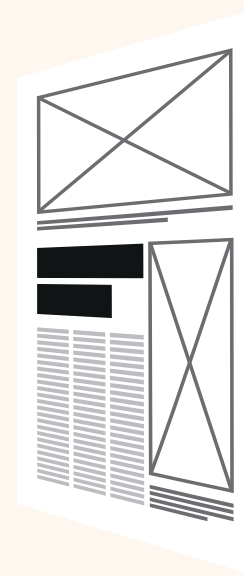


NEWS LITERACY VN

ĐH KHXH&NV TP.HCM
Khoa Báo chí và Truyền thông
Phòng A107, 10-12 Đinh Tiên Hoàng
Q.1, TP. HCM, Việt Nam.
(08) 3 9104043
newsliteracyvietnam@gmail.com



Cẩm nang dành cho độc giả thông minh



Mục lục

Lời tựa	7
Chương 1 Thông tin và Tin tức	9
Chương 2 Quy trình sản xuất tin tức	20
Chương 3 Nguồn tin và Bối cảnh	32
Chương 4 Công bằng, cân bằng và thành kiến	38
Chương 5 Sức mạnh của hình ảnh	46
Chương 6 Thông tin trên Internet và Mạng xã hội	62
Chương 7 Thông tin mâu thuẫn trong các bài báo kinh tế	72
Chương 8 Báo lá cải	82
Chương 9 9 điều độc giả thông minh cần biết	96

Lời tựa

«Chúng ta đào tạo nhà báo giỏi để làm gì nếu như độc giả không phân biệt được đâu là nhà báo giỏi.» (Richard Hornik)

Tháng 08/2012, chúng tôi trò chuyện với nhau về một trong những thiếu sót của giáo dục Việt Nam. Đó là không dạy cho học sinh-sinh viên cách thức tiếp cận và làm chủ thông tin trên các phương tiện truyền thông đại chúng.

Trong xã hội Việt Nam, rất nhiều người không biết cách đọc báo, vì họ cứ nghĩ đơn giản như một vị tổng biên tập của một tờ báo địa phương nọ là: *«Ai đọc chữ cũng biết đọc báo, cần gì phải học.»* Ở đây, chúng tôi thấy cần thiết phải khẳng định với các bạn là không phải ai biết đọc chữ cũng hiểu được giá trị của thông tin - tin tức trên báo chí và có lối ứng xử thích hợp. Ngay cả sinh viên báo chí và những người làm báo đôi khi cũng vẫn còn bị «sụp bẫy» của tin đồn và lạc giữa một rừng các thông tin «lá cải» nhảm nhí, vô bổ khác.

Đó là lí do chính để chúng tôi, gồm 30 giảng viên và nhà báo trẻ, biên soạn cuốn cẩm nang bạn đang cầm trên tay. Cuốn cẩm nang nhỏ gọn này giúp bạn tiếp cận thông tin - tin tức trên báo chí dưới con mắt nhà nghề. Bạn sẽ được tiết lộ đầy đủ về các giá trị và các chuẩn mực cần có của một bài báo đúng nghĩa, từ đó phân biệt được báo chí với những loại hình thông tin khác và có khả năng làm chủ thông tin. Trở thành một độc giả thông minh, bạn cũng góp phần làm trong sạch nền báo chí nước nhà vì các nhà báo rồi đây sẽ phải biết độc giả của họ không hề dễ dãi.

Trong quá trình biên soạn, chúng tôi được sự tư vấn căn kè của giáo sư Richard Hornik, một trong những người sáng lập mô hình đào tạo độc giả thông minh của trường đại học Stony Brook (Hoa Kỳ). Ngoài ra, chúng tôi cũng nhận được tài trợ in ấn và tổ chức các buổi nói chuyện đề «Độc giả thông minh» từ Quỹ Hỗ trợ các dự án giáo dục và văn hoá của cựu du học sinh Hoa Kỳ (FY2013 ECA Alumni Project Competition).

Và giờ đây, chúng tôi trân trọng mời bạn lật giở trang đầu tiên của cuốn cẩm nang... Mọi phản hồi và góp ý, xin vui lòng gửi về hộp thư điện tử của nhóm biên soạn cẩm nang: newsliteracyvietnam@gmail.com.

Tp. Hồ Chí Minh, tháng 01, năm 2014
Thân mến,
Nhóm biên soạn

Thông tin và tin tức

1

— Ngọc Huyền

Trong chương này, bạn sẽ học:

1. Phân biệt báo chí và các loại hình thông tin khác.
2. Phân biệt tin tức và bình luận.

Trong thời buổi thông tin tràn ngập trên các phương tiện truyền thông đại chúng, làm sao bạn biết được đâu là thông tin đáng tin cậy và đâu là tin đồn/thông tin lá cải? Theo định nghĩa của trường đại học Stony Brook, nơi đầu tiên đưa ra mô hình đào tạo độc giả thông minh, «thông tin đáng tin cậy là thông tin chỉ dẫn hành động. Thông tin đáng tin cậy giúp người tiếp nhận đưa ra quyết định, thực hiện hành động hoặc chia sẻ thông tin một cách có trách nhiệm với những người khác».

Như vậy, để trở thành một độc giả thông minh, bạn cần biết cách sàng lọc thông tin. Trong cuốn cẩm nang này, chúng tôi sẽ hướng dẫn bạn các kỹ năng đọc và hiểu sâu về thông tin, đặc biệt là mǎng tin tức.

1 Phân biệt tin tức và các loại hình thông tin khác

Ở chương 1, bạn hãy tạm bằng lòng với bảng phân loại thông tin ở trên, nghĩa là nhận diện tin tức thông qua 4 câu hỏi sau đây: Mục đích chính của nó là gì?; Cách thức thu thập có mang tính báo chí hay không? (Có được xác minh lại (Verification) bởi các nhà báo có tư duy độc lập (Independence) và có một cơ quan báo chí đứng ra chịu trách nhiệm về tin tức đó hay không (Accountability); Người đưa tin có phải là nhà báo hay không?; Tin tức đó có giúp chúng ta đưa ra một kết luận thông minh hay không?

Sau đây, chúng ta sẽ thử ứng dụng bảng phân loại trên vào việc đánh giá một số thông tin trên các phương tiện truyền thông đại chúng trong thời gian gần đây.

Tin tức báo chí khác với các loại hình thông tin khác như thế nào? Điều này được mô tả trong bảng «Các phân khúc thông tin» ở trang bên.

CÁC PHÂN KHÚC THÔNG TIN					
	Tin tức báo chí	Thông tin giải trí	Thông tin quảng cáo	Thông tin tuyên truyền	Thông tin thô
Mục đích	Thông tin	Giải trí	Bán hàng	Thuyết phục	Không rõ mục đích
Phục vụ ai	Công chúng	Công chúng	Công ty	Các tổ chức	Cá nhân, nhóm
Phương thức	Xác minh, độc lập, minh bạch	Kể chuyện, biểu diễn, âm nhạc, phim ảnh	Quảng cáo trả tiền, thông cáo báo chí, các trang thông tin điện tử, video...	Thông tin một chiều của một tổ chức chính trị, xã hội	Facebook, Twitter, SNS...
Người thực hiện	Phóng viên - nhà báo, biên tập viên truyền hình	Nhà văn, diễn viên, nghệ sĩ	Các công ty quảng cáo	Các tổ chức chính trị, kinh tế, xã hội, quân sự	Tất cả mọi người có thể lên mạng hoặc có khả năng phát tán thông tin
Kết quả	Giúp cho công dân hiểu rõ sự tình	Cung cấp một góc nhìn về xã hội, tạo thêm xúc cảm cho cuộc sống	Tăng doanh số bán hàng	Sự ủng hộ của dư luận	Nhiều, tùy theo mục đích

Trường hợp 1: Chia sẻ của người tham dự chương trình truyền hình thực tế The Voice Kids có được xem là tin tức hay không?

Bài viết chia sẻ trên Facebook của anh Lương Quốc Thái, bố của thí sinh Lương Thuỳ Mai, về hành trình tham dự cuộc thi The Voice Kids không phải là tin tức, mà chỉ là thông tin thô, hay còn gọi là thông tin cá nhân. Vì sao? Vì mục đích của anh Thái khi chia sẻ thông tin này không rõ, không nhất quán, nhiều khả năng chỉ là để thoả mãn việc giải bày tâm sự cá nhân.

Khi báo Giáo dục Việt Nam trích dẫn lại nguyên văn bài viết này (xem <http://giaoduc.net.vn/Utilities/PrintView.aspx?ID=315223>), bài đó cũng chưa thể được xếp vào mảng tin tức vì tờ báo chỉ thêm vào có đoạn lời toà soạn.

Báo Thanh Niên Online đăng lại bài, với phần kiểm chứng có phải là anh Thái viết hay không (xem <http://www.thanhnien.com.vn/pages/20130830/nghe-ngho-nhat-ky-nguoi-cha-dua-con-di-thi-giong-hat-viet-nhi.aspx>) và nỗ lực xác minh thông tin từ phía bên kia là ông Nguyễn Quang Minh, giám đốc công ty Cát Tiên Sa (<http://www.thanhnien.com.vn/pages/20130906/giong-hat-viet-nhi-nhat-ky-phu-huynh-gay-xon-xao.aspx>), thì bài viết này được xếp vào phân khúc tin tức. Bởi vì, mục đích của báo Thanh Niên là thông tin cho bạn đọc về một chương trình truyền hình thực tế mà họ đang quan tâm, trên cơ sở của một quá trình xác minh thông tin, có sự độc lập trong tư duy (người viết bài và tờ báo tạm thời được cho là không có dính líu về quyền lợi trong vụ việc), và có một cơ quan báo chí chịu trách nhiệm hẳn hoi về bài viết của mình. Người viết bài, tác giả Thiên Hương, được biết đến là phóng viên chuyên về mảng văn hoá-văn nghệ

của tờ báo. Độc giả cuối cùng được biết ý kiến của cả hai phía.

Ngoài ra, chương trình The Voice Kids có một trang thông tin điện tử là trang <http://gionghatvietnhi.com.vn/tin-tuc-chuong-trinh-giong-hat-viet-nhi.html>. Trang này có hẳn một mục gọi là Tin tức, nhưng bạn phải nhận thức được bản chất của các «tin tức» này chỉ là những thông tin để phục vụ cho chương trình truyền hình này, hay được xếp vào phân khúc thông tin PR. Mục đích là để người đọc (cũng là người xem) biết đến luật chơi, cách thức tham gia bình chọn, và ủng hộ cho chương trình. Các thông tin này đều qua sự sàng lọc của ban tổ chức nên mất đi tính cách độc lập của tin tức. Ban tổ chức thậm chí còn không đăng tải các thông tin về vụ nhật ký của anh Lương Quốc Thái.

Ngoài ra, trên trang đó cũng có những mẫu quảng cáo cho chương trình truyền hình này, và xuyên suốt chương trình có các mẫu quảng cáo nhằm đến mục đích bán sản phẩm cho người tiêu dùng. Mặt khác, bản thân The Voice Kids là một show truyền hình thực tế, mang tính giải trí thuần túy, không phải là tin tức.

Nếu bạn bè hay ai đó gửi status hay link trên các trang mạng xã hội, như Facebook chẳng hạn, nói cho bạn biết về The Voice Kids, thì thông tin đó không được coi là tin tức, mà chỉ là thông tin chia sẻ cá nhân, vì bản thân người chia sẻ không xác minh được thông tin đó, họ (có thể) không là nhà báo, và không có tổ chức báo chí nào đứng ra chịu trách nhiệm về status hoặc việc chia sẻ link của họ.

Cuối cùng, việc báo chí không bao giờ thẩm định chính xác liệu có hay không có chiêu trò PR của Cát Tiên Sa trong các chương trình truyền hình thực tế họ làm, hoặc phát ngôn của họ có

chính xác hay không, cho thấy hai điều: (1) lẫn ranh mờ nhạt giữa tin tức và thông tin PR; (2) các yêu cầu đối với tin tức là rất cao trong khi năng lực của nhà báo vẫn còn hạn chế.

Trường hợp 2: Những thông tin giấu cọt, châm biếm đăng trên trang tinkhotin.com có được coi là tin tức hay không?

Trước hết, các thông tin về cá nhân hoặc đơn vị đứng đằng sau trang tinkhotin.com không được công khai. Như vậy là mất đi yếu tố minh bạch mà một cơ quan báo chí cần có. Dĩ nhiên, trong trường hợp của một trang thông tin giấu nhại ở Việt Nam, điều kiện này không khả thi. Các thông tin ở đây cũng là hư cấu, nên yếu tố xác minh bị loại trừ. Cuối cùng, không ai biết người viết là ai, nên cũng không thẩm định được tính độc lập của thông tin trên trang này.

Mục đích của trang này có thể là giải trí (vì đặt tính châm biếm lên hàng đầu), hoặc một mục đích nào khác không rõ.

Độc giả đọc thông tin trên trang này không phải để tiếp cận tin tức, mà để tiếp cận một góc nhìn khác mang tính giấu cọt. Họ chỉ có thể liên tưởng và đánh giá tính châm biếm của các bản tin trên trang này, chứ không đánh giá được độ chính xác của tin tức.

Trên thế giới, những trang tin hoặc chương trình truyền hình giấu nhại như thế này vẫn tồn tại, tiêu biểu là The Onion và The Daily Show của Mỹ. Tất cả đều không được xếp vào hạng mục tin tức, theo quan điểm của báo chí chính thống.

*** Ghi chú:** Các trang mạng mạo danh các nhà lãnh đạo có tên tuổi như nguyentandung.org, phongquangthanh.net ... đều đăng tải thông tin như một tờ báo mạng. Tuy nhiên, vì thiếu đi tính

minh bạch về đơn vị đứng đằng sau và mục đích không rõ ràng, nên chưa kể đến vấn đề pháp lý, chúng ta cũng không nên xếp chúng vào hạng mục tin tức.

Trường hợp 3: Những thông tin đăng trên các trang thông tin-tổng hợp về người nổi tiếng nên được gọi là gì?

Độc giả phải nhìn nhận như thế nào với các trang chuyên cung cấp thông tin đời tư của người nổi tiếng, trong đó có những trang là «anh em» với các trang báo điện tử vốn được nhìn nhận như là những tờ báo điện tử đứng đắn? (Ví dụ: trang ihay.thanhnien.com.vn)

Cần biết, động cơ kinh tế của các trang này là tìm kiếm lợi nhuận quảng cáo thông qua số lượt truy cập. Họ sử dụng thủ pháp «lá cải hoá» để câu độc giả. Mục đích của họ không phải để thông tin, mà là để giải trí và bán quảng cáo. Dĩ nhiên, quan điểm báo chí chính thống thừa nhận là có một mảng tin tức viết về người nổi tiếng, phân biệt với thể loại giải trí thuần túy. Tuy nhiên, không phải cứ đưa thông tin về người nổi tiếng là thành tin tức. Tin tức vẫn phải đạt các chuẩn mực của nó như có sự xác minh, có sự thẩm định độc lập, và có người chịu trách nhiệm về tính chính xác của nó. Các bức ảnh vu vơ và các chú thích ảnh gán ghép về hoa hậu Mai Phương Thúy hoặc ca sĩ Hồ Ngọc Hà trên trang phunutoday.vn <http://phunutoday.vn/anh-nong-hoa-hau-xa-hoi-va-nhung-tro-lo-doi-ngich-31737/trang-3.html> hoàn toàn không đáng được xếp vào khu vực tin tức. Các bài viết về những hot-girl khoe thân như Ngọc Trinh, Bà Tung, Andrea... cũng không phải là tin tức vì các lí do trên.

Trường hợp 4: Những thông tin chia sẻ trên Facebook có được xem như là tin tức?

Câu trả lời là Không, vì các thông tin này phần lớn là chia sẻ cảm xúc, sở thích cá nhân và xây dựng các mối quan hệ. Mục đích không phải là để thông tin.

Trường hợp 5: Wikipedia, Wikileaks, các trang blog và các trang thông tin của nhà báo

Xét về mục đích, có thể nói Wikipedia, Wikileaks, các trang blog và các trang thông tin của nhà báo đều là mang thông tin đến cho độc giả.

Xét về cơ quan phụ trách, Wikipedia và Wikileaks có tổ chức đứng đằng sau hẳn hoi, nhưng vấn đề ở chỗ là họ không chịu trách nhiệm cho những thông tin mà họ đăng tải. Trách nhiệm đó họ «đổ» cho các nguồn tin mà họ dẫn ra. Độc giả cũng phải tự chịu trách nhiệm với những gì mình đọc và tin là sự thật.

Các trang blog chẳng hạn như <http://tranquangduc.blogspot.com/> của nhà sử học Trần Quang Đức, hoặc thichhoctoan.net của giáo sư toán học Ngô Bảo Châu, hoặc trithoc.edu.vn của hai dịch giả Đinh Hồng Phúc và Cù Ngọc Phương đều cung cấp thông tin chuyên ngành về một mảng nhất định. Tuy nhiên, nếu xác định mục đích, phải gọi đây là các trang chia sẻ kiến thức chứ không phải là thông tin thời sự. Do đó, không gọi là tin tức.

Các trang blog, trang thông tin khác của một số người có mối liên hệ với báo chí, người nổi tiếng, cũng khó được xem là tin tức chính thống. Mục đích của họ rất có thể là chia sẻ cảm xúc, hoặc mua vui cho người khác, chứ không giúp độc giả có các thông tin hoặc góc nhìn khách quan.

Trường hợp khó phân biệt hơn là các trang thông tin của nhà báo hoặc cựu nhà báo, chẳng hạn như của **Osin Huy Đức** hoặc của **Xênho NVP**. Họ đều mang thông tin, ý kiến đến cho bạn đọc, họ đăng tin độc lập, không có mâu thuẫn về mặt lợi ích, họ xác minh thông tin rõ ràng và họ cũng dùng uy tín cá nhân mà chịu trách nhiệm. Như vậy các thông tin họ cung cấp có được gọi là tin tức chăng? Đây là một câu hỏi khó có lời giải đáp.

Tuy nhiên, bạn cần lưu ý là mọi sự phân biệt không phải lúc nào cũng rõ ràng như trong bảng phân loại «Các phân khúc thông tin». Thật vậy, ngày nay, rất khó để phân biệt đâu là tin tức báo chí đúng nghĩa, đâu là thông tin PR, tuyên truyền, giải trí, hoặc chỉ là thông tin thô chưa qua xử lý báo chí. Lúc nào bạn cũng cần độc lập suy nghĩ, phân tích, và rút ra nhận định của riêng mình. ■

2 Phân biệt giữa tin tức và ý kiến

Trong phân khúc thông tin báo chí, người trong nghề lại phân biệt giữa tin tức và bình luận. Căn cứ nào để độc giả phân biệt được 2 thể loại này?

Trước tiên, chúng ta cần hiểu vai trò của các bài bình luận trong phân khúc thông tin báo chí. Nếu như tin tức đưa đến cho độc giả thuần túy sự kiện, số liệu, trích dẫn ... là những thứ thu nhận được hoàn toàn độc lập với ý kiến chủ quan của nhà báo, thì bình luận đưa đến

cho chúng ta một góc nhìn từ phía toà soạn báo, hoặc từ các công dân khác trong xã hội (thường là nhà báo, hoặc cũng có thể là một cộng tác viên, một chuyên gia). Nói cách khác, nếu tin tức mô tả sự việc một cách khách quan, bài bình luận giải thích, đánh giá sự việc đó và đưa ra giải pháp, kiến nghị từ góc nhìn chủ quan của tác giả. Sự thuyết phục của tin tức nằm ở bản chất của thông tin. Sự thuyết phục của bài bình luận nằm ở khả năng lập luận của tác giả.

Nếu độc giả chấp nhận quan điểm trong bài bình luận, họ xem như tìm được định hướng, được lối ra, từ đó hình thành cảm xúc, thái độ, hành vi trước một sự kiện có sức ảnh hưởng rộng lớn trong xã hội. Làn sóng những người chịu ảnh hưởng và quyết định hành động theo một luồng quan điểm định hướng trong các bài bình luận cuối cùng sẽ dẫn đến những đổi thay lớn trong xã hội. Tuy nhiên, chúng ta cần nhớ sự đổi thay chỉ thật sự đến nếu như cả người đưa ra quan điểm định hướng và những người tiếp nhận, ủng hộ quan điểm đó đều sáng suốt, độc lập trong tư duy và nhận thức. Báo chí chỉ là xuất phát điểm; độc giả thông minh cần tự tìm ở nơi đó những thông tin đáng tin cậy, có khả năng dẫn đến những nhận định hoặc quyết định khôn ngoan mà sau này họ không phải hối tiếc. Tốt hơn nữa, độc giả muốn trở thành các nhà lãnh đạo trong tương lai cần rèn luyện để có khả năng tự sàng lọc thông tin trên báo chí, và tự hình thành quan điểm, chính kiến hữu ích.

Để phân biệt giữa tin tức và bình luận, độc giả cũng có thể nhìn trực tiếp vào ngôn ngữ thể hiện trong bài báo. Nếu đó là bài bình luận hay bày tỏ ý kiến, người viết thường hay dùng một trong các thủ pháp sau:

- *Thứ nhất*, dùng đại từ nhân xưng ngôi thứ nhất - tôi, chúng tôi, chúng ta. Chẳng hạn, trong bài bình luận «Ai cho con tôi mái trường đang hoàng?», tác giả Quốc Việt của báo Tuổi Trẻ đã sử dụng từ «người viết» ở đoạn thứ 3 và «chúng ta» ở đoạn thứ 4, cho biết đây là ý kiến riêng của tác giả và cho biết tác giả đang đối thoại với người đọc, nhằm kêu gọi sự đồng cảm.

- *Thứ hai*, dùng phép tu từ thậm xưng hoặc so sánh bậc nhất. Phép nói quá này thường không làm sai lệch sự thật, mà chỉ là một cách bày tỏ cảm xúc. Chẳng hạn, tác giả Phan Đăng trong bài bình luận thể thao «Chiến lược con người» đăng trên Báo Thanh Niên vào ngày 22/12/2013 viết: «Ai cũng biết, chúng ta dùng đỉnh đá bán kết rồi thắng Malaysia để như lấy đồ trong túi, trong khi Thái Lan phải trải qua 120 phút bán kết, rồi cả loạt luân lưu 11m nghệt thờ với chủ nhà, thế thì vì sao vào đến chung kết, thể lực của chúng ta vẫn thua người Thái?»

- *Thứ ba*, thể hiện cảm xúc hoặc mô tả các chi tiết kịch tính. Hãy đọc lại đoạn mở đầu của bài bình luận «Ai cho con tôi mái trường đang hoàng?», tác giả mô tả lại cảnh ngộ của những gia đình công nhân có con nhỏ một cách đầy thương cảm. Hãy để ý từ «triu lòng» ở đoạn thứ ba. Cuối cùng, hãy đọc kĩ đoạn thứ tư để nhận ra bức tranh tương phản mà tác giả dựng lên giữa trường dành cho con nhà giàu và cho con nhà nghèo.

- *Thứ tư*, thể hiện giọng điệu mỉa mai, châm biếm, giễu nhại. Một số cây bút chính luận sắc sảo thường sử dụng giọng điệu mỉa mai, châm biếm, giễu nhại để khéo léo bày tỏ ý kiến của mình. Độc giả phải đọc giữa các con chữ để nhận ra thâm ý của tác giả.

• *Thứ năm*, nguy hiểm. Một số bài bình luận mắc sơ hở trong lập luận, nên sớm rơi vào tình trạng nguy hiểm. Những độc giả có am hiểu về logic học không dễ bị thuyết phục bởi các bài nguy hiểm. Có nhiều lối nguy hiểm, nhưng đại kỵ trong báo chí là đánh tráo khái niệm, tấn công sai đối tượng (straw man arguments), hoặc mượn lời người có quyền lực để bảo vệ lập luận của mình (appeal to authority).

Đối với hạng mục bình luận, cách tiếp cận tốt nhất là cân nhắc xem lập luận của tác giả có chặt chẽ và có dựa trên chứng cứ rõ rệt không.

Nhắc lại, độc giả cần hết sức chủ động khi tiếp nhận quan điểm của tác giả các bài bình luận, không đơn giản nghe theo. Chúng ta luôn cần có suy nghĩ độc lập, cởi mở trước mọi vấn đề trong cuộc sống, các bài bình luận chỉ mang tính chất tham khảo. ■

VÍ DỤ 1.1

Bảo mẫu làm chết bé 18 tháng tuổi

Dưới đây là một mẫu tin được biên tập lại cho ngắn gọn:

(Theo Đức Thanh, báo Tuổi Trẻ)

Ngày 17-11, Công an quận Thủ Đức (TP.HCM) cho biết đang tạm giữ nghi can Hồ Ngọc Nhờ (18 tuổi, quê huyện Thới Lai, TP.Cần Thơ; tạm trú tổ 9, KP 6, P.Linh Trung, Q.Thủ Đức) để điều tra, làm rõ về hành vi “giết người”.

Theo cơ quan điều tra, hàng ngày Nhờ ở nhà trông con và nhận chăm nuôi bé Đ.N.L. (18 tháng tuổi), con chị V.T.H. (24 tuổi, quê Nghệ An) với giá 1,5 triệu đồng/tháng. Khoảng 7g sáng 16-11, trong lúc cho ăn do cháu L. khóc nên Nhờ đã cầm tay chân bé xách ngược lên để dọa cho bé nín nhưng tuột tay làm bé L. té xuống nền nhà. Bị té xuống đất bé L. vẫn nằm khóc, Nhờ dùng chân đạp mạnh một cái lên ngực và một cái lên bụng bé. Khoảng 20 phút sau Nhờ quay ra thì thấy bé L. nằm bất động trên nền nhà. Nhờ gọi người dân xung quanh chờ bé đi cấp cứu tại bệnh viện Quân Dân Miền Đông nhưng bé L. đã chết trước khi được đưa đến bệnh viện. Ngay sau đó Nhờ bị Công an Q.Thủ Đức bắt giữ và đã khai nhận hành vi phạm tội như trên.

Được biết mẹ bé L. là công nhân ở khu công nghệ cao, bố bé làm nghề sửa chữa điện tử. ■

VÍ DỤ 1.2

“Ai cho con tôi mái trường làng hoàng?”

Và đây là một bài bình luận, cũng được biên tập lại cho ngắn gọn:

(Theo Quốc Việt, báo Tuổi Trẻ)

Nước cống lẫn nước mưa hôi thối chảy tràn dưới gầm vật giường được kê tạm bằng vài cục gạch ống. Mấy đứa trẻ ngồi co ro nhìn khách lạ đến thăm. Mẹ các bé đi làm nhà máy chưa về. Còn cha chạy xe ôm, bán hàng rong đang ngóng khách bên vệ đường tỉnh lộ 10. Thi thoảng, các anh tranh thủ đào qua ngó chừng con rồi lại vội ra đợi khách...

Hình ảnh đó rất dễ tìm thấy ở các xóm trọ công nhân quanh Nhà máy Pou Yuen và Khu công nghiệp Tân Tạo, Q.Bình Tân, TP.HCM. Tuy nhiên, đó là những trẻ trên 4-5 tuổi. Còn các con công nhân ở lứa tuổi nhỏ hơn cũng phải gửi gắm đâu đó nếu không được ông bà chăm sóc. Một số ít, rất ít bé may mắn được vào trường mầm non công lập. Một số được gửi ở các lớp giá rẻ. Còn phần nhiều vẫn đang phải trải qua tuổi thơ ở các nhóm trẻ tự phát, thậm chí là trong góc nhà tù túng của ai đó rảnh rỗi hoặc thất nghiệp ở nhà trông con em người nghèo để kiếm thêm.

Nhiều năm sống bên khu vực này, người viết phải trĩu lòng chứng kiến biết bao hình ảnh thiết tha của trẻ thơ gia đình lao động. Hôm rồi, hình ảnh trẻ bị bạo hành đã man xuất hiện trên báo chí, nhiều người đang gửi gắm con các chỗ tương tự cũng hoảng sợ. Nhưng rồi họ đành thờ dãi và lại tiếp tục đưa con đi...

Chịu khó để dành vài buổi chiều rảo qua các nhà trẻ, trường mầm non ở các quận trung tâm và các nơi giữ trẻ con công nhân ở Bình Tân, Tân Phú... dễ dàng nghẹn lòng trước những hình ảnh đối lập đến đau lòng. Có bao giờ chúng ta nghe chuyện những ngôi trường mà bé được cha mẹ đón bằng ô tô, trường có camera giám sát kết nối từng phụ huynh? Ai chẳng muốn con cái mình vào những nơi đó, nhưng làm sao những người lao động nghèo dám mơ đến, khi học phí trung bình ở các trường này hiện nay cũng không dưới 2 triệu đồng/tháng, bằng khoản lương nghèo thiếu trước hụt sau còn phải trang trải cho góc trọ, miếng ăn hằng ngày?

Nhiều công nhân buồn kể bao năm qua họ đã nghe đủ lời hứa hẹn con em mình sẽ được bảo đảm trường lớp tử tế. Nhưng rồi, lời hứa chỉ là lời hứa. Nhiều nhà máy mọc lên mà được mấy nhà trẻ ra đời? Bao người dân phải rời bỏ nơi chôn nhau cắt rốn mình, chịu thiệt thòi, xáo trộn cuộc sống để đất đai được quy hoạch lại. Nhưng bên cạnh những dự án phân lô bán nền, những kẻ qua đêm thành đại gia nhờ sốt đất, có mấy trường lớp được xây dựng để phục vụ lại cho người dân!

“Ai cho con tôi mái trường làng hoàng?”. Câu hỏi đứt ruột, đứt gan của người nghèo bao giờ mới có câu trả lời? ■

Lời bình: Cùng nói về vụ việc trẻ em nhà nghèo bị đối xử tồi tệ ở các nhà trẻ tự phát, nhưng mẫu tin của tác giả Đức Thanh không lồng ghép cảm xúc, suy tư, còn bài bình luận của tác giả Quốc Việt bày tỏ sự thương cảm, và yêu cầu các cấp có thẩm quyền vào cuộc để giải quyết dứt điểm. Mẫu tin của tác giả Đức Thanh gây ra cho độc giả sự bức xúc, phẫn nộ, còn bài bình luận của tác giả Quốc Việt thì giúp độc giả đào sâu vào cội rễ của vấn đề và kêu gọi họ ủng hộ giải pháp đảm bảo trường lớp tử tế cho con em công nhân.

VÍ DỤ 2

Chịu chơi

Thế mới biết người Việt chúng ta thật chịu chơi. Một vị tổng giám đốc có thể cá cược bóng đá lên tới 1,8 triệu USD. Số tiền này theo cách làm của nhiều địa phương hiện nay thì có thể xây dựng được gần 1.000 ngôi nhà tình nghĩa.

Mặc dù ở đây chuyện tình nghĩa còn có khá nhiều điều phải bàn, thế nhưng chuyện chịu chơi thì khó có thể tranh cãi được.

Khó có thể tranh cãi được còn là chuyện vị tổng giám đốc nói trên rất giàu. Rõ ràng nếu bạn cứ làm công ăn lương (và kể cả ăn thưởng) cho các doanh nghiệp của Nhà nước, thì mười đời bạn cũng không thể kiếm được một khoản tiền lớn như vậy, đặc biệt là trong trường hợp đa số các doanh nghiệp nói trên cứ lỗ lỗ đều đều mỗi năm một ít.

Trong thời buổi mà cả xã hội ta đang khuyến khích làm giàu, thiết nghĩ cũng cần tìm hiểu xem vị tổng giám đốc nói trên làm cách gì mà giàu đến như vậy. Kinh nghiệm của ông ta biết đâu lại chẳng có ích cho rất nhiều người?! Chính vì vậy phát hiện việc vị giám đốc này chơi cá cược bóng đá có khi chưa chắc đã quan trọng bằng phát hiện ra việc ông ta kiếm được tiền để chơi cá cược bóng đá bằng cách nào.

Nhưng nếu chúng ta không phát hiện cách thức ông ta kiếm tiền và vì vậy không thể ngăn chặn được, chúng ta thực chất cũng đang cá cược những khoản tiền khổng lồ của nhân dân. Chúng ta cũng rất chịu chơi, phải vậy không? ■

(Theo TS Nguyễn Sĩ Dũng, báo Tuổi Trẻ)

Lời bình: Phía trên là một bài bình luận sâu cay được đăng tải sau vụ án tham nhũng ở PMU-18 hồi năm 2006. Vị tổng giám đốc được đề cập đến trong bài chính là Bùi Tiến Dũng, người bị kết án 13 năm tù cho cả hai tội «đánh bạc» và «đưa hối lộ» vào năm 2007. Tác giả dùng cụm từ «chịu chơi» để châm biếm hành vi tham nhũng lấy tiền đi đánh bạc của các quan chức. Ông vờ thắc mắc về quá trình làm giàu của vị tổng giám đốc nói trên, ngụ ý chỉ có tham nhũng mới giàu được như thế. Cuối cùng, ông bắt người đọc, chính là các công dân, phải tự vấn lại trách nhiệm giám sát xã hội của mình bằng cách nói móc «Chúng ta cũng rất chịu chơi, phải vậy không?» Là một cây bút khôn ngoan, tác giả không nêu tên tuổi của vị giám đốc, cũng không trực tiếp nói ông ta tham nhũng. (Trên thực tế, ông Dũng về sau không bị kết tội tham nhũng.) Do đó, bài bình luận vẫn giữ nguyên giá trị.

VÍ DỤ 3

Ngày càng xuất hiện nhiều ‘nhà đạo đức Facebook’

Câu chuyện thứ hai tôi muốn nhắc tới là mới đây, trên Facebook đang chia sẻ tấm hình hậu trường các phóng viên chụp ảnh hai bảo mẫu hành hạ trẻ em. Sẽ không có gì để nói nếu người ta coi đó là việc nên làm. Lên án, đẩy lùi cái xấu là việc của các phóng viên, nhà báo. Ấy vậy mà chỉ sau khi tấm hình được tung ra, các «nhà đạo đức» tiếp tục lao vào mổ xẻ, phân tích. Nào là sao lại đứng lên bàn khi tác nghiệp, nào là sao lại cười khi chụp ảnh... Nhưng họ đâu biết rằng, nếu không có những nhà báo đó, liệu công luận có được nhìn thấy những hình ảnh trẻ em bị hành hạ dã man để rồi lên án, đánh động dư luận. Liệu những đứa trẻ kia sẽ phải ở “tù” bao nhiêu năm nữa, và liệu bao nhiêu thế hệ trẻ em tiếp theo sẽ tiếp tục bị hành hạ?

