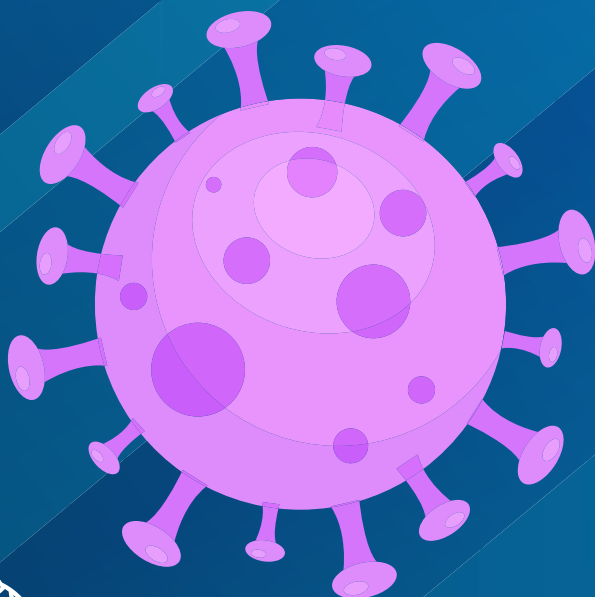


Chương trình Phát triển Bền vững

Trung tâm Sáng kiến Truyền thông và Phát triển



# SỔ TAY HƯỚNG DẪN TÁC NGHIỆP BÁO CHÍ TRONG ĐẠI DỊCH: DÀNH CHO PHÓNG VIÊN VÀ BIÊN TẬP VIÊN



# LỜI GIỚI THIỆU

COVID-19 được Tổ chức Y tế Thế giới công bố đại dịch ngày 11/3/2020.

Kể từ khi dịch bắt đầu bùng phát, các nhà báo trên khắp thế giới đã và đang đóng một vai trò cực kỳ quan trọng trong việc cung cấp cho công chúng thông tin về đại dịch và nỗ lực chống dịch của chính phủ các nước.

Để hoàn thành nhiệm vụ của mình, họ thường xuyên có mặt trên tuyến đầu ở những điểm nóng của đại dịch COVID-19. Điều này đồng nghĩa những người làm báo luôn phải đối diện với nguy cơ nhiễm bệnh qua các chuyến công tác, phỏng vấn và ngay tại những địa điểm họ tác nghiệp. Đồng thời, họ cũng chống chọi với áp lực tin bài, nguy cơ mất việc làm, các vấn đề như rối loạn căng thẳng sau chấn thương (PTSD) khi khai thác câu chuyện, lo lắng, căng thẳng và kiệt sức. Những vấn đề này đã được các tổ chức hỗ trợ báo chí ghi nhận sau các cuộc phỏng vấn với các nhà báo trên toàn cầu.

Để giúp các nhà báo tác nghiệp trong cuộc khủng hoảng từ coronavirus, Mạng lưới Báo chí Điều tra Toàn Cầu GIJN và Ủy ban bảo vệ các nhà báo (CPJ) đã liên lạc thu thập và chia sẻ tài liệu và kinh nghiệm về tác nghiệp, các kỹ thuật báo chí điều tra và dữ liệu trong đại dịch.

MDI, với tư cách là một thành viên của Mạng lưới, chọn lọc và chuyển ngữ một số hướng dẫn của GIJN và CPJ, dựa theo tình hình dịch bệnh và môi trường báo chí đặc thù của Việt Nam.

Cùng với các khuyến nghị phòng bệnh từ các cơ quan hữu quan như WHO và Bộ Y Tế, chúng tôi hy vọng bản hướng dẫn này sẽ hỗ trợ cho nhà báo và toà soạn, hãng tin tại Việt Nam đảm bảo tác nghiệp an toàn, chất lượng và trách nhiệm trong các đại dịch nói chung và dịch bệnh do coronavirus nói riêng.

Sách hướng dẫn này không thay thế cho khoá đào tạo chuyên nghiệp, không có vai trò cập nhật thông tin dịch bệnh. Hãy luôn theo dõi thông tin từ WHO và cơ quan y tế công cộng địa phương của mình để nắm bắt tình hình Covid-19.

# NỘI DUNG

## I. PHÒNG VIÊN

<b>1</b>	<b>LÀM BÁO AN TOÀN</b>	3	<b>3</b>	<b>LÀM BÁO CHÍNH XÁC</b>	21
	a. Bảo vệ sức khoẻ thể chất	3		a. Làm việc với chuyên gia	21
	• Trước và trong khi tác nghiệp	3		b. Làm việc với bằng chứng khoa học	22
	• Với bản thân	3		học	
	• Với thiết bị	5		c. Làm việc với tin giả, tin sai lệch	23
	• Sử dụng đồ bảo hộ cá nhân (PPE)	6		• Ví dụ báo chí điều tra: Buzz-feed (Mỹ) vạch trần mạng lưới lừa đảo khổng lồ bắt đầu bằng một bài đăng trên Facebook	26
	• Sau khi tác nghiệp	7		d. Làm việc với dữ liệu	31
	• Nếu bạn xuất hiện các triệu chứng	8		• Dữ liệu	31
				• Trình bày dữ liệu	33
	b. Bảo vệ sức khoẻ tinh thần	9			
	• Đối với gia đình	9			
	• Đối với nhà báo	9			
	• Đề phòng chấn thương tâm lý khi tác nghiệp với nội dung đau thương	10			
	• Trước khi tác nghiệp	10			
	• Trong khi tác nghiệp với nội dung đau thương	11			
	• Sau khi tác nghiệp và phục hồi tinh thần	12			
	• Vượt qua chấn thương tâm lý	13			
<b>2</b>	<b>LÀM BÁO TRÁCH NHIỆM</b>	15	<b>4</b>	<b>MỘT SỐ LỜI KHUYÊN CỦA CÁC NHÀ BÁO KỶ CỰU TRÊN THẾ GIỚI VỀ TÁC NGHIỆP TRONG DỊCH COVID-19</b>	37
	a. Hiểu cơ bản luật và các quy định chống dịch	15			
	b. Ngôn ngữ	15			
	• Ngôn ngữ gây sợ hãi	15			
	• Ngôn ngữ gây chia rẽ	16			
	c. Gương mặt người trong đại dịch	17			

## II. DÀNH CHO NHÀ QUẢN LÝ TOÀN SOẠN VÀ BIÊN TẬP

<b>1</b>	<b>LƯU Ý KHI CỬ PHÒNG VIÊN TÁC NGHIỆP TRONG DỊCH COVID-19</b>	40	<b>2</b>	<b>HỖ TRỢ CÁC NHÀ BÁO TÁC NGHIỆP TRONG MÔI TRƯỜNG ĐỂ GÂY CHẤN THƯƠNG TÂM LÝ</b>	41
				• Trước nhiệm vụ	42
				• Khi thực hiện nhiệm vụ	42
				• Sau khi hoàn thành nhiệm vụ	43



**PHÓNG VIÊN**

# 1 LÀM BÁO AN TOÀN

## a. Bảo vệ sức khỏe thể chất<sup>1</sup>

Các phóng viên đưa tin về đại dịch coronavirus phải đối mặt với nhiều mối đe dọa khác nhau, bao gồm cả nguy cơ nhiễm bệnh khi tiếp xúc với các giọt chứa mầm bệnh, và lây truyền bệnh cho người thân và cộng đồng.

Để đảm bảo an toàn trước, trong và sau khi tác nghiệp, các phóng viên có thể tham khảo những lời khuyên sau:

### Trước và trong khi tác nghiệp

#### Với bản thân

- Tránh các cuộc phỏng vấn trực tiếp không cần thiết ở những khu vực có rủi ro cao. Tùy theo từng câu chuyện, hãy lên kế hoạch cẩn thận trước khi đi tác nghiệp để giảm thiểu những tương tác rủi ro ở hiện trường. **Ưu tiên sắp xếp các cuộc phỏng vấn qua điện thoại hoặc/và ngoài trời nếu có thể.**
- Nếu phải phỏng vấn trực tiếp trong nhà, chọn địa điểm có không khí thoáng, tránh không gian hẹp. **Đứng chéo với đối tượng phỏng vấn** thay vì đối mặt, luôn duy trì khoảng cách vật lý an toàn như khuyến nghị của cơ quan y tế (trong khoảng 6 feet hoặc 2 mét).
- **Đừng lơ là cảnh giác ngay cả khi bạn ở các khu vực có tỷ lệ lây nhiễm được cho là thấp.** Những cơn sốt này có thể không phản ánh chính xác thực tế tình hình dịch do giám sát dịch bệnh không chặt chẽ hoặc cố ý báo cáo thiếu.
- **Trao đổi với biên tập** và cấp trên của bạn về sự an toàn của chính bạn, đảm bảo tòa soạn/nhà đài có cơ chế phòng ngừa và hỗ trợ cho phóng viên.
- **Những nhà báo có bệnh nền** - như tiểu đường và béo phì - nằm trong nhóm những người có nguy cơ cao với virus corona. Nếu bạn trong nhóm này, hãy tránh nhận những nhiệm vụ đòi hỏi bạn phải tiếp xúc trực tiếp với bệnh nhân, người nghi nhiễm, hay thậm chí nơi đông người. Những phóng viên trong giai đoạn **thai kỳ** cũng nên cẩn trọng.
- Với những phóng viên làm về hình ảnh: **Hãy sáng tạo** cách chụp ảnh, ghi hình nếu



có thể. Ví dụ bạn hãy đưa cho nhân viên y tế máy ảnh/máy quay nhờ họ ghi lại hình ảnh trong các trung tâm y tế hoặc vùng nguy cơ cao. Bạn cũng có thể cân nhắc chụp ảnh từ xa để giảm nguy cơ cho bản thân và nhân vật. Tham khảo bộ ảnh của [The Guardian](#) chụp cuộc sống giãn cách xã hội từ ngoài khung cửa.

- **Luôn để ý tay bạn đã chạm vào những đâu trước khi đưa lên mặt.** Hãy luôn nhớ đến nguy cơ các bề mặt như bề ngoài khẩu trang của bạn bị nhiễm bẩn.
- **Nên che hết tóc.** Tóc dài nên được búi và vén cao.
- **Tháo tất cả đồ trang sức và đồng hồ** trước khi đi tác nghiệp, lưu ý rằng vi-rút có thể vẫn tồn tại trên nhiều loại bề mặt khác nhau trong khoảng thời gian khác nhau.
- Nếu bạn đeo kính, hãy cẩn thận **lau kính thường xuyên** bằng nước nóng và xà phòng. **Tránh đeo kính áp tròng** nếu được, do bạn có thể chạm tay vào mắt và tăng khả năng nhiễm.
- **Cân nhắc loại quần áo** bạn sẽ mặc khi đi tác nghiệp, lưu ý rằng một số loại vải có thể dễ dàng giặt sạch hơn những loại vải khác.
- Khi về nhà, để giày bên ngoài hoặc một góc riêng, tất cả quần áo phải được cởi bỏ cẩn thận và giặt ở nhiệt độ cao với chất tẩy rửa.
- Nếu có thể, hãy cố gắng **tránh sử dụng tiền mặt** khi tác nghiệp và đảm bảo bạn thường xuyên lau sạch thẻ (ngân hàng) và ví của mình. **Tránh đút tay vào túi càng nhiều càng tốt.**
- **Chú ý phương thức vận chuyển** đến và đi khỏi hiện trường. Tránh di chuyển trên các phương tiện giao thông công cộng, taxi trong giờ cao điểm và đảm bảo rửa tay bằng chất sát trùng có cồn khi xuống xe.
- **Hạn chế ăn uống tại hiện trường.** Nếu không có lựa chọn nào khác, hãy tránh ăn uống bằng ly, chén, đĩa có tiếp xúc với người khác.
- **Nếu bạn không khỏe, hãy ở nhà,** giảm nguy cơ lây nhiễm cho người khác. Các triệu chứng thường khởi phát chậm, nên nếu bạn nghĩ rằng mình có thể đã bị nhiễm, hãy thận trọng, không liều lĩnh hoặc coi nhẹ nguy cơ.
- **Hãy là người bảo vệ của chính mình,** không cho phép sức khỏe của chính mình bị đe dọa trong mọi hoàn cảnh.



#### Với thiết bị

- **Ưu tiên chọn đồ nghề gọn nhẹ, nhỏ, dễ lau sau khi sử dụng.** Virus corona có đặc điểm là dễ bị lau sạch, tiêu diệt bằng xà phòng, cồn..., nên bạn có thể lau vật dụng bằng khăn ướt thấm cồn/xà phòng..., hoặc bọc đồ nghề (máy ảnh, mic, điện thoại). Nếu có Go Pro, hãy sử dụng nó.
- **Luôn khử trùng tất cả các thiết bị bằng khăn lau kháng khuẩn** tác dụng nhanh như Meliseptol, làm sạch kỹ lưỡng điện thoại di



<sup>1</sup>. Nội dung dựa theo webinar [Medical, Digital, and Legal Safety Tips for Journalists Covering the Pandemic](#), hướng dẫn Ủy ban bảo vệ các nhà báo (CPJ) và các tài liệu liên quan.



động, máy tính bảng, dây dẫn, phích cắm, tai nghe, máy tính xách tay, ổ cứng, máy ảnh, thẻ bấm và dây buộc...

- **Sử dụng ống kính tầm xa, ống kính tiêu cự dài** để giúp duy trì khoảng cách an toàn.
- **Sử dụng mic cần boom và micrô định hướng thay vì mic cài ve áo**, chỉ nên sử dụng mic cài trong những hoàn cảnh có kiểm soát và tuân thủ các quy trình vệ sinh nghiêm ngặt.
- Với vỏ bọc micrô, nên được khử trùng và rửa ở nhiệt độ cao bằng chất tẩy rửa sau mỗi lần làm việc. Nếu có thể, **hãy tránh các loại vỏ mic như bông lọc khí do chúng khó làm sạch hơn.**
- **Sử dụng tai nghe giá rẻ** bất cứ khi nào có thể và coi chúng là loại thiết bị dùng một lần, đặc biệt là cho nhân vật. Nếu không, lau sạch và khử trùng tất cả các tai nghe trước và sau khi sử dụng.
- Luôn giữ đồ đạc bên người. Đừng để chúng lung tung mà hãy cất trở lại hộp đựng và đóng lại sau khi sử dụng (hộp đựng có mặt cứng, dễ di chuyển, lau chùi và giữ sạch sẽ hơn nhiều). **Đảm bảo điện thoại được sạc hoặc có sạc dự phòng** để tránh trường hợp phải cắm sạc bên ngoài và để điện thoại ở nơi dễ phơi nhiễm tại hiện trường.
- Nếu có thể và để tiện lợi, hãy bọc ni-lông/nhựa bảo vệ xung quanh thiết bị khi sử dụng. Điều này giúp giảm diện tích bề mặt tiếp xúc của thiết bị với môi trường bên ngoài, và sẽ dễ làm sạch và khử trùng hơn.
- **Thường xuyên rửa tay và sử dụng nước tẩy pha loãng, cồn hoặc nước xà phòng để làm sạch thiết bị.** Mặc dù virus có thể tồn tại bên ngoài cơ thể, trong không khí và trên các bề mặt trong một khoảng thời gian nhất định, nhưng hầu như bất kỳ chất tẩy rửa thông thường nào cũng có thể tiêu diệt chúng. Bạn có thể chạm vào đồ đạc, miễn là luôn rửa tay trước khi đưa lên mặt – các bác sĩ trong đại dịch nói chung thường xuyên ghi nhớ điều này.



#### Sử dụng đồ bảo hộ cá nhân (PPE)

- Các thiết bị bảo vệ cá nhân (PPE) buộc phải có khi tác nghiệp: khẩu trang, găng tay và dung dịch tẩy rửa, như nước rửa tay hoặc khăn ướt chứa cồn/xà phòng. **Hãy cân nhắc việc đeo thiết bị bảo vệ mắt, như kính bảo hộ và quần áo bảo hộ toàn thân** khi tác nghiệp trong môi trường nguy cơ cao như bệnh viện hoặc các địa

phương có dịch.

