

# Kinh nghiệm quốc tế trong quản lý thông tin trên mạng xã hội: Một số gợi mở cho Việt Nam

Nguyễn Quang Tuấn<sup>(\*)</sup>

Nguyễn Tuấn Minh<sup>(\*\*)</sup>

**Tóm tắt:** Trong bối cảnh phát triển mạnh mẽ của mạng xã hội (MXH), các quốc gia phát triển như Trung Quốc, Mỹ và các nước thuộc khu vực châu Âu đã và đang thực hiện các chiến lược quản lý thông tin trên MXH nhằm ngăn chặn các thông tin sai lệch, giả mạo hay các thông tin có tính chất thù hận, tiêu cực gây ảnh hưởng đến nhận thức và hành vi người sử dụng cũng như lợi ích quốc gia. Thực tế này là những kinh nghiệm để Việt Nam có thể xây dựng các chính sách hay áp dụng vào các hoạt động thực tiễn của mình.

**Từ khóa:** Mạng xã hội, Quản lý thông tin, Facebook

**Abstract:** In the strong development of social media, such developed countries as China, United States and European countries have implemented information management strategies on social media to prevent fake news or hostile information that cause negative impacts on users' awareness and behaviours as well as national benefits. This practice provides the lessons for Vietnam to develop policies or apply them under the national context.

**Keywords:** Social Network, Information Management, Facebook

## 1. Đặt vấn đề

Mạng xã hội đã ngày càng trở nên phổ biến và có những tác động sâu rộng đến mọi tầng lớp, mọi lĩnh vực trong xã hội, đặc biệt là Facebook - MXH có lượng người dùng lớn nhất thế giới. Ở Việt Nam, MXH đang ngày càng phát triển với số lượng người dùng tăng lên nhanh chóng trong những năm gần đây, nhất là Facebook. Theo

Statista (2020), số người sử dụng Facebook ở Việt Nam năm 2019 là 45,3 triệu người và ước tính đến năm 2023 tăng lên 52,4 triệu người.

Sự phát triển của Internet nói chung và các trang MXH nói riêng đã có những tác động tích cực đến người sử dụng mạng như dễ dàng giao lưu, kết bạn, giải trí và trao đổi thông tin (Trần Hữu Luyến và cộng sự, 2015). Tuy nhiên, MXH cũng có không ít tác động tiêu cực, đặc biệt là các hành vi phát ngôn gây thù hận, kỳ thị hoặc tin tức giả (VPIS, 2017). Những bất cập kể trên có nguyên nhân từ những hạn chế trong công tác định hướng thông tin trên MXH hiện

<sup>(\*)</sup> ThS., Viện Xã hội học, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam;

Email: nguyenquangtuan9x@gmail.com

<sup>(\*\*)</sup> TS., Viện Xã hội học, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.



nay. Nghị quyết Trung ương 4 khóa XII của Đảng Cộng sản Việt Nam cũng chỉ rõ: công tác quản lý thông tin trên MXH ở Việt Nam hiện nay còn chưa chủ động, thiếu các giải pháp phù hợp để định hướng thông tin trong bối cảnh hội nhập quốc tế và sự phát triển mạnh mẽ của MXH (VOV, 2018).

Bài viết tìm hiểu kinh nghiệm quản lý thông tin<sup>1</sup> trên MXH của các quốc gia phát triển như Trung Quốc, Mỹ và khối Liên minh Châu Âu (EU), từ đó rút ra các bài học kinh nghiệm và gợi mở các định hướng cho Việt Nam.

## 2. Kinh nghiệm của một số quốc gia phát triển trong việc quản lý thông tin trên mạng xã hội

### a) Trung Quốc

Cùng với sự phát triển của Internet, MXH đã bắt đầu hình thành và phát triển trong xã hội Trung Quốc kể từ năm 2005. Đến thời điểm hiện nay, MXH Weibo là một phương tiện truyền thông mạnh mẽ nhất đối với người dùng ở Trung Quốc.

