

Truyền thông và niềm tin xã hội trong giai đoạn hiện nay

PGS, TS PHẠM HƯƠNG TRÀ

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: phamhuongtra@ajc.edu.vn

Nhận ngày 22 tháng 11 năm 2022; chấp nhận đăng tháng 01 năm 2022.

Tóm tắt: Niềm tin xã hội có vai trò quan trọng trong cuộc sống của mỗi cá nhân cũng như sự phát triển của xã hội, đặc biệt trong thời đại bùng nổ truyền thông như hiện nay. Cá nhân chúng ta không thể thấy hạnh phúc với cuộc sống nếu nhìn xung quanh ai, thông tin nào cũng thấy không đáng tin cậy. Bài viết phân tích về vai trò của niềm tin xã hội, của truyền thông trong định hướng về nhận thức, thái độ, hành vi đối với các cá nhân, nhóm xã hội. Từ đó, đưa ra một số phân tích ảnh hưởng của truyền thông đến niềm tin xã hội của các nhóm xã hội.

Từ khóa: truyền thông; niềm tin xã hội.

Abstract: Social beliefs play an important role in an individual's life and social development, especially in the current era of media boom. It is impossible for a person to lead a happy life if he looks around and finds all information untrustworthy. The article analyzes the role of social beliefs and media in orienting awareness, attitudes and behaviors of individuals and different social groups. Accordingly, it gives an insight into the impact of media on beliefs of the social groups.

Keywords: media; social beliefs.

1. Vai trò của niềm tin xã hội hiện nay

Niềm tin xã hội là một khái niệm khó, phức tạp, trừu tượng... Trong nhiều nghiên cứu của Việt Nam, khái niệm niềm tin và khái niệm lòng tin đôi khi được sử dụng thay thế nhau với hàm ý tương tự nhau với nội hàm đó là một tâm thế mang tính chủ quan của cá nhân, nhóm xã hội về một điều gì đó nhưng nguồn gốc của lòng tin không phải do thiện ý của từng cá nhân mà xuất phát chủ yếu từ các định chế xã hội, dựa trên nền tảng những quy ước, chuẩn mực xã hội. Sự tin cậy lẫn nhau thật ra là hệ quả phụ thuộc vào mức độ vững chắc cũng như mức độ đáng tin cậy của các định chế hay tổ chức của các cá nhân⁽¹⁾ hay nhóm xã hội. Trong tiếng Anh khái niệm này được sử dụng là “social trust”. Đây là vấn đề được tiếp cận và nghiên cứu đa ngành, gắn với tên tuổi của các học giả nổi tiếng như Giddens, Putnam, Weigert, Lewis, Coleman, hay Francis Fukuyama...⁽²⁾ Nhưng để tìm tới lịch sử nguồn gốc của khái niệm “niềm tin xã hội” cho

tới hiện nay vẫn chưa khẳng định được tác giả nào là người đầu tiên đưa ra thuật ngữ này. Giddens cho rằng, “niềm tin vào sự tin cậy của một người hoặc một hệ thống liên quan tới một kết quả hoặc một sự kiện nào đó nơi mà sự tin tưởng được thể hiện ở tính trung thực hay tình yêu của người khác hoặc tính đúng đắn của nguyên tắc trừu tượng”⁽³⁾.

Trong xã hội học, niềm tin xã hội được xem là một phần chính của vốn xã hội cùng với các mạng lưới xã hội, các chuẩn mực xã hội. Trong bài viết này, tác giả tiếp cận theo hướng là truyền thông (truyền thông đại chúng và truyền thông xã hội) đã ảnh hưởng như thế nào tới niềm tin xã hội (theo cách hiểu thứ hai là sự tin tưởng của các nhóm xã hội vào hệ thống chính trị, vào các vấn đề, sự kiện xã hội đang diễn ra).

