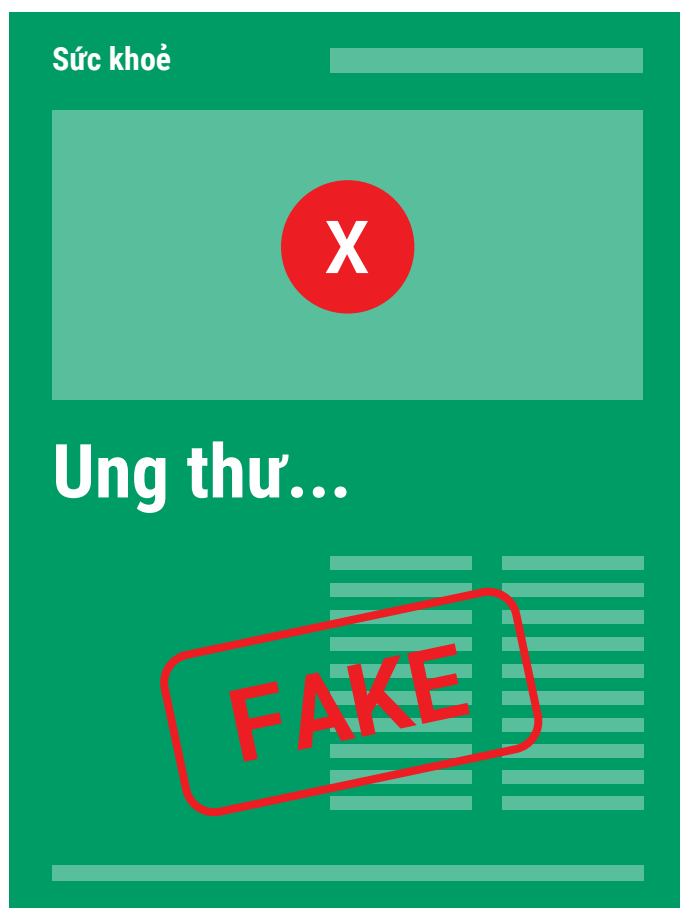
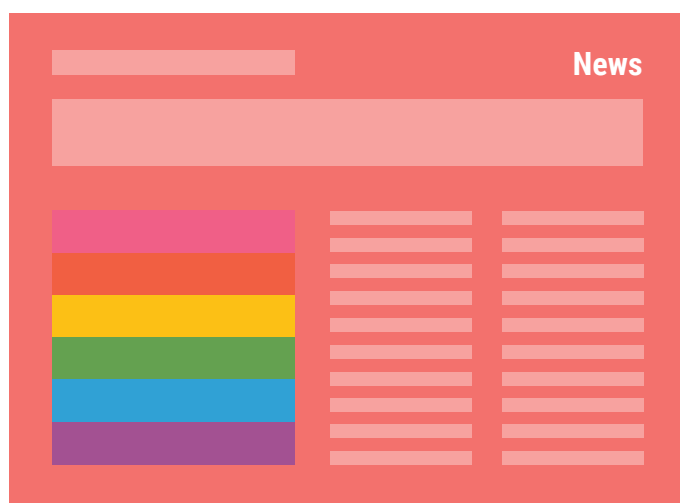


Việt Nam, 2023

CẨM NANG PHÒNG CHỐNG TIN GIẢ CHO CỘNG ĐỒNG LGBTIQ+

Bảo vệ cộng đồng LGBTIQ+ trước tin sai, tin xuyên tạc, tin nguy hại



Phần 1:

Khái niệm tin giả

? Tin giả là gì?

Những thông tin sai sự thật được cố ý đăng tải, lan truyền nhằm mục đích không chính đáng, gây hiểu lầm cho người đọc, người xem hoặc những thông tin có một phần sự thật nhưng không hoàn toàn chính xác do không được kiểm chứng, xác minh hoặc bị phóng đại, suy diễn, làm thay đổi bản chất của sự việc.