- Quy trình mặc và cởi (tháo) an toàn PPE (chẳng hạn như găng tay dùng một lần, khẩu trang, tạp dề bảo hộ/quần yếm/áo liền quần và bao giày dùng một lần, v.v.) đòi hỏi người sử dụng tuân thủ và thực hành nghiêm ngặt. Bạn có thể tham khảo hướng dẫn sử dụng tại [đây](#). Cần đặc biệt cẩn thận khi cởi bỏ PPE, vì đây là lúc nguy cơ lây nhiễm chéo cao nhất, vì vậy không nên lơ là các biện pháp này. Nếu có bất kỳ nghi ngờ nào, hãy tìm kiếm hướng dẫn của chuyên gia trước khi tác nghiệp.
- **Sử dụng PPE vừa vặn, đúng kích thước với bạn.** PPE quá rộng hoặc quá chật có thể bị rách, gây khó khăn khi chuyển động, và có thể mắc vào các vật như tay nắm cửa và bị xé rách.
- **Luôn sử dụng thương hiệu PPE y tế có uy tín**, chú ý đến các thông số kỹ thuật an toàn tối thiểu theo yêu cầu. Hãy cẩn thận với các mặt hàng bị lỗi cũng như các sản phẩm hàng giả, [như một bài điều tra của tờ The New York Times](#). Danh sách một số thương hiệu thiết bị hàng đầu và đáng tin cậy có thể được xem tại [đây](#).
- Nếu tác nghiệp tại một địa điểm có nguy cơ cao như cơ sở điều trị y tế, thì chắc chắn bạn sẽ phải sử dụng PPE bổ sung như đồ bảo hộ mặc toàn thân, khẩu trang che toàn mặt và găng tay bảo hộ. Lưu ý rằng găng tay nitrile có mức độ bảo vệ cao hơn găng tay cao su. Mang hai lớp găng sẽ tăng độ an toàn.
- Nếu mặc quần yếm toàn thân, hãy đảm bảo bạn **sử dụng nhà vệ sinh trước khi mặc PPE.**
- Tùy thuộc vào nhiệm vụ, bạn có thể phải đi giày dép dùng một lần hoặc sử dụng giày dép không thấm nước, cả hai đều phải được lau/rửa sạch ngay khi bạn ra khỏi địa điểm bị ảnh hưởng bởi dịch. Nếu sử dụng giấy bọc giày dép không thấm nước, chúng nên được tháo bỏ một cách an toàn trước khi bạn rời đi.
- Chúng tôi khuyến nghị rằng tất cả PPE y tế được mặc/đeo dưới sự giám sát của người có chuyên môn, lưu ý rằng đây có thể là thời điểm phơi nhiễm của bạn. Dù bạn có thể tham khảo video hướng dẫn mặc/đeo đồ bảo hộ của [CDC Mỹ](#) (tiếng Anh), nhưng video cũng không thể thay thế hoàn toàn cho việc đào tạo/giám sát thực tế.



- Không bao giờ sử dụng lại PPE sử dụng một lần như găng tay, áo liền quần, tạp dề y tế hoặc bao giày. Bất kỳ thiết bị nào được sử dụng lại phải được khử nhiễm và vệ sinh đúng cách. Đảm bảo tất cả PPE y tế bị ô nhiễm được xử lý theo cách thích hợp TRƯỚC KHI rời khỏi hiện trường bị ảnh hưởng.

### Sau khi tác nghiệp

- Liên tục theo dõi sức khỏe của bạn để ghi nhận bất kỳ dấu hiệu triệu chứng nào.
- Tất nhiên, bạn có thể cần phải tự cách ly sau bất kỳ lần tác nghiệp có rủi ro cao nào. Vui lòng tham khảo [hướng dẫn cách ly](#) của chính phủ để biết rõ hơn.
- Theo dõi các bản cập nhật và thông tin mới nhất về COVID-19, cũng như mọi quy trình cách ly và giãn cách đang được thực hiện ở cả điểm đi và điểm đến của bạn
- Tùy thuộc vào tỷ lệ lây nhiễm ở nơi bạn sinh sống và tác nghiệp, bạn nên cân nhắc ghi chép nhật ký tiếp xúc trong 14 ngày sau khi trở về. Điều này sẽ giúp cho quá trình theo dấu tiếp xúc nếu bạn bắt đầu xuất hiện các triệu chứng.

### Nếu bạn xuất hiện các triệu chứng

- Nếu bạn có các triệu chứng của COVID-19, nhưng nhẹ, hãy thông báo cho nhóm quản lý của bạn tại tòa soạn và làm theo [hướng dẫn](#) của Bộ Y Tế Việt Nam.
- Không rời khỏi nhà trong vòng ít nhất 7 ngày kể từ khi các triệu chứng bắt đầu (khoảng thời gian chính xác sẽ thay đổi tùy theo lời khuyên từ chính phủ từng nước).
- Thông báo với người thân, chủ lao động. Nếu cần giao đồ hay thức ăn, hãy nhờ bạn bè, đồng nghiệp và gia đình của bạn nhận đồ dùng cần thiết và để chúng bên ngoài cửa nhà của bạn.
- Giữ khoảng cách an toàn với những người ở cùng nhà.
- Ngủ một mình, nếu có thể.
- Nếu bạn chia sẻ chỗ ở với những người khác, tất cả cần tuân thủ thời gian cách ly. Hướng dẫn cụ thể có thể được tìm thấy ở [đây](#) (tiếng Anh) và ở [đây](#) (tiếng Việt). Cần đặc biệt cẩn thận khi sử dụng không gian chung và các thiết bị nhà tắm, nhà vệ sinh và nhà bếp, để tránh lây nhiễm chéo.
- Rửa tay thường xuyên và kỹ lưỡng trong ít nhất 20 giây, sử dụng xà phòng và nước nóng.
- Tránh xa những người thuộc nhóm dễ bị tổn thương, như người già và những người có bệnh nền càng nhiều càng tốt.
- Trong trường hợp các triệu chứng của bạn xấu đi đáng kể trong thời gian tự cách ly, hãy thông báo với cơ quan y tế gần nhất.

### b. Bảo vệ sức khỏe tinh thần <sup>2</sup>

Đại dịch COVID-19 là một thách thức tinh thần cho các phóng viên và nhà báo, khi họ phải đối mặt với áp lực tin bài, hạn chế đi lại, chấn thương tâm lý khi tác nghiệp, và ám ảnh về rủi ro sức khỏe cho gia đình.

### Đối với gia đình

Các thành viên trong gia đình có thể sẽ lo lắng và căng thẳng nếu bạn tham gia đưa tin tại hiện trường trong các đợt bùng phát COVID-19. Những phản ứng tiêu cực từ người thân không chỉ có thể ảnh hưởng đến chất lượng tin bài mà còn thêm áp lực tâm lý cho phóng viên. Bên cạnh các biện pháp bảo vệ sức khỏe người thân đã nêu tại phần trước, bạn cũng cần quan tâm đến tâm lý của các thành viên trong gia đình:

- Hãy trao đổi với họ về những rủi ro và mối quan tâm của họ. Nếu cần, hãy mở một cuộc trò chuyện nghiêm túc giữa các thành viên trong gia đình, và thậm chí tham vấn cố vấn y tế của tòa soạn nếu có.
- Bạn cũng có thể tham khảo kinh nghiệm và ý kiến của các nhân viên y tế trong cộng đồng của mình xem họ và gia đình đang xử lý như thế nào.
- Tích cực chia sẻ những hướng dẫn y tế với các thành viên trong gia đình và minh bạch về quy trình tác nghiệp của mình.
- Chỉ chọn đi đưa tin hiện trường nếu nó thực sự cần thiết cho câu chuyện, và thông báo cho gia đình bạn biết việc bạn sẽ làm.

### Đối với nhà báo

Các chuyên gia cho rằng lập kế hoạch hợp lý và xây dựng thói quen điều độ hàng ngày có thể giúp các nhà báo quản lý được khối công việc và tạo được sức “đề kháng” tinh thần trong bối cảnh căng thẳng, đồng thời cân bằng được áp lực từ người thân, gia đình bạn. Chiến lược này xoay quanh: học hỏi, lập kế hoạch, nghỉ ngơi và giữ giao tiếp/liên lạc.

- Đảm bảo duy trì liên lạc thường xuyên với những người xung quanh, trong công việc và cả giao tiếp xã hội.
- Sử dụng mọi nguồn lực sẵn có để hiểu rõ về đại dịch này – từ các trang web của những tổ chức y tế sức khỏe, các hướng dẫn thông tin báo chí, những mối liên hệ với các trường đại học địa phương, không chỉ cho mục đích tìm câu chuyện mà còn xin tư vấn về biện pháp đảm bảo an toàn.
- Đại dịch có thể khiến cho lịch sinh hoạt và làm việc của bạn rối, bị lùi/hủy, hoặc bạn chịu những ảnh hưởng bất ngờ của dịch bệnh, hãy bình tĩnh xử lý theo từng bước nhỏ một. Bạn có thể lên kế hoạch cho thời gian tập thể dục và thư giãn, hay tranh thủ thời gian cách ly xã hội để học những kỹ năng mới, hoặc tập trung hoàn thành những dự án lâu năm.

2. Nội dung dựa theo webinar [Resilience and Reporting: Staying Healthy and Sane](#), bài viết [How Journalists Can Deal With Trauma While Reporting on COVID-19](#) và các [tài liệu liên quan](#).





- Lên kế hoạch và cố gắng theo sát kế hoạch tin bài của cá nhân, tránh những căng thẳng deadline không đáng có.
- Chủ động lên lịch làm việc theo từng ngày, lưu ý có bao gồm thời gian tập thể dục, giao tiếp xã hội và thời gian không sử dụng các thiết bị công nghệ và mạng Internet.
- Chấp nhận hợp tác trong công việc – không chỉ với những bài điều tra riêng, mà còn tham gia các cộng đồng báo chí, các nhóm tác nghiệp trên Facebook.
- Chia lịch làm việc giữa những phần việc và phòng vấn có thể làm từ nhà và những phần việc cần phải ra hiện trường.

### Đề phòng chấn thương tâm lý khi tác nghiệp với tin bài có nội dung đau thương

Khi đưa tin về các cuộc khủng hoảng, bi kịch và thảm họa nói chung, các nhà báo phải đối mặt với một nhiệm vụ phức tạp: không gây thêm tổn thương cho nạn nhân khi phỏng vấn, đồng thời chăm sóc sức khỏe tinh thần của chính họ.

Nhà báo có nguy cơ bị tổn hại tâm lý ở ba giai đoạn khác nhau trong công việc của mình: thứ nhất, với tư cách là nhân chứng hoặc người tham gia sự việc; thứ hai, trong khi giao tiếp và thể hiện cảm thông với nạn nhân; và thứ ba, khi kể lại những câu chuyện của họ, đưa những trải nghiệm của nạn nhân đến khán giả.

Đại dịch phức tạp gây chết người như COVID-19 cũng không là ngoại lệ. Dưới đây là một số khuyến nghị của các chuyên gia để nhà báo có thể tự bảo vệ tâm lý và sức lực tinh thần khi tác nghiệp với những tin bài có nội dung đau thương.

#### Những lưu ý cơ bản

Đừng đợi đến khi bạn bị chìm đắm tinh thần trong câu chuyện mới tìm cách đối phó, vì khi đó bạn có thể bị kiệt sức và bị cảm xúc lấn át. Để giữ tinh thần luôn khỏe mạnh, bạn có thể tham khảo những lời khuyên cơ bản sau.

- Lên kế hoạch viết tin bài của bạn. Quyết định thời điểm bạn sẽ làm công việc khó khăn nhất của mình, chẳng hạn như vào buổi sáng khi bạn có thể có nhiều năng lượng hơn.
- Nghỉ giải lao khi cần.
- “Lên lịch” cho những khoảng thời gian cần phải tập trung toàn lực cho câu chuyện hoặc các cuộc phỏng vấn sâu.
- Nếu có thể, hãy làm phần việc căng thẳng về cảm xúc này ngay từ đầu, khi bạn chưa mệt mỏi.
- Đừng đọc/xem những nội dung gây tổn thương trước khi đi ngủ.
- Đảm bảo lập kế hoạch cho giấc ngủ và nghỉ ngơi thường xuyên, chẳng hạn như bơi lội, tập yoga hoặc gặp gỡ bạn bè. Bộ não cần thời gian phục hồi sau căng thẳng để không bị quá tải. Điều quan trọng là phải lập kế hoạch ngay bây giờ để có thể kết



hợp lịch làm việc với các hoạt động thư giãn tích cực.

- Cập nhật lịch trình công việc của bạn để không bỏ lỡ thời hạn, gây thêm căng thẳng.
- **Biết giới hạn, điểm yếu và những yếu tố kích hoạt chấn thương tâm lý từ quá khứ của bạn nếu có.**
- **Đề ra quy tắc tác nghiệp đòi hỏi bạn phải luôn đánh giá những rủi ro về tâm lý và thể chất trước khi bắt đầu một nhiệm vụ/tin bài được giao đòi hỏi nhiều cảm xúc.**

Các chuyên gia gợi ý danh sách các câu hỏi sau đây để các nhà báo tự đánh giá năng lực tâm lý bản thân trước khi lên lịch cho một cuộc phỏng vấn có nội dung gây đau thương.

#### Danh sách đánh giá rủi ro tâm lý

	Có	Không
Tôi có cảm thấy đủ sức vượt qua ám ảnh tinh thần khi đối diện tình trạng lo lắng và đau khổ tột độ của người khác không?		
Gần đây tôi có gặp vấn đề gì về tình cảm hoặc tâm lý không?		
Gần đây tôi có chịu mất mát nào không?		
Người thân của tôi có vấn đề về sức khỏe không?		
Từ trước đến nay đã có bất kỳ vấn đề nào về gia đình, xung đột, hoặc bệnh tật từng buộc tôi phải thay đổi kế hoạch làm việc của mình chưa?		
Hiện tôi có đang trong giai đoạn dễ tổn thương hơn mọi khi không?		
Sức khỏe thể chất của tôi có đang tốt không?		

#### Khi tác nghiệp

Sang chấn tâm lý trước hết là một tình trạng thể chất, vậy nên học cách đọc phản ứng cơ thể trước những tình huống đau thương có thể giúp bạn xác định được sức khỏe tinh thần của mình. Hãy nhớ rằng các nhà báo không miễn nhiễm với tổn thương dạng này. Dù COVID-19 có thể khiến bạn phải hạn chế phỏng vấn trực tiếp, nhưng thu thập tin tức gián tiếp qua mạng hoặc điện thoại vẫn có thể gây tổn thương tâm lý. Các chuyên gia khuyên nhà báo nên tìm hiểu bản thân và tự nhận biết những tín hiệu cảnh báo của cơ thể khi tâm lý chịu tổn thương để sẵn sàng tự vệ.

Sau đây là những phản ứng thường thấy của cơ thể đối với chấn thương:





- Cơ thể bạn bỗng chuyển sang trạng thái cảnh giác cao độ, như thể bạn đang gặp nguy hiểm. Các cơ chế bảo vệ của bạn được kích hoạt, ảnh hưởng đến chất hóa học trong não của bạn.
- Bạn cảm thấy đau đớn và đau khổ (đây là bình thường và bạn không cần hoảng loạn).
- Bạn sẽ cảm thấy cơ thể có dấu hiệu phản ứng cả sinh lý và tâm lý. Nếu bạn cảm thấy tim đập nhanh, đổ mồ hôi nhiều, khóc, hoặc thậm chí đau đớn về thể xác, các chuyên gia tâm lý khuyên bạn nên thực hiện các biện pháp triệt để để bảo vệ bản thân.

**Các biện pháp tự vệ tâm lý:**

- Tạm dừng mọi việc lại và hít thở.
- Nếu có thể, hãy rời khỏi phòng, ít nhất là trong một khoảng thời gian ngắn. Thực hiện một số bài tập thể dục: nhảy hoặc chạy. Vận động và thay đổi không gian có thể giúp cơ thể bình thường hóa phản ứng.
- Nếu bạn không thể rời khỏi phòng, hãy thay đổi tư thế của cơ thể, đảm bảo rằng bạn ngồi thoải mái nhất có thể và giữ thẳng cột sống. Thử cảm nhận lại cơ thể.



Những lúc tâm lý không thoải mái, chúng ta thường bắt chéo chân hoặc vắt tay mà không để ý. Vì vậy hãy duỗi chân ra và thả lỏng các cơ.

- Hai chân chạm đất. Đừng bắt chéo chân của bạn. Đặt cả hai bàn chân xuống sàn, tạo cảm giác tiếp xúc với mặt đất.
- Thực hiện bài tập hít thở: vừa hít vào vừa đếm đến ba, vừa nín thở vừa đếm đến năm, và thở ra khi đếm đến tám.
- Các nhà báo cũng nên chuẩn bị tinh thần để đối mặt với những hành vi bất ngờ từ nhân vật trong giai đoạn dịch bệnh phức tạp. Ví dụ như khi phỏng vấn bệnh nhân hoặc người thân bệnh nhân, có những câu hỏi tưởng như bình thường nhưng có thể động chạm, kích hoạt chấn thương tâm lý của họ.

**Sau khi tác nghiệp và phục hồi tinh thần**

Sau khi phỏng vấn ghi nhận một câu chuyện khó khăn, hãy tự hỏi bản thân xem bạn có bất kỳ dấu hiệu đau khổ tâm lý (psychological distress) nào sau đây không:

- Lo lắng
- Bối rối hoặc thậm chí lú lẫn
- Cảm thấy cô độc
- Xấu hổ
- Cảm giác tội lỗi
- Thụ động
- Tuyệt vọng
- Tự lên án, dằn vặt bản thân
- Cảm thấy mất tinh thần
- Cảm giác bị phản bội

Các nhà báo cần tự điều chỉnh, thay đổi lịch trình và nội dung công việc, dành thời gian cho niềm vui và tiếng cười. Theo Trung tâm Báo chí & Chấn thương Tâm lý Dart, sau khi tác nghiệp về một câu chuyện đau thương, bạn có thể thực hiện một số hoạt động hữu ích như thiền định, gặp gỡ bác sĩ trị liệu hoặc tập thể dục.

