

Sự thay đổi vai trò chủ thể trong hệ sinh thái truyền thông số đối với công tác tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị hiện nay

Ngày nhận bài: 14/04/2026 | Ngày phản biện: 17/04/2026 | Ngày xuất bản: 22/05/2026

Tác giả: Phan Văn Kiên (Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội)

Tóm tắt: Bài viết phân tích sự thay đổi vai trò của chủ thể trong hệ sinh thái truyền thông số và những tác động của quá trình này đối với công tác tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị hiện nay. Trên cơ sở làm rõ các đặc trưng cơ bản của hệ sinh thái truyền thông số như tính phân quyền thông tin, tính tương tác cao, cơ chế lan tỏa theo mạng lưới xã hội và vai trò chi phối của thuật toán, bài viết chỉ ra sự chuyển dịch căn bản của công chúng từ đối tượng tiếp nhận thụ động sang chủ thể tương tác, giám sát, phản biện và lan tỏa thông tin. Qua đó, nghiên cứu nhấn mạnh những vấn đề nảy sinh về tư duy quản trị tương tác và cạnh tranh diễn ngôn trong không gian mạng. Bài viết đồng thời đề xuất yêu cầu đổi mới nhận thức và phương thức tổ chức tuyên truyền theo hướng đồng hành với chủ thể truyền thông, nâng cao năng lực số và năng lực đối thoại, nhằm tăng cường tính thuyết phục và củng cố niềm tin xã hội trong truyền thông lý luận chính trị.

1. Đặt vấn đề

Trong những thập niên gần đây, sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số, Internet và các nền tảng mạng xã hội đã làm thay đổi căn bản cấu trúc vận hành của truyền thông hiện đại. Truyền thông không còn được tổ chức chủ yếu theo mô hình tuyến tính, tập trung và một chiều như trong kỷ nguyên truyền thông đại chúng, mà chuyển sang hình thức mạng lưới, phân tán và tương tác đa chiều. Quá trình này không chỉ tác động đến phương thức sản xuất, phân phối và tiếp nhận thông tin, mà còn làm biến đổi sâu sắc các quan hệ quyền lực, vai trò và vị thế của các chủ thể tham gia vào hệ thống truyền thông. Trong bối cảnh đó, khái niệm “hệ sinh thái truyền thông số” ngày

càng được sử dụng phổ biến để chỉ một môi trường truyền thông phức hợp, nơi công nghệ, nền tảng, nội dung và người dùng cùng tồn tại, tương tác và đồng thời định hình lẫn nhau.

Khác với truyền thông truyền thống vốn nhấn mạnh vai trò trung tâm của các cơ quan báo chí và thiết chế truyền thông chính thống, hệ sinh thái truyền thông số làm suy yếu đáng kể mô hình “người gác cổng” và mở rộng không gian tham gia cho đông đảo chủ thể xã hội. Bất kỳ cá nhân hay nhóm xã hội nào có kết nối Internet đều có thể trở thành người sản xuất, người lan tỏa và người định hướng thông tin. Điều này dẫn tới sự dịch chuyển quan trọng từ cấu trúc truyền thông mang tính thứ bậc sang cấu trúc truyền thông mạng lưới, trong đó, quyền lực truyền thông không còn tập trung tuyệt đối vào một số chủ thể nhất định mà được phân tán trong toàn bộ hệ thống. Sự thay đổi này đặt ra những vấn đề lý luận mới về cách thức nhận diện chủ thể truyền thông, về cơ chế hình thành diễn ngôn và về phương thức quản trị thông tin trong không gian số.

Đối với lĩnh vực tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị, những biến đổi trên có ý nghĩa đặc biệt quan trọng. Nếu như trước đây công chúng chủ yếu được nhìn nhận như đối tượng tiếp nhận thông tin, thì trong môi trường truyền thông số, họ ngày càng trở thành chủ thể tham gia tích cực vào quá trình tương tác, phản hồi, giám sát và lan tỏa nội dung. Sự tham gia này không chỉ làm thay đổi hình thức tiếp nhận lý luận chính trị, mà còn tác động trực tiếp đến mức độ thuyết phục, niềm tin xã hội và hiệu quả định hướng tư tưởng. Trong bối cảnh cạnh tranh thông tin gay gắt và sự lan truyền mạnh mẽ của các diễn ngôn đa chiều trên không gian mạng, việc nhận diện đúng vai trò mới của chủ thể truyền thông trở thành điều kiện tiên quyết để đổi mới tư duy và phương thức tổ chức công tác tuyên truyền hiện nay.

Bên cạnh những biến đổi mang tính toàn cầu của hệ sinh thái truyền thông số, ở Việt Nam, vấn đề đổi mới công tác tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị trong môi trường số cũng đã được đặt ra trong nhiều văn kiện và chủ trương của Đảng. Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng nhấn mạnh yêu cầu “đổi mới mạnh mẽ nội dung, phương thức công tác tư tưởng theo hướng chủ động, thiết thực, kịp thời và hiệu quả”, đồng thời chú trọng phát huy vai trò của công nghệ số và truyền thông hiện đại trong định hướng dư luận xã hội (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2021). Điều này cho

thấy Đảng đã nhận diện rõ sự thay đổi của môi trường truyền thông và yêu cầu thích ứng của công tác tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị trong bối cảnh chuyển đổi số.

Cùng với đó, Nghị quyết số 35-NQ/TW ngày 22/10/2018 của Bộ Chính trị về “tăng cường bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch trong tình hình mới” đã nhấn mạnh yêu cầu nâng cao chất lượng tuyên truyền trên không gian mạng, phát huy vai trò của cán bộ, đảng viên và các lực lượng xã hội trong tham gia định hướng thông tin, lan tỏa thông tin tích cực và đấu tranh phản bác thông tin sai trái. Nghị quyết đồng thời khẳng định cần “đổi mới nội dung, phương thức tuyên truyền, giáo dục chính trị tư tưởng”, tăng cường tính đối thoại và sức thuyết phục trong môi trường truyền thông số.

