

BROOKS JACKSON & KATHLEEN HALL JAMIESON

THẾ GIỚI LỘC LỪA

**Tìm kiếm sự thật trong
một thế giới hỗn loạn**



NHÀ XUẤT BẢN TRI THỨC

VNN PUBLISHING

Brooks Jackson
và Kathleen Hall Jamieson

THẾ GIỚI LỘC LỬA

**Tìm kiếm sự thật trong một
thế giới hỗn loạn**

Dịch: Lê Thành Lương
Hiệu đính: Thủy Hồng - Hoài Phương

NHÀ XUẤT BẢN TRI THỨC

Copyright © 2007 by Brooks Jackson and Kathleen Hall Jamieson.
All rights reserved.

Published in the United States by Random House Trade Paperbacks, an imprint of The Random House Publishing Group, a division of Random House, Inc., New York.

This translation published by arrangement with Random House, an imprint of Random House Publishing Group, a division of Random House, Inc.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Tìm kiếm sự thật trong một thế giới hỗn loạn

Bản quyền tiếng Việt © 2008 Công ty VNN Publishing

Bản dịch này được xuất bản bởi thỏa thuận bản quyền giữa Công ty VNN Publishing và Nhà xuất bản Random House.

Mục lục

Trang

<i>Giới thiệu:</i>	Thế giới lọc lừa	11
Chương 1:	Từ dầu rắn đến dầu Emu	21
Chương 2:	Hơi thở nặng mùi của cô phù dâu - Dấu hiệu của sự lừa đảo	57
Chương 3:	Những cốc cà phê “đậm đặc” và vũ khí thăm sát - Ngón nghề thương mại	85
Chương 4:	Sùng bái UFO - Vì sao chúng ta mắc lừa?	123
Chương 5:	Sự thật có thể cứu được mạng sống	155
Chương 6:	Sự dối trá về loài quạ thông minh - Tìm kiếm bằng chứng tốt nhất	189
Chương 7:	Osama, Ollie và AI - Giải pháp Internet	229
Chương 8:	Clarence Darrow có phải là một người sáng tạo? Làm thế nào để chắc chắn?	273
<i>Kết luận:</i>	Hãy tránh xa sự lừa dối	317
<i>Lời cảm ơn</i>		329
<i>Các nguồn tư liệu</i>		333
<i>Về tác giả</i>		334

LỜI TỰA

(Cho bản tiếng Việt)

“Chúng ta đang sống trong một thế giới đầy rẫy sự lừa dối”. Vấn đề là: “Tại sao nó lại được chấp nhận và thậm chí còn được ngưỡng mộ ở một số phạm vi nhất định”. Mặc dù tất cả chúng ta đều biết, những thông tin sai lệch khiến chúng ta phải trả giá không những chỉ bằng tiền bạc, sức khỏe, sự nghiệp mà thậm chí còn là cả mạng sống của chính mình. Vậy làm thế nào để nhận biết được sự lừa dối, làm thế nào để tìm ra được sự thật đáng tin cậy? **Thế Giới Lừa** sẽ giúp bạn “tìm kiếm sự thật trong một thế giới thông tin hỗn loạn”.

Xã hội càng hiện đại, công nghệ càng phát triển thì các phương thức lừa dối càng tinh vi. Chúng có mặt trong mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, chúng đến từ khắp mọi nơi: các chương trình quảng cáo trên truyền hình, các hoạt động chính trị, các sản phẩm mà chúng ta sử dụng hàng ngày (những viên thuốc giảm béo, các loại thần dược chữa bệnh ung thư...), những lời hứa hẹn trong các chính sách công, các chương trình an sinh xã hội, các kết quả nghiên cứu, những giai thoại

THẾ GIỚI LỘC LỬA

được trích dẫn và lưu truyền. Chúng lan truyền và được tiếp thêm sức mạnh bởi chính các phương tiện truyền thông, truyền hình, Internet và hàng loạt các thiết bị công nghệ cao khác. “Chúng bủa vây chúng ta” trong một “mạng nhện” thông tin dối trá và lừa lọc.

Với nhiều năm kinh nghiệm trong vai trò là phóng viên, biên tập viên, cũng như qua quá trình hoạt động thực tiễn tại Trung tâm Chính sách Công Annenberg của trường Đại học Pennsylvania (một cơ quan độc lập, phi đảng phái, với nhiệm vụ chính là kiểm chứng tính xác thực của các thông điệp quảng cáo chính trị trong mùa vận động bầu cử), qua các kết quả nghiên cứu và những trải nghiệm cuộc sống của chính bản thân mình, hai tác giả Brooks Jackson và Kathleen Hall Jamieson đã cho chúng ta thấy: “Cái giá để có được sự đúng và sai cũng giống như chúng ta bị lừa dối hoặc tự lừa dối, thông tin sai hoặc bị thông tin sai, bị lừa dối bởi người khác hoặc bởi chính những hình ảnh trong đầu của chúng ta.”

Và chúng ta cũng sẽ hiểu tại sao, mặc dù biết những thông tin sai lệch có thể làm tổn hại đến tiền bạc, sức khỏe, sự nghiệp, sự tự do, thậm chí cả mạng sống, vậy mà chúng ta vẫn tin một cách dễ dàng (hoặc để mình bị lừa dối) đến mức ngạc nhiên. Phải chăng bởi những điều dối trá đó nói lên “điều mà chúng ta muốn tin”, hay còn vì lý do nào khác. Các thủ đoạn lừa dối hết sức tinh vi được hình thành dựa trên các quy luật tâm lý của con người, nơi mà ở đó, người ta đã tự giới hạn mình bởi những định kiến, những kinh nghiệm cá nhân và cả những mong muốn sẵn có trong tiềm thức.

Điều quan trọng nhất là **Thế Giới Lọc Lừa** giúp chúng ta biết cách làm thế nào để vấn đề trở nên sáng rõ, chỉ cho chúng ta các phương thức nhận biết những điều dối trá, những kỹ thuật bịp bợm, cũng như hàng loạt các cách thức để kiểm tra bằng chứng hiệu quả, nhằm có được sự thật trong một thế giới thông tin hỗn loạn.

Và khi chúng ta không thể trông mong vào một sự đảm bảo nào từ bên ngoài về độ chính xác của các luồng thông tin đó, thì việc tự trang bị cho mình một cái nhìn tỉnh táo và sáng suốt là hết sức cần thiết. Chính vì thế VNN Publishing giới thiệu cuốn sách này đến bạn đọc với mong muốn bạn đọc sẽ có thêm nhiều kiến thức thú vị và hữu ích, cũng như nâng cao được các kỹ năng nhận biết sự thật trong một **Thế Giới Lọc Lừa**.

Chắc rằng, đó cũng là mong muốn của chính bạn!

VNN Publishing

Giới thiệu

Thế giới lọc lừa

Chúng ta đang sống trong một thế giới đầy rẫy sự lừa dối.

Chúng bủa vây chúng ta dưới dạng những quảng cáo sai lệch về các sản phẩm, về các ứng viên chính trị và về những vấn đề xung quanh các chính sách công. Chúng đến từ các lĩnh vực kinh doanh, từ các chính trị gia cấp cao, các nhóm vận động hành lang, cũng như các đảng phái chính trị. Mỗi ngày qua đi, có hàng triệu người bị lừa dối. Họ mua đồ, họ bỏ phiếu cho các ứng cử viên, họ ủng hộ các chính sách, thậm chí cả các cuộc chiến. Tất cả đều là nạn nhân của những câu chuyện bịa đặt.

"Mạng nhện" đơn giản chỉ là cách nói bóng bẩy, thay cho khái niệm lừa đảo. Những kẻ lừa đảo giảng bầy bằng các phương pháp khác nhau, từ sự đăng trí

THẾ GIỚI LỘC LỬA

ting vi cho đến việc nói dối trắng trợn. "Mạng nhện" dệt nên một bức tranh sai hiện thực bằng cách bẻ cong sự thật, xuyên tạc lời nói của người khác, phớt lờ hoặc phủ nhận những bằng chứng hiển nhiên, hoặc đơn giản là làm rối tung mọi thứ để bịa chuyện. Ở một cấp độ chừng mực, sự lừa dối có thể được xem như vô hại, giống như khi một người nào đó cố ý đặt một bàn chân tốt nhất của anh ta lên phía trước và hy vọng chúng ta sẽ không chú ý tới chiếc giày trên bàn chân còn lại đã bị mòn. Nhưng chúng ta không nói tới những trò lừa đảo ra mặt, cũng không chỉ trích những người biện hộ một cách tích cực và chân thật cho những điều dối trá. Ở đây, chúng ta chỉ bàn về thái độ thiếu trung thực, sự xuyên tạc và thiếu tôn trọng các sự kiện thực tế. Những điều này ngày càng trở nên phổ biến trong đời sống chính trị, kinh doanh và các lĩnh vực tương tự.

Lừa dối được chấp nhận và thậm chí được ngưỡng mộ ở một số phạm vi nhất định. Tại Washington, một bác sĩ biết cách nói dối bệnh nhân luôn được tán thưởng giống như đối với người thắng 20 trận bóng chày liên tiếp. Tuy nhiên, cử tri và người tiêu dùng cần phải nhận thức về những lời dối trá có hại đối với họ. Nếu không, họ có nguy cơ không chỉ phải sử dụng một toa thuốc rởm, mua phải một chiếc ô tô hỏng, mà còn bước vào phòng bỏ phiếu với cách hình dung lệch lạc về các ứng cử viên.

Sự lừa dối khiến con người mắc phải sai lầm từ những thứ hết sức bình thường như một hộp kem mỹ phẩm, đến chuyện chết người như bệnh ung thư. Bạn đọc có thể thấy những ví dụ chúng tôi đưa ra hoặc thái quá, hoặc buồn cười, nhưng chúng tôi hy vọng nó sẽ là những điều hữu ích. Mục đích của chúng tôi khi viết cuốn sách này là trang bị cho độc giả một số công cụ để nhận biết và tránh được sự lừa dối, đồng thời tìm ra sự thực đáng tin cậy.

Hai Đảng Cộng hòa và Dân chủ đều tung ra những luận điệu lừa dối. Để khách quan, chúng ta hãy bắt đầu với một Đảng bất kỳ, chẳng hạn Đảng Cộng hòa. Để minh họa cho những mảnh khoe lừa bịp mà chúng tôi đang nói đến, hãy cùng xem xét trường hợp của Karl Rove, cố vấn cấp cao của Tổng thống George W. Bush. Ngày 15 tháng 5 năm 2006, tại Học viện Thương mại Mỹ, bang Washington, Rove đã đưa ra một bức tranh đầy triển vọng về nền kinh tế Mỹ. Không có gì sai trong những gì ông ta nói. Tuy nhiên, ấn tượng toàn cục về điều mà ông này cố gắng vẽ ra trước mắt mọi người có vẻ như lại xa rời và không khớp với thực tế.

Chẳng hạn, Rove nói: "Thu nhập thực tế đã tăng 14% kể từ khi Tổng thống Bush lên nhậm chức. Chỉ số Dow Jones luôn ở mức gần kịch trần. Và kể từ khi Luật Cắt giảm thuế 2003 được thông qua, giá trị tài sản, trong đó bao gồm nhà ở và cổ phần, đã tăng lên mức 13 nghìn tỷ đô la".

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Tất cả những điều đó đều là sự thật, và người nghe có thể đi tới kết luận rằng thu nhập của các công dân Mỹ đều đã tăng lên. Nhưng Rove cũng đã cố tình né tránh đề cập tới một thực tế khác, đó là: Kể từ khi ông Bush lên nhậm chức, tình trạng đói nghèo đã gia tăng một cách rõ rệt. Hàng triệu công nhân không được nhận bảo hiểm y tế, lương thực tế của người lao động ở tất cả các cấp bậc đều không hề có sự cải thiện. Khái niệm thu nhập thực tế mà ông trích dẫn chỉ là con số thống kê, được sử dụng để tính toán mức tăng chung đối với thu nhập, nhưng không giúp mô tả về sự phân bố của phạm vi và quy mô gia tăng thu nhập. Theo Cục Điều tra dân số Mỹ, thu nhập thực tế (có tính tới mức lạm phát) đối với mỗi gia đình tại Mỹ đã giảm 3,6% trong nhiệm kỳ đầu tiên của ông Bush, tương đương với 1.760 đô la vào năm 2004. Mức thu nhập mà Rove đề cập hoàn toàn thuộc về nửa trên của giai tầng xã hội. Những người này có khả năng sở hữu cổ phần, cổ phiếu và những ngôi nhà đất tiền, và đó là những tài sản mà giá trị thực tế quả là đã tăng lên đáng kể.

Cách xử sự của Đảng Dân chủ cũng chẳng hơn gì. Thực tế, hai tuần sau bài phát biểu của Rove, Cục Thống kê lao động Mỹ báo cáo rằng nền kinh tế này đã tăng thêm 75.000 việc làm ngay trong tháng trước đó và tỷ lệ thất nghiệp giảm còn 4,6%. Tuy nhiên, Ủy ban toàn quốc Đảng Dân chủ (DNC) cho rằng, các kết quả đó là minh chứng rõ ràng cho những thất bại

về kinh tế của Tổng thống Bush. Những người Dân chủ dẫn lời các nhà kinh tế học rằng mọi người đều kỳ vọng vào khả năng tạo việc làm với số lượng lớn hơn. Sự thật là, tỷ lệ thất nghiệp đã ở mức thấp nhất trong vòng 5 năm, thấp hơn mức trung bình của hầu hết các tháng trong suốt thời Tổng thống Clinton (tỷ lệ thất nghiệp bấy giờ là 5,2%). Nếu làm tròn con số, tỷ lệ này thậm chí còn thấp hơn mức trung bình suốt thời gian từ Thế chiến thứ II. Dù vậy, dưới bàn tay nhào nặn của các nhà phân tích Đảng Dân chủ, tỷ lệ thất nghiệp đáng lạc quan ấy lại trở thành một con số đáng buồn.

Đừng bị cuốn theo luận điệu của họ để rồi xem điều này chỉ đơn thuần là sự khác nhau trong cách nhìn nhận, hoặc xem đây chỉ là một cuộc tranh luận về việc nền kinh tế phát triển hay suy thoái. Vấn đề không đơn giản như vậy. Thực chất, cả hai Đảng đang nỗ lực đưa ra những điều làm che mắt công chúng. Thậm chí có thể họ còn tự huyễn hoặc mình ở một mức độ mạnh hơn, và chúng ta thường tìm thấy lý do để nghi ngờ những điều đó. Cả hai Đảng đều có khuynh hướng bỏ qua những bằng chứng không ủng hộ quan điểm của họ. Họ tránh những vấn đề gai góc bằng cách lảng tránh chúng, đồng thời hy vọng cử tri sẽ không phát hiện ra điều đó.

Đôi khi, điều này dễ bị nhận thấy hơn trong thế giới quảng cáo, nơi mà những người bán dầu rắn

THẾ GIỚI LỘC LỪA

thường sử dụng mảnh khoe lửa bịp để dụ chúng ta mua sản phẩm của họ. Trong cuốn sách này, chúng tôi sẽ cho bạn biết về một loại thuốc không cần kê đơn mà người ta khẳng định là "toa thuốc mạnh", trong khi thành phần của nó chỉ bằng một nửa liều thuốc thông thường; một dịch vụ Internet được tiếp thị là có tốc độ của "băng thông rộng", trong khi một modem cáp thực tế có tốc độ nhanh hơn nó gấp vài lần; cũng như những mảnh khoe quảng cáo khác có thể ảnh hưởng tới một trong số chúng ta. Những mảnh khoe trên đã lừa gạt được nhiều người tiêu dùng bỏ ra hàng trăm triệu đô la (thực tế chưa ai tính chính xác con số này) mỗi năm để sử dụng những sản phẩm không bao giờ thực sự có tác dụng như quảng cáo. Chúng tôi sẽ nói với các bạn về những sản phẩm nổi tiếng, có thương hiệu được xây dựng trên nền tảng của những mảnh khoe bịp bợm. Các nhà quảng cáo luôn làm vậy, đơn giản vì điều đó mang lại cho họ lợi nhuận.

Ngày nay, chúng ta bị lừa dối theo những cách chưa từng được biết đến cách đây một thập kỷ hoặc hơn thế. Trong các chương trình talkshow trên truyền hình, người ta dễ dàng đồng ý với nhau về một vấn đề thường nhật. Hiếm khi những người dẫn chương trình lịch thiệp có thể lật ngược lại những vấn đề đó. Internet cũng đã tự biến mình thành một thứ vũ khí mới, đầy tiềm năng cho những kẻ lừa lọc, cho cái gọi

là tiếp thị virus, gieo rắc những nhận thức sai lầm có khả năng tự nhân bản và lây lan như một căn bệnh. Một thông điệp kiểu như vậy được đưa ra trong giai đoạn tranh cử tổng thống vào năm 2004. Thông điệp đó nói rằng Tổng thống Bush đã bí mật lên kế hoạch soạn thảo lại Luật Quân sự một khi ông được tái cử. Một tin khác lại buộc tội vợ của ứng cử viên Tổng thống John Kerry, cho rằng bà là người chịu trách nhiệm về tình trạng hàng ngàn công việc ở Mỹ rơi vào tay những người nhập cư. Cả hai đều không đúng, nhưng hàng triệu cử tri đã tin vào những thông điệp đó. Lấy ví dụ, 42% số người được thăm dò ngay sau chiến dịch bầu cử năm 2004 cho thấy là họ phần nào hoặc hoàn toàn tin rằng ông Bush sẽ tái soạn thảo Luật Quân sự.

Chúng ta không thể luôn trông cậy vào việc các nhà làm luật của chính phủ, các cấp tòa án hay hệ thống thông tin truyền thông sẽ giúp chúng ta phân loại đồng rác thông tin hàng ngày. Vì vậy, mục đích của cuốn sách này là giúp các bạn biết làm thế nào để vấn đề trở nên sáng tỏ. Chúng tôi sẽ giải thích về cách để bạn có thể nhận diện những lời dối trá, cách nắm bắt bản chất của nó cùng những kỹ thuật bịp bợm được sử dụng để bịt mắt người khác. Với những nghiên cứu thông tin được tiến hành trong nhiều năm, những tiến bộ về phân tích tâm lý con người mà chúng tôi đưa ra, các bạn sẽ hiểu được tại sao

THẾ GIỚI LỘC LỬA

thậm chí những người thông minh nhất cũng không thoát khỏi các mảnh khoe lửa bịp. Chúng tôi sẽ cho các bạn thấy việc tỉnh táo trước các thủ đoạn sẽ bảo vệ bạn như thế nào trong cuộc sống, đó là chưa nói tới túi tiền và lòng tự tôn của bạn.

Bạn cũng sẽ biết được cách khắc phục những khiếm khuyết của Internet để tìm ra thông tin đáng tin cậy với chỉ vài thao tác mà bạn vừa không phải đi đâu, lại vừa không tốn kém gì. Như vậy, bạn sẽ tránh được những thông tin sai lệch và dối trá. Chúng tôi cũng cung cấp một số phương pháp thích hợp để bạn phân tích và đánh giá bằng chứng trước khi đi tới những kết luận cho chính mình.

Chúng tôi sẽ chia sẻ với các bạn những công cụ hữu dụng mà chúng tôi đã tìm thấy khi tiến hành xây dựng trang web <http://factcheck.org> của Trung tâm Chính sách Công Annenberg. Đây là một trang web chính trị, được thiết kế như một phương tiện thu hút cử tri. FactCheck.org đã đón nhận 9 triệu lượt thăm trong hai năm đầu hoạt động. Họ là những công dân tìm kiếm thông tin có thể giúp họ tránh khỏi sự lừa dối và sự hỗn loạn của nền chính trị Mỹ.

Xin lưu ý một chút: Nếu bạn là người ủng hộ nhiệt tình của một trong hai Đảng, và bạn đang muốn chứng minh điều ngược lại, cuốn sách này sẽ thách thức bạn đưa ra những lập luận riêng trên cơ sở niềm tin của chính mình, như khi bạn thể hiện

quan điểm ủng hộ. Điều đó hoàn toàn không dễ chút nào. Bản nghiên cứu mà chúng tôi sẽ giới thiệu sau đây cho thấy thành viên của các Đảng thường bị cuốn vào chính những lừa dối mà họ tung ra. Họ có thể chối bỏ thông tin, bất kể điều đó có hợp lý hay không, đơn thuần vì nó xung đột với chính niềm tin mà họ đang có. Còn nếu bạn là người bi quan đến mức nghi ngờ mọi lời nói, và chẳng buồn kiểm tìm chân lý nữa, chúng tôi sẽ cho bạn thấy vì sao bạn không cần phải cô lập mình khỏi thế giới này.

Tránh được sự dối trá và tìm kiếm thông tin xác thực là một thách thức khó khăn hơn nhiều so với những gì chúng ta hình dung. Không chỉ bởi giới thương mại và chính trị luôn nỗ lực giăng ra những tấm vải che mắt chúng ta, mà còn vì bản thân chúng ta tự lừa mình bằng nhiều cách, điều mà chính các nhà tâm lý học vẫn còn đang vất vả tìm kiếm lời giải đáp. Chúng tôi sẽ thử cắt nghĩa về cách mà cơ chế sinh học làm chúng ta trở nên mù mờ trước những thông tin chính xác, và tại sao giữ thái độ hoài nghi khi tiếp cận những thông điệp quảng cáo cũng như luôn tỉnh táo đề phòng khả năng ai đó sẽ tung ra những mánh khéo là rất quan trọng đối với chúng ta.

Chúng tôi hy vọng cuốn sách này sẽ khiến bạn nảy sinh những hoài nghi cần thiết về những điều thiếu minh bạch mà bạn đã từng đọc thấy, nghe thấy và giúp bạn có khả năng cân nhắc các dữ kiện.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Chúng tôi cho rằng bạn có thể biết được ai đúng và ai sai trong hầu hết các tình huống, nếu bạn thực sự luôn giữ đầu óc tỉnh táo và nỗ lực hiểu đúng vấn đề. Chúng tôi cũng sẽ chỉ cho các bạn thấy làm cách nào để luôn hứng thú với điều này.

Chúng tôi xin trích dẫn lời mà Thượng nghị sĩ New York, Daniel Patrick Moynihan hay nói một cách trêu mếu: "Anh có quyền đưa ra ý kiến của mình. Nhưng anh không có quyền với sự thật".

Chương 1

Từ dầu rắn đến dầu Emu^(*)

Cách đây một thế kỷ, có một anh chàng tự xưng là cao bồi, với cái tên Clark Stanley. Anh ta tự phong cho mình biệt danh Vua rắn Chuông và chuyên bán rong một loại dầu mà anh ta gọi là dầu rắn dành cho xoa bóp. Anh ta tuyên bố sản phẩm này tốt cho cả con người cũng như súc vật, nó mang lại sự dễ chịu làm tan biến mọi cảm giác đau đớn, nhức nhối. Cứ mỗi chai dầu, Stanley thu 50 cent (tương đương với 10 đô la hiện nay). Theo Stanley, nó có thể chữa được bệnh

(*)Emu (Đà điểu Australia - *Dromaius Novaehollandiae*) là loại chim không biết bay, có thể cao đến 2 mét và nặng đến 55 kg. Chim Emu có thể chạy với tốc độ 50 Km/giờ và biết bơi. Dù nhìn rất giống chim đà điểu tại Châu Phi, nhưng chim Emu hoàn toàn không có họ với loại này mà có họ với loại chim đà điểu đầu mèo tại Úc (cassowary)- ND.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

thấp khớp, đau răng, thần kinh tọa, các vết cắn của động vật, côn trùng và các loài bò sát. Để quảng cáo cho sản phẩm có giá cắt cổ nhưng "chữa được bách bệnh" đó, Stanley công khai trình diễn màn giết rắn Chuông tại Hội chợ thế giới Chicago năm 1893.

