ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

TRẦN BẢO SƠN

VAI TRÒ CỦA NỀN TẢNG SỐ TRONG CUỘC CHIẾN THÔNG TIN DO NGA TIẾN HÀNH TRONG QUÁ TRÌNH XUNG ĐỘT NGA - UKRAINE

LUẬN VĂN THẠC SĨ BÁO CHÍ HỌC
(ĐỊNH HƯỚNG NGHIÊN CỨU)

Hà Nội - Năm 2026

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

TRẦN BẢO SƠN

VAI TRÒ CỦA NỀN TẢNG SỐ TRONG CUỘC CHIẾN THÔNG TIN DO NGA TIẾN HÀNH TRONG QUÁ TRÌNH XUNG ĐỘT NGA - UKRAINE

Chuyên ngành: Báo chí học
Mã số: 8320101.01

LUẬN VĂN THẠC SĨ BÁO CHÍ HỌC
(ĐỊNH HƯỚNG NGHIÊN CỨU)

Người hướng dẫn khoa học: TS. Nguyễn Thị Thuý Hằng
TS. Trần Văn Lệ

Hà Nội - Năm 2026

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan Luận văn là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các kết quả nêu trong Luận văn chưa được công bố trong bất kỳ công trình nào khác. Các số liệu, ví dụ và trích dẫn trong Luận văn đảm bảo tính chính xác, tin cậy và trung thực. Tôi đã hoàn thành tất cả các học phần và đã thanh toán tất cả các nghĩa vụ tài chính theo quy định của Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Hà Nội.

Vậy tôi viết Lời cam đoan này đề nghị Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn xem xét để tôi có thể bảo vệ Luận văn.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

NGƯỜI CAM ĐOAN

Trần Bảo Sơn

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin chân thành cảm ơn quý thầy cô Viện Đào tạo Báo chí và Truyền thông, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn đã giảng dạy và hỗ trợ tôi trong quá trình học tập, nghiên cứu.

Đặc biệt, tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến TS. Nguyễn Thị Thúy Hằng và TS. Trần Văn Lệ đã tận tình hướng dẫn và góp ý giúp tôi hoàn thành luận văn.

Tôi cũng xin cảm ơn các cơ quan, tổ chức và cá nhân đã hỗ trợ cung cấp thông tin, tài liệu và chia sẻ những ý kiến hữu ích phục vụ nghiên cứu. Đồng thời, tôi xin gửi lời cảm ơn đến đồng nghiệp và bạn bè đã hỗ trợ, trao đổi và động viên tôi trong quá trình hoàn thành luận văn.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

NGƯỜI CAM ĐOAN

Trần Bảo Sơn

MỤC LỤC

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT 5

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU 6

MỞ ĐẦU 7

1. Tính cấp thiết của đề tài 7

2. Tổng quan nghiên cứu 8

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu 13

4. Đối tượng và phạm vi 14

5. Phương pháp nghiên cứu 17

6. Ý nghĩa của luận văn 18

7. Cấu trúc luận văn 20

CHƯƠNG 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CHIẾN TRANH THÔNG TIN VÀ VAI TRÒ CỦA NỀN TẢNG SỐ TRONG XUNG ĐỘT QUÂN SỰ 21

1.1. Một số vấn đề lý luận 21

1.2. Một số vấn đề thực tiễn 33

1.3. Nền tảng số trong hoạt động chiến tranh thông tin 38

Tiểu kết chương 1 41

CHƯƠNG 2: VAI TRÒ CỦA NỀN TẢNG SỐ TRONG CUỘC CHIẾN THÔNG TIN DO NGA TIẾN HÀNH TRONG QUÁ TRÌNH XUNG ĐỘT NGA - UKRAINE 43

2.1. Một số nét khái quát về cuộc xung đột Nga - Ukraine (từ 02-2022 đến 06-2025) 43

2.2. Khảo sát thực trạng vai trò của nền tảng số trong cuộc chiến thông tin do Nga tiến hành trong cuộc xung đột Nga - Ukraine 55

2.3. Đánh giá về ưu điểm, nhược điểm, hiệu quả và hạn chế trong việc sử dụng nền tảng số trong cuộc chiến thông tin do Nga tiến hành.....74
Tiểu kết chương 2.....92
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM……..…94
3.1. Những vấn đề ra đặt liên quan tới nền tảng số từ góc nhìn của chiến tranh thông tin hiện đại.....94
3.2. Bài học kinh nghiệm và khuyến nghị.....103
Tiểu kết chương 3.....113
KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ.....115
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....118
PHỤ LỤC I 137
PHỤ LỤC II 151

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

STT	Chữ cái viết tắt	Nghĩa đầy đủ
1	RT	Russia Today
2	FSB	Cơ quan An ninh Liên bang Nga
3	GRU	Cơ quan Tình báo Quân sự Nga
4	SVR	Cơ quan Tình báo Đối ngoại Nga
5	DFRLab	Atlantic Council Digital Forensic Research Lab

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1: Lượng tương tác của các tài khoản sử dụng chữ Cyrillic trên các mạng xã hội tại một số quốc gia 47

Bảng 2.2: Lượng tiếp cận của các tài khoản sử dụng chữ Cyrillic trên các mạng xã hội tại một số quốc gia 47

Bảng 2.3: Danh sách năm bài đăng có lượt chia sẻ cao nhất 59

Bảng 2.4: Danh sách năm bài đăng có lượt xem cao nhất 61

Bảng 2.5: Tần suất sử dụng hashtag ở ba kênh phổ biến nhất 62

Bảng 2.6: Danh sách 10 hashtag phổ biến nhất 63

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngày 24-2-2022 đánh dấu bước ngoặt quan trọng trong lịch sử quan hệ quốc tế đương đại khi Nga tiến hành chiến dịch quân sự quy mô lớn tại Ukraine. Cuộc xung đột quân sự giữa Nga và Ukraine không chỉ diễn ra trên thực địa mà còn mở ra một cuộc chiến tranh thông tin căng thẳng với quy mô toàn cầu [9], cho thấy không gian mạng hay không gian thông tin đã trở thành chiến trường chính của chiến tranh thông tin hiện đại, nơi nền tảng số như Telegram, Twitter/X, Facebook và YouTube đóng vai trò to lớn trong việc định hình dư luận, khuếch đại diễn ngôn và phá vỡ độc quyền thông tin.

Báo cáo năm 2024 của CheckFirst đã chỉ ra Chiến dịch Overload được triển khai để tung tin sai lệch quy mô lớn do các nhóm ủng hộ Nga tiến hành đã khai thác đồng thời bốn mạng xã hội (Telegram, X/Twitter, Bluesky, TikTok), thậm chí còn sử dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo để tạo video, âm thanh giả mạo nhằm phát tán nội dung được các quốc gia phương Tây cho là sai lệch, qua đó đánh lừa người xem [18, tr.8]. Những trường hợp tương tự cho thấy mức độ tinh vi và nguy hiểm của chiến tranh thông tin trên nền tảng số đang diễn ra mỗi ngày, tại nhiều khu vực, lãnh thổ và không chịu sự giới hạn bởi không gian và thời gian.

Nền tảng số dần được vũ khí hóa, trở thành một phần không thể thiếu của chiến tranh hiện đại, không chỉ phục vụ tuyên truyền mà còn là phương tiện để các bên thực hiện truyền thông chiến lược và ngoại giao công chúng với chi phí thấp nhưng hiệu quả cao. Một số quan điểm cho rằng, trong thời đại mạng xã hội, kết cục của một cuộc chiến tranh ngày càng có thể được quyết định trên không gian mạng nhiều hơn là trên chiến trường thực địa, khiến cho xe tăng hay tên lửa trở nên kém quan trọng hơn so với thông tin [81].

Nga là quốc gia đã nhận thức được từ sớm về sức mạnh của thông tin đối với an ninh quốc gia và đã xây dựng học thuyết riêng về chiến tranh thông tin. Các nền tảng số đã trở thành yếu tố quan trọng để Nga tiến hành cuộc chiến thông tin trong quá trình xung đột Nga - Ukraine. Không gian thông tin tràn ngập những luồng tin

khác nhau, tin tuyên truyền được thiết kế đa tầng nhằm tác động đến tâm lý, quan điểm dư luận và đi vào nhận thức theo hướng có lợi cho Nga và ngược lại.

Vấn đề nghiên cứu được của luận văn tập trung vào vai trò của nền tảng số trong cuộc chiến thông tin của Nga không chỉ có ý nghĩa thời sự mà còn giúp làm rõ một khía cạnh đang nổi lên nhưng quan trọng của chiến tranh hiện đại. Đồng thời, kết quả nghiên cứu của luận văn kỳ vọng sẽ đóng góp vào việc tìm hiểu sâu hơn về các mối đe dọa an ninh phi truyền thống trên không gian mạng và cách thức ứng phó hiệu quả. Luận văn cũng mong muốn cung cấp thêm góc nhìn để giới học giả và các nhà hoạch định chính sách tại Việt Nam có cái nhìn rõ ràng hơn về mặt trận thông tin, từ đó nâng cao hiểu biết và năng lực chủ động phòng vệ trên không gian thông tin quốc gia trong bối cảnh mới.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Nghiên cứu quốc tế

Chủ đề chiến tranh thông tin và vai trò của các nền tảng số trong cuộc xung đột Nga - Ukraine đã thu hút sự quan tâm rộng rãi của giới nghiên cứu kể từ sau sự kiện Euromaidan 2012 và Crimea 2014. Prier (2017) đã phát triển các khung chiến lược cho chiến tranh thông tin trên mạng xã hội, chỉ ra rằng các chiến dịch thành công khai thác các câu chuyện hiện có, sau đó khuếch đại thông điệp bằng mạng bot để buộc thuật toán làm nổi bật xu hướng (trending). Nghiên cứu của ông về Nhà nước Hồi giáo tự xưng IS và Nga cho thấy cả hai đều thành công trong việc sử dụng mạng xã hội để tiến hành các hoạt động gây ảnh hưởng [116]. Nhiều công trình đã được công bố, từ các nghiên cứu học thuật cho đến các báo cáo chiến lược, bước đầu phác họa bức tranh về mặt trận thông tin trong cuộc xung đột này. Một số nghiên cứu quốc tế về vai trò nền tảng số/mạng xã hội trong xung đột cũng đã được thực hiện trong thập kỷ qua.

Về tổng thể, giới nghiên cứu nhìn nhận chiến tranh thông tin là một bộ phận quan trọng trong chiến lược chiến tranh hỗn hợp (hybrid warfare) của Nga. Theo Hou và cộng sự (2023), chiến tranh thông tin luôn song hành và được tích hợp với chiến tranh quân sự truyền thống trong học thuyết quân sự Nga, nhằm tạo ra môi

trường tác chiến thuận lợi cho các mục tiêu của Mát-xcơ-va [81]. Ngay từ giai đoạn năm 2014 - 2021, Nga đã triệt để sử dụng các chiến dịch tuyên truyền trên mạng xã hội để tác động đến nhận thức công chúng, trong khi Ukraine cũng tích cực sử dụng Facebook, X/Twitter để phản bác những luận điệu từ phía Nga. Bên cạnh đó, các nhà phân tích quốc tế còn chỉ ra rằng chiến tranh thông tin không phải một hình thức tác chiến mới, mà được kế thừa trực tiếp từ nghệ thuật tuyên truyền thời Chiến tranh Lạnh [127] nhưng đã trở nên bùng nổ nhờ sự phát triển mạnh mẽ của mạng xã hội và truyền thông số [108][109].

Nghiên cứu của MIT Media Lab do Vossoughi, Roy và Aral (2018) đã phân tích sự lan truyền của tin thật và tin giả trên Twitter, phát hiện ra rằng tin giả lan truyền nhanh hơn, xa hơn, sâu hơn và rộng hơn đáng kể so với sự thật trong tất cả các loại thông tin. Tin giả có khả năng được chia sẻ lại "retweet" cao hơn 70% so với tin thật [153]. Nhiều học giả phương Tây coi hoạt động tung tin giả, bóp méo thông tin hiện nay là một loại vũ khí nguy hiểm không kém gì vũ khí sát thương, bởi nó có thể phá hoại nhận thức, làm lung lay thông điệp chính trị và cuối cùng là niềm tin vào trật tự. Các chiến dịch thông tin sai lệch và thao túng dư luận đã trở thành công cụ chiến lược trong bộ công cụ chiến tranh hỗn hợp, đặc biệt nổi bật trong cuộc xung đột tại Ukraine.

Hou, Fu & Lai (2023) đã tiến hành nghiên cứu trên hàng triệu dữ liệu được thu thập từ Twitter (sau này là X) tại thời kỳ đầu của cuộc xung đột, qua đó xây dựng một hệ thống sử dụng trí tuệ nhân tạo nhằm tự động phát hiện các chiến dịch thao túng thông tin trên mạng xã hội. Nghiên cứu này phát hiện sự tồn tại của các nhóm tài khoản phối hợp (coordinated groups) trên Twitter, thực hiện các hành động chia sẻ lại các nội dung giống hệt nhau, nhằm khuếch đại thông điệp có lợi cho một bên. Kết quả cho thấy những nội dung được nhóm tài khoản này đẩy lên có thể dễ dàng lọt vào bảng tin của người dùng phổ thông, tạo ấn tượng về một luồng ý kiến chủ đạo trên mạng [81].

Bên cạnh X/Twitter, Telegram cũng nổi lên như một phần quan trọng của cuộc chiến thông tin. Báo cáo năm 2024 của tổ chức Maldita cho biết, Telegram với

khoảng 950 triệu người dùng, đã trở thành tâm điểm của nhiều chiến dịch tin giả [49]. Đáng chú ý, ngay sau khi chiến sự tại Ukraine bùng nổ, nhiều kênh Telegram tiếng Tây Ban Nha vốn chuyên lan truyền thuyết âm mưu COVID-19 đã chuyển trọng tâm chỉ trong vài ngày sang nội dung ủng hộ Nga, tung ra các luận điệu nhằm gieo rắc nghi ngờ về độ tin cậy của truyền thông chính thống [69].

Ngoài ra, Facebook, YouTube, TikTok và thậm chí các nền tảng mới như Bluesky đều được ghi nhận là môi trường để các tác nhân thân Nga phát tán thông tin, tùy theo đặc thù và nhóm đối tượng người dùng của từng nền tảng. Các tổ chức nghiên cứu như Check First, Recorded Future, Institute for Strategic Dialogue đã liên tục theo dõi và công bố báo cáo về những chiến dịch như Operation Overload, qua đó cung cấp một bức tranh chi tiết về các hoạt động đa nền tảng của chiến tranh thông tin hiện đại. Chẳng hạn, chiến dịch Overload không chỉ giới hạn ở nội dung bài xích Ukraine mà đã mở rộng sang can thiệp bầu cử, tuyên truyền thù ghét giới tính, sắc tộc và kích động bạo lực tại nhiều nước từ Moldova, Ba Lan cho đến Mỹ [14]. Thực tế này cho thấy, chiến tranh thông tin trên nền tảng số mang tính toàn cầu, không dừng lại trong phạm vi giới hạn tại chiến trường nơi xung đột Nga - Ukraine diễn ra mà còn có khả năng gây ảnh hưởng tới nhiều quốc gia.

2.2. Nghiên cứu trong nước Việt Nam

Tại Việt Nam, chủ đề chiến tranh thông tin Nga - Ukraine cũng bắt đầu thu hút sự chú ý của một số nhà nghiên cứu và cơ quan truyền thông chuyên ngành, tuy nhiên, số lượng và quy mô các công trình còn khá khiêm tốn. Đa phần các nghiên cứu trong nước dừng ở mức tổng hợp, giới thiệu dựa trên nguồn tư liệu nước ngoài, hoặc phân tích từ góc nhìn an ninh - quân sự để rút ra bài học kinh nghiệm.

Ở tầng nghiên cứu chuyên sâu hơn, một số bài viết trên Tạp chí An toàn thông tin và các tạp chí quân sự đã đề cập đến chiến tranh thông tin Nga - Ukraine nhằm rút ra bài học ứng phó cho Việt Nam. Tiêu biểu là bài viết của TS. Nguyễn Khắc Ngọc với tiêu đề *"Chiến tranh thông tin và bài học rút ra trong cuộc xung đột vũ trang Nga - Ukraine"* (2025) đã phân tích diễn biến và đặc điểm của mặt trận thông tin trong xung đột này [9]. Tác giả nhấn mạnh một đặc trưng chưa từng có

tiền lệ: trong suốt cuộc chiến, kết nối mạng gần như không bị gián đoạn, hầu hết dân chúng hai nước đều sở hữu điện thoại thông minh và duy trì truy cập vào nền tảng số toàn cầu (Twitter, Facebook, Instagram, TikTok…). Nhờ đó, cả Nga và Ukraine đều có thể đưa thông tin về diễn biến chiến sự lên mạng gần như tức thời, thậm chí còn nhanh hơn đối phương. Mỗi bên đều tuyên bố mình cung cấp phiên bản sự thật của cuộc xung đột để thuyết phục dư luận. Theo đó, không gian thông tin đã mở rộng phạm vi xung đột vượt khỏi biên giới quốc gia, trở thành mặt trận mang tính toàn cầu, nơi mà dư luận quốc tế cũng trở thành đối tượng tranh thủ của cả hai phía. Bài viết này đồng thời chỉ ra các hoạt động thông tin chủ yếu mà Nga đã thực hiện, như kiểm soát hạ tầng truyền thông, tung tin sai lệch để làm mất tinh thần hoặc thao túng đối phương, khích lệ tinh thần binh sĩ quân mình, và gia tăng sự ủng hộ của người dân trong nước cũng như cộng đồng quốc tế. Nguyễn Khắc Ngọc đã dành phần cuối bài để đúc kết một số bài học quan trọng nhằm đối phó hiệu quả với chiến tranh thông tin nếu Việt Nam rơi vào tình huống xung đột tương tự.

Nhìn chung, các nghiên cứu trong nước đã bước đầu tiếp cận được vấn đề, đưa ra được khung khái niệm và nhận định ban đầu về chiến tranh thông tin trong xung đột Nga - Ukraine, đồng thời nhấn mạnh sự cần thiết phải cảnh giác trước các nguy cơ tương tự đối với Việt Nam.

Tuy vậy, có thể thấy khoảng trống nghiên cứu còn khá lớn, chưa có công trình nào tại Việt Nam đi sâu phân tích một cách hệ thống vai trò cụ thể của nền tảng số trong chiến lược chiến tranh thông tin nói chung, cũng như chưa đánh giá đầy đủ hiệu quả và hệ quả của các hoạt động này.

2.3. Khoảng trống nghiên cứu và vị trí đề tài

Tổng quan các tài liệu cho thấy, trên phạm vi quốc tế đã có nhiều công trình làm rõ sự tham gia của nền tảng số, phương thức hoạt động và tác động của chúng trong xung đột Nga - Ukraine giai đoạn từ năm 2022 - 2025. Những nghiên cứu này tạo dựng nền tảng lý luận về vai trò của thông tin như một loại vũ khí trong chiến tranh hiện đại, đồng thời cung cấp minh chứng thực tiễn về cách thức các bên sử dụng nền tảng số hay các mạng xã hội để đạt mục tiêu quân sự - chính trị.

Trong khi các nghiên cứu trước đây thường tập trung vào chiến tranh thông tin với các hoạt động tấn công, tin giả hoặc tuyên truyền, vai trò cụ thể của các nền tảng số chưa được đánh giá tổng quan một cách đầy đủ trong bối cảnh xung đột. Mỗi nghiên cứu thường chỉ tập trung vào một khía cạnh hoặc một nền tảng cụ thể chưa có nhiều công trình mang tính tổng hợp, liên ngành để đánh giá toàn diện vai trò của các nền tảng số trong cuộc chiến thông tin này. Các tác giả quốc tế cũng thừa nhận một số mặt còn chưa được quan tâm đầy đủ, chẳng hạn, nhóm tác giả Shu-min Hou, Wen-cheng Fu, Shao-yi Lai chỉ ra rằng, các nghiên cứu trước chủ yếu tập trung vào tin đồn mạng, dư luận bầu cử… mà chưa chú ý nhiều đến các vấn đề ngoại giao và truyền thông chiến lược thể hiện trên mạng xã hội [81, tr.4].

Mặt khác, thực tiễn cuộc chiến thông tin Nga - Ukraine đang vận động hết sức nhanh chóng, đặt ra những vấn đề mới mà giới nghiên cứu chưa kịp lý giải thỏa đáng. Công nghệ và chiến thuật thông tin không ngừng biến đổi: Nga và các lực lượng ủng hộ đã bắt đầu ứng dụng những công cụ mới như trí tuệ nhân tạo, deepfake để tăng quy mô và độ phức tạp của chiến dịch tung tin sai lệch [152].

Từ những đánh giá khái quát trên, có thể khẳng định đề tài ***"Vai trò của nền tảng số trong cuộc chiến thông tin do Nga tiến hành trong xung đột Nga - Ukraine (2022 - 2025)"*** là một hướng nghiên cứu có giá trị khoa học, cũng như đóng góp vào thực tiễn nghiên cứu khoa học một cách xây dựng. Luận văn dự kiến sẽ kế thừa có chọn lọc những kết quả từ các công trình đi trước, đồng thời cố gắng luận giải khoảng trống chưa được nghiên cứu sâu. Qua đó, luận văn sẽ đóng góp thêm tư liệu và góc nhìn mới, giúp hiểu rõ hơn bức tranh toàn cảnh của chiến tranh thông tin thời đại số.

Qua tổng quan tình hình nghiên cứu, có thể nhận diện các khoảng trống sau:

Thứ nhất, mặc dù đã có nhiều nghiên cứu về chiến tranh thông tin và thông tin sai lệch trên mạng xã hội, nhưng chưa có nghiên cứu tập trung chuyên sâu vào vai trò đặc thù của nền tảng số trong bối cảnh xung đột Nga - Ukraine. Các nghiên cứu hiện có thường tập trung vào một khía cạnh (như bot, deepfake, hoặc một nền

tảng cụ thể) chứ chưa có cái nhìn tổng thể về cơ chế mà nền tảng số được sử dụng trong chiến tranh thông tin.

Thứ hai, một hạn chế đáng chú ý trong các nghiên cứu quốc tế là hầu hết được thực hiện từ quan điểm phương Tây, trong bối cảnh Nga thường được định vị là đối thủ cạnh tranh địa chính trị. Xuất phát từ lập trường này, việc đánh giá quy mô tác động cũng như hiệu quả thực tế của các hoạt động thường mang tính chủ quan cao, bị ảnh hưởng mạnh mẽ bởi thiên kiến chính trị và lợi ích quốc gia đối lập. Điều này dẫn đến những kết luận nghiên cứu có thể thiếu tính khách quan và toàn diện, chưa phản ánh đầy đủ bản chất thực tế của vấn đề.

Thứ ba, phần lớn các nghiên cứu tập trung vào hoạt động chiến tranh thông tin do chủ thể nhà nước hoặc các cơ quan chính phủ triển khai, trong khi vai trò của các tác nhân phi nhà nước, bao gồm các nhóm độc lập, những người ủng hộ tự phát, các tổ chức phi chính phủ và cộng đồng tự phát, chưa được làm rõ. Khoảng trống này khiến cho bức tranh về chiến tranh thông tin hiện đại còn thiếu đi một mảnh ghép quan trọng, bởi trong thực tế, những tác nhân phi nhà nước này có thể tạo ra tác động đáng kể, đôi khi vượt ngoài tầm kiểm soát của các bên tham gia.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

3.1 Mục đích nghiên cứu

Nghiên cứu nhằm làm rõ vai trò của nền tảng số trong chiến tranh thông tin do Nga tiến hành trong xung đột Nga - Ukraine giai đoạn từ năm 2022 - 2025, từ đó đóng góp thêm cơ sở lý thuyết về chiến tranh thông tin, không gian thông tin trong thời đại số và rút ra bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.

3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để đạt được mục đích trên, luận văn thực hiện ba nhiệm vụ sau:

Nhiệm vụ 1: Góp phần hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về chiến tranh thông tin và vai trò của nền tảng số, bao gồm các khái niệm cơ bản, các lý thuyết liên quan.

Nhiệm vụ 2: Làm rõ hoạt động của chiến tranh thông tin Nga trên các nền tảng số khác, đồng thời, nhận diện và làm rõ các vai trò của nền tảng số trong chiến tranh thông tin.

Nhiệm vụ 3: Nêu lên những vấn đề đặt ra và một số bài học trong bối cảnh không gian thông tin tiếp tục phát triển, đồng thời đề xuất giải pháp và khuyến nghị cụ thể đối với Việt Nam.

4. Đối tượng và phạm vi

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận văn là vai trò của nền tảng số trong chiến tranh thông tin hiện đại được tiếp cận dưới góc độ báo chí học và truyền thông học, với nghiên cứu trường hợp cụ thể từ Telegram, nhằm phân tích cách nền tảng số tham gia vào quá trình tổ chức và tác động trong cuộc chiến thông tin do Nga tiến hành trong xung đột Nga - Ukraine trong giai đoạn từ năm 2022 - 2025.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi không gian: Nghiên cứu tập trung vào không gian trên nền tảng số, cụ thể qua nghiên cứu trường hợp tập trung vào Telegram với các kênh và nhóm công khai trên nền tảng này, có tham gia các hoạt động thông tin trong quá trình xung đột Nga - Ukraine, bởi lẽ:

Thứ nhất, Telegram là nền tảng không chịu sự kiểm duyệt nội dung bởi Nga - Ukraine hay các quốc gia phương Tây như cách họ đã thực hiện với Facebook, Twitter/X, YouTube,..., và cho phép sự tham gia của nhiều chủ thể truyền thông (chính thức/ bán chính thức/ phi chính thức/cá nhân) với mức độ ẩn danh cao. Đặc điểm này khiến Telegram trở thành không gian thuận lợi cho các hoạt động truyền thông ngoài báo chí chính thống, bao gồm tuyên truyền, điều phối thông tin và thử nghiệm thông điệp trong bối cảnh xung đột.

Thứ hai, Telegram không chỉ đóng vai trò như một kênh truyền tải thông tin mà còn vận hành như một hạ tầng tổ chức thông tin, nơi các kênh trung tâm và kênh vệ tinh hình thành mạng lưới lan truyền nội dung tương đối ổn định, bền vững. Điều này cho phép tác giả quan sát tổng thể các vai trò của nền tảng số như trung tâm tác chiến thông tin, bộ khuếch đại thông tin hay công cụ điều phối chiến dịch - những khía cạnh này sẽ không được nhận diện đầy đủ trên các nền tảng bị kiểm duyệt nội dung thông qua các tiêu chuẩn cộng đồng hoặc áp lực chính trị.

Thứ ba, đứng trước các lệnh cấm của phương Tây với các kênh truyền thông/các tài khoản của nhà nước Nga/nội dung từ phía Nga trên Facebook, YouTube từ ngày 01-03-2022 [10], Telegram không chịu bất cứ sự kiểm duyệt thông tin nào từ các bên liên quan đến cuộc xung đột này. Vậy nên, Telegram được sử dụng rộng rãi bởi nhiều chủ thể khác nhau, từ cơ quan truyền thông, nhà báo, lực lượng tham chiến cho tới các cá nhân và nhóm phi chính thức. Điều này khiến Telegram trở thành một không gian thông tin giàu dữ liệu, phản ánh rõ sự giao thoa giữa báo chí, truyền thông cá nhân và các hoạt động thông tin có tổ chức.

Trong khuôn khổ luận văn, Telegram được tiếp như một nghiên cứu trường hợp điển hình, nhằm phân tích cơ chế vận hành của nền tảng số trong chiến tranh thông tin, thay vì được sử dụng để đại diện cho toàn bộ hệ sinh thái số.

Phạm vi thời gian: Luận văn sử dụng dữ liệu thu thập trong tháng 03-2022 như một tập dữ liệu trong tầm để phân tích vai trò của nền tảng số trong chiến tranh thông tin do Nga tiến hành trong cuộc xung đột Nga - Ukraine (2022 - 2025). Việc khoanh vùng thu thập dữ liệu đồng thời duy trì tính nhất quán giữa mục tiêu nghiên cứu và thiết kế dữ liệu, tránh rủi ro dàn trải hoặc suy diễn vượt quá bằng chứng thực nghiệm.

Việc lựa chọn mốc thời gian này dựa trên ba căn cứ chính:

Thứ nhất, luận văn tiếp cận với quan điểm các hoạt động thông tin phục vụ các hoạt động quân sự trực tiếp và gián tiếp trong không gian thông tin. Cách tiếp cận này tương đồng với kết quả tham vấn với các chuyên gia quốc phòng và an ninh trong thực hiện phỏng vấn sâu. Tháng 03-2022 cũng đánh dấu giai đoạn các hoạt động truyền thông dần quen với nhịp độ cuộc chiến, việc đặt khung, thiết lập chương trình nghị sử và vận hành mạng lưới thông tin đã định hình. Thêm vào đó, các hoạt động và kênh tuyên truyền vận hành ở mức độ cao phục vụ các mục tiêu quân sự và tuyên truyền. Đồng thời, thực tế cho thấy việc tiến hành cuộc chiến thông tin của Nga đồng thời thể hiện hoạt động tấn công thông qua các thông tin có lợi cho Nga, và phòng thủ chống lại các luồng thông tin đối kháng. Các yếu tố trên

góp phần tạo ra một bức tranh tương đối đầy đủ về việc Nga tiến hành cuộc chiến thông tin trong cuộc xung đột.

Bên cạnh đó, giai đoạn đầu xung đột được xác định là mốc then chốt để quan sát sơ đồ nhận thức (cognitive schema) và khung tiếp nhận thông tin ban đầu của công chúng - yếu tố có tác động lâu dài trong suốt tiến trình xung đột [199][186].

Thứ ba, mặc dù chưa bao quát được toàn bộ diễn biến của chiến tranh thông tin trong suốt cuộc xung đột, việc khoanh vùng thu thập dữ liệu động thời duy trì tính nhất quán giữa mục tiêu nghiên cứu và thiết kế dữ liệu, đồng thời tránh rủi ro dàn trải hoặc suy diễn vượt quá bằng chứng thực nghiệm. Tập dữ liệu này đóng vai trò minh họa cho các hoạt động chiến tranh thông tin trực tiếp và gián tiếp trên nền tảng số, làm cơ sở phân tích các hoạt động thông tin của Nga.

Phạm vi nội dung: Luận văn tập trung vào vai trò của các nền tảng số trong cuộc chiến thông tin do Nga tiến hành cũng như mở rộng tiếp cận tới các hoạt động chiến tranh thông tin, bao gồm: (1) cách tiếp cận và triển khai hoạt động chiến tranh thông tin của Nga, (2) thực tiễn các hoạt động chiến tranh thông tin của Nga và (3) vai trò của nền tảng số trong cuộc chiến thông tin do Nga tiến hành. Luận văn hạn chế đi sâu vào phân tích kỹ thuật mà giới hạn trong phạm vi nghiên cứu báo chí - truyền thông và tâm lý xã hội.

Giới hạn nghiên cứu: Do giới hạn về dung lượng và thời gian thực hiện, luận văn tập trung tiếp cận thông qua nền tảng Telegram và nội dung mang tính đại diện cao, không bao quát toàn bộ hệ sinh thái số. Các kết quả phân tích đều dựa trên dữ liệu công khai và phương pháp phân tích định tính có chọn lọc. Việc không mở rộng so sánh giữa các nền tảng được xem là một giới hạn có chủ ý, nhằm đảm bảo chiều sâu phân tích cơ chế truyền thông trên một nền tảng cụ thể.

Quan điểm nghiên cứu: Nghiên cứu được thực hiện trên nguyên tắc khách quan trong học thuật và trung lập trong phân tích. Nghiên cứu không nhằm mục đích ủng hộ hay thiên vị bất kỳ bên liên quan nào trong xung đột Nga - Ukraine. Quan điểm này xuất phát từ thực tế phức tạp của cuộc xung đột Nga - Ukraine khi (1) ranh giới giữa thông tin chính xác và thông tin sai lệch mang tính chủ quan cao;

và (2) nội dung được một bên định nghĩa là thông tin sai lệch có thể được bên còn lại xem là thông tin chính xác nhằm phản bác hoặc chống lại thông tin và quan điểm đối phương. Do đó, luận văn không tập trung vào việc đi tìm sự thật của các thông tin được các bên cung cấp vì điều này nằm ngoài phạm vi và khả năng của nghiên cứu học thuật. Nghiên cứu tập trung vào sự đối kháng thông tin và các hoạt động thông tin bao gồm phân tích chiến lược, chiến thuật và các hoạt động mà mỗi bên tham gia, bao gồm Nga, Ukraine, các quốc gia phương Tây và các quốc gia trung lập, triển khai trên các nền tảng số để giành lợi thế thông tin và phản bác quan điểm đối phương cũng như các bên khác, đồng thời, phân tích môi trường thông tin thông qua việc làm rõ vai trò của các nền tảng số trong việc tạo ra một môi trường thông tin đa chiều, nơi các phiên bản tường thuật hay câu chuyện khác nhau cạnh tranh gay gắt để định hình và giành ảnh hưởng đối với dư luận trong nước và quốc tế.

5. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện, luận văn sử dụng kết hợp ba phương pháp nghiên cứu chính:

Phương pháp nghiên cứu tài liệu: Thu thập và phân tích các tài liệu và tuyên bố chính thức cũng như các tài liệu lý thuyết về chiến tranh thông tin, vai trò của mạng xã hội; các báo cáo nghiên cứu từ các tổ chức uy tín như RAND Corporation, Atlantic Council DFRLab, Oxford Internet Institute, CSIS; tài liệu chính sách và pháp luật liên quan; và các nguồn dữ liệu thứ cấp về xung đột Nga - Ukraine.

Phương pháp nghiên cứu trường hợp: Phân tích tập trung vào nền tảng số Telegram như nền tảng số đặc thù và có tính đại diện trong cuộc chiến thông tin do Nga tiến hành trong quá trình xung đột Nga - Ukraine. Dữ liệu được thu thập từ một số kênh Telegram công khai tiêu biểu để làm rõ cách nền tảng này được sử dụng cho các hoạt động thông tin.

Phương pháp phỏng vấn sâu: Tiến hành phỏng vấn sâu năm chuyên gia (03 Bộ Công an, 01 Bộ Quốc phòng, 01 Bộ Ngoại giao) với các câu hỏi về chiến tranh thông tin, việc sử dụng nền tảng số và quan hệ quốc tế để thu thập đánh giá chuyên môn về các hoạt động thông tin, vai trò của nền tảng số, xu hướng phát triển và gợi mở cho Việt Nam.

6. Ý nghĩa của luận văn

6.1. Ý nghĩa lý luận

Về mặt lý luận, luận văn không dừng lại ở vai trò của nền tảng số trong xung đột Nga - Ukraine mà còn mong muốn góp vào sự phát triển của lý thuyết và nhận thức về chiến tranh thông tin và mối đe dọa an ninh phi truyền thống liên quan. Kết quả nghiên cứu sẽ bổ sung và đóng góp hiểu biết về chiến tranh thông tin và nền tảng số trong xung đột vũ trang hiện đại.

Luận văn góp phần cập nhật và luận giải các lý thuyết truyền thông cổ điển với bối cảnh số hóa qua việc nhấn mạnh sức mạnh mềm và quyền lực thông tin như một yếu tố quyết định cục diện xung đột trong kỷ nguyên số. Trong khi các lý thuyết truyền thông cổ điển được phát triển trong bối cảnh truyền thông đại chúng truyền thống với người gác cổng (gatekeepers), luận văn chỉ ra rằng nền tảng số với đặc tính phi tập trung, thuật toán tự động và khả năng khuếch đại đã tạo ra những cơ chế hoàn toàn mới trong việc định hình dư luận và tiến hành chiến tranh thông tin.

Luận văn cung cấp một nghiên cứu trường hợp về việc triển khai cuộc chiến thông tin thông qua nền tảng Telegram trong bối cảnh xung đột Nga - Ukraine. Nghiên cứu trường hợp này không chỉ đơn thuần mô tả hiện tượng mà còn nỗ lực tìm hiểu cơ các cơ chế, chiến lược và chiến thuật cụ thể mà các bên tham chiến sử dụng để vận hành chiến dịch thông tin. Qua đó, nghiên cứu hy vọng góp phần làm rõ hơn về tính đa dạng và phức tạp của môi trường thông tin số trong các xung đột đương đại, đồng thời cung cấp thực tiễn gần để các nhà nghiên cứu và hoạch định chính sách có thể tham khảo.

Nghiên cứu liên kết và tích hợp những hiểu biết từ lý thuyết truyền thông, lý thuyết quan hệ quốc tế và nghiên cứu công nghệ thông tin cùng với quan điểm, ý kiến từ các chuyên gia với soi chiếu trong thực tế. Sự kết hợp này xuất phát từ nhận thức rằng, chiến tranh thông tin trong thời đại số là diễn ra đa chiều và đa phương, không thể giải thích thỏa đáng nếu chỉ dựa vào khung lý thuyết đơn lẻ. Với cách tiếp cận liên ngành, luận văn mong muốn gợi mở những hướng nghiên cứu mới về an ninh phi truyền thống, an ninh thông tin, đặc biệt là trong bối cảnh chuyển đổi số

đang diễn ra mạnh mẽ tại Việt Nam và các quốc gia khác, nơi mà ranh giới giữa an ninh truyền thống và an ninh phi truyền thống dần trở nên mờ nhạt.

Cuối cùng, luận văn mong muốn có thể đóng góp vào nhận thức ngày càng sâu sắc rằng việc bảo vệ an ninh quốc gia trong thời đại hiện nay không thể chỉ giới hạn ở các khuôn khổ truyền thống. Bên cạnh việc tập trung bảo vệ và gìn giữ chủ quyền, lãnh thổ, các quốc gia cần phải đặc biệt chú trọng đến việc bảo vệ không gian thông tin và nhận thức công chúng trước những tác động từ bên ngoài. Nghiên cứu cho rằng trong bối cảnh mà thông tin có thể được vũ khí hóa và sử dụng như một công cụ chiến lược để gây ảnh hưởng, chia rẽ xã hội hoặc làm suy yếu ý chí quốc gia, thì khả năng phòng thủ và đối kháng trong không gian thông tin trở thành một thành phần thiết yếu của năng lực an ninh quốc gia.

6.2. Ý nghĩa thực tiễn

Đối với Việt Nam, những bài học kinh nghiệm rút ra từ cuộc chiến thông tin giữa Nga và Ukraine sẽ đóng góp những hiểu biết và kinh nghiệm cho công tác bảo vệ chủ quyền không gian mạng cũng như tư tưởng - văn hóa của đất nước. Với hơn 77 triệu người sử dụng mạng và tỷ lệ sử dụng mạng xã hội cao [8] với hơn 72 triệu người trong số đó, Việt Nam cũng đối mặt với những thách thức về an ninh thông tin cũng như văn hóa - tư tưởng.

Luật An ninh mạng 2018 và Nghị quyết 35-NQ/TW về "Tăng cường bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch trong tình hình mới" đã đặt ra khung pháp lý và phương hướng cơ bản. Kinh nghiệm thực tế từ xung đột Nga - Ukraine về cơ chế hoạt động của chiến tranh thông tin trên nền tảng số là cơ sở kiến thức quan trọng để Việt Nam xây dựng năng lực ứng phó hiệu quả. Luận văn cung cấp các phân tích và bằng chứng cụ thể nhằm đóng góp hiểu biết hỗ trợ các cơ quan quản lý và nhà hoạch định chính sách tại Việt Nam tham khảo, từ đó xây dựng các tiếp cận phù hợp và linh hoạt để ứng phó với những mối đe dọa tương tự nhằm vào quốc gia. Bên cạnh đó, Việt Nam cần duy trì vị thế chủ động nhằm tránh bị động, bất ngờ và giảm thiểu tối đa thiệt hại cũng như tác động tiêu cực đến dư luận và xã hội. Những kết quả của luận văn này hy vọng sẽ

góp phần nâng cao nhận thức đối với giới nghiên cứu và cộng đồng về các nguy cơ từ tin giả và thao túng truyền thông. Từ đó, khuyến khích các chương trình giáo dục và truyền thông nhằm củng cố "sức đề kháng" của xã hội trước các hoạt động và hình thức phức tạp của chiến tranh thông tin.

7. Cấu trúc luận văn

Ngoài phần Mở đầu và Kết luận, luận văn được cấu trúc thành ba chương:

Chương 1: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về chiến tranh thông tin và vai trò của nền tảng số trong xung đột quân sự

Chương 2: Vai trò của nền tảng số trong cuộc chiến tranh thông tin do Nga tiến hành trong quá trình xung đột Nga - Ukraine

Chương 3: Một số vấn đề đặt ra và bài học kinh nghiệm

CHƯƠNG 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CHIẾN TRANH THÔNG TIN VÀ VAI TRÒ CỦA NỀN TẢNG SỐ TRONG XUNG ĐỘT QUÂN SỰ

1.1. Một số vấn đề lý luận

Môi trường thông tin (information environment) là không gian mà chiến tranh thông tin diễn ra và có thể chia thành ba chiều: chiều vật lý (physical dimension) liên quan đến hệ thống chỉ huy - kiểm soát và cơ sở hạ tầng hỗ trợ; chiều thông tin (information dimension) liên quan đến việc thu thập, xử lý và phổ biến thông tin; và chiều nhận thức (cognitive dimension) tác động đến tâm trí con người [87]. Cách tiếp cận này có phần tương tự với cách xác định của David Colon về không gian mạng gồm ba lớp: *lớp vật lý* (thiết bị và mạng lưới), *lớp logic* (giao thức và phần mềm) và *lớp nhận thức* (thông tin và tương tác xã hội) [4]. Hai lớp đầu theo quan điểm của Colon phản ánh phương diện kỹ thuật của không gian mạng, *lớp nhận thức* là nơi hình thành, tranh chấp và chuyển hóa ý nghĩa xã hội của thông tin.

Luận văn tập trung phân tích chiến tranh thông tin ở tầng nhận thức, tức là xem xét cách các chủ thể chính trị sử dụng nền tảng số để tác động lên quá trình tri nhận, cảm xúc và niềm tin của công chúng, hơn là các yếu tố công nghệ.

1.1.1. Khái niệm "chiến tranh thông tin" và "nền tảng số"

1.1.1.1. Chiến tranh thông tin

Chiến tranh thông tin (information warfare) là một khái niệm đa chiều và phức tạp, đã trải qua nhiều giai đoạn phát triển trong lý thuyết và thực tiễn. Nguồn gốc của chiến tranh thông tin có thể truy nguyên từ những chiến lược cổ đại, khi các nhà quân sự như Tôn Tử đã nhấn mạnh tầm quan trọng của thông tin tình báo và chiến tranh tâm lý trong tác phẩm Binh Pháp. Tuy nhiên, trong bối cảnh hiện đại, chiến tranh thông tin đã phát triển thành một hình thức tác chiến chuyên biệt với sự hỗ trợ của công nghệ số và mạng xã hội [67]. Theo William E. Rohde, chiến tranh thông tin có thể mang phạm vi rất rộng, từ việc nhắm vào các quốc gia, các nền văn

hóa, các tổ chức chính phủ, quân sự, hay doanh nghiệp, cho đến việc tấn công từng máy tính cá nhân [121].

Bộ Quốc phòng Hoa Kỳ xác định chiến tranh thông tin là hoạt động nhằm bảo vệ và khai thác môi trường thông tin, bao gồm cả các nỗ lực tấn công và phòng thủ [140], và phân thành nhiều cấp độ. Chiến tranh thông tin diễn ra ở cấp độ chiến lược, nơi một quốc gia hoặc liên minh xác định mục tiêu an ninh quốc gia và phát triển các nguồn lực để đạt được những mục tiêu đó. Trong khi đó, ở cấp độ chiến dịch và chiến thuật, các hoạt động thông tin diễn với mục đích và phạm vi cụ thể.

Bộ Tham mưu Liên quân Hoa Kỳ trong Ấn phẩm Chung JP 3-13 (1998) đã đưa ra định nghĩa chính thức về chiến tranh thông tin: "Chiến tranh thông tin là các hoạt động thông tin được tiến hành trong thời gian khủng hoảng hoặc xung đột để đạt được hoặc thúc đẩy các mục tiêu cụ thể đối với một hoặc nhiều đối thủ cụ thể.". Hoạt động thông tin nằm trong chiến tranh thông tin là hành động được thực hiện nhằm tác động đến thông tin và hệ thống thông tin của đối phương trong khi bảo vệ thông tin và hệ thống thông tin của chính mình [87]. Đến năm 2022, quan điểm của Bộ Tham mưu Liên quân Hoa Kỳ cũng như Bộ Quốc phòng Hoa Kỳ có sự thay đổi, học thuyết chỉ công nhận hai loại chiến tranh là chiến tranh truyền thống và chiến tranh phi chính quy. Đối với các hoạt động liên quan, Hoa Kỳ điều chỉnh thay bằng thuật ngữ *tác chiến trong môi trường thông tin* (Operations in the Information Environment), nêu lên việc sử dụng tích hợp nhiều lực lượng để cung cấp thông tin để tác động đến các yếu tố thúc đẩy hành vi tới các đối tượng mục tiêu, gây ảnh hưởng đến các tác nhân liên quan của nước ngoài, cũng như tấn công và khai thác thông tin, mạng thông tin và hệ thống thông tin của các tác nhân đó và bảo vệ thông tin, mạng thông tin, hệ thống thông tin thân thiện [145, tr.3-4].

Theo định nghĩa của NATO, chiến tranh thông tin được hiểu là các hoạt động được tiến hành nhằm đạt được lợi thế về thông tin so với đối thủ [80]. NATO nhấn mạnh việc kiểm soát không gian thông tin và bảo vệ quyền truy cập vào thông tin của chính mình, đồng thời thu thập và sử dụng thông tin của đối thủ, chú trọng khía cạnh kiểm soát và chi phối thông tin hơn là chỉ tập trung vào khía cạnh kỹ thuật.

Về phần Trung Quốc, quốc gia này chính thức hoá học thuyết "Tam chiến" (三战) vào năm 2003 khi sửa đổi Quy định Công tác Chính trị của Quân Giải phóng Nhân dân, xác lập ba trụ cột: (i) ngôn chiến (chiến tranh dư luận/truyền thông), (ii) tâm chiến (chiến tranh tâm lý) và (iii) lý chiến (chiến tranh pháp lý) [142]. Học thuyết này là minh chứng rõ nét cho tính lai ghép, khi các công cụ pháp lý được sử dụng song song với chiến dịch dư luận và tác động tâm lý để đạt được các mục tiêu chiến lược.

