả môi trường thông tin được cá nhân hóa dựa trên dữ liệu và hành vi người dùng, khiến những người khác nhau có thể tiếp xúc với những tập hợp thông tin khác nhau ngay trên cùng một nền tảng. Cá nhân hóa vì vậy có khả năng làm phân mảnh trải nghiệm thông tin và thu hẹp không gian thông tin chung. Đối với truyền thông phòng, chống tin giả, vấn đề đặt ra là việc chủ thể công bố thông tin chính thống không đồng nghĩa với việc thông tin đó sẽ tiếp cận được các nhóm công chúng cần hướng tới.

Từ góc độ lựa chọn thông tin, Sunstein [69] cho rằng khả năng người dùng lựa chọn nội dung phù hợp với mối quan tâm và quan điểm sẵn có có thể làm giảm sự tiếp xúc với các quan điểm khác biệt, qua đó gia tăng phân mảnh và phân cực. Điều này đặc biệt đáng chú ý đối với truyền thông phòng, chống tin giả bởi thông tin sai lệch và thông tin đính chính có thể không lưu chuyển trong cùng một không gian thông tin. Khi thông tin chính thống không tiếp cận được nhóm công chúng đang tiếp nhận và chia sẻ thông tin sai lệch, việc công bố đính chính trên kênh chính thức chưa bảo đảm thông tin đính chính đến được đúng đối tượng cần tác động.

Vai trò trung gian của nền tảng cũng làm thay đổi cách nghiên cứu mối quan hệ giữa chủ thể truyền thông và công chúng. Sau khi nội dung được công bố, phạm vi tiếp cận còn phụ thuộc vào hệ thống xếp hạng, đề xuất, cá nhân

hóa và những đặc trưng riêng của từng nền tảng mà chủ thể truyền thông không hoàn toàn kiểm soát. Nghiên cứu truyền thông chính trị trên Facebook và Twitter cho thấy khả năng tiếp cận và tương tác với công chúng chịu ảnh hưởng của đặc điểm nền tảng, đặt ra yêu cầu xem xét không chỉ nội dung được truyền tải mà cả cách chủ thể và công chúng kết nối trong từng môi trường nền tảng [145]. Như vậy, kênh truyền trong môi trường số không còn chỉ là phương tiện đưa thông điệp từ chủ thể tới công chúng mà còn tham gia định hình khả năng thông điệp được nhìn thấy, tiếp cận và tương tác.

Ở cách tiếp cận rộng hơn, nền tảng số được nghiên cứu như một thiết chế kinh tế – xã hội gắn với những giá trị công. Các nghiên cứu về xã hội nền tảng cho thấy nền tảng không chỉ cung cấp hạ tầng kỹ thuật mà còn tổ chức các tương tác xã hội thông qua dữ liệu hóa, hàng hóa hóa và lựa chọn; từ đó đặt ra những vấn đề về minh bạch, chính xác, công bằng, trách nhiệm xã hội và lợi ích công [64]. Đối với cơ quan nhà nước, vấn đề này đặc biệt quan trọng bởi logic vận hành của các nền tảng thương mại không hoàn toàn đồng nhất với mục tiêu của truyền thông công. Trong khi nền tảng vận hành theo cơ chế lựa chọn, phân phối và mô hình kinh doanh riêng, truyền thông Chính phủ phải bảo đảm tính chính xác, thẩm quyền, khả năng kiểm chứng và lợi ích công. Sự khác biệt giữa logic vận hành của nền tảng với yêu cầu của truyền thông công vì vậy trở thành một vấn đề cần được xem xét trong nghiên cứu truyền thông Chính phủ trên nền tảng số.

Bên cạnh vai trò tổ chức và phân phối thông tin, dữ liệu và các phương pháp tính toán ngày càng được nghiên cứu như nguồn lực hỗ trợ phát hiện tin giả. Các nghiên cứu cho thấy phát hiện tin giả trên mạng xã hội không nên chỉ dựa vào đặc điểm nội dung mà cần kết hợp các tín hiệu từ tương tác xã hội [106]. Các phương pháp phát hiện được phát triển trên nhiều nhóm dấu hiệu như tri thức sai chứa trong nội dung, phong cách viết, mô hình lan truyền và độ tin cậy của nguồn [162]. Phạm vi phân tích theo đó mở rộng từ nội dung sang nguồn tin, hành vi tương tác và quá trình lan truyền, tạo thêm dữ liệu phục vụ phát hiện, kiểm chứng và xử lý thông tin sai lệch.

Tuy nhiên, các phương pháp tự động cũng có những giới hạn. Việc xác định thông tin sai lệch phụ thuộc không chỉ vào nội dung mà còn vào nguồn tin, ngữ cảnh, hành vi người dùng và quá trình lan truyền; do đó cần kết hợp nhiều loại dữ liệu và dấu hiệu khác nhau [106], [162]. Công nghệ vì vậy có vai trò hỗ trợ quan trọng nhưng không thể được xem là giải pháp duy nhất thay thế hoạt động xác minh, đánh giá ngữ cảnh và đối chiếu nguồn tin. Cách tiếp cận này đặc biệt có ý nghĩa trong bối cảnh AI vừa mở rộng năng lực xử lý dữ liệu, vừa làm gia tăng quy mô và mức độ phức tạp của nội dung được tạo lập trong môi trường số.

Công nghệ và thiết kế nền tảng còn có thể tác động trực tiếp đến cách công chúng đánh giá thông tin. Các thực nghiệm về cảnh báo và nhãn kiểm chứng cho thấy cả cảnh báo chung về thông tin sai lệch và nhãn gắn với nội dung cụ thể đều có thể làm giảm mức độ tin vào các tiêu đề sai, mặc dù mức độ tác động tương đối khiêm tốn; nhãn xác định nội dung là sai tạo tác động mạnh hơn nhãn chỉ cho biết nội dung đang bị tranh cãi [108]. Kết quả này cho thấy phòng, chống tin giả trên nền tảng số không chỉ liên quan đến phát hiện và kiểm chứng mà còn đến cách kết quả kiểm chứng được thể hiện, phân phối và tiếp nhận trên nền tảng.

Từ góc độ quản trị, vai trò trung gian của nền tảng đặt cơ quan nhà nước trong quan hệ đồng thời với doanh nghiệp nền tảng và công chúng. Khi ngày càng nhiều hoạt động tiếp cận thông tin diễn ra trên các nền tảng do doanh nghiệp quản lý, truyền thông của cơ quan nhà nước chịu tác động bởi quy tắc và cơ chế vận hành của các nền tảng đó [153]. Vì vậy, nghiên cứu truyền thông Chính phủ trên nền tảng số cần vượt khỏi quan hệ hai bên giữa chủ thể truyền thông và công chúng để tính đến vai trò trung gian của nền tảng trong phân phối và tổ chức khả năng tiếp cận thông tin.

Một hướng nghiên cứu liên quan xem xét sự chuyển đổi của báo chí và hoạt động truyền thông dưới tác động của công nghệ số. Các nghiên cứu trong nước đề cập đến hội tụ truyền thông, tòa soạn hội tụ, báo chí đa phương tiện và

những thay đổi trong sản xuất, phân phối, tiếp nhận thông tin [34], [40]. Ở phạm vi rộng hơn, chuyển đổi số được tiếp cận không đơn thuần là ứng dụng công nghệ mới mà gắn với thay đổi tư duy chiến lược về khách hàng, cạnh tranh, dữ liệu, đổi mới và giá trị [76]. Theo đó, công nghệ số không chỉ thay đổi công cụ mà còn tác động đến cách tổ chức và vận hành hoạt động truyền thông.

Trong khu vực công, ứng dụng nền tảng số có thể làm thay đổi thực hành công việc, phương thức giao tiếp và quá trình ra quyết định của cơ quan công quyền cũng như các chủ thể tương tác với cơ quan này [146]. Kết quả đó mở rộng cách tiếp cận công nghệ và dữ liệu từ phương diện công cụ sang mối quan hệ với tổ chức, quy trình và phương thức vận hành hoạt động truyền thông. Đây là điểm có ý nghĩa đối với nghiên cứu truyền thông Chính phủ, bởi năng lực ứng dụng công nghệ không chỉ được thể hiện ở việc sử dụng công cụ nào mà còn ở khả năng tích hợp dữ liệu, công nghệ và nền tảng vào quá trình tổ chức hoạt động truyền thông.

Các nghiên cứu trên cho thấy nền tảng số, dữ liệu, công nghệ và thuật toán đã trở thành những yếu tố tham gia trực tiếp vào quá trình truyền thông. Nền tảng không chỉ chuyển tải mà còn tổ chức và phân phối thông tin; dữ liệu trở thành nguồn lực cho phân tích và vận hành; công nghệ và AI mở rộng khả năng phát hiện, phân tích, kiểm chứng thông tin sai lệch, đồng thời tác động đến phương thức tổ chức hoạt động truyền thông. Kết quả nghiên cứu vì vậy đòi hỏi xem xét các yếu tố công nghệ trong quan hệ với chủ thể, nội dung và công chúng, thay vì chỉ như những công cụ kỹ thuật hỗ trợ.

Luận án kế thừa cách tiếp cận này để xem xét kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán như một cấu phần của truyền thông phòng, chống tin giả, đồng thời phân tích vai trò của dữ liệu trong phát hiện, kiểm chứng, phân phối thông tin và tiếp nhận phản hồi. Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện có thường tập trung riêng vào vai trò của nền tảng, thuật toán, dữ liệu, công nghệ phát hiện hoặc chuyển đổi số. Mối quan hệ giữa kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán với chủ thể, nội dung, dữ liệu, công chúng và phản hồi trong hoạt động

truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số chưa được nghiên cứu đầy đủ, có hệ thống. Đây là khoảng trống luận án tiếp tục làm rõ.

1.4. Nghiên cứu về truyền thông Chính phủ, truyền thông chính sách và Chính phủ số

Một hướng nghiên cứu có quan hệ trực tiếp với đề tài tập trung vào truyền thông Chính phủ, truyền thông chính sách và sự chuyển đổi hoạt động truyền thông của khu vực công trong môi trường số. Các nghiên cứu cho thấy sự mở rộng từ chức năng cung cấp, phổ biến thông tin sang xem truyền thông như một bộ phận của quản trị công, gắn với giải thích chính sách, tương tác với công chúng, tiếp nhận phản hồi, xây dựng niềm tin và nâng cao khả năng thích ứng của cơ quan nhà nước trước những biến đổi của môi trường truyền thông.

Ở Việt Nam, các nghiên cứu về mối quan hệ giữa truyền thông với quản lý và phát triển xã hội đã góp phần hình thành hướng tiếp cận này. Truyền thông đại chúng không chỉ được xem xét ở chức năng chuyển tải thông tin mà còn trong quan hệ với quản lý xã hội, quan hệ công chúng và thực hiện chính sách công [2]. Cách tiếp cận đó mở rộng phạm vi nghiên cứu từ hoạt động thông tin sang vai trò của truyền thông đối với quá trình quản trị và quan hệ giữa cơ quan công quyền với xã hội.

Từ góc độ quan hệ công chúng, mô hình truyền thông hai chiều đối xứng của Grunig và Hunt [100] nhấn mạnh đối thoại và phản hồi trong quan hệ giữa tổ chức với công chúng. Khi vận dụng vào khu vực công, truyền thông không dừng ở cung cấp và giải thích thông tin mà còn bao gồm lắng nghe, tiếp nhận phản hồi và điều chỉnh hoạt động trên cơ sở tương tác với công chúng. Hướng tiếp cận này tạo cơ sở để nghiên cứu truyền thông Chính phủ như một quá trình có phản hồi, trong đó công chúng không chỉ là người nhận thông tin mà còn tham gia vào quá trình tương tác với chủ thể truyền thông.

Sự phát triển của Chính phủ số tiếp tục làm thay đổi điều kiện tổ chức và vận hành quá trình này. Các nghiên cứu ngày càng tiếp cận Chính phủ số như

sự đổi mới phương thức quản trị thay vì chỉ số hóa hoạt động hành chính [139]. Theo đó, chuyển đổi số khu vực công gắn với những thay đổi về quy trình, dữ liệu, tổ chức và phương thức tương tác giữa cơ quan nhà nước với người dân [22]. Hiệu quả chuyển đổi không chỉ phụ thuộc vào mức độ ứng dụng công nghệ mà còn liên quan đến năng lực phối hợp giữa các cơ quan [74], trong khi quản trị linh hoạt đặt ra yêu cầu nâng cao khả năng thích ứng và phản ứng của tổ chức công trước những thay đổi của môi trường quản trị [98]. Như vậy, Chính phủ số tạo ra không chỉ những công cụ truyền thông mới mà còn làm thay đổi điều kiện tổ chức, phối hợp, sử dụng dữ liệu và tương tác với công chúng trong hoạt động truyền thông của cơ quan nhà nước.

Trong quá trình đó, mạng xã hội và các nền tảng số ngày càng được tích hợp vào hoạt động của cơ quan công quyền nhằm cung cấp thông tin, hỗ trợ thực hiện mục tiêu công và thúc đẩy sự tham gia của công dân [164]. Tổng quan nghiên cứu về truyền thông Chính phủ trên mạng xã hội cho thấy lĩnh vực này được tiếp cận từ nhiều phương diện, bao gồm chủ thể truyền thông, thông điệp, phương tiện, công chúng và hiệu ứng, đồng thời có sự giao thoa với chính sách và hành chính công [149]. Kết quả này cho thấy mạng xã hội không chỉ bổ sung kênh truyền thông cho Chính phủ mà còn tạo ra không gian mới cho cung cấp thông tin, tương tác và tham gia của công chúng.

Sự chuyển đổi sang môi trường nền tảng đồng thời làm thay đổi mối quan hệ giữa chủ thể truyền thông Chính phủ, nội dung và công chúng. Khác với các kênh thông tin do cơ quan nhà nước trực tiếp quản lý, việc phân phối nội dung trên mạng xã hội còn chịu tác động của cơ chế vận hành của nền tảng. Vì vậy, khả năng cơ quan nhà nước cung cấp thông tin chính xác và kịp thời chưa đồng nghĩa với việc thông tin đó sẽ tiếp cận đầy đủ các nhóm công chúng cần hướng tới. Truyền thông Chính phủ trong môi trường số do đó đặt ra đồng thời yêu cầu về năng lực cung cấp thông tin, tổ chức hệ thống kênh, thích ứng với môi trường nền tảng và duy trì tương tác với công chúng. Đây là điểm kết nối trực tiếp giữa các nghiên cứu về Chính phủ số với nghiên cứu truyền thông Chính phủ trên nền tảng số.

Đối với thông tin sai lệch, nghiên cứu quốc tế tiếp tục mở rộng từ xử lý từng nội dung sang cách tiếp cận quản trị tổng thể. Từ góc độ quản trị công, ứng phó với *disinformation* được đặt trong quan hệ giữa truyền thông công, các biện pháp trực tiếp xử lý thông tin sai lệch, chính sách, pháp luật và những giải pháp hỗ trợ môi trường thông tin; trong đó các nguyên tắc minh bạch, liêm chính, trách nhiệm giải trình và sự tham gia của các bên liên quan được đặc biệt nhấn mạnh [73]. Cách tiếp cận này cho thấy phòng, chống thông tin sai lệch không chỉ là hoạt động phát hiện và bác bỏ nội dung sai mà còn liên quan đến năng lực quản trị, phối hợp và tổ chức truyền thông của khu vực công.

Khái niệm tính toàn vẹn thông tin (*information integrity*) mở rộng thêm hướng nghiên cứu này. Khung chính sách của OECD xác định ba phương diện gồm tăng cường tính minh bạch, trách nhiệm giải trình và tính đa dạng của các nguồn thông tin; nâng cao khả năng chống chịu của xã hội trước thông tin sai lệch; hoàn thiện cơ chế quản trị và năng lực thể chế nhằm bảo vệ tính toàn vẹn của không gian thông tin [131]. Cách tiếp cận này đồng thời nhấn mạnh sự phối hợp giữa Chính phủ, doanh nghiệp nền tảng, truyền thông, giới học thuật và cộng đồng xã hội. Các Nguyên tắc toàn cầu về tính toàn vẹn thông tin của Liên hợp quốc tiếp tục đặt trọng tâm vào niềm tin và khả năng chống chịu xã hội, trao quyền cho công chúng, truyền thông độc lập và đa dạng, cùng tính minh bạch và trách nhiệm của các chủ thể trong môi trường số [155].

Hai hướng tiếp cận trên cho thấy một sự mở rộng đáng chú ý: từ phản ứng với từng thông tin sai lệch sang xây dựng năng lực quản trị môi trường thông tin, trong đó truyền thông công giữ vai trò cung cấp nguồn tin đáng tin cậy, tạo khả năng tiếp cận thông tin chính xác, tăng cường niềm tin và khả năng chống chịu của xã hội. Theo đó, phòng, chống tin giả không chỉ diễn ra sau khi nội dung sai xuất hiện mà còn bao gồm chủ động cung cấp thông tin, giải thích, cảnh báo, phòng ngừa và nâng cao năng lực nhận diện của công chúng.

Một hướng nghiên cứu tập trung vào truyền thông Chính phủ trong ứng phó với khủng hoảng và thông tin sai lệch. Các kết quả cho thấy mạng xã hội

trở thành công cụ quan trọng để cơ quan công quyền cung cấp thông tin và ứng phó với thông tin sai trong khủng hoảng; đồng thời, niềm tin của công chúng đối với các kênh thông tin số chính thức có ý nghĩa đối với quá trình tiếp nhận thông tin [118]. Hiệu quả truyền thông ứng phó với khủng hoảng và thông tin sai lệch còn liên quan đến khả năng phối hợp giữa các cơ quan, độ tin cậy của chủ thể truyền thông, tính minh bạch và khả năng thích ứng của chiến lược truyền thông [130]. Vì vậy, ứng phó với thông tin sai lệch trong khủng hoảng không thể thu hẹp thành xử lý nội dung mà cần được xem xét trong quan hệ với năng lực tổ chức, phối hợp, cung cấp thông tin và duy trì niềm tin công chúng.

Các nghiên cứu về truyền thông khủng hoảng trong khu vực công tại Việt Nam cũng nhấn mạnh yêu cầu chủ động nhận diện nguy cơ, xây dựng quy trình và tổ chức ứng phó với những tình huống truyền thông bất thường trong hoạt động của cơ quan hành chính nhà nước [55]. Các nghiên cứu khác hệ thống hóa cơ sở lý luận, kinh nghiệm quốc tế và những vấn đề thực tiễn của quản trị khủng hoảng truyền thông, đặc biệt đối với các vấn đề chính trị – xã hội [54]. Những kết quả này mở rộng nghiên cứu truyền thông của cơ quan nhà nước từ hoạt động thông tin thường xuyên sang khả năng dự báo, phản ứng và quản trị các tình huống truyền thông phức tạp.

Song song với truyền thông khủng hoảng, truyền thông chính sách tại Việt Nam ngày càng được tiếp cận như một bộ phận của quản trị nhà nước thay vì chỉ là hoạt động phổ biến chính sách. Các nghiên cứu nhấn mạnh vai trò của truyền thông trong cung cấp, giải thích chính sách, tạo đồng thuận và hỗ trợ quá trình thực thi; đồng thời đặt ra yêu cầu chuyển từ cách thức truyền thông chủ yếu theo hướng cung cấp thông tin sang tăng cường tương tác, lắng nghe và đáp ứng nhu cầu thông tin của công chúng trong bối cảnh chuyển đổi số [25], [27]. Cách tiếp cận này làm rõ mối quan hệ hai chiều: truyền thông giúp chính sách đến với công chúng, trong khi phản hồi của công chúng cung cấp thông tin để chủ thể nhận diện mức độ tiếp nhận, những vấn đề chưa được hiểu rõ và những nội dung cần tiếp tục giải thích.

Trong điều kiện Chính phủ số, khả năng tương tác này còn được hỗ trợ bởi dữ liệu và công nghệ. Nghiên cứu trong nước xem xây dựng và phát triển Chính phủ số gắn với đổi mới phương thức hoạt động, nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản trị và khả năng phục vụ người dân [23]. Các nghiên cứu về chuyển đổi số cũng cho thấy hoạt động của cơ quan nhà nước ngày càng gắn với môi trường đa nền tảng, dữ liệu và những phương thức tương tác mới [57]. Dữ liệu phản hồi từ công chúng vì vậy không chỉ có ý nghĩa đối với đánh giá hoạt động truyền thông mà còn có thể trở thành nguồn thông tin phục vụ điều chỉnh nội dung, phương thức cung cấp thông tin và quá trình quản trị.

Từ các hướng nghiên cứu trên có thể thấy truyền thông Chính phủ, truyền thông chính sách và Chính phủ số ngày càng hội tụ ở một số vấn đề: năng lực tổ chức và phối hợp của chủ thể; cung cấp thông tin chính xác, kịp thời và minh bạch; sử dụng nền tảng, công nghệ và dữ liệu; tương tác và tiếp nhận phản hồi của công chúng; duy trì niềm tin và khả năng thích ứng trước những biến động của môi trường thông tin. Trong ứng phó với thông tin sai lệch, các yếu tố này càng có quan hệ chặt chẽ bởi hiệu quả không chỉ phụ thuộc vào việc xác định nội dung đúng – sai mà còn vào khả năng tổ chức nguồn thông tin chính thống, đưa thông tin đến đúng công chúng và sử dụng phản hồi để điều chỉnh hoạt động truyền thông.

Luận án kế thừa các kết quả trên để tiếp cận truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ như một hoạt động truyền thông gắn với quản trị công trong môi trường số, trong đó chủ thể và chính sách, kênh và công nghệ, nội dung và dữ liệu, công chúng và phản hồi có quan hệ với nhau. Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện có chủ yếu tập trung riêng vào truyền thông Chính phủ, truyền thông chính sách, Chính phủ số, truyền thông khủng hoảng hoặc quản trị thông tin sai lệch. Ở Việt Nam, chưa có nhiều nghiên cứu đặt truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ trên các nền tảng số thành đối tượng nghiên cứu trực tiếp, đồng thời xem xét có hệ thống mối quan hệ giữa tổ chức và phối hợp chủ thể, hệ thống kênh và công nghệ, nội dung và dữ liệu, công chúng và phản hồi. Đây là khoảng trống luận án tập trung làm rõ.

1.5. Đánh giá chung và khoảng trống nghiên cứu

1.5.1. Kết quả đạt được

Tổng quan các công trình trong và ngoài nước cho thấy nghiên cứu liên quan đến truyền thông phòng, chống tin giả đã hình thành cơ sở tri thức phong phú và có tính liên ngành, trải rộng từ khoa học truyền thông, quan hệ công chúng, tâm lý học, khoa học dữ liệu đến quản trị công. Các kết quả nghiên cứu cung cấp những luận cứ quan trọng để nhận diện bản chất và cơ chế của tin giả, sự biến đổi của quá trình truyền thông trong môi trường số, vai trò của công chúng, tác động của nền tảng và công nghệ, cũng như sự chuyển đổi hoạt động truyền thông của cơ quan công quyền.

Về truyền thông và công chúng, các nghiên cứu đã mở rộng từ cách tiếp cận nhấn mạnh quá trình truyền tải thông tin sang chú trọng tương tác, phản hồi và quan hệ giữa chủ thể truyền thông với công chúng. Công chúng ngày càng được nhìn nhận như chủ thể tích cực lựa chọn, diễn giải, chia sẻ và phản hồi thông tin; trong khi nhu cầu, niềm tin, nhận thức và hành vi có ảnh hưởng đến quá trình tiếp nhận và lưu chuyển thông tin. Trong môi trường số, dữ liệu tương tác còn tạo khả năng nhận diện phản ứng của công chúng và cung cấp thông tin phản hồi cho chủ thể truyền thông.

Về tin giả và các phương thức phòng, chống, nghiên cứu đã làm rõ khái niệm, dạng thức, động cơ tạo lập, cơ chế lan truyền, tác động và nhiều phương thức ứng phó. Phạm vi tiếp cận được mở rộng từ *fake news* sang rối loạn thông tin; từ chú trọng đặc điểm nội dung sang xem xét đồng thời yếu tố tâm lý, nhận thức, hành vi, mạng lưới và môi trường truyền thông. Các biện pháp ứng phó cũng phát triển từ phát hiện, kiểm chứng, đính chính và phản bác sang cảnh báo, can thiệp hành vi, *prebunking* và nâng cao năng lực của công chúng, thể hiện xu hướng kết hợp xử lý sau khi thông tin sai lệch xuất hiện với chủ động phòng ngừa.

Về nền tảng số, dữ liệu, công nghệ và thuật toán, các nghiên cứu cho thấy nền tảng không chỉ là kênh truyền dẫn mà còn tham gia tổ chức và phân

phối thông tin; dữ liệu trở thành nguồn lực phục vụ phân tích và vận hành; công nghệ và AI mở rộng khả năng phát hiện, phân loại và hỗ trợ kiểm chứng thông tin sai lệch. Đồng thời, khả năng tiếp cận thông tin của công chúng chịu ảnh hưởng của các cơ chế lựa chọn, xếp hạng, đề xuất và cá nhân hóa. Vì vậy, công nghệ và thuật toán ngày càng được xem xét như những yếu tố tham gia vào quá trình truyền thông chứ không chỉ là công cụ kỹ thuật.

Về truyền thông Chính phủ, truyền thông chính sách và Chính phủ số, các nghiên cứu đã đặt hoạt động truyền thông ngày càng rõ hơn trong mối quan hệ với quản trị công, nhấn mạnh tính minh bạch, cung cấp và giải thích thông tin, tương tác, phản hồi, niềm tin công chúng và năng lực thích ứng của cơ quan nhà nước. Đối với thông tin sai lệch, hướng nghiên cứu cũng mở rộng từ xử lý từng nội dung sang quản trị môi trường thông tin, tăng cường tính toàn vẹn thông tin, khả năng chống chịu của xã hội và phối hợp giữa các chủ thể.

Từ các kết quả trên, luận án kế thừa những luận điểm chủ yếu về quá trình truyền thông và phản hồi; đặc điểm, cơ chế và phương thức phòng, chống tin giả; vai trò của nền tảng, dữ liệu, công nghệ và thuật toán; truyền thông Chính phủ và quản trị công trong môi trường số. Những kết quả này là cơ sở để luận án tiếp tục xem xét truyền thông phòng, chống tin giả không phải như tập hợp các biện pháp riêng lẻ mà như một quá trình truyền thông có sự liên kết giữa chủ thể, kênh, công nghệ, nội dung, dữ liệu, công chúng và phản hồi.

1.5.2. Khoảng trống nghiên cứu

Mặc dù đề tài truyền thông phòng, chống tin giả đã được nghiên cứu theo từng chiều cạnh và mức độ khác nhau, song tổng quan bốn hướng nghiên cứu cho thấy khoảng trống chủ yếu không nằm ở sự thiếu vắng nghiên cứu về từng chiều cạnh, mà ở sự phân tán giữa các cách tiếp cận và thiếu sự kết nối giữa các thành tố trong một quá trình truyền thông thống nhất, đặc biệt đối với hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số.

Các nghiên cứu về truyền thông và công chúng trong môi trường số đã làm rõ sự chuyển đổi từ cách tiếp cận nhấn mạnh quá trình truyền tải thông tin

sang chú trọng tương tác, phản hồi và vai trò chủ động của công chúng. Luận án kế thừa các kết quả này để tiếp cận công chúng như một chủ thể tích cực, có khả năng lựa chọn, diễn giải, tương tác, chia sẻ và phản hồi thông tin. Tuy nhiên, vai trò của phản hồi như một dòng thông tin trở lại chủ thể và việc sử dụng dữ liệu phản hồi để nhận diện nhu cầu, theo dõi phản ứng của công chúng và điều chỉnh hoạt động truyền thông chưa được nghiên cứu tương xứng, nhất là trong truyền thông phòng, chống tin giả của cơ quan nhà nước. Luận án tiếp tục làm rõ mối quan hệ giữa công chúng, phản hồi và sự điều chỉnh hoạt động truyền thông của chủ thể trong môi trường số.

Các nghiên cứu về tin giả đã làm rõ khái niệm, dạng thức, động cơ tạo lập, cơ chế lan truyền, tác động và các phương thức ứng phó, từ phát hiện, kiểm chứng, đính chính, phản bác đến cảnh báo và phòng ngừa. Luận án kế thừa các kết quả này để tiếp cận tin giả trong phạm vi rộng của thông tin sai lệch và rối loạn thông tin, đồng thời xem phòng, chống tin giả là quá trình kết hợp giữa phát hiện, kiểm chứng, đính chính, phản bác và phòng ngừa. Tuy nhiên, các nghiên cứu thường tập trung vào từng khía cạnh hoặc biện pháp riêng biệt; mối liên kết giữa chủ động cung cấp thông tin chính thống, phát hiện và xác minh thông tin sai lệch, đính chính, phản bác, cảnh báo, theo dõi diễn biến và nâng cao năng lực công chúng chưa được làm rõ đầy đủ trong một quá trình truyền thông thống nhất. Luận án kế thừa các biện pháp đã được nghiên cứu nhưng đặt chúng trong mối quan hệ liên tục giữa chủ động phòng ngừa và ứng phó với thông tin sai lệch.

Nghiên cứu về nền tảng số, dữ liệu, công nghệ và thuật toán đã làm rõ vai trò trung gian của nền tảng và khả năng ứng dụng công nghệ, dữ liệu trong phát hiện, phân tích, kiểm chứng và phân phối thông tin. Luận án kế thừa cách tiếp cận coi nền tảng, công nghệ và thuật toán là những yếu tố tham gia vào quá trình truyền thông, đồng thời xem dữ liệu là nguồn lực hỗ trợ phát hiện, xử lý và theo dõi thông tin. Tuy nhiên, phần lớn các công trình tập trung vào khả năng kỹ thuật, từng nền tảng hoặc từng loại dữ liệu; sự kết nối giữa công nghệ,

dữ liệu với tổ chức hệ thống kênh, sản xuất và phân phối nội dung, tiếp cận công chúng và khai thác phản hồi trong hoạt động truyền thông của cơ quan công quyền còn ít được xem xét. Khoảng trống này đặt ra yêu cầu nghiên cứu kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán trong quan hệ với toàn bộ quá trình truyền thông, thay vì như một hợp phần kỹ thuật độc lập.

Các nghiên cứu về truyền thông Chính phủ, truyền thông chính sách, Chính phủ số và quản trị thông tin sai lệch đã làm rõ nhiều yêu cầu về cung cấp thông tin chính thống, minh bạch, tương tác, niềm tin, phối hợp và khả năng thích ứng. Luận án kế thừa cách tiếp cận truyền thông Chính phủ trong mối quan hệ với quản trị công, trong đó tổ chức chủ thể, cơ chế phối hợp, chính sách và nguồn lực là những điều kiện quan trọng bảo đảm hoạt động truyền thông. Tuy nhiên, truyền thông phòng, chống tin giả còn đặt ra những yêu cầu đặc thù về thẩm quyền xác minh, tính chính xác và kịp thời, phối hợp giữa các cơ quan, tổ chức truyền thông trên nhiều nền tảng và khả năng phản ứng trước sự biến đổi nhanh của môi trường thông tin. Cách các cơ quan nhà nước tổ chức, phối hợp và huy động nguồn lực để vận hành quá trình truyền thông phòng, chống tin giả vì vậy vẫn cần được nghiên cứu đầy đủ hơn.

Khoảng trống trên thể hiện rõ hơn trong bối cảnh Việt Nam. Các công trình trong nước đã đề cập đến nhận diện và xử lý tin giả, công nghệ, pháp luật và quản lý nhà nước, kiểm chứng thông tin, năng lực công chúng, truyền thông chính sách, truyền thông Chính phủ và chuyển đổi số. Luận án kế thừa những kết quả này làm cơ sở nhận diện bối cảnh, chủ thể, công cụ và các phương thức phòng, chống tin giả ở Việt Nam. Tuy nhiên, nghiên cứu chuyên sâu về truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số từ góc độ quan hệ công chúng khu vực công còn hạn chế; chưa có nhiều bằng chứng thực nghiệm xem xét đồng thời tổ chức và phối hợp chủ thể; hệ thống kênh và công nghệ; nội dung và dữ liệu; công chúng và phản hồi trong cùng một quá trình truyền thông.

Từ đó, luận án xác định khoảng trống nghiên cứu trung tâm là sự thiếu một cách tiếp cận tích hợp để nghiên cứu truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số như một quá trình có sự liên kết và phản hồi giữa chủ thể và chính sách; kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; nội dung và dữ liệu truyền thông; công chúng và phản hồi công chúng. Trên cơ sở kế thừa có chọn lọc những thành tựu của bốn hướng nghiên cứu, luận án kết nối các kết quả vốn được nghiên cứu tương đối phân tán vào một khung phân tích thống nhất, qua đó làm rõ cách các thành tố được tổ chức, vận hành, tương tác và điều chỉnh trong thực tiễn truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số.

Tiểu kết Chương 1

Tổng quan các công trình trong và ngoài nước cho thấy nghiên cứu liên quan đến truyền thông phòng, chống tin giả trên nền tảng số có tính liên ngành và được triển khai theo nhiều hướng tiếp cận. Nghiên cứu về truyền thông và công chúng đã chuyển từ nhấn mạnh quá trình truyền tải thông tin sang chú trọng tương tác, phản hồi và vai trò chủ động của công chúng. Nghiên cứu về tin giả đã làm rõ khái niệm, dạng thức, động cơ, cơ chế lan truyền, tác động và các phương thức ứng phó, đồng thời mở rộng từ xử lý thông tin sai lệch sau khi xuất hiện sang kết hợp với chủ động phòng ngừa. Nghiên cứu về nền tảng số, dữ liệu, công nghệ và thuật toán cho thấy các yếu tố này ngày càng tham gia trực tiếp vào tổ chức, phân phối, phát hiện và kiểm chứng thông tin. Nghiên cứu về truyền thông Chính phủ, truyền thông chính sách và Chính phủ số tiếp tục đặt hoạt động truyền thông trong mối quan hệ với quản trị công, minh bạch, tương tác, phản hồi và niềm tin công chúng.

Luận án kế thừa các kết quả trên để tiếp cận truyền thông phòng, chống tin giả như một quá trình có sự tham gia và tương tác giữa chủ thể, nội dung, kênh truyền thông, công nghệ, dữ liệu và công chúng, trong đó phòng, chống không chỉ bao gồm phát hiện, kiểm chứng, đính chính và phản bác mà còn gắn với chủ động cung cấp thông tin chính thống, cảnh báo, phòng ngừa và nâng cao năng lực của công chúng. Đồng thời, nền tảng số, dữ liệu, công nghệ và thuật toán được xem xét như những yếu tố tham gia vào quá trình truyền thông; công chúng không chỉ tiếp nhận mà còn tương tác và tạo ra các dòng phản hồi có thể được chủ thể sử dụng để điều chỉnh hoạt động truyền thông.

Tuy nhiên, các hướng nghiên cứu hiện có còn phân tán, chủ yếu tập trung vào từng thành tố, cơ chế hoặc biện pháp riêng biệt. Sự kết nối giữa các kết quả nghiên cứu về truyền thông và công chúng, tin giả, nền tảng và công nghệ, truyền thông Chính phủ và quản trị công trong một cách tiếp cận thống nhất đối với truyền thông phòng, chống tin giả chưa được làm rõ đầy đủ. Trong bối cảnh

Việt Nam, nghiên cứu chuyên sâu về truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ trên các nền tảng số còn hạn chế, đặc biệt thiếu những bằng chứng thực nghiệm xem xét đồng thời quá trình tổ chức và phối hợp chủ thể, vận hành hệ thống kênh và công nghệ, tổ chức nội dung và dữ liệu, tiếp nhận và sử dụng phản hồi của công chúng.

Trên cơ sở đó, luận án xác định khoảng trống nghiên cứu trung tâm là sự thiếu một cách tiếp cận tích hợp để xem xét truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ Việt Nam trên các nền tảng số như một quá trình có sự liên kết và phản hồi giữa chủ thể và chính sách; kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; nội dung và dữ liệu truyền thông; công chúng và phản hồi công chúng. Kết quả tổng quan và những nội dung được kế thừa ở Chương 1 là cơ sở để Chương 2 tiếp tục làm rõ hệ thống khái niệm, cơ sở lý luận, chính trị và pháp lý, xác định các yếu tố cấu thành và xây dựng khung phân tích của luận án.

Chương 2

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ TRÊN CÁC NỀN TẢNG SỐ CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM HIỆN NAY

Trên cơ sở kết quả tổng quan và khoảng trống nghiên cứu được xác định ở Chương 1, Chương 2 tập trung xây dựng cơ sở lý luận và khung phân tích về truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam. Chương làm rõ các khái niệm cốt lõi; phân tích vai trò của truyền thông phòng, chống tin giả đối với Nhà nước, quản trị quốc gia, người dân và xã hội; xác định cơ sở chính trị, pháp lý của hoạt động này tại Việt Nam; đồng thời làm rõ các chiều cạnh chủ yếu của quá trình truyền thông trong môi trường số. Trên cơ sở mô hình Shannon–Weaver làm khung lý thuyết trung tâm và vận dụng có chọn lọc các lý thuyết bổ trợ, chương xây dựng khung phân tích gồm bốn cấu phần: chủ thể và chính sách; kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; nội dung và dữ liệu truyền thông; công chúng và phản hồi công chúng. Kinh nghiệm quốc tế được xem xét nhằm bổ sung cơ sở tham khảo cho phân tích thực trạng và đề xuất giải pháp phù hợp với điều kiện Việt Nam.

2.1. Các khái niệm cốt lõi của đề tài nghiên cứu

2.1.1. Khái niệm truyền thông

Truyền thông là khái niệm cơ bản của khoa học truyền thông, báo chí và quan hệ công chúng. Nội hàm của khái niệm này được mở rộng cùng với sự phát triển của lý thuyết và sự biến đổi của môi trường truyền thông, từ cách tiếp cận nhấn mạnh quá trình truyền tải thông tin giữa chủ thể và người tiếp nhận đến cách tiếp cận coi truyền thông là quá trình trao đổi, diễn giải, tương tác và hình thành quan hệ giữa các chủ thể.

Một trong những cách tiếp cận kinh điển được Harold D. Lasswell đề xuất năm 1948 thông qua năm câu hỏi: *Ai? – Nói gì? – Qua kênh nào? – Đến ai? – Với hiệu ứng gì?* [96]. Tương ứng là các phương diện về chủ thể, nội dung, phương tiện truyền thông, công chúng và hiệu ứng truyền thông. Cách tiếp cận

của Lasswell góp phần định hình việc phân tích có hệ thống các thành tố của quá trình truyền thông và tác động của hoạt động truyền thông đối với công chúng.

Cũng trong năm 1948, Claude E. Shannon công bố công trình *A Mathematical Theory of Communication* [71], đặt cơ sở cho lý thuyết thông tin và cách tiếp cận truyền thông dưới góc độ truyền dẫn thông tin. Năm 1949, Shannon và Warren Weaver tiếp tục phát triển cách tiếp cận này trong *The Mathematical Theory of Communication* [72]. Mô hình xác định các thành tố cơ bản gồm nguồn thông tin (*information source*), bộ phát (*transmitter*), kênh truyền (*channel*), bộ thu (*receiver*) và đích tiếp nhận (*destination*), cùng nguồn nhiễu (*noise source*) có thể tác động đến tín hiệu trong quá trình truyền dẫn. Trong nghiên cứu truyền thông, chức năng của bộ phát và bộ thu có thể được diễn giải tương ứng với quá trình mã hóa và giải mã thông điệp. Mặc dù được hình thành từ bài toán kỹ thuật về truyền dẫn thông tin, mô hình Shannon–Weaver cung cấp cấu trúc có tính hệ thống để phân tích quá trình truyền thông và được luận án lựa chọn làm khung lý thuyết trung tâm. Khi vận dụng vào môi trường truyền thông số, khái niệm nhiễu được xem xét rộng hơn, bao gồm những yếu tố có khả năng cản trở, làm sai lệch hoặc biến đổi quá trình truyền và tiếp nhận thông tin.

Các nghiên cứu sau đó mở rộng khái niệm truyền thông từ truyền tải thông tin sang trao đổi và kiến tạo ý nghĩa. McQuail [78] đặt truyền thông trong quá trình trao đổi thông điệp, biểu tượng và ý nghĩa giữa các cá nhân, nhóm xã hội và thiết chế, qua đó nhấn mạnh vai trò của tiếp nhận và diễn giải. Theo cách tiếp cận này, người tiếp nhận không hoàn toàn thụ động mà tham gia vào quá trình giải mã và hình thành ý nghĩa. Castells đặt truyền thông trong bối cảnh xã hội mạng, nơi thông tin lưu chuyển qua các mạng lưới kết nối và các chủ thể cùng tham gia tạo lập, trao đổi và lưu thông thông tin [115]. Cấu trúc mạng làm thay đổi tính tuyến tính của truyền thông đại chúng truyền thống và gia tăng vai trò tham gia của các chủ thể. Từ góc độ quan hệ công chúng, Grunig và Hunt nhấn mạnh truyền thông hai chiều, đặc biệt là mô hình hai chiều đối xứng, trong đó tổ chức vừa truyền đạt thông tin, vừa tiếp nhận phản hồi và duy trì đối thoại với

công chúng [100]. Cách tiếp cận này làm rõ hơn chiều tương tác và vai trò của phản hồi trong quan hệ giữa tổ chức với công chúng.

Sự phát triển của các cách tiếp cận cho thấy truyền thông không chỉ là quá trình chuyển tải thông tin mà còn bao hàm trao đổi, diễn giải, tương tác và phản hồi giữa các chủ thể. Trong môi trường số, quá trình này còn chịu sự trung gian của nền tảng, công nghệ và thuật toán, đồng thời tạo ra dữ liệu phản ánh sự tiếp nhận và tương tác của công chúng. Điều này có ý nghĩa đối với truyền thông phòng, chống tin giả, bởi hoạt động truyền thông không chỉ đòi hỏi cung cấp thông tin chính thống mà còn phải tổ chức tương tác, tiếp nhận phản hồi và thích ứng với sự biến đổi của môi trường thông tin.

Trong phạm vi luận án, truyền thông được hiểu là quá trình có chủ đích, trong đó chủ thể truyền thông, trên cơ sở mục tiêu, chính sách và nguồn lực, tổ chức tạo lập và truyền tải nội dung qua các kênh truyền thông đến công chúng nhằm tác động đến nhận thức, thái độ và hành vi. Trong môi trường số, quá trình này chịu sự trung gian của nền tảng, công nghệ và thuật toán; công chúng không chỉ tiếp nhận mà còn tương tác, chia sẻ và phản hồi đối với nội dung truyền thông. Phản hồi của công chúng tạo thành nguồn thông tin giúp chủ thể nhận biết mức độ tiếp nhận và điều chỉnh hoạt động truyền thông.

2.1.2. Khái niệm tin giả

Tin giả (*fake news*) là khái niệm được sử dụng phổ biến trong nghiên cứu truyền thông, báo chí và khoa học xã hội, đặc biệt trong bối cảnh mạng xã hội và các nền tảng số phát triển mạnh mẽ. Mặc dù thông tin sai lệch không phải là hiện tượng mới, môi trường số đã làm thay đổi đáng kể quy mô, tốc độ và phương thức sản xuất, phân phối, lan truyền thông tin, khiến việc xác định rõ nội hàm của tin giả trở thành vấn đề quan trọng cả về lý luận và thực tiễn.

Theo *Oxford English Dictionary*, tin giả được dùng để chỉ thông tin sai lệch được truyền tải hoặc công bố dưới dạng tin tức nhằm mục đích gian lận hoặc phục vụ mục đích chính trị; theo nghĩa rộng hơn, thuật ngữ này chỉ thông tin sai hoặc gây hiểu lầm được trình bày như tin tức [133]. Tuy nhiên, trong

ngiên cứu học thuật, nội hàm của *fake news* còn nhiều tranh luận do tính đa nghĩa của thuật ngữ và sự khác biệt về tiêu chí xác định. Baptista và Gradim [132] cho rằng cần xem xét ba phương diện chủ yếu: chủ đích của người tạo lập, mức độ sai lệch của nội dung và hình thức trình bày. Theo đó, không phải mọi thông tin không chính xác đều có cùng bản chất: thông tin sai có thể xuất phát từ nhầm lẫn, thiếu kiểm chứng hoặc sai sót không chủ ý, trong khi *fake news* theo nghĩa hẹp thường gắn với nội dung sai lệch hoặc gây hiểu lầm được chủ động tạo lập nhằm đánh lừa hoặc thao túng công chúng.

Một cách tiếp cận có ảnh hưởng trong phân loại thông tin sai lệch là khung “rối loạn thông tin” (*information disorder*) của Wardle và Derakhshan [70], gồm ba dạng: *misinformation* – thông tin sai được chia sẻ nhưng không có chủ đích gây hại; *disinformation* – thông tin sai được chủ động tạo ra hoặc chia sẻ nhằm gây hại; và *malinformation* – thông tin có cơ sở sự thật nhưng được sử dụng nhằm gây hại. Cách phân loại này mở rộng việc xem xét thông tin sai lệch từ tính đúng – sai của nội dung sang chủ đích và mục đích gây hại trong quá trình tạo lập, chia sẻ thông tin.

Sự phát triển của trí tuệ nhân tạo tạo sinh, *deepfake* và các công cụ sản xuất nội dung tự động tiếp tục làm gia tăng tính phức tạp của môi trường thông tin. Nội dung sai lệch hoặc giả mạo có thể được tạo ra dưới dạng văn bản, hình ảnh, âm thanh và video với tốc độ nhanh, chi phí thấp và mức độ chân thực ngày càng cao. Trên các nền tảng số, khả năng tiếp cận và lan truyền thông tin còn chịu tác động của cơ chế phân phối nội dung và hành vi tương tác, chia sẻ của người sử dụng. Vì vậy, tin giả cần được xem xét trong tổng thể môi trường thông tin số, thay vì chỉ giới hạn ở từng nội dung sai sự thật riêng lẻ.

Trong phạm vi luận án, trên cơ sở kế thừa cách tiếp cận về “rối loạn thông tin” và phù hợp với đối tượng nghiên cứu, “tin giả” được sử dụng theo nghĩa rộng như một quy ước nghiên cứu, bao gồm: thông tin sai lệch không có chủ đích; thông tin sai lệch có chủ đích; thông tin có cơ sở sự thật nhưng bị sử dụng, bóp méo hoặc đặt trong bối cảnh nhằm gây hiểu lầm hoặc gây tổn hại;

đồng thời xem xét các nội dung giả mạo được tạo ra hoặc hỗ trợ bởi công nghệ số và trí tuệ nhân tạo. Tin giả theo cách tiếp cận này có thể được tạo lập, chỉnh sửa, cắt ghép, bóp méo, đặt sai ngữ cảnh hoặc phát tán dưới nhiều hình thức, có khả năng gây hiểu lầm, làm sai lệch nhận thức, ảnh hưởng đến hành vi của công chúng hoặc gây tổn hại đến cá nhân, tổ chức và xã hội.

2.1.3. Khái niệm phòng, chống tin giả

Phòng, chống tin giả là khái niệm chỉ tổng thể các hoạt động nhằm phòng ngừa, phát hiện, ngăn chặn và hạn chế sự lan truyền, tác động của tin giả đối với công chúng và đời sống xã hội. Xét về nghĩa của từ, “phòng” nhấn mạnh sự chủ động đề phòng, ngăn ngừa; “chống” nhấn mạnh việc ngăn chặn, hạn chế hoặc loại trừ một hiện tượng [39]. Vận dụng vào lĩnh vực tin giả, “phòng” hướng tới giảm nguy cơ hình thành, lan truyền và tác động của tin giả thông qua cung cấp thông tin chính xác, cảnh báo, nâng cao nhận thức và năng lực nhận diện của công chúng; trong khi “chống” tập trung vào phát hiện, xác minh, đính chính, phản bác, xử lý và hạn chế sự tiếp tục lan truyền của tin giả đã xuất hiện. Hai phương diện này có quan hệ chặt chẽ, tạo thành quá trình kết hợp giữa phòng ngừa chủ động và ứng phó kịp thời.

Các nghiên cứu và hướng dẫn quốc tế cho thấy phòng, chống tin giả ngày càng được tiếp cận theo hướng kết hợp nhiều biện pháp phòng ngừa và ứng phó, thay vì chỉ xử lý từng nội dung sai lệch sau khi xuất hiện. Bên cạnh phát hiện, kiểm chứng, đính chính và phản bác, các giải pháp còn chú trọng cung cấp thông tin chính xác, cảnh báo sớm, giáo dục truyền thông, nâng cao kỹ năng kiểm chứng và khả năng ứng phó của công chúng. UNESCO [156] nhấn mạnh vai trò của giáo dục và đào tạo, trong đó trang bị kiến thức và kỹ năng xác minh thông tin, đặc biệt là xác minh trực tuyến, là một phương diện quan trọng để ứng phó với thông tin sai lệch. Từ góc độ quản trị, OECD [131] mở rộng cách tiếp cận từ ứng phó với từng nội dung sai lệch sang củng cố tính toàn vẹn của thông tin (*information integrity*), gắn với tăng cường tính minh bạch, trách nhiệm giải trình, đa dạng nguồn thông tin, khả năng chống chịu của xã hội và năng lực quản trị.

Trong môi trường số, cách tiếp cận này mở rộng hoạt động phòng, chống tin giả sang theo dõi môi trường thông tin, nhận diện nguy cơ, phát hiện sớm, kiểm chứng, cung cấp thông tin chính xác và nâng cao năng lực của công chúng. Đồng thời, hoạt động phòng, chống tin giả không chỉ thuộc trách nhiệm của một chủ thể riêng lẻ mà đòi hỏi sự tham gia, phối hợp giữa cơ quan nhà nước, cơ quan báo chí, nền tảng số và các chủ thể có liên quan. Qua đó, phòng, chống tin giả thể hiện sự kết hợp giữa chủ động phòng ngừa với phát hiện và ứng phó khi thông tin sai lệch xuất hiện.

Trong luận án này, phòng, chống tin giả được hiểu là tổng thể các hoạt động có tổ chức nhằm chủ động phòng ngừa, phát hiện và ứng phó với tin giả thông qua cung cấp thông tin chính xác, kịp thời; theo dõi, phát hiện, xác minh, cảnh báo, đính chính và phản bác; hạn chế sự lan truyền và tác động của tin giả; đồng thời nâng cao năng lực nhận diện, kiểm chứng và ứng phó với thông tin sai lệch của công chúng.

2.1.4. Khái niệm nền tảng số

Nền tảng số (*digital platform*) là khái niệm gắn với sự phát triển của Internet, dữ liệu và các mạng kết nối số. Trong nghiên cứu truyền thông, nền tảng số không chỉ là hạ tầng kỹ thuật phục vụ lưu trữ và truyền tải thông tin mà còn là môi trường trung gian tổ chức sự kết nối, tạo lập, phân phối, tiếp nhận và tương tác với nội dung. Gillespie [153] cho thấy nền tảng không phải là một cấu trúc công nghệ trung tính mà tham gia định hình cách thức nội dung được tổ chức, phân phối và tiếp cận; Srnicek [129] làm rõ vai trò của dữ liệu trong mô hình vận hành của nền tảng. Theo đó, nền tảng số vừa tổ chức các kết nối và tương tác, vừa tham gia định hình quá trình phân phối và tiếp cận nội dung dựa trên dữ liệu.

Keskin [64] tiếp tục nhấn mạnh vai trò của nền tảng trong tổ chức các mối quan hệ và tương tác giữa các chủ thể trong môi trường số. Vì vậy, quá trình truyền thông trên nền tảng không chỉ phụ thuộc vào chủ thể và nội dung mà còn chịu tác động của cơ chế phân phối, tương tác và quản trị nền tảng. Đối

với khu vực công, nền tảng số mở rộng không gian cung cấp thông tin, truyền thông chính sách và tương tác giữa cơ quan nhà nước với công chúng, đồng thời tạo điều kiện tiếp nhận phản hồi. Tuy nhiên, đây cũng là môi trường mà thông tin sai lệch có thể lan truyền nhanh chóng, đặt ra yêu cầu đối với cơ quan nhà nước trong việc thích ứng về nội dung, công nghệ và phương thức tổ chức truyền thông.

Từ các cách tiếp cận trên, luận án xác định nền tảng số là môi trường truyền thông dựa trên hạ tầng công nghệ số, cho phép các chủ thể tạo lập, phân phối, tiếp nhận, chia sẻ và tương tác với thông tin; trong đó dữ liệu, công nghệ và, tùy từng loại nền tảng, thuật toán có thể tham gia tổ chức và phân phối nội dung. Về phạm vi khảo sát, luận án xem xét các kênh số chính thức do các cơ quan thuộc diện nghiên cứu quản lý hoặc sử dụng để truyền thông phòng, chống tin giả, gồm cổng thông tin điện tử, báo điện tử và các tài khoản, kênh chính thức trên mạng xã hội.

2.1.5. Khái niệm truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam

Truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ là khái niệm tích hợp từ truyền thông, phòng, chống tin giả, nền tảng số và truyền thông Chính phủ. Trong môi trường số, truyền thông Chính phủ không chỉ thực hiện chức năng cung cấp thông tin chính thống, giải thích chính sách mà còn gắn với tương tác, tiếp nhận phản hồi và duy trì quan hệ giữa cơ quan nhà nước với công chúng. Đồng thời, sự phát triển của các nền tảng số làm thay đổi cách thức thông tin được tạo lập, phân phối và tiếp nhận, đặt hoạt động truyền thông trong môi trường có tốc độ lan truyền nhanh, nhiều chủ thể tham gia và chịu tác động của công nghệ, dữ liệu và thuật toán.

Đặt trong yêu cầu phòng, chống tin giả, hoạt động truyền thông cần kết hợp giữa phòng ngừa chủ động và ứng phó kịp thời. OECD [131] đặt việc ứng phó với thông tin sai lệch trong khuôn khổ củng cố tính toàn vẹn của không gian thông tin và khả năng chống chịu của xã hội; UNESCO [156] nhấn mạnh

vai trò của thông tin chính xác, kiểm chứng và nâng cao năng lực ứng phó với thông tin sai lệch. Theo đó, truyền thông phòng, chống tin giả không chỉ bao gồm phát hiện, xác minh, cảnh báo, đính chính và phản bác thông tin sai lệch mà còn chú trọng chủ động cung cấp thông tin chính xác, cảnh báo nguy cơ và nâng cao năng lực nhận diện, kiểm chứng của công chúng.

Trên các nền tảng số, công chúng không chỉ tiếp nhận mà còn tương tác, chia sẻ, phản ánh và tạo ra dữ liệu phản hồi. Khi được thu thập và phân tích, phản hồi giúp chủ thể nhận diện nhu cầu thông tin, theo dõi phản ứng của công chúng và điều chỉnh hoạt động truyền thông. Vì vậy, truyền thông phòng, chống tin giả cần được xem xét trong mối quan hệ giữa chủ thể tổ chức hoạt động, nội dung truyền thông, kênh và công nghệ, công chúng và phản hồi.

Từ các khái niệm thành phần, luận án xác định truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam là quá trình truyền thông có chủ đích do các cơ quan nhà nước có chức năng, nhiệm vụ liên quan tổ chức và thực hiện, trên cơ sở chính sách và nguồn lực, nhằm chủ động cung cấp thông tin chính thống; phòng ngừa, phát hiện, xác minh, cảnh báo, đính chính, phản bác và hạn chế sự lan truyền, tác động của tin giả thông qua các kênh số chính thức. Quá trình này diễn ra trong môi trường chịu tác động của công nghệ, dữ liệu và thuật toán, với sự tiếp nhận, tương tác và phản hồi của công chúng; qua đó góp phần nâng cao khả năng nhận diện, kiểm chứng thông tin, củng cố niềm tin vào nguồn thông tin chính thống và nâng cao hiệu quả quản trị truyền thông trong môi trường số.

Theo cách tiếp cận này, hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ được hiểu là mức độ hoạt động truyền thông đạt được mục tiêu cung cấp thông tin chính xác, có căn cứ và kịp thời; hỗ trợ phát hiện, xác minh, đính chính, phản bác và phòng ngừa thông tin sai lệch; tạo điều kiện để thông tin chính thống tiếp cận công chúng; đồng thời góp phần nâng cao khả năng nhận biết nguồn chính thức, hiểu, kiểm chứng và chia sẻ thông tin có trách nhiệm. Hiệu quả không được xác định bằng một chỉ số riêng lẻ mà

được xem xét trong mối quan hệ giữa chủ thể và chính sách; kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; nội dung và dữ liệu truyền thông; công chúng và phản hồi công chúng.

2.2. Vai trò của hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ trên các nền tảng số

2.2.1. Vai trò đối với Nhà nước và quản trị quốc gia

Trong môi trường số, thông tin ngày càng trở thành nguồn lực quan trọng của quản trị quốc gia. Internet và các nền tảng số mở rộng khả năng công khai thông tin, kết nối và tương tác giữa Nhà nước với người dân, nhưng đồng thời làm gia tăng nguy cơ thông tin sai lệch lan truyền nhanh và tác động đến hoạt động quản lý, điều hành. Vì vậy, ứng phó với thông tin sai lệch ngày càng được đặt trong mối quan hệ với tính minh bạch, trách nhiệm giải trình, truyền thông công và sự tham gia của các chủ thể xã hội [73], đồng thời hướng tới củng cố tính toàn vẹn của không gian thông tin [131]. Theo đó, truyền thông phòng, chống tin giả không chỉ nhằm xử lý thông tin sai lệch mà còn góp phần nâng cao năng lực quản trị của Nhà nước trong môi trường số.

