

# Quyền lực mềm của người nổi tiếng trên không gian mạng và vấn đề bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng

ThS. HOÀNG LIÊN HƯƠNG

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: lienhuonghoang1991@gmail.com

Nhận ngày 10 tháng 9 năm 2025; chấp nhận đăng tháng 11 năm 2025.

**Tóm tắt:** Trong bối cảnh truyền thông số phát triển mạnh mẽ, người nổi tiếng ngày càng có vai trò lớn trong việc dẫn dắt dư luận xã hội, đặc biệt đối với giới trẻ. Bài viết phân tích hai mặt của quyền lực mềm từ người nổi tiếng trên mạng xã hội - vừa là nhân tố góp phần lan tỏa thông tin tích cực, củng cố niềm tin vào hệ thống chính trị, vừa là kênh tiềm ẩn nguy cơ tiếp tay cho thông tin sai lệch, làm suy yếu nền tảng tư tưởng của Đảng. Bài viết cũng chỉ ra một số ví dụ thực tiễn để làm rõ cơ hội, thách thức mà lực lượng này đặt ra đối với công tác bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng hiện nay. Từ đó, đề xuất một số giải pháp định hướng chính sách, pháp luật và truyền thông nhằm nâng cao trách nhiệm xã hội của người nổi tiếng, góp phần tạo lập môi trường thông tin lành mạnh, củng cố niềm tin xã hội vào con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam.

**Từ khóa:** quyền lực mềm; người nổi tiếng; mạng xã hội; nền tảng tư tưởng

**Abstract:** In the context of rapidly expanding digital communication, celebrities increasingly play a major role in shaping public opinion, particularly among young people. This article analyzes the dual nature of soft power wielded by celebrities on social media. They serve both as a force for spreading positive information and reinforcing trust in the political system, and as a potential channel for disseminating misinformation that could undermine the Party's ideological foundation. Drawing on real-world examples, the paper clarifies the opportunities and challenges this group presents to current efforts of defending the Party's ideological foundation. It also proposes several policy, legal, and communication-oriented solutions to enhance celebrities' sense of social responsibility, contribute to building a healthy information environment, and strengthen public trust in Vietnam's path toward socialism.

**Keywords:** soft power; celebrities; social media; ideological.

## 1. Đặt vấn đề

Cuộc cách mạng 4.0 (Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4) đã và đang diễn ra mạnh mẽ những năm gần đây, cùng với xu thế toàn cầu hóa đã kéo theo sự bùng nổ về truyền thông, tác động lớn tới mọi khía cạnh từ kinh tế, xã hội tới an ninh, chính trị. Việt Nam là một trong những quốc gia có khả năng thích ứng tương đối tốt với cuộc Cách mạng 4.0 này. Theo số liệu thống kê Digital Vietnam 2024 của We Are Social tổng hợp thì số người dùng Internet ở Việt Nam tính tới đầu năm 2025

là 79,8 triệu người, chiếm 78,8% tổng dân số. Cùng với đó, số lượng tài khoản mạng xã hội ở Việt Nam là 76,2 triệu, tương đương với 75,2% dân số. Điều này cho thấy Internet, mạng xã hội ngày càng trở thành nhu cầu không thể thiếu của người dân Việt Nam.

Tuy nhiên đây cũng lại chính là công cụ mà các thế lực thù địch, phản động lợi dụng để xâm nhập những thông tin xuyên tạc, những định hướng dư luận đi ngược lại với những quan điểm, chủ trương, đường lối của Đảng ta. Việc bảo vệ nền tảng tư

tưởng của Đảng và đấu tranh chống phản bác các luận điệu sai trái, thù địch trong bối cảnh hiện nay trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết. Trong lý luận chính trị hiện đại, □quyền lực mềm□ là công cụ quan trọng để củng cố ảnh hưởng quốc gia, bên cạnh các yếu tố quân sự và kinh tế. Theo Joseph Nye, quyền lực mềm là khả năng □khiến người khác muốn cái mà bạn muốn□, thông qua sức hấp dẫn về văn hóa, tư tưởng và giá trị thay vì ép buộc hoặc mua chuộc.

Ở Việt Nam, việc phát huy quyền lực mềm trở nên đặc biệt cấp thiết trong bối cảnh hội nhập quốc tế và truyền thông số phát triển mạnh mẽ. Nghị quyết số 35 - NQ/TW của Bộ Chính trị (2019) xác định: □Tăng cường bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch là nhiệm vụ cấp bách và lâu dài□. Trong đó, truyền thông hiện đại, đặc biệt là mạng xã hội, được coi là □mặt trận tư tưởng mới□.

