

HIỆN TƯỢNG TIN TỨC GIẢ, MỘT SỐ PHƯƠNG THỨC NHẬN BIẾT VÀ NGĂN CHẶN

Trần Vũ Thị Giang Lam

Khoa Khoa học Xã hội và Nhân văn, Trường Đại học Cần Thơ

Tác giả liên hệ: tvtgram@ctu.edu.vn

Lịch sử bài báo

Ngày nhận: 15/9/2020; Ngày nhận chỉnh sửa: 27/10/2020; Ngày duyệt đăng: 12/1/2021

Tóm tắt

Trong bối cảnh truyền thông mới, với sự hỗ trợ của những công cụ kỹ thuật số và Internet, việc tạo ra một câu chuyện tin tức, biên tập, chỉnh sửa và xuất bản đã trở nên thuận lợi và dễ dàng hơn. Tuy nhiên, điều này cũng là cơ hội cho “tin tức giả”, sai lệch xuất hiện ngày càng nhiều, được truyền phát với tốc độ nhanh hơn trên diện rộng. Trong thực tế, gần đây, tin tức giả đã thật sự trở thành một vấn đề trong lĩnh vực truyền thông trên thế giới và ở Việt Nam. Vấn nạn tin giả đã dấy lên nhiều tranh luận, nghiên cứu trong ngành công nghiệp báo chí truyền thông, trong các hội thảo khoa học về báo chí, đặc biệt từ thời điểm sau những cuộc bầu cử chính phủ ở Châu Âu và Mỹ năm 2016. Bài viết nghiên cứu tổng quan những vấn đề cơ bản liên quan đến tin tức giả như khái niệm, các loại tin giả phổ biến, làm thế nào nhận biết tin giả, tin sai lệch, cách thức lan truyền của tin giả và sau cùng là đề xuất giải pháp xử lý, ngăn chặn.

Từ khóa: *Báo chí truyền thông, mạng xã hội, tin tức giả, tin sai lệch, tuyên truyền.*

FAKE NEWS - HOW TO IDENTIFY AND PREVENT IT

Tran Vu Thi Giang Lam

School of Social Sciences and Humanities, Can Tho University

Corresponding author: tvtgram@ctu.edu.vn

Article history

Received: 15/9/2020; Received in revised form: 27/10/2020; Accepted: 12/01/2021

Abstract

Creating, editing and publishing a news story nowadays have become easier than ever before thanks to the development of digital tools and Internet. However, this is also accompanied by a related risk of “fake news” for mis/disinformation being more and more generated, and transmitted at a faster rate on a large scale. In effect, fake news recently has become problematic for mass media in Vietnam and around the world. It has generated debates and research in media industry among journalism conferences, especially since post-elections in Europe and the 2016 US presidential election. This paper examines some basic issues related to “fake news” such as the definition of the term, how it spreads, some types of fake news and possible solutions to handle it.

Keywords: *Disinformation, fake news, mass media, propoganda, social network.*

1. Đặt vấn đề

Các phương tiện truyền thông ngày càng đa dạng như sách, báo, tạp chí, phát thanh, truyền hình và gần đây nhất là sự phát triển mạnh mẽ của mạng xã hội, công chúng càng có nhiều cơ hội tiếp cận khối lượng lớn thông tin từng giờ, từng ngày. Bên cạnh việc mang lại những lợi ích cho công chúng, điều này cũng dẫn đến một vấn đề là “tin tức giả” xuất hiện dưới nhiều hình thức phức tạp và tràn lan hơn. Truyền thông, mạng xã hội và tin giả đã trở thành những chủ đề gây chú ý trong suốt những cuộc bầu cử ở Châu Âu, hay cuộc bầu cử tổng thống Mỹ năm 2016 và đã khơi nguồn cho nhiều tranh luận, nghiên cứu cho đến nay (Dale, 2019; Grazulis & Rogers, 2019; Nielsen, 2020; Ireton & Posetti, 2018; Simmons, 2019). Các nghiên cứu này thảo luận về hiện tượng “tin giả” xuất hiện trên báo chí chính thống và không chính thống, được lan truyền rất nhanh trên mạng xã hội, hay sức ảnh hưởng mạnh mẽ của nó và các cách thức để công chúng nhận diện “tin thật”, “tin giả”. Thực tế, tin giả, sai lệch đã trở thành một đề tài nghiên cứu quan trọng trong nghiên cứu về báo chí truyền thông trên thế giới. Đã có nhiều bài báo khoa học, sách và hội thảo khoa học được tổ chức nhằm giải thích, định nghĩa “tin tức giả”, xác định tác động của nó đối với xã hội và thảo luận về sự phát tán, lan truyền theo cấp số nhân của các thông tin sai lệch.

