

Phản ứng của công chúng về tin tức tiêu cực trên báo chí (giai đoạn 2022-2023)

Lê Thị Thu^{1,2,*}, Nguyễn Phạm Phương Thảo²



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

TÓM TẮT

Dữ liệu tin tức báo chí ngày càng đa chiều, đồ sộ và cập nhật liên tục từng giây. Mối quan hệ giữa thông tin đại chúng và tâm lý - hành vi công chúng tiếp nhận đang là khía cạnh quan tâm của tâm lý học truyền thông trong bối cảnh này. Vì vậy, năng lực tiếp nhận, xử lý thông tin và phản ứng của công chúng đối với tin tức cũng là một vấn đề cần được nghiên cứu và thảo luận. Dựa trên dữ liệu tin tức trên báo chí tại Việt Nam giai đoạn hai năm (2022-2023), nghiên cứu lược sử để tài và phỏng vấn sâu công chúng trong độ tuổi trưởng thành tại Thành phố Hồ Chí Minh, nghiên cứu áp dụng Mô hình Quy trình song song mở rộng (The Extended Parallel Process Model) để phân tích phản ứng của họ về tin tức tiêu cực. Nhóm tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính trên dữ liệu từ 10 đáp viên tình nguyện tham gia phỏng vấn. Kết quả nghiên cứu cho thấy công chúng có ba kiểu phản ứng: (1) phản ứng cảm xúc, (2) phản ứng thích nghi (kiểm soát mối đe dọa) và (3) phản ứng không thích nghi (kiểm soát nỗi sợ). Tác giả cũng ghi nhận vai trò trung gian của nhận thức về mối đe dọa và những yếu tố nền tảng cá nhân tác động đến phản ứng. Từ đó, chúng tôi đưa ra một số khuyến nghị với các đơn vị sản xuất nội dung cần thiết lập quy trình xử lý thông tin với những tin tức tiêu cực.

Từ khoá: tin tức tiêu cực, phản ứng công chúng, The Extended Parallel Process Model (EPPM)

¹Nghiên cứu sinh Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM, Việt Nam

²Khoa Quan hệ công chúng - Truyền thông, Trường Đại học Văn Lang, Việt Nam

Liên hệ

Lê Thị Thu, Nghiên cứu sinh Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM, Việt Nam

Khoa Quan hệ công chúng - Truyền thông, Trường Đại học Văn Lang, Việt Nam

Email: thu.t@vlu.edu.vn

Lịch sử

- Ngày nhận: 16-04-2025
- Ngày sửa đổi: 22-10-2025
- Ngày chấp nhận: 14-04-2026
- Ngày đăng: x

DOI: x



Bản quyền

© ĐHQG Tp.HCM. Đây là bài báo công bố mở được phát hành theo các điều khoản của the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



ĐẶT VẤN ĐỀ

Truyền thông ngày càng tỏ rõ vai trò của mình không chỉ trong việc chấp nối thông tin mà còn đối với sự phát triển kinh tế - xã hội toàn cầu, đặc biệt, nó trở thành tác nhân cơ bản thúc đẩy và phổ biến các giá trị định hướng cho mọi hoạt động của con người trong thực tiễn. Cùng với việc xử lý kho thông tin khổng lồ này là những nỗi sợ về các nguy cơ mà công chúng có thể gặp trong cuộc sống, từ tâm tưởng đến hành động. Nhiều học giả đã liên tục đặt ra những nghi vấn về thực trạng này qua một số nghiên cứu lý thuyết và thực nghiệm, trải rộng trên đa dạng góc độ tiếp cận cũng như lĩnh vực nghiên cứu. Nghiên cứu này được thực hiện với hy vọng bổ sung vào kho kiến thức chung những hiểu biết mới về toàn bộ quá trình thực tế, từ tiếp nhận tin tức đến việc chuyển hóa thành hành vi của công chúng. Nhờ đó, các nhà báo nói riêng, các nhà truyền thông nói chung có thêm cơ sở dữ liệu để thực hành nghề nghiệp hiệu quả hơn, nhân văn hơn.

Dựa trên dữ liệu tin tức báo chí trong giai đoạn tháng 5/2022 đến tháng 5/2023, như báo chí phản ánh về tình hình dịch bệnh kết hợp với nghiên cứu tại bàn (desk research) và phỏng vấn sâu 10 người dân sinh sống tại Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM) trong độ tuổi từ 16-70, nghiên cứu áp dụng mô hình lý thuyết

Quy trình song song mở rộng (The Extended Parallel Process Model - EPPM)¹ để phân tích phản ứng của công chúng về tin tức tiêu cực trên báo chí.

Bài nghiên cứu này tập trung khám phá phản ứng của công chúng khi tiếp nhận tin tức tiêu cực, và quy trình diễn biến tâm lý đó xảy ra cụ thể ra sao. Cuối cùng, chúng tôi muốn làm nổi bật vai trò của cơ quan báo chí trong việc phản ánh các vấn đề trực tiếp liên quan đến an sinh xã hội, trật tự trị an, và các vấn đề liên quan đến an toàn và bền vững trong cộng đồng.

TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

Tin tức tiêu cực

Trong một nghiên cứu được công bố mới nhất, nhóm tác giả Lê Thị Thu và Nguyễn Phạm Phương Thảo (2024) đưa ra khái niệm: “Tin tức tiêu cực là thông tin xuất hiện trên phương tiện thông tin đại chúng, phản ánh về những vấn đề an sinh, đời sống, kinh tế, xã hội,... có tác động xấu đến cảm xúc của người tiếp nhận bằng các nhận biết như có dấu hiệu công kích, chia rẽ, gây lo lắng, bất an, đe dọa nguy cơ an toàn, sự bình đẳng, dốt mũi, trục lợi,... trong công chúng; từ đó, thông tin này, bao gồm tin giả (fake news), tin thiếu kiểm chứng (misinformation), tin đồn (rumor), tin vô bổ, tin kiểm “view”, tin buộc xem (thường là tin thương mại - commercial và tin tuyên truyền - propaganda) kéo theo những phản ứng phòng vệ của công

Trích dẫn bài báo này: Thu L T, Thảo N P P. **Phản ứng của công chúng về tin tức tiêu cực trên báo chí (giai đoạn 2022-2023).** *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.* 2026; 10(2):x-x.

chúng nhằm ứng biến với nguy cơ từ hậu quả của cái xấu kể trên” [2, tr.852]. Định nghĩa này bước đầu phát biểu tương đối trọn vẹn về khái niệm tin tức tiêu cực dưới góc độ tiếp cận từ hiện tượng học và mô hình kiến tạo nghĩa trong diễn ngôn truyền thông.

