

NHÀ BÁO THAM GIA MẠNG XÃ HỘI VÀ GÓC ĐỘ QUẢN LÝ



➔ ThS. TRẦN THỊ HOA MAI
Khoa Phát thanh Truyền hình,
Học viện Báo chí và Tuyên truyền



Tóm tắt:

Sau khi nêu một số điểm về thực tế sử dụng mạng xã hội của nhà báo trong đó điển hình là việc nhà báo góp phần lan truyền fake news trên mạng xã hội, tác giả khẳng định việc nhà báo tham gia mạng xã hội là cần thiết nêu ý kiến:

- Cần tăng cường hiệu quả hoạt động của nhà báo trên mạng xã hội
- Cần điều chỉnh hoạt động của nhà báo trên mạng xã hội bằng các nguyên tắc đạo đức.



Vài nét về hiện trạng nhà báo sử dụng mạng xã hội

Vốn dĩ được thiết kế để thu hút sự tham gia của bất kể cá nhân nào, mạng xã hội nhanh chóng vượt qua nhiều ranh giới, hình thành cộng đồng rộng lớn, trong đó có các nhà báo. Ban đầu, sự tham gia đó đều mang góc độ tự do cá nhân. Nhưng mạng xã hội đã thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của truyền thông xã hội, và chính điều đó tác động mạnh đến báo chí. Độc giả thay đổi cách tiếp cận thông tin, và báo chí không còn là kênh chủ đạo. Cách xử lý thông tin cũng thay đổi. Trên mạng xã hội, người đọc có thể thể hiện cảm xúc, suy nghĩ, phản hồi với thông tin, và có thể tranh luận, chia sẻ, tiếp tục tạo ra nội dung mới. Vai trò định hướng của báo chí không phải là mất đi, nhưng nó thực sự phải đặt vào trong một môi trường chưa từng xuất hiện trước đây. Một khái niệm tiếp theo ra đời là báo chí công dân. Nếu mỗi công dân mong muốn đưa tin, phân tích, bày tỏ quan điểm cá nhân của mình, thì có lẽ không nên tăng nào giúp họ tốt hơn mạng xã hội. Trong một bối cảnh như vậy, các nhà báo tham gia mạng xã hội, với các điều kiện tiếp cận thông tin của nghề nghiệp, với kỹ năng báo chí, với năng lực và các kỹ thuật truyền thông sẵn có của mình, mau chóng trở thành những nhà thông tin có đầy lợi thế trên môi trường mạng.

Không thể phủ nhận những lợi ích trong tác nghiệp mà mạng xã hội đem lại cho nhà báo, như việc khai thác thông tin, tương tác với công chúng, lan truyền thông tin theo cách thức mới và nhanh chóng trên mạng xã hội... Nhưng cũng chính lúc này, có những bất cập nảy sinh khi nhà báo sử dụng mạng xã hội như một kênh thông tin của họ. Sự rắc rối có thể nảy sinh khi có sự không rõ ràng về vai trò, giữa việc nhà báo là đại diện của cơ quan báo chí tham gia mạng xã hội, hay họ chỉ là một cá nhân sử dụng một dịch vụ công nghệ mà thôi. Mặt khác, công chúng sẽ đặt các phát ngôn của nhà báo như thông tin chính thống