Trong chính trị, niềm tin có vai trò quan trọng đối với sự tham chính của công dân. Đó là sự tin tưởng của người dân vào thể chế và chất lượng nền dân chủ. Niềm tin của người dân vì vậy mang lại

cho chính quyền uy tín lãnh đạo⁽⁴⁾. Niềm tin xã hội là một trong những yếu tố quyết định bản chất các mối quan hệ xã hội, là chất keo kết dính các mối quan hệ xã hội. Do vậy, một quốc gia, dân tộc muốn phát triển cần phải tạo lập được niềm tin chân chính trong xã hội - niềm tin giữa những con người với nhau, niềm tin của con người vào luật pháp, vào tổ chức, niềm tin của nhân dân vào hệ thống chính trị, vào hoạt động của doanh nghiệp, niềm tin giữa các doanh nghiệp với nhau⁽⁵⁾. Đây cũng là một trong những phương hướng, nhiệm vụ nhiệm kỳ Đại hội XIII và những năm tiếp theo đó là "... cùng cố niềm tin của nhân dân đối với Đảng, Nhà nước, chế độ xã hội chủ nghĩa..."⁽⁶⁾. Có thể nói, đại dịch Covid 19 đã và đang diễn ra cho thấy niềm tin của người dân vào cơ quan truyền thông cũng như chính phủ Việt Nam. Hay như năm 2018 vừa qua được cho là năm thành công của bóng đá Việt Nam, qua những trận đấu ấy chúng ta nhìn thấy được niềm tin về một thế hệ bóng đá vàng, niềm tin về tình yêu đất nước không bao giờ "nguội" ở thế hệ trẻ, cũng qua đó thấy được sự gắn kết của cộng đồng người Việt ở mọi nơi trên đất nước Việt Nam và vượt qua cả biên giới.

Trong lĩnh vực kinh doanh, việc xây dựng được sự tin cậy để giao dịch, làm ăn là điều vô cùng quan trọng. Chính vì vậy mà họ có câu "một lần bất tín, vạn sự bất tin" với nghĩa rằng cần coi trọng chữ tín, giữ chữ tín là tiêu chuẩn trong kinh doanh. Trong một tổ chức hay xã hội không thể ổn định và phát triển bền vững nếu các cá nhân, các nhóm xã hội luôn nghi ngờ lẫn nhau, luôn đặt sự hoài nghi vào hành động của các cá nhân xung quanh. Ở xã hội hiện đại hiện nay, cơ sở của sự tin cậy giữa các cá nhân với nhau và giữa cá nhân với hệ thống chính trị... không còn dựa nhiều trên tình cảm, phong tục, tập quán mà phần nhiều dựa trên luật pháp và thiết chế truyền thông.

2. Vai trò của truyền thông trong định hướng về nhận thức, thái độ, hành vi đối với các cá nhân, nhóm xã hội

Trong xã hội hiện đại, truyền thông được xem là một thiết chế xã hội có vai trò quan trọng đối với các hoạt động của con người. Truyền thông được hiểu

là sự trao đổi thông điệp giữa các thành viên hay các nhóm người trong xã hội nhằm đạt được sự hiểu biết lẫn nhau⁽⁷⁾. Cùng với quá trình toàn cầu hoá, sự phát triển của công nghệ thông tin, các phương tiện truyền thông đại chúng ở Việt Nam cũng có những bước tiến vượt bậc mà trước hết là sự đa dạng hoá các loại hình và hình thức truyền thông.

Khi nền kinh tế càng phát triển, người dân càng có nhiều cơ hội tiếp cận với truyền thông đại chúng thì báo chí càng cần phát huy vai trò của mình trong việc xã hội hóa thông tin tới công chúng. Trên cơ sở đó, giúp công chúng tiếp cận được thông tin nhằm thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi của họ. Để khẳng định vai trò của báo chí trong xã hội hiện nay, Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông Nguyễn Mạnh Hùng nêu rõ: "Báo chí phải thể hiện dòng chảy chính của xã hội hiện nay, tạo sự đồng thuận xã hội, tạo niềm tin xã hội và tạo nên khát vọng về một Việt Nam hùng cường"⁽⁸⁾. Hay tại Hội nghị triển khai nhiệm vụ năm 2019 của Bộ Thông tin và Truyền thông, Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc yêu cầu, báo chí cần thúc đẩy sự đồng thuận, tạo niềm tin xã hội, để báo chí phải đóng góp mạnh mẽ hơn vào sự nghiệp phát triển đất nước⁽⁹⁾.

