

TIN ĐÒN Ở VÙNG ĐỒNG BÀO DÂN TỘC THIỂU SỐ: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN

Nguyễn Thị Bích Thủy* và Phạm Mạnh Hà

Khoa Các Khoa học Giáo dục, Trường Đại học Giáo dục, Đại học Quốc gia Hà Nội

Tóm tắt. Tin đồn là một sản phẩm tâm lý xã hội, thường đề cập đến một thông tin chưa được xác minh hoặc lời giải thích về các sự kiện, lan truyền từ người này sang người khác và liên quan đến một đối tượng, sự kiện hoặc vấn đề được công chúng quan tâm. Do nhận thức và trình độ của đồng bào dân tộc thiểu số còn hạn chế và chưa đồng đều, chưa có điều kiện kiểm chứng tính đúng đắn của thông tin nên dễ phát sinh hình thành các tin đồn. Bài viết là kết quả phân tích những nghiên cứu đi trước ở trong và ngoài nước về tin đồn, cũng như các sự kiện liên quan đến tin đồn ở vùng dân tộc thiểu số trong thời gian gần đây, hướng đến bàn luận về các khía cạnh: khái niệm; quá trình hình thành tin đồn; biến đổi tin đồn của tin đồn trong vùng đồng bào dân tộc thiểu số. Nhóm tác giả còn phân tích những hậu quả tin đồn ở vùng dân tộc thiểu số, từ đó cho thấy cần phải có nghiên cứu chuyên sâu về tin đồn và biến đổi tin đồn ở vùng dân tộc thiểu số nhằm đề xuất những giải pháp thiết thực, góp phần định hướng dư luận, hạn chế nảy sinh tin đồn tiêu cực.

Từ khóa: Tin đồn, dư luận xã hội, dân tộc thiểu số.

1. Mở đầu

Hiện nay, với nguồn thông tin đa dạng trên các phương tiện truyền thông đại chúng thì tin đồn về các lĩnh vực khác nhau cũng nảy sinh nhiều, như một nhân tố làm thỏa mãn nhu cầu cá nhân và xã hội. Tin đồn thường đề cập đến một thông tin chưa được xác minh hoặc lời giải thích về các sự kiện, lan truyền từ người này sang người khác và liên quan đến một đối tượng, sự kiện hoặc vấn đề được công chúng quan tâm [1]. Tin đồn xuất hiện khi xã hội quan tâm và lo ngại về một quá khứ hay một sự kiện được mong đợi, khi thiếu thông tin chính thức và lời giải thích và khi việc kiểm soát của xã hội liên quan đến tình huống không nằm ngoài tầm kiểm soát của hầu hết các thành viên cộng đồng [1].

Trên thế giới, có khá nhiều nhà nghiên cứu quan tâm đến vấn đề tin đồn về các chủ đề: khái niệm, phân loại, sự hình thành tin đồn... Về khái niệm tin đồn phải kể đến tác giả Allport và Postman (1947) [2]; Rakow và Kranich (1991) [3];... Các tác giả này xem xét tin đồn là một giả thuyết mang tính đặc thù hoặc thời sự, đóng vai trò giải thích cho một niềm tin nào đó. Giả thuyết này được lan truyền từ người này sang người kia, chủ yếu qua kênh truyền miệng và không đi kèm thông tin bằng chứng xác thực. Về phân loại tin đồn có các tác giả: Robert H. Knapp (1944) [4]; Allport và Postman (1947) [2]; WA Peterson và NP Gist (1951) [1]; Rowan (1979) [5];... Các nhà khoa học này đã phân chia tin đồn thành các loại như: (1) tin đồn phản ánh nguyện vọng của công chúng và mong muốn nhận được; (2) tin đồn phản ánh những lo sợ về sự việc, kết quả tồi tệ sẽ xảy ra; (3) tin đồn được thực hiện nhằm làm suy yếu nhóm, cá nhân

Ngày nhận bài: 1/1/2020. Ngày sửa bài: 17/1/2020. Ngày nhận đăng: 2/2/2020.

Tác giả liên hệ: Nguyễn Thị Bích Thủy. Địa chỉ e-mail: bichthuynt212@gmail.com

nào đó để đạt được lợi ích cho riêng bộ phận, cá nhân mình; (4) tin đồn tự hoàn thành; (5) tin đồn dự báo. Về sự hình thành tin đồn phải kể đến các tác giả: Prasad (1935) [6]; McGregor (1938) [7]; Knapp (1944) [4]; Allport và Postman (1947) [2]; Rosnow (1991) [8];... Các tác giả này đã nhấn mạnh đến các yếu tố dẫn đến hình thành tin đồn: tầm quan trọng của tin đồn đối với công chúng; khía cạnh mơ hồ của các dữ kiện/bằng chứng liên quan; khả năng thu hút sự tham gia của các cá nhân. Bên cạnh đó, theo xu hướng mong đợi của công chúng, tin đồn sẽ xuất hiện với cường độ lớn thông tin không đầy đủ và rõ ràng, minh bạch. Chính vì vậy, tin đồn xuất hiện đóng vai trò làm nhiệm vụ giải thích, lấp đầy khoảng trống yếu tố mơ hồ của các sự kiện hay về sự lo lắng và định kiến của người dân cũng như tự điều khiển cảm xúc nói chung...