Ở Việt Nam, báo chí truyền thông mới bắt đầu chú ý đến tin giả từ 2017 cho đến nay, theo Lê Quốc Minh, Phó Tổng giám đốc Thông tấn xã Việt Nam: “Tin giả đã âm thầm xuất hiện ở Việt Nam từ lâu nhưng ít người để ý. Ngay cả khi tin giả trở thành “khủng hoảng toàn cầu” sau cuộc bầu cử tổng thống Mỹ thì nhiều người ở trong nước vẫn chưa coi đây là vấn đề nghiêm trọng. Nhưng có thể khẳng định rằng tin giả đang thực sự là một mối đe dọa cho xã hội” (Thanh Hà, 2018). Vì vậy, việc tìm hiểu, lý giải những vấn đề liên quan đến hiện tượng tin giả, tin sai lệch là cấp thiết, đóng góp vào lĩnh vực nghiên cứu báo chí truyền thông tại Việt Nam nói riêng và thế giới nói chung, hướng đến xây dựng một nền

báo chí truyền thông chuyên nghiệp, tự do, dân chủ và minh bạch. Phương pháp phân tích tổng hợp được vận dụng nhằm tóm lược và thảo luận những vấn đề cơ bản liên quan đến tin giả như các thuật ngữ đang được sử dụng, các loại tin giả, sự phát tán tin giả, phương thức nhận biết và ngăn chặn.

2. Những vấn đề cơ bản về “tin tức giả”

2.1. Thuật ngữ “tin tức giả”

Về cách gọi, thuật ngữ “tin tức giả” bắt nguồn từ thuật ngữ “fake news” của báo chí Âu, Mỹ và đang được sử dụng phổ biến trong môi trường báo chí truyền thông toàn cầu. Trong các tin, bài viết, thông tin trên các phương tiện truyền thông, hay trong các bài báo khoa học, công trình nghiên cứu, các hội thảo về báo chí truyền thông trên thế giới, thuật ngữ “tin tức giả” xuất hiện với tần suất lớn. Cụ thể, năm 2016 “tin tức giả” (fake news) là từ được tìm kiếm nhiều nhất, trở thành “từ của năm” trên từ điển Oxford và là “từ của năm” 2017 trong từ điển Collins (Kalsnes, 2018). Ở Việt Nam, các báo điện tử lớn và uy tín như Tuổi trẻ Online (báo điện tử thuộc Thành đoàn Thành phố Hồ Chí Minh), VTV News (báo điện tử của Đài truyền hình Việt Nam), VietNamNet (báo điện tử thuộc bộ Thông tin và Truyền thông), Nhân dân điện tử (thuộc cơ quan Trung ương của Đảng Cộng sản Việt Nam), VietnamPlus (báo điện tử của Thông tấn xã Việt Nam)... cũng đang sử dụng thuật ngữ này và một số cách gọi tương tự như “tin giả”, “tin vệt” hay “tin tức giả mạo”. Vào tháng 10 năm 2017, thuật ngữ “tin tức giả mạo” cũng được sử dụng trong hội thảo “Nhận thức tin tức giả mạo (fake news) và An toàn thông tin trên mạng xã hội” do Trường Đại học Văn Lang tổ chức với sự tham gia của các chuyên gia trong lĩnh vực truyền thông, an ninh và an toàn mạng.

Ngoài ra, những thuật ngữ như “thông tin sai lệch” (disinformation), hay “thông tin không chính xác”, dễ gây hiểu lầm (misinformation) được sử dụng phổ biến, thường xuất hiện cùng với thuật ngữ “tin tức giả” và tất cả các cách gọi này đều có liên quan với nhau về phương diện ý

nghĩa. Tin tức giả có thể được hiểu là tin, bài được ngụ ý là sự thật nhưng thực chất đó là những tin tức được thành lập dựa trên tin đồn, phỏng đoán hoặc hoàn toàn bịa đặt và bị cố tình lan truyền với mục đích kinh tế, chính trị hoặc xã hội. Nói cách khác, tin tức giả là những tin, bài chứa thông tin sai, thông tin giả (disinformation) hoặc thông tin không chính xác (misinformation), dễ gây hiểu lầm cho công chúng, được truyền phát qua các phương tiện truyền thông, một cách vô tình hoặc với chủ ý nhằm che giấu sự thật và ảnh hưởng, tác động đến dư luận.