Sự phát triển mạnh mẽ của MXH ở Trung Quốc và các nguy cơ đặt ra là cơ sở hoạch định chính sách kiểm soát truy cập mạng, quản lý thông tin của nước này. Tuy nhiên, các chính sách quản lý hiện hành cũng đang gặp những thách thức. *Thứ nhất*, Chính phủ Trung Quốc kiểm soát công dân truy cập và ngăn chặn việc chia sẻ thông tin liên quan đến an ninh quốc gia bằng cách chặn

các trang MXH nước ngoài như Twitter, Facebook, Youtube, Vimeo và các trang mạng mới phát triển khác, chỉ cho phép sử dụng các trang MXH nội địa như Weibo, Youku,... (Fischer, 2012). Mặc dù các trang MXH nội địa ngày càng đa dạng và phát triển nhưng Chính phủ Trung Quốc không khuyến khích người dân sử dụng (Wallis, 2011). *Thứ hai*, những người sử dụng MXH bao gồm cả cá nhân và tổ chức, doanh nghiệp cần sử dụng tên thật của mình để đăng ký tài khoản. Trường hợp người dùng mạng chưa được xác minh tài khoản sẽ không thể đăng bài, bình luận và chỉ được phép đọc thụ động. Quá trình xác minh tên thật dựa trên mã thẻ ID cá nhân và số điện thoại di động (Fischer, 2012). Tuy nhiên, một thách thức lớn trong việc kiểm duyệt người dùng là Trung Quốc không thể xác minh ID của những người sống ở nước ngoài (Fischer, 2012). *Thứ ba*, hạn chế công dân tham gia chính trị thông qua việc sử dụng MXH với các ràng buộc về luật pháp (Willnat và cộng sự, 2015). Công cụ “The Great Firewall of China (Bức tường lửa vĩ đại của Trung Quốc) cho phép kiểm duyệt và chất lọc thông tin chia sẻ, đặc biệt là các thông tin chính trị (Human Right Watch, 2006). *Thứ tư*, để chống lại tin tức giả, Chính phủ Trung Quốc sử dụng các thuật toán và phần mềm lọc các từ nhạy cảm và giao trách nhiệm cho các nhà cung cấp dịch vụ Internet thực hiện (Fischer, 2012). Các công ty công nghệ cần ký vào “Bản cam kết công khai về kỷ luật cho ngành công nghiệp Internet Trung Quốc” (Public Pledge on Self-discipline for the Chinese Internet Industry) do Hiệp hội Internet khởi xướng (ISOC) (Human Right Watch, 2006). Do đó, các công ty cung cấp dịch vụ Internet cũng chịu sự kiểm soát chặt chẽ bởi Chính phủ Trung Quốc (Jiang, 2012). Trung Quốc còn ban hành các quy định đối với người sử

<sup>1</sup> Dựa trên văn bản Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15/7/2013 của Chính phủ quy định về Quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng, quản lý thông tin trên MXH trong bài viết này được hiểu là việc bảo đảm thông tin trên mạng không gây phương hại đến an ninh quốc gia, trật tự an toàn xã hội, bí mật của nhà nước, quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân, đồng thời hướng đến đẩy mạnh việc đưa các thông tin lành mạnh, hữu ích lên mạng xã hội.



dụng mạng, đặc biệt là cấm người dân sử dụng các trang MXH nước ngoài, các trang nội địa phải được kiểm soát chặt chẽ về hành vi tham gia sử dụng. Trung Quốc áp dụng chính sách buộc các công ty cung cấp dịch vụ mạng phải cam kết ngăn chặn việc truyền tải thông tin nằm trong danh mục cấm mà chính phủ nước này quy định. Việc Trung Quốc yêu cầu các công ty cung cấp dịch vụ Internet và MXH thực hiện hoạt động kiểm duyệt, tự kiểm duyệt đặt ra nhiều vấn đề liên quan đến quyền con người. Jiang (2012) cho rằng, cách thức kiểm soát người dùng trên MXH và Internet ở Trung Quốc không chỉ suy giảm về mặt đạo đức mà còn không bền vững lâu dài, hơn nữa, quyền của người sử dụng mạng không được bảo vệ và không công bằng. Những điều này đi ngược lại với các chuẩn mực và giá trị quốc tế đã được thiết lập (Amnesty International UK, 2006).

