Phát triển báo chí mạng xã hội nhằm đẩy lùi tin giả, góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng hiện nay

Developing journalism on social media to combat fake news and contribute to defending the Party's ideological foundation today

PGS, TS. TRƯƠNG THỊ KIÊN
Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: kienbctt@yahoo.com

Ngày nhận bài: 05/5/2026 Ngày phản biện: 25/6/2026 Ngày duyệt đăng: 20/9/2026
Chủ đề của bài viết thuộc lĩnh vực: Báo chí truyền thông

Tóm tắt: *Bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng là nhiệm vụ trọng yếu của báo chí cách mạng. Trong bối cảnh mạng xã hội phát triển mạnh mẽ, không gian thông tin của một quốc gia trở nên phân mảnh; các loại hình truyền thông cạnh tranh nhau để thu hút công chúng. Nguy hại hơn, thông tin mạng xã hội lại bị chi phối bởi tin giả, sai lệch, xuyên tạc nhằm chống phá Đảng và chế độ. Điều này tạo ra thách thức trực tiếp đối với vai trò dẫn dắt, định hướng của báo chí, bởi thông tin chính thống nhiều khi chưa theo kịp tốc độ, hình thức và cơ chế lan truyền của tin giả trên mạng xã hội. Vì vậy, yêu cầu đặt ra không chỉ là báo chí phải hiện diện trên mạng xã hội, mà là phải phát triển như một hệ sinh thái số mạnh, một lực lượng nòng cốt, có bản sắc, đủ sức chiếm lĩnh không gian thông tin mạng. Trên tinh thần đó, bài viết làm rõ một số năng lực báo chí mạng xã hội trong thực hiện nhiệm vụ đẩy lùi tin giả, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng; đồng thời, đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển báo chí trên mạng xã hội, góp phần củng cố trận địa tư tưởng của Đảng trên môi trường số hiện nay.*
Từ khoá: *Báo chí trên mạng xã hội; tin giả; bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng.*

Abstract: *Defending the Party's ideological foundation is a key mission of revolutionary journalism. In the context of the rapid development of social media, a country's information environment has become increasingly fragmented, with different forms of media competing for public attention. More seriously, social media information is increasingly affected by fake, misleading, and distorted information aimed at undermining the Party and the political system. This poses a direct challenge to journalism's role in leading and shaping public opinion, as official information often fails to keep pace with the speed, formats, and mechanisms through which fake news spreads on social media. Therefore, the requirement is not merely for journalism to establish a presence on social media, but to develop into a strong digital ecosystem and a core force with a distinct identity and sufficient capacity to occupy the social media information space. In this spirit, the article clarifies several social media journalism capabilities in carrying out the task of combating fake news and defending the Party's ideological foundation. It also proposes several solutions for developing journalism on social media, thereby contributing to strengthening the Party's ideological front in the current digital environment.*
Keywords: *journalism on social media; fake news; defending the Party's ideological foundation.*

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh chuyển đổi số, mạng xã hội đã trở thành không gian truyền thông chủ đạo, nơi hình thành và lan truyền nhanh chóng các dòng thông tin có sức ảnh hưởng lớn đến nhận thức và niềm tin xã hội. Tại Việt Nam, tỷ lệ người dùng Internet và mạng xã hội ở mức rất cao, cho thấy công chúng đang dịch chuyển mạnh mẽ sang môi trường số. Tuy nhiên,

chính không gian này cũng đang trở thành "điểm nóng" của tin giả, đặc biệt là các thông tin sai lệch, xuyên tạc liên quan đến Đảng, Nhà nước, tác động trực tiếp đến nền tảng tư tưởng và sự ổn định xã hội.

Mâu thuẫn nổi bật hiện nay là: trong khi tin giả và thông tin sai lệch có khả năng lan truyền nhanh, rộng và tạo mức độ tương tác cao trên mạng xã hội, thì báo chí chính thống - với lợi thế về tính chính xác, kiểm chứng và giá trị định hướng - vẫn chịu sức ép cạnh tranh về tốc độ, hình thức thể hiện và khả năng lan tỏa trên chính các nền tảng này.

Thực tiễn chuyển đổi số cho thấy ở một số cơ quan báo chí, việc hiện diện trên mạng xã hội vẫn mang tính bổ sung cho phương thức hoạt động truyền thống, chủ yếu là tái phân phối nội dung đã được sản xuất cho nền tảng báo chí, thay vì thiết kế lại nội dung và quy trình sản xuất theo đặc trưng của từng nền tảng số.

