Các yếu tố ảnh hưởng đến việc tiếp nhận thông tin trên mạng xã hội của người cao tuổi và giải pháp nâng cao năng lực tiếp nhận cho người cao tuổi thành phố Hồ Chí Minh

(Nghiên cứu trường hợp tiếp nhận thông tin sai lệch về đại dịch Covid-19)

ThS NGUYỄN THỊ MINH NGUYỆT
Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn TP.HCM; Email: nguyetnguyen@hcmussh.edu.vn

***Tóm tắt**: Sự bùng phát dịch bệnh Covid-19 tại Việt Nam kéo theo hàng loạt những vấn đề không chỉ liên quan đến y tế mà còn về nhận thức truyền thông khi đối diện làn sóng tin giả. Tin giả về Covid-19 tác động đến người tiếp nhận theo nhiều cách khác nhau và để lại những hệ lụy về tinh thần hoặc sức khỏe. Người già là đối tượng yếu thế cần được quan tâm trong bối cảnh nhiễu loạn thông tin hiện nay. Họ cũng gặp khó khăn trong việc tiếp cận công nghệ truyền thông mới và những hiểu biết về sử dụng mạng xã hội. Việc nghiên cứu thực trạng tiếp nhận thông tin sai lệch của đối tượng người cao tuổi trên môi trường mạng xã hội sẽ giúp tìm hiểu năng lực trong việc tiếp nhận của họ, đánh giá các yếu tố có thể ảnh hưởng đến năng lực này. Từ đó có thể có thêm cơ sở đề xuất những phương án hỗ trợ để nâng cao hơn năng lực tiếp nhận tin tức của đối tượng này.*
***Từ khóa:** tin giả; thông tin sai lệch; Covid-19.*

1. Đặt vấn đề

Tổng Giám đốc WHO đã nhận định rằng, tin giả về đại dịch Covid-19 còn lan truyền nhanh hơn cả virus. Các tin tức không được kiểm chứng lan tỏa trên mọi chủ đề: từ số ca nhiễm, số người chết, phương thức lây truyền, thuốc đặc trị virus, vắc-xin, các chính sách... "Tần suất, số lượng và những hệ quả mà tin giả mang đến trong đại dịch Covid-19 là rất đáng báo động" (Hou và cộng sự, 2020). Những tin sai lệch về đại dịch Covid-19 thường hướng vào tâm lý hoang mang, sợ hãi do dịch bệnh và cả những nhu cầu tích cực như ý muốn lan truyền thông tin để giúp đỡ cảnh báo cho người khác (Apuke và Omar, 2020). Sự phổ biến của mạng xã hội đã đóng góp đáng kể trong việc giúp các thông tin vô căn cứ lan truyền. Viện nghiên cứu báo chí Reuters khảo sát ngẫu nhiên 225 bản tin sai lệch liên quan đến dịch bệnh cho thấy, đến 88% lượng tin xuất hiện trên nền tảng mạng xã hội.

Trong đó, người già là nhóm đối tượng dễ chịu ảnh hưởng bởi bối cảnh rối loạn thông tin trong khi họ dường như bị bỏ quên trên mọi mặt trận: truyền thông, nghiên cứu, giáo dục. ở Việt Nam, ngoài các kênh chính thống, số lượng người cao tuổi sử dụng mạng xã hội đang liên tục tăng lên trong bối cảnh giáo dục về tiếp nhận truyền thông (Media Literacy) vẫn còn chưa đồng bộ và hầu như chỉ tập trung ở người trẻ. Bên cạnh kênh truyền thông xã hội, những yếu tố khác như gia đình, bạn bè, các nhóm xã hội mà người cao tuổi tham gia, thói quen của họ trong ứng xử với tin tức trên mạng xã hội cũng có tác động đến việc tiếp nhận tin tức sai lệch của họ nói chung, về đại dịch Covid-19 nói riêng, đã đặt ra những vấn đề cần nghiên cứu, xem xét. Từ tháng 1 đến tháng 12 năm 2021, chúng tôi đã thực hiện nghiên cứu để tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình tiếp nhận thông tin sai lệch về đại dịch Covid-19 của 300 người cao tuổi, từ 55 tuổi trở lên, có đang sử dụng ít nhất một loại mạng xã hội trong ba nền tảng Zalo, Youtube, Facebook để tiếp nhận thông tin về đại dịch Covid- 19 và thu được một số đặc điểm đáng chú ý.

