

HỌC PHẦN 3:

Sự biến chuyển của ngành công nghiệp tin tức: công nghệ số, các nền tảng xã hội và sự lan truyền của tin sai và tin xuyên tạc của Julie Posetti



Tóm tắt

Thời đại Kỹ thuật số được miêu tả như là “kỷ nguyên vàng của báo chí”¹. Thật vậy, thời đại này đã tạo điều kiện cho việc tiếp cận nhiều kho lưu trữ dữ liệu quan trọng dẫn đến những phóng sự điều tra mang tính đột phá của báo chí², những mô hình đưa tin hợp tác xuyên quốc gia mới, và khả năng tiếp cận những kho báu tri thức và các nguồn tin đa dạng chỉ bằng một cú nhấp chuột. Thế nhưng thời đại này cũng mang đến những thách thức không ngừng, chưa từng có cùng những thay đổi về mặt cấu trúc cho ngành công nghiệp tin tức. Báo chí bị “tấn công”³, phải đối mặt với một “siêu bão hoàn hảo” thật sự của những áp lực hội tụ nuôi dưỡng “rối loạn thông tin”⁴. Những áp lực này bao gồm:

- ▶ Sự lớn mạnh của tuyên truyền điện toán⁵ và sự “vũ khí hóa sự hoài nghi”⁶
- ▶ Kỹ thuật số phá vỡ ngành quảng cáo, dẫn đến sự sụp đổ của mô hình kinh doanh truyền thống của ngành xuất bản tin tức, và nạn thất nghiệp tràn lan.
- ▶ Sự thất bại của quảng cáo kỹ thuật số trong việc thay thế quảng cáo trên báo in để hỗ trợ báo chí (Google và Facebook là những người hưởng lợi lớn nhất từ doanh thu quảng cáo kỹ thuật số)⁷
- ▶ Sự hội tụ kỹ thuật số biến đổi quá trình đặt hàng nội dung, sản xuất, xuất bản và phân phối, làm gia tăng đáng kể áp lực thời hạn dẫn đến gia tăng thất nghiệp
- ▶ Sự quấy rối có chủ đích trên mạng đối với các nhà báo (đặc biệt là nhà báo nữ), các nguồn tin và khán giả của họ⁸
- ▶ Các nền tảng mạng xã hội đặt khán giả ở ngay chiến tuyến của mặt trận khám phá và phân phối nội dung⁹, và biến họ thành những cộng sự trong

- 1 Posetti, J. (2017). Bảo vệ nguồn tin báo chí trong thời đại kỹ thuật số UNESCO, Paris, trang 104 <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [truy cập vào ngày 01/04/2018]. (Trích lời Giám Đốc ICIJ, Gerard Ryle)
- 2 Obermayer, B. và Obermaier, F. (2016). Hồ sơ Panama: tìm hiểu cấu trúc chuyên giới nhà giàu và quyền lực giấu kín như thế nào, One World, London.
- 3 UNESCO (2018). Những xu hướng trên thế giới về tự do biểu đạt và sự phát triển của truyền thông, 2017/2018. UNESCO, Paris, <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002597/259756e.pdf> [truy cập vào ngày 29/03/2018].
- 4 Wardle, C. và Derakhshan, H. (2017). *Hội đồng Châu Âu*, Nguồn đã dẫn. Ghi chú: Đoạn video ghi lại buổi thảo luận nhóm tại Liên hoan Báo chí Quốc tế 2018, do tác giả chương sách này chủ trì, là một nguồn tài liệu mà giảng viên có thể muốn sử dụng để dạy học phần này. <https://www.journalismfestival.com/programme/2018/journalisms-perfect-storm-confronting-rising-global-threats-from-fake-news-to-censorship-surveillance-and-the-killing-of-journalists-with-impunity>
- 5 Clarke, R. và Gyemisi, B. (2017). Đào bới sự thật về tin giả: dự án tuyên truyền điện toán. OECD, <http://www.oecd.org/governance/digging-up-facts-about-fake-news-the-computational-propaganda-project.htm> [truy cập vào ngày 01/04/2018].
- 6 UNESCO (2017). Nhà nước và nhà báo có thể áp dụng các biện pháp ngăn chặn “tin giả”. UNESCO, Paris, <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [truy cập vào ngày 29/03/2018].
- 7 Kollwe, J. (2017). Google và Facebook đem lại một phần năm doanh thu quảng cáo toàn cầu. The Guardian, ngày 2 tháng 5 năm 2017. <https://www.theguardian.com/media/2017/may/02/google-and-facebook-bring-in-one-fifth-of-global-ad-revenue> [truy cập vào ngày 29/03/2018].
- 8 Xem Học phần 7.
- 9 Nielsen, R.K. & Schroeder, C.K. (2014). *Tầm quan trọng tương đối của truyền thông xã hội trong việc tiếp cận, tìm kiếm và tương tác với tin trong Digital Journalism*, 2(4) <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2013.872420> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

khâu sản xuất tin tức (điều này mang lại nhiều lợi ích song cũng làm suy yếu quyền gác cổng thông tin của truyền thông tin tức truyền thống và tác động đến các tiêu chuẩn kiểm chứng¹⁰)

- ▶ Kỳ vọng của khán giả về tin tức “theo yêu cầu”, đưa tin trên di động và các hoạt động tương tác thời gian thực trên truyền thông xã hội làm gia tăng áp lực cho những người làm tin chuyên nghiệp đang phải đối mặt với các nguồn lực ngày càng cạn kiệt trong một chu kỳ tin tức không hồi kết
- ▶ Các nhà xuất bản tin tức vật lộn để giữ khán giả do rào cản xuất bản bị dỡ bỏ, cho phép bất cứ cá nhân hay tổ chức nào sản xuất nội dung, qua mặt những người gác cổng truyền thống, cũng như cạnh tranh để thu hút sự chú ý - bao gồm các chính trị gia quyền lực tìm cách hạ bệ uy tín của phóng sự phản biện¹¹
- ▶ Tác động và lợi nhuận hạn chế của nhiều công ty khởi nghiệp mới trong lĩnh vực truyền thông kỹ thuật số lấp đầy những khoảng trống được tạo ra bởi sự thất bại của báo giấy
- ▶ Sự xói mòn lòng tin vào báo chí và các tổ chức truyền thông chính thống khiến cho khán giả ngày càng ít đi, làm giảm sút những lợi nhuận ít ỏi còn lại và châm lửa cho sự lan truyền của “rối loạn thông tin”

Hậu quả là, ranh giới giữa sự thật, giải trí, quảng cáo, sự bịa đặt và hư cấu ngày càng mờ đi. Và khi tin xuyên tạc và tin sai được xuất bản, hệ thống phân phối tin xã hội, phụ thuộc vào sự chia sẻ ngang hàng, thường xuyên phát tán nội dung trên mạng, khiến không ai có thể dừng được, ngay cả khi các nhà báo và những người kiểm tra thông tin khác vạch trần chúng một cách thành công.

