

Cơ hội, thách thức và một số giải pháp trong quản lý tài khoản mạng xã hội của cơ quan báo chí hiện nay

ThS. LÊ NGUYỄN PHƯƠNG THẢO

Đại học Khoa học Huế; Email: lethao@husc.edu.vn

Tóm tắt: Trong bối cảnh mạng xã hội đang trở thành kênh thông tin quan trọng, các cơ quan báo chí cần thích nghi với cách thức truyền thông mới để tiếp cận độc giả. Cơ hội từ việc sử dụng mạng xã hội bao gồm khả năng lan tỏa thông tin nhanh chóng và hiệu quả, cũng như việc mở rộng tầm ảnh hưởng đến các nhóm độc giả mới. Tuy nhiên, các thách thức cũng đáng kể, bao gồm việc quản lý thông tin sai lệch, bảo vệ dữ liệu cá nhân của người dùng và tránh phát tán thông tin chưa được kiểm chứng. Nghiên cứu đề xuất các chiến lược quản lý hiệu quả, đảm bảo tính chính xác và đáng tin cậy của thông tin được phát hành. Đồng thời, việc đầu tư vào công nghệ và đào tạo nhân sự cũng là yếu tố then chốt để nâng cao năng lực quản lý tài khoản mạng xã hội cho các cơ quan báo chí.

Từ khóa: mạng xã hội; quản lý thông tin; báo chí; thông tin sai lệch; tương tác độc giả.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh hiện nay, mạng xã hội (MXH) đã trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống hàng ngày của con người. Theo số liệu từ We Are Social và Hootsuite (2023), Việt Nam có hơn 70 triệu người dùng MXH, chiếm gần 72% dân số⁽¹⁾. MXH không chỉ đơn thuần là nền tảng giải trí và giao tiếp, mà còn là kênh thông tin quan trọng, đặc biệt đối với các cơ quan báo chí. Tuy nhiên, việc quản lý tài khoản MXH của các cơ quan báo chí tại Việt Nam hiện nay đang phải đối mặt với nhiều cơ hội và thách thức đan xen.

Nghiên cứu "Cơ hội, thách thức và một số giải pháp trong quản lý tài khoản mạng xã hội của cơ quan báo chí hiện nay" được thực hiện dựa trên tầm quan trọng và sự ảnh hưởng ngày càng lớn của MXH trong việc truyền tải thông tin, tương tác với công chúng, và phát triển nội dung báo chí. MXH không chỉ giúp các cơ quan báo chí mở rộng phạm vi ảnh hưởng đến các nhóm công chúng mới, đặc biệt là giới trẻ, mà còn là nền tảng mà giới trẻ ưa chuộng để tiếp nhận tin tức nhiều hơn so với các phương tiện truyền thống như báo in hay truyền hình (theo khảo sát của Pew Research Center, 2021)⁽²⁾. Việc tận dụng MXH, do đó, trở thành một chiến lược quan trọng để thu hút và giữ chân độc giả trẻ. Tuy nhiên, việc quản lý tài khoản MXH đòi hỏi sự chuyên nghiệp và chiến lược rõ ràng để đối phó với các thách thức tiềm ẩn như thông tin sai lệch, các cuộc tấn công mạng, và phản ứng tiêu cực từ công chúng. Đặc biệt, các tài khoản MXH của cơ quan báo chí thường là mục tiêu hấp dẫn cho các cuộc tấn công mạng, bao gồm tấn công từ chối dịch vụ (DDoS) và hack tài khoản. Việc đảm bảo an ninh mạng và bảo vệ tài khoản khỏi các cuộc tấn công này yêu cầu đầu tư vào công nghệ và nâng cao năng lực bảo mật.

Nghiên cứu này không chỉ tập trung vào việc khai thác các cơ hội MXH mang lại cho cơ quan báo chí, như tăng cường tiếp cận thông tin và mở rộng đối tượng độc giả, mà còn phân tích những thách thức và rủi ro. Qua việc hiểu rõ những yếu tố này, tác giả đề xuất các giải pháp hữu hiệu giúp các cơ quan báo chí nâng cao năng lực quản lý tài khoản MXH, đảm bảo tính xác thực của thông tin và bảo vệ uy tín của mình trước công chúng. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng đóng góp về mặt lý thuyết và thực tiễn cho việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực trong lĩnh vực báo chí hiện đại, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của xã hội về thông tin chất lượng và minh bạch.