Thực tiễn đó đặt ra vấn đề cấp thiết: làm thế nào để phát triển báo chí trên mạng xã hội trở thành lực lượng "tuyến đầu" trong đẩy lùi tin giả, qua đó, góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trong bối cảnh truyền thông số. Đây không chỉ là yêu cầu đổi mới hoạt động báo chí, mà còn là nhiệm vụ chính trị quan trọng, đòi hỏi sự chuyển đổi mạnh mẽ cả về tư duy, phương thức và tổ chức sản xuất nội dung số của báo chí trên không gian mạng.

2. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp nghiên cứu tài liệu: Tác giả thu thập, chọn lọc và phân tích các nhóm tài liệu chủ yếu, gồm: tài liệu liên quan đến công tác tư tưởng, báo chí và bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng; các báo cáo, số liệu thống kê về tình hình sử dụng Internet, mạng xã hội và mức độ chuyển đổi số báo chí tại Việt Nam; các công trình nghiên cứu khoa học, bài viết học thuật về báo chí số, báo chí mạng xã hội, tin giả và truyền thông trong môi trường số.

Việc nghiên cứu các tài liệu này nhằm mục đích nhận diện bối cảnh, xu hướng và những vấn đề đặt ra trong thực tiễn; đồng thời, làm căn cứ khoa học để phân tích và luận giải vai trò, cách thức phát triển báo chí mạng xã hội trong đẩy lùi tin giả, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng.

- Phương pháp phân tích - tổng hợp: Trên cơ sở dữ liệu và thông tin thu thập được, bài viết phân tích, làm rõ mối quan hệ giữa sự phát triển của mạng xã hội, sự gia tăng của tin giả và những thách thức đối với báo chí. Đồng thời, phương pháp tổng hợp được sử dụng để khái quát hóa các vấn đề lý luận và thực tiễn, từ đó, đề xuất các cách thức phù hợp để phát triển báo chí mạng xã hội, góp phần đẩy lùi tin giả và bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trong bối cảnh truyền thông số.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Cách thức báo chí hiện diện trên mạng xã hội nhằm góp phần đẩy lùi tin giả, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng

Thứ nhất, xây dựng mạng xã hội của cơ quan báo chí

Một trong những hướng phát triển báo chí trên mạng xã hội là cơ quan báo chí chủ động xây dựng và duy trì hệ thống các kênh mạng xã hội của chính tờ báo, như Facebook, Zalo, YouTube, Instagram, TikTok... để đưa thông tin, sản phẩm báo chí đến công chúng trên các nền tảng mà họ thường xuyên sử dụng. Nhiều cơ quan báo chí hiện đã đồng thời vận hành website và các kênh mạng xã hội, qua đó mở rộng không gian hiện diện của tờ báo và tạo thêm các kênh trực tiếp để phân phối, giới thiệu và tương tác với công chúng.

Xu hướng này đang gắn với sự thay đổi trong tổ chức hoạt động của các tòa soạn. Báo Tuổi Trẻ đã tổ chức lại tòa soạn theo hướng chuyển đổi số, hình thành Trung tâm phát triển nội dung số với các bộ phận về video - podcast, sáng tạo nội dung, phát triển mạng xã hội, giao diện và dữ liệu. Báo Nhân Dân đẩy mạnh mô hình "multi-platform" và "digital first", hướng tới tổ chức thông tin trên nhiều nền tảng nơi độc giả hiện diện. Năm 2026, Báo Công an nhân dân ra mắt hệ thống quản trị tòa soạn điện tử và giao diện mới, hỗ trợ thay đổi phương thức vận hành, xử lý thông tin nhanh hơn và phát triển báo chí đa nền tảng.

Đối với mục tiêu đẩy lùi tin giả, góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, hệ thống mạng xã hội của một số cơ quan báo chí còn tạo ra các kênh để chủ động đưa thông tin chính xác, kiểm chứng và giải thích những vấn đề đang được công chúng quan tâm. Đây là cơ sở để báo chí không chỉ đưa tin trên nền tảng của mình mà còn tham gia trực tiếp vào dòng chảy thông tin trên mạng xã hội, nơi tin giả và các thông tin sai lệch có khả năng lan truyền nhanh chóng.

Thứ hai, sản xuất nội dung báo chí phù hợp với đặc trưng của từng nền tảng mạng xã hội

Việc hiện diện trên mạng xã hội không chỉ dừng ở thiết lập tài khoản, fanpage hay kênh thông tin chính thức, mà còn thể hiện ở khả năng sản xuất nội dung phù hợp với đặc trưng của từng nền tảng. Một số cơ quan báo chí đã sản xuất nội dung báo chí phù hợp với đặc trưng của từng nền tảng mạng xã hội, như tin ngắn, video ngắn, infographic, ảnh tin, podcast, livestream... thay vì đơn thuần đưa đường dẫn từ báo điện tử lên mạng xã hội.