Trước đó, qua quá trình lược khảo nghiên cứu, chúng tôi rất bất ngờ khi phần lớn nghiên cứu về tin tức tiêu cực trong thời gian hơn hai thập kỷ đều không đưa ra phát biểu đầy đủ về khái niệm này. Thay vào đó, mỗi nghiên cứu đều nhắc đến tin tức tiêu cực theo hướng gắn khái niệm này với những chủ đề mà tin tức tiêu cực đề cập, cảm xúc đi cùng và nỗi sợ bởi tin tức tiêu cực thường có. Cụ thể, *nỗi sợ* (fear) được nhiều tác giả đề cập đến như là phản ứng đi cùng với công chúng khi họ tiếp nhận tin tức xấu trên báo chí. Nỗi sợ gắn với những mối đe dọa khác nhau, trải rộng trên các lĩnh vực từ kinh tế, chính trị, xã hội đến tội phạm, dịch bệnh, chết chóc, thiên tai, chiến tranh³.

Từ việc khơi gợi cảm xúc sợ hãi trong công chúng, tin tức tiêu cực được nhiều nhà nghiên cứu so sánh tương quan là sản phẩm của “chủ nghĩa giật gân”⁴ hay những tuyên bố mang tính cảnh báo, sự tham chiếu với những tình huống tồi tệ nhất, hoặc đồ họa mang tính khiêu khích³, tạo ra khuynh hướng “bóp méo hoặc làm sai lệch thực tế”⁵ bằng cách mô tả thế giới bạo lực và phóng đại các sự kiện tiêu cực⁶.

Hiểu được đặc trưng của tin tức tiêu cực, nỗi sợ (fear) được giới truyền thông chọn như là trung tâm của thông điệp. *Lời chiêu dụ bằng nỗi sợ* (fear appeals) được xem là một thông điệp thuyết phục, cố gắng khơi dậy cảm xúc sợ hãi bằng cách mô tả một mối đe dọa đáng kể, có liên quan đến cá nhân. Sau đó, người tiếp nhận thông điệp có xu hướng làm theo mô tả về mối đe dọa này bằng cách phác thảo các lời khuyên hành động được trình bày là khả thi và hiệu quả trong việc ngăn chặn mối đe dọa. Witte phát triển Mô hình Quy trình song song mở rộng (The Extended Parallel Process Model - EPPM) (xem Hình 1). Mô hình này còn được xem là Lý thuyết về nỗi sợ [1].

Từ EPPM, dựa trên mục tiêu nghiên cứu và bối cảnh nghiên cứu cách công chúng tại TP.HCM phản ứng về tin tức tiêu cực, nhóm tác giả điều chỉnh và đề xuất mô hình nghiên cứu cho đề tài (xem Hình 2). Trong nghiên cứu này, chúng tôi chỉ dừng lại ở phản ứng của đánh giá lần 1 và đánh giá lần 2, bao gồm: (1) phản ứng cảm xúc (sau đánh giá lần 1: H1a, H1b), (2) phản ứng thích nghi (kiểm soát mối đe dọa) (sau đánh giá hiệu quả - Lần 2: H2a, H2b, H3, H4) và (3) phản ứng không thích nghi (kiểm soát nỗi sợ - H5, H6).

Ba cấu trúc chính trong nghiên cứu về chiêu dụ bằng nỗi sợ được tìm thấy là mối đe dọa, tính hiệu quả và nỗi sợ hãi. Tuy lời chiêu dụ bằng nỗi sợ về bản chất không được xem là tin tức mang tính chính thống và

do báo chí sản xuất nhưng với sự xuất hiện của không gian mạng, lời chiêu dụ bằng nỗi sợ khó có thể phân biệt rạch ròi. Nhất là trong thời đại của “chủ nghĩa giật gân” và sự ưa chuộng thông tin mang đến cảm giác sợ hãi, nhiều tờ báo bắt đầu chạy theo xu hướng mà sản xuất ra tin tức mang tính chất của lời chiêu dụ bằng nỗi sợ.

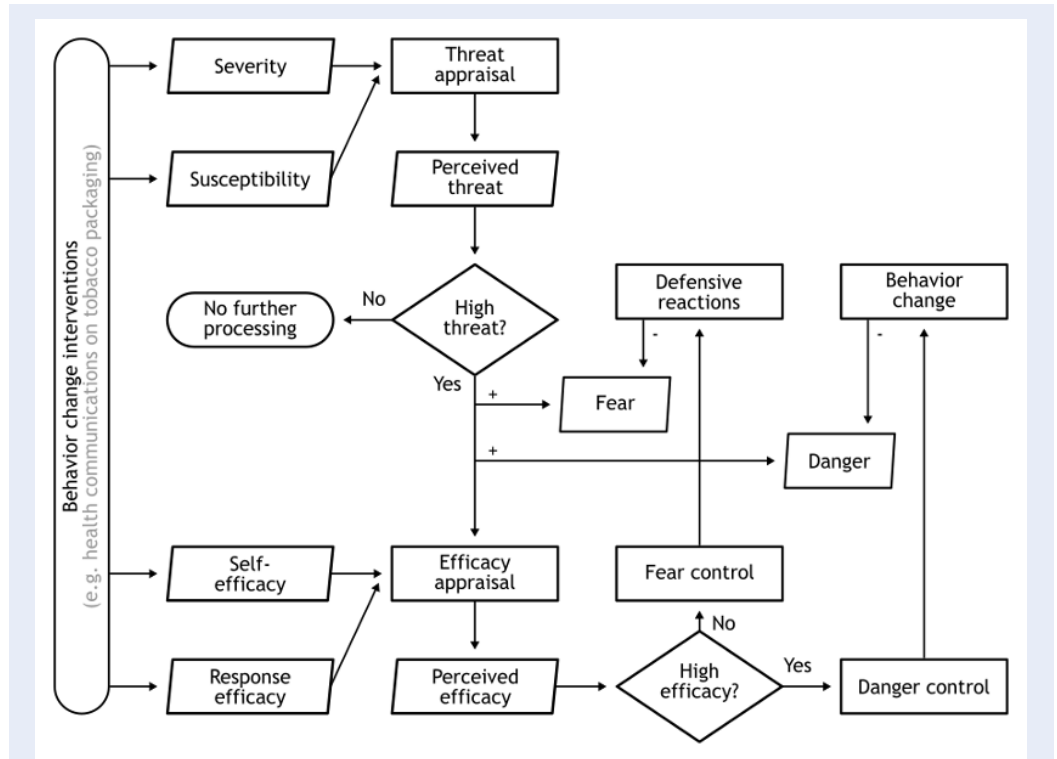
Phản ứng cảm xúc của công chúng với tin tức tiêu cực

