

NÂNG CAO VAI TRÒ SỬ DỤNG MẠNG XÃ HỘI CỦA LỰC LƯỢNG CÔNG AN TRONG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH ĐẢM BẢO AN NINH, TRẬT TỰ

PHẠM THỊ THẢO

Viện Khoa học An ninh, Học viện An ninh nhân dân

Nhận bài ngày 25/4/2026. Sửa chữa xong 25/5/2026. Duyệt đăng 30/5/2026.

Tóm tắt

In the current period of fundamental and comprehensive education reform in Vietnam, developing human factors is a top priority. Based on the Marxist-Leninist viewpoint that "human essence is the ensemble of social relations," this article analyzes the theoretical and practical significance of this perspective in training sports students. Through a survey of political and moral awareness among students at physical education universities, the author assesses the current situation, highlighting both strengths and existing limitations such as the tendency to prioritize athletic achievement over ideological training. Finally, this article proposes a system of solutions, including innovating teaching methods, integrating political education into athletic training, and enhancing students' self-education capacity. The study aims to contribute to building a generation of athletes and sports teachers who possess both high professional expertise and firm political-moral foundations.

Keywords: Human nature, Marxism-Leninism, moral quality, political quality, sports students.

1. Đặt vấn đề

Mạng xã hội (social network) là hệ thống thông tin cung cấp cho cộng đồng người sử dụng mạng các dịch vụ lưu trữ, cung cấp, sử dụng, tìm kiếm, chia sẻ và trao đổi thông tin với nhau, bao gồm dịch vụ tạo trang thông tin điện tử cá nhân, diễn đàn (forum), trò chuyện (chat) trực tuyến, chia sẻ âm thanh, hình ảnh và các hình thức dịch vụ tương tự khác. Những năm gần đây, mạng xã hội ở Việt Nam có sự phát triển mạnh mẽ, tác động trực tiếp đến sự phát triển kinh tế, xã hội, hoạt động quản lý, điều hành của các cơ quan Nhà nước cũng như dẫn đến những thay đổi to lớn trong giao lưu cộng đồng. Theo báo cáo về tình hình Digital tại Việt Nam năm 2025 của We Are Social, tính đến tháng 4/2025, Việt Nam có hơn 79,8 triệu người sử dụng Internet, đạt tỷ lệ 78,8% dân số. Trung bình mỗi người dân dành hơn 6 giờ/ngày để truy cập vào Internet trên các thiết bị như: điện thoại thông minh (95,4%); laptop hoặc máy tính cá nhân (60,1%); máy tính bảng (30,2%), tivi kết nối Internet (27,1%). Thời gian hoạt động trên không gian mạng của người Việt Nam chủ yếu là dành cho các loại hình truyền thông (xem ti vi trực tuyến 1 giờ 03 phút; sử dụng mạng xã hội 2 giờ 14 phút, nghe nhạc trực tuyến 1 giờ 02 phút, đọc báo trực tuyến 52 phút, nghe podcast trực tuyến 38 phút). Mục đích sử dụng Internet là để: giữ liên lạc với bạn bè và gia đình (69%); tìm kiếm thông tin (66,7%), cập nhật tin tức, sự kiện (61,9%), xem nội dung hình ảnh, chương trình giải trí truyền hình hoặc phim (56,2%), nghe nhạc (50,4%), chơi trò chơi (35,5%) (Datareportal và We are social, 2025). Việc sử dụng mạng xã hội ngày càng trở nên phổ biến và có xu hướng gia tăng trong cộng đồng dân cư của Việt Nam. Tính đến tháng 1/2025, Việt Nam có 76,2 triệu người dùng mạng xã hội tại Việt Nam, chiếm 75,2% tổng dân số. Hiện 95,4% người dùng Internet tại Việt Nam đã sử dụng ít nhất một nền tảng mạng xã hội, thời gian sử dụng trung bình 2 giờ 14 phút/ngày. Mạng xã hội dần trở thành kênh truyền thông quan trọng, là nguồn tiếp cận thông tin của đông đảo người dân Việt Nam. Đối với nhiều người dân Việt Nam hiện nay, xem thời sự chính là xem Facebook, Youtube, TikTok. Chính vì vậy, việc sử dụng mạng xã hội để truyền thông chính sách bảo đảm