Tuy nhiên, khả năng này chưa đồng đều giữa các cơ quan báo chí do còn phụ thuộc vào đội ngũ nhân sự, kinh phí, thiết bị, công nghệ và năng lực tổ chức sản xuất nội dung. Không phải cơ quan báo chí nào cũng có đủ nguồn lực để duy trì một quy trình sản xuất nội dung riêng, thường xuyên và phù hợp với yêu cầu của từng nền tảng.

Sự khác biệt này có ý nghĩa trực tiếp đối với khả năng đẩy lùi tin giả. Tin giả thường được trình bày dưới những hình thức ngắn gọn, trực quan, dễ chú ý và dễ chia sẻ. Nếu thông tin chính thống chỉ được chuyển tải bằng cách dẫn người dùng đến một bài viết dài trên báo điện tử, trong khi thông tin sai lệch đã được cô đọng thành video, hình ảnh hoặc thông điệp ngắn trên mạng xã hội, báo chí có thể gặp bất lợi trong việc tiếp cận sự chú ý của công chúng.

Vì vậy, bên cạnh yêu cầu kiểm chứng nội dung, một số cơ quan báo chí có điều kiện về nhân lực, kinh phí, thiết bị và năng lực sản xuất đã từng bước tổ chức lại nội dung theo đặc trưng của từng nền tảng, qua đó tăng khả năng đưa thông tin chính xác đến công chúng ngay trong môi trường mà tin giả đang lan truyền.

Đối với những thông tin sai lệch, xuyên tạc liên quan đến các vấn đề chính trị - xã hội, việc lựa chọn hình thức thể hiện càng có ý nghĩa. Những vấn đề phức tạp không chỉ đòi hỏi thông tin phản bác mà còn cần được giải thích về bối cảnh, căn cứ và bản chất vấn đề. Một số cơ quan báo chí có thể kết hợp video, infographic, podcast, livestream hoặc các hình thức tương tác trực tuyến để trình bày thông tin theo nhiều cách, giúp công chúng dễ tiếp cận và có thêm cơ sở kiểm chứng. Chẳng hạn, Báo Thanh Niên đã tổ chức tọa đàm trực tuyến "Ứng phó với tin giả trên mạng xã hội như thế nào?" ngày 26/6/2025, phát trực tiếp trên Thanh Niên Online, Facebook, YouTube và TikTok; khán giả có thể đặt câu hỏi trong phần bình luận để chuyển tới chuyên gia phản hồi. Đây là cách sử dụng mạng xã hội không chỉ để phân phối nội dung mà còn để tương tác, giải đáp và cung cấp thông tin có kiểm chứng.

Như vậy, sản xuất nội dung phù hợp với từng nền tảng là một bước phát triển cao hơn so với việc chỉ đưa lại nội dung từ báo điện tử lên mạng xã hội. Tuy nhiên, đây chưa phải là năng lực đồng đều của tất cả các cơ quan báo chí mà phụ thuộc vào điều kiện nhân lực, tài chính, thiết bị và năng lực sản xuất.

Đối với những cơ quan báo chí có đủ điều kiện triển khai, việc này giúp thông tin chính xác được thể hiện phù hợp với cách tiếp nhận của công chúng, tăng khả năng cạnh tranh về sự chú ý với tin giả và thông tin sai lệch, qua đó góp phần nâng cao hiệu quả cung cấp thông tin chính thống, đẩy lùi tin giả và bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trên mạng xã hội.

3.2. Một vài hạn chế của báo chí trên mạng xã hội trong đấu tranh đẩy lùi tin giả, góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng

Một là, một số cơ quan báo chí chưa hiện diện, hoặc hiện diện chưa bản sắc trên mạng xã hội, làm giảm khả năng chống tin giả, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng

Sự hiện diện của báo chí trên mạng xã hội không chỉ có ý nghĩa mở rộng kênh phân phối sản phẩm báo chí, mà còn tạo điều kiện để thông tin chính thống tham gia trực tiếp vào dòng chảy thông tin trên các nền tảng số. Tuy nhiên, mức độ hiện diện và năng lực chuyển đổi số giữa các cơ quan báo chí vẫn chưa đồng đều. Kết quả đánh giá mức độ trưởng thành chuyển đổi số báo chí năm 2025 do Cục Báo chí, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch công bố cho thấy, trong tổng số 778 cơ quan báo chí sau sắp xếp, tinh gọn, mới có 177 cơ quan thực hiện đánh giá; trong số này có 33 cơ quan đạt mức xuất sắc, 57 cơ quan đạt mức tốt, 31 cơ quan đạt mức khá, 9 cơ quan đạt mức trung bình và 47 cơ quan đạt mức yếu (Theo Thông tấn xã Việt Nam, 2025).

