

PHỤ LỤC 2: HƯỚNG DẪN PHỐI HỢP TRIỂN KHAI CHIẾN DỊCH “TIN AI?” PHÒNG, CHỐNG TIN GIẢ, TIN SAI LỆCH DO AI TẠO RA

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

- Triển khai đồng bộ các hoạt động truyền thông, tuyên truyền về nhận diện, kiểm chứng thông tin và phòng, chống tin giả, tin sai lệch do AI tạo ra tại địa phương.
- Phát huy vai trò của mạng lưới Câu lạc bộ Niềm Tin Số, các KOL/KOC, cơ quan báo chí, trường học, doanh nghiệp và các tổ chức đoàn thể trong việc lan tỏa thông điệp của Chiến dịch.
- Nội dung tuyên truyền bảo đảm thống nhất theo bộ nhận diện, thông điệp và tài liệu của Chiến dịch; phù hợp với đặc điểm của từng địa phương, từng nhóm đối tượng.

II. THỜI GIAN TRIỂN KHAI

Chiến dịch diễn ra từ ngày **31/7/2026 đến ngày 30/9/2026**, được phân chia thành hai giai đoạn trọng tâm như sau:

Giai đoạn	Thời gian	Nhiệm vụ trọng tâm
Giai đoạn 1	31/7/2026 - 31/8/2026	Khởi động và lan tỏa nhận thức cộng đồng. Tập trung đẩy mạnh các hoạt động truyền thông diện rộng trên các nền tảng mạng xã hội.
Giai đoạn 2	01/9/2026 - 30/9/2026	Mở rộng phạm vi tuyên truyền sâu rộng, duy trì sức lan tỏa và tổ chức triển khai các hoạt động đào tạo, tập huấn trực tiếp tại địa bàn.

III. NỘI DUNG TRIỂN KHAI CHI TIẾT

1. Huy động lực lượng KOL tham gia hưởng ứng Chiến dịch

Các địa phương chủ trì phối hợp với Câu lạc bộ (CLB) Niềm tin số, lực lượng KOL/KOC, nhà sáng tạo nội dung và người có ảnh hưởng lớn trên địa bàn để thực

hiện các nội dung truyền thông hưởng ứng Chiến dịch.

Nội dung công tác	Yêu cầu & Quy chuẩn triển khai cụ thể
Nhiệm vụ triển khai	- Chủ động rà soát, kết nối các KOL có uy tín trên địa bàn và huy động thành viên CLB Niềm tin số triển khai Chiến dịch. - Phối hợp, hướng dẫn KOL xây dựng, sản xuất bài viết, hình ảnh, video clip, game tuyên truyền về chủ đề nhận diện, kiểm chứng tin giả, tin sai lệch do AI tạo ra; đăng tải trên các nền tảng mạng xã hội (Facebook, TikTok, YouTube, Instagram, Zalo...). - Khuyến khích KOL chủ động sáng tạo nội dung theo phong cách cá nhân trên cơ sở bám sát thông điệp, định hướng truyền thông và tài liệu của Chiến dịch nhằm tăng tính gần gũi, dễ tiếp cận và khả năng lan tỏa, huy động người dân cùng tham gia hưởng ứng. - Huy động KOL, chuyên gia tham gia các hoạt động tọa đàm, hội thảo, workshop, chương trình đào tạo, tuyên truyền tại địa phương nhằm nâng cao nhận thức và kỹ năng kiểm chứng thông tin cho các nhóm đối tượng. - Nội dung chi tiết, thông điệp truyền thông, cẩm nang kiểm chứng tin giả và định hướng xây dựng sản phẩm truyền thông sẽ được Ban Tổ chức cung cấp thống nhất trong quá trình triển khai.
Tiêu chí lựa chọn KOL	- Có tài khoản mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có lượng người theo dõi và tương tác ổn định. - Có uy tín, hình ảnh tích cực, chấp hành tốt quy định của pháp luật; không liên quan đến các hành vi phát tán thông tin sai sự thật, thông tin xấu độc hoặc các vụ việc gây tranh cãi tiêu cực. - Có khả năng sản xuất nội dung truyền thông (bài viết, video hài hước...) hoặc sẵn sàng phối hợp trong quá trình xây dựng sản phẩm tuyên truyền. - Ưu tiên các KOL có sức ảnh hưởng đối với các nhóm đối tượng trọng tâm như thanh thiếu niên, học sinh, sinh

