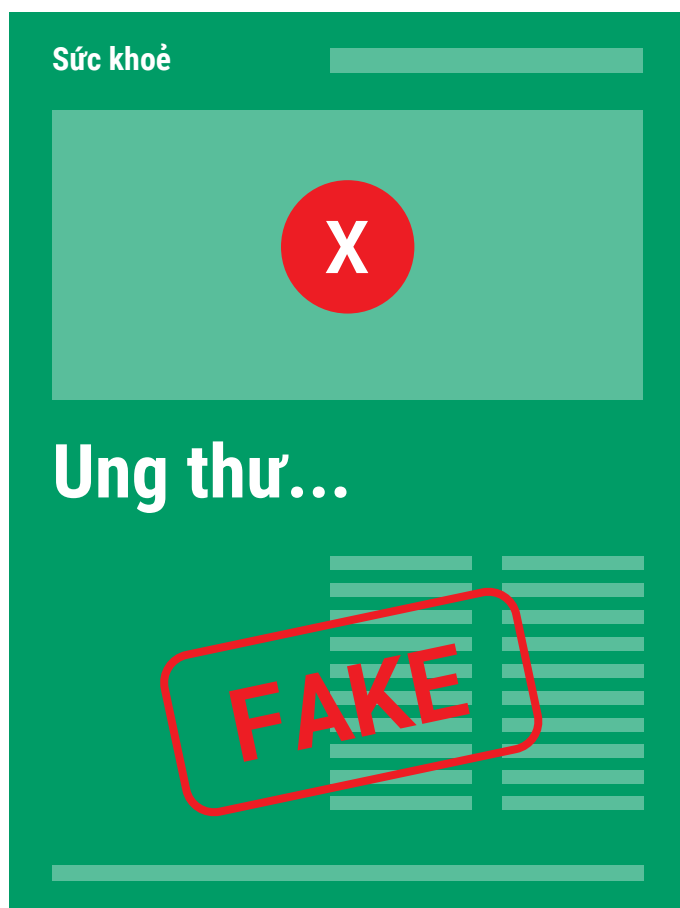
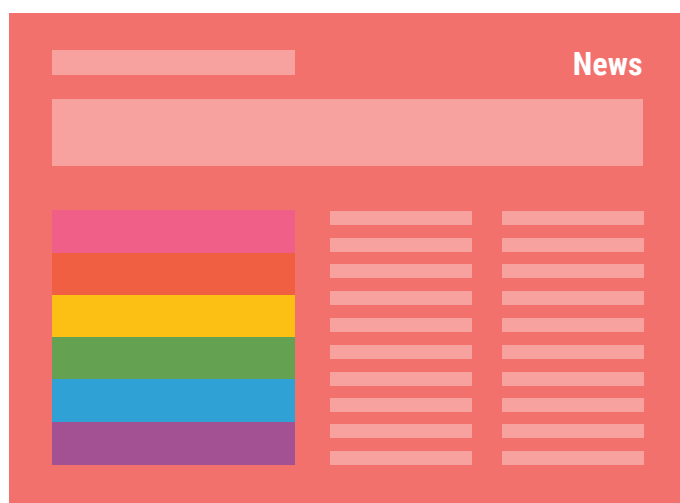


Việt Nam, 2023

CẨM NANG PHÒNG CHỐNG TIN GIẢ CHO CỘNG ĐỒNG LGBTIQ+

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



Việt Nam, 2023

CẨM NANG PHÒNG CHỐNG TIN GIẢ CHO CỘNG ĐỒNG LGBTQ+

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

Nhóm tác giả:

Lê Thu / Cao Văn Minh

Ngô Vũ Hoàng / Nguyễn Thảo Vy

Nguyễn Thị Thanh Tuyền

Lời nói đầu

Chào mừng bạn đến với cuốn sách "Cẩm nang chống tin giả cho cộng đồng LGBTQ+". Đây là một nỗ lực của cộng đồng LGBTQ+ và các chuyên gia đồng hành để chia sẻ kiến thức và kỹ năng cần thiết nhằm đối mặt với thách thức đang ngày càng trở nên nghiêm trọng: nạn tin giả.

Tin giả không chỉ là một vấn đề riêng lẻ, nó còn có tác động lớn đối với cộng đồng LGBTQ+. Thông tin sai lệch, bị cố ý thêm bớt và đôi khi thậm chí đầy ngôn từ gây thù hận và độc hại có thể dẫn đến sự phân biệt đối xử, xúc phạm danh dự, và gây tổn thương tới cuộc sống vốn dĩ đã chịu nhiều bất công của các thành viên trong cộng đồng. Vì vậy, chúng tôi, những người thuộc về cộng đồng LGBTQ+ quyết định tự đứng lên xây dựng cẩm nang này, với sự kết hợp kiến thức từ cộng đồng và cố vấn chuyên môn của các chuyên gia trong lĩnh vực báo chí và bình đẳng giới.

Cuốn sách này không chỉ nhằm mục tiêu giảm thiểu tác động của tin giả mà còn hướng đến việc nâng cao nhận thức và năng lực của cộng đồng LGBTQ+. Chúng tôi muốn giúp các bạn tự tin hơn trong việc tiếp cận và chia sẻ thông tin, từ đó hòa nhập vào xã hội thông tin hiện đại mà chúng ta đang sống.

Chúng tôi rất hy vọng rằng cuốn sách này sẽ là một nguồn tài liệu hữu ích và cung cấp cho bạn các công cụ cần thiết để chống lại tin giả và bảo vệ quyền thông tin và quyền con người. Hãy cùng nhau học hỏi và bước tiến vững chắc trong hành trình chống lại tin giả và xây dựng một xã hội đoàn kết và công bằng hơn cho cộng đồng LGBTQ+.

Thân mến,
Nhóm tác giả

Mục lục

Phần 1: Khái niệm tin giả và 3 mức độ tin giả	05
Phần 2: 7 loại tin xuyên tạc	08
Phần 3: Động cơ tạo ra tin giả	11
Phần 4: Kỹ năng nhận biết tin giả	15
Phần 5: Kỹ năng ứng phó với tin giả	19
Phần 6: Kỹ năng phòng ngừa tin giả	22
Thay cho lời kết luận	24
Tài liệu tham khảo	25

Phần 1:

Khái niệm tin giả và 3 mức độ tin giả

Theo công văn số 4132/BYT-PC ngày 03/8/2022, Bộ Y tế khẳng định không coi đồng tính, song tính, chuyển giới (LGBTIQ+) là một bệnh, không can thiệp, ép buộc điều trị đối với những người trong cộng đồng này. Từ năm 1990, Tổ Chức Y tế Thế giới (WHO) đã chính thức loại bỏ đồng tính luyến ái ra khỏi danh sách bệnh tâm thần, đồng thời khẳng định đồng tính không phải là bệnh, vậy nên đồng tính không thể chữa, không cần chữa, và cũng không thể nào thay đổi được.

Tuy nhiên, Bộ Y tế vẫn xác định được có những cơ sở khám chữa bệnh và một số bác sĩ tự nhận là có thể chữa được bệnh đồng tính. Coi người LGBTIQ+ là người có bệnh cần chữa là tin giả gây ảnh hưởng nghiêm trọng nhất đối với cộng đồng LGBTIQ+. Thông tin sai sự thật như vậy hạn chế quyền tham gia của người LGBTIQ+ vào các hoạt động bình thường của xã hội.