Người nổi tiếng, với lượng người theo dõi lớn và sức lan tỏa mạnh mẽ, trở thành một chủ thể mới trong công tác tư tưởng hiện đại. Họ có khả năng dẫn dắt dư luận, đặc biệt là giới trẻ - nhóm đối tượng chịu ảnh hưởng lớn từ mạng xã hội. Họ chính là những người có □Quyền lực mềm□ trong xã hội. Do đó, việc định hướng, nâng cao trách nhiệm chính trị - xã hội cho người nổi tiếng là một yêu cầu chiến lược trong công tác bảo vệ hệ tư tưởng xã hội chủ nghĩa hiện nay. Nghị quyết Trung ương 4 khóa VII đã ghi rõ: □Nhiệm vụ trung tâm của văn hóa, văn nghệ nước ta là góp phần xây dựng con người Việt Nam về trí tuệ, đạo đức, tâm hồn, tình cảm, lối sống, có nhân cách tốt đẹp, có bản lĩnh vững vàng, ngang tầm sự nghiệp đổi mới...□<sup>(1)</sup>.

Ở đây, chúng ta thấy là quyền lực mềm của một quốc gia phát triển phần lớn từ các giá trị thể hiện trong văn hóa. Văn hóa giúp phân biệt giữa các dân tộc với nhau từ tín ngưỡng, phong tục, tập quán, lối sống□ Văn hóa thường có hai nhóm là văn hóa hàn lâm như giáo dục, nhạc thính phòng, nhạc nghệ thuật, kịch cổ điển□ và văn hóa đại chúng như phim ảnh, nhạc phổ thông, nhạc thị trường, thể thao□ Những ngôi sao điện ảnh, ca sĩ, vận động viên thể thao hay cầu thủ được gọi chung là người nổi tiếng□, họ chính là một phần của văn hóa, là

đại sứ quảng bá quyền lực mềm cho quốc gia mình.

Người nổi tiếng là một bộ phận công dân được coi là tinh hoa của xã hội và được định nghĩa khác nhau ở mỗi thời đại, mỗi quốc gia, tùy hoàn cảnh xã hội. Chính vì vậy, quan điểm chính trị, xu hướng sáng tạo, mục tiêu cống hiến... của người nổi tiếng không thể tách rời hệ tư tưởng của đảng cầm quyền và ý chí, nguyện vọng của nhân dân.

Trong mọi hoạt động kinh tế - chính trị - văn hóa - xã hội... người nổi tiếng giữ vị thế quan trọng, đặc biệt là việc quảng bá hình ảnh đất nước, xây dựng và quảng bá thương hiệu, sứ giả văn hóa, xúc tiến phát triển du lịch, thu hút đầu tư, công tác từ thiện xã hội... Trong các hoạt động, sự xuất hiện, tham gia hay tiếng nói của người nổi tiếng như là một sự bảo chứng, bảo trợ cho giá trị chất lượng và mức độ lan tỏa của sự kiện, lĩnh vực được công chúng, xã hội quan tâm.

Người nổi tiếng sử dụng tầm ảnh hưởng xã hội, sự nổi tiếng và lượng người hâm mộ đông đảo; người nổi tiếng thường có nhiều sự thuận lợi khi đứng ra kêu gọi, tập hợp chung tay, góp sức, góp tiếng nói của cộng đồng trong nhiều hoạt động xã hội. Ở Việt Nam, rất nhiều người nổi tiếng có tài khoản cá nhân trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Tiktok□ với lượng lớn người theo dõi. Những người nổi tiếng nói chung và nghệ sĩ nói riêng có sức ảnh hưởng, sức lan tỏa rất lớn đến xã hội.

Tuy nhiên, không phải người nổi tiếng nào cũng được đào tạo bài bản. Sự thiếu hụt nền tảng kiến thức, kinh nghiệm, lịch sử, văn hóa□ có thể khiến họ đưa ra những quan điểm chủ quan, phiến diện, thậm chí lệch lạc và gây hoang mang dư luận. Hơn nữa, các thế lực thù địch, phản động sẽ lợi dụng sức ảnh hưởng đó của người nổi tiếng để biến họ thành mục tiêu lan truyền những thông tin sai lệch, xuyên tạc sự thật, thậm chí kích động người dân, gây mất ổn định xã hội. Những phát ngôn thiếu sự kiểm soát, quản lý hay những hành vi lệch chuẩn của người nổi tiếng sẽ tác động tiêu cực tới giới trẻ trước tiên vì họ là những người bắt nhịp nhanh nhất với sự vận động đi lên này và họ cũng chính là những người chưa đủ kinh nghiệm sống cũng như có sức

đề kháng yếu trước những tiêu cực xã hội nảy sinh trong thời đại ngày một phát triển như bây giờ - đây lại chính là lực lượng tiên phong, có tiềm năng to lớn, giữ vai trò quan trọng trong quá trình xây dựng và phát triển đất nước.