Ngoài báo chí là kênh truyền thông chính thức, các nhóm xã hội còn tiếp cận các thông tin từ nhiều nguồn khác nhau như: qua bạn bè, đồng nghiệp, người thân... được gọi là kênh truyền thông trực tiếp. Bên cạnh đó, trong xã hội hiện đại hiện nay các cá nhân, các nhóm xã hội còn chịu tác động nhiều bởi truyền thông xã hội - là hệ thống thông tin cung cấp cho cộng đồng người sử dụng mạng xã hội dịch vụ lưu trữ, cung cấp, 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⁽¹⁰⁾. Nói một cách thông dụng (mặc dù về bản chất truyền thông xã hội rộng hơn mạng xã hội, nhưng trong trường hợp này hai thuật ngữ này được sử dụng thay thế cho nhau)⁽¹¹⁾ đó là các thông tin được đăng tải mang tính cập nhật có thể nói từng phút trên mạng xã hội như facebook, zalo, instar-gram...

Như đã nói ở trên, với sự xuất hiện của các mạng xã hội, nó đã khiến công chúng có sức mạnh to lớn trong việc giám sát, phản hồi những thông tin có được trên báo chí. Nếu như báo chí truyền thống được coi là cơ quan “quyền lực thứ tư” với vai trò giám sát, kiểm tra các hoạt động của Nhà nước và tổ chức thì với sự xuất hiện của mạng xã hội nó lại đóng vai trò là “quyền lực thứ năm” trong việc giám sát hoạt động của các cơ quan truyền thông⁽¹²⁾. Theo đó niềm tin xã hội của người dân hoặc là được củng cố hoặc là bị lung lay bởi các thông tin được phản ánh hàng ngày trên các phương tiện truyền thông đại chúng và trên mạng xã hội. Phần tiếp theo của bài viết này sẽ bàn luận đến vấn đề đó.

3. Ảnh hưởng của truyền thông đến niềm tin xã hội của các nhóm xã hội

Một là, mối quan hệ giữa truyền thông đại chúng với công chúng và lòng tin trong xã hội là một mối quan hệ đan quện chặt chẽ vào nhau một cách biện chứng⁽¹³⁾. Nói cách khác, trong xã hội hiện đại các cá nhân chịu sự ảnh hưởng của các thông tin trên truyền thông đại chúng và mạng xã hội là rất nhiều. Những ảnh hưởng đó có thể là những ảnh hưởng tích cực - tạo sự đồng thuận, tiếp lửa để các nhóm xã hội ngày càng nỗ lực phát huy khả năng, cống hiến, sáng tạo nhằm tạo sự phát triển chung của xã hội. Ngược lại, nếu đó là những ảnh hưởng tiêu cực chúng làm suy giảm, trì trệ, tạo ra các mối nghi ngờ giữa các nhóm xã hội và theo đó xã hội đó chắc chắn sẽ khó có thể phát triển.

Hai là, niềm tin xã hội vừa là mục tiêu, vừa là động lực quan trọng để phát triển bền vững, ổn định chính trị, bảo đảm an ninh, quốc phòng, nó không phải là phép cộng đơn giản của các niềm tin cá nhân mà là sản phẩm của chính thực tại xã hội. Niềm tin xã hội trở thành chủ đề nghiên cứu thời sự, có ý nghĩa thực tiễn và chính sách. Ở Việt Nam, niềm tin xã hội đang có những diễn biến phức tạp. Bên cạnh những chiều cạnh tích cực, tiến bộ, còn có những diễn biến theo hướng tiêu cực, diễn ra trong nhiều lĩnh vực. Chính vì vậy, việc tăng cường, củng cố niềm tin là hết sức cần thiết⁽¹⁴⁾. Và điều này không thể không kể tới sự ảnh hưởng của truyền

thông, mà cụ thể hơn là của kênh truyền thông chính thống.