Trong khái niệm trên, có đề cập đến thông tin sai lệch, thông tin giả (disinformation) để chỉ những tin, bài chứa những thông tin không có thật, hoàn toàn bịa đặt và không thể kiểm chứng được (Ireton & Posetti, 2018). Năm 2019, tác giả Mạch Lê Thu đã có nghiên cứu về trường hợp tin giả chống lại sáng lập viên của “Hội sữa mẹ Betibuti” ở Việt Nam. “Hội sữa mẹ Betibuti” được thành lập bởi Lê Nhất Phương Hồng vào năm 2013 và ban đầu là một cộng đồng trao đổi kiến thức nuôi con bằng sữa mẹ theo khoa học trên mạng xã hội Facebook. Các thành viên thuộc nhóm Facebook này chia sẻ các kiến thức và kinh nghiệm về cách nuôi con bằng sữa mẹ sau khi sinh, giúp đỡ nhau cả trực tuyến và ngoại tuyến. Tháng 2 năm 2018, Lê Nhất Phương Hồng quảng cáo một khóa học giúp phụ nữ mang thai tập thể dục, vận động để có thể sinh con dễ dàng hơn và có thể tránh nguy cơ phẫu thuật (Mach Le Thu, 2019). Khóa học được dự kiến tổ chức vào tháng 6 và tháng 7 năm 2018 và là khóa đào tạo đầu tiên dành cho những huấn luyện viên, với học phí mười lăm triệu đồng.

Vào ngày 14 tháng 3 năm 2018, một tài khoản mạng xã hội Facebook có tên Minh Phương đã đăng thông tin về trường hợp cái chết của một người phụ nữ tự sinh con tại nhà ở thành phố Hồ Chí Minh. Tài khoản Facebook Minh Phương tự nhận là bạn của người phụ nữ trong trường hợp trên và cho biết nguyên nhân tử vong là do người phụ nữ này đã tham gia và thực hiện theo khóa học được quảng cáo của Lê Nhất

Phương Hồng. Câu chuyện đã lan truyền nhanh chóng trên mạng xã hội Facebook và đã xuất hiện bài báo về vụ việc này trên báo chí chính thống, trong khi các cơ quan chức năng có liên quan chưa đưa ra xác nhận đầy đủ. Theo tác giả Mạch Lê Thu, vào ngày 15 tháng 3 năm 2018, đại diện của Bộ Y tế cho biết câu chuyện về người mẹ và em bé chết trong lúc sinh tại nhà theo thông tin trên Facebook Minh Phương là chưa được xác minh (Mach Le Thu, 2019). Sau ngày 15 tháng 3 năm 2018, tài khoản Facebook tên Minh Phương, nơi bắt đầu thông tin giả, đã không còn tồn tại và không thể truy tìm. Tuy nhiên, Lê Nhất Phương Hồng và “Hội sữa mẹ Betibuti” cũng đã chịu nhiều ảnh hưởng về uy tín, danh tiếng và thiệt hại (Mach Le Thu, 2019). Đây là trường hợp thông tin giả (disinformation) được dựng lên có chủ đích, chống lại Lê Nhất Phương Hồng, người sáng lập “Hội sữa mẹ Betibuti”.

Ngoài ra, “tin tức giả” có thể là những tin, bài chứa thông tin không chính xác (misinformation), chưa được xác minh hoặc thông tin dễ gây hiểu lầm, vô tình hoặc cố ý được truyền đi, che mờ sự thật và cũng có tác động lớn đến dư luận (Adikpo, 2019; Chilwa & Samoilenko, 2019; Hage, Aïmeur & Guedidi, 2020). Những tin tức, bài báo này có thể chứa một phần thông tin là sự thật, phần còn lại chưa được kiểm chứng, xác minh, nhưng lại bị che giấu, lấp liếm nhằm đánh lừa hoặc gây hiểu lầm cho công chúng. Những “tin tức giả” này xuất hiện rất nhiều trên các phương tiện truyền thông cả chính thống (truyền hình, phát thanh, báo quốc gia, báo địa phương...) và không chính thống (các trang thông tin điện tử, diễn đàn, các trang mạng xã hội...). Chẳng hạn, vào năm 2008, ngay tại thời điểm bắt đầu cuộc khủng hoảng kinh tế ở Châu Á, đã có thông tin rằng Ngân hàng Đông Á (The Bank of East Asia-BEA), ngân hàng lớn thứ 6 ở Hongkong lúc bấy giờ, gặp khó khăn về tài chính và sắp phá sản (Chen & Suen, 2017). Thông tin này ban đầu xuất hiện dưới dạng tin đồn, sau đó giả dạng tin tức chính thống, lan đi rất nhanh và đã dẫn đến việc hàng ngàn khách hàng của ngân hàng

hoảng loạn rút tiền. Đây là kiểu thông tin không chính xác, dễ gây hiểu lầm (misinformation) bởi vì trong bối cảnh cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu năm 2008, việc Ngân hàng Đông Á gặp khó khăn về tài chính có thể là sự thật, nhưng mức độ khó khăn nghiêm trọng đến sắp phá sản là thông tin chưa được kiểm chứng, xác thực bởi một cơ quan hay tổ chức có thẩm quyền nào (Chen & Suen, 2017).

