

Internet có giữ trọn lời hứa không?

Tám giá trị được coi như tiêu chuẩn cho sản xuất, định hướng và điều tiết truyền thông công cộng trên Internet.

Internet đã đánh thức nhiều kỳ vọng. Tuy nhiên, liệu nó có đáp ứng được vai trò như một công cụ nhằm thúc đẩy tự do ngôn luận và làm suy yếu các nỗ lực của giới chuyên quyền và nhóm ủng hộ kiểm duyệt hay không? Liệu nó có cung cấp quyền tiếp cận thông tin bình đẳng và quyền tự do trao đổi ý kiến không? Có thể một số người sẽ tranh luận về việc Internet mang đến sự giám sát, phân cực, bong bóng lọc và hố ngăn cách số. Liệu có cần thêm các quy chế quản lý mạng không? Để trả lời cho những câu hỏi trên, có rất nhiều quan điểm khác nhau. Tuy nhiên, đâu là sự thật? Những hiểu biết khoa học có thể được trình bày ngày nay là gì? Cùng với Christoph Neuberger, chúng tôi xác định tám giá trị làm tiêu chí để giúp trả lời một câu hỏi tưởng chừng đơn giản: Internet có giữ trọn lời hứa không? Sau phần giới thiệu này, bạn sẽ tìm thấy bộ tám văn bản ngắn và mỗi một văn bản sẽ tìm cách trả lời câu hỏi trên bằng một trong các giá trị mà chúng tôi đã xác định. Độc giả có thể lựa chọn đọc theo thứ tự thời gian hoặc cũng có thể kéo chuột tới những phần mà họ cảm thấy thú vị.

Giới thiệu

Để trả lời các câu hỏi về sản xuất, định hướng và điều tiết về truyền thông công cộng trên nền tảng Internet một cách sâu sắc về mặt lý thuyết đòi hỏi một khung quy phạm bắt buộc. Những kỳ vọng xã hội phải được chứng minh về mặt lý thuyết và cụ thể hóa, cũng như những nhận định về việc thực hiện chúng phải được chứng minh bằng thực nghiệm. Đó là mục đích của nghiên cứu này. Tám giá trị được sử dụng làm thước đo để đánh giá trạng thái của Internet. Những giá trị này dựa trên các nghiên cứu thực nghiệm về những chủ đề được tranh luận nhiều như: tự do ngôn luận, hố ngăn cách số, quyền lực mạng, tuyên truyền, bong bóng lọc, buồng đội âm, tin tức giả, phát ngôn thù hận, tội phạm mạng và quyền riêng tư. Tổng quan dưới đây mặc dù chưa đạt yêu cầu về tính hoàn chỉnh, tuy nhiên, nó sẽ làm sáng tỏ các nghiên cứu thực nghiệm thiết yếu hiện nay.

Đọc toàn bộ chương

1. Tự do hay kiểm soát

Quan niệm cho rằng không gian công cộng trên Internet là không gian của tự do không giới hạn, đã bị chỉ ra là không tưởng. Những điều kiện cho truyền thông tự do trên mạng không chỉ được đặt ra bởi chính phủ, mà còn bởi các trung gian, có ý nghĩa quan trọng cho sự tham gia rộng rãi của công dân vào truyền thông công cộng.

Đọc toàn bộ chương

2. Bình đẳng hay bất bình đẳng

Câu hỏi về bình đẳng hay bất bình đẳng đã nảy sinh trên Internet dưới nhiều hình thức: nó liên quan tới việc tiếp cận phương tiện, việc sử dụng có chọn lọc và các kết quả đạt được. Sự khác biệt giữa bên tiếp nhận và bên truyền tải thông tin cần phải được tạo ra. Trong khi khoảng cách về truy cập đã được giảm đáng kể, thì mục tiêu sử dụng đối với bên tiếp nhận và bên truyền tải thông tin có vẻ vẫn còn sự khác biệt lớn. Mối quan tâm chính trị và kỹ năng truyền thông đóng vai trò đặc biệt quan trọng khi giải thích về những khoảng cách này. Liệu việc đạt được các lợi ích có khả thi hay không, thì chỉ có thể được tìm thấy qua các hiệu quả. Tuy nhiên, hầu như chưa có nghiên cứu nào về hiệu quả được thực hiện từ cả hai phía.

Đọc toàn bộ chương

3. Được hay mất về sự đa dạng

Sự đa dạng về nội dung trên Internet không tự động được bảo đảm thông qua thực tế, rằng hầu như không còn rào cản về kỹ thuật nào đối với sự tham gia vào truyền thông công cộng. Ngược lại, phải giả định rằng, có hàng loạt các nguyên nhân dẫn tới sự hạn chế tính đa dạng của việc cung cấp và sử dụng truyền thông. Vì lẽ đó nảy sinh nhu cầu về kiến tạo và quy định nhằm tạo ra tính đa dạng.

Đọc toàn bộ chương

4. Quyền lực ngôn luận cân bằng hay tập trung?

Internet dẫn tới sự chuyển đổi vị trí của quyền lực qua công luận. Đặc biệt, điểm mới là, các tác nhân phi báo chí hay trung gian, đều có thể có quyền lực đặc biệt. Có hàng loạt các công nghệ kỹ thuật thuyết phục mới xuất hiện nhằm gây ảnh hưởng tới việc hình thành dư luận. Việc đánh mất đặc quyền như là người gác cổng, là nhân tố có ảnh hưởng quan trọng, mặt khác, là lý do dẫn tới việc các phương tiện truyền thông truyền thống để mất quyền lực vào công luận. Những hy vọng vào sự phân chia quyền lực rộng rãi, tuy nhiên, vẫn chưa được thực hiện.

Đọc toàn bộ chương

5. Sự hòa nhập hay sụp đổ của không gian công cộng?

Sự hòa nhập hay sụp đổ của công luận trên Internet phải được đặt ra dưới nhiều góc độ (chủ đề, quan điểm, không gian v.v). Việc lựa chọn người dùng chủ động và kiểm soát thụ động bởi thuật toán có thể ảnh hưởng đến điều này. Hiện nay, bùng nổ âm và bong bóng lọc đang được thảo luận như những hậu quả tiêu cực của sự sụp đổ không gian công cộng. Tuy nhiên, rất khó để tìm ra bằng chứng thực nghiệm cho câu hỏi trên: có rất ít dẫn chứng. Sự tích hợp không gian là đáng nghi vấn. Hơn nữa, ranh giới hiện có giữa các quốc gia, ngôn ngữ và văn hóa thì tự phản chiếu trên Internet.

Đọc toàn bộ chương

6. Chất lượng thông tin cao hay thấp?

Tiềm năng kỹ thuật cho chất lượng thông tin cao trên Internet hiếm khi được khai thác tối đa. Báo chí chuyên nghiệp – đặc biệt do Internet – rơi vào khủng hoảng kinh tế. Khả năng về việc trang trải chi phí cho báo chí chất lượng cao, ít nhất trong một thời gian dài nữa, là bất khả. Không có viễn cảnh nào cho việc các nhà báo không chuyên (nhà báo công dân) có thể đạt được chất lượng thông tin cao như các biên tập viên chuyên nghiệp. Ở đây không chỉ xem xét đến chất lượng của nội dung, mà chúng ta còn phải đặt ra câu hỏi về việc người dùng mạng đối phó với nó thế nào. Vẫn có sự ưu tiên cho các trang Web truyền thông đại chúng truyền thống, và chất lượng của chúng vẫn rất cao. Mặc dù vậy, mạng xã hội ngày càng trở nên quan trọng đối với thông tin chính trị và tin tức. Ngoài các trang Web của các tên tuổi báo chí nổi tiếng, người dùng mạng thường thiếu tài liệu tham khảo và điều này dẫn tới khó khăn cho họ trong việc đánh giá chất lượng. Đặc biệt, sự thật của những thông tin được phổ biến rộng rãi trên các mạng xã hội cần được đặt câu hỏi.

Đọc toàn bộ chương

7. Chất lượng diễn ngôn cao hay thấp?

Nếu chỉ xem xét dưới góc độ kỹ thuật thì Internet cung cấp các điều kiện tuyệt vời cho diễn ngôn trên không gian công cộng. Tuy nhiên, ngay cả tiềm năng này hầu như cũng chưa được khai thác hết. Mặt tối của sự tham gia và rất nhiều sự lệch lạc từ những lý tưởng có chủ đích bây giờ đã rõ ràng: bối

cảnh đặc biệt của Internet thúc đẩy sự việc giải thoát khỏi sự ức chế hành vi, nhấn mạnh bản sắc tập thể, tạo áp lực thích ứng với môi trường quan điểm cũng như củng cố và phân cực về quan điểm. Có rất ít sự phản đối các chiến lược dân túy và tuyên truyền của các tác nhân chính trị. Trong tương lai, các Robot xã hội có thể ảnh hưởng lâu dài tới truyền thông công cộng.

8. Sự an toàn hay tính dễ tổn thương trên mạng?

Internet có liên quan tới vô số các rủi ro về an ninh. Các biện pháp của chính phủ nhằm gia tăng an ninh trực tuyến, cùng lúc có thể hạn chế quyền tự do. Bản thân người dùng có thể góp phần vào việc bảo vệ quyền riêng tư khi thay đổi nhận thức chủ quan về quyền được bảo vệ. Tình trạng bí mật giám sát của chính phủ đòi hỏi tính hợp pháp đặc biệt và có thể dễ bị lợi dụng. Điều tương tự được áp dụng cho các thủ đoạn làm rò rỉ thông tin mật.

Đọc toàn bộ chương

Giới thiệu

Tóm tắt

Để trả lời các câu hỏi về sản xuất, định hướng và điều tiết truyền thông công cộng trên nền tảng Internet một cách sâu sắc về mặt lý thuyết đòi hỏi một khung quy phạm bắt buộc. Những kì vọng xã hội phải được chứng minh về mặt lý thuyết và cụ thể hóa, cũng như những nhận định về việc thực hiện chúng phải được chứng minh bằng thực nghiệm. Đó là mục đích của nghiên cứu này. Tám giá trị được sử dụng làm thước đo để đánh giá trạng thái của Internet. Những giá trị này dựa trên các nghiên cứu thực nghiệm về những chủ đề được tranh luận nhiều như: tự do ngôn luận, hỗ trợ ngăn cách số, quyền lực mạng, tuyên truyền, bong bóng lọc, bù nhìn đội âm, tin tức giả, phát ngôn thù hận, tội phạm mạng và quyền riêng tư. Tổng quan dưới đây mặc dù chưa đạt yêu cầu về tính hoàn chỉnh, tuy nhiên, nó sẽ làm sáng tỏ các nghiên cứu thực nghiệm thiết yếu hiện nay.

Đặc điểm nổi bật của những phân tích dưới đây là gì?

Phân tích này đứng trên quan điểm "khoa học truyền thông". Nghiên cứu nhằm góp phần chuyển giao những kiến thức khoa học và trình bày – càng nhiều càng tốt – những kết quả quan trọng một cách cô đọng và dễ hiểu. Diễn ngôn phê bình về Internet, đặc biệt diễn ra trong các phương tiện truyền thông báo chí và nhiều nơi khác trên mạng, đi theo các quy tắc khác với khoa học. Những luận điểm đại diện ở đó thường không được hỗ trợ bởi bằng chứng khoa học. Trong nhiều khía cạnh, các trường hợp ẩn tượng riêng lẻ hoặc trích dẫn tin đồn của các nhân vật đứng đầu Silicon-Valley cũng đủ để tạo ra những khái quát, đánh giá hay dự báo.

Tuy nhiên, sự phong phú của các nghiên cứu khoa học về mọi mặt có thể hình dung được của Internet, vẫn tiếp tục ít được chú ý. Vì vậy, phần sau đây đánh giá tầm quan trọng trong cơ sở lý thuyết của các tuyên bố và những dẫn chứng thực nghiệm, thuyết phục của chúng. Điều này không phải lúc nào cũng dẫn tới các kết quả đại diện đơn giản và xúc tích. Những kết quả phức tạp, những bằng chứng chưa chắc chắn cũng như khoảng trống trong nghiên cứu cần được chỉ ra.

Nhiệm vụ của khoa học không phải là độc lập định hướng các kì vọng của xã hội¹. Tuy nhiên, khoa học có thể dùng các đánh giá xã hội làm đối tượng nghiên cứu², có thể giúp định nghĩa và điều phối rõ hơn. Bằng thực nghiệm, khoa học có thể đo được, liệu các kì vọng của xã hội có được đáp ứng hay không. Nó cũng có thể đưa ra các khuyến nghị làm sao để các kì vọng được đáp ứng tốt hơn thông qua những kiến tạo và điều chỉnh.³ Những giả định về con người, xã hội và giao tiếp chính trị trong các lý thuyết quy phạm phải đồng nhất với thực tế, phải được chứng minh bằng thực nghiệm. Mặc dù vậy, khoa học không thể thay những người thi hành, chính trị gia và người làm luật trong việc suy xét áp dụng chúng. Các tiêu chí đánh giá cần phải được thực hiện một cách rõ ràng và được đặt trong một hệ thống quy chiếu lý thuyết.⁴

Mục tiêu là đánh giá ngôn luận trên Internet một cách toàn diện nhất có thể. Do đó, không chỉ một tiêu chuẩn đánh giá được áp dụng, mà cách thực hiện các thước đo giá trị cũng nên được hiểu một cách đầy đủ. Những kì vọng của xã hội về ngôn luận trên Internet được xác định qua tám giá trị.

