

## MỘT SỐ KỸ NĂNG THẨM ĐỊNH THÔNG TIN CHO NGƯỜI DÙNG INTERNET VÀ MẠNG XÃ HỘI

Nhận bài:

15 – 04 – 2020

Chấp nhận đăng:

10 – 09 – 2020

<http://jshe.ued.udn.vn/>

Trần Thị Yến Minh<sup>a\*</sup>, Phạm Thị Hương<sup>a</sup>

**Tóm tắt:** Thế kỉ 21 được xem là thế kỉ của sự bùng nổ thông tin. Sự phát triển của khoa học kĩ thuật giúp con người trở nên chủ động và dễ dàng trong quá trình tiếp nhận và truyền bá thông tin. Tuy nhiên, thông tin từ Internet nói chung và mạng xã hội nói riêng luôn chứa đựng trong nó những nguy cơ tiềm ẩn, có khả năng gây hại cho người dùng. Trên cơ sở trình bày khái quát xu hướng tiếp nhận thông tin của người đọc trên Internet và mạng xã hội, bài viết cung cấp một số kiến thức phân loại thông tin, phân biệt tin giả/ tin thật và gợi dẫn một số kĩ thuật giúp người đọc, đặc biệt là người đọc hình thành ý thức phân biệt và kĩ năng thẩm định tin tức, trở thành một người đọc thông minh trong kỉ nguyên truyền thông số.

**Từ khóa:** truyền thông xã hội; người đọc thông minh; thẩm định thông tin; Internet; kỉ nguyên truyền thông số.

### 1. Dẫn nhập

Trong những tháng ngày cả thế giới đang căng mình chống lại đại dịch Covid-19, một “đại dịch” khác cũng lan truyền với tốc độ khó kiểm soát, đó là “đại dịch tin giả”. Tổ chức Y tế thế giới (WHO) đã gọi tình trạng này là “bệnh truyền nhiễm thông tin” (infodemic). Hàng loạt những thông tin sai lệch không chỉ dừng lại ở việc cản trở công tác chống dịch của các tổ chức y tế hay gây ra bất ổn xã hội, mà còn khiến người dùng trở nên ngày một sợ hãi, hoang mang, tổn hại nghiêm trọng đến sức khỏe tinh thần vốn đã bất an trong bối cảnh dịch bệnh, thậm chí còn đe dọa đến tính mạng của người dùng nếu làm theo những chỉ dẫn không có căn cứ khoa học.

Tin giả mạo (fake news) không phải là một khái niệm mới. Giới nghiên cứu cho rằng fake news xuất hiện cùng lúc với tin tức - kể từ khi tin tức chính thức lưu hành trên báo in vào những năm ba mươi của thế kỉ XV (Shu et al., 2017). Tuy nhiên, bước vào kỉ nguyên

bùng nổ thông tin, khi mỗi người đọc đều có thể trở thành nguồn tin hay kênh chuyên tải riêng mình, tin giả mạo lại được nhắc đến như một hiện tượng bất thường của tin tức. Có thể nói, tin giả đã trở thành nỗi ám ảnh của báo chí và độc giả báo chí trong thế kỉ XXI. Sự nguy hại của tin giả không chỉ là câu chuyện của riêng một nền báo chí đơn lẻ nào mà là vấn đề toàn cầu của mọi quốc gia và cá nhân trong xã hội. Không chỉ tin giả, mà sự bùng nổ và đa chiều của thông tin trong kỉ nguyên số cũng khiến người đọc bối rối trong việc lựa chọn và kiểm chứng tin tức. Nhất là khi các kênh truyền thông lâu đời như báo in, báo hình, phát thanh không còn là lựa chọn duy nhất, một bộ phận không nhỏ người đọc hiện đại có xu hướng chuyển dịch từ các nền tảng truyền thống sang nền tảng số, từ báo chí chính ngạch (mainstream news media) sang các các loại hình truyền thông khác (alternative news media, citizen media), việc thẩm định tin tức có giá trị càng trở nên khó khăn. Chẳng hạn, các mạng xã hội hiện có khoảng 3 tỉ người dùng trên khắp thế giới, con số này ở Việt Nam là xấp xỉ 65 triệu người (tương đương 67% trên tổng dân số toàn quốc) (Phạm, 2020). Các trang mạng xã hội đã và đang dễ dàng trở thành nơi chia sẻ và lan truyền thông tin, đặc biệt là tin tức giả với tốc độ nhanh hơn bất kỳ nền tảng nào khác, bất chấp nỗ lực kiểm soát từ các

<sup>a</sup>Trường Đại học Sư phạm – Đại học Đà Nẵng

\* Tác giả liên hệ

Trần Thị Yến Minh

Email: [ttyminh@ued.udn.vn](mailto:ttyminh@ued.udn.vn)

hãng công nghệ. Trong khi cuộc chiến chống lại những thông tin giả mạo vẫn gặp phải nhiều thách thức và dường như chưa thể đi đến hồi kết, người dùng Internet và mạng xã hội phải tự trang bị cho mình những “bộ lọc” bằng cách luôn cập nhật các nguồn tin chính thống cũng như phát triển kỹ năng cần thiết để kiểm chứng, đối chiếu thông tin khi đối mặt với “con bão” thông tin tràn lan trên không gian số và để không biến mình thành nạn nhân của những tin tức sai lệch có chủ ý.

