

# TUYÊN TRUYỀN CHÍNH TRỊ TRÊN MẠNG XÃ HỘI Ở TRUNG QUỐC VÀ MỘT SỐ VẤN ĐỀ GỢI MỞ CHO VIỆT NAM

Nguyễn Thị Xiêm

*Trường Đại học Thủ đô Hà Nội*

**Tóm tắt:** Cùng với sự phát triển công nghệ, tuyên truyền chính trị trên mạng xã hội đang ngày càng nhận được sự quan tâm của nhiều quốc gia trên thế giới. Ở Trung Quốc, hoạt động này đạt nhiều hiệu quả trong việc tiếp cận được số đông người dân với tốc độ nhanh chóng hơn các hình thức truyền thông truyền thống. Trong phạm vi bài viết này, tác giả đã trình bày một số kinh nghiệm về hoạt động tuyên truyền chính trị trên mạng xã hội Sina Weibo ở Trung Quốc từ đó rút ra một số giá trị tham chiếu cho hoạt động truyền thông trên mạng xã hội ở Việt Nam trong việc nâng cao hiệu quả hơn nữa công tác này trong thời gian tới.

**Từ khóa:** công tác tư tưởng, mạng xã hội, Trung Quốc, tuyên truyền chính trị, Việt Nam.

Nhận bài ngày 20.6.2024; gửi phản biện, chỉnh sửa, duyệt đăng ngày 30.8.2024

Liên hệ tác giả: Nguyễn Thị Xiêm; Email: ntxiem@daihocthudo.edu.vn

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ở Trung quốc, việc tuyên truyền chính trị được Đảng và Nhà nước đặc biệt quan tâm. Ngoài các kênh thông tin truyền thống như báo in, đài phát thanh, truyền hình thì nền tảng mạng xã hội nổi tiếng như Sina Weibo, các diễn đàn xã hội trực tuyến và webiste đang ngày càng được Đảng và Chính phủ Trung Quốc chú trọng đầu tư và phát triển.

Theo dữ liệu từ Trung tâm Thông tin Mạng Internet Trung Quốc, tính đến tháng 6 năm 2023, số người dùng Internet đã đạt 1,079 tỷ, tăng 11,09 triệu so với tháng 12 năm 2022 [1]. Trong đó, Sina Weibo là một trong những nền tảng mạng xã hội phổ biến nhất Trung Quốc. Kể từ khi Facebook và Twitter bị hạn chế tại Trung Quốc, Sina Weibo được ra đời như một hình thức thay thế cho các ứng dụng trên, với 586 triệu người dùng mỗi tháng, trong đó 252 triệu người có tương tác hằng ngày [2]. Sina Weibo được sử dụng không chỉ bởi người dùng thông thường mà còn bởi những nghệ sĩ nổi tiếng, giới truyền thông, những người thuộc cơ quan Chính phủ hoặc doanh nghiệp do Sina Weibo có tính xác minh nghiêm ngặt. Đảng và Chính phủ Trung Quốc đã tận dụng sự phổ biến của nền tảng này để tiếp cận được dễ dàng với một số lượng lớn người dân Trung Quốc. Điều này đặt ra cho Đảng Cộng sản Trung Quốc yêu cầu cần phải truyền thông chính trị trên mạng xã hội trong đó có Sina Weibo cho người dân. Tại Hội nghị về Công tác an ninh mạng và thông tin, Tổng bí thư – Chủ tịch nước Tập Cận Bình nhấn mạnh “Quần chúng ở đâu, cán bộ lãnh đạo của chúng ta phải đi”. Nếu tuyên truyền chính trị trên mạng xã hội được thực hiện tốt sẽ

nâng cao đáng kể sức mạnh mềm văn hóa của Trung Quốc và thậm chí còn đóng góp nổi bật cho nền văn minh chính trị của nhân loại.

