

Sử dụng truyền thông mạng xã hội: lợi ích và thách thức đối với Việt Nam hiện nay

TS. NGUYỄN THÚY HÀ

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

Email: thuyhahvbc@gmail.com

TS. NGÔ THỊ THÚY HIỀN

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

Email: Phuocthinh1610@yahoo.com.vn

Nhận ngày 13 tháng 5 năm 2024; chấp nhận đăng tháng 6 năm 2024.

Tóm tắt: Sự ra đời, phát triển của mạng xã hội (Social Network) trên thế giới và Việt Nam những năm qua đã tạo ra những thay đổi mạnh mẽ trên nhiều lĩnh vực, trong đó có thông tin, truyền thông. Không thể phủ nhận những lợi ích mạng xã hội (MXH) mang lại: giao tiếp xuyên biên giới, phổ biến tri thức và nhiều ứng dụng tiện ích khác đã và đang làm thay đổi thế giới trên nhiều lĩnh vực. Đi liền với lợi ích từ MXH là những thách thức không nhỏ đối với mỗi quốc gia: an ninh thông tin, độ tin cậy của nguồn tin, tin giả, sự thích ứng của các đơn vị thông tin, kinh tế truyền thông. Bài viết tập trung làm rõ một số khía cạnh của truyền thông MXH: Khái niệm, một số MXH phổ biến trên thế giới hiện nay, sự phát triển của truyền thông MXH, lợi ích và thách thức trong sử dụng truyền thông MXH ở Việt Nam.

Từ khóa: mạng xã hội, truyền thông mạng xã hội, kinh tế truyền thông, công cụ mạng xã hội.

Abstract: The emergence and development of social networks worldwide and in Vietnam in recent years have brought about significant changes in various fields, including information and communication. The benefits of social networks are undeniable: cross-border communication, knowledge dissemination, and many other useful applications have been transforming the world in many areas. However, along with the benefits of social networks come considerable challenges for each country: information security, source reliability, fake news, adaptation of information agencies, media economy, etc. This article focuses on clarifying some aspects of social media communication: concepts, some popular social networks in the world today, the development of social media communication, benefits, and challenges in using social media communication in Vietnam.

Keywords: social networks, social media communication, media economy, social network tools.

1. Mạng xã hội trên thế giới hiện nay

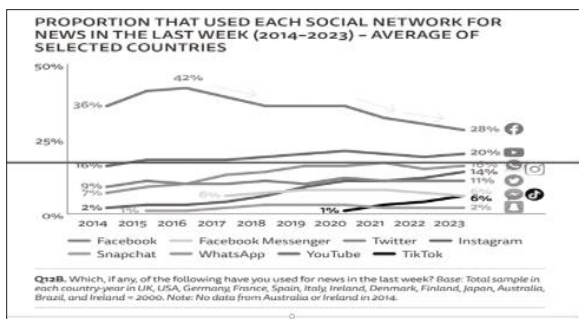
Có nhiều quan niệm khác nhau về MXH, tuy nhiên, có thể hiểu, MXH là một nền tảng trực tuyến, được tạo ra nhằm chia sẻ thông tin, kết nối quan hệ. MXH được cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp, quốc gia sử dụng cho nhiều mục đích khác nhau: giao tiếp, kết nối, quảng bá giá trị, trao đổi thông tin, thông điệp, câu chuyện, thể hiện sở thích cá nhân thông qua các tính năng gọi điện, nhắn tin, gọi video chia sẻ hình ảnh, video, ghi hình trực tiếp. Theo khoản 22 Điều 3 Nghị định 72/2013/NĐ-CP về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch

vụ Internet và thông tin trên MXH quan niệm: MXH (social network) là hệ thống thông tin cung cấp cho cộng đồng người sử dụng mạng các dịch vụ lưu trữ, sử dụng, tìm kiếm, chia sẻ và trao đổi thông tin với nhau, bao gồm dịch vụ tạo trang thông tin điện tử cá nhân, diễn đàn (forum), trò chuyện (chat) trực tuyến, chia sẻ âm thanh, hình ảnh và các hình thức dịch vụ tương tự khác⁽¹⁾. Mục tiêu của hầu hết MXH hướng đến là tạo ra một hệ thống giúp người dùng kết nối, giao lưu, chia sẻ những kiến thức hữu ích, từ đó, tạo dựng một cộng đồng mang nhiều giá trị, nâng cao nhận thức của cá nhân,

tổ chức trong xây dựng quan hệ. MXH là công cụ quảng bá, giao tiếp, quảng cáo sản phẩm, dịch vụ xuyên biên giới, vượt qua rào cản ngôn ngữ, khoảng cách địa lý với chi phí thấp, độ phổ rộng cao, dễ lưu trữ, chia sẻ, đồng thời là kênh thu nhận dữ liệu đầu vào để từ đó phân tích xu hướng xã hội, thị trường.

MXH trên thế giới hiện nay rất đa dạng, hoạt động dựa trên nền tảng Internet. Người dùng MXH chỉ cần lập hồ sơ, xác minh để có tài khoản riêng trên máy tính, điện thoại thông minh, Ipad kết nối Internet là có thể giao tiếp với nhau qua tên tài khoản, địa chỉ email, số điện thoại. Giữa các MXH có thể liên kết với nhau, ví dụ, từ Facebook có thể đăng nhập vào Tik tok, Instagram. Những trang MXH sẽ kết nối người dùng đến những tài khoản cá nhân, tổ chức mà họ tìm kiếm.