## 2. Nội dung

### 2.1. Khái quát vấn đề thông tin trên Internet và xu hướng tiếp cận thông tin của người dùng

Internet được ví như biển thông tin không có giới hạn. Tài nguyên thông tin trên Internet liên tục được cập nhật, bổ sung từng ngày từng giờ từng phút, thậm chí từng giây. Thông tin trên Internet bao gồm tất cả các lĩnh vực từ chính trị, kinh tế, văn hóa, y tế, giáo dục, khoa học, công nghệ đến các loại thông tin thư giãn, giải trí,.... Về ngôn ngữ chuyển tải, thông tin trên internet tồn tại dưới các dạng: văn bản (text); hình ảnh (image, picture); đồ họa (infographic, animation); âm thanh (audio); phim (video); tệp tin và các công cụ tìm kiếm.

Người tiếp nhận thông tin từ Internet thông qua: các trang báo mạng điện tử; các trang thông tin điện tử tổng hợp; các trang từ điển mở (wikipedia); các diễn đàn (forum); các mạng xã hội, blog; và bất cứ website thông tin nào tồn tại trên không gian ảo này. Đặc biệt, người đọc có thể tìm kiếm thông tin thông qua các công cụ hỗ trợ tìm kiếm (một số trang web có công cụ dò tìm nổi tiếng hiện nay là: google.com, yahoo.com – phổ biến trên toàn thế giới, hay monava.vn, xalo.vn, zing.vn, bamboo.vn,... ở Việt Nam).

Trong các ứng dụng thông tin có trên Internet, mạng xã hội thu hút lượng người tham gia đông đảo hơn cả. Nghiên cứu mới nhất của Newman và các cộng sự (2020), cho thấy 30% người dùng Internet ở Vương quốc Anh tiếp nhận tin tức thông qua các trang mạng xã hội. Con số này giữ nguyên trong suốt thời gian đại dịch Covid lan tràn ở Anh (Reuter Institute Journalism, 2020). Trong đó, Facebook được xem là kênh thông tin phổ biến nhất với 65% người dùng, WhatsApp chiếm 63% và 59% người dùng chọn đọc tin từ Youtube. Một số kênh như Twitter, Instagram hay Tiktok cũng được lựa chọn như một nguồn cung cấp thông tin cho độc giả

điện tử, tuy nhiên chưa phổ biến như Facebook hay WhatsApp. Tuy nhiên, trong một báo cáo ngay sau đó vào cuối tháng 7/2020, Reuter Institute Journalism chỉ ra 50% những người tiếp nhận thông tin về Covid-19 từ chối hoặc né tránh thông tin từ mạng xã hội. Nguyên nhân của tình trạng này, cũng theo một khảo sát của Reuter Institute Journalism, là do có đến 88% lượng thông tin giả xuất hiện ở các nền tảng mạng xã hội. Trong khi con số này chỉ là 9% đối với truyền hình và 8% trên báo in (Reuter Institute Journalism, 2020). Mặc dù số mẫu đại diện trong khảo sát trên chỉ là 255 tin giả, nhưng rõ ràng thông tin tràn lan, thiếu kiểm chứng trên mạng xã hội đã góp phần gia tăng tâm lý hoảng sợ trước đại dịch của người dân. Tình trạng tương tự cũng đã xảy ra ở Việt Nam. Hàng loạt tin sai sót (mis-information), tin sai lệch - xuyên tạc (dis-information) hoặc tin nguy hại (mal-information) về số ca nhiễm bệnh Covid-19, tình hình chống dịch hay cách thức phòng dịch đã gây ra những xáo trộn không nhỏ, thậm chí nguy hại đối với công cuộc phòng chống dịch bệnh và cuộc sống “bình thường mới” của người dân. Một số nhà báo “có nghề” đã phải cùng nhau lập ra các diễn đàn “Chung tay phòng chống tin giả” để giúp xác thực thông tin và ngăn chặn sự lây lan của tin giả.