Tin giả gây ra tác hại thật vô cùng nguy hiểm. Ví dụ, dịch vụ Y tế quốc gia (NHS, 2019), Vương quốc Anh, đưa ra cảnh báo tin giả rằng, những người LGBTIQ+ không có nguy cơ mắc bệnh ung thư cổ tử cung.

Tuy nhiên, 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 LGBTIQ+, 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.

Tin giả và những lời đồn vô căn cứ cũng xây dựng hình ảnh méo mó, không đúng đắn về cộng đồng LGBTIQ+. Ví dụ, vụ xả súng trong trường học ở Nashville (Mỹ) vào tháng 3/2023, thủ phạm là một người đàn ông chuyển giới nữ (EDMO, 2023). Nhân dịp này, làn sóng thông tin sai đã nổi lên ở nhiều nước châu Âu như Pháp, Tây Ban Nha và Slovenia. Một bức ảnh giả về căn phòng của kẻ xả súng, trong đó có lá cờ cầu vồng và lá cờ NATO, bắt đầu lan truyền trên mạng. Một bức ảnh diễn viên hài người Mỹ có cơ bắp vạm vỡ và khẩu súng trường trên tay đã được trí tuệ nhân tạo thay đổi để trông giống nữ, nhằm khẳng định đây là hình ảnh của kẻ xả súng. Xuất phát từ tin thật, những hình ảnh bị cắt ghép, câu chuyện bị thêm dặt và bịa đặt, gây tổn hại uy tín cho cả cộng đồng người chuyển giới.

19%

phụ nữ trong nhóm
LGBTIQ+ tại Anh

không xét nghiệm sàng lọc
ung thư cổ tử cung do tin giả

Định nghĩa tin giả:

Chúng tôi sử dụng định nghĩa về tin giả do Bộ Thông tin và Truyền thông đưa ra trong cuốn **"Cẩm nang phòng chống tin giả, tin sai sự thật trên không gian mạng"** do Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông phát hành năm 2022. Theo đó, tin giả là:

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

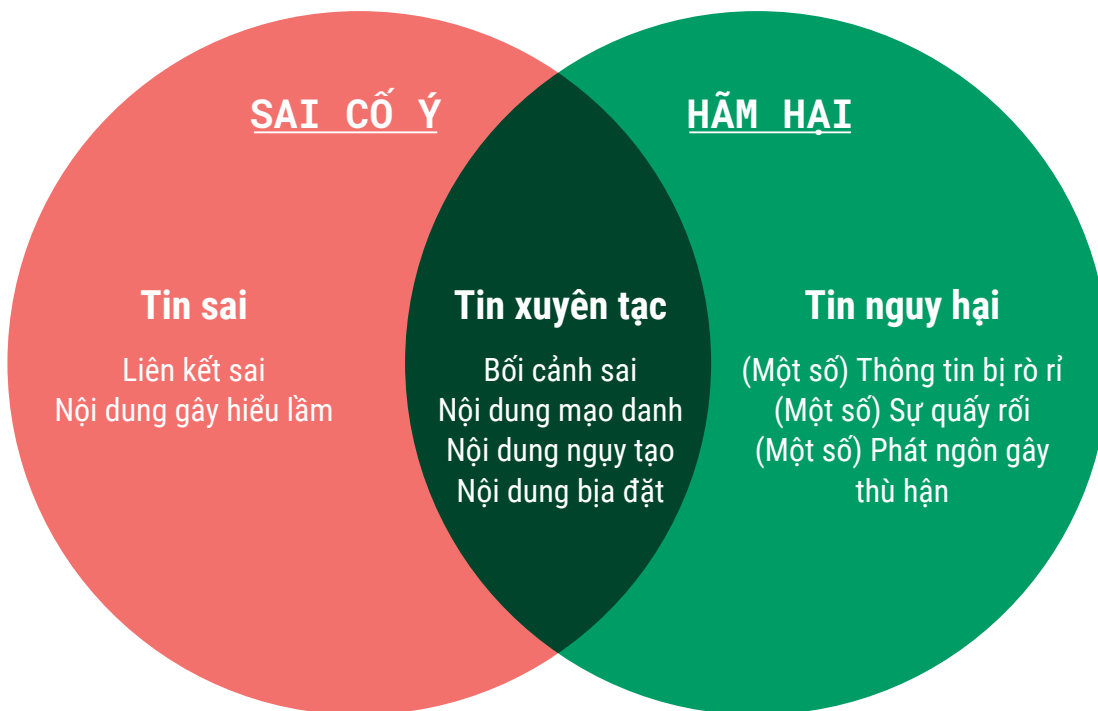
Ba mức độ tin giả:

Trong phạm vi cẩm nang này, chúng tôi sử dụng khung khái niệm gồm ba loại tin: tin sai (Mis-information), tin xuyên tạc (Dis-information) và tin nguy hại (Mal-information). Sự khác biệt giữa ba loại thông tin này dựa trên mức độ tác hại và sai sự thật. Khung khái niệm này được đưa ra trong “Sổ tay Báo chí, Tin giả và Tin xuyên tạc” do UNESCO xuất bản năm 2019.

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

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

Tin nguy hại (Mal-information): là 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.

Sổ tay Báo chí, Tin giả và Tin xuyên tạc” (UNESCO, 2019) cho chúng ta một số ví dụ như sau:

Ví dụ về tin sai:

Cuộc khủng bố xảy ra trên đại lộ Champs Elysees ở Paris vào ngày 20 tháng 4 năm 2017 đã khơi nguồn cho một loạt các tin sai. Rất nhiều người dùng mạng xã hội vô ý đăng lên và chia sẻ nhiều tin đồn chưa được kiểm chứng, ví dụ như tin có thêm cảnh sát bị sát hại. Những người dùng mạng xã hội chỉ muốn giúp đỡ những người khác chạy khỏi nơi bị khủng bố nhưng họ không kiểm tra, không kiểm chứng thông tin họ đang chia sẻ, vô tình gây ra nhiều luồng thông tin hỗn loạn, gây thêm tâm lý hoang mang lo sợ cho người dân.

Ví dụ về tin xuyên tạc:

Tin xuyên tạc về đời tư của ông Macron, ứng cử viên tổng thống Pháp, bị tung ra ồ ạt trên mạng xã hội Twitter, kèm theo hashtag, với thông tin giống hệt nhau do nhiều tài khoản cùng đăng tải. Kèm theo đó là những thông tin đăng lên những tờ báo làm giả trông giống như báo chính thống, bịa đặt chuyện ông nhận tài trợ từ Ả rập - Xê út, mở tài khoản chuyển tiền tới quần đảo Bahamas. Đây là những tin không đúng sự thật, bị cố ý phát tán qua các phương tiện truyền thông kỹ thuật số và mạng xã hội, nhằm làm hại uy tín của ông Macron trước khi bầu cử diễn ra.

Ví dụ về tin nguy hại:

Chỉ một ngày trước ngày bầu cử tổng thống Pháp, một bức thư điện tử của ứng cử viên Macron bị rò rỉ trên mạng. Thư điện tử đó đúng là của ông Macron, nhưng chỉ là thư tín cá nhân, không phải là thông tin công khai cho công chúng cùng xem và phân xét. Theo luật, báo chí không được đưa tin về ứng cử viên trong vòng 1 ngày trước khi cuộc bầu cử diễn ra. Bức thư cá nhân bị tung ra chỉ vài giờ trước khi báo chí không được đăng tin thêm, do đó ứng viên không thể dùng báo chí chính thống để thanh minh. Thông tin này bị cố ý tách ra khỏi môi trường riêng tư, cố ý tung ra vào sát thời điểm ứng viên không thể lên tiếng, do đó, gây nhiều thiệt hại về uy tín, hình ảnh và chiến dịch tranh cử của ông Macron.