Kể từ khi công cụ gửi thư điện tử ra đời năm 1971, đến nay thế giới có trên 170 MXH khác nhau trong đó các MXH phổ biến nhất là: Facebook, Youtube, Instagram, LinkedIn, Twitter, Tiktok, Zalo, Viber, WeChat, WhatsApp, Telegram, Qzone, Weibo, Pinterest, Snapchat, Reddit, Tencent QQ⁽²⁾ □ Tùy theo thói quen tiêu dùng, không gian địa lý, tính năng tiện ích của mỗi nhà mạng, số lượng người truy cập, sử dụng MXH cũng khác nhau. Theo báo cáo của Digital Kepios, năm 2024, số người sử dụng Internet và MXH là 5,04 tỉ người trên tổng số 8,08 tỷ người, chiếm 62,3% dân số trên thế giới, tăng 5,6% (tương đương 74 triệu người) so với năm 2023⁽³⁾. Dự kiến, dân số thế giới sử dụng MXH sẽ tăng lên khoảng 5,85 tỷ người dùng vào năm 2027⁽⁴⁾.



Bảng 1. Tỷ lệ sử dụng MXH trung bình trao đổi thông tin ở các nước Anh, Mỹ, Đức, Ý, Tây Ban Nha, Đan Mạch, Phần Lan, Ireland, Nhật Bản, Australia, Brazil.

Báo cáo của Viện Reuters cộng tác với YouGov nghiên cứu về □MXH và xu hướng tiêu thụ tin tức □ dựa trên kết quả khảo sát, phản hồi của gần 100.000 người dùng Internet trên 52 quốc gia chỉ ra rằng, một người trung bình dành 145 phút cho MXH mỗi ngày⁽⁵⁾. Tỷ lệ người dùng thiết bị di động, điện thoại thông minh đang gia tăng, theo GSMA Intelligence công bố, có 69,4% dân số toàn cầu sở hữu ít nhất một thiết bị di động năm 2023, đầu năm 2024, tổng số người dùng điện thoại thông minh là 5,61 tỷ tăng 2,5%⁽⁶⁾. Các số liệu nghiên cứu, khảo sát có những khác biệt nhất định song đều chỉ ra xu hướng sử dụng MXH phục vụ cuộc sống đang ngày càng tăng, đặc biệt là trong giới trẻ.

2. Đặc trưng của một số mạng xã hội được sử dụng phổ biến

Trong số các MXH được sử dụng phổ biến trên thế giới, mỗi nền tảng MXH đều có những đặc trưng, tính năng, tiện ích và thế mạnh riêng.

MXH LinkedIn được Reid Hoffman người Mỹ cho ra mắt năm 2003, là MXH chuyên về xây dựng mạng lưới quan hệ, được giới chuyên gia, doanh nhân, người làm văn phòng sử dụng trong kết nối nâng cao kiến thức chuyên môn, tìm kiếm đối tác, nhân sự. Tính đến tháng 6/2023 LinkedIn có trên 930 triệu thành viên, hơn 67 triệu công ty, doanh nghiệp sử dụng, đây là MXH có tỷ lệ nam giới dùng nhiều nhất, chiếm đến 60%⁽⁷⁾. LinkedIn dùng để xây dựng và quản lý hồ sơ chuyên nghiệp, các công ty, doanh nghiệp dùng LinkedIn xây dựng mạng lưới kinh doanh, tuyển dụng nhân tài, mạng lưới nhân sự chuyên nghiệp, tìm kiếm nhân sự cho các nhà tuyển dụng, hỗ trợ tìm kiếm việc làm, nâng cao kiến thức, xây dựng danh tiếng và thương hiệu cá nhân, bán hàng, quảng cáo và tiếp thị. Người dùng có thể tạo lập hồ sơ cá nhân trên LinkedIn chi tiết về bằng cấp, vị trí công việc, vai trò cá nhân tham gia các dự án, hoạt động xã hội, kết nối với những người từng biết qua nhiều thông tin như học chung trường, làm chung công ty, người đã từng liên hệ qua Gmail, Yahoo, Outlook. LinkedIn có cơ sở dữ liệu vượt trội về chất lượng, lưu lượng truy cập, dễ dàng tìm kiếm liên lạc, thúc đẩy xã hội cá nhân, tạo cơ hội tìm việc làm đúng chuyên môn, là

công cụ quảng bá thương hiệu chuyên nghiệp đến bạn bè, doanh nghiệp, đồng nghiệp.

Facebook ra đời ngày 4/2/2005, do Mark Zuckerberg người Mỹ sáng lập. Facebook hiện nay có lượng người sử dụng đứng đầu trên toàn thế giới⁽⁸⁾. Đây là nền tảng MXH mà con người có thể bày tỏ tình cảm, tâm trạng, cập nhật thông tin, chia sẻ ảnh, video, đồng thời có thể tương tác với mọi người, công cụ nhắn tin, gọi điện liên lạc Messenger đều được tích hợp trong Facebook. Các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân không phân biệt màu da, giới tính, nghề nghiệp đều có thể dùng facebook để tương tác, giao tiếp, bán hàng, kinh doanh online, quảng cáo, truyền thông. Ưu điểm của Facebook là có giới hạn ký tự tối đa là 2.000 ký tự trong 1 tin, tương đương 200 chữ/1 tin, là 6.000 ký tự trong 1 tin bình luận. Facebook có 2 tính năng News Feed (Bảng tin) và Wall (Trang cá nhân). Bảng tin xuất hiện trên trang chủ của người sử dụng làm nổi bật thông tin bao gồm thay đổi hồ sơ, các sự kiện sắp tới, ngày sinh nhật bạn bè của người dùng. Trang cá nhân Facebook cho phép sử dụng các tính năng cập nhật trạng thái, ảnh, video, ghi chú, livestream, cùng với các tính năng nhắn tin, gọi điện (Messenger), cập nhật tin ngay lập tức (Story), các biểu tượng cảm xúc, chia sẻ đa dạng, bình luận và khả năng lưu trữ cao. Trong quá trình cạnh tranh, Facebook phát triển theo hướng tập trung vào các video trực tuyến cho người dùng chia sẻ - nơi mà YouTube đang thống trị nhiều năm qua. Trên thế giới, người dùng Facebook hàng tháng đạt 3,03 tỷ người trên tổng số hơn 8 tỷ dân số thế giới, số người hoạt động hàng ngày trên Facebook tăng từ 2,06 tỷ người quý II/2023 lên 2,09 tỷ quý III/2023⁽⁹⁾.

