

Truyền thông xã hội và vai trò của nhà báo công dân

Social media and the role of citizen journalists

Hoàng Thị Hương*
Hoang Thi Huong*

Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Ngôn ngữ - Xã hội Nhân văn, Trường Đại học Duy Tân, Đà Nẵng, Việt Nam

Faculty of Social Sciences and Humanities, School of Languages, Humanities and Social Sciences, Duy Tan University, Da Nang, 550000, Vietnam

(Ngày nhận bài: 28/06/2024, ngày phản biện xong: 20/07/2024, ngày chấp nhận đăng: 26/08/2024)

Tóm tắt

Truyền thông xã hội nói chung và mạng xã hội nói riêng đang trở thành một kênh cạnh tranh gay gắt với báo chí truyền thống, đồng thời góp phần khai sinh ra khái niệm báo chí công dân, nhà báo công dân. Tính liên kết, tính tiện ích và sự lan tỏa mạnh mẽ của mạng xã hội tạo nên hiệu quả cực kỳ to lớn cho thấy sự tồn tại và phát triển của truyền thông xã hội đang ngày càng chiếm vị trí quan trọng. Trên mạng xã hội bất kể ai cũng có thể trở thành một nhà báo. Một công dân bình thường, không cần tòa soạn, không phải là tổng biên tập, không phải là phóng viên nhưng lại là tất cả. Thực tế này đòi hỏi cần thay đổi tư duy báo chí truyền thống, bổ sung và nhìn nhận vai trò của báo chí công dân, nhà báo công dân cả trong quan niệm lẫn cách quản lý để hạn chế dẫn đến tình trạng khủng hoảng truyền thông như hiện nay.

Từ khóa: nhà báo công dân; mạng xã hội; truyền thông xã hội; vai trò.

Abstract

The rise of social media, particularly social networks, presents a growing challenge to traditional journalism. This has coincided with the emergence of citizen journalism and citizen journalists. Social media's interconnectedness, utility, and virality have created a significant impact, demonstrating its growing importance and influence. Unlike traditional media, social media empowers anyone to become a journalist. Ordinary citizens, without the formal roles of editors-in-chief or reporters, can now all contribute to the information landscape. This new reality necessitates a shift in traditional journalistic thinking. We must acknowledge and integrate the role of citizen journalism and citizen journalists, both in our understanding of the media landscape and in our approaches to managing information flow. This adaptation is crucial to mitigate the risk of media crises in the current climate.

Keywords: citizen journalist; social network; social media; role.

1. Đặt vấn đề

Nếu trên thế giới tính đến đầu năm 2024 ước khoảng hơn năm tỉ người sử dụng mạng xã hội thì Việt Nam đã là một trong số những quốc gia

có tốc độ phát triển nhanh nhất về công nghệ thông tin với trên 77 triệu dân tham gia vào các nền tảng mạng xã hội. Đây là con số đại diện cho số người dùng duy nhất, không tính trùng lặp

*Tác giả liên hệ: Hoàng Thị Hương
Email: hoangthihuong@duytan.edu.vn

giữa các nền tảng khác nhau. Dự báo số lượng người dùng mạng xã hội tại Việt Nam sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ trong những năm tới và tất yếu sẽ kéo theo những thay đổi khó lường¹. Sự phát triển nhanh chóng của mạng xã hội đã tác động và làm thay đổi hành vi, thói quen của đại đa số người dùng trực tuyến. Người dùng mạng xã hội thường có xu hướng học hỏi, theo dõi, thảo luận, và chia sẻ kinh nghiệm với nhau, tạo ra một môi trường tương tác liên tục và đa chiều. Trong bối cảnh này, báo chí truyền thông sẽ làm cách nào để có thể tồn tại và phát triển? Xu hướng mới của báo chí thời kỳ truyền thông xã hội là chấp nhận rằng mọi công dân đều có khả năng tạo ra thông tin. Điều này đồng nghĩa với việc mọi người có thể trở thành “nhà báo” bằng cách chia sẻ thông tin, tin tức và quan điểm cá nhân trên các nền tảng mạng xã hội. Để hiểu rõ và thích nghi với “luật chơi” này, báo chí truyền thông cần hướng đến việc tận dụng sức mạnh của công nghệ số, không chỉ trong việc sản xuất nội dung mà còn trong việc tạo ra các nền tảng tương tác, kết nối và chia sẻ thông tin với công chúng. Đây là một hướng đi phù hợp và cần thiết trong bối cảnh thông tin và công nghệ đang phát triển nhanh chóng.

2. Truyền thông xã hội (TTXH) và mạng xã hội (MXH)

Có nhiều cách hiểu khác nhau về khái niệm truyền thông xã hội. Tuy nhiên, hiểu một cách đơn giản, truyền thông xã hội là việc tổ chức hoặc cá nhân ứng dụng mạng xã hội để thực hiện hoạt động truyền thông nhằm đạt được một mục đích nhất định nào đó.

Nhóm tác giả người Mỹ trong cuốn sách *Social Media Marketing: A Strategic Approach* đã đưa ra định nghĩa TTXH (social media) là

một tập hợp các công cụ và nền tảng trực tuyến cho phép người dùng tạo ra, chia sẻ và trao đổi thông tin, ý tưởng, và nội dung dưới nhiều hình thức khác nhau như văn bản, hình ảnh, video và âm thanh [3, tr 10].

Truyền thông xã hội khác biệt so với các hình thức truyền thông truyền thống ở các đặc điểm sau: *Tính tương tác cao* (Người dùng không chỉ tiếp nhận thông tin mà còn có thể phản hồi, bình luận, chia sẻ và tương tác với nội dung và những người dùng khác một cách trực tiếp và ngay lập tức); *tính cộng đồng* (tạo ra các cộng đồng trực tuyến, nơi mà những người có cùng sở thích, mối quan tâm có thể kết nối và tương tác với nhau); *khả năng tạo nội dung bởi người dùng* (cho phép người dùng tự do tạo ra nội dung và chia sẻ với cộng đồng. Điều này tạo ra một lượng lớn nội dung phong phú và đa dạng từ nhiều nguồn khác nhau); *phổ biến và lan tỏa thông tin nhanh chóng* (nhờ vào mạng lưới người dùng rộng lớn và tính năng chia sẻ, thông tin trên truyền thông xã hội có thể lan tỏa với tốc độ nhanh chóng, tiếp cận một lượng lớn người dùng trong thời gian ngắn); *tính cá nhân hóa* (các nền tảng truyền thông xã hội thường sử dụng các thuật toán để cá nhân hóa nội dung cho từng người dùng, dựa trên sở thích, hành vi và mối quan tâm của họ). Từ đó cho thấy, TTXH (social media) là một thuật ngữ để chỉ một cách thức truyền thông kiểu mới, trên nền tảng là các dịch vụ trực tuyến, nhờ vậy các tin tức có thể chia sẻ, và lưu truyền nhanh chóng và có tính cách đối thoại. Những thể hiện của TTXH có thể là dưới hình thức của mạng xã hội như Facebook, Twitter, hay các mạng chia sẻ những tài nguyên cụ thể qua hình ảnh như Flickr, qua video như YouTube.