Từ ví dụ thông tin của Covid-19, có thể thấy, các nguồn tin trên mạng xã hội xuất phát từ cá nhân, chưa qua kiểm chứng bằng các nguyên tắc nghiệp vụ báo chí và bản thân người đưa tin không chịu trách nhiệm trước công chúng về nội dung. Vì vậy, tình trạng thông tin thật - giả, xấu - tốt lẫn lộn khiến người tiếp nhận gần như rơi vào mê hồn trận nếu không có được những kỹ năng kiểm chứng cơ bản.

## 2.2. Một số kỹ năng giúp thẩm định thông tin

### 2.2.1. Nhận diện thông tin

*Phân biệt thông tin báo chí và các loại hình thông tin khác*

Mỗi ngày, chúng ta tiếp nhận vô số những thông tin, tuy vậy, không phải bất cứ thông tin nào cũng là thông tin báo chí (là loại thông tin chính thống, đáng tin cậy nhất trong hệ thống các phương tiện truyền thông). Việc phân biệt thông tin báo chí với các loại thông tin khác giúp chúng ta đánh giá mức độ tin cậy, bởi mỗi loại thông tin tùy theo đặc tính của mình sẽ có mức độ tin cậy khác nhau. Việc phân biệt thông tin báo chí và

các loại thông tin khác giúp trả lời câu hỏi: mình đang đọc gì? có phải đọc báo?

Để phân loại thông tin, Trường Đại học Stony Book, Hoa Kỳ<sup>1</sup> đề xuất cách thức dựa trên các câu hỏi: mục đích chính của việc thông tin là gì; phục vụ đối

tượng độc giả nào; phương pháp thu thập thông tin ra sao; người đưa tin là ai; và tin tức đó có giúp cho người đọc đưa ra một kết luận hoặc hành xử thông minh hay không. Theo đó, có thể tham khảo bảng các loại phân khúc thông tin sau.

	Tin tức báo chí	Giải trí	Quảng cáo - PR	Tuyên truyền	Thông tin thô
<b>Mục đích</b>	Thông tin	Mua vui	Bán hàng	Kêu gọi sự ủng hộ.	Không rõ mục đích.
<b>Phục vụ ai</b>	Công chúng	Công chúng	Công ty, tổ chức, cá nhân.	Nhà nước	Một hoặc nhiều ai đó.
<b>Phương pháp thu thập thông tin</b>	- Được kiểm chứng. - Có tính độc lập, không vụ lợi. - Minh bạch về người đưa tin và nguồn tin.	- Dựa trên kịch bản dựng sẵn - Có tính dàn dựng, phục vụ nhu cầu mua vui. - Trong thật có giả, trong giả có thật.	- Phục vụ mục tiêu của người đưa tin, khó kiểm chứng. - Có yếu tố dàn dựng để mọi thứ trông hoàn hảo hơn. - Có thể ẩn thông tin, không thể nói hết.	- Thông tin một chiều của một tổ chức chính trị, xã hội, khó kiểm chứng, phải chờ thời gian. - Có nhân tố điển hình để cổ vũ cho một trào lưu, xu hướng, chính sách nào đó. - Có tính định hướng cao.	- Không rõ việc kiểm chứng. - Không rõ tính vô tư hay vụ lợi. - Trong nhiều tình huống, không rõ thân nhân của người đưa tin hoặc ai đứng đằng sau họ.
<b>Người thực hiện</b>	Phóng viên, biên tập viên.	Nhà văn, diễn viên, nghệ sĩ.	Các công ty quảng cáo.	Các tổ chức chính trị, kinh tế, quân sự.	Tất cả mọi người có thể lên mạng hoặc có khả năng phát tán thông tin.
<b>Kết quả</b>	Giúp cho công dân hiểu rõ sự tình.	Cung cấp một góc nhìn về xã hội, tạo thêm xúc cảm cho cuộc sống, giúp công chúng giải trí.	Tăng doanh số bán hàng.	Củng cố tư tưởng chủ đạo hoặc uy tín của một tổ chức chính trị.	Tùy theo mục đích từng cá nhân.

**Bảng 1.** Các phân khúc thông tin

Nguồn: (Nhiều tác giả, 2017, 15)

Có thể thấy, sự đa dạng của các loại thông tin nhằm thỏa mãn các nhu cầu khác nhau của công chúng tiếp nhận. Nghiên cứu bảng trên giúp ta nhìn rõ đặc trưng và độ tin cậy của thông tin báo chí.