Về cách tiếp cập của Nga, thuật ngữ chính thức trong học thuyết quân sự Nga là *đối kháng thông tin* (информационное противоборство). Cách tiếp cận của Nga về chiến tranh thông tin có những khác biệt cơ bản so với phương Tây. Chiến tranh thông tin được nhìn nhận là xung đột giữa hai hoặc nhiều quốc gia trong không gian thông tin với mục tiêu gây thiệt hại cho hệ thống thông tin, cũng như tiến hành các chiến dịch tâm lý hàng loạt nhằm vào dân số của một quốc gia để gây mất ổn định xã hội và chính phủ cũng như buộc một quốc gia phải đưa ra quyết định vì lợi ích của đối thủ [25]. Đối kháng thông tin của Nga tích hợp nhiều công cụ từ tấn công mạng, chiến tranh điện tử, tâm lý chiến cho đến phá hoại hạ tầng, tất cả phối hợp trong một khuôn khổ thống nhất nhằm làm mờ ranh giới giữa thời bình và thời chiến và đạt mục tiêu chính trị mà không cần xung đột quân sự trực tiếp [152, tr4]. Đối kháng thông tin là tổng thể vừa kỹ thuật vừa tâm lý, việc đối đầu diễn ra thường trực, dưới ngưỡng chiến tranh [78, tr.4][50]. Trong tư duy tác chiến Nga, chiến dịch thông tin không tách rời mà được tích hợp cùng biện pháp quân sự [99], nhiều khi hiệu quả vượt vũ lực và đặt nền tảng cho thắng lợi [41, tr.16].

Tổng hợp các quan điểm và cách tiếp cận đã nêu ra, cũng như từ phạm vi nghiên cứu đã giới hạn, luận văn này sử dụng định nghĩa: *"Chiến tranh thông tin là tổng thể các hoạt động có chủ đích, sử dụng đa nguồn lực nhằm liên tục kiểm soát môi trường thông tin của các bên liên quan và tác động đến nhận thức và hành vi của đối tượng mục tiêu, đồng thời bảo vệ không gian thông tin của bên tiến hành."*.

Định nghĩa nhằm nhấn mạnh ba yếu tố chính: (1) Tính chất tích hợp và phối hợp của các hoạt động, phản ánh đặc điểm của chiến tranh thông tin hiện đại không

phải là các hành động rời rạc; (2) Mục tiêu kép của việc tấn công và phòng thủ, thể hiện qua cụm từ kiểm soát môi trường thông tin và bảo vệ không gian thông tin; (3) Tính liên tục của chiến tranh thông tin, không bị giới hạn bởi ranh giới thời chiến hay thời bình, và trở nên càng rõ nét hơn với sự phát triển của các nền tảng số.

1.1.1.2. Nền tảng số

Việc định nghĩa chính xác khái niệm "nền tảng số" là một thách thức do tính đa dạng và phức tạp của các nền tảng trong thực tiễn. Gillespie cho rằng "nền tảng" là một khái niệm không ổn định, vì nghĩa của nó đã thay đổi theo thời gian và thường được các chủ thể khác nhau sử dụng một cách chiến lược [71]. Nếu chỉ dùng như một cách gọi tắt, "nền tảng" dễ bị đồng nhất với chính công ty sở hữu nó, hàm ý rằng các công ty mạng xã hội hành động như một chủ thể thống nhất và làm lu mờ những con người, nhóm lợi ích và quy trình phức tạp đằng sau.

Trên thực tế, các nền tảng là những tổ hợp xã hội - kỹ thuật và các thiết chế phức hợp, không thuần thương mại, và ngay cả khi mang tính thương mại thì cũng rất đa dạng. Từ những lưu ý đó, Gillespie đưa ra một định nghĩa: nền tảng là các trang tin trực tuyến và dịch vụ trực tuyến (online sites and services), (i) dùng để lưu trữ, tổ chức và lưu thông nội dung được người dùng chia sẻ hoặc các tương tác xã hội với nhau, (ii) bản thân nền tảng không trực tiếp sản xuất hay đặt hàng phần lớn nội dung đó, và (iii) được xây dựng trên một hạ tầng xử lý dữ liệu truyền thông của người dùng nhằm phục vụ khách hàng, quảng cáo và tạo lợi nhuận [71, tr.18-19].

Cách tiếp cận của De Reuver, Sørensen và Basole (2018) cho rằng nền tảng số được hiểu là một cấu trúc vừa mang tính cơ sở hạ tầng kỹ thuật vừa mang tính kiến trúc tổ chức, đóng vai trò trung gian kết nối và điều phối dòng tương tác giữa nhiều nhóm chủ thể khác nhau, qua đó tạo lập, khuếch đại và nắm bắt giá trị dựa trên các hiệu ứng mạng lưới phát sinh từ sự gia tăng số lượng và mức độ gắn kết của các bên tham gia [50]. Cách tiếp cận này nêu lên hai đặc điểm cơ bản của nền tảng số: (i) vai trò là trung gian kết nối và (ii) khả năng tạo ra giá trị thông qua hiệu ứng mạng lưới. Nick Srnicek (2017) lại định nghĩa ngắn gọn, "ở mức khái quát nhất, nền tảng là các hạ tầng số cho phép hai hay nhiều nhóm tương tác với nhau"

với trọng tâm nằm ở hai yếu tố: (i) tính chất hạ tầng số, (ii) vai trò trung gian kết nối nhiều nhóm với nhau [131].

Trong phạm vi của luận văn, *nền tảng số* sẽ được hiểu là các hạ tầng kỹ thuật - xã hội trực tuyến tạo ra khả năng siêu kết nối xã hội cho phép người dùng (bao gồm nhà nước, phi nhà nước, các nhân, tổ chức) đăng tải, chia sẻ, tương tác và lan truyền thông tin; trong đó nền tảng đóng vai trò trung gian kết nối nhiều nhóm chủ thể, tổ chức và khuếch đại thông tin. Việc sử dụng cụm từ "hạ tầng kỹ thuật - xã hội" và "siêu kết nối xã hội" giúp làm rõ: nền tảng không chỉ là công cụ kỹ thuật thuần túy mà là không gian nơi các yếu tố kỹ thuật như thuật toán đan xen với các yếu tố xã hội như thông tin, người dùng và tương tác. Cách tiếp cận này vừa đủ rộng để bao quát các loại nền tảng số khác nhau mà nghiên cứu có thể đề cập đến, vừa đủ cụ thể để tập trung vào các nền tảng truyền thông và chia sẻ thông tin, phù hợp với đối tượng nghiên cứu về vai trò của nền tảng số trong cuộc chiến thông tin do Nga tiến hành.

1.1.2. Các đặc trưng của chiến tranh thông tin hiện đại

Những phát triển của khoa học công nghệ đã kiến tạo không gian chiến trường mới, tạo ra tác động làm đổi bản chất vật lý của chiến tranh, các ranh giới dần trở nên mờ nhạt. Một cuộc tấn công mạng có thể gây tê liệt hệ thống thông tin quốc gia mà không cần sử dụng vũ khí sát thương. Một chiến dịch truyền thông được thiết kế tinh vi có thể làm suy yếu niềm tin vào thể chế hiệu quả hơn các can thiệp vật lý. Các tài liệu chiến lược và nghiên cứu ghi nhận ranh giới truyền thống giữa hòa bình và chiến tranh ngày càng lỗi thời [97], thậm chí xuất hiện các vùng xám giữa hợp tác và đối đầu [101, tr.9].

Đặc trưng đầu tiên và có lẽ là căn bản nhất của chiến tranh thông tin hiện đại là tính phi tuyến tính bởi nó vượt qua những ranh giới rõ ràng về không gian, thời gian và giai đoạn xung đột. Chiến tranh thông tin không có tuyến tiền phương, các chiến trường tiềm năng có thể ở bất cứ đâu. Bên cạnh đó, việc diễn ra dưới ngưỡng xung đột vũ trang, khiến việc xác định ranh giới giữa chiến tranh và hòa bình trở nên mờ nhạt [117, tr.206-207]. Môi trường thông tin hiện đại tạo điều kiện cho việc

tiếp cận thông tin tức thời, không ngừng nghỉ và trên phạm vi toàn cầu. Công nghệ đã đưa chiến tranh tâm lý lên một tầm cao hoàn toàn mới và chiến tranh thông tin tận dụng các công nghệ số [112, tr.2] và mạng xã hội để tiếp cận đối tượng mục tiêu một cách rộng rãi và nhanh chóng [101, tr.6]. Khi một sự kiện phát sinh hay một ý tưởng mới xuất hiện, nó có thể nhanh chóng được lan tỏa trên toàn thế giới. Điều này mang lại cho bất kỳ ai tiếp cận được các công nghệ này khả năng giám sát và tác động đến các sự kiện, xuyên biên giới địa lý và chính trị [145, tr.9]. Tính phi tuyến này còn thể hiện ở việc không có điểm khởi đầu và kết thúc rõ ràng [102, tr.20]. Một chiến dịch thông tin có thể được chuẩn bị trong nhiều năm thông qua việc xây dựng mạng lưới bot cùng tài khoản giả, thiết lập và vận hành các kênh truyền thông, rồi bùng phát trong thời gian nhất định, sau đó lại chìm xuống chờ tới thời điểm khác.

Trong tác phẩm "Chiến tranh vượt giới hạn" của Qiao Liang và Wang Xiangsui khẳng định: chiến trường không còn bó hẹp trong không gian vật lý mà mở rộng sang tài chính, chính trị, văn hóa và và tâm lý, khi tác chiến có thể đồng bộ, xảy ra đồng thời, khiến việc [chiến đấu] theo pha trở nên lạc hậu [117, tr.206]. Quan điểm tác chiến đa miền của Lục quân Hoa Kỳ cũng nhấn mạnh đối thủ đã mở rộng chiến trường theo thời gian, không gian và qua các miền (như vũ trụ và không gian mạng), làm cho xung đột vượt ra ngoài khu vực địa lý vật lý truyền thống [141, tr.6]. Mục tiêu có thể không còn là tiêu diệt lực lượng đối phương hay chiếm lĩnh đất đai mà hướng tới chinh phục tâm trí, định hình nhận thức, và làm tan rã ý chí từ bên trong [88; 103, tr.49].

Thứ hai, bản chất lai thể hiện qua sự pha trộn linh hoạt giữa các phương thức quân sự, phi quân sự, công khai và bí mật trong cùng một không gian và thời gian tác chiến. Frank Hoffman định nghĩa *chiến tranh lai* khi quan sát cuộc xung đột Israel - Hezbollah năm 2006, Hezbollah kết hợp chiến thuật du kích với tên lửa hiện đại, chiến tranh tâm lý với mạng lưới truyền thông tinh vi [115, tr.38], tạo ra một hình thức chiến tranh vượt qua các phân loại truyền thống [115, tr.58]. Trong cách tiếp cận về lĩnh vực thông tin, tính lai thể hiện qua việc một chiến dịch có thể đồng

thời sử dụng tấn công mạng để làm tê liệt cơ sở hạ tầng số, chiến dịch bot và troll trên mạng xã hội để khuếch đại thông tin đưa ra, rò rỉ có chọn lọc tài liệu nhạy cảm để gây bất ổn chính trị và thậm chí kết hợp với các động thái quân sự hoặc ngoại giao để tạo áp lực đa chiều. Xét trong bối cảnh đó, chiến tranh có thể mang hình thái quân sự, bán quân sự hoặc phi quân sự và có thể dựa vào bạo lực hoặc phi bạo lực. Chủ thể tham gia không chỉ là quân nhân mà còn có các lực lượng khác bao gồm cả yếu tố dân sự như dân thường và chuyên gia [117, tr.207].

Nếu tính phi tuyến xét tới yếu tố không gian và tính lai bàn về phương thức và lực lượng của chiến tranh thông tin, đặc trưng thứ ba lấy yếu tố tâm lý làm cốt lõi. Chiến tranh thông tin nhằm vào nhận thức, thái độ và hành vi của đối tượng mục tiêu thay vì các mục tiêu vật lý [29]. Harold Lasswell chỉ ra rằng, tuyên truyền không chỉ nhằm phá hủy ý chí chiến đấu của đối phương mà còn củng cố tinh thần phía ta và tranh thủ những người đứng giữa, nơi mỗi bên cố gắng định hình nhận thức và cảm xúc của ba nhóm đối tượng khác nhau [92, tr.195; 93, tr.195]. Trong tác chiến, các hoạt động nhằm gây ảnh hưởng thường khai thác cơ chế nhận thức của con người [112, tr.7]. Các chiến dịch thông tin thường khai thác các điểm yếu nhận thức như thiên kiến xác nhận (confirmation bias) hay hiệu ứng đám đông (bandwagon effect) để củng cố định kiến có lợi cho bên phát tán thông tin. Thông tin sai lệch không nhất thiết khiến công chúng tin vào điều sai, mà khiến họ mất niềm tin vào bất kỳ điều gì đúng, được gọi tên là "chủ nghĩa hoài nghi có kiểm soát" (managed skepticism). Cách tiếp cận của NATO (2021) tranh luận nhận thức con người là không gian tác chiến thứ sáu, sau đất liền, biển, không gian, không trung và mạng [110]. Trong cách tiếp cận của NATO, thông tin được thiết kế để xâm nhập vào quá trình suy nghĩ của con người, làm thay đổi các họ lý giải về thế giới [110; 24]. Các cường quốc trên thế giới đều phát triển chiến lược tấn công nhận thức thông qua nền tảng số, nơi thuật toán, biểu tượng và ngôn ngữ phối hợp để định hình thực tại mà công chúng tin tưởng [120; 24]. Khi đó, kiểm soát nhận thức có thể đồng nghĩa với kiểm soát hiện thực chính trị.

Cuối cùng, chi phí để tiến hành chiến tranh thông tin có thể thấp hơn nhiều so với chiến tranh thông thường, trong khi hiệu quả có thể rất cao [44]. Tổng tham mưu trưởng quân đội Nga, Đại tướng Valery Gerasimov trong bài viết năm 2013 khẳng định: "Đối kháng thông tin mở ra các cơ hội bất đối xứng rộng lớn để giảm tiềm năng chiến đấu của đối thủ" [162; 97].

1.1.3. Lý thuyết truyền thông liên quan

1.1.3.1. Lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự (Agenda Setting Theory)

Lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự (Agenda Setting Theory) được phát triển bởi Maxwell McCombs và Donald Shaw (1972) trong nghiên cứu kinh điển về cuộc bầu cử Tổng thống Mỹ năm 1968, được đăng trên Public Opinion Quarterly. Hai tác giả khẳng định rằng, truyền thông không nói cho công chúng biết phải nghĩ gì nhưng lại ảnh hưởng mạnh mẽ đến cách suy nghĩ của công chúng. Nói cách khác, phương tiện truyền thông có khả năng đặt ra "chương trình nghị sự công cộng" (public agenda) bằng cách ưu tiên một số vấn đề và làm mờ các vấn đề khác [96].

Ở góc độ khái niệm, "chương trình nghị sự" (agenda) là danh sách những vấn đề được truyền thông xem là đáng quan tâm trong một giai đoạn cụ thể, bao gồm ba tầng: tầng một, chương trình nghị sự của truyền thông (media agenda), các chủ đề được báo chí và nền tảng đưa tin nổi bật; tầng hai, chương trình nghị sự công chúng (public agenda), các chủ đề mà công chủ cho là quan trọng; tầng ba, chương trình nghị sự chính trị (policy agenda), các chủ đề được phản ánh trong chính sách hoặc hành động của Chính phủ [96]. Khi một chủ đề xuất hiện thường xuyên và nổi bật trong truyền thông, công chúng sẽ xem đó là vấn đề trọng yếu. Hiệu ứng này gọi là truyền thông làm nổi bật vấn đề (issue salience), đây cũng là cơ chế then chốt của lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự.

Trong bối cảnh chiến tranh thông tin, lý thuyết này giúp lý giải cách các chủ thể chính trị hoặc quốc gia có thể định hướng dư luận thông qua việc lặp lại, nhấn mạnh hoặc bỏ qua qua các chủ đề nhất định. Nhìn từ cuộc xung đột Nga - Ukraine, các kênh Telegram thân nga liên tục ưu tiên những chủ đề như "giải phóng

Donbass", "bảo vệ dân thường", "chống phát xít" trong khi giảm thiểu hoặc né tránh các chủ đề như "thương vong dân sự" hay "xâm lược vũ trang".

Khác với báo chí truyền thống, chương trình nghị sự trên mạng xã hội không có tính tuyến tính. Quá trình lan truyền ngang hàng (peer-to-peer) giúp thông tin được lặp lại trong nhiều nhóm nhỏ trước khi hợp thành dòng chảy. Điều này khiến việc kiểm soát thông tin trở nên tinh vi hơn, các chủ thể có thể sử dụng hàng trăm kênh phụ, tài khoản ẩn danh hoặc bot để tạo cảm giác rằng công chúng đang tự quan tâm, trong khi nó là một phần của quá trình điều phối có chủ đích [132].

Có thể thấy rằng, lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự cung cấp khung khái niệm hữu ích để hiểu cách nền tảng số như Telegram được sử dụng để xác định chủ đề nào nổi bật, từ đó, định hướng nhận thức và cảm xúc của công chúng.

1.1.3.2. Lý thuyết khung (Framing Theory)

Lý thuyết khung (Framing Theory) được xem là một trong những nền tảng quan trọng nhất của truyền thông hiện đại, giúp lý giải cách thức mà truyền thông lựa chọn, tổ chức và diễn giải thông tin để định hướng nhận thức của công chúng. Theo Erving Goffman (1974), người đặt nền móng cho khái niệm "khung" (frame) trong Frame Analysis, các cá nhân không tiếp nhận thế giới một cách trực tiếp, mà hiểu thực tại thông qua những "khung ý nghĩa" (frames of reference) được xã hội và truyền thông cung cấp [73]. Nói cách khác, "khung" chính là cấu trúc tri nhận giúp con người chọn lọc, sắp xếp và gán ý nghĩa cho các sự kiện.

Tiếp nối hướng nghiên cứu này, Entman (1993) định nghĩa "khung" như là một tiến trình lựa chọn một vài khía cạnh của thực tế và làm nổi bật chúng trong một thông điệp truyền thông, nhằm thúc đẩy một cách hiểu, đánh giá, hoặc hướng hành động cụ thể, bao gồm bốn yếu tố cơ bản: xác định vấn đề (define problems), nêu cái gì là vấn đề và vì sao; chẩn đoán nguyên nhân (diagnose causes) để chỉ ra ai hoặc điều gì gây ra vấn đề; đưa ra đánh giá đạo đức (make moral judgments), gán giá trị đúng/sai, thiện/ác; đề xuất giải pháp (suggest remedies) với các gợi ý hành động hoặc hướng xử lý [58].

Còn theo Scheufele (1999), quá trình khung hoá bao gồm hai cấp độ: khung truyền thông (media frames) do các cơ quan báo chí, nền tảng hoặc tài khoản có ảnh hưởng tạo ra; khung nhận thức (individual frames), cách công chúng tiếp nhận và tái diễn giải thông tin dựa trên trải nghiệm, niềm tin và giá trị cá nhân [124]. Sự tương tác giữa hai cấp độ này tạo thành một vòng lặp truyền thông - nhận thức, nơi các khung ý nghĩa được củng cố qua việc lặp lại và cộng hưởng trong cộng đồng mạng. Đặc biệt, trong chiến dịch thông tin của Nga về Ukraine, các khung như "cuộc chiến chính nghĩa", "bảo vệ người nói tiếng Nga", "chống phát xít" được duy trì nhất quán, giúp hợp thức hoá hành động quân sự và tạo tính chính danh cho nhà nước [161]. Khung này càng được củng cố khi người dùng lặp lại thông điệp dưới dạng chia sẻ, bình luận hoặc hình ảnh minh hoạ, khiến thông tin trở nên tự nhiên trong các luồng thông tin có trên mạng xã hội.

Lý thuyết khung làm rõ các phân tích trong chiều sâu ngôn ngữ, biểu tượng và cảm xúc trong các thông điệp truyền thông, qua đó, hiểu được cách Telegram trở thành không gian kiến tạo và lan truyền diễn ngôn.

1.1.3.3. Lý thuyết công chúng được mạng hóa (Networked Publics - danah boyd)

Khái niệm "networked publics" (công chúng được mạng hoá) được nhà nghiên cứu danah boyd (2010) giới thiệu trong công trình Social Network Sites as Networked Publics, nhằm giải thích cách mà công nghệ kỹ thuật số, đặc biệt là mạng xã hội, tái cấu trúc không gian công cộng và cách hình thức tham gia xã hội. Theo boyd, công chúng trong thời đại mạng xã hội bùng nổ không còn tồn tại như một tập hợp tách biệt và thụ động, mà trở thành "công chúng được mạng hoá" (networked publics), những nhóm người tương tác, kết nối và kiến tạo ý nghĩa thông qua các hạ tầng kỹ thuật số [30]. Khác với khái niệm "public sphere" của Habermas (1962), vốn coi công chúng là không gian tranh luận lý tưởng trong thời truyền thông đại chúng, "networked publics" nhấn mạnh rằng hạ tầng công nghệ đã định hình lại cấu trúc xã hội, biến công chúng thành một thực thể vừa được tạo ra bởi công nghệ, vừa hoạt động trong khuôn khổ của nó [77].

Theo boyd (2010), công chúng được mạng hoá có bốn đặc trưng nổi bật, làm thay đổi cách thông tin vận hành trong xã hội: tính bền vững (persistence), nội dung được lưu trữ lâu dài khiến phát ngôn có sức sống vượt thời gian; khả năng lan tỏa (scalability), thông tin có thể được khuếch đại nhanh chóng, vượt ngoài ý định ban đầu của người tạo ra; khả năng sao chép (replicability), thông điệp dễ dàng được sao chép, chia sẻ và tái ngữ cảnh hoá; khả năng tìm kiếm (searchability), mọi nội dung đều có thể được truy vết, tìm thấy và tái sử dụng [30]. Khi bất kỳ ai đều có thể phát ngôn và lan truyền nội dung, ranh giới giữa cá nhân - tổ chức, công chúng - nhà nước, tin thật - tin giả trở nên mờ nhạt và Telegram là nền tảng thể hiện một cách rõ nét các thuộc tính của công chúng được mạng hoá: người dùng tham gia vào hàng nghìn kênh (channels) và nhóm (groups) mà ở đó thông tin di chuyển theo mô hình người-với-người thay vì từ trung tâm ra ngoại vi; các kênh bán chính thức (như Rybar, Readovka, WarGonzo,...) hoạt động song song với truyền thông nhà nước, tạo nên công chúng hỗn hợp (hybrid publics), nơi diễn ngôn chính thống và phi chính thống đan xen; cấu trúc phi tập trung của Telegram cho phép người dùng tự tái sản xuất diễn ngôn, bằng cách trích, cắt, bình luận hoặc gắn hashtag, qua đó, định hình lại ý nghĩa gốc của thông tin [161].

Lý thuyết công chúng được mạng hóa mang lại khung khái niệm nền tảng cho luận văn khi xem Telegram không chỉ là nền tảng công nghệ, mà còn là một dạng không gian xã hội - chính trị kiểu mới, nơi diễn ngôn chiến tranh được kiến tạo, lan truyền và tranh chấp. Sự tồn tại của các công chúng được mạng hoá giúp giải thích tại sao chiến tranh thông tin trong thế kỷ 21 không còn diễn ra giữa hai nhà nước, mà giữa vô số mạng lưới niềm tin, cảm xúc và nhận thức được bằng kết nối công nghệ.

1.1.4. Mối quan hệ giữa công nghệ, ngôn ngữ và quyền lực trong chiến tranh thông tin

Trong thế kỷ 21, công nghệ truyền thông số, ngôn ngữ và quyền lực chính trị không chỉ tồn tại tách biệt mà đan xen thành một cấu trúc thống nhất, trong đó, thông tin vừa là công cụ, vừa là môi trường vận hành của quyền lực. Castells (2009)

gọi đây là quyền lực truyền thông (communication power), quyền lực được thực thi thông qua khả năng tạo lập, định nghĩa và lan truyền ý nghĩa trong mạng lưới truyền thông. Theo Castells, trong không gian mạng, người nắm quyền lực không nhất thiết là người sở hữu tài nguyên vật chất, mà là người định hình cách con người hiểu và phản ứng với thế giới [36].

Nếu trong thế kỷ 20, quyền lực được duy trình bằng bạo lực và kinh tế, thì trong thế kỷ 21, nó được duy trì bằng thuật toán và diễn ngôn [65; 36]. Công nghệ truyền thông số đóng vai trò hạ tầng của quyền lực mới. Các nền tảng như Telegram, TikTok hay X/Twitter,... không chỉ là công cụ trung gian truyền tải thông tin mà còn là những thiết kế quyền lực ngôn từ, nơi mỗi dòng chữ, hình ảnh, hashtag hay biểu tượng đều mang khả năng định hình nhận thức.

Ngôn ngữ ở đây không chỉ đơn thuần là phương tiện giao tiếp, mà còn là công cụ cấu trúc thực tại, qua ngôn ngữ, con người được mời gọi nhìn nhận chiến tranh theo một khung đạo đức nhất định. Đó chính là sức mạnh biểu tượng của ngôn ngữ trong chiến tranh thông tin. Chưa dừng lại ở đó, công nghệ không chỉ khuếch đại ngôn ngữ, mà còn lập trình cách ngôn ngữ được nhìn thấy, được lan truyền, và được tin tưởng. Các thuật toán gợi ý, lọc tin, và đo lường tương tác đã biến diễn ngôn thành dữ liệu có thể kiểm soát [72]. Từ góc nhìn phê phán, Foucault (1980) cho rằng mọi quyền lực đều được duy trì thông qua diễn ngôn, nơi ngôn ngữ không phản ánh hiện thực mà tạo ra hiện thực [65]. Nhờ tốc độ lan truyền, tính ẩn danh và khả năng lưu trữ vô hạn, công nghệ đã khiến quyền lực diễn ngôn trở nên vừa tinh vi, vừa khó truy vết.

Như vậy, có thể thấy, công nghệ, ngôn ngữ, và quyền lực không tồn tại tách rời, mà còn tương hỗ trong việc kiến tạo thực tại xã hội. Trong bối cảnh chiến tranh thông tin, công nghệ là cỗ máy, ngôn ngữ là nhiên liệu, còn quyền lực là người lập trình, ba yếu tố cùng vận hành để định hình nhận thức, cảm xúc, và niềm tin của công chúng. Và, nền tảng số như một không gian quyền lực, nơi chiến tranh không còn diễn ra bằng súng đạn, mà bằng ngôn ngữ và thuật toán.

1.2. Một số vấn đề thực tiễn

1.2.1. Cách tiếp cận của Nga với chiến tranh thông tin hiện đại

1.2.1.1. Về góc độ nhà nước

Nga có quan điểm đặc thù và toàn diện về chiến tranh thông tin, được hình thành từ kinh nghiệm lịch sử và quan điểm địa chính trị của nước này [44]. Nga coi thông tin là trụ cột quyền lực nhà nước, công cụ chi phối nhận thức và gây rối đối phương [152, tr.8]. Theo quan điểm của Nga, chiến tranh thông tin không chỉ là một công cụ chiến thuật mà là một phần không thể tách rời của chiến lược an ninh quốc gia và chính sách đối ngoại. Nga tin rằng phương Tây, đặc biệt là Hoa Kỳ, đã và đang sử dụng chiến tranh thông tin như một công cụ để làm suy yếu Nga và sự sụp đổ của Liên Xô là kết quả của chiến tranh thông tin của phương Tây. Phương Tây đã sử dụng tuyên truyền, văn hóa đại chúng và các phương tiện truyền thông để làm suy yếu hệ tư tưởng xã hội chủ nghĩa và tạo ra các phong trào đối lập ở Liên Xô và các nước Đông Âu [25].

Trong học thuyết quân sự của Nga, chiến tranh thông tin được xem xét trong bối cảnh rộng lớn hơn của đối đầu thông tin. Học thuyết Đối kháng Thông tin của Nga, theo cách phương Tây tiếp cận, tích hợp các công cụ kỹ thuật và tâm lý để thống trị không gian thông tin và bảo vệ hoặc thúc đẩy các mục tiêu quốc gia [152]. Có thể coi đây là một cách tiếp cận toàn diện, kết hợp cả các biện pháp công nghệ và tâm lý trong một chiến lược thống nhất khi Nga coi chiến tranh thông tin không chỉ là một vấn đề quân sự mà là một vấn đề an ninh quốc gia toàn diện.

Học thuyết An ninh Thông tin của Liên bang Nga, được ban hành năm 2000 [86] và cập nhật năm 2016 [99] xác định các mối đe dọa chính đối với an ninh thông tin của Nga, bao gồm các nỗ lực của các nước nước ngoài nhằm thống trị không gian thông tin toàn cầu và đẩy Nga ra khỏi thị trường thông tin quốc tế. Học thuyết cũng nhấn mạnh nhu cầu bảo vệ chủ quyền thông tin của Nga và đảm bảo sự ổn định của hệ thống thông tin quốc gia; tầm quan trọng của việc phát triển các công cụ và phương pháp của Nga để tiến hành đối kháng thông tin. Chiến lược An ninh Quốc gia của Liên bang Nga năm 2015 là một văn bản quan trọng khác, trong

đó chiến tranh thông tin được đặt trong bối cảnh rộng lớn hơn của an ninh quốc gia. Chiến lược này nhận định phương Tây đang sử dụng các công cụ thông tin để can thiệp vào công việc nội bộ của Nga và làm suy yếu giá trị tinh thần và đạo đức truyền thống của Nga [122].

Trong những văn bản đã nêu, Nga đều tham chiếu đến các hoạt động thông tin-tâm lý, thừa nhận tầm quan trọng của chúng trong bối cảnh an ninh quốc gia [71]. Phía Mỹ từng cáo buộc Liên Xô và sau này là Nga không tiến hành các hoạt động không chỉ thu thập tình báo, mà là "phá hoại", tức sử dụng "các biện pháp tích cực" (active measures) bao gồm cả các hoạt động chiến tranh thông tin, nhằm làm suy yếu phương Tây, chia rẽ các liên minh như NATO và gieo rắc bất hòa giữa các đồng minh [15].

1.2.1.2. Về góc độ học thuật

Trong nghiên cứu của Ieva Berzina chỉ ra rằng Nga cảm nhận mình là mục tiêu trong chiến tranh thông tin và đang trong chiến tranh thông tin với phương Tây [25, tr.1]. Như Fridman chỉ ra, quan điểm này được nuôi dưỡng từ kinh nghiệm lịch sử và vị thế địa - chính trị của Nga, được hệ thống hóa qua các lý thuyết chiến tranh lật đổ của Messner, chiến tranh mạng - trung tâm của Dugin và chiến tranh thông tin của Panarin, qua đó hình thành diễn ngôn cho rằng phương Tây đang tiến hành một chiến tranh thông tin chống Nga nơi sự sụp đổ của Liên Xô, cách mạng màu và chiến lược Russophobia được diễn giải như các biểu hiện của chiến tranh thông tin do Hoa Kỳ và các đồng minh tiến hành nhằm làm suy yếu Nga [67].

Các nhà lý thuyết Nga về chiến tranh thông tin như Igor Panarin, Sergey Rastorguev và Aleksandr Dugin đã phát triển các khung lý thuyết phức tạp về chiến tranh thông tin. Panarin, một trong những người ủng hộ nổi bật nhất về ý tưởng chiến tranh thông tin chống lại Nga, là tác giả của hơn 15 chuyên khảo và ấn phẩm về chiến tranh thông tin, các công trình của ông nhấn mạnh tầm quan trọng của việc bảo vệ không gian thông tin của Nga khỏi ảnh hưởng của phương Tây.

1.2.1.3. Về cấu trúc tổ chức và triển khai chiến tranh thông tin của Nga

Quan điểm của Nga về chiến tranh thông tin cũng phản ánh trong cách thức tổ chức và triển khai các hoạt động thông tin. Nga áp dụng một cách tiếp cận toàn chính phủ (whole-of-government) và toàn xã hội (whole-of-society) đối với chiến tranh thông tin, trong đó không chỉ các cơ quan nhà nước mà cả các tổ chức tư nhân, phương tiện truyền thông và cá nhân đều có vai trò trong việc thúc đẩy lợi ích thông tin của Nga [100]. Hệ thống này được xây dựng và hoàn thiện trong suốt thời kỳ Tổng thống Putin cầm quyền, phản ánh quan điểm của lãnh đạo Nga về tầm quan trọng của kiểm soát thông tin đối với an ninh quốc gia và sự ổn định chính trị.

Cấu trúc quyền lực thông tin của Nga là một hệ thống phức tạp, kết hợp giữa kiểm soát nhà nước trực tiếp và các cơ chế kiểm soát gián tiếp thông qua các tổ chức tư nhân và bán nhà nước. Các đánh giá của Mỹ cũng mô tả hệ sinh thái tuyên truyền của Nga theo mô hình nhiều trụ cột kết hợp kênh chính phủ, truyền thông nhà nước, nguồn ủy nhiệm, mạng xã hội vũ khí hóa và thủ thuật mạng và các trang web do tổ chức hoặc cá nhân vận hành có liên kết với Nga. Như vậy, Mỹ cũng xác nhận các hoạt hoạt động thông tin của Nga không chỉ cơ quan nhà nước mà còn tổ chức tư nhân/cá nhân tham gia khuếch tán thông tin [144, tr.3].

Báo cáo U.S.Government Accountability Office năm 2024 đã xác định năm phương thức chính mà Nga sử dụng để lan truyền thông tin: (1) truyền thông chính thức của chính phủ, (2) các nội dung truyền tải toàn cầu được tài trợ bởi nhà nước như RT (Russia Today) và Sputnik, (3) vũ khí hóa mạng xã hội, (4) các kỹ thuật hỗ trợ bởi mạng như các trang web mạo danh các trang web hợp pháp, và (5) các trang web được duy trì bởi các tổ chức hoặc cá nhân thân Nga hoặc các tác nhân có ảnh hưởng có kết nối ngầm với Nga [144]. Sự đa dạng trong công cụ và kênh phân phối tạo thành một hệ sinh thái thông tin sai lệch và tuyên truyền như Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ mô tả, trong đó, các trụ cột khác nhau đóng những vai trò riêng biệt và tựa vào nhau, củng cố lẫn nhau [144], tạo ra hiệu ứng đồng thanh về tầm với và sức ảnh hưởng của các thông điệp sai lệch. Trên thực tế, hệ sinh thái này tạo ra và phát tán các tường thuật sai lệch nhằm phục vụ có tính toán cho các mục tiêu chính sách của

Điện Kremlin, khiến việc truy vết nguồn gốc thông tin và ngăn chặn sự lan truyền trở nên đặc biệt khó khăn.

Thông qua tham chiếu với kết quả phỏng vấn sâu của các chuyên gia và quan sát thực tế, tác giả nhận định rằng:

(1) Ở cấp cao nhất, Tổng thống Putin đóng vai trò then chốt trong việc định hình chiến lược thông tin của Nga. Các quyết định quan trọng về chính sách thông tin và các chiến dịch thông tin lớn đều được phê duyệt ở cấp lãnh đạo cao nhất và được thi hành bởi các bộ và ban ngành liên quan về mặt thực thi và quản lý.

(2) Các cơ quan an ninh và tình báo, bao gồm FSB (Cơ quan An ninh Liên bang), GRU (Cơ quan Tình báo Quân sự) và SVR (Cơ quan Tình báo Đối ngoại), tất cả đều có vai trò quan trọng trong việc triển khai chiến tranh thông tin. Các cơ quan và lực lượng này có thể chỉ đạo một số phương tiện truyền thông hoặc trực tiếp thực hiện các hoạt động nhằm phổ biến tuyên truyền ủng hộ Nga hoặc làm rối loạn dư luận đối thủ. Ví dụ, đơn vị 54777, còn được biết đến là Trung tâm Đặc biệt số 72, được xác định là đơn vị của GRU, chịu trách nhiệm về các hoạt động tác chiến tâm lý, bao gồm tuyên truyền thông tin sai lệch và các chiến dịch thông tin trực tuyến [46].

(3) Các phương tiện truyền thông nhà nước đóng vai trò trung tâm trong cấu trúc kiểm soát thông tin của Nga. Các kênh truyền hình lớn như Channel One, Russia-1 và NTV đều được kiểm soát trực tiếp hoặc gián tiếp bởi nhà nước. Các cơ quan thông tấn như TASS và RIA Novosti cũng thuộc sở hữu nhà nước. Các phương tiện truyền thông quốc tế như RT và Sputnik được thiết kế đặc biệt để phổ biến quan điểm của Nga ra thế giới.

(4) Nga cũng sử dụng các cơ chế kiểm soát gián tiếp thông qua các tổ chức và cá nhân có mối quan hệ với nhà nước. Các doanh nghiệp thân cận với Kremlin sở hữu hoặc kiểm soát nhiều phương tiện truyền thông quan trọng. Các tổ chức phi chính phủ do chính phủ tổ chức và các nhóm người có ảnh hưởng trên mạng xã hội cũng đóng vai trò trong việc định hình dư luận theo hướng có lợi cho Nga.

(5) Tiếp đến, Nga phát triển và sử dụng các nhân tố phi nhà nước dù là tổ chức hay tư nhân nhằm khuếch đại thông điệp cũng như tăng mức độ khả tín đối với mỗi thông điệp mà bộ máy của Nga truyền ra. Các nhân tố này có thể được sử dụng và có tác động trực tiếp đối với cả đối tượng nội Nga và ở ngoài Nga.

1.2.2. Sự chuyển đổi từ tuyên truyền truyền thống sang tuyên truyền sử dụng các nền tảng số

Tuyên truyền trong thế kỷ 20 chủ yếu dựa vào các phương tiện đại chúng một chiều như báo chí, phát thanh và truyền hình với sự kiểm soát tập trung đã thay đổi, từ một cá nhân có quyền nói và nhiều người lắng nghe thành nhiều người nói và nhiều người tương tác [101, tr.5]. Bước sang thế kỷ 21, sự phát triển bùng nổ của công nghệ thông tin và internet đã tạo ra một bước ngoặt căn bản trong lĩnh vực tuyên truyền toàn cầu. Sự chuyển đổi này không chỉ đơn thuần là thay đổi công cụ mà còn là sự thay đổi về bản chất của quá trình truyền thông với tính tương tác, phi tập trung và khả năng lan truyền theo cấp số nhân [101, tr.5]. Các nền tảng mạng số như Facebook, X/Twitter, YouTube, Telegram và TikTok đã tạo ra những môi trường thông tin mới, cho phép đăng tải và trao đổi nội dung do người dùng tạo ra [90]. Thuật toán phân phối nội dung, hiện tượng buồng vang (echo chamber) và bong bóng lọc thông tin (filter bubbles) đã tạo ra những cơ hội mới cho hoạt động tuyên truyền có chủ đích, cho phép nhắm mục tiêu chính xác đến cả phân khúc đối tượng vi mô với thông điệp được cá nhân hóa [32, tr.4].

Nga kế thừa lịch sử và bộ máy tuyên truyền từ Liên Xô và nhanh chóng nhận ra tiềm năng chiến lược của không gian số. Quá trình chuyển đổi tuyên truyền của Nga diễn ra theo nhiều giai đoạn và có những đặc điểm riêng biệt. Trong thập niên đầu của thế kỷ 21, Nga đã bắt đầu hiện đại hóa hệ thống truyền thông truyền thống của mình, bắt đầu với sự ra mắt của kênh RT vào năm 2005 với định hướng trở thành một kênh truyền thông quốc tế đa ngôn ngữ [123]. Từ những năm 2010, Nga đã phát triển một hệ sinh thái tuyên truyền số phức tạp, kết hợp giữa các kênh truyền thông nhà nước đã được số hóa, mạng lưới các trang web và blog độc lập, cùng với việc sử dụng có hệ thống các tài khoản mạng xã hội và bot [144]. Sau các

sự kiện Mùa xuân Ả Rập (2011) và cuộc khủng hoảng Ukraine (2014), Nga nhận thức rõ ràng về sức mạnh của mạng xã hội trong việc tạo dựng dư luận và tác động đến tình hình chính trị.

Các kênh truyền thống như RT và Sputnik không chỉ phát sóng trên sóng truyền hình và radio mà còn có sự hiện diện mạnh mẽ trên các nền tảng số khác nhau với nội dung được tối ưu hóa cho từng nền tảng cụ thể. Cách thực hiện này không chỉ tập trung vào việc truyền bá quan điểm của Nga mà như RAND mô tả nhằm tạo ra sự hỗn loạn thông tin, làm xói mòn niềm tin vào các nguồn tin chính thống và khai thác các đường nứt trong xã hội các nước phương Tây [118]. Chiến thuật tràn ngập thông tin cũng được áp dụng, với việc tạo ra khối lượng lớn nội dung nhằm làm loãng các thông tin bất lợi và tạo ra sự nhầm lẫn trong dư luận.

1.3. Nền tảng số trong hoạt động chiến tranh thông tin

Trong bối cảnh truyền thông số phát triển mạnh mẽ, chiến tranh thông tin không chỉ được thực hiện trên các phương tiện truyền thông đại chúng truyền thống mà đang dịch chuyển mạnh mẽ sang các nền tảng số. Nhiều nghiên cứu cho thấy sự dịch chuyển này không chỉ làm thay đổi phương thức truyền tải thông tin mà còn tái cấu trúc môi trường truyền thông, trong đó, nền tảng số giữ vai trò trung tâm trong việc tổ chức, phân phối và định hình dòng chảy thông tin xã hội [37][150].

Khác với các tiếp cận xem nền tảng số như một công cụ kỹ thuật, luận văn tiếp cận nền tảng số như một môi trường thông tin đặc thù, được cấu trúc bởi các cơ chế thuật toán, chuẩn mực và logic kinh tế chính trị riêng [150]. Trong chiến tranh thông tin, nền tảng số không chỉ là không gian diễn ra các hoạt động truyền thông mà còn tham gia trực tiếp vào quá trình định hình nhận thức, cảm xúc và hành vi của công chúng [47].

Từ góc độ báo chí học và truyền thông học, vai trò của nền tảng số được hiểu là tổng hòa vị trí, chức năng và tác động của nền tảng đó trong hệ sinh thái truyền thông [98]. Dựa trên cơ sở đó, luận văn tiếp cận vai trò trọng tâm của nền tảng số trong chiến tranh thông tin hiện đại như bao gồm các nội dung sau.

1.3.1. Nền tảng số trở thành trung tâm tác chiến thông tin, lan tỏa, làm giảm vai trò của báo chí truyền thông

Trong chiến tranh thông tin, nền tảng số vận hành như một trung tâm tổ chức và điều phối các dòng thông tin cạnh tranh. Khả năng kiểm soát việc hiển thị, ưu tiên và phân phối thông tin cho phép các chủ thể tham gia chiến tranh thông tin tác động sâu sắc tới nhận thức xã hội. Quyền lực truyền thông trong bối cảnh này không chỉ nằm ở nội dung thông điệp mà còn ở khả năng kiểm soát hạ tầng phân phối thông tin [37][32]. Việc nền tảng số trở thành trung tâm tác chiến thông tin cũng làm suy giảm vị thế của báo chí truyền thống trong việc cung cấp thông tin và định hướng dư luận, đồng thời, đặt báo chí vào trạng thái cạnh tranh trực tiếp với các chủ thể truyền thông phi chính thống trong không gian số.

Tiếp cận với vấn đề này, vào ngày 15-8-2017, Quân đội Nhân dân Việt Nam chính thức thành lập Bộ Tư lệnh Tác chiến không gian mạng với vai trò nòng cốt trong bảo vệ chủ quyền quốc gia trên không gian mạng, phòng, chống chiến tranh thông tin, chiến tranh không gian mạng và bảo vệ Tổ quốc trên không gian mạng; là lực lượng quan trọng tham gia bảo vệ các hệ thống thông tin quan trọng của quốc gia, bảo đảm an toàn thông tin mạng; bảo vệ an ninh mạng quốc gia và phòng, chống "diễn biến hòa bình" trên không gian mạng, trực tiếp đóng góp công tác bảo vệ vững chắc độc lập, chủ quyền, thống nhất và toàn vẹn lãnh thổ của Tổ quốc.

1.3.2. Khả năng khuếch đại thông tin, lan tỏa nhanh, mạnh, vượt tầm kiểm soát của báo chí truyền thông truyền thống

Một trong những khả năng quan trọng của nền tảng số là khả năng khuếch đại thông tin thông qua cơ chế của các thuật toán và lan truyền xã hội. Các nghiên cứu về truyền thông số chỉ ra rằng thuật toán không chỉ quyết định mức độ lan truyền mà còn góp phần hình thành các vòng lặp tiếp nhận, trong đó công chúng liên tục tiếp xúc với các thông điệp tương đồng, từ đó củng cố niềm tin và định kiến sẵn có [111][134].

Trong chưa đầy một thập kỷ, mạng xã hội đã vượt ra khỏi vai trò ban đầu là nơi chia sẻ cá nhân để trở thành một sân khấu khổng lồ, nơi vô số câu chuyện chưa

được xác thực bùng nổ. Tốc độ lan truyền phi mã chính là yếu tố biến tin giả thành mối nguy hiểm thực sự. Chỉ một tài khoản đăng tải, đi kèm vài thao tác chia sẻ, thông tin đã nhanh chóng vượt khỏi tầm kiểm soát, xâm nhập vào cuộc trò chuyện của hàng triệu người dùng [12]. Trong chiến tranh thông tin, chức năng khuếch đại này cho phép các thông điệp tuyên truyền được nhân rộng nhanh chóng, vượt ra ngoài khả năng kiểm soát của các cơ quan báo chí và quản lý truyền thống [23].

1.3.3. Tạo điều kiện cho chủ thể truyền thông ẩn danh, làm mờ ranh giới báo chí truyền thông truyền thống với truyền thông cá nhân và các hình thức tuyên truyền khác

Nghiên cứu của Hoàng Quốc Cảnh và cộng sự (2024) chỉ ra rằng các tài khoản Facebook dùng nhiều biện pháp kỹ thuật, thường ẩn danh hoặc mạo danh, không rõ địa chỉ, nguồn gốc, được thiết lập ở cả trong và ngoài lãnh thổ Việt Nam, cố tình che giấu thông tin chủ tài khoản nhằm trốn tránh hoạt động quản lý, giám sát của các cơ quan chức năng Việt Nam để thực hiện các hoạt động chống phá Đảng, Nhà nước [7].

Trong bối cảnh chiến tranh thông tin, tính ẩn danh và phân mảnh nguồn phát tán thông tin làm gia tăng mức độ phức tạp của môi trường truyền thông, đồng thời, tạo điều kiện cho các chiến dịch tác động tới công chứng, tạo ra các dư luận tiêu cực, khó bị truy vết và quy trách nhiệm [157]. Nền tảng số tạo điều kiện cho sự xuất hiện của các chủ thể truyền thông ẩn danh hoặc bán ẩn danh, làm mờ ranh giới giữa báo chí chính thống, truyền thông cá nhân và các hoạt động tuyên truyền có tổ chức. Sự pha trộn này làm suy yếu các cơ chế kiểm chứng và trách nhiệm vốn là nền tảng của báo chí chuyên nghiệp.

