

Quản lý nội dung truyền thông quốc phòng trên nền tảng số tại Việt Nam hiện nay

Managing defense communication content on digital platforms in Vietnam today

ThS. LƯU THỊ MAI ANH

Trường Đại học Thăng Long;

Email: anhltm@thanglong.edu.vn

NGUYỄN HỮU ANH HUY

Trường Đại học Thăng Long;

Email: anhhuu.tlu0712@gmail.com

Ngày nhận bài: 19/5/2026

Ngày phản biện: 22/5/2026

Ngày duyệt đăng: 20/6/2026

Chủ đề của bài viết thuộc lĩnh vực: Báo chí truyền thông

Tóm tắt: Bài nghiên cứu tập trung phân tích hoạt động quản lý nội dung truyền thông quốc phòng trên nền tảng số tại Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số và sự phát triển mạnh mẽ của các nền tảng truyền thông đa phương tiện như Tiktok, Youtube và Facebook. Trên cơ sở kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng, nghiên cứu làm rõ xu hướng chuyển dịch từ mô hình truyền thống sang mô hình truyền thông số có tính tương tác cao nhằm tiếp cận hiệu quả hơn với công chúng trẻ. Kết quả nghiên cứu cho thấy các sản phẩm truyền thông quân đội đã góp phần lan tỏa hình ảnh người lính Bộ đội Cụ Hồ, nâng cao hiệu quả giáo dục quốc phòng - an ninh và củng cố nhận thức chính trị cho thanh niên trong môi trường số. Tuy nhiên, xu hướng giải trí hóa nội dung cùng áp lực cạnh tranh tương tác trên nền tảng số cũng đặt ra nhiều thách thức đối với công tác quản lý, định hướng tư tưởng và bảo đảm an ninh thông tin quốc gia. Từ đó, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện cơ chế quản lý nội dung truyền thông quốc phòng trên không gian mạng hiện nay.

Từ khóa: truyền thông quốc phòng; nền tảng số; quản lý nội dung; an ninh mạng; thanh niên.

Abstract: This study focuses on analyzing the management of defense communication content on digital platforms in Vietnam in the context of digital transformation and the rapid development of multimedia platforms such as TikTok, YouTube, and Facebook. By combining qualitative and quantitative research methods, the study clarifies the transition from the traditional propaganda model to a highly interactive digital communication model aimed at engaging younger audiences more effectively. The findings indicate that military communication products have contributed to promoting the image of the Ho Chi Minh Soldiers, enhancing the effectiveness of national defense and security education, and strengthening political awareness among young people in the digital environment. However, the growing trend toward the entertainment-oriented presentation of content, together with the pressure to compete for user engagement on digital platforms, also poses significant challenges to content management, ideological guidance, and the safeguarding of national information security. Accordingly, the article proposes several solutions to improve the management of defense communication content in cyberspace.

Keywords: defense communication; digital platforms; content management; cyber security; youth.

1. Đặt vấn đề

Quá trình công nghệ số phát triển như vũ bão kéo theo sự bùng nổ của các nền tảng truyền thông đa phương tiện xuyên biên giới như Tiktok, Youtube và Facebook đồng thời tạo ra những chuyển biến sâu sắc trong phương thức tiếp cận và truyền tải thông tin quốc phòng tại Việt Nam. Hoạt động truyền thông quân sự hiện nay không còn bó hẹp trong các loại

hình báo chí truyền thống hay những thước phim tài liệu mang tính kinh điển mà đã chủ động thâm nhập vào không gian số với những hình thức biểu hiện đa dạng, mang tính tương tác cao. Sự xuất hiện của các chương trình thực tế tiêu biểu như “Sao nhập ngũ” cùng hệ thống những câu chuyện quân đội trên sóng internet và các sản phẩm âm nhạc cách mạng được phối khí hiện đại đã góp phần khắc họa hình ảnh

người lính Bộ đội Cụ Hồ theo hướng gần gũi, trẻ trung và giàu tính nhân văn.

