

VAI TRÒ CỦA BÁO CHÍ TRONG VIỆC NGĂN NGỪA, HẠN CHẾ TIN ĐỒN

ĐỖ CHÍ NGHĨA^(*)

Tin đồn là một hiện tượng xã hội không hiếm gặp trong đời sống xã hội. Từ thời khoa học còn chưa phát triển, sự xuất hiện của tin đồn có ý nghĩa lấp đầy những khoảng trống về nhận thức, góp phần giải thích những hiện tượng siêu nhiên, gắn với đời sống. Xã hội hiện đại, khoa học phát triển, nhiều phát minh vĩ đại ra đời làm thay đổi cả cách vận hành, xu hướng phát triển của các quốc gia, dân tộc. Thế nhưng, tin đồn vẫn tồn tại, phát triển và tác động sâu sắc đến đời sống, nhận thức xã hội, bất chấp những nỗ lực triệt tiêu nó.

1. Tin đồn: Tác dụng và hệ lụy

Theo PGS. TS. Nguyễn Quý Thanh: “Tin đồn là sự khẳng định chung của một nhóm người về một vấn đề nào đó của xã hội có thể có thực hoặc không có thực, nhưng không có dữ liệu để kiểm chứng. Tin đồn là phương thức giao tiếp bằng ngôn ngữ diễn ra hàng ngày trong đời sống, trong đó các thông tin được truyền từ người này sang người khác. Do mức độ thu nhận thông tin, do cá tính và cách nhìn nhận vấn đề của các cá nhân là khác nhau dẫn đến các đối tượng tiếp nhận nội dung thông tin theo cách hiểu của mình, và do vậy thông tin thường bị biến dạng, méo mó” [3].

Trên thực tế, nhiều người còn có sự nhầm lẫn giữa tin đồn và dư luận xã hội, thậm chí dùng tin đồn như chức năng của dư luận xã hội để phán xét, đánh giá, hoặc coi đó là cơ sở đương nhiên tin cậy cho những suy luận tiếp theo. Cách hiểu đó hết sức nguy hiểm. Theo TS. Phạm Chiến Khu thì “giữa tin đồn” và dư luận xã hội có những điểm khác biệt cơ bản sau đây: 1) Nguồn thông tin: nguồn thông tin của tin đồn bao giờ cũng xuất phát từ người khác (tôi nghe người này nói, người kia nói); nguồn thông tin của dư luận xã hội lại xuất phát từ chính bản thân người phát ngôn (theo ý kiến của tôi thì...); 2) Tin đồn loang càng xa thì càng có nhiều biến thái, do nó không ngừng được thêm thắt. Lúc ban đầu, dư luận xã hội thường rất phân tán, nhưng sau đó, thông qua sự trao đổi, tranh luận, tính thống nhất của dư luận xã hội thường tăng lên; 3) Tin đồn thường có tính “thất thiệt” (mặc dù có những tin đồn về cơ bản là sự thật), trong khi đó, dư luận xã hội phản ánh trung thực suy nghĩ, tình cảm, thái độ của chủ thể. Tuy nhiên,

^(*) TS., Phó Trưởng khoa Khoa Phát thanh - Truyền hình, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Tổng Biên tập *Thời báo doanh nhân*.

giữa dư luận xã hội và tin đồn không có sự ngăn cách không vượt qua được. Tin đồn có thể làm nảy sinh dư luận xã hội khi trên cơ sở tin đồn người ta đưa ra những phán xét, đánh giá bày tỏ thái độ của mình. Tin đồn thường xuất hiện khi người ta thiếu (hoặc thừa) thông tin” [1].