2. Các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình tiếp nhận thông tin của người cao tuổi về đại dịch Covid- 19 trên môi trường mạng xã hội

Thứ nhất, yếu tố nội dung và hình thức của thông tin có ảnh hưởng đến việc tiếp nhận tin tức sai lệch về Covid- 19 của người cao tuổi. Thông tin sai lệch trên mạng xã hội ngày càng trở nên tinh vi hơn khi

được biến hóa bởi những yếu tố làm cho nó trông giống như một bản tin đáng tin cậy. Kết quả khảo sát cho thấy, các dạng thông tin sai lệch phổ biến về Covid được nhiều người chia sẻ, bình luận lần lượt là: (1) bài viết phân tích sức khỏe trích nhiều ý kiến của chuyên gia (có thể là chuyên gia ẩn danh chưa xác thực hoặc mạo danh); (2) bài viết có câu chuyện nhân văn lôi kéo cảm xúc của người dùng; (3) bài viết có hình ảnh và video đi kèm để minh chứng.

Kết quả cho thấy, nhóm dành sự tin tưởng cho bài viết có yếu tố chuyên gia chiếm tỷ lệ rất cao (57,6% lựa chọn yêu thích và 62,5% rất yêu thích). Lý giải điều này, có thể thấy, do tác động của đại dịch Covid - một dịch bệnh chưa từng có trong tiền lệ, người cao tuổi nhìn chung có xu hướng tìm kiếm thông tin chuyên gia y tế để tham khảo và tìm hiểu các vấn đề về sức khỏe. Tuy nhiên, không phải tất cả các cá nhân trên mạng xã hội tự nhận mình là chuyên gia đều có chuyên môn thật sự trong lĩnh vực y tế và sức khỏe. Có những cá nhân được cho là chuyên gia hoặc chuyên gia trá hình lợi dụng mạng xã hội và sự lan tỏa theo cấp số nhân để lan truyền các thông điệp với nhiều mục đích khác nhau như kinh doanh, bán hàng, đánh bóng thương hiệu, truyền bá tư tưởng, thông điệp...

Một yếu tố khác về mặt nội dung được người cao tuổi rất tin tưởng là thông tin có câu chuyện nhân văn. Theo Gordon Pennycook, David G.Rand (2020), cảm xúc đóng vai trò quan trọng và ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng phán đoán và đánh giá của người đọc trước tin giả. Một nghiên cứu của Ma và Chan (2014) cũng chỉ ra rằng, nhu cầu đồng cảm, khi những người có trải nghiệm tương tự nhau sẽ dễ thông cảm và tự nguyện lan truyền thông tin đến cộng đồng của mình. Việc sử dụng những hình ảnh thương tâm, câu chuyện cảm động (như các hoàn cảnh người lao động nghèo, nhóm yếu thế, tình cảm gia đình, tình hình trợ cấp, sự quá tải phương tiện, hoàn cảnh thương tâm trên đường về quê tránh dịch, những khó khăn ngặt nghèo mùa dịch, những sự hy sinh…) để lôi kéo người dùng tham gia xem, chia sẻ, bình luận. Đặc biệt với tin giả liên quan đến những quy chuẩn, mối quan hệ xã hội như cha mẹ - con cái, vợ - chồng… sẽ có tác động mạnh mẽ lên cảm xúc của người đọc. Vì vậy, tin tức sai lệch thường kích hoạt cảm xúc của độc giả, khiến họ trở nên đồng cảm với các nhân vật hoặc hoàn cảnh xảy ra được thông tin cung cấp, từ đó, gia tăng độ tin tưởng, giảm sự phân biệt giữa thật và giả.

Để làm bằng chứng cho tin tức trở nên đáng tin cậy, thông tin về dịch bệnh hiện thường có hình ảnh và video đi kèm. Với nhiều người dùng mạng xã hội, sức mạnh của hình ảnh hay video được thể hiện bằng ấn tượng thị giác, bằng màu sắc, bố cục, bằng sự việc đang diễn ra là kiểm chứng tốt nhất cho thông tin. Kết quả khảo sát cho thấy, người cao tuổi dành mức tin tưởng rất cao cho thông tin có hình ảnh (59,3%) và video (69%). Bên cạnh đó, công nghệ AI và Deepfake phát triển mạnh mẽ đã cho phép khả năng lồng ghép hình ảnh chuyển động vào nhân dạng, tạo ra những video mới đánh lừa người dùng.