1.3.4. Tham gia điều phối chiến dịch truyền thông và kiến tạo môi trường tác động nhận thức

Không chỉ đóng vai trò truyền tải thông điệp, nền tảng số còn cho phép các chủ thể điều phối chiến dịch truyền thông theo thời gian thực. Thông qua việc theo dõi các chỉ số phản hồi của công chúng, các chiến dịch thông tin được điều chỉnh linh hoạt về nội dung và hình thức [32]. Khả năng điều phối này khiến chiến tranh

thông tin mang tính thức ứng cao, khác biệt căn bản với mô hình truyền thông tuyến tính của báo chí truyền thống.

Nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng nền tảng số vận hành như các phòng thí nghiệm truyền thông, nơi thông điệp được thử nghiệm liên tục và tối ưu hóa dựa trên phản ứng của công chúng [143]. Trong chiến tranh thông tin, vai trò này cho phép các chủ thể nhanh chóng hiệu chỉnh chiến lược truyền thông, đồng thời, làm gia tăng mức độ tinh vi của các hoạt động tác động nhận thức.

Đồng thời, sự gia tăng cường độ và mật độ thông tin trên nền tảng số có thể dẫn tới hiện tượng quá tải và mệt mỏi nhận thức. Theo Bennett và Livingston (2018), trạng thái này làm suy giảm khả năng đánh giá thông tin và năng lực phản biện của công chúng, từ đó, tạo điều kiện cho thông tin sai lệch và tuyên truyền lan rộng [23]. Không ít người dùng tin rằng mình đã đủ tỉnh táo trước tin giả, nhưng thực tế lại cho thấy điều ngược lại. Tin giả, thông tin sai lệch thường được bọc trong cảm xúc mạnh, giận dữ, thương cảm, phẫn nộ,… khiến người xem dễ bỏ qua thao tác kiểm tra nguồn. Thêm vào đó, thuật toán của các nền tảng xã hội lại ưu tiên những nội dung gây tranh cãi hoặc có tính kích động, vô tình đẩy những thông tin này lên vị trí nổi bật hơn trong luồng tin tức. Lượng tương tác lớn tạo ra mức độ tin tưởng ảo và vòng lặp sai lệch cứ thế được củng cố [12]. Trong chiến tranh thông tin, mệt mỏi nhận thức không chỉ là hệ quả ngoài ý muốn mà còn có thể trở thành một chiến lược nhằm làm suy yếu khả năng nhận thức và phản ứng xã hội.

Tiểu kết chương 1

Chương 1 trình bày một số vấn đề lý luận và thực tiễn trong nghiên cứu vai trò của nền tảng số trong chiến tranh thông tin hiện đại, đặc biệt là việc sử dụng nền tảng Telegram trong xung đột Nga - Ukraine. Trên nền tảng lý luận của chiến tranh thông tin, Chương 1 đã làm rõ một số lý luận về các loại hình xung đột mới, nơi thông tin được vũ khí hóa trở thành công cụ quan trọng để định hình nhận thức và cảm xúc của công chúng.

Về mặt lý thuyết, chương 1 đã giới thiệu ba lý thuyết nền tảng, làm căn cứ để vận dụng và phân tích các vấn đề liên quan đến chiến tranh thông tin, bao gồm: lý

thuyết thiết lập chương trình nghị sự - lý thuyết khung - lý thuyết công chúng được mạng hoá. Bên cạnh đó, tác giả cũng phân tích mối quan hệ giữa công nghệ, ngôn ngữ, và quyền lực để thấy rằng trong kỷ nguyên số, quyền lực truyền thông không chỉ thể hiện qua khả năng kiểm duyệt mà qua năng lực định hình ý nghĩa xã hội thông qua thuật toán và diễn ngôn. Nền tảng số, vì vậy, trở thành hạ tầng của quyền lực mới, nơi công chúng, báo chí, và chính trị tương tác liên tục trong một không gian thông tin toàn cầu được công nghệ trung gian hoá.

Từ cơ sở lý thuyết kết hợp với thực trạng đã đang diễn ra, có thể khẳng định Telegram không chỉ là công cụ truyền tải thông tin, mà còn là không gian kiến tạo nhận thức và cạnh tranh quyền lực trong bối cảnh thông tin hiện đại. Cơ sở lý luận này là tiền đề để Chương 2 tập trung đi sâu vào thực trạng hoạt động và vai trò của nền tảng số, với điển hình là Telegram, trong cuộc chiến thông tin do Nga tiến hành trong xung đột Nga - Ukraine, qua đó, nhận diện rõ hơn cách nền tảng số vận hành như một kênh phân phối thông tin chiến lược trong hệ sinh thái truyền thông toàn cầu.

CHƯƠNG 2: VAI TRÒ CỦA NỀN TẢNG SỐ TRONG CUỘC CHIẾN THÔNG TIN DO NGA TIẾN HÀNH TRONG QUÁ TRÌNH XUNG ĐỘT NGA - UKRAINE

2.1. Một số nét khái quát về cuộc xung đột Nga - Ukraine (từ 02-2022 đến 06-2025)

2.1.1. Diễn biến quân sự của cuộc xung đột

Ngày 24-2-2022, Nga phát động chiến dịch quân sự vào lãnh thổ Ukraine, đánh dấu sự leo thang mạnh mẽ của căng thẳng Nga - Ukraine và trở thành cuộc xung đột lớn [85] và đẫm máu nhất ở châu Âu kể từ sau Thế chiến II [94]. Các nhà phân tích từ Học viện Quân sự Thụy Sĩ đã mô tả đặc trưng kế hoạch can thiệp vào Ukraine là dựa trên một cuộc lật đổ chính phủ ở Kyiv nhanh chóng và quyết định, với giả định về sức đề kháng tối thiểu [94], tuy nhiên, quan điểm này bị phía Nga bác bỏ.

Giai đoạn 1: Cuộc tấn công ban đầu và những điều chỉnh (tháng 2 - 3-2022): Quân đội Nga tấn công từ nhiều hướng nhưng gặp sức kháng cự mạnh mẽ từ Ukraine. Kế hoạch tấn công của Nga được phương Tây cho rằng dựa trên một cuộc lật đổ chính phủ ở Kiev nhanh chóng và quyết định, với giả định sức đề kháng tối thiểu [85]. Nga rút khỏi miền Bắc và vùng ngoại ô Kiev vào tháng 4-2022.

Giai đoạn 2: Tập trung vào Donbass và chiếm Mariupol (tháng 4 - 9-2022): Trong giai đoạn này, Mát-xcơ-va tăng cường hỏa lực và tiến hành các chiến dịch vao vay nhằm từng bước kiểm soát vùng Donbass, đồng thời, dồn lực lượng vào Mariupol. Sau nhiều ngày giao tranh ác liệt, đặc biệt tại khu liên hợp luyện thép Azovstal, nơi các lực lượng Ukraine cố thủ, Mariupol cuối cùng cũng thuộc về Nga vào tháng 5-2022. Đây được xem là thắng lợi chiến lược, giúp củng cố phòng tuyến ở miền Đông và kiểm soát hướng tiếp cận ven biển Azov.

Giai đoạn 3: Các cuộc phản công của Ukraine (tháng 9 - 11-2022): Vào cuối năm 2022, Ukraine phát động các cuộc phản công ở miền Nam và miền Đông, đạt được những thành công đáng kể tại khu vực tỉnh Kharkiv và Kherson. Trong

cùng khung thời gian, Nga sáp nhập bốn tỉnh của Ukraine (do Nga chiếm giữ một phần) vào lãnh thổ Nga.

Giai đoạn 4: Trận chiến Bakhmut và chiến tranh trận địa (tháng 12-2022 - 6-2023): Trong suốt mùa đông 2022-2023 tới thời điểm một năm của cuộc chiến, giao tranh dần tập trung xung quanh thị trấn Bakhmut của Ukraine. Giai đoạn này đặc trưng bởi giao tranh được miêu tả là chiến tranh hào hầm ác liệt [22].

Giai đoạn 5: Cuộc phản công mùa hè của Ukraine (tháng 6 - 11-2023): Ukraine phát động cuộc phản công lớn nhưng chỉ đạt được những bước tiến nhỏ chống lại tuyến phòng thủ kiên cố của Nga.

Giai đoạn 6: Các tiến công từng bước của Nga (tháng 12-2023 - 7-2024): Ngày 17-2-2024, Nga đánh hạ Avdiivka, một khu vực được coi là pháo đài phòng thủ của Ukraine. Ngày 10-5-2024, Nga phát động một cuộc tấn công mới ở khu vực phía đông bắc Kharkiv, chiếm một loạt các ngôi làng và mở lại mặt trận phía Đông Ukraine.

Giai đoạn 7: Cuộc tấn công Kursk và tiến triển của Nga ở Donbass (tháng 8-2024 - 6-2025): Tháng 8-2024, Ukraine xâm nhập vào tỉnh Kursk của Nga, chiếm khu vực lên đến 350 km² [80], tuy nhiên, các hoạt động của Ukraine tấn công sâu vào lãnh thổ Nga cũng phải kết thúc với kết quả mơ hồ. Giai đoạn này đồng thời ghi nhận sự xuất hiện của quân đội Triều Tiên tham gia vào cuộc chiến, nhận được sự quan tâm và chú ý của cộng đồng thế giới [74]. Năm 2024 cũng ghi nhận Nga có những tiến triển đáng kể chiếm giữ được 4.168 km² lãnh thổ Ukraine [95].

2.1.2. Sự hình thành mặt trận truyền thông số bên cạnh mặt trận quân sự

Cuộc xung đột Nga - Ukraine đã ghi nhận sự xuất hiện của mặt trận thông tin truyền thông song hành với chiến trường, đan xen và tác động trực tiếp tới hành vi ngoài thực địa [96]. Nga sử dụng không gian mạng để tiến hành những gì các nhà nghiên cứu tại Atlantic Council gọi là chiến tranh tường thuật. Các hoạt động này tập trung vào việc củng cố dư luận nội địa [25], làm xói mòn niềm tin toàn cầu vào Ukraine [14], gây hỗn loạn hoặc định hình thái độ của công chúng đối với cuộc xung đột [14]. Theo ước tính, Nga có thể đã chi hàng tỷ đô la Mỹ mỗi năm cho

tuyên truyền và các chiến dịch thông tin, tình báo Ukraine cho biết, tính riêng năm 2024, Nga dự chi tới 1,5 tỷ đô để thực hiện các hoạt động chiến tranh thông tin nhằm gây bất ổn cho Ukraine [146].

Phía Ukraine cũng coi thông tin là mặt trận trọng yếu trong chiến tranh hiện đại và triển khai các hoạt động thông tin có tổ chức [57]. Chính phủ, quân đội và xã hội dân sự Ukraine phối hợp chặt chẽ để phản công trên mặt trận truyền thông [43][147]. Hàng loạt sáng kiến truyền thông và các nhóm tình nguyện viên ra đời nhằm kể câu chuyện của Ukraine ra thế giới [139, tr.21], đồng thời, chống lại hoạt động thông tin của Nga. Ở cấp nhà nước, các cơ quan như Trung tâm Truyền thông Chiến lược và An ninh Thông tin được thành lập để chống thông tin sai lệch, tăng cường nhận thức của xã hội, và ngăn chặn các mối đe dọa bên ngoài, đặc biệt là các cuộc tấn công thông tin của Nga [39].

Cơ quan Nghiên cứu Quốc phòng Thụy Điển xác nhận rằng, Ukraine có các hoạt động truyền thông tấn công tương đương với các chiến dịch tâm lý và chiến dịch thông tin tâm lý đặc biệt [82, tr.82]. Từ góc độ của Nga, Nga luôn khẳng định, Ukraine có các hoạt động thông tin - tâm lý thù địch trước [164] và sau khi xung đột nổ ra [165]. Nga nhiều lần tuyên bố sẽ hoặc đã đánh trúng các mục tiêu được xác định là trung tâm tác chiến thông tin - tâm lý của quân đội Ukraine nhằm ngăn chặn các hoạt động thông tin chống Nga [137]. Điều này xác nhận rằng Nga coi các năng lực tác chiến thông tin - tâm lý của Ukraine là đe dọa quân sự [13] và các đối tượng này là mục tiêu quân sự hợp pháp theo quan điểm của nước này.

Như vậy, có thể nhận thấy rằng, Nga và Ukraine đều triển khai các chiến dịch thông tin và theo đuổi các mục tiêu: (i) tấn công trực tiếp vào đối phương và phòng thủ dư luận nội địa (ii) chiếm lĩnh không gian thông tin và (iii) tranh giành ảnh hưởng đối với dư luận quốc tế. Kết quả là sự hình thành của một mặt trận số phức tạp, nơi thông tin, thông tin sai lệch và tuyên truyền cùng tồn tại trong một không gian mạng ngày càng phân mảnh.

Mặt khác, trên mặt trận thông tin, các nền tảng số không chỉ là công cụ để tiến hành các hoạt động tuyên truyền mà còn là nguồn lực phong phú để để thu thập

thông tin, bao gồm cả thông tin trinh sát, tình báo [133][79] thông qua các nền tảng số hoặc độc giả, các thông tin này có khả năng trực tiếp phục vụ các hoạt động tác chiến. Bên cạnh đó, lượng thông tin khổng lồ được tạo ra hàng ngày trên các nền tảng số, các công cụ phân tích dữ liệu tiên tiến cho phép xác định các mẫu, xu hướng và mối quan hệ mà không thể nhìn thấy bằng phương pháp truyền thống. Các dữ liệu này có thể giúp các bên phân tích và dự đoán ý định của đối phương, xác định các chiến dịch thông tin và đánh giá tác động của hoạt động thông tin mà các bên tham gia [79].

2.1.3. Các nền tảng số chủ yếu được Nga sử dụng trong cuộc chiến thông tin trong quá trình xung đột Nga - Ukraine

Với định nghĩa đã xác định tại Chương 1, trong phần này, nghiên cứu nhận diện một số nền tảng số truyền thông xã hội và ứng dụng nhắn tin mà các bên tham gia xung đột Nga - Ukraine sử dụng.

2.1.3.1 Nền tảng Telegram

Trong không gian truyền thông số dành cho cộng đồng người sử dụng chữ Cyrillic, Telegram đã trở thành nền tảng trung tâm trong việc lan tỏa thông điệp từ phía Nga, đặc biệt là những nội dung phục vụ mục tiêu chiến tranh thông tin xoay quanh cuộc xung đột với Ukraine. Khi các nền tảng phương Tây siết chặt kiểm soát đối với truyền thông chính thống của Mát-xcơ-va, hoạt động tuyên truyền được chuyển dịch mạnh sang Telegram và phần nào sang VK nhằm duy trì khả năng tiếp cận công chúng trong nước cũng như tại các khu vực do Nga kiểm soát ở Ukraine [38].

Bảng 2.1: Lượng tương tác của các tài khoản sử dụng chữ Cyrillic trên các mạng xã hội tại một số quốc gia

Nền tảng	Nga	Latvia	Ukraine	Thổ Nhĩ Kỳ	Anh
telegram.me	57.503.545	-	4.290.957	2.898.114	-
vk.com	4.347.848	-	417.003	-	-
youtube.com	1.413.753	-	-	-	-
tiktok.com	868.200	-	-	-	-
twitter.com	56.263	-	64.826	-	-

Những mạng lưới kênh này thường xuyên lặp lại các tuyên bố từ Bộ Quốc phòng Nga và đẩy mạnh các luận điểm then chốt như việc phương Tây liên tục thất bại về trang bị quân sự, hay câu chuyện về mối đe dọa an ninh từ phía Ukraine. Đồng thời, Nga khai thác YouTube, TikTok và Twitter để lan truyền thông điệp ra thị trường quốc tế thông qua những nhân vật có ảnh hưởng ở nước ngoài hoặc cộng đồng nói tiếng Nga tại châu Âu và Hoa Kỳ. Có thể thấy chiến lược truyền thông của Nga mang tính đa tầng và phân hóa rõ rệt theo khu vực nhằm tối ưu tác động, trong đó Telegram đóng vai trò như đầu mối bảo đảm tốc độ khuếch tán thông tin, tăng cường tính lặp lại của thông điệp và giảm thiểu tác động của kiểm duyệt từ phía phương Tây [38].

Bảng 2.2: Lượng tiếp cận của các tài khoản sử dụng chữ Cyrillic trên các mạng xã hội tại một số quốc gia

Nền tảng	Nga	Ukraine	Hoa Kỳ	Khác
telegram.me	56.286.529	3.594.712	1.340.257	267.389
youtube.com	11.257.519	18.560.132	13.611.508	1.246.215
tiktok.com	1.296.500	141.200	-	-
vk.com	746.79	-	-	-

Khoảng một nửa số người Nga từ 12 tuổi trở lên sử dụng Telegram hàng ngày, khiến đây trở thành nền tảng quan trọng cho những người ủng hộ Điện

Kremlin, các cơ quan an ninh, các nhóm cực hữu và thậm chí cả các tiếng nói đối lập [16]. Việc sử dụng ứng dụng Telegram đã tăng 66% trong những tháng sau khi xung đột tại Ukraine bùng nổ [84]. Có thể nói rằng, Telegram đã nổi lên như nền tảng trung tâm của dòng chảy thông tin về cuộc chiến, bởi ứng dụng nhắn tin mã hóa này có tính năng kênh phát sóng công khai, cho phép truyền tin đến hàng triệu người dùng. Hàng loạt kênh Telegram yêu nước (ủng hộ chiến dịch quân sự đặc biệt) xuất hiện, từ kênh tuyên truyền chính thức của các cơ quan Nga cho đến kênh ẩn danh của các blogger quân sự (mil blogger). Trên Telegram, đồng thời (i) các cơ quan nhà nước, (ii) các cơ quan báo chí, truyền thông, (iii) các tổ chức, cá nhân thân Nga/Ukraine và (iv) các tổ chức, cá nhân độc lập, cùng tham gia vào hoạt động thông tin, tuyên truyền. Trong đó, theo khảo sát từ Center for Data and Research on Russia, các kênh ủng hộ chính phủ phổ biến hơn nhiều: khảo sát của chúng tôi cho thấy 44% lượng người dùng Telegram ở Nga theo dõi các kênh ủng hộ chính phủ, trong khi chỉ có 14% theo dõi các kênh đối lập [130].

Theo chiều dài của cuộc xung đột, vai trò của Telegram thể hiện qua ba chức năng chính với cả Nga và Ukraine: (i) kênh truyền thông tin chính thức và không chính thức của cả hai bên, (ii) công cụ phối hợp hoạt động quân sự và dân sự, và (iii) nguồn tin tức thời gian thực cho người dân.

Theo Aric Toler, một nhà báo của tổ chức tình báo nguồn mở Bellingcat, mọi thông tin về cuộc chiến trên X/Twitter, Instagram, Facebook và những nền tảng khác đều xuất phát từ Telegram [184]. DFRLab phân tích hơn 500.000 bài đăng của 38 kênh quân sự Nga cho thấy, Telegram là một chiến trường khác của cuộc chiến [33]. Nghiên cứu về các hoạt động truyền thông của Điện Kremlin trước và trong xung đột Nga - Ukraine cho thấy nền tảng này đã trở thành công cụ chính để phối hợp các chiến dịch ảnh hưởng thông tin [28].

Ngoài ra, nghiên cứu được thực hiện bởi Atlantic Council vào năm 2023 cho thấy, Nga đã lập các kênh Telegram địa phương tại hầu hết thành phố Ukraine nơi Nga chiếm giữ, giả dạng kênh tin tức cộng đồng để phát đi những thông điệp tuyên truyền thân Nga nhằm nâng cao hình ảnh nước Nga và bôi xấu Ukraine ở các vùng

chiếm giữ [19]. Các kênh hoạt động với hình thức này tạo ra một vùng thông tin khép kín cho người dân trong vùng chiếm đóng, khiến họ dễ tiếp nhận các quan điểm từ phía Nga.

Ukraine cũng tích cực sử dụng các nền tảng số trong thời chiến, cho phép các quan chức chính phủ truyền tải thông điệp trực tiếp và nhanh chóng đến công chúng toàn cầu và Telegram cũng là một trong những nền tảng được ưu tiên sử dụng. Ukraine đã triển khai hàng loạt các chiến dịch thông tin trên nền tảng này, không chỉ để cập nhật tình hình chiến sự, mà còn để cảnh báo không kích và phối hợp hành động dân sự, tương tự với những hoạt động mà Nga tiến hành.

Nghiên cứu của Peter Schrijver cho biết, đến năm 2023, 72% người Ukraine coi Telegram là nguồn tin tức chính, tăng thêm 9% so với năm 2022 [125]. Theo kết quả một khảo sát do tổ chức xã hội dân sự Ukraine OPORA thực hiện vào giữa năm 2024 về thói quen tiếp nhận tin tức trong bối cảnh chiến tranh toàn diện, mạng xã hội đã trở thành nguồn cung cấp thông tin chủ yếu của người dân, trong khi truyền hình, truyền thanh và báo in đều suy giảm mạnh về số lượng khán giả/độc giả. Trong đó, Telegram giữ vị thế vượt trội với 78,1% người được hỏi cho biết đang sử dụng nền tảng này, cao hơn rõ rệt so với YouTube với 59,5%, Facebook 44,6%, Viber 42%, Instagram 29,6%, TikTok 26,8% và X/Twitter 7,8%. Đáng chú ý, trong khi lượng người dùng của Telegram tăng thêm 6,8% so với năm trước, các nền tảng khác như YouTube, Facebook và Viber đều ghi nhận xu hướng sụt giảm [101]. Những số liệu này cho thấy, Telegram không chỉ là nền tảng số phổ biến nhất đối với công chúng Ukraine trong thời chiến, mà còn là một trong số ít nền tảng tiếp tục mở rộng tầm ảnh hưởng trong bối cảnh niềm tin nói chung đối với các nguồn thông tin đang suy giảm.

Cách thức Nga và Ukraine tận dụng Telegram phản ánh rõ nét tính đa năng của nền tảng trong chiến tranh thông tin hiện đại và tính tiên phong trong việc cập nhật các diễn biến mới nhất từ chiến trường thực địa và mặt trận ngoại giao. Các nghiên cứu tại hai quốc gia kể trên cho thấy, Telegram chiếm ưu thế tuyệt đối trong việc đăng tải, lan truyền và khuếch đại thông tin so với các nền tảng khác và là một

trong số ít nền tảng vẫn tiếp tục gia tăng số lượng người dùng theo thời gian. Việc đi sâu tìm hiểu và phân tích về vai trò của Telegram trong cuộc chiến thông tin do Nga tiến hành có thể làm sáng tỏ phần nào vai trò của nền tảng số, với đại diện là Telegram, như một mắt xích then chốt các hoạt động chiến tranh thông tin của Nga, đồng thời, hiểu rõ hơn về cách thức các nền tảng số nói chung có thể được công cụ hóa để phục vụ mục tiêu chiến lược trong chiến tranh lai, nơi ranh giới giữa thông tin và tuyên truyền, giữa dân sự và quân sự, ngày càng trở nên mờ nhạt.

2.1.3.2. Nền tảng TikTok

Nếu Telegram là mặt trận tin tức theo thời gian thực, TikTok lại là chiến trường của những video độ phổ biến cao (viral), TikTok cho phép hoạt động thông tin diễn ra bằng hình ảnh sinh động và thuật toán đề xuất nội dung mạnh mẽ. Trong cuộc xung đột này, TikTok được giới phân tích gọi là chiến trường mới để định hình nhận thức của giới trẻ toàn cầu về cuộc chiến [26]. Nền tảng video ngắn phổ biến nhất thế giới đã chứng kiến một làn sóng nội dung khổng lồ về cuộc xung đột Nga - Ukraine do người dùng tạo ra với cảnh chiến sự, lời chứng thực, cho đến các video vận động hay châm biếm. Sự tham gia mạnh mẽ của người dùng đã tạo nên cuộc chiến có tính tham gia (participatory war) trên mạng, nhưng đồng thời cũng mở ra mảnh đất màu mỡ cho vô số thông tin sai lệch và giả mạo lan truyền.

Vào tháng 3-2024, một nghiên cứu được thực hiện bởi DFRLab và BBC Verify đã chỉ ra mạng lưới ảnh hưởng lớn nhất từ trước đến nay trên TikTok về đề tài Ukraine với hàng loạt tài khoản TikTok giả mạo, đăng hàng ngàn video bằng nhiều ngôn ngữ và thu hút hàng trăm ngàn người theo dõi, hàng triệu lượt xem. Các chiến dịch này có nguồn gốc từ Nga, tập trung tung tin thất thiệt bôi nhọ giới lãnh đạo Ukraine, ví như cáo buộc Tổng thống Zelensky và Bộ trưởng Quốc phòng Reznikov biển thủ viện trợ để mua hàng xa xỉ [51]. Tháng 3-2022, TikTok cũng phải đối mặt với các chỉ trích vì tiếp tục cho phép nội dung tuyên truyền chiến tranh phân phối tới các tài khoản người dùng từ Nga, dẫn đến việc TikTok phải tạm ngừng dịch vụ phát trực tiếp (livestream) và video mới từ Nga.

Phía Ukraine và các quốc gia ủng hộ cũng tận dụng TikTok như một mặt trận truyền thông mới bởi định dạng video ngắn, cho phép các thước phim/hình ảnh chiến trường dễ dàng được lan tỏa và tiếp cận được những công chúng trẻ trên toàn cầu. Những video ngắn, với thời lượng 15 - 30 giây, được hậu kỳ nhanh chóng và giàu tính thị giác dựa trên những cuộc phỏng vấn nhanh từ chiến trường, những lời kêu gọi từ binh sĩ hay cảnh ăn mừng chiến thắng được lồng ghép khéo léo với những thông điệp về một Ukraine kiên cường đã liên tục được tung ra. Người trẻ, đặc biệt thuộc thế hệ Z và người có sức ảnh hưởng hay những người tự nhận là báo chí công dân (citizen journalists) để cập nhật tin tức và sự kiện toàn cầu thay vì phụ thuộc vào tin tức từ các hãng truyền thông truyền thống [159]. Điều đó cho thấy sức ảnh hưởng của TikTok không chỉ ở tốc độ lan truyền mà còn ở khả năng định hình cảm xúc, nhận thức và thái độ của công chúng quốc tế đối với cuộc xung đột.

2.1.3.3. Nền tảng YouTube

YouTube, nền tảng video lớn nhất thế giới, cũng là một chiến địa thông tin quan trọng trong cuộc xung đột. Ngay sau khi Nga triển khai các hoạt động quân sự với Ukraine, Google, tập đoàn chủ quản của YouTube đã có động thái mạnh: YouTube cấm toàn cầu các kênh truyền thông nhà nước Nga (như RT, Sputnik) từ tháng 3- 2022 [10]. Tuy nhiên, cuộc chiến thông tin trên YouTube không chấm dứt hoàn toàn ở đó. Các lực lượng tuyên truyền thân Nga đã nhanh chóng thích nghi và lợi dụng kẽ hở kiểm duyệt để tiếp tục chia sẻ các nội dung. Theo một báo cáo của NewsGuard vào tháng 2-2023, trong năm đầu chiến sự, bất chấp lệnh cấm, đã có ít nhất 250 video do RT sản xuất về cuộc chiến Ukraine được người dùng đăng lại (re-up) trên hơn 100 kênh YouTube khác nhau, thu hút tổng cộng hơn nửa triệu lượt xem [113]. Trưởng ban Biên tập của RT, Margarita Simonyan, thậm chí công khai rằng, RT có thể mở kênh YouTube không gắn thương hiệu RT và nhận về hàng triệu lượt xem chỉ trong vài ngày trước khi bị khóa. Đây là chiến thuật du kích của truyền thông Nga trên YouTube khi liên tục tạo kênh mới, đăng lại nội dung cũ để vượt qua sự kiểm duyệt của nền tảng.

Bên cạnh đó, trên YouTube vẫn còn nhiều kênh xám không thuộc truyền thông nhà nước Nga nhưng có nội dung nghiêng hẳn theo luận điểm của Kremlin, chẳng hạn các kênh phân tích thời sự bằng tiếng Anh, tiếng Đức, tiếng Tây Ban Nha… hướng đến khán giả quốc tế. Ví dụ, trong cộng đồng nói tiếng Tây Ban Nha, những video của RT Español dù bị cấm trên YouTube vẫn có thể được đăng lại qua tài khoản trung gian vì RT Español vốn rất được ưa chuộng ở Mỹ Latinh với hàng triệu người theo dõi [55]. Tương tự, một số YouTuber cực hữu ở phương Tây hoặc kênh thuyết âm mưu cũng lan truyền nội dung đồng điệu với nhà nước Nga. Những nội dung này tồn tại trong một thời gian dài trên YouTube và khó kiểm soát hết bởi quyền tự do ngôn luận.

Với việc không chịu bất cứ lệnh cấm nào từ Google, YouTube đã trở thành vũ khí lợi hại của phía Ukraine. Chính phủ Ukraine thường xuyên đăng tải thông điệp lên các kênh YouTube chính thức từ phát biểu hàng đêm của Tổng thống Zelensky đến các video được tuyên bố là chứng cứ về tội ác chiến tranh để trình bày trước Liên Hợp Quốc. Nhiều nhà báo điều tra và nhóm OSINT (tình báo nguồn mở) tận dụng YouTube để vạch trần thông tin sai lệch của Nga, họ phân tích video chiến trường, phản biện tuyên bố của Mát-xcơ-va và chia sẻ rộng rãi kết quả để công luận thấy sự thật. Một ví dụ là nhóm Bellingcat hay các kênh bình luận về diễn biến chiến sự thu hút lượng lớn người xem, giúp lan truyền cách hiểu có lợi cho Ukraine.

2.1.3.4. Nền tảng X/Twitter

Twitter (nay là X) đã đóng vai trò như một chiến hào trên mặt trận dư luận quốc tế suốt cuộc chiến bởi sự đa dạng của các tầng lớp tham gia: phóng viên, quan chức, và cả người dân. Chính phủ Ukraine duy trì sự hiện diện tích cực thông qua các tài khoản Twitter chính thức (như @DefenceU của Bộ Quốc phòng), liên tục cập nhật thắng lợi, cảm ơn đồng minh, đôi khi với giọng điệu hài hước, châm biếm để tăng tương tác. Ngược lại, phía Nga cũng tận dụng nền tảng này để định hướng dư luận phương Tây khi nhắm đến các nhóm hoài nghi (ví dụ cộng đồng MAGA ở Mỹ, cực hữu châu Âu), để truyền đi những thông điệp trùng khớp với luận điểm mà

một số nhân vật cánh hữu ở phương Tây cũng chia sẻ về một Ukraine tham nhũng, không xứng đáng được viện trợ.

X/Twitter cũng là đấu trường trực diện giữa các đội quân mạng từ những tài khoản ngoại giao Nga và Ukraine, mạng lưới bot tuyên truyền của hai bên, đến các nhóm ủng hộ Nga hoặc Ukraine. Khối lượng nội dung tuyên truyền Nga trên X/Twitter được ghi nhận đã bùng nổ từ sau năm 2022. Các tài khoản chính thức của Nga (như Đại sứ quán, quan chức) tích cực đăng tải thông tin trái ngược với phương Tây, còn một loạt tài khoản ẩn danh và bot thường xuyên chia sẻ các thuyết âm mưu và thông tin bất lợi cho đối phương.

X/Twitter được đánh giá là mặt trận mà Ukraine chiếm ưu thế ban đầu khi các hashtag ủng hộ Ukraine, hình ảnh chế giễu "quân xâm lược" lan tràn, trong khi nhiều tài khoản tuyên truyền của Nga bị khóa hoặc gắn nhãn cảnh báo. Tiêu biểu là NAFO (North Atlantic Fellas Organization) một cộng đồng hàng chục nghìn người dùng ủng hộ Ukraine, cố gắng chống lại tuyên truyền Nga bằng cách chế giễu và át tiếng các tài khoản có liên hệ với Mát-xcơ-va. NAFO đã trở thành "đội quân meme" lan truyền rộng rãi, đến mức Bộ trưởng Quốc phòng Ukraine lẫn nhiều chính trị gia phương Tây công khai tán dương NAFO trên X/Twitter như những chiến binh thông tin phi chính thống [136]. Dưới sự điều hành của Elon Musk, Twitter được đổi tên thành X/Twitter và bị giới chức phương Tây đánh giá là lỏng lẻo hơn trong kiểm duyệt nội dung, tạo điều kiện cho hoạt động tuyên truyền Nga trỗi dậy mạnh hơn [66] do sự thay đổi trong chính sách kiểm duyệt. Một nghiên cứu vào tháng 7-2025 cho thấy, trong số 125 bài đăng tuyên truyền vi phạm lệnh trừng phạt EU (ví dụ từ kênh Bộ Ngoại giao Nga hoặc RT) được báo cáo và chỉ 1 bài bị gỡ bỏ [59].

2.1.3.5. Nền tảng khác có nguồn gốc phương Tây

Facebook và Instagram đóng vai trò kể chuyện và tạo kết nối cảm xúc với đối tượng quốc tế thông qua việc sử dụng các trang độc lập ở nước thứ ba nhưng thực chất đăng lại nội dung RT/Sputnik. Bên cạnh đó, các chiến dịch tin giả địa phương cũng xuất hiện để tiếp cận đa dạng đối tượng người dùng, có thể kể đến chiến dịch Doppelgänger được thực hiện vào năm 2022 với các trang web giả mạo

giao diện báo lớn châu Âu để tung tin và chia sẻ link lên Facebook nhằm tiếp cận độc ở Đức, Pháp… Dù Meta, đơn vị chủ quản của Facebook, đã gỡ bỏ phần lớn các trang giả mạo này nhưng sự kiện vẫn cho thấy Nga sẵn sàng thích nghi để phát đi nội dung. Bản thân Facebook năm 2022 cũng gỡ hàng loạt tài khoản giả của Nga và đồng minh giả danh người thật ở châu Âu để đăng tin ủng hộ quan điểm Nga. Đây được coi là chiến dịch ngầm có ảnh hưởng lớn nhất bị triệt phá kể từ khi cuộc xung đột diễn ra [105].

2.1.3.6. Nền tảng gốc Nga

VKontakte (VK) và Odnoklassniki (OK) là hai mạng xã hội nội địa lớn nhất của Nga, dù không quá phổ biến với quốc tế nhưng đây là hậu phương chiến lược trong cuộc chiến thông tin của Điện Kremlin. Từ năm 2015, các nền tảng này đã thuộc quyền sở hữu của các tập đoàn thân nhà nước Nga và bị kiểm duyệt chặt chẽ từ khi chiến sự Ukraine leo thang [49]. Đến mùa xuân 2022, trên các trang VK chính thức của các cơ quan, trường học, thư viện, viện bảo tàng Nga… tràn ngập nội dung yêu nước - quân sự, ca ngợi chiến dịch quân sự đặc biệt.

Một phóng sự điều tra được thực hiện trong năm 2025 của báo Novaya Vkladka đã chỉ ra cách các tài khoản VK do chính phủ quản lý trở thành cỗ máy tuyên truyền: hàng tuần, mỗi cơ quan nhà nước đều nhận chỉ thị đăng ít nhất một bản tin tuyên truyền về chiến tranh được soạn sẵn bởi Trung tâm Quản lý Vùng ở mỗi tỉnh, gửi xuống cho từng đơn vị đăng lên trang VK của mình. Kết quả là từ cuối 2022, toàn bộ các cơ quan Nga (từ trung ương đến địa phương, kể cả trường mẫu giáo, nhà hát, bệnh viện) đều đăng bài tuyên truyền trên VK. Quy mô chiến dịch này là rất lớn. Theo Andrey Tsepelev, Phó Tổng Giám Đốc tổ chức Dialogue Regions, đơn vị phụ trách hệ thống trang chính phủ (gospablik) trên VK, đến cuối năm 2024, Nga đã có khoảng 175.000 trang VK chính thức [163] của các cơ quan nhà nước, trong đó, hơn 70% được duy trì thường xuyên, nghĩa là đăng ít nhất ba bài viết mỗi tuần. Tsepelev gọi mạng lưới này là tòa soạn lớn nhất thế giới và dẫn số liệu VTsIOM cho biết, cứ ba người Nga thì có một người theo dõi các trang chính phủ này [49]. Các nhóm yêu nước của Nga cũng tập hợp tại đây, chia sẻ hình

ảnh về quân đội Nga, bày tỏ căm thù Ukraine và phương Tây và kêu gọi đóng góp cho chiến dịch quân sự đặc biệt. Những blogger quân sự nổi tiếng (như Rybar, WarGonzo…) có tài khoản Telegram nhưng cũng duy trì cộng đồng hàng trăm nghìn thành viên trên VK, tạo cầu nối giữa người dùng phổ thông với dòng thông tin chiến tranh. Hơn nữa, do VK tích hợp nhiều dịch vụ (tin tức, video, thanh toán…) được chính quyền Nga đã tận dụng nó như một siêu ứng dụng (super app) để vừa giám sát dư luận, vừa cung cấp nội dung định hướng. Bất kỳ tiếng nói phản chiến nào trên VK/OK đều nhanh chóng bị chặn hoặc xóa tài khoản, cơ chế kiểm duyệt đã được thiết lập đồng bộ với các cơ quan an ninh. Kết quả là, từ năm 2022, không gian VK/OK gần như là nơi độc quyền tiếng nói Điện Kremlin, người dùng Nga ở nhà lẫn lính Nga ngoài tiền tuyến lướt VK chỉ thấy ngập tràn câu chuyện về chiến thắng, phát xít Ukraine, ủng hộ quân đội...

2.2. Khảo sát thực trạng vai trò của nền tảng số trong cuộc chiến thông tin do Nga tiến hành trong cuộc xung đột Nga - Ukraine

2.2.1. Trung tâm tác chiến thông tin

Cách tiếp cận của NATO cho thấy rằng, Nga vận hành một hệ sinh thái thông tin kết hợp truyền hình nhà nước, các kênh chính thức, website ủy nhiệm và mạng lưới bot/troll để lan truyền và khuếch đại cùng một hệ tường thuật. Đồng thời, đồng nhất với quan điểm từ các chuyên gia được phỏng vấn đã chia sẻ: việc xây dựng một hệ thống tuyên truyền theo mô hình đa tầng, với sự phân công vai trò rõ ràng nhưng đồng thời có sự phối hợp chặt chẽ giữa các tầng. Mô hình này cho phép Nga vừa duy trì hình ảnh của quốc gia, vừa có thể lan truyền các thông điệp đa dạng mà bảo lưu khả năng phủ nhận hợp lý [35], tạo nên một hệ sinh thái tuyên truyền có khả năng thích ứng cao, khó bị phát hiện và vô hiệu hóa hoàn toàn.

2.2.1.1. Tầng chính thức: Tuyên truyền công khai và hợp pháp hóa

Tầng chính thức bao gồm các cơ quan nhà nước, cơ quan và truyền thông được công nhận, các quan chức chính phủ và các kênh thông tin (như RT, Sputnik, TASS, RIA Novosti) mang thương hiệu rõ ràng của Nga. Đây là bộ mặt công khai của các hoạt động thông tin và chiến dịch tuyên truyền.

Vai trò chính của tầng này là thiết lập các tường thuật chính thống, cung cấp khung giải thích cho các sự kiện theo quan điểm của Nga và tạo ra những luận điểm có vẻ hợp lý để các tầng khác có thể phát triển. Trong cuộc xung đột Nga - Ukraine, tầng chính thức đã đảm nhận nhiệm vụ định khung cuộc xung đột để giải thích hoặc lý giải cho hành động của Nga dựa trên các lý do lịch sử, an ninh và bảo vệ người dân nói tiếng Nga. Nội dung từ tầng chính thức thường được trình bày dưới dạng thông báo, thông cáo tin tức, phân tích hoặc bình luận chuyên gia, tuân thủ các quy chuẩn cơ bản của báo chí chuyên nghiệp về hình thức, mặc dù có thể bị thiên lệch về nội dung. Ưu điểm của tầng chính thức là tính hợp pháp và khả năng tiếp cận các nguồn tin chính thống. Tuy nhiên, sau khi cuộc xung đột bùng nổ năm 2022, nhiều nước phương Tây đã cấm hoặc hạn chế hoạt động của RT và Sputnik, làm giảm đáng kể hiệu quả của tầng này trên phạm vi quốc tế.

2.2.1.2. Tầng bán chính thức: Mạng lưới đại diện và nguồn tin độc lập

Tầng bán chính thức là lớp trung gian phức tạp nhất trong chiến lược ba tầng, bao gồm các blogger có ảnh hưởng, các trang web tin tức có vẻ độc lập, các chuyên gia và nhà bình luận cũng như các tổ chức phi chính phủ có liên hệ với chính quyền Nga. Những nhân tố này thường không công khai mối liên hệ với Kremlin để tạo ra niềm tin về tính đa dạng và độc lập của nguồn thông tin. Các nghiên cứu cho thấy chúng hoạt động như vùng đệm giữa truyền thông nhà nước và dư luận mạng: bên ngoài là các kênh độc lập trên Telegram nhưng đằng sau là mạng lưới quan hệ chặt chẽ với giới quân sự, an ninh và cơ quan tuyên truyền Nga [76]. Các trang web giả mạo các hãng tin quốc tế hoặc các trang tin địa phương ở các nước châu Âu nhưng thực chất được điều hành từ Nga, cũng thuộc về tầng này.

Chức năng chính của tầng bán chính thức là khuếch đại và biến tấu các thông điệp từ tầng chính thức, đồng thời, thử nghiệm các tường thuật phái sinh mà tầng chính thức không thể công khai ủng hộ. Các tác nhân ở tầng này có thể đưa ra những tuyên bố gây tranh cãi, lan truyền thuyết âm mưu hoặc thông tin chưa được kiểm chứng tấn công đối thủ và nếu những thông điệp này gặp phản ứng tiêu cực, chính quyền Nga có thể dễ dàng phủ nhận sự liên quan [75]. Trong bối cảnh xung

đột Nga - Ukraine, tầng bán chính thức đã đóng vai trò quan trọng trong việc lan truyền các câu chuyện về "tội ác chiến tranh của Ukraine", "thất bại của vũ khí phương Tây" hay "sự tham nhũng trong viện trợ quốc tế cho Ukraine". Nhiều kênh Telegram khác đã trở thành nguồn thông tin được theo dõi rộng rãi, cung cấp các phân tích chiến thuật có vẻ chuyên môn nhưng gần như hoàn toàn thiên về quan điểm Nga. Điểm quan trọng của tầng này là khả năng tạo ra xác nhận chéo với nhiều nguồn có vẻ độc lập cùng đưa tin về một sự việc, tạo ảo giác về tính xác thực của thông tin đó, mặc dù tất cả đều xuất phát từ cùng một nguồn gốc. Tầng bán chính thức khó bị phát hiện và khó đối phó hơn so với tầng chính thức vì mối liên hệ với Nga thường không rõ ràng và các tác nhân này có thể hoạt động trên nhiều nền tảng khác nhau mà không bị cấm như các cơ quan truyền thông nhà nước.

2.2.1.3. Tầng phi chính thức: Mạng lưới bot, troll và tài khoản giả mạo

Tầng thứ ba là mạng lưới bot, troll và tài khoản giả mạo hoạt động trên các nền tảng mạng xã hội. Các bot là các tài khoản tự động hoặc bán tự động được lập trình để thực hiện các hành động cụ thể như đăng nội dung, thích, chia sẻ hoặc bình luận nhằm tạo ra ảo giác về sự ủng hộ rộng rãi đối với một quan điểm nào đó. Troll là những người thật được trả tiền để tham gia vào các cuộc thảo luận trực tuyến, lan truyền thông tin sai lệch, tấn công những người có quan điểm đối lập, và tạo ra bầu không khí thù địch làm giảm chất lượng của cuộc tranh luận công khai. Trong cuộc xung đột Nga - Ukraine, bot/troll đã được sử dụng để thực hiện nhiều nhiệm vụ khác nhau, có thể là khuếch đại các thông điệp từ hai tầng trên bằng cách chia sẻ, bình luận và tạo ra ảo giác về sự phổ biến [135] hoặc tấn công và quấy rối các nhà báo, nhà hoạt động và quan chức Ukraine trên mạng xã hội [83][107]. Một chiến thuật tinh vi đã sử dụng các tài khoản ngủ đông là những tài khoản được tạo ra từ lâu, có vẻ như là người dùng thật với lịch sử hoạt động bình thường nhưng có thể đột nhiên chuyển sang hoạt động tuyên truyền để hạn chế bị phát hiện bởi các thuật toán phát hiện bot [17].

2.2.1.4. Sự phối hợp đa tầng

Hiệu quả của chiến lược đa tầng không nằm ở việc mỗi tầng hoạt động độc lập mà ở sự phối hợp chặt chẽ giữa chúng tạo nên một hệ sinh thái thông tin hoạt động song song và củng cố lẫn nhau [114]. Nền tảng số đã trở thành xương sống cho phép các tầng hoạt động đồng bộ và thống nhất thông điệp xuyên suốt các tầng. Các công cụ phân tích dữ liệu nền tảng số có thể giúp theo dõi, giám sát hoặc đo lường hiệu quả của từng chiến dịch [126], từ đó điều chỉnh hoạt động một cách phù hợp.

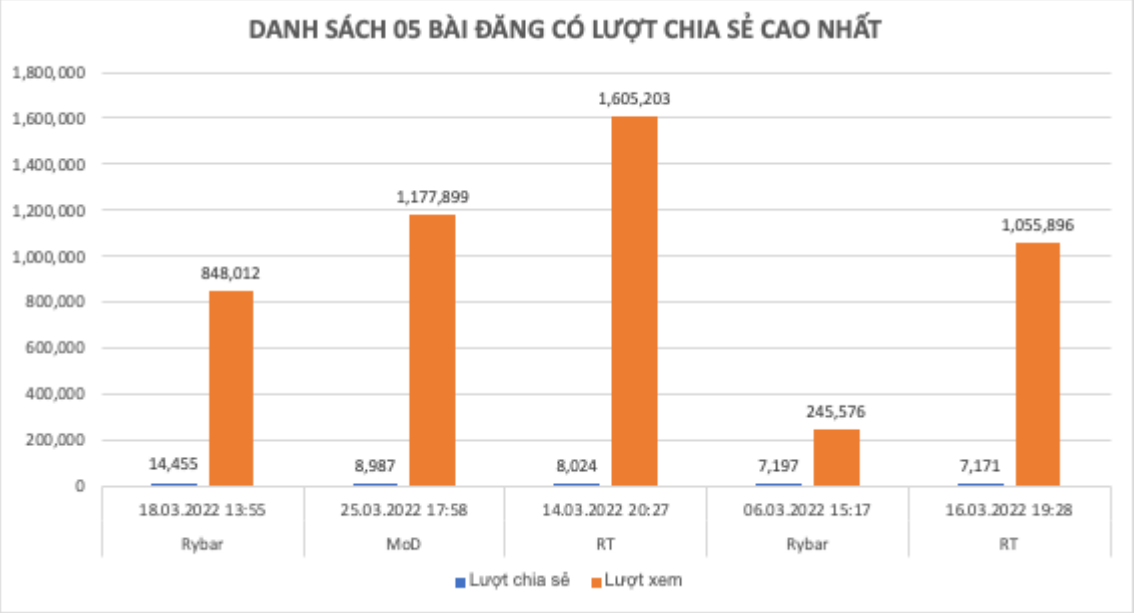
Thêm vào đó, các công nghệ tự động hóa cho phép triển khai các chiến dịch phối hợp quy mô lớn với hàng nghìn tài khoản cùng lúc, tạo ra hiệu ứng lan truyền (viral) nhân tạo khiến thuật toán của các nền tảng mạng xã hội đẩy nội dung có khả năng tiếp cận cao hơn [21]. Một câu chuyện có thể bắt đầu từ tầng bot/troll dưới dạng tin đồn, được tầng bán chính thức phát triển thành phân tích nghiêm túc và cuối cùng được tầng chính thức đề cập như một quan điểm đáng xem xét. Ngược lại, thông điệp chính thống từ tầng chính thức được tầng bán chính thức diễn giải thành nhiều phiên bản và được tầng bot/troll khuếch đại rộng rãi. Sự tuần hoàn này tạo ra làn sóng dư luận tự phát và đa dạng, trong khi thực chất là một chiến dịch được điều phối chặt chẽ.