Cách tiếp cận này không chỉ phá vỡ rào cản khô cứng của các nội dung tuyên truyền đơn thuần mà đã tạo ra sức hút mạnh mẽ đối với công chúng trẻ từ đó lồng ghép hiệu quả các giá trị về lòng yêu nước, ý thức quốc phòng và lý tưởng cách mạng vào đời sống tinh thần của thế hệ chủ nhân tương lai của đất nước. Tuy nhiên, sự dịch chuyển từ mô hình truyền thông truyền thống sang các nền tảng số dựa trên thuật toán số hóa cũng đặt ra những thách thức mang tính hệ thống đối với công tác quản lý tư tưởng và định hướng chính trị.

Xu hướng tăng cường các yếu tố giải trí mới trong nội dung truyền thông quốc phòng dưới áp lực của chỉ số tương tác và mục tiêu thương mại hóa đang tiềm ẩn nguy cơ làm suy giảm tính chuẩn mực, nghiêm túc của môi trường quân đội. Việc quá chú trọng vào các yếu tố cảm xúc, kịch tính hoặc các nội dung mang tính chất giật gân, mĩ ăn liền nhằm thu hút người xem có thể dẫn đến sự lệch lạc trong nhận thức của xã hội về bản chất thực hiện nhiệm vụ và kỷ cương trong quân ngũ. Đáng chú ý, cơ chế vận hành của không gian mạng với đặc trưng tự do kết nối cũng khiến thông tin quốc phòng dễ trở thành đối tượng bị cắt ghép, xuyên tạc bởi các thế lực thù địch nhằm thực hiện chiến lược diễn biến hòa bình. Trong khi đó tính pháp lý và các công cụ quản lý nội dung số hiện nay dường như vẫn đang trong quá trình hoàn thiện và chưa hoàn toàn bắt kịp tốc độ phát triển thần tốc của công nghệ truyền thông đa phương tiện nên vô tình tạo ra những thiếu sót nhất định trong việc kiểm soát tính chính xác và bảo đảm an toàn thông tin quân sự.

Trong bối cảnh hiện nay, việc nghiên cứu một cách hệ thống về công tác quản lý nội dung truyền thông quốc phòng trên nền tảng số trở thành một đòi hỏi cấp thiết. Điều này không chỉ có giá trị về mặt lý luận trong việc làm rõ tác động của các phương thức truyền thông mới đối với định hướng giá trị cho thanh niên mà còn có ý nghĩa thực tiễn quan trọng trong việc đề xuất các cơ chế quản lý đồng bộ, bảo đảm sự hài hòa giữa yếu tố lan tỏa và tính chính luận từ đó giữ vững trận địa tư tưởng của Đảng trên không gian mạng.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện theo hướng tiếp cận

kết hợp giữa phương pháp định tính và định lượng nhằm bảo đảm tính toàn diện trong việc phân tích hoạt động quản lý nội dung truyền thông quốc phòng trên nền tảng số tại Việt Nam hiện nay. Phương pháp định tính được sử dụng để phân tích cơ sở lý luận, khung pháp lý và đặc điểm của xu hướng truyền thông quân đội trong môi trường số đồng thời làm rõ mối quan hệ giữa yếu tố giải trí, định hướng chính trị và yêu cầu quản lý nhà nước đối với nội dung quốc phòng trên không gian mạng.

Trên cơ sở đó nghiên cứu tiến hành phân tích các nội dung truyền thông trên các nền tảng số hiện nay của quân đội và một số văn bản pháp luật liên quan như Luật An ninh mạng, Luật Báo chí và các quy định về quản lý thông tin trên nền tảng số nhằm đánh giá thực trạng cơ chế quản lý nội dung truyền thông quốc phòng hiện nay. Cùng với đó, các tài liệu nghiên cứu về truyền thông chính trị, truyền thông quân đội và truyền thông đa phương tiện cũng được tổng hợp, đối chiếu và phân tích nhằm xây dựng cơ sở lý luận cho đề tài.

