

Nhiều hệ lụy khi doanh nghiệp bị 'bêu xấu' trên mạng

THS - LUẬT SƯ LÊ NGUYỄN HÒA, TRƯỞNG BAN PHÁP LÝ CLB DOANH NHÂN VIỆT NAM,
TRỰC THUỘC HIỆP HỘI DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA VIỆT NAM

3 giờ trước

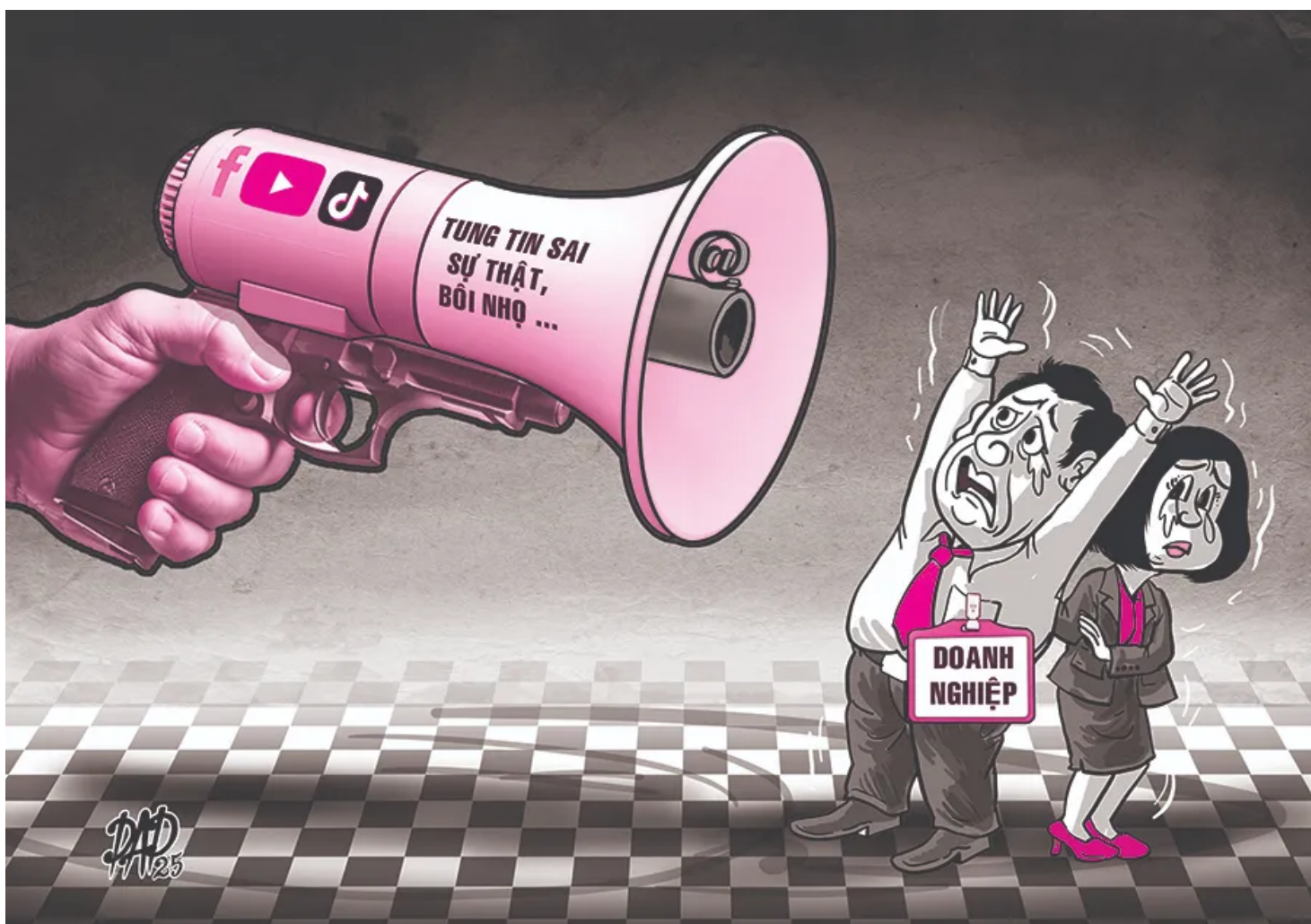
(PLO)- Bên cạnh những mặt tích cực, mạng xã hội còn đang bị sử dụng như một công cụ để tấn công các cá nhân, tổ chức, trong đó có doanh nghiệp, gây nên nhiều hệ lụy.