Ngoài ra, Kết luận số 01-KL/TW ngày 18/5/2021 của Bộ Chính trị về tiếp tục thực hiện Chỉ thị số 05-CT/TW cũng yêu cầu đẩy mạnh tuyên truyền trên Internet và mạng xã hội, coi đây là không gian quan trọng trong công tác tư tưởng hiện nay. Những chủ trương này cho thấy việc nghiên cứu sự thay đổi vai trò của công chúng từ đối tượng tiếp nhận sang chủ thể tương tác, giám sát và lan tỏa thông tin không chỉ mang ý nghĩa lý luận về truyền thông số, mà còn gắn trực tiếp với yêu cầu thực tiễn của công tác tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị ở Việt Nam hiện nay.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết được triển khai theo cách tiếp cận định tính, kết hợp nhiều phương pháp nghiên cứu nhằm làm rõ sự chuyển dịch vai trò của các chủ thể trong hệ sinh thái truyền thông số và những hàm ý đối với công tác tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị.

Trước hết, nghiên cứu sử dụng phương pháp tổng quan tài liệu và phân tích tài liệu thứ cấp để thu thập và hệ thống hóa các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến các chủ đề: hệ sinh thái truyền thông số, truyền thông mạng lưới, truyền thông chính trị và hành vi truyền thông của công chúng. Việc lựa chọn tài liệu tập trung vào các công trình có giá trị học thuật cao, được công bố bởi các nhà xuất bản uy tín hoặc trên các tạp chí khoa học chuyên ngành. Trên cơ sở đó, nghiên cứu xây dựng khung lý thuyết nhằm nhận diện các đặc trưng cốt lõi của môi trường truyền thông số và sự biến đổi vai trò của các chủ thể truyền thông.

Tiếp theo, phương pháp phân tích – tổng hợp được sử dụng để làm rõ các thành tố cấu thành hệ sinh thái truyền thông số, bao gồm công nghệ nền tảng, cơ chế lan truyền thông tin, mức độ tương tác và vai trò của thuật toán. Thông qua việc phân tích các khái niệm và luận điểm lý thuyết, nghiên cứu tiến hành tổng hợp nhằm khái quát hóa các xu hướng chuyển dịch từ mô hình truyền thông tuyến tính sang mô hình truyền thông mạng lưới, qua đó làm nổi bật sự thay đổi vai trò của công chúng từ đối tượng tiếp nhận sang chủ thể tham gia tích cực.

Bên cạnh đó, nghiên cứu vận dụng phương pháp phân tích diễn ngôn để nhận diện cách thức các chủ thể tham gia vào quá trình tương tác, phản biện và lan tỏa thông tin trong môi trường truyền thông số. Phương pháp này cho phép làm rõ sự hình thành và biến đổi của các diễn ngôn liên quan đến nội dung lý luận chính trị trong không gian mạng, đồng thời chỉ ra những đặc điểm của quá trình kiến tạo ý nghĩa thông qua tương tác xã hội.

Ngoài ra, bài viết còn sử dụng phương pháp so sánh giữa truyền thông truyền thống và truyền thông số nhằm làm nổi bật những khác biệt về cấu trúc, cơ chế vận hành và vai trò của các chủ thể truyền thông. Việc so sánh này giúp xác định rõ hơn những điểm đứt gãy và liên tục trong quá trình chuyển đổi, từ đó làm cơ sở cho việc đánh giá các vấn đề đặt ra đối với công tác tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị hiện nay.

Trên nền tảng các phương pháp trên, nghiên cứu tiến hành khái quát hóa và suy luận lý thuyết để rút ra những vấn đề cốt lõi và đề xuất các định hướng đổi mới trong tổ chức và quản trị truyền thông lý luận chính trị trong bối cảnh hệ sinh thái truyền thông số.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Kết quả nghiên cứu

Một số khái niệm cơ bản

Trong nghiên cứu truyền thông hiện đại, khái niệm công chúng (public/audience) được hiểu là tập hợp những cá nhân hoặc nhóm xã hội tham gia tiếp nhận và phản hồi

thông tin trong quá trình truyền thông. Theo Gabriel Tarde, công chúng không đơn thuần là đám đông vật lý mà là một cộng đồng tinh thần được hình thành thông qua quá trình cùng tiếp nhận và chia sẻ thông tin trong môi trường truyền thông hiện đại. Trong khi đó, Walter Lippmann nhấn mạnh vai trò của truyền thông trong việc kiến tạo nhận thức xã hội, khi công chúng chủ yếu hiểu thế giới thông qua các "hình ảnh trong đầu" do hệ thống truyền thông tạo ra (Lippmann, 1922). Trong lĩnh vực báo chí – truyền thông, công chúng không còn được nhìn nhận như đối tượng tiếp nhận thụ động mà ngày càng trở thành lực lượng tham gia vào quá trình kiến tạo và lưu chuyển thông tin.

Gắn với đó là khái niệm chủ thể truyền thông (media actor/communication subject), được hiểu là các cá nhân, tổ chức hoặc thiết chế tham gia vào quá trình sản xuất, kiểm soát và phân phối nội dung truyền thông. Trong mô hình truyền thông đại chúng truyền thống, chủ thể truyền thông chủ yếu là các cơ quan báo chí, tổ chức chính trị hoặc thiết chế truyền thông chuyên nghiệp giữ vai trò trung tâm trong việc định hướng thông tin và kiểm soát diễn ngôn xã hội (McQuail, 2010). Tuy nhiên, trong hệ sinh thái truyền thông số, sự phát triển của Internet và mạng xã hội đã làm mở rộng phạm vi của chủ thể truyền thông, khi bất kỳ cá nhân nào có kết nối mạng cũng có thể tham gia sản xuất và phát tán nội dung.