*Phân biệt các loại thông tin báo chí*

Bản thân thông tin báo chí cũng được phân chia thành nhiều loại. Để thuận tiện hơn trong việc tiếp nhận thông tin báo chí, cần thiết nhận diện những mô hình cụ thể. Từ các góc tiếp cận khác nhau, có thể phân định các kiểu loại, cấp độ thông tin khác nhau. Chẳng hạn:

<sup>1</sup>Dẫn theo tài liệu (Nhiều tác giả, 2017, 15)

Thông tin báo chí được phân chia theo tính chất, khuynh hướng chính trị trên cơ sở tiếp cận từ tính chất và khả năng tác động có các cấp độ thông tin khách quan, thông tin định hướng, thông tin thù đoạn, thông tin xuyên tạc, phản thông tin (Nguyễn, 2012); Thông tin được phân chia dựa trên lĩnh vực phản ánh có thông tin chính trị, kinh tế, văn hóa, pháp luật, y tế, giáo dục, thể thao,... Phổ biến nhất là cách tiếp cận từ tính khả dụng thiết thực của thông tin báo chí đối với công chúng tiếp nhận (Nguyễn, 2012). Theo cách này, có thể phân chia thông tin báo chí thành:

Thông tin thời sự - chính trị, là loại thông tin phổ biến nhất của báo chí nước ta, có tính chất quảng bá, đại chúng hóa nhằm thỏa mãn nhu cầu thời sự của công chúng và phục vụ mục đích, tính chất, khuynh hướng của báo chí. Loại thông tin này có thể bao quát hầu hết những sự kiện và vấn đề nổi bật trong nước và thế giới. Ví dụ thông tin thời sự trong chương trình VTV1, VOV1 và các báo chính trị - xã hội khác. Thông tin thời sự chính trị giúp công chúng có cái nhìn bao quát nhất về những diễn biến trong đời sống chính trị - xã hội diễn ra mỗi ngày trên hầu hết các lĩnh vực.

Bên cạnh thông tin thời sự - chính trị hướng vào số đông công chúng tiếp nhận, thông tin báo chí còn hướng vào từng nhóm đối tượng công chúng cụ thể và khoan vùng từng lĩnh vực cụ thể, có thể kể đến các loại sau:

Thông tin - chỉ dẫn thường hướng và nhóm công chúng - đối tượng chuyên biệt, với loại sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ nào đó. Chẳng hạn, thông tin - chỉ dẫn đối với việc đi du lịch, việc chăm sóc sức khỏe, giáo dục con cái, sử dụng và bảo quản đồ gia dụng,...

Thông tin - tư vấn tập trung vào loại vấn đề, đề tài nào đó, cho nhóm đối tượng nhất định. Ví dụ, thông tin tư vấn về pháp luật, về sức khỏe cho người dân, tư vấn về tâm lý cho nhóm đối tượng thanh niên,...

Thông tin - giải trí kết hợp giữa thông tin và giải trí cho nhóm công chúng xác định. Trên báo chí, thông tin giải trí hướng đến sự cân bằng giữa yếu tố cung cấp thông tin và giải trí, nhằm thỏa mãn nhu cầu giải trí lành mạnh của công chúng.

Thông tin - quảng cáo nhằm mục đích thông tin quảng cáo cho các loại sản phẩm hay dịch vụ nào đó, hướng vào đại chúng hay nhóm công chúng hẹp hơn.

Những nội dung chỉ dẫn, tư vấn, giải trí hay quảng cáo với tư cách loại thông tin trên báo, đều trên cơ sở kết hợp với thông tin, đảm bảo sự cân bằng nhất định giữa thông tin và các mục đích đi kèm. Đặc biệt, việc giải trí hay giới thiệu, quảng bá trên báo chí đều phải đảm bảo những tiêu chí lành mạnh, giới thiệu, hướng dẫn những sản phẩm tốt đến công chúng, điều này khác với những phân khúc thông tin giải trí, quảng cáo đơn thuần,... trên các trang web của tổ chức hoặc cá nhân (không phải là web báo chí) như đã giới thiệu ở phần trên.

### 2.2.2. Kiểm chứng thông tin

Nếu kỹ năng nhận diện thông tin giúp trả lời câu hỏi mình đang đọc thông tin loại gì, thì việc trả lời tiếp câu hỏi nên đọc tin như thế nào là bước tiếp theo cần lưu ý. Để trở thành một người đọc thông minh, độc giả cần luôn giữ một tinh thần khách quan và tư duy phân biện khi tiếp nhận tin tức. Trước tiên, độc giả thông minh cần nắm vững các nguyên tắc cơ bản của tin tức:

- Tính chính xác (accuracy): Tin tức cần đảm bảo tính chính xác, tôn trọng sự kiện (fact) và sự thật (truth).

- Tính cân bằng (balance): Một tin bài được cho là cân bằng khi nhà báo có sự nỗ lực để tiếp cận nguồn tin đa chiều và các bên liên quan có cơ hội ngang nhau để trình bày hoặc phản bác các cáo buộc thuộc về mình.