Truyền thông phòng, chống tin giả góp phần bảo đảm nguồn thông tin chính thống và hạn chế khoảng trống thông tin. Khi nhiều chủ thể cùng có khả năng tạo lập và phát tán nội dung, việc cơ quan nhà nước chủ động cung cấp thông tin chính xác, minh bạch và kịp thời tạo cơ sở để người dân, báo chí và các tổ chức xã hội đối chiếu, kiểm chứng. Đối với những vấn đề được dư luận quan tâm, cung cấp thông tin kịp thời còn góp phần hạn chế khoảng trống thông tin có thể tạo điều kiện cho tin đồn và thông tin sai lệch phát triển.

Hoạt động này đồng thời hỗ trợ truyền thông và thực thi chính sách. Truyền thông chính sách giúp các bên liên quan hiểu đầy đủ, kịp thời về chính sách, tham gia vào quá trình chính sách và hỗ trợ việc thực thi [56]. Trong khi đó, thông tin sai lệch có thể gây nhầm lẫn, làm sai lệch nhận thức và cản trở quá trình thực thi chính sách. Chủ động giải thích chính sách, làm rõ dữ kiện và bối cảnh, kịp thời xác minh, đính chính thông tin sai lệch vì vậy góp phần

giảm nhiều trong quá trình truyền thông và tạo điều kiện để chủ trương, chính sách, quyết định quản lý được tiếp nhận chính xác hơn.

Truyền thông phòng, chống tin giả còn góp phần duy trì niềm tin và quan hệ giữa cơ quan nhà nước với công chúng. Thông tin sai lệch có thể làm suy giảm niềm tin vào các thiết chế và nguồn thông tin chính thống. Việc cung cấp thông tin kịp thời, có căn cứ, minh bạch và làm rõ thông tin sai lệch giúp công chúng có cơ sở đối chiếu, đánh giá độ tin cậy của nguồn tin. Từ góc độ quan hệ công chúng khu vực công, quá trình này đồng thời góp phần duy trì tương tác và quan hệ giữa cơ quan nhà nước với công chúng.

Một vai trò khác là hỗ trợ quản trị rủi ro và ứng phó với khủng hoảng thông tin. Trong các tình huống khẩn cấp hoặc vấn đề có mức độ quan tâm xã hội cao, thông tin sai lệch có thể làm gia tăng bất định và gây khó khăn cho quá trình ứng phó. Shahbazi và Bunker [118] cho thấy mối quan hệ giữa thông tin, truyền thông và niềm tin trong bối cảnh khủng hoảng, cũng như tác động của cách thức ứng phó với thông tin sai lệch đối với niềm tin của công chúng. Vì vậy, theo dõi môi trường thông tin, phát hiện sớm, xác minh và phản hồi kịp thời giúp cơ quan nhà nước chủ động hơn trong quản trị truyền thông; dữ liệu nền tảng và phản hồi của công chúng còn hỗ trợ nhận diện vấn đề mới phát sinh để điều chỉnh hoạt động.

Ở phạm vi rộng hơn, truyền thông phòng, chống tin giả góp phần nâng cao năng lực quản trị quốc gia trong quá trình chuyển đổi số. Yang và cộng sự [74] cho thấy chuyển đổi số có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động của Chính phủ, trong đó phối hợp liên cơ quan giữ vai trò quan trọng; Yuan và cộng sự [164] làm rõ vai trò của mạng xã hội Chính phủ trong chuyển đổi số và thúc đẩy sự tham gia của công chúng. Điều này cho thấy quản trị trong môi trường số ngày càng gắn với năng lực tổ chức, cung cấp và sử dụng thông tin, phối hợp giữa các chủ thể và duy trì tương tác giữa cơ quan nhà nước với người dân.

Trong bối cảnh đó, bảo đảm tính toàn vẹn của không gian thông tin trở thành yêu cầu quan trọng [155]. Việc chủ động cung cấp thông tin chính thống,

phát hiện và phản bác thông tin sai lệch, đồng thời nâng cao khả năng chống chịu trước các rủi ro thông tin góp phần hạn chế tác động tiêu cực đến hoạt động quản lý, uy tín của cơ quan nhà nước và môi trường thông tin. Theo nghĩa này, truyền thông phòng, chống tin giả không chỉ là hoạt động ứng phó với từng thông tin sai lệch mà còn là một bộ phận của năng lực quản trị và thích ứng của Nhà nước trước các rủi ro thông tin trong môi trường số.

2.2.2. Vai trò đối với người dân và xã hội

Truyền thông phòng, chống tin giả không chỉ phục vụ hoạt động quản lý, điều hành của Nhà nước mà còn có vai trò trực tiếp đối với người dân và xã hội. Trong môi trường số, người dân vừa tiếp nhận, vừa tham gia tạo lập, chia sẻ và phản hồi thông tin. Khả năng tiếp cận thông tin được mở rộng nhưng nguy cơ tiếp xúc, tin theo và lan truyền thông tin sai lệch cũng gia tăng. Vì vậy, truyền thông phòng, chống tin giả góp phần bảo đảm khả năng tiếp cận thông tin chính xác, nâng cao năng lực nhận diện và kiểm chứng, tăng khả năng chống chịu trước tin giả, duy trì niềm tin và thúc đẩy sự tham gia có trách nhiệm của công chúng. Một vai trò trực tiếp là góp phần bảo đảm khả năng tiếp cận thông tin chính xác và hạn chế tác động của thông tin sai lệch. Khi nguồn tin trên môi trường số ngày càng đa dạng và khó phân biệt về độ tin cậy, việc cơ quan nhà nước chủ động cung cấp thông tin chính thống, kịp thời, có căn cứ và dễ tiếp cận tạo cơ sở để công chúng đối chiếu, kiểm chứng và đưa ra quyết định trên cơ sở thông tin đầy đủ hơn. Vai trò này đặc biệt quan trọng đối với các thông tin liên quan đến sức khỏe, tài chính, giáo dục, thiên tai, dịch bệnh, chính sách công hoặc lừa đảo, giả mạo trên không gian mạng. Nghiên cứu của Roozenbeek và cộng sự [103] tại nhiều quốc gia cho thấy mức độ dễ tin vào thông tin sai lệch về COVID-19 có liên hệ với mức độ tuân thủ thấp hơn các hướng dẫn y tế công cộng và sự do dự cao hơn đối với tiêm vaccine. Kết quả này cho thấy thông tin sai lệch trong những điều kiện nhất định có thể liên quan đến lựa chọn và hành vi của công chúng, qua đó làm rõ ý nghĩa của việc cung cấp thông tin xác thực và cảnh báo kịp thời.

Vai trò có tính lâu dài hơn là nâng cao năng lực nhận diện, đánh giá và kiểm chứng thông tin của công chúng. Trong môi trường có khối lượng thông tin lớn và các hình thức giả mạo ngày càng tinh vi, khả năng tiếp cận thông tin cần đi cùng năng lực đánh giá nguồn tin, kiểm tra bằng chứng, đối chiếu nội dung và cân nhắc trước khi chia sẻ. McDougall và cộng sự [105] đặt năng lực số, tin giả và giáo dục trong mối quan hệ trực tiếp, nhấn mạnh yêu cầu trang bị năng lực cần thiết để công chúng ứng phó với thông tin sai lệch. Vì vậy, truyền thông phòng, chống tin giả không chỉ thông báo một nội dung là đúng hay sai mà còn cần thông qua cảnh báo, hướng dẫn và phổ biến kiến thức để hình thành kỹ năng kiểm chứng và thói quen sử dụng thông tin có trách nhiệm.

Khả năng phòng ngừa được tăng cường khi công chúng nhận biết các phương thức và kỹ thuật thao túng thông tin như giả mạo nguồn tin, cắt ghép, đặt sai ngữ cảnh, khai thác cảm xúc hoặc các thủ thuật thúc đẩy sự chú ý và chia sẻ. Nghiên cứu thực nghiệm của Roozenbeek và van der Linden [104], dựa trên cách tiếp cận “tiêm phòng tâm lý”, cho thấy việc giúp người dùng nhận diện trước các kỹ thuật thao túng có thể tăng khả năng chống chịu trước thông tin sai lệch. Cách tiếp cận này bổ sung chiều phòng ngừa cho truyền thông phòng, chống tin giả, chuyển từ chỉ xử lý thông tin sai lệch sau khi lan truyền sang chủ động trang bị kiến thức và kỹ năng cho công chúng.

Truyền thông phòng, chống tin giả đồng thời góp phần duy trì niềm tin và quan hệ giữa cơ quan nhà nước với công chúng. Trong môi trường số, niềm tin gắn với tính minh bạch, khả năng kiểm chứng, sự nhất quán và cách thức phản hồi trước những vấn đề công chúng quan tâm. Khi thông tin sai lệch xuất hiện, việc cung cấp thông tin kịp thời, có căn cứ và giải thích rõ ràng giúp công chúng có cơ sở phân biệt nguồn chính thống với nội dung chưa được xác thực; ngược lại, khoảng trống thông tin có thể tạo điều kiện cho tin đồn và các diễn giải sai lệch phát triển. Do đó, phòng, chống tin giả còn góp phần duy trì sự tin cậy và chất lượng quan hệ truyền thông giữa cơ quan nhà nước với công chúng.

Các nền tảng số cũng tạo điều kiện phát huy vai trò chủ động của công chúng. Người dân có thể đặt câu hỏi, phản ánh nội dung nghi vấn, cung cấp thông tin, chia sẻ nội dung đã được xác thực và cảnh báo cộng đồng. Yuan và cộng sự [164] cho thấy mạng xã hội Chính phủ ngày càng gắn với tương tác giữa Chính phủ và công chúng trong quá trình chuyển đổi số. Đối với phòng, chống tin giả, phản hồi của người dân vừa thể hiện sự tham gia, vừa cung cấp thông tin giúp cơ quan nhà nước nhận diện vấn đề đang được quan tâm, khoảng trống thông tin hoặc nội dung sai lệch đang lan truyền để điều chỉnh hoạt động truyền thông. Công chúng vì vậy không chỉ là đối tượng tiếp nhận và cần được bảo vệ trước tin giả mà còn có thể tham gia phát hiện, phản hồi và hạn chế sự lan truyền của thông tin sai lệch.

Ở phạm vi xã hội, sự kết hợp giữa cung cấp thông tin chính thống, nâng cao năng lực công chúng và tăng cường tương tác, phản hồi góp phần cải thiện chất lượng môi trường thông tin và khả năng chống chịu trước tin giả. Điều này đòi hỏi sự tham gia của nhiều chủ thể: cơ quan nhà nước chủ động cung cấp thông tin chính xác, kịp thời; báo chí thực hiện chức năng thông tin, kiểm chứng và giải thích; nền tảng tham gia quản trị môi trường thông tin; công chúng nâng cao năng lực đánh giá, kiểm chứng và sử dụng thông tin có trách nhiệm. Qua đó, phòng, chống tin giả chuyển dần từ ứng phó với từng nội dung sai lệch sang kết hợp xử lý với chủ động phòng ngừa và nâng cao năng lực tự bảo vệ của công chúng.

2.3. Cơ sở chính trị, cơ sở pháp lý

2.3.1. Cơ sở chính trị

Truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam được đặt trong tổng thể quan điểm, chủ trương của Đảng về xây dựng Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa, đổi mới quản trị quốc gia; phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số; bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng; bảo đảm an ninh quốc gia, an ninh dữ liệu và an ninh mạng. Những định hướng này là cơ sở chính trị cho quá trình thể chế hóa và tổ chức hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trong môi trường số.

Văn kiện Đại hội XIII xác định yêu cầu đổi mới nội dung, phương thức công tác tư tưởng, thông tin, tuyên truyền; chủ động đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, thông tin xấu, độc; đồng thời đẩy mạnh ứng dụng khoa học, công nghệ và chuyển đổi số [18]. Đại hội XIV tiếp tục phát triển các định hướng này gắn với đổi mới phương thức lãnh đạo, nâng cao năng lực quản lý, quản trị, kiến tạo phát triển của Nhà nước và thúc đẩy chuyển đổi số quốc gia. Nghị quyết Đại hội XIV xác định khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số là động lực chính của mô hình tăng trưởng mới; đồng thời đặt ra yêu cầu xây dựng nền quản trị quốc gia hiện đại, hiệu lực, hiệu quả, phát huy vai trò chủ thể của Nhân dân và bảo vệ an ninh quốc gia, trong đó có an ninh dữ liệu và an ninh mạng [19]. Đây là những định hướng bao quát đối với việc đổi mới hoạt động truyền thông của cơ quan nhà nước theo hướng chủ động, hiện đại và thích ứng với môi trường số.

Định hướng về khoa học, công nghệ và chuyển đổi số được cụ thể hóa trong Nghị quyết số 57-NQ/TW của Bộ Chính trị, trong đó thể chế, nhân lực, hạ tầng, dữ liệu và công nghệ chiến lược được xác định là những nội dung trọng tâm; đồng thời đặt ra yêu cầu phát triển hạ tầng số, khai thác dữ liệu, ứng dụng công nghệ và bảo đảm an ninh mạng, an ninh dữ liệu, an toàn thông tin [5]. Nghị quyết số 66-NQ/TW về đổi mới công tác xây dựng và thi hành pháp luật tiếp tục nhấn mạnh yêu cầu hoàn thiện hệ thống pháp luật, nâng cao chất lượng xây dựng và hiệu quả tổ chức thi hành pháp luật, đáp ứng yêu cầu phát triển và quản trị quốc gia trong tình hình mới [6]. Các định hướng này tạo cơ sở cho việc đổi mới công nghệ, dữ liệu và thể chế phục vụ hoạt động truyền thông của cơ quan nhà nước trong môi trường số.

Đối với bảo vệ môi trường thông tin và đấu tranh với thông tin sai trái, Nghị quyết số 35-NQ/TW xác định bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch là nhiệm vụ quan trọng, thường xuyên của hệ thống chính trị [3]. Kết luận số 57-KL/TW về tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại nhấn mạnh yêu cầu đổi mới

nội dung, đa dạng hóa phương thức thông tin theo hướng chủ động, đồng bộ, kịp thời, sáng tạo, hiệu quả; kết hợp giữa “xây” và “chống”; chủ động cung cấp thông tin, làm rõ những nội dung chưa chính xác, chưa đầy đủ, sai sự thật và phản bác thông tin sai trái, xuyên tạc [4]. Những định hướng này có liên hệ trực tiếp với truyền thông phòng, chống tin giả, thể hiện yêu cầu kết hợp giữa chủ động cung cấp, lan tỏa thông tin chính thống với phát hiện, làm rõ và phản bác thông tin sai lệch.

Cùng với đó, Nghị quyết số 80-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam xác định yêu cầu xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh, văn minh, hiện đại, trong đó có không gian số; đồng thời đẩy mạnh ứng dụng khoa học, công nghệ và chuyển đổi số [7]. Định hướng này đặt hoạt động truyền thông chính thức trong yêu cầu xây dựng môi trường thông tin lành mạnh, đổi mới nội dung và phương thức truyền thông, phát huy giá trị tích cực và hạn chế tác động của thông tin sai lệch.

Từ các định hướng trên, có thể xác định ba yêu cầu chính trị chủ yếu đối với truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam: chủ động cung cấp thông tin chính thống gắn với phát hiện và ứng phó thông tin sai lệch; đổi mới hoạt động truyền thông dựa trên công nghệ, dữ liệu và các nền tảng số; bảo đảm sự gắn kết giữa truyền thông, quản trị quốc gia và xây dựng môi trường thông tin an toàn, lành mạnh. Đây là cơ sở để Nhà nước tiếp tục thể chế hóa thành các quy định pháp luật và tổ chức thực hiện hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trong môi trường số.

2.3.2. Cơ sở pháp lý

Hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam được đặt trong hệ thống pháp luật về quyền tiếp cận thông tin, báo chí, thông tin trên Internet, an ninh mạng, giao dịch điện tử, bảo vệ dữ liệu cá nhân và chuyển đổi số. Hệ thống này vừa bảo đảm quyền tiếp cận, sử dụng thông tin của công dân, vừa xác lập trách nhiệm của cơ quan nhà nước, cơ quan báo chí, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ và người sử dụng trong cung cấp, quản lý và xử lý thông tin trên môi trường số.

Trước hết, quyền tiếp cận thông tin và trách nhiệm cung cấp thông tin của cơ quan nhà nước được xác lập từ Hiến pháp năm 2013 và Luật Tiếp cận thông tin năm 2016. Điều 25 Hiến pháp ghi nhận quyền tự do ngôn luận, tự do báo chí, tiếp cận thông tin của công dân; Điều 14 quy định nguyên tắc hạn chế quyền con người, quyền công dân trong những trường hợp cần thiết theo luật định [45]. Luật Tiếp cận thông tin cụ thể hóa quyền này, đồng thời xác lập trách nhiệm của cơ quan nhà nước trong công khai, cung cấp thông tin do mình tạo ra và đính chính thông tin đã công khai nhưng không chính xác [46]. Đây là căn cứ trực tiếp cho yêu cầu cung cấp thông tin chính thống chính xác, kịp thời và hạn chế khoảng trống thông tin có thể tạo điều kiện cho thông tin sai lệch phát sinh, lan truyền.

Trong lĩnh vực báo chí, Luật Báo chí năm 2025 xác lập trách nhiệm thông tin trung thực, kịp thời; nghiêm cấm đăng, phát thông tin sai sự thật, xuyên tạc, vu khống và các nội dung gây phương hại đến quyền, lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân [51]. Luật đồng thời đặt hoạt động báo chí trong tiến trình chuyển đổi số, gắn với phát triển nền tảng số báo chí quốc gia, hạ tầng dữ liệu báo chí số và công cụ phục vụ giám sát hoạt động báo chí trên không gian mạng. Những quy định này có ý nghĩa trực tiếp đối với luận án bởi các cơ quan báo chí thuộc diện khảo sát tham gia cung cấp, kiểm chứng, giải thích và đính chính thông tin trên các kênh số chính thức.

Luật Công nghệ thông tin năm 2006 điều chỉnh việc tạo lập, truyền đưa, thu thập, xử lý, lưu trữ và trao đổi thông tin số, đồng thời xác lập trách nhiệm đối với nội dung thông tin trên môi trường mạng [44]. Luật Giao dịch điện tử năm 2023 quy định giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu, trách nhiệm của người khởi tạo và nghiêm cấm hành vi giả mạo, làm sai lệch, phát tán trái pháp luật thông điệp dữ liệu [48]. Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân năm 2025 tiếp tục xác lập quyền của chủ thể dữ liệu và trách nhiệm của cơ quan, tổ chức, cá nhân trong xử lý dữ liệu cá nhân [50]. Các quy định này tạo khuôn khổ pháp lý cho việc tạo lập, xử lý và sử dụng thông tin, dữ liệu trong hoạt động truyền thông số,

đồng thời đặt ra yêu cầu bảo vệ dữ liệu cá nhân khi thu thập, phân tích và sử dụng dữ liệu liên quan đến công chúng.

Về an ninh và xử lý thông tin vi phạm trên không gian mạng, Luật An ninh mạng năm 2018 quy định việc phòng ngừa, xử lý thông tin trên không gian mạng, trong đó có thông tin bịa đặt, sai sự thật gây hoang mang trong Nhân dân, gây thiệt hại cho hoạt động kinh tế - xã hội, gây khó khăn cho hoạt động của cơ quan nhà nước hoặc xâm phạm quyền, lợi ích hợp pháp của cơ quan, tổ chức, cá nhân [47]. Luật cũng xác lập trách nhiệm của các chủ thể liên quan trong phòng ngừa, phát hiện, ngăn chặn, gỡ bỏ và phối hợp xử lý thông tin thuộc phạm vi điều chỉnh. Nghị định số 53/2022/NĐ-CP quy định chi tiết một số nội dung và biện pháp thi hành Luật An ninh mạng, góp phần hoàn thiện cơ chế bảo vệ an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội trên không gian mạng [10].

Trực tiếp hơn đối với quản lý thông tin trên Internet và mạng xã hội, Nghị định số 147/2024/NĐ-CP quy định trách nhiệm của tổ chức, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ và người sử dụng trong quản lý, cung cấp, sử dụng thông tin trên mạng; đồng thời điều chỉnh mạng xã hội và hoạt động cung cấp thông tin xuyên biên giới vào Việt Nam [11]. Các quy định về kiểm tra, giám sát, ngăn chặn, xử lý thông tin vi phạm và trách nhiệm phối hợp của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ tạo cơ sở pháp lý trực tiếp cho quản lý môi trường nền tảng nơi hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả được triển khai.

Bên cạnh các quy định pháp luật, Chương trình Chuyển đổi số quốc gia theo Quyết định số 749/QĐ-TTg xác định phát triển Chính phủ số, hạ tầng số và dữ liệu, thúc đẩy hoạt động của cơ quan nhà nước trên môi trường số và lấy người dân làm trung tâm [8]. Chiến lược phát triển Chính phủ điện tử hướng tới Chính phủ số theo Quyết định số 942/QĐ-TTg tiếp tục đặt ra yêu cầu vận hành hoạt động của cơ quan nhà nước dựa trên dữ liệu và công nghệ số, mở dữ liệu, tăng cường tương tác trực tuyến và sự tham gia của người dân, doanh nghiệp [9]. Các định hướng này tạo điều kiện cho việc đổi mới truyền thông Chính phủ theo hướng số hóa, dựa trên dữ liệu và tăng cường tương tác, phản hồi với công chúng.

Xét tổng thể, khuôn khổ pháp lý hiện hành điều chỉnh truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số theo các phương diện chủ yếu: bảo đảm quyền tiếp cận thông tin và trách nhiệm cung cấp thông tin chính xác của cơ quan nhà nước; xác lập trách nhiệm của báo chí và các chủ thể cung cấp thông tin; quản lý thông tin, dữ liệu và bảo vệ dữ liệu cá nhân; phòng ngừa, ngăn chặn và xử lý thông tin vi phạm trên không gian mạng; thúc đẩy chuyển đổi số và hoạt động của Chính phủ trên môi trường số. Đây là cơ sở pháp lý để tổ chức hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả, đồng thời xác định quyền, nghĩa vụ và trách nhiệm của các chủ thể tham gia trong môi trường số.

2.4. Các chiều cạnh của truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số

Trên cơ sở mô hình Shannon–Weaver làm khung lý thuyết trung tâm, luận án kế thừa logic của quá trình truyền thông từ nguồn phát, thông điệp, kênh truyền đến người nhận và tác động của nhiều. Các lý thuyết bổ trợ được vận dụng để làm rõ những đặc điểm của truyền thông trong môi trường số mà mô hình trung tâm chưa bao quát đầy đủ, nhất là tương tác và phản hồi, vai trò của nền tảng và công nghệ, sự lựa chọn nội dung và chủ động phòng ngừa thông tin sai lệch. Từ cơ sở lý thuyết và kết quả tổng quan nghiên cứu, luận án xác định bốn chiều cạnh chủ yếu của truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số: (1) chủ thể và chính sách; (2) kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; (3) nội dung và dữ liệu truyền thông; (4) công chúng và phản hồi công chúng. Các chiều cạnh này cụ thể hóa quá trình truyền thông theo đặc điểm của đối tượng nghiên cứu, đồng thời phản ánh vai trò của chính sách, công nghệ, dữ liệu, thuật toán và công chúng trong môi trường số.

Bốn chiều cạnh có quan hệ chặt chẽ: chủ thể và chính sách định hướng và tổ chức hoạt động; nội dung và dữ liệu phục vụ xác minh, xây dựng và chuyển tải thông tin; kênh, công nghệ và thuật toán tham gia truyền dẫn và phân phối; công chúng tiếp nhận, tương tác và tạo phản hồi. Phản hồi được thu thập và phân tích trở thành nguồn dữ liệu giúp chủ thể điều chỉnh nội dung, kênh,

công nghệ và hoạt động truyền thông. Qua đó, truyền thông phòng, chống tin giả được xem xét như một quá trình có sự liên kết, phản hồi và điều chỉnh giữa các chiều cạnh.

2.4.1. Chủ thể truyền thông và chính sách truyền thông

Trong quá trình truyền thông, chủ thể giữ vai trò khởi tạo, tổ chức và định hướng hoạt động truyền thông, từ xác định mục tiêu, xây dựng thông điệp đến lựa chọn phương thức tiếp cận công chúng. Trong mô hình Shannon–Weaver, vai trò này trước hết tương ứng với nguồn tạo ra thông tin trước khi thông điệp được mã hóa và truyền qua kênh [72]. Từ một cách tiếp cận khác, Lasswell nhấn mạnh vai trò của chủ thể trong việc khởi phát và định hướng quá trình truyền thông [96]. Vận dụng vào đối tượng nghiên cứu, luận án xác định chủ thể và chính sách là cấu phần định hướng, chi phối mục tiêu, nguyên tắc, nguồn lực và phương thức tổ chức truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số. Trong lĩnh vực này, chủ thể truyền thông trước hết là các cơ quan nhà nước có chức năng, nhiệm vụ cung cấp thông tin chính thống, truyền thông chính sách, quản lý thông tin và tổ chức các hoạt động phòng, chống tin giả theo thẩm quyền. Vai trò của chủ thể được thể hiện ở năng lực chủ động cung cấp thông tin; theo dõi, phát hiện và xác minh thông tin sai lệch; tổ chức cảnh báo, đính chính, phản bác; đồng thời phối hợp các nguồn lực và các kênh truyền thông nhằm bảo đảm thông tin chính thống được cung cấp chính xác, kịp thời và nhất quán. Khác với các chủ thể truyền thông thông thường, hoạt động truyền thông của cơ quan nhà nước gắn với thẩm quyền công, trách nhiệm giải trình và nghĩa vụ bảo đảm tính chính xác của thông tin. Vì vậy, mức độ chủ động, năng lực phối hợp và tính nhất quán giữa các nguồn thông tin chính thức là những điều kiện quan trọng đối với hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả.

Chính sách truyền thông tạo khuôn khổ định hướng cho hoạt động của chủ thể, bao gồm các chủ trương, quy định, mục tiêu, nguyên tắc và cơ chế tổ chức liên quan đến cung cấp thông tin, truyền thông chính sách, quản lý thông tin trên môi trường số và phòng, chống thông tin sai lệch. Chính sách không

chỉ xác định chủ thể nào thực hiện, thực hiện trong phạm vi thẩm quyền nào, mà còn định hướng cơ chế phối hợp, phân bổ nguồn lực và trách nhiệm trong quá trình tổ chức truyền thông. Do đó, chủ thể và chính sách có quan hệ hữu cơ: chính sách xác lập khuôn khổ và định hướng hành động, còn chủ thể là lực lượng tổ chức thực hiện và chuyển hóa các định hướng đó thành hoạt động truyền thông cụ thể.

Trong phạm vi luận án, câu phần này được khảo sát tập trung tại Văn phòng Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Quốc phòng và Bộ Công an, trên các phương diện chức năng, nhiệm vụ, chính sách, cơ chế tổ chức, nguồn lực và phối hợp trong truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số. Hoạt động của bốn chủ thể đồng thời được xem xét trong mối quan hệ với các cơ quan báo chí và các chủ thể liên quan trong quá trình cung cấp, xác minh, đính chính, phản bác và lan tỏa thông tin chính thống.

Gắn liền với chủ thể là chính sách truyền thông, bao gồm hệ thống quan điểm, quy định, chiến lược, kế hoạch và cơ chế định hướng việc tổ chức hoạt động truyền thông. Trong khu vực công, chính sách truyền thông tạo khuôn khổ cho việc xác định mục tiêu, trách nhiệm, phương thức tổ chức, cơ chế phối hợp và các điều kiện bảo đảm cho hoạt động truyền thông. Nghiên cứu về truyền thông chính sách cho thấy đây là một bộ phận của quản trị nhà nước hiện đại, gắn với yêu cầu hoàn thiện thể chế, tăng cường phối hợp, đổi mới phương thức truyền thông và nâng cao tính minh bạch, trách nhiệm giải trình [25]. Đối với truyền thông phòng, chống tin giả, chính sách truyền thông tạo khuôn khổ định hướng và tổ chức hoạt động của các cơ quan nhà nước, từ xác định mục tiêu, phân công trách nhiệm và cơ chế phối hợp đến tổ chức cung cấp, xác minh, đính chính, phản bác thông tin và tiếp nhận phản hồi của công chúng. Trong môi trường số, chính sách truyền thông còn phải thích ứng với sự phát triển nhanh của nền tảng, dữ liệu và công nghệ. Nghị quyết số 57-NQ/TW xác định thể chế, hạ tầng, dữ liệu và công nghệ chiến lược là những nội dung trọng tâm, cốt lõi của chuyển đổi số; đồng thời đặt ra yêu cầu đẩy mạnh chuyển đổi số, ứng dụng

khoa học, công nghệ trong hoạt động của các cơ quan trong hệ thống chính trị và nâng cao hiệu quả quản trị quốc gia [5]. Trên cơ sở đó, đối với truyền thông phòng, chống tin giả, yêu cầu đặt ra là từng bước nâng cao năng lực khai thác dữ liệu, ứng dụng công nghệ, tổ chức truyền thông đa nền tảng và phối hợp giữa các chủ thể. Chính sách truyền thông vì vậy không chỉ tạo khuôn khổ định hướng và tổ chức hoạt động, mà còn định hình năng lực thích ứng của chủ thể truyền thông trước sự biến đổi của môi trường thông tin số.

Hiệu quả của cấu phần này còn phụ thuộc vào năng lực tổ chức và các nguồn lực bảo đảm, thể hiện ở cơ cấu đầu mối, phân công trách nhiệm, chất lượng nhân lực, nguồn lực công nghệ, khả năng khai thác dữ liệu và cơ chế phối hợp giữa các đơn vị. Đặc thù của truyền thông phòng, chống tin giả đòi hỏi khả năng phát hiện, xác minh và phản hồi kịp thời; do đó, sự phối hợp và thống nhất thông tin giữa các chủ thể có ý nghĩa đặc biệt quan trọng. Sự chậm trễ, thiếu phối hợp hoặc không nhất quán giữa các nguồn chính thức có thể làm gia tăng khoảng trống thông tin, tạo điều kiện để thông tin sai lệch tiếp tục lan truyền. Từ cách tiếp cận trên, luận án phân tích cấu phần chủ thể và chính sách truyền thông trên năm phương diện: (i) chức năng, nhiệm vụ và thẩm quyền của chủ thể; (ii) tổ chức bộ máy và phân công trách nhiệm; (iii) chính sách, quy trình và cơ chế điều hành; (iv) cơ chế phối hợp giữa các chủ thể; (v) nhân lực, công nghệ và các nguồn lực bảo đảm. Các phương diện này được sử dụng để đánh giá mức độ chủ động, tính phối hợp và năng lực tổ chức thực hiện truyền thông phòng, chống tin giả của các chủ thể thuộc phạm vi nghiên cứu.

2.4.2. Kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán

Kênh truyền thông là thành tố kết nối chủ thể với công chúng, qua đó thông điệp được truyền tải và tiếp nhận. Trong mô hình Shannon–Weaver, kênh (*channel*) là đường truyền đưa tín hiệu từ bộ phát đến bộ thu và cũng là nơi tín hiệu có thể chịu tác động của nhiễu [72]. Từ một cách tiếp cận khác, Lasswell xác định *In Which Channel* là một trong năm câu hỏi cơ bản khi phân tích quá trình truyền thông [96]. Trong môi trường số, kênh không còn đơn thuần là

phương tiện chuyển tải thông điệp mà gắn với nền tảng, công nghệ, dữ liệu và các cơ chế thuật toán tham gia vào quá trình phân phối nội dung.

Đối với truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ, hệ thống kênh bao gồm cổng thông tin điện tử, báo điện tử và các tài khoản, kênh chính thức trên mạng xã hội được các chủ thể sử dụng để cung cấp và phân phối thông tin. Mỗi loại kênh có những đặc trưng khác nhau: cổng thông tin điện tử có ưu thế về tính chính thống, thẩm quyền, khả năng lưu trữ và tra cứu; báo điện tử kết hợp nguồn thông tin chính thống với năng lực nghiệp vụ báo chí trong giải thích và kiểm chứng thông tin; mạng xã hội nổi bật về tốc độ lan truyền, khả năng tiếp cận, tính đa phương tiện và tương tác với công chúng. Việc kết hợp các kênh vì vậy cho phép thông tin chính thống tiếp cận nhiều nhóm công chúng với những đặc điểm và thói quen sử dụng truyền thông khác nhau.

Trong truyền thông đa nền tảng, vấn đề không chỉ nằm ở số lượng kênh được sử dụng mà còn ở khả năng phối hợp, liên thông và thích ứng nội dung giữa các kênh. Một nội dung có thể được công bố đầy đủ trên cổng thông tin điện tử hoặc báo điện tử, đồng thời được chuyển đổi thành bản tin ngắn, đồ họa, video, nội dung hỏi – đáp hoặc cảnh báo trên mạng xã hội. Quá trình này phải bảo đảm sự thống nhất của thông tin cốt lõi nhưng thích ứng với đặc điểm kỹ thuật, định dạng và hành vi tiếp nhận trên từng nền tảng. Qua đó, truyền thông đa nền tảng có thể mở rộng phạm vi tiếp cận, rút ngắn thời gian đưa thông tin chính thống đến công chúng và hạn chế khoảng trống thông tin mà tin giả có thể khai thác.

Gắn với hệ thống kênh là công nghệ truyền thông, bao gồm các công cụ hỗ trợ thu thập, giám sát, phân tích, xác minh, sản xuất, phân phối và đánh giá thông tin. Trong phòng, chống tin giả, các phương pháp phân tích dữ liệu, trí tuệ nhân tạo và xử lý ngôn ngữ tự nhiên có thể hỗ trợ nhận diện đặc trưng nội dung, phân tích nguồn tin, dấu hiệu lan truyền và dữ liệu tương tác, qua đó góp phần phát hiện và đánh giá thông tin có dấu hiệu sai lệch [106], [162]. Việc ứng dụng công nghệ vì vậy có thể hỗ trợ rút ngắn quá trình từ nhận diện vấn đề đến

xác minh và tổ chức phản hồi, đặc biệt khi khối lượng thông tin trên không gian mạng vượt quá khả năng xử lý hoàn toàn bằng phương pháp thủ công.

Bên cạnh kênh và công nghệ, thuật toán nền tảng là yếu tố có khả năng tác động đến quá trình lựa chọn, sắp xếp, đề xuất và phân phối nội dung trong môi trường số. Thông qua việc xử lý các tín hiệu liên quan đến nội dung và hành vi tương tác của người dùng, các cơ chế thuật toán góp phần định hình nội dung được hiển thị và khả năng tiếp cận của thông tin đối với công chúng. Vì vậy, trong môi trường nền tảng, khả năng tiếp cận của thông tin chính thống không chỉ phụ thuộc vào việc thông tin đã được công bố mà còn chịu tác động của cơ chế phân phối và động lực lan truyền nội dung. Thách thức này càng rõ khi đặt trong tương quan với đặc điểm lan truyền của thông tin sai lệch. Nghiên cứu của Vosoughi, Roy và Aral [148], trên cơ sở phân tích khoảng 126.000 chuỗi tin được khoảng 3 triệu người đăng tải hơn 4,5 triệu lần trên Twitter trong giai đoạn 2006–2017, cho thấy thông tin sai lan truyền xa hơn, nhanh hơn, sâu hơn và rộng hơn thông tin đúng. Đáng chú ý, thông tin sai có khả năng tiếp cận 1.500 người nhanh hơn khoảng sáu lần và có khả năng được đăng lại cao hơn khoảng 70% so với thông tin đúng. Nghiên cứu cũng cho thấy thông tin sai có tính mới lạ cao hơn và gắn với những phản ứng cảm xúc khác biệt của người dùng [148]. Những kết quả này cho thấy truyền thông phòng, chống tin giả trên nền tảng số không chỉ là vấn đề bảo đảm tính chính xác của thông tin mà còn là cuộc cạnh tranh về tốc độ, phạm vi phân phối và khả năng thu hút sự chú ý của công chúng. Trong điều kiện đó, thông tin chính thống cần được tổ chức và phân phối đủ nhanh, đủ rộng và phù hợp với đặc điểm của từng nền tảng để hạn chế lợi thế lan truyền của thông tin sai lệch.

Cơ chế cá nhân hóa thuật toán còn có thể làm phân mảnh môi trường thông tin và hình thành các “bong bóng lọc” (*filter bubble*). Pariser [81] cho rằng các nền tảng số sử dụng dữ liệu về lịch sử tìm kiếm, mạng lưới xã hội, thói quen và hành vi tương tác để cá nhân hóa nội dung, khiến mỗi người dùng ngày càng tiếp cận một môi trường thông tin khác nhau. Khi thuật toán ưu tiên những

nội dung quen thuộc, hấp dẫn về cảm xúc hoặc phù hợp với niềm tin sẵn có, người dùng có thể thường xuyên tiếp xúc với những thông tin tương đồng với quan điểm của mình và giảm khả năng tiếp cận các quan điểm khác biệt [81]. Hệ quả là môi trường thông tin có xu hướng bị phân mảnh, trong khi những nhận thức và thiên kiến sẵn có có thể tiếp tục được củng cố.

Đối với truyền thông phòng, chống tin giả, hiện tượng này đặt ra thách thức đối với khả năng đưa thông tin kiểm chứng và đính chính đến những nhóm công chúng đã hình thành môi trường tiếp nhận tương đối khép kín. Mặc dù công trình của Pariser không trực tiếp nghiên cứu tin giả, cách tiếp cận về bong bóng lọc giúp lý giải vì sao sự thu hẹp nguồn thông tin và hạn chế tiếp xúc với quan điểm phản biện có thể tạo điều kiện cho thông tin sai lệch tiếp tục được duy trì và lan truyền. Vì vậy, truyền thông phòng, chống tin giả không chỉ đặt ra yêu cầu tạo lập thông tin chính xác mà còn phải quan tâm đến khả năng đưa thông tin tới đúng nhóm công chúng, đúng thời điểm và trên những nền tảng nơi thông tin sai lệch đang lưu hành. Khả năng thích ứng với đặc điểm và cơ chế phân phối của nền tảng vì vậy trở thành một phương diện của năng lực truyền thông số của cơ quan nhà nước. Việc lựa chọn kênh, định dạng, thời điểm công bố, cách thức thể hiện và tổ chức tương tác cần phù hợp với đặc điểm của từng nền tảng và hành vi tiếp nhận của công chúng nhằm nâng cao khả năng tiếp cận của thông tin chính thống. Tuy nhiên, sự thích ứng này phải đặt trong các nguyên tắc của truyền thông công, bảo đảm tính chính xác, minh bạch và trách nhiệm, không đánh đổi độ tin cậy của thông tin để chạy theo khả năng hiển thị hoặc các chỉ số tương tác.

Trong khung phân tích của luận án, kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán được xem xét trong mối quan hệ thống nhất nhưng thực hiện những chức năng khác nhau: kênh tạo không gian phân phối và tương tác thông tin; công nghệ hỗ trợ phát hiện, xác minh, sản xuất, phân phối và phân tích thông tin; thuật toán tham gia định hình khả năng hiển thị, tiếp cận và lan truyền của nội dung trên nền tảng số. Trên cơ sở đó, luận án phân tích cấu phần này trên

năm phương diện: (i) hệ thống kênh và nền tảng số được sử dụng; (ii) sự phối hợp và thích ứng nội dung giữa các nền tảng; (iii) ứng dụng công nghệ trong phát hiện, xác minh, sản xuất và phân tích thông tin; (iv) khai thác dữ liệu phục vụ hoạt động truyền thông; (v) khả năng nhận diện và thích ứng với đặc điểm phân phối nội dung của nền tảng.

2.4.3. Nội dung và dữ liệu truyền thông phòng, chống tin giả

Nội dung và dữ liệu truyền thông là cấu phần phản ánh thông tin, thông điệp và nguồn dữ liệu được chủ thể sử dụng trong quá trình tổ chức hoạt động truyền thông. Trong mô hình Shannon–Weaver, thông điệp (*message*) là nội dung được truyền từ nguồn phát tới người tiếp nhận thông qua kênh truyền thông [72]. Trong mô hình Lasswell, thành tố “*Says What*” đặt nội dung vào vị trí một trong những yếu tố cơ bản của quá trình truyền thông [96]. Việc xây dựng thông điệp còn gắn với sự lựa chọn và nhấn mạnh những khía cạnh nhất định của vấn đề, qua đó góp phần định hình cách vấn đề được công chúng nhận biết và diễn giải [140]. Trong môi trường số, quá trình hình thành thông điệp ngày càng gắn với việc khai thác dữ liệu để nhận diện vấn đề, xác minh thông tin, lựa chọn chủ đề, tổ chức nội dung và điều chỉnh hoạt động truyền thông. Vì vậy, luận án xem xét nội dung và dữ liệu truyền thông trong cùng một cấu phần, trong đó dữ liệu là nguồn lực đầu vào phục vụ quá trình truyền thông, còn nội dung là kết quả của quá trình lựa chọn, xử lý và mã hóa thông tin thành thông điệp và sản phẩm truyền thông cụ thể.

Đối với truyền thông phòng, chống tin giả, dữ liệu là cơ sở quan trọng để nhận diện, đối chiếu, xác minh thông tin và xây dựng nội dung. Dữ liệu có thể bao gồm thông tin chính thức từ cơ quan có thẩm quyền; dữ liệu về sự kiện, chính sách và hoạt động quản lý; thông tin sai lệch đang lưu hành; kết quả xác minh, kiểm chứng; cũng như dữ liệu phản ánh nhu cầu và phản hồi của công chúng. Trong môi trường số, dữ liệu từ chính quá trình lưu hành và tương tác với thông tin cũng có thể được khai thác phục vụ xác minh. Nghiên cứu của Jin và cộng sự [165], chẳng hạn, sử dụng các quan điểm ủng hộ và phản đối trong

dữ liệu microblog để xây dựng mạng lan truyền độ tin cậy và hỗ trợ đánh giá tính xác thực của tin. Kết quả thử nghiệm trên dữ liệu thực tế cho thấy phương pháp này đạt hiệu quả xác minh cao hơn các phương pháp đối chứng [165].

Trong khung phân tích của luận án, dữ liệu được phân biệt với công nghệ xử lý dữ liệu. Các hệ thống thu thập, phân tích dữ liệu, trí tuệ nhân tạo, xử lý ngôn ngữ tự nhiên và công cụ giám sát được xem xét trong cấu phần kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; còn dữ liệu được thu thập và khai thác làm căn cứ xây dựng, xác minh và điều chỉnh nội dung thuộc cấu phần nội dung và dữ liệu truyền thông. Sự phân định này làm rõ mối quan hệ giữa nguồn lực thông tin – công nghệ xử lý – nội dung truyền thông trong môi trường số.

Truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ không chỉ bao gồm đánh chính, phản bác thông tin sai lệch đã xuất hiện mà còn bao gồm chủ động cung cấp thông tin, cảnh báo và nâng cao năng lực nhận diện thông tin của công chúng. Việc cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ và kịp thời tạo nguồn tham chiếu chính thống cho công chúng, đồng thời góp phần thu hẹp khoảng trống thông tin trong môi trường số [52]. Theo đó, nội dung truyền thông phòng, chống tin giả được xem xét theo bốn nhóm chủ yếu.

Nội dung cung cấp thông tin chính thống bao gồm thông tin về chủ trương, chính sách, pháp luật; hoạt động chỉ đạo, điều hành; các sự kiện, vấn đề kinh tế – xã hội và những vấn đề được dư luận quan tâm. Đây là nhóm nội dung có tính nền tảng, tạo nguồn thông tin chính thức để công chúng, báo chí và các chủ thể truyền thông khác tham chiếu.

Nội dung cảnh báo, kiểm chứng, đánh chính và phản bác thông tin sai lệch tập trung vào những thông tin nghi ngờ sai lệch hoặc đã được xác định là sai lệch. Nội dung cần dựa trên căn cứ xác minh và cung cấp thông tin đúng để công chúng đối chiếu, thay vì chỉ khẳng định thông tin trước đó là sai. Tổng phân tích của Chan và cộng sự [114] trên 52 điều kiện thực nghiệm với 6.878 người tham gia cho thấy thông tin sai có thể tiếp tục ảnh hưởng sau khi đã được đánh chính; hiệu quả phản bác suy giảm khi người tiếp nhận đã hình thành các

lập luận củng cố thông tin sai, trong khi thông điệp cung cấp thông tin sửa chữa mới và chi tiết có hiệu quả phản bác cao hơn việc chỉ gắn nhãn thông tin là sai [114]. Kết quả này đặt ra yêu cầu nội dung đính chính, phản bác phải có căn cứ, cung cấp thông tin thay thế đủ rõ để công chúng có thể cập nhật và tái cấu trúc nhận thức về vấn đề.

Nội dung hướng dẫn, giáo dục và nâng cao năng lực nhận diện tin giả mang tính phòng ngừa, tập trung trang bị kiến thức và kỹ năng giúp công chúng đánh giá nguồn tin, kiểm chứng nội dung và sử dụng, chia sẻ thông tin có trách nhiệm. McDougall và cộng sự [105] nhấn mạnh vai trò của năng lực số trong tăng cường khả năng chống chịu của công dân trước misinformation và fake news, đồng thời đặt giáo dục năng lực truyền thông – số trong mối quan hệ với những điều kiện xã hội, chính trị và công nghệ rộng hơn [105]. Nội dung giải thích, hỏi – đáp và tương tác với công chúng hướng tới những vấn đề công chúng quan tâm, còn thiếu thông tin hoặc có cách hiểu chưa đầy đủ. Câu hỏi, phản ánh và tương tác của công chúng đồng thời tạo nguồn dữ liệu giúp chủ thể nhận diện nhu cầu thông tin, lựa chọn vấn đề cần giải thích và điều chỉnh nội dung truyền thông. Chất lượng nội dung truyền thông phòng, chống tin giả được xem xét trên các yêu cầu chủ yếu về tính chính xác và có căn cứ; tính kịp thời; khả năng kiểm chứng; tính rõ ràng, dễ tiếp nhận; sự phù hợp với nền tảng và nhu cầu thông tin của công chúng. Nội dung chính thống phải dựa trên nguồn có thể truy xuất, đối chiếu và phù hợp với thẩm quyền của chủ thể cung cấp. Đồng thời, nội dung cần được thể hiện bằng hình thức phù hợp với từng nền tảng và nhóm công chúng mà không làm sai lệch bản chất thông tin. Dữ liệu về phản hồi, câu hỏi và mức độ quan tâm của công chúng có thể hỗ trợ chủ thể lựa chọn chủ đề, cách diễn đạt và thời điểm truyền thông phù hợp. Trong khung phân tích của luận án, cấu phần nội dung và dữ liệu truyền thông được phân tích theo các phương diện chủ yếu: (i) nguồn và dữ liệu phục vụ xây dựng, xác minh và điều chỉnh nội dung; (ii) sự chủ động cung cấp thông tin chính thống; (iii) nội dung cảnh báo, kiểm chứng, đính chính và phản bác thông tin sai lệch;

(iv) nội dung hướng dẫn, giáo dục và nâng cao năng lực nhận diện tin giả; (v) nội dung giải thích, hỏi – đáp và tương tác với công chúng; (vi) tính chính xác, kịp thời, rõ ràng, có căn cứ và khả năng kiểm chứng; (vii) sự phù hợp của nội dung và hình thức thể hiện với từng nền tảng và nhóm công chúng.

2.4.4. Công chúng và phản hồi

Công chúng là thành tố tiếp nhận và giải mã thông điệp trong quá trình truyền thông. Trong mô hình Shannon–Weaver, đích tiếp nhận (*destination*) là nơi thông tin sau quá trình truyền dẫn và giải mã hướng tới [72]; trong mô hình Lasswell, thành tố *To Whom* xác định đối tượng mà chủ thể truyền thông muốn tiếp cận [96]. Khi vận dụng vào môi trường số, luận án mở rộng cách tiếp cận này bằng việc xem xét sự tham gia, tương tác và phản hồi của công chúng, bởi người tiếp nhận không chỉ tiếp nhận thông tin mà còn có thể bình luận, chia sẻ, đặt câu hỏi, phản ánh và tác động trở lại quá trình truyền thông.

Đối với truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ, công chúng bao gồm các cá nhân, nhóm và cộng đồng tiếp nhận, sử dụng và tương tác với thông tin do các cơ quan nhà nước cung cấp. Công chúng vừa là đối tượng cần được tiếp cận bằng thông tin chính xác, vừa có thể tham gia phát hiện, phản ánh, kiểm chứng và lan tỏa thông tin chính thống; đồng thời cũng có thể trở thành mắt xích tiếp nhận và tiếp tục phát tán thông tin sai lệch. Trong môi trường truyền thông số, vai trò của công chúng vì vậy chuyển từ chủ yếu tiếp nhận sang tham gia ngày càng trực tiếp vào quá trình lưu thông thông tin [14]. Công chúng không phải một khối đồng nhất. Các nhóm công chúng khác nhau về nhu cầu thông tin, mức độ hiểu biết, niềm tin, thói quen sử dụng nền tảng và khả năng tác động đến dòng thông tin. Tùy từng chính sách, sự kiện hoặc loại thông tin sai lệch, có thể xác định các nhóm công chúng mục tiêu như công chúng đại chúng; nhóm chịu tác động trực tiếp; nhà báo, chuyên gia, người có ảnh hưởng và các cộng đồng trực tuyến. Việc nhận diện đúng công chúng mục tiêu là cơ sở để lựa chọn nội dung, cách thể hiện, kênh và thời điểm truyền thông phù hợp. Một yếu tố quan trọng chi phối quá trình tiếp nhận là niềm tin

của công chúng đối với nguồn thông tin. Trong môi trường có nhiều nguồn tin cạnh tranh, vị thế chính thức của chủ thể không tự động bảo đảm thông điệp được công chúng tin tưởng và chấp nhận. Niềm tin còn được hình thành qua tính chính xác, minh bạch, nhất quán, kịp thời và khả năng đáp ứng nhu cầu thông tin. Khi niềm tin đối với nguồn phát cao, công chúng có xu hướng thuận lợi hơn trong việc tiếp nhận và sử dụng thông tin; ngược lại, sự suy giảm niềm tin có thể hạn chế tác động của thông tin chính thống [118]. Vì vậy, trong truyền thông phòng, chống tin giả, niềm tin vừa là điều kiện của quá trình tiếp nhận, vừa là nguồn lực cần được duy trì thông qua chính chất lượng hoạt động truyền thông. Gắn với công chúng là phản hồi, được hiểu là những thông tin, phản ứng về nhận thức, thái độ và hành vi mà công chúng tạo ra trong và sau quá trình tiếp nhận thông điệp. Trong cách tiếp cận truyền thông hai chiều của Grunig và Hunt, truyền thông không chỉ là quá trình tổ chức chuyển thông tin tới công chúng mà còn bao hàm chiều thông tin từ công chúng trở lại tổ chức; đặc biệt, mô hình hai chiều đối xứng nhấn mạnh đối thoại, sự hiểu biết lẫn nhau và khả năng điều chỉnh của các bên [100]. Trên nền tảng số, phản hồi có thể biểu hiện qua bình luận, chia sẻ, phản ứng cảm xúc, câu hỏi, kiến nghị, báo cáo nội dung nghi vấn, phản ánh tin giả và các dạng dữ liệu tương tác khác.

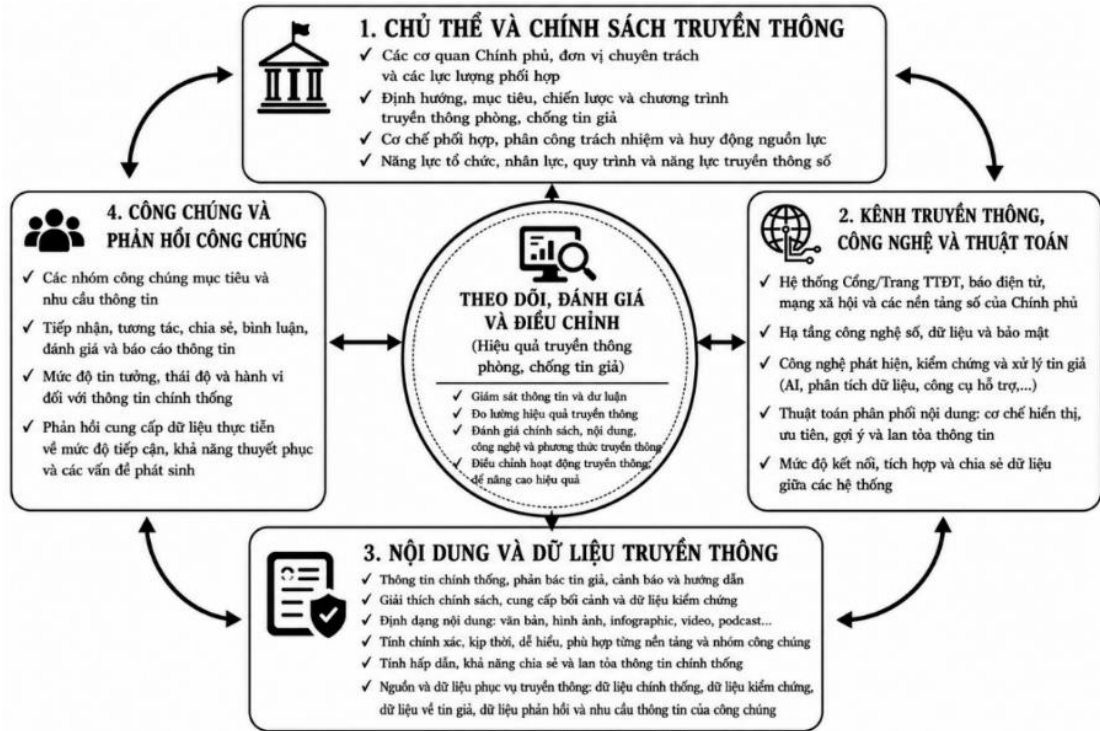
Đối với phòng, chống tin giả, phản hồi có hai giá trị chủ yếu. Một mặt, phản hồi phản ánh cách công chúng tiếp nhận và phản ứng đối với thông tin chính thống, qua đó giúp nhận diện những nội dung còn khó hiểu, gây tranh luận hoặc chưa đáp ứng nhu cầu thông tin. Mặt khác, phản hồi có thể trở thành nguồn tín hiệu phát hiện vấn đề, khi công chúng phản ánh nội dung nghi vấn, cung cấp thông tin hoặc báo cáo các hình thức giả mạo, sai lệch đang lưu hành. Nếu được tiếp nhận, xác minh và xử lý phù hợp, những tín hiệu này có thể hỗ trợ chủ thể xác định vấn đề cần kiểm chứng, bổ sung thông tin hoặc tổ chức phản hồi. Tuy nhiên, dữ liệu phản hồi trên nền tảng số không đồng nhất với ý kiến đại diện của toàn bộ công chúng. Bình luận, lượt thích, lượt chia sẻ hay phản ứng cảm xúc chịu ảnh hưởng của đặc điểm người dùng, cơ chế phân phối

của nền tảng, hiệu ứng đám đông và các hành vi tương tác không tự nhiên. Vì vậy, các chỉ số tương tác không nên được sử dụng riêng lẻ để suy rộng nhận thức, thái độ của toàn bộ công chúng mà cần được đặt trong bối cảnh, kết hợp với phân tích nội dung và các nguồn dữ liệu khác.

Theo cách tiếp cận của luận án, giá trị của phản hồi không dừng ở việc ghi nhận tương tác mà quan trọng hơn nằm ở khả năng tạo thành vòng phản hồi trở lại chủ thể truyền thông. Thông tin từ công chúng có thể giúp cơ quan nhà nước nhận diện khoảng trống thông tin, phát hiện vấn đề mới và điều chỉnh chủ đề, cách diễn đạt, định dạng, kênh hoặc thời điểm truyền thông. Qua đó, quá trình truyền thông có khả năng chuyển từ logic chủ yếu cung cấp thông tin sang cung cấp – tiếp nhận phản hồi – phân tích – điều chỉnh – tiếp tục truyền thông. Tuy nhiên, mức độ các cơ quan thực tế tiếp nhận, phân tích và sử dụng phản hồi đến đâu là vấn đề cần được khảo sát bằng dữ liệu thực chứng, không được mặc nhiên giả định từ cơ sở lý luận. Trong khung phân tích của luận án, cấu phần công chúng và phản hồi được phân tích trên các phương diện chủ yếu: (i) nhóm công chúng và đặc điểm tiếp nhận thông tin; (ii) khả năng tiếp cận và các kênh thường sử dụng; (iii) niềm tin và đánh giá đối với thông tin chính thống; (iv) hành vi tương tác, chia sẻ và phản hồi; (v) khả năng tham gia phát hiện, phản ánh thông tin sai lệch; (vi) cơ chế tiếp nhận, phân tích và sử dụng phản hồi của chủ thể truyền thông.

Từ bốn cấu phần trên, hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả được xem xét thông qua một số phương diện chủ yếu: khả năng tổ chức và phối hợp của các chủ thể; tính kịp thời và khả năng thích ứng của hệ thống kênh; mức độ hỗ trợ của công nghệ và dữ liệu đối với phát hiện, xác minh và phân phối thông tin; tính chính xác, có căn cứ, phù hợp và khả năng tiếp cận của nội dung; mức độ tương tác, nhận biết nguồn chính thức, khả năng kiểm chứng và chia sẻ thông tin có trách nhiệm của công chúng; khả năng tiếp nhận và sử dụng phản hồi để điều chỉnh hoạt động truyền thông. Các phương diện này được sử dụng như những tiêu chí phân tích và đối chiếu giữa các nguồn dữ liệu, không phải hệ chỉ báo định lượng dùng để xây dựng một chỉ số hiệu quả tổng hợp.

Hình 2.1. Khung phân tích hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam



Nguồn: Nghiên cứu và đề xuất của tác giả trên cơ sở kế thừa mô hình truyền thông của Shannon và Weaver (1949), kết hợp tổng quan tài liệu và mục tiêu nghiên cứu của luận án.