Từ đó xuất hiện khái niệm chủ thể tương tác (interactive subject), chỉ công chúng trong vai trò tham gia trực tiếp vào quá trình phản hồi, trao đổi và đồng kiến tạo nội dung truyền thông. Theo Henry Jenkins, văn hóa truyền thông đương đại được đặc trưng bởi "văn hóa tham gia" (participatory culture), trong đó ranh giới giữa người sản xuất và người tiếp nhận ngày càng bị xóa nhòa (Jenkins, 2006). Trong môi trường số, công chúng không chỉ tiếp nhận thông tin mà còn bình luận, chia sẻ, tranh luận và tham gia định hình ý nghĩa của nội dung truyền thông theo thời gian thực.

Trên nền tảng đó, công chúng tiếp tục chuyển hóa thành chủ thể lan tỏa thông tin và diễn ngôn (disseminating and discursive subject). Đây là những cá nhân hoặc cộng đồng tham gia chia sẻ, tái sản xuất và định hướng cách hiểu thông tin trong không gian mạng. Quá trình lan tỏa không chỉ mang tính kỹ thuật mà còn gắn với việc diễn giải, lựa chọn và gắn nội dung với cảm xúc, kinh nghiệm xã hội của người dùng. Theo Manuel Castells, quyền lực truyền thông trong xã hội mạng lưới ngày càng phụ thuộc

vào khả năng kiểm soát dòng chảy thông tin và mức độ lan tỏa của diễn ngôn trong cộng đồng mạng (Castells, 2009). Điều này cho thấy công chúng trong hệ sinh thái truyền thông số không còn là điểm cuối của quá trình truyền thông mà đã trở thành một chủ thể tích cực tham gia vào toàn bộ chu trình sản xuất, tương tác và lan tỏa thông tin.

Những đặc trưng của hệ sinh thái truyền thông số

Trong bối cảnh truyền thông hiện đại, hệ sinh thái truyền thông số là một cấu trúc phức hợp của các nền tảng số, công nghệ, nội dung và người dùng tương tác với nhau trong môi trường số. Quan niệm này xuất phát từ hiểu biết rằng hệ thống truyền thông không còn đơn thuần là kênh một chiều giữa nhà sản xuất và người tiếp nhận, mà là mạng lưới nhiều trung tâm tương tác và luân chuyển thông tin đa dạng. “Quyền lực trong xã hội mạng được định hình bởi khả năng kiến tạo và kiểm soát các dòng chảy thông tin trong mạng lưới truyền thông” (Castells, 2009, tr3) Hệ sinh thái này thể hiện sự hòa hợp giữa các yếu tố kỹ thuật, xã hội và hành vi, tạo ra môi trường diễn ngôn mở, biến động và không ngừng định hình lại cách thức thông tin lưu chuyển.

Một nét nhận diện quan trọng là sự phân quyền trong sản xuất và chia sẻ thông tin. Công nghệ số cho phép bất kỳ cá nhân hoặc tổ chức nào có kết nối Internet tạo và phát tán nội dung trực tiếp tới công chúng toàn cầu. Điều này diễn ra khi người dùng bình thường có khả năng sản xuất nội dung, tham gia bình luận, phản biện và lan truyền thông tin mà trước đây đòi hỏi cơ quan truyền thông chính thức phê duyệt; do vậy quyền kiểm soát nội dung không tập trung vào một vài tổ chức nhất định mà được phân tán rộng rãi trong mạng lưới người dùng và nền tảng số. Đây là lý do vì sao giới nghiên cứu nói rằng hệ sinh thái truyền thông số thúc đẩy sự phân quyền quyền lực trong việc tạo và phân phối thông tin.

Hệ sinh thái truyền thông số cũng đặc trưng bởi tính phản hồi và tương tác cao của người dùng. Trong môi trường số, thông tin không chỉ được tiếp nhận một chiều mà còn có các hành vi trả lời, chia sẻ, thảo luận theo thời gian thực. Những hành vi này tạo ra phản hồi tức thì giữa nhà sản xuất nội dung và người sử dụng, và giữa các người dùng với nhau. Tương tác này không chỉ giúp nội dung lan tỏa sâu rộng hơn mà còn cho phép người làm truyền thông thu thập dữ liệu phản hồi để điều chỉnh nội dung cho

phù hợp hơn với thị hiếu công chúng.

Đặc điểm thứ ba là cách thức thông tin lan truyền theo mạng lưới xã hội với tốc độ và phạm vi rộng. Không như truyền thông truyền thống chịu giới hạn về phạm vi phát sóng và thời gian, truyền thông số sử dụng cấu trúc mạng xã hội để thông tin di chuyển theo từng liên kết giữa người dùng. Các nghiên cứu về lan truyền thông tin trên mạng như trong các mạng xã hội Digg và Twitter chỉ ra rằng: "Việc lan truyền thông tin trong mạng xã hội phụ thuộc mạnh vào cấu trúc kết nối giữa các người dùng hơn là chỉ vào nội dung của thông tin" (Lerman & Ghosh, 2010, tr. 2).. Khi người dùng chia sẻ nội dung trong nhóm, mối quan hệ giữa các nút mạng – tức các tài khoản, trang hoặc cộng đồng – quyết định tốc độ và sự phủ sóng của một thông điệp nhất định. Do vậy, hệ sinh thái truyền thông số không phải là một tuyến đường cố định cho thông tin mà là mạng lưới phức tạp với nhiều ngã rẽ và liên hệ đa chiều.