**Vượt qua chấn thương tâm lý**

- Đừng vội bóc băng cuộc phỏng vấn ngay lập tức; tạm thời đặt nội dung gây chấn thương sang một bên nếu có thể.
- Quay lại kế hoạch nghỉ ngơi và tạm ngưng công việc của bạn, như đi dạo, chơi thể thao, thiền hoặc ăn tối với bạn bè hoặc đồng nghiệp.
- Thử tìm nhiều góc khai thác cho câu chuyện của bạn, bao gồm hướng tươi vui như các câu chuyện về sự kiên cường và các bài học vượt lên đau thương, đồng thời luôn cung cấp bối cảnh cho câu chuyện, bao gồm tỷ lệ tử vong do COVID-19 và cả số lượng phục hồi.
- Thảo luận bất kỳ vấn đề nào phát sinh với đồng nghiệp của bạn. Hỗ trợ từ những người xung quanh rất quan trọng. Hãy giúp đỡ lẫn nhau - tìm một người trong tòa soạn mà bạn có thể chia sẻ kinh nghiệm của mình và tìm kiếm giải pháp.
- Hỗ trợ đồng nghiệp của bạn nếu họ phải làm việc với một câu chuyện đau buồn.
- Hãy dành thời gian suy nghĩ về phản ứng của bạn khi tác nghiệp: tại sao nó lại ảnh hưởng đến bạn và bạn có thể làm gì để đối phó.

Ngành báo là một nghề thường xuyên đối mặt với chấn thương. Ngay cả trong trường hợp bạn chưa lập tức cảm nhận được vấn đề tâm lý khi tác nghiệp, hãy nhớ căng thẳng có thể được tích tụ trong thời gian dài. Hiểu bản chất của tình trạng căng thẳng này và học các đối phó và cân bằng nó sẽ giúp bạn giữ được sức bền trong công việc, duy trì sự kiên cường và hiệu quả của mình.







“Nếu căng thẳng không ngừng và kéo dài, hiệu suất công việc của bạn cuối cùng sẽ giảm và dẫn đến kiệt sức. Điều quan trọng là bạn phải thực hiện các bước chủ động để giúp cơ thể và tâm trí của chúng ta thoát khỏi căng thẳng. Các nhà báo là những người kiên cường, nhưng chúng ta chỉ là con người. Hãy cho bộ não của chúng ta thời gian cần thiết để phục hồi.”

- Theo Giám đốc Điều hành Trung tâm Dart Bruce Shapiro -



## 2 LÀM BẢO TRÁCH NHIỆM <sup>3</sup>

### a. Hiểu cơ bản luật và các quy định chống dịch

Để đưa tin đầy đủ và chính xác cho độc giả, bảo vệ bản thân, đồng thời không làm ảnh hưởng đến các hoạt động chống dịch của các cơ quan hữu quan, hãy đảm bảo rằng bạn đã làm quen với những điều luật và quy định cơ bản về các bệnh truyền nhiễm, cũng như các quy trình phòng chống và kiểm soát dịch trước khi bạn đi tác nghiệp. Ví dụ, các tiêu chuẩn chẩn đoán COVID-19 là gì? Các thủ tục khai báo bệnh như thế nào? Các phương pháp kiểm soát bệnh là gì? Nắm vững những thông tin này cũng sẽ giúp bạn hiểu được hệ thống phòng và điều trị bệnh truyền nhiễm. Bạn sẽ thấy lời khuyên này hữu ích trong suốt quá trình tác nghiệp trong dịch COVID-19 và các đại dịch khác.

### b. Ngôn ngữ <sup>4</sup>

Khi nói về dịch bệnh mới như COVID-19, ngôn ngữ rất quan trọng. Nó có thể lan truyền nỗi sợ hãi, “cấy” thái độ kỳ thị vào xã hội, củng cố những định kiến hay những suy đoán tiêu cực hiện có, và làm mất nhân tính của những người mắc bệnh.

Hậu quả, ngôn ngữ cực đoan có thể làm gia tăng căng thẳng xã hội, khiến nhiều người sợ hãi, trốn kiểm tra và cách ly, tạo điều kiện cho bệnh lây lan nhiều hơn, và gây ra những tâm lý hằn học khó xoá bỏ đối với những nhóm người nhất định, kể cả sau khi dịch bệnh kết thúc.

Ngôn từ giới truyền thông sử dụng có vai trò đặc biệt lớn, định hình cách công chúng thảo luận về dịch bệnh mới và có khả năng ảnh hưởng đến nhận thức và đối xử của xã hội với những cá nhân nghi nhiễm, bệnh nhân và gia đình của họ, cũng như những cộng đồng có dịch.

Dưới đây là các “bẫy” ngôn ngữ giới truyền thông thường gặp phải và cách tránh chúng.

### Ngôn ngữ gây sợ hãi

Giáo sư báo chí tại Đại học Cardiff [Karin Wahl-Jorgensen](#) mới đây đã thực hiện nghiên cứu

3. Nội dung dựa theo [Tips for Journalists Covering COVID-19](#), [10 tips for journalists covering COVID-19](#), [9 Lessons from Chinese Journalists on Covering COVID-19](#), và một số tài liệu liên quan.

4. Nội dung dựa theo [How newsrooms can tone down their coronavirus coverage while still reporting responsibly](#), [Feeling panicked about coronavirus? Media coverage of new epidemics often stokes unnecessary fear](#), [A guide to responsible reporting around the coronavirus](#) » [Another rough news week for the news business](#), [A guide to preventing and addressing social stigma associated with COVID-19](#), [Reporting on coronavirus: Handling sensitive remote interviews](#), và một số tài liệu liên quan.



về vai trò của nỗi sợ hãi trong tin bài về COVID-19 từ 100 tờ báo có lượng phát hành cao trên khắp thế giới. Bà phát hiện ra rằng cứ chín tin/bài về đợt bùng phát dịch thì có một câu chuyện đề cập đến “nỗi sợ hãi” hoặc các từ liên quan. Các bài báo cũng thường sử dụng ngôn ngữ gây sợ khác; ví dụ, 50 bài báo đã sử dụng cụm từ “virus giết người” và “virus chết người”.

Vậy làm thế nào chúng ta có thể tránh lan truyền nỗi sợ hãi và hoảng loạn trong khi vẫn cung cấp thông tin sâu và cân bằng trong đại dịch? Các chuyên gia đưa ra một số đề xuất sau:

- **Hạn chế các tính từ chủ quan** không cần thiết trong tin bài, như “kinh khủng”, “thảm họa”, “tận thế”.
- Cẩn thận khi **chọn hình ảnh minh họa** để tránh lan truyền thông điệp sai.
- **Đề cập có giải thích** các hoạt động phòng ngừa dịch bệnh; nó có thể tránh cho công chúng những hoang loạn không cần thiết.
- Hãy nhớ rằng những tin bài có con số cụ thể ít đáng sợ hơn những tin bài chỉ có các câu chuyện minh họa gây xúc động.
- **Tránh các tiêu đề “câu khách”, “giật tít”** và hãy **sáng tạo trong cách trình bày** thông tin.
- **Đưa tin thay vì đưa các phát biểu.** Trong đại dịch COVID-19, thông tin khoa học quan trọng hơn các phát ngôn chính trị. **Ưu tiên đưa tin từ nguồn các chuyên gia y tế** thay vì các chính trị gia có thể giúp báo chí tránh “chính trị hoá” dịch bệnh.

## Ngôn ngữ gây chia rẽ

Nỗi sợ COVID-19 còn dẫn đến một hệ lụy xã hội khác là gây kỳ thị, chia rẽ xã hội.

Theo bộ hướng dẫn của WHO về chủ đề này, thái độ kỳ thị do COVID-19 xuất phát từ ba yếu tố chính: 1) đây là một căn bệnh mới và vẫn còn nhiều điều chưa biết; 2) chúng ta thường sợ hãi về những điều chúng ta chưa biết; và 3) chúng ta dễ dàng gán nỗi sợ hãi vào “những người khác”, gây tư duy chia rẽ giữa “chúng ta” và “họ”. Yếu tố này trong dịch COVID-19 đã được thể hiện qua **thái độ kỳ thị chủng tộc (bài ngoại) và kỳ thị những người nhiễm/nghi nhiễm và cộng đồng bị ảnh hưởng.**

Các dịch bệnh lây lan toàn cầu trong **lich sử** thường kích hoạt và lan truyền chủ nghĩa phân biệt chủng tộc và bài ngoại, và COVID-19 cũng không là ngoại lệ. Các **vu tấn công người gốc Á, tẩy chay** các doanh nghiệp, khu kinh doanh của người gốc Hoa là những ví dụ rõ ràng. Giới truyền thông phải cẩn thận khi đưa tin, không khuyến khích các định kiến hoặc vô tình thúc đẩy các diễn giải phân biệt chủng tộc. Hiệp hội các nhà báo người Mỹ gốc Á đã công bố một danh sách các **khuyến nghị cho các nhà báo**:

- **Nêu rõ bối cảnh** bức ảnh những người đeo khẩu trang. Phân biệt thói quen đeo khẩu trang do lo ngại ô nhiễm môi trường của người dân và người nhập cư từ nhiều

nước Đông Á và việc đeo khẩu trang do dịch bệnh gần đây.

- **Tránh dùng hình ảnh của khu người Hoa** để minh họa cho tình hình dịch nói chung (ở các nước phương Tây), trừ khi chúng có liên quan trực tiếp đến câu chuyện.
- Không sử dụng bất kỳ **tham chiếu địa lý hay chủng tộc** nào gắn với tên của virus, như “virus Trung Quốc”, virus “Vũ Hán”.

Các bệnh nhân hoặc các ca nghi bệnh còn có thể trở thành nạn nhân của kỳ thị xã hội sau các bài báo.

Để tránh truyền bá tâm lý kỳ thị cực đoan, các nhà báo có thể tham khảo khuyến nghị của WHO về việc chọn ngôn ngữ theo tôn chỉ **‘con người là trên hết’** - tôn trọng nhân vật và nhân phẩm của họ, đồng thời sử dụng ngôn ngữ hòa nhập và ít kỳ thị.

- Chọn từ ngữ nhấn mạnh yếu tố “con người”, như “những người nhiễm COVID-19”, “những người đang được điều trị COVID-19”, “những người đang hồi phục sau COVID-19” hoặc “những người chết sau khi nhiễm COVID-19”.
- Tránh xoáy sâu, và tránh dùng các cụm từ chủ động, về những người “lây lan COVID-19”, “truyền nhiễm bệnh cho người khác”, “lây virus ra cộng đồng”. Khi báo chí sử dụng thuật ngữ hình sự hóa hành vi, hoặc bỏ qua nhân tính của những bệnh nhân và những người nghi nhiễm, họ sẽ tạo ra ấn tượng rằng những người mắc bệnh này cố tình lây lan dịch bệnh, là một dạng tội phạm, “ít người” hơn những người khác, từ đó gây kỳ thị và tâm lý “đổ tội”, làm mất đi hoặc suy yếu mối đồng cảm giữa con người trong xã hội, và thậm chí dẫn đến nhiều người tránh tìm kiếm điều trị, xét nghiệm và cách ly.
- Hạn chế dùng từ “ca”, “ca bệnh” để chỉ người.
- Hãy kể về các trường hợp tích cực và nhấn mạnh trong tin bài rằng các biện pháp phòng ngừa và điều trị dịch bệnh đến nay vẫn có hiệu quả. Nhiễm COVID-19 không phải là “án tử”, và đối với hầu hết mọi người, đây là một căn bệnh có thể chữa khỏi. Hãy nói đến những bước đơn giản mà tất cả chúng ta có thể làm theo được để giữ an toàn cho bản thân, những người thân yêu và những người dễ bị tổn thương nhất.
- Không nhấn mạnh hoặc quá tập trung vào các mặt tiêu cực hoặc thông điệp đe dọa. Chúng ta cần tinh táo và đoàn kết để giúp giữ an toàn cho những người dễ bị tổn thương nhất.

## c. Gương mặt con người trong đại dịch

Trong quá trình tác nghiệp nói chung, các nhà báo luôn muốn tìm những câu chuyện có khuôn mặt người, thăm nhà và nơi làm việc của các nhân vật, và có thể phải đặt những câu hỏi gây khó chịu với họ. Nhưng giữa một dịch bệnh toàn cầu như thế này, các nạn nhân/nhân vật của bạn thường phải chịu chấn thương tâm lý. Họ có thể không muốn “lên báo” hay không muốn trò chuyện về việc nhiễm bệnh.



Để các nhà báo có thể tương tác hiệu quả với nhân vật mà không gây thêm tổn thương, nhiều tổ chức hỗ trợ báo chí đã đưa ra các hướng dẫn chi tiết cho nhà báo như [Trung tâm Báo chí Sức khỏe](#), Trung tâm Báo chí & Chấn thương Tâm lý Dart đã [tập hợp một danh sách các nguồn tài liệu và webinar](#) về đưa tin COVID-19, trong đó có [hướng dẫn](#) cụ thể về cách phỏng vấn nạn nhân và người sống sót trong và sau một sự kiện đau lòng, cũng như lưu ý khi làm việc với những đồng nghiệp từng tiếp xúc với các sự kiện đau buồn.

Một số lưu ý cơ bản cho các nhà báo khi **phỏng vấn trực tiếp** bao gồm:

- Đối xử với các nạn nhân theo cách tôn trọng nhân phẩm của họ. Hãy để nạn nhân “mời” bạn vào câu chuyện của họ.
- Cho phép nạn nhân quyết định thời gian và địa điểm cuộc phỏng vấn; cho phép nhân viên tư vấn tâm lý tham dự nếu họ cần.
- Hãy minh bạch với họ. Đảm bảo nạn nhân đồng ý về cách bạn gọi họ trong bài viết.
- Con người quan trọng hơn tin bài. Ưu tiên sức khỏe và tâm lý của nạn nhân lên hàng đầu, còn câu chuyện/tin bài đứng thứ hai.
- Đừng phủ đầu họ với những câu hỏi khó nhất trước. Hãy kiên nhẫn, đồng cảm và lắng nghe.
- Biết khi nào nên dừng lại. Trong quá trình phỏng vấn, thỉnh thoảng kiểm tra tình trạng của nhân vật bằng cách hỏi liệu họ còn có thể tiếp tục trò chuyện hay không. Hãy chấp nhận khi mọi người từ chối phỏng vấn hoặc trả lời tin nhắn của bạn.
- Hãy lưu ý rằng nếu bạn phải liên tục làm việc với những nạn nhân bị tổn thương tâm lý, tinh thần của bạn cũng có thể bị ảnh hưởng. Hãy tự chăm sóc bản thân.

Trong trường hợp phải thực hiện **phỏng vấn nhạy cảm từ xa**, các nhà báo sẽ cần cân nhắc hoàn cảnh của nhân vật:

- Họ có thể đang chịu đựng đau buồn một mình, trong tình trạng bị cách ly mà không có gia đình hay bạn bè bên cạnh.
- Người thân của họ có thể đã chết trong cô độc, vì vậy họ có thể cảm thấy tội lỗi, xấu hổ, tức giận, thất vọng, không tin tưởng, tổn thương và/hoặc thấy bất công.
- Trong bối cảnh dịch bệnh, họ có thể không tổ chức được tang lễ cho người thân, hoặc ở quy mô nhỏ và chịu nhiều hạn chế, điều này làm tăng cảm giác tội lỗi và thất vọng.
- Họ bị bủa vây trong những thông tin và suy đoán về loại virus đã giết chết người thân của họ.
- Những ca tử vong thường bị coi như các con số đơn thuần, điều này có thể làm tổn thương thân nhân của người đã khuất. Đây là những con người mới mất gia đình, bạn bè hoặc người thân, đó không phải là một thống kê.
- Nhân vật có thể sợ hãi và lo lắng rằng họ hoặc các thành viên khác trong gia đình cũng có thể sẽ chết. Họ có thể bị bất an, hoặc thậm chí cảm thấy tội lỗi khi cho rằng có lẽ mình đã lây nhiễm bệnh cho người thân của họ.

Không giống như quay phim hoặc phỏng vấn trực tiếp thông thường, bạn không ở bên nhân vật để động viên khi họ bị xúc động mạnh. Do đó họ sẽ cần hỗ trợ nhiều hơn thường lệ trước, trong và sau cuộc phỏng vấn. Một số điều cần xem xét:

*Trước khi phỏng vấn*

- Liên lạc bằng số di động của bạn. Họ có thể đã phải nhận nhiều cuộc gọi từ số máy bàn bệnh viện, và bị lo sợ mỗi khi thấy cuộc gọi từ số điện thoại cố định của văn phòng.
- Bày tỏ chia sẻ trước nỗi đau của họ, ví dụ như gửi lời chia buồn chân thành.
- Có chuẩn bị cẩn thận từ trước. Hãy trung thực và rõ ràng với nhân vật về những nội dung bạn muốn làm, nêu sơ lược những câu hỏi bạn sẽ phỏng vấn và lắng nghe ý kiến phản hồi của họ. Điều quan trọng là bạn phải cho nhân vật cảm giác họ cũng có quyền kiểm soát tình hình.
- Nếu cần hỏi xác nhận hay kiểm tra thông tin nào đó với nhân vật, hãy tinh tế và cẩn trọng. Những thông tin sai lệch hoặc tin đồn có thể gây thêm đau khổ cho họ.
- Xây dựng mối quan hệ với nhân vật nhưng tránh chia sẻ quan điểm cá nhân của bạn về dịch bệnh hay virus. Đây là cuộc phỏng vấn về nhân vật, không phải về suy nghĩ của bạn.
- Chấn thương ảnh hưởng đến mọi người theo nhiều cách khác nhau. Tránh đưa ra các gợi ý về cách họ *nên* trả lời.