Cũng cần lưu ý rằng, nền tảng số cho phép hoạt động đa tầng, đồng thời, trên nhiều nền tảng khác nhau và bằng nhiều ngôn ngữ khác nhau [40], tạo ra một mạng lưới tuyên truyền toàn cầu, việc mà trước đây có thể phân mảnh do các giới hạn về không gian, địa lý cũng như cơ quan phụ trách. Việc ngăn chặn hoặc đánh sập một phần không làm sụp đổ toàn bộ vì các tầng khác vẫn tiếp tục hoạt động và nhanh chóng phục hồi những phần chịu ảnh hưởng. Mô hình đa tầng này đã chứng tỏ sự hiệu quả của nó trong cuộc xung đột Nga - Ukraine, cho phép Nga duy trì một chiến dịch tuyên truyền bền vững, dai dẳng và đa chiều mặc dù phải đối mặt với nhiều hạn chế và biện pháp đối phó từ phía đối thủ.

2.2.2. Khuếch đại thông tin

Khả năng khuếch đại thông tin đề cập đến việc nội dung có thể được sao chép, chia sẻ, và lan truyền qua mạng lưới người dùng một cách dễ dàng.

Bảng 2.3: Danh sách năm bài đăng có lượt chia sẻ cao nhất



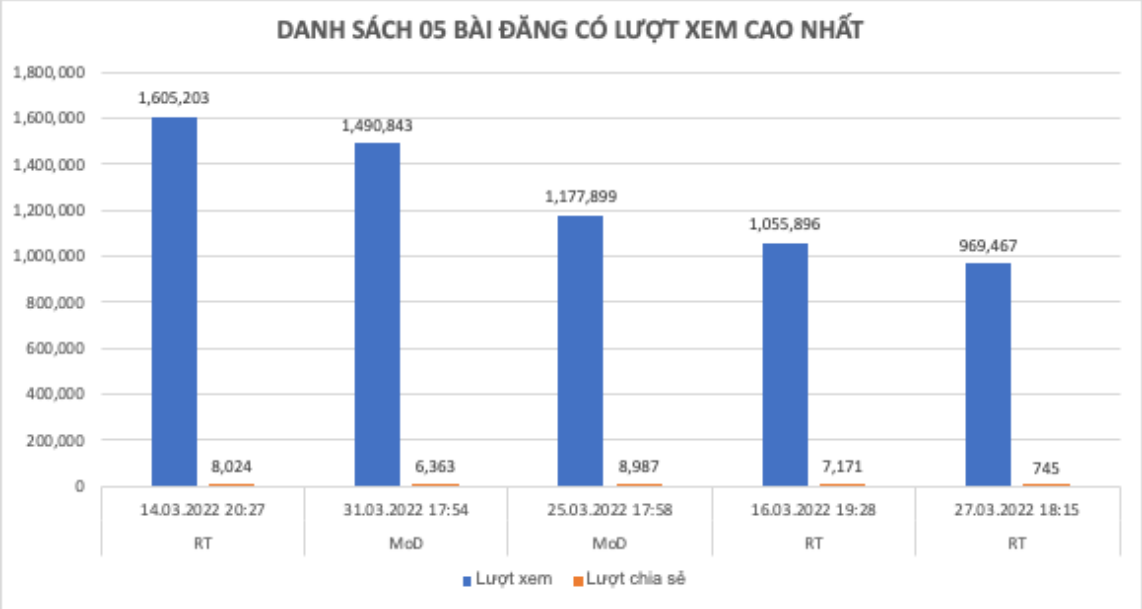
Trên Telegram, tính năng chia sẻ lại (forward) cho phép người dùng có thể tạo ra bản sao độc lập của bất kỳ bài đăng nào chỉ bằng một cú nhấp chuột. Chỉ trong tháng 03-2022, tổng số lượt chia sẻ lại từ 5.980 bài đăng là 1.980.618 lượt, trung bình mỗi bài viết có tới 331,2 lượt chia sẻ (số lượt trung vị là 173 lượt), trong đó, 73,8% bài đăng được chia sẻ hơn 100 lượt, 16,3% bài đăng được chia sẻ hơn 500 lượt và 6,0% bài đăng được chia sẻ hơn 1.000 lượt. Chỉ với một bài đăng từ Rybar vào ngày 18-3-2022 về trực thăng Ka-52 dẫn đầu với 14.455 lượt chia sẻ. Mỗi lượt chia sẻ tạo ra một bản sao độc lập trong mạng lưới riêng của người dùng, giúp thông tin lan truyền theo cấp số nhân. Trong đó, RT có lượt chia sẻ trung bình cao nhất (355,3 lượt/bài), nhờ nội dung cảm xúc. Rybar đứng thứ hai (334,8 lượt/bài) với nội dung chi tiết, phân tích. MoD có lượt chia sẻ thấp nhất (210,8 lượt/bài) do tính chất chính thức.

Khả năng khuếch đại của Telegram có đặc điểm quan trọng khác biệt với các nền tảng khác khi mỗi lượt chia sẻ lại có thể tạo ra bản sao độc lập, không giữ liên kết với bài gốc như "retweet" trên X/Twitter. Điều này khiến việc truy vết nguồn

gốc và kiểm soát lan truyền trở nên khó khăn. Một thông tin sai lệch có thể được tái chia sẻ hàng nghìn lần, tạo ra hàng nghìn nguồn mới, mỗi nguồn lại có thể được forward tiếp. Ngoài ra, việc tái chia sẻ trên Telegram giữ nguyên toàn bộ định dạng, bao gồm video, ảnh, và văn bản nhưng không suy giảm chất lượng như trên các nền tảng khác (Twitter nén video, Facebook giảm chất lượng ảnh), cung cấp khả năng đảm bảo thông điệp được truyền tải nguyên vẹn qua nhiều lớp lan truyền và có thể tái chia sẻ vô hạn lần, từ mạng lưới này sang mạng lưới khác, độc lập hoặc liên hệ với nguồn gốc, không bị giới hạn bởi mạng lưới bạn bè hay người theo dõi (followers) như cá nền tảng khác.

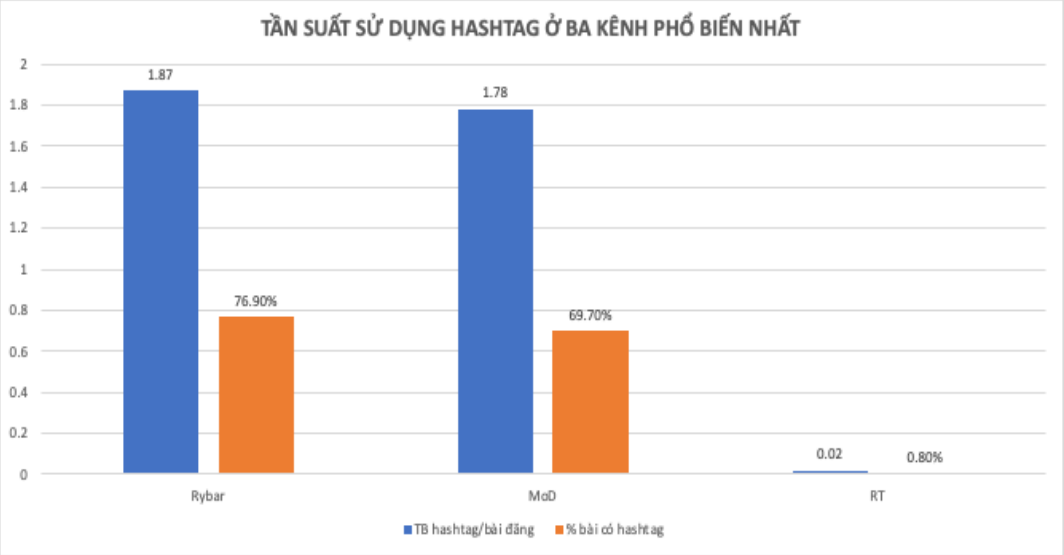
Khả năng mở rộng quy mô đề cập đến việc thông tin có thể tiếp cận số lượng lớn người dùng mà không bị giới hạn bởi hạ tầng kỹ thuật. Các nền tảng số như Telegram cho phép các kênh tiếp cận hàng triệu người dùng một cách đồng thời. Thống kê về một bài đăng từ RT vào ngày 14-3 về Mariupol dẫn đầu với 1.605.203 lượt xem, cho thấy khả năng tiếp cận hơn 1,5 triệu người dùng từ một bài đăng đơn lẻ. Số liệu về khả năng tiếp cận từ tháng 3-2022 cho thấy những con số đáng kể trong tổng lượt xem: 979.170.668 lượt (gần 1 tỷ lượt xem), trung bình mỗi bài đăng có 163.740,9 lượt xem với trung vị là 136.702 lượt xem, trong đó, 96,3% bài đăng đạt hơn 50.000 lượt xem, 90,9% bài đăng đạt hơn 100.000 lượt xem, 1,8% bài đăng đạt hơn 500.000 lượt xem.

Bảng 2.4: Danh sách năm bài đăng có lượt xem cao nhất



Chỉ riêng ba kênh RT, Rybar và MoD, con số gần 1 tỷ lượt xem trong một tháng là con số có thể so sánh với các nền tảng khác hay các kênh truyền thống: RT dẫn đầu với 51.812.252 lượt xem, tiếp theo là Rybar với 381.276.423 lượt xem và MoD với 83.081.993 lượt xem. Để đạt được lượng tiếp cận tương đương trên Facebook hay Twitter, Nga sẽ phải chi trả ngân sách quảng cáo khổng lồ và phải đối mặt với kiểm duyệt nghiêm ngặt. Trên Telegram, khả năng tiếp cận này đạt được hoàn toàn tự nhiên (organic reach) mà không tốn chi phí quảng cáo. Khả năng mở rộng quy mô của Telegram được hỗ trợ bởi các yếu tố kỹ thuật như: Không bị hạn chế bởi thuật toán lọc nội dung như Facebook hay X/Twitter; nội dung hiển thị theo thứ tự thời gian, đảm bảo mọi bài đăng đều có cơ hội tiếp cận người dùng; với lượng lớn nội dung mỗi ngày, các hoạt động thông tin có thể chiếm dụng dòng thông tin của người dùng; mỗi bài đăng tự động được cập nhật hoặc gửi thông báo đến tất cả người theo dõi, đảm bảo tiếp cận tối đa; kết quả là một hệ thống có khả năng tiếp cận quy mô lớn với tốc độ cao tận dụng triệt để khả năng của Internet và công nghệ số, đồng thời cũng không bị kiểm soát bởi các cơ quan quản lý truyền thông hay cơ quan biên tập.

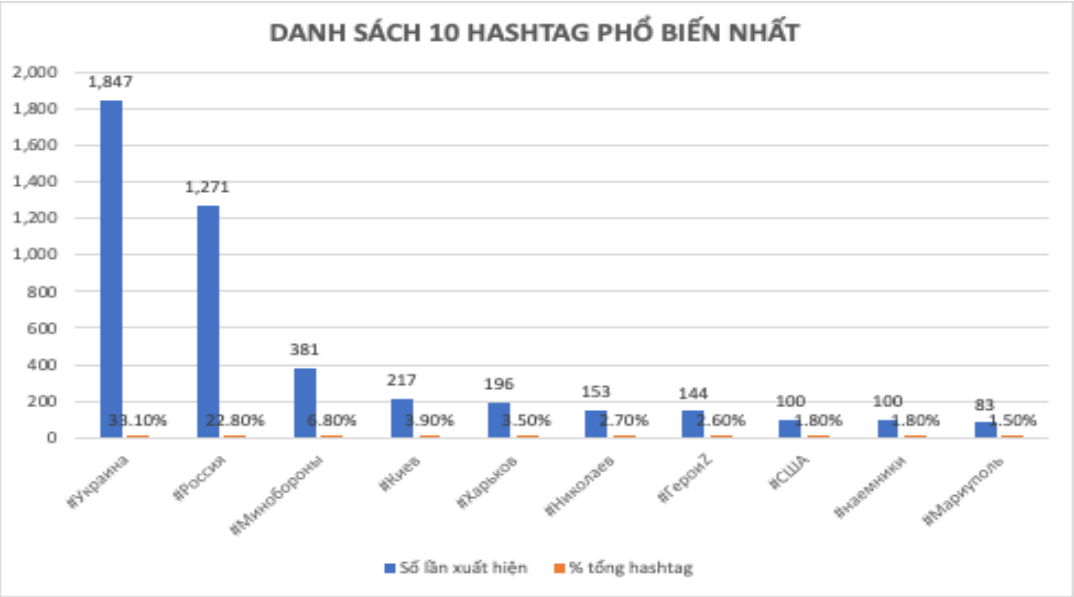
Bảng 2.5: Tần suất sử dụng hashtag ở ba kênh phổ biến nhất



Khả năng tìm kiếm đề cập đến việc nội dung có thể được tìm kiếm, phân loại và truy xuất thông qua các công cụ như hashtag, từ khóa. Hashtag trên Telegram có ba chức năng chiến lược: Thứ nhất, phân loại theo địa danh, các hashtag như #Киев, #Мариуполь, #Харьков cho phép người dùng theo dõi diễn biến tại từng chiến trường cụ thể. Với 2.436 lượt sử dụng hashtag về các địa danh Ukraine (chiếm 43,7%), Nga tạo ra một bản đồ thông tin chi tiết. Thứ hai, định danh chủ thể, hashtag #НАТО, #США, #ВСУ giúp phân loại thông tin theo các tác nhân trong xung đột. Điều này tạo điều kiện cho việc xây dựng tường thuật nhất quán về từng chủ thể. Thứ ba, tạo chiến dịch, hashtag như #ГероиZ (anh hùng Z) tạo ra thương hiệu cho chiến dịch, giúp tập hợp nội dung liên quan và tạo cảm giác phong trào.

Khả năng tìm kiếm của Telegram không chỉ giúp người dùng tìm thấy thông tin mà còn cho phép Nga kiểm soát câu chuyện theo chủ đề. Khi người dùng tìm kiếm #Украина, họ sẽ thấy hàng nghìn bài đăng từ các kênh Nga, tạo ra suy nghĩ đó là quan điểm phổ biến về Ukraine.

Bảng 2.6: Danh sách 10 hashtag phổ biến nhất



Trên Telegram, với tổng số 5.576 lượt hashtag được sử dụng trong 2.267 bài đăng, chiếm tỷ lệ 37,9% các bài đăng, hashtag đóng vai trò quan trọng trong việc tổ chức và truy xuất thông tin. Rybar và Bộ Quốc phòng Nga sử dụng hashtag tích cực để tối ưu hóa khả năng tìm kiếm, trong khi RT không dùng hashtag.

2.2.3. Cho phép sự tham gia đa dạng của các chủ thể

Các cơ quan, tổ chức và cá nhân Nga liên quan trực tiếp hoặc gián tiếp tới các các hoạt động thông tin do Nga tiến hành cũng như đội ngũ bot và troll do Nga quản lý và điều phối, các hoạt động thông tin của Nga còn hưởng lợi từ khả năng tiếp cận và tận dụng những "kẻ ngốc hữu ích" (useful idiots) để tiếp tục phát tán hoặc lan truyền trong các xã hội khác thông qua nhóm này. Thuật ngữ "kẻ ngốc hữu ích" có nguồn gốc từ thời Chiến tranh Lạnh, được sử dụng để chỉ những cá nhân hoặc nhóm người không có liên hệ với chính quyền Liên Xô, lan truyền các luận điểm có lợi cho Liên Xô mà không nhận thức đầy đủ về nguồn gốc và mục đích thực sự của những thông điệp này.

Những nhân tố này "hữu ích" vì xuất phát điểm từ trong cộng đồng cùng với độ tin cậy nhất định khiến các thông điệp được tiếp nhận dễ dàng hơn nhiều [128] so với khi phát đi trực tiếp từ các nguồn chính thức mang tính tuyên truyền rõ ràng của Nga. Nga tiếp tục sử dụng và phát huy hướng tiếp cận này trong các hoạt động

thông tin hiện đại, bổ trợ cho các hoạt động thông tin cũng như các hoạt động can thiệp khác [155].

2.2.4. Điều phối chiến dịch truyền thông

So với các nền tảng khác như Facebook hay X/Twitter chịu sự kiểm duyệt mạnh, thuật toán hạn chế tiếp cận, khó xây dựng tường thuật dài hạn, YouTube với những thuật toán đề xuất, nội dung vi phạm bị gỡ bỏ nhanh chóng hay TikTok với định dạng ngắn không phù hợp với tường thuật phức tạp, khán giả trẻ hơn, Telegram cung cấp tổ hợp hoàn chỉnh gồm bốn đặc trưng với mức độ tối ưu cho chiến tranh thông tin. Đây là lý do tại sao Telegram trở thành kênh lan truyền chính vì nền tảng này cung cấp môi trường lý tưởng nhất cho việc thiết lập chương trình nghị sự, đặt khung thông tin, và duy trì các tường thuật chiến lược.

Sức mạnh của Telegram không nằm ở một đặc trưng đơn lẻ mà ở sự tương tác và cộng hưởng: (1) tính bền vững cung cấp chất liệu lâu dài cho các chiến dịch và mọi bài đăng đều được lưu trữ và có thể được tham chiếu lại, tạo ra một kho tư liệu khổng lồ; (2) khả năng tìm kiếm tổ chức chất liệu này thành các chủ đề có thể truy xuất với số lượng lớn lần sử dụng hashtag, người dùng có thể dễ dàng tìm thấy nội dung liên quan đến bất kỳ chủ đề nào; (3) khả năng sao chép lan truyền nội dung từ kho tư liệu ra các mạng lưới khác nhau với lượng chuyển tiếp thông tin tạo ra hàng triệu bản sao, mỗi bản sao lại có khả năng được tìm thấy và sao chép tiếp; (4) khả năng mở rộng quy mô đảm bảo thông điệp tiếp cận hàng trăm triệu người dùng. Chỉ xét tới gần 6.000 bài đăng trên ba kênh Telegram trong vòng một tháng, Nga có được gần 1 tỷ lượt xem, gần 2 triệu lượt chia sẻ, và hơn 5.500 lượt sử dụng hashtag, những con số là minh chứng rõ nét cho vai trò và tiềm năng sử dụng lớn của các nền tảng số trong các hoạt động thông tin của Nga.

Khả năng cộng hưởng này được minh họa rõ qua các trường hợp về bài đăng từ Rybar: tính bền vững được thể hiện qua việc các bài đăng vẫn tồn tại và lan tỏa, có thể được tham chiếu bất cứ lúc nào; khả năng tìm kiếm nhanh với các hashtag (#Украина, #Россия, #Минобороны) giúp dễ dàng truy xuất; khả năng sao chép không giới hạn cùng khả năng mở rộng quy mô.

Các nước phương Tây đã phát triển nhiều phản ứng pháp lý đối với chiến tranh thông tin của Nga, đặc biệt là sau cuộc xung đột Ukraine năm 2022. Các biện pháp này bao gồm cả các lệnh trừng phạt, kiểm duyệt nội dung và tăng cường khả năng phòng thủ thông tin nhằm hạn chế ảnh hưởng của tuyên truyền Nga trên không gian mạng. Ngay sau khi chiến sự bùng nổ, Liên minh châu Âu cấm phát sóng các kênh RT, Sputnik trên mọi hạ tầng. YouTube, Facebook nhanh chóng gỡ bỏ hoặc chặn truy cập các kênh này ở châu Âu, đồng thời bổ sung nhãn cảnh báo "truyền thông nhà nước Nga" cho tài khoản liên quan. X/Twitter cũng gắn nhãn tương tự và giảm mức độ gợi ý nội dung từ các nguồn nhà nước Nga. Những biện pháp này được Ukraine hoan nghênh và họ nhiều lần kêu gọi các hãng mạng xã hội làm quyết liệt hơn nữa. Liên minh Châu Âu đã cấm hoạt động của các phương tiện truyền thông nhà nước Nga như RT và Sputnik trên lãnh thổ EU, với lý do các phương tiện này là công cụ tuyên truyền của Kremlin và phổ biến thông tin sai lệch [63][119]. Quyết định này đã gây ra tranh cãi về tự do ngôn luận và kiểm duyệt [82], nhưng được EU bảo vệ là một biện pháp cần thiết để chống lại chiến tranh thông tin của Nga [48].

Các nền tảng số như Facebook, X/Twitter và YouTube đã thực hiện các biện pháp để hạn chế sự lan truyền của thông tin sai lệch liên quan đến cuộc xung đột. Các biện pháp này bao gồm gắn nhãn nội dung từ các phương tiện truyền thông nhà nước, hạn chế phạm vi tiếp cận của các tài khoản được xác định là phổ biến thông tin sai lệch và xóa nội dung vi phạm chính sách của nền tảng. Tuy nhiên, hiệu quả của các biện pháp này vẫn còn gây tranh cãi.

Các nước phương Tây cũng đã áp dụng các biện pháp trừng phạt nhằm vào các cá nhân và tổ chức liên quan đến chiến dịch thông tin sai lệch của Nga. Điều này bao gồm đóng băng tài sản, cấm nhập cảnh và các biện pháp hạn chế khác. Các lệnh trừng phạt cũng được áp dụng đối với các công ty công nghệ và truyền thông của Nga được coi là đóng vai trò trong các chiến dịch thông tin. Giới chức Mỹ và châu Âu cũng công khai vạch trần một số âm mưu thông tin của Nga như tiết lộ kế

hoạch Nga dàn dựng video giả (false-flag) để lấy cớ tấn công, hay bác bỏ các cáo buộc vô căn cứ Nga đưa ra (về vũ khí sinh học, bom bẩn…).

Ngoài các biện pháp pháp lý, các nước phương Tây cũng đầu tư vào việc tăng cường khả năng phòng thủ thông tin và nâng cao nhận thức công chúng và tích cực phản bác các thông tin do phía Nga đưa. Điều này bao gồm việc thành lập các trung tâm chuyên về chống thông tin sai lệch, đào tạo phóng viên và công chúng về cách nhận biết thông tin sai lệch, và phát triển các công cụ công nghệ để phát hiện và đối phó với các chiến dịch thông tin. Nhiều cơ quan đã vào cuộc, EU có lực lượng EUvsDisinfo phân tích hàng nghìn tin giả mà họ cho là có liên hệ với Kremlin; NATO có Trung tâm Truyền thông Chiến lược và Trung tâm Phòng thủ Mạng Hợp tác nhằm theo sát các hoạt động thông tin và tuyên truyền của Nga. Phương Tây không chỉ hỗ trợ về nền tảng và kỹ thuật, mà còn học hỏi kinh nghiệm của Ukraine trong cuộc chiến mà họ coi là cuộc chiến với tin giả.

Giới chuyên gia gọi cách tiếp cận của Ukraine là mô hình tổ ong đấu voi ma mút: một bên (Nga) là cỗ máy tuyên truyền đồ sộ, tập trung, còn bên kia (Ukraine) là mạng lưới linh hoạt gồm hàng nghìn cá nhân và tổ chức cùng góp sức phản bác. Các tổ chức tình nguyện của Ukraine đã và đang trở thành mũi nhọn chống lại chiến tranh thông tin của Nga. Chẳng hạn, StopFake (thành lập từ 2014) hoạt động như một trung tâm phân tích và kiểm chứng thông tin, xuất bản bằng 11 ngôn ngữ để vạch trần những thủ đoạn tuyên truyền mới [146]. Các đơn vị nghiên cứu như Atlantic Council (DFRLab) cũng liên tục giám sát hoạt động của Nga trên Telegram, TikTok, X... và công bố báo cáo định kỳ.

2.2.5. Thử nghiệm và hiệu chỉnh thông điệp

Nếu thiết lập chương trình nghị sự quyết định công chúng nghĩ về điều gì, thì đặt khung (framing) quyết định công chúng nghĩ như thế nào về điều đó. Theo Entman (1993), đặt khung là quá trình lựa chọn một số khía cạnh của sự kiện và làm cho chúng nổi bật hơn, nhằm thúc đẩy một cách hiểu cụ thể. Nga sử dụng Telegram để thực hiện chiến thuật nhiễu loạn sự thật thông qua ba kỹ thuật đặt khung chính:

đa dạng hóa khung diễn giải, sử dụng khung đảo ngược và khuếch đại có chọn lọc dựa trên phán xét đạo đức [58].

2.2.5.1. Đa dạng hóa khung diễn giải cho cùng một chủ đề

Thay vì sử dụng một khung duy nhất, Nga tạo ra nhiều khung song song để diễn giải cùng một chủ đề. Chiến lược đa dạng khung tạo ra hiệu ứng phủ sóng, bất kỳ hành động nào của NATO cũng có thể được đặt vào ít nhất một trong các khung trên. Quan trọng hơn, việc duy trì nhiều khung song song tạo ra môi trường thông tin nhiễu loạn nơi người dùng tiếp nhận không phải một tường thuật rõ ràng, duy nhất, mà là nhiều phiên bản cùng tồn tại.

Với chủ đề "NATO/Phương Tây" là chủ đề có mức độ lan truyền cao nhất, Nga sử dụng năm khung khác nhau trong danh sách 20 bài đăng có mức độ tương tác cao nhất: "Can thiệp chung" chiếm 50% số bài đăng, NATO cung cấp vũ khí chiếm 25%, NATO/Phương Tây gây sức ép chiếm 15%, NATO kích động xung đột chiếm 5%, NATO gửi lính đánh thuê chiếm 5%. Khung "Can thiệp chung" với 10 bài đăng thuộc top 15, cho thấy đây là khung được ưu tiên nhất. Đây là khung tổng quát nhất, cáo buộc NATO can thiệp vào Ukraine mà không cần chỉ rõ hình thức cụ thể, khiến nó dễ áp dụng cho nhiều tình huống khác nhau. Khung NATO cung cấp vũ khí chiếm 25%, cung cấp bằng chứng cụ thể hơn về sự can thiệp. Về mức độ lan truyền, các bài đăng sử dụng khung "Can thiệp chung" đạt tổng 7.547.082 lượt xem và trung bình 1.892 lượt chia sẻ mỗi bài, cao hơn đáng kể so với các khung khác. Điều này cho thấy khung tổng quát có sức lan tỏa mạnh hơn khung cụ thể, có thể do tính linh hoạt và khả năng áp dụng rộng rãi.

Với chủ đề "Tiến độ quân sự Nga", Nga cũng sử dụng bốn khung khác nhau: "Hoạt động quân sự" với 8 bài đăng, "Nga kiểm soát lãnh thổ" với 8 bài đăng, "Nga tiêu diệt mục tiêu" với 3 bài đăng, và 1 bài đăng với "Nga giải phóng". Đặc điểm nổi bật là khung trung lập "Hoạt động quân sự" và "Kiểm soát lãnh thổ" chiếm 80%, trong khi khung tuyên truyền "Giải phóng" chỉ chiếm 5%. Chiến lược này phản ánh sự tinh tế: Nga tránh sử dụng ngôn ngữ tuyên truyền quá lộ liễu, thay vào đó dựa vào khung "trung lập" kết hợp với bằng chứng hình ảnh để tăng độ tin cậy.

Các bài đăng sử dụng khung ”Hoạt động quân sự” đạt tổng 6.029.840 lượt xem, trong khi khung “Nga kiểm soát lãnh thổ” đạt 5.067.229 lượt xem. Cả hai khung này đều có lượt xem trung bình trên 750.000, cho thấy sức hấp dẫn của nội dung về thành tựu quân sự.

2.2.5.2. Khung đảo ngược

Một trong những kỹ thuật đặt khung tinh vi của Nga là “khung đảo ngược” (inversion frame), trong đó, vai trò của các bên trong xung đột được đảo ngược hoàn toàn. Phân tích về chủ đề “Chiến trường Kiev” minh họa rõ kỹ thuật này. Trong top 15 bài đăng có mức độ tương tác cao nhất, có hai khung chính là “Hoạt động Lực lượng vũ trang Ukraine” và “Ukraine tấn công từ Kiev” với 10 bài đăng và 7 bài đăng. Mặc dù chỉ chiếm 35% về số lượng, khung “Ukraine tấn công từ Kiev” với 5.701.965 lại có tổng lượt xem cao hơn so với 6.001.337 của khung “Hoạt động Lực lượng vũ trang Ukraine”. Quan trọng hơn, lượt chia sẻ trung bình của các bài đăng sử dụng khung này là 331 lượt, cao gần gấp đôi so với 170 lượt của các khung khác, chứng tỏ sức lan truyền mạnh mẽ của khung đảo ngược.

Khung đảo ngược hoạt động thông qua ba bước: Bước một, đặt lại ngôn ngữ bằng việc sử dụng từ “tấn công” (атака) thay vì “phòng thủ” (оборона) để mô tả các hành động của Ukraine, ngay cả khi đó là hành động phản công từ vị trí phòng thủ, ví như cụm từ “ВСУ атакует с жилых районов” (quân đội Ukraine tấn công từ khu dân cư) xuất hiện thường xuyên, tạo ấn tượng Ukraine là bên chủ động tấn công; bước hai, chuyển trách nhiệm thiệt hại bằng cách cáo buộc Ukraine “dùng dân thường làm lá chắn” bằng cách đặt vũ khí trong khu dân cư chuyển trách nhiệm thiệt hại dân sự từ Nga (bên thực hiện không kích) sang Ukraine (bị cáo buộc “lợi dụng dân thường”); bước ba, cung cấp bằng chứng hình ảnh thông qua việc sử dụng ảnh vệ tinh, video, hoặc hình ảnh hiện trường để chứng minh vũ khí Ukraine đặt gần khu dân cư, phương tiện tường thuật hình ảnh này tăng độ tin cậy của khung, khiến nội dung dễ được chấp nhận hơn.

Nghiên cứu trường hợp là vụ không kích Trung tâm thương mại Retroville ở Kiev ngày 20 - 21-3-2022. Bài đăng từ Rybar ngày 21-3 đạt 885.137 lượt xem và

5.035 lượt chia sẻ, sử dụng ảnh vệ tinh để chứng minh Ukraine đặt pháo binh gần trung tâm thương mại. Khung được xây dựng bao gồm: "Nga tấn công mục tiêu quân sự hợp pháp khi Ukraine đặt vũ khí gần dân thường" và "Ukraine chịu trách nhiệm về thiệt hại dân sự". Chuỗi logic này hoàn toàn đảo ngược thực tế rằng, Nga có thể là bên thực hiện cuộc tấn công vào khu vực dân sự. Hiệu quả của khung đảo ngược không chỉ nằm ở việc lý giải cho hành động của Nga, mà còn tạo ra nhầm lẫn về trách nhiệm. Người dùng tiếp nhận khung này cùng với các khung khác, họ khó xác định ai thực sự chịu trách nhiệm về thiệt hại dân sự, dẫn đến xu hướng không ai tin cả hoặc cả hai bên đều có lỗi.

2.2.5.3. Khuếch đại có chọn lọc dựa trên phán xét đạo đức

Thông qua phân tích dữ liệu cho thấy, Nga không khuếch đại tất cả các khung như nhau mà ưu tiên các khung có phán xét đạo đức mạnh, đặc biệt là các khung tiêu cực về đối thủ, với ba chủ đề chính: "NATO/Phương Tây" với khung "Can thiệp chung" với tỷ lệ phán xét đạo đức ở mức "Có" là 60%; "Tiến độ QS NGA" với khung "Hoạt động QS" với tỷ lệ phán xét đạo đức mức "Không" là 80%; "Kiev" với khung "Ukraine tấn công" với tỷ lệ phán xét đạo đức mức "Có" là 40%. Chúng ta có thể dễ dàng nhận ra rằng, khung tiêu cực về đối thủ (NATO, Ukraine) có phán xét đạo đức và được khuếch đại mạnh; khung tích cực về Nga ít phán xét đạo đức và dựa vào bằng chứng hình ảnh. Chiến lược này cân bằng giữa tuyên truyền (cần để tạo cảm xúc) và tính tin cậy (cần để giữ khán giả).

Với chủ đề "NATO/Phương Tây", 60% bài đăng trong top 15 có phán xét đạo đức rõ ràng, sử dụng ngôn ngữ như зверства (tàn ác), пособничество нацистам (bảo vệ Nazi), провокация (khiêu khích). Khung có phán xét đạo đức mạnh như "phương Tây bảo vệ tân phát xít" đạt lượt xem và chia sẻ cao nhất: bài đăng từ Bộ Quốc phòng Nga ngày 25-3 về "tội ác của chủ nghĩa dân tộc Ukraine và cách Phương Tây cố gắng tẩy trắng" đạt 1.490.843 lượt xem và 6.363 lượt chia sẻ.

Ngược lại, với chủ đề "Tiến độ quân sự Nga", 80% bài đăng trong top 20 không có phán xét đạo đức rõ ràng. Nga sử dụng ngôn ngữ trung lập, kỹ thuật như взяли под контроль (kiểm soát), провели операцию (thực hiện chiến dịch),

уничтожены цели (tiêu diệt mục tiêu) thay vì ngôn ngữ tuyên truyền. Chiến lược này nhằm tạo ấn tượng về tính khách quan và chuyên nghiệp.

2.2.5.4. Tạo môi trường nhiễu loạn sự thật

Kết quả của việc đa dạng hóa khung, sử dụng khung đảo ngược và khuếch đại có chọn lọc là tạo ra một môi trường thông tin nhiễu loạn nơi sự thật khách quan trở nên khó xác định. Với mỗi chủ đề quan trọng, người dùng tiếp nhận không phải một phiên bản sự thật duy nhất, mà là 4 - 5 khung khác nhau, mỗi khung nhấn mạnh các khía cạnh khác nhau, có phán xét đạo đức khác nhau và được chứng minh bởi các bằng chứng khác nhau: "NATO" xuất hiện là kẻ can thiệp, là bên cung cấp vũ khí, là kẻ gây sức ép, là kẻ kích động, là kẻ gửi lính đánh thuê; "tiến độ quân" là hoạt động quân sự, là kiểm soát lãnh thổ, là tiêu diệt mục tiêu, là giải phóng; "Kiev" là hoạt động ВСУ, là Ukraine tấn công, là tình hình chung, là tin giả.

Khả năng sao chép (replicability) cao đảm bảo mỗi khung đều được nhân bản và lan truyền trong các mạng lưới khác nhau. Người dùng này có thể thấy khung "can thiệp chung", người dùng khác thấy khung "cung cấp vũ khí", người dùng thứ ba thấy cả hai. Khi họ thảo luận với nhau, mỗi người có một phiên bản sự thật khác nhau, dẫn đến nhầm lẫn và tranh cãi. Khả năng tìm kiếm (searchability) qua hashtag càng làm tăng nhiễu loạn. Người dùng tìm kiếm #Украина hoặc #НАТО sẽ thấy hàng trăm bài đăng với nhiều khung khác nhau, khiến việc xác định sự thật chung trở nên bất khả thi. Mục tiêu cuối cùng không phải là thuyết phục mọi người tin vào một phiên bản cụ thể, mà là tạo ra trạng thái mệt mỏi thông tin (information fatigue) và hoài nghi. Khi mọi thứ đều có thể là sự thật hoặc không phải sự thật, người dùng xu hướng từ bỏ nỗ lực xác định sự thật và đơn giản chấp nhận phiên bản phù hợp với niềm tin sẵn có, hình thành điều kiện lý tưởng cho nội dung tuyên truyền phát triển.

Phân tích cho thấy các bài đăng có video góc nhìn hoặc hình ảnh độc quyền có mức độ lan truyền vượt trội. Bài đăng có mức độ tương tác cao nhất trong toàn bộ dữ liệu là bài từ Rybar ngày 18-3 về trực thăng Ka-52: 848.012 lượt xem và 14.455 lượt chia sẻ. Bài này sử dụng video POV từ góc nhìn phi công, mô tả chi tiết

trận chiến tại sân bay Hostomel. Tường thuật qua video POV tạo trải nghiệm nhập vai, khiến người xem cảm thấy như đang tham gia trận chiến, từ đó tăng cảm xúc và khả năng chia sẻ. Các bài đăng có ảnh vệ tinh hoặc bản đồ chiến thuật cũng có lượt chia sẻ cao hơn trung bình từ 30 - 40%. Phương tiện này tạo ấn tượng về tính chuyên môn và độ tin cậy, phù hợp với khung phân tích chiến thuật của Rybar. Ngược lại, các bài đăng chỉ có văn bản không kèm hình ảnh có lượt chia sẻ thấp hơn đáng kể. Điều này gợi ý rằng trong môi trường nền tảng số cung cấp, nơi người dùng bị tràn ngập bởi thông tin, hình ảnh là yếu tố quyết định khả năng thu hút sự chú ý. Nền tảng số hỗ trợ hiệu quả cho việc nhúng video, hình ảnh chất lượng cao, và file đa phương tiện mà không bị giới hạn cung cấp điều kiện lý tưởng cho chiến lược kết hợp khung diễn giải và tường thuật mạnh.

2.2.6. Kiến tạo môi trường có khả năng tác động tới nhận thức

Tác động của chiến tranh thông tin tới nhận thức trong cuộc xung đột Nga - Ukraine không chỉ ảnh hưởng tới diễn biến truyền thông trong khu vực mà còn định hình khung nhận thức của công chúng quốc tế. Nó không dừng lại là một hiện tượng dư luận xã hội mà còn là diễn ngôn cho các động thái liên quan trong kiến tạo chính sách (policy shaping tool) thông qua các động thái chính trị trên các hoạt động viện trợ - ngoại giao - quân sự, định hình các phản ứng của các quốc gia/ khối quốc gia. Theo DFRLab, Nga vẫn kiên trì thông tin chiến lược toàn cầu, chơi ván dài nhằm làm suy giảm từng chút sự đoàn kết của phương Tây [52].

Tại các nước thuộc châu Âu và Bắc Mỹ, các chiến dịch thông tin của Ukraine dưới sự đồng hành của các hãng truyền thông lớn như New York Times, BCC, CNN,...đã tạo ra một khung nhận thức đạo đức (normal farming) mạnh mẽ, nhằm củng cố sự đồng thuận của công chúng với những chính sách của nhà nước nhằm ủng hộ, viện trợ cho Ukraine.

Khởi đầu với cơ chế chuyển hóa cảm xúc (emotion transformation mechanism), truyền thông phương Tây áp dụng cơ chế người gác cổng (gatekeeping) hiệu quả, tập trung vào việc nhân hóa các câu chuyện đau thương của người dân Ukraine. Các hãng tin lớn như The New York Times, CNN hoặc BBC ưu

tiên các câu chuyện vi mô (micro narratives), có thể kể đến như hồ sơ chi tiết về một gia đình tị nạn duy nhất hoặc câu chuyện của một đứa trẻ bị mất cha mẹ. Chiến lược nhân hóa này chuyển tải cuộc xung đột từ một sự kiện địa chính trị thành một thảm kịch cá nhân dễ đồng cảm, được truyền tải qua các hình ảnh cảm xúc và ngôn ngữ xúc động. Sự nhân hóa này là yếu tố then chốt giúp chuyển hóa sự đồng cảm của công chúng thành hành động chính trị kiên quyết [149]. Điều này cho phép chính phủ duy trì sự ủng hộ cho các gói viện trợ quân sự và nhân đạo quy mô lớn, ngay cả khi các biện pháp trừng phạt kinh tế gây ra hệ quả lạm phát và suy thoái trong nước.

Tiếp đó, các chiến dịch truyền thông được triển khai tại Bắc Mỹ và châu Âu đã thành công trong việc tái định vị Nga từ đối thủ chiến lược thành mối đe dọa hiện hữu đối với trật tự châu Âu. Sự khuếch đại thông tin về các hành động quân sự đã củng cố sự đoàn kết và ý chí mở rộng của các tổ chức liên minh như NATO, chứng minh vai trò của thông tin trong việc củng cố kiến trúc an ninh khu vực. Cụ thể, nhận thức về mối đe dọa đã tái khẳng định tầm quan trọng của Điều 5 Hiệp ước NATO (nguyên tắc phòng thủ tập thể), theo đó, một cuộc tấn công vũ trang nhằm vào một thành viên được coi là một cuộc tấn công tất cả các nước thành viên thuộc NATO. Nhận thức sâu sắc về khả năng kích hoạt Điều 5 này trở thành động lực then chốt để dân chúng Thuỵ Điển và Phần Lan đã chuyển từ ủng hộ lập trường trung lập trong lịch sử sang ủng hộ mạnh mẽ việc gia nhập NATO trong vài tháng, một phần lớn do các hình ảnh và thông tin được lan truyền về tính chất tàn bạo của cuộc xâm lược. Vào ngày 4-4-2023, Phần Lan gia nhập NATO, còn Thụy Điển gia nhập NATO vào ngày 7-3-2024. Chiến tranh thông tin thông qua từng chiến dịch truyền thông đã biến nhận thức về sự mơ hồ chiến lược thành nhận thức về mối đe dọa trực tiếp, từ đó tạo áp lực dư luận lớn buộc chính phủ phải đưa ra quyết định lịch sử này.

Trước khi xung đột Nga - Ukraine xảy ra, Liên minh Châu Âu nhập khẩu khoảng 40% lượng khí đốt tự nhiên từ Nga. Nhằm hợp thức hoá các hành động ủng hộ của chính phủ, các thông điệp về việc Nga sử dụng nguồn cung năng lượng làm

vũ khí đã được truyền thông phương Tây khai thác triệt để, tạo ra áp lực dư luận thúc đẩy các chính phủ đẩy nhanh quá trình chuyển đổi và đa dạng hóa nguồn cung năng lượng, bất chấp chi phí tăng cao [5]. Sự thao túng thông tin này đã biện minh cho việc chuyển dịch chiến lược khỏi khí đốt của Nga sang các nguồn khí tự nhiên hóa lỏng (LNG - Liquefied Natural Gas) từ Hoa Kỳ và các đối tác khác. Hệ quả là, giá khí đốt trên các sàn giao dịch (TTF - Title Transfer Facility) tại Châu Âu đã tăng vọt chưa từng có, có thời điểm đạt đỉnh trên €280/MWh vào tháng 8-2022 (so với mức trung bình khoảng €20/MWh trước khủng hoảng) [3]. Mức tăng chi phí năng lượng này (cao hơn đáng kể so với khí đốt đường ống của Nga) đã được công chúng chấp nhận. Bằng cách tạo ra khung nhận thức về an ninh năng lượng như là sự độc lập với Nga, các chiến dịch truyền thông đã khiến công chúng chấp nhận mức chi phí gia tăng, chứng minh khả năng của thông tin trong việc thay đổi hành vi kinh tế vĩ mô của một khối khu vực.

Khác với các nước thuộc châu Âu và Bắc Mỹ, các nước thuộc châu Á, châu Phi và Mỹ La-tinh lại chứng kiến một cuộc xung đột trong các chiến dịch truyền thông giữa các cơ quan thông tấn của Phương Tây và các nước sở tại. Công chúng tại các khu vực này có xu hướng hoài nghi đối với sự trung lập của truyền thông phương Tây do lịch sử can thiệp hoặc chính sách đối ngoại trước đây của các cường quốc. Do đó, các chiến dịch tuyên truyền của Nga có khả năng tìm được tiếng nói tương đối lớn hơn [42]. Sự tiếp xúc đồng thời với các luồng thông tin đối lập nhau đã tạo ra một nhận thức lưỡng cực, buộc công chúng phải tự sàng lọc hoặc giữ thái độ trung lập chiến lược. Tại Ấn Độ, truyền thông phương Tây chiếm ưu thế, tuy nhiên, nhiều cơ quan truyền thông và dư luận tại Ấn Độ, bao gồm các tờ báo lớn như The Hindu, Hindustan Times, và các kênh tin tức nổi bật, vẫn dành không gian đáng kể cho các luận điểm của Nga, nhấn mạnh đến lịch sử quan hệ đối tác quốc phòng và lợi ích kinh tế (như việc tiếp tục nhập khẩu dầu giá ưu đãi). Việc chính phủ Ấn Độ duy trì lập trường trung lập đã phản ánh sự hoài nghi chiến lược của công chúng, những người ưu tiên lợi ích và tự chủ quốc gia hơn là tuân theo khung nhận thức áp đặt từ phương Tây.

Bên cạnh đó, chủ nghĩa thực dụng đã tạo ra mối quan tâm về việc duy trì chuỗi cung ứng và tránh các lệnh trừng phạt vượt trội so với mối quan tâm về các nguyên tắc địa chính trị xa xôi. Nhận thức này củng cố quyết định của 2/3 các quốc gia thuộc châu Á, châu Phi và Mỹ La-tinh không tham gia các biện pháp trừng phạt [64], cho thấy các chiến dịch thông tin tại đây đã thất bại trong việc tạo ra một khung nhận thức đạo đức thống nhất ngoài phạm vi phương Tây. Sự gián đoạn chuỗi cung ứng ngũ cốc Biển Đen là minh chứng rõ ràng nhất. Trước xung đột, Ukraine và Nga là nguồn cung cấp lúa mì và ngũ cốc chính cho nhiều quốc gia Châu Phi và Trung Đông. Khủng hoảng lương thực do gián đoạn nguồn cung đã khiến các quốc gia như Ai Cập, Lebanon,.... phải ưu tiên các thỏa thuận ngoại giao với Nga để đảm bảo nguồn cung và bình ổn giá cả trong nước, thay vì ủng hộ các biện pháp trừng phạt. Hành vi này thể hiện rõ sự chi phối của mối quan tâm an ninh lương thực đối với các nguyên tắc địa chính trị.

2.3. Đánh giá về ưu điểm, nhược điểm, hiệu quả và hạn chế trong việc sử dụng nền tảng số trong cuộc chiến thông tin do Nga tiến hành

Trong bối cảnh chiến tranh thông tin hiện đại, nền tảng số không chỉ là phương tiện hỗ trợ tác chiến mà trở thành không gian tác chiến mới, nơi không bị giới hạn bởi chủ quyền quốc gia và lãnh thổ, cho phép Nga triển khai các chiến dịch chiến tranh thông tin một cách toàn diện và đồng bộ ở cả cấp độ chiến thuật và chiến lược. Tuy nhiên, để hiểu đúng vai trò của nền tảng số trong cuộc chiến thông tin do Nga tiến hành, cần phải vượt ra khỏi cách nhìn đơn giản về nền tảng như một phương tiện trung gian mà xem xét nó như một hạ tầng kỹ thuật - xã hội với những đặc tính riêng biệt, những khả năng nhất định, và những giới hạn vốn có.