Thứ hai, người cao tuổi tin tưởng rất cao (61,3%) vào các kênh báo chí. Tuy nhiên, khảo sát cho thấy, họ có sự nhầm lẫn giữa các trang tin báo chí (được cấp phép hoạt động như tòa soạn báo theo Luật báo chí quy định) và các trang thông tin tổng hợp không có chức năng hoạt động báo chí. Ví dụ, các trang tin như: Trang tin 24h.com; Trang tin tức về quận Gò Vấp; Thiện nguyện mùa dịch; Youtube Alo bác sĩ; Youtube Y học cộng đồng; Hoinguoicaotuoi.com; Nhà báo Hoàng Nguyên Vũ; Theanh24; Beat.vn; Thời sự 24giờ ; Tin tức hàng ngày; Sài Gòn tôi yêu; Tôi là dân quận 9; Công nhân có gì vui; Tin nóng Hóc Môn; Tin nhanh 360; Kiến thức y Khoa… Đây là các trang thông tin tổng hợp chưa được xác minh về độ uy tín. Một số trang này có xu hướng đăng tải tin tức tổng hợp từ nhiều nguồn khác nhau và thông tin trong đó được trình bày như những bản tin báo chí (có tên trang, bài viết có tiêu đề, có tác giả và có thông tin bài viết đi kèm hình ảnh video), với xu hướng giật gân, đi trước dòng sự kiện nên được nhiều người ưa thích và lựa chọn để tiếp cận. Đặc trưng của trang tin tổng hợp là do tổng hợp tin tức nên thông tin chưa được kiểm chứng, xác minh và cũng không có ai đứng ra chịu trách nhiệm với thông tin được đăng tải.

Sự tin tưởng vào một thông tin nào đó của người cao tuổi còn bị chi phối bởi thuật toán của nền tảng mạng xã hội. Nếu một người có xu hướng thích và theo dõi các trường thông tin như thế nào thì thuật toán mạng xã hội sẽ thường xuyên gợi ý cho họ những kênh thông tin hoặc các video có sự gần gũi

với kiểu nội dung họ muốn. Nếu trong mạng lưới kết nối của mình, một người có xu hướng tiếp cận nhiều nguồn tin xấu và chia sẻ tin giả nhiều thì sẽ càng dễ gặp phải nhiều tin giả hơn. Khi người dùng tương tác với thông tin đó thông qua các hoạt động thích, chia sẻ, bình luận, người dùng đã vô tình mở rộng vòng tiếp cận và tạo điều kiện cho thông tin chưa được xác thực tiếp tục lan truyền đến bạn bè, người thân, đồng nghiệp trong mạng lưới xã hội của họ, khiến cho cơ hội phát tán những tin giả mạo cao hơn. Có đến 70,4% người khảo sát cho điểm tin tưởng cao vào những thông tin đúng nhu cầu họ đang tìm kiếm và 64,31% người cao tuổi tin tưởng vào các thông tin có sự tương đồng về giá trị đạo đức hay sở thích (thực tế đều là do thuật toán đề xuất).

Thứ ba, khi tìm hiểu về kỹ năng "kiểm tra nguồn tin trước khi đăng tải" và "trích nguồn thông tin", có 50% cho biết họ không có các thói quen này. Đây là những kỹ năng quan trọng cấu thành năng lực truyền thông của công chúng. Thành tố này càng trở nên quan trọng hơn khi công chúng đối diện với những vấn đề tin tức ngày càng phức tạp, đòi hỏi họ có khả năng nhận thức vấn đề trên cả phương diện chính trị, tư tưởng hay kinh tế.

Thứ tư, trong quá trình tiếp nhận thông tin, người cao tuổi dễ bị ảnh hưởng bởi hội nhóm họ tham gia. Một trong những đặc trưng nổi bật của mạng xã hội là sự hình thành kết nối và phát triển những hội nhóm nhỏ với kiểu thông tin đặc trưng riêng biệt. Bối cảnh dịch Covid-19 diễn ra tạo điều kiện cho các nhóm tán gẫu (qua ứng dụng Messenger của Faceboook hoặc nhóm chat trong Zalo) xuất hiện một cách bùng nổ trên mạng xã hội. Rất nhiều hội nhóm đã được hình thành để hỗ trợ công chúng trong giai đoạn giãn cách xã hội về nhiều khía cạnh khác nhau của đời sống… Một người có thể có hàng chục nhóm chat để tiếp cận và trao đổi thông tin hàng ngày. Thành viên tham gia là những cá nhân có chung sở thích, quan điểm, mối quan tâm với thông tin. Các nhóm thường đa dạng thông tin, đa dạng mục đích, hoạt động hiệu quả, sôi nổi và thường xuyên bàn luận nhiều vấn đề cùng mối quan tâm chung. Thông tin đăng trong nhóm có thể xuất phát từ ai và khó có thể kiểm chứng xác minh bởi chỉ có cá nhân đăng thông tin mới có thể làm nhân chứng. Thông tin chỉ được công khai trong phạm vi không gian nhóm và các cá nhân trong nhóm thường có mối liên hệ gần gũi về sở thích, quan điểm, mối quan tâm nên thông tin sai lệch thường ít bị phát hiện, có thể lôi kéo mọi người cùng tin tưởng cũng như dễ dàng lan truyền. Sự phổ biến của xu hướng hội nhóm trên các nền tảng mạng xã hội đã khuyếch đại những rủi ro liên quan đến "rối loạn thông tin" bởi khả năng khó kiểm soát được dòng thông tin và chất lượng thông tin trong hội nhóm, đặc biệt là hội nhóm kín. Các nghiên cứu cho thấy rằng, người dùng các trang mạng xã hội trực tuyến có thể có xu hướng thích kết nối với những người cùng chí hướng, dẫn đến "echo chambers" nơi người bên trong hội nhóm chỉ tiếp nhận những thông tin, quan điểm giúp gần gũi và các thành viên tham gia củng cố thêm quan điểm sẵn có của họ.