Số liệu trên không đồng nhất với năng lực chống tin giả của từng cơ quan báo chí, nhưng cho thấy mức độ trưởng thành chuyển đổi số của các cơ quan báo

chí còn có sự phân hóa. Trong điều kiện đó, sự khác biệt về năng lực số cũng tác động đến khả năng xây dựng và duy trì sự hiện diện của báo chí trên mạng xã hội. Một cơ quan báo chí chưa có kênh hiện diện phù hợp, hoặc có tài khoản nhưng hoạt động thiếu thường xuyên, nội dung thiếu dấu ấn riêng, sẽ khó tạo được sự nhận biết và gắn bó của công chúng, từ đó khó hình thành một cộng đồng công chúng đủ rộng để tiếp nhận, chia sẻ và tương tác với thông tin chính thống.

"Hiện diện chưa bản sắc" không chỉ được hiểu là có hay không có tài khoản trên mạng xã hội, mà còn thể hiện ở việc kênh mạng xã hội của cơ quan báo chí chưa tạo được diện mạo, phong cách và dòng nội dung đủ rõ để công chúng nhận biết đó là một địa chỉ thông tin báo chí đáng tin cậy. Khi báo chí hiện diện mờ nhạt, thiếu tính thường xuyên và không tạo được sự khác biệt trong môi trường có mật độ thông tin cao, khả năng thu hút công chúng vào các nội dung đã được kiểm chứng cũng bị hạn chế. Đây là một bất cập đáng chú ý đối với hoạt động chống tin giả, bởi để thông tin xác thực có khả năng cạnh tranh với thông tin sai lệch, báo chí trước hết phải tiếp cận được công chúng ngay trên nền tảng nơi thông tin sai lệch đang được tạo ra và lan truyền.

Hạn chế này càng đáng lưu ý đối với những thông tin giả, thông tin sai lệch, xuyên tạc về Đảng, Nhà nước, chế độ và các vấn đề chính trị - xã hội. Khi báo chí chưa tạo được sự hiện diện đủ rộng và đủ bản sắc trên mạng xã hội, thông tin chính thống có thể xuất hiện chậm hơn hoặc khó tiếp cận những nhóm công chúng đang theo dõi thông tin từ các nguồn khác. Trong khoảng trống đó, thông tin sai lệch có điều kiện thu hút sự chú ý, được chia sẻ và lan truyền trước khi thông tin được kiểm chứng từ các cơ quan báo chí xuất hiện. Đối với nhiệm vụ bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, sự hiện diện mờ nhạt của tờ báo, và các bài báo trực tiếp về chủ đề chống tin giả, xây dựng Đảng… làm hạn chế khả năng hình thành dòng thông tin chính thống, có bản sắc, sức thu hút nhằm tiếp cận công chúng và lan tỏa trên mạng xã hội.

Hai là, cách thức đưa tin trên mạng xã hội của một số báo chưa phù hợp để có thể cạnh tranh với tin giả lan truyền

Một số cơ quan báo chí vẫn chủ yếu đưa bài viết từ báo điện tử lên mạng xã hội bằng tiêu đề, hình ảnh và đường link dẫn về website. Cách làm này giúp mở rộng điểm tiếp cận của tác phẩm, nhưng chưa đồng nghĩa với việc tạo ra một sản phẩm báo chí được thiết kế phù hợp với môi trường mạng xã hội. Tin giả thường được tạo dựng và lan truyền bằng những hình thức ngắn, trực quan, dễ hiểu, dễ chia sẻ; sử dụng hình ảnh, video, âm thanh, tiêu đề gây chú ý hoặc các nội dung được cắt ghép một cách giật gân, gây tò mò để tác động nhanh đến cảm xúc, sự chú ý của người tiếp nhận. Chính Báo Thanh Niên, qua tọa đàm "Ứng phó với tin giả trên mạng xã hội như thế nào?" tháng 6/2025, cũng ghi nhận việc những người tạo tin giả sử dụng các thủ thuật dẫn dắt, câu lượt xem, lượt thích và khai thác tâm lý của người dùng để thúc đẩy chia sẻ thông tin sai lệch…