2.3.1 Những ưu điểm của nền tảng số

2.3.1.1. Khả năng xóa nhòa ranh giới truyền thống và tạo ra không gian tác chiến mới

Một trong những đặc tính quan trọng nhất của nền tảng số là khả năng xóa nhòa các ranh giới truyền thống đã từng phân định rõ ràng các loại hình hoạt động

thông tin khác nhau. Trong môi trường truyền thông truyền thống, tồn tại những ranh giới rõ ràng giữa chiến thuật và chiến lược, giữa tuyên truyền nhà nước và ý kiến cá nhân, giữa thông tin chính thức và thông tin phi chính thức [106]. Các ranh giới này không chỉ mang tính khái niệm mà còn được thể chế hóa trong cấu trúc của các tổ chức báo chí - truyền thông, trong các quy trình biên tập và trong cách khán giả tiếp nhận và đánh giá thông tin [20].

Nền tảng số đã làm mờ đi những ranh giới này một cách căn bản. Số lượng kênh và luồng thông tin phong phú đến mức làm tan rã chính hình ảnh những cổng thông tin cố định mà báo chí truyền thống từng nắm giữ. Như Williams & Delli Carpini nhận xét, khi không còn cánh cổng rạch ròi, khái niệm gác cổng cũng mất dần ý nghĩa [158]. Một bài đăng trên Telegram hay các nền tảng số khác từ một kênh chính thức của Bộ Quốc phòng Nga và một bài đăng từ một blogger quân sự ẩn danh có cùng định dạng, cùng khả năng tiếp cận và cùng cơ chế lan truyền. Không có một cổng kiểm soát biên tập nào đưa ra quyết định về thông tin nào được phép xuất bản và thông tin nào bị loại bỏ dựa trên nguồn gốc hay tính chính thức của nó. Như đã phân tích chi tiết tại mục 2.2.4, cơ chế này tạo ra một kho lưu trữ thông tin với tính bền vững cao, nơi mà mọi loại nội dung từ tuyên truyền chính thức đến tin đồn chưa kiểm chứng đều có thể được lưu trữ và sở hữu khả năng truy cập dễ dàng.

Đặc tính này được thể hiện rõ nhất qua khả năng chuyển đổi linh hoạt giữa các cấp độ tác chiến. Một diễn biến chiến thuật, ví như việc một đơn vị quân đội chiếm được một ngôi làng nhỏ, có thể được báo cáo tức thời trên Telegram với hình ảnh và video từ hiện trường. Chỉ trong vòng vài giờ, thông tin này có thể được khuếch đại bởi hàng chục kênh khác nhau, ở nhiều cách tiếp cận khác nhau, mỗi kênh thêm vào một lớp giải thích và bối cảnh riêng. Đến cuối ngày, sự kiện đó đã được trở thành một luận chứng cho một luận điểm chiến lược, có thể là về sự tiến bộ không thể ngăn cản của chiến dịch quân sự, hoặc về tinh thần chiến đấu cao của lực lượng vũ trang. Những thống kê dữ liệu được đề cập tại mục 2.2.2 đã chỉ ra, với gần 1 tỷ lượt xem và gần 2 triệu lượt chia sẻ chỉ trong vòng một tháng tính riêng ở

ba kênh lấy mẫu, quy mô và tốc độ của quá trình này cho phép các hoạt động tác chiến thông tin có sức lan tỏa nhanh chóng.

Nền tảng số cho phép điều này hoạt động dựa trên ba đặc tính tương hỗ. Thứ nhất, khả năng chia sẻ cho phép mỗi người dùng trở thành một nút phát sóng (broadcasting node) tiềm năng. Khi một nội dung được chia sẻ, nó không chỉ đơn giản được chuyển tiếp mà tạo ra một bản sao độc lập trong mạng lưới của người chia sẻ, từ đó có thể tiếp tục được chia sẻ và lan truyền theo cấp số nhân. Như đã phân tích trong mục 2.2.5.4, chỉ riêng một bài đăng về trực thăng Ka-52 từ Rybar đã đạt 14.455 lượt chia sẻ, mỗi lượt chia sẻ tạo ra một nút mới với những mạng lưới người dùng khác nhau. Thứ hai, hệ thống hashtag cho phép tổ chức và phân loại thông tin theo các chủ đề, địa danh, hoặc sự kiện cụ thể. Với 5.576 hashtag được sử dụng trong 2.267 bài đăng, hệ thống này tạo ra một bản đồ thông tin, cho phép người dùng không chỉ tiêu thụ thông tin riêng lẻ mà còn theo dõi các tường thuật khác nhau có liên quan qua thời gian. Thứ ba, tính bền vững cao của nội dung tạo ra một hồ sơ lịch sử có thể được tham chiếu lại để củng cố các luận điểm dài hạn.

Tuy nhiên, để hiểu đầy đủ tầm quan trọng của đặc tính này, cần phải đối chiếu nó với những gì không thể thực hiện được trong môi trường truyền thông truyền thống. Trong hệ thống truyền hình, báo chí hay radio truyền thống, một thông tin chiến thuật thường được báo cáo trong một phân đoạn tin tức ngắn và nhanh chóng bị đẩy xuống bởi các tin tức mới hơn. Việc biến một sự kiện nhỏ thành một tường thuật chiến lược đòi hỏi phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa nhiều cơ quan truyền thông, mỗi cơ quan có quy trình biên tập và xuất bản riêng, và kết quả thường là một quy trình đầy đủ với nhiều công đoạn. Trên nền tảng số, quá trình này có thể diễn ra một cách tự nhiên và nhanh chóng, thậm chí không đòi hỏi sự phối hợp trung tâm mà có thể dựa vào khả năng tự phát của hàng trăm nghìn người dùng cùng quan tâm đến một chủ đề. Khả năng này không chỉ phản ánh về tốc độ lan truyền mà còn về bản chất của quá trình truyền thông. Trong khi truyền thông truyền thống hoạt động theo mô hình "một đưa nguồn tin - nhiều người tiếp nhận" (one-to-many), trong đó, một nguồn trung tâm phát tán thông tin đến nhiều người

nhận thụ động, nền tảng số hoạt động theo mô hình "nhiều đưa nguồn tin - nhiều người tiếp nhận" (many-to-many), trong đó, mỗi tài khoản đều có thể vừa là người nhận, vừa là người phát tán. Sự khác biệt này không chỉ mang tính kỹ thuật mà còn có là sự thay đổi về bản chất của quyền lực thông tin. Trong môi trường truyền thống, quyền lực nằm ở khả năng kiểm soát cổng truyền thông; trong môi trường số, quyền lực nằm ở khả năng thiết kế và gieo mầm những thông điệp có khả năng tự lan truyền trong mạng lưới.

2.3.1.2. Khả năng lưu trữ dài hạn và khả năng kiến tạo ký ức tập thể số

Đặc tính thứ hai cần được phân tích sâu là cách kiến trúc kỹ thuật của một số nền tảng, tiêu biểu là Telegram, tạo ra một môi trường lưu trữ thông tin với tính bền vững cao. Như đã chỉ ra tại mục 2.2.1, trong khi các nền tảng phương Tây như Facebook hay X/Twitter thường xuyên áp dụng các biện pháp kiểm duyệt và gỡ bỏ nội dung vi phạm, dẫn đến tình trạng nhiều bài đăng bị xóa hoặc ẩn đi, Telegram duy trì một chính sách không can thiệp gần như tuyệt đối. Phân tích 5.980 bài đăng từ ba kênh chính (Rybar, MoD, RT) cho thấy, dù đã trải qua hơn ba năm, các bài đăng trong giai đoạn đầu chiến dịch vẫn còn còn tồn tại với tỷ lệ là 100%, không có bất kỳ bài nào bị xóa bỏ hay ẩn đi trong suốt quá trình nghiên cứu.

Ưu điểm này không chỉ đơn thuần lưu trữ thông tin mà còn hàm ý khả năng kiến tạo một dạng ký ức tập thể số (digital collective memory). Trong xã hội học, khái niệm ký ức tập thể được hiểu là cách mà các nhóm xã hội lưu giữ, tổ chức và truyền tải ký ức về quá khứ của họ. Maurice Halbwachs, người đặt nền móng cho nghiên cứu về ký ức tập thể, đã chỉ ra rằng ký ức không phải là một hiện tượng thuần túy cá nhân mà được định hình bởi các khuôn khổ xã hội. Những gì chúng ta nhớ, cách chúng ta nhớ, và ý nghĩa mà chúng ta gán cho những ký ức đó đều được định hình bởi ngữ cảnh xã hội và văn hóa. Nền tảng số, với khả năng lưu trữ lâu dài, đóng góp một khía cạnh mới vào khái niệm ký ức tập thể này, bởi mỗi bài đăng, mỗi bình luận, mỗi hình ảnh được lưu trữ đều được lưu dấu thời gian một cách chính xác. Điều này tạo ra một dạng lịch sử số (digital history) có vẻ khách quan và

đáng tin cậy, bởi vì nó xuất hiện như một bản ghi chép trung thực về những gì đã xảy ra theo đúng trình tự thời gian.

Tuy nhiên, việc hiểu đặc tính này chỉ như một lợi thế thuần túy sẽ trở nên thiếu sót, bởi lẽ, trên thực tế, nó tạo ra một mâu thuẫn sâu sắc mà chỉ có thể được đánh giá đầy đủ khi xem xét nó trong bối cảnh chiến lược thông tin tổng thể. Một mặt, tính bền vững cho phép xây dựng các tường thuật dài hạn với các luận chứng được tích lũy theo thời gian. Người dùng mới tham gia vào một kênh sẽ thấy một kho tài liệu phong phú trải dài nhiều tháng hoặc nhiều năm, tạo ấn tượng về một kho tàng thông tin được thực hiện công phu và nhất quán.

Mặt khác, chính tính bền vững này cũng tạo ra các thông điệp mâu thuẫn, các dự đoán sai lầm, hoặc các tuyên bố không chính xác từ quá khứ cũng không thể bị xóa bỏ. Như đã phân tích trong phần 2.2.5.4 về chiến thuật nhiễu loạn sự thật, khi nhiều phiên bản khác nhau của cùng một sự kiện được phát tán đồng thời, những mâu thuẫn này đều được lưu trữ vĩnh viễn trong hệ thống. Đối với một người dùng có kỹ năng phân tích cao, hoặc đối với các nhà nghiên cứu độc lập, kho lưu trữ này trở thành một nguồn chứng cứ phong phú để vạch trần những mâu thuẫn và không nhất quán trong tường thuật. DFRLab phân tích hơn 500.000 bài đăng từ 38 kênh quân sự Nga bằng cách khai thác chính khả năng này của nền tảng số để tiến hành giám sát và phân tích có hệ thống.

Một ưu điểm theo những chiều phân tích khác nhau có thể vừa là ưu thế vừa là yếu điểm, tùy thuộc vào bối cảnh và nhận thức của những người tương tác với nó. Với những người thiếu kỹ năng phản biện và động lực để tiến hành phân tích phản biện sâu, kho lưu trữ vĩnh viễn xuất hiện như một nguồn sự thật lịch sử đáng tin cậy. Đối với những người có công cụ và kỹ năng phân tích, kho lưu trữ đó lại trở thành một nơi mà mọi dấu vết của thao túng thông tin đều được bảo tồn và có thể dễ dàng truy vấn. Bản chất kiến trúc kỹ thuật của nền tảng, do đó, không kiến tạo một kết quả duy nhất mà tạo ra một trường đa diện, có thể được khai thác theo nhiều cách khác nhau bởi các tác nhân với mục đích và năng lực khác nhau.

2.3.1.3. Khả năng tiến hành các hoạt động tấn công - phòng thủ linh hoạt trên không gian thông tin

Vấn đề này cần được soi chiếu theo hướng mà sự đa dạng trong hoạt động và chính sách của các nền tảng khác nhau tạo điều kiện cho một chiến lược tích hợp giữa hoạt động tấn công và phòng thủ thông tin. Không phải tất cả các nền tảng đều được thiết kế và quản lý theo cùng một cách. Có những khác biệt căn bản trong thiết lập thuật toán, chính sách nội dung, mô hình kinh doanh và khung pháp lý giữa các loại nền tảng khác nhau.

Các nền tảng mở như Telegram, với chính sách không kiểm duyệt và khả năng hoạt động xuyên biên giới, cung cấp một môi trường lý tưởng cho hoạt động tấn công thông tin. Telegram cho phép phát tán nội dung đến hàng trăm triệu người dùng trên toàn thế giới mà không bị hạn chế bởi cơ chế kiểm duyệt nội dung hay ranh giới địa lý. Khả năng lan truyền theo cấp số nhân, kết hợp với cơ chế kênh công khai cho phép bất kỳ ai cũng có thể đăng ký và theo dõi, tạo ra một không gian công chúng được mạng hóa lý tưởng để tiếp cận đối tượng mục tiêu. Các phân tích trong Chương II đã minh họa cụ thể cách các kênh Telegram được sử dụng để phát tán các tường thuật có lợi về diễn biến chiến sự, với sự kết hợp tinh vi giữa các loại nội dung khác nhau từ video tạo cảm giác chân thực, đến hình ảnh độc quyền về dân thường được cứu trợ, đến các phân tích chuyên môn từ blogger quân sự.

Ở chiều còn lại, sự kết hợp của kết nền tảng số phổ biến với các nền tảng nội địa như VKontakte và Odnoklassniki cung cấp một môi trường phù hợp để Nga triển khai hoạt động phòng thủ thông tin. Việc phủ sóng mạnh mẽ với các hoạt động chính thức, bán chính thức đa nền tảng kết hợp với các nền tảng số nội địa hoạt động theo pháp luật của Nga đóng vai trò như một bức tường giữa công chúng Nga và thông tin từ bên ngoài.

Chiến lược tích hợp không chỉ đơn giản là sử dụng các nền tảng khác nhau cho các mục đích khác nhau mà là tận dụng sự khác biệt trong cấu trúc thuật toán và chính sách của chúng để tạo ra một hệ sinh thái thông tin có tính bổ trợ cao. Một công chúng nội địa được bảo vệ khỏi những thông tin trái chiều và được nuôi dưỡng

bằng luồng thông tin nhất quán không chỉ ổn định về mặt nhận thức mà còn ổn định về tư tưởng chính trị, tạo ra một hậu phương vững chắc cho các hoạt động thông tin đối ngoại. Khi công chúng nội địa tin tưởng vào tính chính nghĩa của chiến dịch quân sự đặc biệt, họ trở thành những người ủng hộ tự nhiên và đáng tin cậy trong các tương tác trực tuyến với người dùng quốc tế, từ đó khuếch đại hiệu quả của các chiến dịch tấn công.

Tuy nhiên, chiến lược tích hợp này cũng tạo ra những sự đối lập nhất định. Chính sách kiểm duyệt chặt chẽ trên các nền tảng nội địa, một mặt giúp duy trì sự đồng thuận trong ngắn hạn, một mặt có thể tạo ra một hàng rào thông tin ngăn cản công chúng nội địa tiếp cận với những quan điểm và thông tin đa dạng. Vấn đề này không chỉ hàm ý về tự do thông tin và quyền con người, mà còn tiềm tàng những hậu quả về mặt chiến lược. Một xã hội được cách ly khỏi thông tin bên ngoài có thể trở lên dễ bị tổn thương khi đối mặt với những cú sốc thông tin đột ngột, bởi sự thiếu hụt kỹ năng và kinh nghiệm cần thiết để đánh giá, phân tích những thông tin mới và đôi khi mâu thuẫn với niềm tin có sẵn.

Hơn nữa, sự phân biệt rõ rệt giữa môi trường thông tin nội địa và môi trường thông tin quốc tế cũng ngầm tạo ra tính mâu thuẫn trong cách tiếp cận thông tin. Công dân Nga có khả năng tiếp cận cả hai môi trường, các nền tảng nội địa và qua các nền tảng quốc tế như Telegram, sẽ nhận thấy sự khác biệt đáng kể trong cách diễn giải cùng một những sự kiện. Điều này có thể tạo ra sự hoài nghi và đặt ra những câu hỏi về độ tin cậy của các nguồn thông tin chính thức. Việc duy trì một chiến lược tích hợp tấn công - phòng thủ, do đó, không phải là các hoạt động thông tin đơn giản mà đòi hỏi một sự cân bằng tinh tế và liên tục giữa kiểm soát và mở cửa, giữa nhất quán và linh hoạt.

2.3.1.4. Khả năng tùy biến "địa phương hóa" và khai thác khoảng trống nhận thức

Nền tảng số cho phép thực hiện các hoạt động có tính địa phương hóa ở quy mô toàn cầu. Trong thời đại trước internet, việc thiết lập và vận hành các kênh truyền thông riêng biệt cho từng thị trường ngôn ngữ và văn hóa đòi hỏi đầu tư khổng lồ về cơ sở hạ tầng vật lý từ các trạm phát sóng, thiết bị in ấn, mạng lưới

phân phối, đến đội ngũ nhân sự địa phương. Chi phí này thường chỉ có thể được đáp ứng bởi các tổ chức có nguồn tài chính dồi dào.

Nền tảng số đã thay đổi căn bản việc đầu tư này. Như đã nêu, các kênh như RT và Sputnik hiện hoạt động với hơn 30 ngôn ngữ trên toàn thế giới, với ngân sách khoảng 270 triệu euro mỗi năm. Mặc dù con số này vẫn đáng kể nhưng khi so sánh với quy mô tiếp cận toàn cầu mà nó tạo ra, chi phí trên mỗi lượt tiếp cận đã giảm đi nhiều lần so với thời đại truyền thông truyền thống. Thành công đặc biệt của RT en Español, với hơn 32 triệu người theo dõi và vượt xa Voice of America [33], không chỉ đến từ việc tăng ngân sách mà là kết quả của việc hiểu và khai thác hiệu quả các nền tảng số cùng bối cảnh văn hóa.

Khả năng địa phương hóa các hoạt động với quy mô lớn thông qua ba cơ chế tương hỗ của nền tảng. Thứ nhất, nền tảng số cho phép một nguồn nội dung trung tâm được phân phối đồng thời đến nhiều thị trường khác nhau với chi phí tối thiểu. Việc đăng tải một video lên YouTube hay một bài viết lên Facebook không tốn thêm chi phí dù nó được xem bởi một nghìn hay một triệu người, ở Việt Nam hay ở Mexico. Thứ hai, nền tảng số góp phần tạo ra những không gian thông tin riêng biệt một cách tự động. Một người dùng tiếng Anh và một người dùng tiếng Tây Ban Nha, dù cùng theo dõi RT, sẽ nhận được những nội dung được điều chỉnh khác nhau phù hợp với bối cảnh địa phương của họ. Thứ ba, cơ chế tương tác xã hội thông qua chia sẻ cảm xúc, chia sẻ suy nghĩ (bình luận), chia sẻ thông tin, cho phép nội dung được địa phương hóa một cách tự nhiên bởi chính cộng đồng người dùng bản địa, khi họ thêm vào những góc nhìn, bình luận và liên kết với các vấn đề địa phương.

Nền tảng số cung cấp khả năng cho các hoạt động đã đề cập khả thi ở quy mô toàn cầu. Cũng cần phải lưu ý rằng, thành công đạt được của các hoạt động được địa phương hóa không phải chỉ là khả năng kỹ thuật mà là việc vận dụng hiệu quả về những gì có thể được gọi là khoảng trống nhận thức tồn tại trong mỗi bối cảnh riêng biệt và khuếch đại nó qua nền tảng số. Tại Mỹ La-tinh, chẳng hạn, tồn tại những ký ức lịch sử về can thiệp của Mỹ, những bất mãn với chính sách kinh tế tự do hóa và những khát vọng về chủ quyền, đa cực hóa trong quan hệ quốc tế là

những yếu tố mà RT en Español trên cả X/Twitter, Telegram đã khai thác như một tiếng nói thay thế đáng tin cậy.

Chiến lược đa phiên bản thông tin không nhất thiết mâu thuẫn khi áp dụng cho các khán giả khác nhau, bởi vì mỗi nhóm khán giả tồn tại trong một buồng vang riêng trên các nền tảng số. Thay vì áp đặt một tường thuật đồng nhất, nội dung có thể được được điều chỉnh dễ dàng trên nền tảng số để cộng hưởng với những lo ngại, giá trị và nguyện vọng có sẵn trong mỗi bối cảnh. Cuộc xung đột Nga - Ukraine có thể được đóng khung rất khác nhau cho các khán giả khác nhau: tại Mỹ La-tinh, nó được đặt trong ngữ cảnh chống lại sự bành trướng của NATO; tại Trung Đông, nó được liên kết với chủ đề chống can thiệp phương Tây; tại châu Phi, nó được kết nối với tường thuật về chủ nghĩa thực dân mới trong khi ở nội địa Nga là chống tân phát xít.

2.3.1.5. Khả năng lan truyền xã hội và khuếch đại thông điệp gián tiếp

Nền tảng số cho phép các hoạt động thông tin của Nga tiếp cận tới những kẻ ngốc hữu ích và tạo dựng một cơ chế lan truyền xã hội thông qua sự tương tác từ hành vi người dùng và thuật toán.

Thứ nhất, khả năng phân tích dữ liệu lớn về hành vi người dùng cho phép Nga xác định những cá nhân có xu hướng tâm lý, hệ giá trị, hoặc vị thế xã hội phù hợp với việc lan truyền những thông điệp nhất định.

Thứ hai, thuật toán đề xuất nội dung (tùy thuộc vào nền tảng) có thể tạo ra những buồng vang và bong bóng lọc, khiến người dùng bên cạnh việc chủ động tiếp cận, có thể sẽ tiếp xúc chủ yếu với những thông tin củng cố niềm tin có sẵn của họ dưới ảnh hưởng của thuật toán. Một người dùng có xu hướng hoài nghi về phương Tây có thể sẽ dần dần được thuật toán nuôi dưỡng hoặc được hướng mục tiêu bởi các hoạt động chiến tranh thông tin với nhiều nội dung tương tự hơn, tăng cường niềm tin đó và làm cho họ trở thành ứng cử viên lý tưởng để lan truyền những nội dung phù hợp với thế giới quan của họ.

Thứ ba, cơ chế tương tác xã hội, đặc biệt là khả năng chia sẻ với một cú nhấp chuột hay chạm màn hình, giảm thiểu chi phí của việc lan truyền thông tin đến mức gần như bằng không.

Các hoạt động không dựa vào tuyên truyền trực tiếp hay thao túng cưỡng ép mà là thành quả của việc thiết kế môi trường thông tin (information environment design) một cách tinh vi. Thay vì cố gắng ép buộc mọi người tin vào một điều gì đó trái với niềm tin của họ, các hoạt động xác định mục tiêu là những nhóm đã có sẵn xu hướng tin vào những điều kiện nhất định, sau đó cung cấp cho họ những thông tin và bằng chứng củng cố niềm tin đó, và tạo điều kiện để họ tự nguyện lan truyền những thông tin này trong mạng lưới của chính họ. Người dùng cảm thấy họ đang tự mình khám phá sự thật thay vì bị tuyên truyền, và chính cảm giác giả tạo này làm cho thông điệp trở nên thuyết phục hơn nhiều.

2.3.2. Những hạn chế và mâu thuẫn nội tại

2.3.2.1. Sự phụ thuộc bất cân xứng vào nền tảng do bên thứ ba kiểm soát

Chuyển sang phân tích những hạn chế, điều quan trọng đầu tiên cần nhận thức là bản chất bất cân xứng của mối quan hệ giữa các bên liên quan sử dụng nền tảng và bên sở hữu/kiểm soát nền tảng. Phần lớn các nền tảng số phổ biến như Facebook, YouTube, X/Twitter, đều thuộc sở hữu và kiểm soát của các công ty có trụ sở tại các quốc gia phương Tây.

Trong môi trường vật lý, quyền lực thường gắn liền với khả năng kiểm soát lãnh thổ, ai kiểm soát một lãnh thổ cụ thể, người đó có quyền quyết định những gì xảy ra tại đó. Trong môi trường số, quyền lực gắn liền với khả năng kiểm soát cơ sở hạ tầng thông tin, ai kiểm soát máy chủ, thuật toán, và chính sách nội dung của một nền tảng, người đó có quyền quyết định những gì có thể và không thể xảy ra trên nền tảng đó.

Khi các chính phủ phương Tây áp dụng các biện pháp trừng phạt sau khi Nga phát động chiến dịch quân sự vào Ukraine, một trong những biện pháp quan trọng nhất là yêu cầu các công ty công nghệ hạn chế hoặc cấm hoàn toàn các kênh truyền thông nhà nước Nga. YouTube đã cấm hoạt động trên toàn cầu với hai kênh RT và

Sputnik từ tháng 3-2022. Facebook và Twitter đã gỡ bỏ hàng nghìn tài khoản và hạn chế tiếp cận của nội dung từ Nga. Những hành động này được thực hiện chỉ trong vòng vài ngày, cho thấy rằng, quyền lực cuối cùng trên môi trường số nằm trong tay những bên kiểm soát nền tảng.

Nga buộc phải chuyển hướng sang các nền tảng trung lập hơn, như Telegram, hoặc các nền tảng mới nổi như TikTok, hoặc các nền tảng nhỏ hơn như Substack [91]. Tuy nhiên, mỗi lần chuyển nền tảng đều đi kèm với những bất lợi đáng kể. Thứ nhất, Nga mất đi một phần khán giả đang theo dõi trên YouTube, bởi lẽ, không phải ai cũng sẵn sàng chuyển sang sử dụng Telegram hay các nền tảng khác. Thứ hai, Nga mất đi một lượng lớn các dữ liệu thông tin với lịch sử nội dung phong phú và danh tiếng được thiết lập, đã tích lũy trên các kênh trên YouTube hay Facebook qua nhiều năm. Thứ ba, Nga đối mặt với nguy cơ bị hạn chế tương tự trong tương lai khi không có gì đảm bảo rằng các nền tảng trung lập hiện tại sẽ không áp dụng các chính sách tương tự như YouTube, Facebook.

Hơn nữa, sự phụ thuộc này không chỉ về khả năng tiếp cận mà còn về khả năng thu thập và phân tích dữ liệu. Các công ty công nghệ lớn sở hữu những công cụ phân tích dữ liệu tinh vi cho phép họ đào sâu vào hành vi và thói quen của người dùng. Những công cụ này cung cấp những thông tin giá trị cho việc thiết kế chiến lược nội dung và triển khai các chiến dịch tuyên truyền theo từng mục tiêu cụ thể.

Thách thức dài hạn là liệu có thể xây dựng được một hệ sinh thái nền tảng độc lập, không phụ thuộc vào các công ty công nghệ phương Tây. Việc phát triển các nền tảng nội địa như VKontakte là một phần của nỗ lực này, nhưng những nền tảng này chủ yếu phục vụ thị trường nội địa và có khả năng hạn chế trong việc tiếp cận khán giả quốc tế. Xây dựng một nền tảng toàn cầu thực sự có khả năng cạnh tranh với Facebook, YouTube hay Twitter đòi hỏi không chỉ nguồn lực tài chính khổng lồ mà còn phụ thuộc chủ yếu vào số lượng người dùng, tạo ra thách thức đáng kể khó vượt qua.

2.3.2.2. Bất lợi từ chính những ưu điểm và vấn đề chạy đua vũ trang thông tin

Những đặc tính được coi là lợi thế của Nga nhưng không tạo đặc quyền sử dụng riêng cho Nga cũng được các đối thủ khai thác triệt để. Nền tảng số không phân biệt được người sử dụng hợp pháp và bất hợp pháp. Vậy nên, khả năng cung cấp tốc độ lan truyền, quy mô tiếp cận, khả năng tổ chức cộng đồng, đồng thời khả dụng đối với tất cả các bên. Điều này đã được thể hiện rõ nét qua sự xuất hiện của các phản ứng đối kháng hiệu quả của chính phủ Ukraine, với chiến lược truyền thông số toàn diện, khai thác những đặc tính tương tự của nền tảng để xây dựng một tường thuật đối lập mạnh mẽ. Như đã đề cập trước đó, các chiến dịch truyền thông của Ukraine được hỗ trợ của các hãng truyền thông quốc tế lớn, đã đạt những hiệu quả đáng kể trong việc định hình cuộc xung đột như một cuộc đấu tranh giữa dân chủ và chuyên chế, giữa tự do và áp bức.

Sự xuất hiện của các nhóm hay cộng đồng tự phát trên không gian mạng với với sự tham gia của hàng chục nghìn người dùng X/Twitter được lập ra để đối phó với những chiến dịch tuyên truyền của Nga, là một ví dụ điển hình về cách nền tảng số tạo điều kiện cho sự tự tổ chức từ dưới lên (bottom-up), các phong trào và hoạt động tự phát. Các nhóm này có thể tấn công bằng số đông (swarming) để làm xói mòn hiệu quả tuyên truyền của Nga, điều đó cho thấy rằng, trong môi trường số, quyền lực không chỉ nằm trong tay những tổ chức lớn với nguồn lực dồi dào mà còn có thể được tập hợp từ sự tham gia tự nguyện hoặc các hoạt động tự phát của nhiều cá nhân.

Ngoài ra, có thể nói, các hoạt động liên tục trên nền tảng số cũng là nền tảng cho cuộc chạy đua vũ trang thông tin, trong đó mỗi tiến bộ trong kỹ thuật tấn công đều được đáp trả bằng những cải tiến trong phòng thủ và ngược lại. Khi các hệ thống bot tự động được phát triển để khuếch đại thông điệp, các công cụ phát hiện bot cũng được cải thiện. Khi công nghệ deepfake được sử dụng để tạo video giả mạo [45], công nghệ phát hiện deepfake cũng được phát triển song song. Khi chiến thuật nhiễu loạn thông tin được áp dụng, các tổ chức kiểm chứng và cơ chế xác minh thông tin cũng được tăng cường. Trong cuộc chạy đua này, lợi thế không nhất

thiết nằm ở bên có công nghệ tiên tiến nhất mà ở bên có khả năng thích ứng và đổi mới nhanh hơn. Lịch sử công nghệ cho thấy rằng, trong hầu hết các cuộc đua vũ trang công nghệ, có một xu hướng dài hạn hướng tới sự cân bằng, trong đó lợi thế ban đầu của một bên dần bị san bằng khi bên kia học hỏi và thích ứng. Trong bối cảnh chiến tranh thông tin, điều này có nghĩa là những lợi thế chiến lược hiện tại có thể chỉ là tạm thời, và việc duy trì lợi thế đòi hỏi đầu tư liên tục vào đổi mới và thích ứng. Hơn nữa, chi phí của cuộc chạy đua này có thể tăng theo thời gian khi các biện pháp phòng thủ trở nên tinh vi hơn, công cụ tấn công cũng phải trở lên phức tạp hơn để duy trì hiệu quả, và ngược lại. Điều này đặt ra thách thức về tính bền vững, liệu có thể duy trì mức độ đầu tư ngày càng tăng này trong dài hạn, đặc biệt trong bối cảnh quốc gia chịu các áp lực kinh tế và các ưu tiên cạnh tranh khác.

2.3.2.3. Mâu thuẫn căn bản giữa mục tiêu nhiễu loạn và xây dựng tín nhiệm

Hạn chế thứ ba và có lẽ quan trọng nhất về mặt chiến lược nằm trong một mâu thuẫn nội tại giữa hai mục tiêu của chiến tranh thông tin. Một mặt, như đã phân tích trong mục 2.2.5.4, có một chiến lược rõ ràng nhằm tạo ra nhiễu loạn thông tin khi phát tán nhiều phiên bản khác nhau của cùng một sự kiện nhằm tạo ra sự bối rối, làm xói mòn niềm tin vào khả năng xác định sự thật khách quan. Mục tiêu của chiến lược này không phải là thuyết phục mọi người tin vào một tường thuật cụ thể, mà là tạo ra một trạng thái khiến công chúng cảm thấy mệt mỏi trước quá nhiều thông tin mâu thuẫn và đi đến từ bỏ nỗ lực phân biệt sự thật và giả dối.

Mặt khác, bất kỳ chiến dịch thông tin nào, trong dài hạn, cũng cần xây dựng một mức độ tín nhiệm nhất định để có thể ảnh hưởng có ý nghĩa đến nhận thức và hành vi. Nếu một nguồn thông tin bị coi là hoàn toàn không đáng tin cậy, thì bất kỳ thông điệp nào từ nguồn đó cũng sẽ bị bỏ qua hoặc chế giễu. Để có thể định hình nhận thức, cần phải có một mức độ tín nhiệm (authority) và độ tin cậy được công chúng thừa nhận. Đây là lý do tại sao ngay cả các tổ chức truyền thông cũng phải đầu tư đáng kể vào việc xây dựng thương hiệu, duy trì các tiêu chuẩn chất lượng nhất định, và tránh những sai lầm quá rõ ràng có thể gây tổn hại đến uy tín của họ.

Mâu thuẫn nằm ở chỗ không thể đồng thời phá hủy khái niệm về sự thật khách quan và xây dựng một sự thật thay thế đáng tin cậy. Khi nền tảng số tạo điều kiện cho việc phát tán nhiều phiên bản mâu thuẫn của cùng một sự kiện, khi các thông điệp từ quá khứ được lưu trữ vĩnh viễn và có thể được tham chiếu lại để chỉ ra những mâu thuẫn, khả năng duy trì độ tin cậy bị xói mòn nghiêm trọng. Một người dùng chỉ cần đầu tư một chút thời gian để tìm kiếm và so sánh các bài đăng cũ sẽ nhanh chóng phát hiện ra rằng cùng một nguồn đã đưa ra những tuyên bố mâu thuẫn nhau vào các thời điểm khác nhau.

Vấn đề này được khuếch đại bởi chính những đặc tính của nền tảng số đã từng là lợi thế trong khi cho phép xây dựng tường thuật dài hạn, cũng có nghĩa là mọi sai lầm, mọi mâu thuẫn đều có thể được ghi lại vĩnh viễn. Khả năng tìm kiếm cao, trong khi giúp người dùng dễ dàng tìm thấy thông tin họ cần, cũng giúp các nhà phân tích dễ dàng xây dựng hồ sơ về những mâu thuẫn và không nhất quán. Cơ chế chia sẻ, trong khi giúp thông điệp lan truyền nhanh chóng, cũng giúp các phản bác và vạch trần lan truyền với tốc độ tương đương.

Để minh họa mâu thuẫn này một cách cụ thể, có thể xem xét trường hợp của thảm kịch MH17. Trong các tuần đầu sau sự kiện, nhiều phiên bản khác nhau về nguyên nhân vụ tai nạn được phát tán, từ việc cho rằng đó là do máy bay chiến đấu Ukraine, đến việc khẳng định đó là một âm mưu dàn dựng với xác chết được chuẩn bị sẵn. Chiến thuật nhiễu loạn này có thể hiệu quả trong ngắn hạn trong việc gây hoang mang và làm mờ trách nhiệm. Tuy nhiên, trong dài hạn, khi các cuộc điều tra quốc tế tiến hành và bằng chứng tích lũy, sự mâu thuẫn giữa các phiên bản khác nhau trở thành một điểm yếu lớn, làm tổn hại đến độ tin cậy của tất cả các thông điệp liên quan, không chỉ về MH17 mà còn về các chủ đề khác.

Mâu thuẫn này không thể hoá giải một cách dễ dàng bởi vì nó nằm trong bản chất của chiến lược, không phải trong việc thực thi, nó phản ánh một căng thẳng căn bản giữa hai logic chiến lược khác nhau: logic phá hoại và logic xây dựng. Logic phá hoại nhằm làm suy yếu niềm tin của công chúng vào tất cả các nguồn thông tin, tạo ra một môi trường mà không có gì là chắc chắn. Logic xây dựng nhằm thiết lập

một tường thuật thay thế có thể thay thế tường thuật hiện có. Hai logic này, trong khi có thể cùng tồn tại trong ngắn hạn, có xu hướng mâu thuẫn và làm suy yếu lẫn nhau trong dài hạn.

2.3.2.4. Chi phí duy trì và vấn đề về hiệu quả giảm dần

Hạn chế thứ tư liên quan đến động lực kinh tế của hoạt động chiến tranh thông tin trên nền tảng số. Trong khi chi phí ban đầu để thiết lập sự hiện diện trên các nền tảng số tương đối thấp, đặc biệt khi so sánh với việc xây dựng cơ sở hạ tầng truyền thông vật lý truyền thống, chi phí để duy trì hiệu quả qua thời gian có xu hướng tăng lên đáng kể. Có nhiều yếu tố đóng góp vào xu hướng tăng chi phí này như sau:

Thứ nhất, như đã đề cập, có một cuộc chạy đua vũ trang công nghệ liên tục đòi hỏi đầu tư không ngừng vào công nghệ mới. Phát triển và duy trì các hệ thống bot tinh vi, tạo ra nội dung giả chất lượng cao [53], phân tích dữ liệu lớn để tối ưu hóa chiến lược nhắm mục tiêu, tất cả những điều này đòi hỏi đội ngũ chuyên gia có kỹ năng cao và chi phí đáng kể.

Thứ hai, khi các biện pháp đối phó trở lên hiệu quả hơn, cần phải đầu tư nhiều hơn để đạt được cùng một kết quả. Nếu trước đây một bài đăng có thể tự nhiên nhận được hàng nghìn lượt chia sẻ, giờ đây có thể cần phải sử dụng các thủ đoạn tinh vi với nhiều tài khoản hơn, hoặc đầu tư vào quảng cáo có trả phí, để đạt được sự lan truyền tương đương.

Thứ ba, việc phải liên tục chuyển đổi giữa các nền tảng và chiến thuật đòi hỏi không chỉ nguồn lực tài chính mà còn đòi hỏi về nguồn lực nhân sự và hệ thống quy trình triển khai để duy trì tính hiệu quả trong môi trường mới.

Thứ tư, việc duy trì một mạng lưới rộng lớn các kênh, chính thức, bán chính thức, và phi chính thức với mức độ phối hợp nhất định đòi hỏi cơ sở tổ chức đáng kể. Như đã phân tích trong phần 2.2.1, chiến lược đa tầng tuyên truyền có thể hiệu quả nhưng cũng phức tạp để quản lý, đặc biệt khi cần duy trì một mức độ nhất quán nhất định giữa các tầng trong khi vẫn bảo tồn khả năng phủ nhận.

Quan trọng hơn, hiệu quả có xu hướng giảm dần theo thời gian. Ảnh hưởng thông tin có xu hướng mờ đi khi công chúng trở nên thân thuộc với chúng. Khi mọi người đã thấy đủ nhiều deepfake, đủ nhiều tin tức giả, đủ nhiều chiến dịch bot, họ phát triển một dạng kháng thể tâm lý, trở nên hoài nghi hơn đối với tất cả thông tin trực tuyến. Dữ liệu từ Eurobarometer 2024 cho thấy 71% người dân châu Âu gặp phải thông tin sai lệch [61] nhưng điều này cũng có nghĩa là 71% đã có nhận thức về sự tồn tại của thông tin sai lệch và có thể phần nào đã phát triển các chiến lược cá nhân để thích ứng.

Các vấn đề kể trên đặt ra câu hỏi về tính bền vững dài hạn. Nếu chi phí liên tục tăng trong khi hiệu quả giảm, sẽ đến một hoàn cảnh khi mà tỷ lệ chi phí - hiệu quả trở nên bất lợi. Kho vũ khí thông tin có thể rất phong phú và không ngừng mở rộng [54] nhưng nguồn lực không phải là vô hạn. Khi phải đối mặt với các áp lực kinh tế do trừng phạt quốc tế, chi phí chiến tranh quân sự, và các nhu cầu ngân sách cạnh tranh khác, việc liệu có thể duy trì mức độ đầu tư vào chiến tranh thông tin trong dài hạn trở nên không rõ ràng khi hiệu quả không được đảm bảo.

2.3.3. Hiệu quả của việc sử dụng nền tảng số trong cuộc chiến thông tin

2.3.3.1. Thành công theo không gian địa lý - văn hóa

Hiệu quả của các hoạt động thông tin triển khai trên các nền tảng số, dù khó có thể đánh giá một cách chính xác là không đồng đều về kết quả giữa các khu vực địa lý và văn hóa khác nhau. Điều này không phải là ngẫu nhiên mà phản ánh những khác biệt căn bản trong các yếu tố bối cảnh địa phương.

Tại các khu vực như châu Phi, Trung Đông và một số khu vực châu Á, các chiến dịch thông tin trên nền tảng số đã đạt được những kết quả đáng kể, được thể hiện qua các chỉ số như thái độ của công chúng trong các cuộc khảo sát, mô hình bỏ phiếu tại Liên Hợp Quốc và mức độ thâm nhập của các kênh truyền thông. RT en Español với hơn 32 triệu người theo dõi [39] là một minh chứng cụ thể cho sự thành công này. Ở những khu vực này, tồn tại những khoảng trống nhận thức đáng kể với những vấn đề mà truyền thông chính thống không đề cập đầy đủ, những quan điểm bị gạt ra ngoài lề, những bất mãn chưa được giải quyết. Ký ức lịch sử về chủ nghĩa

thực dân, kinh nghiệm đối với những can thiệp từ nước ngoài và hoài nghi đối với động cơ của phương Tây tạo ra một mảnh đất màu mỡ cho những thông điệp về đa cực hóa thế giới và chủ quyền quốc gia. Nền tảng số với khả năng địa phương hóa nội dung và tạo ra các không gian thông tin riêng biệt, cho phép những thông điệp này được điều chỉnh tinh vi để cộng hưởng với những lo ngại và nguyện vọng cụ thể của từng bối cảnh.

Ngược lại, tại các nước phương Tây với hệ thống truyền thông phát triển, truyền thống dân chủ vững chắc và mức độ giáo dục trung bình cao, hiệu quả của các chiến dịch thông tin phức tạp và đa chiều hơn nhiều. Mặc dù 71% người dân châu Âu gặp phải thông tin sai lệch [61] nhưng điều này không có nghĩa là họ tin vào thông tin đó. Trong nhiều trường hợp, sự hiện diện rộng rãi của thông tin sai lệch đã tạo ra một hiệu ứng ngược thúc đẩy sự phát triển của các cơ chế kiểm chứng, tăng cường giáo dục truyền thông và nâng cao nhận thức công chúng về thao túng thông tin.

Tuy nhiên, sẽ là sai lầm nếu kết luận rằng các chiến dịch không có hiệu quả tại phương Tây. Hiệu quả ở đây không phải là thuyết phục đa số tin vào một tường thuật cụ thể mà là đạt được những mục tiêu tinh vi hơn: làm tăng sự phân cực chính trị, tạo ra nhiễu thông tin khiến việc phân biệt sự thật trở nên khó khăn hơn, khai thác và mở rộng những rạn nứt có sẵn trong xã hội. Nền tảng số với khả năng cho phép nhắm mục tiêu chính xác các nhóm dân số cụ thể tạo điều kiện cho những mục tiêu này ngay cả khi không thành công trong việc thay đổi dư luận chính thống. Sự khác biệt trong hiệu quả này có những hàm ý quan trọng cho việc hiểu bản chất của nền tảng số trong chiến tranh thông tin. Nó cho thấy rằng công nghệ không quyết định kết quả một cách đơn giản mà tương tác với bối cảnh xã hội - văn hóa - chính trị một cách phức tạp. Cùng một công cụ, cùng một chiến thuật có thể có hiệu quả rất khác nhau tùy thuộc vào môi trường mà nó được triển khai. Điều này gợi ý rằng, đánh giá về nền tảng số không thể được thực hiện một cách trừu tượng mà phải luôn được đặt trong bối cảnh cụ thể.

2.3.3.2. Hiệu quả trong không gian thông tin nội địa

Đối với dư luận Nga, các nền tảng số đã đóng một vai trò khác biệt nhưng không kém phần quan trọng. Các nền tảng nội địa như VKontakte và Odnoklassniki, kết hợp với việc sử dụng có kiểm soát các nền tảng quốc tế như Telegram, đã tạo ra một môi trường thông tin tương đối được kiểm soát, trong đó tường thuật chính thức về chiến dịch quân sự đặc biệt được duy trì nhất quán và những thông tin trái chiều bị hạn chế.

Để đánh giá hiệu quả này một cách công bằng, cần nhận thức rằng mục tiêu ở đây không phải là thuyết phục trong nghĩa truyền thống mà là duy trì một mức độ đồng thuận xã hội nhất định trong bối cảnh chiến tranh. Nga đã đạt được hiệu quả đáng kể trong việc duy trì sự ổn định dư luận ủng hộ các hoạt động quân sự ở Ukraine trong suốt giai đoạn 2022-2025. Sau khi công bố bắt đầu hoạt động quân sự đặc biệt, phần lớn người Nga ủng hộ quyết định này với kết quả khảo sát 65%, một năm sau, con số này tăng lên 68% và vẫn như vậy vào năm 2024. Một dữ liệu khác cũng cho thấy tính đến năm 2024, hai phần ba người Nga (khoảng 65%) cho rằng hoạt động quân sự của quân đội Nga khá thành công [165].

Tuy nhiên, việc đánh giá thành công này cần được đặt trong một khung phân tích rộng hơn, bao gồm cả các yếu tố chi phí và hậu quả dài hạn. Việc tạo ra một hàng rào thông tin nhằm cách ly công chúng nội địa khỏi các nguồn thông tin bên ngoài, có thể hiệu quả trong ngắn hạn nhưng lại tạo ra những rủi ro chiến lược tiềm tàng trong dài hạn. Hơn nữa, việc duy trì một hệ thống kiểm soát thông tin toàn diện đòi hỏi một nguồn lực đáng kể và tạo ra những căng thẳng với các giá trị về tự do thông tin và quyền con người.

Có một nghịch lý là nền tảng số, vốn được tạo ra với tinh thần mở và tự do, đang được Nga sử dụng để tạo ra một môi trường thông tin đóng và được kiểm soát. Như vậy, các nền tảng số không mang trong mình những giá trị cố định mà có thể được điều chỉnh nhằm phục vụ cho nhiều mục đích khác nhau, đôi khi trái ngược với ý định ban đầu.

2.3.4. Khả năng thích ứng và triển vọng tương lai

Một trong những khía cạnh đáng chú ý nhất là khả năng thích ứng và tiến hóa liên tục trong cách sử dụng nền tảng số khi triển khai chiến tranh thông tin. Giai đoạn 2023-2024 đã chứng kiến sự chuyển đổi đáng kể từ các kỹ thuật tương đối đơn giản như bot tự động sang các công nghệ tiên tiến hơn như AI tạo sinh và deepfake [55]. Việc chuyển hướng từ các nền tảng bị hạn chế sang các kênh mới như TikTok và các blog độc lập như trên Substack [91] cho thấy một khả năng thích ứng linh hoạt. Kho vũ khí thông tin được mô tả là rất phong phú và không ngừng mở rộng [55], phản ánh một cam kết chiến lược đối với lĩnh vực này.