Youtube ra đời 2005 ở Mỹ, do ba nhân viên của PayPal là Chad Hurley, Steve Chen và Jawed Karim xây dựng. Ban đầu, YouTube là trang web chia sẻ video dành cho các cộng đồng máy tính nhưng nhanh chóng trở thành trang web chia sẻ video được sử dụng trên toàn cầu. Youtube có thể xem trực tuyến với các chức năng, dịch vụ đa dạng, tạo điều kiện để người dùng tự do khám phá các nội dung video, tìm kiếm, xem và có thể phát triển

một kênh cá nhân cộng đồng chia sẻ, thể hiện cảm xúc, bình luận, theo dõi. Hình ảnh, video YouTube có thể lồng ghép nhạc hỗ trợ tích cực cho sản xuất các video, clip quảng bá thông tin, hình ảnh của cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp. Trong giáo dục, YouTube hỗ trợ cung cấp video giảng dạy, sinh viên có được kiến thức từ các giáo sư ở nhiều nước khác trên thế giới, có thể truy cập vào các nguồn tài liệu học tập bất kể thời gian nào mà không cần thanh toán. Youtube tạo cơ hội cho người học, giáo viên trao đổi, tương tác, học tập mọi nơi, mọi lúc. YouTube chia sẻ nhiều loại hình giải trí như âm nhạc, phim ảnh, phim tài liệu, chương trình truyền hình, thời sự, có thể lưu trữ như một thư viện với hình ảnh, âm thanh sinh động. Người dùng có thể xây dựng Youtube thành một kênh thông tin hình ảnh hữu ích, hấp dẫn để tìm kiếm lợi nhuận. Tính đến tháng 1/2023, YouTube có khoảng trên 2,5 tỷ người dùng, Ấn Độ có số người dùng YouTube cao nhất với 467 triệu người, Việt Nam có khoảng 63, triệu người dùng YouTube, đứng thứ 9 trên thế giới⁽¹⁰⁾. Youtube là trang web miễn phí, ai cũng có thể truy cập với đủ các nội dung tốt-xấu, thật-giả khó kiểm chứng, các bài hát, video vi phạm bản quyền nội dung xấu, bạo lực, quấy rối tình dục cũng có thể được đưa lên Youtube

Twitter ra đời năm 2006 ở Mỹ, được Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone, và Evan Williams sáng lập. Hiện nay Twitter có hơn 35 công ty trên khắp thế giới, người dùng cập nhật thời sự tại chỗ kịp thời, tính đến tháng 6/2023, Twitter có 535 triệu người dùng⁽¹¹⁾. Mặc dù không có tính năng kết bạn nhưng Twitter cho phép người dùng theo dõi qua lại, đọc, nhắn tin, cập nhật các mẫu tin nhỏ (tweets), mỗi tweet được giới hạn tối đa 280 ký tự, cho phép người dùng chia sẻ suy nghĩ, thông tin, hình ảnh, video, tuy nhiên không thể tải video ở Twitter. Ưu điểm của Twitter là nội dung tin ngắn gọn, trực quan, truyền tải thông điệp nhanh, dễ tiếp cận, công cụ hashtags để gắn kết các chủ đề, thuận tiện cho việc tìm kiếm, tham gia vào các cuộc trò chuyện, tạo ra hệ thống kết nối theo dõi đơn giản. Đây là công cụ mạnh mẽ truyền thông tin, tiếp thị và kết nối được nhiều nhà truyền thông, chính trị gia,

thương nhân, chủ doanh nghiệp sử dụng thông tin sự kiện với chủ đề nội dung rộng lớn.