3. Một số giải pháp nâng cao năng lực tiếp nhận thông tin của công chúng cao tuổi

Các chế tài, công cụ và giải pháp quản lý nền tảng mạng xã hội tuy là cần thiết nhưng chưa đủ để giải quyết tận gốc vấn đề rối loạn thông tin như hiện nay. Vì vậy, nâng cao năng lực tiếp nhận thông tin của công chúng cao tuổi là hướng tiếp cận cần hướng đến. Chỉ khi công chúng trở nên hiểu biết và thông thái hơn, các vấn nạn truyền thông mới được giải quyết một cách hiệu quả.

Thứ nhất, cần hướng đến nâng cao năng lực tiếp nhận thông tin của người cao tuổi thông qua các hội nhóm ở cộng đồng địa phương. Kết quả nghiên cứu cho thấy, công chúng người cao tuổi có xu hướng trao đổi bàn luận và tin tưởng thông tin trong nhóm mà họ tham gia. Nhóm nghiên cứu đề xuất hướng tiếp cận trong mạng lưới cá nhân của người cao tuổi và kết nối họ đến các nguồn lực gần nhất, cụ thể là có thể tập trung vào các câu lạc bộ (CLB), hội nhóm tại địa phương để có sự gần gũi thuận tiện cho đối tượng này: Hội Cựu chiến binh; Hội Người cao tuổi; Hội Hưu trí; Chi bộ cơ sở các cấp; Hội phụ nữ; chủ nhiệm các CLB. Thông qua người có sức ảnh hưởng tại các hội nhóm, CLB địa phương để tạo ra các đầu mối kết nối có sức ảnh hưởng rộng rãi đến các nhóm họ điều phối. Có thể tổ chức khóa đào tạo giáo viên nguồn (TOT - Train of trainer) cho những đối tượng này để xây dựng khả năng và nhận thức truyền thông cho họ, sau đó lan truyền đến cộng đồng của mình. Cách làm này cũng giải quyết một thách thức mà nhiều người già chia sẻ khi được hỏi về sự sẵn lòng

tham gia các khoá đào tạo năng lực tiếp nhận thông tin, đó là e ngại phải di chuyển xa.

Thứ hai, là cần tiếp tục nâng cao niềm tin của công chúng người cao tuổi với các cơ quan báo chí chính thống. Trong bối cảnh cạnh tranh thông tin hiện tại, báo chí vẫn sở hữu những thế mạnh đặc trưng như tính chính danh, khả năng chịu trách nhiệm cho thông tin, năng lực chuyên môn nghiệp vụ để xác minh thông tin… Người cao tuổi, nếu được tiếp cận đầy đủ các thông tin chất lượng từ báo chí, sẽ xây dựng cho mình bộ lọc, từ đó, đưa ra các chọn lựa sáng suốt hơn với thông tin trên mạng xã hội. Bên cạnh tin tức thời sự cập nhật hàng ngày, cần có những những thông tin có chiều sâu chuyên môn và được thể hiện hấp dẫn để thu hút người đọc. Các tờ báo cũng có thể đẩy mạnh đầu tư cho các chuyên mục thẩm định thông tin sai lệch, giả mạo để công chúng tham khảo và có địa chỉ đáng tin cậy để kiểm chứng thông tin.