Họ ở đâu khi các phóng viên phải mai phục trong những điều kiện có thể nói là khó khăn nhất để tác nghiệp. Biết đâu, họ phải nằm chờ cả ngày ở những nơi cực kỳ nguy hiểm, chật chội. Để rồi khi sự thật bị lộ ra ánh sáng, họ lại nhảy vào phân tích mổ xẻ như mình là người trong cuộc.

Tôi không muốn dùng từ “anh hùng bàn phím” để miêu tả những người này, nhưng thực tế đúng là như vậy, đã đến mức báo động, tất cả chúng ta hãy cùng suy nghĩ lại, hãy trở nên văn minh hơn trên cộng đồng ảo. Hãy tỏ ra là người có trách nhiệm hơn với những việc chung của cộng đồng. Và hãy thôi những triết lý đạo đức thiếu thực tế, nếu không muốn nói là đạo đức giả. ■

(Theo Anh Minh, VnExpress)

Lời bình: Ý kiến nói trên mắc lỗi nguy hiểm là tấn công sai đối tượng.

Đối tượng chính mà bài viết muốn nhắm tới là những người đạo đức giả. Theo quan điểm của tác giả thể hiện ở đoạn thứ ba, những ai chỉ trích phóng viên tác nghiệp trong những điều kiện khó khăn để có được sự thật là những kẻ đạo đức giả.

Tuy nhiên, nếu lấy ví dụ là những người bày tỏ sự bất nhẫn với việc một phóng viên của báo VnExpress đăng tải tấm hình các phóng viên chụp ảnh hai bảo mẫu hành hạ trẻ em bị bắt đứng dựa lưng vào một lớp học lên Facebook, với dòng chú thích « Phóng viên trừng phạt 2 bảo mẫu nè pà con!», thì tác giả đã đánh tráo đối tượng để bào biện cho hành vi không phù hợp với đạo đức nghề báo của

đồng nghiệp. Bởi vì khi chụp tấm ảnh hậu trường đó, phóng viên không hề vì mục đích nghề nghiệp, mà chỉ là chụp ảnh hậu trường để tung lên Facebook cho thỏa mãn cảm xúc «trừng phạt» của mình. Giả sử phóng viên có ý định chụp để đăng báo đi chẳng nữa, thì tấm hình đó cũng không hề được chụp trong điều kiện khó khăn. Ngoài ra, cũng không có sự thật nào được hé lộ ở đây, vì không có gì chứng minh là các phóng viên trong bức ảnh hậu trường đồng sự nghĩ «trừng phạt» với tác giả bức ảnh. Trên thực tế, một số phóng viên đã bày tỏ sự không đồng tình với việc cơ quan điều tra bắt riêng hai bảo mẫu ra đứng trần mình cho cánh báo chí chụp ảnh.

Cần nhớ, đạo đức nghề nghiệp không cho phép nhà báo thay mặt toà án kết tội hay «trừng phạt» người khác.

Ghi nhớ:

1. Thông tin có nhiều loại; thông tin báo chí là loại thông tin đặc biệt ở những điểm sau đây:
 - Mục đích chính của nó là cung cấp thông tin đa chiều về cùng một sự việc mà độc giả cần biết, nên biết, hoặc có thể sẽ quan tâm.
 - Thông tin trên báo chí do một tập thể những người làm báo (toà soạn) tự thu thập, tự kiểm chứng, tự đăng tải và tự chịu trách nhiệm về tính chân thật của nó.
2. Thông tin trên báo chí lại chia làm 2 loại: tin tức và bình luận.
 - Cùng tuân thủ quy tắc dựa trên bằng chứng, song ngôn ngữ dùng trong tin tức thuần tuý dựa trên sự kiện và bằng chứng, còn ngôn ngữ dùng trong các bài bình luận bao hàm cả suy tư lẫn cảm xúc. ■

* Bài tập

Ngày 17/12/2013, báo Tuổi Trẻ đăng phóng sự điều tra vụ bảo mẫu hành hạ trẻ em ở quận Thủ Đức, TP.HCM, kèm với đoạn video clip đặc tả sự việc (<http://tuoitre.vn/Pages/Printview.aspx?ArticleID=585719>). Theo bạn, bài viết này thuộc phân khúc thông tin nào?

* Gợi ý

Thông tin báo chí. Cụ thể, phóng sự điều tra là một thể loại đứng giữa tin tức và bình luận. Cốt lõi của phóng sự là sự, tức là thông tin khách quan, tuy nhiên lại trộn lẫn rất nhiều ý kiến chủ quan, tức là bình luận, của tác giả nhằm mục đích định hướng cảm xúc của độc giả.

Quy trình sản xuất tin tức 2

■ Ngọc Huyền

Trong chương này, bạn sẽ học:

1. Các yếu tố làm nên giá trị của tin tức.
2. Phân tích cấu trúc 5W+1H
3. Tiêu chuẩn VIA dành cho tin tức

Ở chương trước, chúng ta đã biết báo chí là một loại hình thông tin đặc biệt. Trong chương này, chúng ta tiếp tục phân chia báo chí thành hai thể loại: tin tức và ý kiến.

Trước hết, hãy tập trung bàn về tin tức, vốn là một thứ không dễ nhận diện đối với độc giả thông thường. Thật vậy, theo định nghĩa của đại học Stony Brook, tin tức là thông tin có ích lợi cho công chúng, được đăng tải trên báo chí sau khi trải qua quá trình xác minh thông tin hoàn toàn độc lập của nhà báo, hoặc một tập thể toà soạn báo, và những người này công khai chịu trách nhiệm trước độc giả về tính chính xác của thông tin.

1 Các yếu tố làm nên giá trị của tin tức

Thông tin như thế nào thì được xem là có ích lợi cho công chúng? Theo tác giả Tim Harrower của cuốn «Inside Reporting», người trong nghề tạm chấp nhận 7 dạng thông tin có giá trị tin tức cao như sau:

1. Có tầm ảnh hưởng lớn.
2. Đang diễn ra theo dòng thời sự.
3. Xảy ra ở khoảng cách địa lý gần với độc giả.
4. Liên quan đến những người nổi tiếng.
5. Có yếu tố lạ.
6. Có yếu tố xung đột.
7. Gây xúc động mạnh.

Một bản tin tốt có thể chứa nhiều hơn một giá trị, nếu như không phải là tất cả. Nói cách khác, trong một bản tin, một giá trị có thể nổi bật hơn các giá trị khác, đặc biệt là các tin thuộc hạng mục «Có yếu tố lạ.»

Tuy nhiên, cả 7 yếu tố đề cập ở trên, tức thị hiếu chung của công chúng dưới cặp mắt quan sát của các nhà nghiên cứu, chỉ mới dự một phần vào quyết định hình thành tin tức. Quyết định đó còn tùy thuộc vào nhận định của toà soạn, tính toán về mặt lợi nhuận và áp lực cạnh tranh trên thị trường báo chí.

Nghịch lý là ở đây. Người làm báo luôn luôn phải theo dõi luồng sự kiện, và tìm kiếm các thông tin họ nghĩ có lợi cho công chúng. Toà soạn luôn phải đối chiếu các thông tin dựa trên hệ trục toạ độ - tầm quan trọng và mức độ ưa thích (Xem Sơ đồ). Ban biên tập sẽ đặt một sự việc vào đó hệ toạ độ đó và cân nhắc trước khi quyết định có thực hiện bản tin đó hay không. Tuy nhiên, đôi khi họ vẫn bỏ sót các thông tin đáng lẽ ra phải trở thành tin tức, hoặc hồ biến những thông tin không có giá trị thành tin tức. Bởi vì, trong thời buổi kinh tế thị trường, áp lực cạnh tranh giữa các kênh thông tin báo chí và giữa các kênh thông tin báo chí với các kênh thông tin khác rất cao. Các toà soạn luôn phải cân nhắc lựa chọn các thông tin nào giúp họ thu hút được nhiều độc giả nhất và vì thế, kéo được nhiều quảng cáo nhất.

Nếu độc giả ưa chuộng những thông tin có tính chất lá cải hơn các thông tin quan trọng, có lợi ích, thì tất nhiên, các cơ quan báo chí sẽ đổ xô cung cấp loại thông tin đó, giả danh là tin tức. ■

VÍ DỤ 1

Siêu bão Hải Yến sẽ đổ bộ miền Trung, gây mưa lớn đến Hà Nội

Ngày 7/11/2013 • Theo Phan Hậu, báo Thanh Niên

Đến 7 giờ sáng nay 7.11, siêu bão Hải Yến đã có gió mạnh cấp 17, cấp tối đa, tức là từ 202-221 km/giờ. Dự báo rạng sáng 9.11, siêu bão này sẽ đi vào biển Đông.

Sáng nay, Ban chỉ đạo phòng chống lụt bão T.Ư đã họp khẩn cấp bàn giải pháp đối phó với siêu bão Hải Yến, dưới sự chủ trì của Bộ trưởng Nông nghiệp Phát triển Nông thôn, kiêm Trưởng ban Chỉ đạo phòng chống lụt bão T.Ư, ông Cao Đức Phát.

Theo Trung tâm dự báo khí tượng thủy văn T.Ư, đến 7 giờ sáng nay, vị trí tâm bão còn cách đảo Minladao, Philippines 730 km về phía đông. Sức gió mạnh nhất vùng gần tâm bão đạt cấp 17 tức là từ 202-221 km/giờ, giật trên cấp 17.

Dự báo trong 24 giờ tới, siêu bão này di chuyển hướng giữa tây và tây tây bắc, mỗi giờ đi được khoảng 30 - 35 km. Đến sáng 9.11, siêu bão Hải Yến sẽ đi vào biển Đông.

Do ảnh hưởng của hoàn lưu bão, từ đêm 8.11, vùng biển phía đông biển Đông gió mạnh lên cấp 9 - 10, sau tăng lên cấp 12 - 13. Vùng gần tâm bão đi qua, gió mạnh cấp 14 - 15, giật trên cấp 17, biển động dữ dội.

Ông Bùi Minh Tăng, Giám đốc Trung tâm dự báo khí tượng thủy văn T.Ư, cho biết hiện tại siêu bão này đã mạnh hết cấp dự báo. Khi vào bờ, nếu bão tiếp tục đi lan ra theo hướng bắc ven biển miền Trung thì sẽ gây mưa lớn đến cả khu vực Hà Nội.

Đại tá Phạm Văn Ty, Phó chánh văn phòng Ủy ban Quốc gia tìm kiếm cứu nạn, cho rằng siêu bão này sẽ gây sóng lớn, đặc biệt nguy hiểm với tàu thuyền.

"Bằng mọi cách phải yêu cầu tàu thuyền vào bờ hoặc tìm nơi tránh bão an toàn. Còn khi bão vào, tàu thuyền có gặp nạn nhưng sóng to gió lớn thì các tàu hải quân cũng không thể trụ nổi để đi ứng cứu", ông Ty nói.

Bộ trưởng Cao Đức Phát nhấn mạnh siêu bão Hải Yến là cơn bão mạnh nhất trong vòng 10 năm gần đây. Bão đang ở cấp 17 và di chuyển rất nhanh. Dự báo sẽ đổ bộ vào đất liền các tỉnh miền Trung trong khoảng thời gian từ tối ngày 10 đến rạng sáng 11.11 với ở cấp 12 - 13, giật cấp 14 - 15.

Bắt đầu từ hôm nay, các tỉnh từ Bình Định đến Nghệ An sẵn sàng phương án phòng tránh bão, di dân vùng ven biển; tìm mọi cách thông báo, kêu gọi tàu thuyền vào bờ tránh trú.

Ông Phát lưu ý các công trình phục vụ người dân đến tránh bão phải có sức chịu đựng gió cấp 12 trở lên để đảm bảo an toàn.

Cũng theo ông Phát, bắt đầu từ sáng 10.11, các địa phương chủ động ra lệnh cấm biển. Trên khu vực đất liền, từ tối 10.11, ở vùng có gió cấp 10 trở lên, công an chủ động cấm đường, không để phương tiện lưu thông khi bão đổ bộ. ■

Lời bình: Đây là bản tin có sức ảnh hưởng lớn đối với độc giả cả nước, vì nó đề cập đến đường đi của một cơn bão có sức tàn phá kinh khủng, gây thiệt hại nặng nề cho đời sống của

người dân. Độc giả cần biết các thông tin có liên quan để có kế hoạch phòng tránh, cũng như để hỗ trợ những người trực tiếp chịu ảnh hưởng của cơn bão Hải Yến.

VÍ DỤ 2

Bão Haiyan có thể ảnh hưởng đến TP.HCM

Ngày 5/11/2013, theo Đinh Phú - Phan Hậu, báo Thanh Niên

Ngày 5.11, UBND TP.HCM đã có công văn khẩn do Phó chủ tịch UBND TP.HCM Lê Thanh Liêm ký yêu cầu các cơ quan chức năng và các quận, huyện khẩn trương triển khai các biện pháp phòng chống ứng phó với cơn bão mới.

UBND TP.HCM cho biết, theo cơ quan khí tượng quốc tế, phía đông ngoài khơi Philippines đã hình thành một cơn bão khác tên quốc tế Haiyan với cường độ rất mạnh, có hướng di chuyển về phía biển Đông nước ta, có thể đến ngày 7.11.2013 ảnh hưởng trực tiếp đến TP.HCM.

Để chủ động phòng ngừa giảm thiểu thiệt hại, lãnh đạo thành phố yêu cầu thủ trưởng các sở, ban ngành, Chủ tịch UBND các quận, huyện... triển khai ngay các phương án sơ tán dân nhằm hạn chế đến mức thấp nhất những thiệt hại do bão gây ra trên địa bàn thành phố. Riêng đối với huyện Cần Giờ, lãnh đạo thành phố yêu cầu phải sẵn sàng phương án ứng phó khi bão đổ bộ trực tiếp vào địa bàn và tổ chức di dời dân đến nơi tạm cư an toàn.

Đặc biệt, không cho phép các tàu chở khách du lịch tham gia hoạt động trên sông, biển trong điều kiện thời tiết nguy hiểm, sóng to, gió lớn.

Trước đó, vào đầu tháng 4.2012, TP.HCM "đón" cơn bão số 1. Theo đánh giá của lãnh đạo UBND TP, thiệt hại do cơn bão số 1 gây ra không quá lớn nhưng đã lộ ra những lỗ hổng đáng lo ngại về công tác dự báo, cảnh báo cũng như việc chủ động chuẩn bị phương án đối phó với những tình huống bất thường, khẩn cấp.

* Trong khi đó, liên quan đến cơn bão có tên quốc tế là Haiyan, tại cuộc gặp gỡ và cung cấp thông tin về bão số 13 vào trưa 5.11, ông Lê Thanh Hải, Phó giám đốc Trung tâm dự báo khí tượng thủy văn T.Ư cho biết, sáng nay, áp thấp nhiệt đới (ATNĐ) hoạt động ngoài khơi Thái Bình Dương đã vượt qua vùng biển Philippines đi vào biển Đông, đang mạnh lên thành cơn bão số 13.

Ngay sau cơn bão này, các cơ quan khí tượng quốc tế đã ghi nhận bão Haiyan - Hải Âu (do Trung Quốc đề xuất - PV) đang di chuyển với tốc độ nhanh. Dự báo đến ngày 9.11, cơn bão này sẽ vào biển Đông và hình thành cơn bão số 14. ■

Lời bình: Đây là bản tin có yếu tố địa phương. Mặc dù vào thời điểm đó, cơn bão Hải Yến đang hoành hành ở Philippines, và đang là mối âu lo của cả nước Việt Nam, song bản tin nói trên đã lựa chọn đề cập đến kế hoạch phòng

tránh của một địa phương, TP.HCM. Góc độ này thu hút sự chú ý đặc biệt của độc giả TP.HCM, mà rất có thể không thu hút sự chú ý của người dân ở các địa bàn khác, vì bản tin này đề cập trực tiếp đến họ.

VÍ DỤ 3

Xe chở bia gặp nạn, hàng trăm người dân đổ ra hôi của

Ngày 4/12/2013, theo Hà Anh Chiến, báo Lao Động

Khoảng 12 giờ 20 trưa nay (4.12), tại khu vực vòng xoay Tam Hiệp (thuộc KP.1, P.Bình Đa, TP.Biên Hòa, Đồng Nai), một xe tải chở bia Tiger gặp nạn đổ ập xuống đường, hàng trăm người dân nhanh tay tới hôi của "sạch sẽ" trong sự bất lực của tài xế.

Theo thông tin ban đầu: Vào thời gian trên, trong lúc đang điều khiển xe tải 79N-1348 chở hàng ngàn két bia Tiger từ TPHCM đi TP.Phân Thiết, khi vừa ôm cua vòng xoay thì bất ngờ gặp một số phương tiện chạy ngang phía trước nên tài xế Hồ Kim Hậu (30 tuổi, quê tỉnh Bình Định) đánh tay lái sang đường Bùi Văn Hòa để tránh va chạm.

Do đang đi với tốc độ lớn nên khi bất ngờ đổi hướng, hàng ngàn két bia Tiger trên thùng xe đã đổ xuống đường. Rất may, vụ tai nạn không gây thiệt hại về người. Trong số bia bị đổ xuống đường - ngoài loại bia chai đều bị vỡ, số còn lại (hàng ngàn thùng bia lon) đều bị người dân ở xung quanh hiện trường ập tới hôi của hết.

Tài xế xe tải cho biết: Sau khi sự cố xảy ra, mặc dù một số lơ xe và tài xế cố gắng thu gom số bia bị đổ ra đường để vớt vát tài sản, nhưng hàng trăm người dân đã nhảy vào tranh giành nhau lấy hết số bia lon còn nguyên vẹn.

Không những thế, nhiều người đã lợi dụng leo lên cả thùng xe để lấy bia. Một số người dân chứng kiến cho biết, trong số những người đến hôi của có nhiều người đã đưa cả xe ba gác ra chở bia.

Được biết, chiếc xe tải trên đang chở khoảng 1.400 két bia lon và hơn 100 két bia chai, nhưng sau vụ tai nạn số bia còn lại chỉ khoảng 10%.

Ghi nhận tại hiện trường chỉ sau khi tai nạn xảy ra khoảng 30 phút, toàn bộ số lon bia rơi xuống đường đều bị lấy hết. Tại hiện trường chỉ còn lại mảnh vỏ chai bia vỡ nát nằm vương vãi khắp nơi, gây nguy hiểm cho người đi đường.

Hiện vụ việc đang được lực lượng chức năng điều tra xác minh. ■

Lời bình: Bản tin về vụ hôi bia gây sự chú ý vì nó có yếu tố kỳ lạ. Thông thường, nếu thấy người gặp nạn giữa đường, người dân sẽ xúm vào giúp chứ không tranh thủ hôi của. Việc hôi của vẫn có thể xảy ra, nhưng ít khi nào có

nhiều người tham gia công khai, vui vẻ như thấy hội như vậy, và người ta thường cũng chỉ hôi của ở những vùng xảy ra thiên tai, hàng hoá trở nên khan hiếm.

VÍ DỤ 4

Xét xử lưu động 2 bảo mẫu về tội hành hạ người khác

Ngày 15/1/2013, theo Đức Thanh- Phan Hậu, báo Tuổi Trẻ

Ngày 15-1, thượng tá Đoàn Văn Phê phó trưởng Công an quận Thủ Đức (TP.HCM) cho biết đã hoàn tất hồ sơ và chuyển toàn bộ kết luận điều tra cùng 2 bị can Lê Thị Đông Phương và Nguyễn Lê Thiên Lý sang Viện kiểm sát nhân dân cùng cấp để đề nghị truy tố về hành vi "Hành hạ người khác".

Trước đó ngày 14-1, UBND quận Thủ Đức ra thông báo sáng ngày 20-1, Tòa án nhân dân quận Thủ Đức sẽ tổ chức phiên tòa xét xử lưu động vụ án hình sự sơ thẩm đối với 2 bị cáo Phương và Lý về hành vi "Hành hạ người khác" tại Hội trường Nhà Thiếu nhi quận Thủ Đức (281, đường Võ Văn Ngân, khu phố 3, phường Linh Chiểu, quận Thủ Đức, TP.HCM).

Ngày 17-12-2013, báo Tuổi Trẻ đã khởi đăng bài, video clip "Đày đọa trẻ mầm non" xảy ra tại Cơ sở mầm non tư thục Phương Anh ở số 18, đường Hiệp Bình (P.Hiệp Bình Phước, Q.Thủ Đức). Quản lý cơ sở này là bà Lê Thị Đông Phương, nhân viên giúp việc là Nguyễn Lê Thiên Lý cùng một số cấp dưỡng khác.

Theo điều tra của nhóm PV, CTV báo Tuổi Trẻ bà Phương và Lý đã có những hành động như Bóp cổ, gi đầu xuống đất, lấy khăn bịt mũi, tát bôm bốp vào mặt... đối với các trẻ em mầm non theo học tại Cơ sở này. Ngay trong ngày, công an quận Thủ Đức tạm giữ hình sự Lý và Phương, đồng thời khởi tố vụ án để điều tra. ■

Lời bình: Bản tin về vụ xét xử hai bảo mẫu hành hạ trẻ mầm non vì nó chứa đựng trong mình rất nhiều giá trị làm nên tin tức. Nó gây ảnh hưởng lớn đối với toàn thể xã hội và gây xúc động mạnh vì liên quan đến trẻ em. Nó cũng nằm trong dòng thời sự, vì trước đó liên tục xảy ra các vụ bảo mẫu hành hạ trẻ em, chỉ ra những yếu kém của giáo dục mầm non. Nó xảy ra ở khoảng cách rất gần với độc giả, dẫn

đến việc sau đó có hàng ngàn người chen chân đến phiên xử lưu động để tận mắt chứng kiến. Nó cũng có chứa đựng yếu tố xung đột - trường mầm non cho con nhà giàu và nhóm trẻ tự phát cho công nhân, người dân lao động nghèo. Nó lại cũng có yếu tố kỳ lạ, đó là các chiêu thức hành hạ trẻ em ngoài sức tưởng tượng của hai cô giáo trẻ, một trong hai có trải qua đào tạo chuyên nghiệp hẳn hoi.

2 Cấu trúc của một bản tin: 5W + 1H

Bắt đầu từ thời kì Nội chiến Mỹ (1861 - 1865), người ta bắt đầu viết tin theo lối hình tháp ngược, đặt các thông tin quan trọng lên hàng đầu. Theo truyền thống, một bản tin cần phải có đủ 6 thành phần sau đây:

Ai? (Who?)
Cái gì? (What?)
Ở đâu? (Where)
Khi nào? (When)
Tại sao? (Why)
Như thế nào? (How)

Cụ thể hơn, phần mở đầu của các bài báo (đoạn lead, hay lede) người ta cố gắng đưa càng nhiều thông tin vào đoạn mở đầu càng tốt (ít nhất là 4W đầu tiên), và sau đó phát triển bản tin bằng chữ W thứ 5 và chữ H. Lưu ý, đối với các dòng tin vắn, nhà báo có thể lược bỏ bớt hai câu hỏi sau. Đối với các bài báo dạng phóng sự - ký sự, tuy không viết theo mô hình hình tháp ngược, nhưng vẫn cần có đủ 5W + 1H.

Ngoài ra, bản tin còn được đào sâu bởi các thông tin về bối cảnh xung quanh vụ việc và các thông tin nền về quá trình diễn tiến của vụ việc.

Trong thời buổi thông tin tràn ngập trên Internet, dù một bản tin có đầy đủ cả 5W + 1H, người đọc vẫn có thể đặt nghi vấn về tính xác thực của nó, bởi bất cứ yếu tố nào cũng có thể bị làm giả hoặc bóp méo. Do vậy, cùng một tin tức, bạn luôn cần kiểm tra trên nhiều kênh báo chí khác nhau. ■

VÍ DỤ 1

Chuyên cơ chở ngoại trưởng Mỹ hạ cánh xuống Tân Sơn Nhất

(Theo Thanh Tuấn, một bản tin đầy đủ đăng trên báo Tuổi Trẻ Online)

[13g02 trưa 14-12, chuyên cơ chở ngoại trưởng Mỹ John Forbes Kerry đã hạ cánh xuống sân bay Tân Sơn Nhất.] → **Đoạn lead** = **Khi nào** + **Việc gì** + **Ai** + **Ở đâu**

[Thân bài] [Ông John Kerry, một cựu binh trong cuộc chiến Việt Nam, lần đầu tiên trở lại đây trong cương vị ngoại trưởng Mỹ. Trước thềm chuyến đi, ông thừa nhận “rất mong trở lại” để “chìm đắm trong âm thanh và hình ảnh của Việt Nam.”]

Ông thừa nhận là đã “già hơn và tóc bạc hơn” so với lần đầu tiên đến Việt Nam khi còn trong hải quân Mỹ nhưng “hình ảnh những con trâu, những khúc sông hẹp ngoài sức tưởng tượng, cây đước, ngư dân và những con thuyền gỗ” vẫn in đậm trong ký ức ông.

“Điều gây ấn tượng nhất với tôi là Việt Nam đã thay đổi nhiều thế nào trong suốt 5 thập kỉ qua,” ngoại trưởng Kerry nói trong đoạn video dài hơn 2 phút gửi tới người dân Việt Nam trước khi tới.

Ông kể về lần đầu tiên trở lại Việt Nam năm 1991 khi đường phố “tràn ngập xe đạp và hầu như không có ô tô hay xe máy.” Ông gọi Việt Nam là “quốc gia hiện đại và đầy sinh lực” kể từ giai đoạn gỡ bỏ cấm vận và bình thường hóa. Ông nhấn mạnh tới tương lai và các “tiềm năng” mà hai nước có thể tiếp tục hợp tác trong thời gian tới.] → **Mục đích của chuyến đi?** + **Mong muốn trở lại như thế nào?**

[Ông Kerry có lịch làm việc kín ở TP.HCM trong ngày hôm nay trước khi bay xuống đồng bằng sông Cửu Long bằng trực thăng vào ngày mai để thăm lại chiến trường cũ nơi ông từng chiến đấu.] → **Phát triển tiếp bản tin: Kế hoạch trong tương lai?**

Từ khi trở thành ngoại trưởng, ông Kerry đã luôn mong trở lại Việt Nam, nơi kinh nghiệm của cuộc chiến trong các năm 1968-1969 đã thúc ông tham gia phong trào phản chiến khi trở lại Mỹ. → **Thông tin nền**

Sau chương trình ở đồng bằng sông Cửu Long, ông sẽ bay ra Hà Nội để gặp nhiều lãnh đạo của Việt Nam. Chuyến đi ba ngày ở Việt Nam là tương đối dài so với lịch trình luôn dày đặc các chuyến công tác của ông. → **Phát triển tiếp bản tin: Kế hoạch trong tương lai?**

Trước thềm chuyến đi, phát ngôn viên Bộ ngoại giao Mỹ Jen Psaki khẳng định, “Trong chiến lược tái cân bằng Châu Á - Thái Bình Dương, Đông Nam Á đóng vai trò đặc biệt quan trọng, và chuyến đi tới Việt Nam và Philippines thể hiện cam kết lâu dài của Mỹ và mối quan hệ cá nhân của ông tại khu vực».

Theo bà, tại TP.HCM ông Kerry sẽ “nhấn mạnh sự phát triển quan hệ thương mại song phương cũng như vai trò của giáo dục». → **Bối cảnh**

Dưới đồng bằng sông Cửu Long, dự kiến ông Kerry sẽ tuyên bố về cách Mỹ và Việt Nam có thể “hợp tác trong các vấn đề quan trọng như biến đổi khí hậu và năng lượng tái tạo».

Tại Hà Nội, ông Kerry sẽ gặp các nhà lãnh đạo cấp cao của Việt Nam để thúc đẩy thêm quan hệ đối tác toàn diện mà chủ tịch nước Trương Tấn Sang và tổng thống Obama công bố hồi tháng 7. Ông Kerry cũng sẽ trao đổi các vấn đề song phương và khu vực tại các cuộc gặp này. ■ → **Phát triển tiếp bản tin: Kế hoạch trong tương lai?**

VÍ DỤ 2

Tàu cánh ngầm bốc cháy, gần 100 hành khách hoảng loạn

(Theo Đức Tiến - Công Nguyên, một bản tin đầy đủ đăng trên báo Thanh Niên)

[Khoảng 13 giờ 30 phút ngày 20.1, tàu cánh ngầm của Hãng tàu Vina Express chờ gần 100 hành khách chạy từ bến Bạch Đằng (Q.1, TP.HCM) về Vũng Tàu, đến đoạn gần cầu Phú Mỹ (Q.7, TP.HCM) thì bất ngờ bốc cháy. Toàn bộ hành khách trên tàu hoảng loạn nhảy xuống sông.] → **Đoạn lead = Khi nào + Việc gì + Ai + Ở đâu**

[Em Trương Bảo Trâm (13 tuổi, ngụ Vũng Tàu) cho biết tàu rời bến phà Bạch Đằng, đi khoảng chừng 15 phút thì tàu bất ngờ bốc cháy khiến gần trăm người hoảng loạn đồng loạt nhảy xuống sông để thoát khỏi đám cháy.

Trâm kể lại: "Lúc đó em đang đứng ở ban công thì thấy khói đen bốc lên ở đuôi tàu, sau đó lửa bốc lớn, mọi người dùng bình chữa cháy xịt nhưng không được".

Cũng theo Trâm, ngọn lửa trên tàu bốc cháy và lan nhanh khiến mọi người vô cùng hoảng sợ. Một số người nhanh chóng mặc áo phao rồi nhảy xuống sông thoát nạn.

Chị Võ Hồng Thiện cho biết: "Vừa xuống tàu là đã nghe mùi dầu rồi. Nếu mà cháy ở ngoài biển thì chắc chết hết. Nhảy xuống sông bùn lầy ngang bụng. Lúc đó chỉ ráng bò càng xa càng tốt chứ sợ tàu nổ thì chết".

Em Trương Bảo Trâm cho biết thêm: "Khi thấy khói bốc lên mọi người hô hoán hét lớn "dừng tàu lại, dừng tàu lại", rồi cố gắng dập lửa nhưng không được. Sau vài phút hoảng loạn thì mọi người mặc áo phao rồi bảo nhau "nhảy xuống nước đi". Bơi được một lúc thì tới đoạn bùn lầy, hai tay thì chống xuống bùn để rút từng bước chân lên mệt lửm".

Lúc bơi vào gần bờ thì bùn lầy ngập ngang bụng đi không nổi nhưng nhiều người vẫn cố bò, lết vào vì sợ tàu nổ. Nhiều người khi được đội cứu hộ đưa về bến thì chỉ còn đôi chân trần. Hành lý trên tàu bị thiêu rụi.

Trên tàu có khoảng gần 100 hành khách, trong đó cũng có nhiều khách nước ngoài. Sau khi được cứu về bến Bạch Đằng, tất cả hành khách đều ướt sũng, cả thân mình lấm lem bùn lầy.

Hiện một số hành khách đã được đưa về khách sạn Hương Sen để nghỉ ngơi, một số hành khách khác tiếp tục mua vé tàu trở lại Vũng Tàu.

Nguyên nhân vụ cháy đang được cơ quan chức năng điều tra làm rõ.] → **Thân bài: Vì sao + Như thế nào?** ■

3 Chuẩn mực của một bản tin

Độc giả nên quan tâm đến cách thức các nhà báo thu thập thông tin. Bồn phận của nhà báo là phải đưa tin đúng sự thật. Nhà báo không được phép bao biện cho việc đưa tin sai bằng cách nói mình bị nguồn tin lừa. Họ không được phép bị lừa. Nếu quả thực bị lừa, nghĩa là họ không phải nhà báo giỏi, hoặc thiếu cẩn trọng trong việc kiểm chứng thông tin.

Sau đây là 3 yêu cầu nghề nghiệp mà các nhà báo phải tuân thủ (gọi tắt là quy trình VIA):

1. Thực hiện quá trình xác minh thông tin (V, Verification)

Thông tin sai sự thật gây tác hại lớn lao cho các cá nhân có liên quan và gây xáo trộn xã hội. Nếu không tự mình chứng kiến sự việc, khi đón nhận nguồn tin ban đầu, nhà báo chuyên nghiệp luôn tự đặt câu hỏi: «Bằng cách nào mà nguồn tin đó biết được thông tin?» Cẩn thận hơn, họ sẽ phải đặt tiếp các câu hỏi: «Nguồn tin đó là ai?», «Vì sao lại chủ động cung cấp thông tin?»

Bằng cách đó, họ đảm bảo mình luôn cung cấp thông tin chính xác cho bạn đọc. Tuy nhiên, vì sao việc thông tin sai sót, hoặc nhầm lẫn, vẫn thường xuyên diễn ra?

Ngoài lí do nhà báo, hoặc những người tự xưng là nhà báo, bịa đặt hoặc bị cuốn theo tin đồn, còn có các lí do mà chỉ có những người trong nghề mới hiểu sâu sắc. Thứ nhất, nhà báo chịu sức ép rất lớn về mặt thời gian, dẫn đến việc họ bỏ qua, hoặc thiếu cẩn trọng việc

phối kiểm thông tin từ nhiều phía. Thứ hai, nhà báo cũng như bất cứ cá nhân nào khác, có sẵn định kiến hoặc thiên kiến của mình, khiến cho việc tiếp nhận và đánh giá thông tin không khách quan, làm méo mó sự thật. Lí do thứ hai nguy hiểm hơn vì nó xảy ra ngoài tầm kiểm soát của nhà báo.