Đâu là *những hạn chế* của nghiên cứu này? Các phân tích chủ yếu tập trung vào *tính công cộng*, nghĩa là vào *cách tiếp cận truyền thông* nói chung trên Internet. Những phương tiện truyền thông và giao

tiếp khác trong không gian riêng tư hầu như không được đề cập. Ngoài ra, nghiên cứu cũng giới hạn trong phạm vi *truyền thông báo chí* liên quan tới những kỳ vọng xã hội. Nghiên cứu tập trung vào *không gian công cộng*, nơi mà những tin tức thời sự được phổ biến và là nơi hình thành dư luận về các tranh cãi chính trị. Việc tạo ra và điều chỉnh thông tin trên không gian công cộng là nhiệm vụ chính của *báo chí*⁵, ít ra là trong truyền thông đại chúng truyền thống.

Những tiêu chuẩn đánh giá cho truyền thông trung gian và truyền thông công cộng

Để đánh giá truyền thông công cộng thì các tiêu chuẩn cơ bản cần được xác định. Những tiêu chuẩn này phải chiếm ưu thế về mặt đồng nhất và từ đó có thể rút ra về mặt lý thuyết. *Những giá trị* được xác định bởi mối liên hệ nội tại với những điều tốt đẹp của chúng; mối liên hệ này thông qua tính rõ ràng chủ quan và cường độ cảm xúc. Các giá trị được thể chế hóa về mặt đạo đức và pháp lý, đặc biệt như nhân quyền. Chỉ có thể đánh giá thực nghiệm về hiệu quả của những nhà cung cấp truyền thông cá nhân hay toàn bộ hệ thống truyền thông công cộng bằng những tiêu chuẩn cố định, chính xác và thống nhất cho các kỳ vọng xã hội. Nhà khoa học truyền thông người Anh, Denis McQuail, từ các lý thuyết quy phạm⁶ đã đưa ra các giá trị tự do, sự thật, đa dạng, đoàn kết, nhân văn cũng như trật tự và sự gắn bó cho truyền thông. Chúng không dẫn tới một hệ thống khép kín của những giá trị,⁷ mà khác nhau cả về ý nghĩa và phân loại. Tuy nhiên, những giá trị này có thể được xem như những điểm cố định trong các phân tích quy chuẩn.

Tám giá trị sau được chọn làm tiêu chuẩn cho truyền thông trung gian, truyền thông công cộng: *tự do, bình đẳng, đa dạng, phân chia quyền lực, hội nhập, chất lượng thông tin, chất lượng diễn ngôn và an toàn*. Những giá trị này được cho phép, được thể chế hóa và đảm bảo rộng rãi trong các hệ thống truyền thông tự do – dân chủ. Một số những giá trị này quan trọng cho toàn xã hội (tự do, bình đẳng, hội nhập, đa dạng, phân chia quyền lực và an toàn). Ngược lại, những giá trị khác liên quan chủ yếu tới chất lượng truyền thông công cộng (chất lượng thông tin và diễn ngôn).

Mối quan hệ giữa các giá trị và tính đo lường được của chúng

Mối quan hệ *theo chiều ngang* giữa các giá trị có thể được xác định và xem xét trong quan hệ nhân quả. Trong một số trường hợp, ý nghĩa của các giá trị được đề cập trùng lặp nhau, do đó không phải lúc nào cũng có thể phân chia, định nghĩa chúng rõ ràng. Chẳng hạn, sự đa dạng về nội dung có thể được bổ sung vào phần chất lượng thông tin và diễn ngôn. Ngoài mối quan hệ về ngữ nghĩa, thì mối quan hệ nhân quả (ảnh hưởng) của chúng cũng được lưu ý. Trong một số trường hợp, một mặt, các giá trị này thúc đẩy việc phát huy các giá trị khác, nhưng mặt khác, chúng cũng phần nào cản trở sự hoàn thành các giá trị đó. Đặc biệt, thường có mối quan hệ căng thẳng giữa một bên là tự do và một bên là các giá trị như bình đẳng, hội nhập, đa dạng, phân chia quyền lực, an ninh, chất lượng thông tin và diễn ngôn. Chừng nào mà việc đạt được mục tiêu của một giá trị có thể ảnh hưởng tới việc đạt được mục tiêu khác, thì điều quan trọng là phải tìm được sự cân bằng hợp lý chứ không phải là tối đa hóa việc đạt được giá trị này bằng cách đánh đổi một giá trị khác. Trong thể chế tự do truyền thống, giá trị "tự do" có xu hướng được ưu tiên trong việc cân bằng lợi ích; với truyền thông, những mục tiêu khác được đưa ra như những cam kết theo nghĩa tiếp cận có trách nhiệm với tự do.⁸ Đặc biệt quan trọng là mối quan hệ với giá trị "an toàn".

Dưới quan điểm *chiều dọc*, câu hỏi đặt ra là liệu những giá trị bao trùm, trừu tượng này, cho sự phát huy của chúng, có được đặt dưới các tiêu chuẩn cụ thể thích hợp, nhằm hướng dẫn hành động và mức đo lường trong các chỉ số chất lượng đo lường không. Các tiêu chuẩn cho kiến tạo những cung

5

6

7

8

ứng và quy định có phù hợp để thúc đẩy sự hoàn thiện giá trị không? Và trong các nghiên cứu chất lượng, những chỉ báo phù hợp có được lựa chọn để đo lường việc thực hiện giá trị hay không? Thêm vào đó, câu hỏi khác được đặt ra là, các giá trị có thể được thực hiện ra sao trong các điều kiện biên khác nhau. Chẳng hạn, những điều kiện nào, được tạo ra bởi truyền thông đại chúng và Internet hay những bối cảnh khác nhau trong hệ thống mạng, chẳng hạn như những phương tiện truyền thông xã hội khác nhau. Hiếm khi chỉ có một, mà thường có nhiều cách tương đương nhau về mặt chức năng để thực hiện giá trị. Đây cũng là câu hỏi về sự cần thiết của sáng tạo và đổi mới để tìm ra những con đường phù hợp nhằm đạt được những mục tiêu xã hội trong phương tiện truyền thông mới (chẳng hạn như Internet). Những gợi ý cho việc lập luận và áp dụng những giá trị này sẽ được bổ sung trong các phần tiếp theo và mức độ hoàn thành của chúng cũng được đánh giá trong các phần sau.

Tự do hay kiểm soát?

Tóm tắt

Quan niệm cho rằng không gian công cộng trên Internet là không gian của tự do không giới hạn, đã bị chỉ ra là không tương. Những điều kiện cho truyền thông tự do trên mạng không chỉ được đặt ra bởi chính phủ, mà còn bởi các trung gian, có ý nghĩa quan trọng cho sự tham gia rộng rãi của công chúng vào truyền thông.

Giá trị "tự do"¹, một giá trị được nhấn mạnh trong chủ nghĩa tự do truyền thống, bị hạn chế hoặc được thực hiện bởi các quốc gia, công ty hoặc lực lượng xã hội khác. Quyền tự do truyền thông và tiếp nhận của cá nhân có thể được phân biệt với quyền tự do thể chế của các phương tiện truyền thông. Điều này liên quan đến các lĩnh vực bảo vệ những loại hình truyền thông khác nhau: cụ thể là truyền thông cá nhân và truyền thông đại chúng.² Nhà sử học người Anh, Timony Garton Ash³, trong cuốn sách "Free Speech – Ten Principles for a Connected World" (*Quyền Tự do ngôn luận – Mười nguyên tắc cho một thế giới nối mạng*) đã đưa ra bốn nguyên nhân cho quyền tự do ngôn luận theo tư tưởng truyền thống phương Tây: đó là điều kiện tối cần thiết cho việc đạt được nhận thức về con người cá nhân, cho việc khám phá sự thật, cho việc quản trị tốt và cho sự đa dạng.

Đạt được tự do trên mạng

Những điều kiện cho việc thực hiện quyền tự do này đã thay đổi như thế nào trên Internet? *Quan điểm lạc quan* cho rằng công chúng trên khắp thế giới đã đạt được nhiều quyền tự do hơn. Trong "Tuyên ngôn Độc lập của Không gian mạng"⁴ nổi tiếng của mình, nhà hoạt động mạng John Perry Barlow⁵ đã kêu gọi các chính phủ và tập đoàn công nghiệp không can thiệp vào hệ thống mạng. Ông chỉ ra sự không cần thiết của các điều chỉnh từ bên ngoài của chính phủ, bởi vì người dùng mạng có khả năng tự điều tiết vấn đề của mình. Việc điều chỉnh Internet từ bên ngoài không những không cần thiết mà còn bất khả thi. Trên hết, cần có một công cụ phù hợp cho cuộc đấu tranh cho tự do ở các quốc gia độc tài⁶ – một kì vọng đã được nuôi dưỡng trong suốt "Mùa xuân Ả Rập".

Ít hưng phấn hơn, nhưng vẫn rất lạc quan, Garton Ash đánh giá mục tiêu tự do đã đạt được với sự hỗ trợ của Internet: "Trong thập kỉ cuối thế kỉ XX và thập kỉ đầu thế kỉ XXI, sự kết hợp giữa truyền thống pháp lý của Tu chính án I Hiến pháp Hoa Kỳ, quốc gia quyền lực nhất thế giới, và văn hóa tự do ngôn luận trên các nền tảng tư nhân tại quốc gia này như Wikipedia, Twitter hay Google đã tạo ra một bước nhảy vọt về quyền tự do biểu đạt xuyên quốc gia".⁷

Mất tự do trên mạng

1
2
3
4
5
6
7

Mặt khác, *Quan điểm bi quan* cho rằng có sự gia tăng kiểm soát của các quốc gia, công ty và các lực lượng xã hội khác.⁸ Bê bối NSA⁹ chỉ ra rằng việc giám sát trạng thái lưu lượng dữ liệu ở các nền dân chủ phương Tây đang diễn ra mạnh mẽ hơn nhiều so với những gì đã được biết trước đây. Nhà báo Belarus Evgeny Morozov, nhà phê bình chủ nghĩa không tưởng và chủ nghĩa ngây thơ mạng nổi tiếng nhất, coi Internet là công cụ quyền lực nhất cho việc sự trấn áp.¹⁰ Ông nghi ngờ vào cái được gọi là cuộc cách mạng Twitter, nghĩa là Internet được sử dụng như một công cụ để giải phóng khỏi các chế độ độc tài.¹¹ Ngoài ra, ông cũng chỉ trích Quyết định luận Công nghệ của phương Tây: "Vấn đề là phương Tây bắt đầu tìm kiếm tự do cho Internet hầu hết dựa trên những nền tảng mạng chưa được kiểm tra với giả định rằng, nếu càng có nhiều kết nối và nhiều mạng hơn thì nhất định sẽ càng thúc đẩy tự do và dân chủ".¹²

Freedom House (*Ngôi nhà tự do*) tổng hợp và đánh giá thông tin toàn cầu về việc kiểm duyệt, đàn áp các nhà hoạt động mạng và những hạn chế về quyền tự do trên Internet. Trong báo cáo "Freedom on the Network 2018" (*Tự do trên mạng 2018*)¹³, tổ chức này đưa ra các điểm (trừ) cho những rào cản tiếp cận (tối đa 25 điểm), cho rào cản nội dung (35 điểm) và vi phạm quyền của người dùng (40 điểm). Trong tổng số 65 quốc gia được khảo sát, chỉ có 15 quốc gia được phân loại "tự do" (0 đến 30 điểm), có tới 30 quốc gia được đánh giá "tự do một phần" (31 đến 60 điểm) và 20 quốc gia bị đánh giá "không có tự do" (61 đến 100 điểm). Trong bản xếp hạng, Đức đứng thứ 4 thế giới với 19 điểm và Trung Quốc là nước có chỉ số hạn chế cao nhất (88 điểm). "Việc kiểm soát Internet ở Trung Quốc năm 2018 đã đạt mức độ khắc nghiệt mới với việc thực thi luật An ninh mạng sâu rộng cùng với sự nâng cấp các công nghệ giám sát."¹⁴

Quyền tự do thông tin và tự do ngôn luận, ngay cả trên Internet, cũng không phải là điều hiển nhiên. Các *trung gian* như Facebook, Twitter, YouTube và Google, những nền tảng vừa giúp thực thi các quyền cơ bản này như một "không gian công cộng thuộc sở hữu tư nhân"¹⁵, đồng thời cũng có thể hạn chế chúng.¹⁶ Những nhà cung cấp nền tảng trung gian này chia sẻ trách nhiệm trong việc thực hiện. Nguyên nhân cho những lo ngại là bởi các giá trị của trung gian, quyền lực tư nhân, mà ở hầu hết các quốc gia họ có sự độc quyền gần như hoàn toàn trong cung ứng, cũng như sự mâu thuẫn giữa các mục tiêu kinh tế và xã hội, nghĩa là "sự xung đột giữa lợi nhuận và tinh thần trách nhiệm".¹⁷ Đặc biệt, mối đe dọa cho truyền thông tự do xảy ra, khi các nền tảng trung gian không chỉ hợp tác với các quốc gia độc tài, mà ngay cả với các quốc gia dân chủ.¹⁸ Từ điển bách khoa trực tuyến phi thương mại Wikipedia, với đặc điểm "Cân bằng giữa dân chủ và chuyên quyền", cung cấp một mô hình thay thế.¹⁹

Bình đẳng hay bất bình đẳng?