Email: thaonamchau1991@gmail.com.

an ninh, trật tự là rất cần thiết. Nhận thức được vấn đề trên, thời gian qua, lực lượng Công an các cấp đã tích cực sử dụng mạng xã hội để tuyên truyền chính sách, pháp luật; thông báo tình hình an ninh, trật tự; tiếp nhận các tin báo, tố giác về tội phạm cũng như tích cực sử dụng mạng xã hội để tuyên truyền phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, định hướng dư luận, tranh thủ sự đồng tình, ủng hộ của quần chúng nhân dân khi xử lý các vụ việc phức tạp về an ninh, trật tự; sử dụng mạng xã hội để xây dựng, duy trì phong trào Toàn dân bảo vệ an ninh Tổ quốc, giáo dục, nâng cao nhận thức, ý thức tham gia bảo đảm an ninh, trật tự,... đạt được những kết quả tích cực.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Thực tiễn sử dụng mạng xã hội trong truyền thông chính sách của lực lượng Công an và những vấn đề cần chú ý

Thời gian qua, lực lượng An ninh mạng và phòng, chống tội phạm sử dụng công nghệ cao đã thường xuyên sử dụng mạng xã hội thực hiện các chiến dịch truyền thông, phủ xanh thông tin trên không gian mạng. Công an các đơn vị, địa phương cũng tích cực sử dụng mạng xã hội để vận động quần chúng tham gia bảo đảm an ninh, trật tự với nhiều mô hình hoạt động hiệu quả. Tiêu biểu như Công an tỉnh Bắc Giang với mô hình “Nhóm Zalo giữa Trưởng Công an cấp xã với cán bộ cơ sở và nhân dân trên địa bàn phục vụ công tác đảm bảo an ninh, trật tự”; mô hình “Kết nối mạng xã hội - bình yên cho mỗi gia đình” để vận động quần chúng bảo vệ an ninh, trật tự của lực lượng Công an cơ sở - Công an tỉnh Đắk Lắk, Công an xã A Lưới - Thành phố Huế đổi mới cách tuyên truyền pháp luật từ những đoạn phim ngắn dễ hiểu.

Trong bối cảnh mạng xã hội phát triển mạnh mẽ, các phương thức tuyên truyền truyền thống dần bộc lộ những hạn chế nhất định, đặc biệt tại các địa bàn miền núi như A Lưới - nơi dân cư phân tán, điều kiện tiếp cận thông tin còn nhiều khó khăn (Hồng Nhung, Nguyễn Lan, 2026). Thực tế đó đặt ra yêu cầu phải đổi mới cách làm; không chỉ tuyên truyền đúng nội dung, mà còn phải nói “trúng” vấn đề người dân quan tâm; không chỉ truyền đạt kiến thức pháp luật, mà còn phải làm sao để pháp luật trở nên gần gũi, dễ hiểu, dễ nhớ và dễ thực hiện. Có thể thấy rằng, mạng xã hội đã trở thành kênh thông tin quan trọng, kết nối người dân với lực lượng Công an, tạo kênh trao đổi, tương tác nhanh chóng, hiệu quả, phục vụ thiết thực cho công tác đảm bảo an ninh, trật tự. Điển hình như mô hình nhóm Zalo của Công an tỉnh Bắc Giang có tổng số 13.700 thành viên, với 164 nhóm Zalo hỗ trợ. Qua nhóm Zalo này, tính đến 2024, Công an tỉnh Bắc Giang đã cung cấp hơn 29.600 tin về an ninh, trật tự đến người dân; tiếp nhận hơn 2800 tin báo, giúp khám phá hơn 400 vụ việc, tạm giữ hàng trăm đối tượng vi phạm pháp luật (Công an tỉnh Bắc Giang, 2023).