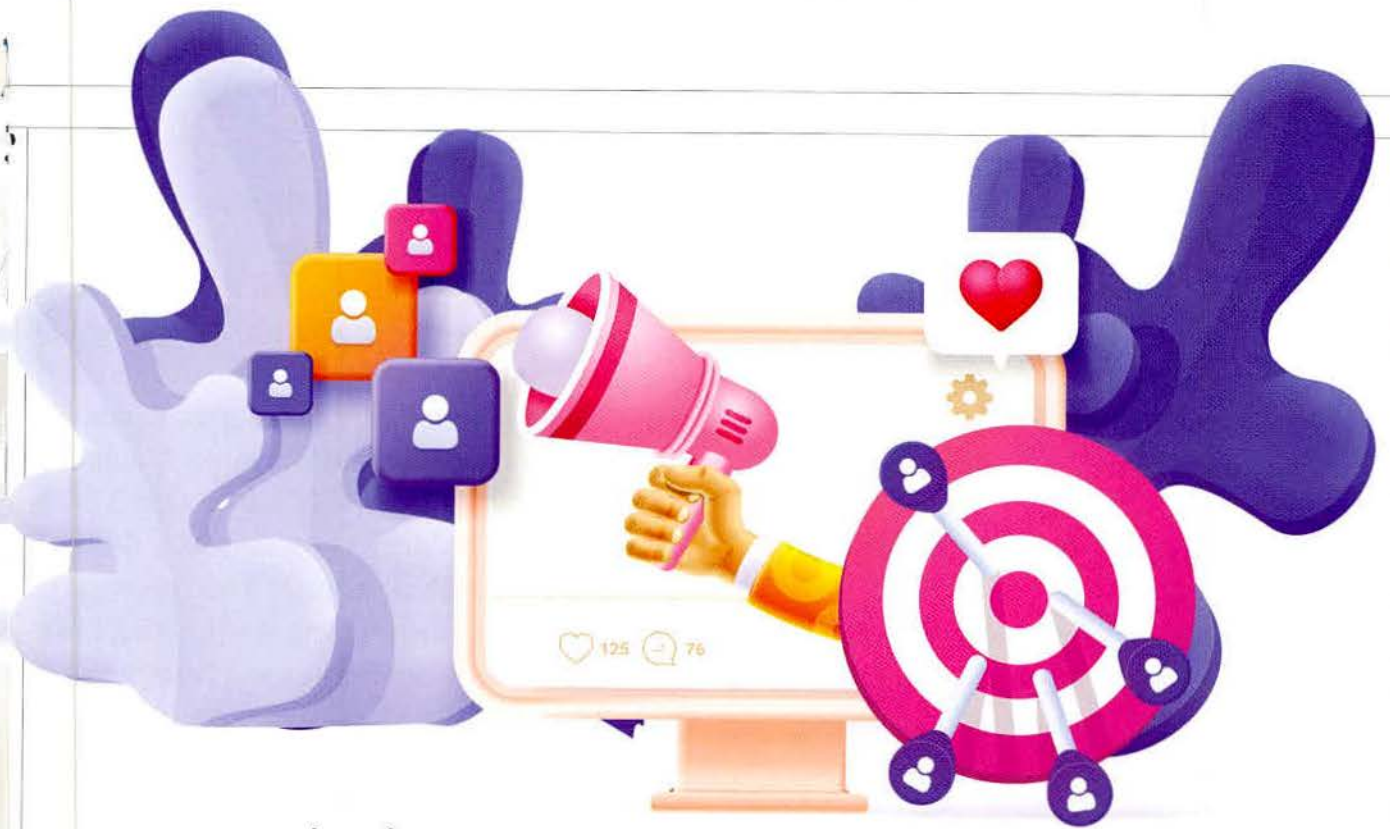
của cơ quan báo chí hay chỉ là góc nhìn của một người tham gia mạng xã hội bình thường, điều đó hoàn toàn phụ thuộc nhận định cá nhân của họ.

Thêm một khó khăn nữa, đó là sự khác biệt về sự hình thành, tổ chức, quản lý giữa cơ quan báo chí - một đơn vị có chủ thể rõ ràng, và mạng xã hội - không có chủ thể quản lý, hoặc chỉ là sự quản lý thiên về dịch vụ công nghệ, không phải về nội dung. Tóm lại, báo chí có phần bị động trước sự xuất hiện của mạng xã hội, một thực thể có tác động rất mạnh đến báo chí, đặt báo chí vào một bối cảnh truyền thông hoàn toàn khác trước đây. Báo chí không có gì khác hơn, là cần phải nỗ lực có những điều chỉnh phù hợp để tiếp tục vai trò, chức năng xã hội vốn có của mình một cách hiệu quả trong bối cảnh thực tiễn mới.

Những điều chỉnh về mặt quản lý nhà báo sử dụng mạng xã hội đã sớm ra đời. *Quy tắc sử dụng Mạng xã hội của người làm báo Việt Nam* do Hội Nhà báo Việt Nam soạn thảo và công bố, áp dụng từ tháng 1/2019 là một sự điều chỉnh kịp thời để xác định những việc nên làm và không được làm của nhà báo tham gia mạng xã hội. Có thể thấy các điều khoản được quy định trong Quy tắc này đều hướng tới mục đích để báo chí sử dụng được những ảnh hưởng tích cực từ mạng xã hội, và ngăn ngừa các nhà báo có các phát ngôn, quan điểm và tác phong không đồng nhất với cơ quan báo chí, không phù hợp với quan điểm, mục tiêu và các giá trị của cơ quan báo chí.