#### b) Mỹ

Ở Mỹ, Facebook là một trong những MXH đứng đầu. Quá trình phát triển Internet và MXH nhanh chóng ở Mỹ đã đặt ra nhiều chính sách về an ninh mạng. Năm 2015, Diễn đàn Toàn cầu Boston đã xây dựng “Bộ Quy tắc hòa bình và an ninh mạng - Ethics Code of Conduct for Cyber Peace and Security (ECCC)”, trong đó nhấn mạnh đến các chuẩn mực đạo đức và quy tắc ứng xử trên Internet và MXH đối với công dân mạng, nhà hoạch định chính sách, kỹ sư công nghệ thông tin, lãnh đạo doanh nghiệp, các nhà giáo dục và những người có ảnh hưởng tới xã hội (Boston Global Forum, 2015). *Thời báo New York (New York Times)* cũng đưa ra bộ “Hướng dẫn cho các phóng viên về việc sử dụng MXH trong công tác báo chí và truyền thông” nhằm khuyến khích nhân viên sử dụng MXH như là một cách thu hút độc giả, cập nhật, thu thập, quản lý thông tin và cải tiến chất lượng tin bài. Bản hướng

dẫn này cũng đưa ra những quy định cụ thể về trách nhiệm và nghĩa vụ đối với độc giả cũng như nhân viên của tờ báo này (*New York Times*, 2017).

Ở Mỹ, người dùng Facebook đang điều chỉnh hành vi sử dụng MXH này kể từ sau khi xảy ra việc thu thập dữ liệu cá nhân không đúng cách của 87 triệu người dùng Facebook mà họ không hề biết nhằm phục vụ cho cuộc bầu cử tổng thống năm 2016. Perrin (2018) cũng chỉ ra rằng, những vi phạm dữ liệu của người dùng đã khiến 74% người Mỹ thay đổi cài đặt quyền riêng tư, 42% không truy cập Facebook nhiều tuần và hơn 26% người dùng đã xóa tài khoản Facebook.

Kể từ cuộc bầu cử năm 2016 đó, công ty Facebook cũng đã thực hiện rõ ràng hơn chính sách về quyền riêng tư và các chiến dịch giáo dục trong và ngoài Facebook để giúp người sử dụng hiểu rõ hơn về cách quản lý thông tin của họ trên trang mạng này. Griffin (2018) cũng chỉ ra cách thức quản lý thông tin trên MXH bằng cách thiết lập quyền riêng tư và độ tuổi sử dụng mạng Facebook có liên quan đến những hành vi trong việc thiết lập quyền riêng tư. Cụ thể là những người trẻ tuổi, đặc biệt là nhóm từ 18-29 tuổi thực hiện điều chỉnh hành vi bằng cách thay đổi quyền riêng tư trên nền tảng MXH Facebook cao hơn những nhóm khác. Perrin (2018) cũng chỉ ra rằng, những người trẻ tuổi có lập trường mạnh mẽ hơn so với những người lớn tuổi trong kiểm soát quyền riêng tư trên Facebook. Ngoài ra, để quản lý thông tin trên MXH này, các liên bang và Chính phủ Mỹ có quyền yêu cầu sử dụng dữ liệu của người dùng từ công ty Facebook.

#### c) Khối các nước Liên minh Châu Âu (EU)

Facebook được xem như là một trang MXH được sử dụng phổ biến nhất ở châu Âu



với khoảng 56,1% dân số khối EU tính đến tháng 3/2020 (Internet World Stats, 2020). Người tham gia sử dụng MXH này với rất nhiều mục đích khác nhau như liên lạc, đọc báo (Johnson, 2020), nâng cao sự tham gia của công dân trong lĩnh vực chính trị và tăng cường dân chủ, thông báo cho công dân, tương tác và định hướng công chúng theo chương trình nghị sự của chính phủ, ngoại giao với các chính phủ, tổ chức quốc tế (Çömlekçi và cộng sự, 2016; Davies, 2014).