Từ thực tiễn sử dụng mạng xã hội truyền thông chính sách bảo đảm an ninh, trật tự nổi lên một số vấn đề cần chú ý như:

Thứ nhất, cộng đồng người sử dụng mạng xã hội Việt Nam đông đảo, sử dụng nhiều nền tảng mạng xã hội khác nhau song tập trung chủ yếu vào một số mạng xã hội lớn. Tính đến tháng 12/2024, Việt Nam có 1056 mạng xã hội đã được cấp phép hoạt động với khoảng 110 triệu tài khoản người Việt Nam sử dụng mạng xã hội trong nước và 203 triệu tài khoản mạng xã hội xuyên biên giới, trong đó 05 nền tảng mạng xã hội được sử dụng nhiều nhất tại Việt Nam gồm có: Facebook (91,6%), Zalo (90,1%), TikTok (77,5%), Facebook Messenger (77%) và Instagram (55,4%). 34,4% người dùng mạng xã hội cho biết Facebook là nền tảng yêu thích nhất của mình trong đó tỷ lệ này là 21,3% đối với Zalo và 20,3% đối với TikTok. 05 nền tảng mạng xã hội mang lại lưu lượng truy cập nhiều nhất cho website tại Việt Nam gồm có Facebook (66,79%), Twitter (9,52%), Youtube (9,08%), Instagram (5,02%) và Pinterest (4,58%) (Bộ Thông tin và Truyền thông, 2024). Quá trình sử dụng mạng xã hội để truyền thông chính sách bảo đảm an ninh, trật tự, lực lượng Công an cần lựa chọn các nền tảng phù hợp để có thể lan tỏa thông tin nhanh chóng, rộng rãi nhất.

Hai là, người sử dụng mạng xã hội ở Việt Nam thuộc nhiều thành phần, độ tuổi khác nhau, quan tâm đến nhiều nội dung khác nhau song đều chú ý tới những vấn đề nóng, nổi bật, được chia sẻ rộng

rãi trên mạng xã hội. Các thống kê cho thấy người sử dụng mạng xã hội thuộc nhiều thành phần, độ tuổi khác nhau song có thể chia ra ở một số nhóm tuổi như: (1) thế hệ Gen Z (sinh năm 1997 - 2012) là những người có xu hướng chia sẻ mọi thứ trên các nền tảng mạng xã hội, từ cập nhật cá nhân đến sở thích và đam mê, thế hệ này hứng thú với những nội dung trực quan như hình ảnh và video nên thường hoạt động mạnh ở các nền tảng như Instagram và TikTok; (2) thế hệ Gen Y hay còn gọi là Millennials (sinh năm 1981 - 1996), thường cập nhật về bản thân, đăng ảnh, video, chia sẻ tin tức mới về công nghệ, ủng hộ các chính sách xã hội; (3) thế hệ Gen X (sinh năm 1965 - 1980) khá tích cực chia sẻ thông tin và hoạt động của cá nhân, gia đình, ưa dùng nền tảng Facebook để kết nối với bạn bè, gia đình cũng như cập nhật thông tin về cuộc sống; (4) thế hệ người dùng lớn tuổi cũng sử dụng mạng xã hội (nhất là Facebook) để giữ liên lạc với người thân, đọc tin tức, chia sẻ hình ảnh về gia đình (Phạm Anh Tuấn, 2022). Mặc dù ở những độ tuổi khác nhau, sử dụng mạng xã hội với mục đích khác nhau (đọc tin tức, chia sẻ thông tin về hoạt động của bản thân, gia đình, kinh doanh online, vui chơi giải trí,...) song cộng đồng mạng đều dành sự quan tâm, theo dõi những vấn đề nóng, là xu hướng trên mạng xã hội được các thành viên cập nhật, chia sẻ rộng rãi. Đó là những thông tin mới, mang tính thời sự, phản ánh những chủ trương mới, chính sách mới, sự kiện mới, nhân vật mới, sự việc mới... nhận được sự quan tâm của đông đảo cộng đồng mạng.