Sau thời gian mạng xã hội phát triển tại Việt Nam, và sau khi công bố Quy tắc sử dụng Mạng xã hội của người làm báo Việt Nam, các nhà báo hiện nay đang sử dụng mạng xã hội như thế nào? Theo một nghiên cứu quy mô nhỏ, được TS. Đỗ Anh Đức (Viện Đào tạo Báo chí và Truyền thông, Đại học KHXH&NV Hà Nội) thực hiện và mô tả trong bài viết của mình¹, nhà báo Việt Nam sử dụng mạng xã hội có những đặc điểm

1. TS. Đỗ Anh Đức, *Cách thức sử dụng mạng xã hội của nhà báo hiện nay*, tạp chí *Người làm báo điện tử*, 14/1/2022 <https://www.nguoiambao.vn/cach-thuc-su-dung-mang-xa-hoi-cua-nha-bao-hien-nay-n53808.html> (truy cập ngày 7/1/2023)



đáng chú ý. Thứ nhất là tất cả các nhà báo được hỏi đều cho biết họ sử dụng ít nhất một nền tảng mạng xã hội. Tính phổ biến của việc tham gia mạng xã hội của nhà báo ở Việt Nam đã rất rõ ràng. Thứ hai, trả lời cho câu hỏi về mục đích sử dụng mạng xã hội, có đến 81,8% nhà báo cho rằng họ sử dụng mạng xã hội để giải trí. Nhưng bên cạnh đó, cũng có mục đích tìm kiếm, khai thác thông tin. Tuy nhiên các nhà báo trong diện khảo sát cho rằng họ chỉ xem thông tin, ít khi khai thác được thành tin bài. Việc sử dụng mạng xã hội để quảng bá hình ảnh cá nhân cũng rất hạn chế.

Một trong những điều mà bộ Quy tắc sử dụng mạng xã hội của người làm báo Việt Nam khuyến khích, là nhà báo tăng cường tương tác, chia sẻ, đăng tải, cung cấp, định hướng thông tin có ích cho xã hội và đất nước. Nhưng thông qua khảo sát trên, chỉ có một nửa nhà báo chia sẻ lại tác phẩm của mình lên mạng xã hội, còn lại không thường xuyên thực hiện việc này. Mặt khác, khi được phỏng vấn sâu về xác định vai trò của mình trên mạng xã hội, tất cả các nhà báo được hỏi đều cho rằng mình tham gia mạng xã hội vì mục đích cá nhân, không đại diện cho cơ quan báo chí. Tuy nhiên, họ cũng khẳng

định họ ý thức về tiếng nói của mình có thể ảnh hưởng đến uy tín của cơ quan, tổ chức, vì người dùng mạng xã hội biết đến họ là nhà báo thuộc cơ quan A, B cụ thể.

Một trong những điều mà bộ Quy tắc quy định nhà báo tham gia mạng xã hội không được làm, là đưa ra các bình luận, chia sẻ quan điểm cá nhân trái với nội dung, quan điểm của tác phẩm báo chí và quan điểm của cơ quan báo chí nơi mình công tác. Thực tế thì điều này rất khó quan sát và khó xác định. Nhiều nhà báo vẫn có thể lợi dụng “nhập nhằng” giữa “tính cá nhân của một người sử dụng mạng xã hội” và “tư cách một nhà báo đang hành nghề”, để thể hiện sự thiên kiến, chủ quan, có lúc lộ liễu, có lúc úp mở khi thiên vị, hoặc khi “đìm hàng” một thương hiệu, hay một đối tượng nào đó bằng các bài viết trên mạng xã hội, một cách có chủ ý, và bị chi phối bởi lợi ích. Cũng có hiện tượng nhà báo điều tra được thông tin vi phạm của chủ thể nào đấy, nhưng không viết bài ngay mà úp mở thông tin trên mạng xã hội, khi được đối tượng liên hệ xin hỏi lộ thì không đăng bài nữa. Đó là những hành vi vụ lợi khi sử dụng mạng xã hội mà các nguyên tắc khó bao phủ được hết.

Nghiên cứu ở trên cũng phát hiện một hiện tượng khá phổ biến nữa, là khi trang cá nhân của nhà báo có uy tín nhất định, họ có thể viết bài quảng bá cho các thương hiệu hay dịch vụ theo hợp đồng cá nhân. Điều này không có quy định nào hạn chế nhà báo. Tuy nhiên, một số ý kiến cho rằng, cũng sẽ có rủi ro cho công chúng khi tin tưởng những quảng bá của nhà báo là có sự bảo đảm của cơ quan báo chí chính thống nơi mà nhà báo làm việc.