2.5. Kinh nghiệm quốc tế và giá trị tham khảo đối với Việt Nam

Tin giả và thông tin sai lệch trên các nền tảng số đã trở thành thách thức chung đối với nhiều quốc gia, tác động đến niềm tin xã hội, quản trị nhà nước và tính toàn vẹn của môi trường thông tin. Trước sự gia tăng về tốc độ, phạm vi và mức độ phức tạp của thông tin sai lệch, các quốc gia và tổ chức quốc tế đã triển khai nhiều cách tiếp cận, kết hợp pháp luật và chính sách, truyền thông và kiểm chứng, quản trị nền tảng và ứng dụng công nghệ, nâng cao năng lực của công chúng và phối hợp giữa các chủ thể. Do sự khác biệt về thể chế, pháp luật, trình độ công nghệ và hệ thống truyền thông, không có một mô hình phòng, chống tin giả có thể áp dụng nguyên trạng cho mọi quốc gia. Vì vậy, luận án không tiếp cận kinh nghiệm quốc tế theo hướng mô tả hoặc sao chép từng mô hình, mà tập trung phân tích, so sánh một số trường hợp tiêu biểu nhằm nhận diện những cách tiếp cận, cơ chế tổ chức và xu hướng chung, qua đó rút ra các giá trị tham khảo phù hợp với điều kiện Việt Nam.

2.5.1. Kinh nghiệm quốc tế về truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số

Thực tiễn quốc tế cho thấy ứng phó với tin giả và thông tin sai lệch trên các nền tảng số đang chuyển từ xử lý từng nội dung riêng lẻ sang bảo vệ tính toàn vẹn của môi trường thông tin và nhận diện các hoạt động thao túng có tổ chức. Bradshaw và Howard [142] ghi nhận bằng chứng về các chiến dịch thao túng mạng xã hội tại 48 quốc gia năm 2018, tăng từ 28 quốc gia năm 2017; các công cụ được sử dụng đa dạng từ tài khoản tự động, đội ngũ bình luận trực tuyến đến quảng cáo trả phí và tối ưu hóa công cụ tìm kiếm. Điều này cho thấy thông tin sai lệch có thể được tổ chức và phân phối thông qua nhiều chủ thể, công cụ và nền tảng, đòi hỏi cách tiếp cận kết hợp giữa pháp luật, truyền thông, công nghệ, giáo dục và sự tham gia của nhiều chủ thể [42].

Ở cấp độ chính sách, OECD trong *Facts not Fakes: Tackling Disinformation, Strengthening Information Integrity* xác định ba trụ cột: tăng cường tính minh bạch, trách nhiệm giải trình và đa dạng nguồn thông tin; nâng cao sức chống chịu của xã hội; nâng cấp các biện pháp quản trị và kiến trúc thể chế bảo vệ tính toàn vẹn của không gian thông tin [131]. Liên Hợp Quốc tiếp tục mở rộng cách tiếp cận này sang quản trị nền tảng, đặt tính toàn vẹn thông tin trong mối quan hệ với mô hình kinh doanh, quảng cáo, dữ liệu, thuật toán phân phối, quyền của người sử dụng và trách nhiệm của các chủ thể [155]. Điểm chung của hai cách tiếp cận là chuyển trọng tâm từ xử lý từng nội dung sai lệch sang quản trị những điều kiện thể chế, công nghệ và xã hội chi phối quá trình sản xuất, phân phối và tiếp nhận thông tin.

Singapore tiêu biểu cho cách tiếp cận pháp lý trực tiếp. *Protection from Online Falsehoods and Manipulation Act – POFMA* năm 2019 cho phép áp dụng các biện pháp như yêu cầu đính chính, đính chính có mục tiêu, ngừng truyền tải hoặc vô hiệu hóa truy cập đối với các phát biểu sai về sự kiện khi đáp ứng điều kiện luật định [134]. Đáng chú ý, cơ chế đính chính không nhất thiết yêu cầu xóa nội dung gốc mà có thể buộc chủ thể đăng thông báo và dẫn tới

thông tin đúng; đính chính có mục tiêu còn cho phép đưa thông tin sửa chữa tới chính những người dùng đã tiếp cận thông tin sai. Thực tiễn áp dụng trên Facebook và TikTok cho thấy đặc trưng của mô hình này là kết hợp quyền lực pháp lý với việc đưa thông tin đính chính trở lại chính môi trường nơi thông tin sai đang lưu thông.

Trong khi Singapore nhấn mạnh công cụ pháp lý trực tiếp, Liên minh châu Âu (EU) phát triển mô hình quản trị đa chủ thể gắn trách nhiệm nền tảng với khuôn khổ pháp lý. Tại 27 quốc gia thành viên, các biện pháp lập pháp và phi lập pháp được kết hợp nhằm xây dựng môi trường thông tin an toàn và tăng sức chống chịu của xã hội [68]. *2022 Strengthened Code of Practice on Disinformation* gồm 44 cam kết và 128 biện pháp, tập trung vào hạn chế lợi ích kinh tế từ thông tin sai lệch, minh bạch quảng cáo chính trị, chống hành vi thao túng, tăng quyền chủ động của người sử dụng, mở rộng kiểm chứng và khả năng tiếp cận dữ liệu của giới nghiên cứu [87]. Từ năm 2025, Bộ Quy tắc được tích hợp vào khuôn khổ của *Digital Services Act – DSA*, thể hiện sự gắn kết chặt chẽ hơn giữa cam kết của nền tảng và trách nhiệm pháp lý.

DSA yêu cầu các nền tảng và công cụ tìm kiếm trực tuyến rất lớn đánh giá, giảm thiểu rủi ro hệ thống; đồng thời thiết lập cơ chế *trusted flaggers* để các tổ chức đáp ứng yêu cầu về chuyên môn, độc lập và chính xác tham gia phát hiện nội dung bất hợp pháp [157]. Bên cạnh đó, *European Digital Media Observatory – EDMO* kết nối các tổ chức kiểm chứng, giới nghiên cứu và chuyên gia năng lực truyền thông trong một mạng lưới đa ngành, xuyên biên giới [88]. Đến năm 2026, mạng lưới gồm 15 trung tâm khu vực, kết nối hơn 100 tổ chức. Mô hình EU vì vậy thể hiện sự kết hợp tương đối toàn diện giữa pháp luật, trách nhiệm nền tảng, kiểm chứng, nghiên cứu và nâng cao năng lực công chúng.

Kinh nghiệm của Đức phản ánh quá trình chuyển đổi từ trách nhiệm nền tảng ở cấp quốc gia sang khuôn khổ quản trị thống nhất hơn ở cấp EU. *Netzwerkdurchsetzungsgesetz – NetzDG* năm 2017 yêu cầu các mạng xã hội

thuộc phạm vi điều chỉnh thiết lập cơ chế tiếp nhận, xem xét và xử lý nội dung bất hợp pháp, cùng nghĩa vụ báo cáo [67]. Tuy nhiên, NetzDG không phải đạo luật chuyên biệt về tin giả mà điều chỉnh nội dung bất hợp pháp được xác định theo pháp luật hình sự. Từ năm 2024, khi DSA được áp dụng đầy đủ, phần lớn cơ chế này được thay thế bởi khuôn khổ dịch vụ số của EU. Trường hợp Đức cho thấy quản trị thông tin sai lệch cần phân biệt giữa tin giả, nội dung có hại và nội dung bất hợp pháp, đồng thời phản ánh xu hướng hài hòa hóa trách nhiệm nền tảng ở cấp khu vực.

Khác với các mô hình nhấn mạnh điều chỉnh pháp lý, kinh nghiệm tại Hoa Kỳ cho thấy vai trò nổi bật của mạng lưới kiểm chứng, nghiên cứu và ứng dụng công nghệ. Báo chí, các tổ chức kiểm chứng, trường đại học, viện nghiên cứu và doanh nghiệp công nghệ cùng tham gia phát hiện, xác minh thông tin [122]. *ClaimBuster* sử dụng xử lý ngôn ngữ tự nhiên và học máy để nhận diện, xếp hạng những phát ngôn cần được ưu tiên kiểm chứng [126]. Kinh nghiệm này cho thấy công nghệ có thể hỗ trợ sàng lọc khối lượng lớn dữ liệu, nhưng không thay thế phán đoán của chủ thể kiểm chứng. Đồng thời, nghiên cứu về *implied truth effect* cho thấy nếu chỉ một số nội dung sai lệch được gắn cảnh báo, người dùng có thể suy diễn rằng những nội dung không được cảnh báo đáng tin cậy hơn [90]. Vì vậy, giải pháp công nghệ cần được kết hợp với xác minh, giải thích và cung cấp thông tin chính xác.

Ở phương diện phòng ngừa, UNESCO thúc đẩy *Media and Information Literacy – MIL*, hướng tới trang bị cho công chúng năng lực tiếp cận, phân tích, đánh giá và sử dụng thông tin có trách nhiệm [156]. Các biện pháp *prebunking* tiếp tục phát triển hướng tiếp cận này bằng cách giúp công chúng nhận diện kỹ thuật thao túng trước khi gặp thông tin sai lệch. Nghiên cứu thực nghiệm với trò chơi *Bad News* cho thấy việc tiếp xúc với các kỹ thuật thao túng được mô phỏng có thể làm giảm mức độ tin cậy mà người tham gia dành cho các kỹ thuật này [104]. Đây là sự chuyển dịch quan trọng từ phản ứng sau khi tin giả xuất hiện sang tăng khả năng phòng ngừa và tự bảo vệ của công chúng.

Trung Quốc thể hiện cách tiếp cận quản trị không gian mạng với vai trò trực tiếp của Nhà nước, kết hợp trách nhiệm của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ với phát triển các kênh truyền thông chính thức. Nghiên cứu của King, Pan và Roberts [109] cho thấy hoạt động kiểm soát thông tin trên mạng xã hội không đơn thuần nhằm loại bỏ mọi nội dung phê phán mà tập trung đáng kể vào nội dung có khả năng thúc đẩy hoặc tổ chức hành động tập thể. Luật An ninh mạng của Trung Quốc xác lập trách nhiệm của nhà khai thác mạng trong bảo đảm an ninh, quản lý thông tin và phối hợp với cơ quan có thẩm quyền [127]. Tuy nhiên, quản lý nội dung bất hợp pháp trong trường hợp này không nên đồng nhất với truyền thông phòng, chống tin giả.

Song song với quản lý không gian mạng, các cơ quan nhà nước Trung Quốc phát triển các kênh truyền thông chính thức trên nền tảng số, mở rộng khả năng cung cấp thông tin và tương tác với công chúng [164]. Đặc điểm đáng chú ý là quản lý môi trường thông tin được triển khai đồng thời với phát triển năng lực truyền thông số của cơ quan nhà nước, qua đó kết hợp quản trị thông tin với cung cấp thông tin chính thức và tương tác công chúng.

Từ các trường hợp trên có thể nhận diện bốn xu hướng chủ yếu trong kinh nghiệm quốc tế. Ứng phó với tin giả đang chuyển từ xử lý từng nội dung sang bảo vệ tính toàn vẹn của hệ sinh thái thông tin; từ trách nhiệm chủ yếu của Nhà nước sang cơ chế phối hợp giữa Nhà nước, nền tảng, báo chí, tổ chức kiểm chứng, giới nghiên cứu và công chúng; từ các biện pháp phản ứng sau khi thông tin sai lệch xuất hiện sang kết hợp phát hiện – xác minh – đính chính với phòng ngừa và nâng cao khả năng chống chịu; từ công cụ pháp lý đơn lẻ sang sự kết hợp giữa thể chế, truyền thông, công nghệ, dữ liệu và giáo dục. Tuy nhiên, mức độ và phương thức kết hợp khác nhau tùy thuộc thể chế, hệ thống pháp luật và mô hình quản trị truyền thông của từng quốc gia.

2.5.2. Giá trị tham khảo đối với Việt Nam

Kinh nghiệm quốc tế cho thấy không tồn tại một mô hình duy nhất về truyền thông phòng, chống tin giả có thể áp dụng nguyên trạng cho mọi quốc

gia. Singapore nhấn mạnh công cụ pháp lý và cơ chế đỉnh chính có mục tiêu; Liên minh châu Âu phát triển mô hình quản trị đa chủ thể gắn trách nhiệm nền tảng với khuôn khổ pháp lý; kinh nghiệm Đức cho thấy xu hướng quy trình hóa trách nhiệm tiếp nhận và xử lý nội dung; Hoa Kỳ nổi bật ở hoạt động kiểm chứng và ứng dụng công nghệ; trong khi Trung Quốc kết hợp quản trị không gian mạng với phát triển các kênh truyền thông chính thức của cơ quan nhà nước. Những khác biệt này phản ánh đặc điểm thể chế, pháp luật và môi trường truyền thông của từng quốc gia. Vì vậy, giá trị đối với Việt Nam nằm ở những nguyên tắc, cơ chế và phương thức tổ chức có thể tham khảo, thay vì sao chép một mô hình cụ thể.

Một giá trị quan trọng từ kinh nghiệm quốc tế là chuyển từ xử lý từng thông tin sai lệch sang bảo vệ tính toàn vẹn của môi trường thông tin. Theo cách tiếp cận này, phòng, chống tin giả là một quá trình liên tục, bao gồm chủ động cung cấp thông tin chính thống, theo dõi và phát hiện thông tin sai lệch, xác minh, cảnh báo, đỉnh chính, phản bác, hạn chế tác động và nâng cao năng lực phòng ngừa của công chúng. Đối với Việt Nam, điều này đặt ra yêu cầu gắn hoạt động xử lý tin giả với năng lực cung cấp thông tin chính xác, minh bạch và kịp thời của các cơ quan nhà nước, qua đó hình thành nguồn tham chiếu chính thống đủ tin cậy và khả năng cạnh tranh trong môi trường thông tin số. Cách tiếp cận này cũng cho phép chuyển trọng tâm từ phản ứng với từng vụ việc sang chủ động nhận diện và giảm thiểu các điều kiện làm phát sinh, khuếch đại và lan truyền thông tin sai lệch.

Giá trị tham khảo tiếp theo là tổ chức cơ chế phối hợp đa chủ thể với trách nhiệm được xác định rõ. Nhà nước giữ vai trò kiến tạo thể chế, cung cấp và xác minh thông tin thuộc thẩm quyền; báo chí và các chủ thể kiểm chứng tham gia xác minh, giải thích; doanh nghiệp nền tảng thực hiện trách nhiệm đối với môi trường phân phối; giới nghiên cứu cung cấp dữ liệu và bằng chứng; công chúng tham gia phát hiện, phản ánh và kiểm chứng thông tin. Đối với Việt Nam, vấn đề không chỉ là có nhiều chủ thể tham gia mà quan trọng hơn là xác

định đầu mối, trách nhiệm, cơ chế chia sẻ thông tin và quy trình phối hợp để quá trình từ phát hiện đến xác minh, xử lý và phản hồi không bị phân tán hoặc gián đoạn. Trong những tình huống thông tin sai lệch lan truyền nhanh hoặc liên quan đến nhiều lĩnh vực, khả năng phối hợp còn quyết định tốc độ và tính thống nhất của phản ứng truyền thông.

Kinh nghiệm Singapore, Đức và EU đồng thời cho thấy tốc độ phản ứng cần gắn với khả năng đưa thông tin chính xác đến đúng nơi thông tin sai lệch đang lưu hành và đúng nhóm công chúng đã tiếp xúc với thông tin đó. Trong môi trường nền tảng, một thông tin đúng chính chính xác nhưng xuất hiện muộn hoặc không tiếp cận được nhóm công chúng liên quan có thể bị hạn chế về tác dụng. Giá trị có thể tham khảo đối với Việt Nam là tổ chức truyền thông theo nguyên tắc đúng thông tin, đúng thời điểm, đúng nền tảng và đúng công chúng, đồng thời hình thành quy trình tiếp nhận – phân loại – xác minh – xử lý – phản hồi – lưu vết đối với các thông tin nghi vấn và phản ánh từ công chúng. Điều này cũng đặt ra yêu cầu theo dõi quá trình lan truyền của thông tin để lựa chọn kênh, định dạng và phương thức phản hồi phù hợp thay vì chỉ công bố đúng chính trên một kênh chính thức.

Công nghệ và dữ liệu là một phương diện hỗ trợ ngày càng quan trọng. Các công cụ giám sát, xử lý ngôn ngữ tự nhiên và học máy có thể hỗ trợ sàng lọc khối lượng lớn thông tin, nhận diện nội dung nghi vấn, theo dõi xu hướng và xác định vấn đề cần ưu tiên kiểm chứng. Việc khai thác dữ liệu từ các nền tảng số còn có thể hỗ trợ nhận diện nhu cầu thông tin và phản ứng của công chúng, qua đó nâng cao khả năng cảnh báo sớm và điều chỉnh hoạt động truyền thông. Tuy nhiên, kinh nghiệm quốc tế cũng cho thấy công nghệ hỗ trợ chứ không thay thế trách nhiệm của chủ thể truyền thông. Đối với cơ quan nhà nước, việc xác định tính xác thực, lựa chọn phương án phản hồi và công bố thông tin chính thức vẫn phải gắn với thẩm quyền, trách nhiệm và sự thẩm định của con người. Đây là nguyên tắc đặc biệt quan trọng khi trí tuệ nhân tạo ngày càng được sử dụng trong cả sản xuất nội dung lẫn phát hiện thông tin sai lệch.

Một giá trị có tính lâu dài là nâng cao năng lực và phát huy sự tham gia của công chúng. Công chúng cần được nhìn nhận đồng thời là đối tượng tiếp nhận, đối tượng cần được bảo vệ và chủ thể tham gia bảo vệ môi trường thông tin. Nâng cao khả năng nhận diện, đánh giá nguồn tin và kiểm chứng thông tin giúp chuyển một phần trọng tâm từ xử lý sau khi tin giả đã lan truyền sang chủ động phòng ngừa. Đồng thời, phản ánh của công chúng chỉ thực sự phát huy giá trị khi được kết nối với cơ chế tiếp nhận, xác minh và phản hồi của cơ quan có trách nhiệm. Qua đó có thể hình thành vòng tương tác và phản hồi, trong đó công chúng không chỉ nhận thông tin chính thống mà còn cung cấp tín hiệu giúp chủ thể truyền thông phát hiện vấn đề, nhận diện khoảng trống thông tin và điều chỉnh nội dung, kênh và phương thức truyền thông.

Nhìn tổng thể, giá trị tham khảo từ kinh nghiệm quốc tế đối với Việt Nam tập trung ở năm phương diện có quan hệ chặt chẽ: tiếp cận theo tính toàn vẹn của môi trường thông tin; phối hợp đa chủ thể; phản ứng kịp thời và tiếp cận đúng công chúng; khai thác công nghệ, dữ liệu có kiểm soát; nâng cao năng lực và phát huy sự tham gia của công chúng. Năm phương diện này không tồn tại tách biệt mà bổ trợ cho nhau: thể chế và phối hợp tạo điều kiện tổ chức hoạt động; công nghệ và dữ liệu hỗ trợ phát hiện, phân tích và phản ứng; truyền thông chính thống cung cấp nguồn tham chiếu; công chúng vừa tiếp nhận vừa tạo phản hồi cho quá trình điều chỉnh. Các giá trị này không được xem là mô hình áp dụng trực tiếp, mà là cơ sở tham khảo để luận án phân tích thực trạng và đề xuất giải pháp phù hợp với thể chế, pháp luật và thực tiễn truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam.

Tiểu kết Chương 2

Chương 2 đã xác lập cơ sở lý luận, chính trị – pháp lý và khung phân tích cho nghiên cứu truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam. Trên cơ sở hệ thống hóa và làm rõ các khái niệm truyền thông, tin giả, phòng, chống tin giả và nền tảng số, luận án xác định truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam là quá trình truyền thông có chủ đích do các cơ quan nhà nước có chức năng, nhiệm vụ liên quan tổ chức và thực hiện nhằm chủ động cung cấp thông tin chính thống; phòng ngừa, phát hiện, xác minh, cảnh báo, đính chính, phản bác và hạn chế sự lan truyền, tác động của tin giả thông qua các kênh số chính thức. Theo cách tiếp cận này, phòng, chống tin giả không chỉ là xử lý thông tin sai lệch sau khi xuất hiện mà là quá trình kết hợp giữa chủ động cung cấp thông tin, phòng ngừa và ứng phó, đồng thời gắn với sự tiếp nhận, tương tác và tham gia của công chúng. Chương 2 cũng làm rõ vai trò của hoạt động này đối với Nhà nước và quản trị quốc gia, người dân và xã hội, nhất là trong bảo đảm nguồn thông tin chính thống, hỗ trợ truyền thông chính sách, quản trị rủi ro thông tin, nâng cao năng lực kiểm chứng và củng cố niềm tin của công chúng.

Về lý thuyết, luận án sử dụng mô hình Shannon–Weaver làm khung lý thuyết trung tâm, đồng thời kế thừa có chọn lọc mô hình Lasswell và các lý thuyết về truyền thông hai chiều, thiết lập chương trình nghị sự, sinh thái truyền thông và tiềm phòng để hỗ trợ cho việc giải thích những phương diện cụ thể của đối tượng nghiên cứu. Khi vận dụng vào môi trường số, các thành tố của quá trình truyền thông được xem xét trong mối quan hệ với nền tảng, công nghệ, dữ liệu, thuật toán và phản hồi của công chúng. Trên cơ sở đó, luận án xác định bốn cấu phần của khung phân tích gồm: (i) chủ thể và chính sách; (ii) kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; (iii) nội dung và dữ liệu truyền thông; (iv) công chúng và phản hồi công chúng. Đây là sự nhóm hóa và cụ thể hóa các thành tố của quá trình truyền thông vào đối tượng nghiên cứu, qua đó cho phép xem xét truyền thông phòng, chống tin giả như một quá trình có tính hệ thống, tương tác và thích ứng, trong đó phản hồi của công chúng có thể trở

thành dữ liệu đầu vào để chủ thể tiếp tục điều chỉnh hoạt động truyền thông.

Chương 2 đồng thời hệ thống hóa những cơ sở chính trị và pháp lý chủ yếu liên quan đến truyền thông phòng, chống tin giả tại Việt Nam, gắn với các chủ trương về đổi mới quản trị quốc gia, chuyển đổi số, phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng và xây dựng môi trường thông tin lành mạnh; cùng các quy định pháp luật về quyền tiếp cận thông tin, báo chí, công nghệ thông tin, an ninh mạng, giao dịch điện tử, dữ liệu và quản lý thông tin trên Internet. Qua đó cho thấy truyền thông phòng, chống tin giả không phải hoạt động biệt lập mà gắn với trách nhiệm cung cấp thông tin của cơ quan nhà nước, quyền tiếp cận thông tin của người dân, quản trị môi trường thông tin số và yêu cầu bảo đảm an ninh, an toàn thông tin. Đây là căn cứ để xác định vai trò, trách nhiệm của các chủ thể và phân tích thực tiễn tổ chức hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trong phạm vi nghiên cứu.

Kinh nghiệm quốc tế cho thấy sự đa dạng trong cách thức tổ chức phòng, chống tin giả, từ thiết lập trách nhiệm pháp lý và trách nhiệm nền tảng, phát triển mạng lưới kiểm chứng, ứng dụng công nghệ đến chủ động cung cấp thông tin và nâng cao năng lực của công chúng. Trên cơ sở đối chiếu các trường hợp được nghiên cứu, luận án xác định những giá trị tham khảo chủ yếu đối với Việt Nam gồm: tiếp cận theo tính toàn vẹn của môi trường thông tin; phối hợp đa chủ thể; phản ứng kịp thời và tiếp cận đúng công chúng; khai thác dữ liệu và công nghệ có kiểm soát; phát huy năng lực và sự tham gia của công chúng. Các giá trị này được xem là nguồn tham khảo về nguyên tắc và cơ chế, không phải những mô hình có thể áp dụng nguyên trạng, mà cần được lựa chọn phù hợp với điều kiện thể chế, pháp luật và môi trường truyền thông của Việt Nam.

Từ hệ thống khái niệm, cơ sở lý thuyết, chính trị – pháp lý, bốn cấu phần của khung phân tích và những giá trị tham khảo quốc tế đã được xác lập, Chương 2 tạo cơ sở thống nhất để Chương 3 phân tích thực trạng truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam; nhận diện những kết quả, hạn chế và nguyên nhân; đồng thời làm căn cứ xác định những vấn đề đặt ra, phương hướng và giải pháp trong Chương 4.

Chương 3

THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ TRÊN CÁC NỀN TẢNG SỐ CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM HIỆN NAY

Trên cơ sở lý luận, chính trị, pháp lý và khung phân tích đã được xác lập ở Chương 2, Chương 3 tập trung phân tích thực trạng truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam. Trong phạm vi nghiên cứu, luận án khảo sát bốn chủ thể gồm Văn phòng Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Quốc phòng và Bộ Công an. Đây là những cơ quan có vị trí, chức năng và phạm vi trách nhiệm khác nhau trong cung cấp thông tin chính thống, truyền thông chính sách, quản lý thông tin, bảo đảm quốc phòng, an ninh và xử lý những vấn đề phát sinh trên môi trường số. Sự khác biệt về chức năng tạo cơ sở để xem xét hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả từ nhiều phương diện, đồng thời nhận diện yêu cầu phối hợp giữa các chủ thể trong những vấn đề có tính liên ngành.

Phân tích thực trạng được thực hiện trên cơ sở kết hợp ba nguồn dữ liệu gồm 14.580 đơn vị nội dung truyền thông thu thập trên 21 kênh chính thức trong thời gian từ ngày 01/01/2025 đến ngày 30/5/2026; khảo sát trực tuyến với 327 phiếu được giữ lại sau làm sạch dữ liệu và 09 cuộc phỏng vấn sâu. Thực trạng hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của bốn chủ thể trên được phân tích dựa trên bốn câu phân của Khung phân tích, gồm: chủ thể và chính sách truyền thông; kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; nội dung và dữ liệu truyền thông; công chúng và phản hồi công chúng. Trên cơ sở đó, luận án đưa ra những đánh giá về những kết quả đạt được, hạn chế và nguyên nhân chủ yếu.

3.1. Khái quát về các chủ thể và hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số

Truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ trên môi trường số không phải hoạt động biệt lập của một cơ quan chuyên trách duy nhất mà được thực hiện trong mối quan hệ với chức năng, nhiệm vụ và thẩm quyền của nhiều chủ thể. Trong phạm vi luận án, Văn phòng Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao

và Du lịch, Bộ Quốc phòng và Bộ Công an được lựa chọn vì vừa có những điểm chung trong trách nhiệm cung cấp thông tin chính thống, vừa thể hiện những đặc trưng khác nhau về lĩnh vực quản lý, nguồn thông tin, đối tượng công chúng và nội dung truyền thông. Điểm chung của bốn chủ thể là đều quản lý và khai thác các kênh thông tin chính thức trên môi trường số, qua đó trực tiếp cung cấp thông tin thuộc chức năng, nhiệm vụ và thẩm quyền của mình. Trong truyền thông phòng, chống tin giả, nguồn thông tin chính thức có ý nghĩa đặc biệt bởi đây là một trong những căn cứ để báo chí, tổ chức và công chúng đối chiếu khi xuất hiện thông tin chưa rõ nguồn gốc, bị cắt ghép, xuyên tạc, giả mạo hoặc sai lệch. Tuy nhiên, vai trò của từng chủ thể không hoàn toàn giống nhau mà được quy định trước hết bởi chức năng quản lý và đặc thù lĩnh vực.

Hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của các chủ thể được ghi nhận trên các kênh khảo sát khá đa dạng, bao gồm cung cấp và giải thích thông tin chính thống; kiểm chứng, xác thực; đính chính, phản bác; cảnh báo giả mạo, lừa đảo và nguy cơ mất an toàn thông tin; truyền thông về AI, deepfake và các dạng thức giả mạo mới; hướng dẫn nhận diện tin giả và kỹ năng truyền thông số. Sự đa dạng này cho thấy truyền thông phòng, chống tin giả trong phạm vi nghiên cứu không chỉ được tiếp cận ở khâu phản ứng sau khi thông tin sai lệch đã xuất hiện mà còn bao gồm cung cấp thông tin, cảnh báo và một số hoạt động mang tính chủ động, phòng ngừa.

Bốn chủ thể được khảo sát trên tổng số 21 kênh chính thức, với 14.580 đơn vị nội dung truyền thông. Sự khác nhau về số lượng nội dung giữa các nhóm được đặt trong tương quan với chức năng, lĩnh vực và hệ thống kênh khảo sát. Vì vậy, số lượng nội dung được sử dụng để mô tả quy mô và cơ cấu bộ dữ liệu, không phải căn cứ độc lập để xếp hạng vai trò hoặc hiệu quả truyền thông của các chủ thể.

3.1.1. Văn phòng Chính phủ

Văn phòng Chính phủ là cơ quan có vị trí đặc thù trong hệ thống các chủ thể được khảo sát, gắn với hoạt động của Chính phủ và Thủ tướng Chính phủ.

Thông qua các kênh thông tin chính thức, Văn phòng Chính phủ cung cấp thông tin về hoạt động chỉ đạo, điều hành; chủ trương, chính sách và những vấn đề thuộc phạm vi thông tin của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ. Đặc điểm này tạo nên vai trò quan trọng của Văn phòng Chính phủ trong bảo đảm nguồn thông tin chính thống, có thẩm quyền đối với những vấn đề đang được báo chí và dư luận xã hội quan tâm.

Trong truyền thông phòng, chống tin giả, vai trò của Văn phòng Chính phủ trước hết thể hiện ở chủ động cung cấp và giải thích thông tin chính thống. Việc thông tin kịp thời về quyết định, chỉ đạo, chính sách và hoạt động điều hành góp phần tạo nguồn tham chiếu để báo chí và công chúng đối chiếu khi xuất hiện những cách diễn giải khác nhau hoặc thông tin chưa được xác thực. Với những nội dung liên quan trực tiếp đến Chính phủ và Thủ tướng Chính phủ, tính chính thức và thẩm quyền của nguồn thông tin có ý nghĩa đặc biệt đối với quá trình kiểm chứng.

Bên cạnh chức năng cung cấp thông tin, các kênh thuộc Văn phòng Chính phủ còn tham gia kiểm chứng, cảnh báo, đính chính và phản bác những thông tin không chính xác liên quan đến hoạt động chỉ đạo, điều hành hoặc những vấn đề thuộc phạm vi có thể cung cấp thông tin. Vì vậy, truyền thông phòng, chống tin giả của chủ thể này có sự kết hợp giữa cung cấp thông tin từ nguồn chính thức với xử lý những thông tin sai lệch cụ thể, thay vì chỉ tập trung vào phản bác sau khi tin giả đã lan truyền.

Hệ thống kênh được khảo sát cũng phản ánh xu hướng tổ chức thông tin trên nhiều nền tảng. Trong phạm vi luận án, 06 kênh thuộc nhóm Văn phòng Chính phủ được đưa vào phân tích, bao gồm website/cổng thông tin điện tử và các kênh chính thức trên mạng xã hội. Việc hiện diện đồng thời trên các loại hình nền tảng tạo điều kiện vừa duy trì nguồn thông tin có khả năng lưu trữ, truy xuất, vừa mở rộng khả năng phân phối nội dung tới công chúng trong môi trường số.

Trong khoảng thời gian khảo sát, luận án ghi nhận 4.380 đơn vị nội dung truyền thông thuộc nhóm Văn phòng Chính phủ, chiếm 30,0% toàn bộ dữ liệu

ngiên cứu. Trong đó, website/cổng thông tin điện tử có 1.445 đơn vị nội dung; Facebook 1.990; TikTok 500; YouTube 325 và Zalo Official Account 120. Cơ cấu này cho thấy Facebook và website/cổng thông tin là hai nhóm kênh có số lượng nội dung lớn trong dữ liệu khảo sát, đồng thời các định dạng video ngắn, video và nền tảng nhắn tin cũng đã trở thành những điểm phân phối thông tin chính thức. Đặc trưng nổi bật của Văn phòng Chính phủ trong phạm vi nghiên cứu nằm ở vị trí nguồn cung cấp thông tin chính thống gắn với hoạt động chỉ đạo, điều hành của Chính phủ và Thủ tướng Chính phủ, đồng thời tổ chức truyền thông trên nhiều nền tảng để cung cấp, giải thích và khi cần thiết kiểm chứng, đính chính những thông tin liên quan.

3.1.2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch có vị trí khác với Văn phòng Chính phủ do vừa trực tiếp thực hiện truyền thông về những lĩnh vực thuộc phạm vi quản lý, vừa thực hiện chức năng quản lý nhà nước đối với báo chí, thông tin điện tử, thông tin đối ngoại và các lĩnh vực có liên quan theo thẩm quyền. Đặc điểm này khiến hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của Bộ cần được xem xét đồng thời ở phương diện chủ thể cung cấp thông tin và phương diện chủ thể thực hiện chức năng quản lý nhà nước liên quan đến môi trường thông tin, truyền thông.

Ở phương diện thứ nhất, các kênh chính thức của Bộ cung cấp thông tin về chủ trương, chính sách, hoạt động quản lý và những vấn đề thuộc lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch, báo chí và truyền thông. Khi xuất hiện thông tin sai lệch liên quan đến các lĩnh vực thuộc thẩm quyền, việc cung cấp thông tin có căn cứ, giải thích chính sách, xác minh hoặc đính chính giúp hình thành nguồn để báo chí và công chúng tham chiếu, đối chiếu.

Ở phương diện thứ hai, chức năng quản lý nhà nước liên quan đến báo chí và thông tin trên môi trường số đặt Bộ trong mối quan hệ với nhiều chủ thể khác của hệ sinh thái truyền thông. Vì vậy, hoạt động phòng, chống tin giả không chỉ thể hiện qua số lượng sản phẩm được đăng tải trên các kênh thuộc

phạm vi khảo sát mà còn gắn với quản lý, hướng dẫn và phối hợp xử lý những vấn đề thông tin theo chức năng, nhiệm vụ được giao. Đây là đặc điểm cần lưu ý khi phân tích số liệu, bởi dữ liệu nội dung trên kênh chính thức chỉ phản ánh một bộ phận của hoạt động thực tiễn của chủ thể này.

Trong môi trường số, Bộ sử dụng kết hợp website/cổng thông tin và các nền tảng mạng xã hội để cung cấp, phân phối thông tin. Website/cổng thông tin có vai trò duy trì nguồn chính thức và cung cấp những nội dung cần trình bày tương đối đầy đủ; mạng xã hội tạo thêm khả năng phân phối và tiếp cận các nhóm công chúng sử dụng nền tảng. Việc kết hợp này tạo điều kiện để thông tin chính thức hiện diện tại nhiều điểm tiếp xúc khác nhau, mặc dù đặc điểm sử dụng từng kênh sẽ được phân tích sâu hơn ở phần tiếp theo của Chương 3.

Luận án khảo sát 05 kênh thuộc nhóm Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, ghi nhận 2.045 đơn vị nội dung, tương đương 14,0% bộ dữ liệu. Trong đó, 980 đơn vị nội dung được ghi nhận trên website/cổng thông tin điện tử, 840 trên Facebook và 225 trên TikTok. So với ba nhóm còn lại, số lượng nội dung của Bộ trong bộ dữ liệu không lớn, nhưng không thể từ đó suy ra vai trò hoặc mức độ tham gia thấp hơn, bởi hoạt động của mỗi chủ thể chịu sự chi phối của chức năng, lĩnh vực, phạm vi trách nhiệm và hệ thống kênh khác nhau.

Có thể thấy, đặc trưng của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch nằm ở sự kết hợp giữa vai trò cung cấp thông tin trực tiếp với chức năng quản lý nhà nước liên quan đến báo chí và môi trường thông tin. Đây cũng là cơ sở để xem xét sâu hơn vai trò chủ thể, chính sách và phối hợp trong các phần phân tích tiếp theo.

3.1.3. Bộ Quốc phòng

Bộ Quốc phòng là chủ thể có tính đặc thù cao do chức năng, nhiệm vụ gắn với quốc phòng, bảo vệ Tổ quốc, chủ quyền và lợi ích quốc gia. Thông tin trong lĩnh vực quốc phòng vừa có yêu cầu cao về tính chính xác, thẩm quyền và trách nhiệm cung cấp, vừa chịu những giới hạn cần thiết về phạm vi thông

tin được công bố. Những đặc điểm đó tác động trực tiếp đến cách thức tổ chức truyền thông phòng, chống tin giả trên môi trường số.

Tin giả và thông tin sai lệch liên quan đến quốc phòng, quân sự, chủ quyền có thể không chỉ tạo ra nhận thức sai trong công chúng mà trong một số trường hợp còn tác động đến môi trường thông tin và lợi ích quốc gia. Vì vậy, truyền thông của Bộ Quốc phòng chú trọng cung cấp và giải thích thông tin chính thống; xác minh, cảnh báo, đính chính hoặc phản bác những thông tin sai lệch, xuyên tạc, giả mạo thuộc lĩnh vực có liên quan.

Một yêu cầu nổi bật đối với chủ thể này là quan hệ giữa tính kịp thời với yêu cầu xác minh, thẩm quyền và bảo vệ thông tin. Trong môi trường số, thông tin sai lệch có thể lưu chuyển nhanh, nhưng phản ứng chính thức trong lĩnh vực quốc phòng phải bảo đảm căn cứ và tuân thủ các quy định đặc thù. Vì vậy, số lượng hay tốc độ xuất hiện nội dung trên nền tảng không thể được xem riêng rẽ khỏi đặc điểm của lĩnh vực và yêu cầu đối với thông tin được công bố.

Hệ thống kênh được khảo sát gồm website/cổng thông tin điện tử, Facebook và YouTube. Các kênh này vừa tạo nguồn thông tin để công chúng và báo chí tiếp cận, vừa cho phép chuyển tải thông tin dưới những hình thức khác nhau. Đặc biệt, việc sử dụng video bên cạnh nội dung văn bản tạo thêm điều kiện trình bày các vấn đề cần minh họa, giải thích hoặc cung cấp thông tin trực quan. Trong thời gian khảo sát, 04 kênh thuộc nhóm Bộ Quốc phòng ghi nhận 1.800 đơn vị nội dung, chiếm 12,3% bộ dữ liệu; gồm 790 đơn vị nội dung trên website/cổng thông tin điện tử, 650 trên Facebook và 360 trên YouTube. Đây là nhóm có số lượng nội dung thấp nhất trong bốn chủ thể, nhưng số liệu chỉ phản ánh quy mô dữ liệu được thu thập trên hệ thống kênh đã xác định, không phản ánh đầy đủ toàn bộ hoạt động thông tin, truyền thông của Bộ Quốc phòng. Trong tổng thể nghiên cứu, Bộ Quốc phòng đại diện cho một lĩnh vực có yêu cầu đặc biệt cao đối với tính chính xác, thẩm quyền và phạm vi cung cấp thông tin, qua đó bổ sung một chiều cạnh quan trọng khi xem xét khả năng phản ứng của truyền thông chính thức trước thông tin sai lệch trên nền tảng số.

3.1.4. Bộ Công an

Bộ Công an tham gia truyền thông phòng, chống tin giả gắn với chức năng bảo vệ an ninh quốc gia, bảo đảm trật tự, an toàn xã hội, an ninh mạng và phòng ngừa, đấu tranh, xử lý các hành vi vi phạm pháp luật theo chức năng, thẩm quyền. Trong bối cảnh nhiều dạng thức thông tin giả, giả mạo và lừa đảo được tạo lập, phát tán thông qua nền tảng số, vai trò truyền thông của Bộ không chỉ nằm ở cung cấp thông tin chính thống mà còn thể hiện rõ ở cảnh báo nguy cơ và hướng dẫn phòng ngừa.

Trên các kênh chính thức, nội dung liên quan phòng, chống tin giả được thể hiện qua nhiều nhóm như xác thực và cung cấp thông tin; cảnh báo phương thức giả mạo, lừa đảo trực tuyến; thông tin về nguy cơ sử dụng AI, deepfake và công nghệ số để giả mạo hình ảnh, âm thanh, danh tính; cảnh báo các thủ đoạn trên không gian mạng; hướng dẫn người dân nhận diện và phòng ngừa rủi ro. Đặc điểm này cho thấy mối liên hệ khá rõ giữa phòng, chống thông tin sai lệch với phòng ngừa rủi ro và bảo đảm an toàn cho công chúng trên môi trường số.

Khác với những trường hợp tin giả chủ yếu liên quan đến cách hiểu hoặc diễn giải sai một vấn đề, nhiều nội dung giả mạo và lừa đảo có thể gắn trực tiếp với hành vi nhằm chiếm đoạt tài sản hoặc gây thiệt hại cho tổ chức, cá nhân. Vì vậy, nội dung truyền thông thường không dừng ở việc xác định thông tin không chính xác mà còn hướng tới cảnh báo dấu hiệu, phương thức, thủ đoạn và hướng dẫn công chúng cách xử lý. Sự phát triển của AI tạo sinh và deepfake tiếp tục làm cho yêu cầu này trở nên phức tạp hơn khi hình ảnh, âm thanh, video và danh tính có thể bị giả mạo với mức độ ngày càng tinh vi.

Hệ thống kênh thuộc Bộ Công an được khảo sát tương đối đa dạng, gồm website/cổng thông tin điện tử, Facebook, TikTok và YouTube. Việc sử dụng đồng thời các kênh thông tin chính thức và nền tảng có khả năng phân phối nội dung nhanh tạo điều kiện để cảnh báo, thông tin và hướng dẫn được chuyển tải dưới nhiều định dạng, phù hợp hơn với đặc điểm tiếp nhận trên môi trường số.

Luận án khảo sát 06 kênh thuộc nhóm Bộ Công an và ghi nhận 6.355 đơn vị nội dung, chiếm 43,6% toàn bộ dữ liệu; trong đó 2.235 đơn vị nội dung trên website/cổng thông tin điện tử, 2.470 trên Facebook, 980 trên TikTok và 670 trên YouTube. Đây là nhóm có quy mô nội dung lớn nhất trong bộ dữ liệu nghiên cứu. Tuy nhiên, tỷ trọng này cần được giải thích trong tương quan với chức năng, phạm vi lĩnh vực, đặc điểm nội dung và hệ thống kênh được khảo sát, không đồng nghĩa với mức độ hiệu quả cao hơn so với các chủ thể còn lại.

Quan sát từ chức năng và nội dung được ghi nhận, Bộ Công an thể hiện tương đối rõ phương diện cảnh báo, phòng ngừa và hướng dẫn công chúng ứng phó với các dạng thức giả mạo, lừa đảo và rủi ro thông tin trên môi trường số. Đây là một đặc điểm quan trọng để tiếp tục phân tích sự khác biệt về trọng tâm nội dung giữa bốn chủ thể ở các phần sau.

3.2. Thực trạng truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam

Việc đánh giá thực trạng được thực hiện theo bốn cấu phần của khung phân tích và các phương diện đánh giá hiệu quả đã xác lập ở Chương 2, trên cơ sở đối chiếu ba nguồn dữ liệu gồm 14.580 đơn vị nội dung truyền thông trên 21 kênh chính thức, dữ liệu khảo sát công chúng và dữ liệu phỏng vấn sâu, cùng các tài liệu liên quan. Trong quá trình phân tích, dữ liệu phân tích nội dung được đối chiếu với kết quả khảo sát và phỏng vấn sâu nhằm bổ sung, kiểm chứng và giải thích các phát hiện từ những góc độ khác nhau; các kết luận được giới hạn trong phạm vi bằng chứng mà từng nguồn dữ liệu cho phép. Trên cơ sở đó, phân tích tập trung nhận diện đặc điểm, xu hướng và mối quan hệ giữa các cấu phần, giải thích những kết quả và hạn chế từ thực tiễn tổ chức truyền thông, đồng thời đánh giá ý nghĩa của chúng đối với hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam.

3.2.1. Chủ thể và chính sách truyền thông

Kết quả nghiên cứu cho thấy truyền thông phòng, chống tin giả tại bốn chủ thể được khảo sát không được tổ chức thành một bộ máy độc lập mà gắn

với chức năng, nhiệm vụ và cơ cấu thông tin, truyền thông hiện có. Văn phòng Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Quốc phòng và Bộ Công an cùng tham gia quá trình cung cấp thông tin chính thống, theo dõi môi trường thông tin, cảnh báo, xác minh, đính chính và phản bác thông tin sai lệch theo chức năng, thẩm quyền và lĩnh vực quản lý của từng cơ quan. Cách thức tổ chức này cho phép khai thác nguồn thông tin và năng lực chuyên môn sẵn có, đồng thời gắn việc xác minh, cung cấp thông tin với trách nhiệm của cơ quan có thẩm quyền.

Về tổ chức thực hiện, tại Bộ Quốc phòng, Cục Tuyên huấn thuộc Tổng cục Chính trị thực hiện chức năng tham mưu, trong đó Phòng Thông tấn – Báo chí trực tiếp tham gia các nhiệm vụ thông tin, báo chí và xử lý những vấn đề thuộc phạm vi chức năng. Tại Bộ Công an, Cục Truyền thông Công an nhân dân thực hiện chức năng tham mưu, với Phòng Quan hệ công chúng trực tiếp tham gia theo dõi, tổng hợp và triển khai hoạt động truyền thông. Ở Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Cục Phát thanh, Truyền hình và Thông tin điện tử thực hiện chức năng tham mưu chuyên môn; Trung tâm Xử lý tin giả, thông tin xấu độc Việt Nam trực tiếp tham gia theo dõi, phát hiện và xử lý thông tin sai lệch trên môi trường số. Văn phòng Chính phủ tổ chức hoạt động thông tin, truyền thông gắn với chức năng tham mưu tổng hợp và bảo đảm thông tin phục vụ hoạt động chỉ đạo, điều hành của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ (PVS4–PVS9; xem Phụ lục 3B).

Như vậy, truyền thông phòng, chống tin giả được tích hợp vào bộ máy và hoạt động chuyên môn hiện có thay vì hình thành một cơ cấu riêng biệt. Đặc điểm này phù hợp với tính chất liên ngành của hoạt động, bởi việc xác minh thông tin thường đòi hỏi kiến thức, dữ liệu và thẩm quyền của chính lĩnh vực mà thông tin đó đề cập. Cơ quan nắm giữ hoặc có thẩm quyền đối với thông tin vì vậy vừa là nguồn xác minh, vừa là mắt xích quan trọng trong quá trình hình thành thông tin chính thức để truyền thông tới công chúng.

Sự khác biệt về chức năng tạo nên những trọng tâm tham gia khác nhau giữa bốn chủ thể. Văn phòng Chính phủ gắn nhiều hơn với cung cấp thông tin

về hoạt động chỉ đạo, điều hành của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ và truyền thông chính sách. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch vừa tổ chức truyền thông trong phạm vi quản lý, vừa thực hiện chức năng quản lý nhà nước đối với báo chí, thông tin điện tử và các lĩnh vực liên quan. Bộ Quốc phòng tập trung vào các vấn đề quốc phòng, quân sự, chủ quyền và lợi ích quốc gia; trong khi Bộ Công an nổi bật ở hoạt động cung cấp, xác thực, cảnh báo thông tin liên quan đến an ninh, trật tự, an ninh mạng, lừa đảo và các hành vi vi phạm trên môi trường số. Những khác biệt này phản ánh sự phân công theo chức năng hơn là sự tồn tại của những mô hình truyền thông phòng, chống tin giả tách biệt.

Tính đa chủ thể đồng thời đặt ra yêu cầu phối hợp, nhất là khi thông tin sai lệch liên quan đến nhiều ngành, lĩnh vực hoặc cần xác minh qua nhiều nguồn. Phỏng vấn sâu cho thấy sự phối hợp được thực hiện cả trong nội bộ từng cơ quan và giữa các đơn vị liên quan, từ nhận diện vấn đề, xác minh, tham mưu xử lý đến cung cấp thông tin. Đối với vụ việc thuộc rõ phạm vi của một cơ quan, quá trình xác minh và cung cấp thông tin có thể được triển khai trong phạm vi chủ thể đó; ngược lại, những vấn đề phức tạp, liên ngành hoặc liên quan nhiều cấp thường cần thêm thời gian để xác định thông tin và thống nhất nội dung trước khi công bố.

Một số ý kiến phỏng vấn cho rằng trong những trường hợp như vậy, quá trình xác minh và phối hợp có thể kéo dài trong khi thông tin sai lệch vẫn tiếp tục lưu hành trên môi trường số (PVS4; PVS5; PVS9; xem Phụ lục 3B). Kết quả này cho thấy một yêu cầu đặc thù của truyền thông phòng, chống tin giả: tốc độ phản ứng phải được đặt trong quan hệ với độ chính xác, thẩm quyền và trách nhiệm đối với thông tin được công bố. Phản ứng chậm có thể tạo thêm thời gian cho thông tin sai lệch lan truyền; nhưng cung cấp thông tin khi chưa đủ căn cứ lại có nguy cơ ảnh hưởng đến độ tin cậy của chính nguồn thông tin chính thức. Vì vậy, vấn đề không chỉ là rút ngắn thời gian phản ứng mà là nâng cao khả năng phối hợp và xác minh để cung cấp thông tin sớm khi có đủ căn cứ. Hiệu quả truyền thông do đó không được quyết định riêng bởi năng lực của

từng chủ thể mà còn phụ thuộc vào khả năng vận hành liên thông từ phát hiện, xác minh đến hình thành và cung cấp thông tin chính thức.

Từ góc độ công chúng, khảo sát ghi nhận xu hướng đánh giá tương đối tích cực đối với chính sách. Có 84,7% số người trả lời hợp lệ đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý rằng Chính phủ đã ban hành các chính sách, quy định rõ ràng về phòng, chống tin giả (N = 313; điểm trung bình 4,06/5); 83,6% đánh giá các chính sách được truyền thông công khai, minh bạch và dễ tiếp cận (N = 317; điểm trung bình 4,03/5) (xem Phụ lục 2B). Hai kết quả khá gần nhau cho thấy trong nhóm người tham gia khảo sát, đánh giá tích cực không chỉ tập trung ở sự hiện diện của chính sách mà còn ở khả năng tiếp cận thông tin về chính sách. Tuy nhiên, đây là đánh giá tự báo cáo của người tham gia và được sử dụng như nguồn dữ liệu bổ trợ, không thay thế việc phân tích nội dung và thực tiễn tổ chức chính sách.

Quy mô nội dung cũng cho thấy mức độ hiện diện khác nhau của các chủ thể trong bộ dữ liệu. Trong 14.580 đơn vị nội dung được ghi nhận, Bộ Công an chiếm 43,6%, Văn phòng Chính phủ 30,0%, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch 14,0% và Bộ Quốc phòng 12,3% (xem Phụ lục 1B). Cơ cấu này có liên hệ với phạm vi chức năng, tính chất vấn đề và hệ thống kênh của từng cơ quan. Chẳng hạn, lĩnh vực an ninh, trật tự và an toàn trên môi trường số gắn với nhiều nội dung cảnh báo lừa đảo, giả mạo và nguy cơ an ninh mạng có tần suất xuất hiện thường xuyên. Vì vậy, tỷ trọng nội dung không được sử dụng để xếp hạng vai trò hoặc hiệu quả giữa các chủ thể mà chủ yếu phản ánh cơ cấu hoạt động truyền thông trong phạm vi khảo sát. Điều này cũng cho thấy hiệu quả cần được đánh giá trong quan hệ với chức năng, mục tiêu và đặc điểm vấn đề mà từng chủ thể xử lý, thay vì chỉ dựa trên số lượng nội dung được phát hành.

Tổng hợp cấu phần chủ thể và chính sách cho thấy hai đặc điểm nổi bật: (i) việc gắn truyền thông phòng, chống tin giả với cơ quan có chức năng, chuyên môn và thẩm quyền tạo nền tảng cho độ chính xác, độ tin cậy và khả năng kiểm chứng của thông tin chính thức; đồng thời các chính sách liên quan được nhóm

công chúng khảo sát đánh giá tương đối tích cực về mức độ rõ ràng và khả năng tiếp cận; (ii) mô hình đa chủ thể làm gia tăng yêu cầu phối hợp, nhất là đối với những vấn đề liên ngành, trong khi thời gian xác minh và thống nhất thông tin có thể ảnh hưởng đến tính kịp thời của phản ứng. Đặt trong khung Shannon–Weaver, hiệu quả của cấu phần nguồn phát vì vậy không chỉ phụ thuộc vào thẩm quyền của chủ thể mà còn vào năng lực tổ chức, phối hợp và chuyển thông tin chuyên môn thành thông điệp chính thức kịp thời, có căn cứ.

3.2.2. Kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán

Trong môi trường số, truyền thông phòng, chống tin giả không chỉ phụ thuộc vào việc thiết lập các kênh chính thức mà còn gắn với cách tổ chức truyền thông đa nền tảng, năng lực ứng dụng công nghệ và khả năng thích ứng với cơ chế phân phối nội dung. Sự chuyển dịch sang hệ sinh thái nền tảng làm thay đổi tốc độ lưu chuyển thông tin, hình thức tiếp nhận và quan hệ giữa chủ thể cung cấp với công chúng. Trong cấu phần này, dữ liệu được xem xét chủ yếu với tư cách đối tượng của quá trình thu thập, xử lý và phân tích bằng công nghệ; việc khai thác dữ liệu để xây dựng, xác minh và điều chỉnh nội dung được phân tích tại mục 3.2.3.

3.2.2.1. Hệ thống kênh truyền thông và xu hướng đa nền tảng

Trong phạm vi nghiên cứu, bốn chủ thể triển khai 21 kênh chính thức trên năm loại hình nền tảng, gồm website/cổng thông tin điện tử, Facebook, TikTok, YouTube và Zalo. Facebook và website/cổng thông tin điện tử chiếm 78,2% tổng số đơn vị nội dung được ghi nhận; phần còn lại phân bố trên TikTok, YouTube và Zalo (xem Phụ lục 1B). Cơ cấu này cho thấy hoạt động truyền thông chính thức đã mở rộng từ các kênh do cơ quan nhà nước trực tiếp quản lý sang những nền tảng mạng xã hội có mức độ hiện diện cao trong đời sống thông tin số.

Website/cổng thông tin điện tử tiếp tục có vị trí quan trọng do khả năng công bố, lưu trữ và truy xuất nguồn. Đối với thông tin cần kiểm chứng, đính chính hoặc giải thích, khả năng xác định chủ thể phát hành, thời điểm công bố,

nội dung đầy đủ và căn cứ liên quan là điều kiện để công chúng và báo chí đối chiếu. Vì vậy, website/cổng thông tin vừa là kênh phân phối, vừa đóng vai trò nguồn tham chiếu chính thức. Trong khi đó, mạng xã hội mở rộng khả năng đưa thông tin tới công chúng ở những môi trường họ thường xuyên sử dụng, với các lợi thế khác nhau về văn bản, hình ảnh, video, video ngắn và tương tác.

Các ý kiến PVS1–PVS3 cho thấy người tham gia phỏng vấn tiếp cận thông tin chính thống qua website/cổng thông tin, báo chí và mạng xã hội; trong đó những hình thức ngắn gọn, trực quan được đánh giá thuận tiện hơn khi tiếp nhận trên thiết bị di động (xem Phụ lục 3B). Mặc dù số lượng người phỏng vấn không cho phép khái quát cho toàn bộ công chúng, kết quả này bổ sung góc nhìn về sự đa dạng trong hành vi tiếp nhận.

Tuy nhiên, đa kênh chưa đồng nghĩa với đa nền tảng có hiệu quả. Việc duy trì tài khoản trên nhiều nền tảng mới tạo điều kiện phân phối thông tin; khả năng tiếp cận thực tế còn phụ thuộc vào nội dung, công chúng, định dạng, thời điểm và cơ chế phân phối của từng nền tảng. Vì vậy, số lượng kênh phản ánh mức độ hiện diện nhưng chưa đủ để kết luận về khả năng tiếp cận hay hiệu quả truyền thông.

3.2.2.2. Tổ chức truyền thông đa nền tảng

Việc sử dụng đồng thời nhiều nền tảng đặt ra yêu cầu cao hơn so với duy trì nhiều kênh. Mỗi nền tảng có cấu trúc nội dung, định dạng, hành vi người sử dụng và cơ chế tương tác khác nhau; do đó, tổ chức truyền thông đa nền tảng đòi hỏi vừa duy trì sự thống nhất của thông tin cốt lõi, vừa thích ứng cách thể hiện với từng môi trường tiếp nhận.

Dữ liệu cho thấy nội dung văn bản chiếm tỷ trọng lớn nhất với 8.080 đơn vị (55,4%); tiếp đến là video dài trên 3 phút với 3.240 đơn vị (22,2%), short video dưới 3 phút 1.750 đơn vị (12,0%), infographic 1.020 đơn vị (7,0%) và livestream 490 đơn vị (3,4%) (xem Phụ lục 1B). Cơ cấu này cho thấy các chủ thể đã đa dạng hóa hình thức thể hiện, song văn bản vẫn giữ vị trí chủ đạo. Tuy nhiên, tần suất sử dụng chỉ phản ánh cơ cấu sản phẩm, không đủ để xác định định dạng nào hiệu quả hơn.

Dữ liệu công khai cũng ghi nhận sự khác biệt về tỷ lệ tương tác giữa các nền tảng: TikTok đạt 22,49%, Facebook 8,08% và YouTube 7,86% (xem Phụ lục 1B). Sự khác biệt có thể liên quan đến đặc điểm công chúng, chủ đề, định dạng, quy mô tài khoản, thời điểm đăng tải và cơ chế phân phối. Do đó, không thể từ tỷ lệ tương tác suy ra TikTok “hiệu quả hơn” Facebook hoặc YouTube; số liệu chủ yếu cho thấy cùng một hoạt động truyền thông khi đi qua những nền tảng khác nhau có thể tạo ra những dạng thức tiếp nhận và tương tác khác nhau. Đối với truyền thông phòng, chống tin giả, nội dung cần vừa đủ nhanh để xuất hiện trong dòng thông tin đang diễn biến, vừa bảo đảm căn cứ và khả năng truy xuất. Cảnh báo ngắn trên mạng xã hội có thể hỗ trợ tiếp cận nhanh, trong khi thông tin đầy đủ về căn cứ xác minh phù hợp hơn với website/cổng thông tin. Vì vậy, vấn đề không nằm ở mở thêm nhiều kênh mà ở khả năng tổ chức chúng thành một hệ thống đa nền tảng, trong đó thông tin cốt lõi thống nhất, hình thức thể hiện thích ứng và nguồn chính thức vẫn có khả năng được nhận diện, truy xuất.