Đối với phương pháp định lượng, bài nghiên cứu tiến hành khảo sát nhóm thanh niên từ 18 đến 30 tuổi, chủ yếu là sinh viên và những người thường xuyên sử dụng mạng xã hội nhằm đánh giá mức độ tiếp cận và nhận thức của công chúng trẻ đối với nội dung truyền thông quân đội trên nền tảng số. Nội dung khảo sát tập trung vào các vấn đề như tần suất tiếp xúc với chương trình truyền thông quân đội, nhận thức về hình ảnh người lính, mức độ hấp dẫn của nội dung cũng như đánh giá của người xem về tính giáo dục và tính định hướng chính trị của các chương trình này.

Khảo sát được triển khai theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện thông qua hình thức phát hành bảng hỏi trực tuyến trên Google Forms với các đường dẫn khảo sát được chuyển tới đối tượng nghiên cứu thông qua các nhóm thanh niên trên Facebook, TikTok, YouTube và một số diễn đàn trực tuyến dành cho thanh niên có mức độ sử dụng mạng xã hội thường xuyên. Quá trình khảo sát được thực hiện trong ba tháng nhằm bảo đảm thu thập được ý kiến của những người có khả năng tiếp xúc với các nội dung truyền thông quân đội trên nền tảng số. Kết quả khảo sát thu về 235 phiếu trả lời trong đó có 218 phiếu hợp lệ được đưa vào phân tích sau khi loại bỏ các phiếu trả lời

không đầy đủ hoặc có dấu hiệu trả lời thiếu nhất quán. Dữ liệu khảo sát được mã hóa theo các nhóm biến nghiên cứu và xử lý bằng phương pháp thống kê mô tả kết hợp với phân tích so sánh. Trên cơ sở đó, các kết quả định lượng được đối chiếu với kết quả phân tích nội dung các sản phẩm truyền thông quân đội tiêu biểu và hệ thống tài liệu thứ cấp nhằm bảo đảm tính khách quan, tăng độ tin cậy của kết quả nghiên cứu và làm rõ những đặc điểm, xu hướng cũng như các vấn đề đặt ra trong quản lý nội dung truyền thông quốc phòng trên nền tảng số tại Việt Nam hiện nay.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Kết quả phân tích nội dung các sản phẩm truyền thông quân đội cho thấy hoạt động truyền thông quốc phòng trên nền tảng số tại Việt Nam đang có sự chuyển dịch mạnh mẽ từ mô hình tuyên truyền truyền thống sang mô hình truyền thông đa phương tiện mang tính tương tác cao, hướng đến việc tiếp cận hiệu quả hơn với công chúng trẻ. Sự phát triển của các nền tảng số như TikTok, YouTube và Facebook đã tạo điều kiện để các cơ quan truyền thông quân đội đổi mới phương thức truyền tải nội dung theo hướng ngắn gọn, trực quan, giàu cảm xúc và phù hợp với hành vi tiếp nhận thông tin của thanh niên hiện nay. Qua phân tích một số sản phẩm truyền thông tiêu biểu của các đơn vị truyền thông quân đội và các sản phẩm âm nhạc cách mạng được phối khí hiện đại đều cho thấy yếu tố giải trí, trải nghiệm thực tế và hình thức thể hiện đa phương tiện đã góp phần xây dựng hình ảnh người lính gần gũi, hiện đại và tích cực hơn trong nhận thức của công chúng. Thông qua việc kết hợp yếu tố giải trí với nội dung giáo dục chính trị, nhiều sản phẩm truyền thông quân đội đã tạo được hiệu ứng lan tỏa tích cực trên không gian mạng, cụ thể như trong chương trình thực tế "Sao nhập ngũ" với sự tham gia của các nghệ sĩ trẻ như Hòa Minzy, Diệu Nhi, Anh Tú hay MONO đã thu hút hàng triệu lượt xem trên YouTube và trở thành chủ đề được thảo luận rộng rãi trên Facebook, TikTok. Qua các thử thách huấn luyện, sinh hoạt tập thể và những câu chuyện về kỷ luật quân đội, chương trình cũng đã giúp khán giả trẻ hiểu rõ hơn về môi trường quân ngũ từ đó khơi dậy tinh thần yêu nước, ý thức trách nhiệm công dân và sự trân trọng đối với hình ảnh người lính Bộ đội Cụ Hồ. Bên cạnh đó, các video ngắn trên nền tảng