Ngoài các trang web chính thức, chính phủ các nước thuộc khu vực EU cũng đã tạo hồ sơ trên một số trang MXH để tạo cảm giác gần gũi hơn với người dân như Facebook, Myspace và Flickr (Dẫn theo: Çömlekçi và cộng sự, 2016). Nghị viện châu Âu có một tài khoản Facebook với 2,1 triệu người dùng theo dõi vào tháng 7/2016. Đây là sáng kiến truyền thông xã hội thành công nhất do một tổ chức của EU lãnh đạo. Trang Facebook này chủ yếu chia sẻ các thông tin văn hóa, giải trí nhằm giảm bớt áp lực cuộc sống hàng ngày và thu hút sự chú ý của công dân. Mặc dù vậy, phát ngôn gây thù hận và tin tức giả đang trở thành những vấn đề đáng chú ý trong những năm gần đây, đặc biệt là vào thời gian bầu cử. Trước thực trạng này, EU đang cố gắng ngăn chặn nó như là một phần của cuộc chiến thông tin, tuyên truyền. Ủy ban châu Âu (European Commission) đã ban hành Hướng dẫn về Bộ Quy tắc ứng xử chống lại thông tin gây thù hận vào cuối tháng 5/2016. Với Bộ Quy tắc ứng xử này, cả 4 công ty công nghệ lớn như Facebook, Youtube (Google), Twitter và Microsoft đã đồng ý cùng nhau chống lại thông tin gây thù hận trên MXH (Kuczerawy, 2016). Theo Bộ Quy tắc ứng xử này, các công ty này cam kết: 1/ “Đi đầu” trong việc chống lại sự lan truyền của phát ngôn gây thù hận

bất hợp pháp trên MXH; 2/ Có các quy trình rõ ràng và hiệu quả để xem xét các thông báo về phát ngôn gây thù hận bất hợp pháp trên các dịch vụ MXH nhằm cho phép việc xóa hoặc vô hiệu hóa quyền truy cập vào nội dung đó; 3/ Cung cấp bộ Quy tắc cộng đồng làm rõ người dùng không được phép đăng tải các hành vi kích động bạo lực và thù địch; 4/ Xem xét các thông báo hợp lệ để loại bỏ các nội dung gây thù hận, nói xấu bất hợp pháp trong khoảng thời gian ít hơn 24 giờ và xóa hoặc vô hiệu hóa quyền truy cập vào nội dung này. Tuy nhiên, Bộ Quy tắc ứng xử này bị phê phán bởi một số tổ chức xã hội dân sự như EDRi, CDT và Chỉ số kiểm duyệt (Index on Censorship) về định nghĩa và phạm vi quá rộng của phát ngôn gây thù hận, sự ủy quyền của các hoạt động thực thi từ các công ty, tổ chức nhà nước đến tư nhân và nguy cơ can thiệp quá mức vào quyền tự do ngôn luận của công dân (Kuczerawy, 2016).

Ủy ban Châu Âu khuyến khích nhân viên sử dụng MXH để giao tiếp với công dân và các bên liên quan thông qua bản hướng dẫn sử dụng MXH cho tất cả nhân viên. Mỗi tài khoản MXH của cá nhân đều có ảnh đại diện hoặc tên để giúp công dân tương tác dễ dàng, khách quan và công bằng hơn. Cách làm này giúp Ủy ban Châu Âu thiết lập mối quan hệ trực tiếp với công dân nhiều hơn. Thêm vào đó, để công dân các nước thuộc khu vực châu Âu tiếp cận thông tin dễ dàng hơn, các tổ chức đang cố gắng đăng bài bằng ngôn ngữ tiếng Anh, tiếng Đức và tiếng Pháp trên MXH và cung cấp thông tin chính xác cho công dân, đồng thời thực hiện chiến lược cải thiện các biện pháp an ninh chống lại các cuộc tấn công mạng (Çömlekçi và cộng sự, 2016).