Một thực tế là trong hầu hết các vụ tiêu cực, tham nhũng lớn ở một số cơ quan trung ương và địa phương được phát hiện, đưa ra trước ánh sáng công luận và xử lý đến nơi đến chốn đều có công đầu của báo chí. Báo chí đã phối hợp, góp phần thúc đẩy các cơ quan chức năng phải vào cuộc một cách nghiêm túc và quyết liệt. Theo đó, niềm tin của người dân đối với Chính phủ, với Nhà nước ngày càng được củng cố. Báo chí chính là chiếc cầu nối (*chiếc cầu này có vững chắc hay không? người dân có tin tưởng đi trên chiếc cầu này hay không? hoàn toàn phụ thuộc vào các thông tin mà báo chí cung cấp hàng ngày cho công chúng*) không thể thiếu giữa người dân với xã hội.

Độ tin cậy của một nền báo chí biểu hiện độ tin cậy của hệ thống chính trị. Do đó để củng cố và tăng lòng tin xã hội không thể không tôn trọng tính trung thực, tính khách quan và tính chiến đấu của nhà báo⁽¹⁵⁾. Với vai trò là cơ quan “quyền lực thứ tư”, báo chí có vai trò giám sát và phản biện xã hội. Có thể nói, trong thời gian gần đây báo chí liên tục đưa tin và hàng loạt (seri) các bài viết được phân tích ở nhiều chiều cạnh khác nhau về những vụ án tham nhũng nghiêm trọng, cũng như những sai phạm trong cho buôn lỏng sự lãnh đạo, quản lý các cấp lãnh đạo,... đã củng cố hơn nữa niềm tin của người dân vào chính phủ. Cụ thể trong hai năm 2020 - 2021 Ủy ban Kiểm tra Trung ương đã đề nghị Bộ Chính trị, Ban Bí thư kỷ luật 9 sĩ quan cấp tướng trong lực lượng cảnh sát biển, kỷ luật cảnh cáo Ban cán sự Đảng Bộ Y tế nhiệm kỳ 2016-2020 và nguyên Bộ trưởng Nguyễn Thị Kim Tiến hay như vụ án sai phạm tại Tổng công ty Sagri truy tố 19 bị cáo, xử lý ông Trần Vĩnh Tuyến (Nguyên Phó chủ tịch UBND TP HCM), ông Lê Tấn Hùng (cựu Tổng giám đốc Tổng công ty Sagri), vụ mua bán chế phẩm Redoxy-3C ở Hà Nội liên quan tới ông Nguyễn Đức Chung (cựu Chủ tịch UBND TP Hà Nội)...

Sử dụng mạng Internet, đặc biệt các trang thông tin chính thống và mạng xã hội tạo kênh giao tiếp giữa công dân và người thực hiện phòng chống tham nhũng chính sách nhằm nắm bắt thông tin từ

phía nhân dân và công chức... là cách thức mà nhiều quốc gia đã thực hiện trong đó có Việt Nam. Chẳng hạn, tại Ấn Độ nhân Ngày quốc tế phòng chống tham nhũng (9.12), Ủy ban Trung ương cảnh báo tham nhũng Ấn Độ (CVC) đã cho ra đời trang web Vig-Eye (con mắt cảnh giác) làm công cụ cho người dân tố cáo tệ tham nhũng ở nước này. Hay tại Mỹ đã sử dụng một số trang thông tin đóng góp vào việc điều tra tham nhũng như: www.sec.gov/spotlight/fcpa.shtml - Trang web của Ủy ban an ninh và trao đổi (SEC) cung cấp thông tin về luật thực hành chống tham nhũng nước ngoài (FCPA), www.stopfraud.gov người dân đưa thông tin về các vụ gian lận, www.recovery.gov - trang web thúc đẩy minh bạch và liêm chính trong việc sử dụng các nguồn ngân sách hiện có và cho phép người dân báo cáo những trường hợp nghi vấn có gian lận, lãng phí hoặc lạm dụng các nguồn ngân sách này...