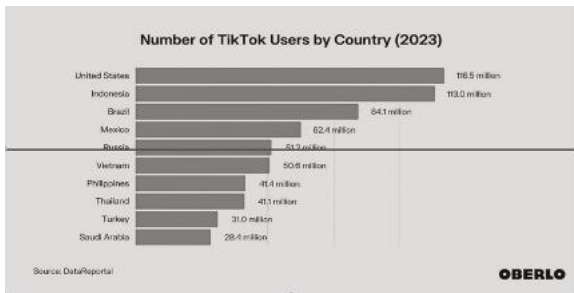
Instagram do người Mỹ là Kevin Systrom và Mike Krieger thiết kế, ra đời vào ngày 6/10/2010. Đây là phần mềm chia sẻ ảnh, video trực quan miễn phí có tính năng dịch ngôn ngữ text hiển thị trong hình ảnh với hơn 90 ngôn ngữ. Ưu điểm của Instagram là người dùng có thể chỉnh sửa hình ảnh, video với các hiệu ứng sáng, tối, sửa bóng mờ cho hình ảnh đẹp, hiệu ứng độc đáo, chia sẻ dễ dàng. Người xem có thể bình luận thả biểu tượng cảm xúc, quay video trực tuyến, thông bộ lọc màu ảnh, làm cho các bức ảnh, video đẹp lạ hơn, ứng dụng bộ lọc khuôn mặt Instagram giúp nhận diện và áp dụng các bộ lọc với hiệu ứng vào khuôn mặt của người dùng cùng các tiện ích khác như đăng nhiều hình ảnh video cùng lúc, tin nhắn tự hủy, chế độ riêng tư hay công khai tùy chọn. Instagram nghiêm cấm đăng tải ảnh có nội dung bạo lực, hình khỏa thân, khiêu dâm và yêu cầu một số trách nhiệm cho người dùng. Instagram được sử dụng để quảng cáo, bán hàng với hình ảnh sắc nét, cầu kỳ về bố cục, màu sắc, là kênh xây dựng quan hệ với công chúng, xây dựng thương hiệu cá nhân của các nghệ sĩ, người nổi tiếng kết nối, chia sẻ đồng thời với các MXH khác như Facebook, Twitter, Flickr, Posterous và Tumblr.

Mạng Zalo do công ty Công nghệ Việt Nam (VNG) ra mắt ngày 08/08/2012. Đây là ứng dụng nhắn tin và gọi điện miễn phí trong nội bộ người dùng. Zalo hoạt động trên nền tảng di động kết nối Internet. Zalo có ưu điểm đăng nhập song song trên hai thiết bị điện thoại và máy tính, tính năng chuyển tiền, áp dụng các cách kiếm tiền trên Zalo Pay, bán hàng, giải trí game online. Trên Zalo, ngoài gọi điện thoại video call, nhắn tin, gửi file văn bản, hình ảnh, video, còn có nhãn dán biểu tượng cảm xúc đa dạng, gợi ý kết bạn dựa trên vị trí, chia sẻ trạng thái khoảnh khắc, nhắn tin bằng giọng nói với dung lượng lên đến 5 phút cho mỗi tin kết bạn qua mã QR code. Zalo có thể truyền dữ liệu dung lượng lớn, từ thiết bị này sang thiết bị khác, hỗ trợ làm việc nhóm online bằng tính năng chat, gọi video nhóm, giao việc, chia sẻ vị trí với khả năng bảo mật

cao, người dùng trao đổi thông tin mọi nơi, mọi lúc. Trong Zalo, có thể tạo và tham gia nhóm trò chuyện lên tới 1000 thành viên, giúp chia sẻ thông tin tiện lợi hơn, người dùng có toàn quyền quản lý thành viên, thiết lập quyền riêng tư và thông báo cho nhóm một cách linh hoạt. Tốc độ gửi tin nhắn qua Zalo nhanh, có tính năng tự động cập nhật danh bạ. Theo Sách trắng Toàn cảnh kỹ thuật số năm 2023 do Aftim và RMIT Việt Nam công bố, Zalo là ứng dụng trò chuyện phổ biến nhất Việt Nam với tỷ lệ 74%, Zalo được sử dụng ở các nước Myanmar, Hoa Kỳ, Hàn Quốc, Đài Loan, Nhật Bản, Angola, Nga, Cộng hòa Séc, Myanmar, Ả Rập Xê Út, Malaysia, người dùng dễ dàng liên lạc quốc tế với bạn bè, người thân ở nước ngoài mà không bị mất phí⁽¹²⁾.

MXH Tiktok xuất hiện năm 2016 tại Trung Quốc tên gọi ban đầu là Douyin. Năm 2018, ứng dụng này được Trương Nhất Minh - nhà sáng lập của ByteDance của Trung Quốc kết hợp với Musically cho ra mắt phiên bản quốc tế với tên gọi TikTok. TikTok có thuật toán phức tạp, giúp nhanh chóng nhận ra sở thích và tương tác của người dùng dựa trên cách họ tương tác với ứng dụng. TikTok nhanh chóng phổ biến vì dễ sử dụng, người dùng dễ dàng quay, chỉnh sửa video, áp dụng hiệu ứng, âm nhạc chỉ trong vài thao tác đơn giản. Nội dung Tiktok cho phép tạo ra, chia sẻ video ngắn đa dạng chủ đề: hài hước, nhảy múa, âm nhạc, hướng dẫn, chia sẻ kiến thức, điều này tạo ra một cộng đồng đa dạng, sáng tạo, thu hút người dùng của mọi độ tuổi, sở thích. TikTok được giới trẻ ưa chuộng trong giải trí; các tính năng mới luôn được cập nhật, phát triển, tạo động lực sản xuất nội dung video ngắn từ vài giây đến 15 giây trên MXH, việc hợp tác tiếp thị với những người nổi tiếng, nhãn hàng lớn cũng là chiến lược tiếp thị quảng cáo thông minh thu hút người dùng của Tiktok. Từ năm 2020 đến nay, TikTok đang đối mặt với một số thách thức liên quan đến an toàn dữ liệu cá nhân, quyền riêng tư, bị thanh lọc nội dung, cạnh tranh với các mạng địa phương. Do đó, TikTok bị cấm sử dụng trên tất cả các thiết bị sử dụng cho công việc vì lý do an ninh quốc gia ở các nước Mỹ, Anh, Canada, Liên minh

châu Âu, Scotland, Hà Lan, Phần Lan, Đan Mạch, Na Uy, Ấn Độ, New Zealand, Afghanistan □ mặc dù TikTok nhiều lần khẳng định không chia sẻ dữ liệu người dùng cho bất cứ chính phủ nào, đây là quan niệm sai lầm về Tiktok⁽¹³⁾. Chính phủ Trung Quốc kêu gọi các nước nên tạo môi trường công bằng, không phân biệt đối xử với các công ty từ tất cả các quốc gia trên thế giới. Tính đến tháng 5/2023, số người dùng Tiktok là 1,1 tỷ người dùng trên 18 tuổi, xếp thứ 6 trên thế giới trong số các MXH được sử dụng thường xuyên.