Vấn đề này nhận được nhiều sự quan tâm của học giả Trung Quốc và Việt Nam, tiêu biểu có Tôn Gia Húc với bài nghiên cứu “*Nghiên cứu ứng dụng mạng xã hội trong giáo dục chính trị tư tưởng cho sinh viên đại học*” [3] hay Lý Hy Quang với bài viết “*Những gợi ý về nỗ lực đoàn kết trái tim của đảng và giành được trái tim và khối óc của người dân trên mạng xã hội*” [4],... Ở Việt Nam, có những nghiên cứu tiêu biểu của Cao Thu Hằng, Lê Trọng Tuyên (2022) với “*Nâng cao hiệu quả sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội trong truyền thông chính trị ở Việt Nam hiện nay*” [5]; Nguyễn Thị Trường Giang (2023) “*Kinh nghiệm của Trung Quốc trong phát huy vai trò của công tác tuyên truyền, góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng, chế độ chính trị*” [6]; Trần Thị Quang Hoa, Nguyễn Duy Quỳnh, Nguyễn Thu Trang, Nguyễn Duy Hà Ngân (2024) “*Tuyên truyền chính trị trên môi trường mạng ở một số quốc gia và kinh nghiệm*” [7],... Những công trình trên đều cho rằng sự cần thiết của việc tuyên truyền chính trị trên mạng xã hội trong hoạt động tư tưởng của các Đảng Cộng sản ở Việt Nam và Trung Quốc. Trong phạm vi bài viết này, tác giả nghiên cứu một số hoạt động về tuyên truyền chính trị trên mạng xã hội và giá trị tham chiếu với Việt Nam trong hoạt động tuyên truyền chính trị trong giai đoạn hiện nay.

## 2. NỘI DUNG

### 2.1. Tăng cường vai trò lãnh đạo của Đảng, quản lý của Nhà nước đối với truyền thông trên mạng xã hội

Kể từ khi thành lập đến nay, Đảng Cộng sản Trung Quốc đặc biệt quan tâm đến hoạt động tuyên truyền chính trị Đảng. Chủ tịch Mao Trạch Đông từng chỉ ra rằng “việc thắt chặt kiểm soát truyền thông là điều kiện tiên quyết” để duy trì ổn định chính trị và ví việc “kiểm soát ngòi bút” quan trọng như “kiểm soát ngòi súng” [8, tr.1131]. Trong suốt một trăm năm thành lập và phát triển, Đảng Cộng sản Trung Quốc luôn coi truyền thông và quản lý thông tin là ưu tiên hàng đầu, dành nguồn lực vật chất và bộ máy nhân lực đáng kể cho tuyên truyền. Hiện nay, cùng với sự phát triển mạnh mẽ về kinh tế, Trung Quốc vươn lên trở thành cường quốc hàng đầu thế giới, truyền thông và tư tưởng càng được Đảng Cộng sản Trung Quốc quan tâm, chú trọng.

Về hoạt động quản lý, lãnh đạo của Đảng, Trung Quốc hiện có nhiều chính sách, biện pháp tăng quyền kiểm soát trực tiếp của Đảng đối với hoạt động tuyên truyền. Hiện tại, Chính phủ Trung Quốc không quản lý hoạt động phim ảnh, báo chí và xuất bản mà Đảng Cộng sản Trung Quốc lãnh đạo trực tiếp các hoạt động đó dưới sự quản lý của Cục Điện ảnh Quốc gia và Văn phòng Báo chí và Xuất bản Quốc gia thuộc Ban Tuyên giáo. Các đài phát thanh và truyền hình chính của Nhà nước như: Đài Quốc gia Trung Quốc, Đài Phát thanh Quốc tế Trung Quốc và Đài Truyền hình Trung ương Trung Quốc bao gồm cả chi nhánh quốc tế, Mạng lưới Truyền hình Toàn cầu Trung Quốc đã được hợp nhất thành Tập đoàn Truyền thông Trung Quốc (CMG) với hơn 14.000 nhân viên. Tập đoàn Truyền thông Trung Quốc là một tổ chức cấp bộ được đặt dưới sự lãnh đạo trực tiếp của Ban Tuyên giáo Trung Quốc. Các cơ quan của Nhà nước giám sát các ngành công nghiệp báo chí và xuất bản từ năm 1970 và ngành công nghiệp điện ảnh từ năm 1949 đã được chuyển giao sang sự

quản lý trực tiếp của Đảng [9]. Như vậy, trách nhiệm quản lý Nhà nước về báo chí, xuất bản, phát thanh, truyền hình và phim ảnh đều được chuyển về Ban Tuyên giáo của Đảng. Ban Tuyên giáo trực tiếp thực hiện các định hướng về truyền thông của Trung ương Đảng Cộng sản Trung Quốc.