Cuối cùng, vai trò của thuật toán và dữ liệu người dùng là nhân tố trung tâm trong việc cấu trúc hệ sinh thái truyền thông số hiện nay. Thuật toán thường được sử dụng bởi các nền tảng số để cá nhân hóa và điều phối nội dung tới người dùng dựa trên hành vi, sở thích và dữ liệu tương tác trước đó. "Thuật toán không trung lập; chúng được thiết kế để phục vụ những mục đích cụ thể và hàm chứa các giá trị nhất định." (Gillespie, 2018, tr. 21). Việc này giúp các nền tảng tối ưu hóa trải nghiệm người dùng nhưng đồng thời cũng tạo ra các "bong bóng lọc thông tin" và phân mảnh nội dung, nơi người dùng chủ yếu tiếp cận những nội dung phù hợp với khuynh hướng đã có. "Bong bóng lọc là vũ trụ thông tin cá nhân, độc nhất mà mỗi người sống trong đó khi trực tuyến." (Pariser, 2011, p. 9). Bên cạnh đó, các cơ chế thuật toán hiện đại còn tham gia vào việc kiểm soát hiển thị nội dung, thậm chí ảnh hưởng đến ưu tiên thông tin và tính khả dụng của các quan điểm khác nhau trên cùng một nền tảng. "Các nền tảng can thiệp vào quá trình lưu thông nội dung, định hình những gì người dùng nhìn thấy và những gì bị che khuất." (Gillespie, 2018, p. 167). Do đó, thuật toán không chỉ đơn thuần phục vụ phân phối nội dung mà còn đóng vai trò định hình cấu trúc chú ý và trải nghiệm thông tin trong hệ sinh thái số.

Từ đối tượng tiếp nhận thụ động sang chủ thể tương tác

Ở mô hình tuyên truyền truyền thống, công chúng được định vị như đối tượng tiếp nhận thụ động, với chức năng chính là lắng nghe, ghi nhớ và tiếp thu các luận điểm đã được chuẩn hóa. Theo cách tiếp cận truyền thống của truyền thông chính trị, hiệu quả tuyên truyền thường được đo bằng mức độ phổ biến của thông tin và sự tuân thủ về mặt nhận thức, hơn là khả năng phản hồi hay đối thoại từ phía người tiếp nhận. “Truyền thông đại chúng truyền thống chủ yếu vận hành theo mô hình truyền đạt một chiều, trong đó công chúng được xem là đối tượng tiếp nhận hơn là chủ thể tham gia” (McQuail, 2010, tr. 82).

Trong bối cảnh tuyên truyền lý luận chính trị, mô hình tiếp nhận thụ động gắn liền với các hình thức truyền đạt trực tiếp, giáo trình hóa và diễn giảng hóa nội dung. Thông tin thường được trình bày theo lối khái quát, mang tính định hướng cao, trong khi không gian phản hồi bị giới hạn bởi khuôn khổ tổ chức và thời gian. Cách thức này phù hợp với điều kiện truyền thông đại chúng truyền thống, nơi các phương tiện phát sóng có tính tập trung cao và khả năng tương tác kỹ thuật bị hạn chế. Tuy nhiên, khi môi trường truyền thông thay đổi, mô hình tiếp nhận thông tin thụ động ngày càng bộc lộ rõ những giới hạn, đặc biệt là trong việc tạo động lực tiếp nhận và duy trì niềm tin xã hội đối với các nội dung mang tính lý luận, trừu tượng.

Sự phát triển của mạng xã hội và các nền tảng số đã tạo ra bước ngoặt căn bản trong hành vi tiếp nhận thông tin của công chúng. Trong không gian truyền thông số, người tiếp nhận không còn ở vị thế bị động mà trở thành chủ thể tương tác, tham gia trực tiếp vào quá trình diễn giải và đánh giá nội dung. Theo Jenkins thì “Văn hóa tham gia là nơi người tiêu dùng được khuyến khích tham gia tích cực vào việc sáng tạo và lưu thông nội dung truyền thông” (Jenkins, 2006, tr. 3) cho rằng văn hóa truyền thông đương đại được đặc trưng bởi “văn hóa tham gia”, nơi ranh giới giữa người sản xuất và người tiếp nhận nội dung ngày càng mờ nhạt. Trên các nền tảng số, hành vi tiếp nhận thông tin gắn liền với các hoạt động bình luận, chia sẻ, đặt câu hỏi và tranh luận, tạo thành chuỗi tương tác liên tục giữa cá nhân với nội dung và giữa các cá nhân với nhau.

Những hình thức tương tác này làm thay đổi sâu sắc cách công chúng tiếp cận nội dung lý luận. Bình luận trực tuyến cho phép người tiếp nhận bày tỏ quan điểm cá nhân, thể hiện sự đồng thuận hoặc hoài nghi ngay tại thời điểm tiếp xúc với thông tin. Việc đặt câu hỏi và tranh luận trên không gian mạng giúp nội dung lý luận được “giải

mã” theo nhiều cách khác nhau, phản ánh kinh nghiệm sống, bối cảnh xã hội và mối quan tâm đa dạng của công chúng. Stromer-Galley chỉ ra rằng: “Tính tương tác trong truyền thông chính trị số không chỉ gia tăng mức độ tham gia của công chúng mà còn định hình lại quan hệ quyền lực giữa người truyền đạt thông điệp và người tiếp nhận” (Stromer-Galley, 2014, Tr.9) .

Sự chuyển dịch từ tiếp nhận thụ động sang tương tác chủ động mang ý nghĩa quan trọng đối với hiệu quả tiếp nhận lý luận chính trị. Khi công chúng được tham gia đối thoại, nội dung lý luận không còn tồn tại như những mệnh đề khép kín mà trở thành đối tượng của quá trình thảo luận và suy ngẫm. Theo Habermas (1989) thì: “Không gian công được hình thành thông qua đối thoại lý tính giữa các chủ thể nhằm đạt tới sự đồng thuận” (Habermas, 1989, tr. 27)., Trong môi trường số, các hình thức tương tác tạo điều kiện để lý luận chính trị được kiểm nghiệm thông qua trao đổi xã hội, qua đó góp phần nâng cao mức độ hiểu biết và khả năng ghi nhớ của người tiếp nhận.