*Đối phó với các trục trặc kỹ thuật*

- Mỗi người có hiểu biết và khả năng sử dụng công nghệ khác nhau. Nếu cần, hãy kiên nhẫn hướng dẫn họ cách kết nối qua các thiết bị, phần mềm trước khi phỏng vấn.
- Trước phỏng vấn, bạn có thể đưa ra các đề xuất sắp xếp không gian, như vị trí ngồi, ánh sáng nếu phỏng vấn video, hoặc nơi ít ồn ào nếu bạn cần lấy âm thanh. Lưu ý xử lý việc này khéo léo. Bạn có thể nhờ nhân vật mở camera và di chuyển xung quanh phòng để giúp họ tìm chỗ ngồi phù hợp.
- Nếu phải nhờ nhân viên kỹ thuật hỗ trợ cuộc phỏng vấn, hãy cho họ biết rằng nhân vật cần được đối xử tinh tế. Cố gắng thực hiện cuộc phỏng vấn ở một nơi yên tĩnh.
- Ưu tiên dùng cuộc gọi video khi phỏng vấn để nhân vật có thể nhìn thấy bạn, thay vì chỉ nghe câu hỏi của bạn. Sử dụng ngôn ngữ cơ thể đồng cảm: giao tiếp bằng mắt, gật đầu, lắng nghe chăm chú. Hãy cho họ thời gian, đừng nôn nóng.
- Kiểm tra phòng nền chỗ bạn và nhân vật ngồi. Có chi tiết gì trong khung hình có thể sẽ khiến họ xấu hổ hoặc làm họ phân tâm không?

*Trong cuộc phỏng vấn*

- Sử dụng các câu hỏi ngắn, đơn giản, mở. Lưu ý xem nhân vật có thoải mái với câu hỏi không.



- Không phỏng vấn theo kiểu truy xét, mà hãy lắng nghe câu chuyện của họ. Hãy cẩn thận với những câu hỏi ‘tại sao’ mang cảm giác thách thức.
- Tránh kích động cảm xúc của nhân vật, tránh câu hỏi đánh thẳng vào cảm xúc như: “Bạn cảm thấy thế nào?”. Hãy nhớ rằng bạn đang không ở bên cạnh nhân vật để động viên họ nếu có suy sụp tinh thần sau câu hỏi đó.
- Tránh nói “Tôi biết bạn cảm thấy thế nào”. Bạn sẽ không thể hiểu hết được cảm xúc của nhân vật, và trong một cuộc phỏng vấn từ xa, những nhận xét này khá thiếu tế nhị.
- Chấn thương tâm lý có thể khiến người ta mệt mỏi, làm rối loạn suy nghĩ, ảnh hưởng đến khả năng nhớ lại và tập trung. Hãy khoan dung nếu nhân vật có biểu lộ đó.
- Kể cả hai người đang giao tiếp từ xa, hãy luôn thể hiện bạn là người chu đáo, nhạy cảm và tôn trọng.
- Nếu giữa chừng nhân vật suy sụp và khóc, hãy cho họ thời gian và quyền kiểm soát để họ tĩnh trí. Xem họ có người đi cùng hoặc thân nhân nào đó mà họ có thể liên lạc.
- Hãy sắp xếp câu hỏi, cấu trúc cuộc phỏng vấn sao cho trước khi chào tạm biệt nhân vật, bạn đã dành thời gian nói chuyện để đưa họ ra khỏi những ký ức đau buồn và trở về hiện tại.

#### Kết thúc cuộc phỏng vấn

- Hãy nói rõ với nhân vật về những ý định và kỳ vọng của bạn từ kết quả cuộc phỏng vấn. Nội dung phỏng vấn có thể được sử dụng như thế nào? Sử dụng đến đâu? Cuộc phỏng vấn có thể được dùng cho những tin/bài, hay kênh truyền thông khác? Nhân vật cần được biết nếu clip và hình ảnh có thể xuất hiện ở nơi khác.
- Cảm ơn họ và dành một chút thời gian cho họ trước khi kết thúc liên lạc để tránh cảm giác như bị ‘cắt đứt’ đột ngột. Thả lỏng, thoải mái nhưng tránh tùy tiện.
- Sau một cuộc phỏng vấn từ xa, họ có thể cảm thấy dễ bị tổn thương, bất an, bị cô lập - đặc biệt là trong bối cảnh dịch bệnh này. Hãy liên lạc lại và trấn an họ. Ngoài ra, hãy liên hệ với nhân vật sau khi tác phẩm của bạn đã được phát sóng hoặc xuất bản, cho họ có cơ hội trò chuyện với bạn về tin bài đó. Điều này thực sự quan trọng, đặc biệt là trong thời gian cách ly.

Đây cũng là thời điểm khó khăn đối với các nhà báo. Bạn đang phải chịu đựng những tổn thương và bạn cũng có thể bị cô lập. Ngay sau cuộc phỏng vấn, hãy nói chuyện với người mà bạn tin tưởng và tôn trọng. Chăm sóc người được phỏng vấn của bạn, chăm sóc bản thân (tham khảo 1b) và chăm sóc lẫn nhau.

## 3 LÀM BÁO CHÍNH XÁC

### a. Làm việc với chuyên gia <sup>5</sup>

Các chuyên gia về dịch bệnh không dễ tìm, nhất là với những dịch bệnh mới, xuất phát từ loại virus mà con người còn chưa có nhiều thông tin và không thể đoán trước.

Khi chọn các chuyên gia để phỏng vấn, hãy xem xét năm đề xuất của [William Hanage](#), phó giáo sư dịch tễ học tại Trường Y tế Công cộng TH Chan của Harvard:

- **Chọn đúng chuyên gia.** Được giải Nobel cho một chủ đề khoa học không khiến ai đó trở thành chuyên gia có thẩm quyền nhận xét tất cả các chủ đề khoa học. Người có bằng tiến sĩ hay giảng dạy tại một trường y danh tiếng cũng vậy. Các nhà báo hãy dành thời gian tìm kiếm đúng các nhà nghiên cứu có kiến thức và kinh nghiệm về chính chủ đề mà họ đang theo đuổi. Khi đưa tin/bài về những chủ đề sức khỏe mới mẻ như dịch COVID-19 và các chuyên gia trên toàn thế giới vẫn còn đang cố gắng tìm hiểu nó, bạn nên **phỏng vấn nhiều nhà nghiên cứu một lúc**.
- Phải phân biệt rõ giữa những thông tin chắc chắn là đúng với những thông tin được cho là đúng – và phân biệt đâu là suy đoán hay đâu là quan điểm. Quan trọng là nhà báo phải **phân định rõ những gì các chuyên gia thực sự biết và những gì họ nghĩ rằng họ biết**, dựa trên kinh nghiệm của họ và các đánh giá bằng chứng. Ví dụ như khi chuyên gia nói virus gây dịch COVID-19 là một loại virus beta-coronavirus, đó là sự thật, nhưng nếu hỏi họ sẽ có bao nhiêu người bị nhiễm, hoặc tại sao trẻ em ít có triệu chứng nghiêm trọng của bệnh hơn, hay những thông tin mà giới khoa học còn hiểu biết hạn chế, nhà báo sẽ phải cẩn thận, và nếu cần, hãy nêu rõ trong tin bài là câu trả lời vẫn mới ở dạng phỏng đoán ban đầu.
- Hãy nhờ các học giả giúp đánh giá mức độ tin cậy của các lý thuyết và tuyên bố mới. Để tránh lan truyền thông tin sai lệch, các hãng tin tức cũng nên tiến hành **xác thực thông tin (fact-check) cả trong những bài bình luận, góc nhìn**.
- Đọc tham khảo các bài viết của các nhà báo có tiếng viết tốt về các chủ đề khoa học.

Khi phỏng vấn các chuyên gia, các nhà báo có thể tham khảo các lưu ý sau của IJNET:

- **Chuyên gia cũng có thành kiến**, và nó có thể làm ảnh hưởng đến câu trả lời phỏng vấn của họ. Hãy giành thời gian nghiên cứu về các chuyên gia bạn cần phỏng vấn và về quan điểm của họ. Vấn đề không chỉ là tìm một chuyên gia giỏi, mà là bạn phải tìm được những người đủ tinh táo để tách bạch ý kiến chuyên môn ra khỏi thành kiến của chính mình - hoặc sẵn sàng công khai thành kiến mà họ có - bởi vì con

5. Nội dung dựa theo [Covering COVID-19 and the coronavirus: 5 tips from a Harvard epidemiology professor, 10 tips for journalists covering COVID-19](#)





người chúng ta ai cũng có thành kiến.

- Một khi bạn xác định được một chuyên gia để phỏng vấn, **hãy hỏi họ thẳng thắn và kỹ lưỡng về những thành kiến của họ**, và đừng chỉ đánh giá thành quả và kiến thức của chuyên gia theo bề nổi. Điều này sẽ không chỉ giúp bạn hiểu thế giới quan của chuyên gia mà còn giúp bài báo của bạn vững chắc hơn.
- Bên cạnh đó, trong dịch COVID-19, nhiều nhà báo đã dựa vào các chuyên gia lập mô hình để hiểu cách dịch bệnh sẽ lây lan. Tuy nhiên, các mô hình đều được xây dựng dựa trên các giả định. Vì vậy, luôn hỏi xem họ đang dựa vào những giả định nào khi xây dựng mô hình.

**b. Làm việc với bằng chứng khoa học** <sup>6</sup>Các phóng viên đưa tin và điều tra về đại dịch coronavirus thường phải đối mặt với hàng núi tài liệu nghiên cứu y khoa, mô hình thống kê và những số liệu được cho là đúng sự thật từ chính phủ. Nhưng các chuyên gia nhấn mạnh rằng các nhà báo, kể cả những nhà báo không chuyên về mảng sức khỏe, cũng có thể dễ dàng đánh giá tính trung thực và mức độ quan trọng của các thông tin đó bằng cách cố gắng nhìn ra được bức tranh toàn cảnh khi đọc các bài nghiên cứu, sử dụng [các nguồn hỗ trợ](#) sẵn có, và xác định được những lỗ hổng hoặc điểm yếu trong kiến thức khoa học.

Các nhà dịch tễ học và các nhà báo điều tra kỹ cặn kẽ đã đưa ra một số gợi ý giúp các phóng viên tránh “lạc đường” trong khối lượng dữ liệu khổng lồ.

- Các phóng viên nên áp dụng **tư duy y học dựa trên bằng chứng (evidence-based medicine - EBM)** để có thể nhìn ra những tín hiệu đáng ngờ hay đáng báo động trong các nghiên cứu. Không chỉ đánh giá các câu trả lời do các nhà nghiên cứu cung cấp, mà còn phải xem xét cả những câu hỏi mà đề tài đặt ra từ đầu và phương pháp nghiên cứu. Ví dụ giới truyền thông từng đổ xô đưa tin [một nghiên cứu](#) về thử nghiệm thuốc remdesivir (biệt dược Veklury) để điều trị COVID-19 trên Tạp chí Y học New England. Nhưng nếu đọc kỹ toàn bộ nghiên cứu, các nhà báo có thể thấy chỉ có 53 bệnh nhân tham gia thử nghiệm, con số này thậm chí còn ít hơn số lượng các tác giả của chính bài báo trên Tạp chí Y học. Nghiên cứu cũng không có nhánh so sánh hiệu quả thử nghiệm với nhóm không dùng thuốc. Và công ty sản xuất remdesivir, Gilead Sciences, tài trợ cho nghiên cứu, cho thấy một xung đột lợi ích tiềm ẩn. Cuối cùng, [một nghiên cứu độc lập sau đó](#) đã thử nghiệm đối chứng ngẫu nhiên và phát hiện ra rằng thuốc remdesivir không cho thấy lợi ích lâm sàng có ý nghĩa thống kê nào trong điều trị COVID-19.
- **Hãy thận trọng khi trích dẫn các phát hiện từ các bài báo “sơ bộ” (pre-print) hoặc các bài báo học thuật chưa công bố/xuất bản.** Áp lực tìm kiếm thông tin cho một dịch bệnh chưa nhiều người hiểu rõ khiến nhiều báo đài chấp nhận đăng

6. Nội dung dựa theo [Why Reporters Need to Carefully Assess the Evidence on COVID-19](#), hội thảo trực tuyến [Investigating the Pandemic: Evaluating the Evidence](#), [Tips for reporting on Covid-19 and slowing the spread of misinformation](#) và một số tài liệu liên quan

tài các bài báo dạng này. Chúng chưa qua hết các khâu đánh giá, thẩm định chất lượng chuẩn mực, có thể có sai sót và gây hậu quả đáng tiếc.

Ví dụ như một số báo hồi cuối tháng Một 2020 đã đăng tải thông tin mối liên hệ giữa COVID-19 và HIV dựa một nghiên cứu chưa xuất bản của các nhà khoa học Ấn Độ. Nghiên cứu này hiện nay đã bị [rút lại](#). Nếu bạn vẫn cần dùng dạng thông tin kiểu này cho tin bài, hãy hỏi ý kiến của một nhà khoa học độc lập về nó trước khi đăng.

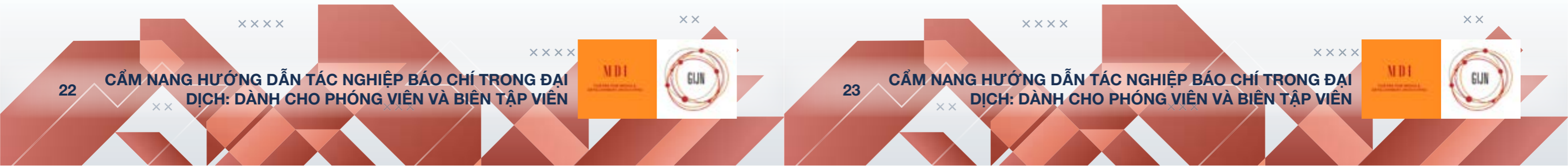
- Bốn trang web (tiếng Anh) sau có thể giúp các phóng viên phân tích các bằng chứng, thông tin y khoa: [HealthNewsReview.org](#) chuyên đánh giá các bản tin và thông cáo báo chí về thuốc, xét nghiệm và quy trình, do nhà báo điều tra y tế nổi tiếng Gary Schwitzer thành lập. [ClinicalTrials.gov](#) giúp phóng viên tìm ra thiết kế và ý định đằng sau hầu hết các nghiên cứu lâm sàng trên khắp thế giới, được điều hành bởi [Viện Y tế Quốc gia](#) Hoa Kỳ. Để hiểu toàn cảnh về các nghiên cứu chất lượng kém và bối cảnh giám sát lỏng lẻo, và hiểu về “tư duy EBM”, các nhà báo có thể tham khảo một bài viết chuyên sâu gần đây của phóng viên điều tra y tế Jeanne Lenzer, có tiêu đề [Khoa học Đại dịch nằm ngoài tầm kiểm soát](#). Nếu bạn thiếu kinh nghiệm đưa tin về mảng sức khỏe, tham khảo [Hướng dẫn](#) của Ivan Oransky [về việc đưa tin y tế](#) khi công tác nghiên cứu đang diễn ra quá nhanh.
- Bên cạnh cơn sốt nhiễm và tử vong trực tiếp do COVID-19, **hãy lưu ý cả những trường hợp thương vong liên quan đến dịch bệnh này**. Ví dụ như những bệnh nhân mắc các bệnh khác bị tử vong vì không thể đến bệnh viện do giãn cách xã hội hoặc do bệnh viện quá tải. Điều này sẽ giúp các nhà báo nhìn nhận rõ được ảnh hưởng nghiêm trọng của đại dịch.
- Tránh tập trung quá nhiều vào tình hình tại các bệnh viện và các cơ sở điều đặc biệt và chăm sóc tích cực, bạn có thể “để lọt” những diễn biến quan trọng ở các nơi khác. Ví dụ tại Mỹ và Anh, số liệu chỉ ra [các viện dưỡng lão](#) và các cơ sở chăm sóc dành cho người cao tuổi mới là những nơi có nhiều vấn đề nghiêm trọng hơn khi dịch COVID bùng phát.