Có thể nói, tin đồn không hoàn toàn là xấu, hoặc luôn luôn là thất thiệt. Sự ra đời, phát triển tin đồn cũng dựa trên những quy luật xã hội nhất định, có tác dụng xã hội nhất định và cũng có thể bao hàm những ý nghĩa xã hội cụ thể nào đó. Tin đồn về bản chất là hiện tượng bình thường, thậm chí còn góp phần làm cho cuộc sống thêm sinh động và đa sắc. Đó là sự bắt đầu các phỏng đoán, các ý tưởng mới và thể hiện tâm lý, trình độ nhận thức của các bộ phận, tầng lớp xã hội, cũng như còn là thước đo uy tín và hiệu quả quản lý của một cá nhân, tổ chức và chính phủ. Không loại trừ việc ở một số quốc gia, có những cơ quan, tổ chức sử dụng tin đồn để thử hiệu ứng dư luận trước khi có những quyết định chính thức. Chưa kể tin đồn còn có chức năng giải tỏa tâm lý, giảm bớt những ngột ngạt, căng thẳng mà cuộc sống hiện đại đem lại...

Tuy nhiên, loại tin đồn đặc thù trong lĩnh vực kinh tế lại có ý nghĩa khác, và thường chúng mang nặng tính định hướng có mục tiêu hoặc đầu cơ cao. Khi tin đồn được mặc nhiên thừa nhận và trở thành nhận thức của đông đảo dân chúng sẽ tạo thành sức mạnh khôn lường. Chúng có thể giúp cho ai đó thu bộn tiền, cũng có khi làm lao đao bao nhiêu số phận cá nhân và cả doanh nghiệp, thậm chí có thể làm giảm sút căn bản hiệu lực, hiệu quả của một chính sách quản lý nhà nước và làm tổn thất uy tín, cũng như tiền của quốc gia.

Xã hội hiện đại đã và đang phải đối mặt và sống chung với làn sóng các tin đồn và cơn sốt giá đủ loại, ở Việt Nam thời gian qua, về chứng khoán, về bất động sản và một số nguyên vật liệu xây dựng, về ngoại tệ và tỷ giá USD, về gạo, về đổi tiền, và mới đây là về tăng giá xăng trong khi giá dầu mỏ thế giới đang có chiều hướng giảm khá mạnh. Tin đồn về trứng gà giả khiến người chăn nuôi lao đao, tin đồn hoa quả Trung Quốc nhiễm độc khiến các hộ trồng cây ăn quả “mắc vạ”. Thiệt hại của nó trong đời sống xã hội khó lòng đo đếm được [Xem thêm 4, 6].

2. Vai trò của báo chí trong ngăn ngừa tác hại của tin đồn

Từ thập niên 80 của thế kỷ XX, công cuộc đổi mới báo chí vì sự nghiệp đổi mới đất nước đã đem lại sự phát triển vượt bậc cho đội ngũ báo chí cách mạng Việt Nam. Sự nở rộ các loại hình báo chí đã khiến đời sống báo chí trở nên hết sức đa dạng và phong phú. Chúng ta đã có hệ thống thông tin truyền thông đại chúng khá hùng mạnh với trên 700 tờ báo, tạp chí đủ loại, bên cạnh đó là hệ thống truyền thanh, truyền hình và cả đội ngũ đông đảo các tuyên truyền viên và tư vấn viên ở trên khắp 64 tỉnh, thành cả nước. Nhiều cơ quan báo chí đã củng cố uy tín trong lòng công chúng, có doanh thu cao, nộp ngân sách Nhà nước hàng trăm tỉ đồng. Nhiều tác phẩm báo chí có tác động xã hội, có tính lan tỏa, biểu dương người tốt, việc tốt, đấu tranh chống cái xấu, cái ác, có giá trị định hướng cao.

Tuy nhiên, nhìn một cách khách quan, trận chiến thông tin vẫn còn đầy bất cập và bất trắc, tin đồn thất thiệt, dụng ý xấu vẫn thản nhiên tồn tại, tác