TikTok của Báo Quân đội nhân dân, Truyền hình Quốc phòng Việt Nam hay một số đơn vị quân đội với nội dung ghi lại quá trình huấn luyện, cứu hộ cứu nạn, giúp dân phòng chống thiên tai và đời sống thường ngày của chiến sĩ đã thu hút lượng lớn lượt xem và chia sẻ. Những hình ảnh chân thực, gần gũi này góp phần làm cho các giá trị về tinh thần cống hiến, kỷ luật và trách nhiệm với cộng đồng được lan tỏa mạnh mẽ trong giới trẻ. Ngoài ra, việc làm mới các ca khúc cách mạng như "Viết tiếp câu chuyện hòa bình", "Khát vọng tuổi trẻ", "Nơi đảo xa" thông qua các bản phối hiện đại và lan tỏa trên TikTok, YouTube đã góp phần đưa các giá trị truyền thống, lòng tự hào dân tộc và ý thức bảo vệ Tổ quốc đến gần hơn với thanh niên trong môi trường truyền thông số. Những ví dụ này cho thấy yếu tố giải trí nếu được định hướng phù hợp có thể trở thành phương tiện hiệu quả để truyền tải các giá trị chính trị, giáo dục quốc phòng và củng cố nhận thức của giới trẻ về các vấn đề quốc phòng - an ninh.

Kết quả nghiên cứu, thu thập phân tích và thảo luận về một số các tài liệu liên quan cho thấy những năm gần đây cùng với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số và các nền tảng truyền thông đa phương tiện, vấn đề truyền thông chính trị, truyền thông quốc phòng và quản lý nội dung trên không gian mạng đã trở thành chủ đề thu hút sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu trong và ngoài nước (Nguyễn Văn Dũng, 2018; Manuel Castells, 2010). Các nghiên cứu về truyền thông chính trị và giáo dục quốc phòng chủ yếu đều nhấn mạnh vai trò của báo chí, truyền hình và truyền thông đại chúng trong việc tuyên truyền đường lối của Đảng, từ đó nâng cao nhận thức chính trị và bồi dưỡng tinh thần yêu nước cho nhân dân, đặc biệt là thanh niên (Nguyễn Văn Dũng, 2012; Ban Tuyên giáo Trung ương, 2021). Ban Tuyên giáo Trung ương cũng hướng tới mục tiêu lớn là "cần nâng cao chất lượng, hiệu quả giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống văn hóa cho thanh thiếu nhi trên không gian mạng, qua đó góp phần xây dựng thế hệ trẻ có lý tưởng cách mạng, bản lĩnh vững vàng, giàu lòng yêu nước, có tri thức, văn hoá, có ý thức tuân thủ pháp luật, trách nhiệm với cộng đồng, có ước mơ, hoài bão, khát vọng và kỹ năng đưa đất nước hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng trong kỷ nguyên số