Ba là, báo chí có chức năng xã hội quan trọng là nuôi dưỡng sự gắn bó của người dân vào đời sống xã hội và từ đó, sâu xa hơn, củng cố lòng tin của người dân vào các giá trị xã hội. Một bài phóng sự về một vụ việc tiêu cực hay tham ô không thể bị quy kết là “bôi đen” xã hội hay nói xấu Nhà nước mà cần được nhìn nhận như một cơ hội gia tăng sự tin nhiệm của người dân vào chủ trương chống tham nhũng của Nhà nước⁽¹⁶⁾. Ngược lại, nếu báo chí chỉ phản ánh một chiều với toàn điều tốt đẹp hoặc đưa tin với nguồn tin không đáng tin cậy có thể khiến người dân không chỉ tỏ ra nghi ngờ sự việc, xã hội (nếu trên thực tế vấn đề không phải đang diễn ra như vậy) mà còn nghi ngờ cả các thông tin khác mà tờ báo đó đưa ra, nói cách khác là nghi ngờ cả bản thân tờ báo. Chính vì vậy, báo chí nghiêm túc mới thật sự là nơi lấy được niềm tin của độc giả và làm đúng vai trò của báo chí nên làm, đó là đưa thông tin chính xác với những nhận định công bằng, đa chiều cho độc giả, để họ có đủ thông minh mà ra quyết định chính xác cho bản thân⁽¹⁷⁾.

Theo Viện Nghiên cứu báo chí Reuters công bố hôm 23.6.2021 cho thấy, niềm tin vào tin tức báo chí đã tăng 6 điểm so với năm 2020, với 44% tổng số người được hỏi đặt niềm tin vào báo chí⁽¹⁸⁾. Theo

đó, các chương trình truyền hình, chương trình phát thanh cần phát huy mạnh hơn nữa các chương trình liên quan tới sự minh bạch (Ví dụ chương trình Đối thoại chính sách phát sóng hàng tuần trên VTV1, Dân hỏi - Thành phố trả lời được phát trực tiếp trên facebook của Trung tâm Báo chí TP HCM...) cũng như cung cấp thường xuyên các số điện thoại, hộp thư để công chúng có thể nhớ, chia sẻ và gửi những thông tin về những vụ việc có dấu hiệu tham nhũng hoặc phản ánh các vấn đề xã hội.

Bốn là, niềm tin xã hội của công chúng có thể bị giảm bớt với báo chí nếu báo chí không đảm nhiệm được trọn vẹn sứ mệnh lịch sử của mình. Trong một nghiên cứu đã chỉ ra người dân tin vào các thông tin đến từ mạng xã hội chiếm ưu thế hơn so với các phương tiện thông tin truyền thống khác như phát thanh, truyền hình và báo in. Điều đó cho thấy, Internet, nhất là mạng xã hội hiện nay đang có sự tác động mạnh đến hình thành niềm tin xã hội của nhân dân⁽¹⁹⁾. Cũng chính vì thế Ban Bí thư đã ban hành Chỉ thị 43- CT/TW về “Tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với hoạt động của Hội Nhà báo Việt Nam trong tình hình mới”. Chỉ thị của Đảng nêu rõ: “Báo chí có nguy cơ bị truyền thông xã hội chi phối, lấn át, gây ra nhiều tác hại”⁽²⁰⁾. Trong năm 2019 số người sử dụng mạng xã hội tại Việt Nam là 62 triệu người nhưng tính đến tháng 1 năm 2021, con số này là 72 triệu người⁽²¹⁾, cao hơn mức trung bình thế giới là 5,4 điểm phần trăm⁽²²⁾. Trong đó, 61 triệu khách hàng có thể được tiếp cận thông qua quảng cáo trên Facebook, 5,4 triệu trên Instagram, 3,3 triệu trên LinkedIn và 1,27 triệu người qua Twitter”.