Các chiến lược truyền thông xã hội của EU dựa trên sự chuyển đổi từ giao tiếp



thông tin sang tương tác trên MXH. Mọi công dân có thể trao đổi, tranh luận lành mạnh với chính phủ thông qua MXH nhằm xây dựng một xã hội công bằng và dân chủ hơn, đồng thời lồng ghép quan điểm của người dân trong quá trình ra quyết định các chương trình, chính sách. Với chiến lược này, chính phủ các nước thuộc khu vực EU và công dân của họ có thể nắm bắt và tương tác dễ dàng hơn khi có các thông tin được đăng tải trên MXH.

Như vậy, việc điếm qua kinh nghiệm một số nước trong việc quản lý thông tin trên MXH và Internet ở trên cho thấy có 3 mô hình nổi bật: 1/ Mô hình quản lý cực đoan kiểu Trung Quốc; 2/ Mô hình quản lý thông tin trên MXH theo phong cách dân chủ xã hội của khối các nước EU; 3/ Mô hình quản lý thông tin theo phong cách tự do kiểu Mỹ. Trong mô hình quản lý cực đoan kiểu Trung Quốc, nhà nước luôn cố gắng ngăn chặn và kiểm soát mọi luồng thông tin, ngăn cản bất kỳ nỗ lực nào của công chúng nếu có ý định kết nối mạng với bên ngoài. Chính sách này không phải là chính sách được ưa dùng của các quốc gia theo mô hình dân chủ, tự do. Các quốc gia khác lựa chọn hướng đi đối thoại, tương tác nhiều hơn với người dân, lắng nghe các phản hồi của công chúng và điều chỉnh chính sách để phù hợp với mong đợi của các nhóm xã hội. Với cách quản lý thông tin trên MXH theo đường lối tăng cường tương tác tích cực, người dùng cải thiện các năng lực tham gia trên không gian mạng, và chủ động để loại bỏ tin tức giả mạo, tin sai lệch, hoặc phát ngôn gây thù địch. Những quy định về kiểm soát như mô hình của Trung Quốc có nguy cơ đẩy một bộ phận dân cư vào nhóm đối nghịch nếu như danh sách các quy định về các từ cấm sử dụng trở nên dài hơn. Vấn đề quản lý thông tin trên MXH cũng đặt ra thách

thức về bảo mật quyền riêng tư, bảo mật thông tin người dùng, trách nhiệm của các nhà cung cấp dịch vụ và ranh giới quyền lực của nhà nước có thể can thiệp đến đâu mà vẫn tôn trọng, đảm bảo các quyền con người mà họ đã cam kết xây dựng. Kinh nghiệm quốc tế mở ra những thảo luận tiếp theo cho Việt Nam trong việc phát triển và hoàn thiện các biện pháp quản lý thông tin trên MXH.

### 3. Một số gợi mở cho Việt Nam

Ở Việt Nam, trong những năm qua, nhiều chính sách, văn bản quy phạm pháp luật đã được ban hành để quản lý các hoạt động trên Internet và MXH. Một số văn bản cụ thể như Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15/7/2013 của Chính phủ về Quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng; Nghị định số 174/2013/NĐ-CP ngày 13/11/2013 của Chính phủ về việc 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; Thông tư số 09/2014/TT-BTTTT ngày 19/8/2014 của Bộ Thông tin và Truyền thông về quy định chi tiết về hoạt động quản lý, cung cấp, sử dụng thông tin trên MXH; Thông tư số 38/2016/TT-BTTTT ngày 26/12/2016 của Bộ Thông tin và Truyền thông về hướng dẫn hoạt động cung cấp thông tin công cộng qua biên giới; Nghị định số 27/2018/NĐ-CP ngày 01/3/2018 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15/7/2013 của Chính phủ về Quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng; Nghị quyết số 29-NQ/TW ngày 25/7/2018 của Bộ Chính trị về Chiến lược bảo vệ Tổ quốc trên không gian mạng; Nghị quyết số 30-NQ/TW ngày 25/7/2018 của Bộ Chính trị về Chiến lược An ninh mạng quốc gia; đặc biệt là Luật An ninh mạng (Luật số 24/2018/



QH14 ngày 12/6/2018 của Quốc hội) có hiệu lực từ ngày 01/01/2019, quy định về hoạt động bảo vệ an ninh quốc gia và bảo đảm trật tự, an toàn xã hội trên không gian mạng và trách nhiệm của cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan. Ngoài ra, một số hành vi phát ngôn nói xấu, bôi nhọ, phỉ báng tổ chức, cá nhân còn được điều chỉnh ở nhiều văn bản khác như Luật Dân sự, Luật Hình sự, Luật Quảng cáo,...