Tóm tắt

Câu hỏi về bình đẳng hay bất bình đẳng đã nảy sinh trên Internet dưới nhiều hình thức: nó liên quan tới việc tiếp cận phương tiện, việc sử dụng có chọn lọc và các kết quả đạt được. Sự khác biệt giữa bên tiếp nhận và bên truyền tải thông tin cần phải được tạo ra. Trong khi khoảng cách về truy cập đã được giảm đáng kể, thì mục tiêu sử dụng đối với bên tiếp nhận và bên truyền tải thông tin có vẻ vẫn còn sự khác biệt lớn. Mối quan tâm chính trị và kỹ năng truyền thông đóng vai trò đặc biệt quan trọng khi giải thích về những khoảng cách này. Liệu việc đạt được các lợi ích có khả thi hay không, thì chỉ có thể được tìm thấy qua các hiệu quả. Tuy nhiên, hầu như chưa có nghiên cứu nào về hiệu quả được thực hiện từ cả hai phía.

Giá trị "bình đẳng"¹, một giá trị được nhấn mạnh trong truyền thống dân chủ hoặc cộng hòa, đòi hỏi tất cả các nhóm xã hội phải có cơ hội tham gia bình đẳng vào việc xây dựng chính sách hoặc các hoạt động quan trọng khác trong những tiểu hệ thống xã hội. Câu hỏi về bình đẳng vượt ra ngoài câu hỏi về tự do, bởi vì các yếu tố khác phải được tính đến. Các yếu tố này bao gồm: động cơ, năng lực và các nguồn lực của tác nhân, những thứ cần thiết cho sự tham gia thành công vào truyền thông công cộng. Việc chú ý đến những hình thức tham gia và chỉ số đo lường là rất quan trọng.

Tất cả các nhóm xã hội có cơ hội bình bằng trong việc sử dụng thành công Internet hay không? Những nhóm thiệt thòi có thể bắt kịp với những nhóm có lợi thế hay không? Ban đầu, nghiên cứu chỉ tập trung khoảng trống tri thức, nghĩa là sự khác biệt giữa bên tiếp nhận tin tức truyền thông và sự chênh lệch trong gia tăng kiến thức. Điều này dẫn đến sự phân biệt giữa các nhóm địa vị xã hội cao và thấp. Giả định được đưa ra là, trong trường hợp có sự gia tăng kiến thức sẵn có, chẳng hạn thông qua một phương tiện truyền thông mới xuất hiện, thì nhóm có địa vị xã hội cao có thể tiếp thu những kiến thức này nhanh hơn, và như vậy khoảng cách cũng sẽ tăng lên. Các khoảng trống kiến thức phát sinh thông qua các biến số của cơ cấu xã hội (đặc biệt là giáo dục), nhưng cũng có thể giải thích qua các biến số khác (như chủ đề yêu thích hay kỹ năng truyền thông).² Nhóm tác giả do Peter Van Aelst³ đứng đầu, trong đánh giá tình trạng nghiên cứu hiện tại, đưa ra một bằng chứng rõ rệt về sự gia tăng khoảng trống trong việc sử dụng các tin tức truyền thông, cả trực tuyến lẫn ngoại tuyến. Sự gia tăng về tùy chọn các hình thức truyền thông khiến cho việc theo dõi những chủ đề yêu thích cá nhân dễ dàng hơn. Do đó, việc đáp ứng nhu cầu của những người quan tâm hay không hề quan tâm tới chính trị trở nên dễ dàng hơn, dẫn đến lỗ hổng lớn hơn về kiến thức.

Với trường hợp Internet, câu hỏi về bình đẳng hay bất bình đẳng xã hội phải được đặt trên phạm vi rộng hơn so với khía cạnh gia tăng kiến thức. Do đó, cả bên tiếp nhận lẫn bên truyền tải thông tin đều phải được quan sát dưới mọi góc độ. *Quan điểm lạc quan* cho rằng, Internet làm giảm đi sự bất bình đẳng xã hội. Thoạt nhìn thì có nhiều điểm ủng hộ cho quan điểm này: Internet cung cấp sự truy cập dễ dàng vào kho tri thức khổng lồ và chỉ cần một chút nỗ lực, ai cũng có thể phát ngôn trên không gian công cộng. So với các hình thức truyền

1
2
3

thông trước đó, các nhóm xã hội yếu thế có điều kiện tiếp cận với tri thức có giá trị cũng như gây ảnh hưởng tới các chính sách có lợi cho mình.

Tuy nhiên, *luận điểm phản bác bi quan* đã bày tỏ quan điểm nhanh chóng và đáng chú ý. Quan điểm này cho rằng, Internet là nguyên nhân nới rộng khoảng cách, dẫn tới khoảng cách số hay phân chia kỹ thuật số (*digitale divide*) trong xã hội, bởi vì các nhóm đặc quyền có khả năng lĩnh hội các cơ hội của Internet nhanh và tốt hơn. Do đó, các ưu thế của họ cũng tăng lên so với các nhóm khác và điều này tiếp tục dẫn tới gia tăng sự bất bình đẳng trong xã hội.

Trong một thời gian dài, tranh luận về khoảng cách số chỉ giới hạn quanh câu hỏi về kỹ thuật cho truy cập, như câu hỏi của cựu vận động viên quần vợt Boris Becker trong đoạn quảng cáo nổi tiếng của AOL: "Tôi đã vào chưa?". Câu hỏi đó chỉ đơn thuần về kỹ thuật truy cập chứ không phải là về sự sử dụng Internet có chọn lựa và hiệu quả của nó. Theo số liệu của OECD, ngày nay, hầu hết các hộ gia đình tại phần lớn quốc gia trên thế giới có thể truy cập Internet. Do đó, vấn đề về *khoảng cách truy cập* cơ bản đã được giải quyết.⁴

Có lẽ quan điểm rút gọn sẽ là: Bên cạnh quyền truy cập thì câu hỏi về cách sử dụng Internet và hiệu quả của nó cũng được đặt ra.⁵ Chỉ khi nắm được hiệu quả của Internet thì mới có thể rút ra kết luận, liệu Internet có ban đặc quyền hay không. Không những sự sử dụng (*khoảng cách số cấp độ hai*) mà hiệu quả của nó (*khoảng cách số cấp độ ba*) cũng phải được xem xét khác với trong các phương tiện truyền thông đại chúng truyền thống.⁶ Đặc biệt, liên quan đến việc sử dụng Internet thì bước đầu tiên phải phân biệt được sự tiếp nhận vai diễn ("Ai đóng vai người tiếp nhận hay truyền tin?") và trong bước thứ hai là sự thực hiện vai diễn ("Nội dung nào được lựa chọn? Chủ đề nào được lựa chọn cho truyền thông?"). Tiếp theo là câu hỏi về hiệu quả tích cực, nghĩa là, những lợi ích nào có thể được rút ra từ các hoạt động này?

Khoảng cách về sử dụng và hiệu quả từ phía người tiếp nhận

Trước hết về *vai trò của người tiếp nhận*: Ở đây, *khoảng cách về sử dụng* được quan sát. Trong một cuộc khảo sát Panel (2002 – 2009) tiêu biểu, các nhà khoa học truyền thông Martin Emmer, Gerhard Vowe và Jens Wolling nhận ra tỉ lệ người sử dụng thông tin chính trị ở Đức như sau: "Về tổng thể, tỉ lệ tham gia cao ở nhóm người trẻ, nam giới, người có học vấn, người có thu nhập cao, người có việc làm và người Tây Đức".⁷ Sự quan tâm chính trị và khuynh hướng đảng phái cũng dẫn tới sự tiếp nhận mạnh mẽ.⁸ Không chỉ trong truyền thông chính trị, mà cả trong các lĩnh vực khác trên Internet, thì xu hướng chung là người dùng có địa vị xã hội cao dùng Internet để tìm kiếm thông tin, và ngược lại, những người có địa vị xã hội thấp dùng Internet để giải trí.⁹

Cách tiếp nhận thông tin trên Internet dẫn tới *khoảng cách về hiệu quả* theo nghĩa "phân phối các tài nguyên cụ thể - chẳng hạn như thông tin, vốn xã hội hay các cơ hội tham gia".¹⁰ Do thiếu các nghiên cứu phù hợp nên chưa thể rút ra nhiều kết luận về việc này.¹¹ Ở đây, có

4
5
6
7
8
9
10
11

thể trích dẫn một nghiên cứu tương đối cũ của Mirko Marr từ Thụy Sĩ. Cuộc khảo sát cho thấy, những người tham gia trực tuyến được thông tin tốt hơn về các chủ đề chính sách so với người ngoại tuyến, và do vậy họ biết về các nhân vật hay số liệu rõ hơn và có thể giải thích chúng rõ ràng. Những lý giải cho việc này là: "Những người dùng Internet tích cực hơn về mặt chính trị, sử dụng những thông tin chính trị từ các nguồn truyền thông đại chúng hiệu quả hơn và tìm kiếm trên cơ sở lợi ích. Do vậy, họ nhận được nhiều thông tin về chính trị hơn là những người không sử dụng Internet. Mặt khác, việc sử dụng Internet thường xuyên chỉ đóng một phần trong sự khác biệt về kiến thức".¹² Phần lớn lợi thế về kiến thức mà người dùng Internet có được đến từ các phương tiện truyền thông đại chúng, đặc biệt là nhật báo. Internet chỉ góp phần nhỏ trong việc nâng cao kiến thức chính trị. Ngược lại, một cuộc khảo sát ở Hà Lan đưa ra trong phần tự đánh giá một loạt các lợi ích cụ thể mà việc sử dụng Internet mang lại, chẳng hạn như tìm kiếm các sản phẩm khuyến mại, tìm bạn hay tìm việc.¹³

Khoảng cách về sự tham gia và chú ý từ phía truyền thông điện

Không giống như báo chí và truyền thanh, Internet không chỉ cung cấp cơ hội tiếp nhận mà còn đem đến cho người dùng cơ hội, tự tham gia vào truyền thông. Đối với trường hợp vai trò truyền thông điện thì câu hỏi về bình đẳng hay bất bình đẳng xã hội (*democratic divide*) được chia ít nhất làm ba phần: Ai tham gia vào các truyền thông chính trị? Những người này nhận được sự chú ý ra sao cho các phát biểu của mình? Những ảnh hưởng của nó là gì? Chỉ như vậy mới có thể đo được hiệu quả của đặc quyền. Đầu tiên là câu hỏi về *sự tham gia vào truyền thông*: Như trong nghiên cứu đã đề cập ở trên của Emmer, Vowe và Wolling¹⁴, tuổi tác dẫn tới sự khác biệt chính: người trẻ bàn luận nhiều hơn về các chủ đề chính trị, tuy nhiên trong bối cảnh truyền thông xã hội thì sự khác biệt về trình độ học vấn là "tương đối ít"¹⁵. Những nghiên cứu khác cũng chỉ ra rằng, không có sự khác biệt lớn về trình độ học vấn giữa các nhóm tham gia vào truyền thông.¹⁶ Ngược lại, nghiên cứu từ Thụy Sĩ chỉ ra khoảng cách xã hội, được giải thích trong trường hợp này bởi giáo dục, nhưng cũng bởi các yếu tố khác như thu nhập, kỹ năng mạng và mối quan tâm chính trị.¹⁷

Khả năng và sự sẵn sàng tham gia truyền thông chỉ là bước đầu tiên. Để phát ngôn của mình có hiệu quả nơi công cộng thì một số điều kiện phải được đáp ứng: Những bài viết của họ phải nhận được sự chú ý. Trong khi truyền thông đại chúng, như báo chí và truyền thanh, thường bảo đảm về mức độ chú ý cao, thì trường hợp này không xảy ra trên Internet: Ở đây có sự bất bình đẳng vô cùng lớn về sự chú ý (*long tail*¹⁸) và những cơ chế mà người thắng trong cuộc đua dành sự chú ý cho đến nay cũng có lợi thế trong tương lai. Đó là cách tự củng cố của người nổi tiếng: Ai đã tạo nên tên tuổi rồi thì nhờ sự nổi tiếng của mình lại càng nhận được nhiều chú ý hơn.

Tuy nhiên, Yochai Benkler¹⁹ đã đưa *quan điểm lạc quan* vào trong cuốn sách của mình "The Wealth of Networks" (*Sức mạnh của Network*). Ông giả định rằng người thắng và kẻ thua

12

13

14

15

16

17

18

19

trong cuộc cạnh tranh giành sự chú ý thường không phải luôn giống nhau. Lý tưởng nhất nên là, quy trình chính trị hoạt động "từ dưới lên trên", từ nhiều nhóm cộng đồng nhỏ tới một nhóm cộng đồng lớn. Internet không chỉ đưa đến cơ hội quyết định thành công cho một vài nhóm "người giữ cổng" có ảnh hưởng, mà hơn thế, còn mở rộng nhiều con đường và tiêu chí lựa chọn đa dạng cho việc ai nhận được sự chú ý. Internet cung cấp những cơ hội lớn cho công dân và làm cho các chủ đề và ý kiến của họ được lắng nghe. Sự phân chia về sự chú ý có lẽ linh hoạt hơn và có thể giới tinh hoa sẽ không còn nhận được sự ưu tiên lâu dài nữa.²⁰

Matthew Hindman đại diện cho *quan điểm phản biện bi quan*, muốn vạch trần huyền thoại dân chủ số. Ông điều tra về sự phân chia sự chú ý ở Mỹ trên không gian công cộng Internet. Cho mục đích này, ông đã tính toán qui mô thị phần mà những nhà cung cấp có thể giành được.²¹ Mười trang Web lớn nhất về tin tức và truyền thông đạt được 29% thị phần độc giả, Top 10 những trang Web chính trị đạt mức 31%. Ngược lại với niềm tin phổ biến cho rằng sự quan tâm trên Internet ít nhất phải nhiều bằng các phương tiện truyền thông truyền thống: đài phát thanh (7%), nhật báo (19%), và tạp chí (27%), trong một số trường hợp thì thị phần ở đây ít hơn.