3.2.2.3. Ứng dụng công nghệ theo dõi, phát hiện và hỗ trợ xử lý tin giả

Sự gia tăng về khối lượng, tốc độ và dạng thức thông tin trên môi trường số khiến việc theo dõi hoàn toàn bằng phương pháp thủ công ngày càng khó đáp ứng yêu cầu thực tiễn. Công nghệ vì vậy trở thành công cụ hỗ trợ theo dõi môi trường thông tin, nhận diện vấn đề, sàng lọc nội dung và xác minh.

Phỏng vấn sâu ghi nhận tại một số chủ thể đã sử dụng các hình thức theo dõi báo chí, môi trường mạng, tổng hợp và phân tích thông tin. Quá trình xác minh còn kết hợp thông tin từ đơn vị chuyên môn, địa phương, lực lượng kỹ thuật và trong một số trường hợp có sự phối hợp với doanh nghiệp nền tảng (PVS5; PVS9; xem Phụ lục 3B). Các công cụ số có thể hỗ trợ nhận diện chủ đề đang gia tăng, tập hợp nội dung liên quan, phát hiện tín hiệu bất thường hoặc kiểm tra một số dạng thức văn bản, hình ảnh, âm thanh và video. Đối với AI tạo sinh và *deepfake*, nhu cầu hỗ trợ kỹ thuật càng rõ do nội dung giả mạo ngày càng tinh vi và đa dạng về định dạng.

Tuy nhiên, công nghệ hỗ trợ phát hiện không đồng nghĩa với khả năng tự quyết định tính xác thực của thông tin. Nội dung được nhận diện là bất thường vẫn cần kiểm tra nguồn, bối cảnh và đối chiếu với cơ quan có thẩm quyền. Điều này cho thấy công nghệ chủ yếu hỗ trợ năng lực phát hiện và xử lý thông tin đầu vào, trong khi độ tin cậy của kết luận vẫn phụ thuộc vào sự kết hợp giữa công cụ kỹ thuật, dữ liệu, chuyên môn và thẩm quyền xác minh.

Khảo sát công chúng ghi nhận 75,4% số người trả lời hợp lệ đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý rằng các nền tảng số do Chính phủ sử dụng có ứng dụng công nghệ phù hợp để phát hiện và xử lý tin giả kịp thời ($N = 321$; điểm trung bình 3,89/5); 78,2% đánh giá tích cực vai trò của AI, hệ thống giám sát và xác thực thông tin ($N = 320$; điểm trung bình 3,94/5) (xem Phụ lục 2B). Tuy nhiên, đây là nhận thức của người tham gia khảo sát, không phải phép đo kỹ thuật đối với năng lực công nghệ thực tế của từng cơ quan.

Đối chiếu phỏng vấn và khảo sát cho thấy công nghệ ngày càng trở thành điều kiện hỗ trợ quan trọng, nhưng dữ liệu hiện có chưa cho phép xác định mức độ ứng dụng đồng nhất giữa bốn chủ thể hoặc đánh giá chất lượng từng hệ thống kỹ thuật. Vì vậy, hiệu quả ứng dụng công nghệ cần được nhìn nhận ở khả năng hỗ trợ con người phát hiện và xử lý thông tin nhanh, chính xác hơn, thay vì ở mức độ tự động hóa đơn thuần.

3.2.2.4. Thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu bằng công nghệ số

Khả năng thu thập, tổ chức và phân tích dữ liệu là điều kiện quan trọng để nhận diện vấn đề và theo dõi diễn biến thông tin sai lệch. Trong môi trường số, dữ liệu có thể xuất hiện đồng thời trên báo chí, mạng xã hội, kênh chính thức, phản ánh của công chúng và các nguồn chuyên môn, đặt ra yêu cầu tổng hợp, sàng lọc và xác định độ tin cậy.

Phỏng vấn sâu cho thấy thông tin được thu thập từ báo chí, môi trường mạng, bình luận và tương tác trên kênh chính thức, phản ánh của công chúng và các nguồn chuyên môn. Trong lĩnh vực quốc phòng còn có thông tin từ hoạt động nắm bắt dư luận xã hội, dư luận quân nhân và hệ thống báo cáo theo ngành

đọc (PVS6; PVS8; PVS9; xem Phụ lục 3B). Công nghệ số hỗ trợ tổng hợp, tìm kiếm, phân loại và nhận diện những tín hiệu cần chú ý, qua đó giảm áp lực rà soát thủ công; tuy nhiên, chất lượng kết quả vẫn phụ thuộc vào nguồn dữ liệu, tiêu chí xử lý, công cụ và sự kiểm tra của con người.

Một số ý kiến phỏng vấn cho thấy điều kiện thu thập, kết nối, xử lý và phân tích dữ liệu giữa các đơn vị chưa hoàn toàn giống nhau. Điều này cho thấy năng lực công nghệ không chỉ phụ thuộc vào công cụ mà còn liên quan đến dữ liệu, nhân lực, khả năng vận hành và cơ chế phối hợp. Tuy nhiên, bằng chứng hiện có chưa cho phép lượng hóa mức độ khác biệt giữa từng chủ thể hoặc khẳng định sự tồn tại của một hệ thống lắng nghe mạng xã hội đồng bộ giữa bốn cơ quan.

Cần phân biệt xử lý dữ liệu bằng công nghệ với khai thác dữ liệu như nguồn lực cho nội dung truyền thông. Ở đây, trọng tâm là khả năng thu thập, tổng hợp, phân loại và phân tích thông tin bằng công cụ số; việc sử dụng dữ liệu đã được kiểm tra để xác minh, xây dựng hoặc điều chỉnh nội dung được phân tích tại mục 3.2.3.

3.2.2.5. Thuật toán phân phối nội dung

Một đặc điểm của truyền thông trên nền tảng số là chủ thể phát hành không hoàn toàn quyết định cách thức và phạm vi nội dung được phân phối sau khi đăng tải. Khả năng hiển thị trên mạng xã hội còn chịu tác động của cơ chế đề xuất, hành vi người sử dụng, định dạng, thời điểm đăng tải, mức độ tương tác và các yếu tố khác. Vì vậy, nội dung đã được công bố chính thức chưa chắc xuất hiện trước nhóm công chúng đang cần hoặc đang tiếp xúc với thông tin sai lệch. Thách thức này càng rõ trong truyền thông phòng, chống tin giả. Tin giả có thể được thiết kế ngắn, gây tò mò, kích thích cảm xúc hoặc phù hợp với logic lan truyền của nền tảng, trong khi thông tin chính thức phải đáp ứng yêu cầu về căn cứ, xác minh, thẩm quyền và trách nhiệm. Một số người tham gia phỏng vấn đã nhận diện vấn đề này trong thực tiễn (PVS4; PVS5; PVS9; xem Phụ lục 3B). Điều đó đặt ra yêu cầu trình bày và phân phối thông tin chính thống phù

hợp hơn với môi trường tiếp nhận số mà không làm suy giảm tính chính xác và độ tin cậy.

Video ngắn, infographic hoặc phần tóm tắt có thể giúp công chúng nhanh chóng nhận biết thông tin cốt lõi, trong khi nội dung đầy đủ trên website/cổng thông tin tạo điều kiện kiểm tra căn cứ và bối cảnh. Sự kết hợp các lớp thông tin vì vậy có thể hỗ trợ cân bằng giữa tiếp nhận nhanh và yêu cầu kiểm chứng.

Dữ liệu công khai không cho phép xác định mức độ đóng góp riêng của thuật toán đối với các chỉ số tương tác, và luận án cũng không tiếp cận dữ liệu nội bộ về hệ thống đề xuất của các nền tảng. Vì vậy, lượt xem và tương tác chỉ được sử dụng như dữ liệu về kết quả phân phối quan sát được, không phải bằng chứng về tác động nhân quả của thuật toán. Thực trạng này cho thấy chủ thể có thể kiểm soát nguồn phát và nội dung chính thức nhưng không kiểm soát hoàn toàn quá trình phân phối sau khi thông điệp đi vào hệ sinh thái nền tảng.

Do đó, thích ứng với thuật toán không phải là “điều khiển” thuật toán mà là lựa chọn cách thể hiện, thời điểm và phương thức phân phối phù hợp, đồng thời duy trì nguồn chính thức có khả năng truy xuất. Xét theo khung Shannon–Weaver, cơ chế phân phối của nền tảng có thể trở thành một yếu tố nhiều khi ảnh hưởng đến khả năng thông điệp đến đúng công chúng và đúng thời điểm.

3.2.2.6. Phát hiện, xác minh và phản ứng với thông tin sai lệch

Phát hiện, xác minh và phản ứng thể hiện sự kết nối giữa hệ thống kênh, công nghệ, dữ liệu và năng lực tổ chức của chủ thể. Nếu không phát hiện đủ sớm, thông tin sai lệch có thể tiếp tục lan truyền; nếu xác minh không đầy đủ, thông tin phản hồi có nguy cơ thiếu căn cứ; nếu quá trình cung cấp thông tin kéo dài, khả năng can thiệp vào dòng thông tin đang diễn biến có thể bị hạn chế. Kết quả phỏng vấn cho thấy việc phát hiện có thể xuất phát từ theo dõi báo chí và môi trường mạng, phản ánh của công chúng, thông tin từ đơn vị chuyên môn hoặc các nguồn nghiệp vụ. Sau khi nhận diện vấn đề, quá trình xác minh thường cần đối chiếu nguồn, kiểm tra dữ kiện, làm việc với đơn vị chuyên môn và xác định cơ quan có thẩm quyền cung cấp thông tin. Tùy tính chất vụ việc,

kết quả có thể dẫn đến tiếp tục theo dõi, chủ động cung cấp thông tin, cảnh báo, đính chính hoặc phản bác (PVS4–PVS9; xem Phụ lục 3B). Hiệu quả phản ứng vì vậy phụ thuộc vào khả năng kết nối liên tục từ phát hiện đến xác minh và chuyển kết quả xác minh thành thông tin chính thức.

Yếu tố thời gian có ý nghĩa đặc biệt. Với vấn đề thuộc rõ chức năng và có căn cứ sẵn có, quá trình phản ứng có thể thuận lợi hơn; với vấn đề liên ngành, cần xác minh qua nhiều đầu mối hoặc liên quan nội dung chưa thể công bố ngay, thời gian xử lý có thể kéo dài trong khi thông tin sai lệch tiếp tục lưu hành. Yêu cầu đặt ra vì vậy không phải “phản ứng nhanh nhất” mà là rút ngắn thời gian từ nhận diện đến cung cấp thông tin chính thức trong điều kiện vẫn bảo đảm độ chính xác, thẩm quyền và trách nhiệm.

AI tạo sinh và *deepfake* làm quá trình phát hiện, xác minh phức tạp hơn do nội dung giả mạo có thể tồn tại dưới dạng văn bản, hình ảnh, âm thanh, video hoặc kết hợp nhiều dạng thức. Công nghệ có thể hỗ trợ phát hiện dấu hiệu bất thường và sàng lọc nội dung, nhưng kết luận vẫn phải dựa trên nguồn, bối cảnh, căn cứ chuyên môn và xác nhận của chủ thể có thẩm quyền.

Phản ứng với thông tin sai lệch cũng không đồng nghĩa với phản bác công khai mọi trường hợp. Việc lựa chọn thông tin cần ưu tiên phải căn cứ vào tính chất, phạm vi lưu hành, nhóm công chúng có khả năng bị tác động và hậu quả tiềm tàng. Năng lực phản ứng vì vậy không chỉ thể hiện ở tốc độ mà còn ở khả năng xác định đúng vấn đề, lựa chọn hình thức xử lý phù hợp và cung cấp thông tin có căn cứ khi còn khả năng hạn chế tác động của thông tin sai lệch.

Tổng hợp cấu phần kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán cho thấy các chủ thể đã hình thành hệ thống đa kênh, đa định dạng và ứng dụng công nghệ để hỗ trợ theo dõi, phát hiện, xử lý dữ liệu và xác minh thông tin. Tuy nhiên, hiệu quả không phụ thuộc đơn thuần vào số lượng kênh hay mức độ ứng dụng công nghệ mà vào khả năng tổ chức truyền thông đa nền tảng, liên thông dữ liệu – công nghệ – nghiệp vụ và thích ứng với cơ chế phân phối. Đặt trong khung Shannon–Weaver, kênh số vừa mở rộng khả năng chuyển tải thông điệp,

vừa làm xuất hiện những yếu tố nhiễu từ thuật toán, cạnh tranh thông tin và độ trễ giữa tốc độ lan truyền của tin giả với quá trình xác minh, cung cấp thông tin chính thức.

3.2.3. Nội dung và dữ liệu truyền thông phòng, chống tin giả

Nội dung và dữ liệu truyền thông là cấu phần trực tiếp gắn với quá trình xây dựng, xác minh và chuyển tải thông tin đến công chúng. Ở cấu phần này, dữ liệu được tiếp cận chủ yếu với tư cách nguồn lực thông tin, cung cấp căn cứ để nhận diện vấn đề, xác minh, xây dựng và điều chỉnh nội dung. Phân tích tập trung vào cơ cấu và trọng tâm nội dung; tính chính xác, rõ ràng, kịp thời và khả năng kiểm chứng; hình thức thể hiện; các chủ đề mới gắn với AI và *deepfake*; đồng thời xem xét vai trò của dữ liệu trong tổ chức nội dung truyền thông phòng, chống tin giả.

3.2.3.1. Cơ cấu nội dung truyền thông phòng, chống tin giả

Phân tích 14.580 đơn vị nội dung cho thấy truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số bao gồm nhiều nhóm hoạt động, từ nhận diện thông tin sai lệch, cung cấp thông tin chính thống, kiểm chứng, xác thực, phản bác, đánh chính đến cảnh báo rủi ro và hướng dẫn công chúng. Cơ cấu này cho thấy hoạt động truyền thông không chỉ tập trung xử lý sau khi tin giả xuất hiện mà còn bao gồm cung cấp thông tin chủ động và phòng ngừa, qua đó góp phần hạn chế khoảng trống thông tin và nâng cao khả năng nhận diện, kiểm chứng của công chúng.

Nội dung và dữ liệu truyền thông là cấu phần trực tiếp gắn với quá trình xây dựng, xác minh và chuyển tải thông tin đến công chúng. Ở cấu phần này, dữ liệu được tiếp cận chủ yếu với tư cách nguồn lực thông tin, cung cấp căn cứ để nhận diện vấn đề, xác minh, xây dựng và điều chỉnh nội dung. Phân tích tập trung vào cơ cấu và trọng tâm nội dung; tính chính xác, rõ ràng, kịp thời và khả năng kiểm chứng; hình thức thể hiện; các chủ đề mới gắn với AI và *deepfake*; đồng thời xem xét vai trò của dữ liệu trong tổ chức nội dung truyền thông phòng, chống tin giả.

Bảng 3.1. Phân bố nội dung truyền thông theo nhóm nội dung

Nhóm nội dung	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Tin giả và thông tin sai lệch	3.616	24,8
Giải thích chính sách và cung cấp thông tin chính thống	2.814	19,3
Kiểm chứng và xác thực thông tin	2.318	15,9
Phản bác, đính chính thông tin	1.910	13,1
Cảnh báo lừa đảo, giả mạo trên không gian mạng	1.706	11,7
Trí tuệ nhân tạo (AI), <i>deepfake</i> , công nghệ tạo sinh	919	6,3
An toàn thông tin và an ninh mạng	845	5,8
Hướng dẫn nhận diện tin giả và nâng cao kỹ năng truyền thông số	452	3,1
Tổng	14.580	100,0

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

3.2.3.1. Cơ cấu nội dung truyền thông phòng, chống tin giả

Phân tích 14.580 đơn vị nội dung cho thấy truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số bao gồm nhiều nhóm hoạt động, từ nhận diện thông tin sai lệch, cung cấp thông tin chính thống, kiểm chứng, xác thực, phản bác, đính chính đến cảnh báo rủi ro và hướng dẫn công chúng. Cơ cấu này cho thấy hoạt động truyền thông không chỉ tập trung xử lý sau khi tin giả xuất hiện mà còn bao gồm cung cấp thông tin chủ động và phòng ngừa.

Trong tám nhóm, tin giả và thông tin sai lệch có tỷ trọng lớn nhất với 3.616 đơn vị, chiếm 24,8%. Tiếp đến là giải thích chính sách và cung cấp thông tin chính thống với 19,3%; kiểm chứng, xác thực thông tin 15,9%; phản bác, đính chính thông tin 13,1%. Bốn nhóm này chiếm 73,1% tổng số nội dung, cho thấy cấu trúc chủ đạo tập trung vào hai hướng: cung cấp, củng cố nguồn thông tin chính thức và trực tiếp nhận diện, kiểm chứng, xử lý thông tin sai lệch.

Bên cạnh đó, cảnh báo lừa đảo, giả mạo trên không gian mạng chiếm 11,7%; AI, *deepfake*, công nghệ tạo sinh 6,3%; an toàn thông tin, an ninh mạng

5,8%. Các nhóm này cho thấy yếu tố cảnh báo và phòng ngừa đã hiện diện trong cơ cấu nội dung. Tuy nhiên, nhóm hướng dẫn nhận diện tin giả và nâng cao kỹ năng truyền thông số chỉ có 452 đơn vị, tương đương 3,1%, thấp nhất trong tám nhóm. Kết quả này không phản ánh chất lượng của các sản phẩm hướng dẫn, nhưng cho thấy nội dung trực tiếp trang bị năng lực tự nhận diện và kiểm chứng cho công chúng còn chiếm tỷ trọng tương đối nhỏ so với các nhóm cung cấp và xử lý thông tin.

3.2.3.2. Trọng tâm nội dung theo chức năng của các chủ thể

Cơ cấu nội dung chịu ảnh hưởng rõ bởi chức năng, thẩm quyền và lĩnh vực quản lý của từng chủ thể. Văn phòng Chính phủ tập trung vào hoạt động chỉ đạo, điều hành của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ và giải thích chính sách, qua đó duy trì nguồn thông tin có thẩm quyền để báo chí và công chúng đối chiếu khi xuất hiện thông tin chưa chính xác.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch thể hiện đồng thời hai phương diện: truyền thông các vấn đề thuộc lĩnh vực quản lý và nội dung gắn với chức năng quản lý nhà nước đối với báo chí, phát thanh, truyền hình, thông tin điện tử và các lĩnh vực liên quan. Vì vậy, bên cạnh truyền thông chính sách còn có các nội dung phổ biến quy định, cảnh báo, nhận diện và xử lý thông tin sai lệch, thông tin xấu độc trên môi trường số.

Bộ Quốc phòng tập trung vào quốc phòng, quân sự, chủ quyền và lợi ích quốc gia. Đặc thù này đặt nội dung truyền thông trong quan hệ giữa yêu cầu kịp thời với độ chính xác, thẩm quyền phát ngôn và phạm vi thông tin được phép công bố. Bộ Công an nổi bật ở các nội dung cảnh báo và phòng ngừa nguy cơ liên quan đến an ninh, trật tự, lừa đảo trực tuyến, giả mạo, AI, *deepfake* và an toàn trên môi trường mạng.

Sự phân hóa trên cho thấy chức năng của chủ thể là yếu tố trực tiếp định hình trọng tâm thông điệp. Tính chuyên biệt tạo lợi thế về chuyên môn và thẩm quyền, nhưng khi vấn đề giao thoa giữa nhiều lĩnh vực lại đặt ra yêu cầu phối hợp về dữ liệu, xác minh và thống nhất thông tin.

3.2.3.3. *Tính chính xác, rõ ràng và khả năng tiếp nhận nội dung*

Tính chính xác là yêu cầu nền tảng của truyền thông Chính phủ, đặc biệt khi mục tiêu là giúp công chúng phân biệt thông tin đúng – sai. Tuy nhiên, trong môi trường số, độ chính xác cần đi cùng khả năng trình bày rõ ràng và phù hợp với cách thức tiếp nhận của công chúng.

Khảo sát cho thấy 80,1% số người trả lời hợp lệ đánh giá tích cực về tính rõ ràng, dễ hiểu và phù hợp với môi trường số của nội dung (N = 322; điểm trung bình 3,97/5); 77,6% đánh giá nội dung phù hợp với nhiều nhóm công chúng khác nhau (N = 322; điểm trung bình 3,94/5) (xem Phụ lục 2B). Kết quả cho thấy xu hướng đánh giá tương đối tích cực về khả năng tiếp nhận nội dung trong nhóm người tham gia khảo sát.

Phỏng vấn PVS1–PVS3 đồng thời ghi nhận một số trường hợp nội dung còn dài, sử dụng ngôn ngữ hành chính hoặc thuật ngữ chuyên môn, thiếu yếu tố trực quan và chưa thuận tiện với cách tiếp nhận nhanh trên môi trường số (xem Phụ lục 3B). Hai nguồn dữ liệu không mâu thuẫn mà bổ sung cho nhau: khảo sát phản ánh xu hướng đánh giá chung, còn phỏng vấn nhận diện những điểm cần cải thiện. Vấn đề đặt ra là khả năng chuyển hóa thông tin chính xác, có căn cứ thành nội dung dễ hiểu mà không làm mất bối cảnh hoặc sai lệch bản chất thông tin. Vì vậy, khả năng tiếp nhận không chỉ phụ thuộc vào độ dài mà còn vào cấu trúc, ngôn ngữ, thứ tự ưu tiên và cách thể hiện thông tin.

3.2.3.4. *Tính kịp thời, minh bạch và khả năng kiểm chứng*

Tốc độ lan truyền thông tin trên môi trường số tạo sức ép lên khả năng phản ứng của nguồn chính thức, nhưng tính kịp thời phải được đặt trong quan hệ với độ chính xác, thẩm quyền và trách nhiệm đối với thông tin công bố. Phỏng vấn sâu cho thấy thời gian cung cấp thông tin phụ thuộc vào quá trình kiểm tra, xác minh và phối hợp, nhất là với vấn đề liên ngành hoặc cần xác minh qua nhiều đầu mối (PVS4–PVS9; xem Phụ lục 3B).

Do đó, kịp thời không đơn giản là công bố càng nhanh càng tốt mà là cung cấp thông tin có căn cứ trong khoảng thời gian phù hợp với diễn biến của

vấn đề, hạn chế khoảng thời gian công chúng chỉ tiếp xúc với nguồn chưa được xác thực. Khi chưa thể đưa ra kết luận đầy đủ, việc chủ động cung cấp phần thông tin đã được xác định hoặc thông báo vấn đề đang được xác minh cũng có thể góp phần giảm khoảng trống thông tin.

Khả năng kiểm chứng đồng thời phụ thuộc vào tính minh bạch của nguồn. Việc xác định rõ cơ quan phát hành, thời điểm, dữ liệu, văn bản và căn cứ đối chứng tạo điều kiện để báo chí và công chúng kiểm tra thông tin. Trong đó, website/cổng thông tin có lợi thế về lưu trữ, truy xuất, còn mạng xã hội thuận lợi về tốc độ phân phối; sự kết hợp giữa hai nhóm kênh có thể hỗ trợ đồng thời yêu cầu tiếp cận nhanh và kiểm chứng nguồn.

3.2.3.5. Hình thức thể hiện và mức độ phù hợp với công chúng

Dữ liệu nghiên cứu ghi nhận năm định dạng: bài viết/text 8.080 đơn vị (55,4%), video dài trên 3 phút 3.240 đơn vị (22,2%), short video dưới 3 phút 1.750 đơn vị (12,0%), infographic 1.020 đơn vị (7,0%) và livestream 490 đơn vị (3,4%) (xem Phụ lục 1B). Văn bản vẫn chiếm vị trí chủ đạo, trong khi video và các hình thức trực quan đã trở thành một bộ phận đáng kể của hoạt động truyền thông.

Mỗi định dạng có khả năng đáp ứng những mục tiêu khác nhau: bài viết thuận lợi cho trình bày bối cảnh, căn cứ và nguồn tham chiếu; video hỗ trợ giải thích vấn đề phức tạp; short video và infographic phù hợp với cảnh báo hoặc chuyển tải thông tin cốt lõi; livestream hỗ trợ cung cấp thông tin theo thời gian thực và tương tác trong những trường hợp phù hợp. Tuy nhiên, cơ cấu tần suất không cho phép xếp hạng hiệu quả giữa các định dạng, bởi kết quả còn phụ thuộc vào mục tiêu, nội dung, công chúng, chất lượng sản phẩm và môi trường phân phối.

PVS1–PVS3 gợi mở nhu cầu kết hợp nội dung ngắn, trực quan để tiếp nhận nhanh với nguồn thông tin đầy đủ, có căn cứ khi công chúng cần kiểm chứng (xem Phụ lục 3B). Vì vậy, vấn đề không phải lựa chọn giữa nội dung “ngắn” hay “dài” mà là tổ chức các lớp thông tin phù hợp với những nhu cầu tiếp nhận khác nhau.

3.2.3.6. Nội dung về AI, deepfake và công nghệ tạo sinh

Sự phát triển của AI tạo sinh làm giảm rào cản tạo lập hình ảnh, âm thanh và video giả mạo, khiến AI và *deepfake* trở thành một chủ đề mới của truyền thông phòng, chống tin giả. Trong 14.580 đơn vị nội dung được khảo sát, nhóm AI, *deepfake* và công nghệ tạo sinh có 919 đơn vị, chiếm 6,3%, chủ yếu liên quan đến giả mạo, lừa đảo sử dụng công nghệ và các rủi ro đối với người sử dụng. Điều này cho thấy các nguy cơ mới đã được phản ánh trong hoạt động truyền thông, mặc dù chưa phải nhóm chiếm tỷ trọng lớn.

Con số 6,3% chỉ phản ánh AI với tư cách chủ đề truyền thông, không phản ánh mức độ ứng dụng AI trong hoạt động nghiệp vụ của các cơ quan. Đáng chú ý, trong khi nội dung về AI, *deepfake* và công nghệ tạo sinh chiếm 6,3%, nhóm hướng dẫn nhận diện tin giả và nâng cao kỹ năng truyền thông số chỉ chiếm 3,1%. Hai nhóm không phải những phép đo trực tiếp của cùng một hiện tượng, nhưng sự chênh lệch gợi mở yêu cầu tăng cường chuyển hóa cảnh báo về rủi ro công nghệ thành hướng dẫn có khả năng áp dụng.

Đối với *deepfake*, hướng dẫn cũng không nên chỉ dựa vào một số “dấu hiệu giả” cố định vốn có thể nhanh chóng thay đổi theo công nghệ, mà cần chú trọng kỹ năng kiểm tra nguồn phát hành, đối chiếu với kênh chính thức, xem xét bối cảnh và thận trọng trước những nội dung bất thường yêu cầu hành động nhanh, chuyển tiền hoặc cung cấp thông tin cá nhân.

3.2.3.7. Dữ liệu phục vụ xây dựng, xác minh và điều chỉnh nội dung truyền thông

Ở cấu phần này, dữ liệu được tiếp cận với tư cách nguồn thông tin và căn cứ phục vụ truyền thông, khác với khía cạnh công nghệ thu thập, xử lý dữ liệu đã phân tích tại mục 3.2.2. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc xây dựng và xác minh nội dung dựa trên sự kết hợp giữa thông tin chính thống từ cơ quan có thẩm quyền, dữ liệu về thông tin sai lệch đang lưu hành, tài liệu và căn cứ đối chứng, cùng những phản hồi có giá trị từ công chúng.

Dữ liệu chính thống là cơ sở xác định nội dung đúng và tạo nguồn tham chiếu; dữ liệu về thông tin đang lưu hành giúp nhận diện vấn đề cần kiểm tra,

xác minh hoặc cảnh báo. Vì vậy, giá trị của dữ liệu không chủ yếu nằm ở số lượng thu thập mà ở độ tin cậy, tính cập nhật, sự phù hợp với bối cảnh và khả năng đối chiếu.

Phản hồi của công chúng cũng có thể giúp nhận diện những điểm chưa rõ, vấn đề gây nhầm lẫn hoặc nội dung cần giải thích thêm. Tuy nhiên, bình luận và phản ánh trên nền tảng không mặc nhiên đại diện cho toàn bộ công chúng hoặc tự động trở thành căn cứ truyền thông; chúng chỉ có giá trị sau khi được sàng lọc, kiểm tra và phân loại. Đây là điểm kết nối giữa cấu phần nội dung – dữ liệu với công chúng và phản hồi được phân tích ở mục 3.2.4.

3.2.3.8. Phương thức tổ chức nội dung truyền thông

Từ kết quả phân tích có thể nhận diện ba phương thức tổ chức nội dung chủ yếu: phản ứng, chủ động và phòng ngừa. Đây là cách phân loại phục vụ phân tích; trong thực tiễn, ba phương thức có thể đan xen và một sản phẩm truyền thông có thể đồng thời thực hiện nhiều chức năng.

Phương thức phản ứng được thể hiện khi thông tin sai lệch đã xuất hiện và chủ thể tiến hành xác minh, làm rõ, đính chính hoặc phản bác. Các nhóm kiểm chứng, xác thực và phản bác, đính chính trong Bảng 3.1 thể hiện rõ phương diện này. Phương thức chủ động thể hiện ở việc cung cấp thông tin chính thống, giải thích chính sách, công bố dữ liệu và làm rõ vấn đề được quan tâm mà không nhất thiết chờ xuất hiện một tin giả cụ thể; tỷ trọng 19,3% của nhóm giải thích chính sách và cung cấp thông tin chính thống cho thấy phương thức này đã có vị trí đáng kể trong cơ cấu nội dung.

Phương thức phòng ngừa hướng tới giảm khả năng công chúng bị tác động trước khi gặp thông tin sai lệch, thông qua cảnh báo thủ đoạn lừa đảo, giả mạo, rủi ro AI, *deepfake*, hướng dẫn nhận diện tin giả và nâng cao kỹ năng truyền thông số. Cơ cấu dữ liệu cho thấy cả ba phương thức đều hiện diện, nhưng trọng tâm vẫn nghiêng về cung cấp và xử lý thông tin, trong khi nhóm trực tiếp nâng cao kỹ năng nhận diện của công chúng chỉ chiếm 3,1%. Phòng ngừa vì vậy đã được triển khai nhưng còn dư địa để tăng cường.

Ba phương thức không thay thế mà bổ sung cho nhau: phản ứng xử lý thông tin sai đã xuất hiện; chủ động tạo nguồn thông tin chính thống trước và trong quá trình vấn đề được quan tâm; phòng ngừa nâng cao khả năng tự nhận diện và ứng xử của công chúng. Sự kết hợp giữa ba phương thức là điều kiện để truyền thông phòng, chống tin giả chuyển từ trọng tâm xử lý sau khi thông tin sai lệch xuất hiện sang cách tiếp cận chủ động và phòng ngừa hơn.

Tổng hợp cấu phần nội dung và dữ liệu truyền thông cho thấy thông điệp truyền thông phòng, chống tin giả đã bao quát cả cung cấp thông tin chính thống, kiểm chứng – đính chính – phản bác và cảnh báo – phòng ngừa. Tuy nhiên, cơ cấu nội dung vẫn tập trung nhiều hơn vào cung cấp và xử lý thông tin, trong khi nội dung trực tiếp nâng cao năng lực tự nhận diện, kiểm chứng của công chúng còn chiếm tỷ trọng thấp. Đặt trong khung Shannon–Weaver, hiệu quả của thông điệp vì vậy không chỉ phụ thuộc vào tính chính xác mà còn vào khả năng lựa chọn, mã hóa và tổ chức thông tin theo hướng rõ ràng, kịp thời, có căn cứ, dễ kiểm chứng và phù hợp với công chúng.

3.2.4. Công chúng và phản hồi công chúng

Trong môi trường số, công chúng không chỉ tiếp nhận thông tin mà còn có khả năng tương tác, đối chiếu, phản ánh, báo cáo và cung cấp thông tin trở lại cho chủ thể truyền thông. Quan hệ giữa chủ thể và công chúng vì vậy không thuần túy theo chiều truyền phát mà gắn với quá trình tiếp nhận và hình thành phản hồi. Luận án xem xét cấu phần này trên ba phương diện, gồm: (i) khả năng tiếp cận thông tin chính thống của công chúng; (ii) tương tác và phản hồi của công chúng; (iii) khả năng tiếp nhận, xử lý phản hồi của chủ thể truyền thông. Những phản hồi có giá trị sau khi được kiểm tra, phân loại có thể trở thành nguồn thông tin đầu vào phục vụ xác minh, xây dựng và điều chỉnh nội dung.

3.2.4.1. Khả năng tiếp cận công chúng

Hệ thống 21 kênh chính thức trên năm loại hình nền tảng tạo điều kiện phân phối thông tin trong nhiều môi trường tiếp nhận. Trên ba nền tảng có dữ liệu công khai tương ứng, Facebook ghi nhận khoảng 58,2 triệu lượt xem,

TikTok 48,25 triệu và YouTube 9,85 triệu, tổng cộng khoảng 116,3 triệu lượt xem trong thời gian khảo sát (xem Phụ lục 1B). Quy mô này cho thấy mức độ lưu chuyển đáng kể của nội dung chính thức trên các nền tảng mạng xã hội, qua đó mở rộng các điểm tiếp xúc giữa chủ thể truyền thông với công chúng. Tuy nhiên, lượt xem không đồng nhất với số người tiếp cận duy nhất và chưa thể được sử dụng như bằng chứng trực tiếp về hiệu quả truyền thông.

Khả năng tiếp cận còn phụ thuộc vào sự phù hợp giữa nội dung, định dạng, nền tảng và nhu cầu của người tiếp nhận. Mạng xã hội thuận lợi cho tiếp nhận nhanh và thường xuyên, trong khi website/cổng thông tin điện tử và các nguồn chính thức đầy đủ hơn có vai trò quan trọng khi công chúng cần tìm hiểu sâu hoặc kiểm chứng. PVS1–PVS3 cho thấy người tham gia phỏng vấn đánh giá thuận tiện hơn đối với nội dung ngắn, trực quan trên mạng xã hội, đặc biệt khi tiếp nhận qua thiết bị di động; nhưng khi cần xác minh hoặc tìm hiểu đầy đủ, họ có xu hướng tìm đến website/cổng thông tin, báo chí hoặc tài khoản chính thức để đối chiếu (xem Phụ lục 3B).

Kết quả trên cho thấy hệ thống đa nền tảng đã mở rộng không gian tiếp cận thông tin chính thống, nhưng sự hiện diện trên nhiều nền tảng mới tạo ra điều kiện ban đầu. Khả năng tiếp cận thực tế còn phụ thuộc vào cách tổ chức nội dung, định dạng, thời điểm phân phối và mức độ phù hợp với hành vi của từng nhóm công chúng. Vì vậy, mở rộng kênh cần gắn với khả năng giúp công chúng nhận biết nguồn có thẩm quyền khi cần kiểm chứng thông tin.

3.2.4.2. Tương tác và phản hồi của công chúng

Nền tảng số mở rộng khả năng tham gia của công chúng thông qua bình luận, chia sẻ, phản ánh, báo cáo và cung cấp thông tin. Trong truyền thông phòng, chống tin giả, những hình thức này không chỉ hỗ trợ lưu chuyển nội dung chính thống mà còn tạo ra tín hiệu về các vấn đề đang được quan tâm, gây tranh luận hoặc nghi ngờ về độ xác thực.

Dữ liệu ghi nhận khoảng 4,703 triệu lượt tương tác trên Facebook, 10,852 triệu trên TikTok và 774 nghìn trên YouTube trong thời gian khảo sát

(xem Phụ lục 1B). Quy mô này cho thấy những phản ứng quan sát được của công chúng đối với nội dung chính thức. Tuy nhiên, một lượt thích, bình luận hay chia sẻ có thể xuất phát từ những động cơ và thái độ khác nhau; do đó, chỉ số tương tác không đồng nhất với sự đồng thuận, niềm tin hay hiệu quả truyền thông. PVS1–PVS3 cho biết khi gặp thông tin chưa rõ độ tin cậy, người tham gia có xu hướng tìm kiếm và đối chiếu với website/cổng thông tin, báo chí hoặc tài khoản chính thức (xem Phụ lục 3B). Điều này cho thấy nguồn chính thống không chỉ được sử dụng để tiếp nhận thông tin mới mà còn đóng vai trò tham chiếu khi công chúng cần kiểm chứng nội dung từ các nguồn khác.

Khảo sát cũng ghi nhận 74,8% số người trả lời hợp lệ đánh giá tích cực về khả năng phản ánh, báo cáo tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ (N = 317; điểm trung bình 3,87/5) (xem Phụ lục 2B). Kết quả cho thấy trong nhóm người tham gia khảo sát, khả năng gửi phản ánh và báo cáo được nhìn nhận tương đối thuận lợi, tạo điều kiện hình thành dòng thông tin ngược từ công chúng tới chủ thể truyền thông. Tuy nhiên, sự tham gia này chỉ trở thành nguồn lực cho phòng, chống tin giả khi thông tin phản ánh được kiểm tra và xác minh; trách nhiệm xác định tính đúng – sai của thông tin vẫn thuộc về cơ quan và nguồn có thẩm quyền.

3.2.4.3. Tiếp nhận và xử lý phản hồi công chúng

Giá trị của phản hồi không chỉ nằm ở số lượng tương tác hay khả năng gửi thông tin mà còn phụ thuộc vào việc chủ thể có thể tiếp nhận, sàng lọc và xử lý những phản hồi có ý nghĩa như thế nào. Trong điều kiện khối lượng bình luận và thông tin trên môi trường số rất lớn, việc phân biệt phản ứng thông thường, ý kiến cá nhân, thông tin cần xác minh và phản ánh có giá trị trở thành yêu cầu quan trọng.

Với nhận định phản hồi về tin giả được cơ quan chức năng tiếp nhận và xử lý kịp thời, 67,6% số người trả lời hợp lệ lựa chọn đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý (N = 318; điểm trung bình 3,78/5), thấp hơn mức 74,8% đối với khả năng gửi phản ánh, báo cáo (xem Phụ lục 2B). Sự chênh lệch này chỉ được xem

xét ở phương diện mô tả, nhưng cho thấy mức độ đánh giá tích cực đối với khâu tiếp nhận, xử lý thấp hơn so với khả năng gửi phản ánh. Kết quả gợi mở rằng việc tạo ra điểm tiếp nhận mới chỉ là điều kiện ban đầu; hiệu quả của phản hồi còn phụ thuộc vào quá trình xử lý sau khi thông tin được gửi tới chủ thể có trách nhiệm.

PVS4–PVS9 cho thấy phản hồi được tiếp nhận từ nhiều nguồn như bình luận trên các kênh chính thức, thông tin phản ánh, báo chí, dư luận và môi trường mạng. Trong một số trường hợp, những nguồn này giúp nhận diện vấn đề đang được quan tâm, phát hiện dấu hiệu cần kiểm tra hoặc xác định nội dung cần tiếp tục giải thích, làm rõ. Phản hồi vì vậy có thể hỗ trợ chủ thể nhận diện sớm những vấn đề phát sinh trong môi trường thông tin.

Tuy nhiên, phản hồi trên nền tảng không mặc nhiên đại diện cho toàn bộ công chúng và thông tin do người sử dụng cung cấp cũng chưa thể trở thành căn cứ xác minh nếu chưa được kiểm tra. Giá trị của phản hồi phụ thuộc vào quá trình sàng lọc, phân loại, đối chiếu và xác định độ tin cậy trước khi sử dụng. Phạm vi bằng chứng của luận án cũng chưa cho phép so sánh mức độ đồng bộ hay hiệu quả của cơ chế tiếp nhận, xử lý phản hồi giữa bốn chủ thể.

Khi phản hồi có giá trị được sử dụng để xác định vấn đề cần truyền thông, bổ sung căn cứ xác minh hoặc điều chỉnh nội dung, dòng dữ liệu từ công chúng quay trở lại quá trình tổ chức truyền thông. Đặt trong khung Shannon–Weaver, đây là cơ chế phản hồi (*feedback*) giúp kết nối người nhận với nguồn phát, làm cho quá trình truyền thông trên nền tảng số mang tính tương tác hơn. Tuy nhiên, kết quả khảo sát cho thấy khâu xử lý phản hồi vẫn được đánh giá thấp hơn khả năng gửi phản ánh, qua đó gợi mở dư địa cải thiện ở khả năng chuyển phản hồi của công chúng thành đầu vào có giá trị cho hoạt động truyền thông.

Tổng hợp cấu phần công chúng và phản hồi cho thấy hệ thống nền tảng số đã mở rộng đáng kể khả năng tiếp cận, tương tác và hình thành dòng thông tin ngược từ công chúng tới chủ thể truyền thông. Tuy nhiên, quy mô lượt xem và tương tác chưa đồng nghĩa với hiệu quả; giá trị của phản hồi phụ thuộc vào

khả năng nhận diện, sàng lọc, xác minh và sử dụng thông tin của chủ thể. Theo khung Shannon–Weaver, hiệu quả ở cầu phần người nhận và phản hồi vì vậy không chỉ thể hiện ở việc thông điệp đến được công chúng mà còn ở khả năng công chúng nhận biết nguồn chính thức, tham gia phản hồi và những phản hồi có giá trị được đưa trở lại quá trình xác minh, xây dựng và điều chỉnh nội dung.

3.3. Đánh giá chung về thực trạng truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam

Trên cơ sở phân tích bốn cầu phần của khung nghiên cứu và đối chiếu ba nguồn dữ liệu gồm phân tích nội dung trên 21 kênh chính thức, khảo sát trực tuyến và phỏng vấn sâu, có thể nhận diện những kết quả đạt được, hạn chế và nguyên nhân chủ yếu của hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam trong phạm vi nghiên cứu.

3.3.1. Kết quả đạt được

Hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả đã được triển khai gắn với chức năng, thẩm quyền và trách nhiệm của từng chủ thể. Văn phòng Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Quốc phòng và Bộ Công an tham gia ở những phương diện khác nhau, từ cung cấp, giải thích thông tin chính thống và truyền thông chính sách đến cảnh báo, kiểm chứng, đính chính và phản bác thông tin sai lệch. Cách tổ chức theo chức năng tạo điều kiện khai thác nguồn thông tin có thẩm quyền và năng lực chuyên môn của từng cơ quan, qua đó củng cố độ tin cậy và khả năng kiểm chứng của thông tin chính thức. Khảo sát công chúng cũng ghi nhận xu hướng đánh giá tích cực đối với mức độ rõ ràng của chính sách, quy định và khả năng tiếp cận thông tin chính thức (xem Phụ lục 2B).

Thông tin chính thống đã hình thành mức độ hiện diện tương đối rộng trên môi trường số. Hệ thống 21 kênh được khảo sát bao gồm website/cổng thông tin điện tử cùng các nền tảng Facebook, YouTube, TikTok và Zalo, cho phép thông tin vừa được công bố tại nguồn chính thức, vừa được phân phối trong những môi trường có đặc điểm tiếp nhận khác nhau. Đây là tiền đề quan

trọng để mở rộng khả năng tiếp cận công chúng và duy trì nguồn tham chiếu chính thức khi xuất hiện thông tin sai lệch. Bên cạnh đó, công nghệ số ngày càng được sử dụng để hỗ trợ theo dõi môi trường thông tin, nhận diện vấn đề, xử lý dữ liệu và xác minh nội dung, mặc dù bằng chứng của luận án chưa cho phép so sánh mức độ ứng dụng công nghệ giữa các chủ thể.

Nội dung truyền thông đã bao quát tương đối rộng các phương thức phòng, chống tin giả. Bốn nhóm nội dung có tỷ trọng lớn nhất gồm tin giả và thông tin sai lệch; giải thích chính sách và cung cấp thông tin chính thống; kiểm chứng, xác thực; phản bác, đính chính, chiếm 73,1% tổng số đơn vị nội dung. Cơ cấu này cho thấy hoạt động truyền thông không chỉ tập trung xử lý thông tin sai lệch đã xuất hiện mà còn chú trọng tạo lập và duy trì nguồn thông tin chính thống để báo chí và công chúng tham chiếu, đối chiếu. Đồng thời, các nội dung cảnh báo, phòng ngừa, an toàn thông tin, AI, *deepfake* và công nghệ tạo sinh cho thấy phạm vi truyền thông đã bắt đầu thích ứng với những rủi ro mới của môi trường số.

Dữ liệu đã từng bước tham gia sâu hơn vào quá trình tổ chức nội dung truyền thông. Dữ liệu chính thống, thông tin về nội dung sai lệch đang lưu hành, căn cứ kiểm chứng, nguồn đối chứng và phản hồi có giá trị từ công chúng có thể bổ sung cho nhau trong quá trình nhận diện vấn đề, xác minh, xây dựng và điều chỉnh nội dung. Điều này cho thấy truyền thông phòng, chống tin giả đang dịch chuyển từ mô hình chủ yếu dựa vào phát hành thông tin sang mô hình ngày càng gắn với thu thập, phân tích và khai thác dữ liệu phục vụ quyết định truyền thông.

Công chúng có thêm điều kiện tiếp cận, tương tác và phản hồi đối với nguồn thông tin chính thức. Khảo sát cho thấy 74,8% người trả lời hợp lệ đánh giá tích cực về khả năng phản ánh, báo cáo tin giả; 85,0% cho rằng hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ giúp họ thận trọng hơn khi tiếp nhận và chia sẻ thông tin; 74,9% thể hiện đánh giá tích cực về hiệu quả tổng thể của hoạt động truyền thông (xem Phụ lục 2B). Các kết quả này không

thay thế các chỉ báo khách quan về hiệu quả, nhưng bổ sung góc nhìn từ phía người tiếp nhận và cho thấy xu hướng đánh giá tích cực đối với vai trò của thông tin chính thức trong môi trường số.

Khái quát lại có thể thấy, kết quả đạt được thể hiện trên cả bốn chiều cạnh của quá trình truyền thông: chủ thể và chính sách được tổ chức theo chức năng, thẩm quyền; hệ thống kênh số mở rộng khả năng phân phối; nội dung đã bao quát từ phản ứng, chủ động đến phòng ngừa; công chúng có thêm điều kiện tiếp cận, tương tác và phản hồi. Đặt trong khung Shannon–Weaver, những kết quả này cho thấy các mắt xích cơ bản từ nguồn phát, thông điệp, kênh truyền đến người nhận và phản hồi đã được hình thành tương đối đầy đủ, tạo nền tảng để tiếp tục nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trong môi trường số.

3.3.2. Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả vẫn bộc lộ một số hạn chế cần tiếp tục khắc phục.

Khả năng phối hợp và phản ứng trong các tình huống liên ngành còn có độ trễ: Tin giả có thể xuất hiện và lan truyền trong thời gian ngắn, trong khi thông tin chính thức phải trải qua quá trình kiểm tra, xác minh và bảo đảm đúng thẩm quyền. Khi vấn đề liên quan đến nhiều lĩnh vực, việc xác định đầu mối, đối chiếu dữ kiện và thống nhất nội dung có thể kéo dài thời gian trước khi thông tin chính thức được công bố (PVS4–PVS9; xem Phụ lục 3B). Hạn chế ở đây không nằm ở yêu cầu xác minh – vốn là điều kiện bắt buộc – mà ở khả năng rút ngắn quá trình phối hợp để bảo đảm đồng thời tính chính xác và tính kịp thời.

Tổ chức truyền thông đa nền tảng chưa thật sự đồng đều. Sự hiện diện trên nhiều nền tảng chưa đồng nghĩa với việc đã khai thác đầy đủ lợi thế của truyền thông đa nền tảng. Mỗi nền tảng có cấu trúc nội dung, định dạng, hành vi người sử dụng và cơ chế phân phối khác nhau; trong khi đó, yêu cầu của truyền thông phòng, chống tin giả là vừa duy trì tính thống nhất của dữ kiện và

thông điệp cốt lõi, vừa thích ứng cách thể hiện với từng môi trường tiếp nhận. Vì vậy, hạn chế không chủ yếu nằm ở số lượng kênh mà ở mức độ liên kết giữa các kênh, khả năng chuyển đổi định dạng và tổ chức nội dung phù hợp với hành vi tiếp nhận của từng nhóm công chúng.

Năng lực công nghệ và dữ liệu chưa cho thấy mức độ đồng bộ giữa các chủ thể. AI tạo sinh, *deepfake* và các dạng thức giả mạo mới làm gia tăng yêu cầu đối với hoạt động theo dõi, phát hiện, xác minh và cảnh báo. Trong khi công nghệ đã được sử dụng để hỗ trợ các khâu này, dữ liệu nghiên cứu chưa cho thấy một mức độ ứng dụng thống nhất hoặc một hệ thống liên thông đồng bộ giữa các cơ quan. Điều này cho thấy hiệu quả công nghệ còn phụ thuộc không chỉ vào công cụ mà vào khả năng kết nối dữ liệu, nhân lực, quy trình nghiệp vụ và cơ chế phối hợp.

Nội dung trực tiếp nâng cao năng lực tự nhận diện của công chúng còn hạn chế. Khảo sát công chúng nhìn chung ghi nhận đánh giá tích cực về tính rõ ràng, dễ hiểu và mức độ phù hợp của nội dung; tuy nhiên, phỏng vấn sâu cho thấy một số sản phẩm còn dài, mang dấu ấn hành chính hoặc chuyên môn, thiếu yếu tố trực quan và chưa thuận tiện với cách tiếp nhận trên thiết bị di động. Vấn đề đặt ra là chuyển hóa thông tin có tính chính xác, chuyên môn và thẩm quyền thành nội dung cô đọng, dễ hiểu, phù hợp hơn với từng nhóm công chúng mà không làm giản lược hoặc sai lệch bản chất thông tin.

Khâu tiếp nhận và xử lý phản hồi công chúng cần được cải thiện. Trong tám nhóm nội dung được phân tích, “Hướng dẫn nhận diện tin giả và nâng cao kỹ năng truyền thông số” chỉ chiếm 3,1%, thấp nhất trong bộ dữ liệu. Tỷ trọng này không phải thước đo hiệu quả, nhưng cho thấy nội dung trực tiếp trang bị kiến thức, kỹ năng nhận diện, kiểm chứng và ứng xử với thông tin sai lệch còn chiếm vị trí hạn chế. Đây là khoảng trống đáng chú ý trong bối cảnh AI và *deepfake* làm cho việc tạo lập nội dung giả ngày càng dễ dàng và tinh vi hơn.

Cơ chế tiếp nhận và chuyển hóa phản hồi công chúng thành đầu vào cho hoạt động truyền thông còn có dư địa cải thiện. Khảo sát cho thấy 74,8% người

trả lời hợp lệ đánh giá tích cực về khả năng gửi phản ánh, báo cáo tin giả, trong khi tỷ lệ đánh giá tích cực đối với việc phản hồi được tiếp nhận và xử lý kịp thời là 67,6%. Sự chênh lệch này chỉ có ý nghĩa mô tả, nhưng cho thấy mức độ đánh giá tích cực thấp hơn ở khâu xử lý sau tiếp nhận. Điều đó cho thấy việc tạo ra các điểm tiếp nhận phản hồi mới chỉ là một phần của quá trình; giá trị của phản hồi phụ thuộc vào khả năng sàng lọc, kiểm tra, xác minh và chuyển hóa thông tin có giá trị thành đầu vào cho hoạt động truyền thông.

Nhìn chung, các hạn chế không nằm ở việc thiếu hoàn toàn các cấu phần của quá trình truyền thông, mà chủ yếu xuất hiện ở mức độ liên kết và hiệu quả vận hành giữa các cấu phần. Theo khung Shannon–Weaver, những điểm nghẽn tập trung ở sự phối hợp của nguồn phát, khả năng thích ứng của thông điệp và kênh, các dạng nhiễu của môi trường nền tảng, cũng như chất lượng của dòng phản hồi từ người nhận trở lại chủ thể truyền thông. Đây là những vấn đề cần được tiếp tục giải thích về nguyên nhân và là cơ sở trực tiếp cho việc xác định các vấn đề đặt ra, phương hướng và giải pháp ở Chương 4.

3.3.3. Nguyên nhân của kết quả và hạn chế

Những kết quả và hạn chế nêu trên được hình thành dưới tác động đan xen của các yếu tố khách quan từ môi trường truyền thông số và các yếu tố chủ quan gắn với tổ chức, nguồn lực và phương thức triển khai hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả.

Về nguyên nhân khách quan, môi trường thông tin số có tốc độ biến đổi nhanh, phạm vi lan truyền rộng và khó kiểm soát hoàn toàn. Thực tiễn tin giả trên mạng xã hội tại Việt Nam, trong đó có giai đoạn đại dịch COVID-19, cho thấy thông tin sai lệch có thể xuất hiện và lan truyền nhanh [31], trong khi thông tin của cơ quan nhà nước phải đáp ứng yêu cầu kiểm tra, xác minh, đúng thẩm quyền và chịu trách nhiệm trước khi công bố. Sự không đồng nhất về nhịp độ giữa quá trình phát tán thông tin sai lệch và quá trình xác minh, cung cấp thông tin chính thức tạo sức ép đối với tính kịp thời, đặc biệt ở những vấn đề phức tạp, liên ngành hoặc thu hút mạnh sự quan tâm của dư luận.

Sự phát triển của AI tạo sinh, *deepfake* và công nghệ tổng hợp nội dung tiếp tục làm gia tăng mức độ phức tạp của môi trường thông tin. Văn bản, hình ảnh, âm thanh và video có thể được tạo mới hoặc biến đổi ngày càng tinh vi, khiến quá trình xác minh không chỉ dừng ở kiểm tra nội dung mà còn phải xem xét nguồn phát hành, bối cảnh, tính xác thực của dữ liệu và các nguồn đối chứng. Điều này làm gia tăng yêu cầu về công nghệ, chuyên môn và thời gian xử lý đối với các chủ thể truyền thông.

Bên cạnh đó, cơ chế phân phối của nền tảng làm thay đổi điều kiện tiếp cận công chúng. Thông tin được công bố trên kênh chính thức không đồng nghĩa với việc tự động tiếp cận đúng nhóm công chúng đang cần thông tin hoặc đang tiếp xúc với nội dung sai lệch. Khả năng hiển thị còn chịu tác động của đặc điểm nền tảng, định dạng nội dung, hành vi người sử dụng và môi trường cạnh tranh thông tin. Sự khác biệt về nhu cầu, kỹ năng số và thói quen sử dụng nền tảng của các nhóm công chúng càng làm tăng yêu cầu thích ứng trong tổ chức nội dung và phân phối thông tin.

Về nguyên nhân chủ quan, trước hết là đặc điểm tổ chức hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả với sự tham gia của nhiều chủ thể có chức năng, thẩm quyền và nguồn thông tin chuyên môn khác nhau. Cấu trúc này tạo lợi thế về tính chính thống và chuyên môn, nhưng khi vấn đề vượt khỏi phạm vi của một cơ quan lại đòi hỏi quá trình xác định đầu mối, trao đổi dữ liệu, kiểm tra thẩm quyền và thống nhất nội dung trước khi công bố. Vì vậy, hiệu quả phối hợp giữa các chủ thể có ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng rút ngắn khoảng thời gian từ khi nhận diện vấn đề đến khi cung cấp thông tin chính thức.

Năng lực công nghệ, dữ liệu và nhân lực truyền thông số cũng là yếu tố ảnh hưởng đến kết quả triển khai. Theo dõi môi trường thông tin, nhận diện nội dung sai lệch, xác minh sản phẩm đa phương tiện và hỗ trợ cảnh báo đòi hỏi sự kết hợp giữa công cụ kỹ thuật, dữ liệu, nhân lực chuyên môn và quy trình nghiệp vụ. Trong khi đó, sự phát triển liên tục của AI tạo sinh và *deepfake* khiến năng lực này phải thường xuyên được cập nhật. Do đó, hiệu quả ứng dụng công nghệ

không chỉ phụ thuộc vào việc có công cụ hay không mà còn phụ thuộc vào khả năng tích hợp công nghệ với dữ liệu, con người và quy trình xử lý.

Một nguyên nhân khác nằm ở sức căng giữa yêu cầu của thông tin chính thức và đặc điểm tiếp nhận trên nền tảng số. Thông tin của cơ quan nhà nước phải bảo đảm chính xác, đầy đủ căn cứ và đúng thẩm quyền, trong khi công chúng có xu hướng ưu tiên nội dung nhanh, rõ ràng, trực quan và thuận tiện trên thiết bị di động. Một số ý kiến phỏng vấn cho thấy dấu ấn hành chính hoặc chuyên môn vẫn hiện diện ở một bộ phận nội dung. Điều này phản ánh yêu cầu tiếp tục nâng cao năng lực chuyển hóa thông tin chuyên môn thành sản phẩm truyền thông phù hợp với từng nhóm công chúng mà không làm mất tính chính xác và giá trị của nguồn chính thức.

Việc phân bổ nguồn lực và xác định trọng tâm truyền thông cũng tác động đến sự cân bằng giữa phản ứng, chủ động và phòng ngừa. Các chủ thể phải đồng thời thực hiện nhiều nhiệm vụ như cung cấp thông tin, giải thích chính sách, kiểm chứng, đính chính, phản bác và cảnh báo trong điều kiện nguồn lực có giới hạn. Việc phân bổ nguồn lực và xác định trọng tâm truyền thông cũng có thể ảnh hưởng đến sự cân bằng giữa phản ứng, chủ động và phòng ngừa. Các chủ thể phải đồng thời thực hiện nhiều nhiệm vụ như cung cấp thông tin, giải thích chính sách, kiểm chứng, đính chính, phản bác, cảnh báo và hướng dẫn công chúng. Trong điều kiện đó, việc bảo đảm nguồn lực cho cả xử lý những vấn đề đang phát sinh và các hoạt động phòng ngừa dài hạn đặt ra yêu cầu ngày càng cao đối với tổ chức truyền thông. Kết quả phân tích cho thấy nhóm nội dung trực tiếp hướng dẫn nhận diện tin giả và nâng cao kỹ năng truyền thông số mới chiếm 3,1%; tuy nhiên, dữ liệu nghiên cứu chưa đủ để xác định riêng yếu tố nguồn lực là nguyên nhân trực tiếp của tỷ trọng này. Phát hiện trên chủ yếu cho thấy yêu cầu cần tiếp tục cân đối giữa xử lý thông tin sai lệch trước mắt với truyền thông chủ động, phòng ngừa và nâng cao năng lực tự bảo vệ của công chúng trong dài hạn. Đây là một trong những yếu tố có thể giải thích việc nhóm nội dung trực tiếp hướng dẫn nhận

diện tin giả và nâng cao kỹ năng truyền thông số mới chiếm 3,1% trong bộ dữ liệu nghiên cứu.