Chính vì vậy, độc giả thông minh cần phải giám sát quá trình kiểm chứng thông tin của các nhà báo. Chúng ta không thể hờ một chút là đòi nhà báo phải giải thích cặn kẽ vì sao lại có thông tin thế này, thế kia; song chúng ta hoàn toàn có thể theo dõi một thông tin được phát tán trên nhiều kênh truyền thông khác nhau, từ đó đối chiếu.

2. Độc lập trong quá trình làm tin tức, không tư lợi, không chịu sức ép (I, Independence).

Điều này có vẻ vô cùng khó khăn, vì không nhà báo là không đứng trước sức ép từ dư luận, từ các cá nhân, tổ chức có liên quan đến vấn đề, sự kiện họ theo đuổi. Nhưng những người làm báo chuyên nghiệp được truyền thụ cho những quy định giúp họ tránh khỏi các mâu thuẫn về mặt lợi ích.

Những cách thức đó như sau: không nhận quà cáp, biếu xén, hoặc các món lợi lộc lớn nhỏ từ các nguồn tin có liên quan; không đứng chân trong các tổ chức chính trị hoặc xã hội khi thực hiện bài viết về tổ chức đó; không liên can đến các hoạt động chính trị khi thực hiện bài viết về hoạt động đó; không thân mật quá mức với các nguồn tin ngoài công việc; không viết về bạn bè thân thiết hoặc các thành viên trong gia đình để tránh mâu thuẫn về mặt tình cảm; tránh các mâu thuẫn về mặt tài chính khi viết bài kinh tế - tài chính; hợp tác trong khuôn khổ pháp luật nhưng không thoả hiệp với nhà cầm quyền.

Làm sao độc giả bình thường biết được nhà báo có tuân thủ các quy định nghề nghiệp nêu trên? Đúng vậy, chúng ta không có cách nào biết được những nội tình phía sau mặt báo như thế. Nhưng các nhà báo đồng nghiệp là người biết rõ nhất, và họ giám sát lẫn nhau. Tiếng tăm và đạo đức của một nhà báo không do họ tự phong, mà do người trong giới công nhận.

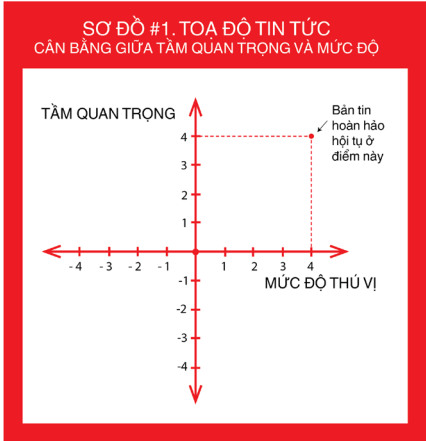
3. Chịu trách nhiệm giải trình về tính xác thực của nó (A, Accountability).

Trong thời đại Internet, có rất nhiều trang web cung cấp thông tin nhưng lại che giấu thông tin về những người điều hành, cũng như không cung cấp thông tin liên lạc. Chúng ta không biết được động cơ, cũng như mục đích phát tán thông tin của những người này.

Trong khi đó, các cơ quan báo chí cũng như cá nhân các nhà báo luôn minh bạch về bản thân, động cơ, mục đích đăng tải thông tin, cũng như sẵn sàng đứng ra chịu trách nhiệm về tính xác thực của thông tin. Họ luôn cung cấp các kênh liên lạc, trao đổi với độc giả. Thậm chí, họ còn có hẳn một Ban Bạn đọc chuyên tiếp nhận, xử lý thư từ, phản hồi của độc giả. ■

Ghi nhớ

1. Có sự khác biệt mông manh giữa việc theo đuổi các giá trị làm nên tin tức và dựng chuyện. Một bên là báo chí, còn một bên là sản phẩm của trí tưởng tượng.
2. Tầm quan trọng của thông tin và mức độ ưa thích của độc giả là hai trục chỉ phối quyết định đăng tải tin tức của nhà báo và tập thể toà soạn báo.
3. Một bản tin hay bài báo tốt cần có đủ 5W + 2H (ai, cái gì, ở đâu, khi nào, tại sao, như thế nào, và làm sao mà nhà báo/ nguồn tin của nhà báo biết được các thông tin này?)
4. Một bản tin hay bài báo tốt cần phải được xác minh kĩ lưỡng, hoàn toàn độc lập trong thu thập và công bố thông tin, đồng thời phải có người đứng ra chịu trách nhiệm giải trình về quá trình làm tin (VIA) ■



* Bài tập

Hãy thử phân tích một mẫu tin đăng trên tờ báo địa phương của bạn và cho biết bản tin đó có đáng tin cậy hay không.

1. Sinh viên cần chọn đúng tin, không phải bài viết hay ý kiến.
2. Phân tích cấu trúc của bản tin đó dựa trên các công thức 5W+1H, 1A, 1M VA/IN, hoặc trả lời 7 câu hỏi trong mục cuối cùng.
3. Kết luận về mức độ đáng tin của mẫu tin.

* Đáp án

* Gợi ý: 7 câu hỏi cần đặt ra

Khi đọc một bài viết nào đó trên các phương tiện truyền thông đại chúng, chúng tôi đề nghị bạn suy nghĩ về các vấn đề sau đây:

1. Thử tóm tắt các ý chính trong bài và kiểm tra xem tit và lời dẫn có phù hợp với các nội dung chính đó hay không?
2. Người viết bài đó có cố tận tay tận mắt tiếp cận với vụ việc không? Nếu như nghe người khác tường thuật lại, thì lời đó đã qua tai bao nhiêu người?
3. Đánh giá mức độ đáng tin cậy của các nguồn tin sử dụng công thức I'M VA/IN:
 Nguồn tin độc lập > Nguồn tin có lợi ích riêng tư
 Nguồn tin đa chiều > Nguồn tin một chiều
 Nguồn tin «tôi biết rõ» > Nguồn tin «tôi tin rằng»
 Nguồn tin có thẩm quyền/có hiểu biết > nguồn tin không được thông tin đầy đủ
 Nguồn tin có tên tuổi đáng hoàng > Nguồn tin vô danh
4. Bài viết có chỗ nào không rõ ràng, úp úp mở mở?
5. Người viết bài có đặt câu chuyện vào đúng bối cảnh của nó không, hay phiến diện?
6. Các câu hỏi chính có được trả lời đầy đủ hay không?
7. Bài viết có công bằng, sòng phẳng với các bên có liên quan không?

Nếu trả lời «**Không**» cho các câu hỏi nói trên, bạn có quyền nghi ngờ bài viết đó đã không tuân thủ đúng các nguyên tắc trong tác nghiệp báo chí, nghi ngờ tính chân thực của thông tin được cung cấp trong bài, và tất nhiên ... không đại gí chia sẻ bài viết đó cho những người khác cứ như thể đó là một tin tức hay ho. ■

Nguồn tin và bối cảnh 3

— Duy Phúc

Trong chương này, bạn sẽ học cách:

1. Nhận diện nguồn tin: công thức I'M VAIN
2. Phân tích bối cảnh

Trong hoạt động báo chí, nhà báo chỉ giữ một vai trò trung gian và khách quan. Nhà báo không tạo ra sự kiện mà chỉ tường thuật sự kiện. Nhưng không phải sự việc nào cũng được nhà báo trực tiếp chứng kiến: tai nạn xảy ra rồi mới đến, cầu sập rồi mới hay. Vì vậy, phóng viên phải hỏi những người có quyền lợi, trách nhiệm liên quan hoặc “thấy tận mắt” – nhân chứng của vụ việc. Nói cách khác, thông tin mà phóng viên đăng tải là do một nguồn nào đó cung cấp. Tính xác thực của bản tin do đó sẽ phụ thuộc rất nhiều vào độ tin cậy của nguồn tin mà phóng viên khai thác và dẫn lại trong bài.

Về nguyên tắc, công chúng phải biết được nguồn gốc từng thông tin mà phóng viên sử dụng trong bài viết. Tất nhiên, những kiến thức mà ai cũng biết hoặc những chi tiết mà có thể nhận ra ngay là do sự quan sát trực tiếp của phóng viên tại hiện trường thì không cần phải nêu nguồn. Tuy nhiên, nguồn tin của những thông tin gây tranh cãi, có yếu tố xung đột thì phải được công bố. Thực tế, bản chất thông tin báo chí hầu hết thuộc dạng này. Và công chúng được quyền biết thông tin được xuất phát từ đâu, ai nói và như thế có đáng tin cậy hay không.

Nhận diện nguồn tin

Nguồn tin là nơi xuất phát sự kiện dưới nhiều hình thức khác nhau, nơi cung cấp thông tin cho nhà báo và cũng là nơi mà người làm báo phải kiểm thông tin khi cần thiết.

Nhà báo có thể thu thập thông tin từ nhiều nguồn: nguồn tin từ các cơ quan chức năng, nguồn tin nhân vật, nguồn tin văn bản, nguồn tin từ các phương tiện truyền thông khác, nguồn tin từ việc tham dự và quan sát thực tế của phóng viên.

Xét từ phương diện nghề nghiệp, có thể phân chia làm 2 dạng: nguồn tin trực tiếp, nghĩa là phóng viên trực tiếp chứng kiến, và nguồn tin gián tiếp (các nguồn tin đã qua tai nhiều người trước khi đến với phóng viên). Xem thêm sơ đồ minh họa.



Xét ở mức độ tác động và điều kiện cung cấp thông tin, có thể chia các nguồn tin nêu trên thành 2 dạng: nguồn tin chính thức và nguồn tin không chính thức. Ví dụ, nguồn tin chính thức của chính phủ là phát ngôn viên của chính phủ, website của chính phủ, còn nguồn tin không chính thức của chính phủ là nguồn tin được quan chức trong chính phủ tiết lộ ra bên ngoài thông qua mối quan hệ cá nhân với nhà báo.

Nếu nhận diện nhóm nguồn tin từ người (người có thẩm quyền phát biểu về sự kiện) có thể chia thành nhiều nhóm khác nhau: người có trách nhiệm (có vị trí, có danh xưng gắn với tổ chức), có chuyên môn (có học hàm, học vị, uy tín trong các ngành chuyên sâu và không nhất thiết phải thuộc một tổ chức nào) và nguồn tin thông thường (những người bình thường có liên quan trực tiếp: quyền lợi trực tiếp hoặc chứng kiến trực tiếp).

Về lý thuyết, nguồn tin từ các cơ quan chức năng, nguồn tin nhân vật, nguồn tin văn bản, nguồn tin từ các phương tiện truyền thông khác, nguồn tin từ việc tham dự và quan sát thực tế của phóng viên đều đáng tin cậy và có độ chính xác cao. Nhưng trên thực tế, tùy cách xử lý và tác nghiệp của phóng viên cũng như tùy mức độ và loại nguồn tin nào được sử dụng mà thông tin sẽ được đánh giá đáng hay không đáng tin cậy. ■

Nguồn tin ẩn danh

Trên báo chí đôi lúc xuất hiện một số bài báo sử dụng các nguồn tin ẩn danh, đặc biệt là các bài viết về những vấn đề nhạy cảm, thông tin mật hoặc các tin tức liên quan đến quốc phòng, an ninh. Tất nhiên, với những vấn đề này, rất nhiều nguồn tin sẽ chỉ đồng ý cung cấp thông tin cho nhà báo với điều kiện tên tuổi hay hình ảnh của họ không “lộ diện” trước công chúng vì việc đó có thể ảnh hưởng nghiêm trọng đến cuộc sống, công việc và thậm chí là tính mạng của họ. Trong hoạt động báo chí, việc sử dụng những nguồn tin ẩn danh như thế này phần nào đó chính là một biểu hiện cho tính tự do thông tin và đảm bảo cho quyền được biết của công chúng. Tuy nhiên, xét riêng ở khía cạnh của người đọc và công chúng tiếp nhận, thật là khó để thuyết phục rằng những nguồn tin như ông A, cô B hay anh C kia là có tồn tại thực sự hay không (chỉ có nhà báo và may ra... ông Trời mới biết điều đó). Ta cứ làm một bài tập nhỏ: Hãy chăm xem thử mình có thể tin cậy bao nhiêu khi đọc một bài báo mà thông tin được trích từ một nguồn đã được giấu tên. “Thiệt vậy sao?”, “Chắc không?” “Liệu có đúng là phóng viên đã gặp những người này và biết được thông tin đó, hay là phóng viên... tự đưa ra?”... sẽ là những câu hỏi hiện rõ mồn một trong tâm trí.

Nguồn tin trong tin vắn

Với những bài viết dung lượng lớn, việc trích dẫn nguồn tin có vẻ không ảnh hưởng lắm đến quá trình viết của nhà báo. Nhưng với các thể loại tin vắn, tin ngắn vốn dung lượng chữ rất ít và phải cập nhật liên tục thì sao? Công chúng báo chí ắt không lạ với trường hợp này: các thể loại tin tức (và nhất là tin vắn) thường hiếm khi xác định rõ nguồn tin. Nghĩa là, một tờ báo có thể đăng tải những chi tiết rất quan trọng mà chẳng hề cho độc giả biết những thông tin này được phóng viên lấy ở đâu ra để họ có thể tin tưởng vào độ xác thực của chúng. Xử lý phổ biến của các cơ quan báo chí sẽ ghi rõ nguồn là thông tin lấy từ hãng thông tấn AP, AFP, CNN, BBC hay Reuters, New York Times... Nhưng phóng viên của những hãng thông tấn

này lấy tin từ đâu ra? Khó có thể chỉ li cụ thể đến mức ấy. Và công chúng chỉ có thể quyết định thông tin đó đáng tin cậy hay không hoàn toàn căn cứ vào uy tín của những hãng tin quốc tế này. Tất nhiên, không phải lúc nào sự chính xác cũng đi cùng uy tín. Hãy nhớ lại một chuyện xấu hổ khi nhiều tờ báo Việt Nam đã hồ hởi đăng tin “ăn theo” một tin ngắn của hãng thông tấn UPI về việc siêu sao quần vợt Sharapova đến Việt Nam (hoàn toàn là tin vịt) năm 2008. ■

Cân nhắc nguồn tin

Bạn đọc nghĩ gì khi đọc những bài báo có thông tin ghi rõ trích nguồn từ tên tổ chức, tên cơ quan? Như ta vẫn nói: khi nói tập thể nghĩa là không nói ai cả. Bạn đọc phải mạnh dạn đặt câu hỏi: Ai đã nói thông tin này cho phóng viên? Ông giám đốc hay anh bảo vệ đều có thể mang tên tổ chức hoặc cơ quan nhưng thông tin của mỗi người sẽ hoàn toàn khác xa nhau về độ tin cậy. Bạn đọc chỉ nên tin hơn khi bài báo trích dẫn rõ thông tin này đến từ văn bản cụ thể nào đó hoặc từ một nhân vật cụ thể có thẩm quyền. Nhưng như vậy đã đủ chưa?

Nhiều cơ quan nhà nước hoặc tổ chức “giàu có” thường xuyên tổ chức họp báo. Ở đó, các vị lãnh đạo luôn tạo cho phóng viên có cảm giác “tin cậy” rằng thông tin đó được đảm bảo vì chức vụ của họ đang nắm hơn là tính xác thực của thông tin. Hoàn toàn để hiểu cảm giác đó. Không chỉ riêng nhà báo, bạn đọc và công chúng (nhất là ở Việt Nam)

có tâm lý tin vào những người có quyền, có địa vị. Địa vị càng cao, chức vụ càng lớn, tên tuổi càng phổ biến thì độ tin cậy (trong tâm lý công chúng) cũng càng cao. Sách dạy nghiệp vụ đã nhắc nhở người làm báo điều này. Và bạn đọc cũng phải cảnh giác, nếu không, cũng như nhà báo sẽ “thụ hưởng” một mớ tin tức với nhiều chi tiết được thổi phồng, đánh bóng mang tính tuyên truyền, PR hơn là một thông tin hữu ích thực sự.

Nguồn tin phải thực sự có chuyên môn và có thẩm quyền phát ngôn. Bạn đọc cần tỉnh ý nhận ra điều này vì trong thực tế hoạt động báo chí, có không ít nhà báo trích dẫn nguồn tin là người thân, bè bạn. Trong các sách dạy tác nghiệp báo chí, đúng là có lời khuyên nhà báo nên tận dụng nguồn tin dạng này và thậm chí, có thể khai thác triệt để các mối quan hệ đó vì nhiều nhiều khi, nhờ đó có thể tiếp cận được những nguồn tin tưởng mà hiếm khi phóng viên có được. Nhưng công chúng có quyền hoài nghi về tính công bằng, công tâm của phóng viên khi trích lời người thân và bạn bè. Và cũng đặt trường hợp, nhà báo vì lười biếng hoặc vì “sùng bái lãnh tụ”, chỉ sử dụng thông tin từ những nhân vật quen thuộc của riêng mình thì sao? Trên báo chí, thỉnh thoảng công chúng sẽ gặp các trường hợp một luật sư nhận xét về tình hình kinh tế vĩ mô và một nhà kinh tế học đánh giá về một vấn đề nghệ thuật. Hãy xem những bài viết về chuyện GS. Ngô Bảo Châu được một số quan chức chính phủ lẫn báo chí hỏi ý kiến góp ý cho cải cách hành chính thì cũng rõ. Phải thấy rằng: không phải nguồn tin cao cấp nhất luôn là nguồn tin tốt nhất. Vì vậy bạn đọc cần trang bị một năng lực tự đánh giá cho riêng mình. ■

Đánh giá độ tin cậy của các nguồn tin qua công thức:

I'M VAIN (Independent sources, Multiple sources, Verified sources, Authoritative/ Informed sources, Named sources)

- Nguồn tin độc lập tốt hơn nguồn tin có dính líu về lợi ích
 - Nhiều nguồn tin tốt hơn một nguồn tin
 - tin xác minh được sự thật tốt hơn nguồn tin chỉ quả quyết
 - Nguồn tin là nhà chức trách, nhà chuyên môn tốt hơn nguồn tin không thạo
 - Nguồn tin có tên tuổi tốt hơn ẩn danh
- (Trích dịch từ bài giảng chuyên đề về *News Literacy* - ĐH Stony Brook). ■

Bối cảnh

Sẽ không có bất cứ ngôn ngữ nào, kể cả ngôn ngữ hình ảnh có thể được hiểu nếu không có bối cảnh sinh ra nó. Chẳng phải công chúng có rất nhiều cách hiểu, thậm chí là các học giả cũng không dễ gì đồng nhất về ý nghĩa đích thực của các hình vẽ thời tiền sử hay một văn bản cổ xưa hay sao? Và các nhà sử học luôn lúng túng khi tìm một câu giải đáp chính xác cho thông điệp đến từ quá khứ chỉ vì không nắm được bối cảnh phát sinh ra thông điệp ấy. Tương tự như thế, khi tiếp cận các phương tiện truyền thông đại chúng, công chúng cũng cần phải xem thông tin, câu trích dẫn mà nhà báo sử dụng có được đặt vào đúng bối cảnh hay không?

Đừng vội tin ngay những gì bạn nghe, hay thậm chí, những gì bạn tận mắt chứng kiến mà chưa đặt ra vài câu hỏi kiểm chứng. Sự việc có thực sự nghiêm trọng đến thế hay không? Thông tin này có đáng chú ý đến như vậy? Một phát ngôn của quan chức có thể không có ý đó, nhưng nếu bị tách rời ra khỏi bối cảnh thì có thể gây hiểu lầm. Và đôi khi, nhà báo làm việc đó với một chủ đích rõ rệt theo thành kiến cá nhân. Giới làm báo Việt Nam hẳn chưa quên câu nói “tôi rất là nhục nhã khi cầm tấm hộ chiếu Việt Nam” của một chức sắc tôn giáo bị một số cơ quan báo chí tách ra khỏi nội dung toàn cảnh bài phát biểu và bình luận sai lạc đã gây ra phản ứng tiêu cực như thế nào vào năm 2008. Bạn đọc cần có cách kiểm tra lại các dữ liệu đối chiếu có liên quan, hãy luôn tỉnh táo trước các nhận định kiểu “lần đầu tiên”, “nhất”, “choáng”, “sốc”...

Một tờ báo chuyên nghiệp luôn ý thức về tính trọn vẹn và bối cảnh sẽ yêu cầu phóng viên luôn “nghĩ lui, nghĩ tới và nghĩ xa hơn đề tài”. Bạn đọc cũng có thể tự trang bị cho mình ý

thức đó. Thông tin báo chí có sự phân biệt giữa mới và lạ. Cái lạ có thể xảy ra ngẫu nhiên, lâu lâu mới có. Nhưng cái mới là sự tiến triển từ cái cũ. Việc “nghĩ lui” có nghĩa là nhận thức được rằng bất cứ thứ gì chúng ta chứng kiến hôm nay đều có nguồn gốc trong quá khứ chứ không phải là thứ từ trên trời rớt xuống. Bài báo nên đề cập những gì đã xảy ra trước sự việc gần đây nhất. Và “nghĩ tới” cho biết bước tiếp theo của tiến trình vận động ấy là gì. “Nghĩ xa” sẽ cho phép đưa vấn đề ra khỏi phạm vi địa phương. Các tài liệu nghiệp vụ báo chí gọi đó là những thông tin toàn cảnh (tình hình chung hiện tại có liên quan đến diễn biến sự kiện mới được đăng tải) và thông tin bối cảnh (những gì xảy ra trong quá khứ có liên quan đến sự kiện mới được đăng tải). Với tất cả những thông tin đó, bạn đọc không chỉ hiểu về diễn biến sự kiện mới bài báo đang tường thuật mà còn có thể xóa bỏ sự hoài nghi và tin cậy hơn vào thông tin chính được đăng tải.



Công bằng cân bằng và thành kiến

4

■ Thảo Nhân

Trong chương này, bạn sẽ tìm hiểu :

1. Sự cân bằng và công bằng trong đưa tin
2. Thành kiến của giới truyền thông và thành kiến của công chúng

Cân bằng và công bằng

Cân bằng là gì? Công bằng là gì? Hai khái niệm này khác nhau như thế nào? Làm sao chúng ta biết liệu một tin tức nào đó có cân bằng và công bằng hay không?

Cân bằng là sự ngang bằng trong lúc tường thuật lại lời nói từ hai phía có liên quan trong một sự việc.

Một bài báo được cho là cân bằng khi:

- Nhà báo đã nỗ lực để tiếp cận nguồn tin của hai phía và đăng tải ý kiến của họ.
- Những cá nhân và tổ chức có liên quan được tạo cơ hội ngang nhau để trình bày quan điểm của mình và phản bác các cáo buộc về mình. Chẳng hạn, nếu bài báo viết về một vụ kiện tụng, sự cân bằng được thể hiện qua việc cả bên nguyên lẫn bên bị đều được lên tiếng với dung lượng bằng nhau.

Công bằng được thể hiện qua sự công tâm và trung thực, không bị ảnh hưởng bởi lợi ích riêng, thành kiến hay thiên vị. Công bằng còn có nghĩa là tôn trọng bằng chứng. Tiếp tục ví dụ về một vụ kiện, bài báo tường thuật về vụ kiện này đạt được tính công bằng khi nhà báo không bị ảnh hưởng bởi bên nào, không che giấu hoặc nhấn mạnh một bằng chứng nào đó nhằm bảo vệ hoặc chống lại bên nào.

So với công bằng, cân bằng được xác định dễ dàng hơn. Bởi, nhìn từ góc độ kỹ thuật, cân bằng là một đẳng thức của tổng số các thành phần tham gia, và có thể được đo lường bằng

các phương pháp định lượng. Ví dụ, chúng ta dễ dàng biết một bài báo có cân bằng hay không bằng cách xem xét liệu những bên liên can đã được nhà báo tiếp cận, và liệu số lượng ý kiến được trích dẫn của họ tương đương nhau.

Tuy công bằng khó xác định hơn, chúng ta có thể nhận diện công bằng bằng ba dấu hiệu nhận biết sau:

- “Chơi đẹp”
- Ngôn ngữ công bằng
- Thể hiện công bằng

“Chơi đẹp” được thể hiện qua việc nhà báo nỗ lực để đưa tin từ những phía có liên quan; và các cá nhân, tổ chức được tạo cơ hội để phản bác lại các cáo buộc về mình. Nói cách khác, “chơi đẹp” tức là cân bằng.

Bài báo có ngôn ngữ công bằng là bài báo không dùng những từ ngữ nặng nề. Dù đã “chơi đẹp” – tức đã ghi nhận ý kiến của những bên có liên quan và cho họ cơ hội để phản bác lại các cáo buộc về mình, một bài báo vẫn có thể không công bằng nếu sử dụng những từ ngữ để “bôi đen” hoặc “tô hồng” một bên nào đó.

Ví dụ, trong một bài ký sự pháp đình viết về một vụ án mạng, nhà báo có thể đã cân bằng và “chơi đẹp” khi ghi nhận góc nhìn của cả hai gia đình: bị cáo và bị hại. Nhưng trong khi trích dẫn ý kiến, nếu nhà báo vẫn giữ nguyên giọng điệu cảm phẫn và phán xét của gia đình bị hại - gọi bị cáo là “thằng tù độc ác”, “kẻ thù ác”, “tên côn đồ”...., ngôn ngữ của bài viết trở nên nặng nề, và nội dung toàn bài thiếu sự công bằng. Tương tự ngôn ngữ công bằng, thể hiện công bằng được thể hiện qua việc nhà báo sử dụng các yếu tố thị giác (ảnh, video, biểu đồ) một cách chọn lọc. Nhà báo chỉ đăng những bức ảnh và các thông tin thị giác phù hợp với nội dung bản tin, không dùng những bức ảnh nặng nề có thể làm tổn hại uy tín của các bên liên can. ■

Thành kiến

Thành kiến là gì? Làm sao chúng ta biết liệu một cơ quan báo chí nào đó có thành kiến hay không? Sự khác biệt giữa thành kiến của cơ quan báo chí và thành kiến của công chúng là gì?

Thành kiến là một khuynh hướng làm biến dạng khả năng xem xét bằng chứng của bạn, và ngăn bạn đưa ra một đánh giá công bằng hoặc chính xác. Thành kiến là một khuôn mẫu của sự không công bằng. Trong bối cảnh của Kỹ năng đọc báo, cả người đưa tin (cơ quan báo chí) và người nhận tin (công chúng) đều có thành kiến.

Chúng ta có thể phát hiện thành kiến của một cơ quan báo chí bằng ba cách sau:

- Tìm dấu hiệu không công bằng trong các tin bài của cơ quan báo chí đó: không “chơi đẹp”, ngôn ngữ nặng nề, thể hiện nặng nề
- So sánh tin tức của nhiều cơ quan báo chí khác nhau. Đặc biệt, nhìn vào những thông tin mà cơ quan báo chí đó không đăng tải. (Nói cách khác, cách thức một tờ báo lựa chọn vấn đề và sự kiện để đăng tải là bằng chứng cho thành kiến của tờ báo đó)
- Chú ý lợi ích riêng của những nhà báo và tờ báo bị cho là có thành kiến

Thành kiến của công chúng là một trong những khái niệm quan trọng của Kỹ năng đọc báo. Tư duy phản biện nhắc nhở công chúng phải luôn luôn đánh giá và kiểm chứng thông tin. Tuy nhiên, sự đánh giá tin tức của công chúng có thể trở nên không công bằng khi họ bị ảnh hưởng bởi thành kiến của chính mình.

Những người khác nhau nhìn thấy những thành kiến khác nhau trong từ ngữ và việc chọn lựa tin tức của các cơ quan báo chí. Nhiều nghiên cứu đã chứng minh, nếu không cẩn thận với thành kiến của chính mình, công chúng truyền thông có thể bỏ qua những thông tin đáng tin cậy, thậm chí là không thể tiếp nhận chúng. Điều này có thể làm họ quyết định sai, hành động thiếu chín chắn, và đánh giá không khôn ngoan.

Sự bất hòa trong nhận thức (Cognitive dissonance) là một trong những khái niệm được dùng để miêu tả thành kiến ngay bên trong mỗi người. Lý thuyết về Sự bất hòa trong nhận thức cho rằng: Để loại bỏ cảm giác khó chịu khi cùng một lúc có hai ý nghĩ trái ngược nhau, con người hoặc sẽ thay đổi những niềm tin và cách cư xử vốn có của mình, hoặc sẽ bóp méo (thậm chí là quên bẵng) thông tin mới nếu nó không phù hợp với quan điểm của họ. Nói cách khác, con người sẽ làm mọi cách để thoát khỏi cảm giác bất hòa trong nhận thức.

Thành kiến của cá nhân sẽ ngăn cản công chúng nhìn thấy và chấp nhận những sự thật mà báo chí đăng tải. Vì vậy, để trở thành độc giả thông minh, chúng ta hãy mở lòng đón nhận những thông tin đi ngược lại những niềm tin và quan điểm sẵn có của mình. ■

Ví dụ 1

Cân bằng Điều gì còn thiếu trong truyện “Ba chú heo con”?

Chuyện cổ tích “Ba chú heo con” được sử dụng trong chương trình giảng dạy Tiểu học vì ý nghĩa giáo dục của nó. Hiện có nhiều phiên bản khác nhau về câu chuyện này. Nhưng phiên bản nào cũng xoay quanh bốn nhân vật: Ba chú heo con và Chó Sói.

Trong câu chuyện gốc, Chó Sói được miêu tả là một con thú hung ác, đã làm hại ba chú heo con hiền lành vô tội. Dựa trên câu chuyện gốc, những phiên bản khác nhau đã ra đời. Một số phiên bản vẫn giữ Chó Sói trong vai phản diện, và ba chú heo con trong vai chính diện. Nhưng trong những phiên bản khác, ba chú heo con trở thành những gã lưu manh xấu xược, và Chó Sói chính là nạn nhân của họ.

Hãy xem bản gốc và những phiên bản của “Ba chú heo con” là những tin tức, và áp dụng kiến thức về cân bằng vào những câu chuyện này, bạn có kết luận gì? Theo bạn, mỗi câu chuyện còn thiếu điều gì?

(Xin được trả lời) Những tin tức đó thiếu sự cân bằng. Mỗi câu chuyện đều thiên diện do thiếu góc nhìn của một bên có liên quan. Cụ thể, những câu chuyện - mà trong đó ba chú heo con đóng vai nạn nhân - được kể từ góc nhìn của ba chú heo, không có tiếng nói của Chó Sói. Ngược lại, trong những câu chuyện mà Chó Sói là nạn nhân, ba chú heo không có cơ hội để giải bày và phân bác các cáo buộc về mình. Những người kể chuyện đã thiếu cân bằng khi không tiếp cận đủ hai phía có liên quan. ■

Ví dụ 2

Công bằng Các nhà báo có công bằng khi phản ánh việc các nhà mạng tăng cước 3G?

Ngày 15.10.2013, cả hai báo Tuổi Trẻ và Thanh Niên đều có bài viết về việc ba nhà mạng (MobileFone, Vinaphone, và Viettel) đồng loạt tăng giá cước dịch vụ 3G. Hai bài báo cùng phản ánh một sự kiện, có dung lượng tương đương nhau, nhưng thể hiện mức độ công bằng khác nhau.

Tại thời điểm hai bài báo được đăng, các cơ quan chức năng đang điều tra xem liệu ba đại gia về viễn thông có đang “bắt tay” nhau để nâng giá đồng loạt, và vi phạm Luật Cạnh tranh hay không. Tuy nhiên, chưa có kết luận chính thức nào được đưa ra.

Bài viết của Tuổi Trẻ có tiêu đề **“Tăng cước 3G: bắt thường”**. Tiêu đề của bài viết trên Thanh Niên là **“Tăng giá cước 3G: Bắt tay ép người tiêu dùng”**. Dùng kiến thức về công bằng, ta thấy tiêu đề của báo Thanh Niên chưa công bằng. Công bằng thể hiện qua sự công tâm, trung thực, và tôn trọng bằng chứng. Trong lúc vụ việc còn đang được điều tra, nhà báo chưa có bằng chứng thuyết phục và chưa thể đưa ra bất kỳ kết luận nào. Tiêu đề của báo Thanh Niên là một phán quyết thiếu căn cứ, có thể ảnh hưởng xấu tới hình ảnh của ba nhà mạng (nếu kết quả điều tra cho thấy họ không vi phạm Luật Cạnh tranh).

Kiến thức về dấu hiệu nhận biết công bằng còn cho chúng ta thấy bài viết của Thanh Niên có ngôn ngữ không công bằng. Cụ thể, bài viết dùng những từ ngữ sau để miêu tả hành vi của các doanh nghiệp: “ép người tiêu dùng”, “móc túi người tiêu dùng”. Đây là những từ ngữ nặng nề có thể “bôi đen” hình ảnh doanh nghiệp.

Bài viết của Thanh Niên cũng chưa đảm bảo yếu tố “chơi đẹp” vì chưa tiếp cận đủ các bên có liên quan. Bốn nhóm đối tượng chính có liên quan trong sự kiện này là ba nhà mạng, người tiêu dùng, các cơ quan chức năng, các chuyên gia về Viễn thông - Kinh tế - Luật. Trong khi Tuổi Trẻ đăng tải đủ ý kiến của đại diện đến từ bốn nhóm, Thanh Niên bỏ quên nhóm người tiêu dùng. Tiếng nói của người tiêu dùng khá quan trọng trong vụ việc này. Tiêu đề bài báo của Thanh Niên khẳng định doanh nghiệp “bắt tay ép người tiêu dùng” nhưng nội dung bài báo lại không dành “đất” cho người tiêu dùng (?). ■

VÍ DỤ 3

Thành kiến của công chúng Báo Tuổi Trẻ có thành kiến khi đưa tin về vụ kiện của nhà báo Hoàng Khương?

Một trong ba cách để phát hiện thành kiến của báo chí là chú ý lợi ích riêng của những nhà báo và tờ báo bị cho là có thành kiến. Lợi ích riêng của Tuổi Trẻ trong vụ kiện này là gì? Lợi ích riêng đó có ảnh hưởng đến nội dung những tin bài viết về vụ kiện của họ?