Như vậy rõ ràng “truyền thông xã hội là một xu hướng và phương thức truyền thông mới

¹ Số liệu này được thống kê từ hai trang web: *NapoleonCat* (nền tảng trực tuyến chuyên cung cấp các công cụ quản lý mạng xã hội cho doanh nghiệp và các nhà tiếp thị) và *Datareportal* (là một nguồn tài nguyên trực tuyến cung cấp các báo cáo và dữ liệu chi tiết về việc sử dụng internet, mạng xã hội, và các xu hướng kỹ thuật số trên toàn thế giới). *NapoleonCat* đã đưa ra dự báo rằng các điều kiện thuận lợi và tốc độ tăng trưởng hiện tại, số lượng người dùng mạng xã hội tại Việt Nam có thể đạt khoảng 90-95 triệu người vào năm 2030, tương đương khoảng 85-90% dân số cả nước.

được xây dựng và vận hành trên nền tảng công nghệ web thế hệ mới cho phép tạo ra và tùy biến các trao đổi một cách linh hoạt” [4, tr 47].

Có thể nhận thấy các khái niệm đã nêu trên đều chỉ ra những đặc điểm chính của TTXH, song lại thiên về công nghệ và phần nào đó trùng lặp với mạng xã hội. Chính vì thế, cần có sự phân biệt giữa truyền thông xã hội và mạng xã hội.

Mạng xã hội (Social network) là dịch vụ nối kết các thành viên cùng sở thích trên Internet lại với nhau với nhiều mục đích khác nhau không phân biệt không gian và thời gian. Những người tham gia vào MXH được gọi là cư dân. Mạng xã hội cung cấp các công cụ và dịch vụ để người dùng có thể tương tác, giao tiếp, và chia sẻ thông tin, hình ảnh, video, và các nội dung khác. Các nền tảng MXH phổ biến bao gồm Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, và YouTube [3, tr 7].

Mạng xã hội thường dựa trên các hồ sơ cá nhân được tạo bởi người dùng, nơi họ có thể chia sẻ thông tin về bản thân, sở thích và các mối quan hệ của họ. Người dùng có thể *kết nối* với những người khác bằng cách *thêm họ làm bạn bè* hoặc *theo dõi* họ. Mạng xã hội có thể được sử dụng cho nhiều mục đích khác nhau, bao gồm: *giữ liên lạc* với bạn bè và gia đình; *kết nối* với những người có cùng sở thích; *chia sẻ tin tức* và thông tin; *tìm kiếm* thông tin và nguồn lực; *quảng bá* bản thân hoặc doanh nghiệp; *giải trí* và thư giãn.

MXH và TTXH thường được sử dụng thay thế cho nhau, nhưng vẫn có một số điểm khác biệt quan trọng giữa hai khái niệm này. Nếu MXH là một hệ thống thông tin trực tuyến cho phép người dùng kết nối, chia sẻ, tương tác với nhau thì Truyền thông xã hội là thuật ngữ rộng

hơn bao gồm tất cả các hình thức giao tiếp sử dụng công nghệ để chia sẻ thông tin. Điều này bao gồm mạng xã hội, nhưng cũng bao gồm các kênh truyền thông khác như: *báo chí* (báo điện tử, truyền hình và đài phát thanh); *trang web* (trang web cá nhân, trang web doanh nghiệp và các trang web khác); *email* (giao tiếp qua email là một hình thức TTXH); *diễn đàn trực tuyến* (các diễn đàn trực tuyến và bảng tin là nơi con người có thể thảo luận về các chủ đề khác nhau). Như vậy, MXH là một tập con của TTXH. Mạng xã hội là một loại truyền thông xã hội tập trung vào việc kết nối và tương tác giữa mọi người. Truyền thông xã hội bao gồm tất cả các hình thức giao tiếp sử dụng công nghệ để chia sẻ thông tin. Hay diễn đạt một cách cụ thể hơn thì “mạng xã hội chỉ là một phần nằm trong một tổng thể lớn hơn được gọi là truyền thông xã hội vốn bao gồm nhiều phần khác biệt nhau, như là trang web, blog, diễn đàn, những công cụ tìm kiếm thời sự, Wikipedia...” [7, tr 30]. Lý giải này cho thấy nếu TTXH là *phương tiện* được sử dụng thì MXH là *công cụ* được sử dụng. Và cho dù hai thuật ngữ này có thể sử dụng như là một đi nữa thì khi nói MXH chúng ta thường liên tưởng đến những liên hệ xã hội và những nối kết giữa các cá nhân với nhau, còn TTXH lại liên quan đến toàn bộ những giao tiếp những trao đổi thông tin được thực hiện trên mạng xã hội. Chính vì thế TTXH sử dụng các MXH như những kênh truyền tải.

Về bản chất công nghệ, truyền thông xã hội và MXH đều dựa trên nền tảng web 2.0 giúp người dùng có thể tạo lập và truyền tải thông tin. Có thể nhìn lại lịch sử hình thành phát triển của MXH ở những mốc cơ bản sau¹:

- Năm 1971, thư điện tử đầu tiên được gửi đi giữa hai chiếc máy tính. Cùng năm 1978 diễn ra

¹ Những thông tin này được tích hợp từ các trang web công nghệ và truyền thông uy tín như Wired, The Verge, TechCrunch, và các trang web tin tức lớn như BBC, CNN. Tuy nhiên thông tin cơ bản lấy từ cuốn *The Facebook Effect* của tác giả David Kirkpatrick do NXB Simon & Schuster, Hoa Kỳ. Cuốn sách này được xuất bản lần đầu vào năm 2010 và cung cấp cái nhìn chi tiết về sự hình thành, phát triển và ảnh hưởng của Facebook đối với xã hội. David Kirkpatrick, một nhà báo và nhà văn, đã nghiên cứu sâu rộng và phỏng vấn nhiều người liên quan để viết nên cuốn sách này, giúp nó trở thành một tài liệu đáng tin cậy về lịch sử và tác động của Facebook.