2. Cơ hội và thách thức trong quản lý tài khoản mạng xã hội của cơ quan báo chí

Khoản 22 của Điều 3 trong Nghị định 72/2013/NĐ-CP (2013) định nghĩa MXH là: "Một hệ thống thông tin, chức năng chính là cung cấp các dịch vụ cho phép người sử dụng lưu trữ, tìm kiếm, trao đổi và chia sẻ thông tin, tài liệu như âm thanh và hình ảnh"⁽³⁾. Theo định nghĩa này, MXH cung cấp nền tảng kết nối người dùng, cho phép họ tìm kiếm và kết nối với bạn bè cũng như chia sẻ thông tin qua nhiều phương tiện. MXH linh hoạt và không bị giới hạn bởi không gian hay thời gian. Môi trường trực tuyến này hình thành một hệ sinh thái ảo, nơi các thành viên tham gia và kết nối thông qua các nhóm cộng đồng, lĩnh vực quan tâm hoặc nhu cầu chia sẻ thông tin cá nhân⁽⁴⁾. Tại Việt Nam, MXH đã ghi nhận sự phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây, trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống thông tin và giao tiếp của công chúng. Trung bình mỗi người dùng dành khoảng 6,5 giờ hàng ngày để tương tác và sử dụng Internet. Tần suất sử dụng

MXH hàng ngày đạt đến 94%, trong đó có 41% người dùng truy cập ít nhất hai lần mỗi ngày⁽⁵⁾.

Cơ hội và thách thức trong quản lý tài khoản MXH của cơ quan báo chí được định nghĩa dựa trên các khái niệm lý thuyết và nghiên cứu thực tiễn. Cơ hội là tiềm năng mà MXH mang lại trong việc xây dựng mối quan hệ trực tiếp và cá nhân hóa với độc giả, tạo ra một kênh tương tác hai chiều hiệu quả giữa báo chí và công chúng⁽⁶⁾. Hermida (2010) nhấn mạnh rằng, MXH giúp cơ quan báo chí mở rộng tầm ảnh hưởng, đặc biệt thông qua việc lan tỏa thông tin nhanh chóng và tiếp cận các nhóm độc giả mới, như thế hệ trẻ vốn có xu hướng sử dụng MXH nhiều hơn các phương tiện truyền thống⁽⁷⁾. Thách thức bao gồm việc kiểm soát thông tin sai lệch, xử lý tác động tiêu cực của tin giả, và bảo vệ dữ liệu cá nhân của người dùng trước các nguy cơ an ninh mạng⁽⁸⁾. Định nghĩa này cung cấp một nền tảng lý thuyết toàn diện, làm cơ sở cho việc phân tích các cơ hội và thách thức cụ thể trong hoạt động quản lý tài khoản MXH.

Về cơ hội của quản lý tài khoản mạng xã hội giúp cơ quan báo chí

MXH đã làm thay đổi cách thức truyền tải tin tức của báo chí, mở ra cơ hội to lớn trong việc tiếp cận và tương tác với độc giả trên diện rộng. Theo Kaplan và Haenlein (2010), tính kết nối và tương tác hai chiều của MXH cho phép các cơ quan báo chí phát triển nội dung hướng đến từng nhóm đối tượng cụ thể, đặc biệt là thế hệ trẻ ưa chuộng các nền tảng như Facebook, TikTok, và YouTube. Thói quen tiêu thụ tin tức đang chuyển từ các trang web chính thức sang MXH, mang lại trải nghiệm cá nhân hóa hơn. Tại Việt Nam, các cơ quan như VTV24 (TikTok) và Fanpage Báo Thanh Niên (Facebook) đã thành công trong việc tận dụng xu hướng này, tiếp cận hàng triệu người dùng mỗi ngày và nâng cao mức độ nhận diện thương hiệu.