Nội dung công tác	Yêu cầu & Quy chuẩn triển khai cụ thể
	viên, phụ nữ, người lao động và cộng đồng địa phương.
Chỉ tiêu triển khai (KPI)	- Sản lượng bắt buộc: Đối với mỗi KOL tham gia Chiến dịch thực hiện tối thiểu 01 video và 01 bài viết, hoặc 02 video trong thời gian diễn ra Chiến dịch từ ngày 30/7; khuyến khích sản xuất nhiều sản phẩm hơn để tăng hiệu quả truyền thông. Số lượng KOL huy động không giới hạn. - Định hướng truyền tải: Bám sát định hướng nội dung của Chiến dịch, lan tỏa thông điệp “Kiểm trước tin sau”, hình thành phản xạ kiểm chứng thông tin trước khi tin và trước khi chia sẻ. Nâng cao nhận thức về các hình thức giả mạo do AI tạo ra như deepfake, giọng nói giả, hình ảnh chỉnh sửa bằng AI... Truyền tải thông tin tích cực, dễ hiểu (tiểu phẩm vui vẻ, hài hước). - Quy chuẩn Hashtag bắt buộc: Tất cả sản phẩm đăng tải phải sử dụng thống nhất bộ hashtag: #TinAI #Kiemtruoctinsau #Kiemchungtingia #Chiasetrachnhiem <i>Lưu ý: Địa phương lập danh sách KOL, theo dõi tiến độ và bảo đảm hoàn thành KPI báo cáo hàng tuần. Ưu tiên đẩy mạnh video trong giai đoạn khởi động chiến dịch từ ngày 31/7.</i>

2. Sản xuất video truyền thông tại địa phương

Mỗi PA05 chủ trì xây dựng và đăng tải **tối thiểu 02 video tuyên truyền** hưởng ứng Chiến dịch của đơn vị (có thể chia theo các giai đoạn của chiến dịch):

Giai đoạn triển khai	Định hướng khung nội dung & Quy chuẩn hình thức
----------------------	---

Giai đoạn triển khai	Định hướng khung nội dung & Quy chuẩn hình thức
Video Giai đoạn 1 (31/7 - 31/8/2026)	Giới thiệu Chiến dịch “TIN AI?”; Cảnh báo nguy cơ tin giả, tin sai lệch do AI tạo ra; Khuyến khích người dân hình thành thói quen kiểm chứng thông tin trước khi chia sẻ. Huy động người dân cùng tham gia hưởng ứng Chiến dịch. <i>Lưu ý: Ưu tiên đẩy mạnh video trong giai đoạn khởi động chiến dịch từ ngày 30/7. Có thể tạo ra các minigame tương tác để người dân cùng tham gia hưởng ứng và lan tỏa Chiến dịch.</i>
Video Giai đoạn 2 (01/9 - 30/9/2026)	Hướng dẫn kỹ năng nhận diện và kiểm chứng thông tin; Chia sẻ các tình huống thực tế trong tọa đàm tại địa phương hoặc các vụ việc điển hình; Kêu gọi cộng đồng cùng tham gia xây dựng môi trường thông tin lành mạnh.
Hình thức khuyến khích & Kênh phát hành	Mời KOL, chuyên gia, người có uy tín tại địa phương cùng tham gia. Lồng ghép hình ảnh hoạt động tuyên truyền, đào tạo của địa phương. Hình thức triển khai hài hước, dễ hiểu, tránh truyền tải khô khan. Đăng tải trên Fanpage Công an địa phương, Câu lạc bộ Niềm Tin Số, các nền tảng mạng xã hội và phối hợp với cơ quan báo chí địa phương để lan tỏa.

3. Tổ chức các hoạt động đào tạo, tọa đàm tại địa phương

PA05 chủ trì, phối hợp với các sở, ban, ngành, đoàn thể và cơ sở giáo dục tổ chức các hoạt động tuyên truyền, tập huấn, tọa đàm chuyên đề về nhận diện và kiểm chứng tin giả.

- **Đối tượng triển khai trọng tâm:** Học sinh, sinh viên; Thanh thiếu niên; Hội Liên hiệp Phụ nữ; Hội Người cao tuổi; Công nhân, người lao động; Doanh

ng nghiệp địa phương; Cán bộ, công chức; Các tổ chức chính trị - xã hội và người dân trên địa bàn.

- **Nội dung tuyên truyền cốt lõi:** Giới thiệu Cẩm nang kiểm chứng tin giả và các tài liệu truyền thông của Chiến dịch; Các dấu hiệu nhận biết tin giả và thông tin sai lệch; Phương pháp kiểm chứng thông tin nhanh, dễ áp dụng; Nhận diện các hình thức giả mạo do AI tạo ra (deepfake, giọng nói giả, hình ảnh chỉnh sửa...); Hướng dẫn xử lý khi gặp thông tin nghi vấn; Trải nghiệm game tương tác để nâng cao kỹ năng nhận diện trước các tin giả do AI tạo ra.

- **Hình thức tổ chức đa dạng:** Khuyến khích tổ chức dưới hình thức Hội nghị tuyên truyền; Tọa đàm, đối thoại; Tập huấn, sinh hoạt chuyên đề; Trải nghiệm thực tế tại trường học, doanh nghiệp và khu dân cư.

** Lưu ý: Công an các địa phương chủ động xây dựng kế hoạch đào tạo, tập huấn. Tài liệu hướng dẫn đào tạo trong QR phía dưới (sẵn sàng truy cập từ 28/7).*

4. Phối hợp triển khai truyền thông ngoài trời (OOH)

Đề nghị PA05 các địa phương chủ động phối hợp với UBND tỉnh, thành phố và các sở, ngành liên quan; đồng thời làm việc với các đơn vị quản lý, khai thác hệ thống quảng cáo ngoài trời (OOH) trên địa bàn để cùng đồng hành với Chiến dịch.