Trong hầu hết các cuộc đua công nghệ, có một xu hướng dài hạn hướng tới một dạng cân bằng mới, trong đó, các công nghệ tấn công và phòng thủ đạt đến một mức độ gần như cân bằng, làm cho việc đạt được lợi thế quyết định trở nên ngày càng khó khăn và tốn kém. Một khả năng có thể xảy ra với các bên khi tiến tới một môi trường thông tin mà ở đó cả công chúng lẫn các hệ thống phát hiện thông tin sai lệch đều trở nên tinh vi đến mức các chiến thuật thao túng truyền thống trở nên kém hiệu quả. Việc phát triển các công cụ phát hiện sản phẩm AI, sự xuất hiện của các hệ thống xác minh thông tin tự động, và quan trọng nhất, sự gia tăng của kỹ năng số (digital literacy) trong công chúng đều gợi mở xu hướng này.

Tuy nhiên, cũng tồn tại một khả năng đối lập khi môi trường thông tin có thể trở nên hỗn loạn đến mức không thể quản lý được, trong đó ranh giới giữa sự thật và giả dối bị xoá nhoà. Trong trường hợp này, niềm tin vào bất kỳ nguồn thông tin nào cũng bị xói mòn nghiêm trọng, xã hội phân mảnh và phân cực sâu sắc bởi các hệ thống niềm tin không tìm được điểm giao thoa.

Tiểu kết chương 2

Nền tảng số với tất cả các khả năng ấn tượng về công nghệ hay tiềm năng vẫn chịu giới hạn như một công cụ tạo điều kiện cho quá trình truyền thông, tuyên truyền và các hoạt động thông tin. Hiệu quả cuối cùng của bất kỳ chiến dịch thông tin nào cũng không chỉ phụ thuộc vào khả năng kỹ thuật mà còn phụ thuộc vào nội dung thông điệp, độ tin cậy của nguồn, và quan trọng nhất, mức độ mà thông điệp

đó cộng hưởng với kinh nghiệm sống thực và nhận thức của độc giả. Đề cập tới giới hạn này không có nghĩa là nền tảng số không quan trọng hay chiến tranh thông tin không hiệu quả, ngược lại, nó mở ra một cách hiểu tinh tế hơn về vai trò thực sự của nền tảng số không phải là một vũ khí kỳ diệu có thể biến đổi hoàn toàn thực tại, mà là một công cụ mạnh mẽ có thể định hình nhận thức, ảnh hưởng đến hành vi, và tác động đến kết quả chính trị trong một khung thời gian và bối cảnh nhất định.

Việc đánh giá về vai trò của nền tảng số trong cuộc chiến thông tin do Nga tiến hành đã tiết lộ một bức tranh phức tạp và đầy đối lập. Nền tảng số không phải là một công cụ trung lập hay một yếu tố đơn lẻ mang tính quyết định, mà là một hạ tầng kỹ thuật - xã hội với những khả năng riêng biệt, và những giới hạn vốn có.

Cuối cùng, điều quan trọng nhất mà phân tích này muốn gợi mở về một cách hiểu tường minh về việc sử dụng nền tảng số trong chiến tranh thông tin hiện đại. Nền tảng số không phải là một vũ khí mà có thể được sử dụng như một đòn quyết định để đánh bại đối thủ. Nền tảng số là một môi trường phức tạp trong đó nhiều tác nhân với mục tiêu và năng lực khác nhau tương tác, cạnh tranh và thích ứng với nhau. Hiểu đúng vai trò của nền tảng số là then chốt để đánh giá chính xác bản chất và triển vọng của chiến tranh thông tin trong kỷ nguyên số, cũng như để phát triển các chiến lược phản ứng hiệu quả và có trách nhiệm đối với thách thức này.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM

Cuộc xung đột quân sự Nga - Ukraine giai đoạn 2022-2025 là minh chứng rõ nét về vai trò đặc biệt quan trọng của nền tảng số trong chiến tranh thông tin hiện đại. Nếu như Chương 1 đã thiết lập cơ sở lý thuyết về chiến tranh thông tin và vai trò của nền tảng số, Chương 2 phân tích sâu về thực trạng triển khai với những đánh giá cụ thể về ưu điểm, hạn chế, hiệu quả và triển vọng, Chương 3 sẽ đúc kết những vấn đề đặt ra và bài học kinh nghiệm trực tiếp từ các phát hiện nghiên cứu này.

Như đã phân tích tại mục 2.3, nền tảng số không đơn thuần là phương tiện trung gian mà trở thành hạ tầng kỹ thuật - xã hội với những đặc trưng riêng biệt, những thuật toán tinh vi và những giới hạn vốn có. Quy mô và tốc độ tác động của nền tảng số có khả năng vượt xa các phương tiện truyền thông truyền thống. Tuy nhiên, bên cạnh những ưu điểm, các hạn chế cấu trúc như sự phụ thuộc vào bên thứ ba, mâu thuẫn giữa mục tiêu nhiễu loạn và xây dựng tín nhiệm, chi phí duy trì ngày càng tăng, đã đặt ra nhiều vấn đề cấp thiết cho an ninh quốc gia và chủ quyền số.

3.1. Những vấn đề ra đặt liên quan tới nền tảng số từ góc nhìn của chiến tranh thông tin hiện đại

3.1.1. Vấn đề về quyền lực và sự phụ thuộc của nền tảng số

Kết quả phân tích tại Chương 2 cho thấy nền tảng số đã vượt qua chức năng của một phương tiện trung gian truyền tải thông tin để trở thành hạ tầng kỹ thuật - xã hội với cấu trúc quyền lực riêng. Điều này đặt ra một bài toán về mối quan hệ giữa các chủ thể gồm nhà nước, người dùng (người sử dụng nền tảng) và bên sở hữu/kiểm soát nền tảng.

Một mặt, nền tảng số trao quyền lực trực tiếp cho người dùng trong việc tham gia tác động tới mức độ lan truyền thông tin [158]. Như đã chỉ ra tại mục 2.3.1.1, cách nền tảng số xóa nhòa các ranh giới truyền thống nhà nước và truyền thông phi nhà nước. Một bài đăng từ Bộ Quốc phòng Nga hay từ một blogger quân sự đều sở hữu cùng hình thức hiển thị, cùng khả năng tiếp cận, và cùng cơ chế lan truyền, bởi lẽ tại đây không tồn tại cơ chế cổng kiểm soát như báo chí truyền thống

và quyền lực chuyển đổi từ khả năng kiểm soát cổng truyền thông sang khả năng thiết kế và gieo mầm những thông điệp có khả năng tự lan truyền. Dữ liệu từ nghiên cứu thực tế cho thấy chỉ với một bài đăng đơn lẻ có thể đạt 1.605.203 lượt xem, một con số mà chỉ các cơ quan truyền thông truyền thống có quy mô lớn mới có thể đạt được.

Tuy nhiên, như đã được đề cập trong mục 2.3.2.1, bên thực sự sở hữu quyền lực này lại nằm trong tay các bên sở hữu/ kiểm soát nền tảng, bởi lẽ, họ là người thiết kế và xây dựng các thuật toán thúc đẩy các đặc trưng này. Đa phần các nền tảng đứng đầu về số lượng người dùng như Facebook, YouTube, X/Twitter,… đều thuộc sở hữu và kiểm soát của các công ty có trụ sở tại phương Tây. Nếu như trong thế giới vật lý, quyền lực nhà nước gắn liền với khả năng kiểm soát lãnh thổ, thì trong môi trường số, quyền lực gắn liền với khả năng kiểm soát cơ sở hạ tầng thông tin với máy chủ, thuật toán, chính sách kiểm duyệt nội dung, cơ chế phân phối thông tin,….. Việc thông tin lưu thông hay bị triệt tiêu có thể không nằm trong tay người đăng tin mà nằm trong tay người đưa tin (cơ chế lan truyền và khuếch đại).

Khi chiến dịch quân sự đặc biệt xảy ra và một lượng lớn thông tin được đăng tải lên các nền tảng YouTube, Facebook, Twitter/X,…… từ ngày 24-2-2022, một lệnh cấm toàn cầu nhanh chóng được đưa ra vào ngày 1-3-2022 từ YouTube áp lên các tài khoản của RT và Sputnik [10]. Facebook và Twitter thực hiện gỡ bỏ hàng nghìn tài khoản. Những hành động này cho thấy quyền lực cuối cùng trên môi trường số nằm trong tay bên kiểm soát nền tảng. Nga buộc phải chuyển hướng sang Telegram và các nền tảng nhỏ hơn [91]. Mỗi lần buộc phải chuyển đổi nền tảng kéo theo những hệ quả và yêu cầu điều chỉnh nhất định như: mất dữ liệu (cập nhật theo thời gian thực), số lượng người theo dõi/người dùng, nguồn lực nhân sự và tài chính trong việc tối ưu hóa các triển khai thông tin,…. và không có gì đảm bảo các nền tảng trung lập hiện tại sẽ không áp dụng chính sách siết chặt/kiểm soát trong tương lai nếu như gặp phải những áp lực chính trị đủ mạnh.

Không chỉ Nga mà bất kỳ quốc gia nào không sở hữu/không có quyền kiểm soát nền tảng đều đối mặt với sự phụ thuộc và những bất lợi khi thực hiện hoặc đối

phó khi chiến tranh thông tin xảy ra bởi những nền tảng số nằm ngoài phạm vi tài phán của họ [104][68]. Phân tích của Timmers trong Sovereignty in the Digital Age đã chỉ ra rằng trong kỷ nguyên số, chủ quyền đang chịu sức ép từ sự thống trị của các tập đoàn công nghệ toàn cầu - những chủ thể gần với nhà nước (quasi-states) nắm giữ quyền lực kinh tế rất lớn và kiểm soát hạ tầng thông tin xuyên biên giới [142]. Các nền tảng số đang ngày một gia tăng vai trò dựa trên sức mạnh tiếp cận xuyên biên giới; không chỉ dừng lại như công cụ truyền thông mà dần trở thành tác nhân chính trị độc lập, có khả năng gây ảnh hưởng [70]. Theo Bollerman nhận định, các tập đoàn công nghệ lớn ngày càng mang dáng dấp những chủ thể gần với nhà nước, tác nhân chính trị không thể bỏ qua trong tính toán chính sách đối nội lẫn đối ngoại của các quốc gia khi nắm giữ quyền lực kinh tế rất lớn, kiểm soát hạ tầng thông tin xuyên biên giới, đồng thời có khả năng can thiệp trực tiếp vào các động lực xã hội và chính trị [27].

3.1.2. Vấn đề về tính hai mặt của nền tảng số

Như đã phân tích tại Chương 2, nền tảng số sở hữu bốn đặc tính cốt lõi, bao gồm: tính bền vững, khả năng tìm kiếm, khả năng sao chép và khả năng mở rộng quy mô. Tại mục 2.2.4 đã chỉ ra rằng sức mạnh của nền tảng không xuất phát từ những đặc tính riêng lẻ mà nằm ở sự cộng hưởng của bốn đặc tính này, tuy nhiên, sức mạnh nội tại đó cũng kéo những thách thức và rủi ro tương ứng khi không thuộc đặc quyền riêng của bất kỳ bên nào.

Về tính bền vững và khả năng lưu trữ, mục 2.2.2 phân tích khả năng kiến tạo ký ức tập thể số với mọi bài đăng đều có khả năng được lưu dấu thời gian (timestamp), tồn tại trong thời gian dài, có thể truy xuất bởi bất kỳ ai. Đặc tính này cho phép xây dựng hồ sơ lịch sử để thực hiện tham chiếu và củng cố các luận điểm dài hạn, tuy nhiên, mọi thất bại, mọi sai lầm (tin giả, tin bẩn) cũng được lưu lại và có thể bị phơi bày. Đây là con dao hai lưỡi đối với bất kỳ chủ thể nào sử dụng nền tảng số.

Về khả năng mở rộng quy mô, mỗi lượt chia sẻ tạo ra một sự liên kết mới với mạng lưới người dùng khác với người dùng ban đầu. Đặc tính này tạo nên hiệu ứng

khuếch đại theo cấp số nhân. Tuy nhiên, như đã phân tích tại mục 2.3.2.2, khả năng này không tạo đặc quyền sử dụng riêng, nền tảng số nhìn chung không phân biệt đối tượng sử dụng. Sự xuất hiện của các cá nhân hay cộng đồng tự nguyện đối phó hay hỗ trợ tuyên truyền Nga là minh chứng rõ nét cho thấy trong môi trường số, quyền lực có thể được tập hợp từ sự tham gia tự nguyện của nhiều cá nhân.

Nhằm phát triển và tối ưu hóa các đặc tính đặc trưng, các bên sở hữu nền tảng số không ngừng chạy đua liên tục trong việc xây dựng các thuật toán, công nghệ mới. Khi các hệ thống bot tự động được phát triển để khuếch đại thông điệp, các công cụ phát hiện bot cũng được cải thiện. Khi công nghệ deepfake được sử dụng [63], công nghệ phát hiện deepfake cũng được phát triển song song. Lợi thế từ nền tảng số mang tính tạm thời, và việc duy trì lợi thế đòi hỏi đầu tư liên tục vào đổi mới và thích ứng.

3.1.3. Vấn đề về hiệu quả và tính bền vững khi sử dụng nền tảng số cho các hoạt động thông tin

Như đã đề cập tại mục 2.3.2.4, chi phí ban đầu cho các hoạt động thông tin trên nền tảng số tương đối thấp [89], nhưng để duy trì hiệu quả cao trong dài hạn đòi hỏi một nguồn lực tài chính và nhân sự đủ lớn để duy trì và vận hành [138]. Những thay đổi mang tính chiến lược được thực hiện thông qua yếu tố công nghệ đòi hỏi một hạ tầng kỹ thuật đủ mạnh, cơ sở dữ liệu đủ lớn và mức chi phí cao. Việc tùy biến các chiến thuật theo từng đối tượng (giới tính, ngôn ngữ, tôn giáo,…) cũng làm gia tăng các chi phí về nhân lực, vật lực.

Bên cạnh đó, hiệu quả truyền thông có xu hướng giảm dần theo thời gian bởi hiệu ứng sốc (shock) của các nội dung và chiến thuật mới trên nền tảng số bị mờ đi khi công chúng bắt đầu có cảm giác thích nghi (sensory adaptation) [154] với các sự kiện (bao gồm thất bại, chiến thắng, tiến công, phản công,…) và sự nổi lên của những chủ đề nổi bật khác, các vấn đề chỉ ở trung tâm chú ý công chúng trong một giai đoạn ngắn rồi dần bị thay thế bởi các chủ đề mới [56]. Theo kết quả khảo sát năm 2024 được thực hiện bởi Eurobarometer cho thấy, 71% người dân châu Âu từng tiếp nhận thông tin sai lệch [61] nhưng điều này cũng có nghĩa là một phần

không nhỏ công chúng đã có nhận thức về sự tồn tại của thông tin sai lệch trên nền tảng số và có thể đã phát triển các cơ chế tự bảo vệ, các kháng thể tâm lý, để thích nghi hoặc tiếp nhận một cách chủ động.

Một điểm cần đặc biệt chú ý là nền tảng số không đơn phương quyết định kết quả mà luôn tương tác mạnh mẽ và sâu sắc với bối cảnh xã hội - văn hóa - chính trị. Cùng một nền tảng, cùng một chiến thuật có thể đạt được hiệu quả rất khác nhau tùy thuộc vào cách tiếp cận và triển khai diễn ngôn. Mục 2.3.3 đã làm sáng tỏ điều này thông qua việc phân tích hiệu quả của các nền tảng số khác nhau giữa các khu vực địa lý và văn hóa. RT en Español với hơn 32 triệu người theo dõi [39] đạt được thành công tại Mỹ La-tinh nhờ khai thác những khoảng trống nhận thức và hoài nghi có sẵn về phương Tây trong bối cảnh văn hóa - lịch sử đặc thù của khu vực. Trong khi đó, những hiệu quả ở trong dư luận xã hội phương Tây là chưa rõ ràng hoặc chưa đáng kể hoặc đó là hiệu quả tạm thời nhưng tạo thành kháng thể đối với các hoạt động tuyên truyền như đã đề cập ở trên.

Như vậy, chi phí có xu hướng ngày càng tăng trong khi hiệu quả giảm, việc đưa ra quyết định duy trì và vận hành sẽ chạm tới điểm hòa vốn và tăng nhanh sau đó và đây là bài toán về tính bền vững mà bất kỳ chủ thể nào sử dụng nền tảng số cho mục đích chiến lược dài hạn đều phải cân nhắc.

3.1.4. Vấn đề về an ninh quốc gia và chủ quyền số

Những đặc tính cốt lõi được phân tích như đã phân tích ở trên đã chỉ ra những vấn đề nghiêm trọng về an ninh quốc gia và chủ quyền trong không gian số. Mục 2.3.1.1 cho thấy cách nền tảng số xóa nhòa ranh giới truyền thống, không chỉ ranh giới giữa nguồn tin chính thức và phi chính thức, mà còn ranh giới địa lý và pháp lý giữa các quốc gia. Một nội dung được tạo ra tại một nơi bất kỳ có thể lan truyền tức thì đến hàng triệu người dùng ở nhiều quốc gia trên thế giới mà không phải chịu sự kiểm duyệt nào của lực lượng biên phòng nơi cửa khẩu. Báo cáo của Cơ quan Đối ngoại Châu Âu năm 2024 ghi nhận 750 sự kiện Thao túng và Can thiệp Thông tin Nước ngoài (FIMI) trong vòng một năm (từ 1-12-2022 đến 30-11-2023), với trung bình hơn hai sự kiện mỗi ngày, trong đó, Nga và Trung Quốc là hai

chủ thể chính [60]. Con số này phản ánh tính liên tục và hệ thống của các hoạt động xuyên quốc gia thông qua nền tảng số.

Chiến lược An ninh Quốc gia của Nhật Bản cũng nhận định: Các tình huống vùng xám liên quan đến lãnh thổ, các cuộc tấn công mạng xuyên biên giới vào cơ sở hạ tầng dân sự quan trọng và chiến tranh thông tin thông qua việc lan truyền thông tin sai lệch, đang liên tục diễn ra, từ đó làm mờ nhạt hơn nữa ranh giới giữa tình huống khẩn cấp và thời bình [34]. Khái niệm "vùng xám" ở đây mô tả chính xác không gian mà nền tảng số đã tạo ra, nơi các hoạt động tác động thông tin diễn ra dưới ngưỡng xung đột rõ ràng nhưng vẫn gây tổn hại đến lợi ích quốc gia, trong khi các biện pháp phòng thủ truyền thống trở nên bất lực vì không có chiến tranh chính thức để đáp trả.

Tại Ủy ban Thứ Nhất của Đại hội đồng Liên Hợp Quốc, đại diện Guatemala cảnh báo bản chất dân sự và lưỡng dụng của không gian mạng (tương đồng với việc sử dụng nền tảng số) khiến nó trở thành một nguồn tài nguyên quý giá, nhưng cũng là một chiến trường. Cảnh báo từ đại diện Guatemala cho thấy một khía cạnh nguy hiểm khác khi chiến tranh thông tin xuyên biên giới không chỉ tạo ra các xung đột mới, mà còn hoạt động như một yếu tố nhân lên làm gia tăng và kéo dài các xung đột hiện hữu cả trong và ngoài nước với sự tham gia của các tác nhân nhà nước và phi nhà nước [148]. Quan điểm này tương đồng với các phát hiện được đề cập trong nghiên cứu về cách nền tảng số tạo ra hiệu ứng khuếch đại theo cấp số nhân cũng như khả năng tham gia đa dạng của các chủ thể nhà nước và phi nhà nước.

Liên hệ với bối cảnh rộng hơn, theo báo cáo năm 2024 của Global Risks Report tại Diễn đàn Kinh tế Thế giới, thông tin sai lệch do vô tình (misinformation) và thông tin giả mạo có chủ đích (disinformation) được coi là rủi ro toàn cầu nghiêm trọng nhất trong ngắn hạn, vượt qua cả các rủi ro về môi trường [160]. Vấn đề đặt ra hiện nay là trong bối cảnh nền tảng số xóa nhòa đi các ranh giới và tạo điều kiện cho các hoạt động xuyên biên giới, các quốc gia cần phải xem xét kỹ lưỡng khái niệm chủ quyền và cơ chế bảo vệ an ninh quốc gia trong không gian số.

3.1.5. Vấn đề về đạo đức và pháp lý liên quan tới hoạt động của nền tảng số

Vấn đề chủ quyền và quyền tài phán trong không gian số cũng tạo ra những thách thức lớn về mặt pháp lý. Với tính chất xuyên biên giới, internet và nền tảng số cho phép thông tin lưu chuyển tự do giữa các quốc gia mà không chịu giới hạn của đường biên giới vật lý nào. Một số quốc gia như Trung Quốc và Nga đã tìm cách thiết lập chủ quyền thông tin bằng cách xây dựng những bức tường lửa quốc gia nhằm kiểm soát chặt chẽ luồng thông tin xuyên biên giới, mặc dù điều này bị coi là đi ngược lại với nguyên tắc về tự do thông và đặt ra những lo ngại về sự phân mảnh của không gian mạng toàn cầu. Một trong những thách thức lớn mà các quốc gia phải đối mặt hiện nay là thiếu cơ chế pháp lý hiệu quả để điều chỉnh hành vi xuyên biên giới trong không gian số.

Khác với các cuộc tấn công quân sự truyền thống, nơi nguồn gốc của cuộc tấn công thường có thể được xác định tương đối rõ ràng, các chiến dịch thông tin thường được thực hiện thông qua các nền tảng số với các kỹ thuật che giấu khiến việc quy kết chính xác trách nhiệm trở nên cực kỳ khó khăn. Nga đã thể hiện khả năng tinh vi trong việc sử dụng các tác nhân đa dạng, tài khoản ẩn danh và kỹ thuật phức tạp để che giấu vai trò của mình trong các chiến dịch thông tin. Tại mục 2.2.1, tác giả đã làm rõ cấu trúc đa tầng trong cách Nga sử dụng nền tảng số cho phép phủ nhận hợp lý khi có vấn đề nảy sinh và khó quy kết trách nhiệm một cách cụ thể.

Sự ra đời của Công ước Hà Nội về chống tội phạm mạng được thông qua bởi Đại hội đồng Liên Hợp Quốc vào ngày 24-12-2024 và mở ký kết từ ngày 25 - 26 - 10-2025 tại Hà Nội cùng Hội nghị Cấp cao đã quy tụ hơn 2.500 đại biểu đến từ hơn 110 quốc gia, cùng đại diện hơn 100 tổ chức đa phương. Công ước Hà Nội đã đánh dấu những nỗ lực đầu tiên trong thiết lập khung pháp lý toàn cầu nhằm tạo ra những ràng buộc để giải quyết những hành vi phạm tội trên không gian mạng. Công ước nhấn mạnh cơ chế hợp tác quốc tế trong điều tra, chia sẻ thông tin và xử lý bằng chứng điện tử, góp phần thu hẹp khoảng trống thực thi mà các tác nhân gây rối có thể lợi dụng để che giấu hoặc phủ nhận trách nhiệm. Tuy nhiên, ông John Brandolio, đại diện Cơ quan Phòng chống Ma tuý và Tội phạm của Liên Hợp Quốc

(UNODC) cũng nhấn mạnh rằng: Việc đàm phán Công ước mới chỉ là bước khởi đầu, giờ đây, nhiệm vụ của các nước là cùng nhau hướng tới cột mốc tiếp theo - Công ước có hiệu lực [2].

Hơn nữa, các vấn đề pháp lý và đạo đức nảy sinh từ chiến tranh thông tin không chỉ liên quan đến các tác nhân nhà nước mà còn liên quan đến vai trò của các công ty công nghệ, trách nhiệm của các nhà báo và giới truyền thông, cũng như quyền và nghĩa vụ của công dân trong việc tiêu thụ và phát tán thông tin. Các công ty vận hành những nền tảng mà qua đó các chiến dịch thông tin được phát tán, nhưng trách nhiệm pháp lý của họ vẫn còn mơ hồ. Các nền tảng này thường được miễn trừ trách nhiệm đối với nội dung do người dùng tạo ra [156]. Tuy nhiên, việc các nền tảng này ngày càng tích cực tham gia điều tiết nội dung, sử dụng thuật toán để xác định nội dung nào được hiển thị cho người dùng và khả năng khuếch đại hoặc hạn chế phạm vi tiếp cận của nội dung [62, tr.4][156] đã đặt câu hỏi lớn về việc có nên tiếp tục được hưởng sự miễn trừ trách nhiệm cho các tổ chức này hay không. Các bên vận hành nền tảng cũng đã phải đối mặt với áp lực từ các chính phủ để ngăn chặn tuyên truyền của đối thủ nhưng việc tuân thủ những yêu cầu này lại đặt ra nguy cơ biến các nền tảng số thành công cụ kiểm duyệt quá mức của nhà nước và vi phạm các giá trị tự do và dân chủ [90][151].

Trách nhiệm của các cá nhân trong việc phát tán thông tin cũng đặt ra những vấn đề đạo đức và pháp lý đáng quan tâm. Một số quốc gia đã cố gắng áp dụng các biện pháp pháp lý để trừng phạt việc phát tán thông tin giả, nhưng những nỗ lực này thường gặp phải những thách thức về mặt thực thi và lo ngại về việc có thể gây ra hiệu ứng tiêu cực đối với quyền tự do ngôn luận.

3.1.6. Vấn đề về vai trò của báo chí và truyền thông

Báo chí truyền thống luôn là người gác cổng của thông tin, có trách nhiệm xác minh sự thật, kiểm chứng nguồn tin và cung cấp những phân tích có chiều sâu về các sự kiện quan trọng. Chủ tịch Hồ Chí Minh luôn nhấn mạnh vai trò quan trọng của người làm báo: “Nói đến báo chí trước hết phải nói đến những người làm báo”, “Cán bộ báo chí cũng là chiến sĩ cách mạng. Cây bút, trang giấy là vũ khí sắc

bén của họ", "Tờ báo chỉ là giấy trắng mực đen mà thôi. Nhưng với giấy trắng mực đen ấy, người ta có thể viết những bức tối hậu thư" [1]. Tuy nhiên, sự xuất hiện của các nền tảng số và những thách thức mới từ chiến tranh thông tin đã đặt ra những yêu cầu ngày càng cao đối với năng lực chuyên môn của các cơ quan báo chí, đồng thời, bộc lộ những hạn chế đáng kể trong khả năng ứng phó của nhiều tổ chức truyền thông trước các chiến dịch thông tin sai lệch tinh vi.

Nhu cầu về tốc độ của tin tức trong thời đại số đã tạo ra một áp lực lớn đối với các tiêu chuẩn báo chí truyền thống. Các tổ chức báo chí trải qua quy trình kiểm chứng, biên tập và phê duyệt, khiến họ luôn bị chậm hơn trong cuộc đua thông tin. Sự cạnh tranh để đưa tin nhanh nhất được thúc đẩy bởi nhu cầu tạo ra lưu lượng truy cập trực tuyến và tương tác đã khuyến khích một số cơ quan báo chí đánh đổi mức độ chính xác lấy tốc độ đưa tin. Việc giản lược quy trình biên tập của báo chí truyền thống cũng đối mặt với nhiều rủi ro trong bối cảnh chiến tranh thông tin, nơi những thông tin chưa được kiểm chứng có thể nhanh chóng lan truyền và trở thành một phần của tường thuật trước khi có thể được điều chỉnh hoặc xác minh, làm rõ. Nghiên cứu của Shapiro và cộng sự (2013) về Verification as a Strategic Ritual (Kiểm chứng như một cách thức chiến lược) đã chỉ ra rằng các tiêu chuẩn kiểm chứng nghiêm ngặt của báo chí chuyên nghiệp, vốn là điểm mạnh trong thời bình, lại có thể trở thành điểm yếu trong bối cảnh chiến tranh thông tin [129].

Những phân tích tại Chương 2 cũng làm sáng tỏ vai trò của nền tảng số trong việc thay đổi căn bản cấu trúc quyền lực của hệ sinh thái thông tin và đặt ra câu hỏi về vai trò của báo chí truyền thống. Tại mục 2.3.1.1, tác giả đã chỉ ra sự điều chỉnh với mô hình gác cổng, thêm vào đó, liên quan tới xung đột Nga - Ukraine, những tổ chức truyền thông có nguồn lực hạn chế thường phải phụ thuộc vào các nguồn thông tin thứ cấp và gặp nhiều khó khăn trong việc cử phóng viên đến hiện trường để xác minh độc lập các thông tin.

Ở mục 2.3.2.4 các phân tích cũng chỉ ra rằng báo chí truyền thống vẫn giữ một số lợi thế đặc biệt bởi sở hữu độ tin cậy được xây dựng qua thời gian và các tiêu chuẩn nghề nghiệp về kiểm chứng thông tin. Ví như trường hợp liên quan tới

vụ rơi máy bay MH17 vào ngày 17-7-2014 từ Amsterdam, Hà Lan tới Kuala Lumpur, Malaysia của hãng hàng không Malaysia Airlines cho thấy, việc phát tán nhiều phiên bản mâu thuẫn có thể hiệu quả ngắn hạn nhưng làm tổn hại độ tin cậy trong dài hạn với chủ thể tiến hành.

Các chiến dịch thông tin trên các nền tảng số ngày càng áp dụng những kỹ thuật tinh vi đòi hỏi những kỹ năng chuyên môn về công nghệ và phân tích dữ liệu mà nhiều nhà báo truyền thống chưa được đào tạo. Mặc dù một số tổ chức báo chí lớn đã đầu tư vào việc xây dựng các đội ngũ chuyên biệt về kiểm chứng sự thật và phân tích thông tin số, tuy nhiên, có một số lượng không nhỏ các cơ quan báo chí, đặc biệt là ở các nước đang phát triển, vẫn thiếu những năng lực này.

Sự phụ thuộc của báo chí vào các nền tảng số để phân phối nội dung cũng tạo ra những thách thức về tính độc lập và quyền kiểm soát. Điều này có thể tạo ra những xung đột lợi ích, khi các quyết định biên tập có thể bị ảnh hưởng bởi những gì được thuật toán ưu tiên thay vì những gì thực sự quan trọng với lợi ích công. Hơn nữa, việc các nền tảng này nắm giữ phần lớn dữ liệu về hành vi trực tuyến của người dùng và các mô hình lan truyền thông tin đã tạo ra sự bất cân xứng thông tin, nơi các tổ chức báo chí khó có thể hiểu đầy đủ về cách thức nội dung của họ được tiêu thụ và chia sẻ, cũng như cách thức các chiến dịch thông tin sai lệch hoạt động trong cùng một hệ sinh thái

3.2. Bài học kinh nghiệm và khuyến nghị

Những phân tích về cách thức triển khai chiến tranh thông tin thông qua dữ liệu thu thập được trong trường hợp Nga - Ukraine tại Chương 2 đã góp phần làm rõ hơn vai trò của nền tảng số trong kỷ nguyên mới, một phiên bản xã hội 5.0 trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 [11]. Đặt trong bối cảnh của một cuộc xung đột vũ trang có quy mô lớn nhất châu Âu kể từ sau Thế chiến II, những đặc trưng nổi trội trong hệ sinh thái thông tin số đã bộc lộ rõ rệt tính hai mặt khi vừa là lợi thế, vừa là yếu điểm bởi cho các bên liên quan. Sự kiện này đã tạo ra một phòng thí nghiệm tự nhiên quý giá trong việc tổ chức thử nghiệm/thực nghiệm và phân tích bản chất của truyền thông số trong bối cảnh địa chính trị căng thẳng. Tại mục 3.2,

tác giả không chủ đích liệt kê các bài học mà nỗ lực mang đến những phân tích mang tính tổng quan về vai trò của nền tảng số, từ đó, gợi mở hướng vận dụng phù hợp với bối cảnh Việt Nam hiện nay.

3.2.1. Nhận thức sâu sắc vai trò của nền tảng số trong chiến tranh thông tin

Trong cách hiểu của đại đa số công chúng, nền tảng số được xem là công cụ, phương tiện trung gian để phục vụ mục đích trao đổi, kết nối và truyền thông. Cách hiểu này phù hợp với góc nhìn của một công dân nhưng chưa phản ánh toàn diện và theo kịp sự phát triển của các nền tảng số hiện nay. Những phân tích từ trường hợp Nga - Ukraine trong chương 2 cho thấy, nền tảng số không dừng ở vai trò của một công cụ truyền thông đơn thuần, mà đang vận hành như một môi trường không gian xã hội - kỹ thuật với những tiêu chuẩn cộng đồng và quy tắc vận hành riêng và buộc bất kỳ chủ thể nào tham gia đều phải chấp nhận và thích ứng.

Nhận thức được sự khác biệt căn bản giữa công cụ và môi trường sẽ giúp người dùng và các bên liên quan tham gia hoạt động trên nền tảng số có trách nhiệm và đưa ra những quyết định đúng đắn hơn. Công cụ phục vụ người sử dụng, môi trường định hình người tham gia. Khi Nga sử dụng nền tảng số để phát tán thông điệp, họ không chỉ dùng một kênh truyền thông mà đang tham gia vào một hệ sinh thái với các định dạng nội dung, cách thức tương tác và các thuật toán mang tính kiểm soát hoặc lan truyền thông tin phù hợp. Một bài đăng đạt hàng triệu lượt xem không nhất thiết vì nó đúng hay quan trọng hơn, mà vì nó được thiết kế phù hợp và được cho phép lan truyền trên nền tảng đó: trực quan, ngắn gọn, khơi gợi phản ứng cảm xúc, kích thích "shadow" (bóng tối nội tâm).

Khi coi nền tảng số là công cụ, chúng ta đã vô tình rơi vào vùng xám và hình thành suy nghĩ về khả năng kiểm soát: chọn công cụ phù hợp, sử dụng đúng cách, sẽ đạt được kết quả mong muốn. Nhưng khi nhận định nền tảng số là môi trường, chúng ta buộc phải đối mặt với một thực tế phức tạp hơn: môi trường không thuộc và không dành riêng cho bất kỳ ai, bất kỳ bên nào một cách hoàn toàn và có thể thay đổi theo những cách nằm ngoài dự đoán. YouTube có thể cấm RT, Sputnik chỉ trong vài ngày, thuật toán có thể thay đổi và làm sụp đổ chiến lược phân phối nội

dung đã được xây dựng công phu, một hashtag có thể bị chiếm đoạt bởi hệ thống bot phức tạp hay các hashtag xu hướng.

Trong bối cảnh Việt Nam hiện nay, Việt Nam cần xây dựng những chính sách pháp phù hợp, những chiến lược phòng ngừa - ứng phó đa tầng cùng với sự phối kết hợp chặt chẽ giữa công cụ pháp lý - hạ tầng kỹ thuật - truyền thông xã hội thông qua: nâng cao nhận thức của công chúng trước những vấn nạn tin giả và thao túng thông tin, nâng cao năng lực tự chủ thông tin và xây dựng nền tảng số của Việt Nam, tăng cường khả năng dự báo và ứng phó với những hoạt động tội phạm mạng xuyên biên giới.

3.2.2. Nhận thức đầy đủ hạn chế, bất cập của chiến tranh thông tin trong nền tảng số

Phân tích tại Chương 2 cho thấy nền tảng số đóng vai trò kép trong cuộc chiến thông tin vừa là công cụ trao quyền, vừa là nguồn tạo ra sự phụ thuộc, từ đó, cần nhận thức đầy đủ về tính chất hai mặt này trước khi xây dựng bất kỳ chiến lược nào dựa trên nền tảng số.

Nền tảng số cung cấp khả năng xóa nhòa ranh giới địa lý và phân cấp nguồn tin chính thức và phi chính thức. Bất kỳ cá nhân hay tổ chức nào cũng có thể tham gia những điểm nút trong mạng lưới chia sẻ, lan truyền và khuếch đại thông tin chỉ với thiết bị thông minh và kết nối internet. Một nhóm thông tin khởi đầu tự phát, có thể sở hữu lượng theo dõi và ảnh hưởng ngang tầm với các cơ quan truyền thông chính thức.

Ở chiều ngược lại, nền tảng số cũng tạo ra sự lệ thuộc bởi sở hữu lượng người dùng đông đảo, theo dữ liệu của Digital Report năm 2024, danh tính người dùng mạng xã hội hoạt động đã vượt mức 5 tỷ người dùng, tương đương 62,3% dân số thế giới, với thời lượng sử dụng 2 giờ 23 phút mỗi ngày [6]. Nga mất đi nhiều nền tảng với khả năng tiếp cận quan trọng chỉ trong một thời gian ngắn sau khi các kênh truyền thông bị vô hiệu hóa tài khoản trên YouTube, bị giới hạn nội dung đăng tải trên Facebook và Twitter/X. Việc chuyển sang các nền tảng thay thế là bắt buộc, nhưng mỗi lần chuyển đổi đều yêu cầu điều chỉnh và bỏ ngỏ khả năng hiệu quả. Có

thể nói, khả năng trao quyền của nền tảng số luôn đi kèm với khả năng có thể bị thu hồi bất cứ lúc nào bởi bên sở hữu hoặc các bên đủ khả năng chi phối nền tảng.

Vai trò khuếch đại cũng cần đặc biệt chú ý, tuy nhiên, có thể là sai lầm nếu đề cao quá mức đặc tính này và coi chúng như thứ vũ khí có khả năng thay đổi nhận thức của hàng triệu người chỉ bằng các thao tác kĩ thuật đơn giản. Phân tích trường hợp Nga - Ukraine tại mục 2.2.2 cung cấp bằng chứng thực chứng để điều chỉnh lại kỳ vọng này. Vai trò khuếch đại của nền tảng số được phát huy tối đa với những nội dung được địa phương hóa để phù hợp với tính lịch sử và thời đại của quốc gia, sắc tộc, tôn giáo, kết nối với những mối quan tâm đặc thù của từng đối tượng. Những thủ thuật từng hiệu quả, dần mất tác dụng khi công chúng trở nên quen thuộc và tìm kiếm những mối quan tâm khác. Cũng vì vậy, phía Nga phải không ngừng nâng cấp kho công cụ, không phải để đi trước mà tránh việc suy giảm hiệu quả. Cần lưu ý rằng, nền tảng số có thể khuếch đại, có thể kích hoạt, có thể định hướng nhưng không thể ngẫu nhiên tạo ra những tâm lý và niềm tin chưa tồn tại. Ở những nơi không có địa lợi như Tây Âu, với cùng một chiến lược, cùng một nguồn lực, Nga phải chấp nhận một kết quả hạn chế hơn đáng kể so với châu Phi hay Mỹ Latinh.

Tính bền vững của nền tảng số cũng đề ra những giới hạn bởi những chiến lược gây nhiễu loạn thông tin có thể đạt được những hiệu quả vượt trội trong thời gian triển khai nhưng cũng bị lưu vết và trở thành những dữ liệu lịch sử cho những cáo buộc trong tương lai. Sự nhất quán và độ tin cậy vẫn là yếu tố quyết định trong các hoạt động thông tin của các chủ thể, đặc biệt là các chủ thể nhà nước.

Những giới hạn kể trên không làm nền tảng số đánh mất vị thế quan trọng mà càng củng cố tính hiệu quả theo từng thời điểm và cách thức triển khai. Nền tảng số không chỉ là chiến trường cho các bên tham gia giao tranh và triển khai các chiến lược/chiến thuật mà còn có thể là vũ khí của các bên sở hữu/kiểm soát nền tảng. Tuy nhiên, nếu không biết tận dụng những ưu thế trên chiến trường hay phóng đại quá mức sức mạnh của vũ khí đang sở hữu, chủ thể sử dụng sẽ đối mặt với sự mất tín nhiệm và đánh mất niềm tin tập thể.

3.2.3. Xử lý biện pháp kĩ thuật để kiểm soát thông tin và xây dựng sức đề kháng thông tin

Nếu như những nhận định tại mục 3.2.2 đã tiếp cận tới giới hạn trong việc sử dụng nền tảng số trong tấn công, câu hỏi được đặt ra tiếp theo là làm thế nào để phòng thủ hiệu quả? Phân tích trường hợp Nga - Ukraine tại mục 2.2 và 2.3 cũng gợi ý một hướng đi đáng chú ý với việc chuyển từ phát triển mô hình kiểm soát sang xây dựng cơ chế miễn dịch.

Mô hình kiểm soát dựa trên giả định rằng, có thể ngăn chặn thông tin xấu tiếp cận công chúng thông qua các biện pháp kỹ thuật và pháp lý: chặn trang web, gỡ nội dung, xử lý vi phạm,…. Cách tiếp cận này có hiệu quả nhất định trong môi trường truyền thông truyền thống với cổng kiểm soát rõ ràng nhưng trong môi trường nền tảng số, nơi nội dung có thể được tạo ra và lan truyền với tốc độ và quy mô chưa từng có, khả năng kiểm soát đối mặt với những giới hạn và bất lợi rõ ràng, thậm chí còn tạo ra sự nghi ngờ, mất lòng tin của công chúng khi những tin tức đã xuất hiện nhưng đột nhiên bốc hơi hàng loạt.

Xây dựng cơ chế miễn dịch cho cộng đồng để phòng ngừa và thích ứng với tin giả hay tin xấu độc lại xuất phát từ logic khác. Trong trường hợp của Nga, thay vì chỉ chặn hoặc hạn chế tiếp cận với thông tin nước ngoài qua việc chặn các nền tảng số, Nga cho thấy khả năng điều hướng, định hình dư luận bằng việc đưa ra các phân tích và phản bác chi tiết đối với các tường thuật phương Tây, giúp công dân có công cụ để đánh giá và từ chối các thông điệp không phù hợp với lợi ích quốc gia. Cách tiếp cận này tạo ra cơ chế miễn dịch chủ động thay vì chỉ dựa vào việc cách ly khỏi thông tin bên ngoài. Hiệu quả trong các biện pháp của Nga phần nào được minh chứng qua kết quả khảo sát của Wicom công bố ngày 24-2-2024 cho thấy, có tới 65% người Nga tiếp tục ủng hộ hoạt động quân sự [166] dù phải đối mặt với làn sóng thông tin ngược chiều từ phương Tây.

Ngoài ra, giáo dục, truyền thông và nâng cao nhận thức về tin giả nhằm xây dựng hàng rào miễn dịch là nền tảng của sức đề kháng thông tin dài hạn, làm giảm thiểu các tác động của thông điệp thông tin sai lệch. Nga đã thể hiện khả năng xây

dựng một mức độ sức đề kháng thông tin đáng kể trong xã hội nội bộ, giúp duy trì sự ổn định và ủng hộ cho chính sách của chính phủ trong suốt thời gian xung đột, gắn kết các sự kiện hiện tại với những ký ức tập thể và giá trị dân tộc sâu sắc. Đồng thời, thông qua các chương trình giáo dục lịch sử, các hoạt động văn hóa quốc gia và các chương trình truyền thông đại chúng, Mát-xcơ-va đã hình thành nên một nền tảng nhận thức chung trong xã hội, giúp công dân có khung tham chiếu để đánh giá các sự kiện hiện tại. Việc tích hợp trong giáo dục chính quy, cùng với các chương trình nâng cao nhận thức về các mối đe dọa từ thông tin đã góp phần tạo ra công chúng Nga có khả năng nhận diện và phản kháng với các chiến dịch ảnh hưởng từ nước ngoài.

Việt Nam có thể học hỏi từ thực tiễn của Nga thay vì chỉ dựa vào các biện pháp mang tính hạn chế tiếp cận, Việt Nam nên hướng tới xây dựng các đội ngũ chuyên gia có khả năng phân tích, làm rõ và phản bác kịp thời các thông tin sai lệch, đồng thời cung cấp cho công chúng những thông tin chính xác, đầy đủ về các vấn đề quan trọng. Việc phát triển các tổ chức kiểm chứng sự thật chuyên nghiệp, minh bạch và đáng tin cậy cũng là hướng đi cần thiết để tăng cường sức đề kháng thông tin của xã hội Việt Nam trong dài hạn.

Trong tầm nhìn dài hạn, việc xây dựng hàng rào miễn dịch để tạo dựng sức đề kháng thông tin của xã hội có những thuận lợi đặc biệt từ di sản lịch sử và văn hóa phong phú. Truyền thống yêu nước, tinh thần đoàn kết dân tộc qua các cuộc kháng chiến chống ngoại xâm và những thành tựu của công cuộc đổi mới là những nền tảng vững chắc để xây dựng sức đề kháng thông tin. Tuy nhiên, trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế sâu rộng, đặc biệt là với thế hệ trẻ tiếp cận nhiều với văn hóa và thông tin trên không gian mạng, Việt Nam cần có cách tiếp cận mới trong việc truyền tải các giá trị dân tộc. Việc kết hợp giữa bảo tồn bản sắc văn hóa truyền thống với sự cởi mở, hiện đại trong cách thức truyền đạt là yêu cầu cần thiết để các giá trị này có thể tiếp cận và tạo được khả năng lan tỏa tới công chúng đương đại, đặc biệt là thế hệ trẻ. Mặc dù các chương trình giáo dục hiện tại đã có những nội dung về lịch sử, văn hóa và giáo dục công dân, việc bổ sung các kỹ năng cụ thể

về nhận biết thông tin sai lệch, đánh giá độ tin cậy của nguồn thông tin và kỹ năng tư duy phản biện trong môi trường số vẫn chưa được chú trọng đầy đủ. Các chương trình giáo dục cần được thiết kế phù hợp với từng độ tuổi, sử dụng các phương pháp học tập tích cực kết hợp với các ví dụ thực tế và nhân vật cụ thể để giúp học sinh, sinh viên phát triển năng lực tự bảo vệ mình trước thông tin sai lệch. Ngoài ra, các chương trình giáo dục công chúng về an ninh thông tin cũng nên được xem xét triển khai rộng rãi cho người dân ở mọi lứa tuổi, đặc biệt chú trọng đến các nhóm dễ bị tổn thương như trẻ em, trẻ lứa tuổi vị thành niên, người cao tuổi và người dân ở vùng sâu, vùng xa có trình độ học vấn hạn chế.

3.2.4. Nghiên cứu xây dựng chiến lược thông tin quốc gia và bảo vệ không gian thông tin

Kinh nghiệm từ việc triển khai chiến tranh thông tin trong cuộc xung đột Nga - Ukraine cho thấy xây dựng một chiến lược thông tin quốc gia toàn diện là tầm nhìn chiến lược trong việc thích ứng và chủ động điều chỉnh thích ứng với chiến tranh thông tin hiện đại, với sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan chính phủ, khu vực tư nhân, xã hội dân sự và giới truyền thông, có hệ thống và được thể chế hóa rõ ràng.