Nghiên cứu đã phân biệt rõ giữa thói quen sử dụng MXH nói chung của người dùng và mức độ họ tiếp cận các tài khoản MXH chính thức của cơ quan báo chí. Người dùng có xu hướng sử dụng MXH hàng ngày, tuy nhiên, khi xem xét việc theo dõi các tài khoản MXH của cơ quan báo chí, chỉ một phần trong số họ thường xuyên tiếp cận các nội dung này. Các cơ quan báo chí đang không ngừng tối ưu hóa chiến lược quản lý nội dung để tận dụng hiệu quả tiềm năng của MXH. Nghiên cứu cho thấy, hầu hết cơ quan báo chí lớn tại Việt Nam đều sử dụng ít nhất hai nền tảng MXH chính, trong đó Facebook là kênh phổ biến nhất (97,2%), tiếp theo là YouTube (73,1%) và TikTok (60%). Việc quản lý tài khoản không

chỉ dừng lại ở việc đăng tải thông tin mà còn bao gồm xây dựng kế hoạch nội dung phù hợp với từng nền tảng, tương tác với độc giả, và giám sát hiệu quả qua các công cụ phân tích. Tuy nhiên, một số cơ quan báo chí chưa tận dụng đầy đủ các nền tảng mới nổi như TikTok và Instagram, dẫn đến hạn chế trong việc tiếp cận các nhóm đối tượng trẻ tuổi (Khảo sát do tác giả thực hiện, 2024)⁽⁹⁾.

Một số thách thức trong hoạt động quản lý tài khoản mạng xã hội của cơ quan báo chí hiện nay

Một là, khó khăn về an ninh và pháp lý. Trong bối cảnh môi trường truyền thông số phát triển nhanh và không ngừng biến động, việc kiểm soát thông tin sai lệch và nội dung độc hại trên MXH đặt ra những thách thức đáng kể đối với các cơ quan báo chí. Để ứng phó với tình trạng này, Bộ Thông tin và Truyền thông (trước đây) đã triển khai nhiều chính sách nhằm siết chặt quản lý nội dung trực tuyến và xử lý các hành vi vi phạm pháp luật trên nền tảng số. Một trong những bước đi quan trọng là việc ban hành Nghị định số 147/2024/NĐ-CP ngày 09/11/2024 (có hiệu lực từ 25/12/2024), thay thế cho các văn bản pháp lý trước đó như Nghị định số 72/2013/NĐ-CP và Nghị định số 27/2018/NĐ-CP. Nghị định mới này quy định rõ trách nhiệm của các tổ chức, cá nhân trong việc cung cấp và sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng, đặc biệt là đối với các nền tảng MXH. Theo đó, các nền tảng được yêu cầu phải xác thực tài khoản người dùng bằng số điện thoại hoặc mã định danh cá nhân, và chỉ cho phép những tài khoản đã xác thực được quyền đăng tải, chia sẻ nội dung.

Ngoài ra, Nghị định cũng quy định thời hạn tối đa 24 giờ để xử lý nội dung vi phạm, bao gồm việc chặn, gỡ bỏ, hoặc vô hiệu hóa tạm thời/vĩnh viễn đối với các tài khoản, nhóm, trang MXH thường xuyên vi phạm. Đáng chú ý, quy định mới còn yêu cầu các nền tảng phải công khai cơ chế phân phối nội dung (thuật toán) nhằm bảo đảm tính minh bạch trong quản lý thông tin⁽¹⁰⁾.

Hai là, vấn đề an ninh mạng và bảo mật dữ liệu đang trở thành một thách thức lớn khi các tài khoản MXH thường xuyên trở thành mục tiêu của các cuộc tấn công từ chối dịch vụ (DDoS) hoặc đánh cắp thông tin. Việc sử dụng các hệ thống bảo mật chưa đủ mạnh dẫn đến nguy cơ mất quyền kiểm soát tài khoản và dữ liệu cá nhân của người dùng. Hầu hết các máy chủ, thiết bị mạng, hệ điều hành, cơ sở dữ liệu và các yếu tố cơ bản khác trong hệ thống thông tin của các cơ quan, tổ chức, ngành và lĩnh vực công nghiệp quan trọng trong nước đều là sản phẩm của các quốc gia khác. Điều này dẫn đến tình trạng thông tin quan trọng có thể nằm ngoài sự kiểm soát, tạo ra sự phụ thuộc và nguy cơ tiềm ẩn về an ninh quốc gia. Trong