Phần 2:

7 loại tin xuyên tạc

Phần này chủ yếu bàn về tin sai và xuyên tạc. Thứ tự 7 loại tin sai và xuyên tạc được xếp theo mức độ gây hại tăng dần. Thông tin trong phần này chủ yếu lấy từ bài “phân biệt 7 loại tin sai và xuyên tạc” tại Thư viện thuật ngữ xã hội.

1. Châm biếm

Nội dung mang tính châm biếm hoặc chế giễu trở nên 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. Nội dung có thể sai nhưng hài hước, hư cấu, lấy chủ đề về nhân vật hoặc sự kiện chính trị, xã hội có thật. Người xem mất cảnh giác với loại tin hư cấu vì chỉ xem với mục đích giải trí. 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.

Cần làm gì khi xem nội dung châm biếm?



- Nếu bài đăng liên kết đến trang web, hãy truy cập trang web đó và đọc mục “Giới thiệu” về trang web để xem nguồn đưa thông tin này là ai.
- Nếu bài đăng không liên kết đến trang web, nhưng đưa ra nội dung châm biếm thái quá, hãy kiểm tra xem các nguồn nào đưa ra nội dung này, đó có phải nguồn đáng tin cậy hay không, đã có nguồn nào khác đưa ra nội dung tương tự hay chưa?

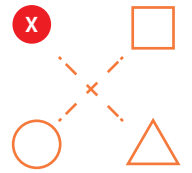
Lưu ý: Một số hội, nhóm của cộng đồng LGBTQ+ cũng đưa ra những nội dung trào phúng, châm biếm trên mạng xã hội, dưới dạng ảnh, nhạc chế, meme, truyện cười, v.v... Cần cân nhắc xem có nên tự xuất bản những nội dung châm biếm chính cộng đồng của mình như thế hay không. Trong cộng đồng, đó là nội dung trào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

2. Sai kết nối

Tin được coi là sai kết nối khi tiêu đề, hình ảnh hoặc chú thích không liên quan đến nội dung chính, không hỗ trợ nội dung chính.

Đôi khi tiêu đề, ảnh không liên quan tới nội dung. Những tiêu đề giật gân, những hình ảnh khiêu khích, những chú thích ảnh thái quá làm cho người xem tò mò, cảm xúc bị đẩy tới đỉnh điểm tức giận, xót xa, phẫn khích. Đôi khi tiêu đề không viết đầy đủ mà úp mở, mơ hồ. Tất cả những điểm này thúc giục người xem bấm vào để đọc toàn bộ nội dung. Nội dung có thể gây thất vọng vì nó không phản ánh đúng những gì đã hứa hẹn ở phần tiêu đề, hoặc lý giải rất sơ sài về tiêu đề, hoặc nội dung bên trong chèn rất nhiều quảng cáo.

Mục đích của tin giả loại này là thu hút sự chú ý, thu hút nhiều người xem nội dung để mang lại lợi ích 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.

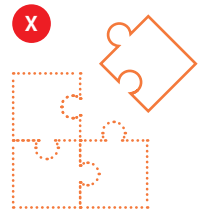


3. Gây hiểu nhầm

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. Nội dung loại này không phản ánh đúng bản chất của con người và chủ đề được nhắc tới trong nội dung.

Mục đích của nội dung gây hiểu lầm là cố tình “đóng khung”, “dán nhãn” cho người được nhắc đến trong nội dung theo ý đồ của người tạo ra nội dung.

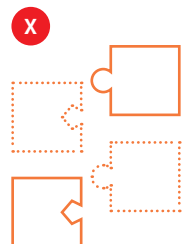
Cần kiểm tra nhiều nguồn tin, tạo cơ hội cho người trong cuộc được giải thích mới có thể tránh được phần nào tác hại của nội dung gây hiểu nhầm.



4. Sai bối cảnh

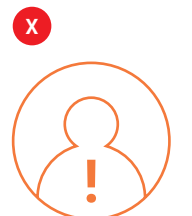
Thông tin đúng nhưng được đặt vào bối cảnh khác, rất dễ gây hiểu nhầm. Ví dụ, hình ảnh cá chết ở nước ngoài được lấy làm ví dụ minh họa cho chủ đề cá chết ở biển miền Trung Việt Nam. Hoặc khi nói về làn sóng nhập cư ở nước này, người làm truyền thông lại dùng video về tình hình nhập cư ở cửa khẩu biên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

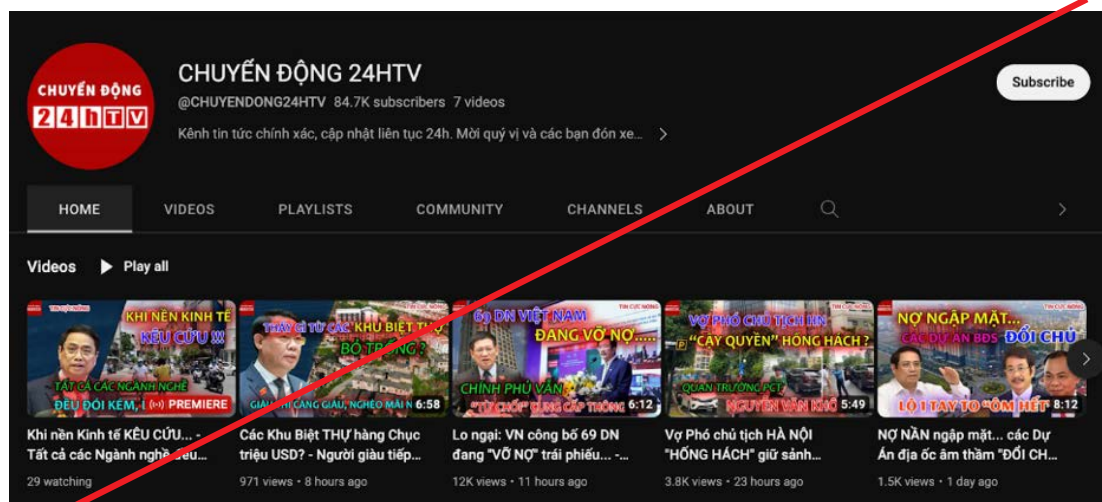
Mục đích ban đầu của việc tạo ra thông tin sai bối cảnh có thể chỉ là làm ví dụ minh họa, giải thích. Tuy nhiên, người xem không có kỹ năng để xác nhận và phân biệt giữa thông tin minh họa và thông tin chính xác, dẫn đến hệ lụy khó lường.



5. Mạo danh

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.





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

Ví dụ, đây là một tài khoản YouTube có tên giống với chương trình tin tức nổi tiếng của Đài truyền hình Việt Nam VTV và kèm theo tên Đài truyền hình HTV, làm người xem dễ nhầm tưởng đây là một trang đưa tin chính thống và những nội dung được đăng tải dễ lấy được lòng tin của người xem.

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

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.