hoá” (Ban Tuyên giáo Trung ương, 2021). Cùng với đó, hình ảnh người lính và các hoạt động của quân đội thường được tiếp cận dưới góc độ giáo dục truyền thống, xây dựng bản lĩnh chính trị và củng cố niềm tin xã hội. (Trần Quang Nhiếp, 2008). Một số nghiên cứu tập trung phân tích vai trò của mạng xã hội và nền tảng số trong việc định hướng nhận thức, hành vi và lối sống của giới trẻ hiện nay (Kaplan & Haenlein, 2010; Boyd, 2014). Sự phát triển của Tiktok, Youtube hay Facebook đã làm thay đổi phương thức tiếp cận thông tin của thanh niên đồng thời tạo ra môi trường truyền thông mới với tốc độ lan truyền nhanh cùng khả năng tương tác cao và tác động mạnh đến dư luận xã hội (Jenkins, 2006). Bên cạnh đó thông qua các tài liệu nghiên cứu nước ngoài nhận định rằng xu hướng giải trí hóa các nội dung truyền thông hiện đại cũng được nhiều học giả đề cập như một đặc trưng nổi bật của môi trường truyền thông số (Postman, 1985; Dyer, 2002). Các nghiên cứu này cho rằng việc kết hợp yếu tố giải trí vào nội dung chính trị, giáo dục hay truyền thông xã hội giúp gia tăng khả năng tiếp cận công chúng trẻ song cũng tiềm ẩn nguy cơ làm giảm tính định hướng và chiều sâu tư tưởng của thông tin truyền tải. Đồng thời một vài tài liệu nghiên cứu bước đầu đã đề cập đến vấn đề quản lý thông tin trên nền tảng số mà đặc biệt là trong bối cảnh chuyển đổi số quốc gia và yêu cầu bảo đảm an ninh thông tin trên không gian mạng.

Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu mới dừng lại ở việc phân tích vai trò của mạng xã hội hoặc đánh giá tác động của truyền thông số đối với công chúng trong khi các nghiên cứu chuyên sâu về quản lý nội dung truyền thông quốc phòng trong môi trường truyền thông đa phương tiện còn tương đối hạn chế. Đặc biệt, chưa có nhiều nghiên cứu tiếp cận vấn đề dưới góc nhìn liên ngành giữa truyền thông và pháp luật nhằm làm rõ mối quan hệ giữa xu hướng giải trí hóa nội dung quân đội, hiệu quả định hướng chính trị đối với thanh niên và yêu cầu quản lý nhà nước đối với nội dung quốc phòng trên nền tảng số hiện nay.

Các kết quả nghiên cứu văn bản pháp luật như Luật Báo chí năm 2016, Luật An ninh mạng năm 2018, Luật Quốc phòng năm 2018 và các quy định về quản lý thông tin trên môi trường mạng cho thấy hệ thống pháp lý hiện nay đã tạo cơ sở quan trọng cho

việc quản lý nội dung truyền thông quốc phòng trên nền tảng số. Tuy nhiên trước sự phát triển nhanh của công nghệ số và đặc điểm xuyên biên giới của các nền tảng truyền thông mới thì một số quy định vẫn chưa theo kịp thực tiễn, đặc biệt là trong việc kiểm soát nội dung, xử lý thông tin sai lệch và phối hợp quản lý giữa các cơ quan chức năng với các nền tảng số. Thông qua việc tổng hợp, đối chiếu các nghiên cứu trong và ngoài nước về truyền thông chính trị cũng như truyền thông quân đội và truyền thông đa phương tiện, nghiên cứu nhận thấy việc tăng cường tính hấp dẫn và khả năng tương tác của nội dung là xu hướng tất yếu nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông trong môi trường số. Tuy nhiên, yêu cầu bảo đảm tính định hướng chính trị, tính chuẩn mực và giá trị giáo dục của nội dung truyền thông quốc phòng vẫn là nguyên tắc cần được duy trì. Điều này cho thấy việc quản lý nội dung truyền thông quốc phòng hiện nay cần được tiếp cận theo hướng vừa thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong sản xuất nội dung, vừa bảo đảm yêu cầu an ninh thông tin và định hướng tư tưởng trong bối cảnh chuyển đổi số.