Trong bối cảnh internet và truyền thông xã hội phát triển mạnh mẽ, theo Giáo sư Tạ Ngọc Tấn, nguyên Giám đốc Học viện Chính trị quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, nhận xét: “Nguồn thông tin vô cùng phức tạp, rất khó có thể kiểm soát chặt chẽ, với các thông tin về các vấn đề chính trị lại càng phức tạp hơn, càng khó nhận diện hơn” (Nhóm phóng viên VOV1, 2020). Sức ảnh hưởng của “tin tức giả” là khó lường hết được bởi vì nó kéo theo một loạt hành động, phản ứng của công chúng, của dư luận mà đôi khi không thể kiểm soát và dẫn đến những tổn hại thật sự về kinh tế, chính trị, xã hội. Tin tức giả, sai lệch đặc biệt nguy hiểm bởi vì tin giả thường được tạo ra một cách có tổ chức, có chủ đích, có nguồn lực hỗ trợ và có sự tham gia của công nghệ tự động hiện đại. Do đó, công chúng, đặc biệt là người dùng mạng xã hội rất khó nhận biết, kiểm soát và ngăn chặn kịp thời.

2.2. Các loại tin tức giả

Có nhiều ý kiến khác nhau khi thảo luận về việc xác định và phân loại tin tức giả. Trong thực tế, tin giả, sai lệch hiện diện dưới nhiều hình thức khác nhau, xuất hiện ở mọi định dạng có thể truyền được thông tin như báo in, báo điện tử, các video trên Youtube, những hình ảnh, các trang thông tin điện tử, thông tin được chia sẻ trên các trang mạng xã hội... Do hình thức tồn tại của tin giả trên các phương tiện truyền thông là đa dạng và phức tạp, cho nên nhận diện và phân loại tin tức giả là công việc không đơn giản và dễ dàng. Tuy nhiên, có nhiều nghiên cứu đã nỗ lực phân loại tin giả giúp cho công chúng có thể nhận diện được tin giả, sai lệch khi đánh giá các nội dung tin, bài trực tuyến trên báo điện tử, các trang tin

điện tử hay các trang mạng xã hội (Dale, 2019; Hage, Aïmeur & Guedidi, 2020; Kalsnes, 2018; Nielsen, 2020; Ireton & Posetti, 2018; Tandoc, Lim & Ling, 2017).

Năm 2017, các tác giả Tandoc, Lim và Ling công bố một nghiên cứu về các kiểu hình tin giả, trong đó khảo sát 34 bài báo học thuật nghiên cứu về tin tức giả từ năm 2003 đến năm 2017. Kết quả nghiên cứu chỉ ra 6 loại tin giả phổ biến là: tin tức châm biếm (news satire), tin tức nhại lại (news parody), tin bịa đặt (fabrication), tin tức lôi kéo, vận động, thao túng (manipulation), quảng cáo (advertising) và tuyên truyền (propoganda) (Tandoc, *và cs.* 2017).

Theo Kalsnes, trong nghiên cứu “Fake News” (Tin tức giả), có năm loại tin tức giả phổ biến trên các phương tiện truyền thông trên thế giới (Kalsnes, 2018). Thứ nhất là tin tức được dựng lên (fabrication), cố ý đánh lừa người đọc, nhằm mục đích điều khiển dư luận, ví dụ như các tin tức giả xuất hiện tràn lan trong suốt cuộc bầu cử tổng thống Mỹ năm 2016. Thứ hai là những trang tin châm biếm (satire), giễu nhại (parody), đăng những bài viết với mục đích giải trí, châm biếm, nhại lại các chính trị gia hay người nổi tiếng nhưng ở định dạng của tin tức chính thống nên dễ khiến người đọc hiểu nhầm rằng đó là những thông tin chính xác, nghiêm túc (Dale, 2019; Kalsnes, 2018). Tại Châu Âu và Mỹ, có khá nhiều trang tin dạng “trò đùa”, châm biếm này, ví dụ như trang tin The Onion ở Mỹ. Thứ ba là những tin tức sai lệch lừa đảo với quy mô lớn (manipulation), đôi khi được truyền đi bởi các trang tin có uy tín. Thứ tư là những bài viết trong đó có những dữ kiện có thật, bị trộn lẫn với những dữ kiện chưa được xác minh, kiểm tra, nhằm mục đích quảng cáo (advertising), quan hệ công chúng. Thứ năm là các tin tức thiên vị, định kiến dựa trên các quan điểm chính trị khác nhau nhằm mục đích tuyên truyền (propoganda) và công chúng rất khó xác định sự thật trong các tin, bài kiểu này.