Ngày 31/8/2019, Trung ương Đảng Cộng sản Trung Quốc đã ban hành thông tư về Quy chế truyền thông của Đảng [10]. Thông tư nêu rõ truyền thông là một công việc vô cùng quan trọng của Đảng và là truyền thông tốt đẹp, lợi thế chính trị để Đảng Cộng sản Trung Quốc lãnh đạo nhân dân không ngừng nắm bắt thắng lợi của cách mạng, xây dựng và cải cách. Việc ban hành Quy chế thể hiện tầm quan trọng to lớn của Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Trung Quốc trong tuyên truyền, là nòng cốt, đánh dấu một bước tiến mới trong chuẩn hóa khoa học và thể chế hóa tuyên truyền. Thông tư kêu gọi các cấp ủy Đảng (tổ chức đảng) các cấp học tập và thực hiện Quy chế là nhiệm vụ chính trị quan trọng, nỗ lực diễn giải, giám sát tốt tuyên truyền, tăng cường hơn nữa sự lãnh đạo chung của Đảng đối với tuyên truyền, bảo đảm việc ra quyết định chủ yếu của Ban Chấp hành Trung ương Đảng về truyền thông được triển khai trong thực tiễn [9].

Chính phủ Trung Quốc đã nhận thấy nhiều tiềm năng từ việc sử dụng mạng xã hội trong hoạt động tuyên truyền, giáo dục tư tưởng của Đảng Cộng sản Trung Quốc. Trong thời gian qua, hệ tư tưởng của Đảng Cộng sản Trung Quốc thường xuyên được bổ sung phát triển. Đại hội XVIII của Đảng Cộng sản Trung Quốc khẳng định “Quan điểm phát triển khoa học là sự kết tinh trí tuệ tập thể của Đảng Cộng sản Trung Quốc, là tư tưởng chỉ đạo lâu dài của Đảng: “Chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Mao Trạch Đông, lý luận Đặng Tiểu Bình, tư tưởng quan trọng Ba đại diện và phát triển quan khoa học là kim chỉ nam cho hành động của Đảng Cộng sản Trung Quốc””. Đến Đại hội XIX, Đảng Cộng sản Trung Quốc đã bổ sung tư tưởng Tập Cận Bình và CNXH đặc sắc Trung Quốc thời đại mới vào hệ tư tưởng, trở thành kim chỉ nam hành động của Đảng, cùng với chủ nghĩa Mác, tư tưởng Mao Trạch Đông, lý luận Đặng Tiểu Bình, tư tưởng quan trọng Ba đại diện, quan điểm phát triển khoa học.

Từ năm 2016, Quốc vụ viện Trung Quốc đã ban hành yêu cầu trong đó “Internet kết hợp với các dịch vụ thuộc Chính phủ” được coi là “công cụ thiết yếu” để Chính phủ cải thiện và cải tổ lại hệ thống dịch vụ công. Ngay khi yêu cầu được đưa vào thực thi, các bộ và các cơ quan thuộc Chính phủ tại tất cả các cấp đã tự tạo tài khoản của riêng họ trên Sina Weibo. Đến cuối năm 2018, Trung Quốc đã có 138.253 tài khoản Sina Weibo thuộc về các cơ quan Nhà nước bao gồm các bộ, ban, ngành ở cấp trung ương cho đến các chính quyền tại địa phương. Đây được xem như một sự thay đổi mang tính quyết định, thể hiện rằng Chính phủ Trung Quốc đã nhận thấy vai trò quan trọng của mạng xã hội trong việc tìm hiểu và kết nối với dư luận, từ đó tạo ra ảnh hưởng tới công chúng theo định hướng của Đảng và Nhà nước. Bằng việc lựa chọn thông tin nào được đưa lên đầu tiên và tần suất xuất hiện ra sao, Chính phủ sẽ thu hút được sự chú ý và định hướng được người dân điều gì là cần thiết, là quan trọng trong mỗi giai đoạn. Thêm vào đó, với sự phản ánh sinh động những thành tựu mà Đảng và Chính phủ Trung Quốc đạt được trong quá trình phát triển đất nước, hoạt động truyền thông đã gây dựng và củng cố niềm tin của người dân với các nhà lãnh đạo của mình. Tuy nhiên, do mạng xã hội cũng tiềm ẩn nhiều nguy cơ đến từ các thông tin không

