

Tiếp nhận và phản ứng với tin giả của sinh viên trong bối cảnh dịch bệnh COVID-19

Lữ Thị Mai Oanh¹,
Phạm Hương Trà²,
Nguyễn Thị Như Thúy³,
Bùi Thị Diệu Linh¹,
Âu Quang Hiếu¹

¹Đại học Giáo dục, Đại học Quốc gia Hà Nội;
²Học viện Báo chí và Tuyên truyền;
³Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh
+Tác giả liên hệ • Email: maioanhxhh9@gmail.com

Article history

Received: 18/11/2021

Accepted: 15/12/2021

Published: 20/01/2022

Keywords

fake news, fake news
channel, spreading fake
news, covid 19 pandemic

ABSTRACT

In the context of the COVID-19 pandemic, digital devices and Internet connection have contributed to the rapid spreading and receiving of fake news, affecting students' lives and psychology. Based on the survey data from 1338 students of the University of Education (50.9%; n=681) and Ho Chi Minh City University of Technology and Education (49.1%; n=657) from February to May 2021, the article focuses on analyzing students' channels of receiving and spreading fake news in the current context of the COVID-19 pandemic. The results showed that fake news discussed by students was often related to medical, entertainment and educational news, and was mainly received and transmitted through social networking channels or friends. The article also pointed out that about 30% of the respondents, when receiving fake news from unknown origins without official confirmations from Government agencies, felt bewildered; anxious and lost hope. Therefore, effective control over fake news is crucial in today's society of information.

1. Mở đầu

“Tin giả” còn được gọi là tin xuyên tạc sự thật, tin đồn, thông tin sai lệch hay thông tin thiên vị; bài viết sai sự thật có chủ đích được lan truyền qua kênh phương tiện truyền thông hay phương tiện truyền thông xã hội và có thể kiểm chứng (Akinyemi et al., 2020). Tính chất thông tin được chia sẻ trên mạng xã hội ngày càng trở nên quan trọng khi có nhiều người dùng tìm kiếm tin tức trên nền tảng mạng xã hội (Pourghomi et al., 2017). Nghiên cứu của Shaozhi Ye và Felix Wu (2010) cho thấy 45,1% thông tin được chia sẻ bởi một người dùng trên mạng xã hội tiếp tục được chia sẻ thêm và khoảng 37,1% thông tin được chia sẻ truyền tải tới bốn bước kể từ người chia sẻ ban đầu. Trong đó, thông tin sai lệch lan truyền nhanh gấp sáu lần tin thật trên Twitter (Vosoghi, Roy, Aral 2018). Phân tích trên 126.000 tin nhắn và 3 triệu người dùng Twitter cho thấy thông tin đúng sự thật lan truyền chậm hơn và đến ít người nhận hơn so với thông tin sai lệch. Ngay cả những tin tức thật phổ biến nhất cũng hiếm khi vượt quá 1.000 người nhận, trong khi 1% tin giả hàng đầu đạt khoảng 1.000-100.000 người nhận. Tin tức giả đạt số lượng 1.500 người nhận trung bình nhanh gấp 6 lần so với thông tin thật và có khả năng được chia sẻ lại cao hơn 70% so với sự thật (Vosoughi et al., 2018).

Có thể thấy, tốc độ nhanh chóng của thông tin được truyền tải qua mạng xã hội đã cho phép tin giả nhanh chóng lan truyền mà không được kiểm soát và gây khó khăn cho việc phân bác hoặc sửa chữa thông tin (Lazer et al, 2017). Đáng lo ngại, một nghiên cứu năm 2015 cho thấy hơn 60% sinh viên được hỏi báo cáo rằng họ đã chia sẻ thông tin sai lệch trực tuyến trên mạng xã hội (Chen et al., 2015). Sự sẵn sàng chia sẻ thông tin sai lệch này có nghĩa là chính sinh viên có thể góp phần vào việc lan truyền tin tức giả mạo. Tuy nhiên, có rất nhiều yếu tố dẫn đến việc lan truyền tin giả nhanh chóng trên các kênh mạng xã hội và trang web không đảm bảo độ tin cậy như tính hài hước của tin giả giúp dễ dàng truyền tải thông tin mà không cần xác thực nội dung (Chen et al., 2015). Yếu tố ảnh hưởng đến sự lan truyền tin giả còn nhấn mạnh đến cảm xúc tiêu cực trong câu chuyện truyền tải (Hansen et al., 2011) và tính mới của thông tin (Vosoughi et al., 2018). Ngoài ra, một số động cơ chính khiến những người chia sẻ thông tin sai lệch là mong muốn thể hiện và giao tiếp xã hội; thay vì xem trọng tính chính xác và thẩm quyền của thông tin (Chen et al., 2015). Đặc biệt, trong sự phức tạp và dễ gây hiểu nhầm của môi trường mạng Internet, sinh viên đại học rất dễ tiếp cận với tin giả bởi việc sử dụng thường xuyên kênh mạng xã hội. Khảo sát năm 2018 cho thấy có tới 88% thanh niên từ 18 đến 29 tuổi sử dụng mạng xã hội (Smith & Anderson, 2018).