2 sự kiện quan trọng. Hệ thống trao đổi thông tin dữ liệu BBS điện thoại đường dài hoạt động. Ngoài ra, những trình duyệt sơ khai thời đầu cũng bắt đầu xuất hiện là nền tảng cơ sở nhưng thực chất “tổ tiên” của mạng xã hội đã xuất hiện từ khá lâu.

- Vào đầu những năm 90, sự ra đời của World Wide Web đã mở ra một thế giới ảo vô cùng rộng lớn khi khoảng cách giữa các miền đất ảo chỉ là một cái nhấp chuột. Năm 1994, Geocities được thành lập. Người dùng có thể khởi tạo và phát triển những địa chỉ, website cá nhân tại đây. Một năm sau khi Geocities ra đời, mạng xã hội đáng chú ý thứ hai trong giai đoạn này là TheGlobe.com hình thành. Trang web cho phép người dùng cơ hội được trải nghiệm và xuất bản nội dung bất kỳ theo ý mình, đồng thời dễ dàng tương tác với bạn bè có cùng sở thích. Tuy nhiên, TheGlobe.com đã nhanh chóng tụt dốc thê thảm do thiếu các điều kiện thiên thời địa lợi như hiện nay.

- Đến đầu những năm 2000, rất nhiều các ứng dụng và công nghệ web được ra đời như nhật ký (Blog), Wiki, cổng thông tin (Portal), RSS,... Trong thời gian này, nhiều trang web 2.0 hỗ trợ các hoạt động xã hội trực tuyến cho phép người dùng kết bạn, trò chuyện hay chia sẻ ý kiến. Và thuật ngữ “mạng xã hội” đã được ra đời để chỉ những loại mạng này.

- Năm 2004, MySpace ra đời với các tính năng như phim ảnh (embedded video) và nhanh chóng thu hút hàng chục ngàn thành viên mới mỗi ngày. Các thành viên cũ của Friendster cũng lũ lượt chuyển qua MySpace và trong vòng một năm, MySpace trở thành mạng xã hội đầu tiên có nhiều lượt xem hơn cả Google. Hai năm sau, Twitter cũng kịp thời ra đời, ghi dấu mốc quan trọng trong quá trình phát triển của MXH.

- Năm 2006, sự ra đời của Facebook đánh dấu bước ngoặt mới cho hệ thống mạng xã hội trực tuyến với nền tảng lập trình “Facebook Platform” cho phép thành viên tạo ra những

công cụ (apps) mới cho cá nhân mình cũng như các thành viên khác dùng.

Như vậy có thể nhận thấy chưa đầy một thập niên việc xuất hiện và sử dụng ồ ạt truyền thông xã hội đã làm thay đổi thói quen tìm kiếm, chia sẻ thông tin cá nhân. Tất nhiên những tác động của nó cũng hết sức sâu sắc ở mọi lĩnh vực đời sống cá nhân, nghề nghiệp và xã hội, đặc biệt là giới trẻ - đối tượng tiếp cận với các công nghệ kỹ thuật số. Và mạng xã hội trở thành một công cụ truyền thông có sức lan tỏa nhanh, rộng và tác động cùng lúc đến đông đảo người khác, tạo nên sức mạnh dư luận.

Nghề báo, nhà báo trước tình hình này cũng cần có một cách hiểu, cách tiếp cận khác trước để làm thế nào tồn tại, phát triển và giữ được vai trò của mình. Một loạt những câu hỏi được đặt ra: Thế nào là báo chí tương tác? Báo chí cần MXH nhưng MXH có cần báo chí hay không? Mối quan hệ này là như thế nào? Truyền thông xã hội và MXH đem đến cho báo chí những cơ hội và thách thức nào? Người làm báo, người viết báo phải thay đổi cách thức ra sao?... Cho dù câu trả lời có khó đến cỡ nào thì quan điểm nhất quán trong bối cảnh bùng nổ công nghệ này vẫn là lời khẳng định: chúng ta cùng làm báo!

3. Truyền thông xã hội ở Việt Nam và vai trò của báo chí - nhà báo công dân

Điều 4 (Chức năng, nhiệm vụ và quyền hạn của báo chí) của Luật Báo chí (2016) ghi rõ: “Báo chí ở nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là phương tiện thông tin đại chúng thiết yếu của đời sống xã hội; là cơ quan ngôn luận của cơ quan Đảng, cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị xã hội, tổ chức chính trị xã hội - nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp; là diễn đàn của nhân dân” [5]. Mặc dù điều luật này cũng đã nhắc đến chi tiết báo chí là diễn đàn của nhân dân nhưng rõ ràng ở Việt Nam chưa hề có báo chí tư nhân.

Khái niệm này lần đầu được đề cập đến trong cuốn sách của Dan Gillmore xuất bản năm 2004 với tiêu đề *We the media: Grassroots Journalism by the People, for the People* (Chúng tôi là truyền thông: Báo chí của nhân dân và vì nhân dân). Ông nhấn mạnh rằng mọi người đều có thể đóng góp vào việc tạo lập và chia sẻ thông tin, giống như cách mà Wikipedia hoạt động dựa trên sự đóng góp từ cộng đồng người dùng. Và vì thế tin tức không còn là bài giảng mà là một cuộc đối thoại. Điều này đồng nghĩa với việc công dân có thể tham gia trực tiếp vào việc báo cáo tin tức và tạo ra nội dung, qua đó đóng góp vào việc làm phong phú thêm bức tranh thông tin toàn cầu. Những người bình thường có thể trở thành nhà báo, cung cấp thông tin từ góc độ của họ và phản ánh sự đa dạng trong xã hội¹. Như vậy báo chí truyền thống buộc phải thích nghi với sự xuất hiện của các nhà báo công dân và các nền tảng trực tuyến. Một tờ báo nào đó muốn tồn tại phải biết kêu gọi mọi công dân đều tham gia góp ý, hiến kế. Nghĩa là tờ báo đó nhận ra giá trị để tận dụng sự hiểu biết hằng ngày của mọi người dân, đề cao năng lực công dân. Với sức ảnh hưởng rộng rãi và tính tương tác cao, báo chí công dân đã chứng minh sự tồn tại không thể phủ nhận và sức mạnh lấn lướt, thậm chí bóp chết báo chí truyền thống.