Do đó, nếu báo chí chỉ chuyển nguyên cách thể hiện của tác phẩm báo chí truyền thống sang mạng xã hội, khả năng cạnh tranh về mức độ trực quan, ngắn gọn, dễ tiếp nhận và khả năng tương tác sẽ bị hạn chế. Đây là điểm đặc biệt đáng lưu ý đối với các nội dung đấu tranh chống tin giả và phản bác thông tin sai lệch liên quan đến những vấn đề chính trị - xã hội. Một bài viết dài, nhiều luận cứ nhưng được trình bày không phù hợp với cách tiếp nhận trên nền tảng số có thể khó tiếp cận nhóm công chúng đang tiếp nhận thông tin qua video ngắn, hình ảnh, đồ họa hoặc các hình thức nội dung tương tác.

Vì vậy, khoảng cách giữa nội dung báo chí chính thống và cách thức công chúng đang tiếp nhận thông tin trên mạng xã hội vẫn là một "điểm nghẽn". Khi báo chí chưa chuyển hóa được những thông tin kiểm chứng, những luận cứ phản bác và những giá trị tích cực thành các sản phẩm có hình thức phù hợp với môi trường mạng xã hội, khả năng đưa thông tin chính thống đến công chúng và tạo sức đề kháng trước tin giả cũng bị ảnh hưởng. Điều này trực tiếp liên quan đến hiệu quả của báo chí trong việc góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trên không gian mạng.

Ba là, khả năng phát hiện, phản ứng, xác minh và giải thích tin giả trên mạng xã hội của một số cơ quan báo chí vẫn còn hạn chế

Đặc trưng của mạng xã hội là thông tin có thể được

tạo ra, chia sẻ và biến đổi với tốc độ rất nhanh. Vì vậy, báo chí không chỉ đứng trước yêu cầu đưa thông tin chính xác, mà còn phải theo dõi những vấn đề đang được công chúng quan tâm, phát hiện thông tin có dấu hiệu sai lệch, nhanh chóng xác minh và cung cấp thông tin có căn cứ để làm rõ vấn đề. Nếu phản ứng của báo chí chỉ xuất hiện sau khi tin giả đã được chia sẻ rộng rãi, tác dụng định hướng và ngăn chặn sự lan truyền của thông tin sai lệch sẽ bị giảm đi.

Từ góc độ bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, hạn chế này còn thể hiện ở khả năng báo chí "phản bác" và "giải thích". Đối với những thông tin sai lệch, xuyên tạc hoặc gây hiểu nhầm về đường lối, chủ trương, chính sách và những vấn đề chính trị - xã hội, việc chỉ đưa ra thông tin bác bỏ chưa phải lúc nào cũng đủ sức thuyết phục. Báo chí còn có vai trò cung cấp bối cảnh, dữ liệu, căn cứ và giải thích vấn đề theo cách dễ tiếp nhận đối với công chúng. Khi năng lực xác minh, giải thích và tương tác trên mạng xã hội chưa được tổ chức thành một quy trình thường xuyên, báo chí sẽ khó chuyển lợi thế về độ tin cậy của nguồn tin thành lợi thế trong cuộc cạnh tranh về tốc độ và khả năng lan truyền thông tin.

Như vậy, bất cập của báo chí trên mạng xã hội trong đẩy lùi tin giả không chỉ nằm ở việc một số cơ quan báo chí chưa hiện diện đầy đủ trên các nền tảng số, mà còn nằm ở chất lượng của sự hiện diện đó và khả năng phản ứng trước thông tin sai lệch. Ba vấn đề có quan hệ với nhau: hiện diện chưa đủ rộng làm giảm khả năng đưa thông tin chính thống vào dòng chảy mạng xã hội; nội dung chưa thích ứng làm giảm khả năng tiếp cận và lan tỏa; phản ứng, xác minh và giải thích chưa đủ nhanh làm giảm khả năng ngăn chặn tin giả ngay từ khi chúng bắt đầu lan truyền. Đây cũng là những điểm hạn chế trực tiếp ảnh hưởng đến khả năng phát huy vai trò của báo chí trong cung cấp thông tin chính xác, định hướng nhận thức xã hội và góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trên không gian mạng.

4. Một số giải pháp

Một là, Ban biên tập các cơ quan báo chí cần thay đổi tư duy toàn diện về sản xuất nội dung số - báo chí mạng xã hội.