Nhà báo Hoàng Khương là phóng viên lâu năm của Tuổi Trẻ. Việc nhà báo này bị bắt và bị đem ra xét xử vì tội hối lộ CSGT hiển nhiên ảnh hưởng đến uy tín của tờ báo. Theo người viết, xuyên suốt vụ án, lợi ích riêng mà Tuổi Trẻ muốn đạt được chính là việc bảo vệ được “người nhà” – PV Hoàng Khương, và uy tín của mình. Lợi ích riêng này có là động cơ làm tờ báo, trong khi đưa tin về vụ án, cố tình giấu đi những tình tiết quan trọng, nhằm che đậy sự thật và bảo vệ PV của mình?

Một cách khác để phát hiện thành kiến là so sánh tin tức của nhiều cơ quan báo chí khác nhau. Đặc biệt, nhìn vào những thông tin mà cơ quan báo chí đó không đăng tải. So sánh những tin bài đăng trên Tuổi Trẻ và Thanh Niên về vụ án nhà báo Hoàng Khương, người viết nhận thấy Tuổi Trẻ đã cân bằng hơn khi có đa dạng nguồn tin hơn, và tiếp cận nhiều bên có liên quan hơn. Những bài viết của Tuổi Trẻ cung cấp chứng cứ và ý kiến của nhiều phía: nhà báo Hoàng Khương, báo Tuổi Trẻ, Hội Nhà báo, Công an, Tòa án, Viện Kiểm sát, luật sư, vv. Trong khi đó, nguồn tin của báo Thanh Niên chủ yếu là Tòa án và Viện Kiểm sát.

Tuy nhiên, xét từ góc độ của việc tường thuật vụ án và diễn biến xét xử, báo Thanh Niên tường thuật chi tiết hơn. Cụ thể, Thanh Niên cung cấp nhiều thông tin về hoạt động tác nghiệp của nhà báo Hoàng Khương, bối cảnh của hành vi “đưa hối lộ”, và chú trọng tình tiết “em vợ Khương”. Những tình tiết này làm người đọc thấy việc Hoàng Khương bị bắt và kết tội là thích đáng. Trong khi đó, báo Tuổi Trẻ bỏ qua những tình tiết này, và chú trọng thông tin về thành tích viết bài chống tiêu cực của Khương, những yếu tố khách quan làm Khương sai sót trong tác nghiệp, và gia cảnh của Nhà báo. Những thông tin này làm người đọc thấy Khương bị oan, và cần được giảm nhẹ tội.

Điều gì tạo nên sự khác biệt trong nội dung tin bài về vụ án Hoàng Khương của Tuổi Trẻ và Thanh Niên? Phải chăng mỗi báo đều để thành kiến riêng của mình ảnh hưởng đến nội dung tin bài?

Mỗi cá nhân và tổ chức đều có thành kiến. Bản thân người viết chương này cũng có thành kiến. Người viết chỉ nêu các câu hỏi nhằm gợi mở vấn đề, chứ không đánh giá và kết luận gì về sự công bằng và thành kiến của hai tờ báo xoay quanh vụ kiện nhà báo Hoàng Khương. Mỗi độc giả, với sự công bằng và cả thành kiến của mình, sẽ có kết luận cho chính họ. ■

VÍ DỤ 4

Thành kiến của công chúng Độc giả có thành kiến khi tiếp nhận tin tức đăng trên Tuổi Trẻ về vụ kiện của nhà báo Hoàng Khương?

Tương tự các cơ quan báo chí, công chúng cũng có thành kiến của riêng họ. Những độc giả thông minh luôn đánh giá của những thông tin mà họ tiếp nhận từ cơ quan báo chí. Tuy nhiên, thành kiến vốn có tự bên trong mỗi người có thể làm sự đánh giá đó không công bằng và chính xác.

Khi đọc những tin bài về vụ án Hoàng Khương đăng trên Tuổi Trẻ, thành kiến của độc giả có thể làm họ thắc mắc: Liệu tờ báo có khách quan và trung thực; Liệu tờ báo có “bóp méo” sự thật để bao che cho PV của mình?

Những thắc mắc có thể trở thành nỗi hoài nghi, làm công chúng không tin vào những tin bài trên Tuổi Trẻ về vụ án này.

Có bao nhiêu độc giả, vì thành kiến của mình, đã tìm thông tin về vụ án Hoàng Khương trên các báo khác?

Có bao nhiêu độc giả, vì thành kiến của mình, đã đánh giá sai và mất niềm tin vào báo Tuổi Trẻ?

Một lần nữa, người viết chương này xin nhấn mạnh: các câu hỏi trên chỉ nhằm gợi mở vấn đề, phần trả lời thuộc về chính mỗi độc giả. ■

Sức mạnh của hình ảnh

5

— Bích Ngọc

Trong chương này, bạn sẽ học cách:

1. Thẩm định các bức ảnh nguyên gốc và ảnh đã qua xử lý
2. Thẩm định các bản tin và phóng sự trên truyền hình

*Hai câu hỏi độc giả, khán thính giả cần
bắt khoăn về sức mạnh của hình ảnh:*

- **Ảnh báo chí khác như thế nào so với ngôn từ khi xuất hiện trên các phương tiện truyền thông đại chúng?**
- **Xem một bức ảnh hoặc một phóng sự truyền hình, điều gì dè nặng lên tâm tư của bạn?**

■

Câu trả lời là sự mâu thuẫn giữa nhu cầu tiếp nhận thông tin và nồng độ cảm xúc của cá nhân do hình ảnh mang lại.

Ảnh tĩnh

Tất cả chúng ta sống trong thế giới hình ảnh. Hình ảnh có mặt ở khắp mọi nơi, và chúng ta buộc phải thích ứng trong việc sử dụng hình ảnh như nguồn thông tin và như công cụ lựa chọn thông tin. Hơn nữa, trong thời điểm hiện nay, khi báo in đang vắt và cạnh tranh khắc nghiệt với các loại hình báo chí khác thì hình ảnh sử dụng trên báo in sẽ rất lợi thế trong việc ghi lại hình ảnh mạnh mẽ trong trí nhớ của người đọc.

Ảnh báo chí là một thành tố thông tin độc lập vì vậy các tòa soạn luôn lựa chọn cẩn thận, cân nhắc về chất lượng cũng như giá trị thông tin của các ảnh được sử dụng. Ảnh báo chí phải có thông tin bổ sung cho bài báo và chính độc giả phải biết thông tin từ chúng chỉ với cái nhìn đầu tiên. Và một bức ảnh báo chí tốt là bức ảnh có thể truyền tải một câu chuyện chỉ với những dòng chú thích ảnh, thậm chí, đôi khi độc giả không cần phải đọc chú thích ảnh vẫn hiểu trọn vẹn nội dung câu chuyện tác giả bức ảnh muốn kể.

Hình ảnh có đời sống riêng của mình và đôi

lúc có sức mạnh gấp nhiều lần bài báo. Thực tế báo chí đã chứng minh điều này. Điều này cũng dễ hiểu, hình ảnh nói chung và ảnh báo chí nói riêng là nghệ thuật thị giác, tác động trực tiếp, nhanh và mạnh đến nhận thức người xem. Tuy nhiên, ngôn ngữ hình ảnh có tính trừu tượng cao nên mỗi người, tùy nhận thức mà có cách hiểu nội dung hàm chứa trong nó khác nhau. Nếu bạn đăng tải một hình ảnh bạn chụp chiếc máy ảnh thật hiện đại đang đặt trên bàn cà phê lên Facebook, chắc chắn bạn sẽ nhận những bình luận đi theo nhiều chiều hướng khác nhau, người thì bảo máy ảnh đẹp nhưng cũng có người nói bóng nắng của ly cà phê ẩn tượng và cũng có người nói rằng bạn rảnh. Nói giông dài một câu chuyện đời thường để nhấn mạnh đến hình ảnh có tính đa nghĩa. Chính vì vậy mà mỗi bức ảnh đăng trên báo đều có chú thích ảnh. Đôi khi chú thích ảnh chỉ gồm vài chữ đến vài chục chữ nhưng luôn cần thiết. Các bạn có thể tham khảo mục Nhịp đời qua ống kính trên báo Tuổi Trẻ hoặc Mắt ảnh trên báo Tuổi Trẻ Cuối Tuần. Các chuyên mục này đăng tải ảnh đẹp, ấn tượng nhưng luôn có một đoạn dẫn giải khoảng 100 chữ để bạn đọc hiểu chắc vấn đề. Chú thích ảnh như một chìa khóa cung cấp cho bạn đọc cách hiểu bức ảnh sau khi bạn đọc đã bước qua những ấn tượng ban đầu về bức ảnh và tiếp nhận các tín hiệu đa nghĩa do hình ảnh tạo ra. Chú thích ảnh sẽ định hướng để bạn đọc hiểu ý đồ tác giả. Tác giả định hướng sai thì bạn đọc sẽ tạm thời hiểu sai về bức ảnh cho đến lúc một ai đó tung ra toàn bộ sự thật ra công luận. Một bức ảnh có thể hiểu rằng có 2 câu chuyện, câu chuyện bạn đọc có thể hiểu được khi vừa xem hình ảnh và bản chất sự kiện chứa bên trong bức ảnh. Nếu hai câu chuyện này tiệm cận hoặc trùng khớp thì người nhiếp ảnh đã làm tròn nhiệm vụ. Còn nếu không, người chụp ảnh là tội đồ vì đã nói dối rất nhiều người. Tác giả có thể tốn rất nhiều thời gian để có bức ảnh ưng ý và cũng ngần



ấy thời gian để có một chú thích ảnh chính xác hoặc chỉ để hiểu chuyện gì đã xảy ra với bức ảnh mình đang có trong tay.

Xem ảnh này khi chưa có chú thích ảnh bạn sẽ nghĩ tác giả đang nói đến điều gì. Đơn giản nhất mà ai cũng có thể nghĩ khi xem ảnh: Ông lão đang cho ngựa uống nước bên bờ ao. Hoặc, vấn đề đề khác lớn hơn liên quan đến dân sinh: Một người lớn tuổi phải vắt và mưu sinh bằng nghề nuôi ngựa. Để bạn đọc hiểu đúng hơn, tác giả đã chú thích:

“Ông Trần Văn Cường sống đã nhiều năm bên suối Cam Ly. Ngày xưa ông có thể dắt ngựa xuống suối uống nước, nay ngựa cũng sợ nước suối, phải dùng nước máy thay cho nước suối”.

Chú thích ảnh giúp bạn đọc hiểu câu chuyện tác giả đang muốn nói: ô nhiễm ở suối Cam Ly.

■

Hiện nay, những bức ảnh đăng tải trên mạng xã hội là những bức ảnh dễ gây tranh cãi nhất. Nguyên nhân là do người đăng tải bức ảnh trên mạng xã hội vẫn nghĩ đơn giản là mình đang viết chuyện của cá nhân và viết cho riêng mình. Họ không ý thức rằng họ đăng lên mạng xã hội nghĩa là họ đang nói với cả thế giới. Tuy nhiên, đúng sai họ không chịu trách nhiệm, có chăng là gỡ bỏ thông tin và chịu trách nhiệm trước sự trách móc của cộng đồng mạng. Họ khác với phóng viên. Phóng viên là người đưa tin chuyên nghiệp, chịu trách nhiệm trước pháp luật, cơ quan và lương tâm nghề nghiệp. Do đó, sự thật trong ảnh báo chí được phóng viên đảm bảo hơn. Xin mượn bài viết đã được đăng tải trên báo điện tử Đất Việt (baodatviet.vn) để hiểu hơn về một số bức ảnh gây tranh cãi trên mạng và cũng hiểu hơn về tính đa nghĩa, trừu tượng của hình ảnh cũng như vì sao bức ảnh này gây tranh cãi. ■

VÍ DỤ 1

**Bức ảnh ông già bán me:**

Cách đây không lâu, bức ảnh ghi lại cảnh một ông già trong bộ quần áo đã bạc màu, cũ kĩ, da sạm đen, nhăn nheo ngồi bán những chùm me trên vỉa hè ở thành phố Hồ Chí Minh và câu chuyện về hoàn cảnh của cụ xuất hiện trên một fanpage của facebook đã nhanh chóng nhận được sự chia sẻ của cộng đồng mạng. Rất nhiều người đã bày tỏ sự thương xót với người đàn ông này và người ta vẫn bắt gặp những người khách qua đường tốt bụng, dừng lại nơi ông già đang ngồi để gửi ông ít tiền ăn cơm, uống nước.

Tuy nhiên, chỉ vài ngày sau đó, lại xuất hiện một nguồn thông tin mới, cho rằng ông già bán me không “hoàn cảnh” như lời ông ấy kể. Theo lời kể của nhiều người thì vợ chồng ông lão bán me có nhà, có xe máy và thu nhập mỗi ngày từ việc bán me cũng đủ sống chứ không đến nỗi thiếu thốn. Sự thật này nhanh chóng dẫn đến những cuộc bàn tán, những tranh cãi nảy lửa khi nhiều cư dân mạng cho rằng tình thương của mình đã bị “lợi dụng”. ■

VÍ DỤ 2

**Bức ảnh cô gái bị cướp thận:**

Hình ảnh một cô gái nằm dài trên vỉa hè, nước mắt đầm đìa, đang gào khóc thảm thiết được dân mạng chia sẻ cùng với câu chuyện “cảnh giác” kể về một cô gái Trung Quốc tình dục trong bồn tắm đầy đá, nhận ra mình bị cắt mất hai quả thận. Bức ảnh và nội dung thông điệp này được dân mạng chia sẻ với tốc độ chóng mặt, bên cạnh việc tuyên truyền, lưu ý mọi người đề phòng, cảnh giác, rất

nhiều bạn trẻ còn bày tỏ thái độ xót thương, chia sẻ với cô gái kém may mắn. Thậm chí, nhiều người còn gọi điện, gửi email đến trường Đại học Tứ Xuyên, nơi cô gái đang theo học để động viên và biết thêm tình hình sức khỏe của cô. Nhưng chỉ một thời gian ngắn khi hình ảnh này được phát tán, nhiều tổ chức đã lên án tố cáo đây chỉ là một trò lừa đảo. Theo phân tích trên Hoax-Slayer, trang web tại Australia chuyên phân tích những trò lừa đảo trên email và internet, đây thực chất là câu chuyện cũ được “chế biến” đôi chút và lan truyền ít nhất cũng từ năm 1997. Câu chuyện về cô gái ở Trung Quốc cũng là một trong những phiên bản ấy. ■

VÍ DỤ 3

**Bức ảnh bữa ăn đối lập:**

Mới đây nhất, ngày 9-3, cư dân mạng đã chuyền tay nhau bức ảnh ghi lại sự đối lập giữa bữa cơm đạm bạc của bác bảo vệ ngồi trong góc tòa nhà, vội vàng nuốt những miếng cơm trưa, và nhóm người bên kia bức tường được cho là những bạn trẻ mặc đồng phục đang ngồi uống cà phê sang trọng. Chỉ vài giờ đồng hồ sau khi được đăng tải, bức ảnh đã nhận được hàng loạt lượt “like”

và chia sẻ của cộng đồng mạng, đa số các bạn trẻ đều bày tỏ thái độ cảm thông với nhân vật bác bảo vệ trong hình, có bạn còn rơm rớm khi nhận ra khoảng cách giàu nghèo trong xã hội ta ngày càng lớn. Những thông tin đằng sau bức hình được chia sẻ trên một trang báo mạng đã khiến nhiều bạn ngỡ ngàng. Theo đó, việc bác bảo vệ kia thu mình ngồi bệt xuống đất ăn vội bữa cơm trưa được giải thích là do... sở thích chứ hoàn toàn không có sự phân biệt nào. Thông tin này được tiết lộ từ người quản lí của nhà hàng nơi bác bảo vệ làm việc, cũng là quang cảnh xuất hiện trong bức ảnh.

Những câu chuyện, những hình ảnh thương tâm này được cư dân mạng chuyền tay nhau, nhưng chỉ ít lâu sau sự thật đằng sau những bức hình ấy được vạch trần khiến nhiều người bất ngờ, chao đảo. Chuyện đáng nói hơn là bản thân những nhân vật trong hình không hề kể khổ, không nhờ ai quyên tiền giúp họ cả mà chính dân mạng đã đăng tải, chia sẻ và tự cho rằng đây là câu chuyện đáng để mọi người chú ý, quan tâm. ■

Cách phân biệt một bức ảnh gốc hoặc đã qua xử lý

Không phải ai cũng có thể phân biệt được ảnh gốc và đã qua xử lý. Xin hiểu từ xử lý ở đây có nghĩa là đã can thiệp sau làm sai sự thật như ghép ảnh, thay đổi chủ thể hoặc phóng nền.

Có hai cách như sau:

- Dựa vào những dấu hiệu bất thường về thị giác trên hình ảnh. Đây là bước khoanh vùng những dấu hiệu bất thường để chuyển qua một bước khác phân tích sâu hơn và tìm ra bằng chứng chứng minh ảnh đã qua xử lý. Để làm được bước này cần có kinh nghiệm chụp ảnh hoặc xem ảnh để mau chóng tìm ra bất thường trong bức ảnh.



- Bước tiếp theo là dùng phần mềm để phân tích ảnh. Bước này sẽ cho ra “bằng chứng trước tòa” nhưng cần người thực hiện phải am hiểu các khái niệm liên quan đến ảnh số như “siêu dữ liệu”. Xin trình bày cách thực hiện như sau: **Dùng phần mềm JPEGSnoop.**

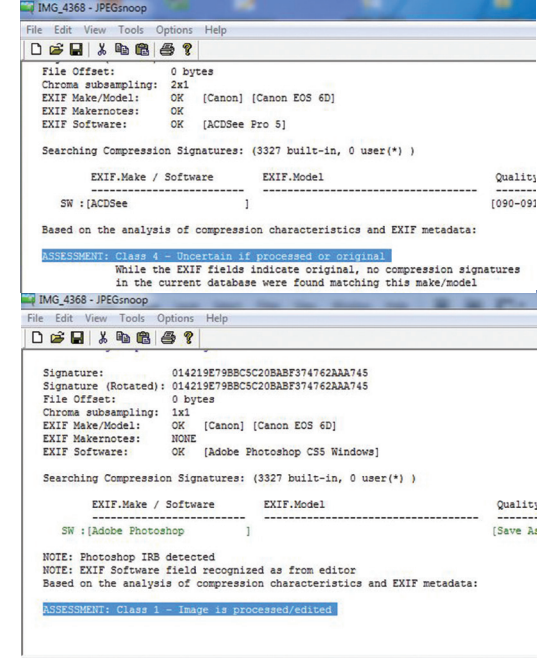
Nhiều lần bạn gặp những hình ảnh quan trọng về các sản phẩm bị rò rỉ trên mạng, trong khi nó chưa được công ty công bố chính thức. Tuy nhiên đa số trong những trường hợp đó các file ảnh này được tạo ra bằng cách sử dụng Photoshop hay các phần mềm chỉnh ảnh. JPEGSnoop là một ứng dụng miễn phí có thể giúp bạn phân tích chi tiết và phát hiện xem hình ảnh đã được chỉnh sửa hay là bản gốc. Ngoài ra, JPEGSnoop có thể giúp bạn phát hiện các cài đặt khác nhau đã được sử dụng trong máy ảnh kỹ thuật số khi chụp ảnh (siêu dữ liệu EXIF, IPTC).

Thông tin ở vùng tô đậm cho biết bức ảnh chưa bị chỉnh sửa. Và các thông tin bên trên cho biết ảnh này được chụp bằng máy ảnh Canon 6D.

Và dưới đây là bức ảnh đã bị chỉnh sửa rất ít bằng Photoshop (cắt cúp – crop) nhưng vẫn bị phần mềm phát hiện ra.



Thông tin ở dòng tô đậm cho thấy ảnh này đã bị chỉnh sửa, còn các thông tin bên trên cho biết ảnh này được chỉnh sửa bởi phần mềm biên tập ảnh Adobe Photoshop CS5.

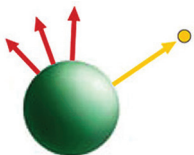


5 cách nhận biết ảnh giả

Bạn dễ dàng nhận ra các bức ảnh cười, chân dung, người mẫu... được sửa chữa những những hình ảnh tư liệu “nhạy cảm” hơn lại cần đến “con mắt nhà nghề” để xác định. Các yếu tố để nhận biết ảnh thật – giả thì nhiều, tuy nhiên, trong đó, các thành tố cơ bản quyết định sự chân thật của nội dung ảnh nằm ở ánh sáng, cạnh nét, hướng nhìn của mắt, và một số đặc điểm thuộc về kỹ thuật của ảnh khác.

Đầu tiên, chúng tôi muốn đề cập đến Ánh sáng.

Tấm ảnh ghép từ nhiều hình ảnh khác nhau sẽ không thể có độ thuần nhất về ánh sáng, nghĩa là cường độ chiếu sáng cũng như hướng sáng sẽ khác nhau. Nghe thì có vẻ mơ hồ, nhưng nếu bạn xem ví dụ dưới đây, bạn sẽ nắm bắt vấn đề rõ hơn.



Quả cầu trong hình bên sẽ sáng nhất ở vùng bề mặt có tia nắng chiếu thẳng góc (nhìn vào hướng mũi tên vàng), ngược lại sẽ tối nhất ở vùng đối diện còn các vùng xung quanh sẽ có mức độ sáng khác nhau tùy vào vị trí khuất hay rõ. Sự phản xạ của tia sáng đến vùng không

gian hay cả các vật thể xung quanh cũng sẽ cho mức độ sáng tương ứng.

Ngoài ra, để nhận biết hướng của nguồn sáng, chúng ta cần biết cả hướng chiếu sáng đến từng vị trí của bề mặt. Vậy thì làm sao để xác định nguồn sáng? Sẽ rất khó cho chúng ta nếu phải nhìn toàn bộ vật thể để xác định nguồn sáng, nhưng thay vì nhìn toàn bộ, bạn chỉ cần tập trung đến các đường viền trên bề mặt – đây là nơi hướng ánh sáng vuông góc với bề mặt. Để minh họa rõ hơn cho điều này, bạn có thể quan sát tấm hình dưới đây.

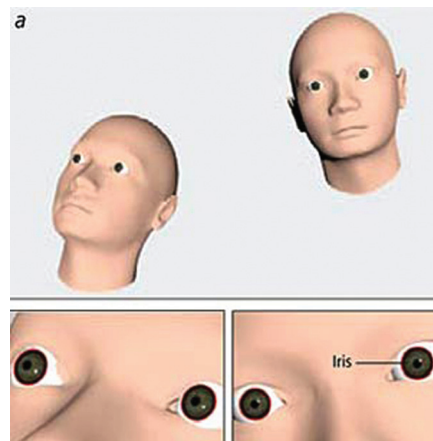


Hình trên là một bức ảnh ghép, ta có thể khẳng định điều này vì căn cứ vào hướng nguồn sáng chiếu vào các vật thể trong hình rất khác nhau. Cụ thể ở đây là hướng sáng chiếu vào các cảnh bình khác với nguồn sáng chiếu vào những con vịt (bạn hãy nhìn vào hướng các mũi tên để biết nguồn sáng không tương ứng như thế nào).

Điều thứ hai để xác định một bức ảnh giả, ghép đó là Hướng mắt nhìn và vị trí.

Cặp mắt của chúng ta, ngoài việc dùng để quan sát mọi vật nó còn có một ý nghĩa vô cùng quan trọng trong việc xác định độ chân thật của một bức ảnh, nếu đó là ảnh chụp người.

Lí do đơn giản là các cặp mắt của chúng ta có hình dáng nhất định nên sẽ là một đặc điểm quan trọng dùng để phân tích xem bức ảnh đó đã chỉnh sửa hay chưa. Tròng đen của mắt luôn là hình tròn nhưng nó sẽ trở thành hình elíp khi nó di chuyển sang trái, phải hoặc lên, xuống như hình vẽ a dưới đây.



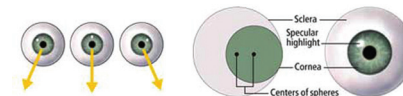
Các chuyên gia phân tích ảnh thật giả thường chọn cách tìm ra các chùm tia sáng từ đôi mắt đến điểm chính giữa của máy ảnh (hình b). Cụ thể, bức ảnh hình thành từ nơi các tia sáng đi qua mặt phẳng của hình ảnh (màu xanh lơ, hình c) gồm điểm chính của máy ảnh, phần giao giữa mặt phẳng hình ảnh và tia sáng sẽ nằm gần với điểm chính giữa bức ảnh. Nghĩa là với dáng hình của hai tròng đen trong bức ảnh, ta có thể tìm ra điểm chính giữa của tròng mắt và từ đó ta có thể xác định đây là ảnh giả nếu như điểm chính giữa của đôi mắt nằm cách xa điểm chính giữa của camera hoặc điểm chính giữa của tròng mắt không cố định (như ảnh d).

Điều thứ ba chúng tôi muốn đề cập là Điểm sáng trên mắt.

Khi ánh sáng chiếu vào chúng ta, ánh sáng xung quanh sẽ phản chiếu trong mắt và từ đó hình thành những điểm sáng nhỏ. Chúng ta có thể dựa vào hình dạng, màu sắc, cũng như vị trí của chúng trên các cặp mắt của những nhân vật trong hình để tìm ra câu trả lời: ảnh này có phải ảnh ghép hay không.



Bức ảnh trên có thể giúp bạn hiểu rõ hơn điều chúng tôi muốn đề cập. Đây là bức ảnh chụp các ngôi sao của chương trình American Idol năm 2006. Bạn hãy nhìn vào điểm sáng trên các cặp mắt của các ngôi sao trong bức hình để biết đây hoàn toàn là một tấm ảnh ghép.

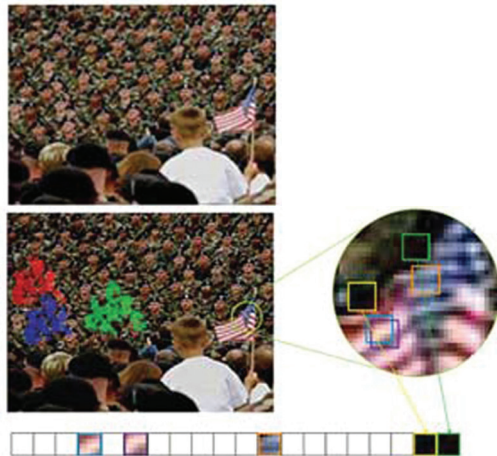


Vị trí của điểm sáng trên mắt sẽ cho ta biết vị trí của các nguồn sáng, bạn có thể nhìn hình bên trên và thấy sự khác biệt của điểm sáng trên mắt khi nguồn sáng khác nhau (nguồn sáng là mũi tên màu vàng).

Yếu tố thứ tư để chúng ta xác định ảnh có qua chỉnh sửa hay không chính là sự Nhân bản trong hình ảnh.

Khi Photoshop ra đời thì tính năng “Clone” của nó cũng phổ biến với chúng ta. Đây là tính năng “tạo thêm các đối tượng” bằng cách sao chép một phần ảnh rồi dán đè lên phần còn lại.

Bức ảnh trên đây lấy ra từ một clip quảng cáo phát trên truyền hình Mỹ trong chiến dịch vận động tranh cử của tổng thống George W. Bush vào cuối năm 2004. Các chuyên gia đã tìm ra được vùng “nhân bản” bằng cách tìm kiếm sự khác biệt trên từng pixel của ảnh và phát hiện ra có 3 vùng đã qua chỉnh sửa (đánh dấu đỏ, xanh lá, và xanh dương).

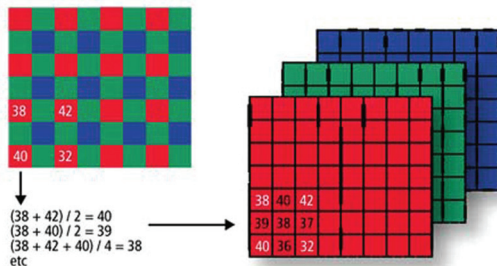


Cách cuối cùng mà chúng tôi nhấn mạnh ở đây là từ Các thông số của máy ảnh.

Máy ảnh kỹ thuật số ngày nay có cảm biến được sắp xếp theo lưới pixel hình chữ nhật tuy nhiên mỗi pixel lại có thể cảm nhận mật độ ánh sáng chỉ trong một dải bước sóng gần một màu nào đó nhờ vào bộ lọc màu CFA.

Bộ lọc đỏ, xanh lá, xanh dương được sắp xếp như trong hình trên. Mỗi pixel trong dữ liệu thô sẽ có một màu trong ba màu này. Dữ liệu thiếu bị lấp đầy bằng vì xử lý hoặc phần mềm dịch dữ liệu thô từ máy ảnh ra, để làm điều này cứ lấy các giá trị của pixel gần nhất. Như vậy, một bức ảnh nếu không có dấu hiệu “tự động lấp đầy” thì rõ ràng bức ảnh đó đã được “can thiệp” bằng cách khác “phi tự nhiên”.

Ngoài ra, cũng cần lưu ý trường hợp các cơ quan báo chí không đưa hình ảnh về vụ việc mà chỉ đưa những hình ảnh minh họa, hoặc những hình ảnh có tính chất phi trực tiếp đề cập vụ việc. Những trường hợp như vậy không phải do tòa soạn không có ảnh mà do họ



không muốn dùng những hình ảnh trực tiếp như vậy để thể hiện sự hiện, thay vào đó, họ chọn cách đưa những bức hình “bên lề” nhằm nói giảm, nói tránh, hoặc thông tin xa gần. Không phải là vì họ “gian dối” mà do đó là đạo đức nghề nghiệp hoặc cũng có thể họ chưa đủ bằng chứng để kết luận vụ việc. Ví dụ như vụ Osama Biladen bị bắn, báo chí đã không đưa hình ảnh trực tiếp vụ việc mà chỉ đưa hình ảnh Nhà Trắng đang theo dõi thông tin qua mạng.

Các thao tác cần có khi xem ảnh báo chí:

- Kiểm tra nguồn ảnh
- Kiểm tra chú thích ảnh
- Lưu ý thời điểm chụp ảnh, nhất là đối với video hoặc ảnh lưu trữ
- Tìm kiếm các từ ngữ sau đây:
- “Photo enhancement” (Bức ảnh đã được photoshop)
- “Digital photo manipulation” (Bức ảnh đã được chỉnh sửa kỹ thuật số)
- “Photo composite / illustration” (Bức ảnh đã được ghép/ Ảnh minh họa)
- Ảnh sắp đặt

Các bức ảnh chuyển động

Khi ta lồng âm thanh vào hình ảnh tĩnh hoàn toàn có thể xâu kết câu chuyện lại, khiến cho các bức ảnh trở nên chuyển động, nhưng đồng thời cũng lồng vào đó nhiều giả định, có khả năng thay đổi, thậm chí bóp méo cảm xúc của người xem.

Sức mạnh của truyền hình

THỂ MẠNH CỦA TRUYỀN HÌNH

Người Việt chúng ta dùng câu “Tai nghe, mắt thấy” để hàm chỉ rằng chúng ta chỉ nên tin vào những điều thấy tận mắt, nghe tận tai, và rằng đừng chỉ nghe người khác kể lại và rồi sau đó tin theo “lăng kính” của người kể, bởi lúc ấy câu chuyện sẽ đi theo một hướng “sự thật” khác. Và đó cũng là một trong những lí do khi truyền hình ra đời, sự lo ngại về tương lai của báo in và phát thanh cũng xuất hiện. Hơn 100 năm nay, mang nhiều lợi thế về mặt hình ảnh và âm thanh, truyền hình thu hút được nhiều khán giả quan tâm, theo dõi, và tin tưởng.

NHỮNG LỢI THẾ CỦA TRUYỀN HÌNH

- Nó giúp bạn chứng kiến những sự kiện quan trọng ngay tại thời điểm nó đang diễn ra.
- Đây có thể là một công cụ dùng để xác minh thông tin vì hình ảnh không biết nói dối.
- Nó khiến cho các bản tin trở nên gần gũi với con người của bạn, cho thấy bạn cũng có phần liên quan.
- Nó tạo ra một trải nghiệm chung, cảm xúc chung cho cả một quốc gia, dân tộc. Box: Các thể loại tin tức trên truyền hình
- Tin nóng
- Các sự kiện trọng đại đã được lên kế hoạch sẵn
- Các bản tin đã dựng sẵn để trám sòng
- Tin phát sóng trực tiếp

HẠN CHẾ CỦA TRUYỀN HÌNH

Tuy nhiên, liệu những hình ảnh xuất hiện trên

màn hình và những âm thanh, tiếng động mà chúng ta lắng nghe có phản ánh chân thật sự kiện, có tường thuật chính xác câu chuyện không? Và làm thế nào để biết rằng những hình ảnh và âm thanh kia có đang “lừa phỉnh” chúng ta? Ở phần này, chúng tôi sẽ giúp bạn có được sự “tinh tế” cần thiết khi là khán giả của truyền hình, hoặc là thính giả của những các đoạn âm thanh.

Rõ ràng, với những bản tin quan trọng mà lại thiếu các đoạn video tốt đi kèm thì có thể sẽ bị bỏ qua hoặc đánh giá thấp trong chương trình truyền hình. Cụ thể, trong một số bản tin của các đài truyền hình khi đưa tin về một sự kiện quan trọng nhưng trên màn ảnh chỉ là hình ảnh biên tập viên thao thao bất tuyệt về sự kiện hoặc các bản tin này lấp liếm bằng cách sử dụng “phóng viên gọi điện thoại tường thuật từ hiện trường”. Dẫu “đối phó” thế nào thì một khi làm truyền hình mà không đi kèm hình ảnh cụ thể thì vẫn là điều đáng tiếc.

Điều thứ hai mà chúng ta cũng nên thông cảm với truyền hình chính là sự giới hạn về thời gian, thời lượng phát sóng, các luật về súc tính nên nhiều hình ảnh - được cho là thừa - cần phải cắt bỏ. Và khi cắt bỏ như vậy sẽ dẫn đến việc đưa tin kèm hình ảnh mang theo một chủ đích nhất định của phóng viên, biên tập viên truyền hình. Mà khi đã có một chủ đích rõ ràng của người đưa tin thì dù ít hay nhiều hình ảnh cũng mất đi tính khách quan trọn vẹn của nó. Yếu tố thứ ba vừa là lợi thế nhưng cũng đem lại một số hạn chế cho truyền hình đó là tính chất mạnh mẽ về mặt cảm xúc của hình ảnh. Những hình ảnh giàu cảm xúc, mang cá tính mạnh thường sẽ khiến cho người xem có một cảm xúc riêng và cảm xúc ấy đôi khi xa rời sự thật và “lệch ra khỏi quỹ đạo của sự thật”.