Như vậy, người nổi tiếng có thể là lực lượng quan trọng trong việc bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng và đấu tranh chống lại luận điểm sai trái, thù địch khi họ sử dụng sức ảnh hưởng của mình một cách tích cực và lan tỏa những giá trị tốt đẹp; nhưng đồng thời cũng có thể là nguy cơ tiềm ẩn nếu không được định hướng và quản lý đúng đắn.

## **2. Tác động của □quyền lực mềm□ của người nổi tiếng trên không gian mạng**

95,4% là con số rất lớn, chỉ lượng người dùng Internet tại Việt Nam đã sử dụng ít nhất một nền tảng mạng xã hội tính tới thời điểm tháng 1 năm 2025 theo báo cáo của We Are Social. Ba nền tảng chính được sử dụng phổ biến ở Việt Nam đó là:

YouTube có 62,3 triệu người dùng tại Việt Nam, chiếm 61,5% dân số. Mặc dù có sự giảm nhẹ về phạm vi tiếp cận quảng cáo, YouTube vẫn là kênh triển khai video marketing hiệu quả, giúp tiếp cận 78% người dùng Internet tại Việt Nam.

Facebook có 76,2 triệu người dùng, chiếm 75,2% dân số, và tiếp cận 95,4% người dùng Internet.

TikTok có 40,9 triệu người dùng từ 18 tuổi trở lên. Dù có sự giảm sút trong phạm vi tiếp cận quảng cáo, TikTok vẫn phổ biến với đối tượng trẻ và nội dung video sáng tạo.

Mặc dù chưa có các thống kê chính thức về số lượng người nổi tiếng hoạt động trên không gian mạng tại Việt Nam, nhưng nhìn vào những con số biết nói ở trên chúng ta có thể thấy được sự phát triển mạnh mẽ của Internet và mạng xã hội và có thể ước tính con số về lượng người nổi tiếng sử dụng mạng xã hội là không nhỏ. Hầu hết họ hoạt động trên các nền tảng phổ biến như Facebook, Instagram, và TikTok; sở hữu lượng người theo dõi lớn, luôn tạo ra ảnh hưởng về mặt truyền thông mạnh mẽ, có khả năng tác động đến dư luận. Các bài đăng của họ thường nhận được hàng nghìn, thậm chí hàng triệu lượt thích, bình luận và chia sẻ, cho thấy sức hút và tầm ảnh hưởng của họ đối với

cộng đồng mạng.

Với mức độ ảnh hưởng lớn trên không gian mạng như vậy thì người nổi tiếng có thể trở thành những □đại sứ□lan tỏa những giá trị tốt đẹp, tích cực; góp phần vào xây dựng một xã hội văn minh, tiên bộ. Họ có thể truyền tải những thông tin xác thực, khách quan về chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước, về những thành tựu hay những tấm gương người tốt - việc tốt, từ đó sẽ góp phần củng cố niềm tin của người dân vào hệ thống chính trị.

Ca sĩ Hà Anh Tuấn không chỉ gây ấn tượng bởi sự nghiệp âm nhạc và các hoạt động thiện nguyện cá nhân, mà còn tích cực ủng hộ nhiều quỹ do Nhà nước phát động như Quỹ vaccine phòng Covid - 19, Quỹ Vì người nghèo □ Đặc biệt, một phần doanh thu từ các concert của anh thường được trích để đóng góp cho những quỹ này. Đây cũng là điều khiến nhiều người hâm mộ anh coi việc mua vé và tham dự chương trình không chỉ là cơ hội tận hưởng âm nhạc của thần tượng mình, mà còn là cách gián tiếp đóng góp cho các hoạt động xã hội, từ đó càng thêm trân trọng và ngưỡng mộ tấm lòng nhân ái của anh. Dưới góc độ quyền lực mềm, những hành động này của ca sĩ Hà Anh Tuấn đã tạo ra hiệu ứng nêu gương mạnh mẽ: người hâm mộ không chỉ ngưỡng mộ mà còn có xu hướng noi theo, tin tưởng để làm theo những hành động mà họ cảm nhận là □đúng đắn□ của anh như tham gia các hoạt động thiện nguyện hoặc ủng hộ các quỹ công. Sự ảnh hưởng này không phải áp đặt, mà nó là sự lan tỏa qua sự ngưỡng mộ và niềm tin, qua đó định hướng giới trẻ theo đuổi giá trị sống □thành công gắn với cống hiến□ cho cộng đồng và Tổ quốc.