Có thể thấy, bên cạnh việc một số người đã đưa thông tin một cách vô thức hoặc do nhận thức còn hạn chế, thì vẫn có những cá nhân, tổ chức lợi dụng các phương tiện truyền thông hay mạng xã hội để đưa ra những tin đồn thất thiệt nhằm mục đích tư lợi cá nhân hoặc mục đích chính trị. Vì vậy, ở những môi trường thuận lợi như vùng dân tộc thiểu số, tin đồn sẽ để lại những hậu quả không đáng có khi thiếu thông tin, không được kiểm chứng. Đặc biệt, truyền thông đại chúng với các kênh chính thống ở vùng dân tộc thiểu số chưa phát triển, trong khi mạng xã hội là ngày càng được nhiều người dân sử dụng nên người dân thiếu thông tin, không biết thông tin hoặc tiếp cận nguồn thông tin không chính xác nên dễ tin vào tin đồn. Bài viết phân tích những nghiên cứu đi trước ở trong và ngoài nước về tin đồn cũng như các sự kiện liên quan đến tin đồn ở vùng dân tộc thiểu số trong thời gian gần đây, hướng đến bàn luận về các khía cạnh: khái niệm; quá trình hình thành tin đồn; biến đổi tin đồn cũng như những hệ quả của tin đồn trong vùng đồng bào dân tộc thiểu số.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Khái niệm

Tin đồn là một sản phẩm tâm lý xã hội, do đó nó phụ thuộc nhiều vào trạng thái tâm lý của cá nhân người tiếp nhận và đưa tin. Vấn đề mà tin đồn đề cập đến càng quan trọng, càng hấp dẫn với cá nhân bao nhiêu, càng mơ hồ bao nhiêu thì càng nhiều tin đồn xuất hiện bấy nhiêu. Tin đồn thường chỉ xuất hiện ở những nơi mà các nguồn tin chính thức không có hoặc không đáng tin cậy. “Tin đồn được đề cập một cách thông thường nhất đó là thông tin chưa được xác minh hoặc lời giải thích về các sự kiện, lan truyền từ người này sang người khác và liên quan đến một đối tượng, sự kiện hoặc vấn đề công chúng quan tâm” (Peterson và Gist, 1951: 159) [10]. Còn theo Alport G. và Postman L. (1945) “Tin đồn là thiên hướng tin vào một chủ đề được quan tâm mà không có đủ bằng chứng được đưa ra” [9]. Sự phổ biến của tin đồn có thể được mô tả lại theo công thức:

$$R = I * A$$

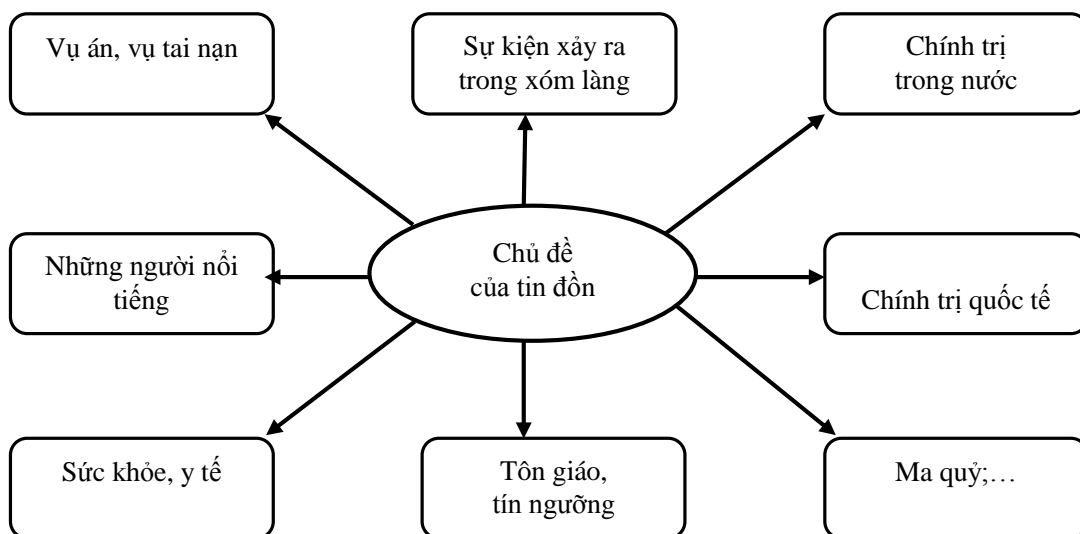
Trong đó R (*Rumour*) = tin đồn; I (*Importance*) – tầm quan trọng của vấn đề với cá nhân truyền tin; A (*Ambiguity*) – mức độ không rõ ràng của vấn đề [11]. Theo công thức này, vấn đề càng hấp dẫn, quan trọng với cá nhân truyền tin, càng “mập mờ” bao nhiêu, tin đồn càng phổ biến nhanh bấy nhiêu.