oai, tác quái với đời sống cộng đồng. Rõ ràng có tồn tại những lỗ hổng và bất cập nào đó trong quản lý nhà nước đang dung dưỡng và nương tay với các tin đồn thất thiệt đó... Đặc biệt, vai trò của báo chí trong cuộc chiến chống tin đồn thất thiệt, dụng ý xấu chưa được phát huy mạnh mẽ. Thậm chí, không ít trường hợp, do sơ suất vô tình hay cố ý, một số cơ quan báo chí, đặc biệt là báo mạng điện tử đã xử lý thông tin không tốt, chưa làm tròn trách nhiệm định hướng dư luận xã hội, mà còn làm phát tán tin đồn, đưa tin đồn loang xa hơn, “chính danh hóa” những thông tin không rõ nguồn gốc. Những sai sót đó khiến thiệt hại do tin đồn gây ra còn lớn hơn nhiều lần, đồng thời hạ thấp vai trò và uy tín của giới báo chí trong con mắt của công chúng và xã hội, làm tổn thương lòng tự trọng nghề nghiệp của những người làm báo chân chính. Tình trạng đó cần được đánh giá đúng mức, có phương thức xử lý nghiêm túc và hữu hiệu, góp phần ổn định tâm lý xã hội, đồng thời trả lại cho báo chí vai trò định hướng dư luận xã hội đúng đắn, cũng như niềm tin vững chắc từ công chúng.

Thực tế, cơ chế quản lý báo chí hiện nay đang khiến không ít cơ quan báo chí lúng túng trong định hướng phát triển. Bài toán kinh tế thị trường, tự thu, tự chi đã đặt sức ép tài chính lên các ban biên tập khá nặng nề. Các khoản thuế còn khá cao, chính sách ưu đãi báo chí chưa thật thỏa đáng, đời sống người làm báo có nhiều khó khăn. Bên cạnh đó, cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, đi kèm với nó là sự sa sút của một số loại hình báo chí truyền thông như báo in trên phạm vi toàn thế giới càng khiến cho báo chí gặp khó khăn trong bài toán cân đối nguồn thu. Đó là một thách thức

thật sự khiến thông tin trên báo nhiều khi chưa thật sự được chất lọc, kỹ lưỡng.

Tuy nhiên, thẳng thắn mà nói, nguyên nhân cơ bản nhất vẫn là ở chỗ, nhận thức của một số cơ quan báo chí và cá nhân nhà báo, đặc biệt là lãnh đạo một vài cơ quan báo chí chưa thật đầy đủ về chức năng, vai trò và sứ mệnh xã hội của báo chí. Chưa kể, không ít lãnh đạo cơ quan báo chí được điều chuyển từ lĩnh vực khác sang, chưa có nghề, chỉ coi báo chí là hoạt động kinh tế thuần túy, hoặc ép cứng nó như một cơ quan tuyên truyền hoạt động theo ngân sách cấp phát. Cả hai xu hướng đó đều là sai lệch, khiến báo chí kém sinh động và bản sắc, không làm tốt chức năng định hướng dư luận xã hội.

3. Để báo chí thực sự tốt chức năng định hướng dư luận xã hội, ngăn ngừa hiệu quả những tin đồn thất thiệt, theo chúng tôi, cần đẩy mạnh *các giải pháp* sau đây:

Một là, tăng cường cơ chế cung cấp thông tin chính thức, chính xác, toàn diện và kịp thời cho báo chí. Cần thể chế hoá các phát ngôn và cung cấp thông tin chính thức có chất lượng và trách nhiệm pháp lý cao định kỳ và không định kỳ của các cơ quan và đại diện nhà nước cũng như của các ngành và doanh nghiệp đang có độ độc quyền kinh doanh cao, như xăng, dầu, điện... Không được lạm dụng “yêu cầu bảo mật” để tạo ra “cái cớ” để cán bộ công quyền chối bỏ trách nhiệm trả lời báo chí, cung cấp thông tin cho báo chí, bởi bất cứ một xã hội văn minh nào, việc công chức, cán bộ đối diện với áp lực giám sát của dư luận xã hội vẫn luôn là điều cần thiết. Thực tế cho thấy, có nơi, có lúc, cơ chế “tài liệu đóng dấu mật” được sử dụng khá nhiều, khá tràn lan, cản trở việc tiếp