Học phần này sẽ cung cấp cho học viên thông tin về cách mà sự sụp đổ thời Kỳ nguyên Số của các mô hình kinh doanh thương mại của truyền thông tin tức, cùng với các quá trình chuyển đổi kỹ thuật số và sự ra đời của truyền thông xã hội, đã tạo điều kiện cho sự hợp thức hóa và lây lan tin xuyên tạc và tin sai¹². Học phần cũng sẽ hỗ trợ học viên phân tích phân biệt những phản ứng của truyền thông tin tức đối với “rối loạn thông tin”. Ngoài ra, học viên cũng sẽ biết thêm về những thực hành tốt đang nổi lên trong ngành công nghiệp tin tức để kiểm soát vấn đề.

10 Posetti, J. và Silverman, C. (2014). *Khi người tốt chia sẻ thông tin xấu: những nguyên tắc cơ bản của kiểm chứng truyền thông xã hội* trong Posetti (Biên soạn), *Những xu hướng trong Phòng tin 2014*, (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [truy cập vào ngày 29/03/2018].

11 Cadwalladr, C. (2017). *Trump, Assange, Bannon, Farage ...gắn kết khăng khít trong liên minh ma quỷ*, The Guardian, ngày 28 tháng 10 năm 2017. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/28/trump-assange-bannon-farage-bound-together-in-unholy-alliance> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

12 Posetti, J. & Silverman, C. (2014). Nguồn đã dẫn.



Đề cương

Bóc tách các vấn đề

Những nguyên nhân mang tính cấu trúc của “rối loạn thông tin” ảnh hưởng đến ngành công nghiệp tin tức

i) Những mô hình kinh doanh truyền thống sụp đổ

Sự sụt giảm nhanh chóng của doanh thu quảng cáo truyền thống - mô hình tài chính đã hỗ trợ báo chí thương mại trong gần hai thế kỷ qua - và sự thất bại của quảng cáo kỹ thuật số trong việc tạo ra lợi nhuận đủ lớn đã dẫn đến một kỷ nguyên của sự thử nghiệm càng ngày càng cấp bách nhằm đem lại sự bền vững cho kinh doanh báo chí. Tuy nhiên, sự sụp đổ của ngành công nghiệp tin tức chỉ đang xảy ra nhanh hơn, với sự đóng cửa hàng loạt của các tòa soạn, việc tái cấu trúc sâu rộng và sa thải hàng loạt giờ đây đã trở thành một trải nghiệm mang tính chu kỳ thường thấy trong các cơ quan báo chí của Kỷ nguyên số. Việc thay đổi hành vi tiêu thụ truyền thông và sự sinh sôi nảy nở của truyền thông xã hội, cũng như sự xuất hiện của điện thoại thông minh vừa túi tiền với các ứng dụng hỗ trợ đã dẫn đến sự dịch chuyển của khán giả từ các sản phẩm tin tức truyền thống sang các phương thức chia sẻ thông tin ngang hàng, tiếp tục làm thất thoát doanh thu.

Những tác động liên quan đến “rối loạn thông tin” bao gồm:

- ▶ Sự suy kiệt nguồn lực của các phòng tin (nhân sự và ngân sách), dẫn đến việc cắt giảm các khâu giám sát nguồn tin và thông tin, cũng như công tác đưa tin “ngay tại hiện trường”
- ▶ Áp lực về thời hạn gia tăng, quy trình kiểm soát chất lượng bị cắt xén và việc làm bị cắt giảm, trong khi sự đòi hỏi phải sản xuất nội dung để cung cấp tin bài cho các trang chủ và các kênh truyền thông xã hội vẫn tiếp tục.
- ▶ Ít thời gian và nguồn lực cho các cơ chế “kiểm soát và cân bằng” hơn (bao gồm công đoạn kiểm tra thông tin và biên tập sơ lược)
- ▶ Sự dựa dẫm thái quá vào hoạt động “quảng cáo bản địa”¹³ không được hiểu rõ nhưng béo bở và các tiêu đề giật gân có nguy cơ tiếp tục ăn mòn lòng tin của khán giả

ii) Cuộc cách mạng kỹ thuật số của các phòng tin và cách kể chuyện

Hai thập kỷ đầu thế kỷ 21 đã làm chao đảo thế giới truyền thông¹⁴, phá vỡ các khuôn mẫu và các quy trình sản xuất, phân phối, và tiêu thụ tin khi Kỷ nguyên Số lên ngôi. Cùng một lúc, nó đem đến cả những cơ hội và những thách thức vô tiền khoáng hậu. Sự chuyển đổi sang kỹ thuật số của ngành công nghiệp tin tức và kỹ thuật làm báo giờ đây được hiểu là một quá trình bất tận được đồng thời thúc đẩy bởi những hành vi thay đổi của khán giả, (ví dụ: sự phân phối nội dung ngang hàng,

13 'Native Advertising' is a term used in the media industry to refer to paid content that mimics reportage. It is considered ethical practice to very clearly label the content as 'paid' but fear of deterring readers has resulted in an absence of transparency in some cases

14 Nielsen, R. K. (2012). *The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments* (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [truy cập vào ngày 29/03/2018].

hay truy cập theo yêu cầu) và công nghệ (như sự ra đời của các nền tảng truyền thông xã hội, sự xuất hiện của Thực tế Ảo, Trí tuệ Nhân tạo và sự phổ biến ngày một tăng của điện thoại thông minh).¹⁵ Vì vậy, việc xây dựng năng lực kỹ thuật số là một nhu cầu không dứt.