Năm 2018, tổ chức “Khoa học và Văn hóa” thuộc Liên hiệp quốc đã có khảo sát, nghiên cứu

nhằm chỉ ra các dạng tin giả phổ biến (Ireton và Posetti, 2018). Thứ nhất là tin, bài giật gân (clickbait) gồm những bài viết có tiêu đề kích thích, khơi gợi sự tò mò của người đọc nhưng nội dung bài báo không thật sự cung cấp thông tin gì. Đây là những bài viết nhử mồi, người viết cố tình đặt những tiêu đề gây sốc mà không ăn khớp gì với nội dung bài viết hoặc nội dung là bịa đặt nhằm mục đích tăng lượng truy cập cho các trang tin, tăng doanh thu quảng cáo cho các trang web. Thứ hai là dạng tin tuyên truyền (propaganda), là những tin, bài thúc đẩy một quan điểm chính trị thiên vị, hoặc vì một động cơ chính trị nào đó. Thứ ba là các trang tin châm biếm, giễu nhại (satire, parody) chủ yếu nhằm mục đích giải trí, mua vui, nhại lại người nổi tiếng, các chính trị gia hay các sự kiện nóng hổi đang diễn ra trong xã hội. Thứ tư là bài viết, những sản phẩm của nền báo chí cẩu thả (sloppy journalism), có nghĩa là người viết bài dựa trên những nguồn thông tin không đáng tin cậy hoặc không kiểm tra tất cả các dữ kiện trong bài viết, dẫn đến việc người đọc có thể hiểu lầm, hiểu sai. Thứ năm là những tin, bài có chứa tin đồn (rumor) hoặc những tuyên bố chưa được xác minh, chứng thực. Thứ sáu là những tin, bài thù ghét (hate news) cố ý lan truyền, kích động phân biệt chủng tộc, phân biệt giới tính, tôn giáo hay các hình thức phân biệt đối xử khác.

Mặc dù các công trình nghiên cứu về tin tức giả nêu trên chưa thống nhất hoàn toàn về phương diện tên gọi và số lượng các kiểu loại tin giả. Tuy nhiên, các tác giả của những nghiên cứu trên đã khảo sát và phân loại các kiểu hình tin giả dựa trên một số yếu tố như định dạng tin tức (thông tin sai lệch được tạo dựng như tin tức thật), mức độ sai lệch (thông tin sai một phần hoặc hoàn toàn sai), và mục đích, động cơ đằng sau của tin giả (nhằm đánh lừa công chúng, hoặc vì mục đích kinh tế, chính trị).

2.3. Sự lan truyền tin tức giả

Tin tức giả không phải là một hiện tượng mới, nhưng những kỹ thuật truyền thông mới đã tạo ra nhiều hình thức và kênh giúp lan truyền

tin giả (Kalsnes, 2018; Tandoc, và cs. 2017). Trong lịch sử truyền thông, tin tức giả đã từng xuất hiện dưới dạng tin đồn thất thiệt (rumor) và hình thức phát tán là truyền miệng, đến năm 1436 khi kỹ thuật in ấn ra đời ở Châu Âu, các dạng tin đồn thất thiệt này được phát tán bằng nhiều cách hơn. Đến khi báo in xuất hiện ở Châu Âu khoảng đầu thế kỷ XVIII, khái niệm tin tức giả dần được định hình rõ ràng hơn và tin giả cũng được lan truyền qua con đường báo chí chính thống (Kalsnes, 2018). Ngày nay tin giả xuất hiện dưới nhiều hình thức phức tạp và dễ dàng được đăng tải, lan truyền bằng nhiều kênh truyền thông khác nhau. Trong đó, mạng xã hội là công cụ thường được sử dụng để chia sẻ tin tức với bạn bè, người thân, người quen nhưng đồng thời cũng là phương tiện để phát tán tin giả. Một mặt, mạng xã hội được xem là nền tảng tiện ích để gắn kết báo chí với xã hội, giúp thúc đẩy tranh luận, phản biện, thể hiện quyền và nghĩa vụ công dân, tham gia xây dựng nền dân chủ. Mặt khác, thực tế tin giả lan truyền nhanh, trên diện rộng bởi tính năng yêu thích (like) và chia sẻ (share) của các mạng xã hội.

Theo tác giả Chen và Suen (2017) trong bài viết “How Fake News Spreads” (Tin tức giả lan truyền như thế nào), không phải tin giả nào cũng châm ngòi, kích thích được hành động của công chúng. Đã có một số nghiên cứu tìm hiểu, phân tích sự tác động của tin giả đối với công chúng để lý giải tại sao một số tin giả có thể kích thích hành động, một số khác thì không. Các nhà nghiên cứu phát hiện ra rằng công chúng có xu hướng tin vào những điều gần gũi với niềm tin sẵn có của họ và sau đó kể lại, chia sẻ, lan truyền tin tức này cho những người khác (Chen & Suen, 2017). Ví dụ, nếu một người có sẵn mối ngờ vực rằng bà Hillary Clinton, ứng viên tổng thống Mỹ trong cuộc bầu cử năm 2016, đang có những hành động ám muội trong vận động bầu cử, thì người đó sẽ dễ dàng tin vào tin giả, tin đồn tiêu cực liên quan đến bà Clinton. Điều này giúp thông tin sai lệch, tin đồn lan rộng vì khi một người nghe, đọc một tin giả xác thực niềm

tin sẵn có trước đó của họ, họ sẽ có xu hướng bỏ qua bước xác minh tính chân thực của thông tin mà kể lại, chia sẻ với bạn bè, người thân, người quen về những “phát hiện” này.