Nga đã phát triển một khung chiến lược toàn diện tích hợp chiến tranh thông tin như một thành phần cốt lõi trong học thuyết an ninh quốc gia, được thể hiện qua các văn kiện chính thức như Học thuyết An ninh Thông tin của Liên bang Nga và được triển khai thông qua các cơ cấu tổ chức chuyên trách. Việc tích hợp này cho phép Mát-xcơ-va phối hợp hiệu quả giữa các cơ quan nhà nước, từ Bộ Quốc phòng, cơ quan tình báo đến các kênh truyền thông quốc doanh, tạo nên một hệ thống hoạt động đồng bộ và có mục tiêu rõ ràng, cho phép triển khai hoạt động thông tin ở cả cấp độ chiến lược và chiến thuật một cách linh hoạt. Ở cấp chiến lược, Nga đã xây dựng các tường thuật dài hạn về vị thế của mình trong trật tự thế giới, vai trò lịch sử và các mối đe dọa từ phương Tây, tạo nền tảng cho các hoạt động thông tin cụ thể. Ở cấp chiến thuật, Mát-xcơ-va thể hiện khả năng ứng phó nhanh chóng với các diễn biến hàng ngày, điều chỉnh thông điệp và phương pháp cho phù hợp với từng đối

tượng mục tiêu khác nhau. Sự kết hợp này đã tạo ra một hệ thống chiến tranh thông tin có độ bền cao, không chỉ dựa vào các chiến dịch ngắn hạn mà còn xây dựng được những ảnh hưởng lâu dài trong nhận thức công chúng.

Khả năng chủ động định hình tường thuật thay vì chỉ phản ứng với các chiến dịch thông tin của đối thủ đòi hỏi các quốc gia phải phát triển năng lực truyền thông chiến lược, có khả năng tạo ra và phổ biến các thông điệp nhất quán, có sức thuyết phục trên nhiều nền tảng và ngôn ngữ khác nhau. Chiến lược thông tin cần được xây dựng dựa trên các giá trị và lợi ích cốt lõi của quốc gia, đồng thời linh hoạt điều chỉnh thông điệp cho phù hợp với từng đối tượng mục tiêu và bối cảnh văn hóa khác nhau.

Cuối cùng, chiến lược thông tin quốc gia cần kết hợp với tầm nhìn dài hạn và khả năng thích ứng với những thay đổi nhanh chóng của công nghệ và môi trường thông tin. Kinh nghiệm từ các bên trong xung đột cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của khả năng thích ứng nhanh chóng trong hoạt động chiến tranh thông tin. Đầu tư vào nghiên cứu và phát triển về các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo, phân tích dữ liệu lớn và công nghệ blockchain có thể cung cấp những bước tiến mới trong cách hoạt động thông tin. Đồng thời, chiến lược cần được đánh giá và cập nhật thường xuyên dựa trên bài học kinh nghiệm và những thách thức mới nổi. Việc xây dựng quan hệ đối tác quốc tế trong lĩnh vực này cũng vô cùng quan trọng, cho phép chia sẻ thông tin tình báo, phương pháp tốt nhất và hỗ trợ lẫn nhau trong việc đối phó với các chiến dịch thông tin xuyên biên giới.

Trong bối cảnh Việt Nam đang đẩy mạnh chuyển đổi số và hội nhập quốc tế sâu rộng, không gian thông tin quốc gia ngày càng mở rộng và phức tạp, đòi hỏi một chiến lược có khả năng vừa bảo vệ an ninh thông tin vừa phát huy các giá trị văn hóa, lịch sử dân tộc trong môi trường toàn cầu hóa. Mặc dù Việt Nam đã có những định hướng về bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng và an ninh thông tin quốc gia được thể hiện trong các nghị quyết và chỉ thị, tuy nhiên, việc xây dựng một chiến lược thông tin quốc gia toàn diện, được thể chế hóa rõ ràng với các cơ chế phối hợp liên ngành hiệu quả vẫn là yêu cầu cấp thiết. Việc nghiên cứu kinh nghiệm

của Nga trong việc xây dựng khung chiến lược và cơ chế phối hợp liên ngành có thể cung cấp những tham chiếu hữu ích với sự điều chỉnh cho phù hợp với đặc thù chính trị, văn hóa và xã hội của Việt Nam.

Ngoài ra, việc Nga có tiến hành các hoạt động cảnh báo, chia sẻ thông tin về các mối đe dọa và phối hợp phản ứng giữa các bên liên quan đã giúp phát hiện và vô hiệu hóa nhiều chiến dịch thông tin, thao túng cũng là những tham chiếu đáng học hỏi. Bảo vệ không gian thông tin không nhất thiết phải thông qua kiểm duyệt chặt chẽ mà có thể đạt được thông qua việc tăng cường minh bạch, trách nhiệm giải trình của các nền tảng và nâng cao năng lực của công dân trong việc nhận biết thông tin sai lệch. Trong cuộc xung đột Nga - Ukraine, Nga đã đầu tư đáng kể vào các công cụ và đơn vị chuyên trách về chiến tranh thông tin, trong khi các nước phương Tây đã hỗ trợ phát triển các tổ chức nghiên cứu độc lập và công cụ phân tích dữ liệu mạng xã hội.

Việt Nam trong những năm gần đây đã có những bước tiến đáng kể trong việc xây dựng khung pháp lý về an ninh mạng và bảo vệ không gian thông tin. Tuy nhiên, Việt Nam vẫn còn nhiều khoảng trống cần hoàn thiện, đặc biệt là về năng lực kỹ thuật trong việc giám sát và phân tích môi trường thông tin số quy mô lớn. Việc đầu tư xây dựng các đơn vị hoặc trung tâm giám sát an ninh thông tin có năng lực cao, sử dụng công nghệ tiên tiến để phát hiện sớm và chống tin giả hay các chiến dịch thông tin sai lệch và các mối đe dọa từ bên ngoài là yêu cầu cấp thiết. Đồng thời, Việt Nam cần phát triển các cơ chế phối hợp giữa các cơ quan chức năng và các cơ quan báo chí, doanh nghiệp công nghệ, để tạo nên một hệ thống bảo vệ không gian thông tin đồng bộ và hiệu quả.

Việc Nga thành công trong việc duy trì một không gian thông tin nội bộ tương đối ổn định trong suốt xung đột, bất chấp áp lực và các biện pháp kĩ thuật từ bên ngoài, cũng cho thấy tầm quan trọng của việc xây dựng các nền tảng và dịch vụ thông tin nội địa. Các nền tảng do Nga phát triển đã cung cấp các lựa chọn thay thế cho các nền tảng phương Tây, giảm thiểu sự phụ thuộc và tăng cường khả năng tự chủ. Đối với Việt Nam, mặc dù các nền tảng mạng xã hội nước ngoài đang chiếm

lĩnh thị trường, việc phát triển các nền tảng nội địa vẫn là định hướng quan trọng. Các nền tảng như Zalo đã cho thấy tiềm năng nhưng cần tiếp tục đầu tư để nâng cao chất lượng, tính cạnh tranh và khả năng đáp ứng nhu cầu đa dạng của người dùng, từ đó giảm thiểu sự phụ thuộc quá mức vào các nền tảng nước ngoài.

3.2.5. Xử lý khủng hoảng truyền thông trong môi trường số

Nga đã thể hiện khả năng kiểm soát tường thuật cách hiệu quả thông qua việc phối hợp chặt chẽ giữa các kênh truyền thông nhà nước chính thức, phi chính thức, người có ảnh hưởng để tạo ra một thông điệp thống nhất và nhất quán được truyền tải qua nhiều nền tảng khác nhau. Việc thiết lập các quy trình phản ứng nhanh và khả năng truyền tải thông tin đồng bộ cho phép định hình nhận thức trong nước về xung đột. Tuy nhiên, cách tiếp cận này cũng bộc lộ hạn chế khi thiếu tính linh hoạt và khả năng thuyết phục đối với các đối tượng quốc tế đã có những nguồn thông tin thay thế.

Mát-xcơ-va thường xuyên đưa ra các thông điệp và giải thích về các diễn biến trước khi phía đối phương có thể xây dựng tường thuật của riêng họ, từ đó chiếm lĩnh không gian thông tin và tạo ra khung nhận thức cho công chúng. Việc sử dụng đa dạng các kênh truyền thông, từ các phát ngôn chính thức của chính phủ, các chương trình tin tức trên truyền hình đến nội dung trên mạng xã hội, đã giúp Nga tiếp cận nhiều phân khúc công chúng khác nhau và tăng cường độ phủ sóng của thông điệp. Trong nhiều tình huống, bên nào chiếm lĩnh không gian thông tin trước thường có lợi thế trong việc định hình nhận thức ban đầu, ngay cả khi thông tin được cung cấp chưa hoàn toàn đầy đủ.

Tuy nhiên, tốc độ cần được cân bằng với tính chính xác để tránh tình trạng phải điều chỉnh hoặc rút lại thông tin, điều có thể làm tổn hại đến uy tín. Việc thiết lập các quy trình kiểm chứng nhanh và các cơ chế đánh giá rủi ro trong truyền thông khủng hoảng là yếu tố cần thiết.

Nga cũng thể hiện khả năng điều chỉnh thông điệp cho phù hợp với từng đối tượng mục tiêu khác nhau. Trong nước, trọng tâm là duy trì tinh thần dân tộc, biện minh cho hành động quân sự và tạo dựng hình ảnh về một cuộc chiến chính nghĩa

bảo vệ lợi ích quốc gia. Đối với công chúng quốc tế, đặc biệt tại các thị trường như châu Phi, Trung Đông và một số nước châu Á, Nga tập trung vào việc phê phán chính sách của phương Tây, nhấn mạnh chủ đề về chủ quyền quốc gia và trật tự thế giới đa cực. Việc sử dụng các kênh ngôn ngữ, cùng với khả năng tạo ra nội dung phù hợp với bối cảnh văn hóa địa phương, đã giúp Mát-xcơ-va mở rộng phạm vi ảnh hưởng và duy trì sự ủng hộ tại nhiều khu vực trên thế giới.

Kinh nghiệm của Nga cũng cho thấy tầm quan trọng của việc xây dựng cơ sở hạ tầng truyền thông vững chắc trước khi khủng hoảng xảy ra. Việc đầu tư vào việc phát triển các kênh truyền thông có khả năng tiếp cận dư luận quốc tế cũng như tận dụng các nền tảng số đa dạng đã tạo ra một hệ thống truyền thông có khả năng tiến hành các hoạt động thông tin hiệu quả trong mọi tình huống. Việt Nam có thể học hỏi từ cách tiếp cận này bằng cách coi xây dựng năng lực truyền thông quốc tế như một chiến lược đầu tư dài hạn, không chỉ là một công cụ được sử dụng khi cần thiết mà là một năng lực cần được xây dựng và duy trì liên tục.

Tiểu kết chương 3

Trên cơ sở kết quả phân tích thực trạng ở Chương 2, Chương 3 đã khái quát những vấn đề đặt ra từ việc sử dụng nền tảng số trong chiến tranh thông tin của Nga trong cuộc xung đột Nga - Ukraine giai đoạn 2022-2025. Đồng thời, chương rút ra các bài học kinh nghiệm và gợi mở hướng vận dụng đối với Việt Nam.

Về những vấn đề đặt ra, chương đã làm rõ sáu vấn đề chính. Thứ nhất, nền tảng số mang cấu trúc quyền lực riêng, trong đó quyền quyết định cuối cùng thuộc về bên sở hữu và kiểm soát nền tảng. Thứ hai, các đặc tính cốt lõi của nền tảng số vừa tạo ra lợi thế vừa chứa đựng rủi ro, và không phải là đặc quyền riêng của bất kỳ bên nào. Thứ ba, chi phí duy trì hoạt động thông tin có xu hướng tăng trong khi hiệu quả suy giảm theo thời gian và phụ thuộc vào bối cảnh xã hội - văn hóa - chính trị, đặt ra bài toán về tính bền vững. Thứ tư, tính xuyên biên giới của nền tảng số làm xóa nhòa ranh giới địa lý và pháp lý, tạo ra "vùng xám" thách thức an ninh quốc gia và chủ quyền số. Thứ năm, khó khăn trong quy kết trách nhiệm, sự mơ hồ về trách nhiệm pháp lý của các công ty nền tảng và nguy cơ xung đột giữa quản lý thông tin

với quyền tự do ngôn luận cho thấy những khoảng trống đáng kể về pháp lý và đạo đức. Thứ sáu, báo chí truyền thống chịu sức ép về tốc độ, thiếu hụt năng lực công nghệ và phụ thuộc vào nền tảng số trong phân phối nội dung, đòi hỏi phải đổi mới vai trò và năng lực ứng phó.

Từ những vấn đề đó, tác giả rút ra năm nhóm bài học kinh nghiệm. Một là, cần nhận thức nền tảng số không chỉ là công cụ mà là môi trường xã hội - kỹ thuật có quy tắc vận hành riêng, buộc mọi chủ thể tham gia phải thích ứng. Hai là, cần nhận thức đầy đủ các giới hạn của chiến tranh thông tin trên nền tảng số: nền tảng có thể khuếch đại, kích hoạt và định hướng nhưng không thể tạo ra những tâm lý, niềm tin chưa tồn tại, và hiệu quả luôn phụ thuộc vào bối cảnh tiếp nhận. Ba là, trong phòng thủ thông tin, cần chuyển từ tư duy kiểm soát thuần túy sang xây dựng sức đề kháng thông tin của cộng đồng thông qua giáo dục, kiểm chứng và truyền thông chủ động. Bốn là, cần xây dựng chiến lược thông tin quốc gia có tính hệ thống, được thể chế hóa và phối hợp liên ngành, gắn với bảo vệ không gian thông tin và phát triển nền tảng nội địa. Năm là, cần chuẩn bị năng lực xử lý khủng hoảng truyền thông trong môi trường số, bảo đảm cân bằng giữa tốc độ và độ chính xác, đồng thời đầu tư dài hạn cho năng lực truyền thông quốc tế.

Những bài học này không nhằm sao chép mô hình của bất kỳ quốc gia nào mà cần được chọn lọc, điều chỉnh phù hợp với đặc thù chính trị, văn hóa, xã hội và điều kiện thực tiễn của Việt Nam.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

1. Kết luận

Luận văn đã tiến hành nghiên cứu một cách hệ thống vai trò của các nền tảng số với nghiên cứu cụ thể trường hợp ứng dụng Telegram trong chiến tranh thông tin do Nga tiến hành trong xung đột với Ukraine giai đoạn từ năm 2022 - 2025. Qua việc phân tích các khía cạnh khác nhau của hoạt động chiến tranh thông tin, nghiên cứu đã đi đến những kết luận quan trọng sau đây.

Thứ nhất, các nền tảng số đã trở thành công cụ chiến lược không thể thiếu trong chiến tranh thông tin hiện đại. Nga đã thể hiện khả năng khai thác hiệu quả các đặc điểm riêng biệt của từng nền tảng, từ mạng xã hội như Facebook, Twitter (X), Telegram cho đến các nền tảng chia sẻ video như YouTube và TikTok, nhằm tối đa hóa phạm vi tiếp cận và tác động của các chiến dịch thông tin. Sự phát triển của công nghệ số và sự phổ biến rộng rãi của các nền tảng này đã tạo ra một môi trường hoạt động hoàn toàn mới, nơi ranh giới giữa thông tin và tuyên truyền trở nên mờ nhạt, và khả năng định hình nhận thức công chúng được mở rộng đáng kể so với các phương tiện truyền thông truyền thống.

Thứ hai, Nga đã xây dựng một hệ thống chiến tranh thông tin đa tầng và toàn diện, có khả năng hoạt động hiệu quả ở nhiều cấp độ khác nhau. Ở cấp độ chiến lược, Mát-xcơ-va sử dụng các nền tảng số để định hình nhận thức toàn cầu về xung đột, xây dựng các tường thuật thay thế và tạo sự chia rẽ trong cộng đồng quốc tế. Ở cấp độ chiến thuật, các nền tảng này cho phép phản ứng nhanh chóng với các diễn biến hàng ngày và điều chỉnh thông điệp cho phù hợp với từng đối tượng mục tiêu. Sự kết hợp chặt chẽ giữa các hoạt động tác chiến tâm lý, chiến dịch gây ảnh hưởng và tấn công mạng đã tạo nên một hệ sinh thái thông tin phức tạp, trong đó các yếu tố kỹ thuật và tâm lý được tích hợp một cách hữu cơ.

Thứ ba, các nền tảng số đã thực hiện đồng thời hai vai trò, hoạt động tấn công và phòng thủ thông tin của Nga. Về mặt tấn công, Moscow đã thành công trong việc nhắm vào nhiều đối tượng khác nhau, từ công chúng Ukraine, dư luận các nước phương Tây cho đến các khu vực khác trên thế giới như châu Phi, Trung

Đông và châu Á. Về mặt phòng thủ, Nga đã xây dựng một hệ thống kiểm soát thông tin nội bộ tương đối hiệu quả thông qua việc quản lý các nền tảng số trong nước, hạn chế tiếp cận với các nguồn thông tin độc lập và tạo dựng một môi trường thông tin thuận lợi cho chính quyền.

Thứ tư, mặc dù đạt được những thành công nhất định, các hoạt động chiến tranh thông tin của Nga cũng phải đối mặt với nhiều thách thức và hạn chế. Sự phản ứng quyết liệt từ Ukraine và các đồng minh phương Tây, bao gồm việc cấm phát sóng các kênh truyền thông nhà nước Nga và tăng cường giám sát nội dung trên mạng xã hội, đã làm giảm đáng kể hiệu quả của các chiến dịch thông tin tại nhiều thị trường quan trọng. Việc các tập đoàn công nghệ lớn của phương Tây kiểm soát hầu hết các nền tảng số toàn cầu cũng đặt Nga vào vị thế bất lợi trong dài hạn.

Thứ năm, kinh nghiệm từ xung đột Ukraine đã làm rõ những thách thức nghiêm trọng mà chiến tranh thông tin số đặt ra đối với cộng đồng quốc tế. Vấn đề về sự thật và tin giả, những khoảng trống trong khung pháp lý và đạo đức quốc tế, sự suy yếu của năng lực báo chí truyền thống và nhu cầu xây dựng sức đề kháng thông tin của xã hội đều là những thách thức cấp thiết cần được giải quyết thông qua hợp tác đa phương và phát triển các chuẩn mực mới phù hợp với thời đại số.

Cuối cùng, nghiên cứu đã chỉ ra rằng chiến tranh thông tin số không chỉ là một hiện tượng kỹ thuật hay truyền thông đơn thuần, mà là một thách thức đa chiều với những hàm ý sâu rộng đối với an ninh quốc gia, trật tự quốc tế và bản chất của dân chủ trong thời đại số. Việc đối phó hiệu quả với thách thức này đòi hỏi một cách tiếp cận toàn diện, kết hợp cải cách pháp lý, đầu tư công nghệ, phát triển năng lực chuyên môn, giáo dục công chúng và hợp tác quốc tế.

2. Hạn chế của nghiên cứu và hướng nghiên cứu tiếp theo

Luận văn tiếp cận hoạt động thông tin của các bên trong xung đột từ góc độ nghiên cứu khoa học, nhằm phân tích và lý giải một cách khách quan. Vì vậy, tác fỉa không đứng về phía bên nào, cũng không mặc nhiên thừa nhận hay bác bỏ những khẳng định mà các bên đã đưa ra. Cách tiếp cận này xuất phát từ chính đặc thù của đối tượng nghiên cứu: hoạt động thông tin trong xung đột vốn không rõ

ràng, thường diễn ra trong điều kiện nguồn tin và khả năng kiểm chứng độc lập hết sức hạn chế. Trong bối cảnh đó, ranh giới giữa thông tin, tuyên truyền và cáo buộc thường không rõ ràng; một thông tin được bên này trình bày như sự thật hiển nhiên có thể bị bên kia coi là sản phẩm của chiến dịch thông tin nhằm bôi nhọ hoặc đánh lạc hướng. Do đó, thay vì tìm cách xác định tính đúng – sai tuyệt đối của từng thông tin, luận văn tập trung xem xét việc tiến hành các hoạt động thông tin. Luận văn cũng ghi nhận rằng những giới hạn về khả năng kiểm chứng là một phần không thể tách rời của chính hiện tượng được nghiên cứu/

Mặc dù tác giả đã nỗ lực để thực hiện nhưng nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế nhất định. Thứ nhất, do tính chất phức tạp và nhạy cảm của đối tượng nghiên cứu, việc tiếp cận các nguồn thông tin nội bộ và dữ liệu chi tiết về các hoạt động chiến tranh thông tin gặp nhiều khó khăn. Thứ hai, cuộc xung đột Nga - Ukraine vẫn đang tiếp tục diễn ra và liên tục thay đổi, do đó, một số phân tích và đánh giá có thể thay đổi khi có thêm thông tin mới. Thứ ba, phạm vi nghiên cứu tập trung chủ yếu vào vai trò của các nền tảng số, trong khi chiến tranh thông tin còn bao gồm nhiều khía cạnh khác như tác chiến mạng, chiến tranh tâm lý truyền thống và các hoạt động ảnh hưởng thực tế hoặc ngoại tuyến.

Dựa trên những hạn chế này, nghiên cứu đề xuất một số hướng nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng và làm sâu sắc thêm hiểu biết về chủ đề này. Một là, nghiên cứu sâu hơn về tác động dài hạn của chiến tranh thông tin đối với nhận thức và hành vi của công chúng tại các khu vực khác nhau. Hai là, phân tích chi tiết hơn về vai trò của công nghệ mới trong chiến tranh thông tin tương lai. Ba là, nghiên cứu so sánh về các mô hình và chiến lược khác nhau trong việc bảo vệ không gian thông tin quốc gia giữa các nước với các hệ thống chính trị và văn hóa khác nhau. Bốn là, đánh giá hiệu quả của các biện pháp can thiệp và chương trình giáo dục trong việc nâng cao sức đề kháng thông tin của xã hội.

Những hướng nghiên cứu này sẽ góp phần làm phong phú thêm kho tàng kiến thức về chiến tranh thông tin và cung cấp những cơ sở khoa học vững chắc hơn cho việc xây dựng chính sách và chiến lược ứng phó.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Ban Nội Chính Trung ương (2022), Hồ Chí Minh - người sáng lập, nhà báo vĩ đại của báo chí cách mạng Việt Nam*, Ban Nội Chính Trung ương*, https://noichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/202006/ho-chi-minh-nguoi-sang-lap-nha-bao-vi-dai-cua-bao-chi-cach-mang-viet-nam-308173,19-6-2022.
2. Bộ Công An (2025), Lễ mở ký Công ước Hà Nội thành công tốt đẹp, 72 quốc gia ký kết tham gia Công ước, *Cổng thông tin điện tử Bộ Công an*, https://bocongan.gov.vn/bai-viet/le-mo-ky-cong-uoc-ha-noi-thanh-cong-tot-dep-72-quoc-gia-ky-ket-tham-gia-cong-uoc-1761473490, 26-10-2025.
3. Bộ Công Thương (2022), Giá khí đốt tại châu Âu thiết lập kỷ lục mới, *MOIT*, https://moit.gov.vn/tin-tuc/phat-trien-nang-luong/gia-khi-dot-tai-chau-au-thiet-lap-ky-luc-moi.html, 23-8-2022.
4. Colón, D., Trịnh Thị Thu Thuỷ & Nguyễn Thị Thu Hoà dịch (2025), *Chiến tranh thông tin: Các quốc gia trong cuộc đua chinh phục tâm trí con người*, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
5. Công an Nhân dân (2025), Khí đốt từ Nga không còn sưởi ấm châu Âu, *Công An Nhân dân*, https://cand.com.vn/Su-kien-Binh-luan-antg/khi-dot-tu-nga-khong-con-suoi-am-chau-au-i755914/, 08-01-2025.
6. Dân Trí (2024), Số người dùng mạng xã hội toàn cầu vượt mốc 5 tỷ*, Dân trí,* https://dansinh.dantri.com.vn/nhan-luc/so-nguoi-dung-mang-xa-hoi-toan-cau-vuot-moc-5-ty-20240208230952823.htm, 09-02-2024.
7. Hoàng Quốc Cảnh, Nguyễn Hương Hạnh, & Đỗ Thị Mỹ Dung (2024), Vạch trần phương thức, thủ đoạn lợi dụng mạng xã hội Facebook để xuyên tạc, chống phá Đảng và Nhà nước Việt Nam, *Tạp chí Cộng sản*, https://tapchicongsan.org.vn/web/guest/nghien-cu/-/2018/972002/view_content, 17-09-2024.

8. Liên minh Sáng tạo nội dung số Việt Nam (2024), Báo cáo về Kỹ thuật số Việt Nam 2024*, Liên minh Sáng tạo nội dung số Việt Nam*, https://dcca.org.vn/bao-cao-ve-ky-thuat-so-viet-nam-2024, 23-02-2024.
9. Nguyễn Khắc Ngọc (2025), Chiến tranh thông tin và bài học rút ra trong cuộc xung đột vũ trang Nga - Ukraine, *An toàn Thông tin*, https://antoanthongtin.vn/tin/chien-tranh-thong-tin-va-bai-hoc-rut-ra-trong-cuoc-xung-dot-vu-trang-nga-ukraine, 23-07-2025.
10. Sputnik Việt Nam (2022), Google cho biết đang chặn các kênh YouTube liên quan đến RT và Sputnik ở Châu Âu*, Sputink Việt Nam,* https://kevesko.vn/20220301/google-cho-biet-dang-chan-cac-kenh-youtube-lien-quan-den-rt-va-sputnik-o-chau-au-13984927.html, 01-03-2022.
11. Tạp chí Cộng sản (2018), Phiên bản "xã hội 5.0" trong cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, *Tạp chí Cộng sản*, https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/chuong-trinh-muc-tieu-y-te-dan-so/-/2018/52694/view_content?_contentpublisher_WAR_viettelcmsportlet_urlTitle=phien-ban-%E2%80%9Cxa-hoi-5.0%E2%80%9D-trong-cuoc-cach-mang-cong-nghiep-lan-thu-tu, 12-10-2018.
12. Tuệ Minh (2025), Khi tin giả AI trở thành thủ phạm khuếch đại thông tin sai lệch, *Tạp chí An toàn thông tin*, https://antoanthongtin.vn/tin/khi-tin-gia-ai-tro-thanh-thu-pham-khuech-dai-thong-tin-sai-lech, 29-12-2025.

Tiếng Anh

13. Adu, Y. N., & Ramich, M. S (2025), The principle of distinction between civilian objects and military objectives in the context of the development of information and communication technologies in armed conflicts, *Vestnik RUDN. International Relations*, *25*(1), pg.67–77. https://doi.org/10.22363/2313-0660-2025-25-1-67-77

14. Aleksejeva, Nika (2023), *Narrative Warfare: How the Kremlin and Russian News Outlets Justified a War of Aggression against Ukraine*, Atlantic Council, pg.1–60.
15. Alexander, K. B (2017), *Prepared Statement on "Disinformation: A Primer in Russian Active Measures and Influence Campaigns" before the United States Senate Select Committee on Intelligence (March 30, 2017)*, United States Senate, pg.1–4.
16. Anin, R., & Kondratyev, N (2025), *Telegram, the FSB, and the man in the middle,* OCCRP, https://www.occrp.org/en/investigation/telegram-the-fsb-and-the-man-in-the-middle, 10-06-2025.
17. Ang, B., & Leong, D (2024), *Inauthentic Local Lifestyle and News Websites and the Challenge for Media Literacy,* S. Rajaratnam School of International Studies, https://www.rsis.edu.sg/wp-content/uploads/2024/10/PR240510_Inauthentic-Local-Lifestyle-and-News-Websites-and-the-Challenge-for-Media-Literacy.pdf, 25-10-2024
18. Atanasova, A., Poldi, F., & Kuster, G (2025), *Operation Overload: More platforms, new techniques, powered by AI. Activity update June 2025* (Version 1.1), Reset Tech & CheckFirst.
19. Atlantic Council (2024), *Digital occupation: Pro-Russian bot networks target Ukraine's occupied territories on Telegram,* Atlantic Council, https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/report-russian-bot-networks-occupied-ukraine/, 04-2024
20. Australian Communications and Media Authority (2022), *What audiences want – Audience expectations for content safeguards*, https://www.acma.gov.au/sites/default/files/2022-06/What%20audiences%20want%20-%20Audience%20expectations%20for%20content-safeguards.pdf, 06-2022
21. Barbero, F., op den Camp, S., van Kuijk, K., García-Delgado, C. S., Spanakis, G., & Iamnitchi, A (2023), *Multi-Modal Embeddings for Isolating*

Cross-Platform Coordinated Information Campaigns on Social Media [Preprint]. arXiv, https://arxiv.org/abs/2309.12764.

22. Beaumont, P (2022), Hundreds dead in Ukraine as frontline trench war escalates. *The Guardian.* https://www.theguardian.com/world/2022/nov/28/hundreds-dead-in-ukraine-as-frontline-trench-war-escalates, 28-11-2022.
23. Bennett, W. L., & Livingston, S (2018), *The disinformation order. European Journal of Communication,* 33(2), 122–139. https://doi.org/10.1177/0267323118760317
24. Bernhard Schulyok (2023), *The Trinity of the Information Environment*, Tdhj, https://tdhj.org/blog/post/trinity-information-environment/, 05-102-2023.
25. Bērziņa, I (2018), *The Narrative of "Information Warfare against Russia" in Russian Academic Discourse*, Journal of Political Marketing, 17(2), pg. 161-175.
26. Boichak, O (2023), Russia's TikTok: Micro-influencers amplifying misinformation, *The University of Sydney*, https://www.sydney.edu.au/news-opinion/news/2023/07/12/russia-tiktok-micro-influencers-amplifying-misinformation-expert.html, 12-07-2023.
27. Bollerman, M (2024), *Digital Sovereigns: Big Tech and Nation-State Influence*, Norwich University.
28. Bolt, N., Fridman, O., Winter, C., Michlin-Shapir, V., Venclauskienė, L., Urbanavičiūtė, K., Daukšas, V., Kubs, J., Michalowska, A., & Levin, M (2023), *Kremlin communication strategy for Russian audiences before and after the full-scale invasion of Ukraine*, NATO Strategic Communications Centre of Excellence, pg. 1–140.
29. Boswinkel, L., Finlayson, N. B., Michaelis, J., & Rademaker, M (2022), *Weapons of Mass Influence: Information Warfare*, The Hague Centre for Strategic Studies.

30. Boyd, D (2010), *Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications*, trong *A Networked Self*, Routledge, pg. 1–20.
31. Bradshaw, S., & Howard, P. N (2018), *Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*, Oxford Internet Institute – University of Oxford, pg. 1–25.
32. Bradshaw, S., & Howard, P. N (2019), *The global disinformation order*, Oxford Internet Institute.
33. Buziashvili, E., Châtelet, V., Gelava, S., Gigitashvili, G., Mammadova, S., Mejlumyan, A., Olari, V., & Osadchuk, R (2024), *Another battlefield: Telegram as a digital front in Russia's war against Ukraine*, Digital Forensic Research Lab (DFRLab).
34. Cabinet Secretariat (2022), ***National Security Strategy (NSS) 2022 / 国家安全保障戦略 2022,*** https://www.cas.go.jp/jp/siryou/221216anzenhoshou/nss-e.pdf, 16-12-2022
35. Carrasco Rodríguez, B (2020), *Information laundering in the Nordic-Baltic region*, NATO Strategic Communications Centre of Excellence, https://stratcomcoe.org/publications/information-laundering-in-the-nordic-baltic-region/26.
36. Castells, M (2009), *Communication power*, Oxford University Press, New York & Oxford.
37. CAT-UA: Communication Analysis Team Ukraine (2023), *Strategies for spreading Russian propaganda and disinformation* (Study period: February 24, 2022 – August 31, 2023), Commissioned by CRDF Global.
38. Center for Democracy & Technology (2017), *Overview of the NetzDG (Network Enforcement Law),* https://cdt.org/insights/overview-of-the-netzdg-network-enforcement-law, 17-07-2017.
39. Center for Strategic & International Studies (2024), *Ukraine's narrative war: Combating Russian disinformation in Latin America and the*

Caribbean, https://www.csis.org/analysis/ukraines-narrative-war-combating-russian-disinformation-latin-america-and-caribbean, 17-12-202.

40. Châtelet, V., & Chenrose, A (2025), *Cross-platform, multilingual Russian operations promote pro-Kremlin content.* DFRLab, https://dfrlab.org/2025/02/26/cross-platform-multilingual-russian-operations-promote-pro-kremlin-content/, 26-02-2025
41. Chekinov, S. G. & Bogdanov, S. A (2013), *The Nature and Content of a New-Generation War*, Military Thought, pg. 12 – 23.
42. Chen, X (2023), *Information warfare in the platform era,* East Asia Strategic Studies Center.
43. Chiriac, O. R., & Matisek, J. "Franky" (2022), *Strategic communication and security force assistance: Critical components for Ukrainian success?* The Defence Horizon Journal, https://tdhj.org/blog/post/strategic-communication-security-force-assistance-ukraine-sfa-stratcom/ tdhj.org, 29-12-2022
44. Clarke, S., & Knake, R (2019), *Cyber Influence: The Evolving State Threat from Internet to Social to Hybrid*, ETH Zurich – Center for Security Studies, pg. 1 – 36.
45. Clausewitz, Carl von, Graham, J. J. (trans.), *On War*, https://clausewitzstudies.org/readings/OnWar1873/BK1ch01.html
46. Congressional Research Service (2022), *Russian cyber units*, https://www.congress.gov/crs_external_products/IF/HTML/IF11718.web.html, 02-02-2022.
47. Couldry, N., & Hepp, A (2017), *The mediated construction of reality*, Polity.
48. Council of the EU (2022), *EU imposes sanctions on state-owned outlets RT/Russia Today and Sputnik's broadcasting in the EU,* https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2022/03/02/eu-imposes-sanctions-on-state-owned-outlets-rtrussia-today-and-sputnik-s-broadcasting-in-the-eu/, 02-03-2022.

49. Dergacheva, D (2025), One crap-news per week: How Kremlin propaganda works on VKontakte social media platforms, *Global Voices*, https://globalvoices.org/2025/04/09/one-crap-news-per-week-how-kremlin-propaganda-works-on-vkontakte-social-media-platforms/, 09-04-2025
50. de Reuver, Mark; Sørensen, Carsten; and Basole, Rahul C (2018), *The Digital Platform: A Research Agenda*, Journal of Information Technology: Vol. 33: Iss. 2, Article 3.
51. DFRLab (2024), *Massive Russian influence operation on TikTok and beyond* [Webinar], https://www.disinfo.eu/outreach/our-webinars/massive-russian-influence-operation-on-tiktok-and-beyond/, 05-03-2024.
52. Digital Forensic Research Lab (2023), *Narrative Warfare: How the Kremlin and Russian News Outlets Justified a War of Aggression against Ukraine*, Atlantic Council, pg. 1–60.
53. Digital Forensic Research Lab (2024), *AI tools usage for disinformation in the war in Ukraine,* https://dfrlab.org/2024/07/09/ai-tools-usage-for-disinformation-in-the-war-in-ukraine, 09-07-2024
54. Digital Forensic Research Lab (2024), *In Latin America, Russia's ambassadors and state media tailor anti-Ukraine content to the local context* [Issue Brief], Atlantic Council, https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/issue-brief/in-latin-america-russias-ambassadors-and-state-media-tailor-anti-ukraine-content-to-the-local-context/, 29-02-2024.
55. Digital Forensic Research Lab (2024), *In Ukraine, Russia tries to discredit leaders and amplify internal divisions* [Issue Brief], Atlantic Council, https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/issue-brief/in-ukraine-russia-tries-to-discredit-leaders-and-amplify-internal-divisions/, 29-02-2024.
56. Downs, A (1972), *Up and down with ecology — the "issue-attention cycle." The Public Interest*, 28, 38–50,

https://www.nationalaffairs.com/storage/app/uploads/public/58e/1a4/b56/58e1a4b56d25f917699992.pd

57. Ekman, I., & Nilsson, P.-E (2023), *FOI Memo 8173*, Swedish Defence Research Agency (FOI), https://www.foi.se/rest-api/report/FOI%20Memo%208173
58. Entman, R. M (1993), Framing: Toward clarification of a fractured paradigm, *Journal of Communication*, 43(4), pg. 51–58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304
59. Euronews (2025), *Exclusive: Elon Musk's X fails to deal with Russian disinformation, breaching EU rules — study,* Euronews, https://www.euronews.com/next/2025/07/23/exclusive-elon-musks-x-fails-to-deal-with-russian-disinformation-breaching-eu-rules-study, 23-07-2025.
60. European External Action Service (2025), *Information integrity and countering foreign information manipulation & interference (FIMI),* https://www.eeas.europa.eu/eeas/information-integrity-and-countering-foreign-information-manipulation-interference-fimi_en, 14-03-2025.
61. European Movement Ireland (2024), *European Commission highlights disinformation trends and tools for resilience,* https://www.europeanmovement.ie/press-release-european-commission-highlights-disinformation-trends-and-tools-for-resilience/, 08-10-2024.
62. European Parliamentary Research Service (2021), *Key social media risks to democracy* (EPRS IDA(2021)698845 EN), https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2021/698845/EPRS_IDA%282021%29698845_EN.pdf.
63. European Union (2022), *Council Regulation (EU) 2022/350 of 1 March 2022 amending Regulation (EU) No 833/2014 concerning restrictive measures in view of Russia's actions destabilising the situation in Ukraine,* https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/350/oj/eng, 01-10-2022.

64. Financial Times (2023), *Most of the world's countries have not joined sanctions against Russia*, https://www.ft.com/content/2e44a3fa-52d3-4c8f-8f66-2b8f3bf4b0df, 22-02-2023.
65. Foucault, M (1980), *Power/Knowledge: Selected interviews and other writings 1972–1977*, Pantheon Books, New York.
66. France 24 (2025), *Elon Musk's tweets (1/2): A conduit for pro-Russian anti-Ukraine rhetoric*, https://www.france24.com/en/americas/20250430-elon-musk-twitter-x-pro-russian-ukraine-rhetoric/, 30-04-2025.
67. Fridman O (2017), The Russian perspective on information warfare: conceptual roots and politicisation in Russian academic, political, and public discourse, *Defence Strategic Communication*, 2, 61-86.
68. Friedrich-Ebert-Stiftung (2020), *Digital sovereignty requires autonomy and decentralisation*, FES, https://www.fes.de/en/news/digital-sovereignty-requires-autonomy-and-decentralisation/, 16-11-2020.
69. Fundación Maldita.es (2024), *Telegram public channels: Influence, unmitigated risks and recommendations*, Fundación Maldita.es & University of Granada, pg. 1–15.
70. Ghosh, S. & Simon, J (2020), *Facebook, Google and Algorithmic Power*, Foreign Policy at Brookings.
71. Giles, K (2016), *Handbook of Russian Information Warfare*, NATO Defence College.
72. Gillespie, T (2018), *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*, Yale University Press, New Haven & London.
73. Goffman, E (1974), *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, Harvard University Press.
74. Gordon, J., & Rivas, A (2024), Pentagon: North Korean troops now in Russia's Kursk region, *ABC News*,

https://abcnews.go.com/International/north-korean-troops-russia-kursk-region-pentagon/story?id=115502852, 20-11-2024.

75. Government of Canada (2024), *Russia's use of disinformation and information manipulation*, Canada.ca, https://www.international.gc.ca/world-monde/issues_development-enjeux_developpement/response_conflict-reponse_conflits/crisis-crises/ukraine-disinfo-desinfo.aspx?lang=eng, 28-02-2024.
76. Groom, N (2023), *"Heroes of the Information Front"? Reviewing Russia's Military Bloggers*, NATO Defence College, https://www.ndc.nato.int/russian-studies-series-01-2023-heroes-of-the-information-front/, 20-12-2023.
77. Habermas, J (1962), *The structural transformation of the public sphere*, MIT Press (English translation 1989).
78. Hakala, J., Melnychuk, J., *Russia's Strategy in Cyberspace*, NATO Strategic Communications Centre of Excellence, pg. 4–34.
79. Hardaway, D (2025), *Disinformation and war: How the violent war in Ukraine illustrates the power of disinformation*, Democratic Erosion Consortium, https://democratic-erosion.org/2025/04/27/disinformation-ukraine-war/, 27-04-2025.
80. Harker, J (2024), *Zelenskiy comments on Ukraine incursion, Russia pressure on 'aggressor'*, ABC News, https://abcnews.go.com/International/zelenskyy-comment-ukraine-incursion-russia-pressure-aggressor/story?id=112753007, 04-08-2024.
81. Hou, S.-M., Fu, W.-C., & Lai, S.-Y (2023), *Exploring Information Warfare Strategies during the Russia-Ukraine War on Twitter*, The Korean Journal of Defense Analysis, 35(1), pg. 19–44.
82. Hoyle, A. & Pijpers, P (2018), *Stemming the Narrative Flow: The Legal and Psychological Grounding for the EU's Ban on Russian State-Sponsored Media*, Defence Strategic Communications, 4(1), pg. 173-206.

83. Institute of Mass Information. (n.d.), *Overwhelming majority of journalists in Ukraine faced cyber bullying – IMI research*, IMI, https://imi.org.ua/en/articles/overwhelming-majority-of-journalists-in-ukraine-faced-cyber-bullying-imi-research-i28946.
84. International Institute for Strategic Studies (2023), *Digital 2022: World's First TikTok War – Ukraine's social-media campaign 'a question of survival'*, https://www.france24.com/en/europe/20230224-world-s-first-tiktok-war-ukraine-s-social-media-campaign-a-question-of-survival, 24-02-2023.
85. International Institute for Strategic Studies (2022), *The Armed Conflict Survey 2022: Europe and Eurasia*. https://www.iiss.org/online-analysis/online-analysis/2022/11/acs-2022-europe-and-eurasia/, 18-11-2022.
86. International Telecommunication Union (2000), *Information Security Doctrine of the Russian Federation*, pg. 1 – 32.
87. Joint Chiefs of Staff (1998), *Joint Publication 3-13: Information Operations*, Joint Chiefs of Staff, pg. 3–13.
88. Joint Chiefs of Staff (2003), *Joint Publication 3-53: Doctrine for Joint Psychological Operations*, Joint Chiefs of Staff, pg. i–GL-10.
89. Joseph S. Nye, Jr (2017), *Information warfare versus soft power*, Project Syndicate, https://www.project-syndicate.org/commentary/cyber-warfare-weakens-russia-soft-power-by-joseph-s--nye-2017-05, 09-05-2017.
90. Kumari, S (2025), *Examining the impact of social media bans on freedom of expression in democracies*, LawJournal.info, https://www.lawjournal.info/article/210/5-2-8-933.pdf
91. Langford, C (2025), *The new wave of Russian disinformation blogs*, UK Defence Journal, https://ukdefencejournal.org.uk/the-new-wave-of-russian-disinformation-blogs/, 18-5-2025.
92. Lasswell, H. D (1927), *Propaganda Technique in the World War*, MIT Press.

93. Lasswell, H. D (1938), *Propaganda Technique in the World War* (expanded edition), University of Leeds Archive.
94. Masters, J (2023), *Ukraine: Conflict at the Crossroads of Europe and Russia,* Council on Foreign Relations, https://www.cfr.org/backgrounder/ukraine-conflict-crossroads-europe-and-russia, 14-02-2023.
95. Max Security (2024), *Russia-Ukraine Conflict 2025: Geopolitical Forecast,* https://www.max-security.com/resources/global-forecast/russia-ukraine-conflict-2025/
96. McCombs, M. E., & Shaw, D. L (1972), *The agenda-setting function of mass media,* Public Opinion Quarterly, 36(2), pg. 176–187.
97. McDermott, R (2016), *Russia's Electronic Warfare Capability*, Military Review, February 2016, pg. 23–29.
98. McQuail, D (2010), *McQuail's mass communication theory (6th ed.)*, Sage.
99. Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation. (n.d.), *Military Doctrine of the Russian Federation*, https://thailand.mid.ru/en/o_rossii/vneshnyaya_politika/voennaya_doktrina_rf/.
100. Mitchell, G. C (2019), *Russia's Information Warfare*, MCU Journal, 10(2), pg. 129 – 147.
101. NATO Strategic Communications Centre of Excellence (2016), *Social Media as a Tool of Hybrid Warfare*, NATO StratCom COE, pg. 1–47.
102. Netherlands Organisation for Applied Scientific Research (TNO) (2019), *Hybrid Conflict: Hybrid Threats & Resilience*, TNO, pg. 1–30.
103. North Atlantic Treaty Organization (NATO) (2023), *Allied Joint Publication 10.1: Allied Joint Doctrine for Information Operations*, NATO Standardization Office, pg. 1–159.

104. Obasi, P. D. H. U (2023), *The evolution of news consumption in the digital era*, IRASS Journal of Arts, Humanities and Social Sciences, https://www.irasspublisher.com/assets/articles/1738468297.pdf

105. Osadchuk, R (2024), *Undermining Ukraine: How Russia widened its global information war in 2023*, Atlantic Council, https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/undermining-ukraine-how-russia-widened-its-global-information-war-in-2023/, 29-02-2024.

106. OSCE (2015), *Propaganda and freedom of the media*, Organization for Security and Co-operation in Europe. https://www.osce.org/sites/default/files/f/documents/b/3/203926.pdf

107. Oxford Internet Institut (2016), *Resource for. understanding political bots*, https://www.oii.ox.ac.uk/news-events/resource-for-understanding-political-bots/, 18-11-2016.

108. Pai, Nitin & Sharma, Lokendra (2025), *Hacking Minds, Manipulating Machines: A Primer on Information Warfare*, The Takshashila Institution, June 2025 (TDD-2025-13), pg 1–29.

109. Pamment, J., Nothhaft, H., Agardh-Twetman, H., & Fjällhed, A (2019), *The Role of Communicators in Countering the Malicious use of Social Media*, NATO Strategic Communications Centre of Excellence, pg. 1–20.

110. Paquet, T (2012), *Information and Influence Activities in the Cyber Age: Concepts and Methods for NATO*, NATO Defence College, pg. 1–11.

111. Pariser, E (2011), *The filter bubble*, Penguin.

112. Paul, C (2017), *The Russian "Firehose of Falsehood" Propaganda Model: Testimony Presented before the U.S. House Committee on Foreign Affairs*, RAND Corporation, pg. 1–8.

113. Paul, C., & Matthews, M (2016), *The Russian "Firehose of Falsehood" Propaganda Model*, RAND Corporation, pg. 1 – 16.

114. Polyakova, A., & Boyer, S. P (2018), *The future of political warfare: Russia, the West, and the coming age of global digital competition*, The Brookings Institution, https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2018/03/the-future-of-political-warfare.pdf, 03-2018.

115. Potomac Institute for Policy Studies (2008), *Hybrid Warfare*, Potomac Institute for Policy Studies, pg. 1–72

116. Prier, J (2017), *Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare*, *Strategic Studies Quarterly*, 11(4), pg. 50–85.

117. Qiao, L., & Wang, X (1999), *Unrestricted Warfare*, PLA Literature and Arts Publishing House, Beijing, pg. 1–228.

118. RAND Corporation (2016), *Russia's "Firehose of Falsehood" Propaganda Model*, pg. 1–16.

119. Reuters (2022), *EU bans RT, Sputnik over Ukraine disinformation.* Reuters, https://www.reuters.com/world/europe/eu-bans-rt-sputnik-banned-over-ukraine-disinformation-2022-03-02/, 02-03-2022.