Ở Việt Nam, thống kê của Cục An ninh mạng và phòng, chống tội phạm sử dụng công nghệ cao cho thấy, từ khi dịch Covid-19 xuất hiện, trên không gian mạng Việt Nam đã có hơn 900.000 thông tin liên quan đến tình hình dịch bệnh (Kiemsat.vn, 2020). Theo Viện Kiểm sát nhân dân Tối cao, chỉ hơn hai tháng, công an các đơn vị, địa phương trong cả nước đã xác minh, làm việc với gần 700 trường hợp đưa tin sai sự thật; có hơn 300 đối tượng trong nước tung tin giả về dịch Covid-19 trên không gian mạng bị cơ quan chức năng xử (Kiemsat.vn, 2020). Trong những năm gần đây, tin giả có xu hướng tăng nhanh và được thể hiện dưới nhiều hình thức khác nhau, thậm chí bắt chước văn phong, hình thức báo chí dẫn đến người dùng khó phân biệt hơn. Đặc biệt, trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19, sự phổ biến tin giả không chỉ dẫn đến tâm lí hoang mang người dân nói chung mà còn ảnh hưởng đến tâm lí và học tập sinh viên nói riêng.

Nghiên cứu này đặt ra ba câu hỏi: (1) Phân loại chủ đề tin giả được sinh viên tiếp nhận trong bối cảnh dịch bệnh covid 19?; (2) Kênh tiếp nhận và lan tỏa tin giả của sinh viên?; (3) Phản ứng khi nghe/đọc được nhiều tin giả của sinh viên? Dữ liệu khảo sát bằng hỏi trực tuyến 1338 sinh viên, trong đó có nữ 70,1% (n=938) và nam 29,9% (n=400) với 10 phỏng vấn sâu tại hai trường đại học là Đại học Giáo dục và Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh. Quá trình quan sát và phỏng vấn sâu được thực hiện trong tháng 5 năm 2021.

Nghiên cứu chủ yếu sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng nhằm mô tả, thiết kế khảo sát tìm hiểu những thông tin mà sinh viên quan tâm/ đọc được sau một tuần để phân loại tin giả mà sinh viên tiếp nhận được. Bên cạnh đó, thang điểm Likert 5 điểm được phát triển để đo lường kênh tiếp nhận, lan tỏa và phản ứng tin giả của sinh viên. Một cuộc khảo sát được thực hiện giữa việc khảo sát trực tiếp theo mẫu thuận tiện và gián tiếp thông qua hình thức tạo google form. Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua phương thức khảo sát trực tiếp và trực tuyến: 1338 sinh viên lựa chọn theo mẫu ngẫu nhiên thuận tiện.

Trong nghiên cứu định lượng, phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi trực tuyến và xử lí dữ liệu bằng phương pháp thống kê SPSS. Kết quả khảo sát được thực hiện 1338 sinh viên thuộc Đại học Giáo dục (n=681, 50,9%) và Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh (n=657, 49,1%); nữ 70,1% (n=938) và nam 29,9% (n=400); phần lớn sinh viên đến từ nông thôn 64,3% và thành thị 35,7% (477). Trong đó, sinh viên năm nhất chiếm tỉ lệ cao nhất 49,8% (666), sinh viên năm thứ hai 29,2% (391); sinh viên năm thứ ba 14,3% (192) và sinh viên năm thứ tư 6,7% (89).