Trước khi Chính phủ Liên bang thông qua Luật Thực phẩm sạch vào năm 1906, Stanley là kẻ nổi tiếng nhất trong số những người bán dầu rắn. Hắn thực sự trở thành một tên lừa đảo. Cuối cùng, năm 1915, Chính phủ Liên bang đã tiến hành kiểm tra một số sản phẩm của Stanley. Ban Hóa học, thuộc Bộ Nông nghiệp (tiền thân của Cục quản lý Lương thực và Hóa học hiện nay - FDA) xác định thành phần của những chai dầu rắn đó thực chất chỉ "chứa một lượng dầu khoáng nhẹ (chế phẩm xăng) trộn lẫn với khoảng 1% dầu mỡ (có thể là mỡ bò), ớt quả và lượng rất nhỏ long não, dầu thông". Không hề có một chút dầu rắn nào! Stanley bị buộc tội vi phạm Luật Thực phẩm sạch của Liên bang. Hắn không hề phản đối lời buộc tội và chấp nhận bị phạt 20 đô la.

Ngày nay, phải chăng những người bán hàng đã bớt điêu ngoa hơn? Chúng tôi không nghĩ vậy. "Dầu rắn" đã trở thành một khái niệm xấu trong xã hội hiện nay (ít nhất là ở Mỹ; còn ở Trung Quốc, người ta vẫn dùng dầu rắn để chữa bệnh đau khớp xương). Tuy nhiên, vào năm 2006, lại xuất hiện một sản phẩm dầu khác cũng xuất xứ từ động vật. Sản phẩm

này được tiếp thị là "Tốt hơn nhiều so với Botox! Nó làm cho các nếp nhăn hầu như hoàn toàn biến mất!... Trông trẻ ra tới 20 tuổi... chỉ trong chưa đầy một phút". Nhà sản xuất thậm chí còn cam đoan rằng sản phẩm này không chỉ giấu đi những nếp nhăn, mà còn có thể biến mất hoàn toàn những khiếm khuyết của tuổi già, nếu sử dụng nó thường xuyên. "Các nếp nhăn của bạn có thể vĩnh viễn biến mất". Tên của sản phẩm đó là "Kem chống nếp nhăn". Mức độ chính xác của thông điệp quảng cáo đó như thế nào?

Theo bộ phận tiếp thị Planet Emu, sản phẩm kỳ diệu của khoa học này gồm "tinh dầu chim Emu đã qua ba lần xử lý". Nhưng người ta nhanh chóng khẳng định rằng, nó chỉ là một thứ rẻ tiền được rêu rao là "qua ba lần xử lý". Emu là một giống đà điểu lớn ở Australia, loài chim này không biết bay. Người ta nói rằng tinh dầu trích từ loài chim này là một phương thuốc cổ truyền của thổ dân Australia. Nhưng khi chúng tôi yêu cầu Planet Emu đưa ra bằng chứng cho các tuyên bố của họ, thì họ chỉ đưa ra được một nghiên cứu khoa học duy nhất về tính chất có lợi cho da mặt của dầu Emu. Tính chất đó không liên quan gì tới việc làm biến mất những nếp nhăn. Sau 11 cuộc thử nghiệm, dầu Emu được khẳng định là tốt hơn so với dầu khoáng, với tư cách là một loại kem xoa/bôi chống khô da. Chúng tôi đã tự mình tiến hành nghiên cứu các tài liệu y học và chỉ

THẾ GIỚI LỘC LỬA

tìm được một số bằng chứng ít ỏi cho thấy dầu Emu có thể chữa được các vết bỏng trên da của chuột. Tuy nhiên, không hề có cuộc thử nghiệm nào chứng minh dầu Emu là một dạng kem xoa/bôi chống nếp nhăn. Rõ ràng không thể so sánh nó với Botox.

Một thế kỷ phát triển của ngành quảng cáo, tiếp thị sản phẩm mang đến cho chúng ta một kết luận: Từ dầu rắn cho tới dầu Emu, tất cả đều là những tuyên bố vô căn cứ. Sản phẩm thay đổi, nhưng kỹ nghệ "lừa đảo" vẫn không có gì khác so với thời Clark Stanley. Ngược lại, giá cả thì tăng ngất ngưỡng. Một hộp "Kem chống nếp nhăn" chứa "dầu Emu", chứa đầy một ounce (đơn vị đo lường, 1 ounce = 28,3495 gam), được bán với giá 40 đô la, đắt gấp bốn lần so với "Ông tổ lừa" dầu rắn, ngay cả khi đã điều chỉnh sau một thế kỷ lạm phát.

Nhằm nhí thực sự là một đặc điểm tiêu biểu của các sản phẩm làm đẹp. Năm 1982, nhà nghiên cứu hoá mỹ phẩm Heinz J. Eiermann đã phát biểu trên tờ Bưu điện Washington là: "Tất cả các công ty hóa mỹ phẩm về cơ bản đều sử dụng những loại hóa chất như nhau. Tất cả đều có chất lượng tương đương". Eiermann là người từng đứng đầu Ban Công nghệ Hóa mỹ phẩm, thuộc FDA (Cục quản lý Lương thực và Hóa học). Ông đã đưa ra kết luận: "Phần lớn khoản tiền mà bạn phải trả là cho niềm tin giả tạo của bạn".

Quảng cáo hóa mỹ phẩm chỉ là một trong những ví dụ về mạng lưới kỹ nghệ lừa đảo tinh vi đang bao bọc chúng ta. Sự lừa dối lan tràn khắp các lĩnh vực thương mại cũng như chính trị. Hầu hết những câu chuyện đó đều chẳng có gì là quá kỳ lạ. Sớm muộn chúng ta cũng sẽ nhận thấy, bất kỳ một sản phẩm hàng hóa có nhãn hiệu nào cũng đều được quảng cáo sai trái một cách cố ý, hoặc đơn giản là lừa người tiêu dùng. Hầu hết các công ty đều xây dựng trên nền tảng đó. Kết quả bầu cử được cử tri quyết định bởi những suy nghĩ lệch lạc, bị tác động bởi hệ thống quảng cáo truyền hình hay khả năng thể hiện điểm nhấn của ứng cử viên. Điều đáng ngạc nhiên là nếu từng đi bỏ phiếu trong cuộc bầu cử tổng thống Mỹ năm 2004, bạn cũng sẽ trở thành một trong số những người có suy nghĩ lệch lạc ấy. Cuộc chiến tranh xâm lược Iraq không phải là cuộc chiến đầu tiên do Mỹ phát động được sự ủng hộ nhiệt tình của đông đảo dư luận trong nước. Những người này từng lầm tưởng vào các tuyên bố, và rồi cuối cùng nhận ra mình đã sai hoàn toàn.

Người ta cũng nhận thấy rằng, dù mạng lưới ấy thuộc về lĩnh vực chính trị, thương mại hay hệ tư tưởng, dù mức độ thiệt hại là không đáng kể (chỉ 40 đô la để có được một toa thuốc xoa nếp nhăn), hay đến mức liên quan tới sự sống và cái chết, phương thức tiến hành lừa đảo cũng đều thống nhất và không khó để nhận ra. Bước đầu tiên để chống lại mạng lưới lừa đảo đó chính là phải nhìn thẳng vào

THẾ GIỚI LỘC LỬA

nó. Vậy chúng ta sẽ đối mặt với nó như thế nào? Nó quá phổ biến và tràn ngập khắp mọi nơi. Bởi thế chúng ta không thể lảng tránh được nó.

Đơn thuốc - Sức mạnh giả dối

Dưới đây là một vài ví dụ về quảng cáo thương mại:

- Hãng dược phẩm Bayer HealthCare từng quảng cáo loại thuốc Aleve như "thuốc chữa đau không cần đơn thuốc". Sự thật không như vậy. Liều lượng tối đa của mỗi thành phần thuốc trong Aleve cũng chỉ bằng một nửa so với lượng thành phần thông thường có trong Anaprox, một loại thuốc giảm đau khác.

- Hãng chuyên cung cấp sản phẩm chăm sóc trẻ em, Munchkin, cũng từng quảng cáo một trong những sản phẩm của mình như sau: "Các bình sữa trẻ em như Tri-Flow, qua kiểm chứng cho thấy có thể giảm ngay lập tức cơn đau bụng". Nhưng khi nhìn lại cái mà họ gọi là "đã được kiểm nghiệm", bạn sẽ phát hiện ra rằng đó là các thử nghiệm trên bình sữa tương tự của một đối thủ cạnh tranh của Munchkin chứ không phải của hãng này.

- Hãng NetZero tuyên bố các dịch vụ Internet dial-up của họ cho phép người sử dụng lướt Net với tốc độ như của dịch vụ Internet băng thông rộng. Đó cũng là điều bịa đặt. Tốc độ của Modem cáp luôn nhanh hơn vài lần so với của dial-up.

- Tropicana khẳng định trong chương trình quảng cáo trên truyền hình rằng mỗi ngày uống từ 2 đến 3 cốc nước cam "Trái tim khỏe" sẽ giảm nguy cơ bệnh tim và đột quỵ. Tuy nhiên, Ủy ban Thương mại Liên bang khẳng định các quảng cáo đó không có bằng chứng khoa học, và cấm công ty này không được đưa ra những thông tin tương tự trong các quảng cáo khác.

Nghệ thuật mị dân

Lừa đảo trong quảng cáo sản phẩm chỉ là một vấn đề quá nhỏ so với những gì xảy ra trong lĩnh vực chính trị. Những lời quảng cáo về dầu rắn hay dầu Emu chẳng thấm vào đâu so với những tuyên bố về dầu thô. Trong chiến dịch tranh cử tổng thống năm 2004, cả ứng viên John Kerry và Tổng thống George W. Bush đều lôi cuốn cử tri bằng những phát biểu về việc xây dựng một nước Mỹ "tự chủ năng lượng". Khi chiến dịch tranh cử kết thúc, Giáo sư Robert Mabro, sau này là Giám đốc Viện Nghiên cứu Năng lượng Oxford, phát biểu trên tạp chí *Người New York* (New Yorker magazine): "Với sự tôn trọng của mình, tôi muốn nói, cả hai ứng viên tổng thống đang nói dối cử tri, hoặc là họ không biết gì về những điều mình đang phát ngôn".

Chúng tôi cho rằng cả ông Bush và ông Kerry đều biết đích xác những gì họ phát biểu. Thực tế, để

THẾ GIỚI LỘC LỬA

đạt được cái gọi là "tự chủ năng lượng", người ta cần một sự thay đổi cực kỳ to lớn. Và sự thật là chẳng ứng cử viên nào quan tâm cũng như đề ra biện pháp giải quyết. Một bản nghiên cứu độc lập, được thực hiện bởi Viện Rocky Mountain, cho biết nước Mỹ chỉ có thể chấm dứt việc nhập khẩu dầu từ nước ngoài vào năm 2040. Và điều đó chỉ thực hiện được khi chính phủ áp dụng các biện pháp mạnh như: đánh thuế cao đối với các loại phương tiện tiêu hao nhiên liệu, thực hiện chương trình thu mua xe cũ cấp liên bang và xây dựng nguồn ngân sách lớn (lấy từ thuế thu nhập) để hỗ trợ cho người có thu nhập thấp, mua các loại phương tiện tiết kiệm nhiên liệu. Chi phí cho dự án này có thể lên tới 180 tỷ đô la, cao hơn ít nhất là 150 tỷ so với đề xuất của ứng viên Kerry và Bush. Nếu thực sự có thể thực hiện được mục tiêu "tự chủ năng lượng", con số ấy còn là quá nhỏ. Một số người đã so sánh câu chuyện về "tự chủ năng lượng" này với chương trình cấp liên bang với mục đích đưa tàu con thoi Apollo hạ cánh xuống mặt trăng.

Điều chắc chắn là, việc nhập khẩu dầu vẫn tiếp tục gia tăng sau lời tuyên thệ trịnh trọng cho nhiệm kỳ thứ hai của ông Bush. Năm 2005, tỷ lệ lượng dầu tiêu thụ của nước Mỹ có nguồn gốc từ nước ngoài là 59,8%, trong khi con số ấy của năm 2004 là 58,4%. Nhập khẩu dầu tăng bất chấp việc ban hành Luật Năng lượng, một bộ luật được Tổng thống Bush ủng hộ. Mặc dù mục tiêu của luật này là hạn chế tốc độ

gia tăng lượng dầu nhập khẩu xuống mức thấp nhất có thể.

Câu chuyện dầu thô vẫn chưa dừng lại ở đó. Trong bản Thông điệp liên bang năm 2006, Tổng thống Bush cho rằng nước Mỹ quá "dựa dẫm vào dầu". Nhưng lần này, ông đề ra một mục tiêu khiêm tốn hơn: giảm lượng dầu nhập khẩu từ các nước Trung Đông xuống còn 75%. Rõ ràng, sự lừa dối đã giảm hơn nhiều so với những tuyên bố về "độc lập, tự chủ năng lượng", nhưng dù sao cũng vẫn là những lời dối trá. Trong năm thùng dầu nhập khẩu thì chỉ có một thùng có nguồn gốc từ Trung Đông. Như vậy, giảm lượng dầu nhập khẩu từ Trung Đông xuống 75% chỉ là một giải pháp tạm thời chứ không thực sự triệt để. Trên thực tế, Canada và Mexico mới là những nhà cung cấp dầu lớn nhất của nước Mỹ. Trong bài phát biểu trước Quốc hội, ông Bush đề xuất mức tăng chỉ 22% trong chi tiêu chính phủ dành cho việc nghiên cứu năng lượng sạch. Con số ấy được Severin Borenstein, nhà kinh tế học của Đại học California, Berkeley bình luận là "nhỏ đến kinh ngạc". Chuyên gia này cho biết thêm rằng kế hoạch của ông Bush về nhu cầu năng lượng cũng "khó khăn tương đương với dự án Manhattan". Một điều rất dễ hiểu là trong suốt thời gian một năm tranh cử, các ứng viên thường muốn tránh thảo luận về các biện pháp chính trị khó khăn. Nhưng điều tai hại là họ đã tâng lờ những giải pháp đơn giản hơn đối với các vấn đề lớn

THẾ GIỚI LỘC LỬA

đang diễn ra, hoặc có thể những vấn đề ấy không thực sự tồn tại. Chấp nhận lừa dối cũng đồng nghĩa với việc để cho các vấn đề trở nên mưng mủ theo thời gian, trong lúc đó các giải pháp thậm chí trở nên rắc rối hơn, hoặc là chúng ta sẽ bị chìm ngập bởi những vấn đề không bao giờ được giải quyết.

Lợi ích của thông tin hỏa mù

Sự dối trá có thể mang lại nguồn lợi lớn. Hãy cùng xem xét trường hợp một tay buôn bán vật tự gọi mình là bác sĩ Alex Guerrero ở California. Hắn ta xuất hiện trên kênh truyền hình thông tin thương mại với những tuyên bố về một phương thuốc chữa bệnh bằng thảo dược tự nhiên, gọi là Supreme Greens (có chứa pectin của trái bưởi). Theo hắn, loại thuốc này có thể chữa hoặc ngăn chặn được bệnh ung thư, viêm khớp, chứng loãng xương, chứng đau nhức cơ, bệnh tim, tiểu đường, chứng ợ nóng, sự mệt mỏi hay thậm chí ngăn chặn dấu hiệu của tuổi tác. Phương thuốc này còn giúp giảm cân, 4 pound (mỗi pound tương đương 0,454 kg) mỗi tuần và có thể lên tới 80 pound trong 8 tháng. Một tháng dùng thuốc chỉ mất 49,99 đô la, bao gồm phí vận chuyển và hướng dẫn người tiêu dùng. Và dù lời quảng cáo của "Bác sĩ Guerrero" khó tin đến như vậy, hắn ta vẫn bán được một số lượng sản phẩm Supreme Greens đủ để mua một chiếc Cadillac Escalade. Khi bị Ủy ban Thương mại Liên bang (FTC) lôi ra tòa, hắn đồng

ý giải quyết vụ việc bằng cách rút lại lời tuyên bố và hoặc là phải trả 65.000 đô la tiền phạt, hoặc bị nhà nước sung công quỹ chiếc SUV bóng bẩy. Guerrero mới chỉ là một trong những vụ tiêu tốn ít thời gian nhất trong kho hồ sơ đầy ắp của FTC.

Theo báo cáo của FTC: "Người tiêu dùng có thể tiêu tốn hàng tỷ đô la mỗi năm cho những sản phẩm, thiết bị và phương pháp điều trị liên quan tới sức khỏe mà người ta tiếp thị một cách gian lận và thiếu cơ sở khoa học". Riêng các sản phẩm giảm cân vô tác dụng cũng đã xuất hiện với số lượng không thể thống kê, tới mức mà trong năm 2004, FTC phải tiến hành chiến dịch truy quét "Operation Big Fat Lie". Tháng 10 năm 2005, Ủy ban này tuyên bố thu từ các bị đơn 188 triệu đô la đền bù cho người tiêu dùng đã dậm đơn kiện. Và bởi vì FTC chủ yếu giải quyết bằng biện pháp đàm phán với bị đơn, nên kết quả chỉ là 188 triệu đô la, một phần nhỏ trong tổng thu nhập có được từ các sản phẩm giảm cân bất lương ấy.

Sự lừa dối có thể gây hại cho sức khỏe của bạn

Những thủ đoạn lừa dối thường được cài vào các bản kế hoạch kinh doanh của một số công ty lớn. Toàn bộ các nhãn hiệu đều được xây dựng trên cơ sở các quảng cáo sai trái. Lấy trường hợp sản phẩm Listerine có lịch sử lâu đời và đã được kiểm tra làm ví dụ. Năm 1923, Công ty Dược Lambert bắt đầu tiếp thị một loại chất khử trùng có hiệu quả thấp trong

THẾ GIỚI LỘC LỬA

bệnh viện mà họ gọi là "nước súc miệng" có thể chữa được bệnh "hôi miệng". Lưu ý rằng, "bệnh hôi miệng" là một thuật ngữ y học ít khi được sử dụng cho tới khi quảng cáo của Lambert xuất hiện và biến nó trở thành một từ cửa miệng. Doanh số của Listerine tăng đến mức bùng nổ, từ 100.000 đô la mỗi năm vào năm 1921, lên hơn 4 triệu đô la vào năm 1927 và 7 triệu đô la vào năm 1930. Nhưng quảng cáo đó đã nói không đúng sự thật. Không có nước súc miệng nào có thể chữa được hơi thở hôi hám. Căn bệnh này có nhiều nguyên nhân khác nhau, chẳng hạn: tác động của một số loại thức ăn, hút thuốc lá, bệnh nướu lợi, khô miệng, tiểu đường, và thậm chí là do ăn kiêng. Vì vậy, không loại nước súc miệng nào có thể làm biến mất hơi thở hôi hám. Hiệp hội Nha khoa Mỹ hiện nay đã nhấn mạnh trong khuyến cáo trên website của mình: "Nước súc miệng chỉ có tác dụng làm thơm miệng và không có hiệu quả lâu dài đối với hơi thở hôi hám".

Vào khoảng những năm 30 và 40 lại xuất hiện những quảng cáo cho một sản phẩm tương tự của Listerine. Quảng cáo này khẳng định xoa thứ nước đó lên đầu có thể chữa được bệnh "gàu bám da đầu lây nhiễm". Điều này quả thực hết sức phi lý vì thực tế là gàu không xuất hiện bởi do lây nhiễm. Trong nhiều thập kỷ, Listerine còn khẳng định là có thể chữa được bệnh đau họng và giảm nguy cơ bị nhiễm lạnh. Trở lại với năm 1931, tạp chí của Hiệp hội Y

được Mỹ đã lên tiếng phản bác những lời quảng cáo sai trái đó. Họ nhấn mạnh rằng: "Cái tên Listerine đã làm tổn hại đến danh tiếng của nhà nghiên cứu khoa học lừng danh Joseph Lister, người đặt nền móng cho ý tưởng khử trùng". Cho đến mấy mươi năm sau, Listerine vẫn giữ nguyên những tuyên bố của mình. Mọi việc chỉ dừng lại vào năm 1977, khi hãng này thất bại trong cuộc chiến pháp lý kéo dài tới năm năm với Ủy ban Thương mại Liên bang tại Tòa án Tối cao Hoa Kỳ. Trước một vụ kiện lớn chưa từng xảy ra và chưa lường trước được hậu quả như vậy, Tòa án đã phê chuẩn yêu cầu của Ủy ban này. Đó là Listerine phải thực hiện một đợt quảng cáo kéo dài trong một năm với chi phí lên tới 10,2 triệu đô la để đính chính với mọi người rằng "Listerine sẽ không ngăn được bệnh cảm lạnh, đau họng hay làm giảm mức độ nguy hại của các căn bệnh này".

Dù vậy, những mảnh khoe vẫn tiếp diễn. Những quảng cáo Listerine tiếp tục ám chỉ tới khả năng chữa bệnh hôi miệng bằng cách nói rằng sản phẩm này "tiêu diệt các loại vi trùng gây nên bệnh hôi miệng". Điều đó đúng, nhưng chưa đủ. Như lệ thường, vi trùng sẽ xuất hiện lại ngay sau đó. Vụ gần đây nhất là: Có một số nghiên cứu cho thấy Listerine thực sự có công dụng làm giảm tốc độ hình thành mảng bám chân răng. Nhưng với thói quen lừa dối khó sửa, Listerine (giờ đây thuộc quyền sở hữu của Pfizer) đã thổi phồng thể mạnh của sản phẩm trong

THẾ GIỚI LỘC LỬA

một clip quảng cáo trên truyền hình. Họ tuyên bố: "Hiệu quả của Listerine cũng giống như chỉ y tế trong việc chống mảng bám chân răng và viêm lợi. Các nghiên cứu y khoa đã chứng minh điều đó". Nhưng các nghiên cứu y khoa không chứng minh điều gì đó tương tự, bởi vì họ không thể đảm bảo người sử dụng chỉ y tế đã dùng đúng cách. Một nhà sản xuất chỉ y tế hàng đầu đã kiện Pfizer. Thẩm phán Denny Chin, Tòa án Quận Manhattan, thuộc nước Mỹ ra phán quyết rằng, nghiên cứu của Pfizer đã "có ý thể hiện rằng Listerine có hiệu quả như khi người ta sử dụng chỉ y tế đúng cách". Ngày 6 tháng 1 năm 2005, ông ra quyết định yêu cầu Pfizer phải chấm dứt quảng cáo trên truyền hình. Vị thẩm phán này cũng khẳng định những quảng cáo như vậy có thể gây nhiều tổn hại tới người tiêu dùng: "Tôi thấy rằng những quảng cáo sai trái và thiếu chính xác của Pfizer có thể gây nguy hại đối với sức khỏe của mọi người. Đồng thời, chúng làm cho những nỗ lực của ngành nha khoa trong việc thuyết phục mọi người sử dụng chỉ y tế hàng ngày giảm đi tác dụng". Chúng ta sẽ còn đề cập vấn đề Listerine ở phần sau của cuốn sách. Các bạn sẽ thấy những quảng cáo này tiêu biểu như thế nào cho những hình thức lừa bịp điển hình.

Trong một số trường hợp đặc biệt, lừa đảo trong thương mại có thể khiến người ta phải trả giá bằng

Chương 1: Từ dầu rắn đến dầu Emu

sinh mạng con người. Tháng 5 năm 2004, Ủy ban Thương mại Liên bang đã kiện Công ty Seville Marketing Ltd vì những quảng cáo dối trá cho sản phẩm có tên là Discreet. Hãng này nói rằng đây là một công cụ có tác dụng thử HIV tại nhà. Seville khẳng định sản phẩm của họ chính xác tới 99,4%. Nhưng Trung tâm phòng chống và kiểm soát Dịch bệnh Mỹ đã chứng minh rằng 59,3% các mẫu thử được sử dụng bằng các sản phẩm này cho kết quả không chính xác. Các mẫu này bao gồm cả kết quả HIV dương tính và âm tính. Với con số này, những ai mua Discreet chỉ việc tung đồng xu để quyết định xem mình có bị mắc căn bệnh thế kỷ hay không. Phải mất 12 tháng sau đó, ngày 18 tháng 5 năm 2005, công ty này mới chấp nhận giải quyết vụ việc khi có trát hầu tòa và lệnh cấm công ty không được phép bán các bộ thử hay đưa ra bất kỳ tuyên bố dối trá nào khác. Seville cũng phải đồng ý với việc để Ủy ban Thương mại Liên bang thông báo tới các khách hàng của mình rằng những sản phẩm mà họ mua về sử dụng không chính xác như quảng cáo. Và họ khuyên khách hàng nên tìm kiếm sự tư vấn từ những cơ sở chuyên ngành. Ủy ban Thương mại Liên bang không đưa ra đánh giá nào về việc có bao nhiêu người nhiễm HIV có thể đã tự "ru ngủ mình" với cảm giác yên tâm sau khi đọc kết quả âm tính từ Discreet. Khó mà tránh được có nhiều người đã chậm trễ trong việc tiến hành các bước điều trị bệnh, hoặc vô tình gieo

THẾ GIỚI LỘC LỬA

rắc virus cho những người khác. Đơn giản vì họ đã bị Seville lừa bịp qua những lời quảng cáo.