Hindman cũng trả lời cho câu hỏi về việc ai chiếm ưu thế trong cuộc đua giành sự chú ý trong thế giới Blog. Trong những Blog với trên 2.000 lượt thăm mỗi tuần, gần hai phần ba trong số chủ Blog đó là cựu sinh viên của một trường đại học tinh hoa, trên một phần tư là giáo sư và hai phần ba có bằng tiến sĩ. Bên cạnh 21% nhà báo cũng có nhiều đại diện các tầng lớp tinh hoa khác (kinh tế, giáo dục, luật, kĩ thuật) tham gia mạnh mẽ vào đó. Hầu hết trong số họ sống bằng nghề viết và hành nghề độc lập và do đó, họ có thời gian để viết Blog vài lần trong ngày. Tuy nhiên, hầu hết những Blog hạng Top này được điều hành bởi nam giới da trắng.²²

Những kết quả trên là bằng chứng cho *khoảng cách về sự chú ý*. Nó được củng cố thêm bởi thuật toán công cụ tìm kiếm: thuật toán *Page rank* ưu tiên các trang Web có liên kết link nhiều và bỏ qua những hoạt động của công dân trên các mạng xã hội. Melanie Magin và các đồng nghiệp, trong một phân tích nội dung các kết quả tìm kiếm của Google đã nhận thấy rằng, trong trang đầu tiên của các kết quả tìm kiếm, chỉ 3 phần trăm các kết quả dẫn đến các trang mạng xã hội hoặc trang cá nhân.²³ Báo chí chuyên nghiệp và truyền thông đại chúng truyền thống thường đạt được hiệu ứng khuếch đại đặc biệt khi trích dẫn hoặc tham khảo từ các mạng xã hội.²⁴ Ở đây, sự định hướng tinh hoa cũng được xác định. Tuy nhiên, sẽ không đủ nếu chỉ đo sự chú ý. Thêm nữa, cần phải làm sáng tỏ, liệu và bằng cách nào những chủ đề và ý kiến của công dân được thông qua trong diễn ngôn công cộng và nó có ảnh hưởng ra sao đến sự hình thành quan điểm cá nhân và dư luận xã hội, cũng như ảnh hưởng tới những quyết định về chính sách và bầu cử thế nào.

20

21

22

23

24

Được hay mất trong sự đa dạng?

Tóm tắt

Sự đa dạng về nội dung trên Internet không tự động được bảo đảm thông qua thực tế, rằng hầu như không còn rào cản về kỹ thuật nào đối với sự tham gia vào truyền thông công cộng. Ngược lại, phải giả định rằng, có hàng loạt các nguyên nhân dẫn tới tới sự hạn chế tính đa dạng của việc cung cấp và sử dụng truyền thông. Vì lẽ đó nảy sinh nhu cầu về kiến tạo và quy định nhằm tạo ra tính đa dạng.

Ngược lại với phần về bình đẳng, nơi mà cơ hội tham gia của các tác nhân được quan sát, trọng tâm trong phần này nằm ở kết quả đặc biệt, nghĩa là về tính đa dạng của nội dung truyền thông.¹ Sự đa dạng nội dung có thể được định nghĩa, giải thích và đo lường theo nhiều chiều. Chẳng hạn, có thể nhìn thấy sự đa dạng về chủ đề, quan điểm, tác nhân tham gia và đường vào không gian công cộng.

Sự kỳ vọng vào tính đa dạng dựa vào các nội dung đến được với công chúng. Dữ liệu này sẽ được tiếp tục được biện luận.² Sự đa dạng rất cần thiết cho sự hình thành dư luận dân chủ. Về nguyên tắc, mỗi cá nhân³ đều có quyền tham gia và không một chủ đề hay ý kiến nào có thể bị cản trở. Sự thu thập kiến thức tập thể phải đến từ sự cạnh tranh bình đẳng giữa các địa vị xã hội khác nhau và ở đó chỉ tính đến sự thuyết phục hợp lý của lý lẽ. Không một quan điểm đơn lẻ nào có thể chi phối và dẫn dắt quy trình này. Thiếu sự đa dạng nghĩa một số người phát ngôn, chủ đề hay ý kiến bị loại trừ hoặc không được thể hiện bình đẳng. Sự đa dạng có thể được đo thông qua số lượng các nhà cung cấp phương tiện truyền thông độc lập và thị phần của họ. Tuy nhiên, Van Aest và các cộng sự⁴ đã cảnh báo trong tổng quan nghiên cứu của mình về những kết luận đơn giản: Sự gia tăng số lượng cung ứng không nhất thiết dẫn tới sự đa dạng hơn về nội dung, một nghịch lý đa dạng (*diversity paradox*⁵). Cũng vậy, sự đa dạng nội dung không trực tiếp đưa đến việc gia tăng sử dụng các cơ hội này.⁶ Mặc dù vậy, cho phần này vẫn còn thiếu các nghiên cứu và các kết quả được đưa ra cũng khác nhau.⁷

Những nhân tố làm giảm sự đa dạng

Quan điểm lạc quan cho rằng, trong trường hợp của Internet thì nhu cầu về sự đa dạng đã tự động được đáp ứng, bởi vì ai cũng có thể dễ dàng truy cập vào đó. Điều này có nghĩa là tất cả người phát ngôn, chủ đề hay quan điểm, ý kiến đều được đại diện trên đó. Quan điểm này bị *quan điểm bi quan* phản bác lại. Quan điểm bi quan chứng minh hàng loạt các nhân tố cản trở sự đa dạng trên mạng.⁸

- Sự quan tâm *bày tỏ quan điểm chính trị* trực tuyến còn hạn chế đối với người dùng Internet và có khoảng cách giữa các nhóm công dân khác nhau.⁹ Như vậy, giả định cho rằng sự đa dạng về nội dung trên Internet lớn hơn nhiều so với trong các phương tiện truyền thông đại chúng truyền thống và nội dung trên đó là bức tranh đại diện cho các chủ đề và ý kiến trong một xã hội nhất định là có vấn đề.
- Ngoài ra, có sự *đồng định hướng giữa các nhà cung cấp*. Họ quan sát lẫn nhau và dùng nội dung của nhau. Chẳng hạn, các Blog thường lấy chủ đề từ các nhà cung cấp báo chí chuyên

nghiệp. Internet cũng làm cho việc quan sát lẫn nhau giữa các ban biên tập trở nên dễ dàng hơn. Họ dựa trên các tin từ trang tổng hợp tin tức Google News và các phương tiện truyền thông hàng đầu như Spiel Online. Qua các trang này, họ nắm được tình hình tin tức và biết được đội ngũ biên tập có ảnh hưởng đang viết gì. Điều này cũng dẫn tới sự san bằng về nội dung.

- Tính đa dạng đồng thời cũng suy giảm trong nghiên cứu báo chí, bởi vì các phòng biên tập thường ưu tiên sử dụng công cụ tìm kiếm giống nhau ("Googleization" của báo chí¹⁰) hoặc những nguồn tương tự nhau (như Wikipedia).
- Hành vi của người dùng trang Web, thông qua các *chương trình giám sát người dùng*, cũng được giám sát chặt chẽ và minh bạch cho nhà cung cấp. Sự định hướng nội dung dựa theo "số lần nhấp chuột" - chiều theo thị hướng số đông - đương nhiên có hại cho sự đa dạng.¹¹
- Hiệu ứng này tự tăng cường khi người dùng tìm hiểu về xếp hạng, xem những bài nào được đọc nhiều nhất, và họ cũng sẽ bị kích thích để nhấp chuột vào đọc những bài này.¹²
- Khủng hoảng tài chính trong báo chí cũng góp phần làm giảm sự đa dạng. Do đó, tỉ lệ những bài độc quyền cho một trang Web cụ thể rất ít. Trong khi đó, phần lớn bài viết là nhận từ các phương tiện truyền thông chủ truyền thống với giá hợp lý rồi *tái sử dụng*. Vì lẽ đó, chỉ có rất ít nhà cung cấp báo chí chuyên nghiệp mới mà phạm vi hoạt động chỉ trên Internet.

Những phân tích nội dung chỉ ra rằng, không có sự khác biệt đáng kể về mức độ đa dạng giữa các cung ứng của báo in, phát thanh truyền hình và Internet. Trang Web của các phương tiện truyền thông cũ, đặc biệt là của dịch vụ phát thanh truyền hình công, đóng góp nhiều hơn vào sự đa dạng trên Internet hơn là các trang web trực tuyến đơn thuần.¹³ Một nghiên cứu khác chỉ ra rằng, những bản tin truyền hình trực tuyến của các đài truyền hình công có tính đa dạng hơn nhiều so với trên truyền hình.¹⁴

Thêm vào đó, cần phải phân biệt rõ giữa sự đa dạng về cung ứng – được thảo luận cho đến nay – và *sự đa dạng thực sự nhận thức được*, đặc biệt trong trường hợp của Internet. Chỉ khi sự cung ứng chuyển biến thành sự đa dạng sử dụng, thì người dùng mới được thông tin đầy đủ và biết về những quan điểm khác nhau.

- Xét theo *sự phong phú của các cung ứng*, mỗi người dùng chỉ có thể nhận thức một phần nhỏ toàn bộ thông tin nhận được. Liệu anh ta có phát hiện ra toàn bộ các ý kiến được đại diện trên Internet về một chủ đề thời sự gây tranh cãi không là điều đáng nghi vấn.
- Khả năng *chủ động tìm kiếm nội dung* trên Internet dẫn tới sự chọn lọc thông tin (*selective exposure*). Người dùng chủ động tìm kiếm các thông tin để củng cố cho các quan điểm và chủ đề của mình mạnh mẽ hơn so với trong các phương tiện truyền thông đại chúng truyền thống.
- Thêm vào đó, những ưu tiên của người dùng thường trùng lặp với mức độ cao. Điều này dẫn đến sự *tập trung chú ý* vào một số ít cung ứng mà đáp ứng được phạm vi bao phủ rộng.¹⁵

10

11

12

13

14

15

- Các *công cụ tìm kiếm* giúp tìm thông tin trên Internet. Tuy nhiên, máy truy tìm dữ liệu, chẳng hạn như Google, thường ưu tiên các trang Web đã được xếp liên kết nhiều (*page rank*) và tăng sự tập trung chú ý vào những trang này.
- Trong khi truyền thông đại chúng truyền thống như báo chí, phát thanh truyền hình duy trì được phạm vi bao phủ rộng thông qua sự tiếp xúc trực tiếp với một cung ứng, thì các nội dung được phát tán trên Internet, chẳng hạn như các chia sẻ lại Tweet (retweets), làm tăng *gián tiếp và bổ sung* phạm vi bao phủ. Ai có khả năng kiểm soát các thông tin không rõ ràng trên Internet, sẽ là người nắm được quyền lực.¹⁶

Nhìn chung, phải giả định rằng sự đa dạng về cung ứng trên Internet chỉ một phần được người dùng tận dụng. Thêm nữa, về phía cung cấp cũng có nhiều nhân tố gây ảnh hưởng và cản trở sự đa dạng.

Quyền lực cân bằng hay tập trung

Tóm tắt

Internet dẫn tới sự chuyển đổi vị trí của quyền lực qua công luận. Đặc biệt, điểm mới là, các tác nhân phi báo chí hay trung gian, đều có thể có quyền lực đặc biệt. Có hàng loạt các công nghệ kỹ thuật thuyết phục mới xuất hiện nhằm gây ảnh hưởng tới việc hình thành dư luận. Việc đánh mất độc quyền như là người gác cổng, là nhân tố có ảnh hưởng quan trọng, mặt khác, là lý do dẫn tới việc các phương tiện truyền thông truyền thống để mất quyền lực vào công luận. Những hy vọng vào sự phân chia quyền lực rộng rãi, tuy nhiên, vẫn chưa được thực hiện.