Tin tức trong thời kỳ phát triển mạnh mẽ của công nghệ truyền thông có thể kích hoạt sự hiểu biết và cảm xúc của công chúng bằng cách hiển thị hình ảnh rõ ràng về các vấn đề rủi ro và những dự đoán về hậu quả.

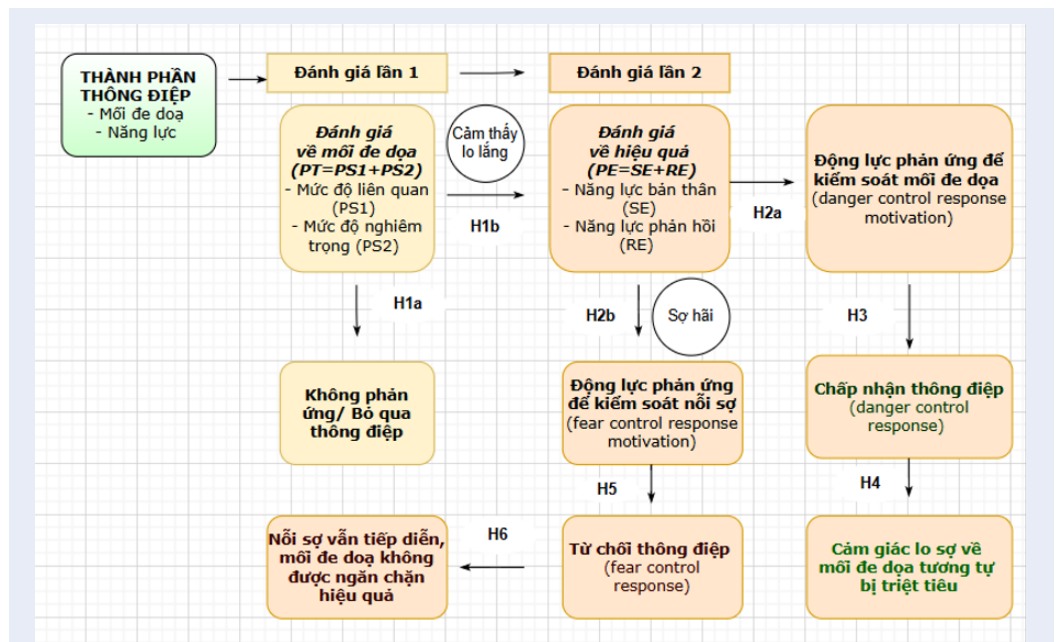
Các nghiên cứu hiện có về mối quan hệ giữa việc tiếp xúc với tin tức và tác động của nó nhìn chung đều ủng hộ quan điểm cho rằng việc tiếp xúc với các bản tin ảnh hưởng đến tâm trạng và trạng thái tinh thần của chúng ta. Cụ thể hơn, một số nghiên cứu thực nghiệm đã tìm thấy mối quan hệ trực tiếp giữa việc tiếp xúc với tin tức tiêu cực và trạng thái cảm xúc^{7,8}. Sau khi tiếp xúc với tin tức tiêu cực, cảm xúc buồn bã và lo lắng tăng lên. Các nghiên cứu khác đã tìm thấy những tác động gián tiếp đối với tâm lý đau khổ, sự gia tăng mức độ căng thẳng, hoặc trầm cảm và niềm tin phi lý⁹.

Trong khi đó, sợ hãi là một phản ứng cảm xúc đối với nhận thức về mối đe dọa¹⁰, ảnh hưởng đến nhận thức rủi ro và ra quyết định. Nỗi sợ tội phạm [4] hoặc mức độ nghiêm trọng của các mối nguy hiểm sức khỏe¹¹ có liên quan đến việc sử dụng phương tiện truyền thông. Tsoy và cộng sự củng cố rằng nỗi sợ của công chúng về Covid-19 xảy ra trước khi căn bệnh này thực sự xuất hiện bởi tin tức về bệnh tật từ truyền thông¹². Do đó, truyền thông được xem là tiền đề quan trọng của chúng ta về bệnh tật, tác động đến sự chuyển đổi tâm lý sang trạng thái sợ hãi thường trực của người dân toàn thế giới như: “Sợ người da đen, sợ tai nạn máy bay, sợ bạo lực ở trẻ em và những nỗi sợ về sự thống trị văn hóa đều do truyền thông đại chúng và các phương tiện truyền thông ở Mỹ gây ra”¹³.

Mọi người phát triển nhận thức rủi ro ở cấp độ cá nhân khi cảm thấy lo lắng và căng thẳng, do đó ảnh hưởng đến đánh giá về vấn đề có mức ảnh hưởng đến họ. Theo Ortony và Turner, về mặt định nghĩa, sợ hãi là cảm xúc có giá trị tiêu cực, đi kèm với mức độ kích thích cao và được gọi ra bởi một mối đe dọa có ý nghĩa và liên quan đến cá nhân¹⁴. Khi ai đó tiếp xúc với tác nhân gây căng thẳng, tác nhân này được đánh giá để gọi ra phản ứng cảm xúc thích hợp¹⁵. Ngoài ra, do những cảm xúc này, con người hình thành các loại hành vi kiểm soát mối nguy hiểm¹².