Sức mạnh của những toa thuốc chính trị nhằm nhí

Các nhà chính trị thậm chí còn sử dụng những "toa thuốc" điều toa hơn nhiều. Từng bước một, họ tiêm vào đầu óc các cử tri những thông tin sai lệch về đối thủ và các chính sách của mình.

Một ví dụ cho vấn đề này là câu chuyện mà ở trang Factcheck.org chúng tôi gọi là "một giai thoại về thuế" xuất hiện đầu tiên trong đợt vận động tranh cử tổng thống năm 2004. Chủ tịch Đảng Cộng hòa, Ed Gillespie trong bài phát biểu ngày 3 tháng 12 năm 2003 đã nói đến tác động của Luật Cắt giảm thuế mà ông Bush thông qua: "80% ngân sách thu được từ việc cắt giảm thuế đã được đầu tư trở lại cho các doanh nghiệp nhỏ". Trên thực tế, khái niệm doanh nghiệp "nhỏ" mà Gillespie sử dụng bao gồm tất cả các kiểu hiệp hội chung vốn: từ các công ty kế toán, các hãng luật, các tổ chức kinh doanh bất động sản lớn nhất quốc gia, cho đến các "nguồn lợi" không chính thức như thu nhập từ việc cho thuê các căn hộ,... Gillespie thực chất đang cố gắng biện hộ cho quan điểm cho rằng: Luật Cắt giảm thuế thu nhập Liên bang các cá nhân có thu nhập cao, đồng thời có tác động đối với các doanh nghiệp nhỏ, thúc đẩy các giao dịch thuê mua, qua đó cũng hỗ trợ cho các công nhân có thu nhập thấp. Nhưng Gillespie lại đang tính

Chương 1: Từ dầu rắn đến dầu Emu

vào đó cả những người giàu, những người thu về đến từng đồng xu từ các doanh nghiệp nhỏ với tư cách là chủ sở hữu các "doanh nghiệp nhỏ" đó. Và nghiêm nhiên, theo Luật cắt giảm thuế, họ cũng là đối tượng được miễn giảm thuế trong các hoạt động kinh doanh với quy mô nhỏ. Với định nghĩa lối bịch ấy, Tổng thống Bush và Phó Tổng thống Dick Cheney cũng được coi là những ông chủ "doanh nghiệp nhỏ". Bởi vì Bush nhận 84 đô từ một công ty hoạt động trong lĩnh vực khoan thăm dò dầu thô, còn vợ ngài Cheney, bà Lynne lại có thu nhập từ hoạt động tư vấn. Cả hai "doanh nghiệp" đó đều là những nhà cung cấp việc làm không đáng kể.

Chiến dịch tranh cử của phe Bush đã sử dụng đúng mảnh khóe từng xuất hiện trong các quảng cáo truyền hình để chống lại ứng cử viên John Kerry. Họ cáo buộc rằng: Đề xuất của John Kerry về việc giảm bớt mức độ áp dụng Luật Cắt giảm thuế đối với những người có thu nhập 200.000 ngàn đô la trở lên trong một năm cũng đồng nghĩa với việc "900.000 chủ doanh nghiệp nhỏ sẽ phải chịu tỷ lệ thuế cao hơn hầu hết các công ty đa quốc gia". Trên thực tế, theo phân tích của Trung tâm Chính sách thuế (một dự án của Viện Đô thị và Viện Brookings phối hợp thực hiện), số lượng tối đa các chủ doanh nghiệp nhỏ có thể phải chịu tác động của điều này (thậm chí ngay cả khi chỉ phải nộp 1 đô la) thực tế chỉ nhỉnh hơn một nửa con số mà phe Bush đã đưa ra.

Khi cử tri bị bịt mắt

Không phải tất cả cử tri đều bị cuốn vào các trò chơi chính trị, nhưng con số đó không phải là nhỏ. Liệu bao nhiêu người bị các chính trị gia lung lạc mới có thể khiến bạn ngạc nhiên? Việc phe Bush cho rằng đề xuất tăng thuế của Kerry sẽ làm ảnh hưởng tới 900.000 chủ doanh nghiệp nhỏ là một ví dụ. Ủy ban Thăm dò bầu cử Toàn quốc Annenberg đã tiến hành cuộc thăm dò thái độ của người dân về lời cáo buộc này vào năm 2004. Kết quả là có đến 62% người Mỹ được thăm dò trả lời rằng, lập luận của phe Bush "có vẻ đáng tin cậy" hoặc "hoàn toàn đáng tin cậy". Chỉ có 24% lựa chọn phương án "không thật đáng tin cậy" hoặc "hoàn toàn không đáng tin cậy", và những người còn lại không biết hoặc không trả lời. Điều đó có nghĩa là trong số những người có chính kiến, cứ một người có câu trả lời chính xác thì 2,5 người đã bị làm sai lệch thông tin.

Những mảnh khỏe chính trị đều tác động tới các thành viên của cả hai Đảng, tất nhiên là ở những mức độ khác nhau. Tuy nhiên, cũng là điều dễ hiểu khi những người ủng hộ Đảng Cộng hòa có khuynh hướng tin vào lời lẽ vị Chủ tịch Đảng của họ nhiều hơn so với những người Dân chủ. Trong số các thành viên Đảng Cộng hòa được hỏi, 76% tin rằng lời cáo buộc đó là xác đáng. Và có đến 64% những người độc lập cũng tin rằng điều đó là sự thật. Nhưng điều

đáng ngạc nhiên hơn là, có tới 49% số Đảng viên Dân chủ được hỏi cũng có khuynh hướng tin vào lý lẽ của phe Bush, nghĩa là ứng cử viên của Đảng họ sẽ làm tăng mức thuế phải nộp đối với 900.000 doanh nghiệp nhỏ.

Bản thân Kerry cũng đã lừa mị không ít cử tri. Trong suốt chiến dịch tranh cử, ông tấn công đối thủ bằng nhận định cho rằng nền kinh tế dưới thời ông Bush đã không tạo ra được những việc làm tốt. Nền kinh tế này đã cung cấp hàng trăm ngàn công ăn việc làm sau khi đã khiến khoảng 2,6 triệu người trở thành thất nghiệp trong suốt 2 năm rưỡi nhiệm kỳ đầu của ông Bush. Kerry nhấn mạnh rằng những công việc mới chỉ giúp người lao động có thu nhập ở mức mấy ngàn đô la, thấp hơn so với những công việc đã mất. Ông ta thậm chí còn nhấn mạnh rằng các nhà kinh tế học có thể chỉ ra chính xác khoảng cách thu nhập này. Ông đã nêu quan điểm của mình trong bài phát biểu trước Đại hội toàn quốc Đảng Dân chủ và tiếp tục đề cập trong cuộc tranh luận lần thứ ba giữa các ứng viên tổng thống. Tại đây, ông đã phát biểu rằng: "Những công việc mà tổng thống đương nhiệm đang tạo ra cho thu nhập thấp hơn công việc cũ là 9.000 đô la. Và rằng, thực tế là mọi người đều đang mất thu nhập". Con số 9.000 đô la đó thật khô khan. Thực sự là không thể so sánh được mức lương của công việc bị mất với công việc mới, bởi vì không một số liệu thống kê nào theo cách đó

THẾ GIỚI LỘC LỬA

cho phép so sánh việc với việc chính xác đến như vậy. Chúng ta biết rằng không nhà kinh tế học danh giá nào lại đi chứng thực cho con số của ông Kerry. Nhưng cũng không mấy người nghĩ rằng điều đó là điều ngớ ngẩn và sai lệch.

Những tư liệu chứng thực đã bị người ta xáo trộn. Một bảng thống kê của Văn phòng thống kê Lao động (BLS), cho thấy chất lượng công việc thực sự đang giảm sút. Lưu ý rằng bảng thống kê này phân loại người lao động dựa trên các ngành nghề khác nhau như sản xuất hay chăm sóc y tế. Nhưng một bản thống kê độc lập khác cũng của BLS lại đưa ra kết quả khác. Bản phân tích này dựa trên những điều tra về các nhóm lao động phân loại theo các ngành nghề như: bác sĩ, y tá, công nhân làm việc theo nhóm, kỹ sư. Bảng thống kê này lại cho thấy chất lượng công việc đang được cải thiện. Nhà kinh tế Barry Bosworth của Viện Brookings, một cựu quan chức thời Tổng thống Jimmy Carter, gọi phương pháp của Kerry là "đối trá thậm tệ". Ông còn nói thêm rằng: "Chúng ta đừng bao giờ mất công đi so sánh mức lương của công việc bị mất với công việc mới. Bởi vì hiện tại, chúng ta không có thông tin để làm một công việc như vậy. Đi so sánh dòng tỷ lệ thất nghiệp và công việc mới được tạo ra quả là chuyện vô ích". Và theo chúng tôi, đó còn là bịp bợm.

Cho dù lời cáo buộc của Kerry chỉ là bịa đặt, nhưng cứ ba người được thăm dò sau cuộc bầu cử thì có hai người nói rằng họ tin vào điều đó. Thậm chí trong số đó còn bao gồm 56% số người chủ trương bỏ phiếu cho Bush. Họ tin vào lời cáo buộc cho rằng thu nhập của công việc mới sẽ giảm 9.000 đô la mỗi năm so với công việc cũ.

Bầy sói của... Bush

Những tay chính trị gia bip bọm thường ít khi phơi bày rõ dụng ý xuyên tạc của mình. Họ chỉ thỉnh thoảng nói bóng nói gió khiến người ta liên tưởng đến điều đó. Nhưng có thể nó sẽ gây tác động rất lớn. Thăm dò của chúng tôi cho thấy, các cử tri khi tới hòm bỏ phiếu thường phân vân giữa hình ảnh của hai ứng cử viên. Và đôi khi họ bỏ phiếu cho một ai đó đơn thuần chỉ bởi những thông tin sai lệch đã ám vào đầu họ ở các mức độ khác nhau.

Chẳng hạn như một trong những quảng cáo bip bọm nhất của Ủy ban vận động phe Bush trong chiến dịch tranh cử năm 2004, quảng cáo có hình ảnh một bầy sói, tượng trưng cho những kẻ khủng bố đang chuẩn bị hành động. Quảng cáo đó ngụ ý rằng Kerry đã ủng hộ việc cắt giảm chi tiêu cho ngành tình báo "thậm chí ngay cả sau khi nước Mỹ phải gánh chịu cuộc khủng bố đầu tiên". Chúng ta không biết liệu đó có phải là một mảnh khốe hay không, nhưng thực sự nó đã làm người

THẾ GIỚI LỘC LỬA

ta lạc hướng. "Cuộc khủng bố đầu tiên" ám chỉ vụ đánh bom bằng xe tải dưới ga-ra của một trong hai tòa nhà Trung tâm thương mại Thế giới hơn một thập kỷ trước (năm 1993). Nhưng khi nói chuyện với rất nhiều người tình cờ nghe tới cụm từ "cuộc tấn công khủng bố đầu tiên", chúng tôi nhận thấy, hầu hết họ đều ngay lập tức nghĩ tới chiếc máy bay đầu tiên đâm vào Trung tâm thương mại Thế giới ngày 11 tháng 9 năm 2001, một sự kiện kinh hoàng vẫn còn sống động trong tâm trí rất nhiều cử tri.

Người đọc quảng cáo: Trong một thế giới ngày càng gia tăng những mối nguy hiểm rình rập, (thậm chí ngay cả sau khi nước Mỹ phải chịu cuộc khủng bố đầu tiên) John Kerry và những người tự do trong Quốc hội đã bỏ phiếu ủng hộ việc kết thúc các hoạt động tình báo của Mỹ. Với ngân sách cắt giảm còn 6 tỷ đô la, nước Mỹ có thể bị làm suy yếu đi khả năng phòng vệ. Và việc một nước Mỹ mất đi khả năng phòng vệ đang hấp dẫn bất kỳ những kẻ nào muốn gây hại cho đất nước này.

(Trên màn hình: Vài con sói nhìn vào ống kính camera như thể đang chuẩn bị tấn công)

Bush: Tôi là George W. Bush và tôi phê chuẩn thông điệp này.

Chương.1: Từ dầu rắn đến dầu Emu

Sự thật là lúc đó, Kerry ủng hộ việc tăng ngân sách định kỳ cho ngành tình báo trong nhiều năm, trước khi xảy ra vụ khủng bố ngày 11 tháng 9. Nhưng tất cả các bản thăm dò sau cuộc bầu cử cho thấy, 55% công dân đều hiểu hàm ý thông điệp của Bush là: Việc Kerry ủng hộ cắt giảm chi phí tình báo sau ngày 11 tháng 9 là sự thật. Có thể sự đánh tráo khái niệm đó đã khiến Kerry phải trả giá bằng nhiều triệu phiếu bầu. Và chúng tôi tin rằng chính những từ ngữ của phe Bush trong lời quảng cáo đã tạo dựng nên hình ảnh sai lệch về một Kerry gốc ngoách, đang cố gắng cắt giảm chi phí tình báo, thậm chí ngay cả sau vụ khủng bố mà nước Mỹ phải gánh chịu do thất bại của tình báo Mỹ.

Chiêu quảng cáo sử dụng hình ảnh "bầy sói" quả là bịp bợm một cách lộ liễu. Nó cho rằng Kerry đã ủng hộ việc "cắt" ngân sách tình báo còn 6 tỷ đô la, "việc cắt giảm ấy có thể khiến khả năng phòng vệ của nước Mỹ bị suy yếu". Sự thật là, Kerry chỉ ủng hộ cắt giảm 1 tỷ đô la (một phần trong kế hoạch cả gói cắt giảm thâm hụt), và việc cắt giảm đó được rải ra trong 5 năm, chỉ chiếm 3,7% trong tổng ngân sách chi tiêu cho hoạt động tình báo. Liệu điều đó có "làm suy yếu khả năng phòng vệ của nước Mỹ" như lời quảng cáo đề cập? Năm 1995, khi còn là một Nghị sĩ Quốc hội của Đảng Cộng hòa, Giám đốc CIA Porter Goss dưới thời Bush đã đề nghị cắt giảm 20% nhân viên CIA. Dự án cắt giảm tài chính của Kerry không

THẾ GIỚI LỘC LỬA

xuất phát từ việc cắt giảm nhân sự, vậy nên đề nghị của một Đảng viên Cộng hòa như Goss sẽ ảnh hưởng nhiều hơn tới nguồn lực của CIA so với Kerry. Nhưng thủ đoạn của phe Bush đã phát huy tác dụng. Cử tri tới điểm bỏ phiếu với ấn tượng trong đầu về một Kerry nhằm nhằm làm suy yếu khả năng tinh báo hơn là những nỗ lực thực tế của ứng viên này. Trên thực tế, những người của Bush đã không nói dối. Nhưng họ đã khiến hàng triệu cử tri có cách nhìn sai lệch về Kerry trong vấn đề cắt giảm chi phí cho hoạt động tình báo.

Hai Đảng đều lừa dối và hầu hết người dân tin tưởng

Sai lầm: John Kerry ủng hộ cắt giảm chi tiêu tình báo sau sự kiện 11 tháng 9 năm 2001. Những người tin thông điệp "chính xác" hoặc "phần nào đó chính xác": 55%.

Sai lầm: Chính quyền Bush đã để cho các thành viên của gia đình Osama Bin Laden có cơ hội bay khỏi nước Mỹ trong khi ngành hàng không Mỹ vẫn đóng cửa sau ngày 11 tháng 9 năm 2001. Những người tin thông điệp "chính xác" hoặc "phần nào đó chính xác": 52%

(Nguồn: Ủy ban thăm dò bầu cử toàn quốc Annenberg, 2004. Đối tượng thăm dò qua điện thoại sau bầu cử là người lớn, trong thời gian từ 10/11-15/12/2004. Quy mô: 1731 người trả lời cho cả hai câu hỏi. Biên độ sai lệch là +/- 2,4%.)

Bin Laden và những chuyện nhảm nhí

Những mảnh khoe lừa bịp theo kiểu ám chỉ cũng được sử dụng để chống lại ông Bush. Bộ phim "Fahrenheit 11 tháng 9" của Michael Moore, một bộ phim mang tính đảng phái cao độ, đã lưu lại trong tâm trí nhiều người xem (trong đó có cả tác giả của cuốn sách này), ấn tượng rằng: Tổng thống Bush đã cho phép một chuyến bay đặc biệt đưa người thân của Osama Bin Laden, đang sinh sống tại Mỹ, ra khỏi đất nước này trong khi ngành hàng không Mỹ vẫn còn đóng cửa nhiều ngày sau sự kiện 11 tháng 9. Bộ phim cũng ám chỉ mạnh đến việc những người liên quan tới Bin Laden đã trốn thoát mà không hề bị các quan chức Mỹ thẩm vấn về những nơi có thể tìm kiếm Osama, hay về mọi thông tin trước khi xảy ra vụ tấn công. Thực tế là khi đọc kịch bản của Moore, người ta thấy rằng đạo diễn này không hề đề cập tới vấn đề đó, nhưng thông điệp ngầm trong đó là không thể nhầm lẫn. Trong bộ phim, người ta nghe thấy Moore nói: "Ai đã muốn bay đi? Không ai cả. Ngoại trừ những người của Bin Laden". Những lời nói đó được minh họa bởi tiếng máy bay cất cánh cùng với nhịp điệu của bài hát "We Gotta Get Out of This Place - Chúng ta phải đi khỏi nơi đây" của ban nhạc rock The Animals. Sau đó Moore nói: "Hóa ra Nhà trắng đã phê chuẩn những chuyến bay đưa đón người của Bin Laden". Tuy nhiên, theo bản báo cáo

THẾ GIỚI LỘC LỬA

cuối cùng của Ủy ban điều tra độc lập vụ 11 tháng 9 (sau này mới được công bố), chuyến bay đưa người nhà của Bin Laden chỉ rời khỏi nước Mỹ đúng một tuần sau khi các chuyến bay thương mại của ngành hàng không quốc gia này hoạt động trở lại. Hơn thế, điều này đã được chứng thực khi các nhân viên FBI thẩm vấn nhiều thành viên của gia đình Bin Laden trước khi họ được phép ra đi.

Sau này, trong thời gian diễn ra cuộc vận động tranh cử, những lời cạnh khoé của Moore đã bị cường điệu hóa thành những lời xuyên tạc. Sự thể là: Media Fund, một tổ chức độc lập nhưng ngầm dựa vào Đảng Dân chủ, đứng đầu là Harold Ickes, Phó Chánh văn phòng thời Bill Clinton, đã chi 60 triệu đô la nhằm đánh bại phe Bush. Một phần của số tiền đó được chi cho các chương trình quảng cáo phát thanh nói rằng gia đình Bin Laden đã được phép ra đi "khi hầu hết các hoạt động hàng không vẫn còn đang tê liệt".

'Chuyến bay về nhà'

Người đọc quảng cáo: Sau khi gần 3.000 công dân Mỹ bị giết hại, đất nước vẫn còn đang trong cảnh tang tóc, bởi sự chết chóc và thương vong, gia đình hoàng gia A rập Xê-út đã đưa ra một yêu cầu đặc biệt với chính quyền của Tổng thống Bush. Kết quả là, khoảng 20 thành viên trong gia đình Osama Bin Laden đã được tập trung, không phải vì bắt bớ hay giam giữ, mà là được đưa tới sân bay, nơi một phi cơ đặc biệt đang chờ để đưa họ về quê hương. Lẽ ra họ đã có thể giúp chúng ta tìm ra Osama Bin Laden. Thay vì vậy, chính phủ đã cho họ trở về nhà, trên một chuyến bay riêng, trong đêm tối, khi mà hầu hết các chuyến bay vẫn còn chưa trở lại hoạt động.

Chúng ta không thực sự biết liệu các thành viên trong gia đình Osama có thể tiết lộ những thông tin cần thiết về nơi Bin Laden có thể đang ẩn náu. Vì chính phủ của Tổng thống Bush, chúng ta sẽ không bao giờ biết được điều đó.

Thực tế, chuyến bay của gia đình Bin Laden được thực hiện vào ngày 20 tháng 9. Trong khi đó, Hiệp hội Hàng không Liên bang đã cho phép các chuyến bay thương mại hoạt động trở lại vào 11 giờ sáng ngày 13 tháng 9.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Chương trình quảng cáo trên radio còn nói rằng: "Liệu các thành viên trong gia đình Osama có thể tiết lộ những thông tin cần thiết về nơi Bin Laden có thể đang ẩn náu hay không? Vì chính phủ của Tổng thống Bush, chúng ta sẽ không bao giờ biết được điều đó". Điều này hoàn toàn không đúng. FBI đã thẩm vấn hơn 20 thành viên trong gia đình Bin Laden. Dưới đây là một số thông tin nằm trong bản báo cáo cuối cùng của Ủy ban điều tra 11 tháng 9 về vấn đề này:

Các điều tra viên của FBI đã phỏng vấn cận kề 22 người trong tổng số 26 thành viên của gia đình Bin Laden có mặt trên chuyến bay. Không có dấu hiệu nào cho thấy họ có bất kỳ cuộc tiếp xúc gần đây với Osama Bin Laden hoặc biết bất kỳ điều gì về các hoạt động khủng bố (trích báo cáo tr.557- 58).

Hơn thế, Ủy ban điều tra 11 tháng 9 còn cho biết các thành viên gia đình Bin Laden có thể đã không bị thẩm vấn nếu họ rời khỏi đất nước này theo cách thông thường, thay vì ra đi trên một chuyến bay đặc biệt với giấy phép của Nhà Trắng:

Việc thẩm vấn các thành viên trong gia đình này rất hữu ích đối với FBI. Điều này xuất phát từ việc chính phủ Mỹ đã và đang không thường xuyên kiểm tra những người nước ngoài khi họ rời khỏi Hoa Kỳ. Thủ tục này (đối với một chuyến bay theo diện cho thuê) rất hữu ích đối với FBI, bởi các thành viên

Chương 1: Từ đầu rấn đến đầu Emu

trong gia đình, những người có nguyện vọng ra đi theo cách này, có thể tập trung để kiểm tra và trả lời các câu hỏi cần thiết. Cơ hội này sẽ không thể có được nếu họ ra đi theo cách thông thường trên những chuyến bay thương mại thông thường (tr.557).

52% số người được hỏi cho rằng thông điệp đó là chuẩn xác, rằng chính quyền Bush đã để gia đình Bin Laden rời nước Mỹ trong khi các sân bay còn đang đóng cửa. Trong trường hợp này, hầu hết những người Dân chủ đã bị bịt mắt bởi thông điệp đó (có lẽ vì họ đã muốn như vậy). 70% trong số họ cho rằng thông điệp lừa bịp đó là chính xác. Nhưng có đến 48% những người trung lập cũng lầm tưởng về điều này. Và hơn 1/3 người Cộng hòa (36%) cũng nghĩ rằng Bush đã để những người mang họ Bin Laden ra đi khi sân bay còn đang đóng cửa.

Vòng bất tận của đối trá

Lừa bịp trong chính trị không dừng lại ngay cả khi cuộc bầu cử đã kết thúc. Ngay cả trong thời kỳ không diễn ra bầu cử, các nhóm lợi ích cũng tiến hành các quảng cáo xuyên tạc, nhằm vào những chính sách pháp luật và các lĩnh vực khác. Đây là những chiến dịch quảng cáo tiêu tốn đến hàng chục triệu đô. Năm 2005:

+ Trong chương trình quảng cáo trên đài phát thanh của một nhóm bảo thủ có tên là Freedom Works, thủ lĩnh phe đa số Đảng Cộng hòa Dick

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Armey cáo buộc những cải cách trong thủ tục kiện tụng đã làm tiêu tốn "hàng tỷ đô la tiền thuế để trả cho các luật sư tập sự". Thực tế, các luật sư tập sự cũng đã phản đối những biện pháp này. Có thể vì điều đó cũng ảnh hưởng tới chính thu nhập từ các khoản thù lao hợp pháp của họ.