Điều cuối cùng nhưng chính là yếu tố quan trọng nhất tạo nên hạn chế cho truyền hình đó chính là bản chất của truyền hình. Tin tức truyền hình đang thường trú trong một phương

tiện giải trí. Phải, về bản chất, truyền hình không phải là một phương tiện để thông tin, mà là để giải trí. Có thể bạn “hoài nghi” về điều này vì cho rằng truyền hình cũng là một loại hình của báo chí, tuy nhiên, hãy để chúng tôi chứng minh cho bạn thấy điều chúng tôi nói là có cơ sở. Khi bạn mở các tờ báo danh tiếng, các tờ tuần báo tin tức, hoặc lướt các trang web tin tức, bạn luôn ở trong khu vực Tin tức. Nhưng khi mở Truyền hình thì phần lớn thời gian các bạn tiêu tốn là cho các chương trình quảng cáo hoặc các chương trình giải trí ví dụ ca nhạc, phim truyện, game show, talkshow, chatshow... Đó là mặt nội dung, còn với hình thức, hay còn gọi là kỹ thuật thực hiện các chương trình, thì truyền hình cũng thể hiện rõ tính “giải trí” của mình thông qua:

- Các chi tiết đáng sợ; các từ ngữ nhằm mục đích nâng tầm và trầm trọng hoá vấn đề - Âm nhạc kịch tính
- Cắt cúp hình ảnh quá nhanh
- Hiệu ứng âm thanh
- Hình ảnh chớp nhoáng

Có một câu hỏi dành cho bạn rằng: “Bạn có bao giờ tự hỏi khi tin tức truyền hình ứng dụng các kĩ thuật làm phim thì nó sẽ dẫn đến những nguy cơ nào không?”

Có phải các thủ pháp biên tập dành cho phim truyện khiến cho tin tức không còn là sự thật nữa, thậm chí khiến bạn xem đài hiểu sai ý nghĩa, và đôi khi còn khiến cho khán thính giả cảm thấy bị thiếu tôn trọng. Song, có phải chính những thủ pháp đó là thứ khiến bạn thích xem truyền hình ko?

Khi nghe một chương trình phát thanh hoặc xem một bản tin, một chương trình truyền hình, điều quan trọng nhất là bạn nên có một sự hoài nghi nhất định. Bạn có thể hoài nghi về thông tin mà những người làm tin tức, những người thực hiện chương trình đưa trong nội dung tin, bài hoặc có thể nghi ngờ cả những hình ảnh

đang hiển hiện trước mắt và những âm thanh đang văng vẳng bên tai. Vì sao ư? Sẽ chẳng cần phải giải thích thêm nhiều nếu bạn biết rằng với sự phát triển vũ bão của khoa học công nghệ, kỹ thuật cắt ghép, chỉnh sửa của chúng ta đã đạt đến kết quả hoàn hảo. Chuyện ghép ảnh, chỉnh sửa hình đã quá bình thường đối với kỹ thuật dựng, ghép hiện nay. Chính vì vậy mà nhiều người nổi tiếng đã kêu trời than đất khi bỗng đứng gương mặt của họ xuất hiện trên một thân thể hấp dẫn mà “cơ thể” đó chẳng phải là của họ, để rồi để mình oan cho mình những “yếu nhân” này phải tìm đến các chuyên gia kỹ thuật chỉnh sửa hình ảnh, nhờ họ phân tích, đánh giá rằng: đó chỉ là hình ảnh ghép bằng kỹ xảo.

Đó là những bức ảnh tĩnh, còn hình ảnh động với các clip kèm theo âm thanh sống động thì sao? Bạn có thể tìm những clip vui vui xuất hiện trên mạng Internet cách đây vài năm về các biên tập viên, phát thanh viên của các đài truyền hình cùng hát ca khúc Đứa bé của nhạc sĩ Minh Khang¹. Rõ ràng, với sự phát triển “thần kì” của các thiết bị máy móc, chúng ta có thể thay đổi cả hình ảnh và âm thanh.

Hiện nay, các đài truyền hình, phát thanh hoặc các chương trình truyền hình, các đoạn âm thanh trên các trang báo mạng đang “lấp liếm” chúng ta mỗi khi phỏng vấn một số nhân vật bằng một vài cách thức đơn giản.

• Cách thứ nhất, trong trường hợp phỏng vấn những người nước ngoài, người làm chương trình sẽ để tiếng của những nhân vật này ở 3 giây đầu tiên, sau đó sẽ kéo tiếng của nhân vật xuống thấp để chèn tiếng của người đọc với danh nghĩa là dịch. Tuy nhiên, như chúng ta biết khi nội dung được dịch lại thì chắc chắn sẽ không “chính xác” hoàn toàn như ý người nói muốn trình bày, vì nó đã thể hiện “quan điểm” của người làm chương trình, và tệ hơn, đó chưa chắc là những gì người phát biểu muốn

nói. Các bạn có thể nhận ra phương thức này khi xem các đoạn phỏng vấn người nước ngoài trong các chương trình tin tức, thời sự của các đài truyền hình.

• Cách thứ hai, phức tạp hơn một chút nhưng cũng không khó khăn với những kỹ thuật viên cắt, dựng. Họ sẽ cắt bớt hình ảnh hoặc âm thanh họ cho là “thừa”, tuy nhiên, một khi đã không giữ “trọn vẹn” hình ảnh, âm thanh thì nội dung của phần phát biểu không còn đầy đủ cũng như chính xác như ban đầu. Những ví dụ cho cách thức này cũng dễ thấy trong các tin tức, phóng sự phát trong các chương trình khác nhau. Bạn sẽ thấy cách cảnh quay thường bị giật hình do yếu tố cắt, ghép.

• Cách thứ ba “cao cấp” hơn khi các biên tập viên sẽ biên tập lại bằng cách “tráo đổi” vị trí hình ảnh, âm thanh theo chủ ý của mình. Ở đây, biên tập viên sẽ thay đổi bằng cách sắp xếp lại trật tự của các đoạn hình ảnh, âm thanh. Cách này thì sẽ xáo trộn “sự thật ban đầu” để biến thành “sự thật theo mục đích của người đưa thông tin” và đây cũng là cách thức mà chúng ta cần hoài nghi khi xem, nghe các chương trình. Nếu bạn còn nhớ vụ việc trên chương trình thời sự của một đài truyền hình lớn khi phỏng vấn một vị linh mục trong vụ nhà thờ Đá thì sẽ thấy rõ nội dung của phần trả lời phỏng vấn đã bị “đánh tráo vị trí” khiến cho nội dung trả lời của nhân vật không “đúng với bản chất” người trả lời phỏng vấn muốn đề cập.

• Cách cuối cùng để đưa người xem, nghe vào “bẫy” đó là các chương trình có sự sắp xếp, dàn dựng, mang tính chất “diễn” để khán giả xem, nghe. Đó là những chương trình được ghi hình từ trước, được các biên tập viên, phát thanh viên “diễn” và đến ngày “phát trực tiếp” sẽ được lên sóng. Các trường hợp này thường sử dụng cho các chương trình truyền hình cầu truyền hình vào những dịp đặc biệt, những chương trình nếu thực hiện “trung thực hoàn toàn” thì sẽ không đủ nhân lực cũng như đủ

kỹ thuật để thực hiện trong điều kiện Việt Nam còn thiếu thốn các trang thiết bị hiện đại như thế giới. Hoặc ở các chương trình phát thanh hiện nay cũng sử dụng cách “thu chương trình trước” rồi đợi đến ngày để chương trình lên sóng. Bạn sẽ dễ dàng thấy hoặc nghe các chương trình đã dùng cách này vào những dịp đặc biệt như Lễ, Tết. Bạn sẽ thấy rất lạ khi vừa rồi còn nghe anh chị phóng viên đó đang ở một nơi cách xa TP.HCM vài trăm km nhưng lại tham gia phỏng vấn trực tiếp một nghệ sĩ ở quận 1, TP.HCM ở chương trình kế tiếp. ■

Giải pháp để thẩm định tin tức trên truyền hình

Vậy, làm thế nào để xác định đâu là hình ảnh trung thực, đâu là âm thanh chính xác nhất để chúng ta có thể đặt niềm tin?

Bạn hãy đặt ra những nghi vấn sau để xác minh thông tin:

- Phóng viên đã tiếp cận sự kiện ở mức độ nào? Các hình ảnh, âm thanh có cụ thể, rõ ràng tập trung vào nội dung lời bình mà phóng viên thể hiện hay không?
- Phóng viên có đặt câu chuyện vào đúng bối cảnh của nó?
- Các câu hỏi 5W+1H có được trả lời rõ ràng, trọn vẹn?
- Cách đưa tin, thể hiện có thực sự công bằng?
- Các hình ảnh có bị giật hình (dấu hiệu của cắt, ghép), âm thanh có bị giảm để chen đoạn lồng tiếng của người đọc lời bình hay không?
- Tông giọng của các nhân vật phỏng vấn có thay đổi về cao độ và trường độ hay không? Và giọng của các nhân vật có điều gì “khác lạ” hay không? Có tiếng động hiện trường khi

nhân vật phát biểu hay không? (trừ trường hợp các nhân vật được phỏng vấn ở phòng thu).

- Hãy chú ý đến những thông tin mà phóng viên đưa trong lời bình vì đó chưa chắc đã là những gì trong nội dung câu chuyện. ■

Những câu hỏi đặc biệt liên quan đến tin tức trên truyền hình

Các câu hỏi về Deconstruction là giống nhau cho tất cả các loại hình báo chí

- Có phải bạn đang bị tốc độ cắt hình và các loại chuyển cảnh làm cho mất tỉnh táo không?
- Âm thanh có được lồng thêm vào hoặc bị thay thế không?
- Nội dung bản tin này có phù hợp với thể mạnh của truyền hình không?
- Làm thế nào để thẩm định các đoạn phóng sự, tin tức truyền hình được đưa lên mạng (Web TV)?

Chúng ta sẽ nói kĩ điều này khi bàn về tin tức trên mạng. Ở chương này, chúng tôi muốn khơi dậy một số suy nghĩ trong bạn.

- Từ khi Web 2.0 ra đời, người trẻ tiếp cận với các đoạn tin tức, phóng sự truyền hình qua mạng, chứ không phải qua phương tiện truyền hình truyền thống.
- Chúng ta có quyền chọn xem đoạn video nào, và không xem đoạn video nào, xem đoạn nào trước đoạn nào sau. Có bao giờ bạn nghĩ bộ lọc của chính mình cũng sẽ ảnh hưởng đến khả năng tiếp nhận tin tức của bản thân? (Những bản tin được nhiều người theo dõi thường được bạn đánh giá cao. Nhưng cẩn thận, nếu như bạn bỏ qua yếu tố đáng tin cậy

của một bản tin, rất có khả năng bạn xem toàn những tin tức có hại hoặc vô thưởng vô phạt.)

- Nếu bạn chỉ toàn xem những gì mà bạn bè gửi link hoặc những gì dư luận đang quan tâm, bạn có nguy cơ bỏ sót những gì? ■

Kết

Khi các chương trình truyền hình, phát thanh, các video hoặc các đoạn ghi âm được phát sóng (hoặc đưa lên mạng Internet) ít nhiều cũng sẽ được biên tập, cắt sửa theo ý của những người thực hiện, và tùy theo mục đích sử dụng cũng như “đạo đức nghề nghiệp” mà những người thực hiện sẽ cắt, dựng như thế nào. Với những khán, thính giả như chúng ta, điều quan trọng là hãy tỉnh táo để so sánh, nhận xét, và biết “hoài nghi” vì không phải tất cả những điều tận mắt thấy, tận tai nghe đều là “sự thật”. Gần đây, trên mạng có vài clip vui vui do các bạn trẻ thực hiện đã thể hiện khá rõ về cái chúng ta gọi là sự thật “mắt thấy, tai nghe”². Đó là đoạn clip các bạn cắt ghép rất nhiều hình ảnh khác nhau và dựng lại thành một video có nội dung hoàn chỉnh về cô bé Quỳnh Anh tham gia chương trình Tìm kiếm tài năng Việt Nam năm 2012. Hay là một đoạn video khác “minh oan” giúp cho cô bé Quỳnh Anh, cho rằng Đài truyền hình Việt Nam đã “cố tình” xử lý âm thanh tệ đi để “hạ bệ” cô bé 16 tuổi³. Hoặc gần đây nhất là vụ lùm xùm về chuyện âm thanh tệ khi phát sóng trực tiếp phần hát của cô bé Phương Mỹ Chi trong chương trình Giọng hát Việt nhí 2013 khi cô bé hát bài Lòng mẹ⁴. Một khi kỹ thuật và công nghệ có thể làm mọi thứ thì không gì là không thể. Chính vì vậy, chúng ta – những người tiêu dùng thông tin, hôm nay – cần tỉnh táo và tinh tế khi đọc báo, xem truyền hình, nghe phát thanh cũng

như lướt web. Sự tỉnh táo và tinh tế cần thiết sẽ giúp chúng ta trở thành những người tiêu dùng thông tin sáng suốt và hiểu biết. Và để trở nên thông minh, sáng suốt khi tiếp nhận thông tin, chúng ta cần biết hoài nghi. Khi chúng ta biết đặt ra những câu hỏi khi nghe, xem tin tức thì chính bản thân chúng ta cũng sẽ tự tin hơn khi đón nhận thông tin và truyền tải thông tin cho những người xung quanh mình. Vì nếu, một khi, chúng ta không xác định được độ tin cậy của thông tin, chúng ta sẽ vô tình trở thành những “con vẹt truyền tin” trong thế giới thông tin ngày càng trở nên “hỗn mang” như hiện nay.

KĨ NĂNG PHẢN BIỆN CẦN THIẾT

A. Phải chú ý theo dõi những bản tin có vấn đề kiểu như:

- Chỉ cho khán thính giả tiếp cận với một quan điểm
- Ngôn ngữ và kĩ thuật sản xuất chương trình truyền hình bóp méo cảm xúc của bạn
- Thể hiện sự thiếu hoặc không có yếu tố độc lập trong quá trình sản xuất tin tức
- Chỉ có một nhân chứng hoặc không có nguồn tin

B. Và an tâm với những bản tin kiểu như:

- Thể hiện nhiều luồng quan điểm khác nhau về một vấn đề đang gây tranh cãi
- Các nguồn tin trực tiếp không qua bất cứ trung gian nào, nhân chứng đáng tin cậy, thông tin độc lập, được kiểm chứng
- Để hiểu: Bạn thấy có đủ các yếu tố “ai, cái gì, khi nào, ở đâu, vì sao và như thế nào không?”
- Tin tức được xác minh cẩn thận, nhà báo thể hiện sự minh bạch trong việc thu thập và xử lý tin tức, tin tức được đặt vào đúng bối cảnh của nó.

C. Chủ động phổ biến tin tức trên truyền hình với tin tức cùng nội dung trên các phương tiện truyền thông khác: báo in, báo nói và báo mạng. ■

CHÚ THÍCH

¹ Clip ca khúc Đưa bé

<http://clip.vn/watch/Goc-vui-bai-hat-DUA-BE-do-cac-Bien-tap-vien-truyen-hinh-trinh-bay,MyD/>

² Clip Quỳnh Anh Vietnam 's Got Talent

<http://www.youtube.com/watch?v=IF2jh3ZWxhk>

³ Clip Quỳnh Anh Vietnam 's Got Talent hát ca khúc Tình mẹ trong một chương trình khác

<http://www.youtube.com/watch?v=OA6NltXsX2o>

⁴ Clip Người hâm mộ Phương Mỹ Chi minh oan cho cô bé

<http://www.youtube.com/watch?v=5GTIutqBPkg>

Thông tin trên Internet và mạng xã hội

6

— Minh Tuấn - Bảo Châu - Ngọc Châu

Trong chương này, bạn sẽ học cách:

1. Thẩm định các nguồn thông tin từ Internet và mạng xã hội
2. Phát huy ưu điểm của thông tin trên mạng
3. Khắc chế nhược điểm của thông tin trên mạng

Vấn đề thông tin trên Internet

Internet ngày nay là một phương tiện không thể thiếu trong công việc, trong học tập, trong nghiên cứu cũng như các hoạt động giải trí. Internet vừa là một môi trường truyền thông, một phương tiện truyền thông đại chúng, vừa là một công cụ cho mọi cá nhân tự trau dồi, cập nhật kiến thức và kỹ năng cần thiết. Tài nguyên thông tin khổng lồ trên Internet liên tục được cập nhật, bổ sung hàng ngày, hàng giờ, từng phút, từng giây.

Thông tin trên Internet gồm nhiều loại khác nhau từ những thông tin chính trị, kinh tế, xã hội, văn hóa, giáo dục, khoa học, công nghệ đến cả các loại thông tin mang tính giải trí, thư giãn... Chúng tồn tại với nhiều dạng khác nhau như là tin tức từ các trang báo mạng; sách, tạp chí, truyện dưới format điện tử (e-book, e-paper); các công trình khoa học, những bài viết học thuật; hình ảnh; video; âm thanh; phần mềm...

Nơi tìm kiếm thông tin trên Internet:

- Các website tin tức, báo chí
- Các từ điển trực tuyến (Wikipedia)
- Các diễn đàn (forum)
- Các mạng xã hội, trang blog
- Các site chia sẻ

• ... và bất cứ website nào tồn tại trên internet

Và đặc biệt, chúng ta có thể tìm kiếm thông tin với sự hỗ trợ của những công cụ trợ giúp tìm kiếm thông tin. Đó là các cỗ máy tìm kiếm (search engine) tiện lợi như Google, Yahoo Search, Bing, Alta Vista... ■

Internet đang thay đổi báo chí

Thông tin sẽ xuất hiện trên Internet, đặc biệt là mạng xã hội trước khi các báo kịp đưa tin. Các nhà báo không chuyên sẽ là người đầu tiên tiếp cận tin tức, và tiếp tục làm việc này ngay cả sau khi những người chuyên nghiệp đã có mặt. Điện thoại là công cụ đưa tin đầu tiên, và có thể là nhiều giờ sau đó.

Hình ảnh, live streaming video (video cập nhật liên tục) là thứ thu hút độc giả, đặc biệt các vụ việc có tính thời sự.

Ví dụ:

1. Nhà báo không chuyên tiếp cận tin tức đầu tiên:

Vụ hôi của bia xảy ra lúc 14g ngày 4-12 năm 2013 ở khu vực vòng xoay Tam Hiệp, TP Biên Hòa (Đồng Nai), trước sự bất lực và gào khóc của tài xế Hồ Kim Hậu (30 tuổi, quê tỉnh Bình Định). Chỉ sau 15 phút, toàn bộ bia đã bị người dân đến lấy đi. Chứng kiến vụ việc này, một bạn đọc tên Phương Thanh đã dùng điện thoại tự quay clip và gửi đến cho báo Tuổi Trẻ. Trích từ báo Tuổi Trẻ ngày 4-12: «Chị Phương Thanh bức xúc trước cảnh hỗn loạn đã ghi lại những hình ảnh không đẹp mắt này: “Không hiểu sao người ta lại vô cảm như vậy? Tôi thấy cần lên án hành vi hôi của khi người khác gặp nạn nên mới quay lại hình ảnh để cho mọi người cùng xem và suy ngẫm”¹. Ngay sau đó, thông tin này đã lan tỏa rộng rãi trên các phương tiện truyền thông đại chúng, kể cả truyền thông nước ngoài, với hàng ngàn bài viết phân tích tâm lý đám đông, hành vi xấu xí của người Việt cũng như hoàn cảnh của người tài xế, phản ứng từ phía công ty bia...Sau đó, khi một người dân ở Đồng Nai đưa băng rôn: “Là dân Biên Hòa, là người Việt Nam, tôi thấy xấu hổ thay cho

những ai đã cướp vài lon bia ở đây trưa ngày 4-12”, các nhà báo không chuyên cũng tiếp tục ghi lại, đưa rộng rãi trên mạng xã hội. Tiếp đó, khi có tình trạng rơi đổ sữa, bia, hàng hóa trên đường ở các địa phương khác, phản ứng của người dân (không hôi của, tiếp sức giúp người bị nạn) cũng được các nhà báo công dân chụp ảnh, quay phim lại¹.

2. Hình ảnh, video cập nhật thời sự liên tục:

Lễ tang của đại tướng Võ Nguyên Giáp. Đây là một sự kiện lớn không chỉ ở Việt Nam mà còn trên toàn thế giới. Lễ tang của ông đã được rất nhiều báo đài tường thuật trực tiếp trên mạng thông qua một lực lượng hùng hậu phóng viên, cộng tác viên đưa tin từ Hà Nội, Quảng Bình, TPHCM đến các tỉnh thành, thậm chí tại Trường Sa, nhà giàn DK1...Hình ảnh, video clip được cập nhật liên tục từng phút².

=> Khuyếch hướng mới của truyền thông trên Internet đã góp phần làm tăng cường tính minh bạch trong thông tin do có được thông tin từ nhiều chiều, nhiều phía (phóng viên chuyên và không chuyên).

=> Đồng thời, tính đối thoại giữa các nguồn tin cũng tăng lên (trao đổi qua mạng xã hội như Facebook, Twitter, Yahoo) để tìm ra thông tin chính xác nhất.

=> Ngoài ra, sự phát triển của mạng xã hội cũng đã mang nhiều thông tin từ chỗ chỉ được chia sẻ trên mạng xã hội như những vấn đề của riêng cá nhân trở thành vấn đề được báo chí chính thống phát triển thành tin bài.

Ví dụ: Một tấm ảnh chụp cảnh một cụ ông bị mù bán tấm trên đường được một người dùng Facebook chia sẻ trên trang cá nhân của mình và nhiều người khác chia sẻ nhằm kêu gọi mọi người đến mua ủng hộ. Sau đó, phóng viên của các báo đã theo thông tin này đến phỏng vấn, viết bài về hoàn cảnh của ông cụ. ■

Thẩm định các nguồn thông tin từ Internet

Quyền lực lớn luôn đi cùng trách nhiệm lớn (Uncle Ben)”

1. Thay đổi đối với người sử dụng Internet

Người sử dụng internet không còn là những người tiêu thụ tin tức thụ động nữa. Họ ít phụ thuộc vào nhà báo và toà soạn trong việc quyết định đầu là tin tức và cái gì thì quan trọng đối với họ. Họ là những người tham gia chủ động vào quá trình sản xuất tin tức.

Người dùng, chứ không phải các tổ chức tin tức, đang chi phối quá trình phân phối tin tức. Truyền thông xã hội và các thuật toán máy tính đóng vai trò quan trọng trong việc tham gia và chia sẻ tin tức của người dùng.

Việc này đòi hỏi người sử dụng thông tin luôn phải sử dụng phương thức VIA (Verification, Independence, Accountability - Xác minh, Độc lập, Trách nhiệm) khi tiếp nhận các thông tin.

- Chúng ta đánh giá mức độ đáng tin cậy của thông tin như thế nào?
- Làm thế nào để ta biết được cái gì là đáng tin?
- Làm thế nào để ta biết được ai là người đáng tin

2. Các phương pháp thẩm định nguồn tin từ Internet

Tìm ra được thông tin mình cần trên cả một xa lộ thông tin khổng lồ của Internet đã không dễ, thẩm định những nguồn tin này còn khó hơn. Đầu là tin tức, đầu không phải là tin tức, nên tin vào điều gì hay không tin vào điều gì trên mạng

Internet luôn là vấn đề “khó” cho người dùng. Nó đòi hỏi người dùng phải có được những kỹ năng và kinh nghiệm nhất định. Dưới đây là một vài cách giúp bạn thẩm định nguồn tin trên Internet một cách khá dễ nhất.

a. Kiểm tra độ tin cậy về người hoặc cơ quan đăng tải tài liệu đó

Cụ thể: Ai đưa thông tin đó lên mạng? Họ có nêu rõ danh tính không? Có số điện thoại hay địa chỉ email trên trang web đó để trực tiếp kiểm tra tính xác thực của thông tin hay không? Cơ quan nào phụ trách website đó? Phần giới thiệu trong mục “Về chúng tôi» (About us) có xác thực không?

Ví dụ: Gần nửa đêm ngày 31/8/2013, thông tin về vụ việc “chặt tay cướp điện thoại giữa Sài Gòn” được đăng tải trên một trang Facebook có tên Tý Nhóc Lóc Chóc. Sau đó, “vụ việc” này đã được cư dân mạng, các diễn đàn... chia sẻ, dẫn lại với tốc độ chóng mặt, gây hoang mang, lo sợ cho nhiều người. Tuy nhiên, sau đó, trả lời báo chí, lãnh đạo Công an phường Bến Thành (quận 1, TP HCM) khẳng định: “Từ đêm qua đến giờ công an phường chưa tiếp nhận bất cứ thông tin liên quan đến chặt tay và cướp trên địa bàn”. Cơ quan công an quận 1 cũng khẳng định: “Không hề có vụ chặt tay cướp iPhone nào xảy ra trên địa bàn quận 1 vào đêm qua”.

Phân tích: Người đưa thông tin lên mạng thậm chí không có tên thật, chỉ có tên trên mạng là Tý Nhóc Lóc Chóc, không hề có các thông tin cá nhân có thể kiểm tra lại được. Thông tin đưa lên chỉ thông qua trang mạng xã hội Facebook, không hề có các cổng kiểm duyệt thông tin và chỉ xuất phát từ một nguồn duy nhất.

b. Kiểm tra xem trên website của tổ chức (cơ quan, đơn vị) đó xem họ có nêu rõ các mục tiêu, và những mục tiêu này có nhất

quán với các thông tin được đăng tải trên website đó không.

Ví dụ: Nếu một trang web tự nhận mình là một trang báo điện tử, thì bạn kiểm tra xem có đúng là nó có giấy phép hoạt động như một trang báo điện tử hay không? Tổ chức (cơ quan, đơn vị) đó có quyền ban hành ấn phẩm báo chí hay không? Thông tin đăng tải có phù hợp với thông tin báo chí chưa?

Một số trang web vẫn đưa thông tin thời sự trong khi giấy phép không phải là báo điện tử: Tinnhanh24h: Cơ quan chủ quản: Công ty Dịch vụ và Truyền thông Vinaon Nguyentandung.org: không hề có thông tin về cơ quan chủ quản

Soha.vn: Công ty cổ phần truyền thông Việt Nam - VC Corp

c. Phân biệt rõ giữa thông tin chính thống và ý kiến riêng của người viết và cả nguồn tin, tránh trích dẫn nhầm, đưa ra những phán đoán không chính xác

Ví dụ: Đầu tháng 7-2013, cộng đồng mạng như xôn xao về thông tin TP.HCM ra văn bản cấm phụ nữ trên 33 tuổi mang thai. Chỉ từ một mẩu tin nhỏ do phóng viên báo điện tử V diễn đạt chưa đúng ý kiến của bà Tô Thị Kim Hoa - chi cục trưởng Chi cục Dân số và kế hoạch hóa gia đình TP.HCM, hàng trăm bài viết khác về việc này đã xuất hiện trên các trang mạng với đủ kiểu bình luận, mở rộng thông tin, lập những diễn đàn bình luận, thậm chí chửi bới để hút dư luận tăng view. Sự việc liên tục kéo dài cho đến khi một số tờ báo chính thống thực hiện bản tin phỏng vấn bà Tô Thị Kim Hoa khẳng định không hề có quy định này. Sau đó, trừ báo mạng V có lời xin lỗi, các trang mạng từng nói đuôi gây ra cơn bão dư luận đã thần nhiên rút bài như chưa từng đưa tin và không kèm theo lời xin lỗi nào.

Bà Hoa cho biết phóng viên của báo V đã đưa

bản tin đầu tiên việc phụ nữ trên 33 tuổi không được mang thai là sơ sót, ghi sai ý của bà khi trao đổi bên lề dẫn tới hiểu nhầm. Tuy nhiên, các trang mạng khác khi dẫn lại đã cố tình lờ đi bối cảnh thông tin, nâng mức độ quan trọng rằng đó là thông tin được trích từ văn bản.

d. Kiểm tra đường dẫn (URL) – có thể nhanh chóng biết được một số thông tin khi nhìn vào đường dẫn của một website.

Ví dụ: Một đường dẫn tên miền có đuôi .com mà đơn thuần chỉ 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 lại hô hào cho chủ trương riêng. Tuy nhiên có thể có lợi cho một khía cạnh nào đó khi khai thác thông tin này (trong việc phê bình chẳng hạn). Các tên miền có đuôi .edu có thể là website của một trung tâm nghiên cứu, một học viện hay thậm chí của một học sinh – vì thế nên kiểm tra kỹ.

e. Nếu website đó trích dẫn thông tin từ nguồn khác thì phải tiếp tục kiểm tra nguồn được trích dẫn này, tìm đến website “chính gốc” để kiểm chứng và nếu cần thì trích dẫn từ trang này.

Ví dụ: Thông tin hủ tiếu gõ được nấu với chuột cống lan truyền mạnh mẽ trên mạng, được nhiều trang báo mạng trích đăng lại thực chất là xuất phát từ trang web không hề có nguồn gốc rõ ràng nguyentandung.org. Tại trang này, lúc đầu, bài viết được ký tên tác giả là Đại Lâm như một phóng viên thực thụ đã chứng kiến vụ việc và đăng kèm hình ảnh để chứng minh. Tuy nhiên, sau đó, tác giả của bài viết lại ký là “bạn đọc” và hình ảnh đã sửa thành “minh họa”. Sau đó, nội dung của báo viết nói trên cũng được cơ quan chức năng khẳng định là bịa đặt.

f. Kiểm tra mức độ cập nhật và tính chính xác của tài liệu - cần lưu ý xem tài liệu bị

“lạc hậu” tới mức nào.

g. Kiểm tra xem đường link trên trang web thường dẫn tới đâu. Nếu nó nối với các website đáng tin cậy thì đó là một dấu hiệu cho thấy trang này có giá trị.

h. Kiểm tra vị trí xếp hạng trang web, vì nó chỉ ra cho chúng ta biết độ tin cậy và sự phổ biến của trang web một cách khá chắc chắn.

Tuy nhiên, cũng có trường hợp các website có thể “thương mại” vị trí xếp hạng của mình nên khi có nghi ngờ bạn thử truy cập vào whois. domaintools.com để kiểm tra. Những tên miền con (subdomain) trực thuộc một trang web nào đó cũng nên kiểm tra kỹ có “đúng” không trước khi quyết định tin tưởng nó? Thêm từ khóa “hoax”, “fake”... để tìm kiếm và phát hiện những trang mô phỏng hay giả mạo (snopes.com/istwitterwrong/tineeye/...).

3. Chúng ta nên tin ai trên mạng xã hội?

- Không nên tin vào người lạ, dẫu cho họ trông có đáng tin, lịch thiệp và «thật» đến cỡ nào. Số lượng «like», «comment», người theo dõi có thể phản ánh độ nổi tiếng, nhưng không phải uy tín.
- Đọc và kiểm tra những gì họ đã viết, chia sẻ trong quá khứ.
- Xây dựng mạng lưới riêng của bạn, tìm kiếm những cá nhân và tổ chức bạn có thể tin tưởng. Đừng tin vào một nguồn duy nhất, dù cho bạn có tin tưởng tổ chức và cá nhân đó đến nhường nào.

Ví dụ: Hoa hậu Mai Phương Thúy từng bị giả mạo Facebook để quảng cáo cho một sản phẩm đối thủ của nhãn hàng mà Thúy làm quảng cáo. Đàm Vĩnh Hưng chưa hề sử dụng Facebook cũng bị kẻ gian lập Facebook giả nói xấu người khác. Uyên Linh bị kẻ xấu giả mạo Facebook toàn đưa lên những chuyện tình

dục, đồng tính. Diễn viên hài Hoài Linh bị giả mạo Facebook quảng cáo bán hàng. “Giáo sư Xoay” Đinh Tiến Dũng bị giả mạo Facebook với những phát biểu linh tinh, phân động. Mới nhất là nghệ sĩ hài Minh Vương bị giả mạo Facebook để kêu gọi làm từ thiện³.

Thậm chí còn có một Facebook giả mạo Wanbi Tuấn Anh nhằm huy động tiền trả nợ cho người ca sĩ quá cố này. Theo đó, trang Facebook này đã đăng tải những dòng chia sẻ về chuyện nợ nần trong thời gian chữa bệnh của Wanbi với số nợ lên đến 6 tỷ đồng. Ngoài ra, kẻ giả mạo này còn cung cấp số tài khoản ngân hàng và ra lời kêu gọi người hâm mộ ủng hộ tiền giúp Wanbi trả nợ⁴. ■

Những hạn chế của thông tin trên Internet

a. Nhiều không có nghĩa là chất lượng do chính độc giả (thậm chí là những nhà báo) bắt đầu chạy theo “tốc độ” đưa tin chứ không tâm tới “sự chính xác”. Bằng chứng là có rất nhiều thông tin khi đưa lên ban đầu đã có những sai sót về tên, địa điểm, sự việc và sau đó thì sẽ sửa lại dễ dàng trên Internet.

b. «Hiệu ứng giảm cẩn trọng» (disinhibition effect - người ta ít cẩn trọng, thoải mái hơn trên Internet) khiến phần bình luận (comment) của các website trở thành nơi trêu chọc, quấy rầy, chỉ trích người khác...

Trong công trình nghiên cứu về «Mạng xã hội và nơi làm việc» của Viện Nghiên cứu việc làm (IES, Anh) công bố năm 2010, cụm từ «cyber-

bullying», tạm dịch là «ngược đãi trên không gian điều khiển», được định nghĩa là «bất kỳ việc sử dụng thông tin hay công nghệ truyền thông nào nhằm ủng hộ những mưu toan gây tổn thương, bối rối hay giận dữ» cho người khác.