### c. Làm việc với tin giả, tin sai lệch <sup>7</sup>

“Chúng ta không chỉ chiến đấu với dịch bệnh, mà còn đang phải chiến đấu với [đại dịch tin giả](#)”, Tổng Giám đốc WHO [Tedros Adhanom Ghebreyesus](#) từng phát biểu tại Hội nghị An ninh Munich vào ngày 15 tháng 2. Trong thời đại của những thông tin giả và sai lệch, những huyền thoại và thuyết âm mưu trên mạng, các nhà báo cũng có thể kiểm chứng và vạch trần những thông tin sai và có hại, chẳng hạn như tin đồn bệnh lây truyền qua hàng hóa được sản xuất tại Trung Quốc, đồng thời tránh vô tình lan truyền tin giả.

Không giống như những lời nói dối chính trị, những lời nói dối về các bệnh truyền nhiễm được đặt và lây lan một cách chiến lược có hậu quả chết người. Chúng bao gồm những cái chết xuất phát từ hành vi vô trách nhiệm, “phương pháp chữa trị” giả hoặc thậm chí

7. Nội dung dựa theo [6 Tools and 6 Techniques Reporters Can Use to Unmask the Actors behind COVID-19 Disinformation](#), [Tips for reporting on Covid-19 and slowing the spread of misinformation](#), [From coronavirus to bushfires, misleading maps are distorting reality](#).



độc hại, và kích động bạo lực, như đã [thấy trong các cuộc tấn công vào các nhóm thiểu số Hồi giáo ở Ấn Độ](#).

GIJN đã phỏng vấn bảy phóng viên và biên tập viên làm việc về thông tin sai lệch COVID-19 và họ cùng nhất trí quan điểm về vai trò của báo cáo điều tra là: Các nhà báo điều tra nên tập trung chủ yếu vào con người và tiền bạc đằng sau các chiến dịch tin giả này, thay vì chỉ vạch trần những tuyên bố sai sự thật mà chúng tạo ra và lan truyền.

Dưới đây là một số “mẹo” bóc trần tin giả và lưu ý cho nhà báo:

- Với thông tin tiếng Anh về COVID-19, các nhà báo có thể kiểm chứng tại **một số trang web do các đơn vị uy tín** như [Mạng lưới Kiểm tra Dữ kiện Quốc tế](#) (Poynter Institute for Media Studies), [Myth Busters](#) (WHO), [Busting Coronavirus Myths](#) (AFP), và một số đơn vị đã được kiểm chứng ở nhiều quốc gia trong danh sách [này](#)...
- **Tránh thu hút sự chú ý đến tin đồn** nếu chúng chỉ được bàn luận trong một cộng đồng đồng nhất định hoặc nhận được ít tương tác. Sau đây là năm câu hỏi để xác định liệu một tin đồn đã đạt đến ngưỡng đáng đưa tin hay chưa: (1) Tin đồn nhận được lượng tương tác nhiều hay ít? Tỷ lệ tương tác đó có cao nếu so với các nội dung tương tự trên nền tảng đó? (2) Cuộc thảo luận từ tin đồn đó chỉ giới hạn trong một cộng đồng nhất định? (3) Tin đồn có lan ra các nền tảng/nhóm cộng đồng khác? (4) Có tài khoản người nổi tiếng hay tài khoản “có dấu xanh” nào chia sẻ tin đồn đó hay không? (5) Các hãng tin lớn có nhắc đến tin đồn đó không?
- Nếu bạn quyết định vạch trần tin đồn đó, **đừng sử dụng ngôn ngữ từ chính tin đồn trong tiêu đề bài hay trong chú thích (caption)** cho tin bài trên mạng xã hội để tránh khuếch đại tin đồn. Bạn sẽ vô tình củng cố thông tin sai cho những độc giả chỉ đọc lướt tiêu đề. Để chắc chắn đưa tin “lật tẩy” chính xác, **hãy sử dụng cấu trúc “bánh mì kẹp”** sau đây để viết/sản xuất: Bắt đầu với thông tin chính xác/sự thật, rồi chỉ ra lời nói dối/thông tin sai (mà không sử dụng chính xác ngôn ngữ của tin đồn đó), và sau đó quay trở lại sự thật. Theo các chuyên gia tâm lý, nếu lời nói dối/thông tin sai được nêu ra trước phần đỉnh chính, nó sẽ “có thể khiến người đọc quen thuộc với thông tin sai, để khiến họ nhớ nhầm nó là sự thật hơn.”
- **Đảm bảo nội dung tin bài của bạn dễ hiểu, đơn giản và ngắn gọn.** Sử dụng đồ họa để minh họa các quan điểm của bạn và đảm bảo thông tin chính xác dễ đọc hơn (ví dụ: bằng cách dùng phông chữ to hơn hoặc đậm hơn) so với tin đồn. Tránh liệt kê tất cả tin đồn. Não bộ của người tiếp nhận sẽ phải vật lộn để phân biệt đúng và sai khi đọc bài của bạn, đặc biệt là khi họ có thói quen đọc lướt hoặc vừa đọc vừa kéo chuột nhanh. Tìm những cách hấp dẫn, đơn giản để tập trung vào các thông tin chính xác và đưa ra lời khuyên cụ thể về các bước mọi người có thể thực hiện.
- **Hãy hướng người đọc đến các nguồn thông tin chính thức.** Các nguồn chuyên gia như [Tổ chức Y tế Thế giới](#) sẽ có thông tin tốt nhất cho khán giả/độc giả của bạn. Xây dựng niềm tin cho các tổ chức y tế và các chuyên gia y tế (sau khi bạn đã [xác minh](#) mức độ tin cậy của họ), để công chúng của bạn biết nên tìm đến nguồn nào khi cần những hướng dẫn và lời khuyên về dịch bệnh trong tương lai.

- **Tim ra những câu hỏi về COVID-19 mà độc giả đang băn khoăn** và lấp đầy khoảng trống thông tin đó. Các tòa soạn nên tìm hiểu độc giả và khán giả của họ đang có những thắc mắc gì về COVID-19, hoặc các từ khóa/hashtag/tags nào họ đang quan tâm, và trả lời chúng, lấp đầy khoảng trống thông tin bằng nội dung chất lượng.
- **Thiết kế cẩn thận**, vì cũng như tiêu đề và nội dung tin bài, các minh họa, bản đồ, biểu đồ của bạn cũng phải chính xác và tránh gây sợ hãi. Hãy ghi chú đầy đủ cho bản đồ, biểu đồ, từ nguồn dữ liệu, ngày thu thập, và bối cảnh.... Các nhà báo có thể đọc tham khảo bài đăng ArcGSI của Kenneth Field về việc [lập bản đồ coronavirus một cách có trách nhiệm](#) và bài viết gần đây của First Draft về những dạng [bản đồ gây hiểu lầm](#).

Bên cạnh đó các nhà báo có thể tham khảo [“Hướng dẫn làm báo trách nhiệm trong thời đại tin giả”](#) của First Draft (tiếng Anh), phát hành tháng 10/2019.

## CÁC CÂU HỎI KHI ĐỌC MỘT BẢN ĐỒ/BIỂU ĐỒ

Nguồn: First Draft

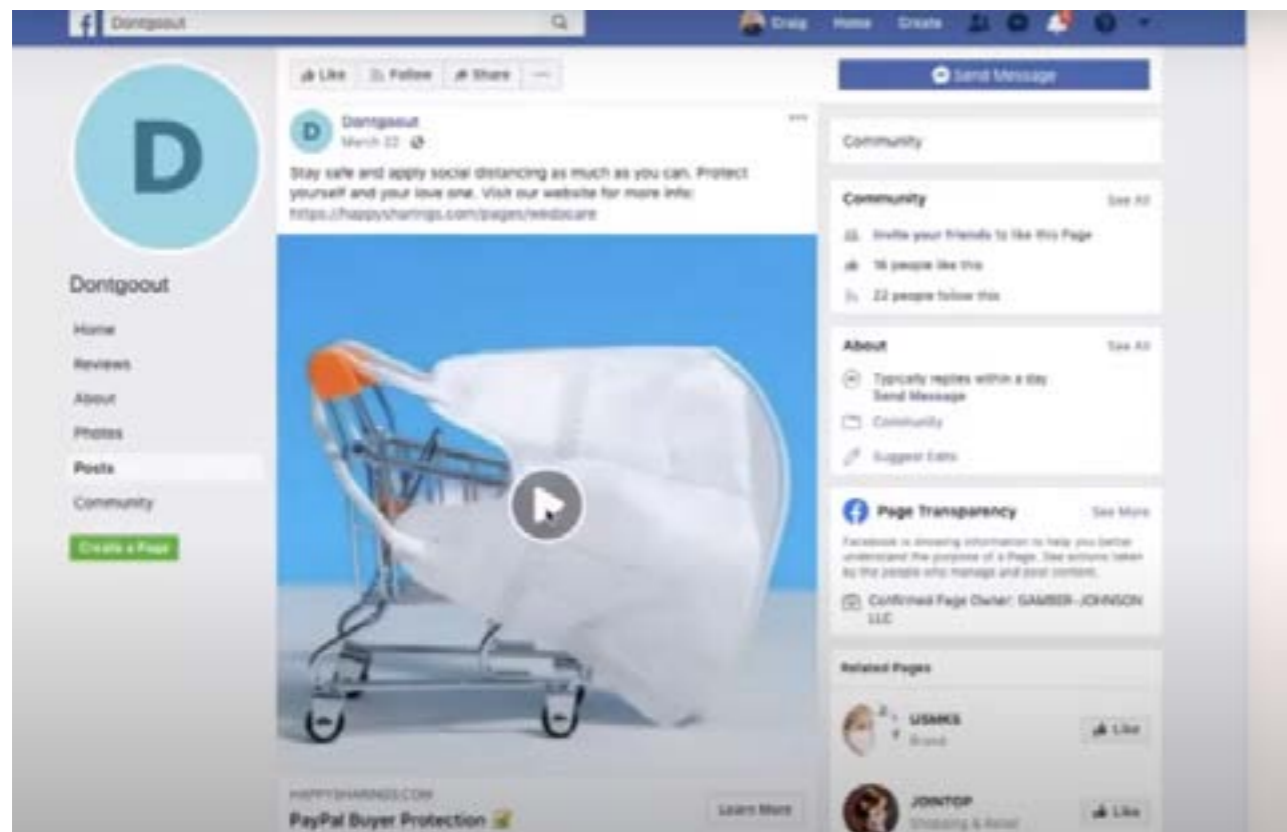
- Bạn đã đọc kỹ hết các tiêu đề, mô tả, chú thích, nguồn và các nhãn xuất hiện trên bản đồ/biểu đồ chưa?
- Ai/Đơn vị nào là tác giả của bản đồ này? Hãy luôn thử truy ngược thông tin bằng hình ảnh (reverse image searching) trên Google để xem nó đã xuất hiện ở nơi khác trước đó chưa và xuất hiện trong bối cảnh nào.
- Nếu trên bản đồ có dữ liệu/con số, thì đó là dữ liệu gì? Dữ liệu đến từ nguồn nào và có đang tin cậy.
- Kiểm tra kích cỡ/diện tích của các quốc gia hoặc các địa phương xem có sai sót hoặc bị bóp méo không.
- Bản đồ được thiết kế như thế nào? Cách thiết kế đó có truyền tải chính xác nội dung bài viết đi kèm?



## Ví dụ báo chí điều tra: BuzzFeed (Mỹ) vạch trần một mạng lưới lừa đảo khổng lồ bắt đầu bằng một bài đăng trên

Vào tháng 5, nhà báo Craig Silverman về mảng Truyền thông của báo BuzzFeed (Mỹ) bắt đầu tìm hiểu về một chiến dịch phối hợp đưa thông tin sai lệch về một loại khẩu trang chống COVID-19 trên Facebook, và từ đó [phát hiện ra một phi vụ lừa đảo lớn không chỉ móc túi người tiêu dùng mà còn đánh lừa chính Facebook](#).

Quá trình điều tra của Silverman cho câu chuyện này có thể là một kinh nghiệm tác nghiệp hữu ích cho các nhà báo về cách khám phá ra các mạng lưới thông tin giả phục vụ cho mục đích kinh doanh và vạch mặt những kẻ lừa đảo đằng sau chúng chỉ từ một mẫu nội dung quảng cáo đáng ngờ.



Cuộc điều tra của Craig Silverman đã vạch trần một mạng lưới lừa đảo lớn bắt đầu bằng một bài đăng trên Facebook. Ảnh chụp màn hình.

Chia sẻ trong [hội thảo trực tuyến của GIJN về thông tin sai lệch](#), Silverman giải thích rằng anh bắt đầu chỉ từ một mẫu quảng cáo Facebook cho loại khẩu trang N95, trong đó trích dẫn một vài số liệu thống kê sai (như đa số khẩu trang trên thị trường “đều chưa qua thẩm định của FDA”), kèm trích dẫn từ một đơn vị “bác sĩ tổng phụ trách phẫu thuật” từ Trung tâm Kiểm soát và Phòng ngừa Dịch bệnh Hoa Kỳ - một vị trí không hề có thực, và cuối cùng đưa ra lời quảng cáo sai và tai hại là chỉ có khẩu trang N95 của họ mới ngăn được vi khuẩn.

Điều đáng nói là ở thời điểm này, Facebook đã ra [lệnh cấm quảng cáo bán khẩu trang](#) trên nền tảng của họ, nhằm tránh các bên trục lợi bán giá cao và khiến khẩu trang khan hiếm cho đội ngũ ở tuyến đầu chống dịch. Họ cam kết theo dõi và sẽ có biện pháp phù hợp với những cá nhân cố tình lợi dụng tình cảnh dịch bệnh này.

Silverman bắt tay vào điều tra trang đáng ngờ này. Mặc dù liên kết URL cho cửa hàng trực tuyến không cung cấp nhiều thông tin, Silverman chỉ cần cho liên kết URL đó [trong dấu ngoặc kép](#) và tìm kiếm nó trên Google. Từ đây anh có được tất cả các trang mà Google đã đăng ký (index) dẫn về URL đó, bao gồm các cộng đồng PayPal, các khiếu nại từ khách hàng bị lừa đảo và tên của công ty bán mặt nạ, có tên ZestAds. Silverman lại tìm kiếm riêng trên Google từ “khẩu trang” và “ZestAds”, và tìm thấy thêm hàng trăm lời phàn nàn của các khách hàng trước đó về thông tin sai lệch, khẩu trang có giá quá cao hoặc đơn đặt hàng không bao giờ được giao.

Sau khi truy cập vào phần “các trang liên quan” (related pages) và tất cả các phần thông tin đi kèm trên trang Facebook gốc của ZestAds - bao gồm phần “Bài đánh giá” và “Giới thiệu” - để tìm thêm nhận xét (comment), Silverman nhấp vào ô Minh bạch (Transparency box)

của trang và thấy “chủ sở hữu trang được xác nhận” là một công ty Hoa Kỳ khác, chứ không phải ZestAds.

Đối với Silverman, sự thiếu thống nhất này là một trong những dấu hiệu đáng ngờ của lừa đảo. Bên cạnh đó, tài khoản người quản lý trang lại không phải là người ở Mỹ, mà ở Tây Ban Nha.

[quote] “Chúng tôi đã không chỉ vạch trần công ty lừa gạt mọi người bằng thông tin sai lệch, mà còn chỉ ra rằng Facebook đã không thực thi chính sách bảo vệ người dùng của họ.” –BuzzFeed’s Craig Silverman

Silverman lại tìm thấy một nhóm Facebook chuyên đăng các khiếu nại, phàn nàn của khách hàng về công ty, có đăng tải các bản sao biên lai - và những biên lai này lại cung cấp đường dẫn URL đến các cửa hàng trực tuyến do ZestAds thiết lập.

Anh sau đó đã sử dụng kỹ thuật “tích tiểu thành đại”, dần dần thu thập thông tin để điều tra quy mô của mạng lưới, bao gồm số lượng các trang Facebook và các cửa hàng trực





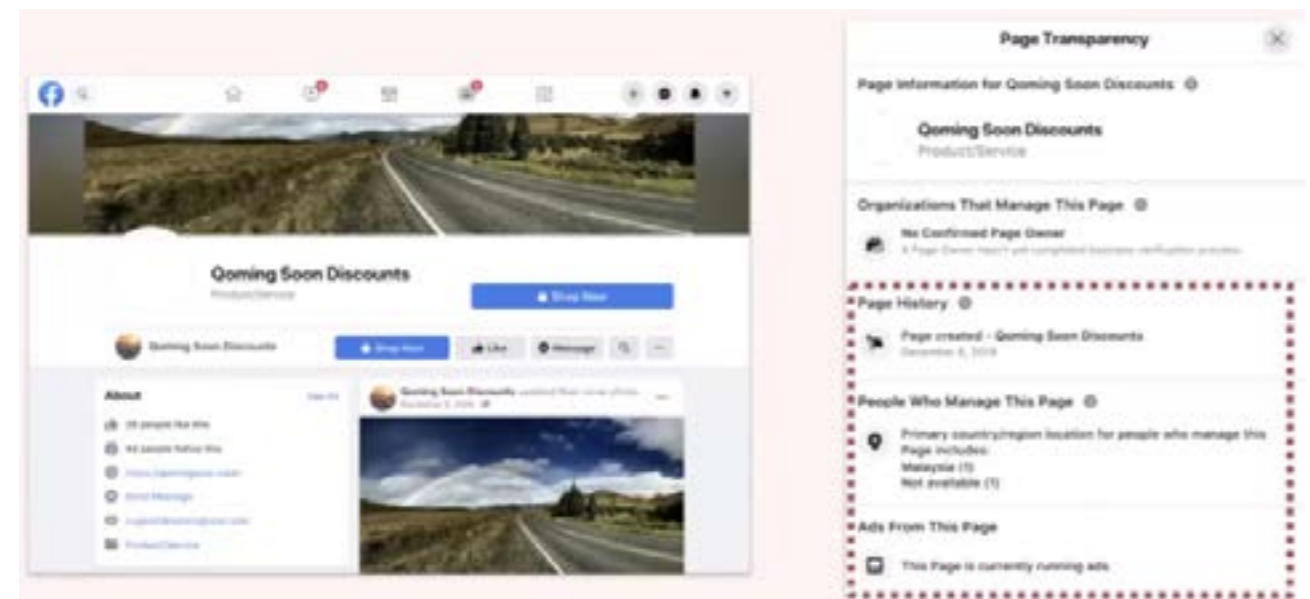
tuyến bán loại khẩu trang này.