6. Bịa đặt

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

1. Động cơ cá nhân

Một trong những nguồn thông tin sai lệch phổ biến nhất là từ những người ngoài cộng đồng. Bởi vì các nền tảng trực tuyến giúp việc chia sẻ nội dung trở nên dễ dàng, thuận tiện, nhanh chóng, và nhiều người đã lan truyền thông tin sai lệch mà không hề nhận ra rằng những gì họ đang chia sẻ là sai. Có thể họ không quá lo lắng, quan tâm liệu điều họ chia sẻ có đúng hay không.

Khi mọi người vô tình chia sẻ, rất có thể đó là thông tin phần nào cộng hưởng với họ trong tiềm thức, hay nói cách khác là nội dung mà họ “cảm thấy” đúng (ngay cả khi thực sự thông tin không chính xác).



Một nghiên cứu về thông tin sai lệch đã chỉ ra bốn yếu tố chính vô tình thúc đẩy cá nhân tạo ra tin giả:

- **Tính nhất quán:** Mọi người sẵn sàng chia sẻ lại thông tin phù hợp với niềm tin của họ và giá trị hiện tại mà họ hướng tới, và do đó thể hiện những giá trị đó với người khác trở nên dễ dàng hơn thông qua việc lan truyền.
- **Tính đồng thuận:** Mọi người thường chia sẻ nội dung mà họ nghĩ rằng những người khác sẽ đồng ý, đặc biệt là từ nhóm mà họ muốn nhận được sự chấp thuận, tán thành. Khi họ thấy nhiều lượt thích và chia sẻ từ các bài viết, điều này thường sẽ thuyết phục họ rằng đây là nội dung đáng để lan tỏa trước khi thực sự nghĩ về nó.
- **Tính thẩm quyền:** Có thể yếu tố thuyết phục không phải là dựa trên số lượt chia sẻ hay lượt thích, mà phần lớn là từ tính thẩm quyền của người chia sẻ. Đây có thể là từ một tờ báo, hoặc một tài khoản giống như một tờ báo, hoặc một nhân vật có thẩm quyền trong cộng đồng của họ, chẳng hạn như bác sĩ (lấy thêm ví dụ).
- **Tính cách:** Một nghiên cứu cho thấy rằng tính cách cũng có thể là một yếu tố, với những người có điểm “đồng ý” và “tận tâm” thấp trong bài kiểm tra tính cách tiêu chuẩn, có nhiều khả năng chia sẻ thông tin sai lệch hơn.

Tuy nhiên, có trường hợp cố tình tạo ra và chia sẻ tin giả. Sau đây là một số lý do để làm như vậy.

- Nhiều người cảm thấy thích thú khi lan truyền thông tin đánh lừa người khác – như đùa giỡn với những người không ngờ tới.
- Chọc giận những người không đồng ý với họ và lan truyền những tin tức xúc phạm được coi cách họ giải tỏa tức giận.
- Có được sự nổi tiếng tức thời. Thông tin sai lệch có thể rất hấp dẫn và việc nhìn thấy hàng nghìn người thích nội dung tin giả có thể gây nghiện. Những người này thường được gọi là đang cố tình trêu đùa (troll).



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

Ví dụ có thể kể đến như một ví dụ ở một trang Facebook minh hoạt phía dưới, có thể động lực của những người quản trị trang đó đăng thông tin sai lệch ở đây là nội dung “đúng” với “niềm tin” họ (tính nhất quán) cũng như họ nhận được sự tán thành của những người khác qua 109 lượt bày tỏ cảm xúc, trong đó có 67 lượt haha, 36 lượt thích (tính đồng thuận). Cũng có thể chọc giận những người không đồng ý với họ, ví dụ như những người thuộc cộng đồng LGBTIQ+ và đồng minh, là một trong những lý do để họ đăng thông tin sai lệch này.

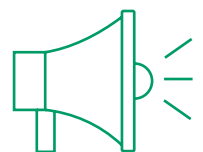
Nguồn: <https://www.coe.int/en/web/sogi/-/idaho-2022-international-day-against-homophobia-biphobia-and-transphobia>

Trong khi, thực tế là, ngày Quốc tế chống kỳ thị người đồng tính, song tính và chuyển giới, tên tiếng Anh là International Day Against Homophobia, Biphobia and Transphobia, được tổ chức vào ngày 17 tháng 5 hàng năm, bắt đầu từ năm 2004 để thu hút sự chú ý của dư luận đến tình trạng bạo lực và phân biệt đối xử mà người đồng tính nữ, đồng tính nam, song tính, chuyển giới, liên giới tính và tất cả những người khác có xu hướng tính dục, bản dạng hoặc biểu hiện giới và đặc điểm giới khác nhau phải trải qua.

2. Động cơ chính trị

Các chiến dịch này có thể được điều hành bởi các đảng phái hoặc tổ chức chính trị, chúng có thể bao gồm sự khuếch đại bởi đội quân ủng hộ trực tuyến (dư luận viên, cộng tác viên dư luận). Trong khi báo chí chính thống khả năng cao không đưa tin đồn, tin sai, thì tin giả nói chung tìm đường đến với công chúng thông qua tài khoản và trang web ẩn danh. Trước các cuộc bầu cử, bỏ phiếu, vì động cơ chính trị, nhiều tin giả thường ở dưới dạng các cáo buộc được tung ra theo hình thức ẩn danh, giả mạo. Tin giả tận dụng lợi thế lan truyền với chi phí thấp của mạng xã hội và các nền tảng kỹ thuật số để tiếp cận hàng triệu người.

Nhiều người coi cộng đồng LGBTIQ+ là mục tiêu lý tưởng để khiêu khích, kích động, gây hậu quả rất tai hại cả trực tuyến và ngoài đời.



Chúng ta có thể tham khảo ví dụ “Gay Kits” ở Brazil. Trong cuộc bầu cử ở Brazil năm 2019, ứng cử viên cực hữu và chống LGBTQ+, Jair Bolsonaro, đã sử dụng Facebook để lan truyền tin sai sự thật và mang tính kích động cao, nhằm vào ứng cử viên Fernando Haddad. Bolsonaro cáo buộc Haddad phân phát “hộp dụng cụ đồng tính” cho trẻ em ở trường tiểu học để dạy trẻ thành người đồng tính. Đây rõ ràng là tin giả được tung ra do động cơ bôi nhọ đối thủ chính trị. (Tham khảo bài phân tích tin giả này trên trang web Slate)

3. Động cơ lợi nhuận

Phần lớn thông tin sai lệch được chia sẻ trên mạng xã hội được tạo ra chỉ đơn giản là để kiếm tiền.

Ví dụ, các trang Facebook có quảng cáo tạo doanh thu, hay các trang web có quảng cáo tạo doanh thu thông qua hệ thống Ad Sense của Google. Cả Facebook và Google đều có kiểm tra các đoạn quảng cáo đặt trên nền tảng của họ, nhưng việc kiểm tra này còn nhiều bất cập.

Vì quá dễ kiếm lợi nhuận nên các dịch vụ đánh lừa để bấm vào xem, và các trang trại troll mọc lên khắp nơi để tạo cảm giác có nhiều người đang đọc, đang xem nội dung tin giả.

Trang trại troll là địa điểm thực nơi có nhiều máy tính và điện thoại để cùng quản lý một nhóm tài khoản giả, các tài khoản giả này tương tác trên mạng xã hội để tăng lượt xem, số đánh giá, bình luận trên mạng xã hội, gây ảnh hưởng tới dư luận.

Các trang trại troll dùng tài khoản giả để xem các chương trình quảng cáo trên nền tảng. Càng có nhiều lượt xem quảng cáo thì chủ trang trại càng kiếm được nhiều tiền.