chính thống, sai sự thật nên Chính phủ Trung Quốc cũng áp dụng nhiều biện pháp quản lý chặt chẽ, trong đó có việc hạn chế nguồn truy cập Internet và yêu cầu người dùng phải đăng ký chính chủ [11, pp.1-22]. Thêm vào đó, Luật An ninh mạng quốc gia của nước này được thông qua năm 2016 đã quy định việc tạo ra hoặc phát tán tin sai sự thật trên mạng xã hội đều được xếp vào là một loại tội phạm. Quy định của Hội đồng Nhà nước ban hành năm 2017 yêu cầu các nền tảng truyền thông xã hội chỉ được liên kết và đăng lại các bài báo từ các nguồn truyền thông tin tức đã đăng ký. Hội đồng Nhà nước từ năm 2018 đã yêu cầu các trang tiêu blog bác bỏ những tin sai sự thật trên nền tảng của họ, đồng thời cảnh báo người dùng về những tin tức đó. Ngoài ra, Trung Quốc cũng đưa ra một ứng dụng cho phép người dân báo cáo những thông tin có nguy cơ là tin giả hoặc tin sai lệch. Ứng dụng này cũng được tích hợp với các nền tảng như Sina Weibo và WeChat nhằm gia tăng khả năng tìm kiếm tin giả trên diện rộng.

Như vậy, hoạt động tuyên truyền chính trị của Trung Quốc thông qua mạng xã hội đã được chú trọng đầu tư và được tiến hành đồng bộ trong toàn hệ thống chính trị. Hoạt động này tập trung chủ yếu vào việc tuyên truyền, giáo dục tư tưởng cho người dân, đồng thời thông tin đậm nét những thành tựu mà Đảng và Chính phủ Trung Quốc đã làm được, từ đó khiến người dân hiểu và thêm tin tưởng vào con đường mà Đảng Cộng sản Trung Quốc lựa chọn.

## **2.2. Tăng cường đầu tư, nguồn lực cho truyền thông trên mạng xã hội**

Theo công bố của Sở Kế hoạch Tài chính tỉnh Vân Nam (8/2/2024) tổng chi ngân sách của Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy Vân Nam Đảng Cộng sản Trung Quốc trong năm 2024 là 351.418.112,55 nhân dân tệ, trong đó ngân sách chủ yếu chi cho nhân sự [12]. Hiện nay, Trung Quốc huy động các nguồn lực cho truyền thông trên mạng xã hội. Bộ An ninh Trung Quốc còn thành lập đội “Cảnh sát mạng” và “Tình nguyện viên cảnh sát mạng” nhằm tăng cường kiểm duyệt các nội dung nhạy cảm có tác động xấu đến xã hội. Hiện có khoảng 50.000 cảnh sát mạng thực hiện quản lý các nội dung trực tuyến và tiến hành điều tra các hoạt động gian lận, lừa đảo, khiêu dâm, đặc biệt ngăn chặn tội phạm, khủng bố trên không gian mạng. Đồng hành cùng lực lượng trên là gần 2 triệu tình nguyện viên cảnh sát mạng theo dõi và hướng dẫn việc sử dụng Internet của người dân; giúp các cơ quan bảo mật mạng kịp thời phát hiện các lỗ hổng; ngăn chặn các đề tài, hình ảnh độc hại và lan toả những thông tin tích cực; hỗ trợ cảnh sát bảo vệ an ninh mạng. Đội ngũ tình nguyện viên cảnh sát mạng có sự tham gia đông đảo của cư dân mạng, đặc biệt là sinh viên của các trường đại học thông qua chương trình “Hãy nổi lên ngọn gió của một nền văn minh Internet”. Họ có mặt trên mọi diễn đàn và mạng xã hội để kiểm soát và định hướng hơn người Trung Quốc dùng Internet, thậm chí có cả nhân viên chuyên nghiệp ở nước ngoài. Bộ An ninh quốc gia Trung Quốc còn lập các đơn vị cảnh sát an ninh mạng ngay tại các công ty cung cấp dịch vụ Internet lớn và các trang web quan trọng như Alibaba, Tencent, Baidu nhằm hỗ trợ các công ty này quản lý an ninh mạng. Chính phủ Trung Quốc còn tuyển dụng nhiều chuyên gia để theo dõi và giám sát hoạt động của các phương tiện truyền thông, mạng xã hội, thường xuyên gửi các báo cáo về các nội dung, bài viết trên mạng, các từ khoá được tìm kiếm nhiều nhất,... Toàn bộ hệ thống mạng Internet ở Trung Quốc đã trở thành “Chinternet” do Nhà nước kiểm soát chặt chẽ cả về nội dung, mạng lưới kết nối, ứng dụng

và các kênh giao tiếp. Great Firewall phát huy hiệu quả trong ngăn chặn việc truy nhập tới nội dung không được phép, đồng thời giám sát và kiểm duyệt người dùng mạng Internet. Trung Quốc còn tăng cường sử dụng những KOL (Key Opinion Leader) là những chính khách, luật gia,... để họ trao đổi, nói chuyện, dẫn dắt dư luận trên các diễn đàn, blog, nhằm hình thành “kỷ luật tự giác” của người sử dụng mạng.