Vùng dân tộc thiểu số là một môi trường thuận lợi để hình thành và phát tán nhiều tin đồn. Tin đồn thường bị biến đổi theo 3 quy luật chính (i) cô đọng hóa - rút bớt chi tiết; (ii) cường điệu hóa- nhấn mạnh một vài chi tiết; (iii) đồng hóa – thông tin được “chéch bậy” theo những cách thức đặc thù [11]. Những quy luật này cũng tồn tại trong các trao đổi tin đồn ở vùng dân tộc thiểu số. Thêm vào đó, người dân tộc thiểu số có xu hướng sống thiên về tình cảm. Chính yếu tố tình cảm là một trong các yếu tố làm cho thông tin bị biến đổi mạnh hơn so với tình trạng gốc, hay nói cách khác, sự hình thành các tin đồn nhanh hơn, mạnh hơn cũng do sự “bóp méo” thông tin dựa trên cảm xúc. Môi trường xã hội có lợi cho tin đồn xảy ra khi xã hội quan tâm và

lo ngại về một quá khứ hay một sự kiện được mong đợi, khi thiếu thông tin chính thức và lời giải thích.

Chủ đề của tin đồn

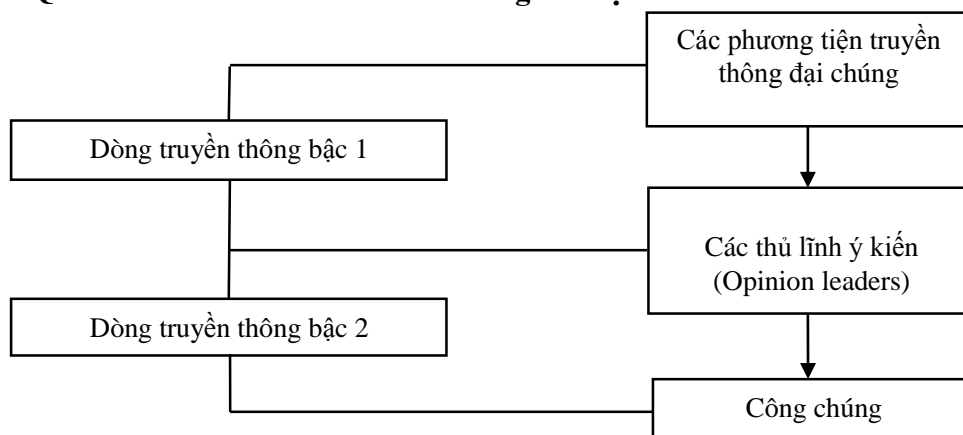
Trong quá trình tìm hiểu tác giả nhận thấy ở vùng dân tộc thiểu số dễ xảy ra những tin đồn về: các sự việc trong xóm làng; chính trị trong và ngoài nước; vụ án, vụ tai nạn; tình hình chính trị trong và ngoài nước; về những người nổi tiếng; sức khỏe, y tế; tôn giáo tín ngưỡng; ma quỷ;... Tin đồn đề cập đến bao gồm cả những vấn đề thuộc “lĩnh vực công cộng” và “lĩnh vực cá nhân”.



Sơ đồ 1. Các chủ đề hình thành tin đồn của người dân vùng dân tộc thiểu số

Đối với tin đồn những người truyền tin đóng vai trò như “máy thu phát”. Vận dụng luận điểm của lí thuyết “*Những viên đạn thần kì*” (Magic Bullet Theory), tác giả cho rằng những người học vấn thấp sẽ dễ tin hơn vào những điều họ xem, nghe, đọc được, vì vậy tin đồn sẽ dễ dàng lan tỏa [11]. Người dân vùng dân tộc thiểu số nhìn chung có trình độ học vấn không cao, họ thường dễ tin vào những tin tức được truyền tải qua kênh giao tiếp cá nhân và người dân thường thiếu các kênh, nguồn thông tin chính thống để kiểm chứng về các vấn đề được đề cập đến. Vì vậy tin đồn sẽ dễ dàng hình thành và lan tỏa.

2.2. Quá trình hình thành tin đồn ở vùng dân tộc thiểu số



Sơ đồ 2. Mô hình dòng truyền thông hai bậc của Elihu Katz [12]

Khi đề cập đến con đường lan truyền thông tin của tin đồn ở vùng đồng bào dân tộc thiểu số, chúng ta nhận thấy có thể áp dụng mô hình dòng truyền thông hai bậc của Elihu Katz – giáo sư chuyên nghiên cứu về truyền thông tại Đại học Pennsylvania.