Bài báo tập trung phân tích kênh tiếp nhận và lan tỏa tin giả của sinh viên trong bối cảnh dịch bệnh covid -19. Kết quả cho thấy, chủ đề tin giả sinh viên thảo luận thường liên quan đến tin tức y tế, giải trí, giáo dục và chủ yếu tiếp nhận, truyền tải từ kênh mạng xã hội, bạn bè.

2. Kết quả nghiên cứu

Từ trước đến nay, đã có rất nhiều nghiên cứu đề cập đến định nghĩa tin giả, nhấn mạnh thông tin sai lệch và có thể kiểm chứng được theo nhiều cách thức khác nhau. Allcott và Gentzkow (2017) định nghĩa tin giả là một bài báo được cố ý tạo ra và có thể kiểm chứng là sai sự thật. Shu et al. (2017) định nghĩa tin giả là một tin bài sai có chủ đích và có thể kiểm chứng được; tin tức cố tình đưa ra thông tin sai lệch với mục đích đánh lừa khán giả (Bakir và McStay, 2018; Horne và Adali, 2017; Kumar và Shah, 2018) và là thông tin bịa đặt bắt chước nội dung phương tiện truyền thông tin tức về hình thức nhưng không có trong quy trình hoặc mục đích tổ chức (Lazer et al., 2018). Đặc biệt, trong thế kỷ 20, sự phát triển của Internet đã góp phần tiếp nhận và lan tỏa nhanh chóng các kênh mạng xã hội như như Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Google plus trong việc trao đổi thông tin. Tuy nhiên, bên cạnh mặt đạt được, sự phát triển của truyền thông xã hội đã phổ biến thông tin sai lệch và tin tức giả một cách nhanh chóng (Rampersad et al., 2019); là một thiết bị có ảnh hưởng để lan truyền một lượng lớn nội dung chưa được sàng lọc (Lazer et al., 2018), cho phép truyền tải thông tin sai lệch và có khả năng thao túng nhận thức công chúng thông qua nội dung tin tức giả mạo (Ireton & Posetti, 2018). Chính vì vậy, việc tìm hiểu đặc điểm nhận diện tin giả, kênh tiếp nhận, lan tỏa tin giả về những vấn đề cụ thể với chủ đề tin giả quan tâm, cơ chế truyền tải tin giả và phản ứng tin giả trong sinh viên cần được tiếp cận đa chiều từ góc độ xã hội học.

2.1. Phân loại chủ đề tin giả

Cho đến nay, nhiều nghiên cứu nhận thấy chủ đề tin giả được thể hiện khá đa dạng ở trên nhiều lĩnh vực khác nhau. Tin giả có thể được tạo ra, phổ biến qua các kênh và chia sẻ bởi nhiều mục đích giải trí, gây sức ảnh hưởng đến dư luận hay tăng doanh thu quảng cáo. Trên thực tế, tin giả cũng được phân loại theo chủ đề, chẳng hạn như chính trị, tội phạm, kinh doanh, sức khỏe hay giải trí. Kết quả nghiên cứu cho thấy, trong tổng số 434 tin giả sinh viên nghe/ đọc được trong một tuần thì những tin giả được sinh viên biết đến nhiều nhất là thông tin về lĩnh vực y tế 49,3%; giải trí 24,0% và giáo dục 12,0%; thấp nhất lĩnh vực văn hóa - xã hội 8,5%; chính trị 3,5% và lĩnh vực khác

2,8%. Trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19, có rất nhiều tin giả liên quan đến thông tin dịch bệnh được sinh viên quan tâm. Bên cạnh đó, nhờ sự thuận tiện trong việc kết nối Internet, phổ biến của kênh mạng Facebook, sinh viên rất dễ tiếp cận tin giả về lĩnh vực giải trí và thông tin liên quan đến lĩnh vực giáo dục như thời gian học tập trực tuyến, quay trở lại trường. Đặc biệt, nhằm kiểm chứng nhận diện tin giả của sinh viên, nhóm tác giả đã đưa một nội dung tin giả về dịch bệnh covid 19 vào khảo sát và kết quả nghiên cứu cho thấy phần lớn sinh viên chưa nhận diện được tin giả (67,7%). Cụ thể, kết quả nghiên cứu cho thấy, phần lớn sinh viên nhận diện đây là một nội dung thông tin đáng được quan tâm, quan trọng, độ tin cậy cao 34,5% (461); hình thức thông tin, thông điệp mang tính chính thức 30,1%; không thuộc các nhóm trên 3,1% (42) và chỉ có 32,3% (432) sinh viên nhận diện đúng nội dung thông tin mang tính mập mờ, không tin cậy và thể hiện mục đích cá nhân.