Mạng xã hội thực sự đã trở thành “kho” thông tin vô tận cho báo chí. Những “tâm bão” trên MXH thời gian qua đều trở thành những đề tài “nóng” được khai thác triệt để mọi ngóc ngách trên báo chí⁽²³⁾. Trong thời gian đại dịch vừa qua, mạng xã hội được xem là “cây cầu” kết nối giữa mọi người, Thông qua mạng xã hội hình ảnh những “ATM gạo”, các “gian hàng 0 đồng”, “chuyến xe nghĩa tình”, khung avatar đính kèm lời nhắc nhở 5K, thông điệp tri ân tuyến đầu chống dịch, lời kêu gọi cùng nhau cố gắng, cùng hoạt động hết công suất

của các nhóm thiện nguyện trong những ngày qua không những chỉ có tác dụng giúp mọi người xích lại gần nhau hơn, yêu thương nhau hơn mà còn kích thích, nảy nở lòng nhân hậu, bao dung của mọi người⁽²⁴⁾.

Trong một nghiên cứu của Arketi Group năm 2007 cho thấy, hơn 60% các nhà báo tham gia nghiên cứu của họ dành hơn 20h/ tuần ở trên mạng, trong đó 93% cho biết mục đích chính là tìm kiếm các nguồn tin⁽²⁵⁾. Nói như vậy, để thấy rằng nếu như nhà báo không tỉnh táo, cảnh giác, có trách nhiệm, khai thác các khía cạnh của nguồn thông tin thì có thể bị rơi vào tình trạng đưa tin chưa được kiểm chứng. Theo đó, một lần nữa họ lại đánh mất đi niềm tin của công chúng vào tờ báo và dần dần công chúng nếu không đủ tỉnh táo sẽ đánh đồng thông tin giữa báo chí chính thống với thông tin trên mạng xã hội. Thậm chí, nếu thông tin trên mạng xã hội được trình bày đẹp mắt hơn, hấp dẫn hơn, nắm bắt được thị hiếu của công chúng hơn có khi lại hấp dẫn hơn nhiều thông tin trên báo chí chính thống./.

(1),(16) Trần Hữu Quang (2011), *Báo chí và lòng tin trong xã hội*, đăng trên <https://tuoitre.vn/bao-chi-va-long-tin-trong-xa-hoi-442913.htm>.

(3),(4) Hồ Thị Nhâm (2018), *Lòng tin xã hội - nhìn từ Bắc Áu*, được đăng tải trên <http://lyluanchinhtri.vn/home/index.php/quoc-te/item/2668-long-tin-xa-hoi-nhin-tu-bac-au.html>.

(3) Xem (2009): Myrsine Roumeliotou, Kostas Rontos, *Social Trust in Local Communities and Its Demographic, Socio-economic Predictors: The Case of Kalloni, Lesvos, Greece*, International Journal of Criminology and Sociological Theory, Vol.2, No.1, June 2009, 230-250.

(5) Đoàn Triệu Long (2019), *Một số vấn đề đặt ra trong xây dựng niềm tin xã hội ở Việt Nam hiện nay*, truy cập trên <http://www.lyluanchinhtri.vn/home/index.php/dien-dan/item/3010-mot-so-van-de-dat-ra-trong-xay-dung-niem-tin-xa-hoi-o-viet-nam-hien-nay.html>, ngày 25.9.2021

(6) Đảng cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Nxb. CTQG-ST, Hà Nội, tr.35

(7) Tạ Ngọc Tấn (2001), *Truyền thông đại chúng*, Nxb. CTQG, tr 8.