"Quyền lực" ở đây được hiểu là khả năng gây ảnh hưởng tới các hành vi của các tác nhân khác nhằm đạt được những mục đích đề ra.¹ Các hình thức quyền lực bao gồm việc sử dụng vũ lực, đe dọa hay hứa hẹn, thuyết phục nhằm đến sự tuân thủ tự nguyện, cũng như việc truyền đạt kiến thức có chọn lọc mà ảnh hưởng đến nhận thức chủ quan của tình huống hành vi. Quyền lực thông qua giao tiếp được coi là *quyền lực mềm*.²

Quyền lực, tự nó không có giá trị nội tại. Quyền lực là một phương tiện, mà với nó các giá trị khác có thể được thực thi hoặc cũng có thể bị bỏ lỡ. Về nguyên tắc, sự phân bố không đồng đều và sự tập trung của quyền lực được nhìn nhận một cách phê phán. Tuy nhiên, điều quyết định cho việc đánh giá là quyền lực được hợp pháp hóa ra sao và nó được sử dụng cho mục đích gì? Liệu nó có được dùng để nhằm đạt được giá trị hay làm giảm giá trị, chẳng hạn như tự do và sự đa dạng hay không?. Trong một nền dân chủ, quyền lực chính trị phải được hợp pháp hóa bởi người dân và đó cũng là nền tảng cho việc hình thành dư luận "từ dưới lên trên", nghĩa là bắt đầu từ công dân.

Quyền lực ngôn luận của các tác nhân phi báo chí

Những tác nhân nào sở hữu quyền lực trên Internet? Trong các phương tiện truyền thông đại chúng truyền thống, quyền lực ngôn luận chỉ được gán cho những nhà cung cấp truyền thông báo chí, bởi vì họ đóng vai trò người gác cổng (*gatekeeper*) và trong đó họ có thể tự quyết định nội dung đăng tải. Ngược lại, trên Internet thì nhà cung cấp phi báo chí cũng có thể đạt được quyền lực ngôn luận.³ Trên Internet, đặc biệt với sự hỗ trợ của các truyền thông mạng xã hội, họ có thể bỏ qua báo chí chuyên nghiệp hay còn gọi là phi trung gian hóa (*disintermediation*). Các đảng phái, chính trị gia và các tác nhân khác tận dụng cơ hội này để gây ảnh hưởng.⁴ Ngay cả công dân cũng có thể tập hợp thông qua sự huy động và phản kháng nhằm xây dựng sức mạnh đối kháng (*counter-power*)⁵ trên Internet.⁶ Theo quan điểm *lạc quan* điều này dẫn đến sự thay đổi quyền lực của truyền thông đại chúng truyền thống và của nhà nước sang sự phân phối quyền lực rộng rãi, trong đó công dân được quyền tham gia mạnh mẽ.⁷ Ngược lại, mặc dù quan điểm *bi quan* cũng đề cập đến sự hoán đổi quyền lực, nhưng mà là từ sự tập trung sức mạnh ngôn luận từ những nơi khác. Mức độ quyền lực ngôn luận mà các nhà cung cấp phi báo chí sở hữu tùy thuộc vào phạm vi bao phủ và uy tín của họ (như một chỉ báo về khả năng tiếp nhận của công chúng).⁸

1
2
3
4
5
6
7
8

Nếu quyền lực ngôn luận có thể đo được, thì bên cạnh đó cũng phải kiểm tra xem, liệu những hiệu ứng dự định có thể đạt được không. Đặc biệt, quyền lực ngôn luận dựa vào khả năng sử dụng thành công các kỹ thuật thuyết phục.

Quyền lực ngôn luận thông qua các kỹ thuật thuyết phục

Có thể tìm thấy vô số kỹ thuật thuyết phục trên Internet.⁹ Vấn đề nằm ở chỗ, một số kỹ thuật mà tính ứng dụng của nó không được rõ ràng và chúng được tạo ra nhằm đánh lừa công chúng về tính xác thực và nguồn gốc của nó, hoặc theo một cách khác, làm chệch hẳn ý tưởng của một diễn ngôn có chủ ý. Những kỹ thuật đó bao gồm tin giả (fake news)¹⁰, các câu chuyện chiến lược (strategic narratives)¹¹, các Video giả¹², các thuyết âm mưu¹³, một nửa sự thật (factitious informational blends)¹⁴, đưa xuất xứ sai (false flags, cloaked websites)¹⁵, rò rỉ thông tin sai nhằm mục đích tiết lộ (tainted leaks)¹⁶ và những tiết lộ nhằm lái dư luận theo một hướng cụ thể¹⁷, những phát ngôn thù hận tấn công người dùng và nhà báo¹⁸, các cuộc tấn công của tin tặc cũng như sự phát tán hàng loạt và có chủ đích bằng thuật toán (social bots) những tin tức sai lệch và các thông tin không có nguồn gốc chính xác, những thứ cũng sẽ dẫn tới việc đánh lạc hướng dư luận (astroturfing) hoặc với mục đích lăng mạ cá nhân.¹⁹ Trong chiến dịch tranh cử tổng thống Mỹ năm 2016 cũng như trong chiến dịch bầu cử Liên bang năm 2017, đã có một số bằng chứng cho thấy việc sử dụng các kỹ thuật này, đặc biệt là các Robot xã hội (social bots)²⁰. Ngày nay, nhìn chung có sự kỳ vọng vào các nỗ lực thao túng trong những chiến dịch bầu cử.²¹

Tuy nhiên, trong cả hai trường hợp, các vấn đề chưa được làm sáng tỏ. Các kỹ thuật thuyết phục cũng có thể được xếp vào sự chỉ trích mạnh mẽ đối với các thể chế chính trị, trong chừng mực những thể chế đó phi lý và nhằm vào việc hạ thấp sự tin tưởng vào chúng (chẳng hạn như trong các chỉ trích về "báo chí giả dối"). Vẫn còn tranh cãi trong việc, trong chừng mực nào thì những thu thập hàng loạt và những phân tích dữ liệu cá nhân (big data) hiện nay đã làm tăng khả năng tiên đoán về cá nhân và khả năng kiểm soát hành vi cá nhân (micro targeting, dark ads). Điều này, chẳng hạn, sẽ có ảnh hưởng đến hành vi bỏ phiếu hay hành vi tiêu dùng.²² Tuy nhiên, có những lo ngại đáng kể trong việc sử dụng các kỹ thuật giám sát và điều khiển của nhà nước và doanh nghiệp.²³ Việc sử dụng và nguyên lý tác dụng vẫn chưa được làm sáng tỏ để có thể kết luận về tiềm năng quyền lực của chúng. Rất khó để xác định kẻ chủ mưu đứng đằng sau. Việc tung tin giả của Nga được cho là không chỉ xảy ra trong chiến dịch bầu cử Mỹ năm 2016, mà còn cả trong các cuộc xung động bạo lực ở Ukraine và Syria.²⁴

Quyền lực của trung gian

9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24

Một sự thay đổi quyền lực diễn ra trên Internet có lợi cho các trung gian như Facebook và Google.²⁵ Các công ty Internet sở hữu ba nguồn quyền lực: quyền lực kinh tế, quyền lực về dữ liệu và cơ sở hạ tầng cũng như quyền lực thiết lập quy tắc, mà với chúng, họ có thể cấu trúc hành vi của các tác nhân khác.²⁶ Việc đăng tải và phổ biến các bài báo về các chủ đề xã hội quan trọng và định hướng của chúng đặt ra câu hỏi có tính cấp thiết về quyền lực của các công ty này đối với dư luận²⁷, trách nhiệm xã hội và sự điều chỉnh cần thiết.²⁸ Mạng xã hội trở nên vô cùng quan trọng cho thông tin và tin tức chính trị, đặc biệt cho nhóm đối tượng trẻ. Các công cụ tìm kiếm như Google cũng trở nên quan trọng cho việc truy cập tin tức.²⁹ Tầm quan trọng của việc hình thành dư luận của các nhà cung cấp trung gian, nghĩa là khả năng của họ trong việc gây ảnh hưởng đến sự hình thành ý kiến cá nhân và dư luận xã hội, không chỉ phụ thuộc vào mức độ bao phủ của nó.³⁰

Tuy nhiên, cho đến nay, chỉ có rất ít nghiên cứu về tác động của chúng dựa trên các đánh giá thực nghiệm được thực hiện. Các trung gian có thể giành được quyền lực ngôn luận bằng cách *thao túng, điều khiển nội bộ* những nội dung được đưa lên. Liệu và bằng cách nào điều này xảy ra thì cho người quan sát từ bên ngoài rất khó để nhìn thấy. Epstein/Robertson (2015) đã tiến hành các thí nghiệm để chứng minh cho ảnh hưởng về mặt chính trị dựa trên các kết quả tìm kiếm bị bóp méo. Thông qua các kết quả tìm kiếm về các ứng cử viên cho bầu cử, những người chưa quyết định bầu cho ai sẽ bị tác động. Mặc dù hiệu ứng của nó là rất ít, nhưng trong một cuộc rượt đuổi sát nút thì nó có thể có ý nghĩa quyết định. Sự gây ảnh hưởng từ bên trong như vậy, do đó, rất khó để phát hiện.³¹ Thử nghiệm của Facebook, bị chỉ trích về những lý do đạo đức nghiên cứu, cũng đưa ra bằng chứng cho khả năng về ảnh hưởng có chủ đích. Thông qua thử nghiệm, Adam D.I.Kramer, Jamie E. Guillory chỉ ra rằng, những tâm trạng tích cực và tiêu cực trên các newsfeed của Facebook có tác động lây lan.³² Việc sử dụng thường xuyên hoặc không thường xuyên các cảm xúc tích cực ảnh hưởng sâu hơn đến giao tiếp của người dùng Facebook theo hướng thích hợp. Robert M.Bond và đồng nghiệp phát hiện thấy, biểu tượng "I Voted" (*Tôi đã bỏ phiếu*), là dấu hiệu cho sự tham gia vào bầu cử cho bạn bè trên Facebook, là động lực cho những cử tri còn chưa đi bỏ phiếu.³³

Tuy nhiên, mối lo ngại ở đây là biểu tượng này có thể được dùng để đạt được một lợi ích chính trị theo một hướng cụ thể (*digital gerymandering*)³⁴. Hết lần này đến lần khác, những quy định mà theo đó Facebook ngăn chặn nội dung, bị chỉ trích.³⁵ Năm 2016, đã có cáo buộc Facebook về việc đàn áp các bài báo hay ý kiến bảo thủ trong việc lựa chọn xu hướng tin tức,³⁶ Việc tùy tiện chặn các Video trên Youtube cũng bị chỉ trích.³⁷

Các trung gian cũng có thể tăng quyền lực của họ thông qua sự *phụ thuộc ngày càng lớn* của báo chí và các nhà cung cấp khác.³⁸ Mối quan hệ cộng sinh giữa báo chí và trung gian diễn ra, khi các ban biên tập quan tâm tìm kiếm các nguồn và giám sát độc giả trên các mạng xã hội hoặc với sự trợ giúp của các công cụ tìm kiếm. Trong trường hợp hòa nhập, báo chí chuyên nghiệp tự tạo ra truyền thông xã hội cho riêng mình: Các ban biên tập tạo tài khoản trên Twitter, Facebook, YouTube hoặc Instagram với tên thương hiệu của mình trên các nền tảng trung gian nhằm truyền bá rộng rãi những nội dung

25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38

riêng, quảng bá cho mình cũng như để tương tác với độc giả. Các trang mạng xã hội, công cụ tìm kiếm và các trang tin tức hướng rất nhiều sự chú ý của người dùng đến các trang báo chí chuyên nghiệp.³⁹ Thông qua những sự đan xen đa dạng này, các tòa soạn có xu hướng mất đi quyền kiểm soát về việc phân phối tin tức của mình và mối quan hệ với công chúng cho các nhà cung cấp nền tảng.⁴⁰ Ngoài ra, những nội dung riêng hoặc các chức năng của bên trung gian cũng có thể được tích hợp vào một trang Web bên thứ ba (*widgets*), chẳng hạn các Video trên Youtube hay nút Like trên Facebook làm tăng ảnh hưởng của trung gian bên ngoài trang web của chính họ.⁴¹

Tuy nhiên, không giống như báo chí chuyên nghiệp, các trung gian không thể kiểm soát hoàn toàn nội dung mình cung cấp. Các nội dung có thể *bị thao túng từ bên ngoài*, như với trường hợp *tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO- search engine optimization)*, gây ảnh hưởng đến khả năng hiển thị của trang Web trên các công cụ tìm kiếm, hay trong các chiến dịch chính trị trên phương tiện truyền thông mạng xã hội.⁴² Như vậy, các trung gian cũng có thể bị công cụ hóa từ bên ngoài thông qua các lực lượng xã hội, để từ đó đạt được quyền lực ngôn luận.

39

40

41

42

Sự hòa nhập hay sụp đổ của không gian công cộng?

Tóm tắt

Sự hòa nhập hay sụp đổ của công luận trên Internet phải được đặt ra dưới nhiều góc độ (chủ đề, quan điểm, không gian v.v). Việc lựa chọn người dùng chủ động và kiểm soát thụ động bởi thuật toán có thể ảnh hưởng đến điều này. Hiện nay, buồng dội âm và bong bóng lọc đang được thảo luận như những hậu quả tiêu cực của sự sụp đổ không gian công cộng. Tuy nhiên, rất khó để tìm ra bằng chứng thực nghiệm cho câu hỏi trên: có rất ít dẫn chứng. Sự tích hợp không gian là đáng nghi vấn. Hơn nữa, ranh giới hiện có giữa các quốc gia, ngôn ngữ và văn hóa thì tự phản chiếu trên Internet.