Bên cạnh đó, tương tác còn tác động trực tiếp đến mức độ thuyết phục và niềm tin xã hội đối với nội dung tuyên truyền. Các nghiên cứu chỉ ra rằng công chúng có xu hướng tin tưởng hơn vào những thông tin mà họ có cơ hội thảo luận, chất vấn và kiểm chứng thông qua mạng lưới xã hội của mình. “Hành động kết nối được cá nhân hóa thông qua các phương tiện truyền thông số, nơi các cá nhân chia sẻ nội dung phù hợp với trải nghiệm cá nhân của họ” (Bennett & Segerberg, 2012, tr. 748).. Khi người tiếp nhận được nhìn nhận như chủ thể đối thoại, họ không chỉ tiếp thu nội dung mà còn tham gia vào quá trình kiến tạo ý nghĩa, từ đó hình thành cảm giác đồng sở hữu đối với diễn ngôn chính trị. Điều này có ý nghĩa đặc biệt trong bối cảnh cạnh tranh thông tin gay gắt, nơi niềm tin xã hội dễ bị xói mòn bởi tin giả và thông tin sai lệch.

Từ chủ thể tương tác sang chủ thể giám sát và phản biện

Khi công chúng được trao quyền tương tác trong hệ sinh thái truyền thông số, vai trò của họ không dừng lại ở việc tham gia đối thoại hay bày tỏ quan điểm cá nhân, mà tiếp tục mở rộng sang chức năng giám sát và phản biện nội dung tuyên truyền. Sự chuyển dịch này gắn liền với điều kiện kỹ thuật của môi trường số, nơi thông tin được lưu trữ, truy vết và đối chiếu dễ dàng, đồng thời các công cụ tìm kiếm và mạng xã hội cho phép người dùng tiếp cận nhiều nguồn thông tin khác nhau trong thời gian ngắn.

Trong bối cảnh đó, công chúng số từng bước trở thành một tác nhân tham gia kiểm soát chất lượng thông tin, bao gồm cả nội dung tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị.

Một biểu hiện rõ nét của vai trò giám sát là hoạt động kiểm chứng thông tin do người dùng thực hiện. Trên không gian số, công chúng có khả năng đối chiếu nội dung tuyên truyền với các văn kiện chính thức, dữ liệu công khai, phát ngôn trước đó của các chủ thể chính trị hoặc các nguồn tin độc lập. Sự gia tăng năng lực kiểm chứng của công chúng là đặc điểm nổi bật của môi trường thông tin hiện đại, nơi người tiếp nhận không còn hoàn toàn phụ thuộc vào nguồn cung cấp thông tin ban đầu. Điều này đồng nghĩa với việc các luận điểm, dẫn chứng và cách diễn đạt trong tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị đều có thể bị kiểm tra về tính chính xác, tính nhất quán và mức độ phù hợp với thực tiễn.

Cùng với kiểm chứng thông tin, công chúng số còn tham gia phát hiện những sai lệch, mâu thuẫn hoặc hạn chế trong hình thức tuyên truyền. Các sai lệch này không chỉ liên quan đến nội dung mà còn bao gồm cách thức trình bày khô cứng, thiếu tính thuyết phục hoặc không phù hợp với ngôn ngữ và trải nghiệm của người tiếp nhận. Trong môi trường mạng xã hội, những nhận xét như vậy thường được thể hiện qua bình luận, bài viết phản hồi, video phân tích hoặc các hình thức diễn giải lại nội dung tuyên truyền. Truyền thông mạng lưới tạo ra không gian phân tán quyền lực. Nó cho phép các cá nhân và cộng đồng phản biện các diễn ngôn chính thống bằng cách đưa ra các cách hiểu và đánh giá khác nhau.

Trên bình diện rộng hơn, sự tham gia giám sát của công chúng số dẫn tới sự hình thành vai trò phản biện xã hội trong không gian truyền thông số. Phản biện xã hội trong bối cảnh này không chỉ là sự phủ định hay đối lập, mà là quá trình thảo luận, đánh giá và đề xuất điều chỉnh đối với các nội dung và phương thức tuyên truyền. Phản biện là yếu tố cốt lõi của không gian công, nơi các lập luận được kiểm nghiệm thông qua trao đổi lý tính. Khi không gian công được mở rộng lên môi trường số, phản biện xã hội diễn ra với cường độ cao hơn và phạm vi rộng hơn, đặc biệt đối với các vấn đề mang tính chính trị – tư tưởng.

Ở khía cạnh tích cực, vai trò phản biện của công chúng số được xem là cơ hội để nâng cao chất lượng công tác tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị. Những phản hồi mang

tính xây dựng giúp các chủ thể tuyên truyền nhận diện kịp thời các điểm chưa phù hợp trong nội dung hoặc phương pháp tiếp cận. Theo Benkler thì “Môi trường truyền thông mạng lưới cho phép sự tham gia rộng rãi của cá nhân vào việc sản xuất và phân phối thông tin” (Benkler, 2006, tr. 2). môi trường truyền thông mạng lưới khuyến khích sự tham gia rộng rãi của xã hội vào quá trình sản xuất và đánh giá thông tin, từ đó tạo điều kiện cải thiện chất lượng diễn ngôn công cộng. Trong trường hợp tuyên truyền lý luận chính trị, phản biện xã hội có thể góp phần làm cho nội dung trở nên gần gũi hơn với thực tiễn, dễ tiếp cận hơn với các nhóm công chúng khác nhau và có sức thuyết phục cao hơn.

Tuy nhiên, sự mở rộng vai trò giám sát và phản biện của công chúng số cũng đặt ra những thách thức đáng kể đối với quản trị truyền thông. Một mặt, không phải mọi hoạt động phản biện đều dựa trên thông tin chính xác hoặc lập luận khoa học. Trong môi trường số, các quan điểm cảm tính, suy diễn hoặc bị chi phối bởi thuật toán lan truyền có thể nhanh chóng thu hút sự chú ý, làm nhiễu loạn không gian thảo luận. Gillespie (2018) chỉ ra rằng: “Các nền tảng số đóng vai trò quan trọng trong việc điều phối và kiểm soát nội dung, song các cơ chế này thường thiếu minh bạch và khó bảo đảm sự cân bằng giữa tự do biểu đạt và định hướng thông tin (Gillespie, 2018, Tr. 45).