Danh sách 10 quốc gia có lượng người dùng Tik Tok nhiều nhất hiện nay (Ảnh: Oberlo)⁽¹⁴⁾

3. Lợi ích và thách thức sử dụng mạng xã hội đối với Việt Nam

Năm 2024, thế giới vượt mốc 5,04 tỷ người dùng Internet toàn cầu trên tổng số khoảng 8,08 tỷ người, trong đó, Instagram có 16,5% người dùng Internet trong độ tuổi từ 16 - 64 đã lựa chọn Instagram là nền tảng yêu thích nhất⁽¹⁵⁾. Ở Việt Nam, hầu hết những MXH phổ biến nêu trên đều được sử dụng, ngoài ra còn có thêm các mạng khác như: Tamtay.vn, Gapo, Zing Me, Lotus, Mocha, Biztime, Hahalolo, Vietnamta □ Theo số liệu của Data Report, tính đến tháng 01/2024, Việt Nam có 72,7 triệu người sử dụng MXH, tương đương với 70,3% dân số, tăng 6.5 triệu người mới so với đầu năm 2023. Người dùng MXH ở Việt Nam độ tuổi từ 16 đến 64 thường xuyên truy cập vào Facebook (89,7%), tiếp theo là Zalo (88,5%) và TikTok (77,8%), sau đó là Facebook Messenger (76,6%) và Instagram (47,6%)⁽¹⁶⁾. Mỗi người Việt Nam dành 6 giờ 38 phút để truy cập Internet (gần tương đương với mức bình quân của thế giới là 6 giờ 58 phút), xếp thứ 26 trên thế giới về lượng thời gian sử dụng Internet mỗi ngày; trong đó,

khoảng 2 giờ 28 phút sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội, gần tương đương với mức trung bình của thế giới (2 giờ 27 phút)⁽¹⁷⁾. Các phương tiện truyền thông xã hội được sử dụng nhiều nhất tại Việt Nam lần lượt là: Facebook, Zalo, Messenger, Tiktok, YouTube, Instagram, Twitter... Trung bình mỗi người dùng khoảng 7,4 nền tảng phương tiện truyền thông xã hội khác nhau để phục vụ những nhu cầu như liên lạc với bạn bè, gia đình, đọc tin tức, nắm bắt xu hướng □ Facebook giữ vị trí dẫn đầu với 93,8% tài khoản dùng thường xuyên hằng tháng và Zalo vươn lên vị trí thứ hai với 91,3%, tiếp đến là Messenger, TikTok, Instagram, Twitter⁽¹⁸⁾ □ Điều này tạo nên một cộng đồng truyền thông xã hội Việt Nam rộng lớn, đa dạng về thành phần, trình độ, văn hóa □

3.1. Lợi ích của mạng xã hội

Đối với nhân loại nói chung và Việt Nam nói riêng, MXH là công cụ kết nối, tiếp nhận, chia sẻ thông tin miễn phí có phạm vi tiếp cận rộng rãi, hòa nhập quốc tế với tốc độ nhanh tức thời khó kiểm soát, vượt qua rào cản về địa lý, không gian, ngôn ngữ. MXH giúp người dùng cập nhật, nắm bắt thông tin, giao tiếp nhanh chóng, dễ lưu trữ, tìm kiếm, chia sẻ thông tin, bày tỏ cảm xúc dễ dàng, tìm ra những người bạn có điểm chung. MXH cung cấp dịch vụ tạo trang tin cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp có thể đồng thời đưa tin đến công chúng. MXH như một thế giới thu nhỏ, con người đến từ các quốc gia, sắc tộc khác nhau chia sẻ thông tin, tri thức hữu ích, giao tiếp, học tập dễ dàng mọi lúc, mọi nơi. Điều này thúc đẩy đa dạng quá trình tự học tập chia sẻ tri thức, học tập suốt đời khi có sẵn kho kiến thức, thông tin khổng lồ, thú vị, đa dạng, cập nhật lan tỏa nhanh, giúp cải thiện các kỹ năng sống, học tập, làm việc, khuyến khích phát huy tài năng, nhanh nhạy trong nắm bắt thông tin.

Đối với kinh tế truyền thông, MXH mở ra cơ hội làm việc, kinh doanh, bán hàng, kiếm tiền trực tuyến, quảng cáo miễn phí, mua sắm trực tuyến dễ dàng cho các công ty truyền thông nói riêng và các lĩnh vực khác nói chung. Các doanh nghiệp, thương hiệu không thể bỏ qua truyền thông qua

MXH nếu muốn nâng tầm vị thế thương hiệu trên thị trường quốc tế. MXH là môi trường, công cụ quảng cáo, tiếp thị miễn phí cho cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp kinh doanh đa dạng các loại hàng hóa, dịch vụ; tìm kiếm việc làm, giao tiếp với công chúng, quảng bá hình ảnh. Với các tập đoàn cung cấp dịch vụ MXH, đây là kênh thu thập dữ liệu thông tin, từ đó, phân tích, chế biến thông tin, kinh doanh dịch vụ thông tin đến khách hàng tiết kiệm thời gian, chi phí, sức lao động và thân thiện với môi trường.

