

Nhận diện và phản ứng với tin giả của sinh viên trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19

TS LỮ THỊ MAI OANH

Đại học Giáo dục, Đại học Quốc Gia Hà Nội; Email: maioanhxhh9@gmail.com

Tóm tắt: Bài viết nghiên cứu nhằm mục đích tìm hiểu khả năng nhận diện và phản ứng với tin giả của sinh viên trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19. Thông tin được thu thập bằng khảo sát bảng hỏi thông qua hình thức trực tuyến tạo Google form kết hợp trực tiếp. Mẫu nghiên cứu gồm 1161 sinh viên; 574 (49,4%) sinh viên thuộc trường Đại học Giáo dục và 587 (50,6%) sinh viên Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu cho thấy mặc dù phần lớn sinh viên tự nhận thấy bản thân thường quan tâm đến các đặc điểm nhận diện tin giả song khả năng nhận diện được tin giả lại chiếm tỷ lệ rất thấp. Đồng thời, nghiên cứu nhấn mạnh các phản ứng của sinh viên khi nhận tin giả như cảm thấy hoang mang; lo lắng, bất an và mất niềm tin vào xã hội.

Từ khóa: nhận diện; phản ứng; tin giả của sinh viên.

1. Đặt vấn đề

Nghiên cứu gần đây của Funk và cộng sự⁽¹⁾ phát hiện cho thấy niềm tin của người dân vào hiệu ứng tin tức giả. Kết quả cho thấy 88% người Mỹ cho rằng tin tức giả đã gây ra sự nhầm lẫn về sự thật cơ bản của các sự kiện hiện tại và một phần tư trong số đó đã chia sẻ tin tức chính trị giả trên mạng xã hội⁽²⁾. Sự lan truyền tin giả cần được xem là nguy cơ cao trên phạm vi toàn cầu⁽³⁾. Các nghiên cứu đã chứng minh cho thấy sự khó khăn và phức tạp khi kiểm chứng minh những tuyên bố tin tức giả mạo đã ảnh hưởng đến bầu cử và đe dọa các nền dân chủ⁽⁴⁾. Một số nghiên cứu đã đưa ra bằng chứng về tác hại thực sự do thông tin sai lệch lan truyền trên mạng xã hội, từ ảnh hưởng nguy hại cho sức khỏe⁽⁵⁾, thao túng thị trường chứng khoán⁽⁶⁾. Đặc biệt, trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19, thống kê của Cục an ninh mạng và phòng chống tội phạm sử dụng công nghệ cao cho thấy, trên không gian mạng Việt Nam đã có hơn 900.000 thông tin liên quan đến tình hình dịch bệnh⁽⁷⁾. Theo Viện Kiểm sát nhân dân Tối cao, chỉ hơn hai tháng, công an các đơn vị, địa phương trong cả nước đã xác minh, làm việc với gần 700 trường hợp đưa tin sai sự thật; có hơn 300 đối tượng trong nước tung tin giả về dịch Covid-19 trên không gian mạng bị cơ quan chức năng xử⁽⁸⁾. Tin giả có xu hướng tăng nhanh và được thể hiện dưới nhiều hình thức khác nhau, thậm chí bắt chước văn phong, hình thức báo chí⁽⁹⁾ dẫn đến người dùng khó phân biệt hơn. Tuy nhiên, nghiên cứu tin giả ở Việt Nam cho đến nay vẫn chưa có nhiều nghiên cứu chuyên sâu về nhận

diện và phản ứng tin giả được thực hiện.

2. Kết quả nghiên cứu

Ngày nay, nhờ sự phát triển mạnh mẽ của các phương tiện truyền thông, bên cạnh mặt tích cực, internet cũng góp phần là công cụ đắc lực để truyền tải tin tức giả mạo vì mục đích cá nhân hay thu hút sự chú ý của công chúng. Có thể thấy, tin giả không chỉ gây thiệt hại trong lĩnh vực kinh tế, chính trị... mà còn ảnh hưởng tới tâm lý toàn xã hội.