Ở Việt Nam, trước khi xuất hiện khái niệm báo chí công dân, nhà báo công dân thực tế vẫn có sự tham gia của mọi người dân vào công việc truyền thông của báo chí truyền thống. Phản ánh thông tin qua đường dây nóng, hộp thư bạn đọc cũng là cách tận dụng thông tin công dân. Song

chỉ từ khi MXH xuất hiện thì báo chí truyền thống mới thật sự đối mặt với làn sóng mới đầy thách thức. Quan niệm lâu nay rằng chỉ có phóng viên, nhà báo mới có thể tham gia viết báo hoàn toàn thay đổi. Bây giờ không chỉ có nhà báo mới làm báo. Mọi công dân đều có thể sáng tạo ra sản phẩm báo chí và có thể tham gia vào quá trình sản xuất báo chí hoặc quá trình phát hành báo chí. Để có thông tin nóng, kịp thời các tòa soạn báo, các nhà báo hoặc phải dựa vào tai mắt của bạn đọc, hoặc chấp nhận thua cuộc trong cuộc chạy đua tìm kiếm và đăng tải thông tin. Thực tế cho thấy đôi lúc thông tin mà các cơ quan báo chí cung cấp trở nên chậm chạp hơn rất nhiều những thông tin của bạn đọc. Một vụ tai nạn xảy ra khi phóng viên chưa kịp đến hiện trường để thu thập thông tin viết bài thì người dân chứng kiến đã chia sẻ thông tin trên trang mạng xã hội, thông tin này được lan truyền với tốc độ nhanh chóng. Do đó thông tin của phóng viên được đăng tải có thể chậm và không còn tính thời sự. Các tòa soạn báo chí dù có hoạt động hết công suất và liên tục nhưng vẫn không thể tầm soát được 24/24 lượng thông tin trong ngày. Mạng xã hội gần như có khả năng kiểm soát thông tin ngay tại thời điểm bùng phát bởi người cung cấp thông tin cũng có thể là người tạo ra nguồn tin². Tuy nhiên điều này cũng tạo ra tính hai mặt của vấn đề TTXH. Động cơ cùng với trình độ dân trí, điểm nhìn đôi khi thiên cận của một công dân trong quá trình truyền tải lần tiếp nhận thông tin đã tạo ra hiệu ứng, thậm chí nhiễu loạn xã hội. Có những thông tin, có những clip chưa được kiểm chứng nhưng vẫn được chia sẻ với tốc độ

¹ Cuốn sách này tập trung vào vai trò của báo chí công dân (citizen journalism) trong thời đại số. Dan Gillmor nhấn mạnh rằng công nghệ mới, đặc biệt là internet và các công cụ truyền thông xã hội, đã mở ra cơ hội cho bất kỳ ai cũng có thể tham gia vào việc tạo ra và phân phối tin tức. Cuốn sách của Gillmor cung cấp một cái nhìn sâu sắc về cách mà báo chí công dân có thể thay đổi bối cảnh truyền thông và cung cấp một cái nhìn lạc quan về khả năng của công dân trong việc đóng góp vào nền báo chí hiện đại.

² Ông Đỗ Quý Doãn, nguyên là thứ trưởng Bộ thông tin và Truyền thông Việt Nam, một trong những lãnh đạo có rất nhiều kinh nghiệm trong vấn đề xử lý khủng hoảng truyền thông, đặc biệt là việc đối mặt giữa MXH và báo chí truyền thống đã đề cập đến vấn đề này từ rất lâu trong bài viết *Facebook chưa bao giờ ngủ*. Bài viết của ông đã khẳng định sức mạnh của TTXH mà cụ thể ở đây là vai trò của Facebook trong việc truyền tải, lan tỏa thông tin một cách nhanh nhạy và rất khó kiểm soát đối với cộng đồng xã hội.

chóng mặt ảnh hưởng không ít đến người trong cuộc và đôi khi tạo nhiều loạn cho xã hội. Trước thực tế này, nhà báo chân chính, các cơ quan quản lý báo chí cần có một “đấu pháp” hợp lý để xem báo chí công dân, vai trò của nhà báo công dân là vấn đề vừa thuận lợi, vừa thách thức trong cuộc chạy đua thông tin. Vậy tương lai của mối quan hệ giữa báo chí chuyên nghiệp và báo chí công dân sẽ như thế nào? Trả lời câu hỏi này không hề đơn giản nhưng chúng ta hãy thử phân tích từng khía cạnh mối quan hệ này.

Xét ở góc độ mục tiêu thì một nhà báo công dân thường chỉ đơn giản là lan truyền tiếng nói và câu chuyện gần gũi của họ đến với mọi người. Trong khi đó nhà báo thường gắn liền với nhiều qui tắc nghiệp vụ và đạo đức báo chí để đảm bảo những thông tin đưa ra luôn khách quan và trung thực nhất. Như vậy cái gì để xác định độ quan trọng ở mục tiêu của hai bên? Đối thoại và xác minh thực tế sẽ vẫn là những nhân tố quan trọng nhất trong mối quan hệ của nhà báo chuyên nghiệp và nhà báo công dân. Khi là những nhà báo không chuyên nghiệp, nghĩa là nhà báo công dân thì thường họ sẽ không biết cách tiết chế các yếu tố như quan điểm chính trị, tôn giáo, định kiến cá nhân... để các yếu tố này không làm ảnh hưởng đến tính khách quan, trung thực của thông tin. Điều này lại được các nhà báo chuyên nghiệp thực hiện khá tốt. Ngoài khả năng xác minh sự thật, họ sẽ phải cân nhắc, định lượng xem những gì các nhà báo công dân đưa về có phù hợp với chuẩn mực đạo đức, pháp luật và quan điểm của tòa soạn hay không.

Như vậy, bên cạnh sự xuất hiện, tồn tại vai trò của nhà báo công dân, những người làm báo truyền thống, các tòa soạn cần nhận thức rõ điểm mạnh và điểm yếu của mình. Họ đảm bảo thực hiện một số nguyên tắc sau:

(1) Hiểu nghề báo như là một phần của nền văn hóa đương đại. Nghĩa là báo chí đương đại phải là một sản phẩm tổng hợp, được sẻ chia, được đặt hàng và được biên tập. Nhà báo đương

đại không còn có vai trò độc quyền trong việc cung cấp thông tin cho độc giả. Trong tình hình mới việc cần thiết của nhà báo là sử dụng thao tác báo chí chuyên nghiệp giúp độc giả kiểm tra, tuyển chọn, sàng lọc nguồn tin tràn lan trên mạng xã hội để độc giả có được thông tin chân thật và bổ ích nhất.