Hạng mục công việc	Yêu cầu quy chuẩn & Vị trí ưu tiên
Nội dung và phân bổ phương thức	- Phối hợp vận động các đơn vị quản lý hệ thống màn hình LED, biển quảng cáo điện tử, màn hình LCD tại các tòa nhà, trung tâm thương mại, chung cư, cơ quan, doanh nghiệp và các địa điểm công cộng tham gia trình chiếu các ấn phẩm của Chiến dịch. - Tận dụng hệ thống hiện có để trình chiếu video, poster, infographic và các nội dung trực quan do Ban Tổ chức cung cấp. Khuyến khích các đơn vị dành thời lượng phát sóng miễn phí hoặc ưu tiên hỗ trợ vì cộng đồng. - Ban Tổ chức sẽ cung cấp thống nhất các video, poster, ấn phẩm truyền thông và tư liệu trình chiếu để các địa

Hạng mục công việc	Yêu cầu quy chuẩn & Vị trí ưu tiên
	phương triển khai, bảo đảm tính đồng bộ nhận diện chiến dịch toàn quốc.
Vị trí bố trí ưu tiên	Ưu tiên bố trí trình chiếu tại các vị trí có thời gian quan sát dài, mật độ người qua lại lớn và khả năng tiếp cận cao như: Các nút giao thông, ngã tư có đèn tín hiệu; Sảnh các tòa nhà, trung tâm hành chính, trung tâm thương mại; Khu vực thang máy, hành lang, khu vực chờ; Nhà ga, bến xe, sân bay; Các tuyến phố, quảng trường và khu vực tập trung đông người...
Chỉ tiêu triển khai (KPI)	- Mỗi địa phương vận động tối thiểu từ 05 - 10 màn hình LED/biển quảng cáo điện tử hoặc các cụm màn hình tại khu vực trung tâm tham gia trình chiếu nội dung Chiến dịch. - Ưu tiên duy trì trình chiếu liên tục trong toàn bộ thời gian diễn ra Chiến dịch (31/7 - 30/9/2026) và theo kế hoạch truyền thông của Ban Tổ chức.

IV. HỖ TRỢ VÀ BÁO CÁO

1. Hỗ trợ

Ban Tổ chức Chiến dịch sẽ cung cấp các công cụ và tài liệu hỗ trợ sau cho địa phương:

- Bộ nhận diện Chiến dịch. Yêu cầu: Sử dụng đồng bộ, tuyệt đối không tự ý chỉnh sửa ngoài các nội dung hướng dẫn.
- Cẩm nang kiểm chứng tin giả.
- Bộ ấn phẩm truyền thông.
- Nội dung tuyên truyền và thông điệp truyền thông thống nhất.
- Video clip phát trên hệ thống OOH (màn hình công cộng).

** Thông qua QR phía dưới, sẵn sàng truy cập từ ngày 28/7/2026.*

2. Báo cáo kết quả

Đề nghị các địa phương thực hiện tổng hợp toàn bộ kết quả triển khai Chiến dịch và gửi báo cáo định kỳ hàng tuần về các hoạt động đã thực hiện, nội dung chi tiết bao gồm:

STT	Nội dung tiêu chí báo cáo	Chi tiết yêu cầu dữ liệu minh chứng cần cung cấp
1	Huy động lực lượng KOL	Kết quả chi tiết về việc huy động và danh sách các lực lượng KOL/KOC tham gia Chiến dịch tại địa phương.
2	Số lượng sản phẩm truyền thông	Số lượng bài viết, video, sản phẩm truyền thông đã thực hiện thành công (yêu cầu bắt buộc đính kèm đường dẫn link các sản phẩm tuyên truyền nổi bật).
3	Số liệu hiệu quả truyền thông	Thống kê chi tiết các số liệu truyền thông số, bao gồm lượt tiếp cận (Reach) và tổng số lượt tương tác (Like, Share, Comment...) nếu có.
4	Kết quả công tác đào tạo, tập huấn	Kết quả tổ chức các lớp tập huấn, tọa đàm, hội nghị tuyên truyền cụ thể tại địa bàn (ghi rõ số lượng lớp, số lượng và cơ cấu thành phần đối tượng tham gia).
5	Hình ảnh tư liệu và mô hình hay	Hình ảnh, video clip quay tư liệu minh chứng trực tiếp; báo cáo tóm tắt những mô hình sáng tạo, cách làm hiệu quả cao được ứng dụng thực tế tại địa phương.
6	Dữ liệu báo cáo truyền thông OOH	Tổng hợp chi tiết danh sách tất cả các vị trí đặt màn hình/biển hiệu, thời gian trình chiếu cụ thể

STT	Nội dung tiêu chí báo cáo	Chi tiết yêu cầu dữ liệu minh chứng cần cung cấp
		và đính kèm hình ảnh chụp hiện trường để Ban Tổ chức nghiệm thu hiệu quả toàn quốc.

Cẩm nang, Video clip và nhiều hơn
(Sẵn sàng truy cập từ 28/7/2026)