Hay như câu chuyện của Đen Vâu - rapper nổi tiếng với những ca khúc giản dị, gần gũi nhưng giàu cảm xúc và ý nghĩa. Anh đã dành toàn bộ doanh thu từ bài hát và MV □Nấu ăn cho em□ cho dự án □Nuôi em□ nhằm nuôi com và xây trường cho trẻ em vùng sâu, vùng xa. Không chỉ dừng lại ở việc ủng hộ, Đen Vâu còn tận dụng sức ảnh hưởng của mình để lan tỏa thông điệp, truyền cảm hứng cho cộng đồng. Kết quả, hàng chục nghìn □đồng âm□ - tên gọi của người hâm mộ anh - đã trực tiếp tham gia, giúp hơn

30.000 trẻ em được nhận nuôi. Dự án này hướng tới giải pháp bền vững cho vấn đề cải thiện sức khỏe, dinh dưỡng; duy trì việc đến trường và nuôi dưỡng ước mơ cho trẻ em vùng cao. Nhờ sức hút từ chính sự nhân ái của Đen Vâu đã biến sự ngưỡng mộ của người hâm mộ thành hành động thiết thực, qua đó hỗ trợ các mục tiêu dài hạn của Nhà nước trong xóa đói giảm nghèo, nâng cao chất lượng cuộc sống, xây dựng xã hội nhân ái và bền vững.

Ca sĩ Hòa Minzy cũng là một điển hình tích cực, cô không chỉ được yêu mến bởi giọng hát truyền cảm và hình ảnh gần gũi, mà còn bởi tinh thần thiện nguyện bền bỉ, được lan tỏa mạnh mẽ qua mạng xã hội. Cô thường xuyên sử dụng Facebook, Instagram, TikTok để cập nhật các hoạt động hỗ trợ đồng bào vùng lũ, xây nhà tình thương, trao học bổng cho học sinh nghèo, với cách truyền thông giản dị, chân thành. Đặc biệt, Hòa Minzy còn khéo léo lồng ghép giá trị cộng đồng vào sản phẩm âm nhạc, điển hình là ca khúc *Bắc Blink*. Nhờ chiến lược quảng bá trên nền tảng trực tuyến, sản phẩm này nhanh chóng thu hút sự chú ý của công chúng, vừa mang đến giai điệu tươi vui, vừa quảng bá nét đẹp văn hóa vùng miền. Sự kết hợp giữa hoạt động thiện nguyện và sáng tạo nghệ thuật, khi được hiện diện qua mạng xã hội, đã trở thành minh chứng rõ nét cho quyền lực mềm của nghệ sĩ, chinh phục khán giả bằng cảm xúc và niềm tin, từ đó khơi dậy tinh thần sẻ chia, lòng tự hào dân tộc và ý thức trách nhiệm xã hội ở cộng đồng mạng, đặc biệt là giới trẻ.

Gần đây nhất, Hòa Minzy thông báo trên mạng xã hội rằng cô đã đóng góp 50 triệu đồng vào chương trình *65 năm nghĩa tình Việt Nam - Cuba* theo lời kêu gọi của Chính phủ, đồng thời kêu gọi khán giả cùng hành động. Nhờ sức lan tỏa trực tuyến, câu chuyện này đã tạo nên một làn sóng chia sẻ và đóng góp sâu rộng, khẳng định vai trò dẫn dắt dư luận và lan truyền giá trị nhân văn trong cộng đồng mạng.

Cùng với tinh thần nhân văn, nhân ái và yêu nước này, không thể không kể tới nhạc sĩ trẻ tài hoa Nguyễn Văn Chung, cha đẻ của ca khúc quốc dân *Viết tiếp câu chuyện hòa bình*, anh còn có vai trò là Đại sứ âm nhạc của Quỹ Vì Trẻ Em Khuyết Tật.