2.1. Nhận diện tin giả của sinh viên trong bối cảnh dịch bệnh covid 19

Có thể thấy, có rất nhiều lĩnh vực thông tin được sinh viên quan tâm nhưng chủ yếu tập trung các chủ đề liên quan đến giải trí, văn hóa - xã hội, giáo dục, kinh tế, thời trang, du lịch hơn là các lĩnh vực khác. Đặc biệt, trong tổng số 434 tin giả thu thập được, chủ đề tin giả quan tâm nhiều nhất là thông tin về lĩnh vực y tế 49,3% (214); giải trí 24% (104); giáo dục 12,0% (52); văn hóa – xã hội 8,5% (15); chính trị 3,5% (15) và các lĩnh vực khác 2,8% (12). Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy sự khác biệt khi các chủ đề tin giả sinh viên tiếp cận và quan tâm có sự khác biệt khi khảo sát về nghiên cứu chung người dân như nghiên cứu của Tandoc, Thomas, Bishop (2021)⁽¹⁰⁾ cho thấy, phân tích chủ đề tin giả phần lớn thuộc về chính phủ hoặc chính trị (51,6%); tiếp đến là tội phạm hoặc khủng bố (19,5%) và khoa học, y tế hoặc công nghệ (10,3%).

Kết quả nghiên cứu cho thấy phần lớn sinh viên chưa nhận diện được tin giả và không có sự khác biệt nhiều giữa sinh viên hai trường với các ngành học khác

nhau. Trong tin giả thứ nhất, chủ đề tin giả đề cập đến một thông tin được chia sẻ phổ biến trên mạng xã hội có trích dẫn từ người nổi tiếng. Kết quả nghiên cứu cho thấy, phần lớn sinh viên nhận diện đây là một nội dung thông tin đáng được quan tâm, quan trọng, độ tin cậy cao 34,5% (461); hình thức thông tin, thông điệp mang tính chính thức 30,1% (403); không thuộc các nhóm trên 3,1% (42) và chỉ có 32,3% (432) sinh viên nhận diện đúng nội dung thông tin mang tính mập mờ, không tin cậy và thể hiện mục đích cá nhân. Như vậy có tới 67,7% sinh viên không nhận diện đúng về tin giả. Đặc biệt, nhằm có sự đối sánh trong nhận diện chủ đề tin giả, tác giả đã đưa một chủ đề tin giả liên quan đến vấn đề giáo dục, một trong những vấn đề rất được sinh viên quan tâm trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19. Đây là một tin giả được thể hiện trông giống như một tin tức, có văn bản chính thống đi kèm (tuy nhiên, văn bản này đã bị đánh lừa một cách chủ ý bằng cách lấy văn bản cũ cho vào bài viết hiện tại của người đưa tin). Kết quả khảo sát về chủ đề thứ hai cho thấy phần lớn sinh viên 93,8% không nhận diện được đây là tin giả do không để ý đến “dấu chân kỹ thuật số”, tức là ngày tháng trong văn bản với ngày đăng tải thông tin. Chính vì vậy, khi thông tin được đưa ra theo mục đích sự việc về một sự kiện có thật và chủ ý của nhóm tác giả, phần lớn sinh viên không nhận diện được nội dung thông tin này.

2.2. Phản ứng với tin giả của sinh viên trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19

Trong những năm gần đây, một số nghiên cứu đã đề cập đến vấn đề tin giả liên quan đến tính kinh tế cảm xúc theo cách cảm xúc được tận dụng nhằm tạo ra sự chú ý và thời gian xem, vốn chuyển đổi thành doanh thu quảng cáo. Trong đó, khả năng hiểu về cảm giác, tâm trạng và cảm xúc trong giao tiếp kết nối mạng Internet đã tăng lên nhanh chóng thông qua việc áp dụng các công nghệ phản hồi sinh học và trực tuyến liên quan đến việc ghi lại và đánh giá cảm xúc⁽¹¹⁾, còn gọi là “phương tiện truyền cảm thông”. Thuật ngữ tổng hợp này phản ánh sự gia tăng tổng thể của mối quan tâm đến đời sống tinh cảm qua trung gian, được đánh giá bằng một loạt các công nghệ cho một số mục đích. Các công nghệ bao gồm mã hóa khuôn mặt, phân tích giọng nói, thực tế ảo, thực tế tăng cường, thiết bị đeo được, cảm biến sinh học và phân tích cảm xúc. Bằng cách làm cho cảm xúc có thể đọc được bằng máy có thể được sử dụng nhằm tăng cường mối quan hệ của

mọi người với thiết bị và nội dung, nhưng cũng tăng khả năng ảnh hưởng⁽¹²⁾.