bối cảnh hiện nay, tấn công MXH trở thành những vấn đề quan trọng đối với sự an toàn của công chúng. Các hệ thống thông tin trực tuyến trở thành mục tiêu của tin tặc do lưu trữ lượng dữ liệu lớn và đa dạng. Mức độ nguy cơ của các cuộc tấn công này phụ thuộc vào mức độ bảo mật của hệ thống và giá trị của thông tin bị tấn công. Đảm bảo bảo mật là vô cùng quan trọng trong công tác quản lý tài khoản MXH của cơ quan báo chí. Để đáp ứng yêu cầu này, cơ quan báo chí cần triển khai các biện pháp an ninh mạng mạnh mẽ, như mã hóa dữ liệu và kiểm tra đánh giá rủi ro, để đảm bảo rằng thông tin cá nhân của công chúng được bảo vệ một cách tốt nhất.

Ba là, hệ thống văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến quản lý MXH hiện nay còn nhiều bất cập, chưa theo kịp sự phát triển nhanh chóng của các nền tảng số. Trong thời đại số hóa, MXH không chỉ là nơi chia sẻ thông tin mà còn là một công cụ quan trọng để truyền đạt thông điệp và tương tác với cộng đồng. Trên các nền tảng này, thông tin có thể lan truyền nhanh chóng và dễ dàng đến mọi người, tạo nên một hệ thống truyền thông vô cùng linh hoạt nhưng cũng đầy rủi ro. Các quy định hiện hành không đủ chi tiết để xử lý hiệu quả những hành vi như phát tán thông tin giả mạo, vi phạm quyền riêng tư, hoặc mạo danh cơ quan báo chí trên các nền tảng như Facebook hay TikTok. Điều này khiến cơ quan báo chí phải tự triển khai các biện pháp quản lý bổ sung, trong đó bao gồm xác minh thông tin trước khi đăng tải và tương tác kịp thời với công chúng để ngăn chặn sự lan truyền của các tin đồn không chính xác.

Bốn là, sự gia tăng của các tài khoản giả mạo và ẩn danh đã gây ra nhiều hệ lụy, như sự lẫn lộn giữa thông tin chính thống và không chính thống, làm giảm uy tín của các cơ quan báo chí trong mắt công chúng. Thời gian gần đây, đã xuất hiện một số đối tượng ẩn danh lợi dụng các nền tảng MXH để thiết lập các trang mạo danh, giả mạo các cơ quan báo chí nổi tiếng như Fanpage Báo Dân Trí 24H, kênh Instagram @thanhnienonline và @bao.thanh.nien. Qua quá trình nhận diện, đã xác định rằng các trang này không được quản lý hoặc thiết lập bởi các cơ quan báo chí trên.

Để đối phó với những thách thức này, các cơ quan báo chí cần xây dựng quy trình quản lý tài khoản MXH chặt chẽ, tăng cường đầu tư vào các công cụ giám sát và bảo mật, đồng thời phối hợp chặt chẽ với các cơ quan quản lý nhà nước để đảm bảo rằng thông tin trên MXH được kiểm soát hiệu quả.

3. Một số giải pháp bảo đảm công tác quản lý tài khoản mạng xã hội của cơ quan báo chí hiện nay

Thứ nhất, tăng cường an ninh thông tin tại các cơ quan báo chí, đảm bảo bảo mật cho tài khoản MXH. Các cơ quan báo chí cần triển khai và sử dụng công cụ và giải pháp bảo mật mạng có hiệu suất cao, bao gồm hệ thống tường lửa mạnh mẽ, phần mềm diệt virus, và các giải pháp ngăn chặn thâm nhập từ bên ngoài.

Một biện pháp quan trọng khác là việc mã hóa dữ liệu quan trọng, các cơ quan báo chí có thể đảm bảo rằng dữ liệu chỉ có thể được truy cập bởi những người được ủy quyền, giảm thiểu nguy cơ thông tin bị đánh cắp hoặc rò rỉ. Hơn nữa, triển khai các biện pháp để ngăn chặn và phòng tránh các cuộc tấn công mạng là cần thiết. Điều này bao gồm việc cập nhật thường xuyên các phần mềm, hệ điều hành và ứng dụng để khắc phục các lỗ hổng bảo mật, cũng như tổ chức các khóa học đào tạo để nhân viên nắm vững kỹ năng phòng thủ trước các mối đe dọa mạng. Thêm vào đó, việc thiết lập các hệ thống theo dõi và phân tích thông tin cũng quan trọng để nắm bắt kịp thời các hoạt động bất thường và ngăn chặn sự xâm nhập vào hệ thống.