Trong số những hành động được cho là ngược đãi hay ức hiếp trên không gian điều khiển có việc «viết các bình luận (comment) công kích cá nhân trên các trang xã hội kể cả khi cá nhân đó không đọc hoặc không biết việc người ta viết về mình», và «chia sẻ những thông tin cá nhân của người khác mà bình thường không bao giờ họ muốn cho những người lạ biết».

Ví dụ: Gần ngày thi tốt nghiệp của con, bà Nguyễn Thị Ch. (nhà đường Phan Chu Trinh, Đà Nẵng) hoảng hốt khi thấy con gái Phan U.N. (học sinh trường THPT Trần Phú) nằm ngất lịm trên giường, khẩn cấp đưa đi cấp cứu. Lúc tỉnh dậy, N. cho biết mình uống thuốc an thần tự mua ở quầy thuốc tây nhằm “quyên sinh” sau khi bị trang FB “BỘ MẶT THẬT CỦA CÁC HOT TEEN ĐÀ THÀNH” đăng bài xuyên tạc, xúc phạm danh dự. Theo nội dung status này, N. bị dựng chuyện có con khi đang học, đi học kênh kiệu, chảnh chọe, không hòa đồng⁵...

c. Kinh phí cho tòa soạn bị cắt giảm gây ảnh hưởng chất lượng báo chí, nhiều tờ báo đã buộc phóng viên của mình phải tìm mọi cách để tăng view, tăng quảng cáo cho trang web

Ví dụ: Trích từ bài viết «Hoặc tin bài, hoặc nghỉ việc « trong loạt phóng sự «Thảm họa câu view» trên báo Tuổi Trẻ ngày 3-11-2013: Một tờ báo điện tử có số lượng truy cập cao tại Việt Nam đã hợp đồng với một công ty chuyên về quảng cáo lo toàn bộ quảng cáo cho tờ báo này. Hợp đồng này được thực hiện trọn gói với giá tiền được tính một lần cho mỗi năm. Hợp đồng cũng quy định rõ ràng nếu báo điện tử không đạt lượng truy cập (pageview) cần thiết

thì bên công ty quảng cáo sẽ cắt toàn bộ hợp đồng. Bởi đây chính là số tiền “nuôi” tờ báo nên lãnh đạo tờ báo đã quyết định mời một “nhà báo” có kinh nghiệm trong lĩnh vực làm báo “thị trường” về chỉ một nhiệm vụ: giật tít gây sốc để câu view. Thế là những cái tít giật gân, gây sốc xuất hiện tràn đầy trên tờ báo vốn có bạn đọc từ thế này.

Việc này đã gây nên một sự xáo trộn rất lớn trong nội bộ chính tờ báo đó bởi một nửa nhân viên cho rằng cần giữ tôn chỉ mục đích mà tờ báo đã thực hiện bấy lâu. Tuy nhiên, do nguy cơ bị cắt hợp đồng quảng cáo trọn gói nên “nồi cơm” đã chiến thắng. Nhưng bị kịch xảy ra: “nồi cơm” chỉ no vài bữa, những bạn đọc lâu năm gần bó với tờ báo đã hoàn toàn thất vọng và bỏ đi tìm tờ báo điện tử khác, lượng đọc sút giảm nên nguy cơ bị cắt hợp đồng vẫn luôn chực chờ.

d. Không có bộ lọc, không có rào cản nào với những người kích động phe phái

Đối tượng Đinh Nhật Uy, sinh năm 1983, giám đốc công ty trách nhiệm hữu hạn AT, ngày 15/6, đã bị cơ quan an ninh điều tra tỉnh Long An bắt tạm giam 3 tháng về tội “Lợi dụng các quyền tự do dân chủ, xâm phạm lợi ích của Nhà nước, quyền, lợi ích hợp pháp của tổ chức công dân,” theo điều 258 của Bộ luật hình sự. Trước đó, qua quá trình điều tra, xác minh, lực lượng an ninh phát hiện Đinh Nhật Uy đã có hành vi soạn thảo, đăng tải một số hình ảnh và bài viết đăng trên trang blog cá nhân có nội dung sai sự thật, xuyên tạc làm ảnh hưởng đến uy tín của cơ quan Nhà nước, quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức công dân⁶.

Ví dụ khác: Trong lĩnh vực kinh tế, nổi bật vụ việc ba đối tượng tung tin bịa đặt trên mạng về việc bắt giữ lãnh đạo một ngân hàng. Đầu chỉ là tin đồn trên blog, được mạng xã hội phát tán, song trên thực tế đã gây ảnh hưởng rất

lớn tới thị trường chứng khoán, khiến gần 430 mã chứng khoán giảm điểm, tỷ giá USD liên ngân hàng đã tăng từ 20.900 VND/USD lên 21.000 VND/USD. Thiệt hại là vậy, nhưng theo pháp luật hiện hành, hành vi của các đối tượng này chỉ có thể bị xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực công nghệ thông tin với mức 10 triệu - 20 triệu đồng.

e. Ranh giới mờ dần giữa tin tức và quảng cáo

Dưới áp lực kinh tế, nhiều bài viết trên mạng đã chen vào rất nhiều thông tin quảng cáo, làm sai lệch đi tính chất của thông tin, khiến độc giả trở nên hoang mang, mù mờ và tin theo một cách sai lệch các thông tin mình tiếp nhận

Ví dụ: Bài viết dưới đây thực chất là một bài PR cho sản phẩm Pepsi nhưng lại nằm trong trang nội dung của một trang báo mạng và được đưa lên ngay trang chủ.

Mỹ Tâm “Ước gì... chỉ có Pepsi thôi”

“Ngày hội sáng khoái” tại Trung tâm triển lãm Giảng Võ ngày hôm qua đã khẳng định sức nóng khủng khiếp của sân chơi này, khi lần đầu tấn công ra Hà Nội.

Chia tay miền Tây sông nước với 3 đêm nhạc tung bừng, hành trình Ngày hội sáng khoái tiếp tục đến với miền Bắc. Và Hà Nội là điểm dừng chân đầu tiên với sự quy tụ của dàn sao “khủng”..

Có lẽ lâu lắm rồi khán giả trẻ ở Hà Nội mới lại có dịp được cuồng nhiệt, hòa mình vào không khí sôi động cùng Ngày hội sáng khoái giống như tối qua (28/6) tại Triển lãm Giảng Võ. Ngay từ chiều, rất đông các bạn trẻ có mặt và xếp hàng để vào bên trong cùng tham gia các trò chơi hấp dẫn của ngày hội Pepsi now!. Xuyên suốt gần 3 giờ đồng hồ, 5 trò chơi chính của chương trình đã thu hút hàng ngàn khán giả tham gia sôi động. Đặc biệt, trò chơi cuộc chiến gối ôm đã khiến cả khán phòng như nổ

tung khi nhận được sự hưởng ứng nồng nhiệt của các bạn trẻ. Nếu Đan Trường, Hà Anh Tuấn, Kasim Hoàng Vũ hay nhóm 365 luôn là những đại sứ đồng hành cùng Pepsi trong suốt chặng đường qua thì Mỹ Tâm lại lần đầu tiên xuất hiện trên sân khấu Ngày hội sáng khoái. Tất cả như đứng ngồi không yên khi Mỹ Tâm từ từ xuất hiện phía trong cánh gà đi ra sân khấu với ca khúc Ước gì quen thuộc. Bất ngờ trong lúc chuẩn bị hết bài, nữ ca sĩ đã chế lời bài hát thành “Ước gì... chỉ có Pepsi thôi” khiến các fan vô cùng thích thú và hô to tên Mỹ Tâm⁷. ■

Những ưu điểm của thông tin trên Internet

a. Có thể sửa lỗi sai

b. Dân chủ hoá quá trình đánh giá tin tức: thông tin được nhận định, đánh giá đa chiều hơn, đặc biệt dưới góc nhìn của công chúng

Ví dụ: Ngày 25-12, bị cáo Hồ Duy Trú bị hội đồng xét xử (HĐXX) Tòa án nhân dân TP.HCM đã tuyên tử hình với hành vi cầm đầu, tổ chức bàn bạc, thực hiện hành vi côn đồ và gây ra 15 vụ cướp trong sáu tháng với số tiền cướp lên tới 610 triệu đồng, gây thương tích cho bảy người bằng thủ đoạn dùng dao dài chém nạn nhân. Khi HĐXX tuyên án tử hình Trú, mẹ ruột của Trú đã la hét trong phòng xử, lao vào xe chở phạm nhân, thậm chí hành hung luật sư và có những lời lẽ rất khiếm nhã. Các thông tin này khi đưa lên mạng đã tạo ra rất nhiều ý kiến khác nhau từ phía công chúng.

Dưới đây trích từ tổng hợp của báo Tuổi Trẻ từ 6000 ý kiến của bạn đọc phản hồi về Tuổi Trẻ Online đối với vụ việc này⁸:

Theo dõi phiên tòa, nhiều bạn đọc trách người mẹ đã không biết dạy con để bị cáo trở thành kẻ cướp máu lạnh, rồi sau đó lại manh động nơi chốn công đường. Tuy nhiên, cũng có không ít bạn đọc thương cho người mẹ với nỗi đau mất con khi giọt máu mình mang nặng đẻ đau phải lãnh án tử hình.

Đứng về phía những người phê phán, một bạn đọc ký tên Cô giáo nghèo viết: “Không phải ai nghèo khổ cũng có cách bênh con như bà mẹ này. Bà còn đòi chém chết nạn nhân nếu biết con mình bị tử hình. Nạn nhân có tội gì, có làm gì xúc phạm đến gia đình bà? Cả con gái bà cũng tham gia chửi bới mọi người và hùa theo bà. Không thể đổ lỗi cho xã hội. Đây là vấn đề của lương tâm. Người ta dù nghèo vẫn có lương tâm, lương tâm của một con người”.

Còn ở góc độ một người mẹ, không ít bạn đọc cho rằng việc phản ứng đó có hơi quá đáng nhưng cũng nên cảm thông cho bà bởi có người mẹ nào mà không thương con; có người mẹ nào mà không bàng hoàng, sửng sốt khi nghe rằng mình sẽ vĩnh viễn mất đứa con trai mang nặng đẻ đau...

Trong số này, bạn đọc Trần Minh Thu viết: “Đọc xong bài viết, tôi thấy rất buồn và xót xa cho người mẹ khi biết con mình bị xử tử hình. Nếu tôi là mẹ của Trú, tôi sẽ không dám đến dự phiên tòa, không dám đối mặt với các nạn nhân do con mình gây ra. Có con hư là nỗi đau của các bà mẹ. Vì không bà mẹ nào muốn con mình sinh ra trở thành kẻ độc ác, bị pháp luật xử tử hình. Nhưng nếu bà mẹ biết quan tâm đến con mình thì có lẽ không có ngày hôm nay. Trú còn quá trẻ...”.

Trung dung hơn, có một luồng ý kiến dù rất cũ nhưng vẫn còn giá trị là qua câu chuyện đau lòng này, một lần nữa đã cảnh tỉnh mọi người nhìn lại: Hãy nghĩ đến mẹ trước khi làm điều

độc ác! Có nghĩ đến hình ảnh người mẹ già vẫn khắc khoải chờ con đi chơi khuya chưa về; có nghĩ đến công lao người mẹ bao năm chăm bón, dạy dỗ với niềm tin con đã nên người... chắc hẳn rằng trước khi làm điều ác nào đó, người ta sẽ suy nghĩ lại.

Và, cuối cùng một luồng ý kiến được nhiều người đồng tình nhất, đó là: cho dù bất cứ giá nào cũng phải bảo vệ kỷ cương nơi chốn pháp đình. Theo nhiều bạn đọc, để xảy ra những hình ảnh không hay như phiên tòa ngày 25-12, trước hết phải thừa nhận lực lượng cảnh sát bảo vệ và hỗ trợ tư pháp không thực hiện hết trách nhiệm của mình.

Bạn đọc có tên Nedcen đề nghị: “Tôi cho rằng qua vụ việc này, các vị có trách nhiệm cần phải chấn chỉnh việc bảo vệ các phiên tòa cho nghiêm túc hơn, có kế hoạch bảo vệ các thẩm phán an toàn hơn”. Bạn đọc Lê Minh đồng tình: “Trong trường hợp này, có thể các cảnh sát bảo vệ không muốn khiến gia đình bị cáo thêm ức chế, điên cuồng vì người ruột thịt bị tử hình. Nhưng luật pháp phải được giữ nghiêm, đặc biệt nơi công đường. Cảnh sát hỗ trợ tư pháp nên có phương án cương quyết hơn để ngăn chặn những hành vi manh động”.

c. Cho phép người ta dễ theo dõi và phát hiện lỗi sai sót của thông tin hơn

d. Lựa chọn tin tức cá nhân hóa và tùy chọn hóa

«Một con sóc chết trước nhà bạn có thể làm bạn quan tâm nhiều hơn người ta đang hấp hối ở châu Phi» - Mark Zuckerberg

e. Người dùng có thể đóng góp thông tin như những nhà báo công dân (citizen journalist)

f. Nhiều phương thức truyền tải thông tin mới, đáp ứng được đa dạng nhu cầu của từng cá nhân:

- Google Plus: Google+ là một “lớp xã hội” (social layer) không chỉ gồm một website duy nhất, mà bao quát nhiều tài sản trực tuyến của Google
- LinkedIn: mạng xã hội chuyên về nghề nghiệp.
- Twitter: mạng xã hội trực tuyến và dịch vụ tiểu blog cho phép người dùng gửi và đọc các tin nhắn văn bản lên đến 140 ký tự nên có ưu điểm cập nhật thông tin liên tục
- Facebook: mạng xã hội đang có đến 950 triệu người dùng, cập nhật thông tin đa dạng từ chữ viết, hình ảnh đến video
- Youtube: mạng xã hội chuyên về video
- Instagram: Mạng xã hội chuyên về hình ảnh. ■

■

Kết luận

- Như một người tiêu dùng tin tức, bạn là một phần của quá trình sản xuất và phổ biến tin tức
- Quyền và trách nhiệm từng thuộc về các nhà báo, giờ cũng thuộc về độc giả. Những gì mà bạn thích (like), chia sẻ (share), tweet, đăng (post), viết (write)... có tác động đến quá trình “xác minh”
- Cần có tư duy phản biện và luôn kiểm tra với nhiều nguồn trước khi hành động
- Ghi nhớ VIA (xác minh, độc lập, trách nhiệm) để nhận diện đầu là “tin tức” và nên tin tưởng vào điều gì. ■

CHÚ THÍCH

¹ <http://tuoitre.vn/Chinh-tri-Xa-hoi/583806/clip-xe-cho-bia-gap-nan-nhieu-nguoi-do-xo-hoi-cua.html>

² <http://tuoitre.vn/Chinh-tri-Xa-hoi/574191/tuong-thuat-le-tien-dua-dai-tuong-vo-nguyen-gi-ap.html>

³ <http://tuoitre.vn/van-hoa-giai-tri/551601/nghe-si-dau-kho-voi-nan-facebook-gia.html#ad-image-0>

⁴ <http://nld.com.vn/su-kien/gia-mao-facebook-wanbi-tuan-anh-de-moi-tien-2013080103412751.html>

⁵ <http://www.tienphong.vn/gioi-tre/636550/nu-sinh-tu-tu-vi-trang-facebook-hot-teen-da-thanh-tpp.html>

⁶ <http://www.vietnamplus.vn/long-an-bat-giu-doi-tuong-viet-blog-xuyen-tac-su-that/206802.vnp>

⁷ <http://kenh14.vn/viet-nam/my-tam-khien-khan-gia-cuc-thich-thu-khi-uoc-gi-chi-co-pepsi-thoi-p14r20130629113755490.chn>

⁸ <http://tuoitre.vn/Ban-doc/587470/hay-nghi-den-me-truoc-khi-vung-dao.html>

Thông tin mâu thuẫn trong các bài báo kinh tế

7

— Minh Thiên

Trong chương này, bạn sẽ học cách:

1. Phân biệt giữa một bản tin kinh tế đơn thuần và một bản tin kinh tế vì mục đích thương mại.
2. Định vị các luồng thông tin trái chiều khi trong tay chỉ sở hữu một lượng kiến thức kinh tế nhất định.

Đặc trưng của báo chí kinh tế

Báo chí kinh tế
= **BÁO CHÍ** *đăng tải thông tin KINH TẾ*

ĐẶC TRƯNG:

- Khô khan và thường được xếp vào dạng báo chí nghiêm túc (không có hoặc rất ít “tính giải trí”). Các bài báo kinh tế thường chứa đựng thông tin phản ánh, dự báo, biện luận về kinh tế. Thường xuất hiện ở chuyên mục Kinh tế trên các báo.
- Sự cảm nhận và nắm bắt của độc giả phụ thuộc vào tính liên quan đến thông tin kinh tế đó với người đọc, kiến thức, trình độ và sự quan tâm. Tương tự, nó có tác động trở lại, sẽ ảnh hưởng đến kiến thức và trình độ nhận thức về thông tin của người đọc.
- Ngày nay, báo chí chạy theo khuynh hướng thương mại hoá ngày càng nhiều và càng lúc càng phát minh ra nhiều chiêu trò hơn. Đơn giản nhất vẫn là các bài PR. Đây là các bài báo nhằm đưa ra thông tin “tưởng như” khách quan nhưng chủ yếu là để phục vụ lợi ích của các tổ chức, doanh nghiệp hoặc tổ chức nào đó. Ví dụ: các chiến dịch PR về công ty, sản phẩm mới, các chủ doanh nghiệp. Thậm chí, nhiều công ty còn thuê người viết các bài báo để che bai đối thủ. ■

Lỗi và nguyên nhân gây ra lỗi trong các bài báo kinh tế

Chúng ta cần phải TỈNH TÁO để HIỂU sự thực đằng sau một bài báo kinh tế. Thông thường, phóng viên kinh tế thường mắc các lỗi sau:

• LỖI VÔ Ý

- + Số liệu, thông tin chưa được cập nhật: dễ xảy ra nhất. VD: số liệu cũ, chức danh một nhà quản lý đã thay đổi song chưa được cập nhật.
- + Lỗi kiến thức: đến từ nguyên nhân là trình độ của nguồn tin, phóng viên, ban biên tập.

• LỖI CỐ Ý

- + Sự cố tình “lập lờ con đen” của nguồn tin nhằm phục vụ mục đích của cá nhân, tổ chức nào đó. Ví dụ: doanh nghiệp đưa các thông tin không đầy đủ, sai sự thực về doanh nghiệp mình hoặc vô tình tiết lộ thông tin xấu của đối thủ. Kết quả: phóng viên, ban biên tập bị “dắt mũi”.
- + Sự không ngay thẳng của phóng viên hoặc biên tập viên: nhằm mục đích trục lợi, vùi vỉnh doanh nghiệp. Ví dụ: liên tục nhắc lại cái sai của doanh nghiệp trong quá khứ nhằm “dim hàng” doanh nghiệp, cố tình đưa thông tin bất lợi như các lời đồn vô căn cứ nhằm bôi xấu doanh nghiệp hoặc nói quá về doanh nghiệp để nâng giá trị cổ phiếu của doanh nghiệp (có thể họ cũng có cổ phần trong doanh nghiệp này) hoặc tống tiền doanh nghiệp.

Phát hiện lỗi trong các bài báo kinh tế

Nguyên tắc I'M VAIN

Với một bài báo kinh tế, số liệu thường được sử dụng. Các lỗi thường gặp và dễ nhận biết nhất là lỗi mâu thuẫn về số liệu.

- + Bài PR: số lượng và hình thức thể hiện bài PR càng ngày càng tinh vi, người đọc không dễ dàng nhận ra.

• TRƯỜNG HỢP ĐẶC BIỆT

Không đúng, không sai, tùy thuộc vào góc nhìn, thường xảy ra trong trường hợp các bài bình luận về kinh tế.

Các cây bút bình luận kinh tế bên ngoài hoặc các cây viết thâm niên thuộc biên chế của tòa soạn thường sử dụng các lý lẽ biện luận khác nhau. Theo đó, họ cũng sẽ đưa ra các dẫn chứng khác nhau để chứng minh cho lập luận của mình.

Người đọc thông minh không công kích góc nhìn, mà chỉ ra những lỗi ngụy biện trong lập luận của các tác giả. Ngoài ra, độc giả cũng cần lưu ý đến sự chính xác của các dẫn chứng và bối cảnh kinh tế đang diễn ra đồng thời. ■

Chú ý: Hiện nay, việc tiếp cận báo chí không khó khăn. Chỉ cần một vài cú click chuột hoặc lướt qua vài đầu báo là bạn có thể kiểm chứng số liệu. Đặc biệt, các tổ chức hoặc doanh nghiệp thường gửi cùng một loại thông cáo báo chí đến một số đầu báo lớn khi có những sự kiện quan trọng diễn ra. Chẳng hạn, Vingroup mở cửa Vinpearl, hoặc Ủy ban nhân dân tỉnh hoặc Sở Công thương hoặc Sở kế hoạch đầu tư của tỉnh công bố công bố kết quả phát triển kinh tế của tỉnh Nha Trang. Do đó, lướt qua vài đầu báo, nhất là các báo có tính chất giống nhau là có thể xác minh được thông tin. Ví dụ: thông tin xuất hiện trên mục Kinh tế báo Thanh Niên thì mục Kinh tế của báo Tuổi trẻ cũng thường sẽ đề cập. Đây là cách nhận thông tin đúng sai khá đơn giản, không hề đánh đổ kiến thức của người đọc. ■

TIN 1.1

20% doanh nghiệp châu Âu cân nhắc rời Việt Nam

Thứ Tư, 28/08/2013 - 10:00 • BÍCH DIỆP

(Dân trí) - Lo ngại lạm phát trở lại và gia tăng hoài nghi về triển vọng kinh tế vĩ mô, nhiều doanh nghiệp châu Âu đã cân nhắc dời công việc kinh doanh từ Việt Nam sang các thị trường ASEAN khác.

Áp lực cạnh tranh của Việt Nam trong thu hút vốn FDI với các quốc gia cùng khu vực ngày càng gia tăng.

Phòng Thương mại châu Âu tại Việt Nam (EuroCham) vừa công bố kết quả cuộc khảo sát lần thứ 12 về Chỉ số kinh doanh của các doanh nghiệp châu Âu hàng quý được thực hiện vào tháng 8/2013.

Trong khảo sát lần này, EuroCham đã đặt câu hỏi về sự ảnh hưởng sự gia tăng vai trò của ASEAN đối với kế hoạch kinh doanh và việc ra quyết định của doanh nghiệp. Kết quả cho thấy, khoảng 20% doanh nghiệp phản hồi đã cân nhắc việc chuyển công việc kinh doanh sang thị trường ASEAN khác trong 6 tháng vừa qua.

"Đây là một dấu hiệu cho thấy sự thất vọng về môi trường kinh doanh hiện tại và sức cạnh tranh đang gia tăng của các thị trường khác trong khu vực", báo cáo của EuroCham đánh giá.

Đánh giá về vị thế của Việt Nam trong bối cảnh kinh doanh khu vực, 45% các doanh nghiệp đã cho rằng, các thị trường ASEAN khác là điểm đến tốt hơn Việt Nam, 37% đánh giá môi trường kinh doanh tại Việt Nam ở mức trung bình và chỉ có 18% nhận xét, Việt Nam có môi trường kinh doanh trong nhóm dẫn đầu khu vực.

Chỉ số môi trường kinh doanh của Việt Nam trong mắt các doanh nghiệp châu Âu qua đợt khảo sát lần này vẫn tiếp tục duy trì mức trung bình, trong đó, số lượng đánh giá tiêu cực đã tăng từ 25% của quý trước lên 28%.

Trong khi tỷ lệ các doanh nghiệp hy vọng tăng đầu tư tại Việt Nam đã giảm 8% so với quý trước còn 34% thì số doanh nghiệp cho rằng sẽ giảm đầu tư đã tăng lên 21% từ mức 19% ở quý trước.

Dù chỉ số giá tiêu dùng (CPI) đã được kiềm chế và kiểm soát trong 8 tháng đầu năm, nhưng các doanh nghiệp châu Âu vẫn lo ngại lạm phát sẽ quay trở lại. Có tới 43% phản hồi quan ngại lạm phát có thể tác động đáng kể, thậm chí là đe dọa đến công việc kinh doanh của họ.

Ngoài ra, cũng có những hoài nghi về triển vọng kinh tế vĩ mô. Nếu quý trước chỉ có 48% phản hồi dự đoán về sự suy thoái của môi trường kinh tế vĩ mô thì quý này, số lượng phản hồi về tình hình kinh tế vĩ mô đã trở nên xấu hơn (chiếm 60%).

Chủ tịch EuroCham, ông Preben Hjørtlund nói: "Điều đáng suy ngẫm là chỉ số môi trường kinh doanh không tiếp tục tăng và duy trì ở mức trung bình. Ngay cả khi nhiều doanh nghiệp đã hoạt động ở đây một thời gian dài thì điều đáng lo ngại là nhiều doanh nghiệp nhận thấy các thị trường ASEAN khác là những điểm đến kinh doanh tốt hơn và tiềm năng hơn".

Và do vậy, Việt Nam cần tiếp tục và tăng cường các nỗ lực nhằm cải thiện các vấn đề cơ cấu cơ bản của nền kinh tế cũng như đảm bảo một hiệp định thương mại tự do bền vững và khả thi. ■

TIN 1.2

Doanh nghiệp châu Âu vẫn muốn làm ăn lâu dài tại VN

27/08/2013 18:43 (GMT + 7) • TRẦN VŨ NGHI

(TTO) - Ngày 27-8, Hiệp hội Doanh nghiệp châu Âu tại VN (EuroCham) công bố kết quả khảo sát chỉ số kinh doanh quý 3-2013 của các doanh nghiệp châu Âu tại VN với mức đánh giá trung bình (tương ứng thang điểm 50), bằng với mức khảo sát của quý trước.

Theo EuroCham, dù mức độ tin cậy và triển vọng kinh doanh trong cộng đồng doanh nghiệp châu Âu tại VN chỉ đạt mức trung bình trong quý 3-2013 (bằng với quý trước), nhưng xét về tương lai, triển vọng kinh tế được đánh giá sẽ tiếp tục cải thiện với lượng phản hồi tích cực tăng lên 51% so với mức 43% của quý trước.

"Đây là một sự minh chứng rõ ràng cho việc các doanh nghiệp hội viên của EuroCham cam kết hoạt động lâu dài tại VN" - EuroCham nhấn mạnh.

Khảo sát cũng cho thấy số doanh nghiệp có ý định "tăng đầu tư đáng kể" vẫn duy trì ở mức 13%, bằng với quý trước và lượng đơn hàng/mức doanh thu mong đợi về mặt trung hạn vẫn được các doanh nghiệp đánh giá "tích cực". Đồng thời số doanh nghiệp hi vọng doanh thu tăng tiếp tục được cải thiện từ mức 53% của quý trước lên 61% trong quý này.

Đánh giá về lạm phát, kết quả khảo sát cũng cho thấy các doanh nghiệp hội viên đều cho rằng "lạm phát sẽ quay trở lại" với 43% phản hồi cho thấy lạm phát có tác động đáng kể, thậm chí là đe dọa đến công việc kinh doanh của họ, tăng 8% so với kết quả khảo sát của quý trước.

Đặc biệt, 80% phản hồi từ các doanh nghiệp hội viên đều cho biết "chưa cân nhắc đến việc chuyển dịch kinh doanh", dù trước đó có không ít doanh nghiệp khi được hỏi đã cho rằng "các thị trường ASEAN khác là điểm đến cho kinh doanh tốt hơn VN".

Điều này cho thấy phần lớn doanh nghiệp của EuroCham "vẫn trung thành với thị trường VN về mặt dài hạn", chủ tịch EuroCham, ông Preben Hjørtlund, chia sẻ. ■

* Câu hỏi:

Cùng một nguồn tin, cùng thời điểm, nhưng nội dung hai bài báo được khai thác lại theo hai hướng đối lập nhau. Tiêu đề nào đúng?

* Gợi ý trả lời:

Không thể trả lời đúng/sai trong trường hợp này, vì hai bài báo thể hiện hai góc nhìn khác nhau.

Bài báo trên Dân Trí thể hiện thái độ của doanh nghiệp trong quý III. Bài báo trên Tuổi Trẻ thể hiện thái độ của doanh nghiệp về dài hạn.

TIN 2.1

Mua 92 máy bay, VietJetAir tham vọng trở thành hãng bay số 1 Việt Nam?

Thứ Năm, 26/09/2013 - 11:40 • HỒNG MINH (TỔNG HỢP)

(GDVN) - Thông tin hãng hàng không giá rẻ VietJetAir đã ký thỏa thuận nguyên tắc đặt hàng mua 92 máy bay và thuê thêm 8 chiếc Airbus 320 với tổng trị giá tới 9,1 tỷ USD đang gây xôn xao dư luận. Nếu cùng lúc số lượng máy bay trên được đưa về VietJetAir, hãng hàng không này sẽ vượt qua Vietnam Airlines trở thành hãng hàng không lớn nhất Việt Nam.

Tính đến thời điểm hiện nay, lĩnh vực công nghiệp hàng không Việt Nam đang được khai thác bởi 4 hãng hàng không là Vietnam Airlines, Jetstar Pacific Airlines, VASCO, Vietjet Air. Tuy nhiên, chưa hãng hàng không nào trong số đó sở hữu lượng máy bay lên đến 92 chiếc.

Vietnam Airlines sở hữu khoảng 80 máy bay

Vietnam Airlines đang là hãng hàng không khai thác nhiều đường bay nhất tại Việt Nam, trong đó có các đường bay đến khu vực Đông Nam Á, Đông Á, châu Âu và châu Đại Dương, với 46 điểm đến ở 19 quốc gia. Trụ sở chính được đặt tại sân bay quốc tế Nội Bài và sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất.

Tính đến cuối năm 2011, Vietnam Airlines chiếm khoảng 80% thị phần thị trường hàng không nội địa tại Việt Nam và khoảng 40% thị phần khách du lịch bay đến và rời Việt Nam.

Sở hữu số lượng máy bay khoảng 80 chiếc, Vietnam Airlines cũng là hãng hàng không đang khai thác đội bay lớn và đa dạng nhất với nhiều chủng loại như Boeing 707; Boeing 737; Boeing 767; Ilyushin Il-14; Tupolev Tu-134; Yakovlev Yak-40; Antonov An-24; Douglas DC-10; Douglas DC-3 và Airbus A310.

Trước đó năm 2002, Vietnam Airlines ký với Airbus việc mua 90 chiếc Airbus A330. Cùng với đó, hãng kí với Boeing mua thêm 8 máy bay Boeing 777-200, 9 máy bay Boeing 777-300 giúp nâng cao hơn nữa chất lượng máy bay của hãng. Đến tháng 10/2011 Vietnam Airlines đã ký thỏa thuận mua 8 chiếc Boeing 787-9 Dreamliner và sẽ được giao hàng bắt đầu từ năm 2015.

Jetstar Pacific: 7 chiếc

Công ty Hàng không Cổ phần Jetstar Pacific Airlines (Jetstar Pacific Airlines Joint Stock Aviation Company) là hãng hàng không giá rẻ đầu tiên tại Việt Nam, thành lập năm 1991 có trụ sở tại sân bay Quốc tế Tân Sơn Nhất

Jetstar Pacific Airlines là hãng hàng không lớn thứ hai tại Việt Nam, điều hành các dịch vụ bay chở hành khách và hàng hoá tới các điểm đến trong nước và quốc tế, chiếm 40% thị phần vận chuyển hành khách trên tuyến bay chính của họ giữa TP.Hồ Chí Minh, Hà Nội và chiếm tổng cộng 5% thị trường hàng không nội địa.

Đến cuối năm 2011, Jetstar Pacific chiếm khoảng 17% thị phần hàng không nội địa tại Việt Nam. Tuy là hãng hàng không khai thác đường bay lớn thứ 2 tại Việt Nam nhưng số lượng máy

bay của Jetstar Pacific Airlines hiện nay chỉ có 7 chiếc (dự tính năm 2014 tăng lên 15 chiếc) Jetstar Pacific Airlines hiện đang khai thác dòng máy bay chủ yếu là Boeing B737 và hãng này đang đưa vào khai thác thêm dòng máy bay Airbus A320.

Vasco: 2 chiếc

Công ty bay dịch vụ hàng không, có tên gọi tắt là Vasco được thành lập năm 1987, hãng hàng không Vasco chủ yếu phục vụ các đường bay từ TP.Hồ Chí Minh đến các địa phương ở miền Nam Việt Nam và đến các hải đảo. Trước kia Vasco là đơn vị trực thuộc Vietnam Airlines, bay những chuyến từ Vũng Tàu ra các giàn khoan, bao thầu thăm dò địa chất, di tản bệnh nhân, chở hàng và thư từ.

Từ năm 2006, Vasco là một trong những đơn vị được cổ phần hóa, trở thành công ty TNHH và là hãng hàng không độc lập, Vietnam Airlines nắm giữ phần lớn cổ phần. Vasco đang tìm kiếm thuê thêm các loại máy bay từ 30 đến 50 chỗ cho phù hợp với thị trường khai thác là đồng bằng sông Cửu Long và các hải đảo phía Nam của Việt Nam.

Hiện nay số lượng máy bay của Vasco là 2 chiếc ATR 72 với số lượng chuyên trở 66 chuyến. Vasco cung cấp hoạt động bay dịch vụ trong và ngoài nước theo yêu cầu của khách hàng bằng loại máy bay nhỏ và trực thăng. Cho thuê chuyến bay cấp cứu, phục vụ khách thương gia trong nước và quốc tế.

Thêm vào đó là thực hiện các chuyến bay chụp ảnh địa hình, khảo sát địa chất tìm kiếm cứu nạn, hiệu chuẩn các thiết bị dẫn đường hàng không bay phục vụ nông - lâm - ngư nghiệp, phục vụ dầu khí, lắp đặt - sửa chữa - bảo dưỡng đường điện cao thế, công trình cao tầng, bay khảo sát kiểm tra môi trường và các hoạt động bay dịch vụ khác theo yêu cầu của thị trường. Vasco đang doanh nghiệp thực hiện dịch vụ khai thác và bảo dưỡng máy bay tư nhân đầu tiên – Máy bay King Air 350 của ông Đoàn Nguyên Đức, chủ tịch tập đoàn HAGL.