Một nhóm tự do, gọi là Chiến dịch vì tương lai nước Mỹ (Campaign for America's Future) cũng tiến hành đăng quảng cáo trên báo chí cáo buộc các nhà môi giới chứng khoán phố Wall rằng: Trong năm 2005, họ đã thu lợi 279 tỷ đô la từ các tài khoản cá nhân an sinh xã hội. Và điều này bắt nguồn từ những chính sách đề ra dưới thời Tổng thống Bush. Factcheck.org đã xem xét các bằng chứng và thấy rằng các nhà môi giới không thể kiếm nhiều hơn dù chỉ là hai xu trong mỗi nghìn đô la được đầu tư.

Một nhóm bảo thủ khác, gọi là Let freedom Ring Inc., lại cho đăng nhiều quảng cáo trên ti vi thúc đẩy việc đầu tư 4 tỷ đô la để xây dựng một hàng rào an ninh dọc biên giới Mehico. Quảng cáo đưa hình vụ tấn công ngày 11 tháng 9 vào Trung tâm thương mại Thế giới với lời lẽ như sau: "Những người Mehico nhập cư trái phép sẽ dễ dàng che giấu những kẻ khủng bố". Nhưng không có bất kỳ kẻ khủng bố nào trong vụ 11 tháng 9 vào nước Mỹ qua đường biên giới Mehico, tất cả đều nhập cảnh hợp pháp. Thực tế là có nhiều người đến từ các quốc gia Hồi giáo thù địch qua biên giới với Canada hơn là với Mehico.

Thiếu tôn trọng

Mặc dù chúng ta mong muốn mọi việc đều minh bạch, nhưng tôn trọng sự thật không phải là vấn đề được chú ý trong ngành quảng cáo, và càng trở nên mờ nhạt trong lĩnh vực chính trị.

"Sẽ là một đòi hỏi quá đáng đối với nhà quảng cáo nếu yêu cầu anh ta mô tả về những khiếm khuyết trong sản phẩm của mình". Đó là nhận xét của David Ogilvy trong cuốn "Những lời thú nhận của quảng cáo". Huyền thoại của ngành quảng cáo nói, ông "cảm thấy có lỗi trong việc im đi sự thật". Điều mà chúng ta nhận thấy quá nhiều trong các quảng cáo thương mại. Thực tế, nghệ thuật quảng cáo đã được mô tả như nghệ thuật của việc tiếp thị những hình ảnh đảo chiều. George Lois, nhà điều hành quảng cáo phát biểu trong chương trình *60 Minutes* trên kênh CBS News, vào năm 1981: "Tôi chưa bao giờ thực hiện một quảng cáo nói rằng sản phẩm đó quảng bá không tốt hơn những sản phẩm cùng loại khác. Điều đó thực sự hiếm khi xảy ra", và "Điều tôi phải làm là tạo ra một hình ảnh thật hấp dẫn về sản phẩm đó".

Nhà sử học Doris Kearns Goodwin cũng cung cấp một ví dụ rất sinh động về thái độ mà chúng ta đang đề cập trong cuốn sách xuất bản năm 1991, "Lyndon Johnson và giấc mơ Mỹ". Bà viết: "Vị cựu tổng thống này khi thì nói rằng cụ tổ của dòng họ

THẾ GIỚI LỘC LỬA

ông từng chết tại Alamo, lúc khác lại nói rằng cụ tổ hy sinh trong trận San Jacinto (trận chiến mà Sam Houston đánh tan tác đội quân của Antonio López de Santa Anna, giành độc lập cho Texas). Tuy nhiên, chi tiết về cái chết của cụ tổ trong trận San Jacinto hoàn toàn không chính xác, bởi Houston thực chất chỉ mất có chín người trong trận đánh kéo dài 20 phút. Và rõ ràng, cả hai lời kể của vị cựu tổng thống này đều không phải là sự thật. Thực tế, Goodwin đã đưa ra dẫn chứng cho thấy cụ tổ mà Johnson nhắc đến là người đã "qua đời tại nhà, trên giường của mình". Khi bà đưa ra các bằng chứng và lập luận trước Lyndon Johnson, ông này đã trả lời: "Khỉ thật, tại sao các nhà báo này cứ phải chăm chăm bám theo các sự kiện đến vậy?"

Goodwin giải thích rằng Johnson đã gắn với huyền thoại trong truyền thống lịch sử của Texas. Bà viện dẫn lời của nhà sử học, nhà văn Marcus Cunliffe, từng viết rằng những huyền thoại được truyền miệng khắp miền viễn Tây đã đi vào đời sống chính trị, trong thời kỳ mà chính trị còn chưa trở thành một trong những chủ đề của ngành giải trí. "Điều đó có đúng không? Câu hỏi chứa đựng rất ít ý nghĩa. Tự bản thân câu chuyện cũng đâu có vấn đề gì".

Câu chuyện tương tự một lần nữa xuất hiện vào năm 2006, khi tác giả James Frey bị vạch trần là đã "thêm mắm, dặm muối" cho cuốn hồi ký đặc sắc của

Chương 1: Từ dầu rắn đến dầu Emu(*)

mình, "A Million Little Pieces". Oprah Winfrey, người đã giới thiệu cuốn sách bán chạy nhất này với các khán giả trong chương trình của mình, mới đầu, bà bảo vệ quan điểm "thông điệp chuộc lỗi cơ bản" thể hiện trong cuốn sách, ám chỉ rằng có thể chấp nhận được khi nói dối một số vấn đề rất nhỏ vì mục đích cao cả hơn. Nhưng hai tuần sau, bà đã phải công khai xin lỗi ngay trong show của mình. "Tôi đã từ bỏ quan điểm cho rằng sự thật không phải là một vấn đề quan trọng gì nhiều", bà nói, "Và tôi thành thật xin lỗi vì bản thân tôi cũng không tin vào điều đó".

Đó cũng không phải là điều chúng ta tin tưởng. Chúng ta mong muốn ít phải chứng kiến những câu chuyện thất thiệt và có thể tôn trọng hơn những sự kiện chính xác trong chính trị, quảng cáo và đời sống cộng đồng nói chung. Chúng ta hãy thử đứng vào vị trí của "những kẻ đeo bám dai dẳng" đã chọc tức Lyndon Johnson. Chúng ta sẽ ủng hộ hơn cách xử sự của vị Chánh án Tòa án tối cao tương lai John Roberts đối với một sự cố xảy ra vào năm 1986, khi ông còn là trợ lý cho Tổng thống Ronald Reagan. Ai đó đã viết cho Reagan một câu hài hước liên quan tới việc đo thân nhiệt bằng độ F và độ C, lồng vào trong bản thông điệp hàng năm: "Hôm nay, tôi mới bước sang tuổi 75, mà thấy mình chỉ như 30 thôi". Sự nhầm lẫn ở đây là: 75 độ F chỉ tương đương 23,9 độ. Các phóng viên từ *The New York Times* nghiên

THẾ GIỚI LỘC LỬA

cứu về quãng thời gian Roberts còn ở Nhà Trắng trước khi được bổ nhiệm vào năm 2005, đã phát hiện ra ông này đã sửa lại bài diễn văn của tổng thống. Khi Reagan đọc bài phát biểu, ông đã nói: "Tôi nghe nói ai đó nhắc tới tuổi tác của tôi vào sáng nay. Thời gian gần đây, tôi đã nghe nói nhiều tới vấn đề này. Hôm nay, tôi muốn nói rằng, tôi 75 thật đấy, nhưng xin nhớ, nó cũng chỉ tương đương với 24 độ C mà thôi".

Công luận không được bảo vệ

Những kẻ lừa bịp đã làm cách nào để không bị buộc tội? Luật Quảng cáo có quy định về sự trung thực nhằm bảo vệ người tiêu dùng trước những quảng cáo sai sự thật. Nhưng vẫn có nhiều quảng cáo "lách" được. Một quảng cáo sai sự thật có thể xuất hiện trên ti vi trong nhiều tháng trước khi bị các nhà làm luật buộc phải dừng phát sóng. Nhưng ngay sau đó, các nhà quảng cáo đã học được cách biến hóa ngôn ngữ sử dụng trong các quảng cáo thương mại làm cho các thông điệp của họ vẫn chính xác về văn phong, nhưng sai lệch về thông tin. Chúng ta sẽ còn đề cập vấn đề này trong phần sau của cuốn sách. Còn đối với các chính trị gia, thực tế là không có gì ngăn cản được họ nói dối trong các quảng cáo truyền hình và phát thanh. Không có điều mục nào trong Luật Liên bang đòi hỏi phải trung thực trong các quảng cáo chính trị. Mới chỉ có một vài bang cố gắng

xây dựng những bộ luật tương tự nhằm cải thiện tình hình nhưng đều không hiệu quả.

Một số người tin rằng các chính trị gia có thể bị kiện khi những lời phỉ báng nhằm vào đối thủ của họ đi quá xa sự thật. Những người đó cũng cho rằng, các biện pháp này có thể bảo vệ được cử tri. Thực tế không phải vậy! Tòa án hành động quá chậm chạp trước những tình huống như thế. Thông thường, tòa án cho phép các ứng cử viên được bảo vệ quyền tự do phát ngôn dưới ảnh hưởng của Hiến pháp Mỹ. Do đó, hiếm khi có chuyện kiện cáo đối với những tuyên bố sai sự thật trong chính trị, và đương nhiên, người thiệt thòi chính là các cử tri. Sau đây là ví dụ về một trường hợp điển hình đã từng xảy ra. Trong quá trình diễn ra chiến dịch tranh cử tổng thống vào năm 1964, Barry Goldwater, ứng cử viên của Đảng Cộng hòa đã kiện tạp chí FACT vì họ đã nói rằng ông có tiền sử mắc bệnh hoang tưởng nghiêm trọng, và không thích hợp cho các vị trí lãnh đạo cao cấp. Goldwater đã giành chiến thắng trong vụ kiện, nhưng quyết định cuối cùng chỉ được đưa ra rất lâu sau khi Lyndon Johnson giành chiến thắng tuyệt đối trước ứng cử viên này. Như vậy, với những ai tin vào tờ tạp chí và bỏ phiếu chống Goldwater, phán quyết của tòa án không có tác dụng gì. Quan điểm của tòa án trong trường hợp này là, các cử tri là những người đã trưởng thành và có đủ khả năng nhận định chính xác về bất kỳ trường hợp gây tranh cãi nào, ngay cả khi

THẾ GIỚI LỘC LỬA

có những gian lận. Điều đó hoàn toàn phụ thuộc vào quyết định của bản thân họ.

Các công dân có thể hy vọng rằng những mảnh khóe chính trị có thể bị phát hiện và đả phá quyết liệt bởi hệ thống thông tin truyền thông. Nhưng theo quan điểm của chúng tôi, điều đó là không đủ. Những báo cáo kiểm tra được tiến hành trong vài tuần cuối của chiến dịch tranh cử tổng thống vào năm 2004 cho thấy, vấn đề đã bị đẩy đi rất xa. Thực tế là một số hãng thông tấn lại coi những cáo buộc "gian lận" hay "sai sự thật" này xét về mặt bản chất đã mang tính thông tin. Chương trình *NewsHour* của PBS đã đề cập một khía cạnh của hiện tượng này trong bản tin tối của mình. Khi cuộc bầu cử kết thúc, mọi báo cáo về tính trung thực trong những hoạt động tranh cử của các ứng cử viên cũng không còn ý nghĩa. Thật là khó khăn nếu công luận kỳ vọng vào việc các nhà làm luật của chính phủ, toà án hay hệ thống thông tin truyền thông sẽ giám sát những mảnh khóe, thủ đoạn chính trị được áp dụng. Những cử tri và người tiêu dùng chúng ta buộc phải tự bảo vệ mình trước những thông tin sai sự thật và chọn lựa điều gì là tốt cho mình. Trong chương tiếp theo, chúng tôi sẽ còn quay trở lại với vấn đề này.

Hơi thở nặng mùi của cô phù dâu - Dấu hiệu của sự lừa đảo

Tội nghiệp Edna. Đó là một cô gái xinh xắn. Nhưng thật ngạc nhiên là cô không thể nào kiếm được cho mình một tấm chồng. Không ai nói cho cô biết lý do vì sao cô thường được chọn làm phù dâu mà chưa một lần được khoác lên mình chiếc váy cưới. Câu chuyện của Edna là một phần của chiến dịch quảng cáo đã bắt đầu từ năm 1923, góp phần làm cho Listerine trở thành một sản phẩm thương mại đạt lợi nhuận bùng nổ. Câu chuyện này đưa ra một cách lý giải vì sao đôi khi con người lại bị điều khiển bởi nỗi lo lắng và cảm giác không an toàn.

Theo như lời quảng cáo, nguyên nhân khiến Edna phải lâm vào tình trạng ở vậy là do hơi thở của cô hôi đến mức "ngay cả những người bạn thân nhất

THẾ GIỚI LỘC LỬA

cũng không thể chịu được, nhưng họ lại giấu cô sự thật đau đớn ấy". Mánh lới ấy quá hiệu quả: Lambert tiêu thụ được nhiều container sản phẩm Listerine. Năm 1999, tạp chí *Advertising Age* đưa quảng cáo "cô phù dâu tội nghiệp" này vào một trong hàng trăm chiến dịch quảng cáo thành công nhất trong thế kỷ 20.

Quảng cáo Listerine đánh vào nỗi sợ hãi thâm kín của con người và truyền đi một thông điệp không lời: Hãy sử dụng sản phẩm của chúng tôi, nếu không muốn bị mất bạn bè, hoặc thậm chí người bạn đời tương lai vì hơi thở không mấy thơm tho của mình, điều mà thậm chí có thể bạn không biết đích xác. Rất nhiều quảng cáo sản phẩm Listerine khác sau này cũng đi theo cách thức này. Trong một quảng cáo xuất hiện vào năm 1930, một bác sĩ nha khoa phân vân không hiểu tại sao các khách hàng lại cứ tránh xa mình. Bởi vì ông chưa bao giờ nghe được những lời thì thào về hơi thở không mấy dễ chịu của mình. Câu chủ đề của quảng cáo là: "Họ nói gì về bạn chẳng? Chắc chắn rồi". Một quảng cáo khác năm 1946, có hình ảnh một người trẻ tuổi bị từ chối sau một cuộc phỏng vấn, và quảng cáo đã đặt ra câu hỏi: "Trong thời buổi cạnh tranh khốc liệt để có thể tìm và giữ việc làm này, bạn có thể chấp nhận những điều không mong muốn chỉ vì bệnh hôi miệng?"

***Dấu hiệu cảnh báo: Nếu điều đó đáng sợ,
hãy thận trọng!***

Đánh vào nỗi lo sợ của con người từ lâu đã là một chiến thuật chủ đạo của các nhà quảng cáo và chính trị. Chiến thuật ấy quen thuộc tới mức ai cũng nghĩ rằng mình thừa sức nhận diện nó. Nhưng rồi cuối cùng vẫn bị cuốn vào vòng xoáy. Nỗi lo sợ và cảm giác mất an toàn có thể lấn át mọi quyết định mang tính lý trí của bạn. Để chốt lại cho bài học này, chúng ta hãy ghi nhớ: "Nếu điều đó đáng sợ, hãy thận trọng"

Sử dụng lo sợ, bất ổn và hoài nghi như những nhân tố trong chiến thuật cạnh tranh

Dùng yếu tố lo sợ của con người còn hiệu quả hơn cả chiêu dùng thuốc sát trùng miệng. Trong thập niên 70, Gene Amdahl, một trong những kỹ sư thiết kế máy tính hàng đầu của IBM đã rời bỏ công ty. Sau đó ông chế tạo và tiếp thị một sản phẩm mới. Cấu hình chiếc máy tính "Amdahl 470" rõ ràng là mạnh hơn hệ thống 370 của IBM, nhà sản xuất có thị phần lớn nhất. Nhưng doanh số lại không như kỳ vọng. Amdahl nhận thấy rằng nhiều công ty khách hàng vẫn e sợ khi mua sản phẩm của ông ngay cả khi những bản báo cáo cho thấy nó rẻ hơn, nhanh hơn và đáng tin cậy hơn sản phẩm của IBM. Ông đã cáo

THẾ GIỚI LỘC LỬA

buộc chủ cũ của mình về việc sử dụng "FUD" (cụm từ viết tắt của "lo sợ, bất ổn và nghi ngờ") khiến khách hàng của ông không dám mạnh dạn sử dụng nhãn hiệu mới. Công ty của Amdahl sẽ làm gì để hỗ trợ cho sản phẩm mới, đây hiệu quả của mình? Có thực là IBM đã trả miếng vì quyết định ra đi của Amdahl? Liệu các công ty có phải trả giá khi mạo hiểm sử dụng loại máy tính mới, một khi sản phẩm đó không hiệu quả?

Chúng ta sẽ thấy rằng FUD được sử dụng trong rất nhiều lĩnh vực để bán đủ các loại mặt hàng. Trong năm 2004 và 2005, có rất ít người sử dụng Internet từ chối click vào thông điệp pop-up với dòng chữ: "Khuyến cáo: có thể bị nhiễm spyware". Spyware có thể ăn cắp thông tin từ máy tính của bạn, spam hộp thư điện tử, thậm chí làm chết máy tính. Với tâm lý lo sợ, một số người sẽ bấm vào đường link "quét toàn bộ máy tính", và đường link này sẽ đưa họ tới một trang web rao bán một sản phẩm với giá 39,95 đô la, có tên là SpyKiller. Sản phẩm này được quảng cáo là sẽ tiêu diệt toàn bộ mọi dấu hiệu nào bị coi là spyware. Nhưng Ủy ban thương mại Liên bang đã cho thấy, quảng cáo dựa trên nền tảng "lo sợ, bất ổn và nghi ngờ" này thực chất là một lời nói dối. Không có một hoạt động quét máy tính nào được thực hiện trước khi thông điệp được gửi tới, không spyware nào bị phát hiện và chương trình đó

đã không hoạt động như lời quảng cáo: Nó không tiêu diệt được "một số lượng nhất định" spyware. Tháng 5 năm 2005, FTC kiện ra toà nhà tiếp thị sản phẩm Trutsoft, Inc., có trụ sở tại Houston. Công ty này cùng với Giám đốc Điều hành, Danilo Ladendorf đã phải chấp nhận trả 1,9 triệu đô la để giải quyết vụ kiện. Ladendorf đã phải bán nhà của mình ở Houston để trang trải cho cái mà FTC gọi là "những thiệt hại mang lại". Tuy nhiên, tới lúc đó thì đã có hàng chục ngàn người tiêu dùng bị lừa.

"Ngày rừng rợn" của Bush

Những động thái cho chiến dịch xâm lược Iraq vào năm 2003 là một ví dụ điển hình của việc sử dụng yếu tố "lo sợ, bất ổn và nghi ngờ". Trong bản thông điệp hàng năm, ngày 28 tháng 1 năm 2003, Tổng thống Bush đã cáo buộc chính phủ Saddam Hussein theo đuổi chương trình vũ khí hạt nhân hủy diệt hàng loạt. Ông Bush đã yêu cầu người nghe thử tưởng tượng điều gì có thể xảy ra nếu chính phủ của Saddam đã cung cấp cái gì đó cho những kẻ cướp máy bay trong vụ 11 tháng 9: "Chúng có thể tuồn một lọ nhỏ, một hộp nhỏ, một thùng nhỏ vào đất nước này và hậu quả là có thể xảy ra một ngày rừng rợn chưa từng có". Trước đó, vào tháng 9 năm 2002, Condoleezza Rice, sau này trở thành Cố vấn an ninh Quốc gia, đã phát biểu trên đài CNN rằng không ai biết một cách rõ ràng về thời điểm mà chính phủ

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Saddam có thể sở hữu vũ khí hạt nhân. Và ông nói thêm: "Nhưng chúng ta đều không muốn khói lại bốc lên thành đám mây hình nấm". Với những ký ức rừng rợn hãy còn sống động về ngày 11 tháng 9 năm 2001, sẽ chẳng ai ngạc nhiên khi dư luận lại ủng hộ một cách áp đảo đến thế cho việc phát động một cuộc chiến tranh. Ngày 17 tháng 3 năm 2003, ba ngày trước khi cuộc chiến xảy ra, trên tờ *Washington Post*, chỉ có 27% người được thăm dò nói họ phản đối cuộc chiến tranh. Đa số trong 71% người được thăm dò nói họ ủng hộ cuộc chiến, trong đó có 54% nói rằng họ ủng hộ "quyết liệt".

Cuối cùng, như chúng ta đều biết, các nhà điều tra Mỹ sau nhiều tháng tìm kiếm chỉ mang về một kết luận rằng chính quyền Saddam đã phá hủy các bộ phóng tên lửa mang đầu đạn hóa học và sinh học từ nhiều năm trước, rằng ông ta không hề tích cực chủ trương phát triển chương trình vũ khí hạt nhân. Bài phát biểu về "ngày rừng rợn" của Bush đã thực sự gây kinh hoàng. Nhiều người trong chúng ta: ngài Tổng thống, CIA, Quốc hội, và đa phần báo chí cùng công luận,... lẽ ra đã phải thận trọng hơn, đã phải đưa ra nhiều câu hỏi hơn, và đã phải đòi hỏi có nhiều bằng chứng hơn.

Một số người đã biện hộ bằng ví dụ về tình huống báo cháy: Hoàn toàn đúng khi hô "Cháy!" vì ngọn lửa thực sự gây nguy hiểm tới tính mạng và tài

sản. Tuy nhiên, ở đây chúng tôi muốn nói rằng: Sự bất chính là ở chỗ người ta đã đánh vào tâm lý lo sợ của con người để che đậy việc thiếu bằng chứng về những mối đe dọa có thật. Và chúng ta cần tự cảnh tỉnh bản thân để có thể đánh giá một cách cẩn trọng hơn các tình huống thực tế. Chúng ta đã được cảnh báo, hay bị bịt mắt?

Cần cảnh giác khi: Một câu chuyện "quá hoàn hảo"

Chúng ta nên thận trọng với những lời tuyên bố nếu nó QUÁ hiển nhiên, đặc biệt khi đó là điều chúng ta mong muốn. Hãy xem xét trường hợp chúng tôi gọi là "vũ khí hủy diệt hàng loạt".

Cuốn sách "Vũ trang Mỹ: Nguồn gốc của văn hóa súng đạn Quốc gia" đã được đón chào nhiệt liệt bởi những người ủng hộ việc kiểm soát vũ khí cá nhân. Tác giả cuốn sách, Michael A. Bellesiles, giáo sư lịch sử tại trường Đại học Emory, Atlanta, bày tỏ quan điểm rằng việc sở hữu vũ khí cá nhân là rất hiếm trong thời kỳ thực dân và tiền nội chiến. Michael Barnes, Chủ tịch Handgun Control, Inc. (giờ đây được biết đến với tên gọi Brady Campaign to Prevent Gun Violence) nhiệt liệt tán dương phát hiện của Bellesiles và khẳng định: "Bằng việc đưa ra ánh sáng sự thật về vấn đề sở hữu vũ khí cá nhân trong thời kỳ đầu của nước Mỹ, Michael Bellesiles

đã tước đi thêm một cơ sở lý luận của những kẻ vận động hành lang cho chủ thuyết sở hữu vũ khí cá nhân, chống lại các quy định chung về việc sử dụng vũ khí".

Nếu thực sự, việc sở hữu vũ khí không thoải mái trong thời kỳ thực dân, vậy thì biểu tượng quốc gia với hình ảnh "Minutemen*" cùng cây súng treo trên lò sưởi là hoàn toàn sai lầm. Điều này cũng đồng nghĩa với việc Hiệp hội súng trường quốc gia có ít cơ sở để tranh luận rằng luật sửa đổi lần hai được xây dựng để bảo đảm quyền cá nhân được sở hữu riêng các loại súng, và không chỉ sở hữu súng như các thành viên của lực lượng phòng vệ thông thường. Bellesiles đưa ra bằng chứng được ông miêu tả là kết quả của 10 năm nghiên cứu tỷ mỉ 11.000 bản di chúc, liệt kê những tài sản mà người ta đã sở hữu trước khi qua đời. Trường Đại học Columbia dường như cũng ủng hộ những phát hiện này với việc trao cho cuốn sách giải thưởng danh giá *Bancroft Prize* vào năm 2001.