Những tác động liên quan đến “rối loạn thông tin” bao gồm:

- ▶ Sự hội tụ truyền thông: Nhiều nhà báo giờ đây được giao nhiệm vụ viết bài cho nhiều nền tảng cùng một lúc (từ di động cho đến báo in), càng bị làm cạn kiệt nguồn thời gian đầu tư cho phóng sự chủ động, khác biệt với các phương thức bị động như xào xáo nội dung PR mà không kiểm chứng đầy đủ
- ▶ Các phóng viên càng ngày càng được yêu cầu tự sửa bài và xuất bản nội dung bài viết của mình mà chưa được biên tập kỹ lưỡng¹⁶
- ▶ Thời hạn nộp bài để đăng trên mạng luôn là *bây giờ*, làm tăng thêm rủi ro mắc lỗi
- ▶ Việc xuất bản bài trên mạng xã hội trước tiên rất phổ biến, với phóng viên đăng những câu chuyện của mình lên tài khoản truyền thông xã hội cá nhân và/hoặc của tòa soạn để đáp ứng nhu cầu về tin tức thời gian thật của khán giả. Các thực hành bao gồm “tweeting trực tiếp”, quay video “Facebook Live”, và các hành động báo chí khác không nhất thiết phải có sự giám sát của biên tập (gần giống phát sóng trực tiếp), có nguy cơ dẫn đến tâm lý “đăng bài trước, kiểm tra sau”
- ▶ Sự lệ thuộc vào kỹ thuật phân tích dữ liệu sơ đẳng tập trung vào số lần nhấp chuột vào bài viết và số người ghé thăm trang ít nhất một lần thay vì “số phút tập trung” và “thời gian truy cập” (những chỉ số hữu ích hơn cho báo chí chuyên sâu và chất lượng) được sử dụng để bao biện cho việc tăng giá các dịch vụ quảng cáo kỹ thuật số giá rẻ mà càng ngày càng khan hiếm
- ▶ Các thực hành giật tít câu view (được hiểu là việc sử dụng tiêu đề gây hiểu lầm để lừa người đọc nhấp chuột vào đường dẫn) được thiết kế để làm tăng lưu lượng truy cập nhưng đã góp phần bào mòn lòng tin vào báo chí chuyên nghiệp
- ▶ Sự đánh đổi chất lượng và tính chính xác để có được sự phát tán thông tin nhanh chóng. Đây là một vấn đề có xu hướng sẽ trở nên trầm trọng hơn vì hiện tượng “máy học”
- ▶ Sự gia tăng của các đơn vị kiểm tra thông tin trong phòng tin, và như là kết quả đầu ra của các dự án phát triển truyền thông.

15 Để hiểu thêm về các xu hướng truyền thông kỹ thuật số trên toàn cầu, tham khảo *Phóng sự về tin thời đại kỹ thuật số* của Viện Nghiên cứu Báo chí Reuters (RISJ). Phiên bản 2018 có tại: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/overview-key-findings-2018/>

16 Xem một nghiên cứu tình huống của tổ chức Truyền thông Công đồng Úc (ACM): Robin, M. (2014). Ai mà cần biên tập? Fairfax áp dụng mô hình báo chí chỉ cần đến phóng viên Crickey. <https://www.crikey.com.au/2014/10/16/who-needs-sub-fairfax-turns-to-reporter-only-model/> [truy cập vào ngày 29/03/2018]. (Ghi chú: Mô hình này giờ đây đã gắn chặt với các ấn phẩm khu vực, nông thôn và cộng đồng của Fairfax Media)

iii) Sự lây lan: Tin xuyên tạc lan truyền nhanh chóng trong hệ sinh thái tin tức mới như thế nào

a) Sự trở dậy của khán giả

Kỷ nguyên Số đã xóa sổ rào cản đối với việc xuất bản¹⁷ và báo hiệu “sự dịch chuyển các công cụ sản xuất sang những người trước đây từng là khán giả”¹⁸ những người trở thành nhà đồng sản xuất của nội dung, bao gồm tin – một chức năng và thực hành được miêu tả là “tự cung tự cấp”¹⁹. Ban đầu họ thu hút khán giả qua email và các phòng chat trước khi các nền tảng truyền thông xã hội khuếch đại khủng khiếp tầm với của họ.

b) Sự xuất hiện của truyền thông xã hội

Ở nhiều quốc gia, đến cuối thập kỷ đầu của thế kỷ 21, Twitter và Facebook đã gia nhập YouTube để trở thành những ông lớn của truyền thông xã hội, ảnh hưởng đến các thực hành và danh tính chuyên môn của nhà báo (đặc biệt liên quan đến sự kiểm chứng thông tin, sự tương tác với khán giả và sự xung đột giữa không gian cá nhân và công cộng xảy ra trên các nền tảng xã hội²⁰ và sự phân phối nội dung. Khi các cá nhân hình thành các mạng lưới dựa trên lòng tin, sự phân phối nội dung ngang hàng (cụ thể là trên Facebook) bắt đầu thách thức các phương pháp phát tán nội dung truyền thống.

Người dùng đảm trách dòng chảy nội dung của chính mình - bao gồm nội dung từ các dịch vụ tin tức, từ nhà báo và những nhà cung cấp thông tin đáng tin cậy khác - mà không có bước trung gian. Hậu quả của sự phân phối qua “các mạng lưới lòng tin” (giữa người dùng và bè bạn) là nội dung không chính xác, giả mạo, ác ý và tuyên truyền nguy hại dưới dạng tin tức ngày càng có sức lôi kéo. Các nhà nghiên cứu đã phát hiện ra rằng cả nội dung gây xúc động và nội dung được chia sẻ bởi bạn bè hay người thân đều có xu hướng được phát tán nhiều hơn trên truyền thông xã hội²¹.

Trong khi các nhà báo và các tổ chức tin tức đã nhất thiết phải gắn kết với các nền tảng này để thu thập tin tức, tương tác với khán giả và phân phối nội dung (họ cần phải có mặt ở nơi mà khán giả của họ hoạt động), thì các “bong bóng lọc tin”²² hay các “căn phòng tiếng vọng”²³ phát triển (mặc dù chúng không được kín kẽ hay cô lập như đôi khi bị đánh giá). Những điều này làm giảm bớt sự tiếp xúc với các quan điểm đa chiều và thông tin được kiểm chứng của người dùng cá nhân. Sự phát triển này đã khuếch đại những rủi ro liên quan đến “rối loạn thông tin”.