Hình 1: Mô hình Quy trình song song mở rộng - The Extended Parallel Process Model - EPPM (Nguồn: ¹)



Hình 2: Mô hình nghiên cứu cho đề tài (Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất và điều chỉnh trên cơ sở EPPM)

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VÀ XỬ LÝ DỮ LIỆU

Áp dụng mô hình lý thuyết Quy trình song song mở rộng [1], sau khi nghiên cứu lược sử đề tài, chúng tôi thực hiện phỏng vấn sâu với 10 đáp viên trong độ tuổi trưởng thành (16-70) đang sinh sống và làm việc tại TP.HCM. Chúng tôi chọn mẫu theo phương pháp quả cầu tuyết (snowball)¹⁶ giới thiệu theo kết nối trong mạng lưới quan hệ, đảm bảo theo nguyên tắc trải đều ở giới tính, lứa tuổi và đa dạng nghề nghiệp cho đến khi đạt đến sự bão hòa về dữ liệu, nghĩa là thông qua quá trình trao đổi, các phản ứng về tin tức tiêu cực từ các đáp viên có sự lặp lại theo khung nghiên cứu ở ba chiều phản ứng trong kết quả nghiên cứu trình bày ở phần sau.

Bảng câu hỏi phỏng vấn được chúng tôi thiết kế thành 05 tầng thông tin. Theo đó, nhóm thông tin thứ nhất để sàng lọc đối tượng, đảm bảo đối tượng được phỏng vấn có *nhận định về tin tức tiêu cực và có tần số tiếp cận tin tức* trên các phương tiện truyền thông đều đặn và đa dạng. Lớp thông tin thứ hai, chúng tôi thu thập dữ liệu liên quan đến *cảm xúc* khi tiếp nhận nội dung tiêu cực từ truyền thông, đồng thời đo lường sự đánh giá của đáp viên với *mức độ tác động* của tin tức ấy đến đời sống và tác động xã hội. Nhóm câu hỏi ở mức đánh giá lần ba tập trung thu thập dữ liệu liên quan đến *ý nghĩ về hành động và kỳ vọng* của đáp viên. Kết quả *phản ứng về mối đe dọa* (hành động đã thực hiện) mà đáp viên có được tập trung ở lớp thông tin thứ tư. Sau cùng, các câu hỏi ghi nhận hệ quả từ những phản ứng với tin tức tiêu cực ở việc kiểm soát tình hình, rủi ro trông thấy. Nhóm tác giả tạm đánh mã đáp viên bằng cách ghi tắt tên người tham gia phỏng vấn, kèm theo mã số từ 01 đến 04 là thứ tự tuần thực hiện phỏng vấn. Theo đó, tuần đầu trong giai đoạn phỏng vấn lấy dữ liệu, chúng tôi thực hiện với 03 đáp viên (TT01, NK01, VK01) vào tuần thứ nhất; 02 đáp viên (MN02, MU02) ở tuần thứ hai; 02 đáp viên (HA03, HP03) vào tuần thứ ba; tuần cuối cùng chúng tôi thực hiện phỏng vấn với 04 mẫu (LB04, PH04, DP04). Như thỏa thuận cùng người tham gia phỏng vấn, chúng tôi xin được bảo mật thông tin cá nhân của họ.

Chúng tôi sử dụng phương pháp thủ công để xử lý dữ liệu như rã băng, phân tầng thông tin, xử lý dữ liệu theo chủ đề và lớp thông tin định khung trong quá trình phỏng vấn. Kết quả nghiên cứu được trình bày ở nội dung tiếp theo, danh xưng đáp viên được viết tắt theo tên thật.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Về kết quả nghiên cứu, chúng tôi phát hiện rằng công chúng có 03 kiểu phản ứng bao gồm: (1) *phản ứng cảm xúc*, (2) *phản ứng thích nghi (kiểm soát mối đe*

dọa) và (3) *phản ứng không thích nghi (kiểm soát nỗi sợ)*.

Phản ứng cảm xúc

Dựa trên kết quả phỏng vấn, chúng tôi ghi nhận rằng phản ứng dao động về mặt cảm xúc xuất hiện ở đa số người tham gia nghiên cứu (8/10). Các từ khóa “lo lắng”, “rất lo”, “lo lắng” được lặp lại trong nhiều câu trả lời là cách các đáp viên thể hiện cảm giác lo lắng, bất an, sợ hãi của mình đối với vấn đề được nêu trong tin tức. “Chỉ cần nghe tin hết xăng... được đưa tin trên báo là nó đã thực sự tạo ra sự lo lắng” là cách đáp viên TT01 mô tả phản ứng cảm xúc của mình trước tin tức xăng dầu biến động. Một số phản ứng cảm xúc khác được ghi nhận như phản ứng “rất là khó chịu...”, “gây bức xúc”, “gây khó chịu” của đáp viên NK01 khi nhắc đến những tin tức về chiến sự Nga - Ukraine mà đáp viên nhận định là “đang có sự thiên vị cho phương Tây”. Trong khi đó, phản ứng của đáp viên MN02 và LB04 lại là “tội nghiệp cho người dân” hay “thương cho Ukraine trước... vì họ đã bị hy sinh, mất mát quá nhiều” khi tiếp cận những tin tức về cuộc xung đột này.

Phản ứng thích nghi

Chấp nhận mối đe dọa (phản ứng kiểm soát mối đe dọa) được xem là phản ứng thích nghi của công chúng đối với các tin tức tiêu cực. Kết quả thu được từ câu trả lời về phản ứng của các đáp viên đối với mối đe dọa từ tin tức được ghi nhận có 02 loại chính là: (1) *Phản ứng đối phó thích nghi (phản ứng kiểm soát mối đe dọa)*, bao gồm chấp nhận mối đe dọa, tuân thủ hay tìm kiếm thông tin hoặc tìm hiểu sâu về vấn đề; và (2) *Phản ứng không thích nghi (phản ứng kiểm soát nỗi sợ)*, chủ yếu là tránh né hoặc phản kháng hay khước từ mối đe dọa.