Nội dung tin giả được đăng tải trên facebook:

Ngày 31/01/2021, một nội dung quan trọng trong đợt dịch covid 19 đã được chia sẻ với nội dung sau: “Tuần sau là mốc quan trọng: chúng ta có tầm 4-6 ngày để nó chuyển giai đoạn từ 75 ca lên mức 100-500 ca! Và có khoảng 9-12 ngày (sau khi thiết lập mốc 500) để lên mức 1000-5000 ca! Rất cần truyền thông để bà con ở nhà! Hạn chế đi lại 1 tuần để đợt sóng này biểu hiện lâm sàng hết và khoanh lại!!! Rất cần ở lúc này! Việc hạn chế ra ngoài lúc này là cực kì cần thiết. CHÚNG TA SẼ LẮM LẠI TỪ ĐẦU. TOÀN ĐÁNG, TOÀN DẤN, TOÀN QUẢN MỘT Ý CHÍ! “CHÚNG TA SẼ LẮM LẠI TỪ ĐẦU. (PTT. VŨ ĐỨC ĐAM) (Nguồn: Facebook)

2.2. Kênh tiếp nhận và lan tỏa tin giả

Tin giả không thể lan tỏa nếu thiếu các nguồn kênh, phương tiện hỗ trợ. Nếu như trước đây, tin giả chủ yếu được truyền tải bằng kênh liên cá nhân, truyền miệng thì ngày nay, nhờ sự phát triển Internet, tin giả ngày càng trở nên phổ biến hơn dưới nhiều hình thức và kênh lan tỏa khác nhau. Điều này cũng phần nào được khẳng định khi nghiên cứu về kênh tiếp nhận và lan tỏa tin giả của sinh viên trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19. Cụ thể, khi được hỏi về chủ đề tin giả đưa ra trong nghiên cứu, có tới 49,7% sinh viên nhấn mạnh thường chia sẻ lại thông tin và 83,9% sinh viên cho biết thường kiểm tra nguồn nếu chia sẻ thông tin trên. Song thực tế, trong phân tích nhận diện tin giả cho thấy phần lớn sinh viên không tìm hiểu về nguồn thông tin trên và nhận diện về tin giả rất yếu; chỉ 6,3% sinh viên nhận diện được tin giả qua văn bản và 32,2% sinh viên nhận diện được tin giả định dạng đoạn chia sẻ qua kênh mạng xã hội facebook.

Trong nghiên cứu này, kết quả chủ yếu tập trung việc tiếp nhận và truyền tải tin giả chủ yếu qua kênh mạng xã hội và kênh liên cá nhân. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có tới 60,5% sinh viên đồng ý và rất đồng ý khi tiếp cận thông tin trên chủ yếu từ mạng xã hội Facebook; 26,1% đánh giá bình thường và chỉ có 13,4% sinh viên không đồng ý. Mặc dù phần lớn sinh viên đều nhận định tin giả chủ yếu đến từ kênh mạng xã hội Facebook song lại không không có sự hoài nghi về thông tin, cũng như nhận diện đúng tin giả được vào nghiên cứu. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng cho thấy sinh viên nhận được các thông tin như chủ đề tin giả chủ yếu từ nguồn mạng xã hội khác như Zalo, Twitter, instargam chiếm tỉ lệ khá cao 43%. Nguồn tiếp cận tin giả còn được sinh viên đồng ý và nhấn mạnh thông qua kênh người thân 53%; bạn bè 44,4%. Thông qua kết nối mạnh và yếu, sinh viên đồng thời tiếp nhận các chủ đề tin giả. Động cơ chia sẻ và tiếp nhận đó xuất phát từ tình cảm, lợi ích, tập quán hoặc các định kiến xã hội của những người truyền và nhận thông tin. Trong đó, việc tiếp nhận thông tin thường được thực hiện bằng cách chấp ghép một vài chi tiết với nhau để khỏi phải nhớ chúng một cách riêng lẻ hay nhấn mạnh một vài chi tiết nổi bật để tạo cảm giác thật hơn. Đặc biệt, khi nhấn mạnh về kênh lan tỏa tin giả cho thấy, phần lớn sinh viên đồng ý và rất đồng ý trong việc chia sẻ các tin đọc được trên qua kênh mạng xã hội Facebook 45,7%; người thân 42%; mạng xã hội khác như Zalo, Twitter, Instargam 33,1% và cuối cùng trang tin chưa xác định tin cậy 16,1%.