17 Gillmor, D. (2004). *Chúng ta, giới truyền thông: báo chí quân chúng do dân, vì dân* (O'Reilly). <http://www.authorama.com/we-the-media-8.html> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

18 Rosen, J. (2006). *Những người trước đây từng là khán giả*, Blog của PressThink (ngày 27 tháng 6 năm 2006). http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html [truy cập vào ngày 29/03/2018].

19 Bruns, A. (2008). *Blog, bách khoa tri thức trực tuyến, cuộc đời thứ hai, và hơn thế nữa: từ sản xuất đến tự cung tự cấp*, Peter Lang, New York. Xem thêm: Bruns A (2006), Sản xuất tin trực tuyến mang tính hợp tác. Peter Lang, New York.

20 Posetti, J. (2009). *Biến đổi báo chí... 140 kỳ tự mỗi lần*. Rhodes Journalism Review, 29 tháng 9 năm 2009. http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [truy cập vào ngày 29/03/2018].

21 Bakir, V. và McStay, A. (2017). *Tin giả và nền kinh tế cảm xúc*. Digital Journalism (Taylor và Francis), tháng 7 năm 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

22 Ghi chú: “Bong bóng lọc tin” hay “filter bubble” là không gian bị phình to của những cư dân có tâm hồn đồng điệu, cái kết quả của các thuật toán cá nhân hóa nội dung cho người dùng. Pariser, E. (2012). *Bong bóng lọc tin*. Penguin and Random House, New York.

23 Căn phòng tiếng vọng” hay “echo chamber” là thuật ngữ dùng để chỉ hệ quả của thiên kiến xác nhận lên những người có tâm hồn đồng điệu trên các nền tảng truyền thông xã hội và Học phần 5 sẽ nói rõ hơn về “thiên kiến xác nhận”.

Những cái lợi của báo chí dựa trên mạng lưới khán giả bao gồm khả năng thu thập thông tin từ nhiều nguồn đa dạng, hợp tác kiểm chứng²⁴ (hữu ích cho việc đính chính tin sai, vạch trần tin xuyên tạc, và truy tìm các tác nhân ác ý) và xây dựng khách hàng trung thành (được trợ giúp bởi sự tương tác trực tiếp giữa người làm báo và người tiêu thụ tin).²⁵ Nền báo chí này cũng trao quyền cho khán giả “đáp trả” để sửa lỗi của phóng viên, hoặc cùng đóng góp cho việc nghiên cứu. Không gian mạng lưới công cộng cũng giúp các nhà báo và khán giả vượt qua những sự hạn chế và kiểm duyệt độc đoán (ví dụ: đội ngũ các “chuyên gia quan hệ công chúng”), những thứ có thể trở thành xiềng xích hạn chế sự tiếp cận thông tin và các xã hội mở.

Sự tương tác của nhà báo với khán giả và nguồn tin thông qua các kênh truyền thông xã hội cũng có thể được coi là một đặc điểm mới đáng chú ý của cơ cấu giải trình trách nhiệm hỗ trợ sự tự điều chỉnh. Sự tương tác này cho phép các nhà báo phản hồi công khai và nhanh chóng đối với những phê bình có căn cứ đối với các sản phẩm của họ, sửa sai ngay lập tức, và tăng cường tính minh bạch của thực hành của họ bằng việc “tạo nội dung từ quá trình”.²⁶

Các nhược điểm bao gồm:

- ▶ Khả năng tin xuyên tạc và tin sai lan truyền gia tăng vì sự phân phối được khuếch đại bởi những “mạng lưới lòng tin”²⁷ và những phản ứng nặng cảm xúc (ví dụ như khi bị kích động bởi thiên kiến xác nhận). (Đọc Học phần 5)
- ▶ Khả năng các chính phủ và các cơ quan né tránh sự chất vấn và kiểm chứng của truyền thông tin tức bằng cách “trực tiếp gặp dân” để không bị giám sát. Sự thao túng quyền lực truyền thông xã hội bởi những người tìm cách tác động đến kết quả bầu cử và chính sách công cộng ngày càng gia tăng²⁸
- ▶ Tin tức giật gân có nhiều khả năng được chia sẻ hơn²⁹
- ▶ Sự bất lực trong việc dễ dàng thu lại hay đính chính tin xuyên tạc và tin sai sau khi chúng bị phát tán - không một sự vạch trần hay phóng sự phơi bày tin một sự giả dối nào có thể xóa bỏ hoàn toàn hệ lụy của một câu chuyện bị đặt, một ảnh chệch ác ý, một video mang tính tuyên truyền giả mạo là tin, hay một tin bị mắc sai sót do lỗi trong khâu kiểm chứng.

24 Garcia de Torres, E. (2017). *Phóng viên mạng xã hội vào cuộc: một phân tích về thực hành và diễn ngôn của Andy Carvin* trong Journalism Practice, 11 (2-3). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/2017512786.2016.1245110> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

25 Posetti, J. (2010). *Aussie #Spill đập đổ rào cản giữa nhà báo và khán giả*. PBS Mediashift, 24 tháng 5 năm 2010. <http://mediashift.org/2010/05/aussie-spill-breaks-down-wall-between-journalists-audience144/> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

26 100 Posetti, J. (2013). “Twitter hóa” báo chí điều tra trong S. Tanner và N. Richardson (Biên soạn), Nghiên cứu và điều tra báo chí trong một thế giới kỹ thuật số (trang 88-100): NXB Đại học Oxford. Truy cập tại: <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=ihpapers>

27 “Mạng lưới lòng tin” là mạng lưới của những người chia sẻ thông tin trên mạng dựa trên mối quan hệ dựa trên lòng tin (ví dụ: quan hệ gia đình, bạn bè) theo phương thức ngang hàng, không qua trung gian. Các nghiên cứu gần đây liên tục cho thấy người dùng truyền thông xã hội có xu hướng chia sẻ thông tin bắt nguồn từ “mạng lưới lòng tin” hơn, bất kể thông tin đó có chính xác hay có được kiểm chứng không.

28 Freedom House (2017). *Tự do mạng 2017: thao túng truyền thông xã hội để phá hoại dân chủ*. Freedom House. <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017> [truy cập vào ngày 29/03/2018]. Xem thêm Cadwalladr, C. (2018). *Tôi đã tạo ra công cụ chiến tranh tâm lý của Steve Bannon: gặp gỡ người thổi còi chiến tranh dữ liệu*. The Guardian/Observer <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/2017/data-war-whistleblower-christopher-wylie-facebook-nix-bannon-trump> [truy cập vào ngày 31/03/2018].