Cụ thể, kết quả nghiên cứu cho thấy phần lớn sinh viên nhận mạnh chủ đề tiếp nhận không ảnh hưởng cá nhân do nhận diện tin giả sai và việc tiếp nhận quá nhiều thông tin không đảm bảo độ tin cậy đã dẫn đến việc bình thường hóa thông tin của sinh viên, xấp xỉ 70%. Tuy nhiên, tỷ lệ sinh viên cảm thấy hoang mang; lo lắng bất an và mất niềm tin vào xã hội chiếm tỉ lệ khá cao, xấp xỉ 40%; cụ thể cảm thấy hoang mang 37%; cảm thấy lo lắng, bất an 31,5% và cảm thấy mất niềm tin 28,4%. Kết quả phản ứng tin giả trong thực tế có thể đạt được số liệu cao hơn về cảm xúc tiêu cực của sinh viên bởi trong nghiên cứu này, hạn chế là đo lường tin giả được chính tác giả cố ý đưa vào để sinh viên nhận diện và đo lường phản ứng. Bên cạnh đó, việc sinh viên đang có xu hướng bình thường hóa khi nhận được tin giả và thường xuyên tiếp nhận, thảo luận tin giả trên các kênh truyền tải khác nhau, đặc biệt là kênh mạng xã hội có thể góp phần ảnh hưởng đến việc tạo hiệu ứng phản ứng trong việc lan tỏa tin giả. Cụ thể, phần lớn các nghiên cứu về thanh thiếu niên và tin tức tập trung ngoại vi nhấn mạnh vào giai đoạn thiếu niên thường bắt đầu phát triển quan điểm chính trị và thói quen tin tức của bản thân. Do đó, thói quen đọc tin tức được hình thành trong những năm thiếu niên sẽ định hình thói quen đọc tin tức ở người lớn⁽¹³⁾. Bởi vậy, thông qua kết quả nghiên cứu về phản ứng tin giả của sinh viên đồng thời cho thấy những thách thức trong việc nhận diện và phản ứng tin giả ở nhóm khách thể này.

3. Thảo luận

Nghiên cứu gần đây ghi nhận sự phổ biến của các chương trình tin tức giả mạo như The Colbert Report (TCR), The Daily Show với Jon Stewart (TDS) và công chúng ngày càng phụ thuộc vào chúng như các nguồn tin tức chính thống⁽¹⁴⁾. Bởi vậy, nhằm hạn chế việc tiếp nhận tin giả ảnh hưởng đến niềm tin của công chúng, cho đến nay đã có nhiều giải pháp liên quan đến cá nhân và kỹ thuật học máy. Cụ thể, Google và Facebook (tháng 11 năm 2016) đã công bố việc cấm các trang web đăng tin giả trên mạng quảng cáo và đã mang lại hiệu quả tích cực⁽¹⁵⁾. Mạng xã hội Facebook đồng thời tạo ra các công cụ mới để gắn cờ nội dung giả mạo và hợp tác với các tổ chức kiểm tra thực tế bên thứ ba như Snopes và Politifact⁽¹⁶⁾ nhằm phát triển các hệ thống phát hiện tin giả tự động tốt hơn để hạn chế sự lan truyền của những nội dung này. Tuy nhiên, cho

đến nay, việc nhận diện tin giả của người dân nói chung, sinh viên nói riêng vẫn còn nhiều hạn chế khi kết quả nghiên cứu cho thấy phần lớn sinh viên không xác định được tin giả và tin tức. Đặc biệt, trong sự phức tạp và dễ gây hiểu nhầm của môi trường mạng Internet, sinh viên đại học rất dễ tiếp cận với tin giả bởi việc sử dụng thường xuyên kênh mạng xã hội. Khảo sát năm 2018 cho thấy có tới 88% thanh niên từ 18 đến 29 tuổi sử dụng mạng xã hội⁽¹⁷⁾ và nghiên cứu khác trên 6000 sinh viên đại học tại 11 trường đại học ở Mỹ nhận mạnh 89% người được hỏi cho biết thường nhận được tin tức từ mạng xã hội⁽¹⁸⁾.

Cho đến nay, nhiều cá nhân có xu hướng tin vào tin tức giả mạo bằng cách chỉ duyệt qua các tiêu đề mà không đọc nội dung, trong khi việc xác định tin tức giả từ các phương tiện truyền thông xã hội trực tuyến là vô cùng khó khăn do nhiều lý do khác nhau, do việc thu thập dữ liệu tin tức giả rất phức tạp và cũng khó đánh giá tin tức giả theo cách thủ công⁽¹⁹⁾. Bởi vậy, phản ứng tin giả đã cho thấy hạn chế khi kết quả nghiên cứu nhận mạnh sinh viên thường cảm thấy hoang mang, lo lắng bất an và mất niềm tin vào xã hội.