### **2.3. Sáng tạo trong tuyên truyền, giáo dục, tiếp cận nhân dân**

Năm 2013, ở Trung Quốc phổ biến các bộ phim hoạt hình chính trị trên mạng hội. Trong đó bộ phim hoạt hình đầu tiên có tiêu đề “*Các nhà lãnh đạo được rèn luyện nên như thế nào*” có nội dung so sánh cuộc bầu cử ở Trung Quốc với các cuộc bầu cử ở phương Tây, chẳng hạn như Mỹ và Anh đã thu hút hơn 10 triệu lượt xem trong vòng năm ngày kể từ khi được đăng trực tuyến [13]. Năm 2014, Ban Truyền thông Thành ủy Bắc Kinh đã phát hành loạt phim hoạt hình “*Thời gian của Chủ tịch Tập Cận Bình đã trôi qua thế nào?*” có nội dung xoay quanh các hoạt động như khảo sát, thăm cấp Nhà nước, cuộc họp, học tập và sở thích cá nhân là đọc sách, đi bộ đường dài, chơi bóng đá,... Loạt phim hoạt hình này sau đó còn được cải tiến thành các hình thức truyền thông có sự tương tác, bắt mắt về mặt hình ảnh, thiết kế, thu thập thông tin và hiệu đính, với sự đầu tư quy mô lớn, giúp người sử dụng có thể xem lịch trình của Tập Cận Bình tại các sự kiện đối ngoại quan trọng. Thành công của loạt phim hoạt hình đã khích lệ người làm truyền thông và cán bộ truyền thông sáng tạo để tìm ra cách truyền thông hình ảnh các nhà lãnh đạo. Điều đó cho thấy, sự cải tiến không ngừng trong cách thức truyền thông Trung Quốc tiếp cận với người dân, qua các cách thức, phương tiện và thông điệp khác nhau.

Chính phủ Trung Quốc coi mạng xã hội như một công cụ hữu hiệu và hiệu quả cho tuyên truyền. Tổng Bí thư – Chủ tịch nước Tập Cận Bình từng tuyên bố tại Hội nghị Công tác tư tưởng và truyền thông Quốc gia: “Mạng xã hội đã trở thành chiến trường chính để đấu tranh dư luận” [14]. Những điều này cho thấy sự đổi mới sáng tạo trong truyền thông của Đảng Cộng sản Trung Quốc để thực hiện mục tiêu “kể tốt câu chuyện của Trung Quốc, truyền thông tốt tiếng nói của Trung Quốc và thể hiện tốt các đặc điểm của Trung Quốc”.

### **2.4. Thiết lập cơ chế công khai truyền thông phẳng trên mạng xã hội**

Cơ chế truyền thông phẳng có từ thời kỳ Đảng Cộng sản Trung Quốc được thành lập. Truyền thông phẳng để phân biệt với mô hình dạng chóp hoặc dạng tháp – ở các mô hình đó, thông tin của lãnh đạo khi được đưa ra qua nhiều khâu trung gian, thông tin có thể được thêm bớt, cắt xén hoặc biên tập lại, khiến thông tin có thể bị sai lệch bản chất ban đầu. Cốt lõi của cơ chế truyền thông phẳng là lấy người dân làm trung tâm, Đảng và chính quyền đối thoại trực tiếp với người dân. Đặc biệt, những người lãnh đạo cao nhất của đảng nói trực tiếp với người dân thông qua các phương tiện truyền thông hiện đại những điều họ muốn nói trong lòng và trong Đảng, hình thành mạng lưới thông tin phẳng, trực tiếp hai chiều giữa Trung ương Đảng và nhân dân. Thông qua việc thiết lập cơ chế trao đổi thông tin phẳng giữa Trung ương Đảng, đảng viên, cán bộ và quần chúng nhân dân, có thể giảm bớt những thông tin sai lệch, ồn ào do cấp trung ương tạo ra trong quá trình phổ biến tiếng nói của Trung ương. Ủy ban và để tránh một số phương tiện truyền thông và mạng đưa tin không đầy đủ về các bài phát biểu của các quan chức cấp cao.