29 Kalsnes, B. và Larsson, O. A. (2017). *Tìm hiểu về sự chia sẻ tin tức trên truyền thông xã hội: Phân tích sự phân phối tin trên Facebook và Twitter trong Journalism Studies* (Taylor và Francis) tháng 3 năm 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

- ▶ Nhu cầu xuất bản ngay tức thì trên các nền tảng xã hội có thể dẫn đến việc chia sẻ một cách bất cẩn tin xuyên tạc và tin sai hay tài liệu từ những nguồn giả mạo³⁰
- ▶ Trình độ kiến thức thông tin và truyền thông cũng như các kỹ năng kiểm chứng trong xã hội nói chung còn thấp. Điều này có nghĩa là trong nhiều trường hợp, người dùng truyền thông xã hội nói chung không được trang bị để xác định liệu nội dung họ xem có phải là thật trước khi chia sẻ nó không
- ▶ Nguy cơ các nhà nước phá hoại tự do biểu đạt thông qua những sự kiểm duyệt và cấm cửa vô căn cứ để đối phó với những vấn đề cấp bách nêu trên
- ▶ Sự phát triển của bong bóng lọc tin mà về mặt lý thuyết xác nhận thiên kiến và làm giảm bớt sự tiếp cận thông tin được kiểm chứng chất lượng
- ▶ Rủi ro của việc thực hành báo chí kém chất lượng sẽ càng hạ thấp hơn nữa sự tôn trọng của khán giả đối với nghề báo và hợp pháp hóa những vụ tấn công vào truyền thông tin tức bởi những kẻ tìm cách bịt miệng các nhà phê bình
- ▶ Nguy cơ khán giả hoang mang không biết đâu là tin tức để phân biệt với tin xuyên tạc trá hình là tin tức³¹
- ▶ Sự thiếu chuẩn bị của các phòng tin trong việc đối phó với tin xuyên tạc và sự cần thiết phải có các nhóm biên tập trên truyền thông xã hội để xây dựng các chiến lược cập nhật nhằm đấu tranh hiệu quả hơn với vấn nạn này³²

c) Sự trở dậy của các nền tảng

Tổng biên tập của tờ The Guardian, Katherine Viner nhận định: “Facebook đã trở thành tòa soạn giàu có và quyền lực nhất trong lịch sử bằng cách thay thế các biên tập viên bằng các thuật toán.”³³ Các nền tảng xã hội được khen là “những người gác cổng mới”³⁴, mặc dù họ vẫn chân chân không muốn nhận về mình trách nhiệm giám sát xuất bản truyền thông - bao gồm công tác kiểm chứng và giảm tuyền - dù họ đã ra quyết định kiểm duyệt một số nội dung theo cách gây hại đến tự do truyền thông.³⁵ Nỗ lực đối phó với tin xuyên tạc và tin sai của các nền tảng đang phát triển nhanh chóng nhưng sự kháng cự của họ để a) phản hồi thích đáng, trên phạm vi toàn cầu và b) nhận trách nhiệm với tư cách là nhà xuất bản cho những tác động

30 Posetti, J. (2009). *Những quy tắc tương tác cho nhà báo trên Twitter*. PBS Mediashift, 19 tháng 6 năm 2009. <http://mediashift.org/2009/06/rules-of-engagement-for-journalists-on-twitter170/> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

31 Nielsen, R. K. và Graves, L. (2017). “Cái tin mà bạn cần không tin”: *quan điểm của khán giả về tin giả*. Tài liệu thực tế của Viện Nghiên cứu Báo chí Reuters, RISJ, Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf [truy cập vào ngày 29/03/2018].

32 Elizabeth, J. (2017). *Sau một thập kỷ, đã đến lúc thay đổi truyền thông xã hội trong phòng tin*. Viện Nghiên cứu Báo chí Hoa Kỳ. <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/reinventing-social-media/single-page/> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

33 Viner, K. (2017). *Một sứ mệnh cho báo chí trong thời kỳ khủng hoảng*. The Guardian, 17 tháng 11 năm 2017. <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

34 Bell, E. và Owen, T. (2017). *Nền báo chí mà: Thung lũng Silicon đã tái tạo báo chí như thế nào*. Trung tâm Báo chí kỹ thuật số Tow. http://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [truy cập vào ngày 29/03/2018].

35 Hindustan Times (2016). *Facebook cho biết sẽ rút kinh nghiệm từ sai sót trong bức ảnh chụp tại Việt Nam*. <http://www.hindustantimes.com/world-news/facebook-says-will-learn-from-mistake-over-vietnam-photo/story-kwmb3IX6lKgmwalGZeKlyN.html> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

đến xã hội và dân chủ khiến họ có nguy cơ trở thành các xưởng sản xuất “rối loạn thông tin” và lạm dụng trên mạng.³⁶

Chức năng của thuật toán trên Facebook trong việc phát tán tin tức và lan truyền tin xuyên tạc, đặc biệt ở các quốc gia đang phát triển, đã bị đề ý từ năm 2016³⁷, đặc biệt trong bối cảnh truyền thông điện toán đang tác động đến một loạt các nền tảng truyền thông xã hội mở.³⁸ Tuy nhiên, sau những cam kết ban đầu và hành động chung tay với các tổ chức tin tức và các học giả báo chí để xử lý khủng hoảng, bao gồm những động thái đưa nội dung đáng tin cậy lên và bảo hiệu những bài viết sai và gây hiểu lầm, Facebook đã rút lui một cách đáng kể khỏi chứng năng này vào tháng 1 năm 2018.³⁹ Một sự chuyển dịch từ hệ thống tương tác khán giả truyền thông xã hội mở sang các hệ thống khép kín hơn có khả năng sẽ xảy đến tiếp theo đây, với một loạt các ẩn ý cho sự phát tán tin tức và sự bền vững của báo chí chất lượng. Ngoài ra ta cũng nhìn thấy những rủi ro khác liên quan đến sự xuất hiện của các bong bóng lọc tin và sự lây lan của tin xuyên tạc.⁴⁰ Những rủi ro này bao gồm các vấn đề liên quan đến các thuật toán công cụ tìm kiếm như của Google, mà hãng này đã thừa nhận vào đầu năm 2018 là có xu hướng củng cố thiên kiến xác nhận. Tại thời điểm tác giả đang viết học phần này, Google cho biết hãng đang tìm cách khắc phục vấn đề này: “Các nhà xuất bản thường đưa ra những quan điểm đa chiều hợp lý và chúng tôi muốn mang đến cho người dùng sự minh bạch và khả năng tiếp cận những quan điểm này từ nhiều nguồn khác nhau.”⁴¹