(2) Xem MXH là nguồn tin đa dạng và phong phú để khai thác và tiếp tục phát triển các câu chuyện hay đề tài đang được quan tâm trên cộng đồng mạng. Nghĩa là truyền thông truyền thống và TTXH không đối lập mà bổ sung nhau. Các phương tiện TTXH phổ biến những thông tin thô, còn các phương tiện truyền thông truyền thống lấy lại và xử lý trước khi đăng tải thông tin. Mạng xã hội lúc này sẽ là kênh truyền tải tuyệt vời, nhưng việc xử lý của nhà báo lại cần thiết để giúp thông tin trở nên rõ ràng, chính xác và chi tiết đến công chúng.

(3) Phải tìm cách chen chân bằng được vào sân chơi đầy thách thức này và tạo cho mình được một vị thế. Thay vì xem MXH như là một mối đe dọa, báo chí cần xem đây là cơ hội để phát triển, để tương tác nhanh hơn với nhiều độc giả, khán thính giả. Các nhà báo cũng cần nhanh chóng học cách sử dụng và làm chủ mạng xã hội biến nó thành công cụ cho quá trình thông tin của mình. Rõ ràng, “các mạng xã hội đã đem đến cho các nhà báo những không gian mới và những cách tác nghiệp mới” [9, tr 83].

Tựu trung, vấn đề cần thiết là phải xây dựng và quản lý tốt cộng đồng tương tác. Cách mạng công nghệ - kỹ thuật số đã đặt vào tay mọi cư dân mạng khả năng tự sản xuất và truyền tải thông tin. Chính vì vậy xây dựng cơ chế báo chí mở là việc làm cần thiết trong tình hình hiện nay. Nghĩa là cần có sự hợp tác giữa báo chí và mạng xã hội trong quá trình sản xuất thông tin.

Như vậy, sự tồn tại của báo chí công dân, nhà báo công dân là một vấn đề gắn liền với sự xuất hiện của TTXH và MXH. Thực tế chứng minh thời gian vừa qua báo chí công dân đã làm được

nhiều việc tích cực ngoài thông tin nhanh nhạy, còn góp phần phanh phui những sự việc tiêu cực để nhiều người được biết để cùng nhau có tiếng nói đấu tranh, thúc đẩy các cơ quan có chức năng buộc phải có động thái giải quyết thỏa đáng. Họ đang sử dụng mạng xã hội để làm giàu văn hóa internet với những đóng góp rất sáng tạo, chia sẻ thông tin, chuyển tải những hoạt động mang tính công dân. Hàng loạt những vụ việc như cô giáo ở một trường trung học cơ sở Quảng Bình bắt học trò tát bạn mình 231 cái để phạt tội nói tục, một cô giáo khác ở Vũng Tàu cho học sinh uống nước lau bảng... được phanh phui cũng nhờ thông tin của công dân khi họ đưa ra trên Facebook.

Tuy nhiên bên cạnh đó, một số cư dân mạng lại đang sử dụng các trang mạng của TTXH để lan truyền những điều dối trá, phát tán những thông tin gây tác hại cho cá nhân và xã hội. Họ đã đưa ra thông tin trái ngược với sự thật, bịa đặt, không có căn cứ. Nếu đối với nhà báo, thông tin giả là vấn đề không mới và cách xử lý cũng dễ dàng hơn nhiều thông tin giả trên internet vì sức lan truyền của nó cực kỳ nhanh chóng. Một nội dung nào đó được tải lên mạng thì khả năng sẽ được đọc và xem bởi hàng triệu, thậm chí hàng tỉ người trên thế giới¹. Nguy hại nhất của vấn đề này là tin giả nhưng gây tác động thật. Đây là vấn đề nghiêm trọng. Tính từ đầu năm 2016 cho đến nay, ở Việt Nam có khoảng 800 tài khoản Facebook, gần 300 kênh Youtube bị cơ quan chức năng điều tra về việc thường xuyên đăng tải thông tin bịa đặt nhằm mục đích công kích, làm giảm niềm tin của nhân dân đối với Đảng cũng như gây hoang mang dư luận. Tin giả ở Việt Nam xuất hiện dưới nhiều cách thức như

dẫn đường link một vài website chỉ dẫn thông tin về những người nổi tiếng để tăng lượt theo dõi trên trang cá nhân của mình. Thậm chí là dùng những hình ảnh chấp nói sự thật nhằm mục đích vụ lợi cho cá nhân mình.

Chắc hẳn chúng ta vẫn còn nhớ vụ việc xảy ra khoảng cuối tháng 3, đầu tháng 4/2022, loạt tin đồn thất thiệt trên MXH về việc một số doanh nghiệp ngoài nhà nước niêm yết trên sàn chứng khoán bị thanh tra chuyên đề (hoạt động phát hành trái phiếu và việc thực hiện pháp luật về kế toán, thuế, chứng khoán) gây hoang mang cho nhà đầu tư và gây thiệt hại nghiêm trọng cho các doanh nghiệp [11]. Ngay sau đó, dù có thông tin chính thống để đính chính, trấn an cổ đông, nhà đầu tư nhưng cổ phiếu của các doanh nghiệp này vẫn liên tục giảm mạnh. Điều đó cho thấy, chỉ vì tin giả mà kinh tế đất nước bị ảnh hưởng, chi phối rất nghiêm trọng.

Tương tự, tin giả xuất hiện trên nhiều lĩnh vực của đời sống xã hội, nhất là những vấn đề, lĩnh vực “nóng”, “nhạy cảm” liên quan đến công tác nhân sự, bầu cử, bỏ phiếu tín nhiệm, xử lý kỷ luật cán bộ cấp cao... Tin giả cũng thường xuất hiện trước những sự kiện chính trị trọng đại của Đảng, đất nước, Quân đội với tần suất ngày càng nhiều và mức độ nguy hiểm, phức tạp khó lường. Nguy hại hơn nữa, có rất nhiều người dùng MXH đã chia sẻ một cách vô thưởng vô phạt những thông tin chưa hề được kiểm duyệt, gây hậu quả xấu đối với xã hội, đặc biệt là những thông tin liên quan đến chính trị. Chẳng hạn như những câu chuyện được thêu dệt sau cái chết của cố Bí thư Thành ủy Đà Nẵng, Trưởng ban Nội chính Trung ương, hay cố Chủ tịch nước T.Đ.Q được đăng tải trên MXH và nhận được chia sẻ

¹ Đỗ Đình Tấn trong *Báo chí và mạng xã hội* đã cho biết có một cuộc khảo sát do Trung tâm báo chí Tow, thuộc Đại học Columbia, Mỹ tiến hành năm 2015, cho thấy rõ một số vấn đề: Nhiều báo online thường thiếu chặt chẽ nên tiếp tay lan truyền tin đồn thất thiệt. Thay vì đóng vai trò là nguồn thông tin chính xác, nhiều phương tiện truyền thông trên mạng lại đang tiếp tay cho thông tin giả để có được lượt truy cập nhiều hơn và thu lợi nhiều hơn. Bill Adair, giáo sư báo chí của trường Đại học Duke, Hoa Kỳ người lập trang mạng fact-checking Politifact (kiểm tra sự kiện chính trị) vào năm 2007, cho rằng kết quả khảo sát này cho thấy một khuynh hướng đáng lo ngại khi mọi người cứ vô tư truyền tải lại những thông tin mà không hề biết đó là thông tin thật hay giả.

rộng rãi của cộng đồng mạng. Những thông tin tràn ngập chưa được xác thực này đã gây hoang mang dư luận và tạo ra những hiệu ứng không tốt cho xã hội.