Trên thế giới truyền thông MXH tác động, ảnh hưởng lớn đến chính trị, và các lĩnh vực khác, MXH có thể trở thành công cụ hữu ích, miễn phí trong tập hợp lực lượng, vận động tranh cử, quan hệ với công chúng. MXH góp phần thúc đẩy sự phát triển về nội dung, loại hình, tốc độ trong lĩnh vực thông tin, báo chí truyền thông của các quốc gia. MXH tham gia cung cấp nền tảng thu thập dữ liệu, chia sẻ thông tin trong quá trình quản lý, điều hành, thúc đẩy sự minh bạch thông tin, quảng bá, cung cấp các dịch vụ dữ liệu về tổ chức, doanh nghiệp ở khối công và tư.

MXH có chức năng giải trí đa dạng, chia sẻ dễ dàng với tất cả mọi người nội dung nhiều lĩnh vực: điểm du lịch, các xu hướng xã hội, giáo dục, văn hóa, ẩm thực, dạy nấu ăn, phim ảnh, âm nhạc, trò chơi, cảm xúc tích cực, thư giãn. MXH đưa nhân loại đến gần nhau hơn, không phân biệt chủng tộc, ngôn ngữ, giới tính, lứa tuổi, nghề nghiệp□ tạo ra một cộng đồng chia sẻ, tập hợp những người chung sở thích, đam mê, khám phá thêm nhiều kiến thức về thế giới xung quanh một cách nhanh chóng, dễ dàng.

MXH là trợ thủ đắc lực của mọi thương hiệu, công ty, cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp, đặc biệt các cơ quan thông tin, truyền thông. Sử dụng MXH trong truyền thông, quảng bá, tương tác, trò chuyện, đối thoại tạo ra những giá trị mới, đem lại hiệu quả cho nền kinh tế, thúc đẩy đổi mới giáo dục - đào tạo và các lĩnh vực khác. Nhiều cơ quan báo chí, truyền thông thực hiện chiến lược khai thác MXH để thu hút, người truy cập, quảng bá hình ảnh, thương hiệu, đưa thông tin đến với hàng

tỷ người trong cộng đồng mạng, tạo sự phong phú, nhiều lựa chọn về thông tin. Các báo điện tử hiện nay đều có những ứng dụng tự động cho phép cập nhật các bài báo lên các MXH, tăng lượt người truy cập.

3.2. Hệ lụy và những thách thức từ mạng xã hội

Mặc dù có nhiều tiện ích, xong MXH cũng có những hệ lụy, chẳng hạn như, người dùng MXH dành quá nhiều thời gian trên MXH, gây mất ngủ, bỏ bê việc học tập, làm việc, sinh hoạt, giảm tương tác trong đời thực với gia đình, người thân, bạn bè ảnh hưởng đến sức khỏe thể chất, tinh thần, chất lượng sống. Hiện tượng nghiện MXH, bạo lực, vi phạm quyền riêng tư, nguy cơ trầm cảm, sống ảo trên MXH gây ra những hệ lụy ngoài đời thực, giảm sự tập trung, giao tiếp hạn chế, ảo tưởng. Kẻ xấu lợi dụng MXH để đánh cắp thông tin cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp, làm giả mạo thông tin để lừa đảo, làm gia tăng tội phạm công nghệ. Mặc dù các cơ quan an ninh liên tục cập nhật cảnh báo các chiêu trò, thủ đoạn, dấu hiệu nhận biết lừa đảo qua MXH nhưng tình trạng lừa đảo vẫn ngày càng phức tạp.

MXH cũng là kênh cung cấp thông tin - yếu tố đầu vào của nền kinh tế tri thức, chia sẻ thông tin qua MXH, cũng đồng thời là quá trình cung cấp dữ liệu miễn phí cho các nhà mạng. Đối với các nước khai thác các nền tảng mạng quốc tế, các dữ liệu có thể được phân tích, chế biến để bán cho các bên có nhu cầu để thu lợi. Các dịch vụ kinh doanh, giao dịch online không thu được thuế, doanh thu từ quảng cáo, dịch vụ online có thể rơi vào túi của doanh nghiệp nước ngoài.

MXH có thể bị lợi dụng đăng tin giả, tin thiếu khách quan, tin tiêu cực bôi xấu cá nhân, cơ quan, tổ chức, chính quyền, nhưng máy chủ đặt ở nước ngoài, dẫn đến khó xử lý. Thông tin trên MXH khó kiểm chứng được độ tin cậy, sự đa dạng, đa chiều cũng làm phân tán sự chú ý vào những thông tin quan trọng, làm gia tăng sự hoài nghi. Các thế lực thù địch, đối thủ cạnh tranh có thể sử dụng MXH để thông tin bịa đặt, sai lệch nhằm hạ uy tín, chia rẽ đoàn kết nhân dân.

MXH cạnh tranh với các kênh báo chí, truyền

thông, quảng cáo truyền thống, làm nên sự đa dạng trong tiếp nhận thông tin, văn hóa giải trí, trong đó có các loại hình giải trí online đang làm thay đổi xã hội sâu sắc, song rất khó có thể gác cổng trước những sân chơi online độc hại: cá độ, kinh doanh các mặt hàng, dịch vụ vi phạm pháp luật.