Vietjet Air: 8 chiếc

Công ty Cổ phần Hàng không VietJet (Vietjet Aviation Joint Stock Company), hoạt động với tên VietJet Air, là hãng hàng không tư nhân đầu tiên của Việt Nam, có trụ sở chính tại sân bay Quốc tế Tân Sơn Nhất và chi nhánh tại sân bay Quốc tế Nội Bài.

VietJet Air được thành lập từ 3 cổ đông chính là Tập đoàn T&C, Sovico Holdings và Ngân hàng Thương mại Cổ phần Phát triển Nhà TP.Hồ Chí Minh (HD Bank), với vốn điều lệ ban đầu là 600 tỷ đồng (tương đương 37,5 triệu USD tại thời điểm góp vốn). VietJet Air phê duyệt cấp giấy phép vào tháng 11/2007 và trở thành hãng hàng không thứ 4.

Khi bắt đầu khai thác vào cuối năm 2011, Vietjet Air chỉ sử dụng máy bay Airbus 320, do A320 là loại có khoang hành khách rộng nhất trong tất cả các máy bay có sức chứa dưới 250 ghế. Đây cũng là loại máy bay có độ tin cậy cao với chi phí khai thác thấp.

Tuy nhiên, mới đây hãng đã ký hợp đồng thuê 3 tàu bay mới xuất xưởng năm 2012 của Airbus là chiếc Sharklet. Cái tên Sharklet lấy theo phần cánh phụ giúp ổn định máy bay và giảm lượng CO2 tiêu thụ trên dòng máy bay A320.

Tính đến thời điểm này Vietjet Air đang sở hữu 8 chiếc máy bay. ■

* Câu hỏi:

Có thực như bài báo nhận định: “Nếu cùng lúc số lượng máy bay trên được đưa về VietJetAir, hãng hàng không này sẽ vượt qua Vietnam Airlines trở thành hãng hàng không lớn nhất Việt Nam”?

TIN 2.2

Vietjet Air đặt hàng 100 máy bay Airbus

Thứ Năm, 26/09/2013 - 11:40 • HỒNG MINH (TỔNG HỢP)

(Dân Việt) - VietJetAir đã ký thỏa thuận nguyên tắc với Airbus về việc đặt mua 92 chiếc máy bay và thuê 8 chiếc.

Ngày 25.09.2013, tại dinh thự Thủ tướng Pháp ở Paris, dưới sự chứng kiến của Thủ tướng Cộng hòa Pháp Jean-Marc Ayrault và Thủ tướng Việt Nam Nguyễn Tấn Dũng (đang ở thăm Cộng Hòa Pháp nhân kỷ niệm 40 năm thiết lập quan hệ ngoại giao giữa 2 nước), Hãng Hàng không VietJetAir và hãng sản xuất máy bay Airbus đã ký Thỏa thuận nguyên tắc (MOU) về việc đặt hàng tổng cộng 100 máy bay các loại dành cho VietJetAir (trong đó đặt mua 92 chiếc và thuê 8 chiếc).

Ông Lưu Đức Khánh, Giám đốc điều hành VietJetAir cho biết, đơn hàng này là đảm bảo cho kế hoạch phát triển đội máy bay mới, hiện đại của VietJet Air, phục vụ kế hoạch xây dựng tập đoàn hàng không đa quốc gia của VietJetAir.

Theo mức giá chính thức của Airbus thì giá trị giao dịch vào khoảng 9,1 tỷ đô la Mỹ, riêng giá trị mua vào khoảng 8,6 tỉ đô la Mỹ. Những chiếc máy bay đầu tiên theo thỏa thuận này sẽ được giao hàng ngay trong năm tới. Đơn đặt hàng này cũng củng cố thêm vị thế của Airbus tại Châu Á – Thái Bình Dương, khu vực tăng trưởng hàng không vào hàng cao nhất trên thế giới.

“Chúng tôi hài lòng quyết định của mình và những kết quả đàm phán đã đạt được giữa hai bên. Khách hàng của VietJetAir chắc chắn sẽ hài lòng với dòng máy bay hiện đại bậc nhất hiện nay mà chúng tôi lựa chọn” - ông Lưu Đức Khánh nói.

Phía ông John Leahy, Tổng Giám đốc Điều hành, phụ trách khách hàng của Airbus thì phát biểu: “Chúng tôi rất vui mừng chào đón VietJetAir trở thành khách hàng của Airbus. Thỏa thuận quan trọng ngày hôm nay đã khẳng định dòng máy bay Airbus 320 là sự lựa chọn yêu thích trong phân khúc máy bay thân hẹp tại một thị trường tăng trưởng cao như Đông Nam Á. Chúng tôi mong muốn hợp tác với VietJetAir, một hãng hàng không đang tiếp tục phát huy thành công và đóng góp vào việc đi lại bằng hàng không với chi phí ngày càng thấp hơn tại thị trường quan trọng này”. ■

* Gợi ý trả lời:

Chú ý tính từ “nguyên tắc” và “năm 2022” trên các báo sau đây (tin 2.2, tin 2.3):

TIN 2.3

VietJetAir nhận đủ 100 máy bay vào 2022

Thứ Bảy, 28/09/2013 - 10:18 • KIẾN CƯỜNG

(VNExpress) - Ngay quý IV năm sau hãng sẽ nhận lô hàng đầu tiên và kỳ vọng vào kế hoạch kinh doanh của mình sau khi ký thỏa thuận nguyên tắc đặt mua 92 máy bay và thuê 8 chiếc.

Giám đốc điều hành VietJetAir Lưu Đức Khánh trao đổi với VnExpress hôm qua, một ngày sau lễ ký hợp đồng trị giá 9,1 tỷ USD tại Pháp.

- VietJetAir và Airbus mới ký thỏa thuận nguyên tắc về đặt hàng mua 92 máy bay và thuê 8 chiếc, vậy khi nào hợp đồng mua và thuê được ký kết chính thức?

Hãng hàng không VietJetAir và hãng sản xuất máy bay Airbus đã ký thỏa thuận nguyên tắc (MOU) về đặt hàng tổng cộng 100 máy bay các loại dành cho VietJetAir, trong đó có 62 chiếc đặt mua, 30 chiếc là quyền mua thêm và 8 chiếc thuê. Tổng giá trị giao dịch theo biểu giá của nhà sản xuất vào khoảng 9,1 tỷ USD.

Lô hàng đầu tiên trong đơn đặt hàng này chúng tôi sẽ nhận vào năm sau. Kế hoạch nhận máy bay cụ thể là trong thời gian 8 năm từ nay đến 2022, mỗi năm sẽ nhận từ 5 đến 10 chiếc cho kế hoạch phát triển của hãng.

- 100 máy bay đặt thuê, mua sẽ được VietJetAir khai thác thế nào trong bối cảnh hãng hiện chỉ có 8 chiếc và 14 điểm đến?

Đặt hàng này đảm bảo cho kế hoạch phát triển đội bay mới, hiện đại bậc nhất khu vực, phục vụ kế hoạch xây dựng Tập đoàn hàng không đa quốc gia của VietJetAir. Đơn hàng mua máy bay của chúng tôi cũng dựa trên kế hoạch phát triển đội bay của hãng từ 5 đến 10 chiếc mỗi năm, phục vụ cho phát triển đường bay nội địa và quốc tế và các liên doanh ở nước ngoài. Số lượng máy bay mỗi năm nhận này là tương đối hợp lý và thận trọng, thực tế VietJetAir tăng từ 3 chiếc lên 10 chiếc như hiện nay chỉ trong một năm rưỡi.

Việt Nam còn nhiều dư địa cho phát triển số lượng hành khách đi máy bay. Đông Nam Á cũng là nơi phát triển hàng không năng động nhất thế giới như Malaysia có 7 máy bay trên 1 triệu dân, Thái Lan 2,5 chiếc, Philippine 1,4 chiếc, Việt Nam thì chỉ có xấp xỉ một máy bay trên 1 triệu dân.

Giá vé máy bay hợp lý sẽ thúc đẩy giao thông, du lịch, đầu tư kéo theo lượng hành khách đi lại tăng nhanh, còn rất nhiều đường bay quốc tế chưa khai thác hết tiềm năng. Chúng tôi tự tin với kế hoạch kinh doanh của mình, chắc chắn các đường bay sẽ được lấp đầy.

- Số vốn lên đến 9,1 tỷ USD cho hợp đồng này, VietJetAir thu xếp thế nào?

Thỏa thuận của chúng tôi với Airbus nhận máy bay theo từng năm, từng quý. Theo thông lệ và cũng như theo thỏa thuận đã ký thì tiến độ thanh toán rải đều theo kế hoạch nhận máy bay.

Về tài chính, chúng tôi đã thu xếp phương án cụ thể và khả thi. VietJetAir chủ yếu làm việc với các định chế tài chính và ngân hàng lớn của nước ngoài chuyên trong vấn đề tài trợ mua máy bay. Cho đến bây giờ, mọi việc đang theo đúng kế hoạch đặt ra bao gồm các thỏa thuận thu xếp tài chính. ■

TIN 3

Bắt TGĐ Petimex buôn lậu gần 6.000 tấn dầu

Theo ÁI NHÂN (PhapluatTP.HCM)

Theo tin ban đầu, từ năm 2012 đến nay, ông Dũng đã có hành vi buôn lậu gần 6.000 tấn dầu các loại, giá trị hơn 6 triệu USD.

Ngày 27-8, tin từ Cơ quan An ninh điều tra - Bộ Công an cho hay:

Cơ quan này đã ra quyết định khởi tố bị can, bắt tạm giam bốn tháng đối với ông Nguyễn Thế Dũng, chủ tịch Hội đồng thành viên - tổng giám đốc Công ty TNHH một thành viên Thương mại Dầu khí Đồng Tháp (Petimex, doanh nghiệp nhà nước trực thuộc UBND tỉnh Đồng Tháp), để điều tra về tội buôn lậu dầu. Theo tin ban đầu, từ năm 2012 đến nay, ông Dũng đã có hành vi buôn lậu gần 6.000 tấn dầu các loại, giá trị hơn 6 triệu USD. Chiêu thức được ông Dũng sử dụng là dầu nhập về sẽ được làm thủ tục núp dưới hình thức tạm nhập tái xuất rồi bán sang nước khác.

Trước đó, ngày 23-8, Cơ quan An ninh điều tra - Bộ Công an đã khởi tố vụ án, khởi tố bị can và áp dụng biện pháp ngăn chặn đối với Vi Văn Dũng (ngụ tỉnh Quảng Ninh) về tội lạm dụng tín nhiệm chiếm đoạt tài sản và buôn lậu. Ngày 5-5-2012, Vi Văn Dũng mua của Petimex 5 tàu dầu diesel, tổng cộng 975 tấn, sau đó làm thủ tục tạm nhập tái xuất để bán ba tàu dầu qua Trung Quốc, hai tàu dầu còn lại bán cho hai người Trung Quốc. Hiện vụ án đang được Cơ quan An ninh điều tra - Bộ Công an điều tra mở rộng. ■

* Câu hỏi:

Có gì bất thường trong bản tin này?

* Gợi ý trả lời:

Nguồn tin (Cơ quan An ninh điều tra - Bộ Công an) đảm bảo các nguyên tắc nguồn tin độc lập, xác minh, là nhà chức trách và có tên tuổi. Nhưng chú ý: tiêu đề “Bắt TGĐ Petimex buôn lậu gần 6.000 tấn dầu”, đây là sự kết tội trong khi vụ việc đang trong giai đoạn được cơ quan An ninh điều tra. Cần phải tỉnh táo vì dễ gây hiểu nhầm và có những phán xét vội vã.

Báo “lá cải”

8

— Bảo Chi - Hoài Nhân

Trong chương này, bạn sẽ học cách:

1. Phân biệt báo lá cải và báo chí chính thống, từ mục đích, nguồn tin, cách thức xử lý thông tin cho đến hình thức trình bày.
2. Tiếp nhận và xử lý các thông tin trên báo lá cải

Báo giới Pháp gọi những tờ báo chuyên đăng tải các bài viết nhảm nhí, rẻ tiền, đáng vứt sọt rác, không có ích cho độc giả là «báo lá cải» (feuille de chou). Ngoài ra, báo «lá cải» thường được gọi là các tờ «tabloid», vì những tờ này thường được in theo khổ nhỏ (tabloid). Báo giới Mỹ còn gọi «báo lá cải» là «báo vàng» (yellow journalism¹), gọi nhắc lại thời kỳ cuối thế kỷ 19 các tờ báo cạnh tranh bằng đủ mọi biện pháp không lành mạnh (giật tit quá trớn, xoáy sâu vào mẫn tình tiền tù tội, sử dụng hình ảnh bừa bãi (thường là ngụy tạo), biến tin đồn thành tin tức...). Sự tồn tại của báo lá cải gây tổn hại cho uy tín của báo chí chính thống, vì độc giả thường đánh đồng hai loại báo này với nhau và nghi ngờ tính chân thật của làng báo nói chung.

Nhìn nhận một cách khách quan, tuy báo lá cải thường bị chỉ trích về mặt nội dung (nhảm nhí hoặc không lành mạnh) và phương thức tác nghiệp (xâm phạm quyền riêng tư, thổi phồng sự thật, bịa đặt chi tiết), nhưng ở thời điểm chúng ra đời, một số tờ được xem là có công cải tiến hình thức (nhấn mạnh các yếu tố đồ hoạ, đưa vào nhiều tranh vẽ, tranh biếm, hình ảnh bắt mắt) và phát triển mô hình kinh doanh (giảm giá bán báo, khai thác quảng cáo).

1 Phân biệt báo lá cải và báo chí chính thống

Nếu đối chiếu với những điều đã được học ở các chương từ 1-4, bạn sẽ thấy ở Việt Nam, ngay cả những tờ báo chính thống cũng có thể đăng tải thông tin «lá cải», vì ranh giới giữa tin tức có giá trị, thu hút độc giả với thông tin vô giá trị, thu hút độc giả là rất mong manh. Do vậy, chúng ta không cần thiết phải điểm mặt chỉ tên những tờ nào là lá cải, những tờ nào không.

Điều chúng ta nên quan tâm là từng bài báo cụ thể. Trong khi tất cả các báo đều đưa tin về tình tiền tù tội, điều gì khiến cho một bài báo được kính trọng và một bài bị dè bỉu là «lá cải»? Theo chúng tôi, điều làm nên sự khác biệt là mức độ tiếp cận và phản ánh sự thật. Khả năng tiếp cận và phản ánh sự thật là thứ tài sản quý giá nhất của người làm báo. Nhắc lại Chương 4, sự thật trong nghề báo được xác nhận dựa trên chứng cứ hoặc chứng cứ không vững chắc thì không đáng để độc giả lưu tâm.

Từ góc độ phản ánh sự thật, phân tích kĩ hơn về mục đích, một bài báo tốt sẽ thông tin nhiều chiều về các sự kiện trong đời sống kinh tế - chính trị - văn hoá - xã hội, có liên hệ đến cuộc sống của bạn, giúp cho bạn có những quyết định khôn ngoan, sáng suốt. Không biết đến các thông tin này, bạn sẽ gặp nhiều rắc rối. Trong khi đó, báo lá cải đăng tải các thông tin bạn không nhất thiết phải biết. Có đọc hay không đọc, cuộc sống của bạn cũng không

thay đổi. Ví dụ, không biết thông tin về giá điện nước, nhu yếu phẩm tăng bạn rất có thể sẽ bị hụt chi tiêu, nhưng không biết chuyện nhà nữ ca sĩ Hồ Ngọc Hà thì bạn chẳng mất mát gì cả.

Về nguồn tin, một bài báo tốt sẽ trích dẫn các nguồn tin đáng tin cậy, được đối chứng công phu, trong khi báo lá cải chỉ đưa các nguồn tin phiếm chỉ, gần như là tin đồn, và đôi khi còn mâu thuẫn với nhau. Hãy dựa vào công thức I'M VAIN để kiểm tra điều này.

Về cách thức xử lý thông tin, một bài báo tốt chỉ tiết lộ những thông tin mà mình chắc chắn, có bằng chứng rõ rệt, và chỉ tiết lộ sau khi đã cân nhắc hạn chế tối đa tổn hại cho những người có liên quan. Đó là nguyên tắc đạo đức nghề báo. Còn báo lá cải đăng tải tin tức vô tội vạ, không cần biết sẽ tổn hại đến ai.

Ở đây, chúng tôi hệ thống giúp bạn một danh sách những điều cần cân nhắc khi đọc một bài viết đăng tải trên các phương tiện truyền thông.

1. Bài viết có đầy đủ 6 yếu tố 5W + 1H hay không?
2. Bài báo có trích dẫn những nguồn tin đáng tin cậy hay không? Kiểm tra I'M VA/IN.
3. Tít của bài báo có phù hợp với nội dung bài viết?
4. Cách dùng từ của nhà báo có khách quan hay không?
5. Bài viết nhằm mục đích gì? Hạ nhục cá nhân hay lý giải một hiện tượng trong xã hội? Phục vụ cho lợi ích của ai?
6. Nhà báo và toà soạn báo có tạo điều kiện cho độc giả trao đổi lại về bài viết hay không?
7. Các yếu tố khác như hình ảnh, chú thích ảnh, video, thông tin đồ hoạ có nguồn dẫn và có ăn khớp với nhau hay không?

Nếu bạn trả lời «không» cho rất nhiều câu hỏi trên đây thì bài viết đó chỉ để ... mua vui hoặc cần phải thẩm định lại tính chân thật của nó. Nếu để ý, bạn sẽ thấy danh sách này gần giống như danh sách các yếu tố cần phân tích ở chương 2, nhưng phức tạp hơn một bậc. Bạn cần thực tập bài phân tích ở chương 2 thật nhiều để trở thành một độc giả có kinh nghiệm.

Mời bạn lật sang trang bên để xem phân tích của chúng tôi về một số dạng thông tin «lá cải» trên các phương tiện truyền thông.

Ví dụ 1

Các bài viết sử dụng lối đặt tít giật gân

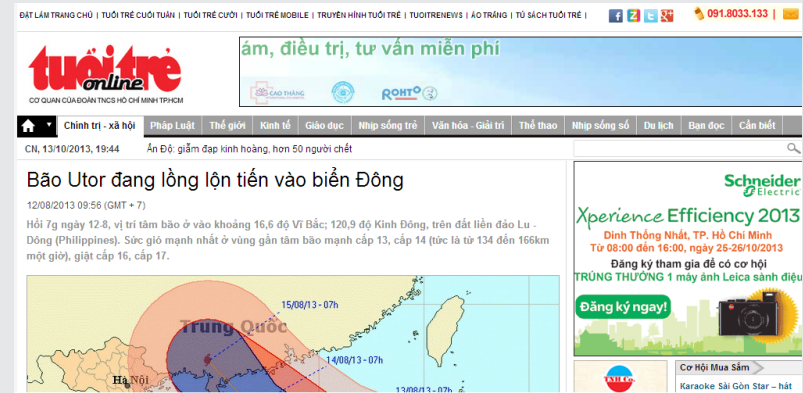
Trong nghề báo, việc giật tít để thu hút sự chú ý của độc giả là một yêu cầu nghề nghiệp. Tuy nhiên, có nhiều cách đặt tựa đề gây chú ý, không cứ phải đặt tít tựa gây hiểu lầm (râu ông nọ cắm cằm bà kia) hoặc làm sai lệch bản chất của tin tức (khiến cho sự việc trầm trọng hơn hoặc nhẹ nhàng hơn). Hiện nay, rất nhiều báo đã lạm dụng cách giật tít gây hiểu lầm hoặc làm sai lệch bản chất của tin tức, dưới những hình thức sau đây:

1. Giật tít với những tính từ như “kinh hoàng”, “hãi hùng”, “giật mình”, “đáng lòng”, “hãi hùng”...

Báo chí chính thống không sử dụng các từ ngữ «mớm» cảm xúc cho độc giả như vậy. Họ giữ đúng tinh thần khách quan của nhà báo. Tuy nhiên, điều đó không có nghĩa là chúng ta hoàn toàn không được sử dụng «tính từ» trong việc đặt tít. Đối với phóng sự, ít nhiều có lồng ghép cảm xúc chủ quan của người viết, thỉnh thoảng chúng ta sẽ được tiếp cận với góc nhìn chủ quan của người viết, và chúng ta biết điều đó. Nhưng với báo chí hiện đại, động từ và danh từ được đề cao hơn, và nhà báo được yêu cầu không lạm dụng tính từ.



Hình 1: Giao diện mục Pháp luật của tờ Pháp luật và Đời sống với nhiều tựa bài giật gân



Hình 2: Báo Tuổi Trẻ sử dụng tính từ “lồng lộn” cho tít bài về cơn bão Utor

2. Giật tít bằng cách lợi dụng tên tuổi người nổi tiếng.

Trong thời đại số hoá, nhiều dạng bài lắp ghép đã ra đời. Lí do quá dễ hiểu. Một yếu tố để tạo sức hút mà bắt cứ báo chính thống lẫn lá cải đều muốn khai thác chính là người nổi tiếng, đặc biệt là nghệ sĩ, ca sĩ, người mẫu, diễn viên. Rất nhiều tít bài, giật tít diễn viên, ca sĩ... trong khi họ không phải là nhân vật chính của sự kiện. Lý do vì đó là nhân vật đang nhận được sự quan tâm (cả tích cực lẫn tiêu cực) của bạn đọc. Ví dụ, nhân vật xuất hiện trong bài báo dưới đây, vì chỉ là nhân vật mới nổi trong làng giải trí nên phải “mượn” vai “bạn trai” Hoàng Thùy Linh dù họ chỉ là một cặp đôi trong phim. Đây là lối giật tít, viết bài rất dễ gặp trong việc giới thiệu sự kiện, phim ca nhạc, bài hát mới... do những nghệ sĩ mới tham gia.



Hình 3: Bài báo “lợi dụng” tên tuổi Hoàng Thùy Linh.

Trong nghề báo, việc giặt tít để thu hút sự chú ý của độc giả là một yêu cầu nghề nghiệp. Tuy vậy, việc giặt tít, đặt tựa cho bài viết hiện nay trên các trang thông tin điện tử không chịu bất cứ qui định nào. Theo phóng viên Thiên Hương (Thanh niên online), bản thân người viết bài báo phải tự ý thức việc đặt tít bài sao cho hấp dẫn, thu hút bạn đọc. Điều này là lợi thế cho người viết báo. Thế nhưng, chính nó lại đặt số phận bài báo vào một vị trí cực kỳ mong manh: tốt hay xấu tùy vào lương tâm, năng lực của người viết. Mà tinh thần giặt tít của người viết báo, nhất là trên các trang tin điện tử chịu áp lực rất lớn từ việc tăng lượng view cho bài viết. Do đó, một khi người viết đã bất chấp đạo đức nghề nghiệp và tác động đến độc giả thì tít, tựa và chất lượng bài viết sẽ không còn ai đảm bảo nữa.

3. Bóp méo lời của nhân vật để có một cái tít thật sốc

Đơn cử như vụ việc gần đây nhất liên quan đến nhạc sĩ Quốc Trung. Trong một phỏng vấn, Quốc Trung đặt dấu hỏi đối với việc thanh niên hiện đại rành công nghệ nhưng vẫn mê nhạc sến liệu có bình thường? và cho rằng việc “Sự chênh lệch giữa tốc độ sống và cảm xúc nghệ thuật chính là sự lệch lạc”. Thế nhưng tác giả bài viết đã giặt tít: “Quốc Trung: “Thanh niên mà nghe nhạc sến là bất thường”, khiến vị nhạc sĩ này chịu nhiều sự phản đối từ bạn đọc, ca sĩ, nhạc sĩ...

Trong bài báo tiếp theo, mặc dù Quốc Trung đã nói rõ việc khán giả chưa hiểu đúng và đủ ý của mình, “bị tựa đề và câu hỏi của phóng viên dẫn vào lối mòn của những phản ứng đó” nhưng tác giả bài báo lại tiếp tục giặt tít: “Quốc Trung: Cộng đồng nghe nhạc sến đang mặc cảm, tự ti”.

Lưu ý, trong cả ba trường hợp nói trên, tít và nội dung của bài viết không hề liên quan đến nhau. Nhà báo cũng thường trích dẫn sai ý của người được phỏng vấn vì họ muốn có những câu trích dẫn hoàn chỉnh theo ý của họ. Một nhà báo không có khả năng trích dẫn đúng lời người khác là một nhà báo dở. Để trích dẫn đúng, cần nhiều hơn khả năng lắng nghe và ghi chép, cần hiểu đúng ý của người trả lời phỏng vấn. ■

VÍ DỤ 2

Các bài viết có dấu hiệu cắt ghép hình ảnh

Với sự hỗ trợ của kỹ thuật số và Internet, việc sử dụng hình ảnh “mạo danh” người nổi tiếng trong các bài viết trên báo lá cải ngày càng phổ biến. Trong khi việc cắt ghép hình ảnh của diễn viên, người mẫu với ảnh khuôn thân chưa xuất hiện nhiều trên báo lá cải Việt Nam thì việc sử dụng hình minh họa thiếu cẩn trọng cũng có thể gây ra nhiều hậu quả khó lường.

Đơn cử, ngày 24-3-2008, báo Nông Nghiệp Việt Nam đăng thông tin “Trôi nổi một clip sex được nghi là của Đan Lê”. Bài báo sử dụng hình ảnh minh họa chụp nửa người cô gái có nét giống Đan Lê trong trạng thái khỏa thân. Theo Đan Lê, trong một bài báo lên tiếng kiện báo Nông nghiệp Việt Nam, thì hình ảnh này “đầy chất khiêu dâm có chủ ý, với ý ám chỉ người trong clip sex rất giống Đan Lê”. Nhiều tờ báo, trang thông tin điện tử, trang blog cá nhân, diễn đàn mạng ngay lập tức cùng nhau khai thác đề tài này.

Trong suốt ba ngày 24, 25, 26-3, trên trang web luôn thường trực các bài báo cùng một nội dung nhưng đầy giặt gân bởi hình ảnh “nóng” của nhân vật nữ trong clip sex đặt bên cạnh hình ảnh của Đan Lê. Ngày 26-3, khi nhiều tờ báo khác đăng thông tin khẳng định nhân vật nữ trong clip không phải là Đan Lê thì Báo Nông Nghiệp Việt Nam vẫn tiếp tục đăng bài: “Về clip sex trôi nổi bị nghi của MC truyền hình: Hoàn toàn không có sự cắt ghép hình ảnh”. Bài báo trích thông tin từ Báo Gia Đình Xã Hội, đưa ý kiến một chuyên gia tin học khẳng định đoạn phim thật 100% từ âm thanh tới hình ảnh, clip do một đối tượng thứ ba quay chứ không phải nhân vật tự quay...

Ngày 22-4-2008, Đan Lê chính thức khởi kiện Báo Nông Nghiệp Việt Nam tại TAND quận Hoàn Kiếm, Hà Nội. Trong đơn khởi kiện, cô yêu cầu Báo Nông Nghiệp Việt Nam phải xin lỗi, cải chính công khai và bồi thường thiệt hại do danh dự, uy tín bị xâm phạm. Tuy nhiên, tờ báo này bác bỏ toàn bộ sự việc Đan Lê nêu trong đơn khiếu nại và khẳng định việc đăng những bài viết trên là nhằm “bảo vệ bà Đan Lê”, hoàn toàn “không vi phạm Luật Báo chí”. Đến ngày 27-6-2008, tòa xử Báo Nông Nghiệp Việt Nam phải đăng tin cải chính và xin lỗi Đan Lê.

Độc giả chẳng được lợi lộc gì trong việc nhà báo dựng lên tin đồn về Đan Lê, nhưng nhân vật chính thì bị ảnh hưởng nặng nề. ■

VÍ DỤ 3

Các bài viết xâm phạm quyền riêng tư

Nhà báo có quyền chụp hình, quay phim ở những nơi công cộng. Còn ở những nơi mà người ta mong đợi có chút sự riêng tư như tư gia hoặc cơ quan, doanh nghiệp, nhà báo không thể đột nhập vào và lấy tin mà không được cho phép. Nhà báo cũng chỉ được phép đăng tải các thông tin cá nhân và tài liệu được công khai phổ biến, mà không được trích đăng những thông tin, tài liệu do «lấy trộm» mà có.

Những thông tin tế nhị về chuyện tình cảm - hôn nhân - gia đình - sức khỏe của các nhân vật trong bài viết càng cần được xử lý cẩn trọng. Bài báo mới đây về tin đồn tài xế bị hãm hiếp ở Hải Dương là điển hình của lối làm báo lá cải, chuyên dựng chuyện làm ảnh hưởng đến quyền riêng tư của người khác. Họ bêu cả tên tuổi, nhà cửa của người bị cho là có hành vi hãm hiếp tài xế lên báo, gây ảnh hưởng đến danh dự của người ta, trong khi không có chút bằng cứ nào. Họ thậm chí còn đi xa hơn đến mức truy tìm bệnh án tâm thần của người bị tung tin đồn, trong khi đó là một thông tin thuộc dạng riêng tư nhất.

Đạo đức nghề nghiệp thì không cho phép nhà báo làm những việc như chụp cảnh hờ hênh của người nổi tiếng, đọc trộm thư từ trên các phương tiện liên lạc cá nhân của họ, suy diễn bậy bạ rồi đưa lên báo. Những tay paparazzi là những tay xâm phạm quyền riêng tư đáng sợ nhất, và người nổi tiếng là những người bị xâm phạm phổ biến nhất. Ở Việt Nam, các thông tin về «lộ hàng», «dao kéo» bị xem là lá cải. ■

VÍ DỤ 4

Các bài viết có nội dung bịa đặt / dựa trên tin đồn

Giữa tháng 9 năm 2013, trên trang tin điện tử của kênh VOV xuất hiện bài báo về việc bố chồng và con dâu loạn luân, dính chặt vào nhau phải đi cấp cứu tại xã Tân Trung, thị xã Gò Công, Tiền Giang. Bài báo ngay lập tức thu hút sự chú ý vì mức độ kỳ quái của nó, và được các trang báo mạng khác dẫn lại mà không cần kiểm chứng. Các báo khác còn tiếp tục khai thác ở góc độ “Hàng xóm kể chuyện giải cứu bố chồng con dâu”... Tuy nhiên, sau khi công an tỉnh Tiền Giang đề nghị chính quyền xã, huyện và bệnh viện xác minh lại sự việc thì mới hay chuyện là do cộng tác viên của trang tin điện tử VOV nghe một nguồn tin kể lại. Sau đó, cộng tác viên này thêm thắt chi tiết, địa danh cụ thể viết thành bài và gửi về đăng. Phóng viên không có bất cứ động thái nào để kiểm chứng sự xác thực của thông tin và tòa soạn của trang tin điện tử VOV cũng không hề đặt câu hỏi nghiệp vụ với cộng tác viên để xác minh sự việc nên mới xảy ra vụ việc tai hại như trên.

Khi xảy ra những tin đồn thất thiệt như thế, độc giả lưu ý từ «tổng hợp» dưới các bài. Nó đồng nghĩa với từ «xào nấu», không đáng tin cậy. Độc giả cần kiểm lại bài gốc để biết thực hư, nếu như bạn thật sự có hứng thú với tin đồn. ■

VÍ DỤ 5

Các bài viết mót nhặt từ Facebook

Điều đáng nói là hiện nay, xu hướng đưa tin vu vơ, vụn vặt ngày một nhiều, đặc biệt là trong giới giải trí. Dạng bài viết tổng hợp từ trang Facebook cá nhân của người nổi tiếng (chụp màn hình, trích dẫn, sao chép, đăng lại hình ảnh...) ngày càng phổ biến. Sau khá nhiều tai tiếng (đã nêu một phần bên trên), cùng việc hình ảnh con gái bị khai thác, đưa lên các trang tin điện tử dù chưa được phép, nhạc sĩ Quốc Trung đã chính thức tuyên bố trên trang Facebook cá nhân: “Đây là chỗ tôi chia sẻ cảm xúc với bạn bè. Đề nghị các anh chị phóng viên không trích dẫn và lấy thông tin ở đây. Tôi sẵn sàng giúp đỡ và trả lời phỏng vấn cho các anh chị nhưng chỉ khi tôi chính thức trả lời thì thông tin mới có giá trị. Rất mong các anh chị tôn trọng sự riêng tư và hợp tác một cách có văn hóa”.

Ngay lập tức, tuyên bố này được... đưa vào một bài báo mạng khác ở dạng tổng hợp sự kiện sao tuần qua thông qua việc chụp hình Facebook và trích dẫn lại lời của vị nhạc sĩ này. ■



Hình 4: Nhạc sĩ Quốc Trung lên tiếng về hành vi trích dẫn không xin phép của giới phóng viên.