Một trong những chức năng chính của truyền thông đại chúng là sự hòa nhập của xã hội.¹ Với phạm vi bao phủ lớn của mình (với nó, truyền thông đại chúng có thể tiếp cận tới toàn bộ dân số) cùng những cung ứng đa dạng, truyền thông đại chúng được cho là có tính hòa nhập dưới nhiều góc độ: bằng cách tập trung vào những chủ đề được công chúng quan tâm (*agenda-setting*). Sự hòa nhập cũng có thể được quan sát theo chiều không gian: Đây là công chúng Châu Âu hay thậm chí công chúng toàn cầu?

Với Internet, *kì vọng lạc quan* liên kết nó với sự kết nối tốt hơn: tất cả mọi thứ đều có thể nhìn thấy, tất cả đều có thể kết nối với nhau, mọi người đều có thể liên lạc với nhau. Internet mang đến sự minh bạch hơn và tạo điều kiện dễ dàng hơn cho sự trao đổi vượt qua ranh giới hiện có giữa các nhóm có chung mối quan tâm, các luồng quan điểm chính trị cũng như các khu vực nhà nước, ngôn ngữ và văn hóa. Những mạng lưới cá nhân, thông qua các mạng xã hội, sẽ được mở rộng hơn so với giao tiếp trực tiếp. Ngoài những mối liên hệ bền lâu, chặt chẽ thì rất nhiều mối quan hệ lỏng lẻo (*weak ties*) có thể được thiết lập lại và duy trì.²

Ngược lại, *luận điểm bi quan* cho rằng: Internet không khuyến khích sự hòa nhập, mà thay vào đó là sự phân rã, nghĩa là sự sụp đổ của không gian công cộng và xã hội như một tổng thể, thành các đơn vị nhỏ lẻ, biệt lập và đồng nhất, các buồng dội âm (*echo chambers*). Có hai lý do được đưa ra: thứ nhất, là khuynh hướng thích những người giống mình. Người dùng có xu hướng lựa chọn những chủ đề họ quan tâm và những ý kiến ủng hộ quan điểm của mình (*selective exposure*). Điều này có nghĩa là chủ đề nghị sự chung bị biến mất và không còn sự tranh luận nữa. Thay vào đó, họ rút vào buồng dội âm, nơi mà những người có cùng quan điểm tán thành lẫn nhau. Sự cô lập chủ động và bị động này, tuy nhiên, đều gây hại cho nền dân chủ. Luận điểm về sự sụp đổ được đại diện bởi những tên tuổi như Cass R. Sunstein³ và Jürgen Habermas⁴.

Trong một bài tiểu luận gây tiếng vang lớn, W.Lance Bennett và Shanto Iyengar⁵ đã lập luận rằng, truyền thông phát triển ngày càng mạnh mẽ với nội dung không đồng nhất có thể dẫn đến sự chọn lọc thông tin mạnh mẽ hơn theo hướng ủng hộ quan điểm của người tiếp nhận. Điều này thúc đẩy sự phân mảnh của công chúng và sự phân cực của nó, bởi vì sự sử dụng và thiết lập tương hỗ lẫn nhau.⁶ Tuy nhiên, không chỉ hành vi chọn lọc một chiều của người

1
2
3
4
5
6

dùng, mà cả *thuật toán kiểm soát cá nhân hóa* của các dịch vụ cũng gây nên sự lo ngại. Thông qua kiểm soát này, người dùng vô tình có thể bị rơi vào cái gọi là "bong bóng lọc"⁷ và bị mắc kẹt trong quan điểm của mình. Thay vì cung cấp cả "một gói" thông tin tổng quan đa chiều thì chỉ những thông tin "được cá nhân hóa", được đo ni đóng giày cho từng người dùng được gửi đi.⁸

Chủ đề nghị sự chung vẫn được giữ lại, có ít bằng chứng về "buồng dội âm" và "bong bóng lọc"

Trong chừng mực nào thì những kết quả nghiên cứu thực nghiệm có thể xác nhận luận điểm phân mảnh trong các biến thể khác nhau? Điều cần lưu ý đầu tiên ở đây là, có vô số nghiên cứu rất khác nhau về hoạt động, phương pháp cũng như đối tượng.⁹

Các nghiên cứu này chỉ ra rằng, nhìn chung, một *chương trình nghị sự chung* vẫn còn. Những khảo sát không thể chứng minh sự chệch hướng rõ ràng về chương trình nghị sự của người dùng Internet (mạnh) so với chương trình nghị sự điển hình trong truyền thông đại chúng truyền thống.¹⁰ Ngay cả những phân tích so sánh nội dung chương trình nghị sự trong những cung ứng của truyền thông mạng xã hội và báo chí truyền thống cũng tìm thấy mức độ trùng khớp tương đối cao.¹¹ Rõ ràng là tiềm năng thiết lập chủ đề của truyền thông đại chúng truyền thống trên Internet không hề bị mất đi. Kết quả từ các nghiên cứu tác động chỉ ra rằng, ở đây không chỉ có mối quan hệ hoàn toàn một chiều: các Blog và mạng xã hội cũng có thể xác định chủ đề cho truyền thông đại chúng.¹² Điểm mấu chốt cho câu hỏi về hội nhập không phải là hướng của ảnh hưởng, mà là mức độ trùng khớp giữa các chương trình nghị sự.

Ngược lại, ít rõ ràng hơn là các kết quả cho câu hỏi, liệu các luồng quan điểm khác nhau có lập vách ngăn không. Các liên kết mạng chủ yếu dẫn người dùng đến với quan điểm của họ. Điều này cho thấy sự lựa chọn chính trị một chiều trong việc sử dụng (*selective exposure*) và thông qua những kết nối của các cung ứng (chẳng hạn qua các đường Link) nói chung¹³, đặc biệt cho các trang tin tức,¹⁴ Blog chính trị,¹⁵ Twitter¹⁶ và Facebook¹⁷.

Tuy nhiên, tỉ lệ kết nối với các phương tiện truyền thông và với những luồng quan điểm đối lập vẫn cao, cho nên chúng ta không thể nói về sự cô lập được.¹⁸ Hiệu ứng cũng giảm đi qua các nhóm trực tuyến phi chính trị, những nhóm mở rộng tầm nhận thức.¹⁹ Một nghiên cứu công phu bởi Seth Flaxman và các đồng tác giả²⁰ tại Hoa Kỳ đánh giá dữ liệu về hành vi duyệt Web của 50.000 người dùng, đã tiết lộ, phần lớn lượng tiêu thụ tin tức trực tuyến diễn ra

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

trên trang Web của các phương tiện truyền thông chính thống.²¹ Van Aelst cùng các cộng sự, trong phân tích tổng hợp của mình, cũng đi đến kết luận rằng, những kết quả thực nghiệm không đủ để chứng minh cho giả định về việc "Ban-căng hóa" (sự phân mảnh) của công chúng và sự cô lập của một bộ phận dân số đáng kể. Các hãng thông tấn với tiêu chí đưa tin cân bằng và trung lập vẫn là nguồn tin chính của đại đa số người dân.²² Nhìn chung, sự phân mảnh của các luồng quan điểm diễn ra yếu trên Internet. Tuy nhiên, điều này không loại trừ khả năng rõ ràng là các nhóm cực đoan nhỏ hơn tự cô lập mình.

Biên giới giữa các quốc gia, ngôn ngữ và không gian văn hóa trên Internet được vượt qua ít hơn nhiều so với giả định chung.²³ Các trang Web trong nước chiếm ưu thế trong cả việc sử dụng và chia sẻ. Phần lớn các trang Web liên kết với các trang Web nước ngoài đều dẫn về Hoa Kỳ. Những bằng chứng này chứng minh cho "Huyền thoại về toàn cầu hóa"²⁴ và việc chuyển các đường biên hiện có sang Internet.

Biến thể của luận điểm phân mảnh thuật toán, thụ động cho rằng, các trung gian lựa chọn tin tức tự động dựa theo quan sát về sở thích cá nhân của người dùng. Một bong bóng lọc (*filter bubble*) - trái với giả định rất phổ biến - hầu như cho đến nay vẫn chưa được chứng minh qua thực nghiệm.²⁵ Trong một thực nghiệm với sự trợ giúp của truy vấn tìm kiếm tự động Google, Pascal Jürgens, Birgit Stark và Melanie Magin²⁶ không thể tìm thấy hiệu ứng cá nhân hóa. Điều này cũng đúng với những kết quả nghiên cứu khác về hiệu ứng cá nhân hóa trên Google News.²⁷ Một nghiên cứu do chính Facebook thực hiện cũng làm rõ ràng mọi thứ: theo các kết quả nghiên cứu bởi Eytan Bakshy, Solomon Messing và Lada A. Adamic,²⁸ lựa chọn cá nhân của người dùng có ảnh hưởng lớn đến việc tránh các quan điểm đối lập (ý thức hệ tương đồng) hơn là các thuật toán của newsfeed.

Tuy nhiên, cần lưu ý rằng, hiện nay vẫn còn thiếu các nghiên cứu và trong tương lai phải tính đến sự phát triển mạnh mẽ và hoàn hảo của thuật toán điều khiển sự lựa chọn.²⁹ Hậu quả liên quan tới việc sử dụng các thuật toán có thể không nằm trong chủ định của các nhà cung cấp, tuy nhiên, điều đó không thay đổi một thực tế là chúng có thể ảnh hưởng đến việc hình thành dư luận.

Cả hai phiên bản của luận điểm phân mảnh, cả chủ động (*selective exposure, echo chambers*) và bị động (*filter bubble*), do vậy, là những khẳng định ít chắc chắn xét về mặt quan điểm (hình thành các luồng quan điểm và tránh thảo luận về quan điểm). Ở đây thiếu các nghiên cứu so sánh diện rộng.³⁰

Trong cuốn "Are Filter Bubbles Real?" (Bong bóng lọc có thật không?), Axel Bruns tóm tắt về tình trạng nghiên cứu như sau: "Buồng dội âm và bong bóng lọc là những khái niệm đặc biệt hấp dẫn; chúng đưa ra một giải thích đơn giản về công nghệ cho những vấn đề mà cả những

21
22
23
24
25
26
27
28
29
30

nền dân chủ lâu đời lẫn mới thành lập đều phải đối mặt. Tuy nhiên, nếu càng quan sát kỹ và càng cố gắng khám phá chúng trong thực tế có thể quan sát được, thì chúng càng có vẻ vô lý và phi thực tế hơn. [...] Nghiên cứu mà chúng tôi thực hiện chỉ ra rằng, đơn giản là không có những bằng chứng thực nghiệm cho những thông tin khép kín này theo định nghĩa tuyệt đối của chúng, đặc biệt là trong một môi trường đa nền tảng và phức tạp."³¹

Chất lượng thông tin cao hay thấp?

Tóm tắt

Tiềm năng kỹ thuật cho chất lượng thông tin cao trên Internet hiếm khi được khai thác tối đa. Báo chí chuyên nghiệp – đặc biệt do Internet – rơi vào khủng hoảng kinh tế. Khả năng về việc trang trải chi phí cho báo chí chất lượng cao, ít nhất trong một thời gian dài nữa, là bất khả. Không có viễn cảnh nào cho việc các nhà báo không chuyên (nhà báo công dân) có thể đạt được chất lượng thông tin cao như các biên tập viên chuyên nghiệp. Ở đây không chỉ xem xét đến chất lượng của nội dung, mà chúng ta còn phải đặt ra câu hỏi về việc người dùng mạng đối phó với nó thế nào. Vẫn có sự ưu tiên cho các trang Web truyền thông đại chúng truyền thống, và chất lượng của chúng vẫn rất cao. Mặc dù vậy, mạng xã hội ngày càng trở nên quan trọng đối với thông tin chính trị và tin tức. Ngoài các trang Web của các tên tuổi báo chí nổi tiếng, người dùng mạng thường thiếu tài liệu tham khảo và điều này dẫn tới khó khăn cho họ trong việc đánh giá chất lượng. Đặc biệt, sự thật của những thông tin được phổ biến rộng rãi trên các mạng xã hội cần được đặt câu hỏi.

Chất lượng thông tin của báo chí có thể được đo bằng các tiêu chuẩn nghề nghiệp¹ như: tính khách quan, tính thời sự, phân tích bối cảnh và sự tách bạch giữa tin tức và quan điểm. Mục tiêu của báo chí là đưa thông tin đến người tiếp nhận như những công dân có trách nhiệm.²

Quan điểm lạc quan cho rằng Internet sẽ tạo ra nền báo chí tốt hơn, cụ thể là nền báo chí đa phương tiện và có tính tương tác. Joshua Quittner³ đã kỳ vọng điều này những vào năm 1995 trong một bài báo rất được quan tâm trên tạp chí trực tuyến "Hotwire". Ông hình dung rằng, những điểm yếu của báo chí và phát thanh truyền hình sẽ được giải quyết nhờ kỹ thuật.