Ví dụ, một nội dung được đăng trên Facebook (xem ảnh chụp màn hình), đề cập đến những thông tin sai, như xu hướng tính dục và bản dạng giới là khuynh hướng có thể “đủ” được, hay là do cảm xúc, cái tôi. Dù không thể biết chắc chắn mục đích của việc vì sao nội dung này được đăng lên mạng xã hội, nhưng chúng ta thấy mối liên hệ giữa nội dung sai sự thật đó với việc quảng bá cho các khóa học của Trang Facebook Cá Siêu Quậy. Ở đây, tin giả để quảng cáo khóa học, tạo ra lợi nhuận cho khóa học “Nửa ngày tự sống”.



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 “đủ” 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 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

Đôi khi, các nhóm hoạt động xã hội áp dụng chiến thuật đưa tin giả nhằm mục tiêu tạo ra những thay đổi trong xã hội, kêu gọi sự chú ý của mọi người vào vấn đề cần chung tay giải quyết.

Ví dụ, có hàng loạt video tung lên trên mạng xã hội, trong đó có hình ảnh bà Sophie Wilmes, Thủ tướng Bỉ cầm quyền năm 2019-2020, tuyên bố rằng, Covid-19 và các đại dịch toàn cầu khác là kết quả của việc phá hủy môi trường sinh thái. Tuy nhiên, các video là giả do công cụ kỹ thuật deepfake tự tạo ra. Một thời gian sau, nhóm hoạt động vì môi trường, Extinction Rebellion, đã nhận trách nhiệm làm giả video để thu hút sự chú ý đến các hoạt động của con người tác động tới sinh thái.



Phần 4:

Kỹ năng nhận biết tin giả



Hình 5: Cách nhận biết tin giả

Nguồn: Cẩm nang phòng chống tin giả, tin sai sự thật trên không gian mạng, Bộ Thông tin và Truyền thông, 2022, trang 43

Bước 1: Xem xét nguồn tin, kiểm tra tác giả

- Cần cảnh giác với thông tin đến từ website không rõ nguồn gốc, không xác thực hoặc từ tài khoản/kênh nội dung/nhóm không theo dõi thường xuyên, ít tương tác hoặc ít bạn bè chung.
- Cảnh giác với các website giả mạo, thường có hình thức tương tự như website của các trang báo chí chính thống.
- Cảnh giác với tin bài đăng trong mục “Thư bạn đọc” đăng trên các website báo chí nước ngoài bằng tiếng Việt. Tin bài trong mục này không được nhà báo chuyên nghiệp kiểm chứng trước khi xuất bản.



Bước 2: Kiểm tra hình ảnh minh họa, đường liên kết

- Nhiều đối tượng thường tìm cách lồng ghép, chỉnh sửa ảnh cho phù hợp với nội dung bài viết. Do đó, cần kiểm tra xem hình ảnh có tồn tại trên không gian mạng không, đường dẫn liên kết có đúng với nội dung bài viết đăng tải không.
- Đường dẫn liên kết tới trang web có nguồn gốc rõ ràng, uy tín hay không.



Bước 3: Kiểm tra thời gian

- Những bài viết đăng tải tin giả, tin sai sự thật thường được biên soạn và định dạng mốc thời gian không trùng với thực tế. Cần xem kỹ các mốc thời gian, sự kiện có trong nội dung tin và thời gian đăng tải.
- Cảnh giác với những tin tức cũ được đăng lại, chưa chắc nội dung này có liên quan tới sự việc hiện tại.



Bước 4: Tìm điểm đáng nghi, mâu thuẫn trong nội dung

- Đọc kỹ nội dung xem thông tin đó là tin thật, hay chỉ là câu chuyện phịa, trò đùa của người đăng. Giới hạn giữa thông tin bịa đặt và lời nói đùa là rất mơ hồ.
- Cần tìm hiểu, xem xét nguồn tin, kiểm tra tác giả, liệu có phải là tài khoản, trang thường xuyên đăng thông tin chưa kiểm chứng không.
- Trong bài viết có nêu rõ tên nhân vật, địa phương, thời gian cụ thể, thông tin liên hệ chính xác hay không. Với những tin chung chung, không rõ tên nhân vật, địa danh cụ thể, người đọc cần thận trọng khi tiếp nhận.



Bước 5: Đối chiếu với thông tin trên báo chí chính thống, tham khảo ý kiến của chuyên gia và cơ quan chức năng

- Tham khảo các trang báo chí chính thống xem có đưa tin về vụ việc này hay không. Theo luật Việt Nam, cơ quan báo chí chính thống là cơ quan ngôn luận của các cơ quan thuộc Đảng, Chính phủ, các cơ quan Bộ ngành, các trường đại học công, Ủy ban Nhân dân cấp tỉnh, thành phố, các hiệp hội được thành lập theo quy định pháp luật. (Nói ngắn gọn, báo chí chính thống trực thuộc Nhà nước).
- Tham khảo ý kiến chuyên gia. Ví dụ, tham khảo ý kiến chuyên môn về giới của các chuyên gia tại Viện iSEE.
- Tham khảo ý kiến của các cơ quan chức năng bằng cách đọc website của cơ quan chức năng, liên hệ với đại diện của các cơ quan này. Thông báo cho các cơ quan chức năng nếu nghi ngờ có tin giả liên quan đến lĩnh vực làm việc của cơ quan đó.



Làm gì để nhận biết nội dung bị mạo danh?

- **Kiểm tra kỹ nguồn tin.** Kiểm tra nguồn tin bằng cách tìm kiếm tên đài truyền hình, tờ báo, chương trình trên Google để đối chiếu. Đối với website, ta có thể quan sát tên miền để kiểm tra đây có phải trang web chính thức hay giả mạo. Các trang web tin tức giả mạo thường sử dụng các địa chỉ giống như báo thật, nhưng không có nhiều tin tức thực sự về các chủ đề khác. Nếu bạn không chắc chắn, hãy vào trang 'Giới thiệu' để tìm hiểu về tổ chức.

- **Chú ý vào phần hình ảnh được đăng tải.** Nhiều tin tức giả mạo sử dụng hình ảnh được chỉnh sửa bằng Photoshop hoặc lấy từ một trang web không liên quan. Đôi khi, nếu bạn chỉ cần nhìn kỹ vào một hình ảnh, bạn có thể biết nó đã bị thay đổi hay chưa. Hoặc sử dụng một công cụ như 'Google Reverse Image search.' Nó sẽ cho bạn biết nếu cùng một hình ảnh đã được sử dụng trong các ngữ cảnh khác.

- **Kiểm tra câu chuyện ở những nơi khác.** Tìm xem câu chuyện bạn đang đọc có xuất hiện trên các trang tin tức khác mà bạn biết và tin tưởng hay không. Nếu bạn tìm thấy nó trên nhiều trang web khác, thì có lẽ nó không phải là giả mạo (mặc dù có một số trường hợp ngoại lệ), vì nhiều tổ chức tin tức lớn cố gắng kiểm tra nguồn của họ trước khi đăng một câu chuyện.

- **Tìm kiếm các dấu hiệu khác.** Có những kỹ thuật khác mà tin giả sử dụng. Ví dụ, cả bài viết TẤT CẢ CHỮ HOA và rất nhiều quảng cáo bật lên khi bạn nhấp vào liên kết. Ngoài ra, hãy nghĩ xem câu chuyện khiến bạn cảm thấy như thế nào. Nếu tin tức thời sự khiến bạn tức giận, thì có thể nó được viết ra để khiến bạn tức giận.