Nội dung của mô hình dòng truyền thông hai bậc: hầu hết mọi người hình thành ý kiến của họ dựa trên ý kiến của các thủ lĩnh ý kiến (opinion leaders). Thủ lĩnh ý kiến là những người có hiểu biết sâu sắc hơn những người khác về các lĩnh vực nhất định, ý kiến của họ có ảnh hưởng đến ý kiến của những người khác. Các thủ lĩnh ý kiến này là những người đầu tiên tiếp xúc với nguồn thông tin từ các phương tiện truyền thông đại chúng (truyền hình, radio, báo chí, internet, mạng xã hội,...) họ sẽ hình thành ý kiến của bản thân mình, sau đó truyền tải ý kiến này đến công chúng. Như vậy, công chúng đã ảnh hưởng bởi quan điểm của các thủ lĩnh ý kiến. Quá trình tiếp nhận thông tin và hình thành ý kiến của các thủ lĩnh ý kiến từ các phương tiện truyền thông đại chúng chính là truyền thông bậc 1, còn con đường truyền tải thông tin từ các thủ lĩnh ý kiến tới công chúng là truyền thông bậc 2. Đáng chú ý ở đây là khi thông tin được truyền từ thủ lĩnh ý kiến tới công chúng nó đã bị “biến dạng” do ảnh hưởng từ quan điểm, nhận thức, học vấn, vốn xã hội,... của thủ lĩnh ý kiến, do vậy rất có thể thông tin sẽ không được chính xác như ban đầu. Do vậy công chúng sẽ ảnh hưởng ý kiến của thủ lĩnh về vấn đề được truyền thông. Điều đáng quan tâm là người dân tộc thiểu số trình độ và nhận thức thấp, cùng với việc khó tiếp cận các nguồn thông tin để kiểm chứng, cơ sở vật chất truyền thông đại chúng kém phát triển nên khó kiểm chứng tính chính xác của thông tin.

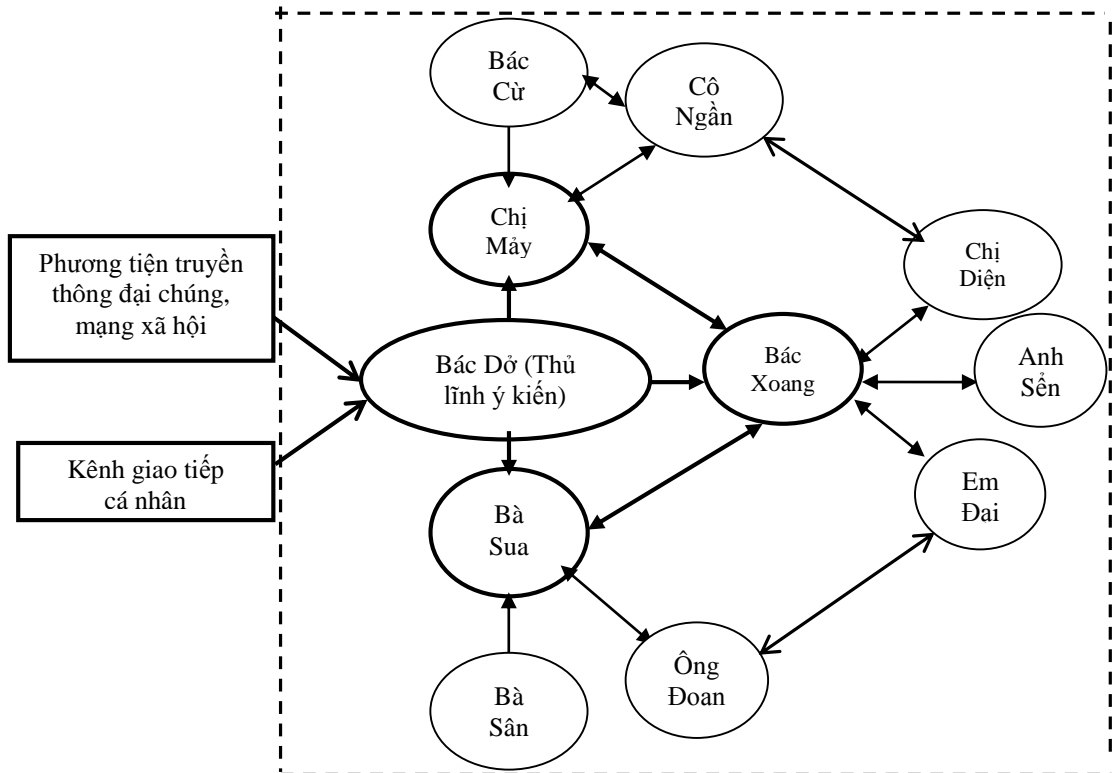
Quá trình lan truyền tin đồn có một số nét tương tự với mô hình dòng truyền thông hai bậc của Elihu Katz. Khi một người dân đóng vai trò là thủ lĩnh ý kiến tiếp nhận được nguồn thông tin (có thể thông qua kênh giao tiếp cá nhân hoặc từ các phương tiện truyền thông đại chúng), thủ lĩnh này sẽ hình thành ý kiến dựa trên kinh nghiệm, hiểu biết, học vấn... của mình. Sau đó khi người thủ lĩnh ý kiến tham gia trao đổi thảo luận với những người khác, họ sẽ truyền thông tin về vấn đề đã tiếp nhận được. Trong quá trình truyền thông này, người thủ lĩnh sẽ lồng ý kiến chủ quan của mình vào. Như vậy, khi tiếp nhận thông tin từ thủ lĩnh ý kiến, những người dân khác đồng thời cũng được tiếp nhận ý kiến của thủ lĩnh. Hơn nữa thủ lĩnh ý kiến đa phần lại là những người hiểu biết hơn họ về vấn đề đó, cho nên người dân sẽ hình thành quan điểm dựa trên sự ảnh hưởng ý kiến này. Điều này lí giải vì sao đối với những vấn đề, sự kiện nhất định, người dân vùng dân tộc thiểu số lại có những ý kiến tương đồng nhau.