2.3. Phản ứng với tin giả

Kết quả trong nghiên cứu khi phân tích giá trị trung bình cho thấy phần lớn phản ứng của sinh viên về tin giả ở mức trung bình, cảm thấy bình thường khi nằm trong khoảng 2,61-3,40. Cụ thể, kết quả nghiên cứu cho thấy sinh viên đồng ý và rất đồng ý với phản ứng cảm thấy bình thường chiếm tỉ lệ cao nhất 37,2%; tiếp đến là cảm thấy hoang mang 37%; không ảnh hưởng cá nhân 34,5%; cảm thấy lo lắng, bất an 31,5% và cảm thấy mất niềm tin 28,4%. Lí giải điều này được: (1) đặt trong bối cảnh dựa trên việc nhận diện tin giả sai dẫn đến phản ứng của sinh viên khi đọc được chủ đề tin giả đều cảm thấy không ảnh hưởng cá nhân, bình thường; (2) tiếp nhận quá nhiều thông tin không đảm bảo độ tin cậy đã dẫn đến việc bình thường hóa thông tin của sinh viên. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy tỉ lệ xấp xỉ trên dưới 30% cảm thấy hoang mang; lo lắng bất an và mất niềm tin vào các thông tin trên Internet. Kết quả phân tích dữ liệu cũng cho thấy dựa trên nền tảng mạng Internet, việc tiếp nhận quá nhiều thông tin không chính xác không chỉ ảnh hưởng đến cảm xúc cá nhân mà còn thúc đẩy việc truyền tin giả nên nhanh chóng hơn.

Ngược lại, xu hướng bình thường hóa khi nhận được tin giả và giới tri thức thường xuyên thảo luận các chủ đề tin giả trên các kênh truyền tải khác nhau, đặc biệt là kênh mạng xã hội có thể góp phần ảnh hưởng đến việc tạo hiệu ứng phản ứng trong việc lan tỏa tin giả.

2.4. Thảo luận

Schiffes et al. (2014) nhận thấy, khi phương tiện truyền thông xã hội trở thành nguồn tin tức chính, lo ngại về độ tin cậy của thông tin được tìm thấy trên các trang web thì việc tìm kiếm từ kênh mạng xã hội như Twitter và Facebook sẽ tăng lên. Điều này được hỗ trợ bởi Bessi (2017) khi tuyên bố mạng xã hội tiếp tục góp phần vào việc phổ biến nhanh chóng thông tin do người dùng tạo ra, bao gồm các trò lừa bịp, tuyên bố sai sự thật, tin tức bịa đặt,... Theo Marchi (2012), thanh thiếu niên ngày nay kết nối với mạng xã hội nhiều hơn bao giờ hết và họ nhận được tin tức từ bạn bè và các thành viên trong gia đình trên mạng xã hội, điều này dẫn đến việc bỏ qua những tin tức khách quan và thích những tin tức có chủ kiến hơn. Kết quả phân nào được thể hiện trong nghiên cứu này khi nhận thấy sự đa dạng trong tiếp cận và lan tỏa tin giả; cũng như phản ứng tin giả của sinh viên.

Về chủ đề tin giả cho thấy, phần lớn sinh viên đọc và ghi nhớ các tin giả chủ yếu thuộc lĩnh vực y tế, giải trí, giáo dục, văn hóa... Theo Rutten và cộng sự (2019), 81,5% dân số Hoa Kỳ tìm kiếm thông tin sức khỏe hoặc y tế trực tuyến và 68,9% người trưởng thành Hoa Kỳ tìm kiếm thông tin y tế trên Internet trước khi tìm kiếm thông tin sức khỏe từ nguồn tin cậy. Điều đó phần nào cho thấy thông tin về lĩnh vực sức khỏe đã và đang bị gây nhiễu bởi nhiều thông tin khác nhau (Schwitzer, 2017). Đặc biệt, trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19, những tin giả liên quan đến y tế càng được người dân nói chung, sinh viên nói riêng có xu hướng tiếp nhận, lan tỏa nhiều hơn.