- **Thường xuyên cập nhật tin tức.** Việc thường xuyên theo dõi các tin tức xã hội đời sống sẽ giúp chúng ta dễ nhận ra những vấn đề khi tiếp nhận các trang tin tức mạo danh với những điểm bất hợp lý về thời gian, tính cập nhật của câu chuyện, nhân vật và câu chuyện được đề cập không có sự liên hệ thực tế với nhau.

Phải làm gì để nhận biết ảnh/video bị chỉnh sửa?

- Hai thông tin quan trọng khi thẩm định video là thời điểm quay phim và không gian quay phim.

- Kiểm tra nguồn video là thao tác đầu tiên cần làm.

- Kiểm tra chú thích, lời bình hoặc phần văn bản trong video hoặc đi kèm video.

- Phân biệt được hình ảnh xử lý gây hiệu ứng hài hước, ảnh troll và ảnh báo chí.

- Tìm mọi cách để phân tích xem ảnh có bị dàn dựng, sắp đặt hay đó là ảnh chụp khoảnh khắc thật.

- Phân biệt được ngôn ngữ dựng hình (những kỹ xảo, hiệu ứng) khác với hình ảnh ghi mộc.

- Phân tích các yếu tố cắt, ghép trong những đoạn trích phát biểu trong video.

- Nhận ra các yếu tố thay đổi âm thanh nền trong những đoạn hình trong video.

- Có thể tham chiếu ảnh vệ tinh, bản đồ Google map chế độ Google Street View (có thể tra cứu tên cửa hàng, ngôi trường, đường phố, biển báo trong video - ảnh).

- Có thể dựa vào các manh mối khác như thời tiết, các chi tiết ảnh như bóng nắng, để xác định xem đó là đầu giờ chiều, đầu giờ sáng, hay nửa đêm v.v...

Phải làm gì để nhận biết ảnh/video bị chỉnh sửa? (tt.)

- Thường những người làm ảnh/video giả không đủ tỉ mỉ, công phu để tạo ra một sản phẩm giả mạo thật sự hoàn hảo. Đa phần ảnh/video được “tái chế” từ các vật liệu cũ, có sự biến dạng hoặc sự bổ sung, cho nên vận dụng các kỹ năng tổng hợp có thể tìm ra các chi tiết tiết lộ nguồn gốc thực của chúng.
- Ảnh/video giả ngày càng tinh vi đòi hỏi chúng ta cần vận dụng nhiều cách khác nhau để nhận biết. Một thao tác cần làm là đối chiếu thông tin với báo chí chính thống. Bởi báo chính thống được kiểm duyệt thông tin gắt gao và phải chịu trách nhiệm nếu đưa thông tin sai lệch.

Cách kiểm chứng hình ảnh với Công cụ Google

Bước 1: lưu hình ảnh về máy

Bước 2: vào trang <https://images.google.com/> và bấm vào biểu tượng hình chiếc máy ảnh

Bước 3: bấm vào chữ Upload (Tải lên) và chọn hình ảnh bạn đã lưu vào máy và muốn kiểm chứng

Bước 4: đọc kết quả tìm kiếm để biết hình ảnh này đã từng xuất hiện ở những trang web nào, vào thời gian nào.

*Nguồn: Khóa học Kiểm
chứng thông tin Covid 19 -
Verification của Thomson
Reuters*

Trang trại troll

Các “trang trại troll” là nơi có rất nhiều thiết bị máy tính, điện thoại để tạo các tài khoản ảo và dùng tài khoản này để tạo tương tác trên mạng xã hội, tìm kiếm một chủ đề, tìm nội dung phổ biến và sau đó sao chép nó nhiều lần. Các nền tảng kỹ thuật số hiếm khi kiểm tra xem nội dung có bị sao chép hay không, vì vậy nếu một phần nội dung có mức độ tương tác cao, thì các bản sao của nội dung đó cũng sẽ được quảng bá nhiều như nội dung gốc. Nhiều người thấy nội dung có mức độ tương tác cao (nhiều like, nhiều comment) thì tin tưởng, sao chép và chia sẻ nội dung đó chứ không tìm hiểu hoặc sản xuất nội dung gốc.

Thông tin sai lệch có tính giật gân nhằm đến là cộng đồng LGBTIQ+ thường có mức độ tương tác cao, nên rất nhiều trang trại troll chỉ đơn giản chia sẻ lại thông tin giật gân là có thể kiếm tiền từ việc lan truyền tin giả.

Phần 5:

Kỹ năng ứng phó với tin giả

1. Phản hồi hay im lặng trước tin giả

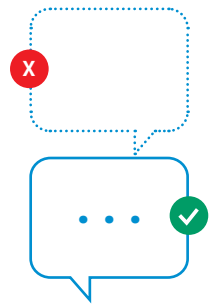
Đôi khi, mục tiêu của tin giả không chỉ là để phát tán tin giả, mà còn có cả mục tiêu kích động tranh cãi, và càng làm cho tình hình càng rối loạn, càng xa sự thật càng tốt.

Đặc biệt với các nhóm yếu thế như người LGBTQI+, chúng ta bị đẩy vào một tình thế tiến thoái lưỡng nan, phải lựa chọn giữa việc 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 cộng đồng LGBTQI+.

Hơn nữa, có một thực tế rất quan trọng cần phải nói đến ở đây, đó là nhiều lúc, người ta tin vào và lan truyền thông tin không phải vì họ cho rằng nó đúng. Một yếu tố rất lớn thúc đẩy niềm tin vào thông tin, và lan truyền thông tin, đó là vì thông tin đó thỏa mãn nhu cầu nào đó của họ, ví dụ như:

- kết nối cảm xúc, bớt cô đơn
- tạo dựng cộng đồng
- thuyết phục, thúc đẩy người khác làm theo các giá trị họ mong muốn trong xã hội

Vì tất cả những lý do trên, chúng ta cần suy nghĩ thật kỹ trước khi có những phản hồi với thông tin sai lệch.



2. Các quy tắc cơ bản của phản hồi

• **Giữ vững lập trường:** khi bạn đã lựa chọn 1 chiến lược truyền thông để đối phó với tin giả, đừng suy chuyển, đặc biệt là khi đối phương tấn công cá nhân bạn. Chiến lược truyền thông cụ thể là im lặng hay sẽ phản ứng, phản ứng bằng thông điệp như thế nào.

• **Đừng nhắc lại các thông tin tiêu cực:** việc nhắc lại hoặc phản hồi trực tiếp với các thông tin giả, tin xấu độc chỉ có tác dụng củng cố, lan truyền các thông tin đó ra xa hơn. Vì vậy, hãy luôn giữ vững lập trường, chiến lược truyền thông của bạn, như ở quy tắc thứ nhất.

• **Xây dựng mạng lưới đồng minh:** tin giả có tác động mạnh mẽ nhất đến một người khi nó được nhắc lại bởi nhiều người, đặc biệt là những người thân, bạn bè, hoặc ai đó mà người đó tin tưởng. Vì vậy, chúng ta hoàn toàn có thể làm điều tương tự với thông tin đúng. Hãy tìm những người đang cùng có mục đích chống lại tin giả, tin xấu độc để có thể hỗ trợ lẫn nhau, cũng như tăng sự tin cậy của thông tin. Những người này nên càng xa nhóm thường xuyên cộng tác với bạn càng tốt, ví dụ như nhóm tăng ni phật tử ủng hộ cộng đồng LGBTQI+.