4. Kết luận

Trong bối cảnh ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 cùng với sự hỗ trợ của những công cụ kỹ thuật số và internet đã góp phần phát triển, lan tỏa tin giả một cách nhanh chóng và ảnh hưởng đến đời sống, nhận thức người dân nói chung, sinh viên nói riêng. Kết quả nghiên cứu không chỉ đơn thuần nhấn mạnh đến việc nhận diện tin giả của sinh viên đang ở mức rất thấp mà còn cho thấy những phản ứng tiêu cực của sinh viên khi tiếp nhận tin giả như cảm thấy hoang mang; lo lắng bất an và mất niềm tin vào xã hội. Bởi vậy, một trong những giải pháp tối ưu nhất hiện nay là nâng cao nhận thức của người tiếp nhận thông tin, biết sàng lọc các nguồn thông tin khi tiếp nhận và chia sẻ lại trên các trang mạng xã hội. Việc giúp sinh viên nhận diện được vấn đề tin giả rất quan trọng và cần có những chính sách hỗ trợ trong tuyên truyền, giáo dục; cũng như cung cấp các công cụ, kỹ năng cần thiết để trở thành những người tiếp cận thông tin hoài nghi, nhận diện đúng thông tin có độ tin cậy thấp và nội dung truyền tải thiếu khách quan. Bởi vậy, việc phòng chống tin giả có ý nghĩa quan trọng và cần đẩy mạnh thông qua việc đào tạo bồi dưỡng chống tin giả cho sinh viên giúp nhận diện tin giả, hiểu được hệ quả tin giả, tác động tiêu cực tới đời sống và cần nâng cao kỹ năng nhận biết, sàng lọc, thẩm

định tin tức, ngăn chặn tin giả./.

- (1) Funk C, Gottfried J, Mitchell A (2017) Science news and information today (Pew Research Center, Washington, DC).
- (2) Greenwood, S., Perrin, A., & Duggan, M. (2016). Social media update 2016. *Pew Research Center*, 11(2), 1-18.
- (3) Howell, L. L. (2013). Compliant mechanisms. In *21st century kinematics* (pp. 189-216). Springer, London.
- (4) Gu, L., Kropotov, V., & Yarochkin, F. (2017). The Fake News Machine. *How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public*. Pobrane, 25.
- (5) P. J. Hotez. Texas and its measles epidemics. *PLOS Medicine*, 13(10):1-5, 10 2016.
- (6) E. Ferrara. Disinformation and Social Bot Operations in the Run Up to the 2017 French Presidential Election. *First Monday*, 22(8), 2017.
- (7), (8) VOV.VN, Công an làm việc với gần 700 trường hợp tung tin sai về Covid-19, website cơ quan Viện Kiểm sát Nhân dân Tối cao, kiemsat.vn, p4, <https://kiemsat.vn/cong-an-lam-viec-voi-gan-700-truong-hop-tung-tin-sai-ve-covid-19-56977.html>, ngày 27-3-2020.
- (9) Rubin, V. L., Conroy, N. J., & Chen, Y. (2015, January). Towards news verification: Deception detection methods for news discourse. In *Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 5-8).
- (10) Conroy, N. K., Rubin, V. L., & Chen, Y. (2015). Automatic deception detection: Methods for finding fake news. *Proceedings of the association for information science and technology*, 52(1), 1-4.
- (11), (12) McStay, Andrew. 2016b. "Empathic Media and Advertising: Industry, Policy, Legal and Citizen Perspectives (the Case for Intimacy)." *Big Data & Society* 3 (2): 1-11. doi:10.1177/2053951716666868
- (13) Barnhurst, K. G., & Wartella, E. (1991). Newspapers and citizenship: Young adults' subjective experience of newspapers. *Critical Studies in Media Communication*, 8(2), 195-209.
- (14) Borden, S. L., & Tew, C. (2007). The role of journalist and the performance of journalism: Ethical lessons from "fake" news (seriously). *Journal of Mass Media Ethics*, 22(4), 300-314.
- (15) Hosanagar, K., Fleder, D., Lee, D., & Buja, A. (2014). Will the global village fracture into tribes? Recommender systems and their effects on consumer fragmentation. *Management Science*, 60(4), 805-823.
- (16) Heath, A. (2016). Facebook is going to use Snopes and other fact-checkers to combat and bury 'fake news.'. *Business Insider*.
- (17) Smith, A., & Anderson, M. (2018). Social media use in 2018.
- (18) Head, A., Wihbey, J., Metaxas, P. T., MacMillan, M., & Cohen, D. (2018). How students engage with news: Five takeaways for educators, journalists, and librarians. *Project Information Literacy Research Institute*.
- (19) Wang, W. Y. (2017). "liar, liar pants on fire": A new benchmark dataset for fake news detection. *arXiv preprint arXiv:1705.00648*.