Thứ ba, là hướng đến nâng cao năng lực tiếp nhận thông tin của người cao tuổi thông qua hoạt động truyền thông của bệnh viện, cơ sở y tế địa phương. Cũng liên quan đến yếu tố niềm tin vào những nguồn chính thống của người cao tuổi, bên cạnh các cơ quan báo chí, thì các bệnh viện, các cơ sở chăm sóc y tế là địa chỉ lui tới của nhiều người cao tuổi và dễ tạo được sự tin cậy của nhóm công chúng này. Nhóm nghiên cứu gợi ý một hướng tiếp cận thông qua việc phối hợp với các đơn vị công tác xã hội, bộ phận truyền thông của bệnh viện cấp cơ sở, trạm y tế phường xã để chủ động cung cấp đến người cao tuổi các thông tin y tế chính thống. Việc chia sẻ thông tin y tế từ các cơ sở y tế có thể triển khai qua các kênh trực tuyến: tổ chức livestream, diễn đàn tư vấn trực tuyến định kỳ trên mạng xã hội. Sự phát triển của những kênh này sẽ cung cấp thêm nguồn uy tín để người già có cơ sở kiểm chứng thông tin về sức khỏe cũng như tham vấn thông tin đúng nơi, đúng chỗ, đáng tin cậy.

Thứ tư, là hướng đến xây dựng và phát triển chiến lược đào tạo năng lực tiếp nhận thông tin (Media Literacy) cho người già. Bên cạnh việc đề xuất các hướng hỗ trợ đến từ các nguồn lực như các hội nhóm, cơ quan báo chí, cơ sở y tế, một trong những yếu tố cốt lõi trong tiếp nhận thông tin chính là năng lực tự thẩm định, tự đánh giá, thói quen bình tĩnh cẩn trọng và tư duy phản biện thông tin của mỗi người đọc. Để có được điều này, cần thông qua hoạt động giáo dục, học tập. Hiện tại, hoạt động đào tạo năng lực tiếp nhận thông tin chỉ mới hướng đến đối tượng người trẻ. Nhóm nghiên cứu đề xuất các cơ sở đào tạo và phát triển truyền thông cần cân nhắc xem xét người già như một đối tượng yếu thế cần được hỗ trợ. Do những hạn chế về tuổi tác, quan điểm việc xây dựng mô hình học cho người già cần theo hướng tương tác trải nghiệm nhiều hơn lý thuyết để có thể tác động sâu sắc vào nhận thức, cho họ tự trải nghiệm và nhận ra những định kiến hay lối mòn tư duy cố hữu của bản thân. Các mô hình có thể tổ chức như học nhóm workshop cùng con cháu hay thảo luận mở cùng chuyên gia, người có tầm ảnh hưởng trong nhóm nhỏ mà họ theo dõi. Workshop có thể lồng ghép vào các hoạt động của CLB địa phương, các hoạt động sinh hoạt nơi cư trú. Tuy nhiên, mô hình học tập dành cho người cao tuổi có thể gặp nhiều trở ngại trong thực tế thực thi. Vì vậy, nhóm nghiên cứu gợi ý, trước hết, nên đón nhận sự ủng hộ và đồng hành từ mạng lưới mối quan hệ xã hội gần gũi với người già (gia đình, con cháu, hàng xóm, hội nhóm địa phương…), hoặc kết nối với những cá nhân, tổ chức có sức ảnh hưởng hơn đến người già như các chuyên gia, những người dẫn dắt cộng đồng.

Trên đây là những giải pháp góp phần hạn chế tình trạng tin giả, rối loạn thông tin như hiện nay. Người cao tuổi với vị trí và độ tuổi của mình, ở nhiều trường hợp có thể trở thành người dẫn dắt quan điểm trong gia đình hay hội nhóm mà họ tham gia. Nếu họ có nhận thức đúng đắn và kỹ năng ứng xử với tin tức hiệu quả, họ sẽ sử dụng truyền thông một cách thông thái và lan truyền thông tin đến người khác hiệu quả hơn. Phương tiện truyền thông khi đó trở thành công cụ để họ mở rộng kiến thức, bày tỏ bản thân, tham gia phản biện xã hội và kiến tạo sự phát triển của xã hội. Ở cấp độ cao hơn, khi công chúng có khả năng làm chủ các phương tiện truyền thông, chính năng lực làm chủ ấy sẽ tạo nên giá trị của công chúng trong xã hội thông tin, góp phần xây dựng một môi trường thông tin lành mạnh và hữu ích./.

(*) Bài viết tóm tắt công trình nghiên cứu *"Người cao tuổi với việc tiếp nhận tin tức sai lệch trên mạng xã hội về đại dịch Covid- 19"*, được tài trợ bởi Trường Đại học KHXH&NV, ĐHQG TP.HCM trong khuôn khổ đề tài MS TC2021-06.