Điều này được thực hiện bằng việc xây dựng Trung tâm nội dung số - nơi sản xuất và tập trung các sản phẩm số; đầu tư nhân lực, công nghệ, tài chính. Nhân lực sản xuất nội dung số có thể là nhà báo, nhưng cũng có thể là các KOLs, streamer, facebooker, youtuber, tiktoker… nổi tiếng, hoặc cũng có thể là những cộng tác viên, là AI - hoạt động dưới sự hỗ trợ của nhà báo. Bởi vì, nhà báo có thể rất giỏi làm báo, nhưng chưa hẳn đã giỏi làm mạng xã hội.

Từ đó, việc tổ chức lại quy trình sản xuất nội dung trở thành yêu cầu cấp thiết, theo hướng tích hợp liên ngành giữa báo chí, truyền thông số và công nghệ. Trung tâm nội dung số không chỉ là nơi sản xuất, mà còn là "bộ não" phân tích dữ liệu công chúng, theo dõi xu hướng, đo lường hiệu quả tương tác theo thời gian thực để điều chỉnh chiến lược nội dung một cách linh hoạt.

Đặc biệt, trong bối cảnh tin giả lan truyền nhanh và khó kiểm soát trên mạng xã hội, chức năng phân tích dữ liệu và nhận diện xu hướng này còn giúp tòa soạn phát hiện sớm các dòng thông tin sai lệch, từ đó chủ động xây dựng nội dung phản biện, kiểm chứng và định hướng dư luận một cách kịp thời. Các sản phẩm báo chí cần được thiết kế ngay từ đầu theo tư duy đa nền tảng, nghĩa là một nội dung gốc có thể được phát triển thành nhiều phiên bản khác nhau: bài viết chuyên sâu trên báo điện tử, video ngắn cho nền tảng mạng xã hội, infographic trực quan, podcast, hay các định dạng tương tác phù hợp với từng nhóm công chúng mục tiêu; qua đó giúp thông tin chính thống có khả năng lan tỏa rộng hơn, cạnh tranh trực tiếp với các nội dung sai lệch về tốc độ, mức độ tiếp cận và sức hấp dẫn.

Đặc biệt, trong bối cảnh tin giả, tin sai sự thật về Đảng, về chế độ có xu hướng lan truyền nhanh, đánh vào tâm lý tò mò, cảm xúc và định kiến của người dùng, việc nâng cao chất lượng và sức hấp dẫn của nội dung chính thống trên mạng xã hội chính là một giải pháp trực tiếp để "lấn át" và đẩy lùi các luồng thông tin độc hại. Khi báo chí không chỉ đúng mà còn nhanh, không chỉ chuẩn xác mà còn gần gũi, dễ tiếp cận, thì công chúng sẽ có xu hướng lựa chọn và chia sẻ thông tin chính thống thay vì những nội dung chưa được kiểm chứng.

Như vậy, việc định vị thương hiệu báo chí trên mạng xã hội không chỉ nhằm mở rộng phạm vi tiếp cận công chúng, mà còn mang ý nghĩa chính trị - xã

hội quan trọng trong việc bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng. Khi các cơ quan báo chí thực sự làm chủ không gian mạng bằng những nội dung chính xác, hấp dẫn và có sức lan tỏa, thì đó cũng chính là cách hiệu quả để thu hẹp "đất sống" của tin giả, góp phần xây dựng môi trường thông tin lành mạnh, củng cố niềm tin xã hội và tăng cường sức đề kháng của công chúng trước các thông tin sai trái, thù địch.

Hai là, tăng cường quảng bá tờ báo trên mạng

Việc quảng bá có thể thực hiện đơn giản bằng sử dụng các "biểu tượng liên kết mạng xã hội" trên giao diện tờ báo điện tử, tạo sự chú ý cho công chúng, kích thích họ click chuột để khám phá nội dung. (Hiện nay, một số tờ báo đã đưa sản phẩm lên mạng xã hội, nhưng các biểu tượng liên kết rất bé, đặt ở góc phải hoặc góc trái của chân trang, đầu trang; chỉ những người thực sự quan tâm tìm kiếm mới nhận biết được).

Nếu có tiềm lực tài chính, cơ quan báo chí cũng có thể kết hợp với các KOLs, người nổi tiếng, các streamers "triệu view" để thuê họ quảng bá cho sản phẩm và địa chỉ tờ báo trên các mạng xã hội. Một khi hình ảnh, thương hiệu của tờ báo được xây dựng, lượng công chúng đa dạng, đông đảo, tờ báo sẽ không chỉ phát triển được kinh tế báo chí số, mà còn thực hiện thành công "nhiệm vụ kép" là phòng, chống tin giả, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, góp phần đắc lực vào công cuộc phát triển đất nước.