Khủng hoảng của báo chí chuyên nghiệp, hầu như không đạt được gì từ báo chí công dân

Hiện nay, *luận điểm phản biện bi quan* đang dần chiếm ưu thế: báo chí chuyên nghiệp đang tự rơi vào khủng hoảng. Chất lượng thông tin sẽ giảm đi - ít nhất là về lâu dài, nếu những trang Web không được tài trợ từ các phương tiện truyền thông cũ nữa - bởi vì báo chí chuyên nghiệp trên Internet thiếu một mô hình kinh doanh.⁴ Một mặt, độc giả và các nhà quảng cáo chuyển từ báo in sang Internet, mặt khác, nó không thành công trong việc giành lại khách hàng sẵn sàng trả phí. Đây là lý do dấy lên sự lo ngại về *sự thay đổi trong sử dụng tin tức*: từ truyền thông đại chúng truyền thống sang Internet và lại sang *truyền thông mạng xã hội*.⁵ Một mặt, các mạng xã hội có thể đáp ứng những kỳ vọng về sự tham gia và tương tác nhiều hơn trên không gian công cộng nhờ sự kết nối trên Internet. Mặt khác, ở đây thiếu sự đảm bảo chất lượng toàn diện, bởi vì nó có thể qua mặt "người gác cổng thông tin" báo chí, nghĩa là phi trung gian hóa (*disintermediation*). Một câu hỏi mở và gây tranh cãi là, trung gian có thể đóng góp ra sao vào việc đảm bảo chất lượng thông tin.

Những người nghiệp dư có thể dùng mạng xã hội để tự tạo ra những *cung ứng báo chí công dân*.⁶ Một số tác giả coi báo chí công dân có hiệu quả tương đương báo chí chuyên nghiệp: Chris Anderson,⁷ cựu tổng biên tập tạp chí "Wired", đã cho rằng "gộp chung lại thì các Blog ít nhất cùng đẳng cấp với truyền thông chính thống". Một phê bình gây tranh cãi và được trích dẫn nhiều về Web 2.0 và về giả định, rằng các nhà nghiệp dư gộp chung lại có thể trội hơn các chuyên gia và nhà báo chuyên nghiệp,

1
2
3
4
5
6
7

thực ra bắt đầu từ Andrew Keen.⁸ Trong cuốn "The Cult of the Amateur", ông cho rằng những người nghiệp dư – ngay cả trong tư cách tập thể - đã tước quyền của các nhà báo được đào tạo bài bản, cả về kiến thức chuyên môn lẫn nhận thức về vai trò.

Mặc dù nhiều nghiên cứu cho thấy, các Blogger và người làm truyền thông nghiệp dư thường tự nhận mình là "nhà báo" và đi theo các tiêu chuẩn của báo chí,⁹ tuy nhiên, những phân tích nội dung các cung ứng và đánh giá của công chúng có xu hướng phản bác lại luận điểm cho rằng, nội dung được đăng tải trong truyền thông xã hội lớn hơn về mức độ và tương đương về chất lượng so với báo chí chuyên nghiệp. Do đó, nhìn một cách tổng thể thì ở đây tồn tại một *mối quan hệ bổ sung* hơn là cạnh tranh.¹⁰

Với báo chí chuyên nghiệp, bộ phận sản xuất tin tức và đảm bảo chất lượng hầu hết đều nằm trong phạm vi ban biên tập. Ngược lại, trong báo chí có sự tham gia của công chúng, các bài viết chỉ được kiểm tra và tiếp tục thay đổi *sau khi* đăng tải. Thêm nữa, họ không nhất thiết phải trải qua việc đánh giá tập thể (*wisdom of crowds*¹¹) như một thay thế cho bài biên tập. Các điều kiện cho báo chí có sự tham gia của công chúng – ít nhất là trong lĩnh vực tin tức hàng ngày – được cho là khá tệ: áp lực về thời gian và việc mất giá trị tin tức nhanh chóng là những điều kiện bất lợi cho việc thu thập, kiểm tra và xuất bản tin tức thường xuyên trên cơ sở tự nguyện. Mặc dù "các nhà báo không chuyên" có thể có kiến thức chuyên môn, thì năng lực báo chí và nhận thức về vai trò của nhà báo phải được đào tạo phù hợp. Do đó, những bài viết của nhà báo nghiệp dư, để cung cấp chất lượng cao, tốt nhất phải là về những chủ đề đặc biệt.¹²

Cho đến nay, có rất ít so sánh về chất lượng trên diện rộng được thực hiện. Mặc dù vậy, các nghiên cứu có sẵn đã xác định giá định rằng các cung ứng báo chí chuyên nghiệp trội hơn những cung ứng báo chí có sự tham gia.¹³

Chất lượng từ quan điểm của công chúng

Trong chừng mực nào công chúng trên Internet có khả năng đánh giá chính xác về chất lượng của cung ứng và đưa ra những nhận định phân biệt về chúng? Sự gia tăng về số lượng cung ứng và hàng loạt cung ứng cạnh nhau với chất lượng thông tin khác nhau hoặc không rõ ràng khiến người dùng gặp khó khăn trong việc đánh giá và lựa chọn.¹⁴ Internet xóa nhòa ranh giới giữa các phạm vi tiêu chuẩn khác nhau; nó dẫn tới *sự sụp đổ của bối cảnh*.¹⁵ Bởi vì Internet là một phương tiện tích hợp, nó cung cấp một lượng lớn bối cảnh. Điều tương tự cũng áp dụng cho các định dạng tích hợp (chẳng hạn như truyền thông mạng xã hội) và thương hiệu tích hợp (như Facebook). Do đó, phương tiện, định dạng và thương hiệu hầu như không đưa ra những cảnh báo truyền thông về truyền thông cho chất lượng của các nội dung trong đó. Với trường hợp báo chí giả và đầy thiên kiến, cho người dùng thường rất khó để xác định, liệu chúng có tuân theo những nguyên tắc báo chí cơ bản hay không.¹⁶ Trong vùng mập mờ của báo chí bao gồm, chẳng hạn báo chí công dân, những cung ứng được điều khiển bởi thuật toán (như Google News) và cung ứng dựa theo sở thích cá nhân và chỉ là "báo chí" mô phỏng. Tình trạng tiếp nhận thông tin trở nên trầm trọng hơn qua sự *thoát ra khỏi bối cảnh*.¹⁷ Các bài viết thường được đưa ra ngoài ngữ cảnh, chẳng hạn từ các danh sách tìm kiếm từ của công cụ tìm kiếm hay các đề xuất trên các phương tiện truyền thông xã hội. Do đó, những cảnh báo truyền

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

thông về truyền thông về xuất xứ của ngữ cảnh, chẳng hạn như thương hiệu của nhà cung cấp, hầu như không thể hỗ trợ cho việc đánh giá.

Sự thiếu thông tin về bối cảnh và tính thiếu minh bạch về chất lượng kéo theo hậu quả thế nào? Người tiếp nhận hoặc là phải nỗ lực nhiều hơn so với việc họ phải làm trong truyền thông đại chúng truyền thống, để tìm ra đặc tính của các cung ứng và chất lượng của nó. Hoặc theo thời gian, họ hình thành thái độ thiếu hiểu biết, trong đó họ thờ ơ với sự khác biệt trong bản sắc và chất lượng của thông tin (*news fatigue*¹⁸) và không còn tìm kiếm thông tin chất lượng cao nữa.¹⁹ Khả năng thứ ba là sử dụng những cung ứng trên Internet của báo chí chuyên nghiệp, những địa chỉ đã có tiếng về chất lượng và bản sắc. Tuy nhiên, theo Wolfgang Schweiger,²⁰ có vô số lập luận cho khả năng thứ tư, cụ thể là *ảo tưởng kiến thức*, ở đó có sự khác biệt giữa đánh giá chủ quan về việc được cung cấp thông tin tốt, nhưng thực tế bị nhận những thông tin có chất lượng rất thấp: "Việc sử dụng Facebook và các mạng xã hội khác đem tới cho công dân cảm giác được thông tin đầy đủ. Ngay cả những công dân quan tâm tới chính trị cũng sử dụng những nguồn thông tin này ngày càng nhiều. Tuy nhiên, điều đó không nhất thiết đảm bảo cho việc gia tăng kiến thức. Do vậy, nguy cơ thông tin giả liên quan đến chính trị gia tăng. Nguy cơ này cao nhất trong nhóm người có học vấn thấp. Với kĩ năng truyền thông hạn chế cùng với sự quá tải về nội dung trên Internet, họ thuộc nhóm có nguy cơ bị thông tin sai lệch đầu tiên".²¹

Ngược lại, có những nghiên cứu chỉ ra rằng, khi tìm kiếm tin tức, công chúng trên Internet vẫn thường dựa vào các địa chỉ có tiếng và đáng tin cậy. Rõ ràng, giống như trước đây, người dùng vẫn phân biệt rõ chất lượng các cung ứng giữa báo chí chuyên nghiệp và truyền thông mạng xã hội.²² Điều này được khẳng định trong khảo sát tiêu biểu về tin tức số Digital News Survey 2018, theo đó, niềm tin vào các thương hiệu truyền thông số thấp hơn so với các thương hiệu truyền thông truyền thống.²³

Sự thật trên Internet

Sự thật của những thông tin được phổ biến rộng rãi trên Internet đóng vai trò đặc biệt quan trọng – tuy nhiên hiện nay, sự công nhận và tuân thủ giá trị này đang bị đặt câu hỏi ("tin giả", "thời đại hậu-sự thật"). Internet cho phép những thông tin không rõ ràng, gây tranh cãi hoặc không đúng sự thật được phát tán rộng rãi, bởi vì nó không có quy định bắt buộc về xác minh thông tin cho những tin tức được xuất bản thông qua "người gác cổng" thông tin là báo chí. Andrew Rojecki và Sharon Meraz²⁴ phân biệt giữa tin đồn, chuyện tầm phào, sự dối trá, tuyên truyền và *factitious informational blends*, nghĩa là "một nửa sự thật", những thứ được sử dụng trong các chiến dịch (như một hình thức của *negative campaigning - chiến dịch vận động tiêu cực*) nhằm chống lại các đối thủ chính trị, và đã được các tác giả trên quan sát trong suốt chiến dịch tranh cử tổng thống Hoa Kỳ năm 2004. Động cơ chính trị đứng đằng sau các tin giả, chẳng hạn như những tin tức được phát tán trên Internet trong cuộc xung đột Ukraine²⁵ và chiến dịch bầu cử tổng thống Hoa Kỳ năm 2016.²⁶ Ngày càng có nhiều bằng chứng cho thấy, việc phổ biến, tuyên truyền rộng rãi những thông tin sai sự thật trên Internet nhằm gây ảnh hưởng tới việc hình thành dư luận trong chế độ dân chủ. Cả những thuyết âm mưu cũng tìm thấy môi trường vô cùng thuận lợi trên mạng.²⁷

18
19
20
21
22
23
24
25
26
27

Thuyết âm mưu được định nghĩa như những suy đoán hoặc khẳng định sai về một hành động được cho là bí mật của giới tinh hoa với những thiệt hại to lớn cho những người khác.²⁸ Van Aelst và các cộng sự²⁹ nhận thấy trên Internet có sự gia tăng của các thông tin giả và thông tin nửa sự thật. Đặc biệt trong các buồng dội âm, nơi hội tụ của những người có cùng quan điểm, thì xu hướng tương tác với những quan điểm khác của thực tế là rất thấp; do đó thông tin giải thích nhằm cải chính (*debunking*) có rất ít tác dụng.³⁰ Sự xác nhận về bản sắc chung và thái độ chính trị được ưu tiên so với việc tìm sự thật khách quan. Schweiger³¹ lo ngại về cái gọi là "vòng luẩn quẩn", khi người dùng gia tăng kiến thức từ các nguồn tổng hợp, nơi đã đưa thông điệp ra khỏi bối cảnh, và thường hướng đến các truyền thông thay thế, phù hợp với quan điểm của mình cũng như ngày càng ít sử dụng cung ứng từ báo chí chuyên nghiệp, nơi cung cấp một cái nhìn tổng quan về tin tức. Qua đó, kỹ năng để đánh giá chất lượng tin tức và niềm tin vào báo chí của họ bị giảm đi, dẫn đến việc quay lưng lại với báo chí chuyên nghiệp.³²

28

29

30

31

32

Chất lượng diễn ngôn cao hay thấp

Tóm tắt

Nếu chỉ xem xét dưới góc độ kỹ thuật thì Internet cung cấp các điều kiện tuyệt vời cho diễn ngôn trên không gian công cộng. Tuy nhiên, ngay cả tiềm năng này hầu như cũng chưa được khai thác hết. Một tối của sự tham gia và rất nhiều sự lệch lạc từ những lý tưởng có chủ đích bây giờ đã rõ ràng: bối cảnh đặc biệt của Internet thúc đẩy việc giải thoát khỏi sự ức chế hành vi, nhấn mạnh bản sắc tập thể, tạo áp lực thích ứng với môi trường quan điểm cũng như củng cố và phân cực về quan điểm. Có rất ít sự phản đối các chiến lược dân túy và tuyên truyền của các chủ thể chính trị. Trong tương lai, các Robot xã hội có thể ảnh hưởng lâu dài tới truyền thông công cộng.

Lý thuyết về tranh luận trên không gian công cộng đòi hỏi một tranh luận tự do, bình đẳng, duy lý, mạch lạc và đầy tôn trọng những vấn đề được công chúng quan tâm. Các mục tiêu của nó là hình thành ý kiến cá nhân và công luận. Lý thuyết tranh luận nên tạo điều kiện cho công dân hình thành ý kiến của riêng họ. Lý tưởng là, kết quả của tiến trình thảo luận chung này là sự nhất trí mà tất cả các bên tham gia đều có thể tán thành.¹

Hiện nay, sự tham gia vào truyền thông của công chúng, được tạo thuận lợi bởi Internet, đang đòi hỏi những tiêu chí về chất lượng của diễn ngôn, nghĩa là những trao đổi lập luận trong các cuộc tranh luận công khai. Ở đây, có lẽ những tiêu chí về chất lượng tranh luận đã nêu sẽ có giá trị. Những cơ hội cho sự tham gia vào truyền thông đã làm tăng lên kì vọng rằng Internet sẽ nâng cao chất lượng diễn ngôn. Từ góc độ kỹ thuật thuần túy, mạng lưới cung cấp những điều kiện tuyệt vời cho điều này. Tuy nhiên, trong thực tế, truyền thông thường đi chệch khỏi lý tưởng này.² Những hậu quả tiêu cực của việc mở rộng sự tham gia trong những năm vừa qua đã trở nên rõ ràng như ném đá, ngôn từ thù hận (*shitstorms, hate-speech*³), đến nỗi hiện nay *quan điểm bi quan* chiếm ưu thế.