Bản Quy tắc sử dụng mạng xã hội của người làm báo Việt Nam quy định nhà báo không được thông tin vụ việc chưa được kiểm chứng, gây hoang mang trong nhân dân, gây thiệt hại cho các hoạt động kinh tế - xã hội, gây khó khăn cho hoạt động của cơ quan Nhà nước hoặc người thi hành công vụ. Nhà báo vi phạm quy định này sẽ bị các chế tài xử lý, tuy nhiên, hậu quả của “fake new”, tin giả, tin sai sự thật, thông tin chưa được kiểm chứng, thì rất khó vẫn hồi. Một ví dụ trong thời gian bùng nổ của đại dịch COVID-19, thông tin về sự việc “*bác sĩ Khoa rút ống thở của cha mẹ mình để cứu sản phụ đang nguy kịch*” đã xuất hiện ban đầu trên tài khoản mạng xã hội Facebook của một cá nhân, nhưng chỉ đến khi xuất hiện trên Facebook của một nhà báo khá nổi tiếng, thì mới lan đi nhanh chóng do có rất nhiều tài khoản khác chia sẻ lại. Hậu quả khi đã xảy ra khó có thể khắc phục, và lòng tin của công chúng suy giảm không chỉ đối với nhà báo đã đăng tin, mà cả cơ quan báo chí của nhà báo đó, và rất nhiều người nổi tiếng khác đã đăng tải lại thông tin này.

Bản Quy tắc cũng quy định nhà báo khi tham gia mạng xã hội không được “ *bình luận, nhận xét, chia sẻ các thông tin có mục đích kích động, lôi kéo người khác phản ứng tiêu cực về các vấn đề chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, an ninh, quốc phòng, đối ngoại... có yếu tố phức tạp, nhạy cảm đang cần tạo cách nhìn, thái độ tích cực mang tính xây dựng của cộng đồng và sự*

đồng thuận xã hội”, ngoài ra nhà báo cũng không được “ *thông tin không phù hợp với thuần phong mỹ tục, truyền thống văn hóa của dân tộc và đạo đức xã hội*”. Tuy nhiên, nhà báo trên trang cá nhân của mình vẫn là những con người có cảm xúc và có phong cách riêng, những thói quen sử dụng ngôn từ riêng trong đời thường. Có nhiều trường hợp, rất khó phân biệt đâu là những cảm xúc giận dữ chính đáng, và những thái độ tiêu cực cần tránh. Các khái niệm về thuần phong mỹ tục, truyền thống văn hóa cũng vẫn là những khái niệm có biên độ rộng, nhiều tranh luận, ý kiến, quan điểm khác biệt. Vì vậy, những quy định của bản Quy tắc, không phải lúc nào cũng có thể áp dụng là thước đo chuẩn xác trong đánh giá các phát ngôn của nhà báo trên mạng xã hội.

Một số ý kiến đề xuất

Thứ nhất, cần phải khẳng định, việc nhà báo tham gia mạng xã hội là cần thiết và nên được khuyến khích. Trước hết là do chính báo chí cũng cần xem mạng xã hội như đối tác của mình chứ không phải đối thủ, vì mạng xã hội đã làm thay đổi cục diện của ngành truyền thông. Trong bối cảnh mới này, công chúng mới là người quyết định họ sẽ xem nội dung gì, xem ở đâu. Báo chí cần tìm đến công chúng bằng cách xuất hiện trên mạng xã hội, và nhà báo cũng là một trong các đại diện của báo chí. Nhiều nhà nghiên cứu sử dụng cụm từ “*cánh tay nối dài*” để chỉ hoạt động của nhà báo trên mạng xã hội. Họ có thể khai thác thông tin, tương tác công chúng, lan truyền nội dung của báo chí, góp phần định hướng dư luận, lập luận phản bác các luồng thông tin sai lệch, độc hại. Quá trình hoạt động trên mạng xã hội có thể làm nhà báo nắm chắc thêm về công chúng, cũng có thể kịp thời phát hiện những vấn đề lệch lạc về thông tin có thể gây ảnh hưởng xấu đến nhà nước hay cộng đồng, đặc biệt là thế hệ trẻ.

Thứ hai, cần tăng cường hiệu quả hoạt động của nhà báo trên mạng xã hội bằng việc nâng cao