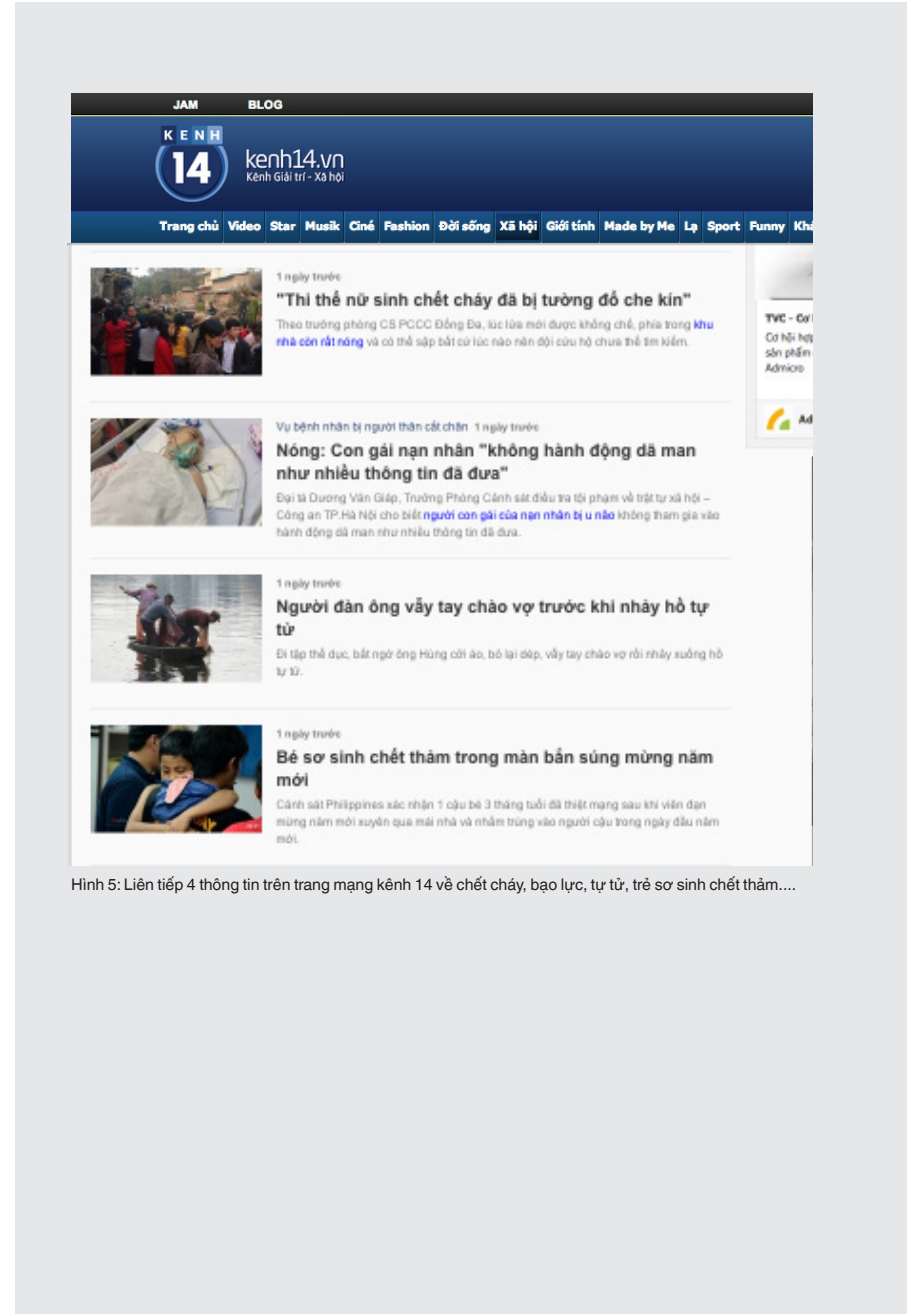
Ví dụ 6

Các bài viết mô tả kĩ lưỡng các tội ác và chuyện phòng the

Bên cạnh yếu tố người nổi tiếng, hai lĩnh vực được báo lá cải vô cùng ưa chuộng chính là tội phạm và chuyện phòng the. Như đã nói, mảng nội dung này là một phần không thể thiếu của báo chí. Nếu như tất cả các chi tiết đều là sự thật được kiểm chứng kĩ lưỡng và đưa tin ở mức độ vừa phải, nhằm mục đích giáo dục thì không có gì đáng nói. Điều đáng nói ở đây, độc giả không cách nào biết được những chi tiết đó có phải là sản phẩm của trí tưởng tượng hay không, vì tên nhân vật của những câu chuyện loại này thường (giả vờ) bị đổi hoặc giấu kín. Tần suất và cách xử lý thông tin của báo lá cải khiến độc giả hoài nghi về cuộc sống xung quanh. Dẫu biết các bài dạng này chỉ để tiêu khiển, nhiều người trong chúng ta không khỏi hoang mang.

Một điểm đặc biệt chỉ có riêng ở các trang tin điện tử hay đưa tin lá cải đó là các chuyên mục Tâm sự, Bạn đọc viết... tràn ngập những bài viết về ngoại tình, tình dục, loạn luân (chị dâu – em chồng, con trai – mẹ kế...). Do tính chất tự sự, tình cảm nhẹ nhàng, không liên quan đến pháp luật, đời sống xã hội, tòa soạn không chịu trách nhiệm kiểm chứng thông tin vì các bài viết do độc giả viết dưới dạng tự sự. Nhưng sự tồn tại với mật độ mỗi ngày nhiều hơn một câu chuyện của thể loại này phần nào đã mang lại một hình thức thông tin không kiểm chứng trá hình khác.

Như giao diện trang chủ báo Tuổi trẻ ngày 3/10/2013, trên cột tin nổi bật (có 8 tin) có đến 5 tin về tội phạm, tự tử, tai nạn giao thông gây chết người hẳn nhiên sẽ khiến người đọc hoảng hốt. Mặc dù các tờ báo, trang tin có lý do: cập nhật mọi thông tin để đáp ứng nhu cầu của bạn đọc. Nhưng riêng hành vi của tòa soạn: giật tất cả các tin về bạo lực, chuyện phòng the lên mục tin nóng sẽ khiến cho cục diện thông tin trên trang báo mang màu sắc tiêu cực, phản ánh cục diện xã hội đang xấu đi, tạo tâm lý ghê sợ, hoài nghi đời sống trong bạn đọc. Cho dù, đó chỉ là một mặt tác động bên cạnh chức năng giải trí khá lớn của báo lá cải nhưng chắc chắn, đó là trách nhiệm của những người đang làm báo lá cải đối với bạn đọc của mình. ■



Hình 5: Liên tiếp 4 thông tin trên trang mạng kênh 14 về chết cháy, bạo lực, tự tử, trẻ sơ sinh chết thảm....

2 Tiếp nhận và xử lý thông tin “lá cải”

Cuốn cẩm nang này không hướng dẫn bạn cách phân biệt triệt để tờ nào là tờ lá cải, tờ nào là tờ chính thống, vì như chúng tôi đã đề cập ở trên, ngay cả những tờ được cho là chính thống cũng có thể đăng tải nội dung thông tin «lá cải». Điều chúng tôi muốn hướng dẫn bạn, đó là cách tiếp nhận và xử lý các bài báo có «mùi lá cải» đúng với giá trị của nó.

Thứ nhất, chúng ta có thể dựa vào những dạng thông tin lá cải đã được liệt kê ở trên để nhanh chóng xác định giá trị của bản tin hay bài báo. Tuy nhiên, cách tốt nhất vẫn là sử dụng các kĩ năng tư duy phân biện để nhận định về giá trị của bài báo. Phân tích mục đích, nguồn tin, cách thức thu thập và xử lý thông tin giúp chúng ta dễ dàng phân biệt nội dung lá cải với nội dung tin tức thứ thật. (Nếu chưa nắm vững kĩ thuật phân tích, vui lòng đọc lại 3 chương đầu tiên).

Thứ hai, chúng ta có hai cách phản ứng trước thông tin lá cải. Thứ nhất, thường thức sự nhầm nhứ/sự trắng trợn và cho qua. Thứ hai, phản ứng lại sự nhầm nhứ/sự trắng trợn bằng cách viết thư cho ban biên tập, chia sẻ đường link và giải thích cho người khác về tính chất lá cải của bài báo. Ngoại trừ những độc giả không phân biệt được thông tin lá cải và tin tức chính thống, đa số chúng ta lựa chọn cách thứ nhất, vì cho rằng đó là cụm bài giải trí hoặc/và vì không muốn mất thêm thời gian. Một số ít chọn cách thứ hai và thực sự có ý định loại trừ báo lá cải vì cho

rằng nó có ảnh hưởng xấu đến đời sống văn hoá xã hội. Phan An, tác giả của trang lacai.org, một trang chuyên tập hợp đường link của các bài báo lá cải và châm biếm sâu cay, nhằm mục đích khiến cho các tờ báo chột dạ mà thôi không đăng tải các tin, bài lá cải nữa. Tuy nhiên, sau một thời gian, anh nhận ra rất nhiều độc giả sẽ không bao giờ nhận ra ý nghĩa của trang lacai.org. Ngược lại, họ dùng trang của anh như một cổng thông tin tiện lợi để tiếp cận với mảng báo lá cải ưa thích của họ. Họ cũng thích dùng trang của anh để té nước theo mưa, cười cợt chữ bới cho vui chứ không nhận ra thâm ý của người điều hành trang.

Nếu bạn để ý, cả hai cách trên đều ... không giúp gì cho chúng ta trong cuộc chiến chống lại «báo lá cải». Báo lá cải vẫn tồn tại vì nó có lý lẽ để tồn tại. Đó là vì độc giả thích đọc những thông tin như thế, và các nhà quảng cáo sẵn lòng trả tiền để các tờ này giữ chân độc giả bằng những thông tin như thế. Cho đến khi nào chúng ta chống chọi được với bản năng của mình, báo lá cải mới không còn đất sống.

Thực vậy, cơ chế tài chính của báo chí dựa chủ yếu trên nguồn tiền quảng cáo. Muốn có được nhiều quảng cáo, các tờ báo cần thu hút một số lượng độc giả lớn, các cơ quan báo điện tử cần thu hút được lượng người xem lớn. Tuy nhiên, trong thời buổi cạnh tranh như hiện nay, việc thu hút sự chú ý của công chúng càng khó khăn hơn gấp bội phần. Do đó, các tờ báo mới phải dùng đến mọi thủ pháp khó chấp nhận nhất để thu hút sự chú ý của độc giả. Nhiều tờ còn lấp liếm bằng cách vin vào lợi ích của báo lá cải là giúp độc giả giải trí, làm giảm nhẹ sự căng thẳng trong cuộc sống.

Các tờ đăng thông tin lá cải thường nghĩ họ chẳng thiệt gì mà còn được lợi về mặt kinh tế. Sự thực là họ đánh mất uy tín nghề nghiệp, thứ tài sản có giá trị nhất của người làm báo. Một khi độc giả nhận ra sự thiếu chân thật và thiếu đạo đức của những tờ này và quay lưng, các nhà quảng cáo cũng sẽ quay lưng. ■

TÓM TẮT CHƯƠNG

- * Thông tin trên báo lá cải hướng đến mục đích giải trí thuần túy.
- * Một tờ báo chính thống có thể đăng tải những tin bài mang nội dung lá cải; ngược lại, báo lá cải thỉnh thoảng vẫn đăng những tin bài chính thống.
- * Các dấu hiệu nhận biết nội dung thông tin mang tính lá cải: mục đích viết bài không rõ ràng, thiếu nguồn tin đáng tin cậy, lạm dụng từ ngữ gây sốc, xâm phạm quyền riêng tư của người khác, viết về tin đồn mà không xác minh được sự thật, đưa tin vụn vặt một nhát từ các mạng xã hội, sử dụng hình ảnh minh hoạ bừa bãi, khai thác quá đà các câu chuyện về tội ác và bí mật phòng the. ■

9 điều độc giả thông minh cần biết

9

– Khải Đơn

1. Luôn phân loại thông tin
2. Phân biệt tin tức - ý kiến, và đánh giá nguồn tin
3. Theo dõi diễn biến của tin tức
4. Chất vấn tính khách quan của thông tin
5. Đặt câu hỏi: Phóng viên có thấy tận mắt, sờ tận tay?
6. Luôn mở rộng đầu óc để tiếp nhận các thông tin xung khắc với định kiến của bạn
7. Nhớ rằng thứ hạng và mức độ phổ biến trên mạng không tương đồng với mức độ đáng tin cậy.
8. Đừng nhai và nuốt tất cả những gì bạn đọc.
Hãy chọn lọc!
9. Chia sẻ thông tin một cách có trách nhiệm

Người biết đọc không chỉ nhắc tờ báo lên, ngấu nghiến hết từng bản tin và chấp nhận thông tin đó. Chúng ta cần phải «giải mã» cấu trúc của thông tin để định giá nó, cũng như cần lần ngược trở lại quy trình thực hiện thông tin đó để có cơ sở quyết định xem mình có nên tin, có nên thực hiện những hành động gì tiếp theo hay không. Đó là nội dung cơ bản của toàn bộ cuốn cẩm nang.

Để giúp bạn hình thành một thói quen tư duy tốt, chương 9 đề xuất bạn thực hiện 9 thao tác sau đây mỗi khi tiếp nhận bản tin nào đó.

1 Xác định thông tin của bạn thuộc phân khúc nào

Cần thận hội chứng “quên mất gốc tích” (Source Amnesia). Hội chứng này có nghĩa là phóng viên nghe tin đồn ở đâu đó, rồi bằng đi một thời gian, nhớ mang máng, nhưng vẫn viết thành bài. Điển hình của loại sự việc được tường thuật qua trí nhớ này là các trích dẫn kiểu “một nhà khoa học nổi tiếng từng nói”, hay “hàng chục tài xế taxi từng kể lại”, hoặc “cư dân làng, ai cũng nói rằng”... – nghĩa là ở đây không hề có chủ thể thực sự của thông tin – người cung cấp thông tin chỉ là đám đông, hay đúng hơn là trí nhớ của người viết.

Thông tin theo kiểu “quên mất gốc tích” này khá giống tin đồn: không có địa chỉ chính xác của thông tin, không có sự việc rõ nét, các yếu tố trong sự việc rất hấp dẫn, gây tò mò....

Khi đọc thông tin này, nếu có hứng thú và cần tìm hiểu rõ hơn, bạn sẽ phải là người quay lại nơi xảy ra sự việc, hỏi nhiều người xung quanh để xác minh chính cái điều bạn vừa đọc trên báo. Hay nói cách khác, để tin loại thông tin này, bạn cần thực hành từ đầu quy trình mà một phóng viên phải làm khi đi xác minh thông tin, chứ bản thân các loại bài viết này không thể đáng tin được. ■

2 Phân biệt tin tức - ý kiến và đánh giá nguồn tin

Khi đọc một bài báo, bạn cần xác định đó là tin tức hay ý kiến. Nhận biết hai thể loại này giúp bạn xác định cách thức giải mã cấu trúc và quy trình thu thập thông tin.

NHẬN BIẾT VỊ TRÍ

Tin tức: Trên báo giấy, các bài viết là tin tức thường nằm dưới các mục có tên như: Tin tức, Thời sự 24 giờ, Tin vắn, Tin địa phương, Thời sự.... hoặc các tên tương tự.

Trên báo online, các mục về tin tức thường bị xếp lộn xộn hơn và xen kẽ với các bài loại khác, nhưng nhìn chung, các trang tin lớn có tổ chức tốt vẫn đặt phần tin vào các mục như: Thời sự, Chính trị - Xã hội, Kinh tế, Quốc tế, Giáo dục... - phân theo nội dung.

Ý kiến: Trên báo giấy, ý kiến có thể là: Thời sự và Suy Nghĩ, Chào buổi sáng, Thứ bảy Quốc Tế, Giáo dục dưới mắt mọi người, Chuyện nhà tôi...

Trên báo online, các mục này có thể có tên như: Tôi viết, Bạn đọc viết, Ý kiến của tôi, Sự kiện – bình luận... – hoặc các tên tương tự.

Có một thể loại nằm ở giữa tin tức và ý kiến là phóng sự, là các bài viết dài trong mục Phóng sự hoặc Du Ký, Pháp Đình... là thể loại cung cấp thông tin về vấn đề gì đó khá chi tiết và dài, nhưng trong cách viết khó lòng tránh khỏi việc

phóng viên có ý kiến, quan điểm riêng thêm vào giữa các nội dung thông tin thuần túy.

ĐỐI VỚI TIN TỨC

Thẩm định nguồn tin là một thao tác cực kì quan trọng, đặc biệt đối với các bản tin. Chúng ta phải tra vấn thông tin trong bài viết đến từ đâu và mức độ đáng tin cậy như thế nào. (Xem kĩ lại các chương 1, 2 và 3)

Nguồn tin “rõ mặt”:

Ví dụ: Anh Nguyễn Trọng Thanh, phó chủ tịch phường Tân Mỹ cho biết.... : Đây là nguồn tin dạng chính quyền, khá rõ ràng về thân nhân, phát biểu của nguồn tin dạng thể này thường phóng viên phải trực tiếp đi hỏi hoặc có quan hệ từ trước. Vì ghi tên thật, chức vụ thật, nguồn tin này chịu trách nhiệm về những gì mình nói ra trước dư luận và pháp luật, tính trách nhiệm khá cao.

Tuy nhiên, khi đọc các bài có nguồn tin rõ ràng, bạn hãy xét đến mức độ đáng tin cậy dựa trên lợi ích liên đới của nguồn tin đến bản tin. Ví dụ, ông giám đốc công ty vàng nói đây là thời điểm tốt nhất để bán vàng, vậy bạn có quyền nghi ngờ liệu ông ta phát biểu điều này để cho công ty ông ta thu mua được vàng với giá hời trong thời gian này không? – Dù sao, loại nguồn tin này cho bạn một cơ hội tự đặt

câu hỏi và chấp nhận/không chấp nhận tính thông tin của bài báo.

Nguồn tin ẩn danh:

Nguồn tin loại này hay có dạng, chị N.V.C (Tân Bình); anh X (ngụ cùng xóm nạn nhân); cô Hoàng Thị T. (Hà Nội), “nguồn tin giấu tên từ trong cơ quan này cho biết” , hay “Theo nguồn tin thân cận của chúng tôi, nạn nhân có thể đã bị...”

Loại nguồn tin này tại Việt Nam rất vô chừng. Lí do đầu tiên của việc ẩn danh là an toàn cho nguồn tin. Ví dụ, một nhân chứng của một vụ giết người có quyền yêu cầu giấu tên mình khi phát biểu trên báo rằng anh ta chứng kiến thủ phạm tội ác làm gì đêm qua. Một nạn nhân của vụ hiếp dâm có quyền được bảo vệ nhân thân, và tờ báo đăng tin có nghĩa vụ phải bảo vệ cô, nhất là khi nạn nhân còn cả cuộc đời phải sống tiếp phía trước.

Tuy nhiên, nhiều tờ báo mạng (hoặc chỉ là trang tin dạng câu quảng cáo) lại tận dụng “ưu thế” ẩn danh này, để làm mờ đi ranh giới của chuyện bảo vệ an toàn với việc bịa/chế tạo ra một câu chuyện tưởng tượng.

Ví dụ: “Cũng như thường lệ những lần tác nghiệp khác, tôi được theo anh P bên phòng cảnh sát hình sự đi tuần trên các tuyến đường sài gòn. Dạo quanh các tuyến đường trên địa bàn thành phố đến các vùng ven, bỗng anh P phát hiện 2 đối tượng khả nghi, tay chân xăm trổ nhìn rất hung tợn. Anh nói tôi hai thanh niên trước mặt rất khả nghi, bám theo xem thế nào.” – Đoạn đầu tiên bài viết “Sự thật kinh hoàng về những xe hủ tiếu gõ” .

Có một thời gian, hàng chục ngàn cư dân mạng đã tin theo câu chuyện nồi hủ tiếu có chuột chết hầm nên ngọt như trên, mà không

đọc kĩ ngay từ đầu bài viết này đã có vấn đề. Nhân vật “Anh P phòng cảnh sát hình sự” là ai? Tại sao một nhà báo + một công an mà phải vừa giấu tên, vừa không nói rõ chức năng công việc, và nơi bị buộc tội “làm hủ tiếu chuột cống” cũng không ai rõ là ở đâu. Loại nguồn tin này thường đến từ... chuyện bịa của những người sản xuất các trang tin câu view để bán được quảng cáo.

Ngoài ra, khi đọc một bài viết, nếu bạn thấy có 5 nguồn tin xuất hiện và 4 - 5 người trong số đó là... ẩn danh thì bạn cũng cần cảnh giác với nội dung. *Hãy tự hỏi, một người phát biểu ý kiến của mình mà lại không muốn chịu trách nhiệm trước điều nói ra, thì điều ấy có là đáng tin không?*

ĐỐI VỚI Ý KIẾN

Loại bài viết này cho bạn lựa chọn có quyền đồng ý hoặc không đồng ý với nội dung trong bài. Các tờ báo sẽ nói rõ với bạn đọc đây là ý kiến của người viết thông qua các tên mục như đã đề cập ở trên. Khi đọc mục ý kiến, người đọc thông minh nên ở trong tâm thế tham khảo, không nên tuyệt đối tin vào thông tin bình luận. Dù sao, đó chỉ là quan điểm cá nhân một người, người đó có thể rất khác bạn, và cũng có thể đúng và sai. ■

3 Luôn theo dõi diễn tiến của thông tin

Khi đọc báo, đừng chỉ đọc bản tin đầu tiên và tin tuyệt đối vào độ chính xác của thông tin được cung cấp, đặc biệt là đối với những sự việc có diễn tiến phức tạp. Bạn cần theo dõi toàn thể diễn tiến của câu chuyện qua các bài viết tiếp theo, những sự vụ kéo theo, để nhận ra bức tranh toàn cảnh của sự kiện và xác nhận lại độ chính xác của thông tin.

Một sự kiện, thông tin ngày hôm nay có thể được loan báo thế này, nhưng có thể ngày mai đã khác hẳn hoàn toàn.

Xem ví dụ bên cạnh.

Ví dụ:

Ngày 1: Có 1 em bé chết vì bị tiêm 1 loại vắc xin, dư luận đặt câu hỏi vắc xin có nguy hiểm?

Ngày 2: Các cơ quan trả lời, em bé chết do bệnh khác, vắc xin không nguy hiểm.

Nếu chỉ dừng ở đây, có thể bạn sẽ tin rằng vắc xin hoàn toàn không nguy hiểm.

Ngày 10: Thêm 3 em bé nữa chết sau buổi tiêm vắc xin

Ngày 11: Thêm 1 em bé chết sau buổi tiêm vắc xin

=> Sau ngày 2 giờ, ta cần phải đặt thêm câu hỏi và tiếp tục theo dõi diễn tiến. Đọc giả thông minh sẽ chưa vội kết luận là vắc xin hoàn toàn không nguy hiểm hay rất có hại. Cần có thêm thông tin. ■

4 Chất vấn tính khách quan của thông tin

Quan sát cách sử dụng từ ngữ trong các bài viết rất quan trọng, vì nó sẽ giúp bạn đọc nhìn rõ thêm liệu bài báo có khách quan không.

Số tính từ tăng – Tính khách quan giảm:
Nếu một bản tin dùng quá nhiều tính từ kiểu như “kẻ tàn ác này”, “hắn nhẫn tâm”, “X cười khẩy khinh bỉ trả lời”, “chúng tôi chứng kiến sự táng tận lương tâm”, “đắng lòng thiếu nữ bị hiếp dâm đã lừa người tình”, thì bản tin/bài báo này rõ ràng có chứa rất nhiều định kiến của người viết về sự việc trong bài.

Khi sẵn có định kiến hoặc có dụng ý (mà người đọc không biết được), người viết sẽ dùng các tính từ để làm dấy lên cảm xúc của người đọc theo ý họ muốn. Nếu bạn tuyệt đối tin và bị chi phối bởi các tính từ, bạn sẽ có cảm xúc và hành vi không đúng đắn trước sự việc, mà đã bị rơi vào cái bẫy của định kiến.

Thay vì đọc các định kiến, bạn có thể tìm đến các bản tin khách quan, đúng đắn. Hãy so sánh hai các dùng từ ngữ trong bảng bên cạnh.

Định kiến	Trung dung
Tên X cười khẩy nói	X nói
Bị cáo thể hiện rõ vẻ tàn ác qua câu trả lời: «..»	Bị cáo trả lời: «....»
Doanh nhân Y quanh co khi đề cập đến vụ việc	Doanh nhân Y cho biết: «...»
Chủ nhân của tiệm sửa xe né tránh trả lời, chỉ nói: «....»	Chủ tiệm sửa xe nói về vụ việc: «...»
Trước ánh mắt gian hùng, xảo trá đầy ác ý của Y, chị tỏ ra điềm tĩnh...	Chị tỏ ra điềm tĩnh khi Y nhìn...

5 Đặt câu hỏi: Phóng viên có thấy tận mắt, sờ tận tay?

Khi đọc báo, có rất nhiều dấu hiệu để bạn nhận ra phóng viên có tận mắt chứng kiến câu chuyện và viết lại cho bạn đọc hay không. Khoảng cách giữa phóng viên và câu chuyện càng gần thì mức độ tin cậy của bài báo càng tăng lên – tất nhiên cũng không loại trừ trường hợp cố ý tung tin sai.

Phóng viên nghe điện thoại từ cơ quan phòng chống lụt bão và viết: “Lũ quét khiến người dân bị cô lập và bỏ rơi trong cơn đói.” - Hãy hỏi, phóng viên đã nhìn thấy cảnh đó chưa? Hình ảnh đâu? Nghe qua điện thoại sao chắc chắn được.

Phóng viên chụp tấm ảnh bốn mẹ con chia nhau một gói mì, ngồi trên khoảnh đất cao cầu cứu trong biển lũ - hình ảnh đăng báo với cùng nội dung: “Lũ quét khiến người dân bị cô lập và bỏ rơi trong cơn đói.” – Phóng viên ở rất gần câu chuyện, thấy nhân vật, cùng theo thuyền tới cứu người bị cô lập => Câu chuyện này sẽ thật hơn chuyện nghe qua điện thoại.

Những kiểu viết như “tôi và anh X nghe bà con trong làng xôn xao có con rắn thần” hay “Chị H.T.C kể chị và người hàng xóm đã thấy ông Y đánh đập vợ dã man mỗi đêm”... đều là các kiểu “chuyện kể” không đáng tin cậy khi bạn đọc một bài viết. Tại sao phóng viên kể lại một chuyện họ không tận mắt thấy? Tại sao nguồn tin lại phải viết tắt bằng các chữ cái vô nghĩa? Tại sao sự kiện không có

địa điểm, thời gian... cụ thể với những người có trách nhiệm cụ thể?

Khi đọc một bài báo, hãy tưởng tượng đến khoảng cách mà phóng viên tiếp cận với câu chuyện mà bạn đang đọc. Hãy biết đòi hỏi một sự rõ ràng trong thời gian, không gian, người được phỏng vấn cũng như bối cảnh câu chuyện... – Tất cả các yếu tố mập mờ đều có nghĩa là bản tin chưa đáng tin cậy. ■

6 Hãy mở rộng đầu óc tiếp nhận các thông tin xung khắc với định kiến của bản thân

Không chỉ giới truyền thông, mà đọc giả cũng có định kiến. Phần đông chúng ta có xu hướng tin tuyệt đối vào điều gì đó mà mình từng tưởng tượng trong đầu hoặc nghe qua lời đồn. Đôi khi, lời đồn vô căn cứ có khi còn được tin dùng hơn cả một bản tin có thông tin rõ ràng.

Để trở thành người đọc thông minh, bạn hãy kim những niềm tin hoặc sự “cho rằng” của mình xuống, để đọc tiếp các thông tin khác thường so với sự tin tưởng của mình. Khi có định kiến, bạn sẽ lái niềm tin của mình theo hướng bạn muốn, chứ không phải là hướng của thông tin thật nữa. ■

7 Trên mạng Internet và trên mạng xã hội, thứ hạng và độ nổi không tương đồng với mức độ đáng tin cậy.

Niềm tin và sự mở rộng tư tưởng để đón nhận thông tin khác biệt là điều rất quan trọng khi bạn là độc giả. Nếu như báo giấy còn có chút «trật tự im ắng» thì báo mạng giống một đám đông ai cũng có quyền được phát biểu, và họ rất ồn ào.

Đừng tin 100% vào một tài khoản Facebook có 200.000 lượt người ưa thích (likes), vì ngay cả Facebook cũng không coi đây là tiêu chí của sự đáng tin cậy – Facebook có bán *likes* cho những ai có tiền và muốn mua.

Đừng tin 100% vào các thanh trạng thái (status updates) hay bài viết có 10.000 lời bình (comments). Điều đó chưa hẳn là người viết đó có 10.000 người tin tưởng thì có nghĩa là họ nói tất cả đều là 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 khoảng khắc nào đó, họ dùng chính cái 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. Có

nhiều kẻ lập ra các trang xã hội với tên người nổi tiếng, câu *likes* cho đến khi được một con số nhất định thì chào bán lại cho chính người nổi tiếng đó. Có trường hợp, người nổi tiếng không mua trang đó sẽ bị tung tin xấu, bôi nhọ. Và có hàng triệu người cứ thế tin theo trang nọ.

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 si nhục, hạ thấp danh dự một ai đó bằng những từ ngữ thô thiển, tàn bạo đều là những bài viết mà bạn không nên tin tưởng hoàn toàn. Khi thông tin hàm ý tiêu diệt hoặc nâng cao một ai đó, nó là quảng cáo, truyền thông, PR chứ không phải báo chí.

Những bài dạng “kinh nghiệm của tôi thế này, bạn có thể làm theo” là loại nội dung được cư dân mạng rất ưa thích, vì nó có vẻ truyền miệng, có vẻ người viết đã thực hành qua mà kể lại. Tuy nhiên, thông tin này không có ai đảm bảo về tính xác thực cho bạn. Và hãy tưởng tượng, nếu bạn thấy con mình bị đau bụng, bạn search google ra một đơn thuốc, mua cho con uống và bé bị đau nặng hơn, thì chỉ có thiệt hại cho chính bạn và người thân, chứ người viết vô danh trên mạng có chịu trách nhiệm đâu? Hãy chín chắn suy nghĩ trước khi thử làm theo một mẹo mách gì đó trên mạng, nhất là những loại mẹo vật ảnh hưởng tới sức khỏe, tiền bạc.

Những mẫu trạng thái đưa vội vàng kiểu: “Sợ quá, ngoài công viên có tiếng nổ lớn, nghe đầu chết 3 người” – chỉ nên là những thông tin bạn tham khảo, chứ không phải là một bản tin đúng 100% mà bạn có thể tuyệt đối nghe theo. Nếu status này đi kèm một video, một đoạn có chính người đưa thông tin nói trong clip, hoặc

ngay sau đó có rất nhiều người xác nhận thông tin này, kèm theo hình ảnh, thông điệp đưa từ hiện trường vụ việc, thì rất có khả năng là có chuyện xảy ra thật.

Thông tin qua mạng xã hội là mảng tin quan trọng để bạn biết chuyện gì xảy ra sớm nhất, nhưng để có hành động phù hợp, bạn cần những thông tin được xác nhận tiếp theo. Khác biệt với một bản tin trên báo (vốn đã trải qua rất nhiều khâu xác nhận và độc lập), các thanh trạng thái trên Facebook, Twitter thường là thông tin thô, chưa có xác minh hoặc đôi khi được đưa tin dựa trên dụng ý của người tung thông tin đó (không có tính độc lập).

Hãy đọc nhiều – đừng đọc từ một nguồn: Đừng quá vội vàng bấm nút «theo» (follow) một ai đó hoặc «làm dấu» (bookmark) trang blog của một người viết và tin tất tần tất những gì họ viết. Tốt hơn, hãy đọc 10 người trong cùng một lĩnh vực thông tin mà bạn đang quan tâm, có thể bạn sẽ có 10 góc nhìn khác nhau hoàn toàn đấy. ■

8 Đừng nhai và nuốt tất cả những gì bạn đọc. Hãy chọn lọc!

Tại sao bạn phải mất công đọc theo từng bước như trên, phải tốn công suy nghĩ về những thứ mình đọc là đúng hay sai? Vì có rất nhiều thông tin sẽ ảnh hưởng đến quyết định hành động trong cuộc sống của chính bạn, cũng như thái độ mà bạn sẽ đối xử với cuộc sống xung quanh mình.

Không có thông tin chính xác sẽ dẫn đến quyết định sai lầm, dẫn đến hậu quả tai hại.

Tiếp nhận nhiều tin đồn mang tính tiêu cực dẫn đến nhiều cảm xúc và phản ứng tiêu cực, nhiều nỗi sợ hãi vô cớ, làm ảnh hưởng đến bạn, gia đình bạn, và người xung quanh.

Không có thông tin độc lập, bạn trở thành người bị nhồi sọ, chỉ biết răm rắp làm theo chỉ dẫn của người khác, phục vụ những lợi ích của họ mà không phải là của bản thân và xã hội.

Chính vì thế, là một người đọc trong thời đại Internet, bạn hãy bình tĩnh và mạnh mẽ, để chọn đúng thông tin tốt và xác thực cho cuộc sống của mình chất lượng hơn. ■

9 Chia sẻ thông tin một cách có trách nhiệm

Đừng nghĩ rằng khi bạn bấm nút «chia sẻ» (share) trên mạng xã hội, bạn chỉ thuần túy là một người đọc. Trong hành vi này, bạn đã trở thành người XUẤT BẢN LẠI thông tin đó, cho chính cha mẹ, bạn bè, anh em của mình có trên Facebook/twitter đọc theo. Bạn đang dùng chính uy tín của mình để quảng cáo cho một thông tin – và có khả năng là rất nhiều người thân của bạn khi đọc thông tin đó sẽ tin tưởng bạn và hành động theo chỉ dẫn TỪ BẠN - người trực tiếp cung cấp thông tin đó.

Nếu thông tin bạn chia sẻ là một thông tin sai lệch nghiêm trọng, nó có thể gây tổn hại đến sức khỏe tinh thần và thể chất của chính anh chị em, bạn bè của bạn, vì họ đã tin tưởng khi thấy bạn là người ủng hộ thông tin đó. Dĩ nhiên, bạn có thể cảnh báo cộng đồng xung quanh về những thông tin sai lệch trên các phương tiện truyền thông bằng cách chia sẻ lại đường link, song cần vạch rõ chỗ sai. Nhưng tốt nhất là không nên chia sẻ những thông tin sai, vì nhiều người có thói quen nhấn ngay vào link mà không đọc lời cảnh báo của người chia sẻ thông tin.

Thật vậy, từ bây giờ, bạn đừng nghĩ đơn giản là mình chẳng cần phải có trách nhiệm gì trước một bản tin ai đó xa lạ viết, bởi bản tin đó có thể là quân cờ Domino, gây hiệu ứng liên hoàn lên những người khác. Và lúc đó bạn trở thành kẻ có tội CUNG CẤP THÔNG TIN CÓ HẠI.

Điều đó phải trả giá bằng uy tín của chính bạn. Hãy đọc một cách bình tĩnh và thông minh. ■