Ba là, về xu thế chia sẻ và tiếp nhận thông tin, người sử dụng mạng xã hội thường ưa thích thông tin ngắn, thông tin bằng hình ảnh, chứa đựng cảm xúc, không quan tâm nhiều đến vấn đề lý luận cao siêu, trừu tượng. Thực tế cho thấy, người sử dụng mạng xã hội thường ưu tiên theo dõi những tin tức, bài viết ngắn, xem các video ngắn được đăng tải, chia sẻ trên mạng hay được đề nghị, gợi ý cho người dùng, ít quan tâm đến những bài viết dài, mang tính chất hàn lâm, học thuật. Thế hệ trẻ (Gen Z) thường có thói quen theo dõi các video trực tuyến với thời lượng ngắn về các chủ đề khác nhau trên mạng xã hội. Các tài khoản mạng xã hội cũng chủ yếu đăng tải, chia sẻ hình ảnh về bản thân, gia đình, cuộc sống với những status ngắn gọn, thể hiện rõ cảm xúc của bản thân đối với một vấn đề, sự việc nào đó (Lê Đình Hải & Đỗ Thị Nụ, 2025).

Bốn là, người sử dụng mạng xã hội Việt Nam có xu hướng theo dõi tài khoản của những tổ chức, cá nhân có uy tín, tầm ảnh hưởng trên không gian mạng, tham gia vào các hội, nhóm, diễn đàn trên không gian mạng phù hợp với tính chất công việc, nhu cầu của mình. Người sử dụng mạng xã hội ở Việt Nam thường đăng ký theo dõi những tài khoản của các tổ chức, cá nhân trên mạng để nhanh chóng nhận được những thông tin mới nhất, cập nhật những tình hình có liên quan phục vụ nhu cầu, sở thích cá nhân cũng như phục vụ công việc, sinh hoạt chuyên môn hàng ngày. Xu hướng thành lập, tham gia vào các hội, nhóm, diễn đàn trên không gian mạng cũng trở nên phổ biến nhằm chia sẻ thông tin, tương tác với những người có cùng sở thích, nhu cầu, kinh doanh hoặc chia sẻ những kinh nghiệm về một lĩnh vực nào đó,... Thực tế, từ năm 2021, Công an các đơn vị, địa phương trong cả nước đã rà soát, phát hiện hơn 506.000 nhóm công khai và hơn 142.000 nhóm kín kiên quan đến Việt Nam (Công an tỉnh Bắc Giang, 2023). Bên cạnh những hội, nhóm chia sẻ kinh nghiệm, cách làm hay, lan tỏa thông tin tích cực cũng có nhiều người lợi dụng hội, nhóm trên mạng xã hội để đăng tải bài viết, bình luận tiêu cực, cổ xúy, kích động bạo lực, đối trụy, tệ nạn xã hội, đưa thông tin xuyên tạc, vu khống, xúc phạm uy tín, danh dự của cơ quan, tổ chức, cá nhân, mua bán hàng giả, hàng cấm, kích động các hoạt động chống Đảng, Nhà nước,... tiềm ẩn nhiều nguy cơ gây mất an ninh, trật tự. Trong năm 2024, A05 đã phối hợp rà soát, xác minh, phân công cho Công an các đơn vị, địa phương triển khai công tác an ninh hơn 2.800 hội, nhóm, quản lý hơn 2.700 KOL, tiến hành hơn 1000 lượt vận động, tranh thủ KOL phục vụ công tác tuyên truyền, vận động quần chúng nhân dân, phát hiện, xử lý sớm những vấn đề phức tạp về an ninh, trật tự (Cục An ninh mạng và phòng, chống tội phạm sử dụng công nghệ cao, 2024).

2.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách bảo đảm an ninh trật tự của lực lượng Công an trong tình hình mới

Thời gian tới, với những tính năng vượt trội cả về kết nối, chia sẻ thông tin, tương tác giữa các thành viên trong cộng đồng, môi trường truyền thông số, nhất là truyền thông qua mạng xã hội sẽ trở thành một trong những kênh truyền thông quan trọng ở Việt Nam cũng như tại các quốc gia trên thế giới. Việc

sử dụng mạng xã hội để truyền thông chính sách bảo đảm an ninh, trật tự là định hướng hết sức quan trọng. Để nâng cao hiệu quả công tác này, lực lượng Công an các cấp cần chú ý một số vấn đề như:

2.2.1. Về nhận thức, cần tiếp tục chú trọng, tích cực sử dụng mạng xã hội để phục vụ công tác tuyên truyền, trong đó chú ý sử dụng các mạng xã hội lớn, được đông đảo cộng đồng dân cư sử dụng. Thời gian tới, cần tiếp tục xây dựng, phát triển các tài khoản, các trang fanpage trên mạng xã hội facebook để đăng tải thông tin tuyên truyền; chú trọng phát triển các tài khoản trên nền tảng TikTok, Instagram để hướng tới tuyên truyền cho thế hệ trẻ với những nội dung phù hợp. Lực lượng Công an (nhất là lực lượng Công an ở cơ sở) cũng chú trọng sử dụng mạng xã hội (như Zalo, Facebook) để thiết lập, tham gia các nhóm trong cộng đồng dân cư trực tiếp, kịp thời thông tin đến từng người dân trong khu vực, góp phần nâng cao hiệu quả tuyên truyền. Đầu tư xây dựng các video tuyên truyền với chủ đề, dung lượng phù hợp để đăng tải, chia sẻ trên Youtube, kết hợp với các giải pháp kỹ thuật để quảng bá, gợi ý nội dung, tăng tương tác giúp thông tin tuyên truyền có thể lan tỏa rộng rãi trong cộng đồng sử dụng mạng xã hội ở Việt Nam. Cùng với việc phát huy lợi thế của Facebook, Zalo, Youtube, cũng cần tận dụng một số diễn đàn đang có lượng thành viên đông đảo, có tác động đến cộng đồng và dư luận xã hội như Twitter, Instagram, Zingme, Otofun, Clip.vn, Beat.vn,... Tiếp tục xây dựng các giải pháp, ứng dụng kỹ thuật hỗ trợ cho Công an các địa phương như “Tin nóng về an ninh, trật tự”, “Xu hướng dư luận và truyền thông”, “Thông tin kinh tế - doanh nghiệp” để phục vụ truyền thông chính sách bảo đảm an ninh, trật tự, góp phần lan tỏa thông tin tích cực về các chính sách mới, định hướng dư luận, tranh thủ sự đồng tình, ủng hộ của quần chúng Nhân dân (Nguyễn Thị Lan Hương, 2019).

2.2.2. Thường xuyên nắm tình hình trên không gian mạng để phát hiện những chính sách mới, vấn đề mới, sự kiện đang được người sử dụng mạng xã hội quan tâm để có định hướng truyền thông chính sách bảo đảm an ninh, trật tự một cách phù hợp, không để xảy ra các “khoảng trống thông tin”, nhất là ban hành các chính sách mới, khi xuất hiện các vụ việc đối tượng lợi dụng những sơ hở, bất cập trong thực hiện các chính sách bảo đảm an ninh, trật tự để kích động các hoạt động chống Đảng, Nhà nước. Kịp thời định hướng thông tin trong cộng đồng mạng, lấy “thông tin đẹp” để “dẹp thông tin xấu”, hạn chế tối đa những nguyên nhân, điều kiện mà các thế lực thù địch, các phần tử chống đối có thể lợi dụng để hình thành “truyền thông xã hội tiêu cực”, kích động người sử dụng mạng xã hội tham gia hoạt động chống Đảng, Nhà nước, hoạt động gây mất an ninh, trật tự (Nguyễn Trọng Lâm & Vũ Thị Hương, 2021). Việc nắm tình hình, xác định các vấn đề đang được cộng đồng mạng quan tâm có thể được thực hiện bởi nhiều biện pháp khác nhau, trong đó chú trọng các biện pháp kỹ thuật chuyên biệt nhằm giám sát thông tin trên mạng; thông qua việc xây dựng, sử dụng các “vai ảo” thâm nhập vào những hội, nhóm, diễn đàn trên không gian mạng có đông thành viên, nhất là các hội, nhóm có liên quan đến an ninh Quốc gia để nắm tình hình. Khi phát hiện xu hướng đăng tải, chia sẻ các thông tin xấu, độc, thông tin giả liên quan đến chính sách đảm bảo an ninh, trật tự cần kịp thời đánh giá tác động đối với cộng đồng, nhanh chóng có kế hoạch tuyên truyền để người sử dụng mạng xã hội nắm rõ bản chất vấn đề, không để làm nảy sinh những hoạt động gây mất an ninh, trật tự.