Vậy có cách nào để ngăn chặn tác hại của tin giả hay không? Một trong những giải pháp công nghệ đang được thực hiện hiện nay là kiểm tra sự kiện (fact-checking). Đối với nước ta việc áp dụng biện pháp này sẽ gặp khó khăn bởi khoảng cách về trình độ công nghệ so với các nước và quan trọng đây là vấn đề không chỉ với cơ quan báo chí mà đòi hỏi phải có chiến lược ở cấp vĩ mô. Chúng ta sẽ phân nào giải quyết mặt trái này của báo chí công dân nếu cùng hành động như một cộng đồng trách nhiệm.

(a) Đầu tiên, từ góc độ quản lý, nhà nước cần xây dựng hệ thống pháp luật để có căn cứ xử lý vi phạm¹. Đồng thời xây dựng bộ quy tắc ứng xử trên MXH hướng đến đối tượng nhà cung cấp MXH và người sử dụng MXH. Bộ quy tắc ứng xử này sẽ thống nhất những quy tắc chung khi tham gia tương tác trên mạng.

(b) Bên cạnh đó cần sử dụng các công cụ công nghệ của các trang MXH để nhận diện và kiểm soát tin giả. Có thể liệt kê một số cách mà các trang mạng xã hội thường áp dụng để giảm thiểu tin giả:

- *Máy học và trí tuệ nhân tạo*: Các nền tảng lớn thường áp dụng các thuật toán máy học để

phát hiện tự động các tin đồn và tin giả. Các thuật toán này có thể phân tích nội dung, hình ảnh, video để xác định tính xác thực của thông tin;

- *Hệ thống báo cáo và xác minh người dùng*: Các trang mạng xã hội thường có hệ thống báo cáo nội dung giả mạo từ cộng đồng người dùng. Nếu một lượng lớn người dùng báo cáo một tin tức là giả, nền tảng có thể xem xét và xử lý;

- *Hợp tác với các tổ chức chống tin giả*: Các nền tảng có thể hợp tác với các tổ chức và chuyên gia chống tin giả để xây dựng các công nghệ và quy trình nhận diện tin giả hiệu quả hơn;

- *Giảm thiểu sự lan truyền tin giả*: Các nền tảng có thể áp dụng các chính sách để giảm thiểu sự lan truyền của tin giả, chẳng hạn như giới hạn khả năng chia sẻ nội dung chưa được xác minh hoặc có dấu hiệu của tin giả.

Các công nghệ này mặc dù ít nhiều hữu ích nhưng việc nhận diện và kiểm soát tin giả vẫn là một thách thức lớn, đặc biệt là khi các tin giả có thể được tạo ra và lan truyền nhanh chóng. Do vậy sự hợp tác giữa các nền tảng mạng xã hội, cộng đồng người dùng và các chuyên gia là rất cần thiết để đối phó hiệu quả với vấn đề này.

(c) Cuối cùng là vấn đề giáo dục công dân². Công dân - công chúng nên tỉnh táo để nhận diện và kiểm định tin giả. Nhận diện từ cái gì? Tin giả thường là những dòng tít khả nghi, có địa chỉ

¹ Một số văn bản pháp luật đã được xây dựng gồm: (1) Thông tư số 38/2016/TT-BTTTT của Bộ Thông tin và Truyền thông quy định chi tiết về cung cấp thông tin công cộng qua biên giới (nhằm làm căn cứ pháp lý để yêu cầu các trang thông tin điện tử và mạng xã hội nước ngoài cung cấp dịch vụ xuyên biên giới vào Việt Nam phải tuân thủ các quy định của pháp luật Việt Nam); (2) Nghị định số 27/2018/NĐ-CP ngày 1/3/2018 sửa đổi, bổ sung Nghị định số 72/2013/NĐ-CP về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ internet và thông tin trên mạng; (3) Nghị định số 159/2013/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực báo chí, xuất bản; (4) Nghị định số 174/2013/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông, công nghệ thông tin và tần số vô tuyến điện; (5) Công văn số 779/CBC-TTTPC của Cục trưởng Cục Báo chí ban hành ngày 1/7/2016 (yêu cầu các cơ quan báo chí chủ động rà soát toàn bộ hoạt động cung cấp nội dung thông tin trên fanpage chính thức của cơ quan mình, không để các đối tượng xấu lợi dụng bình luận, tuyên truyền xuyên tạc, gây dư luận xấu); (6) Thông tư số 09/2014/TT-BTTTT ngày 19/8/2014 của Bộ TTTT (quy định chi tiết về hoạt động quản lý, cung cấp, sử dụng, thông tin trên trang thông tin điện tử và mạng xã hội và các quy định khác của pháp luật).

² Có thể đưa ra những quy tắc đức về ứng xử đối với cư dân mạng như: (1) khi ứng xử với người khác phải trung thực, thể hiện sự tôn trọng, tránh làm nhục và lên án người khác, không có suy nghĩ hay hành động liên quan đến chủ nghĩa khủng bố trên mạng; (2) khi ứng xử với thông tin cần đánh giá độ tin cậy, không phát tán thông tin không đáng tin cậy hay thông tin sai, không đăng bình luận tiêu cực về cuộc sống riêng tư của người khác, không chia sẻ, bình luận về những lời nói xấu chưa kiểm chứng hay không đáng tin cậy về các thương hiệu, các tổ chức hay nhân vật của công chúng, có thái độ xây dựng, độc lập và mang tính khích lệ khi bình luận.

trang web khác thường, không ghi rõ nguồn gốc, có định dạng kỳ quặc, có hình ảnh không tự nhiên... Và kiểm định bằng cách nào? Kiểm tra đường dẫn URL của trang báo, kiểm tra nội dung thông tin bằng Google search, kiểm tra hình ảnh bằng Google photo search...