Các cán bộ lãnh đạo và đảng viên cần cung cấp thông tin thật trên các mạng xã hội như WeChat và Sina Weibo. Nếu mỗi đảng viên liên lạc trực tuyến với hai người ngoài đảng qua mạng xã hội, mỗi bí thư chi bộ liên lạc với 5 người ngoài đảng, mỗi bí thư đảng ủy và thường vụ đảng ủy liên lạc với 10 người ngoài đảng, môi trường dư luận trực tuyến sẽ như thế nào? Các bí thư chi bộ, bí thư đảng ủy và bộ trưởng truyền thông các cấp có thể tạo ra một thế lực hùng mạnh và không thể ngăn cản trong mạng xã hội bằng cách mở các tín hiệu công khai và Sina Weibo bằng tên thật của họ, đồng thời có thể công khai truyền thông trên WeChat và Sina Weibo mỗi ngày. Người dân không chỉ hiểu được chủ trương, chính sách của đảng, chính quyền thông qua các bài đăng trên WeChat, Sina Weibo của các đảng viên, cán bộ lãnh đạo này hàng ngày mà còn có thể giám sát công việc cá nhân, phong cách tư tưởng của các đảng viên và cán bộ lãnh đạo. Các cơ quan Đảng, chính quyền và cán bộ lãnh đạo các cấp theo dõi quần chúng thông qua mạng xã hội, kịp thời tiếp thu những ý kiến mang tính xây dựng, giúp đỡ quần chúng kịp thời khi khó khăn, nếu chưa hiểu thì thông tin kịp thời cho quần chúng. tình hình, có sự hiểu biết mơ hồ về quần chúng nếu kịp thời làm rõ sự việc thì mới có thể giải quyết kịp thời những bất bình, khiếu nại của quần chúng, kịp thời hướng dẫn, chấn chỉnh những quan niệm sai lầm trong xã hội. Bằng cách này, mạng xã hội đã trở thành một phương tiện mới để hiểu dân, gần dân, giải quyết vấn đề cho dân, trở thành một kênh mới phát huy dân chủ nhân dân và chấp nhận sự giám sát của nhân dân.

## **2.5. Một số giá trị tham chiếu về truyền thông trên mạng xã hội ở Việt Nam hiện nay**

Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng Cộng sản Việt Nam xác định tuyên truyền chính trị, tư tưởng là một trong những nhiệm vụ quan trọng của xây dựng Đảng nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ, đảng viên, tạo tiền đề thực hiện thắng lợi các mục tiêu, nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội, giữ vững quốc phòng - an ninh, xây dựng Đảng, xây dựng hệ thống chính trị trong sạch, vững mạnh. Trong thời gian vừa qua, hoạt động truyền thông trên mạng xã hội ở Việt Nam góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh chống những quan điểm sai trái, thù địch. Từ những kinh nghiệm về truyền thông trên mạng xã hội ở Trung Quốc Việt Nam có thể rút ra một số giải pháp cho hoạt động giáo dục chính trị trên mạng xã hội để thực hiện tốt nhiệm vụ tuyên truyền chính trị theo yêu cầu của Đảng:

*Thứ nhất*, các bộ, ngành cần khẩn trương hoàn thiện các quy định về quản lý Nhà nước trên không gian mạng, đẩy mạnh nghiên cứu xây dựng, đề xuất ban hành cơ chế, chính sách thu hút các tập đoàn, công ty công nghệ tham gia phát triển các ứng dụng, chương trình trí tuệ nhân tạo để đất nước có thể tiến tới tự chủ về lĩnh vực này, triển khai đồng bộ, có hiệu quả Quyết định số 127/QĐ-TTg, ngày 26/1/2021 của Thủ tướng Chính phủ về Chiến lược quốc gia về phát triển trí tuệ nhân tạo đến năm 2030. Thực hiện có hiệu quả Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XIII, đó là “Có chiến lược phát triển khoa học và công nghệ phù hợp với xu thế chung của thế giới và điều kiện đất nước, đáp ứng yêu cầu xây dựng và bảo vệ Tổ quốc trong giai đoạn mới, thích ứng với cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư”.

*Thứ hai*, biến “vùng đất mạng” vốn được coi là nơi sa sút về lĩnh vực tư tưởng, tư tưởng thành mảnh đất màu mỡ cho công tác tuyên truyền đường lối, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước. Tăng cường các biện pháp tuyên truyền nâng cao nhận thức cho cán bộ, đảng viên, quần chúng nhân dân về cơ hội và thách thức khi sử dụng các ứng dụng

sử dụng trí tuệ nhân tạo, đặc biệt tuyên truyền rõ về những hạn chế, những xu thế độc hại về trí tuệ nhân tạo, tránh thu hút sự quan tâm của người dân, đặc biệt là giới trẻ. Bảo đảm dòng thông tin chất lượng, chính xác, kịp thời từ truyền thông chính thống là thông điệp chủ đạo, tin cậy về các chủ đề liên quan đến các ứng dụng về trí tuệ nhân tạo mà dư luận xã hội quan tâm.