3. Nhận biết, xử lý và ngăn chặn tin giả

3.1. Nhận biết tin giả

Để nhận biết tin giả, sai lệch, công chúng nên có thái độ thận trọng và hoài nghi khi theo dõi một câu chuyện tin tức mới hoặc một vụ việc, một vấn đề xã hội vẫn còn đang được tường thuật, đặc biệt là những sự việc gây ra các luồng dư luận trái chiều nhau. Nếu tin tức là một loại hàng hóa, độc giả nên là người tiêu dùng thông minh, có kiến thức và kỹ năng để nhận biết, phân biệt được thật, giả, trước khi tin tưởng và chia sẻ thông tin trực tuyến, nhất là chia sẻ trên các mạng xã hội (Ireton & Posetti, 2018; Simmons, 2019; Chilwa & Samoilenko, 2019). Những tiến bộ về công nghệ truyền thông đã mang đến cho mọi người điều kiện có thể tự sản xuất, tự biên tập và tự xuất bản thông tin trên các nền tảng kỹ thuật số, do vậy quan trọng hơn bao giờ hết tự do ngôn luận phải đi cùng với trách nhiệm.

Thách thức đối với người làm báo là phải cân trọng xác minh tính chính xác của thông tin, tránh lối tường thuật giật gân. Ngoài ra, người đưa tin, viết bài cần cân bằng được những quan điểm khác nhau trong bài viết và cẩn thận lưỡng trước những tác động đến dư luận có thể xảy ra khi công bố tin, bài. Nhà báo cần liên tục cập nhật, nâng cao kiến thức, kỹ năng đặc biệt về công nghệ thông tin và giữ vững đạo đức nghề nghiệp. Nếu thực hiện được những điều này, sẽ giảm thiểu được tin giả, thông tin sai lệch, thiếu chính xác xuất hiện trên báo chí truyền thông chính thống (Adikpo, 2019).

Độc giả có thể tự trang bị cho mình những kỹ năng cần thiết để nhận biết tin tức giả, sai lệch. Trước tiên, người đọc có thể kiểm tra nguồn đăng tải, truyền phát các tin, bài xem đó có phải là những trang web, trang báo mạng điện tử, trang thông tin điện tử... chính thống, uy tín, đáng tin cậy hay không. Thông tin, bài viết đáng tin cậy được công bố từ các nguồn uy tín. Thứ hai, người

đọc cần xem xét, đánh giá nội dung của bài viết. Tác giả bài viết muốn gửi đến bạn đọc thông điệp gì và có đưa ra được những dữ kiện, dữ liệu hoặc bằng chứng mà người đọc có thể kiểm tra được hay chỉ nêu ý kiến, quan điểm cá nhân của người viết. Bài viết đáng tin cậy không chỉ nêu ý kiến, quan điểm mà còn kèm theo dữ kiện minh chứng và thường có nhiều hơn một quan điểm. Thứ ba, một tin tức có thật, quan trọng và được dư luận quan tâm sẽ được phản ánh cùng lúc trên nhiều phương tiện truyền thông khác nhau. Vì vậy, công chúng đối chiếu, kiểm tra được tính chân thực của thông tin. Cách thứ tư giúp công chúng nhận diện tin giả, sai lệch, là chú ý đến những đường dẫn liên kết (link), siêu liên kết (superlink), trích dẫn và nguồn tham khảo. Bởi vì, tin, bài đáng tin cậy không chỉ nêu ý kiến, quan điểm mà còn nêu dữ kiện và có trích dẫn, hoặc nêu nguồn thông tin, các liên kết rõ ràng, người đọc hoàn toàn có thể kiểm tra được.

3.2. Xử lý và ngăn chặn tin giả

Về việc xử lý và ngăn chặn tin giả, trong thực tế những năm gần đây, nhiều quốc gia trên thế giới đã có nhiều nỗ lực nhằm chống lại tin giả như ban hành luật chống tin tức giả, hay nghiên cứu các bộ lọc tự động có khả năng kiểm tra và xác minh thông tin trực tuyến. Năm 2017, Đức đã xem xét dự luật xử phạt hành chính, có điều khoản phạt lên đến 50 triệu euro đối với các công ty công nghệ, mạng xã hội chậm chạp trong việc xử lý các tin tức giả, kích động và tin bôi nhọ, phỉ báng. Dự luật này cũng yêu cầu các công ty mạng xã hội và các công ty báo chí truyền thông cần phải có đường dây nóng và có nhân viên thường trực theo dõi, chịu trách nhiệm xử lý, gỡ bỏ thông tin bị người dùng báo cáo là sai lệch trong vòng bảy ngày. Năm 2018, hạ nghị viện nước Pháp cũng đã thông qua dự luật chống tin tức giả (Phuong Nam, 2018). Tại Mỹ, tờ Washington Post đã thử nghiệm công cụ “Fact Checker” giúp người đọc kiểm tra tin giả. Công cụ này có khả năng phân biệt thông tin thật, thông tin có một nửa là sự thật hoặc gần đúng và thông tin sai hoàn toàn.