• **Hãy ghi chép lại tất cả các thông tin giả:** Nhiều lúc các tin giả không xuất hiện độc lập mà xuất hiện theo nhóm, theo chiến dịch, và có những điểm chung. Khi phát hiện được các điểm chung này, chúng ta có thể xây dựng và áp dụng các chiến lược phản ứng phù hợp.

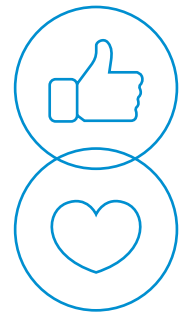
3. Một số các chiến lược phản ứng hiệu quả

3.1 Tương tác cá nhân:

Là một chiến lược hiệu quả và tránh các tranh cãi không cần thiết, cũng như ảnh hưởng xấu đến các mối quan hệ cá nhân.

Các tips hữu dụng trong sử dụng tương tác cá nhân:

- **Luôn luôn đối thoại một cách tôn trọng.** Đối thoại thiếu tôn trọng và sự đồng cảm là cách dễ nhất để làm cho người đối diện cảm thấy phần nộ. Và khi đó không ai sẽ nghe bạn nữa.
- **Đối thoại riêng tư:** không ai muốn bị phê bình, chỉ ra mình sai ở nơi mọi người đều thấy, như nơi công cộng, chỗ đông người hay phần bình luận công khai trên mạng xã hội. Điều này cũng thể hiện thiện chí của bạn, hãy phê bình khi đối thoại riêng tư thay vì sỉ nhục đối phương nơi công cộng.
- **Cẩn thận dò xét:** hãy xem xét kĩ xem đối phương có thực sự muốn đối thoại hay không trước khi bắt đầu. Ngay trong cuộc đối thoại, nếu bạn thấy nó đang có chiều hướng xấu đi, cũng nên ngay lập tức dừng lại.
- **Thử sử dụng các câu hỏi mang tính chất xây dựng,** hoặc tổ chức cuộc thảo luận với thiện chí mong muốn biết thêm về quan điểm của đối phương. Từ đó, để cho người đang tin vào tin giả dần dần tự nhận ra các điểm sai lệch trong thông tin. Cách này vô cùng hiệu quả vì chính đối phương mới là người tự nhận ra điểm không hợp lý, chỉ không phải do tác động bên ngoài.
- **Nước chảy đá mòn:** đôi khi một lần nói chuyện không thể thay đổi được tình thế. Nhưng nó có thể tạo tiền đề cho các cuộc đối thoại về sau.



3.2 Thuyết phục nhóm trung lập

- Mặc dù ở nhiều trường hợp, sự đúng/sai của thông tin không phải là yếu tố chính dẫn tới việc một người tin và lan truyền thông tin. Nhưng không phải tất cả mọi người đều đã hiểu và có niềm tin, nhu cầu rõ ràng với một thông tin cụ thể.
- Nhóm này được gọi là nhóm “trung lập”. Và việc xây dựng các chiến lược truyền thông phản ứng với thông tin sai lệch, nhằm vào nhóm trung lập này là vô cùng cần thiết.

3.3 Phản hồi dựa trên giá trị chung

- Một trong các yếu tố thúc đẩy việc một người tin vào và lan truyền tin giả đó là thúc đẩy các giá trị sống của người đó ra với xã hội.
- Nhiều lúc, các giá trị này của các nhóm lan truyền tin giả, và chúng ta, thực ra không hề đối đầu với nhau. Vì vậy, việc phản hồi dựa trên các giá trị chung này cũng là một chiến lược hiệu quả.

3.4 Phản hồi một cách hài hước

- Các thông tin đúng, hoặc chỉ ra các sự thiếu hợp lý trong thông tin sai lệch, được truyền tải một cách hài hước, dễ hiểu, dễ tiếp nhận là một cách tuyệt vời để phản ứng với tin giả.
- Cách này rất có tác dụng trong việc thúc đẩy nhóm đồng minh của bạn, nhưng đồng thời, cũng rất dễ làm cho những người phản đối cảm thấy bị xúc phạm hơn. Vì vậy, nên cẩn trọng để vẫn giữ sự tôn trọng khi sử dụng chiến lược này.

3.5 Sử dụng các câu chuyện

- Con người thường suy nghĩ dựa trên các câu chuyện và cũng dễ bị thu hút bởi các câu chuyện. Kể chuyện là một cách hiệu quả để thuyết phục mọi người nhìn nhận chủ đề thông tin sai lệch một cách toàn diện nhất.
- Hãy kể một câu chuyện có thể cung cấp đầy đủ thông tin nhất về một thông tin sai lệch, qua các bước:
 - Tin giả đến từ đâu?
 - Tại sao tin đó là sai?
 - Ai đang lan truyền nó và tại sao?
 - Những người này muốn đạt được gì khi lan truyền nó?
 - Chúng ta có thể làm gì?

Các bước xử lý tin giả:

Bước 1: Lưu lại bằng chứng (lưu lại đường link, chụp ảnh màn hình tin, bài viết nghi là giả, tải video nghi là giả về máy tính, điện thoại, thiết bị cá nhân)

Bước 2: Không chia sẻ thông tin nghi là giả; cảnh báo cho người thân, bạn bè không chia sẻ những thông tin nghi ngờ là giả.

Bước 3: Thông báo tin giả (kèm theo thông tin, bằng chứng) đến cơ quan chức năng có thẩm quyền theo các cách sau:

+ Trung tâm Xử lý tin giả Việt Nam (VAFC) thuộc Cục Phát thanh, truyền hình và thông tin điện tử (Bộ Thông tin và Truyền thông) thông qua các phương thức sau:

Website: <https://tingia.gov.vn>;
Email: online.abei@mic.gov.vn;
Hotline: 18008108.

+ Đến cơ quan chức năng có thẩm quyền tại địa phương (Sở Thông tin và Truyền thông hoặc Văn phòng UBND các tỉnh, thành phố (có thể lấy thông tin liên hệ qua các website của cơ quan này).



H O T L I N E
18008108

Phần 6:

Kỹ năng phòng ngừa tin giả

Kỹ năng phòng ngừa tin giả, còn được gọi là kỹ năng phản biện thông tin, là khả năng nhận biết, đánh giá và đối phó với thông tin sai lệch, tin đồn, và thông tin mang định kiến trong cuộc sống hàng ngày trước khi nó trở thành 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:** Khi đọc một bài viết hoặc tin tức, hãy kiểm tra nguồn gốc của thông tin. Xác định xem nguồn tin có uy tín không, liệu nó được viết bởi một tổ chức đáng tin cậy hay chỉ là một nguồn tin không rõ ràng. Kiểm tra nguồn tin sẽ giúp bạn đánh giá mức độ tin cậy của thông tin đó. Ví dụ: Khi tìm hiểu các thông tin uy tín liên quan đến cộng đồng LGBTQ+ thì chúng ta sẽ nghĩ ngay đến các kênh chia sẻ thông tin từ Viện ISEE - Một tổ chức nghiên cứu xã hội độc lập tại Việt Nam, có chuyên môn trong việc nghiên cứu về vấn đề xã hội, kinh tế và môi trường, bao gồm cả các vấn đề liên quan đến cộng đồng LGBTQ+.