Hậu quả của “rối loạn thông tin” đối với báo chí và ngành công nghiệp tin tức

- ▶ Sự xói mòn lòng tin ngày càng sâu sắc đối với các thương hiệu tin tức, báo chí và cá nhân các nhà báo chia sẻ thông tin không chính xác, bịa đặt, hoặc gây nhầm lẫn.
- ▶ Sự đánh đồng tin tức chất lượng với tin xuyên tạc và nội dung quảng cáo bần địa (được trả tiền) không được dán nhãn đầy đủ để bắt chước tin tức, làm tăng thêm sự hoài nghi nói chung
- ▶ Áp lực lên mô hình kinh doanh báo chí gia tăng - khán giả có thể sẽ không còn trông cậy vào truyền thông tin tức khi gặp khủng hoảng và thiên tai vì tin rằng họ sẽ được cung cấp những thông tin đã được kiểm chứng, đáng tin cậy được chia sẻ vì lợi ích công nữa. Lòng tin này chính là cơ sở cho sự trung thành của khách hàng đối với thương hiệu - yếu tố thiết yếu để xây dựng bất cứ mô hình kinh doanh tin tức bền vững nào

36 Posetti, J. (2017). *Phản công nạn quấy rối lan tràn trên mạng*. The Conversation, 29 tháng 6 năm 2017. <https://theconversation.com/fighting-back-against-prolific-online-harassment-in-the-philippines-80271> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

37 Finkel, Casey và Mazur (2018). Nguồn đã dẫn.

38 Grimme, C., Preuss, M., Adam, L., và Trautmann, H. (2017). *Rò rỉ xã hội: Học con người bằng việc kiểm soát con người?* Big Data 5(4). <http://comprop.oii.ox.ac.uk/publishing/academic-articles/social-bots-human-like-by-means-of-human-control/> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

39 113 Wang, S., Schmidt, C. và Hazard, O. L. (2018). *Các nhà xuất bản tuyên bố họ đang đề dăng vượt qua những thay đổi trong mục bản tin của Facebook - liệu sự đổ máu có diễn ra không?* NiemanLab. <http://www.niemanlab.org/2018/01/publishers-claim-theyre-taking-facebooks-news-feed-changes-in-stride-is-the-bloodletting-still-to-come/> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

40 Alaphillippe, A. (2018). *Những thay đổi trong chuyển mục bản tin của Facebook có thể sẽ có lợi cho tin giả*. The Next Web. <https://thenextweb.com/contributors/2018/01/2018/facebook-news-feed-changes-probably-going-great-fake-news/> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

41 Hao, K. (2018). *Google rút cục đã thừa nhận hãng này đang gặp rắc rối với bong bóng lọc tin*. Quartz. <https://qz.com/1194566/google-is-finally-admitting-it-has-a-filter-bubble-problem/> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

- Sự suy yếu của vai trò của nhà báo với tư cách là tác nhân đảm bảo trách nhiệm giải trình (ví dụ: thông qua báo chí điều tra), với những hệ lụy lan rộng ra xã hội
- Những biện pháp trừng trị thẳng tay (đôi khi được biện minh là cần thiết để triệt tận gốc “tin giả”) phá hoại tự do báo chí và tự do biểu đạt như đánh sập mạng, chặn các nền tảng và kiểm duyệt
- Hành động ác ý nhắm vào nhà báo (đặc biệt các nhà báo nữ) của những nhà thầu tin xuyên tạc sử dụng sự quấy rối trên mạng làm đòn bẩy để làm mất uy tín của phóng sự phê bình, cùng với những nỗ lực cố tình gài bẫy các nhà báo để họ phát tán tin xuyên tạc và tin sai.⁴²

Việc làm mới nổi lên của ngành công nghiệp tin tức: các tổ chức tin tức đưa tin về “tin giả” và phản công “rối loạn thông tin” như thế nào

Những vấn đề và rủi ro nêu trên đòi hỏi sự thận trọng chuyên nghiệp, sự cam kết tuân thủ đạo đức, các tiêu chuẩn cao về công tác đưa tin và kiểm chứng (bao gồm các phương pháp kiểm chứng hợp tác) về cả thông tin và nguồn tin, cùng với việc chủ động vạch trần và làm phóng sự sáng tạo về vấn đề này.

Sau đây là một vài ví dụ minh họa cho nỗ lực của các tổ chức tin tức và các nhà báo cá nhân trong việc đưa tin về câu chuyện này, tương tác với khán giả để kiến thức truyền thông, và phản công tin xuyên tạc:

- Tờ báo *The Guardian* sử dụng mục tin trên Instagram để chống lại sự lan truyền tin xuyên tạc bằng những đoạn video ngắn được thiết kế để thu hút khán giả trẻ: <https://www.instagram.com/p/BRd25kQBb5N/> (Xem thêm: Câu đố tương tác về “Tin giả” của The Guardian <https://www.theguardian.com/theguardian/2016/dec/28/can-you-spot-the-real-fake-news-story-quiz>)
- Rappler triển khai báo chí điều tra và phân tích dữ liệu lớn để phơi bày ra các mạng lưới “con rối lừa đảo” tuyên truyền tác động đến dân chủ ở Philippines <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet>
- Tờ *Thời báo New York* sử dụng phóng sự giải thích rõ ràng vấn đề này thông qua cách tiếp cận nghiên cứu tình huống: <https://www.nytimes.com/2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html>
- *Columbia Journalism Review* thể hiện sự cam kết của mình thông qua một phân tích thực hành soi rọi vấn đề: https://www.cjr.org/analysis/how_fake_news_sites_frequently_trick_big-time_journalists.php
- Cẩm nang hướng dẫn của tờ *Guardian Australia* cho các phóng viên trong việc thách thức chủ nghĩa phủ nhận biến đổi khí hậu: <https://www.theguardian.com/environment/planet-oz/2016/nov/08/tough-choices-for-the-media-when-climate-science-deniers-are-elected>