- Tính công bằng, khách quan (fairness and objectivity): Tính công bằng thể hiện ở việc nhà báo công tâm, trung thực và tôn trọng bằng chứng và sự thật, không thành kiến, thiên vị với bất cứ bên liên quan nào.

Sau khi nắm vững nguyên tắc cơ bản của tin tức, khi tiếp nhận thông tin, người đọc thông minh cần luôn tự nhắc bản thân: (1) Tiếp nhận thông tin với tâm lý hoài nghi phân biện. Tự đặt ra các câu hỏi để thẩm định thông tin; (2) Xem xét tin tức dựa trên nguyên tắc chính xác, công bằng, cân bằng; (3) Luôn cẩn trọng với các nguồn tin ẩn danh.

Đặc biệt, đối với tin tức trên không gian số, bên cạnh kiến thức về thông tin và tư duy phân biện khi tiếp nhận thông tin, người đọc cần rèn luyện kỹ năng kiểm chứng thông tin. Cụ thể, người đọc cần biết mình đọc thông tin từ ai (người nào/trang web nào), họ có đáng tin cậy không là một bước quan trọng giúp chúng ta kiểm chứng những thông tin mình tiếp nhận được (dù chủ động hay bị động) từ xa lộ thông tin khổng lồ Internet. Trước hết cần xác định, trang web đăng tải tài liệu là của các tổ

chức/cơ quan hay của cá nhân, bằng cách đặt câu hỏi và tìm cách trả lời những câu hỏi liên quan.

*Trường hợp trang web do cơ quan/ tổ chức phụ trách:* họ có nêu rõ mục tiêu hoạt động không; nếu có, những mục tiêu này có nhất quán với các thông tin được đăng tải trên website không. Tuy đều tồn tại trên mạng Internet dưới dạng các trang thông tin điện tử (website), song hiện có rất nhiều dạng hoạt động của trang thông tin điện tử khác nhau. Người đọc có xu hướng đọc được bất kỳ thông tin gì trên Internet đều cho rằng đã đọc từ báo mạng điện tử. Vậy để xác định được có phải bạn đang đọc báo mạng hay không, phải có kiến thức nhận biết.

Cách dễ nhận biết nhất là hãy đọc phần giới thiệu về trang web cung cấp thông tin đó để xác định xem đó là báo điện tử được cấp phép hay các trang thông tin điện tử khác. Để chắc chắn, cần tự trang bị kiến thức kiểm chứng bằng việc tìm hiểu những quy định của luật pháp.

Theo khoản 21 Điều 3 NĐ 72/2013, *trang thông tin điện tử (website) là hệ thống thông tin dùng để thiết lập một hoặc nhiều trang thông tin được trình bày dưới dạng ký hiệu, số, chữ viết, hình ảnh, âm thanh và các dạng thông tin khác phục vụ cho việc cung cấp và sử dụng thông tin trên Internet.* Theo đó, trang thông tin điện tử được phân thành 5 loại như sau: *Báo điện tử; Trang thông tin điện tử tổng hợp; Trang thông tin điện tử*

*nội bộ; Trang thông tin điện tử cá nhân; Trang thông tin điện tử ứng dụng chuyên ngành.* Luật Báo chí 2016 cũng nêu rõ “*trang thông tin điện tử tổng hợp là sản phẩm thông tin có tính chất báo chí của cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp, cung cấp thông tin tổng hợp trên cơ sở đăng đường dẫn truy cập tới nguồn tin báo chí hoặc trích dẫn nguyên văn, chính xác nguồn tin báo chí theo quy định của pháp luật về sở hữu trí tuệ( Luật Báo chí, 2016).*

Mỗi loại trang thông tin điện tử được phân chia như trên đều giới hạn mục đích, chức năng hoạt động riêng. Tuy vậy, thực tế hiện nay rất nhiều trang thông tin điện tử hoạt động đưa tin tức như trang báo mạng khiến cho độc giả khó phân biệt. Hiện có nhiều trang thông tin điện tử tổng hợp đưa thông tin thời sự, hoạt động như một tờ báo, trong khi giấy phép hoạt động không phải là báo điện tử, ví dụ các trang Baomoi.com; kenh 14.vn; Soha.vn; Tinnhanh24h;.... Nhiều trang thông tin điện tử nội bộ, trang thông tin điện tử cá nhân, trang thông tin điện tử ứng dụng chuyên ngành (không phải xin cấp phép) lại chen chân vào tổng hợp và chuyển tải thông tin, thậm chí là thông tin thời sự như báo chí, càng làm khó người tiếp nhận thông tin.

Bảng sau đây giúp phân định báo điện tử và trang thông tin điện tử tổng hợp xét từ góc độ quản lý và cấp phép hoạt động.