- **Phân tích logic:** Đánh giá một thông tin bằng cách sử dụng tư duy logic. Hãy xem xét xem thông tin có hợp lý và có đúng lí lẽ hay không. Kiểm tra xem liệu có chứng cứ hỗ trợ cho thông tin đó hay không. Phân tích các quan điểm khác nhau và đưa ra nhận định dựa trên sự phân tích logic. Ví dụ: Khi được chia sẻ thông tin rằng: "LGBTQ+ có thể thay đổi bằng liệu pháp tâm lý" bạn cần tìm hiểu xem thông tin này có các bằng chứng hay không (có thể là từ các nghiên cứu hoặc từ các tổ chức có chuyên môn công bố như WHO, Bộ Y tế).

- **Tăng cường kiến thức:** Để phòng ngừa thông tin sai lệch, hãy nỗ lực nâng cao kiến thức của mình về các vấn đề quan trọng và được nhiều người thảo luận trong thời điểm hiện tại. Hiểu rõ về chủ đề sẽ giúp bạn nhận ra thông tin sai lệch một cách dễ dàng hơn và đưa ra nhận định chính xác hơn.

- **Trao đổi thông tin đa phương:** Tìm hiểu các ý kiến và quan điểm khác nhau từ các nguồn tin khác nhau. Thảo luận với người khác để nhận được sự nhìn nhận đa chiều về một vấn đề. Điều này giúp bạn không chỉ hiểu rõ hơn về thông tin mà còn tránh được sự thiên vị thông tin.

- **Kiểm tra lại trước khi chia sẻ:** Trước khi chia sẻ thông tin, hãy kiểm tra lại tính chính xác của nó. Đừng ngại sử dụng các công cụ tìm kiếm hoặc trang web kiểm tra thông tin sai lệch để xác minh thông tin trước khi lan truyền nó cho người khác.

- **Giáo dục về phản biện thông tin:** Đối với các cá nhân, tổ chức hoặc cộng đồng, việc tăng cường giáo dục về kỹ năng phòng ngừa với thông tin sai lệch là cực kỳ quan trọng. Tổ chức các buổi tập huấn, xây dựng chương trình giáo dục và truyền thông có thể giúp tạo ra một cộng đồng thông minh về thông tin.

- **Giáo dục pháp luật về xử lý tin giả:** phổ biến kiến thức pháp luật về xử phạt hành chính và truy cứu trách nhiệm hình sự đối với các hành vi đưa tin giả và lan truyền 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.

VĂN BẢN PHÁP LUẬT PHÒNG CHỐNG TIN GIẢ

Xử phạt vi phạm hành chính

Đối với cá nhân, tổ chức:

Căn cứ tại Điều 101 Nghị định 15/2020/NĐ-CP quy định về vi phạm các quy định về trách nhiệm sử dụng dịch vụ mạng xã hội, cụ thể:

Phạt tiền từ 10-20 triệu đồng đối với hành vi lợi dụng mạng xã hội để thực hiện một trong các hành vi sau:

- Cung cấp, chia sẻ thông tin giả mạo, thông tin sai sự thật, xuyên tạc, vu khống, xúc phạm uy tín của cơ quan, tổ chức, danh dự, nhân phẩm của cá nhân;

Đối với nhà cung cấp dịch vụ:

Tại điểm c khoản 36 Điều 1 Nghị định 14/2022/NĐ-CP quy định chủ động cung cấp đường dẫn đến trang thông tin điện tử hoặc ứng dụng có nội dung vi phạm pháp luật (thông tin xuyên tạc, tin giả, tin sai sự thật thì bị phạt tiền từ 30-50 triệu.

- Căn cứ tại điểm a,d,e, i khoản 3 Điều 100 Nghị định 15/2020/NĐ-CP quy định chủ động lưu trữ, truyền đưa thông tin giả mạo, thông tin sai sự thật, vu khống, xuyên tạc, thông tin bịa đặt, gây hoang mang bị phạt tiền từ 50-70 triệu và tịch thu tang vật, phương tiện vi phạm.

Truy cứu trách nhiệm hình sự

Tùy theo tính chất mức độ của từng trường hợp mà hành vi đưa, truyền bá tin giả trên không gian mạng mà các hành vi này sẽ bị truy cứu trách nhiệm hình sự theo các Tội sau:

- Tội làm nhục người khác quy định tại Điều 155 Bộ luật Hình sự 2015 bị phạt tù từ 03 tháng - 02 năm. Hình thức xử phạt bổ sung là 10-30 triệu đồng và cấm đảm nhiệm chức vụ, cấm hành nghề 01-05 năm.

- Tội vu khống quy định tại Điều 156 BLHS 2015 được sửa đổi bởi điểm e khoản 2 Điều 2 Luật sửa đổi Bộ luật Hình sự 2017 bị phạt tù từ 01-03 năm.

Hình thức xử phạt bổ sung là 10-50 triệu đồng và cấm đảm nhiệm chức vụ, cấm hành nghề từ 01-05 năm.

- Tội lợi dụng các quyền tự do dân chủ xâm phạm lợi ích của Nhà nước, quyền, lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân quy định tại Điều 331 BLHS 2015 được sửa đổi bổ sung năm 2017 sẽ bị phạt cải tạo không giam giữ đến 03 năm hoặc phạt tù từ 06 tháng - 03 năm.

- Phạm tội gây ảnh hưởng xấu đến an ninh, trật tự, an toàn xã hội quy định tại Điều 331 BLHS 2015 được sửa đổi bổ sung năm 2017 bị phạt tù từ 02-07 năm.

- Tội làm, tàng trữ, phát tán hoặc tuyên truyền thông tin, tài liệu, vật phẩm nhằm chống Nhà nước Cộng hòa XHCN Việt nam quy định tại Điều 177 BLHS 2015 bị phạt tù từ 05-12 năm.

Thay cho lời kết luận

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 để gây xung đột.

/01

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.

/02

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

/03

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.

/04

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.

/05

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.

/06

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.

Tài liệu tham khảo

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

Bộ Y tế (2022). Công văn số 4132/BYT-PC về việc chấn chỉnh công tác khám bệnh, chữa bệnh đối với người đồng tính, song tính và chuyển giới.

EDMO (2023). Rights in the time of conspiracies and fake news: disinformation against LGBTQ+ in the EU.

European Parliament (2021). Disinformation campaigns about LGBTI+ people in the EU and foreign influence.

Lelo, T.V & Caminhas, L. (2021). Disinformation about gender and sexuality and the disputes over the limits of morality. MATRIZes Vol. 15 Issue 2, pp. 179-203.

Nghị định 15/2020/NĐ-CP (2020). Quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông, tần số vô tuyến điện, công nghệ thông tin và giao dịch điện tử.

NHS (2019). Fake news putting 50000 lesbian, gay and bisexual women at risk of cancer. <https://www.england.nhs.uk/2019/06/fake-news-putting-50000-lesbian-gay-and-bisexual-women-at-risk-of-cancer/>

Thomson Reuters (2020). Kiểm chứng thông tin Covid-19. <https://thomsonfoundation.edcastcloud.com/learn/covering-covid-19-verification-self-paced>

Thư viện Thuật ngữ xã hội (2023). Disinformation and 7 common forms of information disorder. <https://commonslibrary.org/disinformation-and-7-common-forms-of-information-disorder>

Slate (2018). How False News Haunted the Brazilian Elections. <https://slate.com/technology/2018/10/brazil-election-fake-news-whatsapp-facebook.html>

UNESCO (2019). Báo chí, tin giả và tin xuyên tạc. FOJO.