### 3. KẾT LUẬN

Tuyên truyền chính trị được sử dụng bằng nhiều phương thức khác nhau. Với đặc điểm thông tin nhanh, độ lan tỏa rộng, các phương tiện truyền thông xã hội đóng vai trò ngày càng quan trọng trong truyền thông các quan điểm, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước và nếu được tận dụng một cách phù hợp, sẽ góp phần tạo sự đồng thuận của xã hội và sự phát triển của đất nước.

Những phát triển và cải cách mới trong truyền thông cho thấy đã có những thay đổi của Đảng Cộng sản Trung Quốc trong cách nhìn nhận về hiệu quả của luồng thông tin đơn hướng từ Nhà nước đến công chúng. Nỗ lực và thành công trong việc sử dụng các phương tiện truyền thông mới của Đảng Cộng sản Trung Quốc đã tạo ra động lực mới trong truyền thông chính trị, trong đó không chỉ có cơ quan Đảng, mà cả truyền thông thương mại, các công ty truyền thông mới, độc lập và cư dân mạng đều chung tay thúc đẩy các giá trị chủ đạo, phát triển chủ nghĩa xã hội đặc sắc Trung Quốc.

Đảng và Chính phủ Việt Nam đã ban hành nhiều chính sách để tăng cường quản lý đối với các phương tiện truyền thông xã hội, giáo dục ý thức trách nhiệm của nhân dân trong sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội; cụ thể Chỉ thị số 28-CT/TW, ngày 16-9-2013, của Ban Bí thư Trung ương Đảng (khóa XI), “Về tăng cường công tác bảo đảm an toàn thông tin mạng”; Chỉ thị số 15/CT-TTg, ngày 17-6-2014, của Chính phủ “Về tăng cường công tác bảo đảm an ninh và an toàn thông tin mạng trong tình hình mới”; Thông báo số 17/TB-VPTW, ngày 23-8-2016, của Thường trực Ban Bí thư “Về biện pháp cấp bách bảo đảm an ninh, an toàn thông tin mạng”; 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”; Luật An ninh mạng năm 2018, Quy tắc sử dụng mạng xã hội của người làm báo Việt Nam; Bộ Quy tắc ứng xử trên mạng xã hội (theo Quyết định số 874/QĐ-BTTTT, ngày 17-6-2021, của Bộ Thông tin và Truyền thông),... Những văn bản đó kịp thời định hướng, cung cấp thông tin chính thống, nhất là các vụ việc nhạy cảm, phức tạp được dư luận quan tâm. Các phương tiện truyền thông xã hội có tính lan tỏa nhanh được các cơ quan quản lý kịp thời ngăn chặn, gỡ bỏ thông tin xấu nhanh chóng, kịp thời; nhận diện rõ những phương thức, thủ đoạn của các tổ chức, cá nhân lợi dụng các phương tiện truyền thông xã hội tuyên truyền, chống phá Đảng, Nhà nước. Các cơ quan chức năng sử dụng các biện pháp kỹ thuật để chấn chỉnh, có chế tài xử lý đối với những người có hành vi vi phạm, đưa thông tin thất thiệt, gây ảnh hưởng tiêu cực đến xã hội; xử lý nghiêm minh các hành vi lợi dụng các phương tiện truyền thông xã hội để phát tán thông tin sai lệch, có nội dung vu khống về sự phát triển của Việt Nam. Hiện có một bộ phận dân chúng thường chia sẻ thông tin giật gân, tiêu cực trên các phương tiện truyền thông xã hội, mà không nhận thức rõ được hậu quả của những hành vi sai trái đó. Do đó, để nâng cao nhận thức, ý thức trách nhiệm sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội, tiếp cận và xử lý thông tin một cách đúng đắn cho người dân, cần nâng cao nhận thức