Với sự bùng nổ của mạng **xã hội**, mỗi sự kiện xảy ra đều có thể trở thành tiêu điểm chỉ trong vài phút với tốc độ lan truyền thông tin chóng mặt. Điều này sẽ mang lại nhiều lợi ích khi đó là những nội dung tích cực, hữu ích cho cộng đồng.

Tuy nhiên, mặt trái không thể phủ nhận là khi các thông tin sai lệch, tiêu cực bị chia sẻ rộng rãi sẽ gây tổn hại nghiêm trọng đến danh dự, uy tín cũng như quyền lợi hợp pháp của cá nhân, tổ chức; trong đó có các doanh nghiệp (DN), đặc biệt là các DN niêm yết trên thị trường chứng khoán.

Trong bối cảnh thị trường chứng khoán đang đóng vai trò là kênh huy động vốn quan trọng của nền kinh tế và hướng tới mục tiêu nâng hạng, việc kiểm soát tin giả, thông tin thất thiệt không chỉ là yêu cầu cấp thiết mà còn là điều kiện tiên quyết.

Nhận diện rõ các hình thức tấn công bằng thông tin sai lệch nhằm vào DN, từ đó xây dựng giải pháp phòng ngừa và xử lý hiệu quả, là nhiệm vụ quan trọng để bảo đảm sự ổn định, minh bạch của thị trường và sự phát triển bền vững của nền kinh tế.



Nhận diện thực trạng

Tình trạng DN bị tung tin sai sự thật, bôi nhọ danh dự, uy tín diễn ra phổ biến với nhiều hình thức khác nhau. Tuy nhiên, có thể nhận diện một số hình thức phổ biến.

Thứ nhất, lan truyền tin giả trên mạng xã hội. Với hình thức này, các đối tượng thường tạo tài khoản ảo để đăng tải thông tin sai lệch như: Đưa tin thất thiệt về

tình hình tài chính (lan truyền tin đồn DN thua lỗ, mất khả năng thanh toán, nợ xấu hoặc cơ nguy cơ phá sản...); tung tin về đời tư lãnh đạo, nhân sự cấp cao, đánh vào sự tò mò, cảm xúc đám đông... với mục đích nhằm làm suy giảm uy tín cá nhân, từ đó ảnh hưởng đến niềm tin đối với cả DN.

Thứ hai, giả mạo danh tính hoặc thương hiệu của DN bằng cách tạo các website, fanpage để đăng các thông tin sai lệch. Thậm chí là giả danh nhân viên, lãnh đạo công ty để phát ngôn gây hiểu lầm, hạ thấp uy tín, hình ảnh của DN.

Thứ ba là lợi dụng việc DN gặp sự cố (ví dụ kiện tụng, các thông tin bất lợi), dựa trên một phần sự thật để thổi phồng, cắt ghép ngữ cảnh rồi khuếch đại sự việc cá biệt thành phổ biến; bóp méo, suy diễn thông tin, sau đó sử dụng tài khoản ảo/bot để bình luận dẫn dắt [dư luận](#) theo hướng tiêu cực, gây ảnh hưởng đến niềm tin của khách hàng, đối tác đối với DN. Thậm chí, có thể có cả chiến dịch "seeding" giả danh "người trong cuộc", "chuyên gia" để dẫn dắt dư luận.

Một cách thức khác đáng chú ý hiện nay đó là các đối tượng xấu đã khai thác công nghệ mới để tạo dựng thông tin giả. Hình thức phổ biến là dùng hình ảnh, video deepfake hoặc cắt ghép tài liệu, email, văn bản giả mạo để tạo cảm giác "chân thật". Ngoài ra, các đối tượng còn kết hợp với AI để sản xuất nội dung số lượng lớn, gây khó khăn trong việc kiểm chứng.



Không chỉ doanh nghiệp mà các cá nhân cũng là đối tượng bị nhắm đến trên mạng xã hội. Ảnh: TRÍ MINH

Trong một **thế giới** mà thông tin có thể lan truyền với tốc độ chóng mặt, khả năng phân biệt đâu là tin thật, đâu là tin giả trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Những cách thức nêu trên cho thấy việc tấn công uy tín DN không chỉ là hành động tự phát mà thường là một chuỗi hành vi xâm phạm có tổ chức, được thực hiện với nhiều thủ đoạn tinh vi.