	<b>Báo điện tử</b>	<b>Trang thông tin điện tử tổng hợp</b>
<b>Đối tượng được cấp phép</b>	Các cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị - xã hội. Không được cấp cho doanh nghiệp	Các doanh nghiệp hay các cơ quan, tổ chức, trong đó có cơ quan báo chí.
<b>Quy định về quản lý hoạt động</b>	Báo điện tử được hoạt động như một tờ báo với cơ cấu thành phần có tổng biên tập, bộ phận tòa soạn, phóng viên. Báo điện tử được quyền đăng tải nội dung (tin, bài báo) do tờ báo sản xuất hoặc dẫn lại nội dung thông tin của các tờ báo khác (có thỏa thuận về bản quyền).	Trang thông tin điện tử tổng hợp không được phép tự sản xuất nội dung thông tin và đưa lên trang của mình như cơ quan báo chí mà phải lấy lại thông tin từ tờ báo cùng cơ quan chủ quản hoặc các trang web khác (phải có thỏa thuận về bản quyền).
<b>Đăng tải ý kiến bình luận</b>	Được quyền đăng tải ý kiến nhận xét, bình luận phù hợp theo các quy định của pháp luật	Không đăng tải ý kiến nhận xét, bình luận của độc giả về nội dung tin, bài được trích dẫn (trừ trang thông tin điện tử tổng hợp của cơ quan báo chí)

**Bảng 2.** Bảng phân định báo điện tử và trang thông tin điện tử tổng hợp.

Nguồn: Nghị định 72/2013/NĐ-CP; Thông tư số 9/2014/TT-BTTTT

<sup>1</sup>Nghị định 72/2013/NĐ-CP về việc quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ internet và thông tin trên mạng; Thông tư số 9/2014/TT-BTTTT quy định chi tiết về hoạt động quản lý, cung cấp, sử dụng thông tin trên trang thông tin điện tử.

Cần lưu ý thêm, có nhiều tờ báo cũng xin phép hoạt động trang thông tin điện tử tổng hợp mà không xin cấp phép báo điện tử. Trong trường hợp này, họ chỉ được quyền đăng lại thông tin từ tờ báo chính (cùng cơ quan chủ quản) chứ không được sản xuất tin bài riêng cho trang thông tin trên mạng này.

Với việc phân biệt đâu là báo mạng hoặc không, giúp chúng ta xác thực tính chính thống của thông tin. Theo quy định của luật pháp Việt Nam, hoạt động báo chí là hoạt động thông tin chính trị xã hội, phục vụ công tác tư tưởng, vì lợi ích của tổ quốc, của nhân dân – hoạt động theo Luật Báo chí; trong khi mục đích hoạt động của các trang thông tin điện tử khác báo chí chủ yếu nhằm quảng bá cho tổ chức, cá nhân, sản phẩm hoặc phục vụ mục đích riêng.

*Trường hợp trang web hoặc trang mạng xã hội do cá nhân phụ trách và đăng tải*, họ có nêu rõ danh tính không, họ dùng tên thật hay chỉ là một cái tên trên mạng (nick name), họ có để thông tin số điện thoại hoặc email trên trang web đó để liên hệ hoặc trực tiếp kiểm tra tính xác thực của thông tin hay không. Trước những thông tin do cá nhân đăng tải khiến mình nghi ngờ, một số câu hỏi nên đặt ra là: Người này có thể bị chi phối hay không? Bài viết nhắm vào đối tượng nào? Nội dung có nhằm mục đích truyền tải thông tin hay đả kích cá nhân, hay để thỏa mãn cảm xúc? Thông tin có tính cập nhật không hay là những tin tức cũ được dựng lại và kết nối với các sự kiện mới? “Những bài viết ca ngợi ai đó một cách thần thánh, cao cả bằng nhiều mỹ từ rực rỡ nhưng không có hình ảnh, sự việc để chứng minh, hoặc loại bài viết dùng để sỉ nhục, hạ thấp ai đó bằng những từ ngữ thô thiển, tàn bạo đều là những bài viết mà bạn không nên tin tưởng hoàn toàn”. (Nhiều tác giả, 2017, 179).