Như vậy, mỗi một công chúng hãy là một người tiếp nhận thông tin một cách thông minh, có đạo đức và nên suy nghĩ trước khi like, share những tin tức trên mạng xã hội. Hy vọng nếu thực hiện đầy đủ những vấn đề nêu trên sẽ góp phần tạo nên hệ sinh thái an toàn, lành mạnh và tất nhiên lúc đó báo chí công dân, nhà báo công dân thật sự có vai trò hết sức quan trọng góp phần không nhỏ trong vấn đề truyền thông xã hội.

4. Một số giải pháp nhằm phát huy vai trò của nhà báo công dân

Trong “thế giới phẳng”, chúng ta đều nhận thấy một điều rằng mỗi công dân đều có thể trở thành nhà báo. Tuy nhiên, điều đó cũng chính là con dao hai lưỡi đối với nền báo chí hiện đại. Chính vì vậy, để phát huy vai trò của nhà báo công dân trong thời đại mới, các cơ quan báo chí, nhà báo công dân và thậm chí là độc giả cũng cần phải tự chịu trách nhiệm trước thông tin mình cung cấp cũng như tiếp nhận. Nhà báo công dân chân chính chính là nhà báo biết tự chịu trách nhiệm với thông tin mà mình chuyển tải trên mạng xã hội. Tuyệt đối phải đảm bảo tính chân thật của thông tin, không được bịa đặt hay xuyên tạc thông tin vì lợi do trục lợi cho bản thân. Mỗi người nên là bạn đọc thông minh, dù tiếp nhận thông tin từ nguồn báo chí chính thống hay MXH. Độc giả có quyền “từ chối” thông tin nếu như nó không có ích với bản thân mình hay cảm thấy “sự dối trá” chứa đựng trong đó. Có thể khẳng định rằng, chính tri thức tiếp nhận của công chúng quyết định rất nhiều đến việc tin tức trên MXH có thể lan tỏa trong thế giới phẳng hay không. Do vậy, để giúp cho nhà báo công dân phát huy tốt vai trò của mình trong cuộc chiến

thông tin hiện đại này cần đến một số giải pháp sau:

(a) *Đào tạo và nâng cao trình độ chuyên môn:* Cung cấp các chương trình đào tạo và huấn luyện để nâng cao kỹ năng viết báo, phân tích sự kiện, và đánh giá thông tin. Việc đào tạo chuyên môn này không chỉ hướng đến việc cung cấp thông tin chính xác và đáng tin cậy mà còn giúp mỗi nhà báo công dân nắm bắt các phương pháp nghiên cứu, phân tích sự kiện, và đánh giá thông tin. Điều này giúp nhà báo có khả năng làm việc hiệu quả hơn trong việc xử lý thông tin phức tạp và phản ánh sâu sắc hơn về các vấn đề xã hội. Các chương trình đào tạo có thể bao gồm các khóa học về nghiên cứu dữ liệu, phân tích thống kê, hoặc các phương pháp làm việc với nguồn thông tin từ nhiều nguồn khác nhau. Ví dụ, nhà báo có thể học cách phân tích số liệu kinh tế để đưa ra các bài viết có tính phân tích sâu sắc về tình hình kinh tế địa phương.

(b) *Đổi mới công nghệ và sáng tạo nội dung:* Khuyến khích sử dụng công nghệ và các phương tiện truyền thông mới như phương tiện số hóa, podcast, video để phổ biến thông tin và tiếp cận đối tượng độc giả rộng hơn. Việc sử dụng công nghệ và các phương tiện truyền thông mới giúp nhà báo công dân tiếp cận đối tượng độc giả rộng hơn và phổ biến thông tin một cách hiệu quả hơn. Các nền tảng số hóa như podcast, video, livestreaming mang lại trải nghiệm tương tác mạnh mẽ hơn cho người đọc. Thực tế cho thấy một trang web tin tức có thể tận dụng video và infographic để giải thích sâu hơn về các vấn đề phức tạp như biến đổi khí hậu. Các chương trình podcast có thể mời các chuyên gia để thảo luận về các vấn đề chính trị, kinh tế, mang lại sự hiểu biết sâu sắc hơn cho người nghe. Hơn nữa, chính phủ và các cơ quan báo chí cần cung cấp tài nguyên và đào tạo để nhà báo có thể sử dụng công nghệ số hiệu quả hơn trong việc thu thập thông tin, phân tích dữ liệu và truyền tải tin tức. Bên cạnh đó cần chú trọng khuyến khích các tổ

chức báo chí và nhà báo tạo ra nội dung có giá trị, chất lượng và mang tính xây dựng cho cộng đồng, từ đó nâng cao vai trò và uy tín của báo chí công dân.

(c) *Xây dựng mạng lưới liên kết và hợp tác*: Tạo ra các mạng lưới liên kết giữa các nhà báo, các cơ quan báo chí, các nhà nghiên cứu và các cộng đồng để cùng nhau giải quyết các thách thức và phát triển ngành báo chí. Việc hợp tác giữa các nhà báo cơ quan báo chí, các nhà nghiên cứu và cộng đồng giúp tăng cường sự hiệu quả và sức mạnh của báo chí trong việc đối phó với các thách thức xã hội. Bên cạnh đó, cần tăng cường hợp tác với các tổ chức báo chí quốc tế để học hỏi và áp dụng những tiến bộ công nghệ mới nhất trong nghề báo. Có thể lấy ví dụ cụ thể từ việc thành lập các mạng lưới chuyên đề, sáng kiến như các dự án phối hợp giữa các báo để khai thác sâu về một vấn đề cụ thể, hoặc tham gia vào các hội đồng báo chí quốc tế để chia sẻ kinh nghiệm và học hỏi từ các quốc gia khác.

(d) *Đảm bảo độc lập và trung thực*: Khuyến khích nhà báo có thể tự do thực hiện công việc mà không bị ảnh hưởng bởi áp lực hay can thiệp từ bên ngoài. Yếu tố này là nền tảng để nhà báo công dân có thể làm việc một cách không bị áp lực từ các lợi ích đặc biệt; đảm bảo rằng thông tin được cung cấp là chính xác và khách quan. Cụ thể cho hoạt động này là liên kết giữa nhiều nhà báo để tạo nên mạng lưới thông tin; áp dụng các chính sách nội bộ về đạo đức nghề nghiệp và chuẩn mực đối với các bài viết, đảm bảo rằng những thông tin được cung cấp là chính xác và không bị chi phối bởi các lợi ích đặc biệt. Đồng thời tăng cường các biện pháp pháp lý để bảo vệ quyền tự do ngôn luận, đồng thời khuyến khích các cơ quan báo chí tuân thủ các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp và chuẩn mực chuyên nghiệp.