cận thông tin và định hướng dư luận xã hội của nhà báo. Nguyên Tổng Thanh tra Chính phủ Trần Văn Truyền cũng đã phải thừa nhận, “còn có những cơ quan đóng dấu mật sai quy định”. Ông đưa ví dụ: “Ngay như công việc của thanh tra, luật quy định phải công khai kết luận thanh tra nhưng trong văn bản đó thường hay đóng dấu mật. Việc này phải uốn nắn trong quá trình điều hành, nhưng nhìn chung quy định diện mật của chúng ta hiện còn rộng”. Theo ông, “*chỉ những vấn đề liên quan đến an ninh quốc gia mới gọi là mật, còn lại từ chủ trương, chính sách pháp luật hay những quy định thủ tục hành chính sẽ công khai minh bạch*” [5].

Hai là, tăng cường sự phối hợp giữa các cơ quan báo chí trong các chiến dịch thông tin làm hạ nhiệt và triệt tiêu các tin đồn dưng ý xấu, tuyệt đối tránh xu hướng người phê phán, kẻ cổ vũ, làm nhiễu loạn thông tin, nhất là những vấn đề nhạy cảm, có ý nghĩa thiết thân với đời sống cộng đồng. Thực tế, có một vấn đề đang tồn tại trong hoạt động truyền thông nước ta là tính đơn nhất thể hiện cá tính sáng tạo của tờ báo luôn được xem là mục tiêu để tờ báo theo đuổi đến cùng thông điệp của mình. Nếu một tờ báo khác cũng tiếp tục khơi vào dòng thông tin ấy, dễ bị cho là “theo sau”, “bắt chước”, lại dễ có cảm giác mình “ủng hộ không công” cho “đội thủ cạnh tranh” trong hoạt động nghề nghiệp. Kiểu tư duy này thực sự là một hạn chế của báo chí nước ta trong việc khuếch tán những thông điệp vốn đã có hiệu ứng xã hội tốt. Trong khi, nếu có sự trợ lực của các kênh truyền tải khác nhau, thông điệp có thể được phát tán rộng hơn, ảnh hưởng sâu hơn, thì các báo lại có xu hướng “tránh đường” các báo khác đã đi, tránh

chạy theo những thông tin báo khác đã lựa chọn làm trọng tâm trước đó.

Sự thiếu thống nhất, phối hợp trong định hướng dư luận xã hội ở các cơ quan báo chí thể hiện trên mấy cấp độ sau:

Thứ nhất, thông tin cấp thiết nhưng chỉ có một cơ quan báo chí đưa. Các cơ quan khác không vào cuộc, coi đó là “chuyện của người khác”, né tránh, đưa mờ nhạt, hoặc hạ thấp tầm mức cần có, đưa kiểu “ban ơn”.

Thứ hai, thông tin trên các báo đưa trái chiều nhau, xuất phát từ những nguyên tắc không giống nhau, thậm chí có lúc còn thiếu công tâm, cố gắng tìm những nét rất nhỏ để “khái quát” lên cái lớn, cái bao trùm, ngụy tạo quan điểm riêng, làm phân tâm dư luận.

Thứ ba, lại có biểu hiện “tiền hậu bất nhất” ngay trong cách đưa tin của một vài cơ quan báo chí. Cùng một hiện tượng, nhưng lúc khen, lúc chê, khiến dư luận khó xác định quan điểm, hoang mang. Nhận thức là một quá trình, cơ quan báo chí có thể điều chỉnh cách đánh giá, nhìn nhận cho sát hơn, đúng hơn với thực tiễn. Song quan trọng là công chúng phải thấy được sự cầu thị, thấy được “quá trình nhận thức” thực sự đó.

Ngoài ba xu thế trên, cũng cần tránh một xu thế thứ tư là xu thế a dua, “thừa thắng xông lên”, quá “bệnh” nhau, thiếu lý trí xét đoán, dẫn đến “chê hội đồng”, “khen hội đồng”, chuyện bé xé ra to, ngụy tạo những điển hình không thuyết phục, thậm chí không có trong thực tế, đẩy nhân vật vào thế khó xử. Chính vì cách làm này mà nhiều người “sợ báo chí”, sợ nhưng không phục, và càng sợ thì càng né tránh, không coi trọng thông tin trên báo chí nữa.