Như phần phân chia các phân khúc thông tin ở trên, thông tin do cá nhân phụ trách đăng tải thuộc diện thông tin thô, chưa được kiểm chứng. Chính vì vậy, không nên dễ dàng tin theo bất cứ ai dù họ có nổi tiếng đến mức nào trên môi trường mạng xã hội. Một tài khoản có hàng trăm ngàn người theo dõi hay một trạng thái có hàng chục ngàn lượt bình luận không có nghĩa là tài khoản đó đáng tin và người viết trạng thái đó nói hoàn toàn sự thật. “Có rất nhiều blogger dùng thời gian dài để xây dựng uy tín của mình trong các bài viết có giá trị và vào khoảnh khắc nào đó, họ dùng chính blog của mình để đầu độc cả cộng đồng đang hâm mộ họ. Một trang

facebook mang tên người nổi tiếng với cả triệu lượt likes vẫn có thể là giả” (Nhiều tác giả, 2017, 179). Như vậy, trên Internet và mạng xã hội, thứ hạng và sự nổi tiếng không đồng nghĩa với độ tin cậy.

Thẩm định thông tin từ Internet và mạng xã hội, ngoài việc phân định đã chỉ rõ ở trên, đối với từng trang web cụ thể, nếu thấy còn nghi ngờ về độ chân thực của thông tin, có thể kiểm chứng, xác thực thêm bằng *một số kỹ thuật* như Cẩm nang “Đề trở thành độc giả thông minh” đề xuất:

- Kiểm tra đường dẫn (URL) để xác nhận tính pháp lý và giá trị của thông tin được đăng tải trên các website. Ví dụ: Một đường dẫn tên miền có đuôi **.com** nhằm vào mục tiêu kiếm lợi nhuận có thể sẽ cung cấp những thông tin định kiến. Các tên miền có đuôi **.org** (ở nước ngoài) thường được coi là phi lợi nhuận nhưng thường kêu gọi cho các mục tiêu riêng. Các tên miền có đuôi **.edu** có thể là website của một trung tâm nghiên cứu nhưng cũng có thể của một học viện hay thậm chí của một học sinh.

- Nếu web trích dẫn thông tin từ các nguồn khác thì tiếp tục kiểm tra nguồn được trích dẫn, tìm đến nguồn chính gốc để kiểm chứng từ trang web nguồn. Trong trường hợp đường link trên trang web dẫn tới các web đáng tin thì đó là một dấu hiệu cho thấy trang này/thông tin này có giá trị.

- Kiểm tra mức độ cập nhật và tính chính xác của các tài liệu được trích dẫn. Đặc biệt lưu ý nếu đó các tài liệu kinh tế hoặc khoa học.

- Kiểm tra vị trí xếp hạng của các trang web. Ngoài ra có thể sử dụng từ khóa “hoax” hoặc “fake” cùng website để kiểm tra xem đó là trang mô phỏng hay giả mạo.

- Kiểm tra lịch sử các website bằng cách truy cập vào <https://archive.org/web/>

Ngoài ra, để kiểm tra độ xác thực của tin tức, chúng ta có thể sử dụng một số website hỗ trợ thẩm định thông tin. Ví dụ:

- Thẩm định thông tin từ các tài khoản Facebook: Người đọc có thể sử dụng phần mềm online Intel Techniques để tìm kiếm thêm về nguồn tin bằng cách phân tích tài khoản facebook của người đăng tin.

- Thẩm định hình ảnh: Người đọc có thể sử dụng Google Reverse Image Search, TinEye RevEye hoặc EXIF để kiểm tra những kho dữ liệu hình ảnh.

- Thẩm định các video đăng tải trên Youtube: Người đọc có thể sử dụng công cụ Youtube DataViewer <https://citizenevidence.amnestyusa.org>, InVID hoặc NewsCheck để kiểm tra thông tin gốc về thời gian upload và hình ảnh gốc của các video clip.

Sau khi đã truy nguyên được dữ liệu gốc từ các ứng dụng trên, người đọc có thể tiếp tục phối kiểm địa điểm, thời tiết của thời điểm hình ảnh được chụp, clip được quay để đánh giá độ xác thực của thông tin.

Người đọc cũng có thể kiểm tra tin giả bằng cách truy cập vào một số website phi lợi nhuận hỗ trợ truy nguyên tin tức:

- <https://factmata.com>

- <https://fullfact.org>

- <https://firstdraftnews.org>

Các website này hiện hoạt động dựa trên nền tảng trí tuệ nhân tạo và đang tiếp tục được hoàn thiện để gia tăng khả năng lọc tin giả. Nhờ có các ứng dụng khoa học công nghệ, người đọc có thể dễ dàng hơn trong việc thẩm định tin chân xác của tin tức. Tuy nhiên, điều quan trọng nhất vẫn là một tinh thần phản biện và những kỹ năng đọc hiểu tin tức, để có thể chọn lọc, tiếp nhận và chia sẻ thông tin một cách khoa học và hữu ích.