Với vai trò này, anh đã khéo léo kết nối thiện nguyện vào nghệ thuật khi phát động chương trình *“Hoa thương em”* - thay vì tặng hoa thật cho anh trong mỗi show nhạc hoặc buổi giao lưu, a mong người hâm mộ hãy quy đổi thành những *“bông hoa Thương em”* bằng cách chuyển khoản đến Quỹ. Lời kêu gọi đặc biệt và giàu yêu thương này được nhạc sỹ công khai trên trang Facebook cá nhân của mình với 379 nghìn người theo dõi và được ủng hộ mạnh mẽ. Số tiền đóng góp từ chiến dịch sẽ được Quỹ sử dụng để thực hiện các hoạt động hỗ trợ thiết thực, góp phần cải thiện đời sống và mang lại niềm vui cho các em nhỏ khuyết tật trên khắp mọi miền đất nước. Kết hợp với ca khúc *Hoa thương em* và MV được phát hành trực tuyến, anh đã biến sức hút âm nhạc thành hành động lan tỏa trách nhiệm, tạo nên hiệu ứng đồng hành cộng đồng mà không cần đến sự ép buộc nào cả.

Bên cạnh những ảnh hưởng tích cực, người nổi tiếng cũng có thể gây ra những tác động tiêu cực, đặc biệt khi họ thiếu hiểu biết, thiếu trách nhiệm hoặc bị các thế lực thù địch lợi dụng. Những tác động này có thể ảnh hưởng trực tiếp đến nhận thức và tư tưởng của giới trẻ, đặc biệt là học sinh, sinh viên, vốn là đối tượng dễ bị ảnh hưởng bởi xu hướng và thần tượng hơn cả.

Trong đợt dịch Covid - 19 một số người nổi tiếng với lượng người theo dõi lớn đã chia sẻ lại hoặc tự mình đăng tải những thông tin chưa được kiểm chứng, tin đồn thất thiệt về nguồn gốc dịch bệnh, hiệu quả của vắc - xin, hay thậm chí là các âm mưu chống phá nhà nước liên quan đến các biện pháp phòng chống dịch (có thể kể tới trường hợp của nghệ sĩ Đàm Vĩnh Hưng, Ngô Thanh Vân, Cát Phượng năm 2020). Mặc dù có thể do vô ý hoặc thiếu kiểm chứng thông tin, nhưng những bài đăng này nhanh chóng lan truyền, gây ra sự hoang mang, lo lắng trong cộng đồng, đặc biệt là trong giới trẻ - những người thường xuyên sử dụng mạng xã hội để cập nhật thông tin. Việc này không chỉ làm giảm hiệu quả của các chiến dịch truyền thông chính sách chính thức mà còn xói mòn niềm tin vào năng lực điều hành và tính minh bạch của chính quyền, từ đó gián tiếp ảnh hưởng đến sự đồng thuận xã hội và

lòng tin vào hệ thống chính trị - một yếu tố quan trọng trong việc bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng.

Một số người nổi tiếng, đặc biệt là những influencer trên TikTok, YouTube, hoặc Facebook, đã thực hiện hoặc cổ súy các "trend" (xu hướng) độc hại, thử thách nguy hiểm, hoặc nội dung mang tính bạo lực, phản cảm nhằm câu view, câu like. Chẳng hạn, các clip ghi lại cảnh vi phạm luật giao thông (điều khiển xe máy thả hai tay, nằm trên yên xe, quỳ gối trên moto phân khối lớn của người mẫu Ngọc Trinh...), hoặc các "prank" (trò đùa) gây tổn hại đến người khác hay tài sản công cộng. Khi những nội dung này được người nổi tiếng đăng tải và nhận về hàng triệu lượt xem, lượt chia sẻ, nó tạo ra một tác động tiêu cực sâu sắc đến nhận thức về chuẩn mực đạo đức, pháp luật của giới trẻ, đặc biệt là các em học sinh, sinh viên. Các em có thể bắt chước hành vi này, cho rằng việc vi phạm pháp luật hoặc làm những điều "khác người" là "cool" hay "chất", dẫn đến những hành vi sai trái trong đời sống. Điều này đi ngược lại với giáo dục đạo đức, lối sống "ít vi kỷ, vì cộng đồng" mà Đảng và Nhà nước luôn khuyến khích, làm suy yếu nền tảng đạo đức xã hội.

Mặc dù không công khai, nhưng đã có những trường hợp người nổi tiếng (hoặc các kênh nội dung có ảnh hưởng) vô tình hoặc bị lôi kéo đăng tải những nội dung có yếu tố "lạ hóa" hoặc "phản biện" thiếu xây dựng về thể chế chính trị, về vai trò lãnh đạo của Đảng, hoặc so sánh tiêu cực với các mô hình xã hội khác. Những nội dung này thường được "ngụy trang" dưới dạng các câu chuyện cá nhân, cảm nhận đời sống, hoặc phân tích xã hội không chuyên sâu, nhưng lại chứa đựng những ẩn ý, thông điệp hướng người đọc/xem đến sự hoài nghi, bất mãn với hệ thống. Mặc dù người nổi tiếng có thể không nhận thức được mình đang bị lợi dụng, nhưng chính tầm ảnh hưởng của họ đã giúp các luận điệu xuyên tạc này tiếp cận được một lượng lớn công chúng, đặc biệt là giới trẻ, những người có xu hướng tò mò và dễ tiếp nhận thông tin "lạ" từ thần tượng của mình. Điều này trực tiếp gây nguy cơ đến việc bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng.