Về kênh tiếp nhận và lan tỏa tin giả, nghiên cứu nhấn mạnh kênh mạng xã hội, đặc biệt nguồn thông tin từ kênh facebook và người thân, bạn bè. Mặc dù phương tiện truyền thông xã hội tạo điều kiện và đa dạng hóa các quá trình truyền bá kiến thức, nhưng lại là mảnh đất màu mỡ cho việc tạo ra và tuyên truyền thông tin sai lệch (Tambuscio et al, 2015). Chayko (2017) nhận thấy, nhờ có kết nối Internet và các công nghệ di động, kỹ thuật số khác, người dùng có thể tạo và phân phối nội dung cho nhiều đối tượng hơn chỉ trong một khoảng thời gian ngắn. Dù là công ty, tổ chức, chính phủ, diễn viên, nhà hoạt động, chính trị gia hay vận động viên... đều có thể sản xuất và phân phối nội dung phục vụ chương trình nghị sự của cá nhân. Internet và phương tiện truyền thông xã hội mang lại lợi thế đáng kể cho việc phổ biến và thao túng thông tin, điều này đôi khi khiến những tiếng nói có cơ sở khó được lắng nghe (Cottle, 2006). Theo báo cáo của Trung tâm Nghiên cứu Pew (Barthel et al., 2016), một phần tư người Mỹ trưởng thành (23%) thừa nhận đã chia sẻ thông tin sai lệch qua mạng xã hội.

Tin tức giả mạo có thể xuất hiện nhiều lần trong những điều kiện thích hợp (Chen et al., 2015), đặc biệt khi mọi người có xu hướng chia sẻ những gì đã được đăng trên mạng xã hội của họ mà không nghi ngờ tính chính xác của chúng. Trong đó, các trang web tin tức giả mạo thường giả mạo là các trang web tin đáng tin cậy. Do đó, tin tức giả mạo có thể hấp dẫn và lừa đảo, khiến mọi người chia sẻ chúng trên nhiều nền tảng truyền thông xã hội. Do đó, tác hại có thể được gây ra, đặc biệt là khi tin tức giả bị ngắt kết nối khỏi các nguồn hoặc bối cảnh ban đầu (Conroy et al., 2015). Sự lan truyền nhanh chóng của tin giả đã được xác định là một nguy cơ lớn trên phạm vi toàn cầu (L. Howell et al., 2013). Nhiều nghiên cứu đã chứng minh cho thấy thật khó có thể chứng minh những tuyên bố rằng tin tức giả mạo ảnh hưởng đến bầu cử và đe dọa các nền dân chủ (L. Gu, V. Kropotov, and F. Yarochkin, 2017). Tuy nhiên, nhiều nghiên cứu đã đưa ra rất nhiều minh chứng về tác hại thực sự do thông tin sai lệch lan truyền trên mạng xã hội, từ ảnh hưởng nguy hại cho sức khỏe (Hotez, 2016)