2.2.3. Quá trình sử dụng mạng xã hội để truyền thông chính sách bảo đảm an ninh, trật tự cần chú ý phù hợp với tâm lý của cộng đồng mạng. Những thông điệp truyền thông cần ngắn gọn, dễ hiểu, dễ nhớ, dễ thể hiện và dễ lan tỏa bằng truyền thông đa phương tiện trên nền tảng của văn bản, hình ảnh, video,... Thông tin phải có sự chọn lọc, mang tính thiết thực, có lợi ích rõ ràng, thúc đẩy cái đẹp, cái tích cực, phê phán cái xấu, cái tiêu cực, việc thông tin phải vì sự phát triển của cộng đồng và xã hội. Bài viết cần có tính thời sự, đi vào vấn đề mà dư luận đang quan tâm, có cách đặt tiêu đề thu hút, lựa chọn hình ảnh, video minh họa gây ấn tượng cho người đọc, xây dựng và sử dụng thêm nhiều tài khoản để bình luận, tương tác qua đó tạo sự tin tưởng, tăng sức lan tỏa của thông tin cần tuyên truyền trong cộng đồng mạng.

2.2.4. Chú trọng vận động, tranh thủ những người có uy tín, tầm ảnh hưởng trên không gian mạng (KOLs) vào truyền thông chính sách bảo đảm an ninh, trật tự. Lực lượng Công an cần chú trọng tranh thủ văn nghệ sỹ, trí thức có uy tín, các nhà khoa học, nhà nghiên cứu, người có uy tín trong dân tộc, tôn

giáo, tầng lớp KOLs (Key Opinion Leader), influencers là những người có “thương hiệu” hoặc là “người bình thường” mà thông tin, quan điểm nêu ra có sức thu hút, ảnh hưởng, được “cư dân mạng” chia sẻ, khuếch tán nhanh trên phạm vi rộng, ... vào công tác thông tin, tuyên truyền trên mạng xã hội (Nguyễn Văn Nam & Lương Thanh Duy, 2024). Tập trung xây dựng, phát triển, hình thành những tài khoản có uy tín trong cộng đồng mạng xã hội (của cả lực lượng Công an và các cơ quan nhà nước khác), tạo thành những kênh truyền thông có sức hút để chủ động đăng tải, cung cấp thông tin chính xác trên mọi lĩnh vực tới người sử dụng mạng xã hội, đảm bảo những thông tin chính thống nhanh chóng đến được với cộng đồng, góp phần đẩy lùi thông tin xấu, độc, thông tin giả trên mạng xã hội.

2.2.5. Nghiên cứu, xây dựng thể trận an ninh nhân dân trên không gian mạng, phát huy sức mạnh tổng hợp của các cơ quan, tổ chức, cá nhân trong tuyên truyền, tạo truyền thông xã hội tích cực để định hướng cộng đồng mạng. Mỗi đơn vị cần chủ động xây dựng, sử dụng các tài khoản trên mạng xã hội để thường xuyên tuyên truyền chủ trương, chính sách, pháp luật; tuyên truyền tình hình an ninh, trật tự ở trong nước và ở địa phương; kịp thời phản bác các quan điểm sai trái, thù địch. Cần có sự tập trung, thống nhất trong lãnh đạo, chỉ đạo công tác tuyên truyền trên không gian mạng. Khi phát hiện vấn đề nóng, vấn đề phức tạp có khả năng làm xuất hiện các hoạt động gây mất an ninh, trật tự trên không gian mạng cần tập trung lực lượng viết bài, tương tác trong cùng thời điểm, thống nhất các nội dung, định hướng tuyên truyền. Thông qua đó, tạo dựng truyền thông xã hội tích cực, có sức lan tỏa rộng rãi, góp phần định hướng thông tin trong cộng đồng mạng, góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng mạng xã hội truyền thông chính sách bảo đảm an ninh, trật tự