Nhìn chung, Việt Nam đã có những quy định rõ ràng và cụ thể về những hành vi bị nghiêm cấm trong không gian mạng cũng như những quy định xử phạt đối với các hành vi vi phạm. Tuy nhiên, với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ, các dịch vụ và loại hình MXH khác nhau nên hệ thống văn bản quy phạm pháp luật vẫn còn nhiều bất cập và hạn chế, đặc biệt là công tác gỡ bỏ thông tin vi phạm còn gặp nhiều rào cản bởi hành lang pháp lý khác nhau liên quan đến các doanh nghiệp mạng nước ngoài. Bên cạnh đó, quá trình xác lập hành vi vi phạm và nhân thân của các đối tượng vi phạm còn khó khăn vì cần sự phối hợp của nhiều cơ quan liên quan. Ngoài ra, công tác tuyên truyền cho các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ và người sử dụng mạng vẫn còn hạn chế và hiệu quả chưa cao (Bộ Thông tin và Truyền thông, 2019). Do vậy, việc giải quyết những thông tin tiêu cực trên MXH đang còn là một thách thức lớn. Bên cạnh các quy định của pháp luật thì những “thể chế mềm” với nội dung cốt lõi là các chuẩn mực đạo đức về hành vi và ứng xử trên MXH mà các nước đang áp dụng rất đáng để chúng ta xem xét áp dụng trong tình hình hiện nay. Đây cũng là việc thực hiện Nghị quyết số 55/2017/QH14 ngày 24/11/2017 của Quốc hội Việt Nam khóa XIV về “Hoạt động chất vấn tại kỳ họp thứ 4, Quốc hội khóa XIV”, trong

đó có cam kết của các cơ quan chính phủ trong việc xây dựng và triển khai “Bộ quy tắc ứng xử trên MXH cho các nhà cung cấp dịch vụ và người sử dụng MXH, hướng tới xây dựng môi trường mạng lành mạnh, an toàn tại Việt Nam”. Bên cạnh đó, chúng ta cũng có thể cân nhắc thúc đẩy và/hoặc áp dụng một số biện pháp mà các quốc gia trên thế giới đã thực hiện như:

*Thứ nhất*, tăng cường nâng cao nhận thức của người dân về MXH, từ đó khuyến khích người dùng thiết lập quyền riêng tư, đăng ký tài khoản thật và tự kiểm duyệt thông tin khi tiếp nhận hoặc đăng tải trên MXH;

*Thứ hai*, giao trách nhiệm kiểm duyệt thông tin cho các công ty/doanh nghiệp Internet/MXH; có quy định về việc đánh giá thường xuyên các hoạt động đăng tải thông tin trên MXH;

*Thứ ba*, chính quyền địa phương nên thiết lập các trang MXH để có thêm một kênh tương tác với người dân, lắng nghe ý kiến, nguyện vọng của người dân, từ đó thúc đẩy dân chủ cũng như nâng cao chất lượng của các hoạt động quản lý nhà nước.

#### **4. Kết luận**

MXH đã và đang đóng vai trò hết sức quan trọng đối với công dân và chính phủ các quốc gia trên thế giới và Việt Nam. MXH không chỉ là kênh cung cấp thông tin kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội và giải trí mà còn là cầu nối giữa người dân và chính quyền trong việc xây dựng xã hội công bằng và dân chủ. Tuy nhiên, MXH cũng có những mặt trái nhất định liên quan đến các vấn đề như tin tức giả, phát ngôn kỳ thị, thù hận, lộ thông tin cá nhân, v.v... Để đối phó và giải quyết những vấn đề tiêu cực này, các quốc gia phát triển như Trung Quốc, Mỹ và các nước thuộc khu vực châu Âu đã đưa ra những chính sách đặc thù trong quản lý thông tin; trong đó phải kể đến các quy



định về việc thiết lập quyền riêng tư và sử dụng các thông tin thật của các cá nhân, tổ chức trong quá trình sử dụng MXH hay sử dụng các công cụ kiểm duyệt để hạn chế các nguồn thông tin tiêu cực. Đặc biệt, các “thể chế mềm” là những cơ sở quan trọng để người dùng tự kiểm duyệt các thông tin trước khi đăng tải hoặc chia sẻ trên MXH.