42 Xem phân tích cụ thể trong Học phần 7

- Một dự án vạch trần của các nhà báo và giới học thuật ở Nhật trong kỳ bầu cử quốc gia năm 2017 dựa trên các nguyên tắc của Dự án theo dõi bầu cử CrossCheck vô cùng thành công tại Pháp cũng trong năm đó: <http://www.niemanlab.org/2017/10/a-snap-election-and-global-worries-over-fake-news-spur-fact-checking-collaborations-in-japan/>
- Tại Mỹ, nhóm giám sát cử tri Electionland là một ví dụ thú vị về sự hợp tác giữa các nhà giáo dục báo chí và sinh viên: <https://projects.propublica.org/electionland/>⁴³
- Phóng sự điều tra trên phạm vi toàn cầu vụ bê bối dữ liệu của Cambridge Analytica (bao gồm hai tờ *The Observer* & *The Guardian*, kênh Channel 4 News và tờ *The New York Times*) và cách truyền tri thức hứng khởi mà theo đó Vox Media đã giải thích câu chuyện phức tạp này cho khán giả: a. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/21/2017141428/cambridge-analytica-trump-russia-mueller> b. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/2017151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram>
- *The Quint* tận dụng sức mạnh của khán giả để phản công sự lan truyền những câu chuyện xuyên tạc trên WhatsApp ở Ấn Độ, và sự giám tuyển sáng tạo nội dung được kiểm chứng trên ứng dụng này: <https://www.thequint.com/neon/satire/whatsapp-indian-elections-and-fake-propaganda-satire>⁴⁴

Chúng tôi khuyến khích người dạy bổ sung ví dụ liên quan đến các khu vực và ngôn ngữ riêng của mỗi học viên.

Những chiến lược của Giáo sư Charlie Beckett để thúc đẩy thực hành báo chí có đạo đức trong một kỷ nguyên của “tin giả” cũng rất có giá trị. Ông nói rằng các nhà báo nên:

- Kết nối - có thể tiếp cận được và hiện diện trên tất cả các nền tảng⁴⁵
- Phụ trách - giúp người dùng tìm nội dung chất lượng ở bất cứ đâu
- Phù hợp - dùng ngôn ngữ của người dùng và “lắng nghe” một cách sáng tạo
- Am hiểu - thêm giá trị, sự thấu suốt, kinh nghiệm, bối cảnh
- Thành thật - kiểm tra thông tin, cân bằng, chính xác
- Nhân văn - thể hiện sự thấu cảm, sự đa dạng, tinh thần xây dựng

43 Ghi chú của ban biên tập: CrossCheck và Electionland là hai hiện tượng mới nổi của các sáng kiến tạm thời dưới hình thức hợp tác, nhằm đối phó với tin xuyên tạc trong quá trình bầu cử. Những hình thức hợp tác này có thể là một hiện tượng quý giá bù đắp cho sự thiếu vắng hay yếu kém hay có lập của các tổ chức kiểm tra thông tin chính thống.

44 Ghi chú: Để phục vụ cho việc nghiên cứu tìm hiểu vai trò của các ứng dụng chat trong quá trình phân phối tin xuyên tạc, đọc: Bradshaw, S và Howard, P. (2018). *Thách thức sự thật và lòng tin: một bản tóm tắt toàn cầu về sự thao túng truyền thông xã hội có tổ chức*. Tài liệu nghiên cứu 2018.1. Oxford, Anh: Dự án về truyền truyền điện toán (Computational Propaganda): <http://compprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf> [truy cập vào ngày: 20/8/18].

45 Ghi chú: Ban biên tập thừa nhận rằng không phải mọi phóng viên đều có thể hiện diện trên tất cả các nền tảng. Tuy nhiên, các phòng tin có thể giao nhiệm vụ cho các nhà báo phụ trách các nền tảng mới nổi và có ít ảnh hưởng hơn so với các nền tảng đình đám hiện nay như Twitter, Facebook và Instagram.

- ▷ Minh bạch - trích dẫn nguồn tin, có trách nhiệm giải trình, cho phép sự phê bình.⁴⁶



Mục tiêu của học phần

- ▷ Một mặt, giúp học viên hiểu những nguyên nhân cấu trúc của sự suy yếu của ngành công nghiệp tin tức và, mặt khác là động lực của tin xuyên tạc và tin sai
- ▷ Giúp học viên phân tích phản biện những phản ứng của ngành công nghiệp tin tức trước hiện tượng “rối loạn thông tin”
- ▷ Hiểu và phản biện vai trò của các nền tảng trong sự phát triển và duy trì cuộc khủng hoảng tin xuyên tạc
- ▷ Học hỏi từ những thực hành tốt đang nổi lên của các nhà báo và tổ chức đã phản ứng một cách hiệu quả trước cuộc khủng hoảng



Kết quả đầu ra

Đến cuối học phần, học viên có thể:

1. Đánh giá phản biện những nguyên nhân cấu trúc và những hậu quả rộng lớn của những hành động của truyền thông tin tức trong việc đưa tin về tin giả và phân phối tin giả
2. Hiểu và phê bình vai trò của công nghệ và những “người gác cổng mới” (ví dụ: các nền tảng) trong việc tạo điều kiện cho sự phân phối rộng rãi những tin xuyên tạc và tin sai trá hình là tin
3. Nhận diện những thực hành tốt nhất đang nổi lên trong ngành công nghiệp tin tức để bắt quả tang và phòng chống tin xuyên tạc

⁴⁶ Beckett, C. (2017). Nguồn đã dẫn.



Hình thức học phần

Học phần này được thiết kế để dạy trực tiếp, hay trực tuyến. Học phần được chia làm hai phần để thực hiện: Lý thuyết và Thực hành.