Cuối cùng, cơ chế khai thác phản hồi công chúng chưa thực sự tạo thành một chu trình phản hồi đồng đều. Bình luận, câu hỏi, phản ánh và báo cáo từ công chúng có thể cung cấp tín hiệu về vấn đề cần kiểm tra hoặc giải thích, nhưng khối lượng lớn và mức độ tin cậy không đồng nhất đòi hỏi phải có quá trình sàng lọc, phân loại và xác minh trước khi sử dụng. Vì vậy, việc chuyển hóa phản hồi từ công chúng thành dữ liệu đầu vào cho nhận diện vấn đề, xác minh và điều chỉnh nội dung phụ thuộc vào năng lực theo dõi, quy trình xử lý và sự kết nối giữa bộ phận tiếp nhận phản hồi với quá trình tổ chức truyền thông. Tóm lại, các nguyên nhân khách quan tạo ra sức ép ngày càng lớn đối với tốc độ, độ chính xác và khả năng tiếp cận của thông tin chính thức; trong khi các nguyên nhân chủ quan quyết định mức độ thích ứng của các chủ thể trước những sức ép đó. Sự tương tác giữa hai nhóm nguyên nhân giải thích vì sao hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả đã hình thành tương đối đầy đủ các cấu phần và đạt được những kết quả nhất định, nhưng vẫn còn những điểm nghẽn về phối hợp, công nghệ – dữ liệu, thích ứng nội dung, truyền thông phòng ngừa và xử lý phản hồi công chúng.

Tiểu kết Chương 3

Chương 3 đã phân tích thực trạng truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam theo bốn cấu phần của khung phân tích gồm: chủ thể và chính sách truyền thông; kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; nội dung và dữ liệu truyền thông; công chúng và phản hồi công chúng. Trên cơ sở phân tích 14.580 đơn vị nội dung từ 21 kênh truyền thông chính thức của bốn chủ thể, kết hợp khảo sát trực tuyến và phỏng vấn sâu, kết quả nghiên cứu cho thấy hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả đã được triển khai tương đối toàn diện và gắn với chức năng, thẩm quyền, lĩnh vực quản lý của từng chủ thể.

Hệ thống các kênh chính thức đã tạo lập không gian cung cấp và phân phối thông tin trên nhiều nền tảng; công nghệ số từng bước hỗ trợ theo dõi, phát hiện, sàng lọc, xác minh và xử lý thông tin sai lệch. Nội dung truyền thông bao quát từ cung cấp thông tin chính thống, giải thích chính sách, kiểm chứng, xác thực, đính chính, phản bác đến cảnh báo và phòng ngừa các dạng thức giả mạo mới gắn với AI, *deepfake* và môi trường số. Dữ liệu chính thống, thông tin sai lệch đang lưu hành, các nguồn đối chứng và phản hồi có giá trị từ công chúng từng bước trở thành nguồn lực phục vụ nhận diện vấn đề, xác minh, xây dựng và điều chỉnh nội dung. Đồng thời, môi trường nền tảng mở rộng khả năng tiếp cận, tương tác và phản hồi của công chúng, hình thành dòng thông tin ngược từ người nhận trở lại chủ thể truyền thông.

Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy những điểm nghẽn chủ yếu không nằm ở sự thiếu vắng các cấu phần của quá trình truyền thông mà ở mức độ liên kết và hiệu quả vận hành giữa các cấu phần. Khả năng phối hợp và cung cấp thông tin kịp thời trong những vấn đề phức tạp, liên ngành còn cần được tăng cường; việc ứng dụng công nghệ, khai thác dữ liệu và thích ứng với cơ chế phân phối của nền tảng chưa đồng đều; một bộ phận nội dung chưa thật sự phù hợp với đặc điểm tiếp nhận nhanh, trực quan của môi trường số. Cơ cấu nội

dung vẫn tập trung nhiều hơn vào cung cấp và xử lý thông tin, trong khi nội dung trực tiếp nâng cao năng lực nhận diện, kiểm chứng và tự phòng ngừa của công chúng còn tương đối hạn chế. Khả năng tiếp nhận, sàng lọc và chuyển hóa phản hồi công chúng thành dữ liệu đầu vào cho hoạt động truyền thông cũng còn dư địa để hoàn thiện.

Về tổng thể, hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả không được quyết định bởi một yếu tố riêng lẻ mà phụ thuộc vào sự vận hành đồng bộ của toàn bộ quá trình từ chủ thể, thông điệp, kênh truyền đến công chúng và phản hồi. Kết quả thực chứng của Chương 3 vì vậy vừa xác định những nền tảng đã hình thành, vừa chỉ ra các điểm nghẽn trong tổ chức và vận hành truyền thông phòng, chống tin giả trên môi trường số. Đây là cơ sở thực tiễn để Chương 4 xác định những vấn đề đặt ra, phương hướng và các nhóm giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam trong thời gian tới.

Chương 4

NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA, PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ TRÊN CÁC NỀN TẢNG SỐ CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu thực trạng ở Chương 3 và trước những biến đổi nhanh chóng của môi trường thông tin số, đặc biệt là sự phát triển của AI tạo sinh, deepfake và các phương thức tạo lập, phát tán thông tin sai lệch mới, truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam đang đứng trước những yêu cầu mới về tính chủ động, khả năng phối hợp và thích ứng. Chương 4 tập trung làm rõ những vấn đề đặt ra đối với bốn cấu phần của hoạt động truyền thông; trên cơ sở đó xác định phương hướng và đề xuất các nhóm giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam trong thời gian tới.

4.1. Những vấn đề đặt ra đối với truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam

Kết quả nghiên cứu ở Chương 3 cho thấy truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam đã được triển khai trên nhiều phương diện, từ tổ chức chủ thể, chính sách, hệ thống kênh, ứng dụng công nghệ đến xây dựng nội dung và tương tác với công chúng. Những kết quả đạt được cho thấy các điều kiện cơ bản của hoạt động truyền thông đã từng bước được hình thành và phát huy. Tuy nhiên, sự biến đổi nhanh của môi trường thông tin số, đặc biệt dưới tác động của các nền tảng xuyên biên giới, thuật toán phân phối nội dung, AI tạo sinh và deepfake, đang làm thay đổi cả phương thức sản xuất, phát tán, tiếp nhận và kiểm chứng thông tin. Trong bối cảnh đó, yêu cầu nâng cao hiệu quả không còn chỉ nằm ở việc mở rộng hoạt động trong từng cấu phần riêng lẻ, mà ngày càng phụ thuộc vào khả năng phối hợp, thích ứng và kết nối giữa các cấu phần của toàn bộ quá trình truyền thông.

Từ kết quả phân tích thực trạng, có thể nhận diện một đặc điểm xuyên suốt: những lợi thế của truyền thông Chính phủ như nguồn thông tin có thẩm

quyền, hệ thống kênh chính thức và khả năng huy động nguồn lực quản lý nhà nước đồng thời phải vận hành trong một môi trường mà tốc độ, khả năng lan truyền, tính tương tác và cơ chế phân phối thông tin ngày càng chịu tác động mạnh của công nghệ và nền tảng. Chính sự khác biệt giữa logic của thông tin chính thức với logic vận hành của môi trường truyền thông số tạo ra những yêu cầu mới đối với tổ chức chủ thể, chính sách, kênh và công nghệ, nội dung và dữ liệu cũng như quan hệ với công chúng. Những vấn đề đặt ra vì vậy cần được xem xét trong mối quan hệ giữa các yêu cầu tương như đối lập nhưng thực chất phải được giải quyết đồng thời.

4.1.1. Những vấn đề đặt ra đối với chủ thể và chính sách truyền thông

Hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả có sự tham gia của nhiều chủ thể, mỗi cơ quan thực hiện chức năng, thẩm quyền và nắm giữ những nguồn thông tin khác nhau. Đây là điều kiện quan trọng để phát huy nguồn thông tin chính thức và chuyên môn theo từng lĩnh vực, nhưng đồng thời đặt ra yêu cầu phối hợp khi thông tin sai lệch liên quan đến nhiều cơ quan hoặc vượt khỏi phạm vi xử lý của một chủ thể. Vấn đề trước hết vì vậy không phải gia tăng số lượng chủ thể tham gia mà là nâng cao năng lực phối hợp trên cơ sở phân định rõ chức năng, thẩm quyền và trách nhiệm.

Trong thực tiễn truyền thông số, ranh giới của một vấn đề thông tin không phải lúc nào cũng trùng với phạm vi quản lý của một cơ quan. Một thông tin sai lệch có thể đồng thời liên quan đến chính sách, an ninh, trật tự xã hội, văn hóa, báo chí hoặc những vấn đề thuộc trách nhiệm của nhiều chủ thể. Khi đó, mỗi cơ quan có thể chỉ nắm giữ một phần thông tin hoặc một phần thẩm quyền cần thiết cho quá trình xác minh và cung cấp thông tin. Nếu phối hợp chỉ được thực hiện sau khi thông tin sai lệch đã lan truyền rộng, khả năng phản ứng có thể bị ảnh hưởng bởi thời gian xác định đầu mối, thu thập căn cứ và thống nhất thông tin. Ngược lại, nếu trách nhiệm phối hợp không gắn với thẩm quyền rõ ràng, nguy cơ chồng chéo hoặc thiếu nhất quán trong cung cấp thông tin cũng có thể xuất hiện. Vì vậy, yêu cầu đặt ra là vừa bảo đảm trách nhiệm của

từng chủ thể, vừa hình thành khả năng phối hợp đủ linh hoạt theo vấn đề và tình huống truyền thông.

Đáng chú ý là mối quan hệ giữa tính chính xác, đúng thẩm quyền và yêu cầu phản ứng kịp thời. Thông tin của cơ quan nhà nước phải được kiểm tra, xác minh và công bố đúng thẩm quyền, trong khi thông tin sai lệch có thể được tạo lập và lưu chuyển với tốc độ rất nhanh trên các nền tảng số. Với những vấn đề phức tạp hoặc liên ngành, quá trình xác minh và phối hợp thường đòi hỏi nhiều nguồn thông tin và sự tham gia của các đơn vị có liên quan. Nếu quá chú trọng tốc độ mà giảm yêu cầu xác minh, độ tin cậy của nguồn chính thức có thể bị ảnh hưởng; nhưng nếu quá trình xác minh và cung cấp thông tin kéo dài, thông tin sai lệch có thêm điều kiện lưu chuyển và định hình nhận thức ban đầu của công chúng. Bài toán đặt ra vì thế không phải lựa chọn giữa nhanh và chính xác, mà là tổ chức quá trình xác minh và phối hợp đủ hiệu quả để rút ngắn thời gian phản ứng trong khi vẫn bảo đảm căn cứ, thẩm quyền và trách nhiệm đối với thông tin được công bố.

Mối quan hệ giữa tính kịp thời và tính chính xác vì vậy đặt ra yêu cầu phân biệt phản ứng nhanh với kết luận vội vàng. Vấn đề cốt lõi là rút ngắn khoảng thời gian công chúng thiếu nguồn thông tin chính thức mà không làm giảm yêu cầu kiểm tra, xác minh, thẩm quyền và trách nhiệm. Điều này đòi hỏi quá trình truyền thông có khả năng thích ứng với diễn biến của vấn đề, đồng thời duy trì ranh giới rõ ràng giữa thông tin đã được xác minh và những nội dung còn đang được kiểm tra. Khi xuất hiện thông tin chưa được kiểm chứng hoặc có dấu hiệu sai lệch, cơ quan có thể kịp thời cung cấp những thông tin đã được xác minh, xác nhận nguồn thông tin chính thức hoặc thông báo rõ những nội dung đang được kiểm tra; khi có thêm căn cứ, thông tin tiếp tục được cập nhật. Cách thức này vừa đáp ứng yêu cầu kịp thời, vừa duy trì ranh giới rõ ràng giữa thông tin đã được xác minh và thông tin đang trong quá trình xác minh, qua đó hạn chế nguy cơ biến yêu cầu phản ứng nhanh thành những kết luận chưa đủ căn cứ.

Chính sách truyền thông đồng thời cần kết hợp tính ổn định về nguyên tắc với khả năng thích ứng trong phương thức thực hiện. Những yêu cầu về chức năng, thẩm quyền, trách nhiệm, tính chính xác và an toàn thông tin cần được duy trì ổn định; trong khi phương thức theo dõi, phát hiện, xác minh và tổ chức truyền thông phải có khả năng thích ứng với sự biến đổi của môi trường số. Nghiên cứu của Bradshaw và Howard [143] cho thấy hoạt động thao túng mạng xã hội có tổ chức đã được ghi nhận tại 70 quốc gia năm 2019, tăng từ 48 quốc gia năm 2018 và 28 quốc gia năm 2017; các chủ thể sử dụng ngày càng đa dạng chiến lược, công cụ và nguồn lực để tác động đến dư luận. Nghiên cứu cũng ghi nhận việc sử dụng thuật toán, tự động hóa, dữ liệu lớn, tài khoản giả, bot và các hình thức tổ chức lực lượng trực tuyến trong hoạt động thao túng thông tin. Sự biến đổi đó đòi hỏi chính sách truyền thông không chỉ xác lập những nguyên tắc có tính ổn định mà còn phải tạo khả năng cập nhật phương thức theo dõi, xác minh, cảnh báo và tổ chức truyền thông phù hợp với những hình thức thao túng thông tin mới. Theo đó, tính ổn định của chính sách nằm ở nguyên tắc và trách nhiệm, còn tính thích ứng thể hiện ở phương thức tổ chức và thực hiện.

Một vấn đề quan trọng khác là tăng cường tính liên tục và liên kết của quá trình truyền thông phòng, chống tin giả. Lecheler và Egelhofer [147] cho rằng việc xem xét thông tin sai lệch không nên chỉ tập trung vào bản thân nội dung mà cần đặt trong quá trình tạo lập và phát tán, gắn với các chủ thể tham gia, động cơ và những khâu trung gian. Cách tiếp cận này cho thấy phòng, chống tin giả không thể chỉ bắt đầu khi một nội dung sai lệch đã xuất hiện và cần đính chính hoặc phản bác, mà cần được đặt trong mối liên hệ giữa theo dõi môi trường thông tin, nhận diện vấn đề, xác minh, cung cấp thông tin chính thống, cảnh báo, phòng ngừa và tiếp nhận phản hồi.

Kết quả phân tích ở Chương 3 cho thấy các hoạt động này đã được triển khai ở những mức độ khác nhau, nhưng khả năng liên kết giữa các khâu còn cần được tăng cường. Thông tin từ quá trình theo dõi và phản hồi có thể hỗ trợ

nhận diện vấn đề; kết quả xác minh tạo căn cứ cho việc xây dựng nội dung; phản hồi có giá trị từ công chúng sau khi được kiểm tra có thể tiếp tục bổ sung thông tin cho quá trình điều chỉnh hoạt động truyền thông. Vì vậy, vấn đề đặt ra không chỉ là xử lý hiệu quả từng thông tin sai lệch riêng lẻ mà còn là nâng cao khả năng kết nối giữa nhận diện vấn đề, xác minh, tổ chức nội dung, phân phối và phản hồi, qua đó tăng tính liên tục và thích ứng của toàn bộ quá trình truyền thông phòng, chống tin giả.

4.1.2. Những vấn đề đặt ra đối với kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán

Sự hiện diện trên nhiều nền tảng đã mở rộng các điểm tiếp xúc giữa thông tin chính thống với công chúng, nhưng hiện diện đa nền tảng chưa đồng nghĩa với tổ chức truyền thông tích hợp đa nền tảng. Website, cổng thông tin điện tử và các nền tảng mạng xã hội khác nhau về chức năng, định dạng, nhóm người sử dụng, phương thức tương tác và cơ chế phân phối. Nếu cùng một nội dung chỉ được chuyển tải gần như nguyên trạng trên nhiều kênh, lợi thế riêng của từng nền tảng chưa được khai thác đầy đủ. Ngược lại, nếu nội dung được điều chỉnh quá khác nhau giữa các nền tảng mà thiếu sự thống nhất về dữ kiện, nguồn và thông điệp cốt lõi, tính nhất quán của thông tin chính thức có thể bị ảnh hưởng. Vấn đề đặt ra do đó là tổ chức mối quan hệ giữa các kênh theo hướng vừa thống nhất về nguồn và thông tin cốt lõi, vừa phân hóa phù hợp về cách thể hiện và phân phối.

Trong hệ thống đó, các kênh do cơ quan nhà nước trực tiếp quản lý và các nền tảng mạng xã hội cần được nhìn nhận theo những chức năng bổ sung cho nhau. Website và cổng thông tin điện tử có lợi thế về xác lập nguồn, cung cấp đầy đủ căn cứ, lưu trữ và truy xuất; trong khi mạng xã hội có lợi thế về tốc độ phân phối, định dạng đa dạng và khả năng tương tác. Đối với truyền thông phòng, chống tin giả, mối quan hệ này đặc biệt quan trọng bởi công chúng có thể tiếp xúc với thông tin cảnh báo hoặc đính chính lần đầu trên mạng xã hội nhưng cần có khả năng tìm tới nguồn đầy đủ để đối chiếu. Vì vậy, tổ chức đa

nền tảng không chỉ là mở thêm điểm phân phối mà còn phải tạo được đường dẫn giữa tiếp nhận nhanh và kiểm chứng sâu, giữa khả năng lan tỏa của nền tảng với tính xác thực và khả năng truy xuất của nguồn chính thức. Cùng với tổ chức kênh là sức ép ngày càng lớn đối với năng lực công nghệ phục vụ theo dõi, phát hiện, xác minh và cảnh báo thông tin sai lệch. Khối lượng nội dung trên môi trường số vượt quá khả năng theo dõi hoàn toàn bằng phương thức thủ công; trong khi AI tạo sinh và deepfake làm gia tăng khả năng tạo lập, chỉnh sửa và giả mạo văn bản, hình ảnh, âm thanh và video. Công nghệ vì vậy ngày càng cần thiết trong việc hỗ trợ sàng lọc khối lượng thông tin lớn, nhận diện những tín hiệu bất thường, theo dõi diễn biến và hỗ trợ quá trình xác minh. Song, mở rộng ứng dụng công nghệ lại đặt ra một yêu cầu khác về kiểm soát độ tin cậy của chính công nghệ được sử dụng. Kết quả phân tích tự động có thể chịu ảnh hưởng của chất lượng dữ liệu, ngôn ngữ, bối cảnh, phương pháp và công cụ; các hệ thống nhận diện nội dung do AI tạo ra cũng không phải lúc nào cung cấp kết quả tuyệt đối. Vì vậy, vấn đề không phải thay thế hoạt động nghiệp vụ bằng tự động hóa, mà là xác định những khâu công nghệ có thể hỗ trợ và những khâu bắt buộc phải có sự kiểm tra, đánh giá của con người. Đặc biệt, kết luận về tính xác thực, bối cảnh, thẩm quyền và quyết định công bố thông tin phải được đặt trong trách nhiệm của chủ thể có chức năng, thẩm quyền.

Về dữ liệu, yêu cầu cũng chuyển từ khả năng thu thập sang khả năng tạo ra giá trị sử dụng. Công nghệ có thể giúp thu thập, tổng hợp và phân tích khối lượng lớn dữ liệu, nhưng dữ liệu chỉ có ý nghĩa đối với truyền thông khi kết quả xử lý giúp nhận diện được vấn đề cần quan tâm, hỗ trợ xác minh hoặc cung cấp căn cứ cho quyết định truyền thông. Đây đồng thời là ranh giới cần duy trì giữa hai cấu phần của khung phân tích: công nghệ thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu thuộc cấu phần kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; còn khi dữ liệu trở thành nguồn thông tin được sử dụng để xác minh, xây dựng và điều chỉnh nội dung, nó được xem xét trong cấu phần nội dung và dữ liệu truyền thông. Một thách thức ngày càng rõ nét đến từ cơ chế phân phối nội dung của

nền tảng. Tính chính thống và thẩm quyền của nguồn thông tin không tự động bảo đảm khả năng hiển thị và tiếp cận. Nội dung có thể cạnh tranh về sự chú ý với một lượng rất lớn thông tin khác, trong đó những nội dung sai lệch, giật gân hoặc kích thích cảm xúc có thể có những điều kiện lan truyền khác với thông tin chính thức. Trong khi không trực tiếp kiểm soát thuật toán của các nền tảng xuyên biên giới, chủ thể truyền thông có thể chủ động nghiên cứu đặc điểm phân phối, định dạng và hành vi tiếp nhận để lựa chọn cách thể hiện, thời điểm và phương thức phân phối phù hợp hơn.

Mặc dù vậy, thích ứng với thuật toán phải được đặt trong giới hạn của truyền thông Chính phủ. Mục tiêu không phải tối đa hóa tương tác bằng mọi giá mà là nâng cao khả năng để thông tin có căn cứ tiếp cận đúng nhóm công chúng và thực hiện mục tiêu truyền thông. Nếu quá phụ thuộc vào các tiêu chí về lượt xem, lượt thích hoặc chia sẻ, hoạt động truyền thông có nguy cơ đồng nhất khả năng lan truyền với hiệu quả. Ngược lại, nếu không chú ý đến đặc điểm phân phối và tiếp nhận trên nền tảng, thông tin chính thống dù chính xác vẫn có thể khó tiếp cận nhóm công chúng cần hướng tới. Bài toán vì vậy là thích ứng đủ để nâng cao điều kiện tiếp cận nhưng không để logic của thuật toán làm thay đổi những nguyên tắc về độ chính xác, thẩm quyền và trách nhiệm của thông tin Chính phủ. Sự phụ thuộc vào nền tảng còn đặt ra yêu cầu về tính tự chủ. Thay đổi thuật toán, chính sách nền tảng hoặc điều kiện cung cấp dịch vụ có thể ảnh hưởng đến khả năng phân phối và lưu trữ thông tin. Vì vậy, khai thác lợi thế của các nền tảng xã hội cần đi cùng với duy trì và củng cố vai trò của website, cổng thông tin điện tử và các kênh chính thức do cơ quan nhà nước quản lý. Đây không chỉ là vấn đề kỹ thuật mà còn liên quan đến khả năng xác lập nguồn, lưu trữ, truy xuất và duy trì tính liên tục của thông tin chính thức.

4.1.3. Những vấn đề đặt ra đối với nội dung và dữ liệu truyền thông

Đối với nội dung, yêu cầu nổi bật là giải quyết hài hòa giữa tính có căn cứ, đúng thẩm quyền với khả năng tiếp nhận của công chúng. Thông tin chính thức có lợi thế về nguồn, thẩm quyền và khả năng cung cấp căn cứ để đối chiếu,

kiểm chứng, nhưng nếu cách thể hiện quá dài, nặng tính hành chính hoặc chuyên môn, lợi thế đó chưa chắc được chuyển hóa thành khả năng tiếp nhận trong môi trường số. Ngược lại, việc cô đọng quá mức hoặc chạy theo hình thức hấp dẫn có thể làm mất bối cảnh, điều kiện và những chi tiết cần thiết để hiểu đúng vấn đề. Yêu cầu đặt ra vì vậy là chuyển hóa thông tin chính thức thành nội dung rõ ràng, dễ nhận biết và dễ tiếp nhận hơn nhưng vẫn bảo toàn dữ kiện, căn cứ và thẩm quyền.

Điều này đặc biệt quan trọng đối với truyền thông phòng, chống tin giả, bởi mục tiêu không chỉ là đưa ra một thông tin khác với thông tin sai lệch mà còn phải giúp công chúng nhận biết căn cứ để phân biệt và đối chiếu. Một nội dung đính chính hoặc phản bác chỉ nêu kết luận mà thiếu nguồn tham chiếu có thể hạn chế khả năng tự kiểm chứng của người tiếp nhận. Ngược lại, nội dung quá nhiều chi tiết kỹ thuật lại có thể làm thông tin cốt lõi khó nhận biết. Vì vậy, cách tổ chức nội dung cần tạo được sự cân bằng giữa lớp thông tin ngắn gọn phục vụ nhận biết nhanh với nguồn thông tin đầy đủ phục vụ kiểm tra và tìm hiểu sâu. Sự đa dạng của nền tảng và công chúng tiếp tục đặt ra yêu cầu thống nhất thông tin nhưng không đồng nhất sản phẩm truyền thông. Một thông tin chính thức có thể được chuyển hóa thành bài viết, video, đồ họa, câu hỏi – đáp hoặc nội dung ngắn trên mạng xã hội; tuy nhiên, dữ kiện, nguồn và thông điệp cốt lõi phải nhất quán. Đồng thời, cùng một vấn đề có thể cần cách giải thích khác nhau đối với những nhóm công chúng khác nhau về nhu cầu thông tin, năng lực số, kiến thức nền và thói quen sử dụng nền tảng. Phân hóa nội dung vì thế không phải thay đổi bản chất thông tin mà là nâng cao khả năng để những nhóm công chúng khác nhau tiếp cận đúng cùng một nội dung cốt lõi.

Với dữ liệu, vấn đề trọng tâm không nằm ở việc thu thập được bao nhiêu mà ở khả năng chuyển hóa các nguồn dữ liệu có giá trị thành căn cứ cho quá trình truyền thông. Thông tin chính thống tạo cơ sở xác định những gì đã được xác nhận; dữ liệu về nội dung sai lệch đang lưu chuyển cung cấp tín hiệu về

vấn đề cần kiểm tra; tài liệu và nguồn đối chứng hỗ trợ xác minh; phản hồi có giá trị từ công chúng có thể giúp nhận diện những điểm chưa rõ hoặc vấn đề cần tiếp tục giải thích. Những nguồn này chỉ thực sự trở thành nguồn lực khi có thể xác định nguồn gốc, kiểm tra độ tin cậy, cập nhật, đối chiếu và sử dụng phù hợp với mục đích, chức năng và thẩm quyền.

Do đó, quan hệ giữa dữ liệu và nội dung cần được nhìn nhận như một quá trình liên tục. Dữ liệu hỗ trợ nhận diện vấn đề và xác minh; kết quả xác minh tạo căn cứ xây dựng nội dung; nội dung sau khi được công bố tạo ra phản hồi và những tín hiệu mới; các phản hồi có giá trị sau khi được sàng lọc và kiểm tra lại có thể tiếp tục bổ sung cho quá trình điều chỉnh nội dung. Nếu mối quan hệ này được tổ chức hiệu quả, dữ liệu không chỉ là đầu vào của một sản phẩm truyền thông đơn lẻ mà trở thành nguồn lực giúp hoạt động truyền thông thích ứng với diễn biến của vấn đề và nhu cầu thông tin của công chúng.

Một yêu cầu quan trọng khác là cân bằng giữa phản ứng và phòng ngừa. Kết quả nghiên cứu thực trạng cho thấy hoạt động đã bao gồm cung cấp thông tin chính thống, kiểm chứng, đính chính, phản bác và cảnh báo, nhưng nội dung trực tiếp hướng dẫn nhận diện tin giả và nâng cao kỹ năng truyền thông số còn chiếm tỷ trọng thấp. Điều này cho thấy dư địa để tăng cường chức năng phòng ngừa, nhất là khi AI tạo sinh, deepfake và các dạng thức giả mạo mới khiến công chúng ngày càng khó dựa vào những dấu hiệu trực quan đơn giản để nhận biết thông tin sai lệch.

Chuyển sang chủ động và phòng ngừa không có nghĩa giảm vai trò của kiểm chứng, đính chính hoặc phản bác. Hai phương diện cần bổ sung cho nhau. Phản ứng cần thiết đối với những thông tin sai lệch cụ thể đang gây tác động; trong khi truyền thông chủ động và phòng ngừa giúp công chúng có sẵn nguồn tham chiếu, hiểu biết và kỹ năng trước khi gặp thông tin sai lệch. Hiệu quả dài hạn vì vậy phụ thuộc vào khả năng kết hợp giữa cung cấp thông tin có căn cứ; xử lý thông tin sai lệch; trang bị năng lực kiểm chứng cho công chúng, thay vì tập trung vào một phương thức duy nhất.

4.1.4. Những vấn đề đặt ra đối với công chúng và phản hồi công chúng

Trong môi trường số, công chúng không chỉ tiếp nhận thông tin mà còn có khả năng tương tác, phản ánh, báo cáo và cung cấp thông tin trở lại cho chủ thể truyền thông. Sự thay đổi này mở rộng khả năng tham gia của công chúng, đồng thời đặt ra yêu cầu cao hơn đối với năng lực tiếp nhận, sàng lọc, xử lý và sử dụng phản hồi của chủ thể. Vì vậy, vấn đề không chỉ là mở rộng các điểm tương tác mà quan trọng hơn là nâng cao chất lượng của quá trình phản hồi và khả năng chuyển hóa những phản hồi có giá trị thành nguồn thông tin phục vụ hoạt động truyền thông.

Trước hết, khả năng gửi phản ánh cần được đặt trong mối quan hệ với khả năng tiếp nhận và xử lý. Kết quả Chương 3 cho thấy mức đánh giá tích cực của người tham gia khảo sát đối với việc phản hồi được cơ quan chức năng tiếp nhận và xử lý kịp thời thấp hơn mức đánh giá đối với khả năng gửi phản ánh. Sự khác biệt này không đủ để xác lập quan hệ nhân quả, nhưng cho thấy dư địa cải thiện ở khâu tiếp nhận và xử lý sau khi phản hồi được gửi tới chủ thể truyền thông. Đồng thời, không phải mọi bình luận, câu hỏi, phản ánh hoặc báo cáo đều có giá trị như nhau. Chúng khác nhau về nội dung, độ tin cậy, mức độ đầy đủ và sự liên quan đến chức năng, thẩm quyền của cơ quan tiếp nhận. Vì vậy, vấn đề đặt ra là nâng cao khả năng sàng lọc, phân loại, kiểm tra và xử lý phản hồi phù hợp với tính chất của từng loại thông tin.

Gắn với đó là yêu cầu chuyển hóa phản hồi có giá trị thành nguồn thông tin đầu vào cho quá trình truyền thông. Những câu hỏi lặp lại có thể cho thấy vấn đề chưa được giải thích đầy đủ; phản ánh về thông tin nghi ngờ có thể cung cấp tín hiệu cần xác minh; những cách hiểu chưa chính xác có thể gợi mở yêu cầu điều chỉnh cách tổ chức và thể hiện nội dung. Tuy nhiên, phản hồi chỉ có thể trở thành nguồn dữ liệu phục vụ truyền thông sau khi được kiểm tra, phân loại và đánh giá độ tin cậy. Vấn đề đặt ra vì vậy là tăng cường sự liên kết giữa tiếp nhận phản hồi với nhận diện vấn đề, xác minh, xây dựng và điều chỉnh nội dung, thay vì xem tương tác của công chúng chỉ là kết quả cuối của quá trình truyền thông.

Sự đa dạng của công chúng cũng đặt ra yêu cầu thích ứng tốt hơn với những khác biệt về nhu cầu thông tin, kiến thức nền, năng lực số, hành vi sử dụng nền tảng và bối cảnh tiếp nhận. Các nghiên cứu quốc tế cho thấy khả năng tiếp nhận và nhận diện thông tin sai lệch có thể khác nhau giữa các nhóm công chúng và các bối cảnh xã hội [152]. Đối với truyền thông phòng, chống tin giả, điều này đặt ra yêu cầu vừa bảo đảm tính thống nhất của dữ kiện, nguồn và thông điệp cốt lõi, vừa nâng cao khả năng thích ứng về cách thể hiện, định dạng, kênh phân phối và phương thức tương tác với những nhóm công chúng khác nhau. Thách thức ở đây là thích ứng với công chúng nhưng không làm phân mảnh hoặc suy giảm tính nhất quán của thông tin chính thức.

Một vấn đề quan trọng khác là nâng cao năng lực tự nhận diện, kiểm chứng và trách nhiệm thông tin của công chúng. Kết quả Chương 3 cho thấy nội dung trực tiếp hướng dẫn nhận diện tin giả và nâng cao kỹ năng truyền thông số còn chiếm tỷ trọng thấp, trong khi AI tạo sinh, *deepfake* và các hình thức giả mạo mới ngày càng làm tăng độ khó của việc nhận biết thông tin sai lệch. Khi nội dung giả có khả năng mô phỏng ngày càng tinh vi hình ảnh, âm thanh, giọng nói hoặc hình thức thể hiện của nguồn chính thức, năng lực kiểm chứng của công chúng cần chuyển mạnh hơn từ nhận biết bằng những dấu hiệu trực quan đơn giản sang kiểm tra nguồn, bối cảnh và đối chứng thông tin. Điều này đặt ra yêu cầu tăng cường vai trò phòng ngừa của truyền thông Chính phủ, giúp công chúng không chỉ tiếp nhận kết quả kiểm chứng mà từng bước nâng cao khả năng tự kiểm chứng và tự bảo vệ trước thông tin sai lệch.

Cuối cùng, việc khai thác phản hồi công chúng phải gắn với nhận thức đúng về giới hạn của dữ liệu tương tác trên nền tảng số. Lướt xem, bình luận, chia sẻ hoặc phản ánh cung cấp những tín hiệu có giá trị về mức độ tiếp xúc, sự chú ý và một số phản ứng của người sử dụng, nhưng không mặc nhiên đại diện cho toàn bộ công chúng và cũng không tự động phản ánh mức độ đồng thuận, hiểu biết hay thay đổi hành vi. Vì vậy, vấn đề đặt ra không phải là tối đa hóa số lượng tương tác mà là nâng cao khả năng nhận diện và sử dụng đúng giá

trị thông tin của phản hồi, đồng thời đặt dữ liệu tương tác trong mối quan hệ với các nguồn dữ liệu khác khi đánh giá công chúng và hiệu quả truyền thông. Nói một cách khái quát, những vấn đề đặt ra đối với công chúng và phản hồi tập trung vào việc chuyển từ mở rộng khả năng tiếp cận và tương tác sang nâng cao chất lượng tham gia của công chúng và hiệu quả xử lý dòng thông tin phản hồi. Điều đó đòi hỏi đồng thời chú trọng năng lực tự kiểm chứng của công chúng, khả năng tiếp nhận và sàng lọc phản hồi của chủ thể, cũng như sự liên kết giữa phản hồi với quá trình nhận diện vấn đề, xác minh, xây dựng và điều chỉnh nội dung truyền thông.

4.2. Phương hướng nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam

Trong bối cảnh thông tin sai lệch và thông tin sai lệch có chủ đích được World Economic Forum xếp đứng đầu trong các rủi ro toàn cầu về mức độ nghiêm trọng trong hai năm tới [161], nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trở thành yêu cầu ngày càng cấp thiết. Sự phát triển của AI tạo sinh, *deepfake* và các công nghệ tạo lập, biến đổi, phân phối nội dung mới đang làm giảm rào cản đối với việc tạo ra thông tin giả mạo, đồng thời gia tăng tốc độ, quy mô và mức độ tinh vi của thông tin sai lệch. Trong điều kiện đó, truyền thông phòng, chống tin giả không thể chỉ tập trung xử lý nội dung sai lệch sau khi xuất hiện mà cần nâng cao năng lực theo dõi, phát hiện, xác minh, chủ động cung cấp thông tin, cảnh báo, phòng ngừa, tiếp nhận phản hồi và thích ứng với sự biến đổi của môi trường thông tin số.

Trên cơ sở những vấn đề đặt ra tại mục 4.1, phương hướng nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam cần hướng tới tăng cường tính chủ động, khả năng phối hợp và thích ứng; kết hợp hài hòa giữa cung cấp thông tin chính thống, ứng phó và phòng ngừa; bảo đảm thông tin có căn cứ, đúng thẩm quyền và phù hợp với đặc điểm tiếp nhận của công chúng; phát huy vai trò của công nghệ và dữ liệu; đồng thời nâng cao chất lượng tham gia và giá trị của phản hồi công chúng. Các phương hướng

được xác định theo bốn cấu phần của khung phân tích gồm chủ thể và chính sách; kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; nội dung và dữ liệu truyền thông; công chúng và phản hồi công chúng. Việc phân định này nhằm làm rõ trọng tâm của từng phương hướng, trong khi hiệu quả tổng thể phụ thuộc vào sự liên kết và hỗ trợ giữa các cấu phần trong toàn bộ quá trình truyền thông.

4.2.1. Hoàn thiện chính sách và nâng cao năng lực phối hợp giữa các chủ thể truyền thông

Chính sách truyền thông phòng, chống tin giả cần tiếp tục được hoàn thiện theo hướng chủ động, đồng bộ và thích ứng với sự biến đổi của môi trường thông tin số. Trọng tâm không chỉ là tạo cơ sở cho việc xử lý thông tin sai lệch đã xuất hiện mà còn bảo đảm điều kiện để các chủ thể theo dõi môi trường thông tin, nhận diện nguy cơ, chủ động cung cấp thông tin chính thống, cảnh báo và triển khai các hoạt động phòng ngừa. Đồng thời, chính sách truyền thông phòng, chống tin giả cần bảo đảm tính thống nhất và liên thông với các chính sách, quy định pháp luật có liên quan đến báo chí, thông tin trên mạng, an ninh mạng, dữ liệu, nền tảng số và trí tuệ nhân tạo.

Theo hướng đó, cần chuyển từ cách tiếp cận chủ yếu theo từng vụ việc sang tổ chức hoạt động truyền thông như một quá trình có tính hệ thống và liên tục, trong đó theo dõi, nhận diện, xác minh, cung cấp thông tin, cảnh báo, đính chính, phản bác và tiếp nhận phản hồi có sự liên kết với nhau. Các nghiên cứu về ứng phó với tin giả trong quản lý xã hội tại Việt Nam cũng nhấn mạnh yêu cầu nhận diện đặc điểm, dạng thức và nguồn gốc của tin giả; kết hợp năng lực công nghệ, chuyên môn thông tin – truyền thông và chuyên môn theo lĩnh vực; đồng thời bảo đảm tính kịp thời của hoạt động truyền thông [32]. Vì vậy, chính sách cần vừa duy trì những nguyên tắc ổn định về chức năng, thẩm quyền, trách nhiệm và độ tin cậy của thông tin, vừa tạo khả năng thích ứng về phương thức tổ chức và thực hiện trước những biến đổi của môi trường truyền thông số.

Nâng cao năng lực phối hợp cần được định hướng theo nguyên tắc vừa bảo đảm rõ chức năng, thẩm quyền và trách nhiệm của từng chủ thể, vừa tăng

cường khả năng liên kết theo vấn đề và tình huống truyền thông. Đối với những vấn đề phức tạp, liên ngành hoặc có tốc độ lan truyền nhanh, sự phối hợp cần được thực hiện sớm hơn trong quá trình truyền thông, tạo điều kiện kết nối nguồn thông tin, thẩm quyền xác minh và năng lực chuyên môn của các chủ thể. Theo đó, phương hướng trọng tâm là chuyển từ phối hợp chủ yếu khi phát sinh yêu cầu xử lý sang phối hợp chủ động, linh hoạt và liên tục hơn, qua đó góp phần rút ngắn thời gian từ nhận diện vấn đề đến cung cấp thông tin chính thức nhưng vẫn bảo đảm tính chính xác, thẩm quyền và trách nhiệm.

4.2.2. Phát triển hệ thống kênh truyền thông và nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ và thuật toán

Đối với hệ thống kênh, trọng tâm không phải tiếp tục gia tăng số lượng mà là chuyển từ hiện diện trên nhiều nền tảng sang tổ chức truyền thông tích hợp đa nền tảng. Mỗi loại kênh cần được phát huy theo chức năng và lợi thế riêng trong một hệ thống thống nhất. Website và cổng thông tin điện tử tiếp tục giữ vai trò xác lập nguồn, cung cấp thông tin đầy đủ, lưu trữ và tạo khả năng truy xuất; các nền tảng mạng xã hội phát huy lợi thế về tốc độ phân phối, định dạng, tương tác và khả năng tiếp cận các nhóm công chúng khác nhau.

Tổ chức tích hợp đa nền tảng cần bảo đảm sự thống nhất của thông tin cốt lõi, dữ kiện, căn cứ và nguồn chính thức, đồng thời tăng khả năng thích ứng về hình thức thể hiện và phương thức phân phối theo đặc điểm của từng nền tảng. Hệ thống kênh cần tạo được sự liên kết giữa khả năng tiếp nhận nhanh trên mạng xã hội với khả năng truy xuất nguồn thông tin đầy đủ khi công chúng có nhu cầu đối chiếu và kiểm chứng. Phương hướng này nhằm khai thác lợi thế của từng loại kênh nhưng vẫn duy trì tính thống nhất, xác thực và khả năng truy xuất của thông tin chính thức.

Song hành với phát triển hệ thống kênh là nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ trong toàn bộ quá trình truyền thông. Công nghệ và AI cần được khai thác phù hợp để hỗ trợ theo dõi môi trường thông tin, sàng lọc khối lượng dữ liệu lớn, nhận diện tín hiệu bất thường, hỗ trợ xác minh và cảnh báo. Trong

bối cảnh AI tạo sinh và *deepfake* phát triển nhanh, năng lực công nghệ không chỉ nhằm tăng tốc độ xử lý mà còn phải giúp chủ thể thích ứng với các dạng thức giả mạo ngày càng tinh vi và đa phương tiện. Tuy nhiên, ứng dụng công nghệ phải đặt con người ở vị trí kiểm soát và chịu trách nhiệm cuối cùng. Công nghệ có thể mở rộng khả năng phát hiện và xử lý thông tin nhưng không thay thế việc đánh giá nguồn, bối cảnh, thẩm quyền và căn cứ của nội dung. Vì vậy, cần chuyển từ sử dụng những công cụ riêng lẻ sang nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ một cách có hệ thống, gắn với yêu cầu nghiệp vụ, an toàn thông tin và trách nhiệm của chủ thể.

Một phương diện ngày càng quan trọng là chủ động thích ứng với cơ chế phân phối của nền tảng. Thích ứng không đồng nghĩa với chạy theo thuật toán hoặc tối đa hóa tương tác mà là nâng cao khả năng tổ chức và phân phối thông tin phù hợp với đặc điểm nền tảng và hành vi tiếp nhận của công chúng. Đồng thời, việc khai thác các nền tảng xuyên biên giới cần đi cùng với duy trì vai trò của website, cổng thông tin điện tử và các kênh do cơ quan nhà nước trực tiếp quản lý trong xác lập nguồn, lưu trữ, truy xuất và bảo đảm tính liên tục của thông tin chính thức. Theo đó, phương hướng đối với cấu phần này là chuyển từ hiện diện đa nền tảng sang tích hợp đa nền tảng; từ sử dụng công nghệ riêng lẻ sang nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ; từ thích ứng thụ động sang chủ động thích ứng với cơ chế phân phối, đồng thời bảo đảm vai trò kiểm soát của con người, an toàn thông tin và tính tự chủ cần thiết của truyền thông Chính phủ.

4.2.3. Đổi mới, nâng cao hiệu quả nội dung và khai thác dữ liệu truyền thông

Nội dung truyền thông cần được đổi mới theo hướng kết hợp chặt chẽ giữa tính chính xác, có căn cứ, đúng thẩm quyền với khả năng tiếp nhận và sử dụng của công chúng. Lợi thế của thông tin Chính phủ về nguồn chính thức và căn cứ xác minh cần được chuyển hóa thành nội dung rõ ràng, dễ nhận biết, dễ hiểu và thuận lợi cho việc đối chiếu. Thông tin cốt lõi, dữ kiện và căn cứ phải được bảo đảm thống nhất, trong khi cách thể hiện có thể linh hoạt theo đặc điểm

nền tảng, mục tiêu truyền thông và nhóm công chúng. Đổi mới nội dung không đồng nghĩa với đơn giản hóa bản chất vấn đề mà nhằm nâng cao khả năng tiếp nhận trong khi vẫn bảo toàn tính chính xác, đầy đủ và giá trị kiểm chứng của thông tin chính thức.

Phương hướng đổi mới nội dung cũng cần tăng khả năng thích ứng với sự đa dạng của công chúng. Sự khác biệt về nhu cầu thông tin, kiến thức nền, năng lực số và thói quen sử dụng nền tảng đặt ra yêu cầu điều chỉnh cách thể hiện phù hợp hơn với từng nhóm người tiếp nhận. Sự thích ứng này phải được thực hiện trên cơ sở duy trì thống nhất dữ kiện, căn cứ và thông điệp cốt lõi, nhằm nâng cao khả năng tiếp nhận mà không làm phân mảnh hoặc thay đổi bản chất của thông tin chính thức. Cùng với đổi mới nội dung, cần nâng cao hiệu quả khai thác dữ liệu như một nguồn lực của quá trình truyền thông. Dữ liệu chính thống, thông tin về nội dung sai lệch đang lưu hành, các nguồn kiểm chứng, đối chứng và phản hồi có giá trị từ công chúng có thể hỗ trợ nhận diện vấn đề, xác minh, xây dựng và điều chỉnh nội dung. Trọng tâm không nằm ở việc thu thập nhiều dữ liệu hơn mà ở khả năng lựa chọn và sử dụng những dữ liệu có chất lượng, xác định được nguồn, được cập nhật, có khả năng truy xuất và phù hợp với mục đích truyền thông.

Theo hướng này, dữ liệu cần gắn chặt hơn với quá trình ra quyết định về nội dung. Những tín hiệu từ môi trường thông tin có thể hỗ trợ nhận diện vấn đề cần quan tâm; dữ liệu chính thống và nguồn đối chứng cung cấp căn cứ cho xác minh; kết quả xác minh làm cơ sở xây dựng nội dung; phản hồi sau truyền thông tiếp tục cung cấp thông tin để xem xét, bổ sung hoặc điều chỉnh cách giải thích. Dữ liệu vì vậy cần được phát huy như nguồn lực hỗ trợ quá trình truyền thông có tính liên tục và thích ứng, thay vì chỉ phục vụ từng sản phẩm truyền thông riêng lẻ.

Trọng tâm nội dung đồng thời cần chuyển mạnh hơn theo hướng kết hợp hài hòa giữa phản ứng, chủ động và phòng ngừa. Bên cạnh kiểm chứng, đính chính và phản bác thông tin sai lệch, cần tăng cường cung cấp thông tin chính

thông, cảnh báo nguy cơ và nâng cao năng lực nhận diện, kiểm chứng của công chúng. Trong bối cảnh AI tạo sinh và *deepfake* phát triển nhanh, truyền thông phòng ngừa cần được chú trọng hơn theo hướng thiết thực, dễ tiếp nhận và hỗ trợ công chúng từng bước nâng cao khả năng tự kiểm chứng, tự bảo vệ trước các dạng thức thông tin giả mạo ngày càng tinh vi.

4.2.4. Phát huy vai trò của công chúng và nâng cao hiệu quả tiếp nhận, xử lý phản hồi

Phát huy vai trò của công chúng cần được định hướng theo hướng chuyển từ vị trí chủ yếu tiếp nhận thông tin sang tham gia có trách nhiệm vào quá trình truyền thông. Trọng tâm không chỉ là mở rộng khả năng tương tác mà còn nâng cao chất lượng tiếp nhận, sàng lọc, xử lý và sử dụng phản hồi. Những phản hồi có giá trị sau khi được kiểm tra, phân loại cần được xem như nguồn thông tin có thể hỗ trợ nhận diện vấn đề, xác minh và điều chỉnh nội dung, qua đó tăng cường dòng thông tin ngược từ công chúng tới chủ thể truyền thông.

Việc khai thác phản hồi đồng thời phải bảo đảm đúng giới hạn của dữ liệu tương tác trên nền tảng số. Bình luận, chia sẻ, phản ánh hoặc báo cáo có thể cung cấp những tín hiệu về sự chú ý, nhu cầu thông tin và những vấn đề cần tiếp tục xem xét, nhưng không mặc nhiên đại diện cho toàn bộ công chúng. Vì vậy, phương hướng đặt ra là nâng cao khả năng nhận diện và sử dụng giá trị thông tin của phản hồi, kết hợp với các nguồn dữ liệu phù hợp khi cần thiết, thay vì đồng nhất số lượng tương tác với mức độ đồng thuận hoặc hiệu quả truyền thông.

Cùng với nâng cao chất lượng phản hồi, cần tăng cường năng lực nhận diện, kiểm chứng và chia sẻ thông tin có trách nhiệm của công chúng. Trong môi trường mà người sử dụng vừa là người tiếp nhận vừa có khả năng tiếp tục phân phối thông tin, năng lực tự kiểm chứng trở thành một bộ phận quan trọng của truyền thông phòng, chống tin giả. Phát huy vai trò công chúng vì vậy cần gắn với sự khác biệt về nhu cầu thông tin, năng lực số và hành vi sử dụng nền tảng của các nhóm người tiếp nhận, đồng thời duy trì rõ trách nhiệm xác minh và kết luận chính thức thuộc về các cơ quan có thẩm quyền.

Theo đó, phương hướng đối với cấu phần công chúng và phản hồi là chuyển từ mở rộng khả năng tiếp cận và tương tác sang nâng cao chất lượng tham gia; từ tiếp nhận phản hồi như kết quả cuối của truyền thông sang khai thác những phản hồi có giá trị như nguồn thông tin đầu vào; đồng thời từng bước nâng cao năng lực tự kiểm chứng và trách nhiệm thông tin của công chúng trong môi trường số.

4.3. Giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu thực trạng, những vấn đề đặt ra và các phương hướng đã xác định, việc nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam cần được triển khai đồng bộ theo bốn cấu phần của quá trình truyền thông. Các nhóm giải pháp có quan hệ chặt chẽ: chủ thể và chính sách tạo cơ sở tổ chức và xác lập trách nhiệm; hệ thống kênh, công nghệ và thuật toán tạo điều kiện theo dõi, xử lý và phân phối thông tin; nội dung và dữ liệu tạo nên giá trị thông tin được chuyển tải; công chúng vừa là người tiếp nhận vừa tham gia phản hồi. Hiệu quả tổng thể vì vậy phụ thuộc không chỉ vào từng giải pháp riêng lẻ mà còn vào khả năng kết nối giữa các giải pháp trong toàn bộ quá trình truyền thông.

Các nhóm giải pháp cần được triển khai đồng bộ nhưng có trọng tâm và thứ tự ưu tiên phù hợp. Trước mắt, cần ưu tiên hoàn thiện cơ chế phối hợp, nâng cao năng lực đội ngũ, tổ chức hiệu quả hệ thống kênh chính thức và tăng cường khả năng theo dõi, xác minh, cung cấp thông tin kịp thời. Trên nền tảng đó, từng bước nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ và dữ liệu, đổi mới nội dung theo hướng chủ động, phòng ngừa và nâng cao hiệu quả tiếp nhận, xử lý phản hồi công chúng. Việc ứng dụng AI và các công nghệ tự động cần phù hợp với điều kiện, chức năng và thẩm quyền của từng chủ thể; công nghệ đóng vai trò hỗ trợ, trong khi con người và cơ quan có thẩm quyền chịu trách nhiệm đối với việc xác minh, kết luận và công bố thông tin chính thức.

4.3.1. Nhóm giải pháp về chủ thể và chính sách truyền thông

Nhóm giải pháp này tác động trực tiếp vào cơ chế tổ chức, chính sách và năng lực của các chủ thể tham gia truyền thông phòng, chống tin giả. Trọng tâm là tăng tính chủ động của chính sách, làm rõ trách nhiệm và cơ chế phối hợp, nâng cao năng lực của đội ngũ trực tiếp tổ chức và thực hiện hoạt động truyền thông.

4.3.1.1. Hoàn thiện chính sách truyền thông phòng, chống tin giả theo hướng chủ động và thích ứng

Chính sách truyền thông phòng, chống tin giả cần tiếp tục được hoàn thiện phù hợp với chức năng, nhiệm vụ, thẩm quyền của từng chủ thể và đặc điểm từng lĩnh vực quản lý; đồng thời bảo đảm sự gắn kết với các chính sách, quy định pháp luật về báo chí, thông tin trên mạng, an ninh mạng, dữ liệu, nền tảng số và trí tuệ nhân tạo. Trong từng giai đoạn, cần xác định mục tiêu, vấn đề ưu tiên, nhóm công chúng trọng tâm, nguồn lực và phương thức thực hiện để cụ thể hóa thành chương trình, kế hoạch truyền thông phù hợp.

Trọng tâm của chính sách cần chuyển mạnh hơn từ xử lý vụ việc sang kết hợp giữa phản ứng, chủ động và phòng ngừa. Theo dõi môi trường thông tin, nhận diện vấn đề có nguy cơ phát sinh thông tin sai lệch, nhu cầu thông tin của công chúng và những dạng thức giả mạo mới cần trở thành căn cứ xác định nội dung và thời điểm truyền thông. Đối với những vấn đề dễ phát sinh cách hiểu không đầy đủ hoặc sai lệch, cơ quan có thẩm quyền cần chủ động cung cấp, cập nhật và giải thích thông tin; đối với những nguy cơ có thể nhận diện trước, cần tăng cường cảnh báo và truyền thông phòng ngừa.

Để chính sách có khả năng vận hành trong thực tiễn, cần phân loại các nhóm tình huống theo tính chất và mức độ rủi ro, gắn với chủ thể có thẩm quyền xác minh, phạm vi thông tin có thể cung cấp, nhóm công chúng liên quan và phương thức phản ứng phù hợp. Đối với trường hợp thông tin chưa được xác minh đầy đủ nhưng đã bắt đầu lan truyền, trong phạm vi chức năng và thẩm quyền, có thể cung cấp những dữ kiện đã được xác định, xác nhận nguồn chính

thức hoặc thông báo vấn đề đang được kiểm tra. Cách tiếp cận này góp phần hạn chế khoảng trống thông tin nhưng không làm giảm yêu cầu về tính chính xác và trách nhiệm.

Cùng với hoạt động thường xuyên, cần xây dựng và cập nhật các kịch bản ứng phó đối với những dạng rủi ro có khả năng lặp lại như giả mạo cơ quan, nguồn tin và tài khoản chính thức; xuyên tạc chính sách; lừa đảo trực tuyến; nội dung tạo lập hoặc biến đổi bằng AI, *deepfake*; và những vấn đề có yếu tố xuyên biên giới. Kịch bản cần xác định những thành tố cơ bản về mức độ rủi ro, trách nhiệm, nguồn xác minh, công chúng liên quan, thông điệp, kênh truyền thông và phương thức cập nhật. Đây là công cụ hỗ trợ chuẩn bị, không thay thế thẩm quyền quyết định trong từng trường hợp cụ thể.

Mức độ phản ứng cần tương ứng với tính chất, phạm vi lan truyền và nguy cơ tác động của thông tin sai lệch. Không phải mọi nội dung đều cần phản bác công khai với cùng một cường độ, bởi việc tái hiện hoặc phản bác không phù hợp có thể làm gia tăng sự chú ý đối với thông tin sai lệch. Vì vậy, chính sách cần tạo cơ sở lựa chọn phương thức xử lý phù hợp, bảo đảm lợi ích công chúng, độ tin cậy của nguồn chính thức và hạn chế khuếch đại không cần thiết thông tin sai lệch.

4.3.1.2. Tăng cường phối hợp giữa các chủ thể và hợp tác quốc tế

Cơ chế phối hợp cần được hoàn thiện trên cơ sở chức năng, nhiệm vụ, thẩm quyền và lợi thế thông tin của từng chủ thể. Trọng tâm không phải hình thành thêm cơ cấu tổ chức mới mà nâng cao khả năng kết nối giữa các chủ thể hiện có trong theo dõi, xác minh, cung cấp thông tin và tổ chức truyền thông, nhất là đối với những vấn đề liên ngành, phức tạp hoặc có phạm vi tác động rộng.

Cơ quan quản lý lĩnh vực hoặc cơ quan nắm giữ thông tin thuộc thẩm quyền chịu trách nhiệm xác minh và cung cấp thông tin làm căn cứ; cơ quan, đơn vị báo chí và truyền thông tổ chức chuyển tải thông tin phù hợp với đặc điểm nền tảng và công chúng theo chức năng được giao; các lực lượng chuyên môn, kỹ thuật, dữ liệu và pháp lý tham gia theo lĩnh vực chuyên môn. Đối với

vấn đề liên quan nhiều cơ quan, cần xác định rõ chủ thể chịu trách nhiệm chính và các chủ thể phối hợp, hạn chế độ trễ do kéo dài quá trình xác định nguồn hoặc đầu mối cung cấp thông tin.

Phối hợp cần được thực hiện sớm từ khâu nhận diện vấn đề thay vì chỉ xuất hiện khi cần xử lý hậu quả. Khi một chủ thể phát hiện tín hiệu liên quan đến lĩnh vực thuộc thẩm quyền của chủ thể khác, thông tin cần được chuyển tới đầu mối phù hợp để xem xét, xác minh. Mạng lưới đầu mối phối hợp vì vậy cần được duy trì, cập nhật và bảo đảm khả năng kết nối với đơn vị chuyên môn có thẩm quyền. Việc trao đổi và chia sẻ thông tin phải tuân thủ yêu cầu về phạm vi, thẩm quyền, an toàn thông tin và các quy định liên quan đến dữ liệu. Đối với doanh nghiệp cung cấp nền tảng số, phối hợp cần tập trung vào xác thực tài khoản và nguồn chính thức, xử lý các trường hợp giả mạo và thực hiện những yêu cầu thuộc phạm vi pháp luật quy định. Doanh nghiệp nền tảng là chủ thể phối hợp trong quản trị môi trường phân phối thông tin, không thay thế cơ quan có thẩm quyền trong việc xác minh và kết luận nội dung thuộc phạm vi quản lý nhà nước.