Ba là, nêu cao trách nhiệm của nhà báo và cơ quan báo chí trong ngăn chặn và triệt tiêu tác hại của tin đồn. Những thông tin giật gân, thiếu trách nhiệm được đề cập thường có mấy cấp độ sau: *Thứ nhất*, thông tin bịa đặt hoàn toàn, với dụng ý và mục đích cá nhân cụ thể. *Thứ hai* là thông tin chưa đến mức nghiêm trọng, nhưng bị đẩy lên cho “tròn trịa”, tĩa tót cho “hoàn thiện”, kiểu “vẽ rắn thêm chân”, đáp ứng nhu cầu suy diễn, lệch lạc. *Thứ ba*, thông tin là có thật, nhưng bị nhìn nhận, đánh giá, phán xét phiến diện, chỉ nhằm nhằm khai thác mặt trái, mặt xấu... Xu hướng thông tin giật gân, kích động nhiều khi không chỉ là thiên hướng, nhãn quan cá nhân một nhà báo, mà nó là “định hướng” của một vài cơ quan báo chí muốn giành công chúng bằng mọi giá, bất chấp những hậu quả và hệ lụy có thể xảy ra. Theo GS. TS. Phạm Xuân Hằng, qua khảo sát, có tờ báo đưa tới 155 “tin xấu”, trong khi chỉ có 5 tin bài “có xu hướng tích cực”. Cán cân này rõ ràng là có vấn đề, và công chúng không thể có cái nhìn tích cực khi bị ảnh hưởng bởi những sản phẩm báo chí đầy thiên kiến và nghiêng hẳn về “mảng tối” như vậy.

Tóm lại, tin đồn như đã phân tích ở trên là một hiện tượng xã hội bình thường. Không thể loại bỏ hoàn toàn tin đồn ra khỏi đời sống xã hội, nhưng báo chí và các phương tiện truyền thông khác phải có trách nhiệm phân tích, định hướng, kịp thời ngăn ngừa những tác hại xấu, những tác động tiêu cực của tin đồn với đời sống xã hội. Suy cho cùng, khi thông tin chính thức càng minh bạch, rõ ràng, đầy đủ và kịp thời, khi báo chí và các phương tiện truyền

thông khác càng hấp dẫn và làm tốt chức năng của mình, thì những tin đồn thất thiệt, có dụng ý xấu càng khó có đất tồn tại. Chỉ khi công chúng tin vào báo chí, tìm đọc thông tin trên báo chí để tự định hướng và miễn dịch với thông tin ngoài luồng, không nguồn gốc, thì khi ấy, tin đồn dù có tai ác đến đâu cũng không thể thâm nhập và gây hại cho đời sống cộng đồng □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Chiến Khu (2010), “Cơ sở lý luận và thực tiễn của công tác nghiên cứu dư luận xã hội”, Tạp chí *Tuyên giáo*, tháng 5.
2. Đỗ Chí Nghĩa (2012), *Vai trò của báo chí trong định hướng dư luận xã hội*, Nxb. Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
3. Nguyễn Quý Thanh, *Tin đồn và cơ chế hình thành tin đồn*, Bài giảng Khoa Xã hội học, Đại học Quốc gia Hà Nội.
4. *Từ tin đồn ăn bưởi bị ung thư đến nỗi buồn con cá kèo*, <http://vietnamnet.vn/vn/tin-nhanh/2590/tu-tin-don-an-buoi-bi-ung-thu-den-noi-buon-con-ca-keo.html>
5. *Tổng Thanh tra Chính phủ Trần Văn Truyền: Bưng bít thông tin là vi phạm luật*, <http://www.sggp.org.vn/phapluat/2009/2/181613/>
6. *Trúng gà giả: Sự thật hay là tin đồn?*, <http://www.thesaigontimes.vn/Home/nongsan/chuyengiatuvan/47854/>