Nguồn: Bộ Thông tin và Truyền thông (2022). Cẩm nang phòng chống tin giả, tin sai sự thật trên không gian mạng

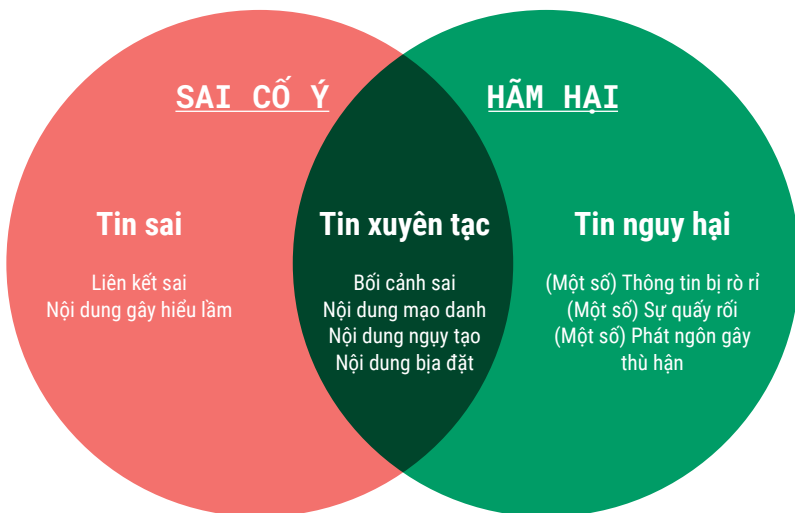
☰ 3 mức độ tin giả

Tin sai (Mis-information): Thông tin không đúng, được phát tán khi chưa được kiểm chứng đầy đủ, và không nhằm mục đích xấu.

Nguồn: UNESCO (2019). Sổ tay Báo chí, Tin giả và Tin xuyên tạc

Tin xuyên tạc (Dis-information): Thông tin không đúng, được cố ý tạo ra, cố ý phát tán nhằm mục đích gây hại.

Tin nguy hại (Mal-information): Thông tin đúng nhưng là tin riêng tư hoặc tin mật, bị phát tán công khai.



Hình 1: 3 mức độ tin giả

Nguồn: Sổ tay Báo chí, Tin giả và Tin xuyên tạc, UNESCO, 2019, tr 46.

Bạn có biết!

Tin giả nghiêm trọng nhất về LGBTQ+?

Theo công văn số 4132/BYT-PC ngày 03/8/2022, Bộ Y tế khẳng định không coi đồng tính, song tính, chuyển giới (LGBTQ+) là một bệnh, không can thiệp, ép buộc điều trị đối với những người trong cộng đồng này.

Coi người LGBTQ+ là người có bệnh cần chữa là tin giả gây ảnh hưởng nghiêm trọng nhất đối với cộng đồng LGBTQ+.

Ví dụ tin giả

Những người LGBTQ+ không có nguy cơ mắc bệnh ung thư cổ tử cung?

Dịch vụ Y tế quốc gia (NHS, 2019), Vương quốc Anh, từng đưa ra cảnh báo về tin giả này.

Thực tế là mọi hoạt động tình dục đều có thể truyền vi-rút gây ung thư. Nước Anh có tới hơn 50.000 người thuộc nhóm LGBTQ+, có tới 19% số phụ nữ trong nhóm này không đi xét nghiệm sàng lọc ung thư cổ tử cung do tin vào tin giả.

Phần 2:

7 loại tin xuyên tạc

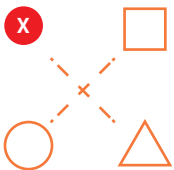
1. Châm biếm



Đây là nội dung rất phổ biến trên mạng xã hội. Mới đầu, tin dạng này chỉ mang tính gây cười, không nghiêm túc, bố cục giống như tin thật hoặc như câu chuyện vui. Khi nhiều tin châm biếm bị chia sẻ, lan tỏa, thông tin bị ra khỏi bối cảnh hư cấu, người xem dễ có cảm giác rằng đây là thông tin có thật.