Phản ứng thích nghi đầu tiên là tìm hiểu sâu mối đe dọa nhận thức được từ tin tức. Phản ứng này được thực hiện dưới nhiều hình thức như chia sẻ thông tin với người khác, kiểm định tin tức, tìm hiểu bản chất của thông tin hoặc tìm kiếm thêm nhiều thông tin liên quan. Cụ thể với những tin tức về chiến sự Nga - Ukraine, phản ứng của đáp viên MN02 là “tìm lại những cái video mà lúc trước ở bên nước ngoài họ có làm phim tài liệu về chiến tranh ở Việt Nam”. Tại thời điểm tin tức chiến sự lan truyền mạnh, đáp viên này “thường xuyên xem nhiều thông tin [...] để cập nhật tin tức”, “trao đổi với những người bạn”. Để cập đến những tin tức về các chủ tịch của một số tập đoàn (Tân Hoàng Minh, FLC, Vạn Thịnh Phát, Tân Hiệp Phát) bị bắt, phản ứng của đáp viên MN02 là “lên sàn chứng khoán xem” để “theo dõi mô hình kinh tế giai đoạn đi xuống”.

Tóm lại, phản ứng thích nghi của các đáp viên (MN02, PH04, MU02) diễn ra theo một công thức hành động

chung cho các tin tức tạo cảm giác lo lắng là tìm hiểu sâu từ nhiều nguồn bằng việc “tìm hiểu báo chính thống để xem chuyện đó thực sự là như thế nào và mọi người sẽ làm gì với nó”. Ngoài ra, chia sẻ tin tức với những người xung quanh đều là phản ứng họ nghĩ đến đầu tiên khi thấy bất an, bên cạnh việc tìm hiểu sâu về vấn đề.

Biểu hiện thứ hai của phản ứng thích nghi được ghi nhận là hành vi chấp nhận mối đe dọa. Nói về vấn đề khủng hoảng xăng dầu, phản ứng của đáp viên HA03 là chấp nhận như “điều tất yếu, sự phát triển chung của toàn xã hội”. Đáp viên HA03 đã đánh giá cần trọng tình trạng khách quan và chủ quan, sau đó quyết định “chấp nhận” và “tự điều chỉnh bản thân”. Tương tự HA03, phản ứng của đáp viên MN02 cũng có xu hướng chấp nhận mối đe dọa này là “vấn đề của xã hội” và thích nghi như “tìm cách hòa nhập”. Trái lại, phản ứng của đáp viên PH04 lại là chấp nhận mối đe dọa. Thoạt đầu, việc né tránh mối đe dọa xuất hiện trong ý định phản ứng của PH04. Tuy nhiên, ngay sau đó, PH04 cho rằng đây là “số phận” không thể tránh, vì vậy đáp viên đã chọn chấp nhận đây là vấn đề “may rủi” thay vì tiếp tục né tránh. Với vấn đề hết xăng và tăng giá xăng, phản ứng của VK01 chấp nhận mối đe dọa này được thể hiện qua quyết trong thái độ và câu trả lời. Đáp viên cũng cân nhắc đến một mối đe dọa lớn hơn như “cháy nhà do tích trữ xăng” nếu chọn đi mua xăng tích trữ để đối phó với mối đe dọa không còn xăng di chuyển. Đáp viên DP04, khi được hỏi về vấn đề số ca Covid-19 tăng trở lại được đưa tin, nhận định đây là “bệnh xã hội” và bình thản với tình hình đó.

Tìm phương án thay thế là phản ứng thích nghi tiếp theo mà chúng tôi ghi nhận. Cụ thể, phản ứng của đáp viên HP03 trước mối đe dọa hết xăng được nêu trong tin tức là “có kế hoạch mua xe đạp điện chạy”. Đáp viên cho rằng mình “không giải quyết được gì” nhưng “có lo cũng phải đối mặt”. Vì vậy, thay vì chấp nhận “sống chung” với hoàn cảnh hết xăng, HP03 có phản ứng lựa chọn phương tiện di chuyển thay thế, không phụ thuộc vào xăng dầu để bản thân không bị ảnh hưởng trong hoàn cảnh đó. Để cao cảnh giác là một kết quả khác về phản ứng đối phó thích nghi mà chúng tôi ghi nhận được với những tin tức về Covid-19 và tai nạn. Cụ thể, với tin tức về Covid-19, phản ứng của đáp viên PH04 là “phòng ngừa cho bản thân” bằng cách “ra đường bịt khẩu trang”, “vệ nhà xịt khuẩn”, “nhà cửa sạch sẽ”, “mở cửa cho ánh sáng vào”. Đáp viên MN02 cũng có cùng phản ứng là “vẫn phải cẩn thận”, “tuân thủ” như: “ra đường có khẩu trang rồi rửa sạch tay, khử khuẩn”. Đáp viên VK01 có phản ứng là “bảo vệ mình” bằng cách “đi mua cồn”, “đi đâu về cũng phải xịt cồn”, “xịt khắp nhà” mỗi khi thấy bất an để chống lại mối đe dọa lây nhiễm Covid-19 khi thấy tin tức về số ca bệnh tăng trở lại. Kết quả này

cũng trùng khớp với phản ứng của đáp viên DP04 là “cảnh giác”, “làm theo hướng dẫn y tế”. Để đối phó với mối đe dọa bị ảnh hưởng bởi tình trạng hết xăng được báo chí đưa tin, phản ứng của đáp viên TT01 là “chấp nhận phơi mình dưới nắng để đi mua xăng”, “chen chúc nhau mua xăng”, “mua xăng về trích ra rồi lại đi mua xăng”. TT01 không chấp nhận nhíp sống hằng ngày bị thay đổi hoặc cản trở vì tình trạng hết xăng (“đảm bảo những cây xăng ngoài kia đóng cửa thì mình vẫn còn một ít xăng để có thể chạy đi đây đó cho công việc của mình”). Ngoài ra, với mối đe dọa từ tin tức các vụ tai nạn, phản ứng của đáp viên NK01 là phân tích nguyên nhân xảy ra tai nạn để nâng cao ý thức cảnh giác của bản thân khi tham gia giao thông.