Tại Đông Nam Á, đầu năm 2017, chính phủ Singapore đã soạn dự thảo luật chống tin giả, trong đó có các điều luật xử phạt nghiêm khắc các trang tin đăng tải, truyền phát tin tức giả (Mok, 2018). Theo đó, các trang tin này phải gỡ xuống những thông tin sai lệch, đồng thời nộp phạt hành chính với mức phạt nặng có thể lên đến một triệu đô Singapore. Còn đối với trường hợp phạm luật nghiêm trọng thì có thể bị phạt tù, với mức phạt tối đa lên tới 10 năm. Các quốc gia Đông Nam Á khác như Indonesia, Cambodia, Malaysia cũng đã có nhiều hành động thực tế trong việc chống lại tin giả. Ở Việt Nam đã có một số trường hợp xử phạt hành chính đối với hành vi tung tin đồn thất thiệt trên các trang mạng xã hội. Năm 2018, chính phủ Việt Nam ban hành “Luật An ninh mạng” quy định về hoạt động bảo vệ an ninh quốc gia và đảm bảo trật tự, an toàn xã hội trên không gian mạng. Một số tờ báo điện tử lớn đã bước đầu có những phương pháp thiết thực giúp công chúng phát hiện và ngăn chặn tin giả. Chẳng hạn, báo VietnamPlus, tờ báo điện tử của Thông tấn xã Việt Nam, đã sáng tạo chuyên mục “News Game”, trong đó có những trò chơi đồ vui được thiết kế để độc giả vừa thu nhận thêm thông tin, kiến thức vừa có thể giải trí và quan trọng nhất là nhận biết được thông tin thật, giả.

Về phần các tập đoàn công nghệ, các công ty mạng xã hội lớn như Facebook, Google đã tiến hành xem xét các phương thức tự động lọc thông tin, kiểm tra và xác minh thông tin trực tuyến (Phương Nam, 2018). Cụ thể, Facebook đã thử nghiệm tính năng dán nhãn vào đường dẫn (link) của các tin dạng “trò đùa”, châm biếm để giúp người dùng Facebook phân biệt được tin thật với tin châm biếm. Còn Google có tính năng “Fact Check” (kiểm tra tính chân thực của thông tin), phần nào đó có thể giúp người dùng Google kiểm tra mức độ chính xác của thông tin. Tuy nhiên, những công cụ, trang web kiểm tra thông tin kể trên còn tồn tại nhiều bất cập và vẫn cần được nghiên cứu, cải thiện nhiều. Trên đây là những biện pháp đối phó, xử lý và ngăn chặn tin giả mà các chính phủ và báo chí truyền thông trên thế

giới đã và đang thực hiện và xu hướng tương lai là vận dụng hiệu quả trí tuệ nhân tạo, trí thông minh nhân tạo (Artificial Intelligence - AI) để phát hiện và ngăn chặn tin giả.

4. Kết luận

Tin tức giả, sai lệch đã trở thành hiện tượng toàn cầu trong bối cảnh truyền thông mới và có tác động ở nhiều mức độ khác nhau đến các lĩnh vực kinh tế, chính trị, xã hội ở mỗi quốc gia (Adikpo, 2019). Có thể có nhiều động cơ khác nhau đằng sau sự xuất hiện của tin tức giả, chẳng hạn do nền báo chí cầu thả, hoặc để đạt được mục đích lợi nhuận kinh tế, cũng có thể do ảnh hưởng chính trị, tuyên truyền hay nhằm mục đích khiêu khích, kích động. Vì vậy, cả công chúng lẫn nhà báo, những cơ quan, công ty sản xuất tin tức không thể xem thường, lơ là cảnh giác “bởi thực tế cho thấy tin giả không hề là vô thưởng vô phạt, nó có thể hủy hoại uy tín của cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp, tin giả kích động thù hận, báng bổ tôn giáo, kỳ thị sắc tộc, từng suýt gây nên sự cố ngoại giao giữa các quốc gia” (Thanh Hà, 2018).