năng lực và kỹ năng nghề nghiệp. Việc điều chỉnh và quản lý hoạt động của nhà báo bằng Quy tắc, quy định pháp luật là cần thiết, tuy nhiên, gần như không thể xây dựng một bản Quy tắc bao trùm được mọi trường hợp phức tạp xảy ra trong thực tiễn, hơn nữa khi các sai phạm đã xảy ra rồi thì hậu quả của nó, một khi đã lan đi rộng rãi trên xa lộ truyền thông thì không thể khắc phục hoàn toàn được. Việc phòng ngừa từ xa tốt nhất, là nâng cao năng lực, kỹ năng nhà báo, bằng các hình thức đào tạo, bồi dưỡng, rèn luyện trong môi trường nghề nghiệp và thẩm định thường xuyên. Nhà báo khác biệt với các cá nhân sử dụng mạng xã hội ở tính chuyên nghiệp, cùng với việc được đào tạo bài bản trong lĩnh vực truyền thông. Các chức năng và nguyên tắc của hoạt động báo chí là điều các nhà báo được tìm hiểu kỹ lưỡng, và cần được bảo đảm để các nhà báo không rời xa những nền tảng lý luận quan trọng này. Nó sẽ giúp các nhà báo xây dựng những nội dung chân chính cả trên báo chí và trên mạng xã hội. Nhà báo cũng sẽ luôn xác định được trách nhiệm của mình, là người đưa tin để kiến tạo lợi ích cho cộng đồng, xã hội, chứ không phải chỉ là người cung cấp một dịch vụ thông tin. Bên cạnh đó, các kỹ năng như tìm hiểu, thu thập, xác minh, kiểm chứng thông tin, đánh giá các bằng chứng, xử lý thông tin và xây dựng nội dung một cách mạch lạc, cuốn hút... đều là những điều mà nhà báo có thể phát huy trên mạng xã hội. Tài khoản của nhà báo trên mạng xã hội vừa trở thành nơi cung cấp thông tin tin cậy, uy tín, vừa có thể trở thành đường dẫn để công chúng tìm đến với kênh thông tin báo chí chính thống. Tư duy và lập luận của nhà báo cũng sẽ định hướng cho người đọc và phản bác lại các thông tin sai trái lệch lạc xuất hiện trên mạng xã hội.

Thứ ba, và rất quan trọng, là cần điều chỉnh hoạt động của nhà báo trên mạng xã hội bằng các nguyên tắc đạo đức. Sự trung thực, lòng tự trọng, những hy sinh quyền lợi và cái tôi cá nhân

để chọn lựa lợi ích cộng đồng, là những điều xây dựng nên phẩm chất nhà báo. Các quy định pháp luật sẽ luôn luôn có những khoảng trống, kẽ hở để vi phạm, nếu thiếu đi những phẩm chất đạo đức thì chắc chắn người ta sẽ luôn luôn tìm ra và tận dụng những kẽ hở đó.

Trong một phỏng vấn với ca sĩ Taylor Swift (Mỹ), cô ca sĩ chỉ mới ngoài 20 đã nói, không ai bắt cô phải tham gia giáo dục người khác, nhưng cô nghĩ đến việc những bài hát của mình sẽ ảnh hưởng đến những người hâm mộ (đa phần là thiếu niên) như thế nào, vì vậy mà cô lựa chọn nội dung rất cẩn thận. Mỗi một sản phẩm cô tạo ra, cô muốn nó góp phần xây dựng nhân cách cho thế hệ trẻ. Đó là nhận thức sâu sắc của một ca sĩ, vượt qua khỏi những quy định pháp lý trong biểu diễn âm nhạc.

Trong nghề nghiệp nào cũng cần những quan điểm đạo đức. Tương tự như vậy, nghề báo là một nghề có tác động xã hội to lớn. Nếu nhà báo sử dụng những lợi thế về nghề nghiệp của mình trên mạng xã hội để tìm kiếm những lợi ích cá nhân, ảo tưởng về quyền lực phát ngôn, quảng bá cho đối tượng này hoặc xâm phạm đối tượng khác theo chủ đích riêng, chạy theo những xu hướng truyền thông không lành mạnh... thì đó là những lệch chuẩn về đạo đức. Các hệ thống báo chí và mỗi cơ quan báo chí nên có sự chú trọng bồi dưỡng rèn luyện về đạo đức báo chí, bên cạnh việc kiểm soát bằng Quy tắc và pháp luật.

Sử dụng hiệu quả mạng xã hội để nâng cao chất lượng hoạt động báo chí là xu thế tất yếu của mọi nền báo chí hiện nay. Trong đó, quản lý hoạt động của nhà báo trên mạng xã hội là phổ biến ở nhiều nước. Việc quản lý đó sẽ đạt hiệu quả cao nếu như xây dựng được bộ Quy tắc cụ thể, chi tiết, thường xuyên đào tạo nâng cao kiến thức, kỹ năng của nhà báo và liên tục bồi dưỡng đạo đức nghề nghiệp. Mở rộng hoạt động báo chí trên mạng xã hội sẽ là một trải nghiệm nâng tầm cho nhà báo và cả cơ quan báo chí. ■ THÔNG TIN & THỜI ĐẠI THƯƠNG