Nhân vật Phạm Quang Linh (Quang Linh Vlog) khi đang ở trên đỉnh cao thì vào đầu năm 2025 anh

ta cùng một số KOLs khác đã bị cơ quan chức năng khởi tố và bắt tạm giam vì hành vi sản xuất hàng giả và lừa dối khách hàng với sản phẩm kẹo rau củ Kera. Hành vi sai trái này gây thiệt hại trực tiếp đến người tiêu dùng, đặc biệt là giới trẻ (học sinh, sinh viên) - những người dễ tin tưởng vào thần tượng và chưa có đủ kinh nghiệm phân biệt thông tin sản phẩm. Điều này làm xói mòn niềm tin của công chúng vào tính trung thực, đạo đức kinh doanh của người nổi tiếng. Khi người nổi tiếng, vốn được xem là hình mẫu, vì lợi nhuận mà bất chấp quảng cáo sai sự thật, điều này đi ngược lại với các giá trị đạo đức về sự trung thực, uy tín và trách nhiệm xã hội mà Đảng và Nhà nước luôn khuyến khích. Nó có thể khiến giới trẻ hình thành tư duy coi trọng lợi ích vật chất hơn là sự minh bạch và uy tín, gián tiếp ảnh hưởng đến nền tảng đạo đức xã hội.

### **3. Nguyên nhân những tác động tiêu cực của người nổi tiếng trên không gian mạng**

Những ảnh hưởng tiêu cực của người nổi tiếng trên không gian mạng, đặc biệt trong việc truyền thông chính sách và bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, không chỉ đơn thuần là do hành vi cá nhân của họ. Chúng phát sinh từ sự kết hợp của nhiều yếu tố chủ quan từ chính người nổi tiếng hay các yếu tố khách quan bên ngoài như bối cảnh công nghệ và cơ chế quản lý hiện hành.

*Thứ nhất, hạn chế về nhận thức lý luận và kiến thức nền tảng*

Thăng thần nhìn nhận thì không phải ai nổi tiếng cũng là chuyên gia trong mọi lĩnh vực. Một bộ phận người nổi tiếng có thể thiếu hụt nền tảng kiến thức vững chắc về các vấn đề lý luận chính trị, tư tưởng Hồ Chí Minh, lịch sử quốc gia, cũng như các vấn đề xã hội phức tạp. Sự hạn chế này khiến họ dễ dàng tiếp nhận, thậm chí vô tình lan truyền những thông tin sai lệch, thiếu kiểm chứng hoặc đưa ra những nhận định mang tính chủ quan, phiến diện về các vấn đề nhạy cảm. Điều này đặc biệt đáng lo ngại khi những quan điểm thiếu căn cứ lại được phát tán bởi một cá nhân có tầm ảnh hưởng lớn, dễ gây hoang mang và định hướng sai lệch dư luận, đặc biệt là trong giới trẻ - đối tượng đang trong quá trình hình thành thế giới quan và nhân sinh quan.

*Thứ hai, thiếu trách nhiệm xã hội và nhận thức về sức ảnh hưởng*

Nổi tiếng sẽ phải đi kèm với trách nhiệm, tuy nhiên một số người nổi tiếng có thể chưa nhận thức đầy đủ về trách nhiệm xã hội đi kèm với sự nổi tiếng và sức ảnh hưởng to lớn của mình. Thay vì ưu tiên lợi ích cộng đồng hay quốc gia, họ đã lựa chọn tập trung vào việc tối đa hóa lợi ích cá nhân (đanh tiếng, thu nhập). Chính sự thiếu ý thức về vai trò người của công chúng khiến họ thiếu cẩn trọng trong phát ngôn, hành vi, hoặc sẵn sàng tham gia vào các hoạt động thương mại hóa quá mức, thậm chí là quảng bá sản phẩm/dịch vụ không đảm bảo. Điều này làm giảm uy tín của người nổi tiếng nói chung và có thể gây tổn hại trực tiếp đến người hâm mộ, đặc biệt là những đối tượng dễ bị tác động như giới trẻ.