Với những vấn đề có yếu tố xuyên biên giới, cần tăng cường hợp tác quốc tế về phương pháp kiểm chứng, cảnh báo dạng thức giả mạo mới, công nghệ xác thực nội dung số, nhận diện AI và *deepfake*, quản trị nền tảng và an toàn thông tin. Đối với thông tin sai lệch liên quan Việt Nam được tạo lập hoặc phát tán từ nước ngoài, cần phát huy sự phối hợp giữa cơ quan có thẩm quyền trong nước với cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài, các cơ quan báo chí và hệ thống thông tin đối ngoại để xác minh và cung cấp thông tin có căn cứ, đúng thẩm quyền, phù hợp với công chúng quốc tế.

4.3.1.3. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực truyền thông phòng, chống tin giả

Sự phát triển của nền tảng số, dữ liệu, AI tạo sinh và *deepfake* đặt ra yêu cầu mới đối với đội ngũ thực hiện truyền thông phòng, chống tin giả. Bên cạnh kiến thức về quản lý nhà nước, báo chí, truyền thông và chuyên môn lĩnh vực, cần tăng cường năng lực kiểm chứng số, khai thác dữ liệu, sử dụng công cụ AI, nhận

diện nội dung giả mạo, theo dõi môi trường thông tin, quản trị nền tảng và an toàn thông tin. Năng lực cần được phát triển phù hợp với vị trí việc làm. Đội ngũ trực tiếp sản xuất và tổ chức nội dung cần có khả năng xác minh nguồn, kiểm chứng văn bản, hình ảnh, âm thanh, video; sử dụng công cụ theo dõi, dữ liệu và AI ở những khâu phù hợp, đồng thời nhận diện được giới hạn của công nghệ. Đối với đội ngũ quản lý, điều phối, cần chú trọng năng lực đánh giá rủi ro, sử dụng thông tin và dữ liệu hỗ trợ quyết định, tổ chức phối hợp và xử lý tình huống.

Có thể tập trung phát triển nhân lực trên ba phương diện: năng lực truyền thông và chuyển hóa thông tin chuyên môn; năng lực số, dữ liệu và công nghệ; năng lực phối hợp và xử lý tình huống. Hoạt động đào tạo, bồi dưỡng cần được cập nhật thường xuyên và gắn với thực tiễn, chú trọng kiểm chứng số, AI tạo sinh, *deepfake*, dữ liệu, quản trị nền tảng, an toàn thông tin và diễn tập các tình huống truyền thông [24]. Đối với những vấn đề đòi hỏi chuyên môn sâu, cần tăng khả năng làm việc liên ngành và huy động chuyên gia, cơ sở nghiên cứu, đào tạo hoặc doanh nghiệp công nghệ phù hợp. Không nhất thiết mọi năng lực kỹ thuật chuyên sâu đều được duy trì trong cùng một đơn vị, nhưng chủ thể truyền thông phải có khả năng nhận biết khi nào cần huy động hỗ trợ và đủ năng lực đánh giá kết quả được cung cấp. Công nghệ hỗ trợ mở rộng năng lực xử lý; con người vẫn chịu trách nhiệm đối với việc đánh giá nội dung, bối cảnh, thẩm quyền và quyết định công bố thông tin.

4.3.2. Nhóm giải pháp về kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán

Nhóm giải pháp này tác động vào hệ thống phân phối và năng lực công nghệ của các chủ thể truyền thông. Trọng tâm là tổ chức hệ thống kênh tích hợp đa nền tảng, nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ trong theo dõi và xác minh, chủ động thích ứng với cơ chế phân phối của nền tảng, đồng thời kiểm soát rủi ro công nghệ và bảo vệ nguồn thông tin chính thức.

4.3.2.1. Tổ chức hệ thống kênh truyền thông tích hợp đa nền tảng

Hệ thống kênh cần được tổ chức theo hướng tích hợp đa nền tảng thay vì gia tăng số lượng kênh. Website và cổng thông tin điện tử tiếp tục giữ vai trò

công bố, lưu trữ và tạo khả năng truy xuất thông tin chính thức, nhất là văn bản, thông báo, kết quả xác minh, đính chính và những nội dung cần cung cấp đầy đủ căn cứ. Các nền tảng mạng xã hội được khai thác theo lợi thế về tốc độ phân phối, định dạng, tương tác và đặc điểm tiếp nhận của công chúng.

Tích hợp đa nền tảng không có nghĩa đồng nhất nội dung. Cần phân vai kênh theo chức năng và tình huống, đồng thời bảo đảm thống nhất dữ kiện, căn cứ và thông tin cốt lõi. Với vấn đề diễn biến nhanh, nền tảng có khả năng phân phối nhanh có thể chuyển tải cảnh báo hoặc phân thông tin đã được xác minh và dẫn tới nguồn đầy đủ; với vấn đề phức tạp, cần kết hợp các định dạng phù hợp để vừa đáp ứng nhu cầu tiếp nhận nhanh vừa tạo khả năng kiểm chứng sâu hơn.

Đối với các nền tảng xuyên biên giới, cần duy trì sự hiện diện của kênh chính thức tại những không gian công chúng thường xuyên sử dụng, đồng thời củng cố vai trò của website, cổng thông tin và các kênh do cơ quan nhà nước trực tiếp quản lý trong xác lập nguồn, lưu trữ và truy xuất. Qua đó vừa khai thác khả năng phân phối của nền tảng, vừa hạn chế sự phụ thuộc hoàn toàn vào cơ chế phân phối của bên thứ ba.

4.3.2.2. Tăng cường ứng dụng AI và công nghệ trong phát hiện, xác minh và cảnh báo sớm

Khối lượng và tốc độ lưu chuyển thông tin ngày càng lớn đòi hỏi tăng cường ứng dụng công nghệ để hỗ trợ theo dõi, sàng lọc và nhận diện những vấn đề cần ưu tiên kiểm tra. Các phương pháp khai phá dữ liệu, phân lớp, phân cụm và phát hiện bất thường có thể hỗ trợ nhận diện đặc điểm và mẫu bất thường trong tập dữ liệu lớn [41]. Trên cơ sở đó, AI, học máy, xử lý ngôn ngữ tự nhiên và các công cụ phân tích có thể được nghiên cứu, ứng dụng phù hợp để hỗ trợ phát hiện tín hiệu, theo dõi chủ đề và nhận diện nội dung tương đồng hoặc biến thể.

Đối với hình ảnh, âm thanh và video, công nghệ có thể hỗ trợ phát hiện dấu hiệu chỉnh sửa, tổng hợp hoặc giả mạo. Tuy nhiên, kết quả do công nghệ tạo ra chỉ là tín hiệu hỗ trợ, không phải căn cứ duy nhất để kết luận một nội

dung là thật hay giả. Việc xác minh vẫn phải dựa trên kiểm tra nguồn, đối chiếu thông tin có thẩm quyền, xem xét bối cảnh và các căn cứ phù hợp.

AI cần được tích hợp có chọn lọc vào quá trình nghiệp vụ thay vì được xem như một giải pháp độc lập. Công nghệ có thể hỗ trợ sàng lọc dữ liệu, phát hiện tín hiệu, đối chiếu nội dung, tổng hợp thông tin, chuyển đổi định dạng hoặc phân nhóm phản hồi. Mức độ tự động hóa phải phù hợp với tính chất và mức độ rủi ro của từng khâu. Những quyết định liên quan đến kết luận tính xác thực, xác định bối cảnh, thẩm quyền cung cấp và nội dung thông tin chính thức phải thuộc trách nhiệm của con người và cơ quan có thẩm quyền.

Công nghệ và dữ liệu cũng cần được khai thác để tăng năng lực cảnh báo sớm, nhưng cảnh báo sớm không đồng nghĩa với công bố kết luận khi chưa đủ căn cứ. Tùy mức độ xác minh và thẩm quyền, chủ thể có thể tiếp tục theo dõi, cung cấp phần thông tin đã được xác định, cảnh báo nguy cơ hoặc thực hiện đình chỉ, phản bác khi có đủ căn cứ. Việc ứng dụng công nghệ phải đồng thời bảo đảm chất lượng dữ liệu đầu vào, khả năng kiểm tra kết quả, an toàn thông tin và trách nhiệm của con người.

4.3.2.3. Nâng cao năng lực thích ứng với thuật toán nền tảng

Khả năng công chúng tiếp cận thông tin không chỉ phụ thuộc vào việc nội dung đã được công bố mà còn chịu ảnh hưởng của cơ chế đề xuất, định dạng, thời điểm đăng tải, tương tác và hành vi người sử dụng. Vì vậy, các đơn vị truyền thông cần thường xuyên theo dõi đặc điểm phân phối trên từng nền tảng để điều chỉnh thời điểm, cấu trúc, độ dài và định dạng nội dung phù hợp.

Đối với nội dung cảnh báo, xác minh, đình chỉ hoặc phản bác, thông tin cốt lõi cần dễ nhận biết ngay ở lớp tiếp nhận đầu tiên, đồng thời bảo đảm khả năng truy xuất tới thông tin đầy đủ và căn cứ chính thức. Việc thử nghiệm định dạng, theo dõi kết quả và điều chỉnh cần được thực hiện thường xuyên, nhưng các chỉ số như lượt xem, tương tác, thời gian xem, bình luận hay chia sẻ chỉ nên được sử dụng như dữ liệu hỗ trợ đánh giá quá trình phân phối, không phải thước đo duy nhất của hiệu quả.

Thích ứng với thuật toán không đồng nghĩa chạy theo xu hướng giật gân, kích thích cảm xúc hoặc tối đa hóa tương tác. Mục tiêu của tối ưu phân phối phải là đưa thông tin chính thống tới đúng nhóm công chúng, vào thời điểm phù hợp và bằng hình thức dễ tiếp nhận, trong khi vẫn duy trì tính chính xác, căn cứ và trách nhiệm của truyền thông Chính phủ.

4.3.2.4. Bảo đảm an toàn thông tin, an ninh mạng và kiểm soát rủi ro công nghệ

Ứng dụng công nghệ và mở rộng truyền thông đa nền tảng phải gắn với yêu cầu về độ tin cậy, an toàn thông tin, bảo vệ dữ liệu, an ninh hệ thống và trách nhiệm của con người. Công cụ sử dụng trong theo dõi, phân tích hoặc hỗ trợ xác minh cần được đánh giá về độ chính xác, tính ổn định và mức độ phù hợp với tiếng Việt, bối cảnh xã hội và lĩnh vực áp dụng. Việc thu thập và xử lý dữ liệu phải đúng mục đích, phạm vi, thẩm quyền và tuân thủ các quy định pháp luật liên quan.

Đồng thời, cần tăng cường bảo vệ chính nguồn thông tin chính thức trước nguy cơ chiếm quyền tài khoản, website hoặc tên miền giả mạo, giả mạo người phát ngôn, lãnh đạo, *deepfake* hình ảnh và giọng nói, hoặc cắt ghép nội dung chính thức đặt trong bối cảnh sai lệch. Các chủ thể cần duy trì dấu hiệu nhận diện nhất quán, công khai và liên kết các kênh chính thức để công chúng thuận lợi xác thực; đồng thời bảo đảm an toàn cho tài khoản, website, hệ thống quản trị nội dung và hạ tầng kỹ thuật liên quan.

4.3.3. Nhóm giải pháp về nội dung và dữ liệu truyền thông

Nhóm giải pháp này tác động trực tiếp vào nguồn lực dữ liệu và sản phẩm truyền thông. Trọng tâm là nâng cao khả năng sử dụng dữ liệu phục vụ nhận diện, xác minh và xây dựng nội dung; tăng tỷ trọng nội dung chủ động và phòng ngừa; nâng cao khả năng tiếp nhận, kiểm chứng và lan tỏa của thông tin chính thống. Dữ liệu trong nhóm này được tiếp cận với tư cách nguồn lực thông tin đầu vào, phân biệt với công nghệ thu thập và xử lý dữ liệu thuộc nhóm giải pháp 4.3.2.

4.3.3.1. Nâng cao hiệu quả khai thác dữ liệu phục vụ xây dựng, xác minh và điều chỉnh nội dung

Khai thác dữ liệu cần chuyển trọng tâm từ thu thập sang khả năng sử dụng dữ liệu để giải quyết những yêu cầu cụ thể của truyền thông. Nguồn thông tin chính thống, thông tin sai lệch đang lưu hành, tài liệu và căn cứ đối chứng, cùng những phản hồi có giá trị từ công chúng có thể bổ sung cho nhau trong quá trình nhận diện vấn đề, xác minh và tổ chức nội dung.

Dữ liệu chính thống là căn cứ xác định những thông tin đã được xác nhận và thuộc thẩm quyền cung cấp; thông tin sai lệch đang lưu chuyển đóng vai trò tín hiệu về vấn đề cần kiểm tra nhưng không phải căn cứ trực tiếp để kết luận đúng – sai; phản hồi của công chúng có thể giúp nhận diện câu hỏi, điểm chưa rõ hoặc nội dung cần tiếp tục kiểm tra nhưng chỉ có giá trị sau khi được sàng lọc và đánh giá.

Theo đó, dữ liệu cần được tổ chức theo logic hỗ trợ toàn bộ quá trình: dữ liệu theo dõi giúp nhận diện vấn đề; nguồn chính thống và căn cứ đối chứng phục vụ xác minh; kết quả xác minh làm cơ sở xây dựng nội dung; phản hồi sau truyền thông tiếp tục cung cấp tín hiệu để bổ sung hoặc điều chỉnh. Trước khi sử dụng, dữ liệu cần được xem xét về nguồn gốc, độ tin cậy, tính cập nhật, phạm vi, thẩm quyền và khả năng đối chiếu, đồng thời được khai thác đúng mục đích và yêu cầu pháp lý.

4.3.3.2. Tăng cường nội dung chủ động và phòng ngừa

Truyền thông phòng, chống tin giả cần tăng cường nội dung chủ động và phòng ngừa, giảm sự phụ thuộc vào đính chính và phản bác sau khi thông tin sai lệch đã lan truyền. Đối với chính sách mới, vấn đề kinh tế – xã hội, quốc phòng, an ninh, thiên tai, dịch bệnh, sự cố hoặc những sự kiện thu hút sự quan tâm, cơ quan có thẩm quyền cần chủ động cung cấp thông tin trong phạm vi chức năng để công chúng có nguồn chính thức đối chiếu.

Nội dung chủ động cần dựa trên nhu cầu thông tin và những nguy cơ có thể nhận diện, tập trung làm rõ thông tin nền, số liệu chính thức, quy định, bối

cảnh và những điểm dễ phát sinh cách hiểu sai. Truyền thông phòng ngừa cần chú trọng các dạng thức có khả năng lặp lại như giả mạo cơ quan, website và tài khoản chính thức; lừa đảo trực tuyến; cắt ghép hình ảnh, âm thanh, video; giả mạo danh tính; AI tạo sinh và *deepfake*.

Nội dung cảnh báo cần gắn với những chỉ dẫn có khả năng thực hành, giúp công chúng nhận biết nguồn chính thức, kiểm tra và đối chiếu thông tin, đồng thời biết sử dụng kênh phản ánh phù hợp. Chủ động và phòng ngừa không thay thế hoạt động kiểm chứng, đính chính và phản bác mà tạo thêm lớp bảo vệ trước khi hoặc trong khi thông tin sai lệch phát sinh.

4.3.3.3. *Nâng cao khả năng tiếp nhận và lan tỏa của thông tin chính thống*

Lợi thế về nguồn tin, thẩm quyền và căn cứ xác minh cần được chuyển hóa thành nội dung rõ ràng, dễ nhận biết và phù hợp với đặc điểm tiếp nhận trên môi trường số. Đối với nội dung xác minh, cảnh báo, đính chính, phản bác hoặc giải thích chính sách, thông tin cốt lõi cần được thể hiện ngay ở lớp tiếp nhận đầu tiên; những dữ liệu, văn bản và căn cứ chuyên sâu được cung cấp ở lớp thông tin tiếp theo để công chúng có thể đối chiếu khi cần.

Cần thực hiện nguyên tắc thống nhất thông tin cốt lõi nhưng đa dạng hình thức thể hiện. Một nội dung có thể được chuyển hóa thành bài viết, bản tóm tắt, hỏi – đáp, infographic, video hoặc các sản phẩm phù hợp với từng nền tảng, nhưng phải duy trì thống nhất về dữ kiện, căn cứ và khả năng truy xuất nguồn. Đối với vấn đề kỹ thuật, pháp lý hoặc chuyên môn cao, cách diễn đạt cần được chuyển hóa theo hướng dễ tiếp nhận mà không làm thay đổi bản chất thông tin; số liệu cần được đặt trong bối cảnh và quy định cần được giải thích gắn với những nội dung có ý nghĩa trực tiếp đối với công chúng.

Khả năng lan tỏa của thông tin chính thống không nên được đồng nhất với tối đa hóa lượt xem hoặc tương tác. Giá trị của lan tỏa trước hết nằm ở khả năng đưa thông tin đúng tới nhóm công chúng cần tiếp cận, bằng hình thức phù hợp, trong thời điểm có ý nghĩa và vẫn bảo toàn thông tin cốt lõi khi nội dung tiếp tục được chia sẻ.

4.3.3.4. Tăng cường nội dung hướng dẫn nhận diện và kiểm chứng tin giả

Kết quả nghiên cứu cho thấy nội dung hướng dẫn nhận diện tin giả và kỹ năng truyền thông số chỉ chiếm 3,1% trong 14.580 đơn vị nội dung được phân tích, thấp nhất trong tám nhóm nội dung. Vì vậy, cần tăng cường các sản phẩm truyền thông trực tiếp hỗ trợ công chúng nhận diện, kiểm chứng và ứng xử với thông tin sai lệch.

Nội dung hướng dẫn cần tập trung vào những nguyên tắc và kỹ năng có khả năng thực hành như xác định nguồn phát hành, đối chiếu với nguồn chính thức, kiểm tra thời gian và bối cảnh, phân biệt thông tin gốc với nội dung sao chép hoặc cắt ghép và thận trọng trước khi chia sẻ thông tin chưa được xác minh. Trong bối cảnh AI tạo sinh và *deepfake*, không nên tạo nhận thức rằng nội dung giả có thể được nhận biết chắc chắn bằng một số dấu hiệu trực quan cố định. Dấu hiệu bất thường chỉ là tín hiệu cảnh giác; trọng tâm vẫn là kiểm tra nguồn, bối cảnh, căn cứ và khả năng đối chiếu với nguồn có thẩm quyền.

Các nội dung này cần được tổ chức ngắn gọn, trực quan, dễ thực hành và phù hợp với đặc điểm của từng nhóm công chúng. Đây là giải pháp về **sản phẩm và nội dung truyền thông**; việc chuyển những nội dung đó thành năng lực và hành vi thường xuyên của công chúng được xem xét trong nhóm giải pháp 4.3.4.

4.3.3.5. Đổi mới nội dung kiểm chứng, đính chính và phản bác thông tin sai lệch

Nội dung kiểm chứng, đính chính và phản bác cần rõ ràng, có căn cứ, dễ đối chiếu và phù hợp với tính chất từng vụ việc. Trọng tâm không chỉ là kết luận “đúng” hoặc “sai” mà cần làm rõ vấn đề được kiểm chứng, điểm không chính xác hoặc gây hiểu nhầm, thông tin có căn cứ và nguồn xác minh.

Cần phân biệt phù hợp giữa kiểm chứng, đính chính và phản bác. Với thông tin chưa rõ tính xác thực, trọng tâm là xác minh và cung cấp căn cứ; với dữ kiện sai, thiếu hoặc gây hiểu nhầm, cần làm rõ điểm cần điều chỉnh và cung cấp thông tin chính xác; với nội dung giả mạo, xuyên tạc hoặc sai lệch có chủ đích có nguy cơ gây tác động đáng kể, cần chỉ rõ điểm sai và căn cứ bác bỏ.

Đối với nội dung cắt ghép hoặc đặt sai ngữ cảnh, cần làm rõ phần thông tin có thật, phân biệt thay đổi hoặc lược bỏ và bối cảnh đầy đủ.

Với hình ảnh, âm thanh hoặc video có dấu hiệu được tạo lập, biến đổi bằng AI, kết luận phải dựa trên nguồn, bối cảnh và các căn cứ đối chiếu phù hợp, không chỉ dựa vào dấu hiệu hình thức hoặc kết quả của một công cụ tự động. Đồng thời, không phải mọi thông tin sai lệch đều cần phản bác công khai với cùng cường độ; lựa chọn phản ứng cần căn cứ vào tính chất thông tin, phạm vi lan truyền, nhóm công chúng có khả năng bị tác động và mức độ rủi ro, đồng thời hạn chế tái hiện không cần thiết nội dung sai lệch.

4.3.3.6. Tăng cường nội dung giải thích và đối thoại với công chúng

Bên cạnh kiểm chứng, đính chính và phản bác, cần tăng cường nội dung giải thích đối với chính sách, quy định, sự kiện hoặc vấn đề phức tạp, chuyên môn cao và dễ phát sinh cách hiểu khác nhau. Giải thích cần làm rõ bối cảnh, căn cứ, ý nghĩa và những nội dung liên quan trực tiếp tới công chúng, chuyển từ logic trình bày của văn bản quản lý sang logic tiếp nhận thông tin của người sử dụng.

Tính đối thoại không chỉ thể hiện ở việc trả lời từng bình luận mà còn ở khả năng nhận diện câu hỏi, băn khoăn và nhu cầu thông tin để tổ chức nội dung phù hợp. Những câu hỏi xuất hiện lặp lại có thể trở thành nội dung cần giải thích; những cách hiểu chưa đầy đủ có thể trở thành vấn đề cần làm rõ. Khi chưa đủ căn cứ để trả lời toàn bộ, cơ quan có thẩm quyền có thể cung cấp phần thông tin đã được xác định trong phạm vi cho phép và tiếp tục cập nhật khi có căn cứ mới.

4.3.4. Nhóm giải pháp về công chúng và phản hồi công chúng

Nhóm giải pháp này tác động vào cơ chế tham gia, năng lực và hành vi thông tin của công chúng, đồng thời nâng cao khả năng tiếp nhận và sử dụng phản hồi của chủ thể truyền thông. Trọng tâm không phải gia tăng số lượng bình luận hoặc tương tác mà nâng cao chất lượng tham gia, tạo điều kiện để những phản hồi có giá trị được tiếp nhận, xử lý và trở thành nguồn thông tin hỗ trợ hoạt động truyền thông.

4.3.4.1. Hoàn thiện cơ chế tiếp nhận, xử lý và phản hồi công chúng

Các chủ thể cần duy trì những kênh phù hợp để công chúng thuận tiện phản ánh thông tin, với chỉ dẫn rõ về nơi tiếp nhận và phương thức gửi. Tùy đặc điểm từng cơ quan, có thể sử dụng biểu mẫu trực tuyến, thư điện tử, chức năng nhắn tin, phản ánh trên website hoặc các hình thức phù hợp để tiếp nhận nội dung nghi ngờ sai lệch, nguồn giả mạo và những vấn đề cần làm rõ. Tiếp nhận phải gắn với sàng lọc, phân loại và xác định thẩm quyền. Thông tin do công chúng cung cấp khác nhau về mức độ đầy đủ và độ tin cậy nên không thể trực tiếp trở thành căn cứ xác minh. Cần xác định vấn đề thuộc phạm vi nào, đã có thông tin chính thức hay chưa và có cần chuyển tới chủ thể có thẩm quyền xác minh.

Quá trình xử lý có thể được tổ chức theo logic: tiếp nhận – sàng lọc – phân loại – xác định thẩm quyền – chuyển xác minh hoặc xử lý – phản hồi/cung cấp thông tin – lưu kết quả. Đây không nhất thiết là quy trình hành chính cứng áp dụng giống nhau cho mọi cơ quan, nhưng bảo đảm phản hồi không dừng lại ở khâu ghi nhận. Những phản hồi có giá trị sau khi được kiểm tra có thể trở thành nguồn thông tin đầu vào cho nhận diện vấn đề, xác minh, xây dựng hoặc điều chỉnh nội dung.

4.3.4.2. Nâng cao năng lực phân tích và khai thác phản hồi công chúng

Phản hồi của công chúng tồn tại dưới nhiều dạng như bình luận, câu hỏi, phản ánh, tin nhắn và báo cáo nội dung. Số lượng tương tác không đồng nghĩa với giá trị của phản hồi và không mặc nhiên đại diện cho quan điểm của toàn bộ công chúng. Vì vậy, bên cạnh theo dõi các chỉ số tương tác, cần chú trọng phân tích nội dung phản hồi để nhận diện câu hỏi lặp lại, nội dung gây nhầm lẫn, thông tin nghi vấn, những vấn đề gia tăng mức độ quan tâm hoặc những nội dung cần tiếp tục kiểm tra. Các tín hiệu từ phản hồi không phải căn cứ trực tiếp để kết luận một thông tin là đúng hay sai, nhưng có thể giúp xác định vấn đề cần ưu tiên theo dõi và xác minh. Phản hồi cần được phân loại, đặt trong bối cảnh và đối chiếu với các nguồn thông tin khác, tránh suy rộng từ một nhóm người tương tác trên nền tảng thành quan điểm của toàn bộ công chúng.

Công nghệ và AI có thể hỗ trợ tổng hợp, phân nhóm và xử lý khối lượng phản hồi lớn, nhưng kết quả chỉ có giá trị hỗ trợ. Việc đánh giá ý nghĩa của phản hồi, xác định vấn đề cần xử lý và quyết định cách thức phản hồi vẫn thuộc trách nhiệm của con người và chủ thể có thẩm quyền.

4.3.4.3. Tăng cường tương tác và phát huy sự tham gia có trách nhiệm của công chúng

Cần tạo điều kiện để công chúng tham gia vào truyền thông phòng, chống tin giả thông qua phản ánh nội dung nghi ngờ, nguồn giả mạo, đặt câu hỏi và cung cấp thông tin liên quan. Các kênh chính thức cần duy trì hình thức tương tác phù hợp với đặc điểm nền tảng và nhu cầu của công chúng, qua đó tăng khả năng kết nối giữa người tiếp nhận với nguồn thông tin chính thức.

Chất lượng tương tác cần được đặt cao hơn số lượng tương tác. Không phải mọi bình luận đều cần phản hồi riêng lẻ và không phải mọi chủ đề thu hút chú ý trên mạng xã hội đều phải trở thành vấn đề truyền thông của cơ quan nhà nước. Việc lựa chọn nội dung cần xem xét tính chất vấn đề, nhu cầu thông tin, mức độ rủi ro và chức năng, thẩm quyền của chủ thể.

Công chúng có thể cung cấp tín hiệu, phản ánh và nguồn tham chiếu, nhưng trách nhiệm xác minh và kết luận chính thức vẫn thuộc cơ quan có thẩm quyền. Vì vậy, phát huy sự tham gia của công chúng cần đi cùng với hướng dẫn phản ánh có trách nhiệm, cung cấp thông tin cần thiết và hạn chế tiếp tục phát tán nội dung nghi vấn chưa được kiểm chứng.

4.3.4.4. Nâng cao năng lực nhận diện, kiểm chứng và chia sẻ thông tin có trách nhiệm của công chúng

Bên cạnh phát triển các sản phẩm hướng dẫn, cần chú trọng chuyển kiến thức và nhận thức thành kỹ năng và hành vi kiểm chứng trong thực tế [105]. Trọng tâm là hình thành thói quen kiểm tra nguồn, đối chiếu với nguồn chính thức hoặc nguồn có căn cứ, xem xét thời điểm và bối cảnh, phân biệt dữ kiện với nhận định, đồng thời thận trọng trước khi chia sẻ hoặc hành động dựa trên thông tin chưa được xác minh [33].

Trong môi trường có sự tham gia ngày càng lớn của AI tạo sinh và *deepfake*, năng lực công chúng không nên dựa chủ yếu vào việc ghi nhớ những dấu hiệu trực quan cố định mà cần hướng tới quy trình kiểm tra nguồn, bối cảnh, căn cứ và thông tin xác nhận. Công chúng cần có khả năng nhận biết và tìm đến website, tài khoản hoặc nguồn chính thức khi cần đối chiếu, đồng thời hạn chế tiếp tục phát tán nguyên trạng những nội dung nghi vấn.

Hoạt động nâng cao năng lực cần phù hợp với độ tuổi, trình độ kỹ năng số, môi trường sử dụng nền tảng và dạng rủi ro thường gặp của từng nhóm công chúng. Có thể phát huy vai trò của báo chí, cơ sở giáo dục, chuyên gia, nhà khoa học và các tổ chức xã hội phù hợp trong phổ biến kiến thức và hỗ trợ hình thành kỹ năng [125]. Tuy nhiên, cần phân định rõ trách nhiệm: công chúng và các chủ thể xã hội có thể tham gia phát hiện, phản ánh và nâng cao kỹ năng, nhưng việc cung cấp thông tin chính thức và đưa ra kết luận đối với những vấn đề thuộc phạm vi quản lý nhà nước vẫn thuộc cơ quan có chức năng, thẩm quyền.

4.3.4.5. Hoàn thiện đánh giá hiệu quả truyền thông từ phía công chúng

Đánh giá hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả cần vượt ra ngoài các chỉ số tiếp cận và tương tác trên nền tảng. Lướt xem, lượt thích, bình luận và chia sẻ phản ánh một số phương diện của tiếp xúc và tương tác nhưng không tự thân cho biết công chúng hiểu thông tin như thế nào, có nhận biết nguồn chính thức, có khả năng kiểm chứng hay thay đổi cách ứng xử với thông tin hay không.

Bên cạnh chỉ số nền tảng, cần xem xét những tiêu chí gắn với kết quả tiếp nhận như khả năng nhận biết nguồn chính thức; mức độ hiểu nội dung và thông điệp; mức độ tin cậy đối với nguồn; khả năng nhận diện, kiểm tra và đối chiếu thông tin nghi ngờ; mức độ thận trọng trước khi chia sẻ; khả năng tìm kiếm nguồn xác thực và phản ánh nội dung cần làm rõ. Tiêu chí đánh giá cần phù hợp với mục tiêu của từng loại nội dung: cảnh báo chú trọng khả năng nhận biết và phòng tránh nguy cơ; kiểm chứng, đính chính và phản bác chú trọng

khả năng phân biệt thông tin sai lệch với thông tin đã được xác minh; nội dung hướng dẫn chú trọng khả năng hiểu và vận dụng kỹ năng; giải thích chính sách chú trọng mức độ hiểu đúng nội dung cốt lõi.

Các chỉ số nền tảng cần được diễn giải thận trọng. Tương tác cao không mặc nhiên đồng nghĩa hiệu quả cao; ngược lại, nội dung có lượng tương tác không lớn nhưng tiếp cận đúng nhóm công chúng và đáp ứng mục tiêu cụ thể vẫn có giá trị. Khi điều kiện cho phép, dữ liệu nền tảng có thể được kết hợp với phân tích phản hồi, khảo sát, phỏng vấn hoặc phương pháp phù hợp để đánh giá sâu hơn kết quả tiếp nhận. Kết quả đánh giá cần được sử dụng trở lại để điều chỉnh nội dung, kênh, định dạng và phương thức truyền thông, qua đó hình thành quá trình truyền thông có khả năng phản hồi và tự điều chỉnh.

Tiểu kết Chương 4

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu ở các chương trước, Chương 4 đã xác định những vấn đề đặt ra, phương hướng và hệ thống giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam theo bốn cấu phần của khung phân tích gồm: chủ thể và chính sách; kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; nội dung và dữ liệu truyền thông; công chúng và phản hồi công chúng. Kết quả phân tích cho thấy những hạn chế không tồn tại tách rời trong từng cấu phần mà chủ yếu xuất hiện ở mức độ liên kết và hiệu quả vận hành giữa các cấu phần. Những vấn đề nổi bật là khả năng phối hợp và cung cấp thông tin kịp thời nhưng vẫn bảo đảm tính chính xác, thẩm quyền và trách nhiệm; tổ chức truyền thông tích hợp đa nền tảng; nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ, khai thác dữ liệu và thích ứng với cơ chế phân phối; chuyên hóa thông tin chính thức thành nội dung rõ ràng, dễ tiếp nhận và kiểm chứng; tăng cường truyền thông chủ động, phòng ngừa; đồng thời nâng cao chất lượng tiếp nhận và sử dụng phản hồi công chúng. Từ những vấn đề đó, luận án xác định phương hướng nâng cao hiệu quả truyền thông theo hướng tăng tính chủ động, phối hợp và thích ứng; kết hợp hài hòa giữa cung cấp thông tin chính thống, ứng phó và phòng ngừa; tổ chức hệ thống kênh tích hợp đa nền tảng; phát huy vai trò của công nghệ và dữ liệu gắn với yêu cầu nghiệp vụ; đồng thời nâng cao chất lượng tham gia và giá trị phản hồi của công chúng. Các phương hướng có quan hệ hỗ trợ lẫn nhau: năng lực tổ chức và phối hợp tạo điều kiện cho nhận diện, xác minh và cung cấp thông tin kịp thời; hệ thống kênh, công nghệ và dữ liệu hỗ trợ theo dõi, xử lý và phân phối thông tin; nội dung có căn cứ và phù hợp nâng cao khả năng tiếp nhận, kiểm chứng; phản hồi có giá trị sau khi được sàng lọc, kiểm tra có thể trở thành nguồn thông tin để tiếp tục điều chỉnh hoạt động truyền thông. Vì vậy, nâng cao hiệu quả không phải là tối ưu từng cấu phần riêng lẻ mà là nâng cao khả năng liên kết và vận hành đồng bộ giữa các cấu phần.

Trên cơ sở đó, Chương 4 đề xuất bốn nhóm giải pháp tương ứng với bốn cấu phần của khung phân tích, tập trung vào: hoàn thiện chính sách, cơ chế phối

hợp và nâng cao năng lực nguồn nhân lực; tổ chức hệ thống kênh tích hợp đa nền tảng, ứng dụng công nghệ và thích ứng với cơ chế phân phối; khai thác dữ liệu, đổi mới nội dung theo hướng chủ động, phòng ngừa, có căn cứ và dễ kiểm chứng; hoàn thiện cơ chế tiếp nhận, xử lý phản hồi, phát huy sự tham gia có trách nhiệm và nâng cao năng lực tự kiểm chứng của công chúng. Các giải pháp được đặt trong ranh giới chức năng và trách nhiệm của từng chủ thể: cơ quan có thẩm quyền chịu trách nhiệm xác minh, kết luận và cung cấp thông tin chính thức; báo chí và các đơn vị truyền thông tổ chức chuyển hóa, phân phối thông tin theo chức năng; doanh nghiệp nền tảng phối hợp xác thực nguồn, xử lý giả mạo và thực hiện trách nhiệm theo pháp luật; công chúng tham gia phát hiện, phản ánh và chia sẻ thông tin có trách nhiệm. Công nghệ và AI giữ vai trò hỗ trợ, không thay thế thẩm quyền, trách nhiệm và quyết định của con người. Nhìn tổng thể, giá trị của hệ thống phương hướng và giải pháp không nằm ở việc gia tăng riêng lẻ số lượng kênh, sản phẩm nội dung hay công cụ công nghệ, mà ở khả năng nâng cao năng lực vận hành của toàn bộ quá trình truyền thông phòng, chống tin giả. Sự liên thông giữa chủ thể, thông điệp, kênh truyền, công chúng và phản hồi là điều kiện để chuyển từ cách tiếp cận chủ yếu xử lý từng vụ việc sang truyền thông chủ động, có hệ thống và thích ứng với môi trường số. Theo đó, truyền thông phòng, chống tin giả không chỉ hướng tới phát hiện, xác minh, đính chính và phản bác thông tin sai lệch mà còn chủ động cung cấp thông tin chính thống, cảnh báo, phòng ngừa, hỗ trợ công chúng nâng cao khả năng tự kiểm chứng và khai thác phản hồi có giá trị để tiếp tục điều chỉnh hoạt động truyền thông. Qua đó, Chương 4 hoàn thiện mạch nghiên cứu từ nhận diện thực trạng và những vấn đề đặt ra đến xác lập phương hướng, giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam.

KẾT LUẬN

Luận án “*Truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam hiện nay*” nghiên cứu hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trong môi trường số biến đổi nhanh dưới tác động của nền tảng, dữ liệu, thuật toán, AI tạo sinh và các dạng thức thông tin sai lệch ngày càng phức tạp. Trên cơ sở tổng quan nghiên cứu trong và ngoài nước, luận án xác định khoảng trống chủ yếu là còn thiếu cách tiếp cận tích hợp xem xét truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ như một quá trình thống nhất, trong đó chủ thể và chính sách; kênh, công nghệ và thuật toán; nội dung và dữ liệu; công chúng và phản hồi công chúng có quan hệ chặt chẽ với nhau.

Về lý luận, luận án đã hệ thống hóa và làm rõ các khái niệm liên quan đến truyền thông, tin giả, phòng, chống tin giả và nền tảng số; xác định nội hàm của truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam; đồng thời làm rõ vai trò và cơ sở chính trị – pháp lý của hoạt động này. Trên cơ sở vận dụng mô hình Shannon–Weaver làm khung lý thuyết trung tâm, tham khảo mô hình Lasswell và các lý thuyết bổ trợ, luận án xây dựng khung phân tích gồm bốn cấu phần: (i) chủ thể và chính sách; (ii) kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; (iii) nội dung và dữ liệu truyền thông; (iv) công chúng và phản hồi công chúng. Việc nhóm hóa các thành tố theo bốn cấu phần cho phép xem xét truyền thông phòng, chống tin giả như một quá trình có tính hệ thống, tương tác và thích ứng, trong đó phản hồi có giá trị của công chúng sau khi được kiểm tra, phân loại có thể trở thành nguồn thông tin đầu vào để chủ thể tiếp tục điều chỉnh hoạt động truyền thông.

Về thực chứng, luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp theo hướng định tính giữ vai trò chủ đạo, định lượng có chức năng bổ trợ, kết hợp phân tích nội dung, khảo sát và phỏng vấn sâu. Bộ dữ liệu nghiên cứu gồm 14.580 đơn vị nội dung trên 21 kênh chính thức của bốn chủ thể; 327 phiếu khảo sát được giữ lại sau quá trình làm sạch dữ liệu; và 09 cuộc phỏng vấn sâu bán cấu trúc. Việc đối chiếu các nguồn dữ liệu cho phép xem xét thực trạng từ

hoạt động truyền thông thực tế, đánh giá của người tham gia khảo sát và kinh nghiệm, nhận định của người được phỏng vấn; qua đó hạn chế việc đánh giá hiệu quả chỉ dựa trên các chỉ số nền tảng.

Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả đã được triển khai tương đối đa dạng, bao gồm cung cấp thông tin chính thống, giải thích chính sách, kiểm chứng và xác thực, đính chính và phản bác, cảnh báo giả mạo, lừa đảo và các nội dung phòng ngừa. Bốn nhóm nội dung gồm tin giả và thông tin sai lệch; giải thích chính sách và cung cấp thông tin chính thống; kiểm chứng và xác thực; phản bác và đính chính chiếm 73,1% bộ dữ liệu. Trong khi đó, nội dung trực tiếp hướng dẫn nhận diện tin giả và nâng cao kỹ năng truyền thông số chỉ chiếm 3,1%. Kết quả này cho thấy hoạt động truyền thông đã kết hợp giữa cung cấp thông tin có thẩm quyền với xử lý thông tin sai lệch, nhưng nội dung trực tiếp nâng cao năng lực tự nhận diện, kiểm chứng và phòng ngừa của công chúng còn tương đối hạn chế.

Phân tích theo bốn cấu phần cho thấy hiệu quả truyền thông không phụ thuộc vào một yếu tố riêng lẻ mà gắn với khả năng vận hành đồng bộ của toàn bộ quá trình. Những vấn đề cần tiếp tục hoàn thiện tập trung ở cơ chế phối hợp và tổ chức thực hiện; mức độ liên thông giữa các kênh; năng lực ứng dụng công nghệ, khai thác dữ liệu và thích ứng với cơ chế phân phối của nền tảng; khả năng chuyển hóa thông tin chính thức thành nội dung rõ ràng, dễ tiếp nhận và có khả năng kiểm chứng; sự cân bằng giữa phản ứng, chủ động và phòng ngừa; cùng khả năng tiếp nhận, sàng lọc và sử dụng phản hồi công chúng. Kết quả khảo sát và phỏng vấn bổ sung góc nhìn cho thấy hiệu quả truyền thông không nên chỉ được xem xét thông qua lượt tiếp cận hoặc tương tác mà cần gắn với khả năng nhận biết nguồn chính thức, hiểu và kiểm chứng thông tin, cũng như chia sẻ thông tin có trách nhiệm. Các kết quả này được diễn giải trong giới hạn của dữ liệu nghiên cứu, không suy rộng kết quả khảo sát và phỏng vấn thành đại diện thống kê cho toàn bộ công chúng Việt Nam hoặc toàn bộ hệ thống cơ quan nhà nước.

Từ những phát hiện trên, luận án xác định nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả không nằm ở việc gia tăng riêng lẻ số lượng kênh, sản phẩm nội dung hay công cụ công nghệ, mà ở nâng cao năng lực vận hành đồng bộ của toàn bộ quá trình truyền thông. Theo đó, cần tiếp tục hoàn thiện chính sách và cơ chế phối hợp; tổ chức hệ thống kênh theo hướng tích hợp đa nền tảng; nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ và khai thác dữ liệu; đổi mới nội dung theo hướng kết hợp giữa cung cấp thông tin chính thống, ứng phó và phòng ngừa; đồng thời phát huy vai trò của công chúng và nâng cao hiệu quả tiếp nhận, phân tích, sử dụng phản hồi. Trong quá trình này, công nghệ và AI là công cụ hỗ trợ, không thay thế thẩm quyền, trách nhiệm và quyết định của con người; dữ liệu là nguồn lực phục vụ nhận diện, xác minh, xây dựng và điều chỉnh nội dung; phản hồi của công chúng là nguồn thông tin đầu vào có thể hỗ trợ chủ thể tiếp tục hoàn thiện hoạt động truyền thông.

Đóng góp của luận án được thể hiện trên ba phương diện. Về lý luận, luận án làm rõ nội hàm truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam và xây dựng khung phân tích bốn cấu phần trên cơ sở vận dụng mô hình Shannon–Weaver cùng các lý thuyết bổ trợ, qua đó mở rộng cách tiếp cận từ xử lý từng thông tin sai lệch sang xem xét toàn bộ quá trình truyền thông. Về thực chứng, luận án cung cấp kết quả phân tích 14.580 đơn vị nội dung trên 21 kênh chính thức của bốn chủ thể, kết hợp với khảo sát và phỏng vấn sâu để nhận diện thực trạng từ nhiều nguồn dữ liệu. Về ứng dụng, hệ thống phương hướng và giải pháp được xây dựng trực tiếp từ các vấn đề phát hiện trong bốn cấu phần, cung cấp cơ sở tham khảo cho việc tổ chức, phối hợp và nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả của các cơ quan nhà nước trong môi trường số.

Luận án vẫn có những giới hạn về phạm vi chủ thể, thời gian nghiên cứu và khả năng tiếp cận dữ liệu. Nghiên cứu tập trung vào 21 kênh chính thức của bốn chủ thể; khảo sát và phỏng vấn không nhằm tạo ra mẫu đại diện thống kê cho toàn bộ công chúng Việt Nam; dữ liệu vận hành nội bộ và cơ chế thuật toán

của các nền tảng xuyên biên giới chưa thể được tiếp cận đầy đủ. Các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng phạm vi chủ thể và địa phương; nghiên cứu sâu hơn hành vi tiếp nhận, kiểm chứng và chia sẻ thông tin của các nhóm công chúng; tác động của AI tạo sinh, *deepfake* và cơ chế phân phối của nền tảng; đồng thời đánh giá hiệu quả của từng chiến lược, phương thức và biện pháp can thiệp truyền thông trong những bối cảnh cụ thể.

Toàn bộ kết quả nghiên cứu cho thấy hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam không chỉ phụ thuộc vào khả năng phát hiện, đính chính và phản bác thông tin sai lệch, mà quan trọng hơn là năng lực tổ chức một quá trình truyền thông chủ động, có căn cứ, phối hợp, liên thông và thích ứng. Trong quá trình đó, chủ thể và chính sách tạo cơ sở về thẩm quyền, trách nhiệm và tổ chức thực hiện; kênh, công nghệ và thuật toán tạo điều kiện cho việc chuyển tải và phân phối thông tin; nội dung và dữ liệu tạo căn cứ và giá trị thông tin; công chúng vừa tiếp nhận, tương tác, vừa tạo ra phản hồi để chủ thể tiếp tục điều chỉnh hoạt động truyền thông. Vì vậy, yêu cầu đặt ra không chỉ là xử lý tin giả sau khi xuất hiện, mà là nâng cao năng lực truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ theo hướng chủ động cung cấp thông tin, phòng ngừa, phát hiện, xác minh, ứng phó và điều chỉnh trên cơ sở phản hồi, phù hợp với sự biến đổi của môi trường truyền thông số.

**DANH MỤC MINH CHỨNG KINH NGHIỆM KHOA HỌC
CỦA NGHIÊN CỨU SINH**

TT	Tác giả và đề tài	Năm	Tạp chí
1	Nguyễn Văn Thuật: <i>Mối đe dọa an ninh truyền thông trong kỷ nguyên số.</i>	2025	Tạp chí Thông tin khoa học lý luận chính trị, số 7 (120) - 2025, tr.83.
2	Nguyễn Văn Thuật: <i>Truyền thông di sản văn hóa trong kỷ nguyên số: Thực trạng và giải pháp.</i>	2025	Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật số 624, tháng 11-2025, https://vanhoanghethuat.vn/truyen-thong-di-san-van-hoa-trong-k- nguyen-so-thuc-trang-va-giai-phap-77760029.html?zarsrc=30&utm_source=zalo&utm
3	Nguyễn Văn Thuật: <i>Truyền thông phòng, chống tin giả trong kỷ nguyên số: nghiên cứu trường hợp về Đại hội Đảng.</i>	2026	Tạp chí Quản lý Nhà nước điện tử, https://www.quanlynhanuoc.vn/2026/01/21/truyen-thong-phong-chong-tin-gia-trong-ky-nguyen-so-nghien-cuu-truong-hop-ve-dai-hoi-dang/?utm
4	Nguyễn Văn Thuật: <i>Nâng cao vai trò của truyền thông trong việc kiến tạo địa điểm từ nguồn lực văn hoá, nghệ thuật và sáng tạo tại Việt Nam.</i>	2026	Tạp chí Văn hoá Nghệ thuật số 636, tháng 3 – 2026, tr.130
5	Nguyễn Văn Thuật, <i>Nâng cao hiệu quả truyền thông về công tác người Việt Nam ở nước ngoài trong giai đoạn mới.</i>	2026	Tạp chí Lý luận Chính trị điện tử, https://lyluanchinhtri.vn/nang-cao-hieu-qua-truyen-thong-ve-cong-tac-nguoi-viet-nam-o-nuoc-ngoai-trong-giai-doan-moi-13539.html .

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

1. Nguyễn Hoàng Anh (2022), *Thảo luận của công chúng trên báo điện tử và mạng xã hội: Tiếp cận từ lý thuyết tác nhân - mạng lưới*, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, số 1, tr. 213–216, https://ussh.vnu.edu.vn/uploads/ussh/dao-tao/2022_11/tom-tat-luan-an-cua-ncs-nguyen-hoang-anh.pdf.
2. Lê Thanh Bình (2008), *Truyền thông đại chúng và phát triển xã hội*, Nxb. Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội.
3. Bộ Chính trị (2018), *Nghị quyết số 35-NQ/TW ngày 22/10/2018 về tăng cường bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch trong tình hình mới*, Hà Nội.
4. Bộ Chính trị (2023), *Kết luận số 57-KL/TW ngày 15/6/2023 về tiếp tục nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thông tin đối ngoại trong tình hình mới*, Hà Nội, <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/he-thong-van-ban/van-ban-cua-dang/ket-luan-so-57-kltw-ngay-1562023-cua-bo-chinh-tri-ve-tiep-tuc-nang-cao-chat-luong-hieu-qua-cong-tac-thong-tin-doi-ngoai-9676>.
5. Bộ Chính trị (2024), *Nghị quyết số 57-NQ/TW về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia*, Hà Nội, <https://xaydungchinh sach.chinhphu.vn/toan-van-nghi-quyet-ve-dot-pha-phat-trien-khoa-hoc-cong-nghe-doi-moi-sang-tao-va-chuyen-doi-so-quoc-gia-119241224180048642.htm>.
6. Bộ Chính trị (2025), *Nghị quyết số 66-NQ/TW ngày 30/4/2025 về đổi mới công tác xây dựng và thi hành pháp luật đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước trong kỷ nguyên mới*, Hà Nội, <https://xaydungchinh sach.chinhphu.vn/toan-van-nghi-quyet-ve-dot-pha-phat-trien-khoa-hoc-cong-nghe-doi-moi-sang-tao-va-chuyen-doi-so-quoc-gia-119241224180048642.htm>.

7. Bộ Chính trị (2026), *Nghị quyết số 80-NQ/TW về phát triển văn hóa Việt Nam trong kỷ nguyên mới*, Hà Nội.
8. Thủ tướng Chính phủ (2020), *Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*, Hà Nội, <https://datafiles.chinhphu.vn/cpp/files/vbpq/2020/06/749.signed.pdf>.
9. Thủ tướng Chính phủ (2021), *Quyết định số 942/QĐ-TTg ngày 15/6/2021 phê duyệt Chiến lược phát triển Chính phủ điện tử hướng tới Chính phủ số giai đoạn 2021–2025, định hướng đến năm 2030*, Hà Nội, <https://datafiles.chinhphu.vn/cpp/files/vbpq/2021/06/942.signed.pdf>.
10. Chính phủ (2022), *Nghị định số 53/2022/NĐ-CP ngày 15/8/2022 quy định chi tiết một số điều của Luật An ninh mạng*, Hà Nội, <https://datafiles.chinhphu.vn/cpp/files/vbpq/2022/08/53-cp.signed.pdf>.
11. Chính phủ Việt Nam (2024), *Nghị định số 147/2024/NĐ-CP ngày 09/11/2024 về quản lý, cung cấp và sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng*, Hà Nội, <https://datafiles.chinhphu.vn/cpp/files/vbpq/2024/11/147-nd.signed.pdf>.
12. Phạm Hải Chung; Bùi Thu Hương (Đồng chủ biên) (2016), *Truyền thông xã hội*, Nxb. Thế giới, Hà Nội.
13. Cục Phát thanh, Truyền hình và Thông tin điện tử (2024), *Cẩm nang phòng, chống tin giả, tin sai sự thật trên không gian mạng*, Hà Nội.
14. Trần Quang Diệu (2021), *Công chúng truyền thông trong bối cảnh truyền thông số ở Việt Nam*, Tạp chí Lý luận Chính trị, <https://lyluanchinhtri.vn/cong-chung-truyen-thong-trong-boi-canhh-truyen-thong-so-o-viet-nam-2086.html>.
15. Trần Quang Diệu (2023), *Truyền thông chính trị trong bối cảnh chuyển đổi số ở nước ta hiện nay*, Tạp chí Cộng sản,

<https://tapchiconsan.org.vn/web/guest/nguyen-cu/-/2018/827504/truyen-thong-chinh-tri-trong-boi-can-h-chuyen-doi-so-o-nuoc-ta-hien-nay.aspx>.

16. Nguyễn Văn Dũng (2018), *Cơ sở lý luận Báo chí - Truyền thông*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
17. Phạm Khánh Duy (2023), *Nâng cao khả năng phát hiện tin giả tiếng Việt dựa trên mô hình vELECTRA*, Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ, <https://stdj.scienceandtechnology.com.vn/index.php/stdj/article/view/3927>.
18. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Tập I, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
19. Đảng Cộng sản Việt Nam (2026), *Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIV của Đảng*, Hà Nội, <https://xaydungchinh sach.chinhphu.vn/toan-van-nghi-quyet-dai-hoi-dai-bieu-toan-quoc-lan-thu-xiv-cua-dang-119260206221643667.htm>.
20. Trương Quốc Định; Phan Thị Thúy Kiều (2022), *Nghiên cứu giải pháp phát hiện tin giả trên mạng xã hội bằng ngôn ngữ tiếng Việt*, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á, Vol. 33, No. 5, tr. 26–46. DOI: 10.24311/jabes/2022.33.05.01.
21. Trần Vũ Thị Giang Lam (2021), *Hiện tượng tin tức giả, một số phương thức nhận biết và ngăn chặn*, Chuyên san Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Đồng Tháp, tập 10, số 2, tr. 102–109, DOI: 10.52714/dthu.10.2.2021.860, <https://dthujs.vn/index.php/dthujs/article/view/385>.
22. Phạm Thị Giang (2024), *Thách thức của chuyển đổi số với quản trị nhà nước hiện đại*, Tạp chí Quản lý nhà nước, <https://www.quanlynhanuoc.vn/2024/07/30/thach-thuc-cua-chuyen-doi-so-voi-quan-tri-nha-nuoc-hien-dai/>.
23. Lê Cẩm Hà (2022), *Xây dựng và phát triển Chính phủ số ở Việt Nam hiện*

nay, Tạp chí Quản lý nhà nước, <https://www.quanlynhanuoc.vn/2022/10/18/xay-dung-va-phat-trien-chinh-phu-so-o-viet-nam-hien-nay/>.

24. Hoàng Thị Hồng Hà; Hoàng Huy Hoàng (2024), *Nỗ lực chống tin giả, tiếp cận từ hướng đào tạo truyền thông*, Tạp chí Phát triển và Hội nhập, số 75, tr. 44–48, <https://doi.org/10.61602/jdi.2024.75.06>.
25. Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh (2020), *Truyền thông chính sách trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập quốc tế*, Nxb. Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội.
26. Lương Khắc Hiếu (2021), *Giải pháp nâng cao hiệu quả xử lý thông tin sai lệch, xuyên tạc về lĩnh vực tư tưởng, lý luận trên mạng xã hội ở Việt Nam hiện nay*, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, tháng 02/2021, <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/giai-phap-nang-cao-hieu-qua-xu-ly-thong-tin-sai-lech-xuyen-tac-ve-linh-vuc-tu-tuong-ly-luan-tren-mang-xa-hoi-o-viet-nam-hien-nay-p24889.html>.
27. Nguyễn Ngọc Hoa (2024), *Truyền thông chính sách trong bối cảnh chuyển đổi số ở Việt Nam nhằm thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng*, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/truyen-thong-chinh-sach-trong-boi-can-chuyen-doi-so-o-viet-nam-nham-thuc-hien-thang-loi-nghi-quyet-dai-hoi-xiii-cua-dang-p28524.html>.
28. Phạm Thị Hoa (2025), *Nâng cao chất lượng, hiệu quả cơ chế kiểm soát và xử lý tin giả tại Việt Nam hiện nay dưới góc nhìn tiếp cận thể chế*, Tạp chí Công sản, <https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/nghien-cu/-/2018/911902/nang-cao-chat-luong%2C-hieu-qua-co-che-kiem-soat-va-xu-ly-tin-gia-o-viet-nam-hien-nay-duoi-goc-nhin-tu-cach-tiep-can-the-che.aspx>.

29. Lê Đức Hoàng (2025), *Một số giải pháp xử lý thông tin giả, sai lệch, xuyên tạc tác động đến dư luận xã hội ở Việt Nam hiện nay*, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/mot-so-giai-phap-xu-ly-thong-tin-gia-sai-lech-xuyen-tac-tac-dong-den-du-luan-xa-hoi-o-viet-nam-hien-nay-p29364.html>.
30. Võ Trung Hùng; Ninh Khánh Chi; Trần Anh Kiệt (2022), *Phát hiện tự động tin giả: Thành tựu và thách thức*, Tạp chí Khoa học và Công nghệ – Đại học Đà Nẵng, Vol. 20, No. 3, tr. 71–78, <https://jst-ud.vn/jst-ud/article/view/7816/5527>.
31. Phạm Thị Diễm Hương (2022), *Một số vấn đề về truyền thông trên mạng xã hội qua nghiên cứu tin giả về đại dịch COVID-19 tại Việt Nam*, Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Thái Nguyên, tập 227, số 09, tr. 490–499, <https://jst.tnu.edu.vn/jst/article/view/5742>, DOI: <https://doi.org/10.34238/tnu-jst.5742>.
32. Nguyễn Ngọc Huy (2021), *Ứng phó với tin giả trong quản lý xã hội*, Tạp chí Cộng sản, https://tapchicongsan.org.vn/en_US/web/guest/nguyen-cu/-/2018/823115/ung-pho-voi-tin-gia-trong-quan-ly-xa-hoi.aspx.
33. Nguyễn Thị Kim Lan (2022), *Vietnam academic libraries and fake news on social networks: Revealing the truth and solving the problem*, International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA), <https://repository.ifla.org/items/a4d492ed-0d02-49f0-a27e-ebc8093c7c50>.
34. Nguyễn Thành Lợi (2019), *Tác nghiệp báo chí trong môi trường truyền thông hiện đại*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
35. Lưu Hồng Minh (2025), *Truyền thông đại chúng trong kỷ nguyên số: Động lực đổi mới mô hình phát triển xã hội Việt Nam hiện nay*, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, <https://ajc.edu.vn/truyen-thong-dai-chung-trong-ky-nguyen-so-dong-luc-doi-moi-mo-hinh-phat-trien-xa-hoi-viet-nam>

hien-nay-14032.htm.