MXH cũng làm cho các cơ quan báo chí, truyền thông phải cạnh tranh gay gắt về nội dung, tốc độ đưa tin, loại hình thông tin, tổ chức tin bài, tương tác với khán giả. MXH thúc đẩy phát triển truyền thông cá nhân, làm cho công chúng vừa là đối tượng, chủ thể tham gia vào quá trình thông tin, truyền thông, thúc đẩy xu thế báo chí công dân xuyên biên giới phát triển. Tuy nhiên, các kỹ năng giao tiếp liên văn hóa chưa được coi trọng; các hiện tượng nói xấu, đả kích, phát ngôn gây sốc, bôi nhọ, bạo lực trên không gian mạng, với nhiều hình ảnh, nội dung phản cảm, cực đoan, thiếu cân nhắc, đem lại hệ lụy cho xã hội.

Ngày nay, các vấn đề an ninh phi truyền thống, trong đó có an ninh thông tin, gắn bó mật thiết với an ninh quốc gia, sự ổn định và an toàn xã hội. Kê xấu, các thế lực thù địch dùng MXH tập hợp lực lượng, tác động đến công chúng: tuyên truyền, cổ xúy lối sống cơ hội, chủ nghĩa bè phái, thông tin sai lệch, bôi xấu nhằm hạ uy tín cơ quan, tổ chức, cá nhân, tuyên truyền để dẫn dắt dư luận, làm nhiều loạn thông tin. Có thể thấy, Internet, điện thoại di động, các phương tiện truyền thông MXH tạo ra các nguy cơ tiềm ẩn đối với an ninh quốc gia. Chẳng hạn như ngày 17/12/2020, khi thanh niên bán hàng rong Mohamed Bouazizi tự thiêu ở thành phố Sidi Bouzid của Tunisia để phản đối khoản phạt của cơ quan thanh tra chính quyền địa phương, tin tức lan truyền nhanh chóng. Sự bất bình lan truyền trên MXH đã thổi bùng những bất mãn, sự căm phẫn thành các cuộc biểu tình sôi sục, thêm vào đó sự lan truyền của các video về một nhà nước lạm dụng quyền lực dẫn đến mục tiêu hạ bệ chính quyền độc tài⁽¹⁹⁾. MXH trở thành công cụ tập hợp lực lượng của các tổ chức khủng bố quốc tế IS, Al Qaeda... Trong thông tin, tuyên truyền, tin tặc, tấn công virus, mã độc vào

các ứng dụng trên nhiều lĩnh vực, đe dọa an ninh quốc gia, hòa bình thế giới.

Ngoài ra, trước sự phát triển mạnh mẽ của MXH cũng đặt ra những thách thức đối với mỗi quốc gia:

Thứ nhất, thách thức đối với các quốc gia chưa có hệ thống mạng nội bộ mạnh sẽ gặp nhiều bất lợi trong cạnh tranh chiếm lĩnh không gian mạng. Vấn đề đảm bảo an ninh thông tin, vấn đề hoàn thiện hành lang pháp lý bảo vệ luật an toàn thông tin đứng trước những thách thức do sự tương thích giữa luật quốc gia và các nước khác có những khác biệt. Thách thức từ MXH đối với các cơ quan thông tin tuyên truyền khi các cơ quan này vừa phải đảm bảo vai trò định hướng dẫn dắt dư luận xã hội, giữ vị thế truyền thông phản biện của thông tin báo chí, tổ chức tin bài, đào tạo phóng viên vừa phải cạnh tranh gay gắt với MXH về nội dung, tốc độ đưa tin bài.

Thứ hai, thách thức từ MXH trong vấn đề kinh tế truyền thông. MXH làm giảm nguồn thu quảng cáo, các cơ quan báo chí đang dần thích ứng theo hướng tự chủ, việc nghiên cứu, sử dụng MXH để tăng sự chú ý, tương tác, phản biện và phát triển kinh tế truyền thông. Tính đến 2022 Việt Nam có hơn 280 mạng xã hội trực tuyến (đã đăng ký và chưa đăng ký), sự phát triển của MXH tạo ra sự đa dạng, đa chiều thông tin làm phân tán, sao nhãng sự quan tâm chú ý của công chúng, dư luận xã hội trước các thông tin thực sự quan trọng, có giá trị, hữu ích từ các nguồn chính thống⁽²⁰⁾. Các cách thức, chiêu trò, thủ thuật tranh giành sự chú ý của công chúng trên MXH cũng dẫn đến sự bối rối, gây nhiều loạn, hoang mang, thậm chí xung đột cho công chúng khi tiếp nhận thông tin.

Thứ ba, thách thức về bảo vệ chủ quyền không gian mạng quốc gia. Các nước có hạ tầng thông tin và hệ thống mạng nội bộ mạnh phát triển ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong sản xuất, phát tán, chế biến, kinh doanh thông tin và chiếm lĩnh thông tin trên phạm vi toàn cầu. Điều này tạo ra sự bất bình đẳng trong trật tự thông tin và an ninh thông tin quốc gia trong gỡ bỏ, hạn chế thông tin sai lệch, quốc gia hạn chế về hạ tầng thông tin, khai thác

có mạng sẵn có khó có thể cạnh tranh được với nước làm chủ hạ tầng không gian MXH và cung cấp các ứng dụng thông tin toàn cầu. Việc khai thác từ những nguồn sẵn có cũng có nguy cơ trở thành loa thông tin, tuyên truyền miễn phí cho truyền thông nước ngoài. Ngoài ra, các nhà mạng có thể tính đến các phương án thu phí, tăng các điều kiện để được sử dụng khai thác, chia sẻ thông tin các bên muốn sử dụng mạng sẽ phải tuân theo.