Những nhân tố khiến chất lượng diễn ngôn đi xuống

Đã có vô số nghiên cứu điển hình về *chất lượng thảo luận* của công luận trong các diễn đàn trên Internet.⁴ Tuy nhiên, câu hỏi về việc tạo ra những điều kiện tối ưu cho chất lượng thảo luận trên Internet thì rất khó để trả lời, bởi vì thiếu các nghiên cứu so sánh, trong đó ảnh hưởng của các điều kiện biên khác nhau (điều khiển, quy định, tính ẩn danh, chủ đề v.v) được thu thập có hệ thống.⁵

Mặc dù vậy, có thể kể ra một số nhân tố làm ảnh hưởng đến chất lượng của diễn ngôn và sự hình thành dư luận duy lý trên Internet. Trong tổng quan nghiên cứu của mình, Wolfgang Schweiger đã trình bày như sau: "Hậu quả của việc ẩn danh và sự hạn chế về những tham chiếu cảm xúc-xã hội rất rõ ràng: Ai vi phạm các quy tắc ứng xử trong một nhóm trực tuyến cũng không cần quá sợ hãi. Anh ta hoặc cô ta có thể biến mất ngay lập tức, cũng có thể ở lại mà không bị phát hiện, và sẽ không có các hậu quả về lâu dài nào. Trên hết, người ta không phải nhìn vào mắt của người khác khi nói dối hoặc lặng mặ"⁶. Điều này dẫn tới một *sự giải thoát hành vi* trực tuyến.⁷ Việc thiếu hụt các tham chiếu cảm xúc-xã hội khiến cho *bản sắc nhóm* được nhấn mạnh hơn so với bản sắc cá nhân: những người tham gia khác "ít được nhìn nhận như những cá nhân, mà hầu hết được coi như một phần của tập thể và

1
2
3
4
5
6
7

bản sắc của tập thể đó".⁸ Các nhóm phân biệt với nhau qua những "định kiến tiêu cực"⁹ về nhau. Kết quả của điều này "củng cố trong những phe quan điểm khác nhau việc tự xây thành lũy, ngăn cách với bên ngoài, điều mà người ta thường phàn nàn trên truyền thông mạng xã hội".¹⁰ Từ đó hình thành các nhóm cực đoan.

Theo lý thuyết vòng xoáy im lặng, người tiếp nhận điều chỉnh sự *sẵn sàng phát ngôn* của mình theo sự phân chia quan điểm nhận thức: Nếu họ thấy mình thuộc thành phần thiểu số, họ sẽ giữ im lặng và không tham gia vào tranh luận nữa.¹¹ Những bằng chứng cho đến nay, mặc dù chưa hoàn toàn rõ ràng, chỉ ra rằng, ngay cả trên mạng thì áp lực thích nghi với môi trường quan điểm nhận thức cũng phát huy tác dụng.¹²

Thay cho việc tiến gần hơn với diễn ngôn trên không gian công cộng và xây dựng sự đồng thuận, như là một trường hợp lý tưởng, Schweiger¹³ đề cập đến *sự củng cố quan điểm và phân cực* khi truyền thông thay thế và truyền thông công cộng có sự tham gia của công chúng được thêm vào. Kết quả là người dùng Internet hầu như chỉ tiếp xúc với những quan điểm phù hợp với họ. Ngoài ra, khi họ càng quay lưng với cung ứng từ báo chí chuyên nghiệp thì họ càng ít phải đối diện với các ý kiến đa dạng và đối lập. Nhiều khả năng điều này - do sự lệch lạc nhận thức về môi trường quan điểm - dẫn tới "sự củng cố quan điểm và phân cực trong các phe quan điểm".¹⁴ Theo tác giả, những tác động đáng kể của nó xảy ra trước hết đối với nhóm "trình độ học vấn trung bình quan tâm tới chính trị", đây là nhóm với trình độ học vấn từ thấp đến trung bình, hằng hái tìm kiếm thông tin trên Internet cũng như tham gia thảo luận trên đó. "Rất nhiều thành viên nhóm này – và không chỉ họ - đã từ bỏ các kênh tin tức báo chí chuyên nghiệp. Họ thu thập tin từ các đài truyền hình tư nhân và thêm vào đó, chủ yếu từ truyền thông mạng xã hội hay truyền thông thay thế. Vì sự bất mãn với chính sách và giới tinh hoa, họ thích trao đổi trực tuyến với những người có cùng vị trí và quan điểm như mình".¹⁵ Từ điểm này, và thêm cả các nhân tố khác, dẫn đến "sự pha trộn kì quặc của cuồng nhiệt chính trị, sự thiếu hụt kĩ năng truyền thông, sự quá tự tin về chính trị cùng lúc với việc nhận thông tin sai lệch" trong nhóm học vấn dân quan tâm tới chính trị, Schweiger lập luận.¹⁶ Do có ấn tượng sai về sự phân bổ quan điểm, họ tự thấy mình thuộc về đa số và sẵn sàng tranh luận hơn, thậm chí "ngay cả ở bên ngoài phe quan điểm của mình"¹⁷, mà không cảm thấy bị ràng buộc bởi các quy định về diễn ngôn.

Chiến lược truyền thông của các chủ thể chính trị như Chủ nghĩa dân túy hoặc Tuyên truyền cũng có hại cho chất lượng diễn ngôn. Không có người gác cổng báo chí, chúng có thể được phát tán dễ dàng trên Internet. Theo Jan-Werner Müller,¹⁸ *Chủ nghĩa dân túy* ca tụng rằng chỉ có họ là đại diện đạo đức duy nhất cho nhân dân "chân chính", những người ủng hộ và đại diện cho chủ nghĩa dân túy. Do vậy, nó chống lại giới tinh hoa, chống lại những thể chế và chủ nghĩa đa nguyên. Chủ nghĩa dân túy không tham gia vào một diễn ngôn mở. *Sự tuyên truyền*, theo Klaus Arnold, cũng đi theo một hệ tư tưởng tương tự, nghĩa là từ "xây dựng thực tại theo chủ nghĩa phổ quát với tuyên bố độc quyền về chân lý"¹⁹. Như vậy, ở đây cũng không có sự sẵn sàng tham gia vào diễn ngôn.

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

Việc sử dụng các *Bot hay Robot xã hội* (sozial bots) để mô phỏng hành vi truyền thông của con người và tự động phát tán hàng loạt các thông điệp tương tự nhau có thể tác động lên việc hình thành dư luận trên Internet. Những bằng chứng thực nghiệm về sự hoạt động và tác động của chúng, tuy hầu như vẫn còn để ngỏ, dẫu vậy, theo giả định của Simon Hegelich²⁰ thì có rất nhiều hậu quả tiêu cực có thể xảy ra: các Robot xã hội có thể thay đổi môi trường quan điểm, nếu chỉ có các bình luận một chiều về nó. Việc triển khai chúng cho mục đích này đã được chứng minh trong chiến dịch bầu cử tổng thống Hoa Kỳ năm 2016.²¹ Các thông điệp có tính khiêu khích có thể dẫn tới leo thang xung đột và sự rút lui của những tiếng nói ôn hòa. Người phản đối có thể bị lăng mạ và những thông tin sai có thể bị phát tán rộng rãi. Ngoài ra, Robot xã hội có thể tự động tăng sự nổi bật của Profil bằng cách tăng lượt người theo dõi trên Twitter. Vì những rủi ro này nên việc dùng Robot xã hội được giám sát rất chặt chẽ và công chúng nên được cung cấp thông tin về điều này.²²

20

21

22

Sự an toàn hay tính dễ tổn thương trên mạng?

Tóm tắt

Internet có liên quan tới vô số các rủi ro về an ninh. Các biện pháp của chính phủ nhằm gia tăng an ninh trực tuyến, cùng lúc có thể hạn chế quyền tự do. Bản thân người dùng có thể góp phần vào việc bảo vệ quyền riêng tư khi thay đổi nhận thức chủ quan về quyền được bảo vệ. Tình trạng bí mật giám sát của chính phủ đòi hỏi tính hợp pháp đặc biệt và có thể dễ bị lợi dụng. Điều tương tự được áp dụng cho các thủ đoạn làm rò rỉ thông tin mật.

Giá trị "an toàn/an ninh"¹ đề cập đến việc bảo vệ cá nhân và xã hội khỏi những ảnh hưởng tiêu cực mà nguyên nhân của chúng có thể đến từ bên ngoài, nhưng cũng có thể từ trong các truyền thông trung gian, truyền thông công cộng. Ngoài ra, bản thân truyền thông cũng đòi hỏi được bảo vệ.

Hiện nay, *quan điểm bi quan* đang chiếm ưu thế trong câu hỏi về an toàn và mất an toàn trên mạng. "Sự an toàn" theo nghĩa rộng nghĩa là sự bảo vệ cá nhân và xã hội khỏi những ảnh hưởng tiêu cực về mọi mặt. Các hình thức an ninh² có thể được chia theo kĩ thuật, xã hội-chính trị và nhận thức, tuy nhiên các định nghĩa về an ninh có xu hướng ngày càng tăng.³ Sự đánh giá chủ quan về an ninh, bảo mật có thể khác nhau,⁴ chẳng hạn trong việc bảo vệ quyền riêng tư, cho nên những kỳ vọng về an ninh, do đó, có thể gây ra tranh cãi.⁵ Không gian công cộng là không gian của tự do, nơi tất cả mọi người đều được phép tham gia vào và trong đó – đặc biệt trong trường hợp của Internet – tất cả mọi người đều có thể giao tiếp thoải mái. Đồng thời đây cũng là không gian không an toàn.⁶ Ngày càng có nhiều nguy cơ mới trên Internet được đưa ra ánh sáng như chiến tranh mạng, tội phạm mạng, gián điệp mạng, khủng bố mạng,⁷ quấy rối trên mạng,⁸ vi phạm quyền cá nhân⁹ cũng như vi phạm dữ liệu¹⁰ và quyền riêng tư của người tiêu dùng.¹¹ Ngoài ra, còn có các rủi ro cho chính Internet, nghĩa là cho những truyền thông đang diễn ra trong đó và cơ sở hạ tầng của nó.¹² Lẽ ra, nhà cung cấp và người dùng có thể tin tưởng rằng, sự bảo vệ phát huy tác dụng và những nguy cơ được giảm tối đa.

Điều này đưa chúng ta đến với một lĩnh vực được thảo luận rất nhiều: Internet mang đến nhiều nguy cơ mới cho việc *bảo vệ quyền riêng tư*. Đặc biệt trong các mạng xã hội như Facebook, nơi người dùng phải cân nhắc giữa nhu cầu về riêng tư và các động cơ khác. Nếu họ muốn kết nối hay duy trì các mối quan hệ, họ phải chấp thuận việc tiết lộ bản thân (*self-disclosure*). Quyền riêng tư gắn liền với quyền tự chủ, suy ngẫm, giải tỏa cảm xúc và khả năng tự bộc bạch.¹³

Luận điểm về *ngịch lý quyền riêng tư* cho rằng, có sự mâu thuẫn giữa nhu cầu mạnh mẽ của người dùng Internet trong việc bảo vệ quyền riêng tư của mình, mặt khác, họ lại sẵn sàng tiết lộ thông tin cá nhân. Tuy nhiên, luận điểm này không đứng vững trước một kiểm tra thực nghiệm chính xác hơn.¹⁴ Phân tích tổng hợp chỉ ra những kết quả khác nhau.¹⁵ Nhìn chung, quyền riêng tư, đặc biệt là quyền

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15

riêng tư thông tin có giá trị lớn trong cộng đồng. Sự sẵn sàng bộc lộ bản thân phụ thuộc vào bối cảnh: trong một cuộc nói chuyện trực tiếp người ta sẵn sàng bộc lộ nhiều hơn so với trực tuyến.¹⁶ Nhận thức về vấn đề này ngày càng tăng, ngay cả với giới trẻ.¹⁷

Các tranh cãi chính tập chung chủ yếu ở các *biện pháp của chính phủ* trong việc củng cố an ninh trên mạng (chẳng hạn cuộc chiến chống khủng bố), đồng thời có thể hạn chế quyền tự do, như trong trường hợp các biện pháp giám sát mà tính khả thi của nó ngày càng được mở rộng trên trực tuyến.¹⁸ Vấn đề nghiêm trọng là tính bí mật của các biện pháp này khiến cho công chúng không thể thảo luận về chúng. Báo chí điều tra, "người thổi còi" (whistle-blower) và "người tiết lộ" (leaker) đóng vai trò quan trọng trong việc phát hiện ra giám sát bí mật.¹⁹

16

17

18

19