Sơ đồ 3 dưới đây là sơ đồ giả định về sự lan truyền, hình thành tin đồn mà tác giả đưa ra.

Trong sơ đồ này các nhân vật cũng là giả định. Bác Dờ đóng vai trò là thủ lĩnh ý kiến (opinion leader), bác tiếp nhận thông tin từ phương tiện truyền thông đại chúng và/hoặc qua kênh giao tiếp cá nhân từ ngoài bên ngoài (dòng truyền thông bậc 1). Sau khi tiếp nhận thông tin, bác Dờ dựa trên sự hiểu biết, kinh nghiệm, kiến thức của bản thân để hình thành ý kiến của cá nhân mình. Sau đó bác sẽ chuyển tải thông tin cho những người khác là chị Mây, bác Sua kèm theo đó là ý kiến riêng của bác Dờ (dòng truyền thông bậc 2). Chị Mây, bác Sua sẽ thảo luận, trao đổi với thủ lĩnh ý kiến, các cá nhân này sẽ ảnh hưởng từ quan điểm ý kiến của bác Dờ, sau đó họ lại chuyển tải thông tin mà họ tiếp nhận được cùng với ý kiến của họ đến các cá nhân khác. Trong quá trình này, các cá nhân có sự trao đổi, thảo luận chéo, đan xen, phức tạp, nhờ đó thông tin về tin đồn được hình thành và lan tỏa.

Do đặc điểm của tin đồn là không có căn cứ chính xác và quá trình hình thành cơ chế tin đồn bị hạn chế bởi quy luật thêm bớt chi tiết, quy luật cường điệu hóa, đồng hóa nên thường bị gắn với những ý nghĩa tiêu cực đến đời sống xã hội. Đây chính là kết quả của việc “bóp méo”, thêm bớt thông tin diễn ra trong quá trình thảo luận phi chính thức. Cá nhân lan truyền tin đồn đến nhóm đối tượng khác nhau với những thông tin được thêm bớt và nhấn mạnh các chi tiết khi được truyền tải. Sự phát triển và lan truyền tin đồn liên quan đến việc giải thích, thảo luận, suy

đoán, tưởng tượng một cách sáng tạo nhằm thể hiện những kỳ vọng, nỗi sợ hãi, lo âu, thù địch, khát vọng của cá nhân và xã hội.



Sơ đồ 3. Khái quát về sự lan truyền, hình thành tin đồn ở vùng dân tộc thiểu số

2.3. Tin đồn và hậu quả của nó ở vùng dân tộc thiểu số

Tin đồn ở vùng dân tộc thiểu số

Dân tộc thiểu số có thể được xem là một nhóm người có những sự khác biệt về một số đặc điểm ngôn ngữ, văn hóa, nhận thức và tôn giáo, về hoàn cảnh kinh tế, điều kiện sống và thu nhập, về phương thức ứng xử,... Người dân tộc thiểu số ở Việt Nam được xác định là những người có quốc tịch Việt Nam, sinh sống tại Việt Nam nhưng có những khác biệt nhất định về ngôn ngữ, phong tục tập quán và các đặc thù văn hóa với dân tộc Kinh. Hiện nay, theo số liệu thống kê, nước ta có 54 dân tộc. Theo số liệu tổng điều tra dân số, tính đến 0 giờ ngày 1/4/2009, dân số của Việt Nam là 85.846.997 người. 54 dân tộc sống trên đất Việt Nam chia theo ngôn ngữ thì có 8 nhóm. Dân tộc đông nhất là dân tộc Kinh, chiếm 86,2% dân số. Các dân tộc thiểu số có thể kể đến: Tày, Thái, Mường, Khmer, Hoa, Nùng, H'Mông, người Dao, Gia Rai, Ê Đê, Chăm, Sán Dìu, Ra Glai. Đa số các dân tộc này sống ở miền núi và vùng sâu vùng xa ở miền Bắc, Tây Nguyên, miền trung và đồng bằng sông Cửu Long [13].

Ở nước ta, vấn đề dân tộc đã được quan tâm, chú ý từ rất lâu. Đảng và Nhà nước ta đã ban hành nhiều chính sách nhằm đoàn kết các dân tộc, phát huy sức mạnh chung của toàn thể các dân tộc. Từ Đại hội IV đến Đại hội XII của Đảng, chính sách dân tộc được Đảng ta đề ra trên các vấn đề cốt lõi là: "Các dân tộc bình đẳng, đoàn kết, tương trợ nhau cùng phát triển" [14]. Thực hiện công cuộc đổi mới (từ năm 1986) của Đảng và Nhà nước, nhất là khi có Nghị quyết số 22-NQ/TW của Bộ chính trị về một số chủ trương, chính sách lớn phát triển kinh tế - xã hội miền núi, nền kinh tế - xã hội vùng dân tộc và miền núi nước ta đã có những chuyển biến đáng kể. Nhờ đó đời sống vật chất và tinh thần của đại đa số đồng bào các dân tộc về mọi mặt được nâng cao hơn trước. Các lĩnh vực trong đời sống như giáo dục, y tế, văn hóa đã phát triển

theo cả chiều rộng chiều sâu. Ngoài ra, hệ thống phát thanh, truyền hình ở vùng dân tộc và miền núi không ngừng phát triển [14],...