Mặt khác, sự gia tăng giám sát xã hội đòi hỏi các chủ thể tuyên truyền phải thích ứng với áp lực công khai và trách nhiệm giải trình cao hơn. Trong điều kiện truyền thông số, mọi sai sót trong nội dung hoặc cách thức tuyên truyền đều có khả năng bị khuếch đại và lan truyền nhanh chóng, ảnh hưởng đến uy tín và mức độ tin cậy của các cơ quan, tổ chức chính trị. Do đó, quản trị truyền thông hiện nay không chỉ là quản lý nội dung phát đi, mà còn bao gồm năng lực tiếp nhận phản hồi, xử lý phản biện và tham gia đối thoại một cách chủ động và có trách nhiệm.

Từ chủ thể giám sát sang chủ thể lan tỏa thông tin

Khi công chúng số đã hình thành năng lực tương tác, giám sát và phản biện, vai trò của họ trong hệ sinh thái truyền thông số tiếp tục mở rộng sang chức năng lan tỏa thông tin và kiến tạo diễn ngôn. Trong môi trường truyền thông mạng lưới, lan tỏa không chỉ là hành vi kỹ thuật như chia sẻ hay chuyển tiếp nội dung, mà là quá trình lựa chọn, diễn giải lại và gắn thông tin với hệ giá trị, cảm xúc và kinh nghiệm cá nhân.

Quyền lực truyền thông trong xã hội mạng lưới ngày càng được xác lập thông qua khả năng định hình dòng chảy thông tin và khả năng khiến thông điệp được tiếp nhận, ghi nhớ và tái sản xuất trong cộng đồng.

Trong hệ sinh thái truyền thông số, cơ chế lan tỏa thông tin vận hành chủ yếu thông qua mạng xã hội và các nền tảng số dựa trên kết nối cá nhân. Thông tin lý luận chính trị, khi được công chúng tiếp nhận, có thể được chia sẻ nguyên bản, diễn giải lại dưới dạng bình luận, bài viết phân tích, video ngắn hoặc các hình thức sáng tạo nội dung thứ cấp. Nghiên cứu của Lerman và Ghoshcho thấy sự lan truyền thông tin trên mạng xã hội phụ thuộc mạnh mẽ vào cấu trúc mạng lưới và mối quan hệ giữa các cá nhân, thay vì chỉ dựa vào độ tin cậy hay tính chính thống của nguồn phát. “Chúng tôi cho thấy mạng xã hội đóng vai trò then chốt trong sự lan truyền thông tin... và cấu trúc mạng lưới ảnh hưởng đến động lực lan truyền thông tin.” (Lerman và Ghosh. 2010, Tr.1). Điều này lý giải vì sao trong nhiều trường hợp, một nội dung được lan tỏa rộng rãi không phải do phát đi từ kênh chính thức, mà thông qua các cá nhân hoặc cộng đồng có ảnh hưởng trong mạng xã hội.

Từ góc độ chủ thể, quá trình lan tỏa thông tin dẫn đến sự hình thành các “hạt nhân lan tỏa” trong không gian truyền thông số. Những chủ thể này có thể là nhà báo, giảng viên lý luận, cán bộ tuyên giáo, đảng viên trẻ hoặc các cá nhân có uy tín xã hội và khả năng kết nối cao trên nền tảng số. Trong bối cảnh số, vai trò của người dẫn dắt dư luận (Opinion Leader) được mở rộng và đa dạng hóa, khi bất kỳ cá nhân nào sở hữu lượng người theo dõi ổn định và khả năng diễn đạt thuyết phục đều có thể tham gia định hướng dư luận. Đối với tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị, các hạt nhân lan tỏa này trở thành cầu nối giữa nội dung lý luận mang tính khái quát với đời sống xã hội cụ thể.

Việc công chúng tham gia lan tỏa thông tin lý luận chính trị tạo ra những tác động tích cực đáng kể. Trước hết, nội dung lý luận có cơ hội tiếp cận các nhóm công chúng rộng hơn, đặc biệt là giới trẻ – nhóm có xu hướng tiếp nhận thông tin chủ yếu qua mạng xã hội. Khi lý luận được diễn giải bằng ngôn ngữ đời sống, gắn với các vấn đề xã hội cụ thể, mức độ tiếp nhận và đồng thuận có thể được cải thiện. Truyền thông chính trị trong môi trường số ngày càng mang tính “cá nhân hóa kết nối”, trong đó thông điệp được lan tỏa hiệu quả hơn khi gắn với trải nghiệm và cảm xúc của người chia sẻ.

Tuy nhiên, quá trình lan tỏa thông tin cũng đi kèm với những rủi ro và hệ quả phức tạp. Khi nội dung lý luận được tái sản xuất qua nhiều tầng trung gian, nguy cơ giản lược hóa, lệch nghĩa hoặc bị cắt rời khỏi bối cảnh ban đầu là điều khó tránh khỏi. Môi trường truyền thông số có thể thúc đẩy sự hình thành các cộng đồng thông tin khép kín, nơi các quan điểm tương đồng được khuếch đại và các cách hiểu khác biệt bị loại trừ. Trong bối cảnh đó, việc lan tỏa thông tin lý luận chính trị có thể dẫn đến hiện tượng phân mảnh nhận thức, làm suy giảm tính thống nhất trong diễn ngôn chính trị nếu thiếu định hướng phù hợp.