“Chúng tôi đã phát hiện ra là các công ty bán sản phẩm này trên Facebook mọc lên như nấm, bằng thủ thuật sử dụng Shopify làm cửa hàng của họ, họ có thể [lập các cửa hàng] trong vài phút và tiếp tục tạo ra hàng loạt các công ty, cửa hàng đi đánh lừa mọi người và móc túi họ,” anh nói.

Biết rằng những kẻ lừa đảo thường không thèm để tâm đến việc viết các tuyên bố sứ mệnh khác nhau cho mỗi cửa hàng, Silverman đã trích các câu từ trang “Giới thiệu” của một số cửa hàng trực tuyến, đặt chúng trong dấu ngoặc kép và tìm kiếm trên Google. Anh ta đã tìm thấy gần 300 cửa hàng đăng nội dung này, và truy cập thủ công từng trang một – ghi chép thông tin chi tiết của các cửa hàng này vào một bảng tính (spreadsheet) để xác định liệu chúng có được kết nối với mạng lừa đảo hay không.

Anh nhận xét: “Đây là phần công việc không mấy thú vị của cuộc điều tra. Nhưng việc ghi chép thủ công này thực sự quan trọng, vì nhờ vậy tôi thực sự có cảm giác điều tra chính xác với những cửa hàng này và những gì họ đang làm, vì tôi đã tận mắt nhìn thấy chúng”.

Sau đó, anh sử dụng cụm từ tìm kiếm “site: facebook.com” bên cạnh tên của gần 200 công ty được liên kết với mạng lưới này, để xác định mức độ tràn lan của mạng lưới này trên mạng xã hội.



Ồ Minh bạch trên trang Facebook của một cửa hàng nằm trong gần 200 cửa hàng thuộc mạng lưới mà Silverman đang điều tra – đã dẫn anh đến địa điểm thực sự của công ty: ở Malaysia. Ảnh chụp màn hình

Nhờ vậy, anh đã có thể tìm thấy một trang Facebook cho một cửa hàng trực tuyến có tên “gomingsoon.com”, và chức năng Minh bạch của Facebook cuối cùng đã dẫn anh đến địa điểm trụ sở thực sự của mạng lưới lừa đảo này: một công ty ở Malaysia.

“Hóa ra ZestAds đã tìm ra cách để lách quy trình kiểm duyệt của Facebook để thêm chủ sở hữu trang đã được xác nhận, vì vậy họ đã chủ động đánh lừa mọi người và tích cực khai thác nền tảng Facebook (để bán hàng),” anh nói.

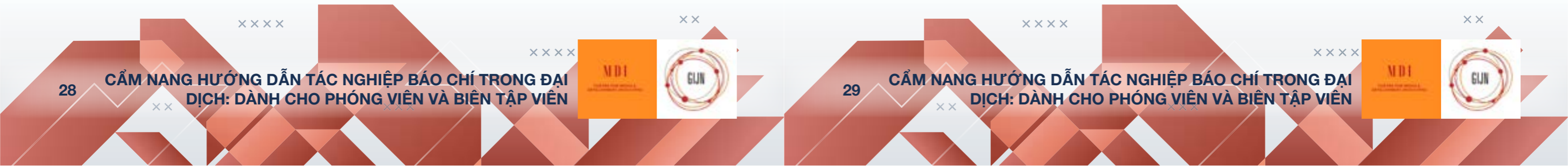
Silverman sau đó đã thực hiện tìm kiếm trên [Whois.net](http://Whois.net) về các cửa hàng trên [DomainBig-Data.com](http://DomainBig-Data.com) để tìm hiểu lịch sử đăng ký của họ.

Silverman nói: “Vào thời điểm đó, Facebook đã cấm tất cả các quảng cáo mặt nạ. “Vi vậy, chúng tôi không chỉ vạch trần công ty lừa gạt mọi người bằng thông tin sai lệch, chúng tôi còn chỉ ra rằng Facebook đã không thực thi chính sách của riêng mình.”

BuzzFeed đã gửi cho Facebook danh sách gần 100 trang có liên kết với Zest Ads. Facebook đã gửi cho công ty một lá thư tuyên bố ngừng cho phép hoạt động và từ đó cấm ZestAds khỏi nền tảng của mình.

Nếu các nhà báo muốn điều tra sâu nguồn gốc các trang lừa đảo trên mạng xã hội, sau đây là một số kỹ thuật để tìm kiếm những người đứng sau:

- **Tim ảnh đại diện (profile photo) hoặc ảnh nền (background photo) cũ nhất được tải lên** trên trang mạng xã hội đáng ngờ mà bạn đang điều tra. Sau đó, nhìn vào phần “lượt thích” và nhận xét đi kèm. Thông thường, những người gần gũi với chủ sở hữu trang - hoặc thậm chí chính chủ sở hữu trang - là những người đầu tiên “thích” hoặc tương tác với những hình ảnh đầu tiên của trang.
- **Phần trình bày thông tin của giao diện Facebook cũ và mới có chút khác biệt**, vì vậy hãy chuyển đổi giữa hai giao diện này để xem có dữ liệu hoặc liên kết hữu ích. Hãy thử tìm kiếm biên lai mua hàng từ các trang này trong các nhóm Facebook lập ra để người tiêu dùng phản ánh về sản phẩm.
- Khi **tìm cách liên hệ trực tiếp với những kẻ lan tin thất thiệt** - và tìm hiểu động cơ đằng sau hành động của họ - điều quan trọng là bạn phải nói rõ mình là một phóng viên. Tuy nhiên, một số nhà báo nhận thấy rằng những kẻ lừa đảo có nhiều khả năng đồng ý phỏng vấn hơn khi câu hỏi tiếp cận tập trung vào sự phổ biến của trang của họ, thay vì nội dung sai lệch. Capron lưu ý: “Đừng nói dối về ý định của bạn, nhưng [những kẻ lừa đảo] thường thích nói về sự nổi tiếng.
- **Thử đưa phần nội dung “Giới thiệu về chúng tôi” của các trang web bị nghi ngờ lừa đảo vào trong dấu ngoặc kép** và tìm kiếm trên Google để xem liệu có các cửa hàng khác cùng đăng một phần giới thiệu tương tự trong mạng lưới hay không. Sử dụng [dấu ngoặc kép](#) cho đường dẫn URL và tên miền – ví dụ như trong “site: youtube.com”.
- **Xác định thông tin sai lệch đáng ngờ** trong nội dung, bao gồm ngôn ngữ gây xúc







động hoặc cực đoan và lời kêu gọi tương chừng cấp bách, chẳng hạn như: “Hãy đọc tin quan trọng này trước khi Twitter xóa nó.” Cấu trúc giống hệt nhau trong các bài đăng trên newsfeed là một dấu hiệu dẫn đường khác. Hãy chú ý đến các trang web có tên miền “.news”, vì các mạng lưới thông tin sai lệch đôi khi sử dụng tên miền này để thu hút khán giả có quan điểm tư tưởng khác nhau.

- **Tránh khuếch đại các thông điệp sai lệch** hoặc các nhãn hiệu cực đoan mà bạn đang điều tra. Aimee Rinehart của First Draft gợi ý rằng những bài báo về thông tin sai lệch do một nhóm theo thuyết âm mưu như QAnon lan truyền nên bỏ từ “QAnon” khỏi tiêu đề và ba câu đầu tiên của bài báo, để giảm bớt khả năng cái tên đó được đẩy thành một từ khoá thịnh hành. Silverman gợi ý rằng những bài báo này nên theo quy tắc bánh kẹp đã nêu ở trên: bắt đầu với sự thật trước, sau đó là mô tả kỹ càng về thông tin sai lệch/lừa đảo, và rồi những thông tin sự thật đã được xác minh được lặp lại gần cuối để củng cố tin thật trong ký ức của độc giả. Anh nói: “Hãy bắt những kẻ lừa đảo chịu trách nhiệm nhưng đồng thời cũng đừng mang lại danh tiếng mà họ mong muốn.”

Silverman đã biên tập một số cuốn sách để giúp các phóng viên xử lý thông tin sai lệch, bao gồm cả “[Sổ tay xác minh: Hướng dẫn xác minh nội dung kỹ thuật số để đưa tin khẩn cấp](#)” có thể tải xuống miễn phí (tiếng Anh).

#### d. Làm việc với dữ liệu <sup>8</sup>

##### Dữ liệu

Hiện nay trên thế giới đã có một số kho dữ liệu mở về COVID-19 và công cụ để điều tra và phân tích những thay đổi do dịch bệnh gây ra này. Các phóng viên có thể theo dõi chúng trong thời gian thực, bao gồm cả những thay đổi cấp độ hành vi.

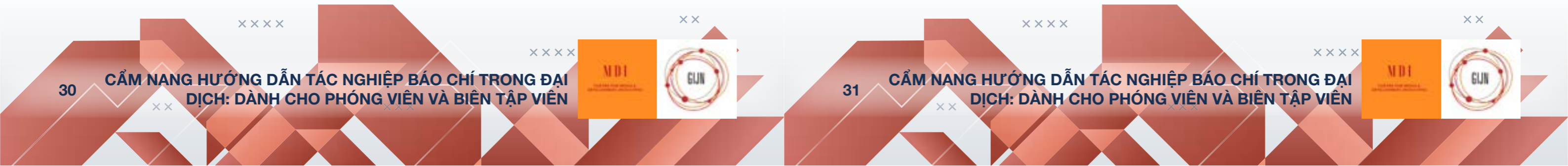
GIJN đã lập một bản hướng dẫn (tiếng Anh) về các nguồn dữ liệu ghi nhận sự lây lan của COVID-19 và hậu quả của nó. Các nguồn được [liệt kê trên một bảng tính](#) Google Docs và được chia thành các danh mục sau, các nhà báo có thể truy cập riêng qua các tab ở chân bảng tính:

- Nguồn quốc tế chính thức (“Official COVID-19 Data Sources”): Bảng tính này tập hợp các nguồn thông tin chính thức quốc tế về đại dịch, từ [Tổ chức Y tế Thế giới](#) và các tổ chức quốc tế khác.
- Các nguồn dữ liệu bổ sung (“Other COVID-19 Data Sources”): Dữ liệu toàn cầu không chính thức có sẵn từ các tổ chức như [Trung tâm Khoa học Hệ thống và Kỹ thuật](#) của [Đại học Johns Hopkins](#), [Chương trình Phát triển Toàn cầu của Đại học Oxford Martin](#) và [Worldometer](#).
- Dữ liệu COVID-19 của từng nước (“National COVID-19 Data Sources”): tuy nhiên tab này chỉ tập hợp nguồn dữ liệu chính phủ của một số quốc gia và một số tờ báo uy tín.
- Các mô hình phòng đoán hướng phát triển của đại dịch (“Pandemic Projection Models”): Những mô hình này chủ yếu do các trường đại học xây dựng, rất quan trọng để hiểu được diễn biến tương lai của đại dịch. [Danh sách của GIJN](#) bao gồm hơn một chục mô hình và một trang web riêng so sánh tất cả. GIJN cũng đăng tải các tài liệu hướng dẫn giúp các nhà báo đọc hiểu mô hình.
- Chính sách đối phó với dịch của chính phủ các nước (“Global Response Tracking”): [Danh sách này](#) trong bảng tính tổng hợp chính sách của chính phủ các nước đối phó với COVID-19, do những tổ chức quốc tế lớn như [Quỹ Tiền tệ Quốc tế](#) và các tổ chức khác thu thập. Các nguồn tài liệu bao gồm tóm tắt về các hành động tài chính, đóng cửa trường học và các hạn chế đi lại.
- Dữ liệu kinh tế (“Other Indicators”): Thiệt hại kinh tế đang được đo lường theo nhiều cách. Các nguồn trong [phần này](#) cung cấp dữ liệu không chỉ về tác động tổng thể của đại dịch mà còn về tác động của nó đối với việc làm, thương mại, dòng tiền.

GIJN cũng cung cấp [bộ hướng dẫn](#) (tiếng Anh) hỗ trợ cho nhà báo về sử dụng dữ liệu trong điều tra, từ hướng dẫn cấp độ “vỡ lòng” cho đến việc thu thập, lọc sạch, phân tích, lập bản đồ, và trực quan hoá dữ liệu.

Bên cạnh các dữ liệu vĩ mô, các nhà báo có thể sử dụng dữ liệu cấp độ hành vi, ví dụ như

8. Nội dung dựa theo [Tips on Where to Get Coronavirus Data — and the Tools to Analyze It](#), [10 Tips for Visualizing COVID-19 Data](#), [Investigating the Pandemic: A Guide to Sources of Data](#)



về xu hướng di chuyển của người dân trong đại dịch, từ các nguồn mở của Google và Apple, được thu thập thông qua tín hiệu điện thoại di động cá nhân ẩn danh. Đây có thể là một công cụ mới hiệu quả để mô tả sự thay đổi nhanh chóng trong đời sống ở các giai đoạn dịch.

**Dữ liệu di chuyển:** Báo cáo mức độ di chuyển của cộng đồng trong COVID-19 của Google sử dụng thông tin từ những sản phẩm như Google Map để lập biểu đồ về xu hướng di chuyển của người dân khi các chính sách chống dịch được đưa ra. Chúng cho thấy mức độ di chuyển của người dân tăng hay giảm theo thời gian ở các địa phương, phân loại theo những nhóm địa điểm như cửa hàng bán lẻ và giải trí (bao gồm đến quán cà phê, nhà hàng, công viên, rạp chiếu phim...), cửa hàng tạp hóa và hiệu thuốc (gồm khu chợ, siêu thị, hiệu thuốc...), công viên (gồm cả bãi biển, rừng, vườn công cộng...), trạm trung chuyển (trạm xe bus, nhà ga...), nơi làm việc và khu dân cư.

### Hai Duong



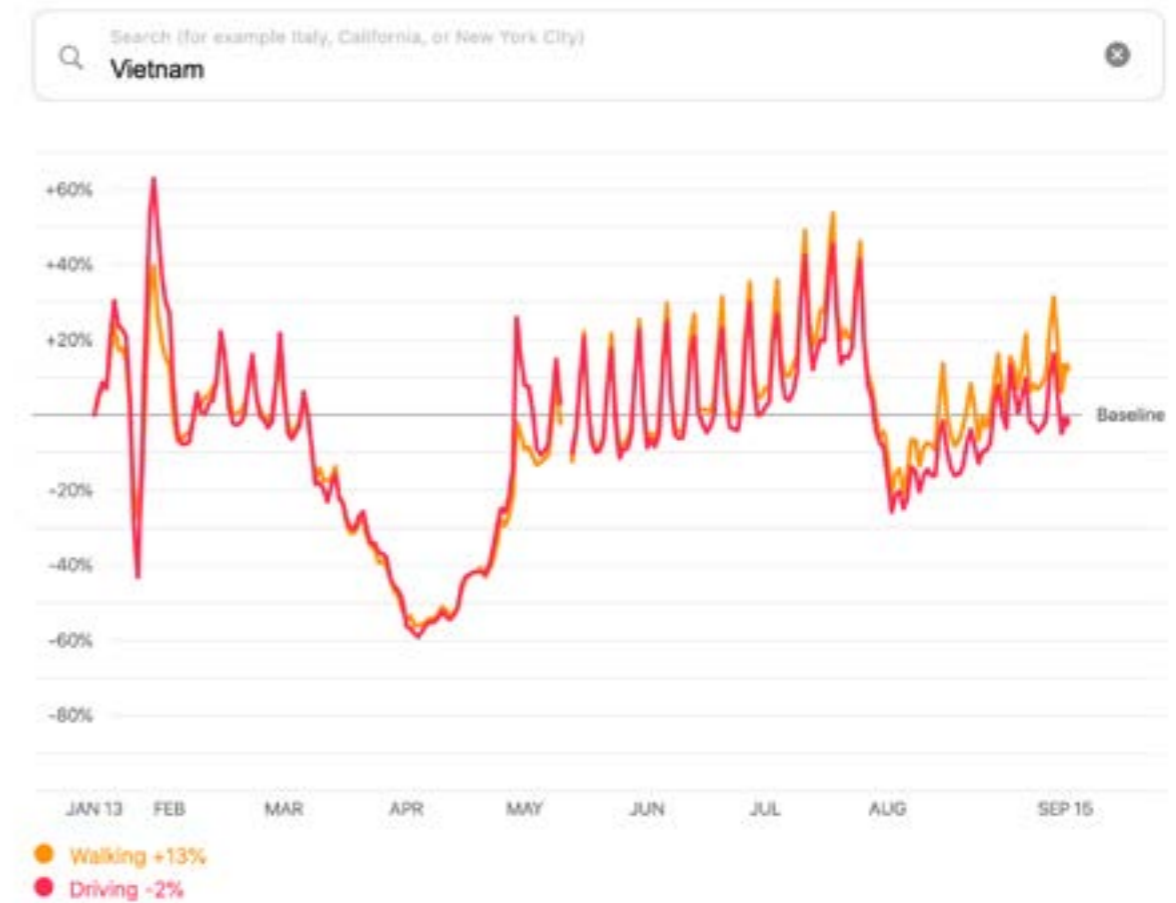
Ảnh chụp màn hình biểu đồ xu hướng di chuyển của người dân trong mùa dịch ở một địa phương cụ thể của Việt Nam là tỉnh Hải Dương, cập nhật đến ngày 11/9/2020.