Sự phát triển mạnh mẽ của các phương tiện truyền thông, internet cũng như dân trí được nâng cao ở vùng dân tộc thiểu số đã tạo điều kiện cho thông tin được lan truyền nhanh chóng, đa dạng. Bên cạnh đó, công chúng có điều kiện thuận lợi trong việc thảo luận, trao đổi thông tin. Tuy nhiên, nhận thức và trình độ người dân chưa đồng đều, chưa có điều kiện kiểm chứng tính đúng đắn của thông tin nên ở vùng dân tộc thiểu số dễ phát sinh hình thành các tin đồn. Bên cạnh việc lan truyền những thông tin tích cực thì truyền thông đại chúng, internet, đặc biệt là mạng xã hội đang góp phần là công cụ đắc lực cho nhiều đối tượng lợi dụng để truyền tải những tin đồn thất thiệt vì mục đích cá nhân hoặc tạo sự chú ý cho công chúng [15].

Đời sống kinh tế còn nghèo của đồng bào dân tộc thiểu số thường làm xuất hiện các tin đồn về các vấn đề khó khăn về kinh tế - xã hội và về các phương hướng giải quyết những vấn đề kinh tế đặt ra [16]. Sự hình thành và lan tỏa của tin đồn vùng dân tộc thiểu số, bất kể là về lĩnh vực gì thì cũng chịu sự tác động của những yếu tố mang tính địa phương và tộc người, phân biệt rõ ràng với khu vực đồng bằng, đô thị - những nơi có thể xem là phát triển hơn một cách toàn diện và phải đối mặt với những vấn đề khác biệt hơn [17]. Ngoài ra, có thể kể đến các yếu tố ảnh hưởng đến sự hình thành và lan tỏa tin đồn ở vùng dân tộc thiểu số: *Nhận thức của người dân; Tầm quan trọng của thông tin; Tính mập mờ của thông tin; Khả năng tiếp cận thông tin của cộng đồng; Văn hóa và tâm lý tộc người; Hoạt động tuyên truyền, cung cấp thông tin của chính quyền; Hoạt động của các thế lực thù địch trên địa bàn.*

Tin đồn có tác động hai chiều tích cực và tiêu cực. Về mặt tích cực, tin đồn có thể chuẩn bị tâm thế cho công chúng về một sự kiện nào đó liên quan đến chính trị, quảng cáo sản phẩm, ban hành chính sách. Nếu tin đồn có nguồn thông tin chính thống được kiểm chứng sẽ góp phần hình thành dư luận xã hội. Tuy nhiên, bên cạnh đó tin đồn cũng có những hệ quả tiêu cực. Tin đồn liên quan đến nhiều sự kiện, xuất hiện vào các thời điểm khác nhau, có thể xuất hiện vào thời điểm nhạy cảm, gây sự kiện làm rung động thế giới như: động đất, sóng thần, trái đất bị hủy diệt,... Dư âm của vấn đề này tác động tâm lý rất mạnh, tin đồn mưa axit, mây phóng xạ đã khiến nhiều người bỏ bê công việc, học hành, không dám ra đường. Tin đồn ngân hàng đòi tiền khiến nhiều người tìm cách mua vàng tích trữ và lo lắng lạm phát. Tin đồn sập cầu khiến nhiều người không dám qua cầu, họ cũng tìm cách ngăn chặn con em mình đi qua cầu. Tin đồn ăn bươi, ăn hạt dưa, trứng, ớt, ăn cá rô đầu vuông bị ung thư cũng làm nhiều người tẩy chay thực phẩm... Tin đồn hầu như sẽ được thêm thắt khi nó được truyền từ người này sang người khác, được thảo luận trong một loạt các tình huống xã hội, và được lí giải bởi các cá nhân với những mối quan tâm hay những định kiến đặc biệt.

Trường hợp tin đồn ở vùng dân tộc thiểu số

Tin đồn là một sản phẩm tâm lý xã hội, do đó nó phụ thuộc vào trạng thái tâm lý của cá nhân người tiếp nhận và đưa tin. Cho nên, trong những bối cảnh hoảng loạn, thiếu thông tin là môi trường dễ phát sinh nhiều tin đồn nhất. Trong quá trình tìm hiểu về tin đồn ở vùng dân tộc thiểu số, tác giả thu thập được một số tin đồn không có thật, để lại một số hậu quả không đáng có cho cá nhân, cộng đồng. Sau đây, tác giả trình bày một tin đồn mang tính điển hình:

Hộp 1. Tin đồn có “ma” thuốc độc ở Quảng Bình [18]

Tại xã Yên Hóa (huyện Minh Hóa, tỉnh Quảng Bình) người dân đang hoang mang và ám ảnh về câu chuyện con “ma” thuốc độc và có người bỏ thuốc độc nghe rất hoang đường. Dù chưa ai chứng kiến hay tận mắt nhìn thấy hình hài con “ma” thuốc độc nhưng nhiều người dân vẫn tin theo, lo sợ.