* *Minutemen* là thành viên của những đội quân được tuyển chọn trong thời kỳ cách mạng Mỹ chống thực dân. Họ thể sẵn sàng chiến đấu chống lại quân đội Anh chỉ trong vòng 1 phút sau khi nhận lệnh. Thuật ngữ *minute-man* sau này cũng được áp dụng trong nhiều lực lượng khác nhau của quân đội Mỹ, gợi lại thành công và lòng yêu nước của những người đi trước.

Bellesiles đã mang đến cho những người ủng hộ việc kiểm soát vũ khí một câu chuyện quá hoàn hảo để có thể tin được. Giáo sư James Lindgren, trường Đại học Luật Northwestern lưu ý: "Dữ liệu ăn khớp đến mức quá trơn tru sạch sẽ". Giáo sư đưa ra nhận xét này sau khi đã xem xét các số liệu về vấn đề mà Bellesiles cung cấp. Lindgren và các đồng sự kết luận rằng Bellesiles đã "nhiều lần tính cả phụ nữ vào nhóm đàn ông, tính số vũ khí của khoảng 100 bản di chúc thực tế chưa hề tồn tại, và rằng, các số liệu thống kê đánh giá hơn một nửa số vũ khí là loại cũ hoặc gãy hỏng trong khi thực tế là chỉ dưới 10% được liệt kê". Trong tám bản di chúc khác nhau, súng xuất hiện trong 50-73% tài sản mà người đàn ông để lại. Những con số này cao hơn gấp vài lần so với thông tin mà Bellesiles cung cấp. Lindgren còn phát hiện rằng, trong năm 1774, số lượng súng còn nhiều và phổ biến gấp hai lần sách Thánh Kinh.

Nhiều thông tin thiếu nhất quán khác cũng được nhắc đến. Ví dụ, Bellesiles nói rằng đã kiểm tra các bản di chúc ở San Francisco. Nhưng thực tế, chúng đều đã bị hủy hoại vào năm 1906, bởi động đất và hỏa hoạn. Trường Đại học Emory đã đình chỉ công tác đối với Bellesiles và yêu cầu một nhóm các nhà sử học độc lập tiến hành điều tra sự việc. Nhóm điều tra đã phát hiện ra "bằng chứng về việc giả mạo tài liệu" trong đó có bảng thống kê "quan trọng" của

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Bellesiles về những dữ liệu liên quan tới các di chúc, và họ nói rằng "uy tín học thuật của vị giáo sư này rất đáng ngờ". Bellesiles đã phải từ chức và rời Emory, nhưng vẫn cho rằng ông không phạm lỗi, đó đơn thuần chỉ là "những sai lầm hết sức vô tư". Tuy nhiên, tháng 12 năm 2002, trường Đại học Columbia vẫn thu hồi giải thưởng *Bancroft Prize*, và tuyên bố Bellesiles đã "vi phạm những nguyên tắc cơ bản được chấp nhận trong học thuật".

Có nhiều lý do để đặt câu hỏi về những dữ liệu của Bellesiles. Từ sự trái ngược rõ ràng của các dữ liệu này với những gì đã được chấp nhận trong hai thế kỷ qua, chúng ta thấy đó chẳng qua là những tuyên bố đặc biệt đòi hỏi những bằng chứng đặc biệt. Những người ủng hộ việc kiểm soát vũ khí đã quá vội vàng khi tán thành những thông tin đó, bởi nó phù hợp với chủ trương của họ. Cái giá phải trả là sự lúng túng khi mà những mảnh khoe của Bellesiles bị vạch trần. Trước một kết luận dường như "quá rõ ràng", chúng ta cần phải thận trọng xem xét bằng chứng một cách kỹ càng trước khi đưa ra phán quyết cuối cùng.

Dữ liệu phụng sự niềm tin

Những lời tuyên bố thổi phồng thường dễ dàng được chấp nhận khi người ta điều chỉnh nó cho phù hợp. Năm 1991, người ta nói nhiều về một vấn đề gây không ít kinh ngạc. Có vẻ như điều này củng cố

thêm luận điểm cho rằng phụ nữ là nạn nhân của một xã hội có thành kiến về giới tính. Trong cuốn sách của mình, Naomi Wolf, một nhan sắc huyền thoại, đã khẳng định rằng 150.000 phụ nữ chết hàng năm vì căn bệnh chán ăn tâm lý. Đây là một con số cao đến phi lý. Thậm chí nó cao gấp năm lần so với số người Mỹ chết mỗi năm vì căn bệnh thế kỷ AIDS. Nhưng nó lại củng cố một cách mạnh mẽ quan điểm của Wolf rằng phụ nữ phải gánh chịu những hậu quả từ những tiêu chuẩn sắc đẹp khó thực hiện mà xã hội đặt ra.

Con số 150.000 đẩy lên một cuộc tranh luận vào năm 1994. Christina Hoff Sommers, một người thường đưa ra những chỉ trích đối với phong trào nữ quyền, nói rằng "con số chính xác là dưới 1.000". Theo Harold Goldstein và Harry Gwirtsman, Viện Tâm thần Quốc gia, đáng lý ra, Sommers phải kịch liệt phản đối kết luận thiếu căn cứ của Wolf. Nhưng bản thân nhà nghiên cứu này lại không làm được điều đó. Có từ 0,5-1% trong tổng số 28 triệu phụ nữ ở độ tuổi 15-29 được cho là mắc bệnh chán ăn tâm lý, và tỷ suất khoảng 10% đối với những phụ nữ trên lứa tuổi 20 là "con số có thể chấp nhận được". Những con số đó cho phép tính ra là có khoảng 1.000 người chết mỗi năm. Các nhà nghiên cứu Goldstein và Gwirtsman cũng tỏ ra thận trọng trong việc chấp nhận khái niệm "dữ liệu phụng sự niềm tin". Đó là

THẾ GIỚI LỘC LỬA

một khái niệm được chúng ta ủng hộ. Khi các dữ liệu trở nên ăn khớp một cách hoàn hảo, sẽ luôn xuất hiện câu hỏi: "Câu chuyện hấp dẫn này có thực sự đúng hay không? Có phải tôi mua sản phẩm này vì tôi mong muốn nó đúng như lời quảng cáo? Đây là bằng chứng cho những điều này?"

Dấu hiệu cảnh báo: So sánh dao động

"Rộng hơn", "tốt hơn", "nhanh hơn", "ngon hơn"... đây là những cụm từ mà các nhà quảng cáo thường xuyên sử dụng nhằm quảng bá sản phẩm của mình trước công chúng. Trong một quảng cáo mới đây, các nhà sản xuất một sản phẩm khử mùi cơ thể, có tên là New Ban Intensely Fresh Formula, khẳng định sản phẩm đó có thể "giúp cơ thể bạn có mùi thơm lâu hơn". Ngay lập tức, trong đầu người tiêu dùng xuất hiện suy nghĩ là việc sử dụng sản phẩm này giúp cho cơ thể họ có mùi thơm lâu hơn, hấp dẫn hơn so với các sản phẩm cùng dòng của các nhà sản xuất khác. Nhưng, như khiếu nại của một nhà sản xuất khác lên Hiệp hội Quảng cáo Quốc gia vì sự phát triển doanh nghiệp, quảng cáo này chỉ có thể gửi đi thông điệp rằng sản phẩm này sẽ giúp người tiêu dùng cảm thấy thoải mái hơn so với những sản phẩm cũ cùng loại của chính nhà sản xuất đó.

Các chính trị gia cũng là những người đặc biệt yêu thích sử dụng kỹ xảo này. Trong chiến dịch tranh cử tổng thống năm 2004, quảng cáo cho chiến dịch tranh cử của đương kim Tổng thống Bush thường xuyên nhấn mạnh vào điểm "Kerry là người ủng hộ việc đánh thuế gấp 350 lần". Một cử tri hoàn toàn có thể nghĩ rằng điều này đồng nghĩa với việc ông Kerry chủ trương nâng mức đánh thuế lên một con số đáng báo động. Nhưng lời ám chỉ đó rõ ràng là hoàn toàn sai lệch. Ông Bush không hề nhắc tới việc ông Kerry chủ trương nâng mức thuế "cao hơn" so với mức hiện tại. Tuy nhiên, các cử tri lại không nghĩ vậy. Sử dụng một thủ thuật chính trị khá phổ biến, ông Bush đã khiến mọi người suy nghĩ rằng ông Kerry phản đối một dự luật về việc cắt giảm thuế, đồng nghĩa với việc để mức thuế y nguyên hiện trạng. Với chiến thuật này, ông Bush rõ ràng chiếm được không ít phiếu từ những người ủng hộ dự luật cắt giảm thuế. Thậm chí, ông Bush còn giành được phiếu từ những người ủng hộ ông Kerry quay sang ủng hộ dự luật cắt giảm thuế của Đảng Dân chủ. Những người này cho rằng, dự luật cắt giảm thuế của ông Kerry vẫn để mức thuế hiện hành cao hơn nhiều so với giải pháp của Đảng Cộng hòa. Rõ ràng, việc sử dụng các hình thức so sánh mập mờ đã biến một phiếu ủng hộ việc cắt giảm thuế trở thành phiếu ủng hộ "mức thuế cao hơn".

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Ông Bush sử dụng cụm từ "mức thuế cao hơn" mà không hề giải thích cho câu hỏi: "cao hơn cái gì?" So sánh dao động xuất hiện khi có bất kỳ một thuật ngữ nào mang ý nghĩa so sánh hai yếu tố đồng loại. Chẳng hạn những từ ngữ như "cao hơn", "tốt hơn", "nhanh hơn", "nhiều hơn",... nó khiến người ta khó xác định thực tế là cái gì đang được đem ra so sánh với nhau. Ông Bush sử dụng chiến thuật này khiến cử tri cảm nhận lệch lạc về đường lối tranh cử của ông Kerry. Thực tế, ứng cử viên của Đảng Dân chủ có chủ trương tăng thuế đối với một số lĩnh vực trong thời gian 20 năm hoạt động ở Thượng nghị viện, nhưng không bao giờ có thể tăng thuế cao gấp 350 lần so với hiện tại. Quan điểm của ông Kerry chỉ là phản đối một phần dự luật cắt giảm thuế của Tổng thống Bush và tăng mức thuế đánh vào những người có thu nhập hơn 200.000 đô la mỗi năm.

Mẹ ơi, nhiều thạch tín hơn đi!

Để công bằng, chúng ta cũng phải nói rõ rằng những người của Đảng Dân chủ cũng không hoàn toàn ngây thơ. Họ cũng có tiền án từng sử dụng chiến thuật so sánh dao động. Ví dụ, năm 2001, Tổng thống Bush đã bị cáo buộc là đang cố gắng "bỏ nhiều thạch tín hơn" vào nước uống. Tháng 4 năm đó, Ủy ban toàn quốc Đảng Dân chủ cho chiếu một quảng cáo trên truyền hình. Cô bé nhân vật chính của quảng cáo này hỏi mẹ của mình: "Mẹ ơi, con có thể

bỏ thêm một ít thạch tín vào nước uống của mình không?" Ngày 4 tháng 1 năm 2004, trong cuộc tranh luận giữa các ứng viên đại diện cho Đảng Dân chủ ra tranh cử tổng thống tại Des Moines, Iowa, Thượng nghị sĩ Dick Gephardt, bang Missouri, nói chính quyền Bush "muốn bỏ thêm thạch tín vào nước. Chúng ta đã ngăn chặn họ làm điều đó".

Nhưng với cụm từ "nhiều thạch tín hơn", những người Dân chủ không hề nói cho rõ rằng "nhiều hơn so với mức thạch tín đo được trong nước hiện nay". Cuộc tranh cãi này là về chủ đề là liệu có thể giảm đến mức độ nào nồng độ thạch tín đang có trong nước hiện nay. Sau khi lên nhậm chức, ông Bush đã bãi bỏ một quy định của Tổng thống Bill Clinton đề ra chỉ vài ngày trước khi hết nhiệm kỳ. Quy định muện màng này có thể giảm mức trần cho phép đối với tỷ lệ thạch tín có trong nước ngọt xuống dưới 50 phần tỷ khối lượng (ppb) như hiện nay. Mức trần này đã tồn tại từ năm 1942, trước đó là 10ppb. Chính phủ mới tuyên bố muốn xem xét lại chi phí dành cho việc kiểm soát nồng độ thạch tín ở một số cộng đồng nhỏ, ước tính khoảng 327 đô la/gia đình đối với một số thị trấn có dân số dưới 10.000 người. Các quan chức của chính quyền Bush muốn cân nhắc về một giới hạn linh hoạt hơn, có thể cho phép mức trần ở khoảng 20ppb trong một số trường hợp. Tuy nhiên, thực tế, ông Bush cũng chấp nhận mức 10ppb và giới

THỂ GIỚI LỘC LỬA

hạn mức mới có hiệu lực vào tháng 1 năm 2006, chính xác theo kế hoạch mà tổng thống trước đã đề ra, không sớm hơn, cũng không muộn hơn. Chưa có lúc nào, chính quyền Bush đề nghị tăng mức giới hạn lên trên mức cho phép hiện tại, để khiến ai đó có thể nghĩ tới khái niệm "nhiều thạch tín hơn".

Trong cả hai trường hợp, đôi bên đều sử dụng những thủ thuật để giành lấy sự ủng hộ từ công luận, thay vì đưa ra những luận điểm tranh biện trung thực đã bị họ thổi phồng. Vì vậy, khi bạn nghe tới những thuật ngữ so sánh dao động như "nhiều hơn" hay "cao hơn", hãy luôn tự hỏi mình rằng: "so sánh với gì đây?" Câu trả lời có thể khiến bạn ngạc nhiên, và nó sẽ giúp bạn tránh khỏi những lúc thấy mình sao thật ngớ ngẩn.

Dấu hiệu cảnh báo: Đối lừa siêu cấp

Nếu với những từ so sánh như "nhiều hơn" hay "cao hơn" là những dấu hiệu đáng nghi ngờ, thì những từ mang cấp so sánh cao nhất như "nhiều nhất" và "cao nhất", những lời khẳng định như "lớn nhất trong lịch sử" hay "nhỏ chưa từng thấy" cũng cần được cảnh giác như vậy. Năm 2004, một nhóm ủng hộ ông Bush, có tên là "Progress for America Voter Fund" (Phát triển quỹ bầu cử Mỹ) đã cho chiếu một quảng cáo truyền hình với câu hỏi: "Đã từng có

vị tổng thống nào cứng rắn hơn chưa?" Thông điệp đó rõ ràng ám chỉ tới ông Bush, ám chỉ đến việc ông đang phải gánh chịu một nền kinh tế đang trên đà suy thoái, cùng với những hậu quả từ vụ khủng bố 11 tháng 9 năm 2001. Và có vẻ như chính phủ dưới thời Bush đã phải đối mặt với nhiều khó khăn hơn bất kỳ vị tổng thống nào trong lịch sử. Điều đó thật ngớ ngẩn! Liệu ông Bush có "cứng rắn hơn" Abraham Lincoln? Với việc trúng cử tổng thống của Lincoln, Liên bang đã bị chia cắt, và sáu tuần sau khi ông lên nhậm chức, quân Liên bang nổ súng vào Fort Sumter, khởi đầu cho cuộc nội chiến ở Mỹ? Liệu Bush có cứng rắn hơn Franklin Roosevelt, người lên nhậm chức trong thời kỳ Đại suy thoái và sau đó phải đối mặt với vụ tấn công Trân Châu Cảng vào năm 1941? Hãy trả lời xem!

Một ví dụ khác về sự "dối lừa siêu cấp": Những người Cộng hòa vẫn khẳng định gọi Dự luật cắt giảm thâm hụt (thông qua vào năm 1993) của Tổng thống Bill Clinton là "lần tăng thuế lớn nhất trong lịch sử nước Mỹ" (theo lời ông Bush). Thực tế không phải vậy. Trừ khi người ta chỉ tính riêng khía cạnh tài chính và bỏ qua sự gia tăng dân số, sự tăng lên của thu nhập, tăng trưởng kinh tế và lạm phát. Nếu xét từ nhiều khía cạnh kinh tế khác nhau, việc tăng thuế dưới thời Tổng thống Clinton chỉ bằng 1/6 so với mức tăng thuế mà Tổng thống Roosevelt phê

THẾ GIỚI LỘC LỬA

chuẩn vào năm 1942. Với dự luật tăng thuế ấy, chính quyền của Tổng thống Roosevelt thu về 5,04 đô la với mỗi 100 đô la mà nền kinh tế tạo ra. Đây là nghiên cứu được đề cập chính thức, trong một bài viết của một chuyên gia thuế, làm việc tại Ủy ban chính sách Thuế dưới thời ông Bush. Như vậy, dự luật tăng thuế của ông Clinton chỉ thu 83 cent.

Những người Cộng hòa cũng chẳng thoát khỏi các mách khỏe trong đời sống chính trị. Câu lạc bộ Sierra buộc tội Tổng thống Bush đã để "tình hình ô nhiễm môi trường lâm vào tình trạng tồi tệ nhất trong lịch sử nước Mỹ". Nhưng khẳng định này dựa trên nền tảng nào? Ngay câu lạc bộ Sierra cũng phải thừa nhận không khí đã trở nên trong lành hơn dưới thời ông Bush (giảm gần 12% trong số 6 quốc gia có mức độ thải khí ô nhiễm môi trường cao nhất thế giới, giai đoạn 2000 - 2005, theo con số chính thức của cơ quan giám sát, thực hiện dưới sự điều chỉnh của Luật làm sạch không khí). Bản thân Tổng thống Bush, cho dù không kiên quyết như câu lạc bộ Sierra mong muốn, cũng đã đề ra nhiều biện pháp kiểm soát nghiêm ngặt hơn về khí thải dầu diesel so với các vị tiền nhiệm. Năm 2005, ông Bush cũng đưa ra các biện pháp kiểm soát cấp liên bang đầu tiên đối với chất thải thủy ngân từ các nhà máy năng lượng. Chúng ta không thể nói ai có thành tích "tồi tệ nhất", nhưng trước Tổng thống Richard Nixon, chưa có vị

nào đề ra một chương trình hành động bảo vệ môi trường. Chương trình này mới chỉ bắt đầu được xây dựng vào năm 1970.

Những so sánh ở cấp độ "hơn nhất" có thể dẫn chúng ta tới việc lựa chọn những sản phẩm đắt tiền một cách vô ích, hoặc đi tới những quyết định chính trị sai lạc. Hãy thận trọng với những tuyên bố đó!

Dấu hiệu cảnh báo: Dễ như "cắt đậu phụ"

Ngày nay, hầu như những ai từng truy cập Internet cũng đều quen thuộc với những bức thư lừa đảo đến từ Nigeria, xuất hiện từ thập niên 80 tới nay. Vào một ngày đẹp trời nào đó, một vị "đại gia" hay người nước ngoài có địa vị cao gửi tới bạn bức thư đề nghị giúp đỡ tài chính bằng cách chuyển hàng triệu đô la ra khỏi đất nước của họ. Đổi lại, bạn sẽ nhận được phần trăm hoa hồng. Đây hiển nhiên là một trò lừa bịp. Nhưng Cơ quan an ninh Mỹ vẫn phải đưa ra một cảnh báo vào năm 2006, rằng những bức thư lừa đảo này "dem lại cho những kẻ lừa đảo hàng trăm triệu đô la, và số người bị lừa vẫn không ngừng gia tăng".

Dấu hiệu cảnh báo thật đơn giản: Nếu nó dễ như "cắt đậu phụ", chắc chắn là một vụ lừa đảo.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Trong chính trị, điều này có thể hơi khác, nhưng về nguyên tắc thì giống nhau. Cử tri sẽ bỏ phiếu cho một ứng cử viên khi người đó hứa hẹn đem đến cho chúng ta những viễn cảnh tươi đẹp, mà chúng ta chỉ phải trả một cái giá thật rẻ, thậm chí chẳng phải trả gì cả. Phía sau những lời hứa hẹn, sự khác biệt là: Hôm nay chúng ta có thể không phải trả, nhưng sau này, con cháu chúng ta sẽ phải làm điều đó. Đảng Dân chủ hứa hẹn với những người nộp thuế về các chương trình xã hội mà không dả động gì tới những chi phí phải bỏ ra trong tương lai. Trong khi đó, Đảng Cộng hòa hứa hẹn cắt giảm thuế, nhưng lơ tịt về những thâm hụt trong tương lai hay những chương trình xã hội sẽ phải ngừng hoạt động.

Những người Dân chủ luôn hứa hẹn "duy trì chương trình an sinh xã hội" mà không đề cập vấn đề bổ sung tài chính đối với những ích lợi mà cộng đồng được hưởng, bởi điều đó cũng đồng nghĩa với việc phải tăng thuế. Những ý kiến phản đối chính thức xuất hiện vào tháng 5 năm 2006, trong đó nêu ra con số thâm hụt là 4,6 nghìn tỷ đô la trong 75 năm tới. Mọi người sẽ hiểu rõ vấn đề hơn nếu biết con số ấy gấp ba lần nguồn thu của toàn bộ nền kinh tế Mỹ trong năm 2006. "Dễ như cắt đầu phụ", tất nhiên là thế!

Về phần mình, ông Bush cũng sử dụng thủ thuật này trong cuộc chiến tại Iraq, trong Dự luật cắt giảm thuế và tăng tiêu dùng nội địa, bao gồm cả chương

trình y tế mở rộng. Trong bản thông điệp năm 2002, ngài Tổng thống đảm bảo với các cử tri rằng: "Ngân sách của chúng ta sẽ bị thâm hụt nhưng với số lượng nhỏ và trong thời gian ngắn". Nhưng "số lượng nhỏ" ấy là 413 tỷ đô la vào năm 2004, một con số kỷ lục. Thâm hụt của năm tiếp theo là 318 tỷ đô la và dự kiến là 250 tỷ đô la vào năm sau đó. Ủy ban ngân sách Quốc hội cũng ước tính là trong những năm còn lại của thập niên này, con số thâm hụt nằm trong khoảng từ 266- 328 tỷ đô la. Rõ ràng, mức thâm hụt ngân sách ấy không thể là "nhỏ" và chắc chắn không chỉ diễn ra "trong thời gian ngắn", như ngài Tổng thống hứa hẹn. Khi người ta tưởng mình sẽ "cắt đầu phụ", thực tế, họ đang đứng trước một phiên gõ lim.

Dấu hiệu cảnh báo: Trò chơi đổ lỗi

Khi nghe Tổng thống Bush phát biểu, ai đó có thể nghĩ rằng, các vị luật sư tham lam là nhân tố chính dẫn tới những chi phí đắt đỏ của ngành y tế. Năm 2004, ông ta đã phát biểu thế này: "Một trong những yếu tố chính khiến chi phí cho các hoạt động y tế trở nên tốn kém là những vụ kiện tụng rác rưởi và nhảm nhí". Tổng thống nhấn mạnh tới việc các bác sĩ yêu cầu phải có những thí nghiệm và thủ tục không cần thiết vì lo ngại bị kiện. Và đó chính là lý do khiến ngân sách thu từ thuế của liên bang mất đi "ít nhất

THẾ GIỚI LỘC LỬA

28 tỷ đô la mỗi năm", còn chính phủ thì phải chi thêm cho các chương trình y tế cấp quốc gia. Thông tin này xuất phát từ một nghiên cứu độc lập vào năm 1996, nói rằng "y tế dự phòng" chiếm 5-9% tổng chi phí cho ngành y tế. Tuy nhiên, kết luận này hoàn toàn trái ngược với những nghiên cứu khác của những người nhìn thẳng vào vấn đề.

Ủy ban Ngân sách Quốc hội (CBO) và Ủy ban Kế toán Chính phủ (GAO), những tổ chức có uy tín, kinh nghiệm trong lĩnh vực này và trung gian về mặt chính trị, tất cả đều không đồng ý với kết luận của Tổng thống Bush về vấn đề liên quan tới các luật sư. Sau khi kiểm tra tất cả các nghiên cứu về vấn đề được nêu, CBO thấy rằng "không có bằng chứng" cho thấy những thủ tục pháp lý theo nguồn dẫn chứng của ông Bush đã khiến chi tiêu cho ngành y tế tăng lên. "Tóm lại, các bằng chứng hiện có cho đến thời điểm này không minh chứng được rằng việc nghiêm cấm các khoản chi không hợp lý vì những sơ suất y học có thể đem lại hiệu quả rõ ràng, dù là tích cực hay tiêu cực, trên khía cạnh kinh tế", CBO kết luận.