(f) *Phát triển các nền tảng truyền thông xã hội an toàn và minh bạch*: Tạo ra một môi trường truyền thông xã hội mở, minh bạch và an toàn để nhà báo có thể tương tác và làm việc với cộng

đồng mạng một cách hiệu quả và an toàn, lành mạnh; khuyến khích sự đóng góp của nhà báo công dân vào việc giải quyết các vấn đề xã hội, từ đó tăng cường vai trò của họ trong xã hội; thúc đẩy tư duy phản biện và khai phá các vấn đề xã hội, chính trị, kinh tế có tính chất cộng đồng và hướng đến giải quyết các vấn đề này.

Đây là những giải pháp cơ bản nhằm phát huy vai trò của nhà báo công dân trong thời đại công nghệ số hiện nay.

5. Kết luận

TTXH không chỉ đóng vai trò là nền tảng để kết nối và chia sẻ thông tin một cách nhanh chóng và rộng rãi, mà còn là công cụ quyết định quan trọng trong các lĩnh vực như chính trị, kinh tế, xã hội và văn hóa. Xu hướng phát triển chủ yếu của TTXH đặt ra vấn đề nhìn nhận vai trò của báo chí công dân, nhà báo công dân. Các nền tảng TTXH hiện đã được áp dụng trên qui mô lớn và trong thời gian tới sẽ có sự tăng trưởng vô cùng mạnh mẽ, tác động trực tiếp đến mọi lĩnh vực, mọi cá nhân trong xã hội, đồng thời thay đổi cả những qui tắc giao tiếp truyền thống. Làm thế nào để sử dụng truyền thông xã hội thành công nhằm gia tăng lợi ích và phát huy một cách tích cực vai trò của nhà báo công dân vẫn còn là một vấn đề mà chúng ta phải tiếp tục quan tâm giải quyết. Tuy nhiên, sự phát triển mạnh mẽ của TTXH cũng mang đến nhiều thách thức, nhất là về tính minh bạch, độ tin cậy của thông tin và việc bảo vệ quyền riêng tư.

Trong bối cảnh này, vai trò của báo chí công dân - nhà báo công dân trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Họ không chỉ đóng vai trò là những người truyền tải thông tin mà còn là những người nắm giữ quyền lực trong việc giám sát, phản ánh và đánh giá các vấn đề xã hội. Báo chí công dân không chỉ đặt câu hỏi và phản ánh mà còn tạo điều kiện cho các tranh luận dân chủ, thúc đẩy sự minh bạch và chống lại sự tham nhũng, lạm quyền, pháp luật độc tài, cũng như đảm bảo quyền lợi của công dân.

Để phát huy vai trò hiệu quả của nhà báo công dân, cần có một số giải pháp cụ thể như đã nêu và phân tích. Thứ nhất, cần nâng cao chất lượng nghề nghiệp và đạo đức nghề nghiệp cho các nhà báo, bằng cách cung cấp đào tạo chuyên sâu về nghệ thuật viết báo, nghiên cứu, và công nghệ truyền thông. Thứ hai, cần khuyến khích sự đổi mới và sáng tạo trong phong cách và nội dung báo chí, đồng thời thúc đẩy hợp tác và trao đổi thông tin giữa các phương tiện truyền thông để tăng cường sức mạnh và ảnh hưởng của báo chí công dân. Thứ ba, cần xây dựng và thúc đẩy một môi trường pháp luật bảo vệ quyền tự do báo chí.

Những nỗ lực này không chỉ giúp nhà báo công dân vượt qua các thách thức của môi trường truyền thông hiện đại mà còn làm nổi bật vai trò của họ trong việc xây dựng một xã hội công bằng, dân chủ và phát triển. Việc thúc đẩy vai trò của báo chí công dân không chỉ là vấn đề của riêng từng quốc gia mà còn là một mục tiêu quan trọng trong việc xây dựng một thế giới mà thông tin được truyền tải là chính xác, minh bạch và có ích cho cộng đồng toàn cầu.

Tài liệu tham khảo

- [1] Doãn, Đ. Q. (2014). *Quản lý và phát triển thông tin báo chí ở Việt Nam*. Hà Nội: Nxb Thông tin và Truyền thông.
- [2] Dũng, N.V. (2010). *Báo chí truyền thông hiện đại (từ hàn lâm đến đời thường)*. Hà Nội: Nxb Đại học Quốc gia.
- [3] Melissa Barker, Donald Barker, Nicholas Bormann, và Krista Neher, *Social Media Marketing: A Strategic Approach*, Nxb Cengage Learning, Hoa Kỳ.
- [4] Hưng, N.T. (2018). “Truyền thông xã hội: dự báo các xu hướng phát triển và một số khuyến nghị đối với doanh nghiệp Việt Nam”, *Tạp chí Nguyên cứu châu Phi và Trung Đông*, số 5, tr. 153.
- [5] Quốc hội. (2016). *Luật báo chí số 103/2016/QG13*. Truy cập năm 2016, từ <https://luatvietnam.vn/chinh-sach/luat-bao-chi-2016-104847-d1.html>.
- [6] David Kirkpatrick. (2010). *The Facebook Effect*, Nxb NXB Simon & Schuster, Hoa Kỳ.
- [7] Dan Gillmor. (2004). *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*, Nxb O'Reilly Media, Hoa Kỳ.
- [8] Quang, D. (2014). “*Mỗi công dân là một nhà báo*”. Truy cập ngày 20/06/2014 lúc 22:30, từ <http://nld.com.vn/thoisutrongnuoc/moi-cong-dan-la-mot-nha-bao>.
- [9] Tấn, Đ. Đ. (2014). *Một nền báo chí phẳng*. TP.HCM: Nxb Trẻ.
- [10] Tấn, Đ. Đ. (2017). *Báo chí và mạng xã hội*. TP.HCM: Nxb Trẻ.
- [11] Tuân, N.T. (2024). *Tin giả - sự nguy hại và phương cách ngăn chặn*. Truy cập ngày 22/01/2024 - 05:49, từ <https://www.qdnd.vn/phong-chong-dien-bien-hoa-binh/tin-gia-su-nguy-hai-va-phuong-cach-ngan-chan-762249>.