Không chỉ tại xã Yên Hóa, mà sự tích về con “ma” thuốc độc từ lâu đã xuất hiện và ngự trị trong tâm trí người dân ở vùng sơn cước xã Kim Hóa (huyện Tuyên Hóa), xã Tây Trạch,

Đồng Trạch của huyện Bố Trạch hay nghiêm trọng nhất là chuyện ở xã miền núi Trường Sơn (huyện Quảng Ninh)... khiến nhiều người cả tin, mê theo. Những người “đính” tin đồn là chủ nhân của “ma” thuốc độc bị xã hội xa lánh, đẩy gia đình họ vào cảnh điêu đứng phải cầu cứu chính quyền nhờ giải nguy.

Mới đây nhất, tại xã Tây Trạch có trường hợp gia đình ông Dương Đức Dịch (74 tuổi, ngụ thôn Rẫy) bị vu oan là chủ nhân của con “ma” thuốc độc khiến nhiều người dân trong làng đau ốm, chết bất đắc kỳ tử. Kể từ khi bị “đính” tin đồn, nhà ông Dịch bị xóm làng xa lánh, con cháu không dám đến trường vì bị kì thị và nhà ông này luôn bị kẻ xấu ném rác, chất thải vào nhà phải nhờ chính quyền địa phương can thiệp.

Trước đó, vào năm 2014, gần 200 người dân xã Trường Sơn (huyện Quảng Ninh) bị mắc chứng bệnh lạ không rõ nguyên nhân nhưng nhiều người đồn thổi là dính “ma” thuốc độc. Sau đó, Sở Y tế tỉnh Quảng Bình kết luận, không có cơ sở khẳng định là bệnh ma thuốc độc. Chứng bệnh mà nhiều người dân xã này mắc phải có dấu hiệu lâm sàng trên người nghi bị cảm cúm do thay đổi thời tiết, chuyển giao mùa.

Câu chuyện về tin đồn “ma” thuốc độc ở miền núi tỉnh Quảng Bình đã cho chúng ta thấy hậu quả của tin đồn sai sự thật. Những người bị “đính” tin đồn, bị cho là chủ nhân của “ma” thuốc độc đã bị xã hội xa lánh, đẩy gia đình họ vào cảnh điêu đứng phải cầu cứu chính quyền nhờ giải nguy. Ngoài ra, trong thời gian vừa qua, tại các vùng dân tộc thiểu số nước ta, lợi dụng điều kiện các phương tiện truyền thông đại chúng còn kém phát triển; đời sống người dân còn nhiều thiếu thốn, khó khăn; trình độ dân trí còn thấp, các thế lực thù địch muốn chống phá chính quyền Việt Nam, âm mưu chia rẽ khối đại đoàn kết dân tộc đã tung tin đồn bịa đặt về uy tín của Đảng và Nhà nước.

Với những tin đồn thất thiệt như đã nêu ở trên có thể dẫn đến những hậu quả tiêu cực như gây hoang mang, mất niềm tin của công chúng, đặc biệt là suy giảm niềm tin của người dân tộc thiểu số về đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước. Thậm chí có thể làm giảm uy tín về sự lãnh đạo của Đảng, chia rẽ khối đại đoàn kết giữa các dân tộc, tôn giáo. Hơn nữa, những tin đồn vô căn cứ, thiếu thông tin còn có thể gây mất ổn định, trật tự xã hội, ảnh hưởng đến tính mạng, tài sản của người dân.

3. Kết luận

Tin đồn là một khái niệm được quan tâm, bàn luận của các nhà khoa học. Nó nảy sinh trong môi trường thiếu thông tin, thiếu điều kiện kiểm chứng và thông tin mập mờ, liên quan đến các vấn đề mà cá nhân, công chúng quan tâm. Trong thời đại nhiều thông tin và biến đổi nhanh như hiện nay, việc kịp thời nắm bắt ý kiến công chúng, phân biệt giữa dư luận xã hội và tin đồn để điều chỉnh, định hướng công chúng là một thách thức không hề nhỏ cho mọi chính quyền.

Đồng bào dân tộc thiểu số mặc dù được sự quan tâm của nhà nước nhưng so với người kinh ở vùng đồng bằng họ vẫn còn nhiều hạn chế về nhận thức, trình độ học vấn, điều kiện sống cũng như cơ hội tiếp cận, kiểm chứng thông tin. Đó là một trong những lí do làm hình thành, biến đổi tin đồn, đặc biệt là những tin đồn thất thiệt, có ảnh hưởng tiêu cực. Những tin đồn đó có thể liên quan đến cá nhân nhưng cũng liên quan đến cộng đồng. Và thực tế đã chứng minh có nhiều hệ lụy của tin đồn đã xảy ra, ảnh hưởng đến niềm tin, sự ổn định chính trị và cuộc sống của người dân.