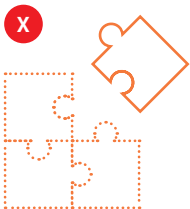
Lưu ý: Một số hội, nhóm của cộng đồng LGBTQ+ cũng đưa ra những nội dung trào phúng, châm biếm trên mạng xã hội, dưới dạng ảnh, nhạc chế, meme, truyện cười, v.v... Cần cân nhắc xem có nên tự xuất bản những nội dung châm biếm chính cộng đồng của mình như thế hay không. Trong cộng đồng, đó là nội dung trào phúng. Khi chia sẻ ra ngoài cộng đồng, đó lại là nội dung chế giễu, nhục báng cộng đồng.

2. Sai kết nối



Tiêu đề, hình ảnh hoặc chú thích không liên quan và không hỗ trợ nội dung chính của tin. Mục đích của tin giả loại này là thu hút sự chú ý, thu hút nhiều người xem nội dung trực lợi từ việc hiển thị quảng cáo. Tệ hại hơn nữa là để người xem bấm vào đường dẫn lừa đảo, tự động tải về thiết bị nhiều thông tin độc hại.

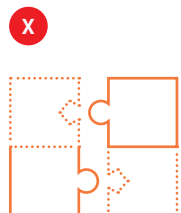
3. Gây hiểu nhầm



Nội dung xác thực nhưng bị cắt xén khỏi bức tranh chung. Ví dụ một bức ảnh bị cắt, một đoạn hội thoại bị xóa chỉ giữ lại một câu nói. Mục đích là cố tình “đóng khung”, “dán nhãn” cho người được nhắc đến trong nội dung theo ý đồ của người tạo ra nội dung.

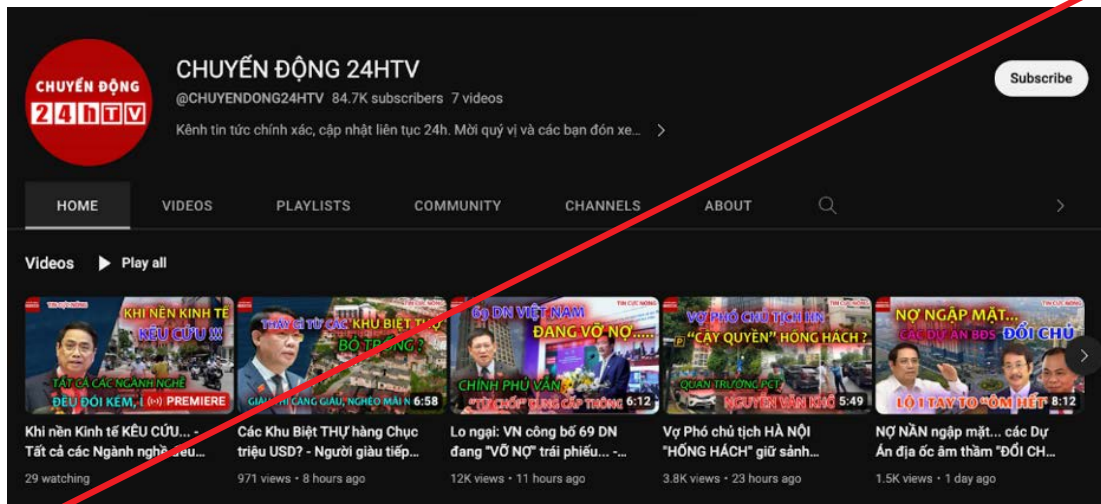
Cần kiểm tra nhiều nguồn tin, tạo cơ hội cho người trong cuộc được giải thích mới có thể tránh được phần nào tác hại của nội dung gây hiểu nhầm.