Một yếu tố khác cần lưu ý là vai trò của thuật toán nền tảng trong việc khuếch đại lan tỏa. Các nền tảng số ưu tiên hiển thị những nội dung có khả năng tạo tương tác cao, điều này khiến các thông điệp mang tính cảm xúc, gây tranh luận hoặc đơn giản hóa vấn đề có lợi thế hơn trong quá trình lan truyền. Đối với truyền thông, giáo dục lý luận chính trị, vốn đòi hỏi tính chính xác, hệ thống luận điểm chặt chẽ và chiều sâu lý luận, cơ chế này đặt ra thách thức lớn trong việc duy trì chất lượng nội dung khi tham gia vào dòng chảy thông tin nhanh và cạnh tranh.

Việc công chúng trở thành chủ thể lan tỏa thông tin đòi hỏi sự điều chỉnh chiến lược tuyên truyền. Thay vì chỉ tập trung vào việc phát đi thông tin, các cơ quan và chủ thể tuyên truyền cần chú trọng xây dựng mạng lưới cộng tác viên, hạt nhân lan tỏa có định hướng chính trị vững vàng và năng lực truyền thông số. Đồng thời, cần coi lan tỏa xã hội là một quá trình đồng kiến tạo diễn ngôn, trong đó vai trò của nhà nước và các tổ chức chính trị chuyển từ kiểm soát tuyệt đối sang dẫn dắt, hỗ trợ và định hướng.

Nhìn tổng thể, sự chuyển dịch từ chủ thể giám sát sang chủ thể lan tỏa thông tin phản ánh mức độ tham gia ngày càng sâu của công chúng vào hệ sinh thái truyền thông số. Quá trình này mở ra khả năng phát huy sức mạnh xã hội trong tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị, đồng thời đặt ra yêu cầu cao về năng lực quản trị, định hướng và bảo vệ tính chính xác, nhất quán trong môi trường số hóa.

3.2. Thảo luận

Quá trình chuyển dịch vai trò của công chúng từ đối tượng tiếp nhận sang chủ thể tương tác, giám sát, phản biện và lan tỏa thông tin đã làm biến đổi nền tảng vận hành

của truyền thông trong lĩnh vực tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị. Sự biến đổi này mở ra những khả năng mới trong việc nâng cao tính đối thoại và mức độ tham gia của xã hội, đồng thời đặt ra những yêu cầu điều chỉnh căn bản về tư duy, phương thức tổ chức và năng lực quản trị truyền thông trong môi trường số.

Một trong những vấn đề nổi bật là sự lệch pha giữa tư duy tuyên truyền truyền thống và hành vi truyền thông của công chúng trong không gian số. Trong khi cách tiếp cận truyền thống dựa trên giả định về tính ổn định của thông điệp và khả năng kiểm soát tương đối đối với nội dung, thì thực tiễn truyền thông số lại vận hành theo logic linh hoạt, phân tán và phụ thuộc mạnh vào trải nghiệm cá nhân. Công chúng tiếp cận thông tin thông qua các dòng chảy nội dung ngắn, trực quan và gắn với cảm xúc, khiến những nội dung lý luận mang tính khái quát cao gặp khó khăn trong việc duy trì sự chú ý và tạo lập sự đồng thuận. Khi khoảng cách này chưa được thu hẹp, thông điệp tuyên truyền dễ rơi vào trạng thái thiếu sức hấp dẫn, dù vẫn bảo đảm tính định hướng về mặt nội dung.

Bên cạnh đó, việc thực hiện các vai trò mới của công chúng trong hệ sinh thái truyền thông số cũng đối mặt với nhiều giới hạn mang tính cấu trúc. Sự gia tăng mức độ tương tác chưa đồng nghĩa với sự gia tăng về chất lượng tương tác, khi nhiều hoạt động phản hồi vẫn mang tính cảm tính, phân tán hoặc chịu ảnh hưởng của tâm lý đám đông. Năng lực phân tích, đối chiếu và đánh giá thông tin của một bộ phận công chúng còn hạn chế, dẫn đến nguy cơ hình thành các diễn ngôn thiếu kiểm chứng hoặc bị lệch hướng trong quá trình lan tỏa. Trong môi trường mà tốc độ lan truyền thông tin được ưu tiên, các nội dung mang tính rút gọn hoặc đơn giản hóa thường có lợi thế hơn so với các lập luận lý luận có cấu trúc chặt chẽ, từ đó tạo ra sự căng thẳng giữa yêu cầu về tính chính xác và yêu cầu về khả năng tiếp cận.

Khó khăn này càng trở nên rõ nét khi xem xét vai trò giám sát và phản biện xã hội. Công chúng có điều kiện tham gia kiểm chứng và đánh giá nội dung tuyên truyền, song khả năng duy trì đối thoại lý tính và phân tích có hệ thống chưa phải lúc nào cũng được bảo đảm. Các tranh luận trong không gian mạng có xu hướng bị chi phối bởi cảm xúc hoặc bởi cơ chế hiển thị của nền tảng, khiến những quan điểm cực đoan hoặc thiếu cơ sở khoa học dễ dàng thu hút sự chú ý. Trong bối cảnh đó, vai trò phản biện có thể chuyển từ một nguồn lực nâng cao chất lượng diễn ngôn sang một yếu tố

làm gia tăng nhiễu loạn thông tin nếu thiếu định hướng phù hợp.

Ở chiều ngược lại, quá trình lan tỏa thông tin cũng đặt ra thách thức đối với việc duy trì tính nhất quán của nội dung lý luận chính trị. Khi thông tin được tái sản xuất qua nhiều tầng trung gian, mỗi chủ thể tham gia lan tỏa đều có xu hướng diễn giải lại nội dung theo kinh nghiệm và hệ giá trị cá nhân. Điều này tạo điều kiện mở rộng phạm vi tiếp cận, song đồng thời làm gia tăng nguy cơ sai lệch về nghĩa hoặc giản lược nội dung. Trong môi trường truyền thông số, nơi các thuật toán ưu tiên nội dung có khả năng tạo tương tác cao, những thông điệp mang tính cảm xúc hoặc gây tranh luận thường được khuếch đại, làm suy giảm lợi thế của các nội dung lý luận đòi hỏi chiều sâu phân tích.