Bài viết đã phân tích những mặt trái của hệ quả tin đồn ở vùng dân tộc thiểu số. Có những hệ quả nghiêm trọng ảnh hưởng lớn, lâu dài cho nên cần phải có nghiên cứu chuyên sâu về tin đồn và biến đổi tin đồn ở vùng dân tộc thiểu số nhằm đề xuất những giải pháp thiết thực, góp phần định hướng dư luận, hạn chế nảy sinh tin đồn tiêu cực, ảnh hưởng đến sự lãnh đạo của Đảng, đến cuộc sống bình yên của người dân tộc thiểu số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Warren A.Peterson, Noel P.Gist, “Rumor and Public Opinion”. *American Journal of Sociology*, September 1951, Vol.57, No.2, pp.159-167.
- [2] Allport, G.W. and Postman, L. 1947. *The Psychology of Rumor*, H. Holt and Company
- [3] Rakow, L.F, & Kranich, K., 1991. Woman as sign in television news. *Journal of Communication*, 41 (1): 8-38 (1):12-28.
- [4] Knapp, R. H., 1944. *A psychology of rumor*. Public opinion quarterly, 8(1), 22-37.
- [5] Rowan, R., 1979. Where did that rumor come from. *Fortune*, 100(3), 130.
- [6] Prasad, J., 1935. The psychology of rumour: A study relating to the great Indian earthquake of 1934. *British Journal of Psychology*, 26(1), 1-15 Simmons, 1985.
- [7] McGregor, D., 1938. The major determinants of the prediction of social events. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 33(2), 179.
- [8] Rosnow, R. L., 1991. Inside rumor: A personal journey. *American Psychologist*, 46(5), 484.
- [9] Nguyễn Quý Thanh, 2006. *Xã hội học về Dư luận xã hội*. Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội, tr.54-55.
- [10] Phan Tân, 2015. Vấn đề tin đồn trong nghiên cứu dư luận xã hội: gợi mở hướng ứng xử với tin đồn trong tình hình hiện nay. *Tạp chí Khoa học xã hội Tp. Hồ Chí Minh*, Số 04(200), tr.42-51.
- [11] Nguyễn Quý Thanh - Nguyễn Thị Bích Thủy, 2015. “Sự hình thành dư luận xã hội ở chợ nông thôn”. *Tạp chí Khoa học Xã hội Việt Nam*, số 9 (94), tr.64-73.
- [12] Elihu Katz, 1957. “*The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on a Hypothesis*”, *The Public Opinion Quarterly*. 21 (1): 61–78. JSTOR 2746790.
- [13] https://vi.wikipedia.org/wiki/C%C3%A1c_d%C3%A2n_t%E1%BB%99c_t%E1%BA%A1i_Vi%E1%BB%87t_Nam, truy cập ngày 04/11/2018.
- [14] Nguyễn Quỳnh Hoa, 2017. *Chính sách dân tộc tại Việt nam: thành tựu và thách thức cần vượt qua*, <http://matran.org.vn/to-chuc-thanh-vien/chinh-sach-dan-toc-tai-viet-nam-thanh-tuu-va-thach-thuc-can-vuot-qua-7127.html>, truy cập ngày 04/11/2018.
- [15] Lữ Thị Mai Oanh - Nguyễn Quý Thanh, 2018. Cơ chế lan tỏa tin đồn trong không gian bán công cộng: nghiên cứu trường hợp quán cà phê ở Hà Nội. *Tạp chí Xã hội học* số 2 (142), 06/2018, tr.37-50.
- [16] Lê Ngọc Hùng, 2018. *Lí thuyết về dư luận xã hội – Tiếp cận yếu tố kinh tế với quá trình hình thành, biến đổi dư luận xã hội vùng dân tộc thiểu số*, Kỷ yếu Hội thảo: Cơ sở lí luận, phương pháp luận nghiên cứu, thăm dò dư luận xã hội các nhóm xã hội đặc biệt, Học viện Khoa học Xã hội, Hà Nội, tr.31-44.
- [17] Nguyễn Ngọc Thanh – Nguyễn Thanh Tùng, 2018. *Quá trình hình thành chính sách, pháp luật và thực thi chính sách, pháp luật tác động đến DLXH vùng dân tộc thiểu số*, Kỷ yếu Hội thảo: Cơ sở lí luận, phương pháp luận nghiên cứu, thăm dò dư luận xã hội các nhóm xã hội đặc biệt, Học viện Khoa học Xã hội, Hà Nội, tr.77-89.
- [18] Hoàng Phúc, 2018. *Thực hư tin đồn có “ma” thuốc độc ở Quảng Bình*, xem tại link <https://nld.com.vn/thoi-su/thuc-hu-tin-don-co-ma-thuoc-doc-o-quang-binh-20180814093258072.htm>, truy cập ngày 05/11/2018.

ABSTRACT

Rumors in ethnic minority areas: some theoretical and practical issues

Nguyen Thi Bích Thuy* và Phạm Mạnh Hà

Faculty of Education Sciences, Vietnam National Univesity Hanoi, University of Education

A rumor is considered as psychosocial product, refers to an unverified information or explanation of the event. It spreads from person to person and relates to object, event, or issue of public interest. Because the awareness and qualifications of ethnic minorities are limited, there are no conditions to verify the correctness of the information, thus, it is easy to create rumors. The article is the result in domestic and international researches about rumors, as well as events related to rumors in ethnic minority areas. In recent time, it aims to discuss the issues, such as the concept; the process of forming rumors; and the transform of rumors in the area of ethnic minorities. The author also analyzes the consequences of rumors in ethnic minority areas. This suggests that in-depth research is necessary on rumors and in the process of changing rumors in ethnic minority areas to propose specific solutions, direct public opinion and limit the rising of negative rumors.

Keywords: Rumor, public opinion, ethnic minority.