Ông Bush đã nhúng tay vào trò đồ vấy này, hướng sự chú ý của công luận tới một nhóm thiểu số và hy vọng người ta sẽ không chú ý tới những điểm yếu ở các bằng chứng mà ông trưng ra. Lúc đó, những người thấy mình ở tình trạng không được bảo vệ thường có những hành động phản ứng mang tính

tấn công. Điều đó lý giải tại sao chúng ta nói rằng việc đổ vấy cũng chính là cơ sở để những người chỉ trích thấy cần thiết phải xem xét kỹ lưỡng vấn đề, hơn là những người bị buộc tội.

Đổ vấy thường xuất hiện dưới nhiều hình thức khác nhau, thoát hẳn ra ngoài khuôn khổ tính đảng phái và không quan tâm tới những dữ kiện. Ví dụ, một cựu cố vấn của ông Clinton, Sidney Blumenthal, nói rằng George W. Bush chính là người phải chịu trách nhiệm về vụ lũ lụt ở New Orleans, bắt nguồn từ cơn bão Katrina vào năm 2005. Trong bài báo đăng rộng rãi trên trang Salon.com, Blumenthal viết rằng: "Hậu quả của cơn bão có thể hoàn toàn không phải chỉ bắt nguồn từ sự giận dữ của thiên nhiên". Ông trích dẫn những thông số liên quan tới việc cắt giảm ngân sách dưới thời ông Bush dành cho các dự án phòng chống lũ lụt ở bang Louisiana. Như kết quả điều tra sau đó cho thấy, thực tế, nguyên nhân chính của vụ lũ lụt xuất phát từ sự sụp đổ của các bức tường chống lũ và các con đê, được xây dựng trước khi ông Bush lên nhậm chức. Một cuộc điều tra công trình được giám sát bởi Ủy ban Khoa học Quốc gia kết luận rằng tiền không phải là vấn đề: "Hiệu quả của nhiều bức tường và đê chống lũ rõ ràng đã được cải thiện, một số có nguy cơ sụp đổ đã được ngăn chặn, đi cùng với đó là những tu bổ chi tiết không tốn kém đối với hệ thống tường và đê

THẾ GIỚI LỘC LỬA

chống lũ". Tác giả của nghiên cứu, Raymond Seed, trường Đại học California-Berkeley, nói với các phóng viên rằng những sai lầm của con người là nhân tố chủ chốt dẫn đến thảm họa thiên tai này, trong đó có các yếu tố phi pháp. "Một số công trình đã không được xây dựng đúng theo thiết kế". Những thông tin này được chú ý tới vào tháng 6 năm 2006 khi tập đoàn kỹ sư quân đội tiết lộ một nghiên cứu dài 9 tập nói về thảm họa đó. Nghiên cứu nói rằng hệ thống kiểm soát lũ ở New Orleans đã không làm việc hiệu quả như mong đợi, và có quá nhiều điểm yếu đến mức chỉ có thể nói là "rỗng như thùng không đáy". Cho dù lịch sử có ghi dấu trách nhiệm của Bush về những phản ứng chậm chạp trước cơn lũ, thì đơn giản Blumenthal vẫn đã sai lầm trong lời buộc tội của mình đối với vị tổng thống này.

"Các chính trị gia chỉ ngón tay về phía trước" là hình ảnh rất phù hợp khi chúng ta in lên một chiếc áo phông với câu khẩu hiệu: "Khi nghi ngờ, hãy đổ lỗi cho những người tự do!" Trong trường hợp này, chúng ta có thể dùng cụm từ "những kẻ bảo thủ", cũng không sai. Những người tự do thích đổ lỗi cho "các công ty dầu lửa" mỗi khi giá năng lượng tăng vọt. Họ không quan tâm tới những quy định làm sạch không khí đã khiến lượng dầu cung cấp bị giảm sút, hay xu hướng thêm khát sở hữu các nguồn dầu

khổng lồ của những quốc gia như Trung Quốc hoặc các nước công nghiệp khác. Những người bảo thủ lại thường chỉ trích những người tự do về việc "mềm yếu với tội phạm", phớt lờ sự gia tăng số lượng tù nhân trong hệ thống nhà giam của nước Mỹ, đến giữa năm 2005 đã đạt tới mức, cứ 200 công dân Mỹ thì có một người phạm tội phải vào tù.

Tất cả các công dân Mỹ đều đang làm việc trong một hệ thống từ liên bang tới bang hay địa phương. Và tất nhiên, bất kỳ Đảng nào khi không còn nắm quyền lực trong tay cũng luôn đổ lỗi cho tổng thống đương nhiệm mỗi khi nền kinh tế suy thoái hay thị trường chứng khoán "giảm chân tại chỗ". Dù vậy, Nhà Trắng có ảnh hưởng rất khiêm tốn đối với xu hướng kinh tế và thị trường toàn cầu.

Khi bạn nghe ai đó đổ lỗi, hãy xem xét kỹ về những dữ liệu họ đưa ra. Sẽ là hữu ích khi bạn tự nhủ: "Nghe có vẻ như viện kiểm sát đang phát biểu một mình. Vậy bị cáo sẽ nói gì về những lời buộc tội?"

Dấu hiệu cảnh báo: Chung chung hào nhoáng

Hãy thận trọng trước những thuật ngữ nghe hấp dẫn nhưng lại mập mờ mà các sinh viên trong ngành truyền thông gọi là sự chung chung hào nhoáng. Coca-Cola không chỉ là thứ nước có chứa cacbonat được bổ sung thêm hương vị và đường, nó là một

THẾ GIỚI LỘC LỬA

"sản phẩm đích thực". United Airlines không chỉ là hãng hàng không vươn lên từ vụ phá sản, nó là cánh cửa để bạn đi vào "bầu trời thân thiện". Allstate không chỉ là một hãng bảo hiểm khổng lồ, nó còn là "những bàn tay hữu ích". Quân đội Mỹ không đơn thuần chỉ là một tổ chức quân sự, nó còn là "con đường sức mạnh". Ý tưởng của tất cả những từ ngữ hào nhoáng này là muốn bạn chi tiền để mua sản phẩm, dịch vụ mà không cần tìm hiểu kỹ.

Có lẽ, sự chung chung hào nhoáng nhất được thể hiện ở các chính trị gia là đường lối ủng hộ "tầng lớp trung lưu". Trong chính trị, hiếm có ứng cử viên nào là không bày tỏ thái độ ủng hộ tầng lớp này. Bởi cũng hiếm có người dân Mỹ nào lại nghĩ mình thuộc về tầng lớp hạ lưu hay thượng lưu. Năm 2004, Hạ nghị sĩ Dick Gephardt hứa hẹn trên truyền hình là sẽ "chiến đấu vì tầng lớp trung lưu của nước Mỹ". John Edwards thì bảo đảm sẽ "đề ra mục tiêu cắt giảm thuế đối với tầng lớp trung lưu". Howard Dean nói là sẽ "giành lại sự công bằng hơn nữa cho các gia đình lao động trung lưu". Kerry nói ông "sẽ không tăng thuế đối với tầng lớp trung lưu". Và ngài tổng thống, cũng chẳng kém phần hào nhoáng, nói rằng "tầng lớp trung lưu đang hưởng mức thuế ít hơn" nhờ có luật cắt giảm thuế của chính phủ.

Chương 2: Hơi thở nặng mùi của cô phù dâu...

Bush không nói dối: Thu nhập mỗi gia đình trong khoảng 40.000 - 50.000 đô la trong năm 2003 được giảm thuế trung bình là 1.012 đô la, theo tư liệu của Trung tâm chính sách thuế (hoạt động độc lập). Nhưng các gia đình giàu có còn hưởng lợi nhiều hơn thế. Các gia đình có mức thu nhập hơn 1 triệu đô la được giảm thuế trung bình là 112.925 đô la. Định nghĩa về "tầng lớp trung lưu" của ông Kerry bao gồm những người có thu nhập tối đa là 200.000 đô la mỗi năm. Ông hứa hẹn sẽ không tăng thuế với bất kỳ ai dưới mức đó. Dean và Gephardt, trái lại, đề xuất khả năng xem xét lại toàn bộ việc cắt giảm thuế của chính quyền Bush, bao gồm những người ở mức thấp nhất trong thang tính thuế thu nhập của liên bang. Như vậy, trong khi các chính trị gia đều hứa hẹn những trợ giúp nhất định đối với "tầng lớp trung lưu", thì chính sách cụ thể và định nghĩa của họ tương đối là khác nhau.

Học cách nhận biết về sự mập mờ hào nhoáng, bạn sẽ thấy điều này bao phủ lấy mình từ mọi hướng, mọi vị trí. Nhiều nhóm vận động đề ra ý tưởng "nhà cho người có thu nhập thấp" nhưng hiếm có nhóm nào xác định chính xác được mức giá phù hợp với thị trường và người thu nhập thấp. "Quyền riêng tư" nghe rất hấp dẫn, nhưng liệu nó có ngăn cản được FBI dò hỏi ai nhận được sách dạy cách làm thuốc nổ? Nhiều năm về trước, Phó Tổng

THẾ GIỚI LỘC LỬA

thống Dan Quayle thường bày tỏ sự ủng hộ về "những giá trị gia đình", nhưng sự ủng hộ của ông lại không dành cho người phụ nữ độc thân và con cái của họ. Năm 1992, Dan Quayle lên tiếng chỉ trích Murphy Brown, nhân vật được yêu thích trong seri hài kịch tình huống (sitcom) trên truyền hình về việc người phụ nữ này không chồng mà vẫn có con. Ông không đồng tình với thái độ của nhân vật khi "mỉa mai tầm quan trọng của người cha bằng cách nuôi con một mình và cho đó là một sự lựa chọn khác của phong cách sống". Một số thuật ngữ mập mờ nhưng hào nhoáng khác mà chúng ta cũng cần đề chừng là: số phận, danh dự, tự do, thống nhất, công bằng (bao gồm cả khía cạnh "kinh tế" và "xã hội"), Luôn luôn là cần thiết khi đặt câu hỏi: "Chính xác thì bạn có ý gì?"

Những cốc cà phê "đậm đặc" và vũ khí thẩm sát - Ngón nghề thương mại

Bất kỳ ai từng thưởng thức cà phê đều biết rằng độ đậm đặc của thức uống ấy không hề có liên quan tới bất cứ thành phần nào bên trong thực đơn. Mọi thứ thường không đúng hoàn toàn như những gì được miêu tả. Những hộp dầu ô-liu "lớn" thực chất chỉ có kích cỡ trung bình. Quỹ Evergreen Foundation (Quỹ Bảo vệ Cây xanh) có trụ sở tại Montana được hỗ trợ bởi những công ty chuyên đồn ngã cây cối. Trung tâm Vì sự Tự do của Người tiêu dùng đóng tại Washington được thành lập không phải bởi những người tiêu dùng mà thực chất do một người vận động hành lang, làm việc cho các doanh nghiệp thuốc lá và rượu. Và khi một

THẾ GIỚI LỘC LỬA

chính trị gia nói về việc "cắt giảm", ông ấy hay bà ấy thực ra không hề muốn việc chi tiêu cũng theo đó giảm đi.

Những tiểu xảo như vậy thực sự quá phổ biến và rõ ràng đến mức chúng ta chỉ còn biết nhún vai thể hiện sự khinh thường. Và chúng ta cũng chỉ biết tự nhủ rằng mình biết cái gọi là "tách cà phê đậm đặc", hay kích thước thực của chai dầu ô-liu đó là như thế nào. Nhưng vẫn có những mảnh khoe khác qua được mắt chúng ta khi chúng ta mất đi sự cảnh giác. Để tránh sa vào điều đó, chúng ta cần nhận thức rõ về những phương thức lừa đảo thông thường vẫn được sử dụng trong thương mại.

Phương thức thứ nhất: Không gọi đúng tên

Cái gọi là "lệnh cấm sở hữu vũ khí sát thương" được Tổng thống Clinton phê chuẩn vào năm 1994 thực chất không đánh vào vũ khí sát thương, ít nhất là không phải với những loại vũ khí mà các bạn thường thấy trong tay những người lính hay những kẻ khủng bố. Thời của những tên cướp George Kelly "súng máy" và nhóm Bonnie & Clyde, tất cả các loại vũ khí tự động đều bị cấm sử dụng. Kể từ năm 1934, việc sở hữu một khẩu súng máy thực thụ đã bị coi là bất hợp pháp tại nước Mỹ (chỉ trừ khi

có được giấy phép và phải tiêu tốn không ít tiền mới có được). Thực tế, toàn bộ nội dung của luật cấm sở hữu vũ khí sát thương là để cấm việc sản xuất và nhập khẩu các loại vũ khí "bán tự động" (tốc độ bắn đạn của loại vũ khí này không hề nhanh hơn một khẩu súng trường thông thường), trừ khi nó có hình dáng và kiểu cách bắt mắt. Thuật ngữ "lệnh cấm vũ khí sát thương" đã đưa người ta đến một sự hiểu lầm.

Khi Quốc hội Mỹ bỏ phiếu quyết định luật này hết hiệu lực vào khoảng thời gian giữa năm 2004, thời điểm đang diễn ra chiến dịch tranh cử tổng thống, cách đặt tên nhập nhằng này bắt đầu được người ta khai thác vì những mục đích chính trị. Đầu tiên là Ủy ban hành động chính trị tự do MoveON PAC, với một quảng cáo trên truyền hình. Theo lời quảng cáo: "Đây là một loại vũ khí sát thương. Nó có thể tác xạ 300 viên đạn trong vòng 1 phút". Cùng lúc đó, trên màn hình xuất hiện hình ảnh một khẩu súng AK- 47, loại vũ khí hoàn toàn tự động. "Trong tay của những kẻ khủng bố, nó có thể giết chết hàng trăm mạng người". Những từ ngữ ấy được minh họa đầy ấn tượng bằng tiếng nổ liên thanh của khẩu súng. "John Kerry, một người yêu thích thể thao và đi săn, sẽ cấm sử dụng chúng".

Xét về mặt logic, những câu nói đó là sự thật: Kerry đã không phản đối hủy bỏ lệnh cấm sở hữu

THẾ GIỚI LỘC LỬA

súng máy có từ năm 1934. Nhưng ông Bush cũng vậy. Tuy nhiên, quảng cáo của MoveOn PAC lại nói thêm: "George Bush sẽ làm cho lệnh cấm ấy hết hiệu lực. Ông ta nói rằng sẽ làm cho nước Mỹ trở nên an toàn hơn. Ông ta có biết mình đang đùa với ai không?" Toàn bộ quảng cáo truyền hình của MoveOn PAC khiến người ta cảm thụ lắm về một thông điệp rằng, ông Bush dường như đã sẵn sàng phê chuẩn việc cho phép mua bán, sở hữu loại vũ khí sát thương tự động, có thể "giết hàng trăm mạng người" nếu nó nằm trong tay những kẻ khủng bố.

Rất nhiều người bị ấn tượng bởi quảng cáo. Ngôn ngữ của quảng cáo đó thực sự khiến chúng ta phải nao núng. Con người thường bị đánh lừa bởi những cảm nhận ban đầu, bởi hình ảnh đầu tiên xuất hiện trước mắt chúng ta. Sau khi cuộc bầu cử tổng thống kết thúc, Ủy ban điều tra bầu cử Quốc gia Annenberg đã yêu cầu các nhân viên của mình đánh giá tính chính xác của thông cáo này: "Lệnh cấm sở hữu vũ khí sát thương có hiệu lực đối với các loại vũ khí tự động và bán tự động". Kết quả là: 57% cho rằng thông điệp này hoặc là "rất chính xác" hoặc "có vẻ như chính xác", trong khi chỉ có 28% nói rằng nó hoặc là "không quá chính xác" hoặc "hoàn toàn thiếu chính xác". Với biên độ sai lệch cứ hai người thì một người trả lời đúng những ai đưa

ra chính kiến của mình cũng đều xuất phát từ cách hình dung sai lệch về vấn đề.

Ngay cả một thuật ngữ đơn giản như "lớn" cũng bị thao túng như một xảo thuật trong tay ngành công nghiệp ô-liu ở California. "Ô-liu chín California có nhiều loại: nhỏ, vừa, lớn, to, cỡ đại, rất to và cực to" là những thông tin được đăng tải trên website của Công ty California Olive Industry. Trong 7 kích cỡ đó, "lớn" thực chất là thuộc vào một trong ba loại nhỏ nhất. Cách chơi chữ này dường như lại có hiệu quả. Tập đoàn Starbucks thậm chí không sử dụng thuật ngữ "lớn". Cỡ nhỏ nhất xuất hiện trên menu là "nhỏ", tương đương với 12 ounce, cỡ tiếp theo là "vừa", tương đương với 16 ounce và cỡ lớn nhất được Starbucks gọi là "to", tương đương với 20 ounce.

Những xảo thuật quảng cáo ấy phổ biến tới mức chúng ta khó mà tránh được chuyện bị qua mặt, thậm chí có thể bị biến thành trò cười. Khi chuỗi cửa hàng Best Coffee của hãng Seattle tìm tên mới cho loại tách cà phê lớn nhất của mình, danh hài Dave Barry đã khuyên: "Hãy nghe này mọi người: Bạn sẽ không bao giờ phải lăm bắm từ "Grande Supremo - Tối cao vĩ đại" trừ phi đứng trước một vị tù trưởng đang muốn bắt giam và thiêu sống bạn. Hãy nói bạn muốn một tách cà phê lớn". Chúng tôi nghĩ, đó là một lời khuyên tốt.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Một số cái tên thực sự có thể lừa bịp mọi người, dĩ nhiên là chỉ khi nào chúng ta mất cảnh giác. Nhà sản xuất sản phẩm Smoke Away, một sản phẩm được quảng cáo là có thể giúp mọi người bỏ thuốc lá trong một tuần hoặc ít hơn, đã phải chi 1,3 triệu đô la trong năm 2005 để giải quyết những cáo buộc từ Ủy ban Thương mại Liên bang (FTC). Ủy ban này cho rằng không có cơ sở đáng tin cậy đối với những thông tin quảng cáo cho loại sản phẩm này. Cũng trong năm 2005, FTC cho biết, các nhà tiếp thị những loại sản phẩm ăn kiêng hoặc thảo dược như Lung Support Formula (được quảng cáo là có thể chữa được bệnh hen suyễn và khí thủng), Antibetic Pancreas Tonic (quảng cáo chữa được bệnh tiểu đường), Testorex (được cho là có hiệu quả từ 62-95% các trường hợp rối loạn dương cương) đã phải chi hơn 1 triệu đô la để giải quyết các cáo buộc về việc sử dụng tên gọi nhãn hàng trong các quảng cáo sai trái nhằm trục lợi khách hàng. FTC gọi những trường hợp này là "sai trái và vô đạo đức". Trong tất cả những vụ này, tên của sản phẩm được nhắc đến như một yếu tố làm lóa mắt người tiêu dùng.

Dừng cho rằng một bộ luật được gọi là "lệnh cấm vũ khí sát thương" hay một sản phẩm được gọi là Smoke Away, có nghĩa là chúng sẽ có hiệu lực hay tác dụng đúng như tên gọi. Hãy luôn tự hỏi mình "Đằng sau cái tên đó là gì? Tên gọi đó có mô tả đúng

những thông tin hay thành phần trong sản phẩm mà người ta muốn bán cho mình? Liệu có thể đặt tên nào đó chính xác hơn cho sản phẩm này không?"

Phương thức thứ hai: Đóng khung và khẳng định

Chỉ có những người giàu mới cần phải nghĩ nhiều về thuế tài sản của liên bang. Bởi nó chẳng động chạm tới đa phần còn lại người dân Mỹ. Lấy ví dụ, năm 1992, thuế chỉ tác động tới 1,3% những người giàu nhất khi họ qua đời. Nhưng đó cũng là lúc một nhóm vận động hành lang được sự ủng hộ của một số gia đình tỷ phú, như gia đình Gallo lũng đoạn ngành rượu và gia đình Blethen sở hữu tờ The Seattle Times, bắt đầu kêu gọi phản đối luật này. Họ dường như có rất ít cơ hội thành công vì có quá ít người quan tâm tới điều đó. Nhưng sau đó, nhóm này thấy rằng thay vì gọi là thuế tài sản (một cái tên quá chính xác và hợp pháp) nên gọi nó là "thuế đối với người quá cố". Người đã nghĩ ra cái tên này là James L. Martin, đứng đầu Hiệp hội 60 Plus. Ông này đã thành lập một quỹ có tên là "bia và bánh pizza", ở đó ông yêu cầu tất cả những người làm cho ông phải góp 1 đô la mỗi khi họ nhắc tới từ "thuế tài sản". Những người phản đối loại thuế này đã ủng hộ cho tên gọi mới. Và những người Cộng hòa đã coi nó như một từ chính trị quan trọng trong suốt thời gian họ nắm quyền tại Hạ nghị viện, tháng 1 năm 1995.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Thuật ngữ "thuế đối với người quá cố" là một cách đặt tên sai có chủ đích. Hiển nhiên, đối tượng bị đánh thuế không phải là người chết, mà là những tài sản được để lại. Tuy nhiên, chiến thuật này đã phát huy hiệu quả. Năm 2001, khi Đảng Cộng hòa kiểm soát Quốc hội, họ đã phê chuẩn việc xem xét lại và tạm thời dừng loại thuế này. Một khi không có ai phản đối, "thuế đối với người quá cố" có thể trở thành chính thức.

Tại sao chiến thuật này lại phát huy tác dụng? Chiến lược gia của Đảng Cộng hòa Frank Luntz giải thích trong bộ phim tư liệu nhiều tập, Frontline, phát sóng trên đài PBS vào năm 2004 rằng: "Dư luận sẽ không ủng hộ việc xóa bỏ thuế tài sản vì từ "tài sản" mang ý nghĩa của cải". Nhưng bằng cách gọi nó là thuế đối với người quá cố, ông nói: "Tình hình đã bất ngờ đảo chiều và có tới 75% người dân Mỹ ủng hộ việc hủy bỏ thuế này. Vẫn là thuế đấy, nhưng không ai thực sự biết rằng tài sản là gì. Nhưng họ chắc chắn biết rằng đó là loại thuế khi có ai đó qua đời."

Dù thuật ngữ "thuế đối với người quá cố" là một cách gọi tên gây nhầm lẫn, nó cũng đã đóng khung vấn đề theo cách mà mọi người nghĩ rằng loại thuế này là không thỏa đáng, thậm chí chẳng quan tâm tới những đối tượng mà thuế tác động. Một quy luật

đơn giản của nghệ thuật đàm phán là: "đóng khung vấn đề, khẳng định vấn đề". Những người ủng hộ thuế tài sản sau đó cảm thấy hối tiếc vì đã chậm trễ trong việc đóng khung vấn đề theo cách của mình. Chẳng hạn như vụ "cắt giảm thuế kiểu Paris Hilton". Chuyện là, vào năm 2006, Liên minh vì những quyền ưu tiên cho người Mỹ đã cho chạy trên truyền hình và đài phát thanh những quảng cáo kêu gọi mọi người ủng hộ hủy bỏ thuế bất động sản, một cách đối xử bất bình đẳng đối với "các tỷ phú và những người được thừa kế". Quảng cáo trên đài phát thanh đã nhái giọng Hilton "ca ngợi" Thượng nghị viện với từ "eo ôi... sợ" trong việc xem xét về đề nghị hủy bỏ thuế tài sản. "Gas là cái gì mà có giá hơn 3 đô la một gallon? Cũng giống như... sử dụng thẻ tín dụng ấy mà!" Khi chúng tôi viết cuốn sách này, Quốc hội vẫn còn đang tranh cãi về việc nên hủy bỏ hẳn loại thuế này hay chỉ khoanh vùng đối tượng một cách tích cực đối với một nhóm gia đình rất nhỏ nhưng rất giàu. Dù cách này hay cách khác, cách dùng sai tên "thuế đối với người quá cố", thực sự là một vũ khí đáng sợ. Và phe ủng hộ rõ ràng đã phản ứng quá chậm chạp.