Những thách thức trên cho thấy việc phát huy hiệu quả vai trò của các chủ thể truyền thông trong hệ sinh thái số không thể dựa vào các cơ chế vận hành truyền thống, mà cần được đặt trong một khuôn khổ tiếp cận mới, kết hợp giữa nâng cao năng lực cá nhân và điều chỉnh phương thức tổ chức truyền thông. Trước hết, việc phát triển năng lực số cần được hiểu theo nghĩa rộng, bao gồm khả năng đánh giá thông tin, tư duy phản biện và năng lực tham gia đối thoại có cơ sở lý luận. Khi công chúng được trang bị những năng lực này, hoạt động tương tác và phản biện sẽ có điều kiện chuyển từ phản ứng cảm tính sang trao đổi mang tính xây dựng, góp phần nâng cao chất lượng diễn ngôn trong không gian mạng.

Cùng với đó, nội dung tuyên truyền cần được thiết kế theo hướng linh hoạt và đa tầng, cho phép nhiều cấp độ tiếp cận khác nhau. Việc kết hợp giữa các hình thức trình bày khái quát và các ví dụ cụ thể, giữa diễn giải học thuật và ngôn ngữ đời sống, giúp thu hẹp khoảng cách giữa lý luận và trải nghiệm xã hội. Khi nội dung được cấu trúc phù hợp với đặc điểm tiếp nhận của công chúng số, khả năng lan tỏa và mức độ đồng thuận có thể được cải thiện mà không làm suy giảm tính chính xác của luận điểm. Một hướng tiếp cận khác là xây dựng các mạng lưới chủ thể trung gian có năng lực chuyên môn và uy tín xã hội, đóng vai trò kết nối giữa nội dung lý luận và cộng đồng công chúng. Những "hạt nhân lan tỏa" này tham gia vào quá trình diễn giải, định hướng thảo luận và duy trì tính nhất quán của thông tin trong quá trình lan truyền. Sự hiện diện của các chủ thể có năng lực giúp giảm thiểu nguy cơ lệch chuẩn diễn ngôn, đồng thời tạo ra các không gian trao đổi có chất lượng cao hơn trong môi trường số.

Cuối cùng, yêu cầu nâng cao năng lực quản trị truyền thông trở nên đặc biệt quan trọng trong bối cảnh hiện nay. Quản trị truyền thông không còn dừng lại ở việc kiểm soát nội dung phát đi, mà cần chuyển sang theo dõi, phân tích và tham gia vào các dòng chảy thông tin trong thời gian thực. Việc nhận diện sớm các xu hướng thông tin, triển khai phản hồi phù hợp và duy trì sự hiện diện chủ động của các chủ thể chính thống giúp định hướng quá trình tương tác theo hướng tích cực. Khi các yếu tố này được triển khai một cách đồng bộ, vai trò của công chúng trong hệ sinh thái truyền thông số sẽ được phát huy theo hướng đóng góp vào việc nâng cao hiệu quả và tính thuyết phục của công tác tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị.

4. Kết luận

Sự thay đổi vai trò của chủ thể trong hệ sinh thái truyền thông số phản ánh một chuyển biến sâu sắc của môi trường truyền thông đương đại và đặt ra những yêu cầu mới đối với công tác tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị. Khi công chúng không còn dừng lại ở vị thế tiếp nhận thụ động mà tham gia tương tác, giám sát, phản biện và lan tỏa thông tin, quá trình truyền thông lý luận chính trị trở thành một không gian động, đa chiều và chịu tác động mạnh mẽ từ hành vi xã hội cũng như cơ chế vận hành của nền tảng số. Thực tiễn này cho thấy hiệu quả tuyên truyền không thể chỉ dựa vào tính chính thống của thông điệp, mà phụ thuộc ngày càng lớn vào khả năng đối thoại, thuyết phục và đồng kiến tạo diễn ngôn với công chúng.

Trong bối cảnh đó, việc đổi mới tư duy và phương thức tổ chức tuyên truyền-là yêu cầu tất yếu. Cách tiếp cận đồng hành với chủ thể truyền thông, nâng cao năng lực số và năng lực đối thoại của đội ngũ làm công tác lý luận, đồng thời chú trọng xây dựng niềm tin xã hội cần được xem là những định hướng chiến lược lâu dài. Chỉ khi thích ứng kịp thời với logic vận hành của hệ sinh thái truyền thông số, công tác tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị mới có thể giữ vững vai trò định hướng, nâng cao sức thuyết phục và phát huy hiệu quả trong bối cảnh truyền thông hiện nay./.

Tài liệu tham khảo

1. Benkler, Y. (2006). The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom. Yale University Press.

2. Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
3. Bộ Chính trị. (2018). Nghị quyết số 35-NQ/TW ngày 22/10/2018 về tăng cường bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch trong tình hình mới.
4. Bộ Chính trị. (2021). Kết luận số 01-KL/TW ngày 18/5/2021 về tiếp tục thực hiện Chỉ thị số 05-CT/TW của Bộ Chính trị khóa XII.
5. Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
6. Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power* (2nd ed.). Oxford University Press.
7. Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
8. Đảng Cộng sản Việt Nam. (2021). Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII (Tập I). Nxb Chính trị quốc gia Sự thật.
9. Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
10. Habermas, J. (1989). The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society (T. Burger & F. Lawrence, Trans.). MIT Press. (Original work published 1962)
11. Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
12. Lerman, K., & Ghosh, R. (2010). Information contagion: An empirical study of the spread of news on Digg and Twitter social networks. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 4(1).
13. Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Harcourt, Brace and Company.
14. McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
15. Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
16. Stromer-Galley, J. (2014). *Presidential campaigning in the Internet age*. Oxford University Press.

17. Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
18. Tarde, G. (1901/1969). *On communication and social influence: Selected papers*. University of Chicago Press.
19. Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
20. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.