Có thể thấy, việc không có khả năng xác minh thông tin không chính xác và các nguồn thông tin không rõ ràng yêu cầu cấp thiết trong việc nghiên cứu và có chính sách hỗ trợ, bởi sinh viên có thể là đối tượng dễ dàng cho việc thao túng thông tin có chủ đích. Người học cần được giáo dục và trang bị những kỹ năng cần thiết để trở thành những người tiêu thụ thông tin hoài nghi và thiếu khách quan. Mặc dù vậy, 80% sinh viên chỉ ra rằng họ kiểm tra thông tin thực tế trước khi chia sẻ với bạn bè, các câu trả lời khảo sát không chứng minh rằng sinh viên có thể đánh giá độ tin cậy và thẩm quyền của thông tin. Câu trả lời của sinh viên liên quan đến thông tin xác thực trước khi chia sẻ với bạn bè cho thấy cảm giác tự tin quá mức vào khả năng xác minh và đánh giá mức độ tin cậy và thẩm quyền của thông tin so với kết quả thực tế của họ. Điều này phù hợp với phát hiện của Wang (2007), người chỉ ra rằng sinh viên tỏ ra quá tự tin về khả năng đánh giá độ tin cậy của thông tin và họ nghĩ rằng họ biết nhiều hơn những gì họ thực sự làm. Kết quả của nghiên cứu hỗ trợ Abu-Fadil et al. (2016) người đã gợi ý rằng sinh viên không nên dành thời gian để phân tích và đặt câu hỏi về thẩm quyền và độ tin cậy của thông tin trước khi tiêu thụ nó. Ngoài ra, dựa trên kết quả, có thể kết luận rằng sinh viên có xu hướng tin những gì họ đọc trên web, theo đề xuất của Loertscher (2017), điều này xác nhận tầm quan trọng của việc hợp tác và cộng tác với các giảng viên để thu hút sinh viên tham gia các hoạt động tư duy phản biện. Kết quả cũng

có mục tiêu của nghiên cứu cũng như tuyên bố của các chuyên gia thư viện và thông tin rằng các kỹ năng đọc hiểu thông tin và truyền thông là cần thiết để bồi dưỡng tư duy phản biện ở người học.

3. Kết luận

Trong xã hội hiện đại, công nghệ thông tin và các phương tiện truyền thông đại chúng đã góp phần phát triển, lan tỏa tin giả một cách nhanh chóng và ảnh hưởng đến đời sống, tâm lý của sinh viên. Kết quả nghiên cứu cho thấy các lĩnh vực thông tin được sinh viên quan tâm chủ yếu thuộc lĩnh vực giải trí, văn hóa - xã hội, giáo dục, kinh tế, thời trang, du lịch...; tuy nhiên, nghiên cứu về thực trạng tin giả của sinh viên trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 cho thấy các chủ đề tin giả mà sinh viên quan tâm và nhớ/ đọc được trong một tuần chủ yếu liên quan đến lĩnh vực y tế, giải trí, giáo dục, văn hóa - xã hội và cuối cùng là lĩnh vực chính trị, lĩnh vực khác. Đặc biệt, khi đưa một chủ đề tin giả được đăng tải trên trang mạng xã hội Facebook liên quan đến bối cảnh dịch bệnh Covid-19 vào nghiên cứu cho thấy phần lớn sinh viên không nhận diện được tin giả. Việc không có khả năng xác minh thông tin không chính xác và các nguồn thông tin không rõ ràng đòi hỏi sự quan tâm lớn hiện nay vì điều này có thể chỉ ra rằng sinh viên có thể là đối tượng dễ dàng cho việc thao túng thông tin có chủ đích. Điều này phần nào được thể hiện thông qua việc sinh viên tiếp nhận và lan tỏa tin giả thông qua kênh mạng xã hội chiếm tỉ lệ rất cao, tiếp đến là kênh bạn bè, người thân. Tuy nhiên, trong nghiên cứu này cũng cho thấy hạn chế của sinh viên khi nhận định chủ quan tiếp cận tin giả chủ yếu thông qua nguồn báo chí chính thống và lan tỏa qua nguồn này bởi từ nhận diện chủ đề sai; từ đó dẫn đến phản ứng bình thường trước tin giả chiếm tỉ lệ khá cao. Bên cạnh đó, một số sinh viên cũng đồng thời cho thấy phản ứng hoang mang, lo lắng khi tiếp nhận tin giả. Bởi vậy, việc giúp sinh viên nhận diện được vấn đề tin giả rất cần được giáo dục và trang bị những kỹ năng cần thiết để trở thành những người tiếp cận thông tin hoài nghi, nhận diện đúng thông tin có độ tin cậy thấp và nội dung truyền tải thiếu khách quan.

Lời cảm ơn: Nhóm tác giả cảm ơn sự hỗ trợ từ Trường Đại học Giáo dục, Đại học Quốc gia Hà Nội thông qua đề tài: “Kênh tiếp nhận và lan tỏa tin giả của sinh viên trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19”, mã số: QS.NH.21.11.