Thứ hai, thực hiện chính sách quản lý nội dung một cách nghiêm ngặt để kiểm soát thông tin được chia sẻ trên MXH. Quá trình này nhằm định rõ và thiết lập các chuẩn mực cụ thể về nội dung, đảm bảo rằng mọi thông điệp do cơ quan báo chí truyền tải phải tuân theo các tiêu chí chất lượng nhất định và phù hợp với công chúng MXH. Thêm vào đó, việc xác thực nguồn gốc và tính chính xác của thông tin đóng vai trò không thể thiếu. Quy trình này đòi hỏi sự kiểm tra và đánh giá cẩn thận về nguồn tin trước khi thông tin đó được đăng tải. Chính sách quản lý nội dung của cơ quan báo chí cần có các biện pháp xử lý kịp thời đối với thông tin không chính xác hoặc tiềm ẩn nguy cơ. Việc xử lý ngay lập tức bằng cách xóa hoặc chỉnh sửa, đồng thời cung cấp thông tin chính xác thay thế sẽ giúp ngăn chặn sự lan truyền của thông tin sai lệch và bảo vệ công chúng khỏi thông tin độc hại.

Thứ ba, đào tạo và nâng cao nhận thức phóng viên về việc sử dụng MXH một cách an toàn và hiệu quả. Các phương pháp cụ thể có thể triển khai bao gồm: xây dựng một chương trình đào tạo toàn diện, tập trung vào việc phân biệt giữa tin tức đáng tin cậy và tin tức giả mạo, quản lý quyền riêng tư và bảo vệ thông tin cá nhân, cũng như phát triển kỹ năng quản lý tài khoản MXH. Chương trình này không chỉ cung cấp kiến thức căn bản mà còn khuyến khích sự hiểu biết sâu rộng về các nguy cơ và cách giải quyết khi sử dụng MXH. Việc thực hành và áp dụng kiến thức thông qua các ví dụ cụ thể và tình huống thực tế sẽ giúp phóng viên ứng dụng những gì họ học

được vào công việc hàng ngày.

Thứ tư, tạo ra nội dung có chất lượng và đáng tin cậy xây dựng lòng tin và tương tác tích cực với công chúng trên MXH. Cung cấp thông tin chính xác và minh bạch không chỉ làm tăng uy tín của cơ quan báo chí mà còn tạo nên niềm tin từ phía công chúng MXH. Song song với điều này, tương tác tích cực với cộng đồng mạng đóng vai trò không thể bỏ qua. Phản hồi nhanh chóng và tích cực đối với các nhận xét, câu hỏi và đóng góp từ phía công chúng giúp cơ quan báo chí thể hiện sự quan tâm và xây dựng mối quan hệ tích cực hơn.

Các cơ quan cũng cần tập trung vào việc chia sẻ thông tin đa dạng từ nhiều nguồn khác nhau nhằm tạo sự hấp dẫn và thu hút một đối tượng người đọc rộng lớn. Xây dựng cộng đồng trực tuyến thông qua việc tạo ra không gian tương tác và thảo luận giữa cơ quan truyền thông và công chúng là một phương pháp hiệu quả để khuyến khích sự tương tác tích cực và chia sẻ thông tin. Cuối cùng, việc đảm bảo sự minh bạch và trung thực trong mọi thông tin được chia sẻ đóng vai trò quan trọng. Sự minh bạch này không chỉ tạo ra lòng tin mà còn giúp cải thiện mối quan hệ giữa cơ quan báo chí và công chúng MXH.

Thứ năm, sử dụng công nghệ và công cụ quản lý tài khoản MXH phù hợp với nhu cầu cụ thể của cơ quan báo chí. Việc xây dựng một chiến lược quản lý tài khoản MXH rõ ràng và có mục tiêu cụ thể là điểm then chốt. Chiến lược này cần phản ánh mục tiêu lâu dài của cơ quan báo chí và đảm bảo rằng các hoạt động trên MXH hỗ trợ việc đạt được mục tiêu đó. Đồng thời, đào tạo nhân viên về sử dụng công nghệ và công cụ quản lý tài khoản MXH là một phần không thể thiếu. Việc cung cấp đào tạo này giúp họ tận dụng tối đa tính năng và khả năng của các công cụ này để tối ưu hóa hoạt động trên MXH.