Để quản lý thông tin trên MXH một cách hiệu quả thì việc tham khảo kinh nghiệm của các nước trên thế giới là hết sức cần thiết. Tuy nhiên điều này là chưa đủ, cần phải có thêm những nghiên cứu cơ bản để làm rõ bản chất và đặc trưng của thông tin trên MXH và những vấn đề liên quan đến thực tiễn ở Việt Nam. Đặc biệt, cần phát huy được những mặt tích cực của thông tin, hay nói cách khác là phát triển dư luận trên MXH. Tự do ngôn luận là một trong những quyền cơ bản của con người. Đó là quyền tự do lựa chọn và bày tỏ ý kiến của xã hội, nếu xã hội không có quyền đó thì xã hội không có tự do. MXH đang là một công cụ hữu hiệu để thúc đẩy sự phát triển của dư luận xã hội và quyền tự do ngôn luận □

#### Tài liệu tham khảo

1. Amnesty International UK (2006), *Undermining freedom of expression in China: The role of Yahoo!, Microsoft and Google*, <https://media.business-humanrights.org/media/documents/files/reports-and-materials/Amnesty-UK-report-Internet-cos-China-Jul-2006.pdf>, truy cập ngày 18/9/2020.
2. Boston Global Forum (2015), *The ethics code of conduct for cyber Peace and security (ECCC)*, <https://bostonglobalforum.org/mdi/wp-content/uploads/sites/15/ECCC-Sep-2015.pdf>, truy cập ngày 18/9/2020.
3. Bộ Thông tin và Truyền thông (2019), *Dự thảo đề án Bộ Quy tắc ứng xử trên mạng xã hội cho nhà cung cấp dịch vụ và người sử dụng mạng xã hội, hướng tới xây dựng môi trường mạng lành mạnh, an toàn tại Việt Nam*, Hà Nội.
4. Chính phủ (2020), *Nghị định Quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông, tần số vô tuyến điện, công nghệ thông tin và giao dịch điện tử* (Nghị định số 15/2020/NĐ-CP ngày 03/02/2020).
5. Çömlekçi, F., Güney, S. (2016), “Social Media Strategies of The European Union bodies: A comparison with Turkey’s experience”, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15 (4), 1119-1130, DOI: 10.21547 /jss.265501, truy cập ngày 10/8/2020.
6. Davies, Ron. (2014), *Social Media in Election Campaigning*. *European Parliament Research Service*, [http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140709/LDM\\_BRI\(2014\)140709\\_REV1\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140709/LDM_BRI(2014)140709_REV1_EN.pdf), truy cập ngày 11/8/2020.
7. Delmonico, D.L. & Carnes, P.J. (1999), “Virtual sex addiction: when cybersex becomes the drug of choice”, *Cyberpsychology & Behavior* 2(5), 457-463, DOI: 10.1089/cpb.1999.2. 457, truy cập ngày 23/8/2020.
8. Fischer, Ingrid (2012), *Social Media in China*, [https://www.swissnexchina.org/wp-content/uploads/sites/4/2014/08/SN\\_CN\\_Landscape\\_v6\\_ML\\_unsereFinale.pdf](https://www.swissnexchina.org/wp-content/uploads/sites/4/2014/08/SN_CN_Landscape_v6_ML_unsereFinale.pdf), truy cập ngày 23/8/2020.
9. Griffin, J. (2018), *Survey shows Facebook users still fear for their privacy*, <https://www.startribune.com/survey-shows-facebook-users-still-fear-for-their-privacy/492990391/>, truy cập ngày 09/8/2020.