chính trị cho các tầng lớp nhân dân trong sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội, trong tiếp nhận, xử lý thông tin, không chia sẻ thông tin chưa được kiểm chứng; phổ biến, tuyên truyền, giáo dục pháp luật trong sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Viện nghiên cứu công nghiệp Huajing (2023), *Báo cáo nghiên cứu chuyên sâu về ngành mạng xã hội Trung Quốc năm 2024*, xuất bản tại tỉnh Hồ Nam (华经产业研究院重磅, 2023. 2024年中国社交网络行业深度研究报告, 发布于 湖南省,).
2. Thomala, L.Lai (2022), *Weibo's daily active users Q4 2018-Q4 2022*, Statista, <https://www.statista.com>, truy cập ngày 06 tháng 6 năm 2024.
3. Tôn Gia Húc (2016), *Nghiên cứu ứng dụng mạng xã hội trong giáo dục chính trị tư tưởng cho sinh viên đại học*, Đại học Sư phạm Liêu Ninh (孙嘉旭. 社交网络载体在大学生思想政治教育中的应用研究, 辽宁师范大学).
4. Lý Hy Quang (2016), *Những gợi ý về nỗ lực đoàn kết trái tim của Đảng và giành được trái tim và khối óc của người dân trên mạng xã hội*, Đại học Sư phạm Liêu Ninh (李希光. 关于党在社交网络上凝聚党心、争取民心的建议, 辽宁师范大学).
5. Cao Thu Hằng, Lê Trọng Tuyển (2022), *Nâng cao hiệu quả sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội trong truyền thông chính trị ở Việt Nam hiện nay*, *Tạp chí Công sản*, [https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/van\\_hoa\\_xa\\_hoi/-/2018/826922/nang-cao-hieu-qua-su-dung-cac-phuong-tien-truyen-thong-xa-hoi%C2%A0trong-tuyen-truyen-chinh-tri-o-viet-nam-hien-nay.aspx](https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/van_hoa_xa_hoi/-/2018/826922/nang-cao-hieu-qua-su-dung-cac-phuong-tien-truyen-thong-xa-hoi%C2%A0trong-tuyen-truyen-chinh-tri-o-viet-nam-hien-nay.aspx) truy cập ngày 01 tháng 06 năm 2024.
6. Nguyễn Thị Trường Giang (2023), *Kinh nghiệm của Trung Quốc trong phát huy vai trò của công tác tuyên truyền, góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng, chế độ chính trị*, *Tạp chí Lý luận chính trị và truyền thông*, ISSN: 1859-1485, tr.58 -63.
7. Trần Thị Quang Hoa, Nguyễn Duy Quỳnh, Nguyễn Thu Trang, Nguyễn Duy Hà Ngân (2024), *Tuyên truyền chính trị trên môi trường mạng ở một số quốc gia và kinh nghiệm*, *Tạp chí Lý luận chính trị*, <http://lyluanchinhtri.vn/home/index.php/quoc-te/item/5600-truyen-thong-chinh-tri-tren-moi-truong-mang-o-mot-so-quoc-gia-va-kinh-nghiem.html> truy cập ngày 15 tháng 5 năm 2024.
8. Mao Trạch Đông (1991), *Tác phẩm chọn lọc của Mao Trạch Đông*, tập 4, Nxb Nhân dân, (毛泽东选集》第4卷第1131页, 人民出版社1991年版).
9. Nguyễn Phú Trường (2021), *Một số kinh nghiệm từ công tác tuyên truyền của Trung Quốc*, *Tạp chí Ban Tuyên giáo Trung ương*, <https://www.tuyengiao.vn/mot-so-kinh-nghiem-tu-cong-tac-tuyen-truyen-cua-trung-quoc-138726> truy cập ngày 28 tháng 9 năm 2024.
10. Dakuo Wang and Gloria Mark (2022), *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, Vol22.
11. Sở Kế hoạch Tài chính (2024), *Công bố ngân sách Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy Văn Nam Đảng Cộng sản Trung Quốc năm 2024*
12. (计划财务处.中国共产党云南省委员会宣传部2024年预算公开).
13. Jane Cai (2021), *China's internet was hailed as a path to democracy but the Communist Party reshaped it in its own image*. <https://www.scmp.com/tech/big-tech/article/3124305/chinas-two-sessions-2021-plans-digital-china-transformation-come-module-perpetual-scroll-pgtype-article&campaign=3124305>, truy cập ngày 15 tháng 5 năm 2024.

## **POLITICAL PROPAGANDA ON SOCIAL NETWORKS IN CHINA AND SUGGESTIVE ISSUES FOR VIETNAM**

***Summary:** Along with technological development, political propaganda on social networks is increasingly receiving attention from many countries around the world. In China, this activity is more effective in reaching a large number of people at a faster rate than traditional forms of propaganda. Within the scope of this article, the author has presented some experiences in political propaganda activities on social networks in China, thereby drawing some reference values for propaganda activities on social networks in Vietnam will further improve the efficiency of this work in the coming time.*

***Keywords:** Political propaganda, social networks, China, Vietnam.*