Đối với công chúng, cần tự trang bị kiến thức, kỹ năng và có thái độ thận trọng để đánh giá chất lượng tin tức trong mê cung thông tin hiện nay. Đặc biệt, nâng cao ý thức trong việc sử dụng mạng xã hội để tránh vô tình truyền phát tin giả. Đối với phóng viên, nhà báo, các cơ quan báo chí truyền thông, càng phải nâng cao ý thức trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp để đưa tin đúng sự thật. Nếu nhìn ở một góc độ khác, tin tức giả xuất hiện đã tạo cơ hội cho báo chí chính thống thể hiện vai trò, giá trị của mình bằng hành động đưa tin chuyên nghiệp và giữ vững đạo đức nghề báo. Đồng thời, nó cũng tạo điều kiện cho dịch vụ kinh doanh mới ra đời “xác minh dữ kiện” (fact-checking), để đảm bảo tính chính xác, một trong những giá trị quan trọng nhất của báo chí./.

Tài liệu tham khảo

Adikpo, J. A. (2019). Fake Online News: Rethinking News Credibility for the Changing Media Environment. In I. Chiluba, & S. Samoilenko (Eds.), *Handbook of Research on Deception, Fake News, and*

- Misinformation Online*, (152-166). Hershey, PA: IGI Global. DOI:10.4018/978-1-5225-8535-0.ch010.
- Chen, H. & Suen, W. (31 Aug, 2017). How Fake News Spreads. *Knowledge Exchange*. Retrieved from: <https://www.fbe.hku.hk/research-digests/how-fake-news-spreads>.
- Chiluwa, I. E., & Samoilenko, S. A. (2019). *Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation Online*, (1-651). Hershey, PA: IGI Global. DOI:10.4018/978-1-5225-8535-0.
- Dale, T. (2019). The Fundamental Roles of Technology in the Spread of Fake News. In I. Chiluwa, & S. Samoilenko (Eds.), *Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation Online*, (122-137). Hershey, PA: IGI Global. DOI:10.4018/978-1-5225-8535-0.ch008.
- Grazulis, A., & Rogers, R. (2019). “Ridiculous and Untrue - Fake News!”: The Impact of Labeling Fake News. In I. Chiluwa, & S. Samoilenko (Eds.), *Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation Online*, (138-151). Hershey, PA: IGI Global. DOI:10.4018/978-1-5225-8535-0.ch009.
- Thanh Hà. (Ngày 06 tháng 5, 2018). Đừng coi thường tin giả và phải phòng ngừa từ sớm. *Tuổi Trẻ Online*. Truy cập từ: <https://tuoitre.vn/dung-coi-thuong-tin-gia-va-phai-phong-ngua-tu-som-20180506081234309.htm>.
- Hage, H., Aïmeur, E., & Guedidi, A. (2020). Understanding the Landscape of Online Deception. In K. Dalkir, & R. Katz (Eds.), *Navigating Fake News, Alternative Facts, and Misinformation in a Post-Truth World*, (290-317). Hershey, PA: IGI Global. DOI:10.4018/978-1-7998-2543-2.ch014.
- Ireton, C. & Posetti, J. (2018). *Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. 122 pages.
- Kalsnes, B. (2018). Fake News. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford University Press USA. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.809.
- Mach, L. T. (2019). The Rise of Professional Facebook Content Generators in Vietnam: A Fake News Campaign Against the Betibuti Founder. In I. Chiluwa, & S. Samoilenko (Eds.), *Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation Online* (209-225). Hershey, PA: IGI Global. DOI:10.4018/978-1-5225-8535-0.ch013.
- Mok, Z. C. (2018). Spreading Fake News in Singapore Could Get You Punished with These 6 Crimes. Singapore Legal Advice. Retrieved from: <https://singaporelegaladvice.com/spreading-fake-news-singapore-crimes>.
- Phương Nam. (Ngày 21 tháng 7 năm 2018). Tin tức giả, hệ lụy thật. *Sài Gòn Giải Phóng Online*. Truy cập từ: <http://www.sggp.org.vn/tin-tuc-gia-he-luy-that-534072.html>.
- Nielsen, G. (2020). Populism, Fake News, and the Flight From Democracy. In K. Dalkir, & R. Katz (Eds.), *Navigating Fake News, Alternative Facts, and Misinformation in a Post-Truth World* (238-257). Hershey, PA: IGI Global. DOI:10.4018/978-1-7998-2543-2.ch011.
- Nhóm Phóng viên VOV1. (Ngày 20 tháng 4, 2020). Góp ý Văn kiện Đại hội XIII : Thận trọng giữa “xây” và “chống”. *Báo điện tử của Đài tiếng nói Việt Nam (VOV)*. Truy cập từ: <https://vov.vn/chinh-tri/dang/gop-y-van-kien-dai-hoi-xiii-than-trong-giua-xay-va-chong-1038040.vov>.
- Simmons, T. (2019). Media Literacy and Fake News: How Media Literacy Can Curb the Fake News Trend. In I. Management Association (Ed.), *Journalism and Ethics: Breakthroughs in Research and Practice* (163-176). Hershey, PA: IGI Global. DOI:10.4018/978-1-5225-8359-2.ch011.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). Defining “fake news”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143.