10. Human Rights Watch (2006), *Race to the bottom: Corporate complicity in Chinese internet censorship*, <https://www.refworld.org/docid/45cb138f2.html>, truy cập ngày 19/8/2020.
11. Internet World Stats (2020), *Internet usage in the European Union, usage and population statistics*, <http://www.internetworldstats.com/stats9.htm>, truy cập ngày 11/8/2020.
12. Jiang, Min (2012), Internet companies in China: Dancing between the party line and the bottom line, [https://www.researchgate.net/profile/Min\\_Jiang7/publication/228155043\\_Internet\\_Companies\\_in\\_China\\_Dancing\\_Between\\_the\\_Party\\_Line\\_and\\_the\\_Bottom\\_Line/links/0f31752f59f93bffd1000000/Internet-Companies-in-China-Dancing-Between-the-Party-Line-and-the-Bottom-Line.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Min_Jiang7/publication/228155043_Internet_Companies_in_China_Dancing_Between_the_Party_Line_and_the_Bottom_Line/links/0f31752f59f93bffd1000000/Internet-Companies-in-China-Dancing-Between-the-Party-Line-and-the-Bottom-Line.pdf), truy cập ngày 18/9/2020.
13. Johnson, J. (2020), *Social media usage in Europe - Statistics and facts*, <https://www.statista.com/topics/4106/social-media-usage-in-europe/>, truy cập ngày 10/8/2020.
14. Kuczerawy, Aleksandra (2016), *The Code of conduct on online hate speech: An example of state interference by proxy?*, <https://www.law.kuleuven.be/citip/blog/the-code-of-conduct-on-online-hate-speech-an-example-of-state-interference-by-proxy/>, truy cập ngày 19/7/2020.
15. Trần Hữu Luyến, Trần Thị Minh Đức, Bùi Thị Hồng Thái (2015), *Mạng xã hội với sinh viên*, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội. Hà Nội.
16. *New York Times* (2017), "The Times issues Social Media Guidelines for the Newsroom", <https://www.nytimes.com/2017/10/13/reader-center/social-media-guidelines.html>, truy cập ngày 18/9/2020.
17. Perrin, A. (2018), *Americans are changing their relationships with Facebook*, Pew Research Center, <http://www.pewresearch.org/facttank/2018/09/05/americans-are-changing-their-relationship-withfacebook/>, truy cập ngày 09/8/2020.
18. Statista (2020), *Number of Facebook users in Vietnam from 2017 to 2023*, <https://www.statista.com/statistics/490478/number-of-vietnam-facebook-users>, truy cập ngày 17/9/2020.
19. VOV (Báo điện tử của Đài Tiếng nói Việt Nam) (2018), *Toàn văn Nghị quyết Trung ương 4 khóa XII về tăng cường chính đồn Đảng*, <https://vov.vn/chinh-tri/dang/toan-van-nghi-quyet-trung-uong-4-khoa-xii-ve-tang-cuong-chinh-don-dang-565179.vov>, truy cập ngày 25/8/2020.
20. VPIS (Chương trình Nghiên cứu Internet và Xã hội) (2017), *Hội thảo phát ngôn gây thù ghét và các giải pháp hướng tới một môi trường mạng xã hội an toàn và phát triển bền vững*, <http://vpis.edu.vn/hoi-thao-phat-ngon-gay-thu-ghet-va-cac-giai-phap-huong-toi-mot-moi-truong-mang-xa-hoi-an-toan-va-phat-trien-ben-vung>, truy cập ngày 10/8/2020.
21. Wallis, C. (2011), "New media practices in China: Youth patterns, processes, and politics", *International Journal of Communication* (5), 406-436, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/698/530>, truy cập ngày 23/8/2020.
22. Willnat, Lars & Lu Wei (2015), *Politics and social media in China*, [https://www.researchgate.net/publication/307477017\\_Politics\\_and\\_social\\_media\\_in\\_China](https://www.researchgate.net/publication/307477017_Politics_and_social_media_in_China), truy cập ngày 10/8/2020.