Tài liệu tham khảo

- Akinyemi, B., Adewusi, O., & Oyebade, A. (2020). An Improved Classification Model for Fake News Detection in Social Media. *International journal of Information Technology and Computer Science (IJITCS)*, 12(1), 34-43.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-36.
- Bakir, V. and McStay, A. (2018). Fake news and the economy of emotions. *Digital Journalism*, 6(2), 154-175.
- Barthel, M., Mitchell, A., & Holcomb, J. (2016). Many Americans believe fake news is sowing confusion. *Pew Research Center*, 15, 12.
- Bessi, A. (2017). *On the statistical properties of viral misinformation in online social media. Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, Vol. 469, pp. 459-470.
- Conroy, N. K., Rubin, V. L., & Chen, Y. (2015). Automatic deception detection: Methods for finding fake news. *Proceedings of the association for information science and technology*, 52(1), 1-4.
- Chen, X., Sin, S. C. J., Theng, Y. L., & Lee, C. S. (2015a). *Why do social media users share misinformation?*. In *Proceedings of the 15th ACM/IEEE-CS joint conference on digital libraries* (pp. 111-114).
- Chen, X., Sin, S. C. J., Theng, Y. L., & Lee, C. S. (2015b). *Why students share misinformation on social media: Motivation, gender, and study-level differences. The journal of academic librarianship*, 41(5), 583-592.
- Hansen, L. K., Arvidsson, A., Nielsen, F. Å., Colleoni, E., & Etter, M. (2011). *Good friends, bad news-affect and virality in twitter*. In *Future information technology* (pp. 34-43). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Hill, J. A., Agewall, S., Baranchuk, A., Booz, G. W., Borer, J. S., Camici, P. G., ... & Vrints, C. (2019). Medical misinformation: vet the message!.
- Horne, B.D. and Adali, S. (2017). *This just in: fake news packs a lot in title, uses simpler, repetitive content in text body, more similar to satire than real news*, presented at the International AAAI Conference on Web and Social Media, available at: <https://arxiv.org/pdf/1703.09398.pdf>
- Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training*. Unesco Publishing.
- Kiemsat.vn, 2020. *Công an làm việc với gần 700 trường hợp tung tin sai về Covid-19*. <https://kiemsat.vn/>, ngày 27/3/2021.

- Kumar, S. and Shah, N. (2018). *False information on web and social media: a survey*”, presented at the Social Media Analytics: Advances and Applications.
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- Lazer, D., Baum, M., Grinberg, N., Friedland, L., Joseph, K., Hobbs, W., & Mattsson, C. (2017). *Combating fake news: An agenda for research and action*.
- Marchi, R. (2012). With facebook, blogs, and fake news, teens reject journalistic objectivity. *Journal of Communication Inquiry*, 36(3).
- Pourghomi, P., Halimeh, A. A., Safieddine, F., & Masri, W. (2017, July). *Right-click Authenticate adoption: The impact of authenticating social media postings on information quality*. In *2017 International Conference on Information and Digital Technologies (IDT)* (pp. 327-331). IEEE.
- Rutten, F., L. J., Blake, K. D., Greenberg-Worisek, A. J., Allen, S. V., Moser, R. P., & Hesse, B. W. (2019). Online health information seeking among US adults: measuring progress toward a healthy people 2020 objective. *Public Health Reports*, 134(6), 617-625.
- Schifferees, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Göker, A. & Martin, C. (2014). Identifying and verifying news through social media: developing a user-centred tool for professional journalists. *Digital Journalism*, 2(3), 406-418.
- Shaozhi Ye & S Felix Wu. 2010. *Measuring message propagation and social influence on Twitter. com*. In International conference on social informatics. Springer, 216-231.
- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). Fake news detection on social media: A data mining perspective. *ACM SIGKDD explorations newsletter*, 19(1), 22-36.
- Smith, A., & Anderson, M. (2018). *Social media use in 2018*. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>.
- Tambuscio, M., Ruffo, G., Flammini, A., & Menczer, F. (2015, May). *Fact-checking effect on viral hoaxes: A model of misinformation spread in social networks*. In Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web (pp. 977-982). ACM.
- Vosoughi S., Roy D., Aral, S. (2018). He spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.
- Ye, S., & Wu, S. F. (2010, October). *Measuring message propagation and social influence on Twitter. com*. In *International conference on social informatics* (pp. 216-231). Springer, Berlin, Heidelberg.