4. Sai bối cảnh



Thông tin đúng nhưng được đặt vào bối cảnh khác, rất dễ gây hiểu nhầm. Ví dụ, hình ảnh cá chết ở nước ngoài được lấy làm ví dụ minh họa cho chủ đề cá chết ở biển miền Trung Việt Nam. Hoặc khi nói về làn sóng nhập cư ở nước này, người làm truyền thông lại dùng video về tình hình nhập cư ở cửa khẩu biên giới nước khác.

Tuy nhiên, người xem không có kỹ năng để xác nhận và phân biệt giữa thông tin minh họa và thông tin chính xác, dẫn đến hệ lụy khó lường.



Hình 2:
Ảnh chụp màn hình một kênh YouTube mạo danh chương trình Chuyển động 24h và HTV

5. Mạo danh

X



Những thương hiệu uy tín dễ bị mạo danh, làm giả. Nhất là các hãng thông tấn có uy tín thường bị lập ra những trang giả mạo, đăng thông tin lừa đảo, cố tình bôi xấu, bịa đặt hình ảnh của cá nhân, tổ chức, làm mất trật tự xã hội. Những trang mạo danh thường sử dụng hình ảnh, logo, tên gần giống của các đài truyền hình, tờ báo, chương trình tin tức uy tín nên dễ gây nhầm lẫn cho người tiếp nhận thông tin rằng đây là thông tin chính thống đã được kiểm chứng.

Có thể nhanh chóng kiểm chứng bằng cách kiểm tra lại nguồn tin, đối chiếu với trang web của thương hiệu để nhận ra những điểm khác biệt giữa trang chính thống và trang giả mạo.

6. Thao túng

X



Hình ảnh thật, thông tin thật, nhưng được thêm vào đó một số yếu tố khác, như màu sắc, hình nền, chú thích. Thoạt nhìn có vẻ vô hại, nhưng thêm một số lời bình luận ác ý, làm thay đổi bản chất của thông tin ban đầu.

Chỉ cần một số thao tác chỉnh sửa màu sắc, đổi hình nền, thay đổi tỷ lệ ảnh, đã có thể thay đổi suy nghĩ và cảm nhận của người xem. Vì vậy, người xem cần tỉnh táo và có tư duy độc lập, phê phán, không nên ngay lập tức đồng ý với những lời bình luận và hình ảnh đã bị truyền thông chỉnh sửa.

7. Bịa đặt

X



Đây là loại nội dung giả 100%, nội dung bịa đặt, thêu dệt từ nhân vật, câu chuyện, bối cảnh, chủ đề, tất cả đều xuất phát từ ý đồ của người bịa đặt nội dung truyền thông. Ngày nay, với nhiều công cụ làm giả giọng nói, giả gương mặt, giả video (deepfakes), chúng ta cần hết sức cảnh giác vì có rất nhiều tin bịa đặt do công cụ kỹ thuật tự động sản xuất và phát tán.

Phần 3:

Động cơ tạo ra tin giả



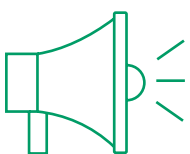
Hình 3: Hình ảnh chụp màn hình từ một tin giả

1. Động cơ cá nhân



- Sự thích thú trong việc đánh lừa người khác - chơi khăm với những người không ngờ tới.
- Chọc tức những người không đồng ý và lan truyền tin tức xúc phạm để thỏa mãn sự tức giận của họ.
- Đạt được sự nổi tiếng nhanh chóng. Thông tin sai lệch có thể rất hấp dẫn và việc thấy hàng nghìn người thích nội dung tin giả có thể tạo ra cảm giác gây nghiện. Những người này thường được gọi là "troll" (người gieo rắc sự chọc ghẹo).

2. Động cơ chính trị



Trước các sự kiện như cuộc bầu cử, các tin giả thường xuất hiện dưới dạng các cáo buộc ẩn danh và giả mạo, nhằm phục vụ mục đích chính trị.