36. Ngô Bích Ngọc (2022), *Nhận diện tin giả, cơ chế lan truyền và một số giải pháp giảm thiểu tác hại của tin giả*, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, số 6/2022, <https://scholar.dlu.edu.vn/thuvienso/bitstream/DLU123456789/268376/1/CVv307S62022073.pdf>.
37. Lữ Thị Mai Oanh; Phạm Hương Trà; Nguyễn Thị Như Thúy; Bùi Thị Diệu Linh; Âu Quang Hiếu (2022), *Tiếp nhận và phản ứng với tin giả của sinh viên trong bối cảnh dịch bệnh COVID-19*, Tạp chí Giáo dục, tập 22, số 2, tr. 59–64, <https://tcgd.tapchigiaoduc.edu.vn/index.php/tapchi/article/download/333/126/147>.
38. Lữ Thị Mai Oanh; Nguyễn Quý Thanh; Hà Ánh Bình (2024), *Giải pháp nhận diện tin giả của sinh viên*, VNU Journal of Science: Education Research, Vol. 40, No. 1, tr. 27–38, <https://doi.org/10.25073/2588-1159/vnuer.4787>.
39. Hoàng Phê (2010), *Từ điển Tiếng Việt*, Nxb. Đà Nẵng, Đà Nẵng.
40. Trần Thế Phiệt (2023), *Chuyển đổi số trong lĩnh vực báo chí, truyền thông: Một số đề xuất trong thời gian tới*, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, số 17/2023, <https://kinhtevadubao.vn/chuyen-doi-so-trong-linh-vuc-bao-chi-truyen-thong-mot-so-de-xuat-trong-thoi-gian-toi-28001.html>.
41. Lê Văn Phùng; Quách Xương Trường (2017), *Khai phá dữ liệu*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
42. Đỗ Thị Phụng (2025), *Pháp luật một số quốc gia trên thế giới về ngăn chặn và xử lý tin giả trên không gian mạng và kinh nghiệm cho Việt Nam*, Tạp chí Khoa học Kiểm sát, số 04/2025, tr. 3–10, <https://www.vjol.info.vn/index.php/tks/article/view/120414>.
43. Lê Hồng Quang (2025), *Nắm bắt và định hướng dư luận xã hội trong tình*

hình mới: Một số kinh nghiệm của tỉnh An Giang, Tạp chí Công sản, <https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/thuc-tien-kinh-nghiem1/-/2018/824957/nam-bat-va-dinh-huong-du-luan-xa-hoi-trong-tinh-hinh-moi--mot-so-kinh-nghiem-cua-tinh-an-giang.aspx>.

44. Quốc hội (2006), *Luật Công nghệ thông tin số 67/2006/QH11* ngày 29/6/2006, Hà Nội, <https://chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=29137>.
45. Quốc hội (2013), *Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam*, Hà Nội, <https://datafiles.chinhphu.vn/cpp/files/vbpq/2013/12/hp.pdf>.
46. Quốc hội Việt Nam khóa XIII (2016), *Luật Tiếp cận thông tin số 104/2016/QH13* ngày 06/4/2016, Hà Nội, <https://datafiles.chinhphu.vn/cpp/files/vbpq/2016/05/104.signed.pdf>.
47. Quốc hội (2018), *Luật An ninh mạng số 24/2018/QH14* ngày 12/6/2018, Hà Nội, <https://datafiles.chinhphu.vn/cpp/files/vbpq/2022/07/24-2018-ql14..pdf>.
48. Quốc hội (2023), *Luật Giao dịch điện tử số 20/2023/QH15* ngày 22/6/2023, Hà Nội, <https://datafiles.chinhphu.vn/cpp/files/vbpq/2023/8/luat20-2023-ql15..pdf>.
49. Quốc hội (2024), *Luật Dữ liệu số 60/2024/QH15* ngày 30/11/2024, Hà Nội.
50. Quốc hội (2025), *Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân số 91/2025/QH15* ngày 26/6/2025, Hà Nội, <https://datafiles.chinhphu.vn/cpp/files/vbpq/2025/7/91ql.signed.pdf>.
51. Quốc hội (2025), *Luật Báo chí số 126/2025/QH15* ngày 10/12/2025, Hà Nội, <https://datafiles.chinhphu.vn/cpp/files/vbpq/2026/01/luat126-2025.pdf>.
52. Nguyễn Duy Quỳnh (2025), *Truyền thông chính sách của Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số*, Tạp chí Lý luận Chính trị,

<https://lyluanchinhtri.vn/truyen-thong-chinh-sach-cua-viet-nam-trong-boi-canhh-chuyen-doi-so-8169.html>.

53. Tạ Ngọc Tấn (2001), *Truyền thông đại chúng*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
54. Nguyễn Văn Thành (2023), *Quản trị, xử lý khủng hoảng truyền thông - Bài học quốc tế và vấn đề rút ra đối với Việt Nam*, Nxb. Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội.
55. Vũ Thị Hương Thảo (2023), *Xử lý khủng hoảng truyền thông trong cơ quan hành chính nhà nước*, Tạp chí Quản lý nhà nước, số 329, tr. 8–11, <https://vi.quanlynhanuoc.vn/qlnn/article/view/541/492>.
56. Trần Thị Thanh Thủy (2021), *Vai trò và các yêu cầu đối với truyền thông chính sách*, Tạp chí Quản lý nhà nước, <https://www.quanlynhanuoc.vn/2021/01/05/vai-tro-va-cac-yeu-cau-doi-voi-truyen-thong-chinh-sach/>.
57. Nguyễn Thị Thu Thủy (2025), *Truyền thông chính sách trong bối cảnh chuyển đổi số: Kinh nghiệm quốc tế và giá trị tham khảo với Việt Nam*, Tạp chí Giáo chức, <https://tapchigiaochuc.com.vn/truyen-thong-chinh-sach-trong-boi-canhh-chuyen-doi-so-kinh-nghiem-quoc-te-va-gia-tri-tham-khao-voi-viet-nam.html>.
58. Nguyễn Văn Thủy (2023), *Thực trạng và thách thức của truyền thông trong xu thế chuyển đổi số*, Tạp chí Quản lý nhà nước, <https://www.quanlynhanuoc.vn/2023/05/30/thuc-trang-va-thach-thuc-cua-truyen-thong-trong-xu-the-chuyen-doi-so/>.
59. Phạm Hương Trà (2022), *Truyền thông và niềm tin xã hội trong giai đoạn hiện nay*, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/truyen-thong-va-niem-tin-xa-hoi-trong-giai-doan-hien-nay-p27488.html>.

60. Trần Quang Tùng (2023), *Một số vấn đề đặt ra trong công tác phòng, chống tin giả do người có ảnh hưởng trên không gian mạng (KOL) gây nên và giải pháp nâng cao hiệu quả phòng, chống*, Tạp chí Khoa học Kiểm sát, số 01 (63)/2023, <https://vjol.info.vn/index.php/tks/article/download/79624/67767/>.
61. Andrew Guess; Brendan Nyhan; Jason Reifler (2020), *Exposure to untrustworthy websites in the 2016 US election*, Nature Human Behaviour, Vol. 4, No. 5, pp. 472–480. DOI: 10.1038/s41562-020-0833-x.
62. Andrew M. Guess; Jonathan Nagler; Joshua A. Tucker (2019), *Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook*, Science Advances, Vol. 5, No. 1, Article eaau4586. DOI: 10.1126/sciadv.aau4586.
63. Adrien Friggeri; Lada A. Adamic; Dean Eckles; Justin Cheng (2014), *Rumor cascades*, *Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM 2014)*, Association for the Advancement of Artificial Intelligence, pp. 101–110, <https://cdn.aaai.org/ojs/14559/14559-28-18077-1-2-20201228.pdf>.
64. Batuhan Keskin (2018), *Van Dijck, Poell, and de Waal, The platform society: Public values in a connective world*, Markets, globalization & development review, Vol. 3, No. 3, Article 8. DOI: 10.23860/MGDR-2018-03-03-08.
65. Brendan Nyhan; Jason Reifler (2010), *When corrections fail: The persistence of political misperceptions*, Political Behavior, Vol. 32, No. 2, pp. 303–330. DOI: 10.1007/s11109-010-9112-2.
66. Brian G. Southwell; Emily A. Thorson; Laura Sheble (Editors) (2018), *Misinformation and mass audiences*, University of Texas Press, Austin.
67. Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (2017), *Network*

- enforcement Act (Netzwerkdurchsetzungsgesetz - NetzDG)*, Federal Ministry of Justice and Consumer Protection, Germany, <https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/>.
68. Carlos Espaliú Berdud (2024), *The EU code of practice on disinformation: An example of the self-regulatory trend in international and European law*, *VISUAL REVIEW*, International Visual Culture Review, Vol. 16, No. 2, pp. 95–109. DOI: 10.62161/revvisual.v16.5217.
 69. Cass R. Sunstein (2001), *Republic.com*, Princeton University Press, Princeton.
 70. Claire Wardle; Hossein Derakhshan (2017), *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, Council of Europe, Strasbourg.
 71. Claude Elwood Shannon (1948), *A mathematical theory of communication*, The bell system technical journal, Vol. 27, No. 3–4, pp. 379–423; 623–656.
 72. Claude Elwood Shannon; Warren Weaver (1949), *The Mathematical Theory of Communication*, University of Illinois Press, Urbana, Illinois.
 73. Craig Matasick; Carlotta Alfonsi; Alessandro Bellantoni (2020), *Governance responses to disinformation: How open government principles can inform policy options*, OECD working papers on public governance, No. 39, OECD Publishing, Paris. DOI: 10.1787/d6237c85-en.
 74. Cunyi Yang; Mingrui Gu; Khaldoon Albitar (2024), *Government in the digital age: Exploring the impact of digital transformation on governmental efficiency*, *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 208, Article 123722. DOI: 10.1016/j.techfore.2024.123722. URL: <https://eprints.gla.ac.uk/333694/>.
 75. D. J. Flynn; Brendan Nyhan; Jason Reifler (2017), *The nature and origins of misperceptions: Understanding false and unsupported beliefs about*

- politics*, Political Psychology, Vol. 38, Supplement 1, pp. 127–150. DOI: 10.1111/pops.12394.
76. David L. Rogers (2016), *The digital transformation playbook: Rethink your business for the digital age*, Columbia University Press, New York.
 77. David M. J. Lazer; Matthew A. Baum; Yochai Benkler; Adam J. Berinsky; Kelly M. Greenhill; Filippo Menczer; Miriam J. Metzger; Brendan Nyhan; Gordon Pennycook; David Rothschild; Michael Schudson; Steven A. Sloman; Cass R. Sunstein; Emily A. Thorson; Duncan J. Watts; Jonathan L. Zittrain (2018), *The science of fake news*, Science, Vol. 359, Issue 6380, pp. 1094–1096. DOI: 10.1126/science.aao2998.
 78. Denis McQuail (2010), *McQuail's mass communication theory* (6th ed.), SAGE Publications, London.
 79. Edson C. Tandoc Jr.; Zheng Wei Lim; Richard Ling (2018), *Defining 'fake news': A typology of scholarly definitions*, Digital Journalism, Vol. 6, No. 2, pp. 137–153. DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143.
 80. Elena Broda; Jesper Strömbäck (2024), *Misinformation, disinformation, and fake news: Lessons from an interdisciplinary, systematic literature review*, Annals of the International Communication Association, Vol. 48, No. 2, pp. 139–166. DOI: 10.1080/23808985.2024.2323736. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23808985.2024.2323736>.
 81. Eli Pariser (2011), *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*, Penguin Press, New York.
 82. Elihu Katz; Jay G. Blumler; Michael Gurevitch (1974), Utilization of mass communication by the individual, trong Jay G. Blumler; Elihu Katz (Editors), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*, Sage Publications, Beverly Hills, California, pp. 19–32.

83. Emily A. Thorson (2013), *Belief echoes: The persistent effects of corrected misinformation* (Doctoral dissertation), University of Pennsylvania, Philadelphia.
84. Emily K. Vraga; Leticia Bode (2020), *Defining misinformation and understanding its bounded nature*, Political Communication, Vol. 37, No. 1, pp. 136–145. DOI: 10.1080/10584609.2020.1716500.
85. Erving Goffman (1974), *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, Harper & Row, New York.
86. Euis Nurul Bahriyah (2025), *Collaboration strategies with micro-influencers: Building trust through community*, Journal of Dialogos, Vol. 2, No. 2, pp. 1–12. DOI: 10.62872/4qrtdf58. URL: <https://ejournal-nawalaedu.com/index.php/JOD/article/view/1457>.
87. European Commission (2018, updated 2022), *EU Code of Practice on Disinformation*, European Commission, Brussels. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>.
88. European Digital Media Observatory (EDMO) (2025), *How is disinformation addressed in the member states of the European Union? – 27 country cases*, European Digital Media Observatory. URL: <https://edmo.eu/publications/how-is-disinformation-addressed-in-the-member-states-of-the-european-union-27-country-cases/>.
89. Gazi Mahabubul Alam; Wang Shiwei; Karima Bashir; Miao Lei (2026), *Relationships between social capital, digital literacy and students' access to higher education and its effect on sustainable development goals*, Discover Education. DOI: 10.1007/s44217-026-01366-4.
90. Gordon Pennycook; Adam Bear; Evan T. Collins; David G. Rand (2020), *The implied truth effect: Attaching warnings to a subset of fake news*

- headlines increases perceived accuracy of headlines without warnings*, Management science, Vol. 66, No. 11, pp. 4944–4957. DOI: 10.1287/mnsc.2019.3478.
91. Gordon Pennycook; Jonathon McPhetres; Yunhao Zhang; Jackson G. Lu; David G. Rand (2020), *Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention*, Psychological Science, Vol. 31, No. 7, pp. 770–780. DOI: 10.1177/0956797620939054.
 92. Gordon Pennycook; Ziv Epstein; Mohsen Mosleh; Antonio A. Arechar; Dean Eckles; David G. Rand (2021), *Shifting attention to accuracy can reduce misinformation online*, Nature, Vol. 592, pp. 590–595. DOI: 10.1038/s41586-021-03344-2.
 93. Gordon Pennycook; David G. Rand (2021), *The psychology of fake news*, Trends in cognitive sciences, Vol. 25, No. 5, pp. 388–402. DOI: 10.1016/j.tics.2021.02.007.
 94. Gunther Eysenbach (2020), *How to fight an infodemic: The four pillars of infodemic management*, Journal of Medical Internet Research, Vol. 22, No. 6, Article e21820. DOI: 10.2196/21820.
 95. Hans de Bruijn; Marijn Janssen (2017), *Building cybersecurity awareness: The need for evidence-based framing strategies*, Government information quarterly, Vol. 34, No. 1, pp. 1–7. DOI: 10.1016/j.giq.2017.02.007.
 96. Harold Dwight Lasswell (1948), *The structure and function of communication in society*, trong Lyman Bryson (Editor), *The communication of ideas*, Harper & Brothers, New York, pp. 37–51.
 97. Hunt Allcott; Matthew Gentzkow (2017), *Social media and fake news in the 2016 election*, Journal of economic perspectives, Vol. 31, No. 2, pp. 211–236. DOI: 10.1257/jep.31.2.211.

98. Ines Mergel; Sukumar Ganapati; Andrew B. Whitford (2021), *Agile: A new way of governing*, Public administration review, Vol. 81, No. 1, pp. 161–165. DOI: 10.1111/puar.13202.
99. Jae Sik Ha (2024), *Shortcut to rebuilding public trust: Fact-checking journalism by Yonhap News Agency (YNA) in South Korea*, Asian Journal of Media and Communication, Vol. 8, No. 1, pp. 21–36. DOI: 10.20885/asjmc.vol8.iss1.art2. URL: <https://journal.uui.ac.id/AJMC/article/view/33063>.
100. James E. Grunig; Todd Hunt (1984), *Managing public relations*, CBS College Publishing, New York.
101. Janna Anderson; Lee Rainie (2018), *The future of truth and misinformation online*, Pew Research Center & Elon University's Imagining the Internet Center, <https://www.pewresearch.org/internet/2017/10/19/the-future-of-truth-and-misinformation-online/>.
102. John Garry; Robert Ford; Robert Johns (2021), *Coronavirus conspiracy beliefs, mistrust, and compliance: Taking measurement seriously*, Psychological Medicine, Vol. 51, No. 15, pp. 2643–2645. DOI: 10.1017/S0033291720005164.
103. Jon Roozenbeek; Claudia Rosa Schneider; Sarah Dryhurst; John Kerr; Alexandra Louise James Freeman; Gabriel Recchia; Anne Marthe van der Bles; Sander van der Linden (2020), *Susceptibility to misinformation about COVID-19 around the world*, Royal society open science, Vol. 7, No. 10, Article 201199. DOI: 10.1098/rsos.201199.
104. Jon Roozenbeek; Sander van der Linden (2019), *Fake news game confers psychological resistance against online misinformation*, Palgrave Communications, Vol. 5, Article 65. DOI: 10.1057/s41599-019-0279-9.

105. Julian McDougall; Maria José Brites; Maria João Couto; Catarina Lucas (2019), *Digital literacy, fake news and education*, Cultura y Educación, Vol. 31, No. 2, pp. 203–212. DOI: 10.1080/11356405.2019.1603632.
106. Kai Shu; Amy Sliva; Suhang Wang; Jiliang Tang; Huan Liu (2017), *Fake news detection on social media: A data mining perspective*, ACM SIGKDD Explorations Newsletter, Vol. 19, No. 1, pp. 22–36. DOI: 10.1145/3137597.3137600. URL: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3137597.3137600>.
107. Kari Suomalainen; Nooa Nykänen; Hannele Seeck; Youna Kim; Ella McPherson (2025), *Fact-checking in journalism: An epistemological framework*, Journalism studies, Advance online publication. DOI: 10.1080/1461670X.2025.2492729.
108. Katherine Clayton; Spencer Blair; Jonathan A. Busam; Samuel Forstner; John Glance; Guy Green; Anna Kawata; Robert Kovvuri; Jonathan Martin; Morgan Morgan; Aidan Sandhu; Rachel Sang; Austin Scholz-Bright; Darpan Welch; Timothy Wolff; Brendan Zhou; Brendan Nyhan; Jason Reifler (2020), *Real solutions for fake news? Measuring the effectiveness of general warnings and fact-check tags in reducing belief in false stories on social media*, Political Behavior, Vol. 42, pp. 1073–1095. DOI: 10.1007/s11109-019-09533-0.
109. Gary King; Jennifer Pan; Margaret E. Roberts (2013), *How censorship in China allows government criticism but silences collective expression*, American political science review, Vol. 107, No. 2, pp. 326–343. DOI: 10.1017/S0003055413000014.
110. Leticia Bode; Emily K. Vraga (2015), *In related news, that was wrong: The correction of misinformation through related stories functionality in social media*, Journal of communication, Vol. 65, No. 4, pp. 619–638. DOI: 10.1111/jcom.12166.

111. Leticia Bode; Emily K. Vraga (2018), *See something, say something: Correction of global health misinformation on social media*, Health communication, Vol. 33, No. 9, pp. 1131–1140. DOI: 10.1080/10410236.2017.1331312.
112. Lisa K. Fazio (2020), *Pausing to consider why a headline is true or false can help reduce the sharing of false news*, Harvard Kennedy School Misinformation Review, Vol. 1, No. 2. DOI: 10.37016/mr-2020-009.
113. Lucas Graves (2018), *Understanding the promise and limits of automated fact-checking*, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, Oxford, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/understanding-promise-and-limits-automated-fact-checking>.
114. Man-pui Sally Chan; Christopher R. Jones; Kathleen Hall Jamieson; Dolores Albarracín (2017), *Debunking: A meta-analysis of the psychological efficacy of messages countering misinformation*, Psychological science, Vol. 28, No. 11, pp. 1531–1546. DOI: 10.1177/0956797617714579.
115. Manuel Castells (2009), *Communication power*, Oxford University Press, Oxford.
116. Margaret Meiling Luo (2020), *Uses and gratifications theory and digital media use: The test of emotional factors*, PEOPLE: International journal of social sciences, Vol. 6, No. 1, pp. 599–608. DOI: 10.20319/pijss.2020.61.599608.
117. Herbert Marshall McLuhan (1964), *Understanding media: The extensions of man*, McGraw-Hill, New York.
118. Maryam Shahbazi; Deborah Bunker (2024), *Social media trust: Fighting misinformation in the time of crisis*, International Journal of Information Management, Vol. 77, Article 102780. DOI:

10.1016/j.ijinfomgt.2024.102780.

URL:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401224000288>.

119. Matteo Cinelli; Walter Quattrociocchi; Alessandro Galeazzi; Carlo Michele Valensise; Emanuele Brugnoli; Ana Lucia Schmidt; Paola Zola; Fabiana Zollo; Antonio Scala (2020), *The COVID-19 social media infodemic*, Scientific reports, Vol. 10, Article 16598. DOI: 10.1038/s41598-020-73510-5.
120. Maxwell E. McCombs; Donald L. Shaw (1972), *The agenda-setting function of mass media*, Public opinion quarterly, Vol. 36, No. 2, pp. 176–187. DOI: 10.1086/267990.
121. Melisa Basol; Jon Roozenbeek; Sander van der Linden (2020), *Good news about bad news: Gamified inoculation boosts confidence and cognitive immunity against fake news*, Journal of cognition, Vol. 3, No. 1, Article 2, pp. 1–9. DOI: 10.5334/joc.91.
122. Meta Transparency Center (2024), *How fact-checking works*, Meta. URL: <https://transparency.meta.com/features/how-fact-checking-works/>.
123. Minh Hao Nguyen; Nadine Bol; Andy J. King (2020), *Customisation versus personalisation of digital health information: Effects of mode tailoring on information processing outcomes*, European journal of health communication, Vol.1, No. 1, pp. 30–54. DOI: 10.47368/ejhc.2020.003.
124. Minh Hao Nguyen; Sarah Geber (2025), *Conflicting norms around mobile media dis/connection and state awareness: A vignette experiment*, Media Psychology, pp. 651–677. DOI: 10.1080/15213269.2025.2542792. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15213269.2025.2542792>.
125. Mohamed Mliless; Fouad Boulaid (2023), *Media literacy in Moroccan schools: An analysis of student awareness, teacher understandings and textbook content*, trong *Media and information literacy as a public good*,

Universidad Minuto de Dios, pp. 259–289,
<https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/9b42a64f-dba1-4d2d-a5d0-c89638ee1aba/content>.

126. Naeemul Hassan; Gensheng Zhang; Fatma Arslan; Josue Caraballo; Damian Jimenez; Siddhant Gawsane; Shohedul Hasan; Minumol Joseph; Aaditya Kulkarni; Anil Kumar Nayak; Vikas Sable; Chengkai Li; Mark Tremayne (2017), *ClaimBuster: The first-ever end-to-end fact-checking system*, Proceedings of the VLDB endowment (PVLDB), Vol. 10, No. 12, pp. 1945–1948, DOI: 10.14778/3137765.3137815.
127. National People's Congress of China (2017), *Cybersecurity Law of the People's Republic of China*, Beijing. URL: <https://digichina.stanford.edu/work/translation-cybersecurity-law-of-the-peoples-republic-of-china-effective-june-1-2017/>.
128. Neil Postman (1979), *Teaching as a conserving activity*, Delacorte Press, New York.
129. Nick Srnicek (2017), *Platform capitalism*, Polity Press, Cambridge, <https://mudancatecnologicaedinamicacapitalista.files.wordpress.com/2019/02/platform-capitalism.pdf>.
130. Nurtyasih Wibawanti Ratna Amina; Bambang Satriya; Kridawati Sadhana; Teguh Priyo Sadono (2025), Government crisis communication strategies in dealing with misinformation in the digital era, *Journal of Dialogos: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 2, pp. 13–24. DOI: 10.62872/kgcmxg29. URL: https://www.researchgate.net/publication/393199886_Government_Crisis_Communication_Strategies_in_Dealing_with_Misinformation_in_the_Digital_Era.
131. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

- (2024), *Facts not Fakes: Tackling Disinformation, Strengthening Information Integrity*, OECD Publishing, Paris. DOI: 10.1787/d909ff7a-en. URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/03/facts-not-fakes-tackling-disinformation-strengthening-information-integrity_ff96d19f/d909ff7a-en.pdf.
132. Oxford University Press (2019), *A Working Definition of Fake News*, Oxford Reference, Oxford University Press. URL: https://www.researchgate.net/publication/359472340_A_Working_Definition_of_Fake_News/link/67f53532e8041142a16f6a4d/download.
 133. Oxford University Press (2019), *Fake news*, Oxford English Dictionary, Oxford University Press. URL: https://www.oed.com/dictionary/fake-news_n.
 134. Parliament of Singapore (2019), *Protection from Online Falsehoods and Manipulation Act 2019 (Act 18 of 2019)*, Singapore. URL: <https://sso.agc.gov.sg/Acts-Supp/18-2019>.
 135. Paul Mihailidis; Samantha Viotty (2017), *Spreadable spectacle in digital culture: Civic expression, fake news, and the role of media literacies in post-fact society*, American behavioral scientist, Vol. 61, No. 4, pp. 441–454. DOI: 10.1177/0002764217701217.
 136. Priyanka Meel; Dinesh Kumar Vishwakarma (2019), *Fake news, rumor, information pollution in social media and web: A contemporary survey of state-of-the-arts, challenges and opportunities*, Expert systems with applications, Vol. 153, Article 112986. DOI: 10.1016/j.eswa.2019.112986.
 137. Ramez Kouzy; Joseph Abi Jaoude; Afif Kraitem; Molly B. El Alam; Basil Karam; Elio Adib; Jabra Zarka; Cindy Traboulsi; Elie W. Akl; Khalil Baddour (2020), *Coronavirus goes viral: Quantifying the COVID-19*

- misinformation epidemic on Twitter*, Cureus, Vol. 12, No. 3, Article e7255. DOI: 10.7759/cureus.7255.
138. Riccardo Gallotti; Francesco Valle; Nicola Castaldo; Pierluigi Sacco; Manlio De Domenico (2020), *Assessing the risks of infodemics in response to COVID-19 epidemics*, Nature human behaviour, Vol. 4, pp. 1285–1293. DOI: 10.1038/s41562-020-00994-6.
139. Riki Nuryadin; Ade Sobandi; Budi Santoso (2023), *Digital leadership in the public sector: Systematic literature review*, Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi, Vol. 20, No. 1, pp. 90–106. DOI: 10.31113/jia.v20i1.934. URL: <https://jia.stialanbandung.ac.id/index.php/jia/article/view/934>.
140. Robert M. Entman (1993), *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*, Journal of communication, Vol. 43, No. 4, pp. 51–58. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x.
141. Robert T. Craig (1999), *Communication theory as a field*, Communication Theory, Vol. 9, No. 2, pp. 119–161. DOI: 10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x.
142. Samantha Bradshaw; Philip N. Howard (2018), *Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*, Working Paper 2018.1, Computational Propaganda Research Project, Oxford Internet Institute, University of Oxford, Oxford, 26 pp. URL: <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2018/07/ct2018.pdf>.
143. Samantha Bradshaw; Philip N. Howard (2019), *The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation*, Computational Propaganda Research Project, Oxford Internet Institute, University of Oxford, Oxford, 23 pp. URL:

<https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>.

144. Sander van der Linden; Jon Roozenbeek; Josh Compton (2020), *Inoculating against fake news about COVID-19*, *Frontiers in psychology*, Vol. 11, Article 566790. DOI: 10.3389/fpsyg.2020.566790.
145. Sebastian Stier; Arnim Bleier; Haiko Lietz; Markus Strohmaier (2018), *Election campaigning on social media: Politicians, audiences, and the mediation of political communication on Facebook and Twitter*, *Political communication*, Vol. 35, No. 1, pp. 50–74. DOI: 10.1080/10584609.2017.1334728.
146. Seyun Kim; Bonnie Fan; Willa Yunqi Yang; Jessie Ramey; Sarah Elizabeth Fox; Haiyi Zhu; John Zimmerman; Motahhare Eslami (2024), *Public technologies transforming work of the public and the public sector, Proceedings of the 3rd Annual Meeting of the Symposium on Human-Computer Interaction for Work (CHIWORK 2024)*, Association for Computing Machinery, Article 20, pp. 1–12. DOI: 10.1145/3663384.3663407.
147. Sophie Lecheler; Jana Laura Egelhofer (2021), *Disinformation, misinformation, and fake news: Understanding the supply side*, trong *The disinformation age: Politics, technology, and disruptive communication*, Routledge, pp. 69–87. DOI: 10.4324/9781003111474-4.
148. Soroush Vosoughi; Deb Roy; Sinan Aral (2018), *The spread of true and false news online*, *Science*, Vol. 359, Issue 6380, pp. 1146–1151. DOI: 10.1126/science.aap9559.
149. Sten Hansson; Nic DePaula (2025), *Government communication on social media: Research foci, domains, and future directions*, *Media and Communication*, Vol. 13, Article 10697. DOI: 10.17645/mac.10697. URL: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/10697>.

150. Stephan Lewandowsky; Ullrich Klaus Hans Ecker; Colleen M. Seifert; Norbert Schwarz; John Cook (2012), *Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing*, Psychological science in the public interest, Vol. 13, No. 3, pp. 106–131. DOI: 10.1177/1529100612451018.
151. Stephan Lewandowsky; Ullrich Klaus Hans Ecker; John Cook (2017), *Beyond misinformation: Understanding and coping with the post-truth era*, Journal of applied research in memory and cognition, Vol. 6, No. 4, pp. 353–369. DOI: 10.1016/j.jarmac.2017.07.008.
152. Sumitra Badrinathan; Simon Chauchard (2024), *Researching and countering misinformation in the Global South*, Current Opinion in Psychology, Vol. 55, Article 101733. URL: https://zenodo.org/records/10644216/files/Global_South_Misinfo_Pennycook-2.pdf.
153. Tarleton Gillespie (2010), *The politics of platforms*, New media & society, Vol. 12, No. 3, pp. 347–364. DOI: 10.1177/1461444809342738.
154. Ullrich Klaus Hans Ecker; Stephan Lewandowsky; John Cook; Philipp Schmid; Lisa K. Fazio; Nadia Brashier; Panayiota Kendeou; Emily K. Vraga; Michelle A. Amazeen (2022), *The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction*, Nature reviews psychology, Vol. 1, pp. 13–29. DOI: 10.1038/s44159-021-00006-y.
155. United Nations (2023), *Our Common Agenda: Policy Brief 8: Information Integrity on Digital Platforms*, United Nations, New York, 28 pp. URL: https://digitallibrary.un.org/record/4012857/files/%5EEOSG_2023_8%5E--EOSG_2023_8-EN.pdf.
156. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) (2018), *Journalism, 'Fake News' & Disinformation:*

Handbook for Journalism Education and Training, UNESCO Publishing, Paris, 128 pp. ISBN: 978-92-3-100281-6. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/journalism-fake-news-disinformation>.

157. Jacob van de Kerkhof (2025), Article 22 Digital Services Act: Building trust with trusted flaggers, *Internet Policy Review*, Vol. 14, No. 1, pp. 1–26. DOI: 10.14763/2025.1.1828.
158. Waqas Ejaz; Muhammad Ittefaq (2020), *Data for understanding trust in varied information sources, use of news media, and perception of misinformation regarding COVID-19 in Pakistan*, *Data in brief*, Vol. 32, Article 106091. DOI: 10.1016/j.dib.2020.106091.
159. William James McGuire (1961), *Resistance to persuasion conferred by active and passive prior refutation of the same and alternative counterarguments*, *Journal of abnormal and social psychology*, Vol. 63, No. 2, pp. 326–332. DOI: 10.1037/h0048344.
160. Wilson Ceron; Mathias-Felipe de-Lima-Santos; Marcos G. Quiles (2021), *Fake news agenda in the era of COVID-19: Identifying trends through fact-checking content*, *Online social networks and media*, Vol. 21, Article 100116. DOI: 10.1016/j.osnem.2020.100116.
161. World Economic Forum (2024), *The Global Risks Report 2024* (19th ed.), World Economic Forum, Geneva. ISBN: 978-2-940631-64-3. URL: https://reports.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2024.pdf.
162. Xinyi Zhou; Reza Zafarani (2020), *A survey of fake news: Fundamental theories, detection methods, and opportunities*, *ACM computing surveys*, Vol. 53, No. 5, Article 109, pp. 1–40. DOI: 10.1145/3395046.
163. Yang Zhang (2023), *Citizens' trust and digital attitudes: Evidence from city digital transformation in Shanghai, China*, *Public administration and*

policy, Vol. 26, No. 3, pp. 258–271. DOI: 10.1108/PAP-01-2023-0014.

164. Yun-Peng Yuan; Yogesh Kumar Dwivedi; Garry Wei-Han Tan; Tat-Huei Cham; Keng-Boon Ooi; Eugene Cheng-Xi Aw; Wendy Currie (2023), *Government digital transformation: Understanding the role of government social media*, Government information quarterly, Vol. 40, No. 1, Article 101775. DOI: 10.1016/j.giq.2022.101775.
165. Zhiwei Jin; Juan Cao; Yongdong Zhang; Jiebo Luo (2016), *News verification by exploiting conflicting social viewpoints in microblogs*, Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence, Vol. 30, No. 1, pp. 2972–2978. DOI: 10.1609/aaai.v30i1.10382. URL: <https://ojs.aaai.org/index.php/AAAI/article/view/10382>.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1A: DANH MỤC KÊNH TRUYỀN THÔNG ĐƯỢC RÀ QUÉT PHỤC VỤ PHÂN TÍCH NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM.....	202
PHỤ LỤC 1B: BÁO CÁO KẾT QUẢ KHẢO SÁT TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ TRÊN 21 KÊNH TRUYỀN THÔNG	204
PHỤ LỤC 2A: PHIẾU KHẢO SÁT TRỰC TUYẾN VỀ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ TRÊN CÁC NỀN TẢNG SỐ CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM	216
PHỤ LỤC 2B: KẾT QUẢ KHẢO SÁT TRỰC TUYẾN SAU KHI LÀM SẠCH DỮ LIỆU	220
PHỤ LỤC 3A: BỘ CÂU HỎI PHỎNG VẤN SÂU	225
PHỤ LỤC 3B: TỔNG HỢP KẾT QUẢ PHỎNG VẤN SÂU CÁC NHÓM ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU	232

PHỤ LỤC 1A
DANH MỤC KÊNH TRUYỀN THÔNG ĐƯỢC RÀ QUÉT PHỤC VỤ
PHÂN TÍCH NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN
GIẢ CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM

1. Thời gian khảo sát: 01/01/2025 – 30/5/2026

2. Các nhóm nội dung tìm kiếm

- (i) Tin giả và thông tin sai lệch;
- (ii) Phản bác, đính chính thông tin;
- (iii) Kiểm chứng và xác thực thông tin;
- (iv) Giải thích chính sách và cung cấp thông tin chính thống;
- (v) Cảnh báo lừa đảo, giả mạo trên không gian mạng;
- (vi) Trí tuệ nhân tạo (AI), Deepfake và các công nghệ tạo sinh;
- (vii) An toàn thông tin và an ninh mạng;
- (viii) Hướng dẫn nhận diện tin giả và nâng cao kỹ năng truyền thông số cho công chúng.

3. Các kênh khảo sát

3.1. Nhóm kênh truyền thông của Chính phủ (Văn phòng Chính phủ)

1. Cổng Thông tin điện tử Chính phủ Việt Nam:

<https://chinhphu.vn>

2. Fanpage Facebook Thông tin Chính phủ (tiếng Việt):

<https://www.facebook.com/thongtinchinhphu>

3. Fanpage Facebook Vietnam Government Portal (tiếng Anh):

<https://www.facebook.com/VNGov>

4. Kênh TikTok Chính phủ Việt Nam:

<https://www.tiktok.com/@chinhphu.vn>

5. Kênh YouTube Thông tin Chính phủ:

<https://www.youtube.com/channel/UCYUxsH8xyKAQx1WpCcex5LA>

6. Tài khoản Zalo Chính phủ Việt Nam (Official Account, đã xác minh)

3.2. Nhóm kênh của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

7. Cổng Thông tin điện tử Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch:

<https://bvhttdl.gov.vn>

8. Trung tâm Xử lý tin giả Việt Nam:

<https://tingia.gov.vn>

9. Fanpage Cổng Thông tin Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch:

<https://www.facebook.com/congthongtinbovhttdl>

10. Fanpage Thông tin Văn hóa, Thể thao và Du lịch:

<https://www.facebook.com/thongtinvanhoathethaovadulich>

11. Fanpage Vietnam Anti Fake News:

<https://www.facebook.com/vnantifakenews>

3.3. Nhóm kênh của Bộ Quốc phòng

12. Cổng Thông tin điện tử Bộ Quốc phòng:

<https://mod.gov.vn>

13. Báo Quân đội Nhân dân điện tử:

<https://www.qdnd.vn>

14. Fanpage Truyền hình Quốc phòng Việt Nam (QPVN):

<https://www.facebook.com/quocphongvietnamqpv>

15. Kênh YouTube Truyền hình Quốc phòng Việt Nam (QPVN):

https://www.youtube.com/channel/UCnOk3kjev4rLlkC6_jzXUfw

3.4. Nhóm kênh của Bộ Công an

16. Cổng Thông tin điện tử Bộ Công an:

<https://bocongan.gov.vn>

17. Báo Công an Nhân dân điện tử:

<https://cand.com.vn>

18. Fanpage Báo Công an Nhân dân:

<https://www.facebook.com/baocongan>

19. Fanpage ANTV – Truyền hình Công an Nhân dân:

<https://www.facebook.com/antv.gov.vn>

20. Kênh YouTube ANTV – Truyền hình Công an Nhân dân:

<https://www.youtube.com/@ANTVTruyenhinhCongan>

21. Kênh TikTok ANTV:

<https://www.tiktok.com/@antvnews>

PHỤ LỤC 1B

BÁO CÁO KẾT QUẢ KHẢO SÁT TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ TRÊN 21 KÊNH TRUYỀN THÔNG

I. YÊU CẦU CHUNG

1.1. Nguồn dữ liệu

21 kênh truyền thông chính thống đã xác định, thuộc 04 nhóm cơ quan:

- (i) Nhóm kênh Chính phủ (Văn phòng Chính phủ): 06 kênh
- (ii) Nhóm kênh Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch: 05 kênh
- (iii) Nhóm kênh Bộ Quốc phòng: 04 kênh
- (iv) Nhóm kênh Bộ Công an: 06 kênh

1.2. Thời gian khảo sát

01/01/2025 – 30/05/2026 (515 ngày liên tục)

1.3. Nhóm nội dung (08 nhóm)

- (i) Tin giả và thông tin sai lệch
- (ii) Phản bác, đính chính thông tin
- (iii) Kiểm chứng và xác thực thông tin
- (iv) Giải thích chính sách và cung cấp thông tin chính thống
- (v) Cảnh báo lừa đảo, giả mạo trên không gian mạng
- (vi) Trí tuệ nhân tạo (AI), Deepfake và các công nghệ tạo sinh
- (vii) An toàn thông tin và an ninh mạng
- (viii) Hướng dẫn nhận diện tin giả và nâng cao kỹ năng truyền thông số

1.4. Công nghệ và quy trình xử lý dữ liệu

Việc thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu được thực hiện với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS) và các công cụ xử lý dữ liệu số phù hợp với từng nguồn. Các công cụ kỹ thuật được sử dụng để hỗ trợ thu thập dữ liệu từ các kênh thuộc phạm vi khảo sát; chuẩn hóa dữ liệu; trích xuất từ khóa; nhận diện, sàng lọc và phân nhóm nội dung; tổng hợp, thống kê và trực quan hóa kết quả. Các công cụ tự động và trí tuệ nhân tạo chỉ được sử dụng với vai trò hỗ trợ xử lý dữ liệu, không tự động xác định tính đúng, sai của thông tin và không

thay thế việc kiểm tra, mã hóa và đánh giá của người nghiên cứu. Đối với các trường hợp có độ tin cậy thấp, xung đột phân loại hoặc có khả năng ảnh hưởng đến kết quả nghiên cứu, dữ liệu được kiểm tra, đối chiếu và điều chỉnh trước khi đưa vào phân tích.

Quy trình hình thành bộ dữ liệu gồm: thu thập dữ liệu thô → làm sạch và chuẩn hóa → xử lý trùng lặp → xác định đơn vị phân tích → sàng lọc, phân loại và mã hóa → kiểm soát chất lượng → hoàn thiện bộ dữ liệu → phân tích và tổng hợp kết quả.

1.5. Dữ liệu đầu ra

Sau quá trình thu thập, xử lý và kiểm soát chất lượng, dữ liệu được tổ chức thành bộ dữ liệu khảo sát phục vụ thống kê và phân tích. Các sản phẩm dữ liệu đầu ra chủ yếu gồm:

- Dataset.csv: bộ dữ liệu ở cấp bản ghi (*record level*), chứa các trường dữ liệu phục vụ phân tích;
- Summary.xlsx: dữ liệu thống kê tổng hợp theo các chiều phân tích;
- TopicModel.xlsx: kết quả phân tích và phân nhóm chủ đề;
- Sentiment.xlsx: kết quả phân loại sắc thái nội dung;
- Chart/Timeline/WordCloud/Network: Sản phẩm trực quan hóa dữ liệu;
- JSON Raw Data: dữ liệu ở định dạng JSON phục vụ lưu trữ, truy xuất và đối chiếu;
- Report.docx: báo cáo tổng hợp kết quả khảo sát.

Bộ dữ liệu sau xử lý là nguồn dữ liệu thống nhất phục vụ các bảng thống kê, phân tích và báo cáo kết quả khảo sát. Dữ liệu được tổ chức ở cấp bản ghi, bảo đảm khả năng truy xuất về nội dung và nguồn ban đầu; các trường hợp không có dữ liệu được xác định là giá trị khuyết (*missing value*), không mặc định quy đổi thành 0. Trong nghiên cứu, cần phân biệt dữ liệu với công nghệ xử lý dữ liệu. Các công nghệ và thuật toán nêu tại mục 1.4 được sử dụng để hỗ trợ thu thập, xử lý, phân loại và phân tích dữ liệu; trong khi dữ liệu được tổ chức trong bộ dữ liệu khảo sát là nguồn thông tin phục vụ nhận diện, phân loại,

đối chiếu và phân tích nội dung truyền thông. Sự phân định này phù hợp với khung phân tích của luận án, trong đó công nghệ xử lý dữ liệu được xem xét trong cấu phần kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán, còn dữ liệu với tư cách nguồn lực thông tin được xem xét trong mối quan hệ với nội dung truyền thông.

II. KẾT QUẢ KHẢO SÁT

Tiêu đề: Chính sách truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam giai đoạn 01/01/2025 – 30/05/2026

Bảng PL1B.1 Số lượng nội dung theo cơ quan

STT	Cơ quan	Website	Facebook	TikTok	YouTube	Zalo	Tổng
1	Văn phòng Chính phủ	1,445	1,990	500	325	120	4,380
2	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	980	840	225	---	---	2,045
3	Bộ Công an	2,235	2,470	980	670	---	6,355
4	Bộ Quốc phòng	790	650	---	360	---	1,800
	TỔNG CỘNG	5,450	5,950	1,705	1,355	120	14.580

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.2. Phân bố nội dung truyền thông theo nhóm nội dung

STT	Nhóm từ khóa	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	Tin giả và thông tin sai lệch	3,616	24.8%
2	Phản bác, đính chính thông tin	1,910	13.1%
3	Kiểm chứng và xác thực thông tin	2,318	15.9%
4	Giải thích chính sách và cung cấp thông tin chính thống	2,814	19.3%
5	Cảnh báo lừa đảo, giả mạo trên không gian mạng	1,706	11.7%
6	Trí tuệ nhân tạo (AI), Deepfake và công nghệ tạo sinh	919	6.3%
7	An toàn thông tin và an ninh mạng	845	5.8%
8	Hướng dẫn nhận diện tin giả và kỹ năng truyền thông số	452	3.1%
	TỔNG CỘNG	14.580	100,0%

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.3. Chính sách truyền thông được đề cập nhiều nhất

STT	Tên chính sách truyền thông	Số lần xuất hiện
1	Luật An ninh mạng (Luật số 24/2018/QH14)	2,740
2	Nghị định số 147/2024/NĐ-CP về quản lý mạng xã hội	1,855
3	Nghị định số 15/2020/NĐ-CP về xử phạt vi phạm CNTT	1,460
4	Quy tắc ứng xử trên mạng xã hội (Bộ TTTT)	1,124
5	Chỉ thị 28/CT-TTg về nâng cao nhận thức an toàn thông tin	762
6	Các chính sách khác	637

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.4. Diễn biến số lượng nội dung truyền thông phòng, chống tin giả theo ngày (các điểm đáng chú ý)

Ngày	Số nội dung	Nhóm chủ đề nổi bật	Ghi chú
01/01/2025	18	Tin giả đầu năm 2025, lừa đảo tài chính	
28/01/2025	52	Cảnh báo lừa đảo dịp Tết Ất Tỵ 2025	Cao điểm
15/02/2025	38	Deepfake AI, giả mạo danh tính sau Tết	
01/05/2025	62	Tổng hợp tin giả dịp lễ 30/4 – 1/5/2025	Cao điểm
15/09/2025	45	An toàn mạng học sinh đầu năm học 2025-2026	
15/10/2025	58	Tin giả về chính sách, kỳ họp Quốc hội	
15/12/2025	72	Lừa đảo cuối năm, tổng kết chiến dịch 2025	Cao điểm
08/01/2026	68	Cảnh báo lừa đảo dịp Tết Bính Ngọ 2026	Cao điểm
15/02/2026	89	Deepfake giả giọng lãnh đạo Chính phủ	Cao bất thường
15/03/2026	98	Tin giả về chính sách lương, tăng lương 2026	Cao bất thường
30/04/2026	115	Tổng hợp tin giả dịp lễ 30/4/2026	Đỉnh cao nhất
15/05/2026	74	AI, Deepfake, an toàn thông tin – sơ kết đợt 2026	
30/05/2026	58	Hướng dẫn kỹ năng truyền thông số	

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.5. Diễn biến nội dung truyền thông phòng, chống tin giả tính theo tháng

Tháng	Số nội dung	Tỷ lệ (%)	Chủ đề nổi bật
Tháng 1/2025	620	4.3%	Tin giả đầu năm, cảnh báo lừa đảo Tết Ất Ty
Tháng 2/2025	750	5.1%	Deepfake AI, giả mạo danh tính, an toàn sau Tết
Tháng 3/2025	820	5.6%	Kiểm chứng thông tin chính sách, phản bác tin giả
Tháng 4/2025	710	4.9%	Giải thích chính sách đất đai, an ninh mạng
Tháng 5/2025	750	5.1%	Tin giả dịp lễ 30/4 – 1/5, đính chính thông tin
Tháng 6/2025	700	4.8%	Lừa đảo du lịch hè, cảnh báo giả mạo trực tuyến
Tháng 7/2025	760	5.2%	AI tạo sinh, deepfake tăng mạnh, cảnh báo toàn quốc
Tháng 8/2025	800	5.5%	An toàn mạng học sinh, nhận diện tin giả mùa khai trường
Tháng 9/2025	850	5.8%	Năm học mới, kiểm chứng thông tin bầu cử địa phương
Tháng 10/2025	950	6.5%	Kỳ họp Quốc hội – tin giả chính sách xuất hiện nhiều
Tháng 11/2025	1,010	6.9%	Luật mới, nghị định mới – giải thích và phản bác tin giả
Tháng 12/2025	1,080	7.4%	Tổng kết 2025, lừa đảo cuối năm, tin giả tài chính
Tháng 1/2026	1,110	7.6%	Tin giả, cảnh báo lừa đảo Tết Bính Ngọ – cao điểm
Tháng 2/2026	1,030	7.1%	Deepfake giả giọng lãnh đạo, AI tạo sinh tiếp tục tăng
Tháng 3/2026	1,090	7.5%	Tin giả về chính sách lương, kiểm chứng thông tin
Tháng 4/2026	900	6.2%	Giải thích Luật An ninh mạng, an toàn thông tin
Tháng 5/2026	650	4.5%	Tổng kết, hướng dẫn kỹ năng truyền thông số
TỔNG	14.580	100,0%	

*Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)
(Ghi chú: chỉ trích dẫn các ngày có số lượng bài viết lớn - đỉnh truyền thông)*

Bảng PL1B.6. Công nghệ và thuật toán được nhắc đến trong nội dung truyền thông

STT	Công nghệ / Thuật toán	Số lần đề cập	Tỷ lệ (%)
1	Trí tuệ nhân tạo (AI)	5,715	39.2%
2	Deepfake	1,904	13.1%
3	Machine Learning	1,161	8.0%
4	Fact-check / Kiểm chứng	3,646	25.0%
5	Big Data / Dữ liệu lớn	625	4.3%
6	NLP (Xử lý ngôn ngữ tự nhiên)	937	6.4%

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.7. Định dạng truyền thông

STT	Định dạng truyền thông	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	Bài viết / Text	8,080	55.4%
2	Video (dài > 3 phút)	3,240	22.2%
3	Short Video (< 3 phút)	1,750	12.0%
4	Infographic	1,020	7.0%
5	Livestream	490	3.4%
	TỔNG CỘNG	14.580	100,0%

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.8. Nền tảng sử dụng

STT	Nền tảng	Số lượng nội dung	Tỷ lệ (%)	Số nguồn
1	Website / Cổng thông tin	5,450	37.4%	7
2	Facebook (Fanpage)	5,950	40.8%	6
3	TikTok	1,705	11.7%	4
4	YouTube	1,355	9.3%	3
5	Zalo (Official Account)	120	0.8%	1
	TỔNG CỘNG	14.580	100,0%	21

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.9. Top 20 chủ đề nổi bật

STT	Chủ đề	Tần suất xuất hiện	Tỷ lệ (%)
1	Cảnh báo deepfake giả giọng lãnh đạo	1,845	12.7%
2	Lừa đảo tài chính qua mạng xã hội	1,615	11.1%
3	Kiểm chứng thông tin về chính sách lương	1,370	9.4%
4	Hướng dẫn nhận biết tin giả	1,317	9.0%
5	Luật An ninh mạng – giải thích & hướng dẫn	1,130	7.8%
6	AI tạo sinh và rủi ro thông tin sai lệch	923	6.3%
7	Tài khoản giả mạo cơ quan nhà nước	863	5.9%
8	Fact-check tin tức thời sự	803	5.5%
9	Scam đầu tư tiền điện tử	758	5.2%
10	Bảo mật tài khoản mạng xã hội	722	4.9%
11	Thông tin sai lệch về y tế / sức khỏe	625	4.3%
12	Phishing – lừa đảo đánh cắp thông tin	587	4.0%

13	Nghị định 147/2024 về quản lý MXH	565	3.9%
14	Video deepfake trong bầu cử	513	3.5%
15	Công nghệ nhận diện tin giả tự động	461	3.2%
16	Kỹ năng truyền thông số cho học sinh	424	2.9%
17	An toàn thông tin trong thanh toán điện tử	394	2.7%
18	Thông tin sai về thiên tai / thời tiết	357	2.4%
19	Giáo dục truyền thông – media literacy	312	2.1%
20	Chính sách kiểm soát nội dung xấu độc	275	1.9%

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.10. Top từ khóa xuất hiện nhiều nhất

STT	Từ khóa	Số lần xuất hiện	Tỷ lệ (%)
1	Tin giả	7,172	19.6%
2	Kiểm chứng	4,687	12.8%
3	AI / Trí tuệ nhân tạo	4,300	11.8%
4	Deepfake	3,646	10.0%
5	Lừa đảo	3,393	9.3%
6	Thông tin sai lệch	3,192	8.7%
7	Đỉnh chính	2,946	8.1%
8	An toàn thông tin	2,560	7.0%
9	Mạng xã hội	2,455	6.7%
10	Fact-check	2,202	6.0%

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.11. Các hashtag phổ biến nhất

STT	Hashtag	Số lượng	Nền tảng chủ yếu
1	#tingia	2,753	Facebook, TikTok
2	#factcheck	2,113	Facebook, Website
3	#AI	1,905	TikTok, YouTube
4	#deepfake	1,712	TikTok, Facebook
5	#luadao	1,607	Facebook, TikTok
6	#antoanmang	1,325	Facebook, Website
7	#thongtinchinh	1,116	Facebook, Zalo
8	#kiemchung	1,012	Facebook, Website
9	#vietnamantifake	774	Facebook
10	#chongluadao	714	TikTok, Facebook

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.12. Kết quả phân tích chủ đề theo nhóm nội dung

Nhóm chủ đề / Từ khóa	Số lượng	Tỷ lệ	Web	FB	Tiktok	youtube	zalo
Tin giả và thông tin sai lệch	3,616	24.8%	1,355	1,480	425	328	28
Phản bác, đính chính thông tin	1,910	13.1%	712	784	226	173	15
Kiểm chứng và xác thực thông tin	2,318	15.9%	863	946	272	225	12
Giải thích chính sách, thông tin chính thống	2,814	19.3%	1,049	1,149	330	276	10
Cảnh báo lừa đảo, giả mạo	1,706	11.7%	638	698	200	170	---
AI, Deepfake và công nghệ tạo sinh	919	6.3%	344	376	107	92	---
An toàn thông tin và an ninh mạng	845	5.8%	316	345	99	85	---
Hướng dẫn nhận diện tin giả, kỹ năng truyền thông	452	3.1%	173	172	46	61	---
TỔNG CỘNG	14.580	100%	5.450	5.950	1.705	1.355	120

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.13. Tổng tương tác theo nền tảng

Nền tảng	Lượt xem	Lượt thích	Bình luận	Chia sẻ
Facebook	58,200,000	2,960,000	618,000	1,125,000
TikTok	48,250,000	8,490,000	512,000	1,850,000
YouTube	9,850,000	520,000	106,000	148,000
Website	N/A	N/A	N/A	N/A
Zalo	N/A	N/A	N/A	N/A

Ghi chú: Website và Zalo không cung cấp dữ liệu tương tác công khai.

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.14. Tỷ lệ tương tác – Engagement Rate

Nền tảng	Số bài	Tổng tương tác	Tương tác TB/bài	Tỷ lệ (%)
Facebook	5,950	4,703,000	790	8,08%
TikTok	1,705	10,852,000	6,364	22,49%
YouTube	1,355	774,000	571	7,86%
Website	5,450	N/A	N/A	N/A
Zalo	120	N/A	N/A	N/A

Tỷ lệ tương tác = Tổng tương tác / Tổng lượt xem × 100.

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.15. Kết quả phân tích sắc thái cảm xúc (Sentiment Analysis)

STT	Sắc thái cảm xúc (Sentiment)	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	Tích cực (Positive)	8,456	58.0%
2	Trung tính (Neutral)	3,791	26.0%
3	Tiêu cực (Negative)	2,333	16.0%
TỔNG CỘNG		14.580	100,0%

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.16. Phân tích sắc thái cảm xúc theo nền tảng

Nền tảng	Positive (%)	Neutral (%)	Negative (%)	Tổng
Facebook	55.2%	27.8%	17.0%	100,0%
TikTok	62.1%	22.5%	15.4%	100,0%
Website	60.3%	25.8%	13.9%	100,0%
YouTube	58.7%	28.4%	12.9%	100,0%
Zalo	71.4%	20.0%	8.6%	100,0%

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.17. Kết quả phân tích cảm xúc – 6 loại cảm xúc cơ bản

STT	Cảm xúc (Emotion)	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	Niềm tin (Trust)	5,832	40.0%
2	Lo ngại / Sợ hãi (Fear)	3,208	22.0%
3	Phẫn nộ (Anger)	2,187	15.0%
4	Bất ngờ (Surprise)	1,604	11.0%
5	Buồn (Sadness)	875	6.0%
6	Vui vẻ / Tích cực (Joy)	874	6.0%
TỔNG CỘNG		14.580	100,0%

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.18. Biến động sắc thái cảm xúc theo thời gian

Thời gian	Positive (%)	Neutral (%)	Negative (%)	Xu hướng
Tháng 1/2025	50.2%	28.8%	21.0%	► Bình thường
Tháng 2/2025	51.5%	28.5%	20.0%	▲ Cải thiện nhẹ
Tháng 3/2025	53.2%	27.6%	19.2%	▲ Cải thiện
Tháng 4/2025	54.8%	27.2%	18.0%	▲ Tiếp tục tăng
Tháng 5/2025	53.5%	27.5%	19.0%	▼ Giảm nhẹ (dịp lễ)
Tháng 6/2025	55.0%	27.0%	18.0%	▲ Phục hồi
Tháng 7/2025	56.2%	26.8%	17.0%	▲ Tăng

Tháng 8/2025	57.0%	26.5%	16.5%	▲ Tăng
Tháng 9/2025	58.5%	26.0%	15.5%	▲ Cải thiện rõ
Tháng 10/2025	59.2%	25.8%	15.0%	▲ Tiếp tục tốt
Tháng 11/2025	60.5%	25.0%	14.5%	▲ Cải thiện
Tháng 12/2025	61.2%	24.8%	14.0%	▲ Xu hướng tốt
Tháng 1/2026	59.8%	25.5%	14.7%	▼ Giảm nhẹ (dịp tết)
Tháng 2/2026	61.8%	24.2%	14.0%	▲ Cải thiện
Tháng 3/2026	63.5%	23.5%	13.0%	▲ Cải thiện rõ
Tháng 4/2026	64.2%	23.0%	12.8%	▲ Xu hướng tích cực
Tháng 5/2026	65.0%	22.5%	12.5%	▲ Xu hướng tích cực

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.19. Thống kê tổng hợp bộ dữ liệu khảo sát

STT	Chỉ số	Kết quả
1	Số kênh khảo sát	21 kênh thuộc 04 nhóm chủ thể
2	Thời gian khảo sát	01/01/2025–30/05/2026 (515 ngày)
3	Tổng số đơn vị nội dung thu thập và phân tích	14.580 đơn vị nội dung
4	Số bình luận được lựa chọn để phân tích	748.000 bình luận
5	Tổng lượt tương tác trên các nền tảng có dữ liệu công khai	16.329.000 lượt
6	Số nhóm nội dung phân tích	08 nhóm
7	Nền tảng có tỷ lệ tương tác (ER) cao nhất	TikTok (22,49%)
8	Chủ thể có số lượng nội dung lớn nhất	Bộ Công an (6.355 đơn vị nội dung; 43,6%)
9	Tháng có số lượng nội dung lớn nhất	Tháng 1/2026 (1.110 đơn vị nội dung; 7,6%)
10	Nhóm nội dung có tỷ trọng lớn nhất	Tin giả và thông tin sai lệch (24,8%)

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS)

Bảng PL1B.20. Cấu trúc bộ dữ liệu ở cấp bản ghi (Record Level)

TT	Trường dữ liệu	Nội dung/ý nghĩa
1	ID	Mã định danh duy nhất của từng bản ghi trong bộ dữ liệu
2	Ngày đăng	Thời điểm nội dung được đăng tải trên kênh thuộc phạm vi khảo sát

3	Chủ thể	Cơ quan thuộc phạm vi nghiên cứu quản lý hoặc phát hành nội dung
4	Nguồn/Kênh	Kênh truyền thông chính thức nơi nội dung được đăng tải
5	Nền tảng	Loại hình nền tảng mà kênh được triển khai: cổng/trang thông tin điện tử, báo điện tử, Facebook, YouTube, TikTok hoặc Zalo Official Account
6	Tiêu đề/Nội dung nhận diện	Tiêu đề bài viết, video hoặc thông tin mô tả dùng để nhận diện đơn vị nội dung
7	Từ khóa (Keyword)	Từ khóa hoặc nhóm từ khóa hỗ trợ nhận diện và sàng lọc nội dung thuộc phạm vi khảo sát
8	Nhóm nội dung	Kết quả mã hóa đơn vị nội dung theo 08 nhóm nội dung phân tích của luận án
9	Lượt xem (View)	Số lượt xem được nền tảng công khai và ghi nhận tại thời điểm thu thập, nếu có
10	Lượt thích (Like)	Số lượt thích hoặc phản ứng tương đương được ghi nhận tại thời điểm thu thập, nếu có
11	Lượt bình luận (Comment)	Số lượt bình luận được ghi nhận tại thời điểm thu thập, nếu có
12	Lượt chia sẻ (Share)	Số lượt chia sẻ được ghi nhận tại thời điểm thu thập, nếu có
13	URL	Đường dẫn đến nội dung gốc, phục vụ truy xuất, kiểm tra và đối chiếu dữ liệu

Nguồn: Tác giả tổng hợp với sự hỗ trợ của nền tảng Người Giám sát (NGS).