Kết quả khảo sát 218 thanh niên trong độ tuổi từ 18 đến 30 cho thấy mạng xã hội đang trở thành kênh tiếp cận chủ yếu đối với các nội dung truyền thông quân đội. Có 86,2% số người được hỏi cho biết thường xuyên tiếp cận thông tin về quân đội thông qua TikTok, YouTube và Facebook còn lại là tiếp cận qua các kênh truyền hình truyền thống. Về mức độ quan tâm đối với các loại hình nội dung thì dữ liệu nhận về 74,8% người tham gia khảo sát cho rằng các video trải nghiệm thực tế và chương trình truyền hình thực tế như "Sao nhập ngũ" là những nội dung hấp dẫn nhất, 68,3% đánh giá các video âm nhạc cách mạng được thể hiện theo phong cách hiện đại dễ tiếp cận hơn đối với giới trẻ, 79,4% cho rằng các sản phẩm truyền thông quân đội trên nền tảng số góp phần tạo dựng hình ảnh tích cực về người lính trong xã hội. Kết quả khảo sát cũng cho thấy 72,5% số người được hỏi đánh giá việc kết hợp yếu tố giải trí với nội dung giáo dục quốc phòng giúp nâng cao mức độ quan tâm của thanh niên đối với các vấn đề quốc phòng - an ninh. Mặt khác có 41,3% người được khảo sát bày tỏ lo ngại rằng việc quá chú trọng vào yếu tố giải trí có thể làm giảm tính chính luận và chiều sâu giáo dục

của nội dung truyền thông quân đội. Những kết quả trên phản ánh xu hướng thay đổi trong hành vi tiếp nhận thông tin của giới trẻ trong môi trường truyền thông số, đồng thời cho thấy yêu cầu đặt ra đối với công tác quản lý nội dung truyền thông quốc phòng là phải bảo đảm sự hài hòa giữa tính hấp dẫn, khả năng lan tỏa và tính định hướng chính trị của các sản phẩm truyền thông quân đội trên nền tảng số.

Vì vậy bên cạnh những tác động tích cực, nghiên cứu cũng làm rõ một số hạn chế và thách thức trong công tác quản lý nội dung truyền thông quốc phòng hiện nay. Áp lực cạnh tranh lượt xem, lượt tương tác và thuật toán phân phối nội dung trên nền tảng số có thể khiến một số sản phẩm truyền thông quân đội có xu hướng nhấn mạnh yếu tố giải trí nhằm thu hút công chúng từ đó làm giảm tính định hướng chính trị và chiều sâu giáo dục của nội dung truyền tải. Trong một số trường hợp, việc sử dụng hình ảnh quân đội theo hướng quá thiên về cảm xúc, hài hước hoặc thương mại hóa có thể dẫn đến nguy cơ lệch chuẩn trong nhận thức của người xem, đặc biệt đối với thanh niên - nhóm đối tượng rất nhạy cảm, dễ bị ảnh hưởng bởi truyền thông mạng xã hội.

Bên cạnh đó, cơ chế kiểm soát thông tin trên nền tảng số hiện nay còn gặp nhiều khó khăn do tốc độ lan truyền thông tin nhanh, khả năng cắt ghép nội dung và nguy cơ xuyên tạc thông tin liên quan đến quốc phòng, an ninh trên không gian mạng. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết về việc tiến tới hoàn thiện cơ chế quản lý nội dung truyền thông quốc phòng trong môi trường số nhằm bảo đảm vừa nâng cao hiệu quả tiếp cận công chúng, vừa duy trì tính chuẩn mực, tính định hướng và tính chính trị của nội dung truyền thông quân đội.

Trên cơ sở kết quả thu được, bài nghiên cứu đề xuất một số nhóm giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý nội dung truyền thông quốc phòng trên nền tảng số trong thời gian tới. Trước hết là cần tăng cường hoàn thiện khung pháp lý liên quan đến quản lý nội dung số đặc biệt đối với các nội dung liên quan đến quốc phòng, an ninh và truyền thông chính trị trên mạng xã hội. Đồng thời các cơ quan truyền thông quân đội cần chủ động đổi mới tư duy sản xuất nội dung theo hướng hiện đại, đa nền tảng và phù hợp với xu hướng tiếp nhận thông tin của thanh niên song vẫn bảo

đảm tính định hướng chính trị và giá trị giáo dục.