Ngành giải trí và truyền thông số có tính cạnh tranh khốc liệt. Người nổi tiếng phải đối mặt với áp lực duy trì "độ nóng" và thu hút sự chú ý của người hâm mộ. Áp lực này đôi khi dẫn đến việc họ phải dùng các chiêu trò gây sốc, phát ngôn gây tranh cãi để đạt được sự lan tỏa. Mặt khác, chính sự nổi tiếng và nhu cầu duy trì nó cũng khiến người nổi tiếng trở thành mục tiêu hấp dẫn cho các thế lực thù địch. Họ có thể bị lợi dụng, mua chuộc bằng vật chất hoặc danh tiếng để lan truyền thông tin sai lệch, xuyên tạc sự thật, thậm chí kích động các hoạt động chống phá chính quyền, gây mất ổn định xã hội.

Bên cạnh các yếu tố chủ quan, các điều kiện khách quan từ sự phát triển công nghệ và môi trường pháp lý cũng tạo ra những thách thức đáng kể.

*Thứ ba, sự phát triển bùng nổ của công nghệ thông tin và mạng xã hội*

Sự tiến bộ vượt bậc của internet và mạng xã hội đã tạo ra một môi trường truyền thông phi tập trung, tốc độ lan truyền chóng mặt và khả năng tương tác đa chiều. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho người nổi tiếng tiếp cận và tương tác với công chúng trên quy mô rộng lớn hơn. Tuy nhiên, nó cũng là con dao hai lưỡi khi thông tin (bao gồm cả thông tin sai lệch và độc hại) có thể lan truyền như "virus" một cách nhanh chóng, vượt ra ngoài tầm kiểm soát,

gây khó khăn lớn cho việc quản lý và định hướng dư luận.

*Thứ tư, sự cạnh tranh gay gắt trong ngành giải trí và nội dung số*

Môi trường cạnh tranh khốc liệt trong ngành giải trí và sản xuất nội dung số thúc đẩy các cá nhân và đơn vị tìm kiếm những phương thức mới để nổi bật. Điều này có thể khiến một số người nổi tiếng, vì mục tiêu đạt được sự chú ý bằng mọi giá, sẵn sàng sử dụng các chiêu trò "câu view", "câu like" bằng cách tạo ra nội dung gây sốc, phát ngôn gây tranh cãi hoặc thậm chí tham gia vào các hoạt động thiếu lành mạnh. Hệ quả là những nội dung này không chỉ làm giảm chất lượng thông tin mà còn vô hình trung tiếp tay cho việc truyền bá những giá trị phi chuẩn mực trong xã hội.

*Thứ năm, hệ thống pháp luật và cơ chế quản lý chưa hoàn thiện*

Hệ thống pháp luật về quản lý thông tin trên không gian mạng nói chung và đối với người nổi tiếng nói riêng vẫn còn một số khoảng trống hoặc chưa thực sự theo kịp tốc độ phát triển và biến đổi của công nghệ. Sự thiếu hụt các quy định pháp luật cụ thể, rõ ràng hoặc tính chưa đủ sức răn đe của các chế tài xử lý (đặc biệt đối với các nền tảng xuyên quốc gia) gây khó khăn cho việc kiểm soát, xử lý các hành vi vi phạm, thiếu chuẩn mực của người nổi tiếng. Điều này tạo ra một khoảng trống pháp lý, khiến một số cá nhân có thể lợi dụng để thực hiện các hành vi tiêu cực mà chưa bị xử lý kịp thời hoặc nghiêm minh.

**4. Để phát huy tối đa vai trò tích cực của người nổi tiếng và kiểm soát hiệu quả những nguy cơ tiềm ẩn trên không gian mạng, đòi hỏi các giải pháp đồng bộ và toàn diện**

Các giải pháp này cần được triển khai từ nhiều phía, bao gồm chính người nổi tiếng, các cơ quan quản lý nhà nước, công chúng, và các tổ chức chính trị - xã hội.

*Một là, nâng cao nhận thức và trách nhiệm từ phía người nổi tiếng*

Nhà nước cần triển khai mở rộng các chương trình bồi dưỡng kiến thức một cách chuyên biệt và hấp dẫn về lý luận chính trị, tư tưởng Hồ Chí Minh,

lịch sử - văn hóa dân tộc, pháp luật, và đạo đức nghề nghiệp cho đa dạng người tham gia hơn, cụ thể ở đây là những người nổi tiếng. Những khóa học này không chỉ cung cấp kiến thức nền tảng mà còn giúp người nổi tiếng nhận thức sâu sắc về tầm ảnh hưởng của mình đối với xã hội, đặc biệt là giới trẻ, từ đó hình thành ý thức tự giác kiểm soát phát ngôn và hành vi.