**Phân tích mức độ di chuyển:** Dựa vào số lượng các yêu cầu chỉ đường trên Apple Maps, Apple đã lập ra dữ liệu di chuyển của người dân nhưng vẫn bảo vệ quyền

riêng tư của từng cá nhân trong Báo cáo xu hướng di động của Apple.

### Mobility Trends

Change in routing requests since January 13, 2020



Ảnh chụp màn hình biểu đồ hiển thị xu hướng di chuyển bằng xe cộ hoặc đi bộ của người dân theo thành phố và quốc gia, riêng ở Việt Nam chỉ Hà Nội và TPHCM có dữ liệu.

### Trình bày dữ liệu

Các công cụ trực quan hóa dữ liệu hiện đang là một trong những phương tiện hiệu quả mẽ nhất cho công chúng nhìn nhận được mối đe dọa vô hình của dịch bệnh toàn cầu.

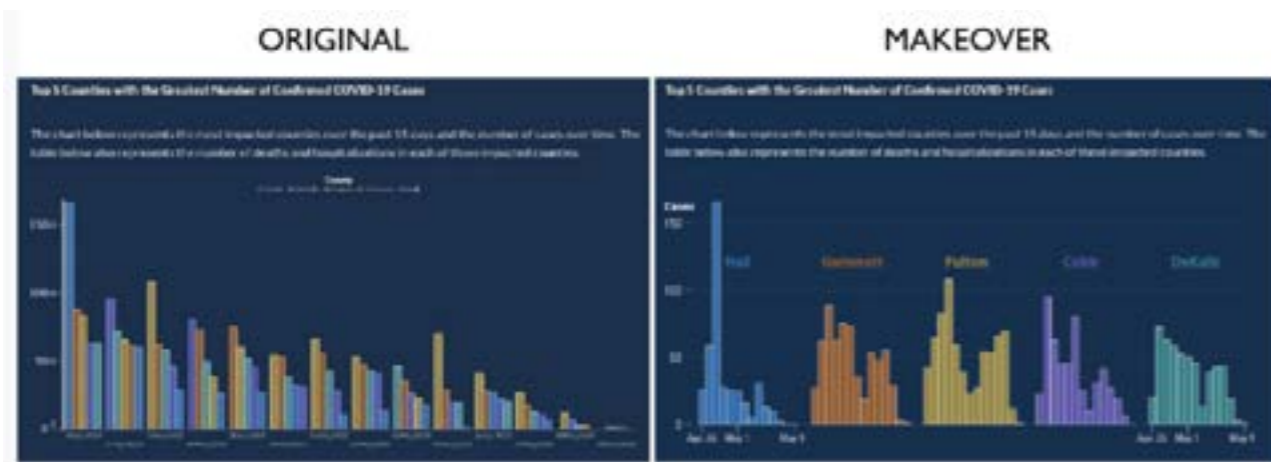
Trong một hội thảo trực tuyến của GIJN, nhóm diễn giả gồm các phóng viên điều tra, chuyên gia dữ liệu sức khỏe và giáo sư hình ảnh nổi tiếng thế giới đã chia sẻ về cách các



nhà báo nên chọn và trình bày các biểu mẫu đồ họa cũng như dữ liệu đằng sau chúng. Theo họ, sau khi xác minh thông tin một cách cẩn thận, các nhà báo nên chọn hiển thị dữ liệu theo hình thức phù hợp và dễ hiểu nhất, đồng thời phải giải thích rõ ràng cả hình ảnh và dữ liệu, và cả những điểm còn chưa chắc chắn đằng sau nó nếu có.

Sau đây là một số lưu ý để hiển thị dữ liệu COVID-19 chính xác:

- **Giải thích rõ cho độc giả/khán giả cách đọc đồ họa.** Ví dụ trong một biểu đồ gần đây về tỷ lệ mất việc làm do đại dịch, tờ The New York Times (Mỹ) có đưa vào các dòng ghi chú giải thích nổi bật, viết bằng ngôn ngữ đơn giản như: “Mỗi bong bóng trên biểu đồ này đại diện cho một nghề nghiệp. Bong bóng càng lớn thì càng có nhiều người làm công việc đó”.
- **Viết ghi chú bằng chữ (text) trên đồ họa của bạn ngay trong lúc bạn đang thiết kế nó,** vì quá trình này giúp định hình quá trình đọc hiểu cho cả bạn và độc giả.
- **Sắp xếp dữ liệu dễ hiểu theo trực quan** - chẳng hạn như theo thứ tự thời gian hoặc theo các nhóm có thể so sánh được.



Ví dụ tái tổ chức dữ liệu COVID-19 từ một biểu đồ cột khó hiểu của Bộ Y tế Georgia (trái) thành một biểu đồ mới (phải), được nhóm lại theo quận và sắp xếp theo thứ tự thời gian.

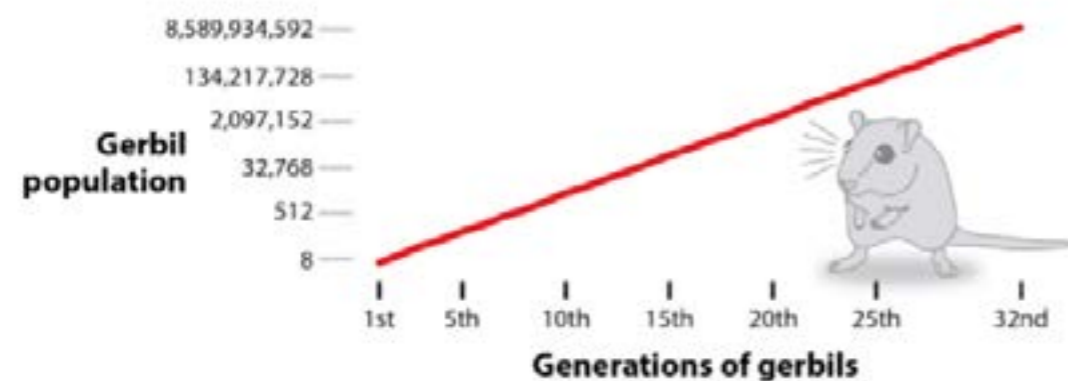
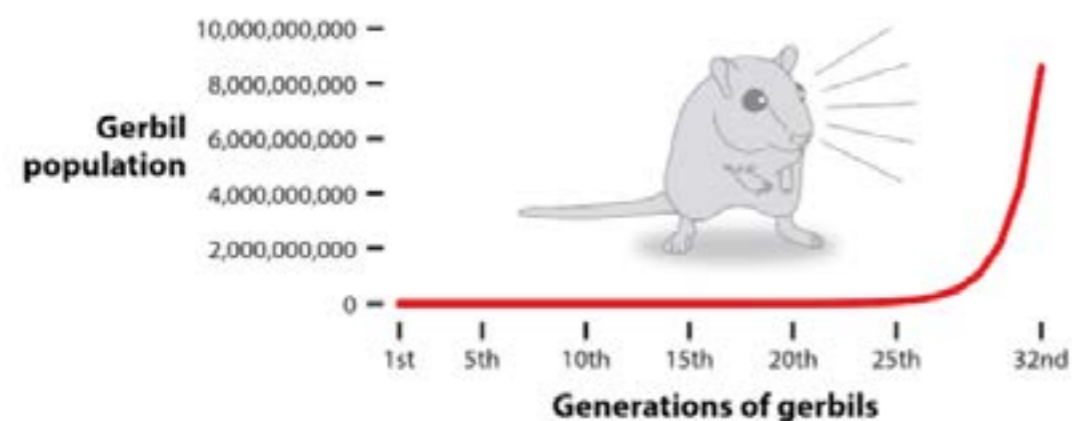
- Nếu bạn hoặc độc giả của bạn chưa quen với hình ảnh hóa dữ liệu, **hãy bắt đầu đơn giản với đồ họa cơ bản như bản đồ, biểu đồ cột hoặc biểu đồ đường kẻ.** Hãy xem xét các công cụ như [Datavizwrapper](#), [Flourish](#) và [inZight](#). Làm theo hướng dẫn trực tuyến của chuyên gia về các công cụ miễn phí, chẳng hạn như [hướng dẫn](#) của Alberto Cairo, chuyên về Báo chí Hình ảnh tại Trường Truyền thông của Đại học Miami.
- Tuy nhiên, đừng gò bó bản thân trong các công cụ và biểu đồ đơn giản. **Thỉnh thoảng hãy thách thức khán giả/độc giả của bạn bằng những thay đổi** về cách bạn trình bày dữ liệu một cách trực quan.



Một số trong nhiều hình thức trực quan hóa dữ liệu mà người chỉnh sửa có thể chọn. Nguồn hình ảnh: [datavizcatalogue.com](http://datavizcatalogue.com)

- **Đừng cố gắng trực quan hoá quá nhiều dữ liệu.** Xác định những điểm, dữ liệu chính và bám sát chúng.
- **Không có định dạng trực quan xấu,** chỉ có những định dạng phù hợp với dữ liệu và đối tượng tiếp nhận hơn các định dạng khác.
- **Sử dụng thang đo tuyến tính cho các con số và thang đo phi tuyến tính - bao gồm cả thang đo logarit - cho các tỷ lệ thay đổi.** Hãy giải thích rõ ràng đồ họa phi tuyến tính, vì chúng thường khó hiểu cho công chúng.





Ví dụ khi minh họa mức độ sinh sản của loài chuột nhắt, hãy thử đối chiếu thang đo tuyến tính (trên cùng) với thang logarit (dưới), bạn sẽ thấy lý do tại sao thang phi tuyến tính lại quan trọng trong việc minh họa tỷ lệ thay đổi. Hình ảnh: Alberto Cairo

- Hãy quên câu thần chú trong lối thiết kế truyền thống là “show-don’t-tell” (hãy thể hiện người xem thấy, đừng kể lể). Cairo cho biết **các nhà báo trực quan cần phải “vừa thể hiện vừa kể”**. Phần chữ của đồ họa, thường được gọi là “lớp chú thích” giờ đây được coi là rất quan trọng, vừa nhấn mạnh những điểm chính vừa giúp công chúng hiểu về hình thức đồ họa.

## 4 MỘT SỐ LỜI KHUYÊN CỦA CÁC NHÀ BÁO KỶ CỰU TRÊN THẾ GIỚI VỀ TÁC NGHIỆP TRONG DỊCH COVID-19<sup>9</sup>

Khai thác đề tài COVID-19 vốn còn nhiều “sương mù” là một công việc không dễ dàng cho các nhà báo, đặc biệt khi họ cần phải cân bằng giữa việc cung cấp thông tin cho công chúng, vừa tránh ru ngủ mọi người vào tâm lý chủ quan với dịch bệnh, vừa tránh cường điệu hóa nó đến mức tạo ra nỗi sợ hãi vô căn cứ.

Bất chấp điều kiện khó khăn, các nhà báo trên khắp thế giới vẫn liên tục đưa tin và cho ra đời nhiều bài viết về đề tài này với nhiều góc độ khác nhau, từ những vấn đề liên quan đến sức khỏe, đến kinh tế, giao thông và hơn thế nữa.

Dưới đây là tổng hợp các lưu ý và gợi ý về khai thác nội dung do nhiều nhà báo kỷ cựu và các tổ chức hỗ trợ báo chí trên thế giới chia sẻ.

- Hãy giải thích rõ ràng:** Việc đưa tin về các bệnh truyền nhiễm đòi hỏi phóng viên phải có một số kiến thức chuyên môn về y tế và y học. Cũng như cung cấp thông tin và báo chí đều dựa trên bằng chứng, phóng viên cần có khả năng giải thích hoặc “dịch” thuật ngữ khoa học hoặc thông tin liên quan cho công chúng bằng ngôn ngữ dễ hiểu. Chỉ khi đó công chúng mới có thể nắm rõ về toàn bộ tình hình.
- Đừng bỏ qua những câu chuyện tưởng chừng không thú vị:** COVID-19 có thể là cơ hội cho các bài báo xuất sắc ra đời. Tuy nhiên, không phải mọi câu chuyện đều cần hướng tới cấp độ đạt giải thưởng báo chí. Ví dụ, bạn có thể viết một câu chuyện dài cả trang về rửa tay đúng cách, miễn là nó hữu ích.
- Hãy tập trung nỗ lực của bạn vào việc trả lời các câu hỏi của độc giả/khán giả.** Sử dụng [Google Xu hướng](#) để hiểu rõ hơn những thông tin mà mọi người đang thắc mắc và sau đó cung cấp câu trả lời cho họ bằng nội dung chất lượng.
- Khi mọi thứ lắng xuống, hãy tiếp tục gắn bó với đề tài của bạn:** Cuối cùng thì những diễn biến về dịch bệnh cũng sẽ lắng xuống, nhưng không có nghĩa là công việc của bạn đã kết thúc. Vẫn còn rất nhiều vấn đề xảy ra hậu đại dịch quét cần được đưa tin. Ví dụ như hãy đánh giá cách các chính trị gia và các quan chức y tế xử lý cuộc khủng hoảng, xác định bài học kinh nghiệm, xác định liệu những người sống sót có phải sống trong sự kỳ thị vì đã nhiễm bệnh hay không và khám phá ý nghĩa của việc trở lại “trạng thái bình thường”. Theo kinh nghiệm của các nhà báo đưa tin về cuộc khủng hoảng Ebola năm 2014-16, nhiều đề tài phát sinh thời hậu dịch vẫn thu hút được sự chú ý của khán giả/độc giả, bao gồm [“Tại sao những người sống sót sau Ebola phải vật lộn với các](#)

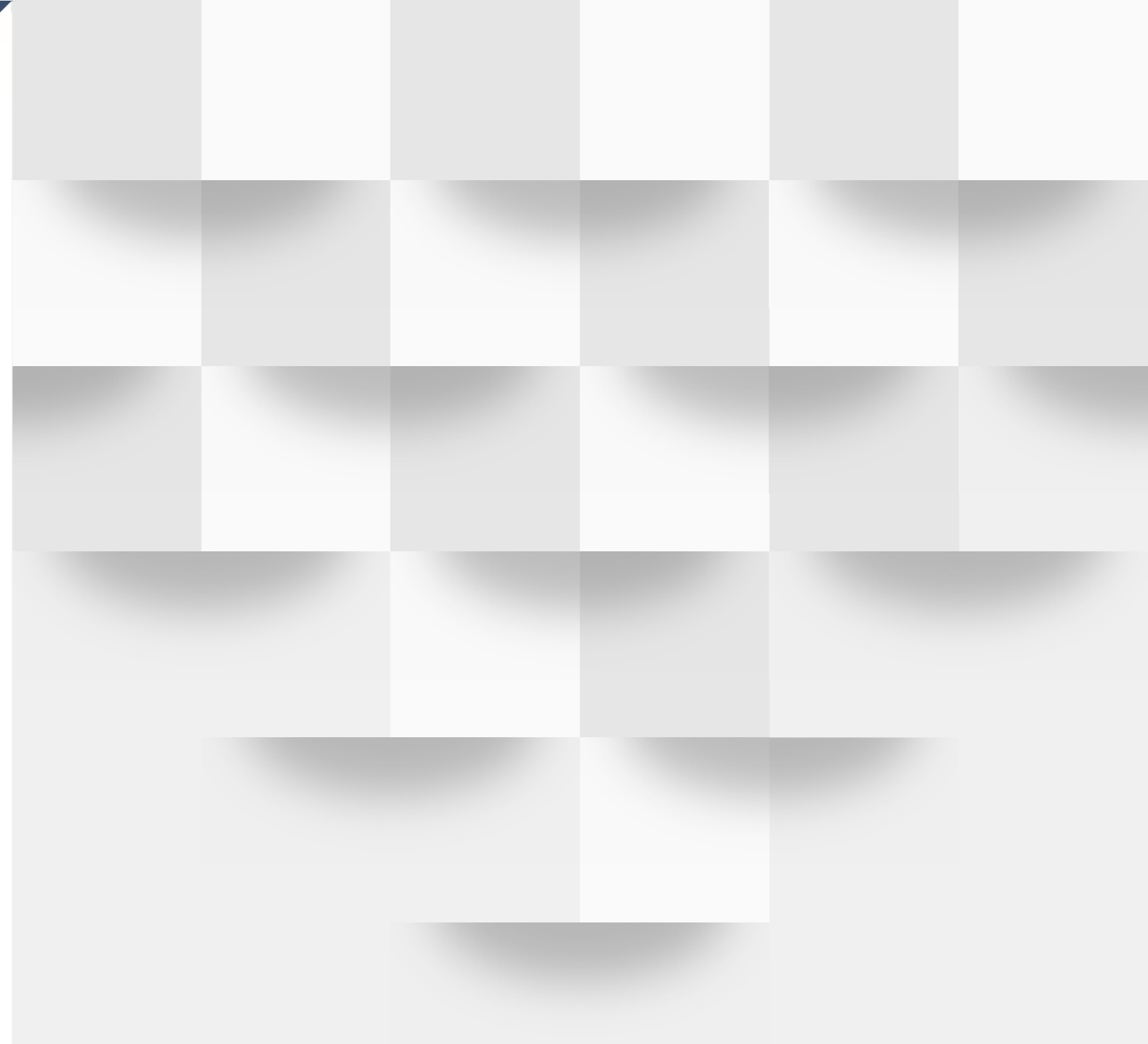
9. Nội dung dựa theo [10 tips for journalists covering COVID-19](#), [9 Lessons from Chinese Journalists on Covering COVID-19](#) và một số tài liệu liên quan.