Ba là, xây dựng nội dung nhận diện và kiểm chứng tin giả, đấu tranh, phản bác trực diện với tin giả, tạo địa chỉ xác tín để công chúng tiếp cận sự thật về văn hoá Đảng, ưu việt của công tác xây dựng Đảng.

Đây không chỉ là nhiệm vụ thông tin thuần túy, mà còn là một nội dung trực tiếp của công tác bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trong điều kiện truyền thông số, nơi các thế lực thù địch thường lợi dụng không gian mạng để xuyên tạc, phủ nhận vai trò lãnh đạo của Đảng, làm xói mòn niềm tin xã hội. Vì vậy, mỗi sản phẩm kiểm chứng, mỗi nội dung phản bác không chỉ nhằm "bác bỏ cái sai", mà còn phải "khẳng định cái đúng", góp phần củng cố hệ giá trị, lý tưởng và niềm tin chính trị trong công chúng.

Nội dung của các chuyên mục báo chí mạng xã hội cần được thiết kế theo hướng hai chiều: vừa chủ động nhận diện, bóc tách và phản bác các thông tin sai lệch, vừa kiên trì cung cấp thông tin nền tảng, lý giải bản chất các vấn đề liên quan đến đường lối, chủ trương của Đảng, thành tựu phát triển đất nước, cũng như những giá trị cốt lõi của chế độ. Đặc biệt, cần chú trọng xây dựng các nội dung mang tính dự báo, nhận diện sớm những vấn đề nhạy cảm, những sự kiện chính trị - xã hội có thể bị lợi dụng để "bẻ lái" dư luận, từ đó chủ động cung cấp thông tin chính thống, định hướng nhận thức ngay từ đầu. Đây chính là cách thức "phòng ngừa từ sớm, từ xa" trong bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, thay vì chỉ xử lý khi thông tin sai lệch đã lan rộng.

Quan trọng hơn, báo chí mạng xã hội cần chuyển mạnh từ thế "phản ứng" sang thế "chủ động dẫn dắt", tức là không chờ tin giả xuất hiện rồi mới phản bác, mà phải chủ động cung cấp thông tin nhanh, chính xác, hấp dẫn, chiếm lĩnh không gian truyền thông và định hướng dư luận. Khi thông tin chính thống được đưa ra sớm, có chiều sâu và phù hợp với cách tiếp nhận của công chúng, báo chí sẽ tạo ra "lá chắn thông tin" vững chắc, hạn chế tối đa khả năng lan truyền của các luận điệu sai trái, thù địch.

Như vậy, xây dựng nội dung nhận diện và kiểm chứng tin giả không chỉ là một giải pháp truyền thông, mà còn là một phương thức quan trọng trong bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trên không gian mạng. Khi báo chí làm tốt vai trò định hướng, kiểm chứng, phản bác và dẫn dắt dư luận, thì không chỉ góp phần đẩy lùi tin giả, mà còn củng cố niềm tin, tăng cường sự đồng thuận xã hội và giữ vững trận địa tư tưởng trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay.

Bốn là, thực hiện đa dạng thông tin, lấy thông tin tích cực đẩy lùi tin tiêu cực.

Thông tin tích cực ở đây không chỉ dừng lại ở những câu chuyện "người tốt, việc tốt", mà cần được hiểu theo nghĩa rộng hơn: là những thành tựu nổi bật của đất nước trên các lĩnh vực kinh tế, chính trị, văn hoá, xã hội; là những chuyển động đổi mới, sáng tạo trong đời sống; là các mô hình hiệu quả, cách làm hay; là những phát minh, sáng kiến mang tính ứng dụng cao; là những nỗ lực bền bỉ của con người Việt Nam trong việc giải quyết các vấn đề của cộng đồng, của quốc gia, thậm chí của toàn cầu.

Điều quan trọng không chỉ là "có thông tin tích cực", mà là tổ chức và thể hiện thông tin đó một cách hấp dẫn, có chiều sâu, có sức lan tỏa và khả năng

chạm tới cảm xúc, nhận thức của công chúng. Thông tin tích cực cần được kể bằng những câu chuyện cụ thể, sinh động, có nhân vật, có hành trình, có xung đột và kết quả, thay vì những liệt kê khô cứng. Khi được "kể lại" một cách thuyết phục, thông tin tích cực không chỉ truyền tải tri thức mà còn tạo cảm hứng, khơi dậy niềm tin, củng cố hệ giá trị và định hướng hành vi xã hội.