Một ví dụ cụ thể là trường hợp "Gay Kits" tại Brazil. Trong cuộc bầu cử năm 2019, ứng cử viên cực hữu và chống LGBTQ+ là Jair Bolsonaro đã sử dụng Facebook để lan truyền tin giả và tuyên truyền kích động, nhằm vào ứng cử viên Fernando Haddad. Bolsonaro cáo buộc rằng Haddad đang phân phát "gay kits" (hộp dụng cụ đồng tính) cho trẻ em ở trường tiểu học với mục đích dạy trẻ trở thành người đồng tính. Điều này rõ ràng là một tin giả được tung ra nhằm bôi nhọ đối thủ chính trị (xem bài phân tích tin giả này trên trang web Slate)

3. Động cơ lợi nhuận



Vì dễ kiếm lợi nhuận, các dịch vụ đánh lừa được tạo ra để thu hút lượt nhấp chuột và xem nội dung, và các trang troll nhanh chóng xuất hiện khắp nơi để tạo cảm giác là nhiều người đang đọc, xem nội dung tin giả.

Trang troll là nơi có nhiều máy tính và điện thoại, được sử dụng để quản lý một số lượng lớn tài khoản giả, nhằm tương tác trên mạng xã hội để tăng số lượt xem, đánh giá và bình luận, ảnh hưởng đến quan điểm công chúng.

Cũng giống như lớp Nửa ngày tự sống, các bạn đến lớp giới tính ban đầu còn thái độ khó chịu với mẹ, thái độ với cô, chống đối...nhưng cuối cùng vẫn bị khuất phục bởi những gì mà các cô chia sẻ. Tình trạng báo động là các bạn lầm tưởng giới tính của mình. So sánh với các lớp GT trước đây của nhà Cá thì lớp này có tỉ lệ "đú" mình thuộc L.G.B.T khá nhiều. Các con quá đề cao cảm xúc, cái tôi của bản thân. Muốn khẳng định mình, muốn mình khác biệt và sẵn sàng tuyên bố với xung quanh tôi thuộc giới tính thứ ba đó. Các con tranh luận về hiểu biết của mình nhưng lại không hiểu nhu cầu của giới tính đó như nào, không hiểu sự trả giá khi phẫu thuật thay đổi giới tính và nhận ra giới tính mình không như vậy. Qua lớp học, các bạn biết biết được cảm xúc là gì, có nên đề cao nó không? Những vấn đề thực tế của người giới tính thứ ba, tác hại của việc lầm tưởng như nào...

Hình 4: Hình ảnh chụp màn hình tin giả quảng bá cho khóa học

4. Động cơ tạo ra sự thay đổi trong xã hội



Các nhóm hoạt động xã hội đôi khi áp dụng việc đưa tin giả với mục tiêu gây ra sự chú ý và tạo ra những thay đổi trong xã hội, nhằm thu hút sự quan tâm của mọi người đối với các vấn đề cần được giải quyết chung.

Một ví dụ đáng chú ý là sự xuất hiện của hàng loạt video trên mạng xã hội, trong đó Thủ tướng Bỉ Sophie Wilmes trong thời gian cầm quyền từ năm 2019-2020 tuyên bố rằng Covid-19 và các đại dịch toàn cầu khác là hậu quả của sự phá hủy môi trường sinh thái. Tuy nhiên, những video này thật ra chỉ là sản phẩm của công cụ deepfake - một công nghệ kỹ thuật tự tạo ra hình ảnh giả. Sau đó, nhóm hoạt động vì môi trường Extinction Rebellion đã chịu trách nhiệm cho việc tạo ra những video giả này nhằm thu hút sự quan tâm đến hành động của con người ảnh hưởng đến môi trường sinh thái.