Thứ tư, MXH cũng tạo ra những thách thức về xây dựng môi trường thông tin lành mạnh, khả năng phát hiện tin giả, xử lý khủng hoảng thông tin, truyền thông trên MXH. Sử dụng các ứng dụng tiện ích từ MXH sẵn có cũng có thể dẫn đến thông tin bị rò rỉ, tấn công, đánh cắp thông tin. Hoạt động tấn công mạng nhằm vào hệ thống thông tin của Việt Nam và tình trạng lộ, lọt bí mật nhà nước, thông tin quan trọng, nhạy cảm vẫn còn tồn tại. Thách thức về bảo vệ an ninh mạng đối với dữ liệu quốc gia và phòng chống tội phạm mạng ngày càng gia tăng, diễn biến phức tạp với nhiều thủ đoạn tinh vi gây thiệt hại cho cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp gây khó khăn cho việc xây dựng môi trường thông tin lành mạnh. Khai thác, sử dụng MXH nước ngoài đồng thời chính là quá trình nhập dữ liệu cho các nhà cung cấp ứng dụng, ở phạm vi quốc gia điều này tạo ra thách thức đối với việc lưu trữ và nguy cơ mất tự chủ về dữ liệu.

Thứ năm, thách thức trong phổ cập kiến thức, nâng cao nhận thức về MXH và khả năng làm chủ không gian MXH nhận thức về tính hai mặt của MXH ở một bộ phận người dân chưa cao. Việc bồi dưỡng, giáo dục các kỹ năng ứng xử, sử dụng MXH trong học sinh các cấp chưa được coi trọng đúng mức. Công nghiệp an ninh mạng chưa được quy định trong các văn bản quy phạm pháp luật, cơ chế và môi trường để nghiên cứu, xây dựng, phát triển các sản phẩm công nghiệp an ninh mạng để có thể huy động được nguồn lực trong nhân dân còn hạn chế./.

(1) Thư viện pháp luật (2016), MXH là gì? Cẩm thực hiện các hành vi nào khi sử dụng mạng internet? <https://thuvienphapluat.vn/hoi-dap-phap-luat>.

(2) Mona.media (2023), *MXH là gì? 10 MXH bạn nên*

tham gia, <https://mona.media/10-mang-xa-hoi-ban-nen-tham-gia-va-100-nhung-dieu-ban-nen-biet>

(3) Phong Vân (2024), *Thế giới có 5 tỉ người dùng MXH*, <https://thanhnien.vn/the-gioi-co-5-ti-nguoi-dung-mang-xa-hoi-185240202182423976.htm>

(4) Cleverads.vn (2024), *Thống kê các MXH phổ biến & Xu hướng sử dụng 2024*, <https://cleverads.vn/blog/cac-mang-xa-hoi-pho-bien/>

(5) Cleverads group (2023), *Báo cáo xu hướng tiêu thụ nội dung MXH*, <https://cleverads.vn/blog>

(6) Ngọc Linh (2023), *Hơn một nửa dân số thế giới sở hữu điện thoại thông minh*, <https://vtv.vn/cong-nghe>

(7) Qua Dinh.H (2023), *LinkedIn vượt mốc 930 triệu thành viên, chính thức gia nhập cuộc đua A.I: Tự động tạo JD, viết mô tả hồ sơ cho người dùng*, <https://advertisingvietnam.com>.

(8) TTXVN (2024), *Hơn 5 tỉ người dùng mạng xã hội, nhiều nhất vẫn là Facebook*, <https://tuoitre.vn>

(9) Bảo Lâm (theo CNBC, Techcrunch) (2023), *Facebook vượt ba tỷ người dùng*, <https://vnxpress.net>

(10) 20 quốc gia có đông người dùng YouTube nhất thế giới (6/2023), <https://vneconomy.vn>

(11) Lưu Quý (2023), <https://vnxpress.net>

(12) Zalo của nước nào? Tất tần tật thông tin về nguồn gốc và các tính năng thú vị của Zalo (2023), <https://fptshop.com.vn>

(13) Kiều Anh/VOV.VN (2024) (biên dịch) từ Reuters, *Tiktok khẳng định không chia sẻ dữ liệu người dùng Mỹ cho chính phủ Trung Quốc*, <https://vov.vn/the-gioi>

(14) Quang Huy (2023), *Việt Nam trong top quốc gia sử dụng Facebook và TikTok nhiều nhất thế giới*, <https://dantri.vn>

(15) Danso.org.com

(16) *Thống kê dữ liệu social media và xu hướng quảng cáo năm 2024 (2024)*, <https://rentracks.com.vn>

(17) Xem, *Digital 2022: Vietnam*, <http://datareportal.com/reports/digital-2022-vietnam>
<https://datareportal.com/reports>

(18) TS. Nguyễn Thị Thu Trang (2023), *Các phương tiện truyền thông xã hội và những thách thức đối với an ninh tư tưởng ở nước ta hiện nay*, tapchiconsan.org.vn

(19) Philip N. Howard & Muzammil M. Hussain (2011). *The Upheavals in Egypt and Tunisia: The Role of Digital Media*, Journal of Democracy, Vol. 22, No. 3, pp. 35-48

(20) Hạ Chi (2024), *Quy mô thị trường thương mại điện tử Việt Nam ước đạt 14,7 tỷ USD trong năm 2024*, <https://vneconomy.vn>.