Trong bối cảnh mạng xã hội thường ưu tiên những nội dung gây tranh cãi, giật gân, tiêu cực, việc phát triển dòng thông tin tích cực một cách bài bản, liên tục chính là giải pháp quan trọng để tái cân bằng không gian thông tin, hạn chế tác động tiêu cực của những nội dung lệch chuẩn. Khi công chúng được tiếp cận thường xuyên với những thông tin đúng đắn, giàu giá trị và truyền cảm hứng, họ sẽ có xu hướng chia sẻ, lan tỏa những nội dung này, từ đó tạo thành "dòng chảy thông tin lành mạnh" trên không gian mạng.

5. Kết luận

Trong bối cảnh mạng xã hội phát triển mạnh mẽ và tin giả ngày càng lan truyền nhanh, trong đó có những thông tin xuyên tạc, chống phá Đảng, Nhà nước và chế độ, phát triển nội dung báo chí trên mạng xã hội đã trở thành một hướng hoạt động có ý nghĩa trực tiếp đối với nhiệm vụ cung cấp thông tin chính thống, đẩy lùi tin giả và góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng. Nếu cơ quan báo chí chậm hiện diện, thiếu đầu tư cho nội dung số hoặc chỉ đưa lại tác phẩm từ báo điện tử lên mạng xã hội, khả năng tiếp cận và cạnh tranh sự chú ý của công chúng sẽ bị hạn chế, trong khi các thông tin sai lệch có thể nhanh chóng chiếm lĩnh dòng thông tin và tác động đến nhận thức xã hội.

Xây dựng hệ sinh thái nội dung báo chí trên mạng xã hội theo hướng đa dạng về hình thức, phù hợp với đặc trưng của từng nền tảng, có bản sắc riêng nhưng thống nhất về tính chính xác, tính Đảng và trách nhiệm xã hội sẽ tạo điều kiện để báo chí chủ động tham gia vào dòng chảy thông tin trên Facebook, TikTok, YouTube, Zalo, Instagram... Qua đó, các thông tin đã được kiểm chứng, những nội dung giải thích, phản bác thông tin sai lệch và những vấn đề liên quan đến bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng có thêm khả năng tiếp cận công chúng nhanh chóng, trực quan và phù hợp với phương thức tiếp nhận thông tin trên mạng xã hội.

Vì vậy, phát triển báo chí trên mạng xã hội không chỉ là mở rộng phương thức phân phối sản phẩm báo chí, mà còn là mở rộng không gian thực hiện chức năng thông tin, định hướng và đấu tranh với thông tin sai lệch của báo chí cách mạng. Đối với các cơ quan báo chí Việt Nam, việc chủ động xây dựng không gian báo chí trên mạng xã hội theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, sáng tạo và nhân văn sẽ góp phần hình thành dòng thông tin chính thống có sức lan tỏa, nâng cao khả năng đẩy lùi tin giả và đóng góp thiết thực vào nhiệm vụ bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trong môi trường truyền thông số./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Chính trị. (2018), Nghị quyết số 35-NQ/TW ngày 22/10/2018.

2. DataReportal (2026). Digital 2026: Vietnam https://datareportal.com/reports/digital-2026-vietnam

3. Nic Newman. (2026). How news creators are impacting politics and media around the world. Digital News Report 2026, Reuters Institute for the Study of Journalism https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2026/how-news-creators-are-impacting-politics-and-media-around-world?utm_source=chatgpt.com

4. Nic Newman. (2024), What do we know about the rise of alternative voices and news influencers in social and video networks https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/rise-alternative-voices-and-news-influencers-social-and-video-networks?utm_source=chatgpt.com

5. Jim Egan (2006). Overview and key findings of the 2026 Digital News Report https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2026/dnr-executive-summary

6. Nielsen, R. K., Cornia, A., & Kalogeropoulos, A., (2016). Challenges and Opportunities for News Media and Journalism in an Increasingly Digital, Mobile, and Social Media Environment. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.

7. Thông tấn xã Việt Nam. (2025), Bức tranh chuyển đổi số báo chí 2025: Cả nước có 33 cơ quan báo chí đạt mức xuất sắc, https://chinhsachcuocsong.vnanet.vn/buc-tranh-chuyen-doi-so-bao-chi-2025-ca-nuoc-co-33-co-quan-bao-chi-dat-muc-xuat-sac/76132.html?utm_source=chatgpt.com

8. Vosoughi, S., Roy, D. & Aral, S. (2018), The spread of true and false news, Science, 359(6380), tr. 1146 - 1151 https://doi.org/10.1126/science.aap9559.