Phần 4:

Kỹ năng nhận biết tin giả



Hình 5: Cách nhận biết tin giả

Phần 5:

Kỹ năng ứng xử với tin giả

Đối với cộng đồng LGBTIQ+ đôi khi chúng ta bị đẩy vào tình thế tiến thoái lưỡng nan:

Không phản ứng với tin giả, để nó lan tràn, hoặc là phản ứng với nó, và gây ra những tranh cãi chắc chắn sẽ làm tổn hại đến hình ảnh của bản thân và cộng đồng LGBTIQ+ ?

Vì vậy, chúng ta cần suy nghĩ thật kỹ và đưa ra phản hồi một cách có chọn lọc nhất.

✓ Quy tắc cơ bản của phản hồi

- Giữ vững lập trường
- Tránh nhắc lại những thông tin tiêu cực
- Xây dựng mạng lưới đồng minh
- Ghi chép lại những thông tin giả để xây dựng chiến lược phản ứng.

▶ Một số chiến lược phản ứng hiệu quả

- Tương tác cá nhân
- Thuyết phục nhóm trung lập
- Phản hồi dựa trên giá trị chung
- Phản hồi một cách hài hước
- Sử dụng các câu chuyện

Phần 6:

Kỹ năng phòng ngừa tin giả

Trong thời đại kỹ thuật số hiện nay, thông tin sai lệch có thể lan truyền nhanh chóng và gây ảnh hưởng tiêu cực đến quyết định và hành động của mọi người. Để đảm bảo sự hiểu biết chính xác và đúng đắn, kỹ năng phòng ngừa tin giả là một yếu tố quan trọng cần phát triển.

Dưới đây là một số kỹ năng quan trọng để phòng ngừa tin giả:



✓ Kiểm tra nguồn tin



✓ Phân tích logic

✓ Tăng cường kiến thức

✓ Trao đổi thông tin đa phương

✓ Kiểm tra lại trước khi chia sẻ



✓ Giáo dục về phản biện thông tin

✓ Giáo dục pháp luật về xử lý tin giả

Kỹ năng phòng ngừa với thông tin sai lệch là một quy trình liên tục và đòi hỏi sự tập trung và nhạy bén. Bằng cách phát triển và áp dụng những kỹ năng này, chúng ta có thể đối phó với thông tin sai lệch và đảm bảo rằng sự hiểu biết và quyết định của chúng ta dựa trên căn cứ chính xác và tin cậy.

Kết luận

01.

Hãy lắng nghe cảm xúc của bạn trước khi đối đầu với tin giả. Đảm bảo rằng bạn đủ bình tĩnh và không phản ứng bộc phát dễ gây xung đột.

02.

Hãy lắng nghe ý kiến của người tung tin giả và cố gắng hiểu quan điểm của họ. Đặt câu hỏi để khám phá lý do và nguồn thông tin của họ.

03.

Hãy có thói quen chia sẻ thông tin chính xác và có nguồn gốc đáng tin cậy.

04.

Liệt kê các tổ chức y tế hàng đầu như Tổ chức Y tế Thế giới (WHO), Hiệp hội Tâm lý Học Hoa Kỳ (APA), Bộ Y tế Việt Nam đã công nhận rằng đồng tính không phải là một bệnh và do đó không cần chữa trị.

05.

Hãy lập luận đồng tính không phải là một lựa chọn, không phải là bệnh tật, mà là một phần tự nhiên và đa dạng của con người.

06.

Chia sẻ nghiên cứu có uy tín và các câu chuyện cá nhân để minh họa rằng hỗ trợ và chấp nhận đồng tính có thể đem lại hạnh phúc cho mỗi người và cho nhân loại nói chung.

Nhóm soạn thảo khuyến khích các bạn độc giả cùng tham gia thảo luận xây dựng và tìm hiểu thêm về các nguồn tin và nghiên cứu hỗ trợ quan điểm của bạn.

Mời bạn tham khảo bản đầy đủ của tài liệu này trên trang [thuvien.lgbt](#) của Viện Nghiên cứu Xã hội, Kinh tế và Môi trường (iSEE)