Liên kết giáo án với kết quả đầu ra

A. Lý thuyết

Giáo án học phần	Số giờ	Kết quả đầu ra
Một bài giảng tương tác có phần hỏi đáp được tiến hành theo cách truyền thống, hoặc thông qua một nền tảng học trực tuyến cho phép học viên tham gia từ xa. Nội dung bài giảng có thể được rút ra từ phần lý thuyết và các ví dụ được cung cấp ở trên. Tuy nhiên, giảng viên nên hợp các nghiên cứu tình huống liên quan đến văn hóa hay địa phương trong quá trình dạy học phần này. Bài giảng nên được truyền tải dưới hình thức một cuộc thảo luận nhóm của các chuyên gia, bao gồm nhà báo, biên tập viên và đại diện các nền tảng được mời tham dự. Buổi thảo luận do người dạy hoặc người hướng dẫn điều phối với sự tham gia trực tiếp của các học viên trong khóa học qua phần hỏi đáp. Hình thức thảo luận này sẽ đáp ứng kết quả đầu ra.	60 - 90 phút	1, 2, 3

B. Thực hành

Giáo án học phần	Số giờ	Kết quả đầu ra
Buổi thảo luận/hướng dẫn có thể diễn ra trong bối cảnh lớp học truyền thống hoặc qua nền tảng học trực tuyến như Moodle, các nhóm trên Facebook hay các dịch vụ khác cho phép học viên tham gia trực tuyến từ xa. Bài tập thảo luận/hướng dẫn có thể mang hình thức sau. Nhóm thảo luận sẽ gồm 3-5 học viên/nhóm. Mỗi nhóm cần: - Được cung cấp một tình huống thảo luận liên quan đến việc đưa tin hoặc việc vô ý phân phối tin xuyên tạc và tin sai của một tổ chức tin tức - Cùng đánh giá tài liệu, tìm hiểu nguồn gốc của thông tin và bối cảnh đưa tin sai (ví dụ: Đây có phải là một tin thời sự không?); thảo luận những nguyên nhân có thể gây ra vụ việc (nên tập trung vào các nhân tố mang tính cấu trúc như sự thu hẹp quy mô phòng tin gần đây, và vai trò của các nền tảng truyền thông xã hội); thảo luận về những trải nghiệm cá nhân về việc từng bị tin xuyên tạc đánh lừa - Tổng hợp ý kiến để viết một bản tóm tắt dài 250 từ phân tích những nguyên nhân có thể dẫn đến sai sót trong việc đưa tin và đưa ra ba hành động mà nhà báo hoặc cơ quan tin tức đáng nhẽ nên làm khác đi để có thể tránh xuất bản thông tin sai. Học viên có thể sử dụng Google Docs hoặc công cụ biên tập nhóm tương tự để viết bài. Bài viết cần được nộp cho người dạy/người hướng dẫn xem lại.	90 - 120 phút	1, 2, 3, 4

**Bài tập gợi ý**

Báo cáo nghiên cứu tình huống (2.000 từ). Tìm ba tình huống thảo luận (trong đó có một tình huống liên quan đến đất nước/vùng của học viên) liên quan đến việc phân phối hoặc điều tra tin xuyên tạc của một tổ chức tin tức. Phân tích từng ví dụ (thảo luận những nguyên nhân và hậu quả của việc xuất bản tin sai/tin xuyên tạc) và rút ra bài học từ mỗi tình huống (Ghi chú: người học nên chọn ví dụ mới - không phải những ví dụ đã được cung cấp trong phần thảo luận của học phần này).



Bài đọc

- Bakir, V. và McStay, A. (2017). Tin giả và nền kinh tế cảm xúc trong Digital Journalism (Taylor và Francis). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [truy cập vào ngày 29/03/2018].
- Bell, E. và Owen, T. (2017). *Nền báo chí ma: Thung lũng Silicon đã tái tạo báo chí như thế nào*. Trung tâm Báo chí kỹ thuật số Tow, ngày 29 tháng 3 năm 2017. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [truy cập vào ngày 29/03/2018].
- Ireton, C. (Ed) (2016). *Những xu hướng trong Phòng tin 2016* (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2016.pdf [truy cập vào ngày 29/03/2018].
- Kalsnes, B. và Larsson, O. A. (2017). *Tìm hiểu về sự chia sẻ tin tức trên truyền thông xã hội: phân tích chi tiết sự phân phối tin trên Facebook và Twitter trong Journalism Studies* (Taylor và Francis). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [truy cập vào ngày 29/03/2018].
- Nielsen, R. K. (2012). *Thập kỷ làm chao đảo thế giới truyền thông: những câu hỏi và xu thế lớn trong sự phát triển của truyền thông quốc tế*. Viện nghiên cứu Báo chí Reuters, Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [truy cập vào ngày 29/03/2018].
- McChesney, W. và Picard, V. (Eds) (2011). *Nhà báo cuối cùng có tất đèn về nhà ngay đi không: Sự sụp đổ của báo chí và những điều có thể làm để khắc phục*. The New Press, New York.
- Mitchell, A., Holcomb, J. và Weisel, R. (2016). *Tình trạng của truyền thông tin tức*. Trung tâm nghiên cứu Pew. <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/06/30143308/state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf> [truy cập vào ngày 29/03/2018].
- Posetti, J. (2009). *Biến đổi báo chí... 140 ký tự mỗi lần*. Rhodes Journalism Review 29, http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [truy cập vào ngày 29/03/2018].
- Posetti, J. (2013). *Sự "Twitter hóa" trong báo chí điều tra* của S. Tanner & N. Richardson (Biên soạn), Nghiên cứu và điều tra báo chí trong một thế giới số (trang 88-100): Nhà xuất bản Đại học Oxford, Melbourne. <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers> [truy cập vào ngày 20/03/2018].
- Posetti, J. và Silverman, C. (2014). *Khi người tốt chia sẻ điều xấu: những điều cơ bản của việc kiểm chứng truyền thông xã hội* trong Posetti (Biên soạn), Những xu hướng trong Phòng Tin 2014 (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [truy cập vào ngày 29/03/2018].

Posetti, J. (Biên soạn) (2015). *Những xu hướng trong Phòng tin 2015* (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2015.pdf, (See also Trends in Newsrooms 2014) [truy cập vào ngày 29/03/2018].

RISJ (2018). *Báo cáo tin tức số 2018* (Đại học Oxford). <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475> [truy cập vào ngày 29/06/2018].

Silverman, C. (2015). *Những lời nói dối, những lời nói dối trắng trợn và nội dung lan truyền*. Trung tâm Báo chí Kỹ thuật số Tow. http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf [truy cập vào ngày 29/03/2018].

Hội Nhà báo Biến đổi khí hậu (2016). *Biến đổi khí hậu: một hướng dẫn về thông tin và tin xuyên tạc*. <http://www.sej.org/initiatives/climate-change/overview> [truy cập vào ngày 29/03/2018].

UNESCO (2017). *Nhà nước và nhà báo có thể áp dụng các biện pháp ngăn chặn “tin giả”*. <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [truy cập vào ngày 29/03/2018].