Ở Việt Nam, một số tờ báo trong nước và một số Hội nhóm báo chí cũng đã tổ chức các diễn đàn giúp người làm báo và độc giả kiểm chứng thông tin. Ví dụ, báo Tuổi trẻ có chuyên mục “Giả - Thật” đăng và so sánh tin giả mạo và tin đã được kiểm chứng (<https://tuoitre.vn/gia-that.htm>). Thông tấn xã Việt Nam cũng đã có những nỗ lực ban đầu đáng ghi nhận trong việc tạo ra kênh chống tin giả dành riêng cho giới trẻ trên nền tảng Tik Tok (<https://www.tiktok.com/@factcheckvn>). Đồng thời dự án có tên “Cuộc chiến chống tin giả - Những ý tưởng sáng tạo và giải pháp hiệu quả” của TTX Việt Nam mà nền tảng Fackcheckvn là một trong ba hợp phần, đã đạt giải Best Project for News Literacy trong khuôn khổ Giải thưởng Truyền thông Digital Châu Á 2020 do WAN-IFRA tổ chức (WAN-IFRA, 2020). Một số trang cá nhân hay hội nhóm trên facebook, chẳng hạn “Chung tay chống tin giả”

(<https://www.facebook.com/groups/antifakenews.vn>) cũng là những nguồn thông tin đáng tin cậy để giúp độc giả kiểm chứng lại thông tin. Mặc dù mới là những nỗ lực sơ khai nhưng những sự tham gia của các nhà báo, các chuyên gia vào lĩnh vực chống tin giả là dấu hiệu tích cực về việc độc giả không đơn độc trên con đường tìm kiếm và lĩnh hội thông tin.

### 3. Kết luận

Bùng nổ truyền thông tạo cơ hội cho nhân loại dễ dàng trong việc tìm kiếm, chia sẻ, sử dụng nguồn thông tin khổng lồ không giới hạn. Tuy nhiên, mặt trái của quá trình vận động này chính là “sự thậm phồn” (hyperreality) của ma trận tin tức – nơi độc giả có thể cập nhật hoặc được/bị truyền bá thông tin thông qua mạng lưới tin tức truyền thống cũng như trực tuyến từng giờ, từng phút, thậm chí từng giây. Một số thông tin, chỉ dẫn về kỹ năng và công cụ được giới thiệu trong bài viết này có thể giúp độc giả vận dụng vào quá trình thẩm định tin tức để chất lọc được những thông tin đáng tin cậy và hữu ích nhất. “Thông tin đáng tin cậy là thông tin chỉ dẫn hành động” (Phan, 2016). Tiếp nhận thông tin đáng tin cậy giúp người đọc nhận thức, đưa ra quyết định, thực hiện hành động hoặc chia sẻ thông tin có trách nhiệm với cộng đồng.

### Tài liệu tham khảo

- Nguyễn, V. D. (2012). *Cơ sở lý luận báo chí*. NXB Lao Động.
- Nhiều tác giả. (2017). *Để trở thành độc giả thông minh*. Đại học quốc gia TP Hồ Chí Minh.
- Phạm T. L. (2020, April 20). *Mạng xã hội và vấn nạn tin giả thời Covid-19: Cuộc chiến chưa hồi kết*. Báo Thế giới và Việt Nam. <https://baoquocte.vn/mang-xa-hoi-va-van-nan-tin-gia-thoi-covid-19-cuoc-chien-chua-hoi-ket-114122.html>
- Phan, V. T. (2016). Quy trình thẩm định nguồn tin. *Người Làm Báo*.
- Reuter Institute Journalism. (2020). *The UK COVID-19 news and information project*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/UK-COVID-19-news-and-information-project>
- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). Fake News Detection on Social Media: A Data Mining

Perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*,  
19. <https://doi.org/10.1145/3137597.3137600>

Trần, V. (2016). *Cách phân biệt thông tin thật, giả trên Facebook*. <https://danviet.vn/cach-phan-biet-thong-tin-that-gia-tren-facebook-7777730467.htm>

WAN-IFRA. (2020). *Asian Digital Media Awards 2020*.  
<https://events.wan-ifra.org/events/asian-digital-media-awards-2020/content/3698>

## NEWS LITERACY SKILLS FOR INTERNET AND SOCIAL MEDIA USERS

Tran Thi Yen Minh, Pham Thi Huong

*The University of Danang - University of Science and Education*

**Abstract:** The 21st century is acknowledged as the age of information. Thanks to the development of science and technology, the audience become more active in absorbing and distributing information. However, the massive information on the Internet in general, and social networks in particular, is sometimes unreliable, inaccurate and untrustworthy, which can mislead the Internet users. By generalising the Internet and social media usage of Vietnamese audience, the article provides a fundamental understanding of information categorisation. By that, it suggests several techniques to develop critical thinking and news literacy skills for audience to become a critical reader in the age of digital media.

**Key words:** social media; critical reader; news literacy; Internet; the age of digital media.