“[triệu chứng mới](#)” của PBS NewsHour, và câu chuyện về “[Người phụ nữ sống sót sau Ebola nhưng lại thiệt mạng do mang thai ở châu Phi](#)” được đăng trên tạp chí Scientific American.

- **Nói chuyện với càng nhiều người càng tốt:** Virus ảnh hưởng đến mọi người trên khắp các quốc gia, thành phố và các tầng lớp xã hội. Trải nghiệm của những người bị ảnh hưởng ở Trung Quốc sẽ không giống như ở Singapore. Ngay cả trong một quốc gia, hoặc một thành phố, vẫn tồn tại rất nhiều sự khác biệt. Các phóng viên có trách nhiệm cố gắng hết sức để nắm bắt những thực tế đời sống khác nhau của mọi người, dù chỉ trong phạm vi một thành phố, nhưng các tầng lớp xã hội có sức chống chọi với dịch khác nhau. Ví dụ, các nhà báo có thể biết rất nhiều nhà máy đang gặp khó khăn khi có dịch. Tuy nhiên, rất nhiều công ty trong số này có thể sẽ phủ nhận thực tế đó khi nói chuyện với nhà báo. Bạn cần nói chuyện với các công ty, bạn cần nói chuyện với công nhân của họ và bạn phải nhìn từ nhiều góc độ khác nhau để xem chuyện gì đang xảy ra.
- **Làm việc chặt chẽ với biên tập viên của bạn:** Để sản xuất được một tác phẩm điều tra hoặc loạt bài có sức ảnh hưởng mạnh mẽ phụ thuộc nhiều vào việc lập kế hoạch và cộng tác với biên tập viên của bạn ở tòa soạn, bên cạnh công việc tác nghiệp quan trọng của phóng viên ở tuyến đầu. Với tư cách là phóng viên tại hiện trường, khi dành quá nhiều thời gian để phỏng vấn và tìm kiếm câu chuyện, bạn có thể không có thời gian theo dõi những thay đổi của dư luận hoặc những mối quan tâm của độc/khán giả. Đây là lúc biên tập viên của bạn có thể đưa ra lời khuyên quan trọng về việc hướng câu chuyện đi đến đâu. Các biên tập viên cũng có thể xem xét câu chuyện từ một góc độ rộng hơn. Khi làm một dự án lớn, họ giao nhiệm vụ cho phóng viên và tổ chức phóng sự để xuất bản. Trên hết, nhân viên tòa soạn, gồm cả biên tập nên hỗ trợ thiết thực và tinh thần cho các phóng viên tại hiện trường



## DÀNH CHO NHÀ QUẢN LÝ TOÀ SOẠN VÀ BIÊN TẬP VIÊN



Đảm bảo an toàn cho phóng viên hiện trường là nhiệm vụ của các cơ quan báo chí, cả sức khoẻ thể chất và tinh thần. [Kết quả điều tra](#) của Viện Reuters tại Đại học Oxford đã chỉ ra ngay cả những nhà báo kỳ cựu nhất cũng có thể gặp vấn đề tâm lý khi đưa tin về đại dịch COVID-19. Các nhà quản lý và biên tập viên nên lưu ý và thường xuyên kiểm tra tình hình sức khoẻ của đội ngũ phóng viên của mình, xem họ đang đối phó như thế nào và đưa ra hướng dẫn và hỗ trợ khi cần thiết.

# 1 LƯU Ý KHI CỬ PHÓNG VIÊN TÁC NGHIỆP TRONG DỊCH COVID-19

Để kiểm soát rủi ro trước khi cử phóng viên tác nghiệp trong dịch COVID-19, các biên tập viên hãy tham khảo danh sách các câu hỏi đáng lưu ý dưới đây, đảm bảo các nhà báo và các nhân viên toà soạn khác đã chuẩn bị kỹ lưỡng hay chưa. Đây danh sách kiểm tra của HP Risk Management, một đơn vị đã hợp tác chặt chẽ với các nhà báo để giữ an toàn cho họ khi đưa tin về COVID-19.

- Nhà báo được cử đi thuộc [nhóm có nguy cơ cao](#) với COVID-19 không?
- Nhà báo có sống cùng với bất kỳ ai thuộc nhóm rủi ro cao không? Họ có bất kỳ người phụ thuộc nào sống ở nơi khác, chẳng hạn như người thân lớn tuổi không?
- Nhà báo có kinh nghiệm thực hiện nhiệm vụ không? Trước đây họ có từng làm bất kỳ nhiệm vụ nào khác tương tự để biên tập có thể so sánh và xác định năng lực không?
- Nhân thân của nhà báo có làm tăng rủi ro không? Hãy xem xét khả năng những người dân địa phương trong một số quốc gia/cộng đồng bị ảnh hưởng do quá sợ hãi có thể tấn công người ngoài khi xuất hiện.
- Nhà báo có được cung cấp đầy các thiết bị bảo vệ cá nhân (PPE) như khẩu trang, găng tay, giày dép dùng một lần, quần áo bảo hộ, kính bảo hộ và tạp dề bảo hộ không?
- Họ có biết cách sử dụng PPE [một cách an toàn và chính xác](#) để ngăn ngừa lây nhiễm chéo không?
- Họ có được tiếp cận với các nguồn cung cấp khác như xà phòng và vật dụng khẩn cấp không?

10. Nội dung dựa theo [Editors' checklist: Preparing for COVID-19 assignments](#), [Tips for Managers and Editors](#)

- Biên tập/quản lý toà soạn đã nắm được hết tất cả các cơ sở y tế địa phương và thông tin chi tiết đi kèm chưa?
- Bạn đã thảo luận về bảo hiểm, bảo hiểm y tế, và trả lương bệnh tật có trong trường hợp nhà báo bị lây nhiễm chưa?
- Bạn đã thảo luận về khả năng nhà báo bị căng thẳng liên quan đến tâm lý hoặc chấn thương, và những hỗ trợ liên quan mà họ có thể tiếp cận?
- Bạn đã thảo luận về bảo mật/an ninh kỹ thuật số của họ chưa? Chú ý đến các rủi ro liên quan đến email lừa đảo, ứng dụng độc hại đang ngày càng nhiều.
- Bạn đã thảo luận về khả năng nhà báo bị trả thù/trừng phạt từ các tác nhân chính phủ/phi chính phủ do đưa tin về sự bùng phát COVID-19 chưa?
- Bạn đã ghi lại đầy đủ các liên hệ khẩn cấp và thông tin chi tiết của tất cả các nhân viên được cử đi làm nhiệm vụ chưa?
- Nhà báo có được cung cấp giấy tờ liên hệ, giấy thông hành báo chí, hoặc thư giới thiệu nêu rõ họ làm việc cho tổ chức của bạn không?
- Có kế hoạch dự phòng nếu họ bị ốm, hoặc bị đưa vào trong khu vực cách ly hoặc buộc phải tự cách ly trong một thời gian không?

Đưa tin về những thiệt hại về người do đại dịch COVID-19 là một nhiệm vụ cốt lõi của báo chí. Tuy nhiên, các biên tập viên và quản lý toà soạn cũng cần phải cẩn trọng khi cử phóng

# 2 HỖ TRỢ CÁC NHÀ BÁO TÁC NGHIỆP TRONG MÔI TRƯỜNG DỄ GÂY CHẤN THƯƠNG TÂM LÝ

viên đi đưa tin và viết bài về chấn thương tâm lý và tình trạng đau khổ tột cùng của con người. Cách tốt nhất để đối phó với sang chấn tâm lý là tổ chức làm việc nhóm hiệu quả và quan tâm lẫn nhau, đồng thời tạo một môi trường làm việc không phủ nhận hay coi nhẹ chấn thương tâm lý và thừa nhận tác động của nó đến lĩnh vực tin tức. Đồng thời, điều quan trọng là bạn phải thông báo cho nhân viên trước khi tiếp xúc với những bối cảnh đưa tin có thể gây chấn thương tâm lý và hỗ trợ họ cả trong và sau đó. Điều này đúng với cả sự cố quy mô lớn (ví dụ: thiên tai, báo cáo chiến tranh) và quy mô 'nhỏ' (tai nạn xe hơi, tòa án và đưa tin về tội phạm).



Dưới đây là những lời khuyên cho biên tập của để hỗ trợ các nhà báo tác nghiệp trong môi trường dễ gây chấn thương tâm lý nói chung.

### Trước nhiệm vụ

- Toà soạn nên tổ chức các buổi đào tạo, nâng cao nhận thức về chấn thương tâm lý, và đây phải là yếu tố cốt lõi của đào tạo và quản lý tiêu chuẩn. Xây dựng nhận thức về các rủi ro thể chất và tâm lý khi tiếp xúc với sang chấn tâm lý, đồng thời thiết lập hệ thống đối phó với nó trong toà soạn sẽ giúp bạn tạo ra sự tự tin trong nhân viên khi thực hiện những công việc ‘khó khăn’ - cuối cùng giúp tờ báo có được những câu chuyện hay hơn.
- Hãy ngồi xuống với cá nhân hoặc nhóm phóng viên và nói chuyện về những rủi ro cảm xúc có thể có phát sinh, cũng như công tác hậu cần và mục đích của nhiệm vụ.
- Nhắc nhở nhân viên rằng đau đớn do tiếp xúc với chấn thương tâm lý là phản ứng bình thường của con người và không phải là điểm yếu đáng che giấu. Nó thậm chí có thể “dẫn lối” cho việc đưa tin của họ.
- Thừa nhận và thể hiện bạn đánh giá cao công sức của nhân viên ngay cả trước khi họ lên đường. Cảm giác được trân trọng sẽ giúp mọi người cân bằng về mặt cảm xúc và đầu tư nhiều hơn vào nhiệm vụ khó khăn.
- Tổ chức bộ phận/nhân sự hỗ trợ trong toà soạn để nhà báo có thể liên hệ trước khi họ lên đường.
- Đối với các nhiệm vụ dài hơi, hãy đảm bảo bạn đã cập nhật danh sách các số liên lạc khẩn cấp cá nhân cho các nhân viên tham gia.
- Hãy nhớ rằng tất cả những người tham gia thu thập tin tức tại toà soạn cũng có thể bị chấn thương tâm lý - không chỉ riêng những người ra hiện trường. Các nhà biên tập phim ảnh, ghi âm, v.v. cũng sẽ tiếp xúc với tài liệu có khả năng gây chấn thương.

### Khi thực hiện nhiệm vụ

- Duy trì liên lạc thường xuyên với nhân viên làm nhiệm vụ - thậm chí chỉ cần một cuộc điện thoại nhanh chóng để hỏi “ngày hôm nay thế nào rồi?”
- Đưa ra những lời động viên và cần trọng với những lời chỉ trích - mọi người thường trở nên đặc biệt nhạy cảm hơn khi tiếp xúc với chấn thương tâm lý.
- Nhắc nhở họ về tầm quan trọng của việc chăm sóc bản thân. Ăn uống lành mạnh, tập thể dục và ngủ là rất quan trọng và đảm bảo hoạt động báo chí tốt hơn. “Tự chữa” bằng rượu bia sẽ có tác dụng ngược.
- Khuyến khích nhân viên rằng nếu họ cảm thấy đau khổ, đừng che giấu điều đó. Những phản ứng như vậy không phải là bất thường, chúng ta là con người và cảm giác đó không bộc lộ sự yếu kém hay thiếu chuyên nghiệp, và sẽ không đe dọa nghề nghiệp của họ.
- Cẩn thận hơn khi liên lạc với những người khác trong tổ chức của bạn - một cuộc điện thoại không đúng thời điểm sẽ làm trầm trọng thêm mức độ căng thẳng (đặc

biệt là về tài chính!).

- Cân nhắc việc luân chuyển hoặc rút lui một nhân viên đang chịu chấn thương tâm lý, nhưng hãy nhớ trao đổi với họ lý do cho quyết định của bạn và làm điều đó một cách tế nhị.
- Sau các nhiệm vụ dài hơi, hãy cân nhắc một hoặc hai ngày “giải toả”, giành thời gian ‘nghỉ ngơi’ để bạn và nhân viên điều chỉnh lại sau khi tiếp xúc với chấn thương tâm lý. Đảm bảo rằng người thân của mọi người đều biết chuyện đang xảy ra.
- Nghiên cứu chỉ ra rằng các vụ việc tang thương “quy mô nhỏ” cũng có thể gây nhiều tác động như “những vụ lớn”.

### Sau khi hoàn thành nhiệm vụ

Các nhà quản lý cần phải liên lạc với những người trong đội ngũ nhân viên đã trải qua sự việc đau buồn khi tác nghiệp.

- Cử người đến gặp và chào hỏi những người trở về từ nơi xa hoặc vắng mặt dài ngày.
- Thừa nhận công sức của họ bằng lời cảm ơn, tặng phẩm, khen thưởng trước toà soạn, email. Lời cảm ơn sẽ giúp cho bạn về lâu dài và thúc đẩy hiệu quả công việc tốt hơn.
- Chia sẻ với những người trở về từ chuyến đưa tin có tiếp xúc với chấn thương tâm lý. Đừng ngại nói về cảm xúc – đây là hiện tượng bình thường.
- Khuyến khích nhân viên duy trì hỗ trợ từ gia đình, bạn bè và mạng xã hội.
- Nhắc nhở họ rằng bất kỳ sự đau khổ nào là phản ứng điển hình của con người sau khi tiếp xúc với chấn thương tâm lý - giải thích rằng hầu hết mọi người sẽ cảm thấy tâm trạng cải thiện trong 3-4 tuần. Một số phản ứng không bất thường sau đó thường bao gồm:

Mất ngủ

Gặp ác mộng

Hình ảnh hoặc suy nghĩ về sự việc đột ngột xuất hiện trong đầu

Muốn né tránh nhắc về chấn thương, hoặc cảm giác tê liệt

Cảm thấy những điều tồi tệ sắp xảy ra

Giật mình và dễ giật mình

Luôn cảm thấy tức giận/phẫn nộ

Khó tập trung

Cảm thấy hưng phấn quá đà





Phản ứng cơ thể như đổ mồ hôi, tim đập nhanh, chóng mặt, buồn nôn khi nhắc về một sự kiện chấn thương

- Đề nghị họ đi gặp tư vấn tâm lý nếu họ tỏ ra choáng ngợp hoặc bạn cảm thấy mình không đủ sức.
- Điều quan trọng là phải kiểm tra lại nhân viên của mình sau **3-4 tuần** để xem có bất kỳ triệu chứng nào còn tiếp diễn hay không. Nếu còn, hãy chuyển họ đến bác sĩ tâm lý chuyên khoa chấn thương. Trong thời gian này, vẫn hãy ngầm quan sát họ. Bất kỳ hành vi nào khác thường đối với nhân viên của bạn là một dấu hiệu cho thấy có vấn đề.
- Hãy nhớ rằng chính *bạn* cũng là một phần của hiệu ứng chấn thương tâm lý lây lan. Để ý cảm xúc của chính mình và đừng ngạc nhiên nếu bạn cũng cảm thấy một số triệu chứng nêu trên hoặc những triệu chứng khác thường khác. Đảm bảo rằng bạn áp dụng chế độ **chăm sóc bản thân** và nói chuyện với ai đó.