Cần xây dựng và ban hành một Quy tắc ứng xử thống nhất cho người nổi tiếng trên không gian mạng. Quy tắc này cần quy định rõ ràng các chuẩn mực về nội dung, hành vi được khuyến khích cũng như các giới hạn và hành vi bị cấm. Việc phổ biến rộng rãi và khuyến khích tuân thủ tự giác, kết hợp với cơ chế giám sát từ các hiệp hội nghề nghiệp sẽ góp phần tạo ra một môi trường hoạt động lành mạnh hơn.

Khuyến khích người nổi tiếng chủ động tìm hiểu, kiểm chứng thông tin từ các nguồn chính thống và uy tín trước khi chia sẻ. Điều này giúp ngăn chặn việc lan truyền tin giả, tin sai sự thật, đồng thời xây dựng hình ảnh người nổi tiếng có trách nhiệm, đáng tin cậy trong mắt công chúng.

*Hai là, tăng cường tuyên truyền, giáo dục và nâng cao □sức đề kháng□ cho công chúng*

Nâng cao giáo dục kỹ năng kiểm chứng thông tin, nhận diện tin giả, và phân tích các luận điệu xuyên tạc trên không gian mạng cho người dân. Các chương trình này cần được lồng ghép vào hệ thống giáo dục chính quy và các hoạt động ngoại khóa, giúp người dân, đặc biệt là học sinh, sinh viên, hình thành tư duy khách quan, có khả năng □đề kháng□ trước các thông tin xấu độc.

Tăng cường công tác truyền thông về chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước, những thành tựu phát triển đất nước, và các tấm gương người tốt, việc tốt. Việc này nhằm tạo ra một dòng chảy thông tin chính thống và tích cực trên không gian mạng, đối trọng với các thông tin tiêu cực, góp phần củng cố niềm tin của nhân dân vào hệ thống chính trị và các giá trị văn hóa tốt đẹp của dân tộc.

*Ba là, hoàn thiện hệ thống pháp luật và nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước*

Rà soát, sửa đổi và bổ sung các văn bản pháp luật hiện hành (như Luật An ninh mạng, Luật Báo chí, Luật Quảng cáo...) để phù hợp với tình hình thực tiễn. Các quy định cần cụ thể hóa trách nhiệm của người nổi tiếng và các nền tảng mạng xã hội trong việc quản lý nội dung, đảm bảo tính chặt chẽ, khả thi và đủ sức răn đe.

Tăng cường vai trò các cơ quan chức năng và nguồn lực trong việc giám sát, phát hiện và xử lý vi phạm trên không gian mạng. Cần thúc đẩy sự phối hợp liên ngành chặt chẽ để đảm bảo việc xử lý được thực hiện một cách kịp thời, nghiêm minh và hiệu quả.

Thiết lập và củng cố các hợp tác chính thức với các tập đoàn công nghệ lớn về nền tảng mạng xã hội (Meta, Google, TikTok...) để yêu cầu gỡ bỏ nội dung độc hại, quản lý tài khoản vi phạm và đảm bảo tuân thủ pháp luật Việt Nam.

*Bốn là, phát huy vai trò của các tổ chức chính trị - xã hội*

Phát huy vai trò nòng cốt của Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh trong việc tuyên truyền, giáo dục và vận động thanh niên tham gia bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng. Đoàn cần tổ chức thêm nhiều hoạt động sáng tạo, hấp dẫn (chiến dịch truyền thông, diễn đàn trực tuyến, hoạt động tình nguyện) thu hút người nổi tiếng và giới trẻ tham gia để lan tỏa giá trị tích cực, đấu tranh chống lại các luận điệu sai trái.

Phát huy vai trò của Hội Phụ nữ trong việc giáo dục các giá trị đạo đức, văn hóa, và ý thức trách nhiệm công dân cho các thành viên trong gia đình. Phụ nữ có vai trò quan trọng trong việc định hướng con em trước tác động của không gian mạng và các xu hướng từ người nổi tiếng.

Các tổ chức xã hội nghề nghiệp như Hội Nghệ sĩ Việt Nam, Hội Nhạc sĩ Việt Nam... cần chủ động xây dựng và thực thi các quy tắc đạo đức nghề nghiệp, giám sát hoạt động của hội viên trên không gian mạng, và áp dụng các biện pháp kỷ luật đối với các hành vi sai phạm, góp phần vào việc tự quản lý lĩnh vực của mình./.