120. Rickli, J., & Mantellassi, M (2021), *Peace of Mind: Cognitive Warfare and the Governance of Subversion in the 21st Century*, Geneva Centre for Security Policy, pg. 1–15.

121. Rohde, W. E (1996), *What Info Warfare*, Proceedings (U.S. Naval Institute), 122(2), pg. 1–116.

122. Russia Matters (2015), *English translation of the 2015 Russian National Security Strategy.* https://www.russiamatters.org/node/21421, 31-12-2015

123. Russia Today (2025), *About RT*, https://www.rt.com/about-rt/, 24-10-2025.

124. Scheufele, D. A (1999), Framing as a theory of media effects, *Journal of Communication*, 49(1), pg. 103–122.

125. Schrijver, P (2025), *Ukrainian Intelligence's Use of Telegram in Wartime,* International Journal of Intelligence and CounterIntelligence, 1–27. https://doi.org/10.1080/08850607.2025.2522222

126. Simmons, C., Gatewood, C., & Fourel, Z (2022), *Monitoring disinformation and influence campaigns in the 2022 French elections: Lessons learnt,* ISD, https://www.isdglobal.org/isd-publications/monitoring-disinformation-and-influence-campaigns-in-the-2022-french-elections-lessons-learnt/, 15-12-2022.

127. Sitti, H (2023), *The Russian propaganda is destructive. The goal is the destruction of the liberal societies,* Konrad-Adenauer-Stiftung, https://www.kas.de/en/web/medien-europa/single-title/-/content/die-russische-propaganda-maschine-ist-destruktiv, 20-04-2023.

128. Siriwardane, V (2020), *How Russian trolls are adapting Cold War propaganda techniques,* Brookings Institution, https://www.brookings.edu/articles/how-russian-trolls-are-adapting-cold-war-propaganda-techniques/, 15-05-2020.

129. Shapiro, I., Albanese, A., & Friedland, L. A (2013), *Verification as a strategic ritual: How journalists defend themselves against accusations of bias*, Journalism Studies, 14(2), 245–261. https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.718575

130. Sokolova, A (2025), *What do Russians read, and how can independent media reach them?* Cedar, https://cedarus.io/research/what-do-russians-read, 03-2025.

131. Srnicek, N (2017), *Platform Capitalism*, Polity Press, Cambridge & Malden.

132. Starbird, K (2019), *Disinformation's spread: Bots, trolls, and networked amplification*. Nature, 571(7766), 449–450.

133. Strategic Command; Ministry of Defence; UK (2022), *How open-source intelligence has shaped the Russia-Ukraine war* [Speech by General

Sir Jim Hockenhull], GOV.UK, https://www.gov.uk/government/speeches/how-open-source-intelligence-has-shaped-the-russia-ukraine-war, 09-12-2022

134. Sunstein, C. R (2017), *Republic*, Princeton University Press.

135. Taban, M. H., & Gür, İ (2024), Social media as an agent of influence: Twitter bots in Russia–Ukraine war, *Güvenlik Stratejileri Dergisi, 20*(47). https://doi.org/10.17752/guvenlikstrtj.1396705

136. Taylor, A (2022), *With NAFO, Ukraine turns the trolls on Russia*, The Washington Post, https://www.washingtonpost.com/world/2022/09/01/nafo-ukraine-russia/, 01-09-2022.

137. Teslova, E (2022), Russian Defense Ministry warns about strike at Ukraine's intelligence facilities in Kyiv, *Anadolu Agency*, https://www.aa.com.tr/en/russia-ukraine-crisis/russian-defense-ministry-warns-about-strike-at-ukraines-intelligence-facilities-in-kyiv/2519837, 02-03-2022.

138. The Data Scientist (2025), *The hidden costs of data infrastructure: Managing your analytics stack*, The Data Scientist, https://thedatascientist.com/hidden-costs-of-data-infrastructure-analytics-management/, 14-03-2025.

139. The Henry Jackson Society (2025), *War in the Twenty-First Century*, https://henryjacksonsociety.org/wp-content/uploads/2025/09/HJS-War-in-the-Twenty-First-Century-Report-web.pdf

140. Theohary, C. A (2018), *Information Warfare: Issues for Congress*, Congressional Research Service, pg. 1–16.

141. Thielman, S (2023), The world's most important app (for now), *The Atlantic*, https://www.theatlantic.com/technology/archive/2023/06/telegram-app-encrypted-messaging-russia/674558/, 28-06-2023.

142. Timmers, P (2024), *Sovereignty in the Digital Age In: Werthner, H., et al. Introduction to Digital Humanism*, Springer, Cham.

143. Tufekci, Z (2015), *Algorithmic harms beyond Facebook and Google*, Colorado Technology Law Journal, 13, 203–218.

144. U.S. Government Accountability Office (2024), *Foreign Disinformation: Defining and Detecting Threats*, pg. 1–17.

145. U.S. Marine Corps (2022), *MCDP 8: Information*, pg. 1–126.

146. Ukrainer (2022), *How Ukraine's civil society battles Russia in the information war,* https://www.ukrainer.net/en/how-ukraine-s-civil-society-battles-russia-in-the-information-war

147. Ukrainer (2023), *How Ukraine's civil society battles Russia in the information war*, https://www.ukrainer.net/en/how-ukraine-s-civil-society-battles-russia-in-the-information-war/, 03-11-2023.

148. United Nations (2024), *GA/DIS/3749*, https://press.un.org/en/2024/gadis3749.doc.htm, 25-10-2024.

149. Valeriano, B., & Maness, R. C (2015), *Cyber war versus cyber realities: Cyber conflict in the international system*, Oxford University Press.

150. van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M (2018), *The platform society*, Oxford University Press.

151. Volokh, E (2025), *The Future of Government Pressure on Social Media Platforms,* Journal of Free Speech Law, 6, 403–422. https://www.journaloffreespeechlaw.org/volokh6.pdf.

152. Voo, Julia & Singh, Virpratap Vikram (2025), *Russia's Information Confrontation Doctrine in Practice (2024 – present): Intent, Evolution and Implications*, International Institute for Strategic Studies, pg. 1–36.

153. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S (2018), *The spread of true and false news online,* Science, 359(6380), pg. 1146–1151.

154. Walters, S (2020), *5.1 Sensation and perception*. In *Psychology – 1st Canadian Edition*. BCcampus. https://pressbooks.bccampus.ca/psychcapilano/chapter/5-1-sensation-and-perception/

155. Watts, C (2017), *The Weaponization of Information: The need for cognitive security* [Testimony before the U.S, Senate Armed Services Committee, Subcommittee on Cybersecurity, 115th Congress]. United States Senate, https://www.armed-services.senate.gov/imo/media/doc/Watts_04-27-17.pdf, 27-04-2017.

156. Watney, M. M (2022). *Regulation of social media intermediary liability for illegal and harmful content.* In I. Lupa-Wojcik & M. Czyzewska (Eds.), *9th European Conference on Social Media (ECSM 2022)* (pp. 194–201), Academic Conferences and Publishing International Limited, https://doi.org/10.34190/ecsm.9.1.104, 28-04-2022.

157. Wardle, C., & Derakhshan, H (2017), *Information disorder*, Council of Europe.

158. Welbers, K., & Opgenhaffen, M (2018), *Social media gatekeeping: An analysis of the gatekeeping influence of newspapers' public Facebook pages*, New Media & Society, *20*(12), 4728–4747. https://doi.org/10.1177/1461444818784302

159. Whateley, D (2023), *Gen Z has discovered a whole new source for news*. *Business Insider*, https://www.businessinsider.com/gen-z-gets-news-from-tiktok-influencers-media-industry-2023-12, 14-12-2023.

160. World Economic Forum (2024), *Global Risks Report 2024*, https://www.weforum.org/press/2024/01/global-risks-report-2024-press-release/, 10-01-2024.

161. Zhuravleva, V (2022), *Russian propaganda ecosystem: Telegram channels and hybrid influence strategies*, Journal of Information Security Studies, 15(2), pg. 45–60.

Tiếng Nga

162. Воробьёв, В (2013), *Деньги на ветер: Финансово-экономический аспект военной реформы 2008–2012 годов*, Военно-промышленный курьер, ст p.1–12. http://vfes.ru/vpk_08_476.pdf

163. Республиканская интернет-газета «Степные вести» (2023), *В России на госпаблики подписались 50 миллионов человек,* https://tegrk.ru/archives/190239, 27-12-2023.

164. РИА Новости (2022), *В Сети рассказали о попытках Украины дестабилизировать ситуацию в России*, https://ria.ru/20220221/ukraina-1774086392.html, 21-02-2022.

165. Совина М (2022), *Хакер заявил об информационно-психологических операциях Украины в России, Lenta.ru*, https://lenta.ru/news/2022/06/23/years/.

166. WCIOM (2024), *Специальная военная операция: два года спустя,* https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/specialnaja-voennaja-operacija-dva-goda-spustja, 24-02-2024.

PHỤ LỤC I
DỮ LIỆU VÀ PHÂN TÍCH DỮ LIỆU

1. Tổng quan dữ liệu

- **Dữ liệu thu thập:** từ 01-03-2022 đến 03-03-2022 sử dụng phần mềm Telegram bản máy tính và điện thoại kết hợp công cụ TGStat cũng như Microsoft Exel để tổng hợp và thống kê.
- **Các kênh Telegram:**
  - Rybar (kênh độc lập): 2.311 bài đăng
  - MoD (kênh Bộ Quốc phòng Nga): 669 bài đăng
  - RT (Kênh thuộc đài truyền thông nhà nước): 3.000 bài đăng
- **Tổng số bài đăng:** 5.980 bài đăng
- **Tổng lượt xem:** 979.170.668 (gần 1 tỷ lượt xem)
- **Tổng lượt chia sẻ lại:** 1.980.618 lượt

2. Đặc trưng Công chúng được mạng hoá và tác động lan truyền thông tin trong cuộc chiến tranh thông tin trong cuộc xung đột Nga - Ukraine

2.1. *Tính bền vững (Persistence)*

- **Định nghĩa:** Khả năng thông tin tồn tại lâu dài, có thể truy cập và tham chiếu sau khi được đăng tải.
- **Kết quả phân tích:**
  - Tổng số bài đăng thu thập: 5.980 bài đăng
  - Tỷ lệ bài đăng còn tồn tại: 100%
  - Không có bài đăng nào bị xóa, ẩn hoặc kiểm duyệt
- **Kết luận:** Telegram đảm bảo tính bền vững cực cao cho thông tin trong cuộc chiến thông tin. Khác với các nền tảng như Facebook hay Twitter có thể kiểm duyệt hoặc xóa nội dung, Telegram cho phép thông tin được lưu trữ và truy cập lâu dài. Điều này tạo điều kiện cho Nga xây dựng một kho lưu trữ thông tin phục vụ chiến tranh thông tin, nơi người dùng có thể quay lại tham chiếu các nội dung cũ để củng cố niềm tin.

2.2. Khả năng sao chép (Replicability)

- **Định nghĩa:** Khả năng nội dung được sao chép, chia sẻ và lan truyền qua mạng lưới người dùng
- **Kết quả phân tích:**
  - Tổng lượt chia sẻ lại: 1.980.618 lượt
  - Trung bình mỗi bài đăng: 331,2 lượt chia sẻ
  - Trung vị: 173 lượt chia sẻ
- **Phân bố theo ngưỡng:**
  - 73,8% bài đăng được chia sẻ nhiều hơn 100 lần
  - 16,3% bài đăng được chia sẻ nhiều hơn 500 lần
  - 6,0% bài đăng được chia sẻ nhiều hơn 1.000 lần
- **Top 5 bài đăng có lượt chia sẻ cao nhất:**

Kênh	Thời gian đăng bài	Ngày đăng bài	Lượt chia sẻ	Lượt xem
Rybar	13:55	18.03.2022	14.455	848.012
MoD	17:58	25.03.2022	8.987	1.177.899
RT	20:27	14.03.2022	8.024	1.605.203
Rybar	15:17	06.03.2022	7.197	245.576
RT	19:28	16.03.2022	7.171	1.055.896

- **So sánh giữa các kênh:**
  - Kênh Rybar: Trung bình 334,8 lượt chia sẻ/bài đăng
  - Kênh MoD: Trung bình 210,8 lượt chia sẻ/bài đăng
  - Kênh RT: Trung bình 355,3 lượt chia sẻ/bài đăng
- **Kết luận:** Khả năng sao chép cực cao của Telegram là yếu tố then chốt trong việc khuếch đại thông tin. Mỗi lượt chia sẻ lại (forward) tạo ra một bản sao độc lập trong mạng lưới người dùng khác, giúp thông tin lan truyền theo cấp số nhân. Rybar và RT có tỷ lệ chia sẻ cao hơn MoD, cho thấy nội dung từ các nguồn phi chính thức hoặc truyền thông có sức lan tỏa mạnh hơn so với thông tin từ cơ quan nhà nước.

2.3. Khả năng mở rộng quy mô (Scalability)

- **Định nghĩa:** Khả năng thông tin tiếp cận số lượng lớn người dùng mà không bị giới hạn bởi hạ tầng kỹ thuật.
- **Kết quả phân tích:**
  - Tổng lượt xem: 979.170.668 (gần 1 tỷ lượt)
  - Trung bình mỗi bài đăng: 163.740,9 lượt xem
  - Trung vị: 136.702 lượt xem
- **Phân bố theo lượt xem:**
  - 96,3% bài đăng đạt > 50.000 lượt xem
  - 90,9% bài đăng đạt >100.000 lượt xem
  - 1,8% bài đăng đạt > 500.000 lượt xem
- **Danh sách 5 bài đăng có lượt xem cao nhất:**

Kênh	Thời gian đăng bài	Ngày đăng bài	Lượt xem	Lượt chia sẻ
RT	20:27	14.03.2022	1.605.203	8.024
MoD	17:54	31.03.2022	1.490.843	6.363
MoD	17:58	25.03.2022	1.177.899	8.987
RT	19:28	16.03.2022	1.055.896	7.171
RT	18:15	27.03.2022	969.467	745

- **So sánh lượt xem theo kênh:**

Kênh	Lượt xem trung bình /bài đăng	Tổng lượt xem
Rybar	164.983	381.276.423
MoD	124.188	83.081.993
RT	171.604	514.812.252

- **Kết luận:** Khả năng mở rộng quy mô của Telegram cho phép một bài đăng đơn lẻ tiếp cận hàng trăm nghìn đến hàng triệu người dùng. Với gần 1 tỷ lượt xem trong chỉ một tháng từ 3 kênh, Telegram chứng tỏ là nền tảng có sức lan tỏa cực lớn. RT dẫn đầu về tổng reach (514 triệu lượt xem), nhưng cả Rybar

(381 triệu) và MoD (83 triệu) cũng đạt con số ấn tượng, cho thấy Nga đã tận dụng hiệu quả đặc trưng này để đẩy mạnh thông điệp chiến tranh thông tin.

2.4. Khả năng tìm kiếm (Searchability)

- **Định nghĩa:** Khả năng nội dung được tìm kiếm, phân loại và truy xuất thông qua các công cụ như hashtag, từ khóa.
- **Kết quả phân tích:**
  - Bài đăng có hashtag: 37,9% (2.267/5.980 bài đăng)
  - Tổng số hashtag: 5.576
  - Trung bình hashtag/bài đăng: 0,93
- **Phân bố số hashtag/bài đăng:**
  - 62,1% bài đăng không có hashtag
  - 17,4% bài đăng có 3 hashtag
  - 13,8% bài đăng có 2 hashtag
- **Danh sách 10 hashtags phổ biến nhất:**

Hashtag	Số lần	% tổng hashtag
#Украина	1.847	33,1%
#Россия	1.271	22,8%
#Минобороны	381	6,8%
#Киев	217	3,9%
#Харьков	196	3,5%
#Николаев	153	2,7%
#ГероиZ	144	2,6%
#США	100	1,8%
#наемники	100	1,8%
#Мариуполь	83	1,5%

- **Chiến lược hashtag theo kênh:**

Kênh	Số lượng hashtag trung bình/bài đăng	% bài đăng có hashtag

Rybar	1,87	76,9%
MoD	1,78	69,7%
RT	0,02	0,8%

- **Phân loại chủ đề qua hashtag:**
  - Địa danh Ukraine (#Украина, #Киев, #Мариуполь,...): 2.436 lần
  - Địa danh Nga (#Россия): 1.271 lần
  - Phương Tây (#США, #НАТО): 109 lần
- **Kết luận:** Hashtag được sử dụng có hệ thống, đặc biệt là bởi Rybar (76,9% bài đăng có hashtag) và MoD (69,7%), trong khi RT hầu như không dùng hashtag (0,8%). Chiến lược này cho phép người dùng dễ dàng tìm kiếm và phân loại thông tin theo địa danh (Ukraine, Nga) và chủ thể (USA, NATO). Hashtag #Украина và #Россия là phổ biến nhất, xuất hiện trong hơn 50% tổng số hashtag, cho thấy tầm quan trọng của việc gắn thẻ địa lý trong chiến tranh thông tin.

2.5. Phân tích các bài đăng tiêu biểu để minh hoạ cho đặc trưng "Công chúng bị mạng hoá"

2.5.1. Khả năng sao chép vượt trội (Replicability)

- **Thông tin cơ bản:**
  - Kênh: Rybar
  - Ngày đăng: 13:55, ngày 18-03-2022
  - Lượt xem: 848.01
  - Lượt chia sẻ lại: 14.455
  - Lượt đăng lại: 118
- **Nội dung (trích):**

□□□□□ И снова крутые кадры от Минобороны России: съёмка работы Ка-52 и Ми-24 от первого лица при сопровождении колонн и обеспечении безопасности при высадке десанта на аэродром в Гостомеле. В процессе выполнения задачи Ка-52 был подбит, когда прикрывал своим бортом Ми-8 с

тактическим десантом. Вертолет ведущего 18 раз был обстрелян средствами ПЗРК с земли и зенитными установками. Получив повр…

- **Phân tích:**

Bài đăng này từ kênh Rybar đạt 14.455 lượt chia sẻ lại cao nhất trong tháng 3-2022. Nội dung là video độc quyền từ Bộ Quốc phòng Nga về hoạt động của trực thăng Ka-52 trong chiến dịch đổ bộ tại sân bay Hostomel. Khả năng sao chép cực cao này xuất phát từ: (1) Nội dung video hấp dẫn từ góc nhìn thứ nhất, (2) Yếu tố anh hùng của phi công Nga, (3) Xác thực từ nguồn chính thức. Mỗi lượt chia sẻ tạo ra bản sao trong mạng lưới riêng, lan tỏa thông điệp về sức mạnh quân sự Nga.

2.5.2. Khả năng tiếp cận quy mô lớn (Scalability)

- **Thông tin cơ bản:**
  - Kênh: RT
  - Ngày đăng: 20:27, ngày 14-03-2022
  - Lượt xem: 1.605.203
  - Lượt chia sẻ lại: 8.024
- **Nội dung (trích):**

Эксклюзив RT 9-й полк Народной милиции ДНР проводит зачистку от нацбатов в окрестностях Мариуполя. Видео от первого лица стрингера RT @FilatovCorr. @rt_russian...

- **Phân tích:**

Bài đăng từ RT đạt 1.605.203 lượt xem, cao nhất trong tháng. Đây là video độc quyền của phóng viên RT tác nghiệp tại Mariupol, cho thấy lực lượng dân quân DNR làm sạch khu vực khỏi các tiểu đoàn dân tộc chủ nghĩa. Khả năng tiếp cận quy mô lớn này chứng minh: (1) Uy tín của RT như một thương hiệu truyền thông, (2) Sức hút của nội dung độc quyền, (3) Khả năng viral của video chiến trường. Với 1,6 triệu lượt xem, thông điệp này tiếp cận được một lượng lớn khán giả mà không cần hạ tầng truyền thông truyền thống.

2.5.3. Khả năng tối ưu khả năng tìm kiếm (Searchability)

- **Thông tin cơ bản:**
    - Kênh: Rybar
    - Ngày đăng: 13:25, ngày 21-03-2022
    - Số hashtag: 3
    - Hashtags: #Киев, #Россия, #Украина
    - Lượt xem: 885.137
- **Nội dung (trích):**

□□□□ Словно позиций украинской артиллерии возле ТРЦ Retroville в Подольском районе было мало, всплыло вот такое вот фото. В уничтоженной пристройке Sport Life была организована стоянка военной техники. Так что вчерашним ударом по «гражданской инфраструктуре» была уничтожена ещё и военная техника ВСУ. #Киев #Россия #Украина @rybar *Поддержать нас: 4377 7278 0407 7977...

- **Phân tích:**

Bài đăng này sử dụng 3 hashtag (#Киев, #Россия, #Украина) để tối ưu khả năng tìm kiếm. Chiến lược này cho phép người dùng: (1) Tìm kiếm theo địa danh (Kiev), (2) Tìm theo quốc gia liên quan (Nga, Ukraine), (3) Lọc nội dung theo chủ đề quan tâm. Việc đạt 885.000 views cho thấy hashtag không chỉ tăng khả năng tìm kiếm mà còn góp phần tăng reach, vì người dùng có thể phát hiện bài đăng qua kênh tìm kiếm hashtag.

2.6. Kết luận

Phân tích 4 đặc trưng của networked publics trên 5.980 bài đăng từ 3 kênh Telegram chính trong tháng 3-2022 cho thấy:

2.6.1. Tính bền vững (Persistence)

Telegram đảm bảo thông tin không bị kiểm duyệt hoặc xóa bỏ, tạo kho lưu trữ vững chắc cho chiến tranh thông tin. Điều này khác biệt với các nền tảng như Facebook, Twitter có chính sách kiểm duyệt chặt chẽ hơn.

2.6.2. Khả năng sao chép (Replicability)

Với gần 2 triệu lượt chia sẻ lại, thông tin được nhân bản nhanh chóng qua mạng lưới người dùng. Trung bình mỗi bài đăng được chia sẻ 331 lần, tạo hiệu ứng lan truyền theo cấp số nhân. Rybar và RT dẫn đầu về khả năng sao chép (>350 lượt chia sẻ lại/bài đăng).

2.6.3. Khả năng mở rộng (Scalability)

Gần 1 tỷ lượt xem từ chỉ 3 kênh trong 1 tháng cho thấy Telegram là nền tảng có sức lan tỏa mạnh mẽ, không kém các phương tiện truyền thông đại chúng truyền thống.

2.6.4. Khả năng tìm kiếm (Searchability)

37,9% bài đăng sử dụng hashtag để tối ưu khả năng tìm kiếm, với #Украина và #Россия chiếm >50% tổng hashtag. Rybar và MoD áp dụng chiến lược hashtag có hệ thống (>70% bài đăng có hashtag), trong khi RT dựa vào uy tín thương hiệu (chỉ 0,8% bài đăng có hashtag).

Các đặc trưng của công chúng được mạng hoá (persistence, replicability, scalability, searchability) tạo điều kiện thuận lợi cho việc lan truyền thông tin trong cuộc chiến thông tin Nga - Ukraine.Sự kết hợp 4 đặc trưng này khiến Telegram trở thành nền tảng lý tưởng cho chiến tranh thông tin, cho phép Nga phát tán, khuếch đại và duy trì các thông điệp chiến lược một cách hiệu quả và bền vững.

3. Khả năng thiết lập chương trình nghị sự

Câu hỏi đặt ra: Nền tảng số được sử dụng để thiết lập các chủ đề được chú ý trong cuộc chiến thông tin như thế nào?

Phương pháp: Phân tích nội dung 5.980 bài đăng từ 3 kênh Telegram (Rybar, MoD, RT) trong tháng 3-2022. Mã hóa chủ đề dựa trên từ khóa và ngữ cảnh nội dung để xác định chủ đề được ưu tiên.

3.1. Các chủ đề được xác định

Qua phân tích nội dung, đã xác định được 10 chủ đề chính:

- Chủ đề 1: NATO/Phương Tây can thiệp
- Chủ đề 2: Tiến độ quân sự Nga
- Chủ đề 3: Tội ác chiến tranh của Ukraine/Azov

- Chủ đề 4: Ukraine tấn công dân thường
- Chủ đề 5: Chiến trường cụ thể (Kiev, Mariupol, Kharkiv)
- Chủ đề 6: Nhân đạo/Hỗ trợ dân thường
- Chủ đề 7: Vũ khí/Công nghệ quân sự Nga
- Chủ đề 8: Anh hùng/Thành tích quân đội Nga
- Chủ đề 9: Lính đánh thuê nước ngoài
- Chủ đề 10: Tin giả/tuyên truyền Ukraine

3.2. Xếp hạng chủ đề theo tần suất (Volume Strategy)

Danh sách 10 chủ đề được đẩy nhiều nhất:

Thứ hạng	Chủ đề	Số bài đăng	% tổng bài đăng
1	NATO/Phương Tây	1.781	29,8%
2	Tiến độ quân sự Nga	1.501	25,1%
3	Chiến trường: Kiev	808	13,5%
4	Tội ác Ukraine/Azov	736	12,3%
5	Nhân đạo	732	12,2%
6	Ukraine tấn công dân thường	657	11,0%
7	Vũ khí Nga	549	9,2%
8	Chiến trường: Mariupol	507	8,5%
9	Anh hùng Nga	460	7,7%
10	Chiến trường: Kharkiv	395	6,6%

Nhận xét: Chủ đề "NATO/Phương Tây" chiếm tỷ trọng lớn nhất (29,8% - 1.781 bài đăng), cho thấy Nga ưu tiên thiết lập narrative về sự can thiệp của phương Tây. Tiếp theo là "Tiến độ quân sự Nga" (25,1% - 1.501 bài đăng), nhằm xây dựng hình ảnh Nga đang chiến thắng. Các chiến trường cụ thể (Kiev, Mariupol, Kharkiv) cũng được nhắc đến thường xuyên để duy trì sự chú ý về tiến triển trên từng mặt trận.

3.3. Duy trì liên tục

- **Chiến lược duy trì:** Đẩy chủ đề liên tục mỗi ngày để đảm bảo chủ đề luôn hiện diện trong tâm trí công chúng.
- **Kết quả:** Tất cả 10 chủ đề chính đều xuất hiện đều đặn 31/31 ngày trong tháng 3-2022, cho thấy chiến lược duy trì có hệ thống.

- **Chủ đề có được tập trung cao nhất (bài/ngày):**

Chủ đề	Tổng bài đăng	Số bài/ngày
NATO/Phương Tây	1.781	57,5
Tiến độ quân sự Nga	1.501	48,4
Chiến trường: Kiev	808	26,1
Tội ác Ukraine/Azov	736	23,7
Nhân đạo	732	23,6

- **Nhận xét:** "NATO/Phương Tây" không chỉ có volume cao mà còn được duy trì với cường độ cực lớn (57,5 bài đăng/ngày), tương đương gần 2,4 bài đăng/giờ. Điều này cho thấy sự ưu tiên tuyệt đối của Nga trong việc thiết lập narrative về "mối đe dọa từ phương Tây".

3.4. Thiết lập các chủ đề khác biệt giữa các kênh

- **Phân công chủ đề:** Mỗi kênh có chiến lược agenda riêng nhưng vẫn đồng bộ về các chủ đề chính.
- **Danh sách 5 chủ đề theo từng kênh:**
  - ***Kênh RYBAR: Kênh độc lập với 2.311 bài đăng***
    + Chủ đề 1: NATO/Phương Tây (30,7%)
    + Chủ đề 2: Tiến độ quân sự Nga (27,0%)
    + Chủ đề 3: Chiến trường: Kiev (20,5%)
    + Chủ đề 4: Nhân đạo (14,1%)
    + Chủ đề 5: Tội ác Ukraine/Azov (13,4%)
  - ***Kênh MoD: Kênh của Bộ Quốc phòng Nga với 669 bài đăng***
    + Chủ đề 1: Tiến độ quân sự Nga (40,7%)

+ Chủ đề 2: Vũ khí Nga (20,8%)
+ Chủ đề 3: Anh hùng Nga (19,9%)
+ Chủ đề 4: NATO/Phương Tây (17,9%)
+ Chủ đề 5: Tội ác Ukraine/Azov (11,5%)

- ***Kênh RT: Kênh của Cơ quan truyền thông Nga với 3.000 bài đăng***
  + Chủ đề 1: NATO/Phương Tây (31,7%)
  + Chủ đề 2: Tiến độ quân sự Nga (20,2%)
  + Chủ đề 3: Tội ác Ukraine/Azov (14,0%)
  + Chủ đề 4: Nhân đạo (9,7%)
  + Chủ đề 5: Ukraine tấn công dân thường (8,7%)
- ***Chủ đề chung (cả 3 kênh cùng đăng tải):*** Đây là 2 chủ đề lõi của chiến dịch thông tin Nga
  + Chủ đề 1: NATO/Phương Tây
  + Chủ đề 2: Tiến độ quân sự Nga

- **Chủ đề đặc trưng theo kênh:**
  - Kênh Rybar: Tập trung chiến trường cụ thể (Kiev) - cung cấp thông tin tình hình chi tiết
  - Kênh MoD: Nhấn mạnh vũ khí, anh hùng Nga - xây dựng hình ảnh sức mạnh quân sự
  - Kênh RT: Đẩy mạnh tội ác Ukraine - khai thác yếu tố cảm xúc/đạo đức

4. Khả năng định hình khung truyền thông

Câu hỏi đặt ra: Nền tảng số đã định hình cách tiếp cận các chủ đề như nào với công chúng?

Phương pháp: Từ 3 chủ đề chính được xác định là NATO/Phương Tây, Tiến độ quân sự Nga, Tội ác Ukraine/Azov, chọn top 15 bài có phổ biến cao nhất cho mỗi chủ đề (tổng 45 bài đăng). Mã hóa khung dựa trên: (1) tích cực/tiêu cực/trung lập, (2) ai chịu trách nhiệm, (3) video/hình ảnh/số liệu, (4) đánh giá đạo đức.

4.1. Với chủ đề NATO/Phương Tây

- **Các khung được xác định:**

Khung	Số bài	Lượt xem trung bình	Lượt chia sẻ trung bình
NATO can thiệp/kích động	5	874.664	5.074,6
Nga tự vệ chính đáng	4	439.592	5.337,0
Phương Tây đạo đức giả	3	575.398	3.625,3
Ukraine là công cụ	3	697.964	2.179,3

- **Phân tích:**

- ***Khung 1: NATO can thiệp/kích động (Dominant Frame)***
  + Tần suất xuất hiện: 5/15 bài (33%)
  + Thái độ: Rất tiêu cực về NATO/Phương Tây
  + Quan điểm đưa ra: NATO/Phương Tây là thủ phạm gây ra xung đột
  + Minh chứng: Tài liệu bí mật bị bắt, bằng chứng can thiệp
  + Phán xét đạo đức: Phương Tây vô đạo đức, xâm lược
  + Ví dụ: "Bắt được tài liệu NATO hướng dẫn Ukraine", "Phương Tây cung cấp vũ khí"
- ***Khung 2: Nga tự vệ chính đáng***
  + Tần suất xuất hiện: 4/15 bài (27%)
  + Chia sẻ cao nhất: 5.337/bài
  + Quan điểm đưa ra: Tích cực về Nga, Nga là nạn nhân
  + Định hướng quan điểm: Nga buộc phải phản ứng trước mối đe dọa
  + Ví dụ: "Putin thề bảo vệ công dân Nga", "Nga phải tự vệ trước NATO"

- **Kết luận:** Khung "NATO can thiệp" được tập trung mạnh nhất. Nga thông qua khung này định hình cách hiểu rằng, Phương Tây là nguyên nhân gốc rễ của xung đột, Nga chỉ là bên phản ứng chính đáng.

4.2. Với chủ đề Tiến độ quân sự Nga

- **Các khung được xác định:**

Khung	Số bài	Lượt xem trung bình	Lượt chia sẻ trung bình
Nga chiến thắng vẻ vang	5	832.160	2.828,8
Quân đội Nga chuyên nghiệp/anh hùng	4	721.494	5.035,5
Lực lượng Ukraine sụp đổ/thất bại	3	683.024	2.696,3
Chiến dịch vì hòa bình	2	677.934	2.165,0
Nga tự vệ chính đáng	1	547.333	7.145,0

- **Phân tích:**

- ***Khung 1: Nga chiến thắng vẻ vang***
  + Xuất hiện: 5/15 bài đăng (33%)
  + Thái độ: Rất tích cực, lạc quan
  + Nội dung hướng đến: Quân đội Nga đang chiến thắng
  + Minh chứng: Bản đồ chiến trường, số liệu kiểm soát
  + Ví dụ: "Giải phóng thêm 10 khu vực", "Lực lượng Ukraine mất kiểm soát"
- ***Khung 2: Quân đội Nga chuyên nghiệp/anh hùng***
  + Xuất hiện: 4/15 bài đăng (27%)
  + Thái độ: Cảm động, anh hùng
  + Minh chứng: Video POV, footage chiến đấu
  + Ví dụ: "Video Ka-52 dũng cảm che chắn đồng đội"

- **Kết luận:** Hai khung "Chiến thắng" và "Anh hùng" cùng chiếm định hình cách hiểu rằng, Nga đang thắng trận và binh sĩ Nga anh hùng, chuyên nghiệp. Video POV có sức lan tỏa đặc biệt cao.

4.3. Với chủ đề Tội ác Ukraine/Azov

- **Các khung được xác định:**

Khung	Số bài	Lượt xem trung bình	Lượt chia sẻ trung bình
Ukraine/Azov là phát xít	7	956.389	3.515,6
Lực lượng vũ trang Ukraine tấn công dân thường	4	683.758	2.724,0
Azov/Ukraine được phương Tây hỗ trợ	2	501.234	5.194,0
Nga giải cứu/ can thiệp	2	588.484	2.637,5

- **Phân tích:**

- ***Khung 1: Ukraine/Azov là phát xít***
  + Xuất hiện: 7/15 bài đăng (47%)
  + Thái độ: Cực kỳ tiêu cực, gây sốc
  + Minh chứng: Hình ảnh tra tấn, chứng nhân, video hiện trường
  + Phán xét đạo đức: Azov => Phát xít => Tội ác chiến tranh
  + Ví dụ: "Zverstva ukrainskih natsionalistov", "Azov tra tấn dân thường"
- ***Khung 2: Lực lượng vũ trang Ukraine tấn công dân thường***
  + Xuất hiện: 4/15 bài đăng (27%)
  + Thái độ: Tiêu cực, gây căm phẫn
  + Ví dụ: "dùng dân làm lá chắn", "bắn phá khu dân cư"

- **Kết luận:** Khung "Ukraine/Azov là phát xít" áp đảo và được khuếch đại mạnh nhất trong cả 3 chủ đề và định hình cách hiểu: "Ukraine/Azov => Nạn nhân chủ nghĩa => Tội ác chiến tranh => Nga phải can thiệp để bảo vệ dân thường".

PHỤ LỤC II

NỘI DUNG PHỎNG VẤN SÂU VỚI CÁC CHUYÊN GIA

I. THÔNG TIN CHUYÊN GIA

Nghiên cứu này dựa trên phỏng vấn chuyên sâu năm chuyên gia từ ba cơ quan khác nhau của Việt Nam. Các chuyên gia được lựa chọn dựa trên chuyên môn trực tiếp liên quan đến đề tài, bao gồm an ninh chính trị, quan hệ quốc tế, theo dõi báo chí và phân tích chiến lược.

- Tổng thời gian phỏng vấn: 285 phút (4 giờ 45 phút)
- Tổng số trang bản ghi: 147 trang

Để bảo mật, danh tính được mã hóa theo cơ quan công tác.

STT	Chuyên gia	Nơi công tác	Chuyên môn	Ngày phỏng vấn	Hình thức phỏng vấn	Thời lượng (phút)
1	Chuyên gia BCA-1	Bộ Công an	Phân tích an ninh chính trị, tổng hợp phân tích tình hình quốc tế	20/10/2025	Trực tiếp	50
2	Chuyên gia BCA-2	Bộ Công an	Theo dõi báo chí trong nước và quốc tế, công tác tổng hợp phân tích	15/10/2025	Trực tiếp	65

3	Chuyên gia BCA-3	Bộ Công an	An ninh đối ngoại, chuyên sâu Nga và SNG	01/10/2025	Trực tiếp	55
4	Chuyên gia BNG	Bộ Ngoại giao	Thường trú tại Nga, quan hệ quốc tế (duy nhất có quan sát trực tiếp tại Nga)	16/10/2025	Trực tiếp	60
5	Chuyên gia BQP	Bộ Quốc phòng	Lực lượng vũ trang, an ninh chính trị, tổng hợp phân tích	02/11/2025	Trực tiếp	55

II. NHẬN THỨC VỀ VAI TRÒ CHIẾN LƯỢC CỦA THÔNG TIN

2.1. Thông tin như một mặt trận chiến lược độc lập

Kết quả phỏng vấn cho thấy sự tương đồng trong quan điểm giữa cả năm chuyên gia về việc Nga coi thông tin là một mặt trận chiến lược độc lập, không phải công cụ hỗ trợ. Mỗi chuyên gia tiếp cận từ góc độ khác nhau nhưng đều đi đến cùng một kết luận này.

- **Chuyên gia BNG:**

Với kinh nghiệm thường trú và làm việc tại Nga, ông cho biết: *Đối với Nga, thông tin không phải là công cụ hỗ trợ hay bổ trợ cho hoạt động quân sự như nhiều người vẫn thường nghĩ, mà nó được coi là một mặt trận chiến lược độc lập và có*

tầm quan trọng ngang bằng - thậm chí trong nhiều trường hợp còn vượt trội hơn - so với mặt trận quân sự truyền thống.

Ông giải thích nền tảng lý thuyết: trong tư duy chiến lược của Nga, thông tin được xem như một loại vũ khí có khả năng định hình thực tế. Họ xuất phát từ lý thuyết chiến tranh phi truyền thống hay chiến tranh lai mà Tướng Gerasimov phát triển từ 2013. Theo quan điểm này, chiến tranh hiện đại không chỉ diễn ra trên chiến trường với súng đạn, mà còn diễn ra trong tâm trí người dân, trong không gian thông tin, và trong nhận thức cộng đồng quốc tế. Mục tiêu cuối cùng của Nga là gây rối loạn, làm suy yếu ý chí chiến đấu của đối phương, và giành thắng lợi tâm lý ngay cả trước khi một viên đạn nào được bắn ra. Họ tin rằng nếu có thể kiểm soát được cách mọi người nhìn nhận về một sự kiện, thì họ đã kiểm soát được chính sự kiện đó.

- **Chuyên gia BQP**:

"*Trong quan điểm của Nga, thông tin không chỉ đơn thuần là một công cụ hỗ trợ mà đã trở thành một mặt trận độc lập, có tầm quan trọng ngang bằng với các mặt trận truyền thống khác trong việc giải quyết xung đột với Ukraine. Nga đã xác định rõ vai trò của chiến tranh thông tin song song với các chiến trường quân sự, chính trị, ngoại giao, kinh tế và tài chính.*"

- **Chuyên gia BCA-2:**

"*Thông tin đóng vai trò cực kỳ quan trọng, thậm chí có thể nói là then chốt trong cuộc xung đột tại Ukraine. Đây không chỉ đơn thuần là một công cụ truyền thông thông thường, mà thực sự trở thành một mặt trận chiến lược song song với các chiến trường quân sự. Điều đặc biệt là trong thời đại số, vai trò này càng được khuếch đại lên nhiều lần nhờ sức mạnh của các nền tảng truyền thông trực tuyến.*"

2.2. Sự khác biệt căn bản với phương Tây

Các chuyên gia đều nhấn mạnh sự đối lập căn bản giữa cách Nga và phương Tây tiếp cận thông tin. Sự khác biệt này không chỉ về chiến thuật mà phản ánh những giá trị và nguyên tắc hoàn toàn trái ngược.

- **Chuyên gia BNG:**

" *Phương Tây thường tiếp cận thông tin theo hướng truyền thông công khai - nhấn mạnh tính minh bạch, khả năng kiểm chứng thực tế, và tôn trọng tự do ngôn luận. Đối với các nước phương Tây, đặc biệt là các nền dân chủ tự do, họ tin rằng sự thật sẽ tự nó hiện ra nếu có đủ thông tin và không gian tranh luận công khai. Nhưng Nga lại hoạt động theo một logic hoàn toàn khác - logic của tuyên truyền chủ động và kiểm soát narrative. Trong hệ thống tư duy của họ, sự thật không phải là một giá trị tuyệt đối mà là thứ có thể được điều chỉnh, uốn nắn, hoặc thậm chí thay thế bằng những câu chuyện khác phù hợp hơn với mục tiêu chính trị. Họ gọi đây là chủ nghĩa hiện thực mới - nơi mà những narrative được xây dựng công phu có thể quan trọng hơn những gì thực sự xảy ra."*

Ông tiếp tục giải thích hậu quả thực tiễn của sự khác biệt này. Điều này tạo ra một sự bất cân xứng rất lớn: trong khi phương Tây thường phản ứng sau khi sự kiện đã xảy ra và cố gắng giải thích sự thật, thì Nga đã chủ động tạo ra narrative từ trước, định hình không gian thảo luận theo hướng có lợi cho mình. Đây là lý do tại sao Nga thường chiếm sóng trong những giờ đầu tiên của bất kỳ sự kiện quan trọng nào.

- **Chuyên gia BCA-1**

Ông bổ sung góc nhìn thực tiễn: "*Phương Tây thường tập trung vào việc cung cấp thông tin chính xác và đầy đủ, tin rằng sự thật sẽ tự nói lên điều đó. Nhưng Nga lại hiểu rằng trong thời đại thông tin quá tải, không phải sự thật nào cũng được lắng nghe, và người ta thường tin vào điều gì đầu tiên hoặc điều gì phù hợp với niềm tin sẵn có của họ. Chính vì vậy, Nga tập trung vào việc tạo ra những câu chuyện có sức hấp dẫn cảm xúc, những narrative đơn giản dễ hiểu, và phát tán chúng nhanh chóng và rộng rãi."*

III. VỀ SỰ THAM GIA CỦA BA TRỤ CỘT

3.1. Mô hình ba tầng được điều phối chặt chẽ

Các chuyên gia cũng đồng ý về sự tồn tại của một chiến lược thông tin có tổ chức, được cấu trúc thành ba trụ cột hoạt động phối hợp chặt chẽ.

Mỗi chuyên gia mô tả từ góc độ khác nhau nhưng đồng thuận về các trụ cột cơ bản.

- **Chuyên gia BNG**:

" *Nhiều người nhìn vào các hoạt động thông tin của Nga và có cảm giác chúng khá lộn xộn, thậm chí mâu thuẫn với nhau. Nhưng thực tế, theo đánh giá của tôi, Nga có một chiến lược thông tin rất tập trung và được điều phối chặt chẽ từ trung ương, mặc dù bề ngoài nó có vẻ như là những phản ứng tự phát từ nhiều nguồn khác nhau. Tôi muốn mô tả chiến lược này như một cấu trúc ba tầng hoạt động song song và bổ trợ cho nhau. Mỗi tầng có vai trò và chức năng riêng, nhưng tất cả đều hướng đến cùng một mục tiêu chiến lược."*

Ông mô tả tầng thứ nhất là lớp chính thức, bao gồm các cơ quan nhà nước như RT (Russia Today), Sputnik, Bộ Ngoại giao Nga, và các phát ngôn viên chính phủ. Những kênh này đưa ra thông điệp chính thức, thường mang tính chất tuyên bố chính sách, với giọng điệu tương đối nghiêm túc và có vẻ đứng đắn. Họ không thường xuyên sử dụng ngôn ngữ quá khích mà tập trung vào việc đặt khung cho narrative chính.

Tầng thứ hai là lớp bán chính thức hoặc người hâm mộ có tổ chức. Đây là các blog, kênh YouTube, nhóm trên mạng xã hội, và các trang tin được điều hành bởi cá nhân hoặc tổ chức có quan hệ thân thiết với chính phủ Nga, nhưng không mang danh nghĩa chính thức. Những kênh này sử dụng ngôn ngữ mạnh mẽ và cảm xúc hơn nhiều, thường xuyên tấn công trực diện vào đối phương. Mục đích của tầng này

là tạo ra cảm giác như có một làn sóng dư luận tự phát đang ủng hộ quan điểm của Nga.

Tầng thứ ba, và có lẽ là phức tạp nhất, là lớp tự phát hay cơ sở hạ tầng kỹ thuật số. Đây là hàng nghìn, thậm chí hàng chục nghìn tài khoản ẩn danh, bot tự động, và các troll farm chuyên nghiệp. Nhiệm vụ của họ là lan truyền nội dung, viết bình luận, tạo và khuếch đại hashtag, chiếm lĩnh không gian thảo luận trên mạng xã hội. Họ tạo ra ảo giác về quy mô và sự phổ biến của một quan điểm nào đó.

Điểm quan trọng nhất, theo **Chuyên gia BNG**: "*Ba tầng này không hoạt động độc lập mà có sự phối hợp rất chặt chẽ. Thường thì một thông điệp sẽ được đưa ra ở tầng chính thức, sau đó được khuếch đại ở tầng bán chính thức với ngôn ngữ dễ tiếp cận hơn, và cuối cùng được viral hóa bởi tầng tự phát. Cả ba tầng này tạo thành một hệ sinh thái thông tin khép kín và tự củng cố lẫn nhau. Một điểm đáng lưu ý nữa là chiến lược này rất linh hoạt. Nếu một thông điệp không hiệu quả, họ có thể nhanh chóng thay đổi mà không cần phải chịu trách nhiệm vì các kênh bán chính thức và tự phát luôn có thể chối bỏ mối liên hệ với chính phủ.*"

- **Chuyên gia BCA-3**:

"*Trụ cột thứ nhất là các cơ quan thông tin nhà nước, bao gồm các kênh truyền hình, thông tấn xã chính thống như TASS, RIA Novosti, đóng vai trò định hướng và công bố thông điệp chính thức của Chính phủ. Trụ cột thứ hai là hệ thống báo chí tư nhân, vẫn hoạt động dưới sự giám sát và định hướng của nhà nước nhưng có vẻ ngoài độc lập hơn, giúp đa dạng hóa nguồn thông tin và tăng tính thuyết phục. Trụ cột thứ ba, và có lẽ là quan trọng nhất trong bối cảnh hiện đại, là các nền tảng mạng số như Telegram, VKontakte, nơi thông tin được lan truyền nhanh chóng, tạo hiệu ứng viral và tiếp cận được đông đảo công chúng, đặc biệt là thế hệ trẻ.*"

Ông cũng nhấn mạnh rằng ba trụ cột này không hoạt động độc lập mà được điều phối chặt chẽ, tạo nên một mạng lưới thông tin đồng bộ và hiệu quả. Tuy

nhiên, ông cũng ghi nhận một số trường hợp các kênh của Nga đưa ra những quan điểm trái ngược hoặc ngược lại, chỉ trích chính phủ, cho thấy sự phức tạp và tinh vi trong chiến lược này.