Thêm vào đó, việc sử dụng các công cụ theo dõi và phân tích để đo lường hiệu quả của chiến lược là cực kỳ quan trọng. Dữ liệu thu được từ việc theo dõi và phân tích giúp cơ quan báo chí điều chỉnh chiến lược, tối ưu hoá hiệu quả và tạo ra nội dung phù hợp với cộng đồng. Hiểu rõ đặc điểm của từng nền tảng và tối ưu hoá nội dung cho từng nền tảng cụ thể là bước cần thiết để thu hút và tương tác tốt hơn với đối tượng người đọc trên Fanpage.

Trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay, cơ quan báo chí phải đối mặt với cả cơ hội và thách thức trong việc quản lý tài khoản MXH. Cơ hội bao gồm khả năng tiếp cận rộng rãi, tăng cường tương tác với độc giả và xây dựng thương hiệu mạnh mẽ. MXH cung cấp nền tảng để lan tỏa thông tin nhanh chóng, thu hút độc giả mới và

tạo ra môi trường thảo luận sôi nổi. Tuy nhiên, các thách thức không nhỏ bao gồm việc kiểm soát thông tin sai lệch, bảo mật dữ liệu cá nhân và đối phó với các cuộc tấn công mạng. Việc quản lý tài khoản MXH đòi hỏi sự sáng tạo, linh hoạt và sự đầu tư vào công nghệ, cùng với việc đào tạo nhân sự. Cơ quan báo chí cần xây dựng các chiến lược quản lý hiệu quả, bao gồm việc xác thực nguồn tin, xử lý kịp thời thông tin sai lệch và duy trì tính minh bạch. Đề tận dụng tối đa cơ hội và vượt qua thách thức, cơ quan báo chí cần áp dụng các biện pháp bảo mật mạnh mẽ, đồng thời tối ưu hóa nội dung để đáp ứng nhu cầu đa dạng của công chúng. Việc tiếp tục nghiên cứu và phát triển các phương pháp quản lý tài khoản MXH sẽ giúp cơ quan báo chí nâng cao hiệu quả hoạt động và duy trì uy tín trong lòng độc giả./.

(1) We Are Social & Hootsuite (2023), *Digital 2023: Vietnam*, <https://wearesocial.com/digital-2023-vietnam>, truy cập tháng 6/2024.

(2) Pew Research Center (2021), *Social Media Use in 2021*, <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021>, truy cập tháng 6/2024.

(3) Chính phủ (2013), *Nghị định số 72/2013/NĐ-CP: Quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng*, <https://datafiles.chinhphu.vn/cpp/files/vbqp/2013/07/72-2013-nd.pdf>, truy cập tháng 6/2024.

(4) Đỗ Chí Nghĩa, Đinh Thị Thu Hằng (2014), *Báo chí và mạng xã hội*, Nxb. Lý luận chính trị, Hà Nội, tr.7.

(5) AJ Marketing (2023), *Digital Marketing in Viet Nam: 2023 Overview*, AJ Marketing <https://www.ajmarketing.io/post/digital-marketing-in-vietnam-2023-overview>, truy cập tháng 6/2024.

(6) Andreas Kaplan, Michael Haenlein (2010), *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*, Business Horizons, 53 (1), tr. 59-68.

(7) Alfred Hermida (2010), *Twittering the news: The emergence of ambient journalism*, Journalism Practice, 4 (3), tr. 297-308.

(8) Soroush Vosoughi, Deb Roy & Sinan Aral (2018), *The spread of true and false news online*, Science, 359 (6380), tr. 1146-1151.

(9) Khảo sát do tác giả thực hiện (2023), *Cơ hội, thách thức và một số giải pháp trong quản lý tài khoản mạng xã hội của cơ quan báo chí hiện nay*.

(10) Bộ Thông tin và Truyền thông (2024), *Nghị định số 147/2024/NĐ-CP về quản lý, cung cấp và sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng*, Trung tâm Thông tin, Bộ TT&TT, <https://cspl.mic.gov.vn/Pages/TinTuc/138924>, truy cập tháng 6/2024.