Phản ứng không thích nghi

Phản ứng không thích nghi hay còn gọi là phản ứng không chấp nhận mối đe dọa, tức phản ứng hành vi kiểm soát nỗi sợ. Dựa trên kết quả phỏng vấn, chúng tôi thu thập được một số biểu hiện nổi bật của phản ứng không thích nghi của công chúng TP.HCM với mối đe dọa từ tin tức tiêu cực như không muốn nhìn thấy hay cảm nhận mối đe dọa, tự phản kháng để chống lại mối đe dọa hoặc chuyển cảm giác lo lắng của bản thân sang thể lực tâm linh.

Trong đó, hành vi tránh né tin tức tiêu cực là phản ứng phổ biến nhất thể hiện thái độ không chấp nhận mối đe dọa của công chúng tại TP.HCM. Đứng trước tin tức về bạo lực, tội phạm, giết người, phản ứng của đáp viên HP03 là “không muốn nghe nhiều đến tin đó”, “không muốn câu chuyện đó đi vào đầu”, “loại ngay từ đầu”, “không tiếp nhận cũng như không tham gia” hay “không chấp nhận” vì HP03 cảm nhận rằng những tin tức đó “tiêu cực”, “mang yếu tố kinh dị”, “không có tính người”. Trùng khớp với HP03, phản ứng của đáp viên DP04 với những tin tức này là từ chối đọc một cách quyết liệt (“Không. Nó tiêu cực quá”).

Tương tự, “né không đọc” là cách MU02 mô tả phản ứng tránh né tin tức của mình đối với những tin tức về đầu tư bị viết sai lệch. Phản kháng, chống lại mối đe dọa là phản ứng không thích nghi nổi bật được phát hiện từ câu trả lời của các đáp viên.

Ngoài ra, theo kết quả phỏng vấn, dựa vào niềm tin tôn giáo là phản ứng chung của một số đáp viên Công giáo. Phản ứng này được thể hiện bằng một số cách như cầu nguyện hoặc tin tưởng vào Đấng Tối Cao (Thiên Chúa). Đáp viên PH04 đã “cầu nguyện cho đất nước của người ta^a mau hết chiến tranh, mau hòa bình” như một cách để phản ứng với những tin tức về chiến sự Nga - Ukraine. Bên cạnh “cầu nguyện cho hết”, “trao vào tay Chúa”, “có niềm tin” là phản ứng của đáp viên LB04 đối với tin tức về chiến sự. Trong khi đó, hành vi “nghĩ là Chúa giữ gìn mình”, “phó thác hết mọi chuyện cho Chúa” là phản ứng chung của đáp viên HA03 khi thấy tin tức tiêu cực xuất hiện trên báo chí.

^aTức nước Ukraine.

KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Kết luận

Khi tiếp cận với tin tức tiêu cực để cập đến một mối đe dọa nào đó, công chúng có hai phản ứng trực tiếp: phản ứng cảm xúc (tức sợ hãi) và phản ứng thờ ơ (không quan tâm). Trong đó, phản ứng cảm xúc (sợ hãi) được ghi nhận ở phần lớn người tham gia phỏng vấn. Ngược lại, phản ứng thờ ơ, phớt lờ ít xuất hiện khi công chúng tiếp cận tin tức tiêu cực.

Đối với phản ứng hành vi (kiểm soát mối đe dọa và nỗi sợ), công chúng sẽ đi qua một quá trình đánh giá tình huống tiếp cận tin tức tiêu cực trong nhận thức, trong đó bao gồm hai tiến trình: (1) đánh giá mối đe dọa; và (2) đánh giá hiệu quả phản ứng. Cụ thể, ở tiến trình đánh giá lần 1, chỉ cần mức độ nghiêm trọng của mối đe dọa từ trung bình đến cao hoặc khả năng bản thân họ bị ảnh hưởng bởi mối đe dọa đạt từ trung bình đến cao, họ sẽ có phản ứng cảm xúc là lo lắng, sợ hãi, bất an, đôi khi là bức xúc, phẫn nộ nhưng vẫn có thể không dẫn đến phản ứng hành vi. Tuy nhiên, khi mức độ nghiêm trọng của mối đe dọa từ cao đến rất cao, công chúng chắc chắn có phản ứng về mặt hành vi, mà không cần xét đến khả năng bản thân chịu ảnh hưởng bởi mối đe dọa có cao hay không. Lúc này, tiến trình đánh giá lần 2 diễn ra. Trong tiến trình này, nếu công chúng đánh giá hiệu quả của phản ứng và năng lực thực hiện phản ứng đó của bản thân tỷ lệ thuận với nhau, họ sẽ phản ứng với động lực kiểm soát mối đe dọa thực sự và lên chiến lược hiện thực hóa động lực này. Vì vậy, phản ứng kiểm soát mối đe dọa có động lực và hành vi mang tính lý trí (chấp nhận, tuân thủ hay hành động có kế hoạch và bình tĩnh). Nếu công chúng đánh giá hiệu quả của phản ứng và năng lực thực hiện phản ứng của bản thân mâu thuẫn với nhau, thì phản ứng của họ nhằm kiểm soát nỗi sợ hãi. Phản ứng này vì thế có động lực và hành vi mang tính cảm tính như mua sắm hoảng loạn, tích trữ hàng loạt, v.v.

Hệ quả của phản ứng hành vi kiểm soát mối đe dọa là kết quả tích cực khi giảm thiểu hoặc triệt tiêu được cảm giác sợ hãi dù cho mối đe dọa đó có quay trở lại hay không. Trong khi đó, phản ứng hành vi kiểm soát nỗi sợ mang đến hệ quả tiêu cực khi không làm giảm được mức độ sợ hãi của đáp viên, mà cho họ cảm giác an tâm nhất thời nhưng sẽ ngay lập tức sợ hãi như ban đầu nếu mối đe dọa tái diễn. Những nguy hiểm đe dọa tính mạng như cháy nhà, ngắt xiu, ùn ứ, v.v. cũng là hệ quả đi kèm với phản ứng hành vi kiểm soát mối đe dọa. Điều này có thể khẳng định rằng nỗi sợ của công chúng là nguyên nhân trực tiếp dẫn đến phản ứng hành vi có hệ quả tiêu cực không chỉ với riêng bản thân mà còn có thể lan ra cộng đồng.