Những người Dân chủ đã may mắn hơn khi "đóng khung một vấn đề" nhằm tấn công kế hoạch an sinh xã hội của Tổng thống Bush. Ông Bush đề nghị mang đến một lựa chọn cho những người lao

động trẻ tuổi muốn tăng 4% mức lương của mình thông qua bảng tính thuế khấu trừ qua tài khoản cá nhân. Điều đó cho phép chính phủ có nguồn ngân sách đầu tư vào các quỹ công ích được chính phủ cho phép hoạt động. Những người phản đối, đáng chú ý nhất là AFL-CIO, đã gọi "kế hoạch của Bush là một cách để tư nhân hóa hệ thống an sinh xã hội". Khi đó, toàn bộ chương trình an sinh xã hội sẽ dịch chuyển từ nằm dưới quyền kiểm soát của chính phủ sang sở hữu tư nhân. Và đó không hề là điều mà ông Bush đề xuất. Vào thời điểm mà hàng loạt các vụ lừa đảo bị phơi bày tại Enron và các tập đoàn lớn khác, thị trường chứng khoán đã phải trải qua một cú đảo chiều tệ hại. Cụm từ "tư nhân hóa" khiến những người về hưu cảm thấy ý tưởng đó quả là đáng sợ. Nó gợi liên tưởng đến việc đưa chương trình hỗ trợ người về hưu ra khỏi tầm kiểm soát của chính phủ và tung nó lên thị trường chứng khoán với những kẻ đầu cơ tham lam. Năm 2002, phóng viên John King của CNN đặt câu hỏi cho tổng thống về "kế hoạch tư nhân hóa một phần chương trình an sinh xã hội", ông Bush đã phản đối: "John! Chúng tôi gọi đó là những tài khoản tiết kiệm cá nhân".

Tất nhiên, bản thân ông Bush cũng đang cố gắng "đóng khung vấn đề" theo cách của mình bằng

cách gọi "tài khoản tiết kiệm cá nhân", một cái tên nghe thật hấp dẫn như thể người ta vừa kiểm soát được lương hưu của mình, vừa kiểm tra được tài khoản. Thực tế, những tài khoản mà ông Bush đề nghị chỉ cho người ta sự lựa chọn duy nhất là đầu tư và đầu tư, với rất ít hoặc không có sự lựa chọn nào về cách thức tiền sẽ được trả cho người về hưu. Cả hai bên đều sử dụng những thuật ngữ sai một cách cố tình trong cuộc tranh luận, nhưng cách gọi tên của ông Bush đã "không lọt tai" dư luận. Năm 2005, khi ông thúc giục mạnh mẽ việc thông qua đề xuất này, những người phản đối tiếp tục gọi đây là "một hình thức tư nhân hóa", và ý tưởng sau đó lặng lẽ bị xếp xó vì thiếu sự ủng hộ cần thiết. Vấn đề đã không được "đóng khung" theo ý nghĩa nó sẽ đem đến một nguồn thu nhập tiềm năng cho người lao động trẻ, như ý đồ của Bush. Ngược lại, nó đã bị hiểu thành một mất mát tiềm năng đối với những ai được hưởng quyền lợi từ chương trình An sinh xã hội.

George Lakoff, một giáo sư ngôn ngữ học tại trường Đại học California, Berkeley, đã nêu vấn đề này trong một cuốn sách rất được chú ý: "Đừng nghĩ tới một con voi", rằng những người bảo thủ đã tỏ ra hiệu quả hơn những người tự do trong việc đóng khung vấn đề. Ông nói rằng, Tổng thống Bush đã đóng khung cuộc tranh cãi vấn đề thuế một cách

thành công với việc lái vấn đề sang "thuế trợ cấp", cho dù mọi loại thuế luôn là nỗi khó chịu hơn là "quyền lợi của mỗi thành viên trên nước Mỹ". Ông cũng trích dẫn việc sử dụng thuật ngữ của Bush với những cụm từ như "chủ nghĩa bảo thủ trầm ẩn" và "không còn trẻ con bị tụt lại" khiến các chính sách của Đảng Cộng hòa nghe lọt tai và dễ động lòng cử tri hơn. "Đây là cách sử dụng ngôn ngữ của George Orwell*, thứ ngôn ngữ thể hiện mặt kia của thông điệp được chuyển đi, khiến con người như được an ủi và trở nên cảm động", ông giải thích.

Giải pháp của Lakoff là một thứ ngôn ngữ khác, ngôn ngữ cánh tả. Viện Rockridge nơi ông đang làm việc đã cho phép xuất bản cuốn "Sách cầm tay cho những người cấp tiến" để giải thích thêm về chủ đề này. Cho dù nhan đề cuốn sách đã gợi mở khá nhiều: thuật ngữ "cấp tiến" làm ta nghĩ tới những người ủng hộ "tiến bộ", hướng về phía trước tới một

* *George Orwell* là bút danh của *Eric Arthur Blair* (25/6/1903- 21/1/1950). Ông là một nhà văn, nhà báo được chú ý với những tác phẩm trong lĩnh vực tiểu thuyết, phê bình, bình luận chính trị và văn hóa. George Orwell là một trong số những nhà viết tiểu luận được yêu thích nhất trong thế kỷ 20. Hai tiểu thuyết đáng chú ý nhất của ông là: "Hiện thực phê phán về chế độ chuyên chế" và "Trại súc vật".

tương lai tươi sáng. Nếu như giáo sư đặt nhan đề là "Sách cầm tay cho những người tự do", có lẽ ông đã sử dụng một thuật ngữ trung tính hơn. Thực tế là ông đã dùng một thuật ngữ không mấy phổ biến.

Đối với những công dân bình thường hay cử tri, điều quan trọng là nhận thức được cả hai Đảng đang cố gắng sử dụng những từ ngữ khiến chúng ta nghiêng nhiên chấp nhận hoặc phản đối mà không cần phải suy nghĩ nhiều. Thực tế, đôi khi chỉ cần yêu thích từ ngữ đó cũng đồng nghĩa với việc ngả về phía ấy. Khi thảo luận về vấn đề phá thai, từ nào bạn sẽ lựa chọn sử dụng, "bào thai" hay "đứa trẻ"? Bạn là người ủng hộ một "sự lựa chọn đúng đắn" hay "một cuộc sống chuyên nghiệp"? Nhưng rõ ràng là có nhiều điều cần phải giải thích với chúng ta, chứ không đơn thuần chỉ là một cái tên hay câu khẩu hiệu. Đưa ra nhận xét về một vấn đề hay một sản phẩm chỉ thông qua tên của nó là điều ngu ngốc, không khác gì kết luận về một cuốn sách chỉ qua cái bìa. Tốt hơn là hãy nói với chính mình: "Được rồi, đó là điều họ muốn mình phải động não. Vậy nửa kia của câu chuyện là gì đây?"

Phương thức thứ ba: Những từ ngữ mơ hồ

Bất kỳ ai từng bước vào một cửa hàng bán lẻ cũng đều biết tới nguyên tắc của "những từ ngữ

THẾ GIỚI LỘC LỬA

trơn chuội". Những từ ngữ này được thể hiện dưới hình thức là một cụm từ hay một câu, như thể phơi bày ra tính chất của một sự việc nào đó, có thể hình dung như cách người ta rút lòng đỏ và lòng trắng của một quả trứng, và chỉ còn một cái vỏ trứng rỗng. Trong cụm từ "giảm giá tới 50%", thông tin thật tới người mua hàng là "giảm giá 50%", phần màu mè là "tới". "Giảm giá 50%" đồng nghĩa với giá bán chỉ còn một nửa, trong một thời hạn. Thêm vào từ "tới", cửa hàng có thể đưa ra bán các mặt hàng từ loại giảm giá chỉ còn một nửa cho đến các mặt hàng không giảm giá chút nào. Và xét về mặt chữ nghĩa thì điều họ nói vẫn phản ánh đúng sự thật của vấn đề.

Clearing House trở thành nhà phân phối tạp chí lớn nhất ở nước Mỹ thường sử dụng những câu quảng cáo như "Có thể bạn đã là người trúng thưởng!", ở bên ngoài bì gói hàng chuyển tới khách hàng. "Có thể" là một từ mơ hồ. Đa phần những người nhận hàng, tất nhiên, là chẳng trúng gì cả. Năm 2000, California và một số bang khác đã kiện PCH về tội gửi thư mạo danh, lừa đảo. Ví dụ, "[Tên người tiêu dùng]: người trúng thưởng điền vào mẫu đi kèm" hoặc "thông báo cuối cùng của PCH về siêu giải thưởng miễn thuế trị giá 11.700.000 đô". Những thông báo đó chịu tác động bởi những từ ngữ mơ hồ, ám chỉ rằng người nhận thư đã là người trúng

thưởng, theo quy định của luật. PCH phủ nhận mọi cáo buộc lừa đảo, nhưng chấp nhận chi ra 16 triệu đô la cho những khách hàng đã tham gia "tích cực", và thông báo với mọi người rằng từ nay về sau sẽ không có chương trình trao giải thưởng nào nữa. Từ ngữ khiến người ta chú ý ở những dòng thông báo này là từ "người trúng thưởng".

Một ví dụ nữa về cách dùng từ mơ hồ: Rượu Punch của Hawaii, "Fruit Juicy Red" chỉ có 5% là nước hoa quả, theo như thông báo của nhà sản xuất, 95% còn lại là nước đường và phẩm màu. "Nước có hương vị hoa quả" là một từ mơ hồ, nó không nhất thiết phải là "nước hoa quả". Estée Lauder quảng cáo sản phẩm "Skin Perfecting Creme Firming Nourisher" làm cho "những nếp nhăn dường như biến mất". "Dường như" là một từ mơ hồ trong trường hợp này. Tất nhiên, những nếp nhăn không thực sự biến đi. Egg Beaters khẳng định "mùi vị như trứng thật", nhưng sản phẩm đích thực của họ chỉ là lòng trắng trứng được nhuộm màu bằng beta carotene cộng thêm những thành phần không có trong trứng tự nhiên. Một khi nếm thử và tìm cảm giác có "mùi vị như", bạn sẽ thấy thực sự không hề có điều đó.

Các nhà báo cũng phạm những lỗi thông thường đó. Những từ ngữ như "khá lớn" che đậy sự

THẾ GIỚI LỘC LỬA

thật là người viết không biết gì về con số thực. "Khá lớn" có thể đồng nghĩa với một số lượng nhất định tương đương gần một nửa. "Hầu hết" đồng nghĩa với hơn một nửa, nhưng là bao nhiêu? "Một vài" có thể đồng nghĩa với một con số bất kỳ lớn hơn 2 hoặc 3, nhưng lại ít hơn "nhiều". Một câu viết bắt đầu như thế này: "53 giải thưởng Nobel - Những nhà khoa học chiến thắng" có ý nghĩa rất cụ thể, và người viết hoàn toàn có thể kể tên tất cả những người giành chiến thắng ấy, một khi được yêu cầu. Nhưng một câu được bắt đầu bằng "Nhiều nhà khoa học" là một câu sáo rỗng, cảnh báo chúng ta rằng có thể người viết chẳng quan tâm tới đích xác là có bao nhiêu nhà khoa học ở đây. Một trong những điều đầu tiên mà nhà báo cần biết là làm thế nào để "đi đường vòng" một khi hạn nộp bài đã ở trước mặt và không còn thời gian để tra cứu tư liệu đầy đủ. Vì vậy, người đọc cần phải ý thức về những từ ngữ mơ hồ được sử dụng để lấp đi những lỗ hổng thực tế ấy.

Phương pháp thứ tư: Hiệu ứng hình ảnh

Nếu đã từng nghe một quảng cáo trên ti vi, giới thiệu về loại thuốc chống suy nhược, Paxil CR, bạn sẽ thấy nó đề cập trực tiếp những hiệu ứng phụ không mấy dễ chịu một khi sử dụng

thuốc: "Khi dùng thuốc có thể phát sinh những hiệu ứng phụ như, buồn nôn, toát mồ hôi, rối loạn tình dục, mệt mỏi, mất ngủ hoặc buồn ngủ". Nhưng nếu bạn chỉ vào những hình ảnh xuất hiện trên màn hình, bạn sẽ có một ấn tượng hoàn toàn khác. Đó là hình ảnh một cô gái hấp dẫn dắt theo chú chó đi tản bộ trong công viên, chuyện trò với bạn bè, mỉm cười, hoàn toàn không hề có dấu hiệu suy nhược. Cô ấy không hề toát mồ hôi hay đau quặn bụng. Cô ấy khỏe mạnh, không mệt mỏi. Ánh mắt cô ấy sống động, không có dấu hiệu ủ rũ, và cũng chẳng có lời phàn nàn nào về chứng mất ngủ. Quảng cáo sẽ tiếp tục: "Không dừng việc dùng thuốc Paxil CR trước khi có sự tư vấn của bác sĩ, vì hiệu ứng phụ của thuốc có thể xuất hiện sau khi bạn ngừng dùng thuốc". Rõ ràng, quảng cáo đã thông tin tới người nghe rằng loại thuốc này có thể gây ra hiệu ứng phụ với những ai ngừng dùng thuốc, nhưng những gì mà người xem thấy trên màn hình lại là cảnh những người lao động trên công trường cười đùa vui vẻ, nhấm nháp cà phê trong giờ nghỉ giải lao. Người xem cũng không thấy bất kỳ hiệu ứng phụ ngoài mong muốn nào như nhà sản xuất đã đề cập trong quảng cáo. Và kết quả là, nhiều người trong số họ có thể chẳng để ý tới những lời cảnh báo hoặc có nghe thì cũng không coi điều đó là quan trọng.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Giới truyền thông đều hiểu rằng khi ngôn từ nói một đằng và hình ảnh nói một nẻo, thì hình ảnh sẽ là điều được con người chấp nhận. Các học giả nói cho chúng ta rằng sự rườm rà đồng nghĩa với sự ghi nhớ. Để người ta chóng quên điều gì đó, giới truyền thông nói một đằng và cho người ta thấy điều ngược lại. Khi có vấn đề gì đó, những gì chúng ta thấy có khuynh hướng phủ lấp lên những gì chúng ta nghe.

Các công ty Dược đã học rất nhanh cách thể hiện trước chúng ta những bộ mặt tươi cười với những bó hoa tươi thắm trong khi trình dược viên kể lể về các tính chất của thuốc mà họ hy vọng chúng ta sẽ không chú ý, ví dụ như danh sách những hiệu ứng phụ không mấy dễ chịu, hoặc làm suy nhược hoặc nguy hiểm tới cơ thể. Trong trường hợp này, Cơ quan quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (FDA) cho rằng, GlaxoSmithKline, nhà sản xuất thuốc Paxil CR, đã đi quá xa. Ngày 9 tháng 6 năm 2004, FDA đã yêu cầu ngưng quảng cáo đó trên truyền hình vì "không chính xác và sai lệch", phần nữa là vì nó "không thông tin rõ ràng về những rủi ro xảy ra khi dùng thuốc Pazil CR". FDA cáo buộc nhà sản xuất đã sử dụng hình ảnh và âm thanh đè lên tiếng nói của quảng cáo. "Kỹ xảo gây hiệu ứng hình ảnh và các ứng dụng kỹ thuật khác, như nhạc nền... đã khiến người nghe khó tiếp nhận

đầy đủ, chính xác những thông tin về rủi ro có thể phải gánh chịu", FDA giải thích.

Phóng viên Lesley Stahl, đài CBS, cũng từng đụng phải vấn đề tương tự. Theo Stahl, khi biết rằng một phóng sự chỉ trích Ronald Reagan trong chiến dịch tái tranh cử tổng thống vào năm 1984 có vẻ như quá gai góc, cô đã lo lắng về khả năng mất các nguồn cung cấp thông tin của mình tại Nhà Trắng. Tuy nhiên, nỗi lo của cô là không cần thiết. Một cố vấn của Reagan, Richard Darman, sau đó điện thoại cho cô và nói: "Bài phóng sự tuyệt vời. Chúng tôi rất thích nó". Stahl đã giải thích về điều này trong cuốn sách "Reporting Live". Trong đó cô viết như sau:

Stahl: "Tại sao các ông lại vui vẻ? Ông không nghe thấy tôi nói những gì sao?" Darman: "Chẳng ai nghe thấy cô nói gì". Stahl: "Ông nói lại xem nào?" Darman: "Các phóng viên truyền hình không nhận ra điều gì sao? Khi hình ảnh quá ấn tượng và đầy cảm xúc, họ hoàn toàn quên, chứ không muốn nói là chẳng nghe thấy bất kỳ âm thanh nào. Lesley, tôi muốn nhắc lại, chẳng ai nghe thấy cô nói gì cả".

Phóng sự của Lesley đã cho mọi người thấy những hình ảnh lạc quan của Reagan, và theo Darman, những hình ảnh ấy là những gì mà người xem ghi nhận từ bài phóng sự mang tính chỉ trích

THẾ GIỚI LỘC LỬA

của cô. Darman đã giải thích về nguyên tắc cơ bản của "hiệu ứng hình ảnh": Hình ảnh có khuynh hướng lấn át lời nói. Nó cũng đúng như cách mà con người chúng ta đang bị lừa phỉnh hàng ngày.

Các nghiên cứu của Kathleen Jamieson lần đầu tiên đề cập tới hiệu ứng hình ảnh vào năm 1988 và 1989. Trong quá trình diễn ra chiến dịch tranh cử tổng thống vào năm 1988, một nhóm cử tri được hỏi về những gì mà họ nhớ là đã thấy trên hệ thống báo chí trong một tuần vừa qua. Trong một tuần, biên tập viên Richard Threlkeld của kênh ABC News, đã vạch trần những thủ đoạn được sử dụng trong đoạn quảng cáo của ứng cử viên Đảng Cộng hòa, George H. W. Bush và ứng cử viên Đảng Dân chủ, Michael Dukakis. Thật là ngạc nhiên, một số người xem chương trình này trên ABC có thể nhớ lại những gì các đoạn quảng cáo đã đề cập, nhưng không phải là những điều mà Threlkeld phân tích. Năm 1989, Jamieson cho khán giả xem một chương trình tin tổng hợp dài 22 phút, trong đó có phần phân tích của Threlkeld và sau đó đề nghị người xem viết lại những gì họ nhớ trong phóng sự của Threlkeld. Chỉ 30 phút sau khi xem những quảng cáo, người xem vẫn nhớ rõ cách thức tấn công lẫn nhau của cả Bush và Dukakis hấp dẫn hơn những đánh chính của phóng viên. Lý do? Cùng lúc với những lời chỉ trích của mình,

Threlkeld đã tung ra quá nhiều hình ảnh sinh động minh họa cho câu chuyện.

Cũng như Darman đã dự đoán, mọi câu chữ của Threlkeld đã bị lấn át bởi những hình ảnh, kỹ xảo tinh vi. Trong đoạn quảng cáo của Đảng Cộng hòa, đoạn chạy chữ nói về hệ thống vũ khí mà Đảng Dân chủ phản đối được chồng lên bằng hình ảnh Dukakis đang ngồi trên một chiếc xe tăng. Trong đoạn quảng cáo của Đảng Dân chủ, một tấm thẻ an sinh xã hội bị xé làm đôi. Người xem không thể tiếp nhận thông điệp của Threlkeld, rằng thực tế là Dukakis thích một số vũ khí mà đoạn quảng cáo lại nói là ông phản đối, và rằng cả hai ứng cử viên cùng có chung quan điểm về vấn đề an sinh xã hội.

Bây giờ, các phóng viên thực hiện các câu chuyện quảng cáo thường thận trọng tránh những hiệu ứng hình ảnh. Điều đó là nhờ nghiên cứu của Annenberg. Annenberg khuyên các phóng viên sử dụng các kỹ thuật đồ họa đặc biệt, đóng khung những quảng cáo bị phân tích lên một góc màn hình, như kênh hoạt hình vẫn làm. Nhờ đó, người xem sẽ không lầm lẫn giữa thông điệp của quảng cáo và phóng viên, đồng thời đóng khung quảng cáo cũng sẽ làm tăng thêm sức mạnh cho luận điểm chỉ trích mà phóng viên nêu ra. Tuy nhiên, người ta cũng học được nhiều mảnh khoe từ vấn đề này. Trong các quảng cáo được phẩm, nhà sản xuất sử

THẾ GIỚI LỘC LỬA

dụng những hình ảnh đem lại cảm giác tươi mát để làm giảm đi sự thật không mấy dễ chịu về những hiệu ứng phụ có thể xảy ra khi sử dụng thuốc. Tương tự, các chính trị gia thường cho dán các khẩu hiệu của mình trên banner hoặc backdrop ở nơi mà camera truyền hình thường thực hiện cảnh quay. Như vậy thông điệp của họ sẽ được tiếp nhận bằng hình ảnh ngay cả khi đoạn thông tin đó không kèm theo bất kỳ lời nói nào.

Một ví dụ cho điều chúng tôi vừa đề cập là lần xuất hiện của Tổng thống Bush vào ngày 30 tháng 11 năm 2005, tại Học viện Hải quân Mỹ. Thông điệp trong ngày hôm đó của ông là ông có một "kế hoạch cho hòa bình" ở Iraq, được nhấn mạnh bằng những banner dính phía trên và dưới bục phát biểu. Chúng ta thậm chí có cơ hội giấu cợt Bush vì đã xuất hiện trước công chúng một tấm banner với dòng chữ "nhiệm vụ đã hoàn thành" vào thời điểm 2 năm 6 tháng về trước, ngày 1 tháng 5 năm 2003, trên tàu sân bay U.S.S. *Abraham Lincoln*. Hiệu ứng hình ảnh mà những điều này gây ra thực sự quá non kém về tay nghề. Nhưng, gác sang bên những phân tích của các phóng viên, mỗi thông điệp mà ông Bush truyền tải thông qua những hình ảnh rất ấn tượng đó, dù sao cũng mang những giá trị nhất định.

Hình ảnh cũng có thể được sử dụng để củng cố cho một thông điệp sai lệch rằng người bị chỉ trích

không thể đưa ra trước ánh sáng toàn bộ sự việc. Năm 2005, nhóm vận động vì quyền phá thai NARAL Pro-Choice America chạy một quảng cáo truyền hình chiếu cảnh một phòng phá thai bị phá hoại và một người bệnh được che mặt. Nhưng trong khi đó, lời của đoạn quảng cáo nói rằng Chánh án Tòa án tối cao John Roberts "đã dàn xếp các bằng chứng thuận lợi cho các nhóm ủng hộ bạo lực và một kẻ bị cáo buộc phá hoại tài sản công". Đoạn quảng cáo cũng cho biết: "Nước Mỹ không chấp nhận một chánh án mà hệ tư tưởng của ông ta lại đưa đến những phán quyết miễn trừ cho bạo lực". Thực tế, Roberts đã có những hành động cần thiết đối với người bị buộc tội và các hành vi bạo lực. Nhưng những hình ảnh đầy ấn tượng đó đã chuyển đi một thông điệp giàu cảm xúc. Trong đó, có vẻ như Roberts đã ủng hộ những hành vi thô bạo với người tàn tật, mặc dù đoạn quảng cáo cũng vẫn có điểm dừng chứ không nói trắng ra điều đó. FactCheck.org gọi đó là một quảng cáo sai trái và NARAL đã nhanh chóng dừng phát trên truyền hình. Ngay cả các đồng minh của nhóm này cũng chỉ trích đoạn quảng cáo.

Khi bạn xem những hình ảnh đầy kịch tính, nghe một "đoạn thoại hấp dẫn", hãy tự đặt cho mình câu hỏi: "Mình đang nghe thấy những gì về hình ảnh này?" Một hình ảnh thực sự có thể giá trị

bằng hàng ngàn con chữ. Nhưng những con chữ đó không nhất thiết là chính xác.

Phương pháp thứ năm: Mức trung bình

Đôi khi, con số "trung bình" cũng là vấn đề đáng xem xét. Tổng thống Bush công khai kế hoạch cắt giảm thuế của mình trước dư luận với tuyên bố "mức cắt giảm trung bình" sẽ là 1.586 đô la. Nhưng hầu hết trong chúng ta sẽ không bao giờ thấy được con số đó. Một nửa số người đóng thuế của nước Mỹ sẽ được giảm 470 đô la hoặc ít hơn, theo thống kê của Trung tâm chính sách thuế, một tổ chức hoạt động độc lập. Bush không nói dối, chỉ là ông dùng một xảo thuật toán thông thường. Khi mọi người nghe được từ "trung bình", họ sẽ nghĩ "diễn hình". Nhưng trung bình không hoàn toàn là diễn hình, đặc biệt là khi xét tới thuế thu nhập liên bang: Những người rất giàu trả một phần thuế rất lớn và đương nhiên là được hưởng lợi lớn từ những khoản thuế được cắt giảm.