Cũng phải nói thêm thực tiễn muôn hình vạn trạng, với nhiều cách thức. Tuy nhiên, biểu hiện thường gặp nhất là việc “bôi xấu” sẽ diễn ra trong thời gian dài, bình luận, tung tin đồn tiêu cực về sản phẩm/tình hình tài chính/cá nhân lãnh đạo DN để tạo tâm lý tẩy chay, hoài nghi, gây tổn hại cho DN. Hiện tượng này phổ biến, thường bùng phát khi DN gặp sự cố hoặc bước vào giai đoạn nhạy cảm như gọi vốn, IPO, M&A hay ra mắt sản phẩm.

Những hệ lụy

Việc DN bị bôi nhọ, tung tin sai sự thật không chỉ dừng lại ở thiệt hại uy tín, hình ảnh mà còn kéo theo những hệ quả nghiêm trọng, ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh, cả tinh thần, đời sống của lãnh đạo, nhân viên.

Tin đồn sai lệch có thể tạo ra một hình ảnh tiêu cực về DN trong tâm trí công chúng. Niềm tin mà DN xây dựng trong nhiều năm có thể sụp đổ chỉ trong vài ngày.

Khi uy tín, niềm tin bị giảm sút, DN sẽ mất đi lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ. Khách hàng dễ dàng chuyển sang sử dụng sản phẩm của đối thủ, đặc biệt nếu họ có sản phẩm tương tự.

Khi đó, DN sẽ phải đối mặt với áp lực lớn từ công chúng, đối tác, nhà đầu tư, thậm chí là cả nhân viên. Bối tin đồn tiêu cực cũng có thể khiến hoạt động nội bộ của DN gặp nhiều vấn đề. Một công ty dính scandal sẽ không còn là một nơi làm việc hấp dẫn.



ThS - luật sư LÊ NGUYỄN HÒA, Đoàn Luật sư TP.HCM, Trưởng ban Pháp lý CLB Doanh nhân Việt Nam, trực thuộc Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam. Ảnh: NVCC

Tất cả những điều trên sẽ dẫn đến thiệt hại về tài chính và kinh doanh của DN. Thậm chí, các công ty chung trong hệ sinh thái hay đối tác đều có thể bị ảnh hưởng bởi tin đồn của DN đó. Bởi trong làm ăn, tên tuổi, uy tín của DN là vô cùng quan trọng.

Hồi đầu năm 2025, mạng xã hội bùng lên những tin đồn xấu về Chủ tịch HĐQT Ngân hàng TMCP Á Châu - ông Trần Hùng Huy. Ngay sau đó, phía ngân hàng phát đi thông báo đây chỉ là những thông tin bịa đặt, thất thiệt. Bộ Công an sau đó cũng đã lên tiếng cho biết chưa nhận được đơn thư nào của các bên liên quan.

Thế nhưng ngay sau khi xuất hiện tin đồn thất thiệt trên mạng xã hội, cổ phiếu ACB diễn biến kém tích cực. Chốt phiên giao dịch ngày 6-1, cổ phiếu ACB của Ngân hàng TMCP Á Châu đã giảm 300 đồng/cổ phiếu, tương ứng giảm 1,2%, lấy đi của ACB hơn 1.340 tỉ đồng giá trị vốn hóa.

PHÁP LUẬT LENS Trước đó, đầu tháng 4-2024, Facebook lan truyền thông tin rằng Công an Minh, Chủ tịch HĐQT Ngân hàng Sacombank, bị cấm xuất cảnh. Dù sau đó phía

Sacombank và Bộ Công an đã lên tiếng bác bỏ tin đồn nhưng nó vẫn ảnh hưởng đến tình hình cổ phiếu của ngân hàng này. Giá cổ phiếu STB sau khi tin đồn xuất hiện giảm 2,39%, trong phiên, có thời điểm bị bán mạnh.

Đó là ví dụ về tác động ban đầu đối với một DN, tuy nhiên nghiêm trọng hơn, tin xấu, tin giả có thể tác động đến thị trường tài chính và sự phát triển bền vững của nền kinh tế. Những tin giả liên quan đến các tập đoàn niêm yết có thể khiến giá cổ phiếu sụt giảm mạnh, tác động dây chuyền đến tâm lý nhà đầu tư và toàn bộ thị trường chứng khoán.

Thị trường có quá nhiều tin đồn thất thiệt, nền kinh tế cũng chịu ảnh hưởng trực tiếp, dễ biến động có thể làm ảnh hưởng đến môi trường đầu tư trong nước, các nhà đầu tư nước ngoài sẽ dè chừng khi lựa chọn đầu tư vào Việt Nam.