(8) Thái An (2018), *Báo chí phải thể hiện dòng chảy chính của xã hội*, truy cập trên <https://vietnamnet.vn/vn/thoi-su/chinh-tri/bao-chi-phai-the-hien-dong-chay-chinh-cua-xa-hoi-488685.html> ngày 12.9.2021

(8) Báo chí góp phần tạo đồng thuận, tạo niềm tin xã hội, truy cập trên <http://nguoiimbao.vn/thu-tuong-bao-chi-gop-phan-tao-dong-thuan-tao-niem-tin-xa-hoi-n12003.html> ngày 10.10.2021

gop-phan-tao-dong-thuan-tao-niem-tin-xa-hoi-n12003.html ngày 10.10.2021

(10), (11), (13) Nguyễn Khắc Giang (2015), *Ảnh hưởng của truyền thông xã hội đến môi trường báo chí Việt Nam*, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Khoa học xã hội và nhân văn, tập 31, số 1(2015), tr 12-19.

(13), (16) Trần Hữu Quang (2016), *Báo chí, công luận và lòng tin trong xã hội*, Tạp chí Nghiên cứu con người, số 1 (82), tr. 52-62.

(14) Niềm tin xã hội: từ nghiên cứu đến thực tiễn, Tạp chí Khoa học xã hội, truy cập trên <https://www.vass.gov.vn/tap-chi-vien-han-lam-niem-tin-xa-hoi-tu-nghien-cuu-den-thuc-tien-35> ngày 17.9.2021

(15) Trần Hữu Quang (2011), *Báo chí và lòng tin trong xã hội*, đăng trên <https://tuoitre.vn/bao-chi-va-long-tin-trong-xa-hoi-442913.htm>.

(17) Hồ Quang Tuấn (2020), *Niềm tin vào báo chí qua đại dịch Covid 19* truy cập trên <https://baodautu.vn/niem-tin-vao-bao-chi-qua-dai-dich-covid-19-d124433.html> ngày 10.9.2021

(18) Phương Nguyễn (2021), *Chỉ số niềm tin vào báo chí tăng 6 điểm, mạng xã hội “đứng yên”*, truy cập trên <https://vietnamnet.vn/vn/cong-nghe/cong-dong-mang/chi-so-niem-tin-bao-chi-tang-len-6-diem-mang-xa-hoi-dung-vn-749060.html> ngày 10.9.2021.

(19) Đoàn Triệu Long (2020), *Truyền thông đại chúng với phát triển niềm tin xã hội ở khu vực Trung Bộ*, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông số 9.2020.

(20) Trần Bá Dung (2020), *Truyền thông xã hội và những thách thức “chỗ đứng” của nhà báo*, truy cập trên <https://dangcongsan.vn/tieu-diem-truyen-thong-xa-hoi-va-nhung-thach-thuc-cho-dung-cua-nha-bao-557347.html>, ngày 18.9.2021.

(21) Xem: 72 triệu người Việt Nam sử dụng mạng xã hội, truy cập trên <https://andrews.edu.vn/bao-cao-digital-in-vietnam-2021/>, truy cập ngày 20.9.2021.

(22) Xem: *Lượng người dùng internet trên toàn thế giới đạt 4,66 tỉ*, <https://thanhnien.vn/cong-nghe/luong-nguoi-dung-internet-tren-toan-the-gioi-dat-466-ti-1335331.html>, truy cập ngày 19.9.2021.

(23) Tiếp cận thông tin trên mạng xã hội: *Báo chí đang tự tay giết chết niềm tin nơi độc giả?* Truy cập trên http://hoinhabaovietnam.vn/Tiep-can-thong-tin-tren-mang-xa-hoi-Bao-chi-dang-tu-tay-giet-chet-niem-tin-noi-doc-gia_n22006.html truy cập ngày 25.9.2021.

(24) Tân Linh, 2021, *Khai thác tối đa lợi thế của mạng xã hội để tuyên truyền phòng chống dịch COVID-19* truy cập trên <https://tinhuyluongtri.vn/khai-thac-toi-da-loi-the-cua-mang-xa-hoi-de-tuyen-truyen-phong-chong-dich-covid-19-> ngày 10.9.2021.

(25) Phạm Hải Chung, Bùi Thu Hương (Đồng chủ biên) (2016), *Truyền thông xã hội*, Nxb. Thế giới, tr 36.