3. Kết luận

Sự phát triển mạnh mẽ của mạng xã hội đã tạo ra những cơ hội mới trong công tác truyền thông chính sách bảo đảm an ninh, trật tự của lực lượng Công an nhân dân. Thực tiễn cho thấy việc khai thác hiệu quả các nền tảng mạng xã hội không chỉ giúp lan tỏa thông tin chính thống nhanh chóng, rộng rãi mà còn góp phần tăng cường tương tác, củng cố niềm tin và huy động sự tham gia của người dân trong bảo vệ an ninh, trật tự. Tuy nhiên, để đáp ứng yêu cầu của bối cảnh truyền thông số hiện nay, lực lượng Công an cần tiếp tục đổi mới nội dung, phương thức tuyên truyền, chủ động nắm bắt dư luận xã hội và phát huy vai trò của các chủ thể có ảnh hưởng trên không gian mạng. Đồng thời, cần xây dựng thể trận an ninh nhân dân vững chắc trên không gian mạng, tạo môi trường thông tin lành mạnh, góp phần nâng cao hiệu quả thực thi chính sách và bảo vệ vững chắc an ninh quốc gia, trật tự an toàn xã hội./

Tài liệu tham khảo

- Bộ Thông tin và Truyền thông (2024). *Báo cáo tổng kết năm 2024 của Bộ Thông tin và Truyền thông*.
- Công an tỉnh Bắc Giang (2023). *Lập nhóm Zalo an ninh: Cầu nối người dân với công an*. BACNINHTV. <https://baobacninh.vn/lap-nhom-zalo-an-ninh-cau-noi-nguoi-dan-voi-cong-an.bbg>.
- Cục An ninh mạng và phòng, chống tội phạm sử dụng công nghệ cao (2024). *Báo cáo tổng kết công tác năm 2024*. Hà Nội.
- DataReportal & We Are Social (2025). *Digital Vietnam 2024*.
- Hồng Nhung, & Nguyễn Lan (2026). Khi chiến sĩ Công an “kể chuyện pháp luật” bằng trái tim trách nhiệm. *Cổng Thông tin điện tử Bộ Công an*. <https://bocongan.gov.vn/bai-viet/khi-chien-si-cong-an-ke-chuyen-phap-luat-bang-trai-tim-trach-nhiem-1777015587>
- Lê Đình Hải, Đỗ Thị Nụ (2025). Đặc điểm hành vi tiêu thụ tin tức trên mạng xã hội của thế hệ Z tại Việt Nam. *Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông điện tử*. <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/dac-diem-hanh-vi-tieu-thu-tin-tuc-tren-mang-xa-hoi-cua-the-he-z-tai-viet-nam-p29211.html>
- Nguyễn Thị Lan Hương (2019). *Mạng xã hội đối với lối sống của thanh, thiếu niên Việt Nam hiện nay*. NXB Khoa học Xã hội.
- Nguyễn Trọng Lâm, Vũ Thị Hương (2021). Tăng cường quản lý nhà nước, bảo đảm an toàn thông tin trong truyền thông xã hội ở Việt Nam hiện nay. *Tạp chí Cộng sản*. <https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/quoc-phong-an-ninh-doi-ngoai/-/2018/824242/tang-cuong-quan-ly-nha-nuoc%2C-bao-dam-an-toan-thong-tin-trong-truyen-thong-xa-hoi-o-viet-nam-hien-nay.aspx>.
- Nguyễn Văn Nam, Lương Thanh Duy (2024). Sự phản động, thù địch của một nhóm người có ảnh hưởng trên không gian mạng. *Báo Quân đội nhân dân*. <https://www.qdnd.vn/phong-chong-dien-bien-hoa-binh/su-phan-dong-thu-dich-cua-mot-nhom-nguoi-co-anh-huong-tren-khong-gian-mang-795632>.
- Phạm Anh Tuấn (2022). Sự phát triển của mạng xã hội và khả năng ứng dụng các lợi thế, tiện ích của mạng xã hội trong công tác thông tin, tuyên truyền ở Việt Nam. *Tạp chí Cộng sản*, tháng 9.