Ngoài ra, chúng tôi cũng ghi nhận vai trò trung gian của nhận thức về rủi ro, mối đe dọa và những yếu tố nền tảng cá nhân như niềm tin tôn giáo có tác động đến phản ứng của công chúng về tin tức tiêu cực.

Khuyến nghị

Về khoa học

Nghiên cứu này đem lại hai đóng góp cho khoa học: (1) phản ứng hành vi kiểm soát mối đe dọa và kiểm soát nỗi sợ hãi; (2) phản ứng hành vi bị chi phối từ mối đe dọa và bị tác động bởi yếu tố cá nhân. Cụ thể, phản ứng hành vi kiểm soát mối đe dọa và kiểm soát nỗi sợ của công chúng khi tiếp xúc với tin tức tiêu cực có xu hướng lồng ghép vào nhau và đôi khi không được nhận thức rõ ràng. Thêm nữa, phản ứng hành vi của công chúng tại TP.HCM không chỉ bị điều khiển bởi nhận thức về mối đe dọa và nhận thức về hiệu quả phản ứng mà còn có những yếu tố mang tính cá nhân chi phối. Đây có thể là gợi ý cho các nghiên cứu truyền thông tại Việt Nam liên quan đến các lĩnh vực như công chúng truyền thông, tâm lý học truyền thông, hành vi công chúng, v.v. và có thể mở rộng ra liên ngành như nghiên cứu xã hội học, tâm lý học, khoa học hành vi, v.v.

Ngoài ra, hai phát hiện trên cũng khẳng định lý thuyết EPPM, khi đưa ra khỏi phạm vi ứng dụng trong truyền thông chiêu dụ bằng nỗi sợ, có thể cho ra những phản ứng phức tạp hơn. Chẳng hạn, chúng ta làm rõ yếu tố “sự khác biệt cá nhân” có tác động thế nào và có tác động ở giai đoạn nào trong mô hình EPPM để dù là tin tức hay truyền thông bằng nỗi sợ, chúng ta có thể nắm bắt toàn diện về phản ứng của công chúng và những yếu tố chi phối phản ứng này.

Về thực tiễn

Từ kết quả về phản ứng của công chúng với tin tức tiêu cực và cách nhận diện chúng qua động lực, cách đánh giá hay hành vi biểu hiện ra bên ngoài, chúng tôi khuyến nghị các nhà báo cần có chiến lược sản xuất tin, bài cẩn trọng hơn. Nếu chỉ mãi chạy theo “thời sự” và “tin nóng” thì không lâu, báo chí sẽ là nơi thiên kiến tiêu cực lên ngôi và công chúng sẽ phải đắm chìm trong nỗi sợ. Để làm được điều này, nhà báo cần có những chiến lược điều chỉnh cách đưa tin, cách khai thác vấn đề và diễn đạt nội dung hướng đến sự tích cực hơn. Đồng thời, cân bằng lượng tin tức phản ánh vấn đề tiêu cực cũng là điều thiết yếu để kiểm soát tình hình này.

Về phía cơ quan quản lý, cần dự đoán sớm phản ứng của công chúng trước tin tức tiêu cực để chủ động triển khai các chiến lược kiểm soát tình hình, như phát ngôn từ người có trách nhiệm hay nâng cao nhận thức truyền thông cho người dân, đặc biệt là cách nhận diện tin giả.

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

EPPM: The Extended Parallel Process Model (Mô hình Quy trình song song mở rộng)
PT : Perceived Threat
PS1: Perceived Severity
PS2: Perceived Susceptibility
PE: Perceived Efficacy
RE: Response Efficacy
SE: Self-Efficacy
QCA: Qualitative Content Analysis
TP.HCM: Thành phố Hồ Chí Minh
TT01: Đáp viên thứ nhất, trả lời phỏng vấn vào tuần đầu giai đoạn thu thập dữ liệu
NK01: Đáp viên thứ hai, trả lời phỏng vấn vào tuần đầu giai đoạn thu thập dữ liệu
VK01: Đáp viên thứ ba, trả lời phỏng vấn vào tuần đầu giai đoạn thu thập dữ liệu
MN02: Đáp viên thứ nhất, trả lời phỏng vấn vào tuần thứ hai giai đoạn thu thập dữ liệu
MU02 : Đáp viên thứ hai, trả lời phỏng vấn vào tuần thứ hai giai đoạn thu thập dữ liệu
HA03: Đáp viên thứ nhất, trả lời phỏng vấn vào tuần thứ ba giai đoạn thu thập dữ liệu
HP03: Đáp viên thứ hai, trả lời phỏng vấn vào tuần thứ ba giai đoạn thu thập dữ liệu
LB04: Đáp viên thứ nhất, trả lời phỏng vấn vào tuần thứ tư giai đoạn thu thập dữ liệu
PH04: Đáp viên thứ hai, trả lời phỏng vấn vào tuần thứ tư giai đoạn thu thập dữ liệu
DP04: Đáp viên thứ nhất, trả lời phỏng vấn vào tuần thứ tư giai đoạn thu thập dữ liệu

TUYÊN BỐ XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Bản thảo này không có xung đột lợi ích giữa các tác giả và giữa các công bố nghiên cứu khoa học liên quan.