Bên cạnh đó, việc nâng cao năng lực số cho đội ngũ làm truyền thông quân đội, xây dựng cơ chế phối hợp giữa cơ quan quản lý nhà nước và nền tảng số trong kiểm soát nội dung cũng như phát huy vai trò của thanh niên trong lan tỏa thông tin tích cực về quốc phòng là những giải pháp cần thiết trong bối cảnh hiện nay. Qua đó, truyền thông quốc phòng không chỉ thực hiện chức năng tuyên truyền, giáo dục mà còn góp phần xây dựng hình ảnh Quân đội nhân dân Việt Nam hiện đại, gần gũi và thích ứng với môi trường truyền thông số.

Kết quả nghiên cứu cho thấy nội dung truyền thông quân đội trên nền tảng số hiện nay có sức hấp dẫn ngày càng lớn đối với giới trẻ nhờ sự đổi mới về hình thức thể hiện và cách tiếp cận công chúng. Khác với phương thức tuyên truyền truyền thống vốn mang tính một chiều thì các sản phẩm truyền thông quân đội hiện nay được xây dựng theo hướng gần gũi, giàu tính trải nghiệm và kết hợp yếu tố giải trí nhằm phù hợp với thói quen tiếp nhận thông tin của thanh niên trong môi trường số. Các chương trình như “Sao nhập ngũ”, video ngắn trên TikTok, Facebook hay các video ca nhạc cách mạng được đầu tư hiện đại đã góp phần làm mới hình ảnh người lính từ đó giúp công chúng trẻ cảm nhận rõ hơn tinh thần kỷ luật, trách nhiệm và giá trị nhân văn của quân đội. Sự kết hợp giữa nội dung chính trị với yếu tố giải trí, cảm xúc và nghệ thuật chuyện đã tạo ra hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ trên mạng xã hội, qua đó nâng cao mức độ quan tâm của thanh niên đối với các vấn đề quốc phòng - an ninh.

Tuy nhiên nghiên cứu cũng cho thấy ranh giới giữa truyền thông chính trị và xu hướng giải trí hóa nội dung quân đội hiện nay đang trở nên mong manh. Việc tăng cường yếu tố giải trí giúp nội dung dễ tiếp cận hơn nhưng đồng thời cũng tiềm ẩn nguy cơ làm giảm tính định hướng chính trị, tính chuẩn mực và chiều sâu giáo dục của truyền thông quốc phòng. Trong bối cảnh cạnh tranh lượt xem và tương tác trên nền tảng số, một số nội dung có xu hướng nhấn mạnh yếu tố cảm xúc hoặc thương mại hóa nhằm thu hút công chúng từ đó có thể dẫn đến lệch chuẩn trong nhận thức của người xem về hình ảnh quân đội.

Vì vậy, vai trò của pháp luật và cơ chế quản lý nội

dung số trở nên đặc biệt quan trọng nhằm bảo đảm sự cân bằng giữa yêu cầu đổi mới truyền thông với nhiệm vụ giữ vững định hướng tư tưởng và an ninh thông tin quốc gia. So sánh với mô hình truyền thông quốc phòng ở một số quốc gia như Hoa Kỳ, Hàn Quốc hay Trung Quốc cho thấy các nước này đều chú trọng ứng dụng nền tảng số và yếu tố giải trí để xây dựng hình ảnh quân đội song vẫn duy trì cơ chế kiểm soát nội dung chặt chẽ nhằm bảo đảm mục tiêu chính trị và lợi ích quốc gia. Đây là kinh nghiệm có giá trị tham khảo đối với Việt Nam trong quá trình đổi mới và quản lý hoạt động truyền thông quốc phòng trên môi trường số hiện nay.