Ghi chú: Dữ liệu được tổ chức ở cấp bản ghi (*record level*), mỗi bản ghi tương ứng với một đơn vị nội dung truyền thông thuộc phạm vi khảo sát. Sau khi thu thập, dữ liệu được kiểm tra, làm sạch, chuẩn hóa và mã hóa theo hệ

thống tiêu chí thống nhất. Từ khóa và nhóm từ khóa được sử dụng để hỗ trợ nhận diện, sàng lọc dữ liệu; 08 nhóm nội dung là hệ thống phân loại phục vụ phân tích nội dung của luận án. Các chỉ số tương tác được ghi nhận theo dữ liệu công khai tại thời điểm thu thập; trường hợp không có dữ liệu được xác định là giá trị khuyết (*missing value*), không quy đổi thành 0. URL được lưu để phục vụ truy xuất, kiểm tra và đối chiếu với nội dung gốc. Bộ dữ liệu sau làm sạch là cơ sở cho các thống kê mô tả, phân loại, đối chiếu và phân tích nội dung tại Phụ lục 1B và Chương 3 của luận án.

III. Kết luận

Trong 515 ngày khảo sát, từ 01/01/2025 đến 30/05/2026, nghiên cứu thu thập và phân tích 14.580 đơn vị nội dung truyền thông trên 21 kênh chính thức thuộc 04 chủ thể mà luận án khảo sát. Bộ dữ liệu được tổ chức ở cấp bản ghi, bảo đảm khả năng truy xuất về nội dung và nguồn ban đầu, làm cơ sở thực chứng cho việc phân tích thực trạng tại Chương 3 của luận án. Xét theo chủ thể, Bộ Công an có số lượng nội dung lớn nhất với 6.355 nội dung (43,6%), tiếp đến là Văn phòng Chính phủ với 4.380 nội dung (30,0%) và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch với 2.045 nội dung (14,0%). Về cơ cấu nội dung, nhóm “Tin giả và thông tin sai lệch” chiếm tỷ lệ cao nhất (24,8%), tiếp đến là “Giải thích chính sách và cung cấp thông tin chính thống” (19,3%) và “Kiểm chứng và xác thực thông tin” (15,9%). Xét theo nền tảng, trong số các nền tảng có đủ dữ liệu công khai để tính toán, TikTok có tỷ lệ tương tác (Engagement Rate) cao nhất, đạt 22,49%. Kết quả phân loại sắc thái nội dung cho thấy tỷ lệ nội dung được phân loại tích cực tăng từ 50,2% vào tháng 01/2025 lên 65,0% vào tháng 05/2026. Các chỉ số này được sử dụng chủ yếu để mô tả đặc điểm và xu hướng trong phạm vi bộ dữ liệu, không phải là căn cứ độc lập để xác lập quan hệ nhân quả hoặc đánh giá hiệu quả truyền thông. Nhìn chung, bộ dữ liệu cung cấp cơ sở thực chứng để mô tả và phân tích hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả theo các chiều cạnh chủ thể; kênh, nền tảng, công nghệ và thuật toán; nội dung và dữ liệu truyền thông; công chúng và phản hồi, đồng thời xem xét sự biến động theo thời gian và mức độ tương tác trên các nền tảng có dữ liệu công

khai. Việc tổ chức dữ liệu ở cấp bản ghi và duy trì khả năng truy xuất về nguồn ban đầu tạo cơ sở cho quá trình nhận diện, phân loại, đối chiếu và phân tích nội dung truyền thông. Kết quả của Phụ lục 1B được đối chiếu với phân tích tài liệu, phỏng vấn sâu và khảo sát công chúng nhằm phục vụ phân tích, đánh giá thực trạng tại Chương 3 của luận án.

PHỤ LỤC 2A

PHIẾU KHẢO SÁT TRỰC TUYẾN VỀ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ TRÊN CÁC NỀN TẢNG SỐ CỦA CHÍNH PHỦ VIỆT NAM

Kính gửi Quý Anh/Chị,

Tôi là Nguyễn Văn Thuật, hiện tôi đang làm nghiên cứu sinh về đề tài “*Truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam hiện nay*”. Nghiên cứu nhằm góp phần nâng cao chất lượng, hiệu quả cho hoạt động truyền thông của các cơ quan nhà nước; giúp công chúng dễ dàng phân biệt tin thật, tin giả và hạn chế sự lan truyền, tác động tiêu cực của tin giả đối với xã hội.

Rất mong Quý Anh/Chị dành ít phút tham gia cuộc khảo sát vì mục đích này. Mọi thông tin được bảo mật tuyệt đối và chỉ phục vụ mục đích nghiên cứu khoa học.

Rất mong nhận được sự hợp tác của Quý Anh/Chị.

Xin trân trọng cảm ơn!

Phần 1: Thông tin chung

1. Giới tính

☐ Nam

☐ Nữ

2. Độ tuổi

☐ 18 – 24

☐ 25 – 34

☐ 35 – 44

☐ 45 – 54

☐ Từ 55 trở lên

3. Trình độ học vấn

- ☐ Trung học phổ thông
- ☐ Cao đẳng/Đại học
- ☐ Sau đại học
- ☐ Khác

4. Nhóm đối tượng

- ☐ Công dân sử dụng Internet
- ☐ Nhà báo / người làm truyền thông
- ☐ Cán bộ, công chức, viên chức
- ☐ Chuyên gia, giảng viên, nhà nghiên cứu

Phần 2. Nội dung khảo sát

Xin đánh dấu (x) vào ô tương ứng trong bảng khảo sát.

Câu 1: Chính phủ đã ban hành các chính sách, quy định rõ ràng về phòng, chống tin giả trên các nền tảng số.

- ☐ Hoàn toàn không đồng ý
- ☐ Không đồng ý
- ☐ Trung lập
- ☐ Đồng ý
- ☐ Hoàn toàn đồng ý
- ☐ Ý kiến khác (nếu có)

Câu 2: Các chính sách phòng, chống tin giả của Chính phủ được truyền thông công khai, minh bạch và dễ tiếp cận đối với công chúng.

- ☐ Hoàn toàn không đồng ý
- ☐ Không đồng ý
- ☐ Trung lập
- ☐ Đồng ý
- ☐ Hoàn toàn đồng ý
- ☐ Ý kiến khác (nếu có)

Câu 3: Các nền tảng số do Chính phủ sử dụng có ứng dụng công nghệ phù hợp để phát hiện và xử lý tin giả kịp thời.

- ☐ Hoàn toàn không đồng ý
- ☐ Không đồng ý
- ☐ Trung lập
- ☐ Đồng ý

- ☐ Hoàn toàn đồng ý
- ☐ Ý kiến khác (nếu có)

Câu 4: Việc sử dụng công nghệ số, AI góp phần nâng cao hiệu quả phòng, chống tin giả trong môi trường số.

- ☐ Hoàn toàn không đồng ý
- ☐ Không đồng ý
- ☐ Trung lập
- ☐ Đồng ý
- ☐ Hoàn toàn đồng ý
- ☐ Ý kiến khác (nếu có)

Câu 5: Nội dung truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ được cung cấp rõ ràng, dễ hiểu và phù hợp với môi trường số

- ☐ Hoàn toàn không đồng ý
- ☐ Không đồng ý
- ☐ Trung lập
- ☐ Đồng ý
- ☐ Hoàn toàn đồng ý
- ☐ Ý kiến khác (nếu có)

Câu 6: Nội dung truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ phù hợp với nhiều nhóm công chúng khác nhau

- ☐ Hoàn toàn không đồng ý
- ☐ Không đồng ý
- ☐ Trung lập
- ☐ Đồng ý
- ☐ Hoàn toàn đồng ý
- ☐ Ý kiến khác (nếu có)

Câu 7: Công chúng có thể dễ dàng phản ánh, báo cáo tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ

- ☐ Hoàn toàn không đồng ý
- ☐ Không đồng ý
- ☐ Trung lập
- ☐ Đồng ý
- ☐ Hoàn toàn đồng ý

☐ Ý kiến khác (nếu có)

Câu 8: Phản hồi của công chúng về tin giả được các cơ quan chức năng tiếp nhận và xử lý kịp thời.

☐ Hoàn toàn không đồng ý

☐ Không đồng ý

☐ Trung lập

☐ Đồng ý

☐ Hoàn toàn đồng ý

☐ Ý kiến khác (nếu có)

Câu 9: Hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ giúp công chúng thận trọng hơn khi tiếp nhận và chia sẻ thông tin.

☐ Hoàn toàn không đồng ý

☐ Không đồng ý

☐ Trung lập

☐ Đồng ý

☐ Hoàn toàn đồng ý

☐ Ý kiến khác (nếu có)

Câu 10: Nhìn chung, mô hình truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ hiện nay là hiệu quả.

☐ Hoàn toàn không đồng ý

☐ Không đồng ý

☐ Trung lập

☐ Đồng ý

☐ Hoàn toàn đồng ý

☐ Ý kiến khác (nếu có)

PHỤ LỤC 2B

KẾT QUẢ KHẢO SÁT TRỰC TUYẾN SAU KHI LÀM SẠCH DỮ LIỆU

Dữ liệu khảo sát được thu thập trực tuyến bằng Google Forms và xuất sang bảng dữ liệu để kiểm tra, làm sạch trước khi phân tích. Tổng số 327 phiếu được giữ lại và sử dụng trong bộ dữ liệu nghiên cứu. Đối với từng biến, các trường hợp không trả lời hoặc câu trả lời không phù hợp với cấu trúc của câu hỏi được xác định là giá trị khuyết (*missing value*) và không được tính vào số quan sát hợp lệ của biến đó; không loại bỏ toàn bộ phiếu nếu các câu trả lời còn lại vẫn hợp lệ. Vì vậy, số quan sát hợp lệ (N) có thể khác nhau giữa các câu hỏi. Tần số, tỷ lệ phần trăm và điểm trung bình được tính trên số quan sát hợp lệ của từng biến. Dữ liệu gốc từ Google Forms và tệp dữ liệu xuất trực tiếp được lưu giữ trong hồ sơ nghiên cứu để phục vụ kiểm tra, đối chiếu khi cần thiết. Kết quả khảo sát được sử dụng cho mục đích thống kê mô tả và hỗ trợ phân tích thực trạng từ góc độ công chúng, không được sử dụng để kiểm định quan hệ nhân quả giữa các cấu phần của khung phân tích.

Bảng tổng hợp số quan sát hợp lệ và điểm trung bình

Câu hỏi	N hợp lệ	Điểm trung bình
Câu 1	313	4,06
Câu 2	317	4,03
Câu 3	321	3,89
Câu 4	320	3,94
Câu 5	322	3,97
Câu 6	322	3,94
Câu 7	317	3,87
Câu 8	318	3,78
Câu 9	321	4,06
Câu 10	315	3,88

Câu 1. Chính phủ đã ban hành các chính sách, quy định rõ ràng về phòng, chống tin giả trên các nền tảng số, (N = 313).

Mức độ đánh giá	Tần số (n)	Tỷ lệ (%)
Hoàn toàn không đồng ý	27	8,6
Không đồng ý	3	1,0
Trung lập	18	5,8
Đồng ý	142	45,4
Hoàn toàn đồng ý	123	39,3
Tổng	313	100,0

Điểm trung bình: 4,06/5.

Câu 2. Các chính sách phòng, chống tin giả của Chính phủ được truyền thông công khai, minh bạch và dễ tiếp cận đối với công chúng, (N = 317).

Mức độ đánh giá	Tần số (n)	Tỷ lệ (%)
Hoàn toàn không đồng ý	23	7,3
Không đồng ý	4	1,3
Trung lập	25	7,9
Đồng ý	153	48,3
Hoàn toàn đồng ý	112	35,3
Tổng	317	100,0

Điểm trung bình: 4,03/5.

Câu 3. Các nền tảng số do Chính phủ sử dụng có ứng dụng công nghệ phù hợp để phát hiện và xử lý tin giả kịp thời, (N = 321).

Mức độ đánh giá	Tần số (n)	Tỷ lệ (%)
Hoàn toàn không đồng ý	18	5,6
Không đồng ý	15	4,7
Trung lập	46	14,3
Đồng ý	147	45,8
Hoàn toàn đồng ý	95	29,6
Tổng	321	100,0

Điểm trung bình: 3,89/5.

Câu 4. Việc sử dụng công nghệ (AI, hệ thống giám sát, xác thực...) góp phần nâng cao hiệu quả phòng, chống tin giả trên môi trường số, (N = 320).

Mức độ đánh giá	Tần số (n)	Tỷ lệ (%)
Hoàn toàn không đồng ý	19	5,9
Không đồng ý	5	1,6
Trung lập	46	14,4
Đồng ý	156	48,8
Hoàn toàn đồng ý	94	29,4
Tổng	320	100,0

Điểm trung bình: 3,94/5.

Câu 5. Nội dung truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ được cung cấp rõ ràng, dễ hiểu và phù hợp với môi trường số, (N = 322).

Mức độ đánh giá	Tần số (n)	Tỷ lệ (%)
Hoàn toàn không đồng ý	17	5,3
Không đồng ý	5	1,6
Trung lập	42	13,0
Đồng ý	165	51,2
Hoàn toàn đồng ý	93	28,9
Tổng	322	100,0

Điểm trung bình: 3,97/5.

Câu 6. Nội dung truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ phù hợp với nhiều nhóm công chúng khác nhau (độ tuổi, trình độ, nghề nghiệp...), (N = 322).

Mức độ đánh giá	Tần số (n)	Tỷ lệ (%)
Hoàn toàn không đồng ý	17	5,3
Không đồng ý	9	2,8
Trung lập	46	14,3
Đồng ý	155	48,1
Hoàn toàn đồng ý	95	29,5
Tổng	322	100,0

Điểm trung bình: 3,94/5.

Câu 7. Công chúng có thể dễ dàng phản ánh, báo cáo tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ, (N = 317).

Mức độ đánh giá	Tần số (n)	Tỷ lệ (%)
Hoàn toàn không đồng ý	16	5,0
Không đồng ý	14	4,4
Trung lập	50	15,8
Đồng ý	153	48,3
Hoàn toàn đồng ý	84	26,5
Tổng	317	100,0

Điểm trung bình: 3,87/5.

Câu 8. Phản hồi của công chúng về tin giả được các cơ quan chức năng tiếp nhận và xử lý kịp thời, (N = 318).

Mức độ đánh giá	Tần số (n)	Tỷ lệ (%)
Hoàn toàn không đồng ý	18	5,7
Không đồng ý	7	2,2
Trung lập	78	24,5
Đồng ý	138	43,4
Hoàn toàn đồng ý	77	24,2
Tổng	318	100,0

Điểm trung bình: 3,78/5.

Câu 9. Hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ giúp công chúng thận trọng hơn khi tiếp nhận và chia sẻ thông tin, (N = 321).

Mức độ đánh giá	Tần số (n)	Tỷ lệ (%)
Hoàn toàn không đồng ý	16	5,0
Không đồng ý	1	0,3
Trung lập	31	9,7
Đồng ý	174	54,2
Hoàn toàn đồng ý	99	30,8
Tổng	321	100,0

Điểm trung bình: 4,06/5.

Câu 10. Nhìn chung, mô hình truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ hiện nay là hiệu quả, (N = 315).

Mức độ đánh giá	Tần số (n)	Tỷ lệ (%)
Hoàn toàn không đồng ý	14	4,4
Không đồng ý	8	2,5
Trung lập	57	18,1
Đồng ý	159	50,5
Hoàn toàn đồng ý	77	24,4
Tổng	315	100,0

Điểm trung bình: 3,88/5.

Lưu ý: Câu 10 phản ánh đánh giá chủ quan của người tham gia khảo sát về hiệu quả chung của hoạt động truyền thông tại thời điểm khảo sát. Kết quả được sử dụng như dữ liệu mô tả, hỗ trợ cho phân tích và không được xem là phép đo khách quan hoặc chỉ số tổng hợp về hiệu quả truyền thông.

PHỤ LỤC 3A

BỘ CÂU HỎI PHÒNG VẤN SÂU

(Dành cho các nhà lãnh đạo, quản lý, cán bộ thực hiện của các chủ thể truyền thông phòng, chống tin giả và công chúng)

Đề tài: “Truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam hiện nay”

Xin trân trọng cảm ơn ông/bà đã dành thời gian tham gia buổi phỏng vấn. Tôi là Nguyễn Văn Thuật, nghiên cứu sinh đang thực hiện luận án với đề tài “Truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số của Chính phủ Việt Nam hiện nay”.

Những thông tin ông/bà cung cấp chỉ được sử dụng cho mục đích nghiên cứu khoa học. Danh tính và thông tin cá nhân của người tham gia sẽ được mã hóa, bảo mật và không công bố nếu chưa có sự đồng ý. Nghiên cứu mong muốn ghi nhận những ý kiến phản ánh trung thực nhận thức, kinh nghiệm và trải nghiệm thực tế của ông/bà. Ông/bà có quyền không trả lời bất kỳ câu hỏi nào hoặc đề nghị kết thúc phỏng vấn vào bất cứ thời điểm nào.

Để bảo đảm tính chính xác khi tổng hợp và phân tích dữ liệu, xin phép ông/bà cho phép người phỏng vấn: ghi chép nội dung trao đổi; ghi âm cuộc phỏng vấn nếu được ông/bà đồng ý. Thời gian phỏng vấn dự kiến từ 45 đến 60 phút, trong trường hợp cần trao đổi sâu có thể kéo dài nhưng không quá 75 phút.

Xin ông/bà xác nhận:

1. Đồng ý tham gia phỏng vấn: ☐ Có ☐ Không
2. Đồng ý cho ghi âm: ☐ Có ☐ Không

I. THÔNG TIN CHUNG VỀ NGƯỜI THAM GIA

1. Họ và tên:
2. Mã số người tham gia:
3. Địa chỉ:
4. Trình độ:

☐ Tốt nghiệp PTTH

☐ Đại học

☐ Sau đại học

5. Độ tuổi:

☐ Từ 18 – 24 tuổi

☐ Từ 25 – 35 tuổi

☐ Từ 36 – 60 tuổi

☐ Trên 60 tuổi

6. Đối tượng tham gia:

☐ Lãnh đạo đơn vị/cơ quan

☐ Quản lý cấp trung

☐ Cán bộ trực tiếp thực hiện

☐ Công chúng tiếp nhận thông tin

7. Cơ quan công tác:

8. Chức vụ/vị trí công tác:

9. Thời gian và hình thức phỏng vấn:

II. CÂU HỎI SÀNG LỌC

1. Đối với lãnh đạo, quản lý cấp trung và cán bộ trực tiếp thực hiện

(i) Ông/bà có trực tiếp tham gia chỉ đạo, quản lý, phối hợp hoặc thực hiện hoạt động truyền thông liên quan đến truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số?

Trả lời:

(ii) Ông/bà đã tham gia hoạt động này trong khoảng thời gian bao lâu?

Trả lời:

2. Đối với công chúng

(i) Ông/bà đã từng biết, xem hoặc tiếp nhận ít nhất một sản phẩm truyền thông của Chính phủ hoặc cơ quan nhà nước nhằm: cung cấp thông tin chính thức; làm rõ thông tin gây tranh cãi; bác bỏ hoặc đính chính thông tin sai lệch; cảnh báo tin giả, lừa đảo hoặc giả mạo; hướng dẫn người dân nhận biết và phòng tránh thông tin sai lệch trên các nền tảng số hay chưa?

Trả lời:

(ii) Ông/bà đã từng tiếp cận các nội dung truyền thông phòng, chống tin giả của các cơ quan nhà nước thông qua những kênh sau đây chưa? *(Có thể chọn nhiều phương án)*

Chủ thể	Cổng thông tin điện tử	Báo điện tử	Tài khoản mạng xã hội chính thức
Văn phòng Chính phủ	☐ Cổng TTĐT CP (chinhphu.vn)	☐ Báo Điện tử CP (baochinhphu.vn)	☐ Facebook, YouTube, TikTok
Bộ VHTTDL	☐ Cổng TTĐT Bộ VHTTDL (bvhttdl.gov.vn) ☐ Cổng TTĐT tingia.gov.vn	☐ Báo Văn hoá điện tử (baovanhoa.vn)	☐ Facebook, YouTube, TikTok
Bộ Quốc phòng	☐ Cổng TTĐT Bộ QP (mod.gov.vn)	☐ Báo Quân đội nhân dân điện tử (qdnd.vn)	☐ Facebook, YouTube, TikTok
Bộ Công an	☐ Cổng TTĐT Bộ CA (bocongan.gov.vn)	☐ Báo Công an Nhân dân (cand.com.vn)	☐ Facebook, YouTube, TikTok

Trả lời:

Hoặc xem kênh khác, ghi rõ:.....

(iii) Trong các kênh trên, ông/bà thường xuyên theo dõi hoặc tiếp cận nhất những kênh nào? Vì sao?

III. NỘI DUNG CUỘC PHÒNG VẤN CÁC NHÀ LÃNH ĐẠO, QUẢN LÝ VÀ CÁN BỘ THỰC HIỆN TRỰC TIẾP

Nhóm câu hỏi 1: Chủ thể và chính sách truyền thông phòng, chống tin giả

Câu 1: Cơ quan của ông/bà được giao nhiệm vụ gì trong hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số?

Trả lời:

Câu 2: Cơ quan ông/bà đã xây dựng và triển khai các cơ chế, chính sách tổ chức hợp thực hiện hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả như thế nào?

Trả lời:

Câu 3: Cụ thể về bộ máy, nhân lực, phân công nhiệm vụ và quy trình phát hiện, xác minh, xử lý tin giả, cung cấp thông tin chính thức, theo dõi, tiếp nhận và xử lý phản hồi của công chúng như thế nào?

Trả lời:

Câu 4: Theo ông/bà, những tồn tại, hạn chế lớn nhất trong cuộc chiến truyền thông phòng, chống tin giả hiện nay là gì? Cần làm gì để cải thiện tình trạng này?

Trả lời:

Nhóm câu hỏi 2: Phương thức, công nghệ và thuật toán

Câu 5: Cơ quan ông/bà hiện đang áp dụng những phương thức, công nghệ và thuật toán nào để phát hiện, theo dõi, kiểm chứng và xử lý tin giả trên các nền tảng số?

Trả lời:

Câu 6: Theo ông/bà, thuật toán phân phối nội dung của các nền tảng số (như Facebook, YouTube, TikTok, Zalo...) ảnh hưởng như thế nào đến sự lan truyền của tin giả và khả năng tiếp cận thông tin chính thống của công chúng?

Trả lời:

Câu 7: Theo ông/bà, những hạn chế về công nghệ, dữ liệu, hạ tầng kỹ thuật và năng lực số trong truyền thông phòng, chống tin giả hiện nay là gì?

Cần ưu tiên giải pháp nào để nâng cao năng lực số trong truyền thông phòng, chống tin giả?

Trả lời:

Nhóm câu hỏi 3. Nội dung truyền thông

Câu 8: Cơ quan ông/bà hiện ưu tiên những nhóm nội dung nào trong hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả? Việc lựa chọn nội dung truyền thông được thực hiện dựa trên những nguyên tắc hoặc tiêu chí nào?

Trả lời:

Câu 9: Khi xuất hiện tin giả hoặc thông tin sai lệch, cơ quan ông/bà căn cứ vào những yếu tố nào để lựa chọn chiến lược và hình thức truyền thông phù hợp (ví dụ như chủ động cung cấp thông tin chính thống, giải thích, đính chính, phản bác hoặc cảnh báo v.v...)?

Trả lời:

Câu 10: Theo ông/bà, những khó khăn lớn nhất trong việc xây dựng, tổ chức và phân phối nội dung truyền thông phòng, chống tin giả hiện nay là gì? Cần ưu tiên những giải pháp nào để nâng cao chất lượng và hiệu quả nội dung truyền thông phòng, chống tin giả trong thời gian tới?

Trả lời:

Nhóm câu hỏi 4: Công chúng và phản hồi công chúng

Câu 11: Ông/bà đánh giá như thế nào về vai trò của công chúng và phản hồi công chúng trong truyền thông phòng, chống tin giả?

Trả lời:

Câu 12: Việc thu thập, phân tích dữ liệu phản hồi của công chúng được cơ quan ông/bà thực hiện như thế nào, bằng phương thức, công cụ gì? Mức độ tham gia và phản hồi của công chúng hiện nay ra sao?

Trả lời:

.....

Câu 13: Dữ liệu về phản hồi của công chúng được cơ quan ông bà khai thác, sử dụng như thế nào để điều chỉnh về chính sách truyền thông, công nghệ và thuật toán, nội dung truyền thông phòng, chống tin giả?

Trả lời:

Nhóm câu hỏi 5: Hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả

Câu 14: Việc đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả được cơ quan ông/bà thực hiện như nào? dựa trên những tiêu chí gì?

Trả lời:

Câu 15: Theo ông/bà, các chỉ số tương tác như lượt tiếp cận, lượt xem, lượt thích, lượt chia sẻ, bình luận... đã phản ánh đầy đủ hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả chưa? Nếu chưa thì cần bổ sung những tiêu chí hoặc chỉ số nào để đánh giá toàn diện hơn?

Trả lời:

Câu 16: Theo ông/bà, những yếu tố nào có ảnh hưởng lớn nhất đến hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả của cơ quan? Vì sao?

Trả lời:

Câu 17: Ông/bà đánh giá như thế nào về những kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân của hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của Chính phủ trong thời gian qua?

Trả lời:

Câu 18: Theo ông/bà cần ưu tiên những giải pháp nào để nâng cao hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số trong thời gian tới?

Trả lời:

Nhóm câu hỏi 6: Trường hợp nghiên cứu điển hình

Câu 19: Xin ông/bà phân tích một trường hợp điển hình về truyền thông phòng, chống tin giả mà cơ quan ông/bà đã trực tiếp tham gia xử lý trong thời gian gần đây?

Trả lời:

Câu 20: Qua trường hợp trên, theo ông/bà, đâu là những yếu tố quyết định hiệu quả truyền thông phòng, chống tin giả? Những bài học kinh nghiệm nào có thể vận dụng để nâng cao hiệu quả truyền thông trong thời gian tới?

Trả lời:

Câu 21: Ông/bà còn có ý kiến hoặc đề xuất nào khác liên quan đến hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả trên các nền tảng số mà nghiên cứu chưa đề cập tới?

Trả lời:

IV. NỘI DUNG CUỘC PHÒNG VẤN CÔNG CHÚNG

Nhóm câu hỏi 1: Đánh giá về vai trò của các chủ thể truyền thông phòng, chống tin giả.

Câu 1: Ông/bà thường tiếp cận thông tin phòng, chống tin giả của những cơ quan nhà nước nào? Kênh thông tin hoặc nền tảng số nào? Vì sao?

Trả lời:

Câu 2: Theo ông/bà, hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của các cơ quan trên đã phù hợp, đáp ứng được yêu cầu của công chúng hay chưa? Ông/bà có kiến nghị, đề xuất gì đối với các chủ thể truyền thông nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả của hoạt động này?

Trả lời:

Nhóm câu hỏi 2: Phương thức, công nghệ và thuật toán

Câu 3: Theo ông/bà, phương thức, công nghệ và thuật toán truyền tải nội dung phòng, chống tin giả hiện nay (bài viết, infographic, video, livestream, podcast; AI, cá nhân hoá nội dung...) có thuận tiện và phù hợp với nhu cầu tiếp cận thông tin của mình không? Vì sao?

Trả lời:

Câu 4: Ông/bà có đề xuất gì về phương thức truyền thông hay thuật toán phân phối nội dung để việc tiếp cận thông tin của từng nhóm đối tượng công chúng được chính xác, kịp thời, phù hợp với nhu cầu không?

Trả lời:

Nhóm câu hỏi 3: Nội dung truyền thông

Câu 5: Theo ông/bà, nội dung truyền thông phòng, chống tin giả của các cơ quan nhà nước hiện nay có bảo đảm tính chính xác, kịp thời, dễ hiểu và đáp ứng nhu cầu thông tin của công chúng không? Vì sao?

Trả lời:

Câu 6: Những thông điệp hoặc nội dung nào để lại ấn tượng hoặc giúp ông/bà hiểu rõ hơn về tin giả? Vì sao?

Trả lời:

Câu 7: Ông/bà có đề xuất gì để nội dung truyền thông phòng, chống tin giả trở nên hấp dẫn, dễ hiểu, dễ tiếp cận, giúp công chúng dễ phân biệt được tin thật, tin giả không?

Trả lời:

Nhóm câu hỏi 4: Công chúng và phản hồi công chúng

Câu 8: Sau khi tiếp cận thông tin phòng, chống tin giả, ông/bà thường có những hình thức tương tác nào với cơ quan truyền thông (bình luận, chia sẻ, gửi câu hỏi, phản ánh, báo tin giả...)?

Trả lời:

Câu 9: Ông/bà đã từng nhận được phản hồi từ cơ quan nhà nước sau khi gửi câu hỏi hoặc phản ánh chưa? Nếu có, ông/bà đánh giá như thế nào về hoạt động này?

Trả lời:

Câu 10: Theo ông/bà, các cơ quan nhà nước hiện nay đã thực sự lắng nghe và tiếp thu ý kiến của công chúng, khai thác hiệu quả phản hồi của công chúng trong cuộc chiến với vấn nạn tin giả số hay chưa?

Trả lời:

Nhóm câu hỏi 5: Hiệu quả truyền thông

Câu 11: Hoạt động truyền thông phòng, chống tin giả của các cơ quan nhà nước có giúp ông/bà dễ dàng nhận biết và phân biệt tin thật, tin giả không? Vì sao?

Trả lời:

Câu 12: Theo ông/bà, các chủ thể truyền thông cần có những giải pháp nào để giúp công chúng nâng cao hiệu quả nhận biết tin giả và tham gia vào đấu tranh phòng, chống tin giả?

Trả lời:

Xin trân trọng cảm ơn ông/bà đã dành thời gian tham gia cuộc phỏng vấn và xin kính chúc ông/bà sức khỏe, thành công và hạnh phúc!

PHỤ LỤC 3B

TỔNG HỢP KẾT QUẢ PHỎNG VẤN SÂU CÁC NHÓM ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu thực hiện 09 cuộc phỏng vấn sâu, gồm 03 công chúng (PVS1–PVS3), 03 lãnh đạo cơ quan/đơn vị (PVS4–PVS6), 01 cán bộ quản lý cấp trung (PVS7) và 02 cán bộ trực tiếp thực hiện hoạt động truyền thông (PVS8–PVS9). Người tham gia được lựa chọn có chủ đích nhằm thu thập thông tin từ các vị trí khác nhau trong quá trình truyền thông, từ lãnh đạo, quản lý, tổ chức thực hiện đến tiếp nhận và phản hồi của công chúng. Dữ liệu phỏng vấn được mã hóa theo PVS1–PVS9 và phân tích theo bốn câu phân của khung phân tích luận án gồm: (1) Chủ thể và chính sách truyền thông; (2) Kênh truyền thông, công nghệ và thuật toán; (3) Nội dung và dữ liệu truyền thông; (4) Công chúng và phản hồi công chúng. Những câu hỏi về hiệu quả, hạn chế, nguyên

nhân, giải pháp và trường hợp điển hình được sử dụng để hỗ trợ, giải thích và đánh giá tổng hợp các câu phần nói trên.

Bảng PL3B.1. Mã hóa người tham gia phỏng vấn sâu

Mã	Nhóm đối tượng	Đặc điểm liên quan đến nghiên cứu
PVS1	Công chúng	18–24 tuổi; trình độ đại học; hoạt động trong lĩnh vực nội dung truyền thông số; thường xuyên sử dụng mạng xã hội
PVS2	Công chúng	36–60 tuổi; trình độ sau đại học; giảng viên; thường xuyên tiếp nhận thông tin qua báo chí, website và mạng xã hội
PVS3	Công chúng	Trên 60 tuổi; trình độ sau đại học; đã nghỉ hưu, từng có kinh nghiệm quản lý; thường xuyên theo dõi các nguồn thông tin chính thống
PVS4	Lãnh đạo cơ quan/đơn vị	Lãnh đạo cơ quan báo chí thuộc lĩnh vực quốc phòng; có kinh nghiệm lâu năm trong hoạt động báo chí, truyền thông
PVS5	Lãnh đạo cơ quan/đơn vị	Lãnh đạo cơ quan quản lý nhà nước về phát thanh, truyền hình và thông tin điện tử; trực tiếp tham gia quản lý thông tin trên môi trường số
PVS6	Lãnh đạo cơ quan/đơn vị	Lãnh đạo cơ quan tham mưu, chỉ đạo, quản lý công tác tuyên truyền và báo chí trong lĩnh vực quốc phòng
PVS7	Quản lý cấp trung	Cán bộ quản lý cấp trung trong lĩnh vực thông tấn – báo chí; trực tiếp tham gia tổ chức thực hiện hoạt động truyền thông
PVS8	Cán bộ trực tiếp thực hiện	Cán bộ chuyên môn trực tiếp tham gia tham mưu, hướng dẫn hoạt động thông tấn – báo chí và truyền thông trên nền tảng số
PVS9	Cán bộ trực tiếp thực hiện	Cán bộ quan hệ công chúng thuộc Cục Truyền thông CAND; trực tiếp theo dõi, tổng hợp, tham gia truyền thông phòng, chống tin giả

Nguồn: Tổng hợp của nghiên cứu sinh từ dữ liệu phỏng vấn sâu, 2026.

1. Tổng hợp kết quả phỏng vấn sâu nhóm công chúng

Bảng PL3B.2. Tổng hợp kết quả phỏng vấn sâu công chúng

Câu hỏi	Nội dung tổng hợp từ PVS1–PVS3	Nguồn
Câu 1. Công chúng thường tiếp cận thông tin phòng, chống tin giả từ chủ thể, kênh nào và vì sao?	Cả ba người đều thường xuyên tiếp cận thông tin chính thống, nhưng có sự khác biệt theo độ tuổi và thói quen truyền thông. PVS1 ưu tiên Facebook, TikTok và Fanpage Thông tin Chính phủ vì nhanh, thuận tiện với người trẻ; PVS2 sử dụng tương đối đa dạng Facebook, YouTube, TikTok, Báo Điện tử Chính phủ, Cổng TTĐT Bộ Công an và Báo CAND; PVS3 thiên nhiều hơn về báo chí chính thống, Cổng TTĐT Chính phủ và các nguồn của Bộ Quốc phòng, Bộ Công an. Điều này cho thấy không có một kênh duy nhất phù hợp với toàn bộ công chúng.	PVS1– PVS3
Câu 2. Hoạt động của các chủ thể đã đáp ứng yêu cầu của công chúng chưa?	Nhìn chung công chúng ghi nhận sự cải thiện về tính chính xác, chính thống và tốc độ cung cấp thông tin. Tuy nhiên, mức độ chủ động và khả năng tiếp cận chưa đồng đều. PVS1 cho rằng cách thể hiện còn “an toàn”, chưa thật thu hút người trẻ; PVS2 lưu ý công chúng vùng sâu, vùng xa vẫn có thể gặp khó khăn tiếp cận; PVS3 cho rằng trong một số vụ việc, khi thông tin chính thức xuất hiện thì tin giả	PVS1– PVS3

	đã lan rộng. Kiến nghị chung là chủ động hơn, tăng tương tác và phân hóa cách truyền thông theo nhóm công chúng.	
Câu 3. Phương thức, công nghệ và thuật toán hiện nay có phù hợp với nhu cầu tiếp cận không?	Video ngắn, infographic và hình thức trực quan được đánh giá thuận tiện. PVS1 cho biết video và infographic dễ tiếp nhận, dễ nhớ hơn bài dài; thuật toán có thể giúp tiếp cận nội dung đúng mỗi quan tâm. PVS2 cho rằng nội dung chính thống đôi khi bất lợi trước nội dung giật gân và đề cao vai trò AI trong phân tích xu hướng, phát hiện sớm tin giả. PVS3 cũng nhận thấy nội dung trực quan thuận tiện nhưng thông tin chính thống có thể bị “chìm” trước nội dung gây tò mò, tranh cãi.	PVS1– PVS3
Câu 4. Cần điều chỉnh kênh, phương thức và thuật toán phân phối như thế nào?	Các ý kiến thống nhất ở yêu cầu phân hóa theo nhóm công chúng: người trẻ phù hợp hơn với TikTok, Reels và nội dung ngắn; người lớn tuổi cần duy trì Facebook, Zalo, báo chí và truyền hình với cách thể hiện rõ ràng. Có đề xuất ưu tiên hiển thị bài đánh chính chính thức khi tin giả lan truyền mạnh, ứng dụng dữ liệu lớn để xác định nhóm dễ bị tác động và tăng hợp tác với Facebook, TikTok, YouTube.	PVS1– PVS3

Câu 5. Nội dung có chính xác, kịp thời, dễ hiểu và đáp ứng nhu cầu không?	Đánh giá chủ đạo là tích cực về độ chính xác và tin cậy do nội dung xuất phát từ nguồn có thẩm quyền. Tuy nhiên, cách thể hiện chưa đồng đều. PVS1 đánh giá nhiều nội dung ngắn gọn, có nguồn rõ; PVS2 và PVS3 cùng chỉ ra một số bài còn dài, nhiều thuật ngữ hành chính hoặc chuyên môn, thiếu hình ảnh trực quan, làm giảm khả năng tiếp cận của công chúng phổ thông.	PVS1– PVS3
Câu 6. Những nội dung nào tạo ấn tượng và giúp hiểu rõ tin giả?	Công chúng đánh giá cao nội dung có tính thực hành: hướng dẫn kiểm chứng trước khi chia sẻ; video phân tích vụ việc cụ thể; infographic so sánh “tin thật – tin giả”; tình huống lừa đảo thực tế; nội dung có sự tham gia của KOL/người sáng tạo nội dung uy tín. PVS1 cho biết những hướng dẫn kiểm chứng đã trực tiếp làm thay đổi thói quen tiếp nhận thông tin của bản thân.	PVS1– PVS3
Câu 7. Làm thế nào để nội dung hấp dẫn, dễ hiểu và dễ nhận diện tin giả hơn?	Các đề xuất tập trung vào tình huống thực tế, video ngắn, infographic, storytelling, dạng “Đúng hay Sai”, giải thích từng bước cách kiểm chứng và hậu quả của việc chia sẻ sai. PVS2 nhấn mạnh chuyển từ truyền thông “thông báo” sang “giải thích” và “tương tác”;	PVS1– PVS3

	PVS3 đề cao việc sử dụng các vụ việc đã được xử lý để công chúng thấy hậu quả cụ thể.	
Câu 8. Công chúng tương tác như thế nào sau khi tiếp nhận thông tin?	Hình thức phổ biến nhất là chia sẻ thông tin hữu ích cho gia đình, đồng nghiệp, sinh viên, bạn bè; lưu bài viết để tham khảo; bình luận hoặc trao đổi trong một số trường hợp. PVS3 ít tương tác trực tiếp trên mạng nhưng thường trao đổi với con cháu, bạn bè và cộng đồng quen biết. Điều này cho thấy tương tác không chỉ thể hiện bằng chỉ số công khai trên nền tảng mà còn có sự lan tỏa trong các quan hệ xã hội trực tiếp.	PVS1– PVS3
Câu 9. Công chúng đã nhận được phản hồi của cơ quan nhà nước chưa?	Trải nghiệm chưa đồng đều. PVS1 chưa trực tiếp gửi phản ánh nhưng quan sát thấy một số fanpage có giải đáp thắc mắc; PVS2 từng phản ánh và ghi nhận một số cơ quan trả lời khá nhanh; PVS3 ít gửi trực tiếp nhưng nhận thấy cơ quan nhà nước ngày càng chủ động giải đáp qua báo chí, truyền hình và mạng xã hội.	PVS1– PVS3
Câu 10. Các cơ quan đã thực sự lắng nghe và khai	Các ý kiến đều ghi nhận chuyển biến tích cực nhưng cho rằng còn dư địa cải thiện. Chủ đề truyền thông ngày càng gắn với vấn đề công chúng quan tâm và tin giả đang lan truyền.	PVS1– PVS3

thác phản hồi công chúng chưa?	Tuy nhiên, cần xây dựng cơ chế đối thoại hai chiều rõ hơn, đồng thời phân tích bình luận, phản ánh và dữ liệu tương tác để điều chỉnh nội dung, kênh và phương thức truyền thông.	
Câu 11. Truyền thông có giúp nhận biết và phân biệt tin thật – tin giả không?	Cả ba người đều đánh giá có tác động tích cực. Những thay đổi được ghi nhận gồm: biết kiểm tra nguồn, đối chiếu với báo chí/kênh chính thống, xem thời gian đăng, không dựa đơn thuần vào số lượng chia sẻ và thận trọng hơn trước khi phát tán thông tin. Dữ liệu cho thấy tác động không chỉ ở nhận thức mà bước đầu thể hiện ở thay đổi hành vi tiếp nhận và chia sẻ.	PVS1– PVS3
Câu 12. Những giải pháp nào giúp công chúng nâng cao khả năng nhận diện và tham gia phòng, chống tin giả?	Cần duy trì truyền thông thường xuyên; giáo dục kỹ năng số và kiểm chứng; tăng video, podcast, infographic, tình huống mô phỏng; hướng dẫn báo cáo tin giả; thiết lập cơ chế phản hồi nhanh; ứng dụng AI; phối hợp với trường đại học, cơ quan báo chí, doanh nghiệp công nghệ và người có ảnh hưởng uy tín. Đồng thời, công chúng cần được khuyến khích chủ động kiểm chứng và chịu trách nhiệm với thông tin mình chia sẻ.	PVS1– PVS3

Nguồn: Tổng hợp của nghiên cứu sinh từ kết quả PVS1–PVS3, 2026.

2. Tổng hợp kết quả phỏng vấn sâu nhóm lãnh đạo, quản lý và cán bộ trực tiếp thực hiện

Bảng PL3B.3. Tổng hợp kết quả phỏng vấn sâu theo 21 câu hỏi

Câu hỏi	Nội dung tổng hợp từ PVS4–PVS9	Nguồn
Câu 1. Chức năng, nhiệm vụ của cơ quan/đơn vị trong truyền thông phòng, chống tin giả	Các nguồn phản ánh sự phân công chức năng tương đối rõ theo từng vị trí. Cơ quan báo chí quốc phòng tập trung cung cấp thông tin, tổ chức tuyên bài đấu tranh với thông tin sai lệch; cơ quan quản lý thông tin điện tử thực hiện tham mưu quản lý nhà nước, giám sát và phối hợp xử lý thông tin trên Internet, mạng xã hội; cơ quan tuyên huấn thực hiện chỉ đạo, quản lý báo chí quân đội; cán bộ trực tiếp thực hiện theo dõi, phát hiện, báo cáo, tham mưu và tổ chức truyền thông. PVS9 xác nhận nhiệm vụ theo dõi, phát hiện, báo cáo và xử lý tin giả liên quan đến lực lượng CAND.	PVS4– PVS9
Câu 2. Cơ chế, chính sách và cách thức tổ chức thực hiện	Hoạt động được triển khai thông qua các kế hoạch, văn bản chỉ đạo, quy định pháp luật, tập huấn nghiệp vụ và phân công lực lượng. PVS5 nhấn mạnh kết hợp hoàn thiện thể chế với giám sát thông tin và phối hợp với nền tảng; PVS6–PVS8 đề cập đào tạo, bồi dưỡng và hướng dẫn báo chí; PVS9 cho biết có văn bản chỉ đạo các cơ quan báo chí CAND triển khai truyền thông phòng, chống tin giả trên nền tảng số.	PVS4– PVS9

Câu 3. Tổ chức bộ máy, phân công, quy trình và phối hợp thực hiện	Dữ liệu cho thấy truyền thông phòng, chống tin giả mang tính phối hợp nhiều bộ phận. PVS4–PVS5 nhấn mạnh phối hợp với cơ quan chức năng, cơ quan báo chí, địa phương và nền tảng; PVS6–PVS8 phản ánh sự phân công, phối hợp trong hệ thống báo chí và lực lượng chuyên trách quốc phòng; PVS9 cho biết Phòng Quan hệ công chúng phối hợp với các đơn vị trong và ngoài lực lượng CAND và các cơ quan báo chí trong lực lượng. Có thể khái quát chu trình gồm phát hiện/theo dõi – xác minh – tham mưu/xử lý – cung cấp thông tin – theo dõi phản hồi.	PVS4– PVS9
Câu 4. Tồn tại, hạn chế và yêu cầu hoàn thiện cơ chế, chính sách	Những hạn chế được nhắc lại nhiều nhất gồm: thông tin chính thống có lúc chưa đủ nhanh; phối hợp và chia sẻ thông tin chưa đồng bộ; hạ tầng và công nghệ chưa theo kịp sự phát triển của AI/deepfake; dữ liệu và nhân lực chuyên sâu còn hạn chế. PVS9 đặc biệt chỉ ra cơ chế phối hợp giữa các cơ quan “còn thiếu đồng bộ, chưa đáp ứng được so với tốc độ lan truyền của tin giả”.	PVS4– PVS9
Câu 5. Phương thức, công nghệ được sử dụng để phát hiện, theo	Các phương thức được đề cập gồm theo dõi báo chí và không gian mạng, hệ thống rà quét, phân tích dữ liệu, hạ tầng bảo mật và đường truyền chuyên dụng, phối hợp với lực lượng chuyên trách. PVS5 mô tả kết	PVS4– PVS9

dối, kiểm chứng và xử lý	hợp công nghệ và con người trong rà quét, phân tích xu hướng và kiểm chứng; PVS9 theo dõi báo chí, không gian mạng, tiếp nhận thông tin từ các đơn vị, địa phương và nguồn phản ánh để tổng hợp, phân tích dư luận, đối chiếu với nguồn chính thống.	
Câu 6. Ảnh hưởng của thuật toán phân phối nội dung	Các ý kiến thống nhất rằng thuật toán có ảnh hưởng rất lớn và đa chiều. Thuật toán ưu tiên tương tác có thể làm nội dung giật gân hoặc gây tranh cãi lan nhanh hơn thông tin chính thống. PVS4 mô tả thuật toán như “người gác cổng kép”; PVS5 phân tích hiện tượng bùng vang, bong bóng thông tin; PVS9 khái quát rằng thuật toán ưu tiên nội dung có tương tác cao.	PVS4– PVS9
Câu 7. Hạn chế về công nghệ, dữ liệu, hạ tầng kỹ thuật và năng lực số	Những vấn đề nổi bật gồm công nghệ phát hiện tin giả có nguy cơ chậm hơn công nghệ tạo giả; dữ liệu phân tán, thiếu kết nối; hạ tầng chưa đồng bộ; nguồn nhân lực công nghệ và phân tích dữ liệu còn hạn chế; xử lý nội dung trên nền tảng xuyên biên giới còn phụ thuộc vào hợp tác của doanh nghiệp. PVS9 bổ sung hạn chế về kinh phí đầu tư.	PVS4– PVS9
Câu 8. Nhóm nội dung được ưu tiên và	Nội dung ưu tiên gồm thông tin chính thống; giải thích chính sách; cảnh báo lừa đảo, giả mạo; nâng cao nhận thức và kỹ năng; lan tỏa thông tin tích cực; đính chính	PVS4– PVS9

nguyên tắc lựa chọn	và phản bác tin giả. Tiêu chí chung là chính xác, có thẩm quyền, phù hợp chức năng và mức độ tác động của vụ việc. PVS9 nhấn mạnh ưu tiên thông tin chính thống, kịp thời đính chính và sử dụng nội dung do cơ quan chức năng cung cấp.	
Câu 9. Căn cứ lựa chọn chiến lược khi xuất hiện tin giả	Các chủ thể không sử dụng duy nhất một phương án. Tùy tính chất, mức độ lan truyền và hậu quả có thể chủ động cung cấp thông tin, giải thích, đính chính, phản bác, cảnh báo, yêu cầu gỡ bỏ hoặc phối hợp xử lý vi phạm. Điểm chung là phải dựa trên nguồn thông tin chính thống và cơ quan có thẩm quyền. PVS9 xác nhận căn cứ trực tiếp là thông tin chính thống do cơ quan chức năng cung cấp.	PVS4– PVS9
Câu 10. Khó khăn trong xây dựng, tổ chức và phân phối nội dung	Thách thức lớn là tốc độ sản xuất và lan truyền tin giả vượt quy trình sản xuất thông tin chính thống; AI/deepfake làm tăng độ tinh vi; thuật toán ưu tiên nội dung cảm xúc; một số cơ chế phân cấp, trách nhiệm và nguồn lực chưa hoàn chỉnh. Giải pháp được đề cập gồm đổi mới nội dung, định dạng, phân nhóm công chúng, nâng tốc độ sản xuất nhưng vẫn bảo đảm kiểm chứng. PVS9 không cung cấp câu trả lời cho nội dung này nên không suy diễn thêm.	PVS4– PVS8

Câu 11. Vai trò của công chúng và phản hồi công chúng	Công chúng được nhìn nhận không chỉ là người tiếp nhận mà còn có thể phát hiện, phản ánh, kiểm chứng và lan tỏa thông tin chính thống. Đồng thời, công chúng thiếu kỹ năng có thể vô tình khuếch đại tin giả. PVS5 gọi công chúng là một dạng “cảm biến xã hội”; PVS9 đánh giá công chúng và phản hồi công chúng có vai trò “vô cùng quan trọng”.	PVS4– PVS9
Câu 12. Thu thập, phân tích phản hồi công chúng	Các phương thức gồm giám sát không gian mạng; bình luận, tương tác trên trang chính thức; đường dây nóng, cổng phản ánh; nắm bắt dư luận xã hội, dư luận quân nhân; giao ban, báo cáo; phối hợp với báo chí và các đơn vị. PVS9 thu thập dữ liệu từ các trang chính thống thông qua các chỉ số bình luận và tương tác.	PVS4– PVS9
Câu 13. Sử dụng phản hồi để điều chỉnh hoạt động truyền thông	Dữ liệu phản hồi được sử dụng ở các mức độ khác nhau để tham chiếu, đánh giá tác động, tổng hợp báo cáo, nhận diện chủ đề cần ưu tiên và điều chỉnh hoạt động. PVS5 mô tả phản hồi là cơ sở hoàn thiện chính sách và cách truyền thông; PVS9 cho biết dữ liệu được dùng để điều chỉnh nội dung, trọng tâm tuyên truyền, thông điệp, cách diễn đạt, kênh và hình thức truyền thông.	PVS4– PVS9
Câu 14. Cách đánh giá hiệu	Các nguồn đều không giới hạn đánh giá ở số lượng sản phẩm. Các tiêu chí được đề	PVS4– PVS9

quả truyền thông	cập gồm khả năng phát hiện và xử lý, tốc độ phản ứng, mức độ tiếp cận, thay đổi nhận thức, niềm tin, hiệu quả định hướng dư luận, xử lý khủng hoảng và phối hợp. PVS9 nêu sáu nhóm tiêu chí: mức độ phát hiện; tiếp cận; khả năng cạnh tranh và hạn chế lan truyền; thay đổi nhận thức; định hướng dư luận/xử lý khủng hoảng; hiệu quả phối hợp.	
Câu 15. Các chỉ số tương tác có phản ánh đầy đủ hiệu quả hay không?	Quan điểm tương đối thống nhất là chưa đầy đủ. Lướt xem, tiếp cận, thích, chia sẻ, bình luận phản ánh chủ yếu mức độ lan tỏa, không đủ để biết công chúng đã hiểu đúng, thay đổi nhận thức hoặc hành vi hay chưa. PVS9 đề nghị chuyển từ “đo lường số lượng tương tác” sang “đo lường kết quả và tác động truyền thông”.	PVS4– PVS9
Câu 16. Những yếu tố tác động lớn nhất đến hiệu quả truyền thông	Các yếu tố được nhấn mạnh gồm tốc độ và tính kịp thời; độ chính xác, minh bạch và tin cậy của thông tin; cơ chế phối hợp; năng lực công nghệ; trình độ cán bộ; hạ tầng; nhận thức và kỹ năng số của công chúng. PVS9 cũng xác định tính chính xác, tốc độ phản ứng, khả năng phát hiện, năng lực cán bộ, công nghệ và sự phù hợp là các yếu tố quan trọng.	PVS4– PVS9
Câu 17. Kết quả đạt được, hạn	Các ý kiến nhìn nhận hoạt động đã có chuyển biến tích cực về nhận thức, cung	PVS4, PVS5,

chế và nguyên nhân	cấp thông tin chính thống và khả năng xử lý; tuy nhiên vẫn chưa theo kịp mọi tình huống. Hạn chế chủ yếu liên quan đến tốc độ phản ứng, công nghệ, dữ liệu, phối hợp và kỹ năng của công chúng. PVS9 đánh giá kết quả tích cực nhưng phản ứng truyền thông có lúc chưa theo kịp tốc độ tin giả, dữ liệu chưa đầy đủ và cơ chế phối hợp còn hạn chế.	PVS8, PVS9; một số PVS không trả lời câu này
Câu 18. Giải pháp ưu tiên trong thời gian tới	Các đề xuất tập trung vào hoàn thiện thể chế và cơ chế phối hợp; xây dựng hệ thống giám sát/cảnh báo sớm dựa trên dữ liệu và AI; nâng cao năng lực truyền thông số; phát triển nhân lực; đổi mới nội dung; nâng cao kỹ năng số của công chúng; phát hiện sớm, xác minh nhanh và cung cấp thông tin chính xác, kịp thời. PVS9 nhấn mạnh chuỗi phát hiện sớm – xác minh nhanh – cung cấp thông tin chính xác, kịp thời – tổ chức lan tỏa thông tin chính thức hiệu quả.	PVS4–PVS9
Câu 19. Trường hợp nghiên cứu điển hình	Dữ liệu không đồng đều. Một số PVS thuộc lĩnh vực quốc phòng đề cập trường hợp lực lượng chuyên trách phối hợp xử lý tin giả năm 2025; PVS5 mô tả nhóm tình huống giả mạo chính sách/cơ quan nhà nước và lừa đảo trực tuyến với quy trình phát hiện – xác minh – xử lý kỹ thuật – cung cấp thông tin chính thống. PVS9 không cung cấp	PVS5–PVS8; PVS9 không trả lời

	trường hợp cụ thể. Vì vậy, dữ liệu câu này chỉ nên sử dụng cho case study khi có đủ hồ sơ đối chứng.	
Câu 20. Bài học từ trường hợp điển hình	Những bài học nổi bật gồm chủ động hơn bị động; thông tin phải nhanh nhưng chính xác; phối hợp liên ngành; kết hợp công nghệ với đánh giá của con người; hoàn thiện cơ chế, quy chế chia sẻ thông tin; xây dựng niềm tin vào nguồn chính thống. Không sử dụng PVS9 cho câu này vì phiếu mới không có câu trả lời.	PVS5– PVS8
Câu 21. Ý kiến, đề xuất bổ sung	Các đề xuất bổ sung gồm tăng đào tạo lực lượng chuyên trách; mở rộng hợp tác và chia sẻ kinh nghiệm; tăng hợp tác quốc tế; nghiên cứu sâu hơn tác động của AI tạo sinh và quản trị nền tảng; xây dựng hệ thống dữ liệu dùng chung và tiêu chí đánh giá hiệu quả. Riêng PVS9 đề xuất xây dựng hệ sinh thái dữ liệu phục vụ truyền thông phòng, chống tin giả trong Công an nhân dân.	PVS5– PVS9

Nguồn: Tổng hợp của nghiên cứu sinh từ kết quả PVS4 - PVS9, 2026.