TUYÊN BỐ ĐÓNG GÓP CỦA TÁC GIẢ

Tác giả Lê Thị Thu: hoàn thiện ý tưởng; nghiên cứu lược sử để tài; điều chỉnh mô hình nghiên cứu; phương pháp nghiên cứu, hoàn thiện khung câu hỏi phỏng vấn; viết, biên tập và hoàn thiện bản thảo, nhất quán tài liệu tham khảo; trao đổi cùng phản biện và ban biên tập, biên tập bài báo và hoàn thiện bản bóng. Tác giả Nguyễn Phạm Phương Thảo: đề xuất và hoàn thiện ý tưởng; nghiên cứu lược sử để tài; đề xuất và xây dựng mô hình nghiên cứu; thiết kế bộ câu hỏi phỏng vấn; thu thập dữ liệu; thực hiện phỏng vấn, xử lý dữ liệu thô; viết bản thảo nghiên cứu, phản hồi bản bóng. Nghiên cứu này đem lại hai đóng góp cho khoa học: (1) Phản ứng hành vi kiểm soát mối đe dọa và kiểm soát nỗi sợ hãi: khi tiếp xúc với tin tức tiêu cực có xu hướng lồng ghép vào nhau và đôi khi không được nhận thức rõ ràng. (2) Phản ứng hành vi bị chi phối từ mối đe dọa và bị tác động bởi yếu tố cá nhân.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Witte K. Fear control and danger control: A test of the extended parallel process model (EPPM). *Communication Monographs*. 1994;61(2):113–34. Available from: <https://doi.org/10.1080/03637759409376328>
2. Thu LT, Thảo NPP. Thiết lập khái niệm “tin tức tiêu cực” theo hướng tiếp cận Hiện tượng học và Mô hình kiến tạo nghĩa trong diễn ngôn truyền thông. *Processing of the International Scientific Conference, Trends of Modern Linguistics: Theoretical and Applied*. 2024;.
3. Hase V, Engelke KM, Kieslich K. The Things We Fear. Combining Automated and Manual Content Analysis to Uncover Themes, Topics and Threats in Fear-Related News. *Journalism Studies*. 2020;21(10):1384–402. Available from: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1753092>
4. Gerbner G, Gross L, Signorielli N, Morgan M. Television Violence, Victimization, and Power. *The American Behavioral Scientist*. 1980;23(5):705–16. Available from: <https://doi.org/10.1177/000276428002300506>
5. Entman RM. Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *The Journal of Communication*. 2007;57(1):163–73. Available from: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>
6. van der Meer TG, Kroon AC, Verhoeven P, Jonkman J. Mediatization and the Disproportionate Attention to Negative News. *Journalism Studies*. 2018;20(6):783–803. Available from: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1423632>
7. Balzarotti S, Ciceri MR. News Reports of Catastrophes and Viewers’ Fear: Threat Appraisal of Positively Versus Negatively Framed Events. *Media Psychology*. 2014;17(4):357–77. Available from: <https://doi.org/10.1080/15213269.2013.826588>
8. McIntyre KE, Gibson R. Positive News Makes Readers Feel Good: A “Silver-Lining” Approach to Negative News Can Attract Audiences. *The Southern Communication Journal*. 2016;81(5):304–15. Available from: <https://doi.org/10.1080/1041794X.2016.1171892>
9. McNaughton-cassill ME. The news media and psychological distress. *Anxiety, Stress, and Coping*. 2001;14(2):193–211. Available from: <https://doi.org/10.1080/10615800108248354>
10. Witte K, Allen M. A meta-analysis of fear appeals: implications for effective public health campaigns. *Health Education & Behavior*. 2000;27(5):591–615. Available from: <https://doi.org/10.1177/109019810002700506>
11. Young ME, Norman GR, Humphreys KR. Medicine in the popular press: the influence of the media on perceptions of disease. *PLoS One*. 2008;3(10). Available from: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0003552>
12. Tsou D, Godinic D, Tong Q, Obrenovic B, Khudaykulov A, Kurpayanidi K. Impact of Social Media, Extended Parallel Process Model (EPPM) on the Intention to Stay at Home during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability (Basel)*. 2022;14(12):7192. Available from: <https://doi.org/10.3390/su14127192>
13. O'brien E. Fear: The emotional outcome of mass media in America [Internet]. 2002; Available from: <https://hilo.hawaii.edu/campuscenter/hohonu/volumes/documents/Vol02x13Fear.pdf>
14. Ortony A, Turner TJ. What's basic about basic emotions? *Psychological Review*. 1990;97(3):315–31. Available from: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.97.3.315>
15. de Hoog N, Verboon P. Is the news making us unhappy? The influence of daily news exposure on emotional states. *British Journal of Psychology*. 2020;111(2):157–73. Available from: <https://doi.org/10.1111/bjop.12389>
16. Cesti. Chọn mẫu trong nghiên cứu - Phần 3. Chọn mẫu phi xác suất [Internet]. 2022; Available from: <https://thongke.cesti.gov.vn/dich-vu-thong-ke/tai-lieu-phan-tich-thong-ke/1060-phuong-phap-chon-mau-nghien-cuu-p3-chon-mau-phi-xac-suat>

The Audience's Responses to Negative News in the Media (2022-2023)

Le Thi Thu^{1,2,*}, Nguyen Pham Phuong Thao²



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

ABSTRACT

News data from journalistic sources has become increasingly multifaceted, voluminous, and is updated in real-time. The relationship between mass communication and the psychological-behavioral reception of the public is an aspect of growing interest within communication psychology in the context. Therefore, the audience's media literacy and their responses to the news are also a crucial area that warrants further investigation and discussion. Based on the journalistic data in Vietnam from the two-year period (2022-2023), this study analyzes the reactions of adult audiences in Ho Chi Minh City to negative news, drawing upon a literature review, in-depth interviews, and the theoretical framework of the Extended Parallel Process Model (EPPM). A qualitative research approach was adopted, with the data collected from in-depth interviews with 10 volunteer respondents. The findings revealed that the public exhibits three types of responses: (1) emotional responses, (2) adaptive responses (danger control), and (3) maladaptive responses (fear control). The authors also noted the mediating role of threat perception and individual background factors in stimulating these reactions. Consequently, recommendations are provided for content creators and producers to establish effective information processing protocols when addressing negative news.

Key words: negative news, audience's responses, The Extended Parallel Process Model (EPPM)

¹Graduate Student, University of Social Sciences and Humanities, VNUHCM, Vietnam

²Faculty of Public Relations and Communications, Van Lang University, Vietnam

Correspondence

Le Thi Thu, Graduate Student, University of Social Sciences and Humanities, VNUHCM, Vietnam

Faculty of Public Relations and Communications, Van Lang University, Vietnam

Email: thu.lt@vlu.edu.vn

History

- Received: 16-04-2025
- Revised: 22-10-2025
- Accepted: 14-04-2026
- Published Online: x

DOI : x



Copyright

© VNUHCM Press. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Cite this article : Thu L T, Thao N P P. **The Audience's Responses to Negative News in the Media (2022-2023)**. *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.* 2026; 10(2):x-x.