4. Kết luận

Sự phát triển của môi trường truyền thông số đang làm thay đổi phương thức thực hiện truyền thông quốc phòng đồng thời đặt ra yêu cầu mới đối với công tác quản lý nội dung trong bối cảnh cạnh tranh thông tin ngày càng gay gắt. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc đổi mới hình thức truyền thông theo hướng đa nền tảng và tăng cường tính tương tác đã mở ra nhiều cơ hội để nâng cao hiệu quả giáo dục quốc phòng, củng cố nhận thức chính trị và tăng cường sự gắn kết của thanh niên với các giá trị truyền thống cũng như tinh thần yêu nước và trách nhiệm công dân. Tuy nhiên, sự vận động của truyền thông trên không gian mạng cũng làm xuất hiện những thách thức mới đối với việc bảo đảm tính chuẩn mực, tính định hướng và an ninh thông tin. Điều này đòi hỏi hoạt động quản lý nội dung truyền thông quốc phòng không chỉ dừng lại ở việc kiểm soát thông tin mà cần thích ứng với đặc điểm của môi trường số, hài hòa giữa yêu cầu đổi mới phương thức truyền thông với nhiệm vụ giữ vững định hướng chính trị và lợi ích quốc gia.

Trên cơ sở tiếp cận liên ngành giữa truyền thông và quản lý nhà nước, nghiên cứu góp phần bổ sung cơ sở lý luận và cung cấp thêm những luận cứ thực tiễn về quản lý nội dung truyền thông quốc phòng trên nền tảng số tại Việt Nam hiện nay. Đây cũng là cơ sở để tiếp tục nghiên cứu sâu hơn về mô hình quản lý truyền thông quốc phòng trong bối cảnh chuyển đổi số, góp phần nâng cao hiệu quả truyền thông và xây dựng hình ảnh Quân đội nhân dân Việt Nam phù hợp với yêu cầu phát triển và bảo vệ Tổ quốc trong thời đại mới./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Boyd, D. (2014), *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*, Yale University Press.
2. Ban Tuyên giáo Trung ương (2021), *Công tác tuyên truyền, giáo dục lý tưởng cách mạng cho thanh niên hiện nay*. <https://doanthanhnien.vn/chi-tiet/day-manh-giao-duc-ly-tuong-cach-mang-dao-duc-loi-song-van-hoa-cho-thanh-thieu-nhi-tren-khong-gian-mang-39100>.
3. Bộ Thông tin và Truyền thông (2022), *Báo cáo chuyển đổi số quốc gia, Ủy ban Quốc gia về Chuyển đổi số 25/12/2022*.
4. Castells, M. (2010), *The Rise of the Network Society*, Wiley-Blackwell.
5. Dyer, R. (2002), *Only Entertainment*, Routledge.
6. Nguyễn Văn Dũng (2012), *Cơ sở lý luận báo chí*, Nxb Lao động.
7. Nguyễn Văn Dũng (2018), *Truyền thông lý thuyết và kỹ năng cơ bản*, Nxb Chính trị Quốc gia.
8. Nguyễn Thị Trường Giang (2018), *Truyền thông chính sách trong bối cảnh truyền thông đa phương tiện, Kỳ yếu Hội thảo quốc tế “Truyền thông chính sách và đồng thuận xã hội”*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật.
9. Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010), *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*, *Business Horizons*, Vol. 53(1).
10. Luật An ninh mạng 2018, *Luật số 24/2018/QH14 của Quốc hội Việt Nam, Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam*.
11. Luật Bảo vệ bí mật nhà nước 2018, *Luật số 29/2018/QH14 của Quốc hội Việt Nam, Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam*.
12. Luật Báo chí 2016, *Luật số 103/2016/QH13 của Quốc hội Việt Nam, Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam*.
13. Luật Quốc phòng 2018, *Luật số 22/2018/QH14 của Quốc hội Việt Nam, Quốc hội khóa XIV*.
14. Postman, N. (1985), *Amusing Ourselves to Death*, Penguin Books.
15. Jenkins, H. (2006), *Convergence culture: Where old and new media collide*, New York: NYU Press.
16. Trần Quang Nhiếp (2008), *Nâng cao hiệu quả giáo dục pháp luật trên các phương tiện truyền thông đại chúng góp phần xây dựng nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa*, Thư viện Bộ Tư Pháp, Tổ chức nhà nước- Số 8/2008, tr15-17