Để nhận thức rõ hơn về kỹ xảo "tính trung bình", chúng ta cùng xem xét một ví dụ được đơn giản hóa sau đây. Hãy tưởng tượng, một thị trấn có 1.000 dân sinh sống. Trong đó, có một người cực kỳ giàu có mà chúng ta gọi là Gil Bates. Năm nay, mọi người được cắt giảm thuế với mức là 10 đô la mỗi

Chương 3: Những cốc cà phê “đậm đặc” và vũ khí...

người. Nhưng ông Bates lại được cắt giảm tới 90.010 đô la. Thế nào là trung bình? Chia tổng mọi khoản cắt giảm thuế (100.000 đô la) cho tổng dân số (1.000) và con số trung bình có được là 100 đô la trên mỗi đầu người. Nhưng đó không phải là mức cắt giảm điển hình. Trong ví dụ này, mức cắt giảm thuế trung bình bằng 10 lần so với mức cắt giảm thuế điển hình. Con số "trung bình" của ông Bush là như vậy. Cắt giảm nhiều cho một nhóm nhỏ có thu nhập hàng đầu sẽ kéo mức trung bình lên cao hơn so với mức điển hình dành cho mọi công dân Mỹ.

Ông Bush cũng thích đề cập mức thu nhập "trung bình" kể từ khi nhậm chức, cho dù mọi người đều muốn cải thiện điều kiện tài chính. Lấy ví dụ, các nhân viên Nhà Trắng đã ra một bản cáo bạch vào tháng 2 năm 2006, "thu nhập thực tế sau thuế trên mỗi đầu người đã tăng 7,9%", tính từ khi tổng thống nhậm chức (5 năm về trước). Con số đó được trích dẫn một cách chính xác từ những số liệu thống kê theo quý, lấy từ Bộ Thương mại. Và đúng là mọi người đã có thu nhập tốt trong 5 năm đầu nhậm chức của ông Bush. Nhưng con số trung bình đã đánh lừa cảm nhận của chúng ta. Những người được hưởng lợi hầu hết đều là người giàu, và nhiều người, không muốn nói là hầu hết người dân Mỹ, đều chịu thiệt thòi.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Chúng ta biết đó là sự thật trong 4 năm đầu của ông Bush, vì trong giai đoạn đó, người dân Mỹ có một phương pháp tính tốt hơn: một điểm giữa, không phải là trung bình. Điểm giữa cho phép người ta biết: nửa tốt và nửa xấu. Năm 2005, theo số liệu điều tra thường niên của Ủy ban Thống kê, điểm giữa lạm phát điều chỉnh theo thu nhập mỗi hộ gia đình từ khi ông Bush lên nhậm chức đã giảm 2,7%, tương đương 46.326 đô. Đó là thu nhập trước thuế, hoàn toàn không thể so sánh với con số sau thuế mà tổng thống trích dẫn. Nhưng việc cắt giảm thuế 470 đô la mà chúng ta nhắc tới ở trên (cũng là một số điểm giữa) không thể biện minh cho mức sụt giảm 1.273 đô la thu nhập trước thuế.

Những con số thống kê khác cho thấy thu nhập của lớp người thượng lưu tăng lên, trong khi thu nhập của những người có mức sống thấp hơn ở Mỹ lại giảm đi trong giai đoạn này. Minh chứng rõ ràng nhất là tỷ lệ đói nghèo từ 11,3% trong năm cuối nhiệm kỳ của Bill Clinton tăng lên 12,6% vào năm 2005 dưới thời Bush. Có khoảng 5,4 triệu công dân Mỹ rơi vào tình trạng đói nghèo, nhiều hơn dân số của hai thành phố Chicago và Houston cộng lại. Đây là một ví dụ điển hình, minh chứng cho nhận định rằng vì sao tính "trung bình" lại đáng xem xét.

Khi bạn nghe tới từ "trung bình", hãy tự hỏi mình: "Điều đó có thực sự mang tính điển hình?" Một con số đơn lẻ thường không nói lên toàn bộ câu chuyện, đặc biệt là với những gì lớn lao và phức tạp như nền kinh tế Mỹ hay hệ thống thuế liên bang.

Phương pháp thứ sáu: Sự mập mờ giữa "gốc" và "ngọn"

Đây là một phương pháp được yêu thích của những người Dân chủ tại Mỹ. Tuy nhiên, nó cũng không kém phần hiệu quả khi được áp dụng tại các quốc gia khác. Trong cuộc bầu cử tại nước Anh vào năm 2005, Công đảng đã cho treo khắp mọi nơi trên toàn vương quốc những tấm poster "Cảnh báo" màu vàng với dòng chữ "Những người Bảo thủ sẽ cắt 35 tỷ bảng từ các dịch vụ công". Thực tế, Đảng Bảo thủ có kế hoạch tăng chi tiêu cho dịch vụ công, với mức đầu tư là 181 tỷ bảng. Nhưng mức tăng đó ít hơn 35 tỷ bảng so với kế hoạch mà Công đảng đề ra, bởi vậy Công đảng gọi nó là một vụ cắt giảm. Kênh truyền hình quốc gia Channel 4 sau đó đã phải phân tích kỹ hơn về sự khác biệt giữa những con số trên website "FactCheck" của mình: Xét về thuật toán kinh tế, 35 tỷ bảng chỉ là số tiền tăng ít hơn, chứ không phải là cắt giảm đi.

Tiểu xảo đó được sử dụng lần này qua lần khác trong các cuộc bầu cử tại Mỹ. Năm 1996, ông Bill

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Clinton đã cáo buộc đối thủ của mình, Bob Dole, là đang cố gắng "cắt" chi phí đầu tư cho ngành y tế còn 270 tỷ đô la. Thực chất, Dole và những người của Đảng Cộng hòa trong Quốc hội chưa bao giờ đề xuất giảm một số tiền nhất định nào dành cho việc chăm sóc y tế, mà đơn thuần chỉ là duy trì tỷ lệ chi phí gia tăng. Kế hoạch của họ chỉ có thể bị coi là "cắt giảm" trong tương quan với những chi phí tương lai đã được hoạch định, điều mà các chuyên gia ngân sách thích gọi là "đường gốc". Chính Clinton tự mình đề xuất một kế hoạch "cắt giảm" trị giá 124 tỷ đô la đối với các dự án thuộc lĩnh vực chăm sóc y tế, mà không hề nhắc tới điều này.

John Kerry cũng sử dụng chiến thuật tương tự trong giai đoạn cuối chiến dịch bầu cử năm 2004. Ông và ban vận động cho chạy một quảng cáo nói rằng "Bush có một kế hoạch cắt giảm lợi ích an sinh xã hội từ 30-45%". Điều đó đơn giản là bịa đặt. Bush đã nhấn mạnh nhiều lần rằng sẽ không có thay đổi nào về quyền lợi dành cho những người đang được hưởng từ chương trình an sinh xã hội. Điều mà ứng cử viên Kerry nhắc đến chỉ là một đề xuất về việc duy trì các mức lợi ích tương lai ngang bằng với tỷ lệ lạm phát, thay vì cho phép tăng lên một cách nhanh chóng cùng với mức thu nhập. Trong một thời gian dài, điều đó có nghĩa là các mức lợi ích thấp hơn 45% so với thực tế đáng được hưởng theo

các công thức tính lợi ích hiện tại (điều đó dẫn tới việc Quốc hội thi hành các hình thức tăng thuế cần thiết để lấy ngân sách bổ sung cho sự thiếu hụt này). Nhưng hầu hết những người sẽ nghỉ hưu trong tương lai sẽ có thể gánh chịu việc "cắt giảm" 45% ấy, hãy còn chưa ra đời vào thời điểm mà Kerry cho chạy đoạn quảng cáo.

Khi bạn nghe một nhà chính trị nói về việc "cắt giảm" trong một chương trình mà ông ta hay bà ta yêu thích, hãy tự hỏi mình: "Cắt, giảm so với tiêu chí nào?"

Phương pháp thứ bảy: Nghe có vẻ đúng

Đôi khi con người lựa chọn những từ ngữ có tính lừa mị mà hoàn toàn không sai. Tổng thống Clinton sau vụ ngoại tình với một nhân viên tập sự, không phản đối khi luật sư của ông nói với quan tòa rằng nhân viên đó đã có lưu bản khai tuyên thệ, trong đó nói rõ "hoàn toàn không có quan hệ tình dục dưới bất kỳ hình thức, trạng thái, kiểu cách nào với Tổng thống Clinton". Clinton sau đó nói rằng lời phát biểu đó "hoàn toàn" là sự thật. Làm thế nào mà ông ta có thể xác nhận được cho việc "hoàn toàn không có quan hệ tình dục dưới bất kỳ hình thức...", trong khi rõ ràng điều đó là dối trá? Trong bài phát biểu trước đại bồi thẩm đoàn, ngày 17 tháng 8 năm 1998, ông Clinton đã đưa ra lời giải thích lừng danh như sau:

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Tổng thống Clinton: Điều đó hoàn toàn phụ thuộc vào nghĩa của từ "có" là gì... Nếu "có" đồng nghĩa với "đang có" và "chưa bao giờ có" thì không phải vậy. Đó là một điều cần lưu tâm. Nếu nó đồng nghĩa với không có gì, đó hoàn toàn là lời phát biểu chân thực.

Nói cách khác, quan hệ tình dục đã diễn ra nhưng không phải tại thời điểm bài phát biểu được đưa ra trước tòa. Clinton đã đi quá xa. Và sau đó chánh thẩm phán Susan Webber Wright đã đưa Clinton ra tòa dân sự vì tội "khai man" (ông cũng từ chối có "quan hệ tình dục" với Lewinsky). Giấy phép hành nghề luật sư của ông tại Arkansas đã bị thu hồi trong thời gian 5 năm và ông bị phạt 25.000 đô la. Clinton cũng phải từ bỏ quyền xuất hiện trước Tòa án tối cao Mỹ với tư cách là một luật sư, thay vì phải đối mặt với hình phạt tước bỏ quyền luật sư tại tòa. Nhưng ngay cả khi đó, tái định nghĩa từ "có" cũng không giúp ích gì cho Clinton. Lời biện bạch của ông cho chúng ta thấy những kẻ lừa dối thông minh tới mức nào khi cố gắng lái chúng ta đi chệch hướng, ít nhất là trong ý thức của họ, mà không nhất thiết phải nói dối.

"Giảm chất béo" có thể là lời khẳng định chân thực một cách văn vẻ, nhưng nó không có nghĩa là "ít chất béo", chỉ là mức độ chất béo trong sản phẩm giảm đi so với mọi khi. "Không hơn" không có

Chương 3: Những cốc cà phê “đậm đặc” và vũ khí...

nghĩa là "tốt nhất", nó chỉ là một lời tuyên bố rằng sản phẩm đó tốt như bất kỳ sản phẩm nào khác. "Không gì tốt hơn" có thể được hiểu là "tốt nhưng không phải là tốt hơn". Và lời tuyên bố rằng một sản phẩm là "mới và đã được cải tiến" không phải là dấu hiệu cho thấy nó tốt hơn lên. Điều mà các nhà quảng cáo đang cố gắng bày tỏ là "Hãy cho chúng tôi một cơ hội, chúng tôi nghĩ là sẽ có nó ngay bây giờ".

Năm 1991, công ty Stouffer, thuộc tập đoàn Food Corp, tung ra thị trường món khai vị đông lạnh, Lean Cuisine, với lời giới thiệu nghe rất bồi tai nhưng thực chất là giả dối. Chiến dịch quảng cáo trị giá 3 triệu đô la với những lời quảng cáo như: "Những thành phần đã được chúng tôi hạn chế: calori, chất béo, natri,... Mỗi món luôn đảm bảo có ít hơn 1 gr natri". 1gr natri là con số không hề ít chút nào. Việc định lượng natri trong mỗi suất ăn thường được tính bằng milligram (đơn vị ngàn trong mỗi gram). Và món Lean Cuisine đông lạnh chứa khoảng 850 miligram, bằng 1/3 định lượng đưa vào cơ thể trong một ngày, theo khuyến cáo của FDA đối với người tiêu dùng khi ăn uống. Số lượng đó rõ ràng là quá lớn với cái được gọi là "lượng thấp natri" theo hướng dẫn sử dụng chung. Ủy ban Thương mại Liên bang đã yêu cầu Stouffer ngừng ngay chiến dịch quảng cáo. FTC kết luận:

THẾ GIỚI LỘC LỬA

"Dù dùng những lời lẽ có vẻ chính xác, tuy nhiên, các quảng cáo chắc chắn đã ám chỉ, bằng lời hay hình ảnh, tới định lượng thấp natri".

Tập đoàn KFC cũng sử dụng chiến thuật "nghe có vẻ đúng" trong nỗ lực khoác cho sản phẩm gà rán hình ảnh một món ăn có lợi cho sức khỏe. Một trong những quảng cáo của tập đoàn này trưng ra là hình ảnh một người phụ nữ đặt một khay gà rán KFC trước mặt ông chồng của mình và nói: "Chúng ta đã nói với nhau thế nào là ăn uống hợp lý hơn rồi nhé? Nào, hãy bắt đầu từ hôm nay!". Đoạn quảng cáo sau đó nói tiếp: "Bí mật là: Ăn 2 cái ức gà sẽ nạp vào cơ thể ít chất béo hơn một chiếc Burger King cỡ lớn".

Điều đó nghe có vẻ đúng, nhưng không hẳn hoàn toàn.Ức gà rán có 38gram tổng lượng chất béo, chỉ ít hơn một chút so với 43 gram trong một chiếc Burger King cỡ lớn. Tuy nhiên, theo điều tra của Ủy ban Thương mại Liên bang, ức gà có lượng cholesterol cao gấp 3 lần (290 milligram so với 85 milligram), lượng natri cao gấp 2 lần (2300 milligram so với 980 milligram), lượng kalori nhiều hơn một chút (760 so với 710). Chưa kể đến những con số ấy, chỉ riêng việc nói món gì đó ít chất béo hơn so với một chiếc Burger King cũng giống như so sánh một miếng đất nhỏ ít ô nhiễm hơn so với toàn bộ vùng đất. FTC đã cáo buộc

KFC tội quảng cáo man trá. Tập đoàn này đã phải giải quyết vụ việc, chấp nhận dừng quảng cáo về việc gà rán có lợi hơn cho sức khỏe so với bánh Burger King cỡ lớn.

Và tất nhiên, Clinton không phải là chính trị gia duy nhất kể một câu chuyện "nghe có vẻ đúng". Năm 1975, cựu Giám đốc CIA Richard Helms phát biểu với các phóng viên: "Cho đến thời điểm này, Cục tình báo Trung ương Mỹ (CIA) chưa bao giờ phải chịu trách nhiệm về việc ám sát bất kỳ một vị nguyên thủ quốc gia nào". Điều đó đúng, nhưng Helms đã tránh không nhắc tới sự thật là CIA đã từng nhiều lần nỗ lực ám sát ông Fidel Castro và một vài vị nguyên thủ quốc gia khác. Như phóng viên của đài CBS Dan Schorr sau này có nói lại: "Điều đó hóa ra là, như Helms nói, không có vị nguyên thủ quốc gia nào trực tiếp bị CIA giết hại. Nhưng điều đó không có nghĩa là họ đã không cố gắng làm điều đó". Một ví dụ khác: năm 1978, trong một cuộc phỏng vấn, trước khi trở thành Phó Tổng thống, ông George H. W. Bush đã nói với các phóng viên rằng ông "không liên quan gì" đến việc trao đổi vũ khí lấy con tin trong vụ Contragate ở Iran. Hầu hết mọi người sẽ nghĩ rằng "không liên quan gì" đồng nghĩa với "không ai nói với tôi". Nhưng sau đó, ông Bush đã một lần nói chuyện với Dan Rather trên đài CBS rằng

THẾ GIỚI LỘC LỬA

ông có một định nghĩa khác: "không có vai trò hành động". Một người nghe cẩn trọng sẽ nhận ra rằng ý của ông Bush chỉ là từ chối việc điều hành chiến dịch, chứ không phủ nhận việc ông biết hoặc "bật đèn xanh" cho chiến dịch. Điều chắc chắn là, nhiều năm sau đó, một điều tra viên đặc biệt đã công khai cuốn nhật ký, do Caspar Weinberger, Bộ trưởng Quốc phòng Mỹ tại thời điểm đó chấp bút, nói rằng ông Bush là một trong số những người phê chuẩn việc đàm phán để đạt được thỏa thuận phóng thích năm con tin bị cầm giữ tại Iran, đổi lại là thương vụ bán 4.000 tên lửa chống tăng có thiết bị dẫn đường đến Iran qua đường Israel.

Khi bạn nghe về những cụm từ không rõ nghĩa hay những từ mang tính kết luận một cách chắc chắn, luôn nhớ đặt câu hỏi: "Họ có thật sự đang nói điều mà mình đang tiếp nhận từ họ hay không? Những từ đó thực sự mang ý nghĩa gì? Họ có bỏ qua điều gì đó không?"

Phương pháp thứ tám: Lời ám chỉ

Khi chính phủ Mỹ thực hiện cuộc chiến xâm lược Iraq vào năm 2003, đa phần người dân Mỹ tin rằng chính quyền Saddam Hussein có làm điều

gì đó mờ ám liên quan tới vụ tấn công khủng bố ngày 11 tháng 9 năm 2001. Cho tới sau cuộc bầu cử tổng thống năm 2004, hầu hết cử tri Mỹ vẫn có ấn tượng rằng Tổng thống Bush đã đảm bảo với họ về điều đó. Bản thăm dò thực hiện sau cuộc bầu cử của Ủy ban khảo sát bầu cử quốc gia Annenberg cho thấy, 67% người trưởng thành cho rằng tuyên bố sau là sự thật: "George W. Bush nói rằng Saddam Hussein đã liên quan tới vụ tấn công ngày 11 tháng 9". Chỉ có 27% không tin vào điều đó.

Thực tế, ông Bush chưa bao giờ phát biểu trước công luận (hay bất kỳ nơi nào khác mà chúng ta biết tới) rằng Saddam có liên quan tới vụ tấn công ngày 11 tháng 9. CIA không tin Saddam có liên quan, và không có bằng chứng xác thực nào củng cố cho luận điểm đó. "Chúng tôi đã không thể chứng minh rằng họ có mối liên hệ nào đó với vụ 11 tháng 9", Phó Tổng thống Dick Cheney nói trong một cuộc phỏng vấn trên đài CNBC vào tháng 6 năm 2004. Nhưng ông cũng nói ông vẫn nghi, có khả năng nào đó, một quan chức tình báo hàng đầu của Iraq đã gặp thủ lĩnh nhóm không tặc Mohamed Atta tại CH Séc vào tháng 4 năm 2001. Điều đó hoàn toàn trái ngược với kết luận của Ủy ban điều tra độc lập vụ 11 tháng 9. Cheney nói: "Chúng tôi không thể chắc chắn hoặc phủ nhận

hoàn toàn điều này". Đối với nhiều người, điều đó đồng nghĩa với việc Cheney đang nói rằng ông ta tin có mối liên hệ nào đó, và rằng điều duy nhất khiến ông còn lưỡng lự chưa đi tới kết luận chắc chắn là vì thiếu bằng chứng. Thực tế, sau nỗ lực bất thành để chứng minh cuộc gặp đó, các nhân viên tình báo Mỹ đã phải thừa nhận là không có bằng chứng xác thực.

Các nhà quảng cáo thường cố gắng ám chỉ về điều mà họ không được phép nói tới. Một nhà tiếp thị bán ra sản phẩm có tên là thắt lưng Ab Force, có tác dụng tạo ra những xung động lên các cơ quanh bụng bằng điện. Ủy ban Thương mại Liên bang đã cấm tất cả các sản phẩm tương tự vì đã quảng cáo sai trái rằng thiết bị tạo rung bằng điện sẽ giúp người sử dụng giảm mỡ béo, thu hẹp vòng bụng, và có thể tạo ra các múi bụng mà không cần phải luyện tập. Trong giai đoạn cuối 2000 và đầu 2001, trên một số kênh truyền hình cáp phát sóng toàn quốc, người ta thường thấy chiếu đi chiếu lại những quảng cáo thương mại mà người bán khẳng định: "Giờ đây bạn sẽ có một thân hình lý tưởng mà không cần phải đổ mồ hôi... đảm bảo giảm 10cm trong 30 ngày... 10 phút bằng 600 lần đứng lên ngồi xuống". Gọi đó là một sản phẩm vớ vẩn, FTC đã yêu cầu các nhà sản xuất chấm dứt quảng cáo trên truyền hình và bắt họ phải nộp số tiền phạt là 5

triệu đô la (Họ đã bán được lượng hàng trị giá 83 triệu đô la, FTC cho biết).

Tuy nhiên, nhà tiếp thị Ab Force đã kháng nghị. Họ khẳng định quảng cáo của mình chưa bao giờ đưa ra những kết luận cụ thể. Và quả thật là vậy. Quảng cáo chỉ cho mọi người thấy hình ảnh những múi cơ bắp, cơ ngực của những người mẫu nam cởi trần, hay người mẫu nữ gọn gàng, săn chắc với vòng eo thon gọn và những múi cơ thon thả. Và tất nhiên, họ đã đặt tên cho sản phẩm của mình là Ab Force. Vụ kiện được đưa ra tòa cấp liên bang. Ở đó, các nhà làm luật đã trưng ra những bằng chứng đầy thuyết phục cho thấy một thông điệp ẩn giấu có thể gây ấn tượng như thế nào. Các đoạn quảng cáo sản phẩm Ab Force được chiếu cho nhiều nhóm người tiêu dùng khác nhau, 58% số họ sau đó nói rằng các quảng cáo đó chuyển tới họ thông điệp rằng chiếc thắt lưng có thể giúp người dùng có vòng eo thon gọn hơn, trong khi 65% nói rằng họ tiếp nhận được thông điệp rằng sản phẩm sẽ giúp người sử dụng có được những múi cơ săn chắc. Thẩm phán trong tiểu ban điều hành luật của FTC đã phán quyết rằng các quảng cáo hàm chứa những thông điệp ẩn ý, kết hợp với tên gọi của sản phẩm - Ab Force- đã cấu thành nên một quảng cáo sai trái.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Toàn bộ thành viên trong hội đồng bỏ phiếu tán thành phán quyết của thẩm phán. Đó là: Nhà tiếp thị đã bán được 19 triệu đô la hàng hóa cho dù quảng cáo của họ không đưa ra những lời khẳng định cụ thể. FTC khẳng định trong kết luận cuối cùng: "Đây là ví dụ minh họa cho việc những quảng cáo sai trái, không có căn cứ có thể không đưa ra kết luận cụ thể, nhưng vẫn tạo ấn tượng trực tiếp đối với người tiêu dùng, làm phương hại tới quyền lợi của họ, và vi phạm luật mà Ủy ban đề ra".

Khi bạn nghe hoặc thấy điều gì đó có âm chỉ rất rõ ràng nhưng lại không đưa ra các bằng chứng cụ thể, hãy hỏi mình rằng: "Tại sao lại phải để mọi chuyện mập mờ như vậy? Tại sao họ không nói thẳng vấn đề ra?". Thông thường, có một lý do rất hợp lý: Điều mà người nói muốn bạn tin không phải là sự thật.

Chương 4

Sùng bái UFO - Vì sao chúng ta mắc lừa?

"Một người có niềm tin là người khó thay đổi. Khi nói với anh ta rằng bạn không đồng ý với niềm tin ấy, anh ta sẽ quay đầu đi chỗ khác. Cho anh ta thấy những con số thực tế và anh ta sẽ đặt câu hỏi về nguồn thông tin mà bạn cung cấp. Nói chuyện logic với anh ta và bạn sẽ thấy mọi luận điểm của mình đều không được chấp nhận."

Leon Festinger, trích cuốn **"Khi lời tiên tri không hiệu nghiệm"** (1956)

Bạn đã bao giờ tự hỏi vì sao những người khác thật vô lý và thật khó để thuyết phục được họ? Tại sao họ bất chấp thực tế là bạn đúng và họ sai? Vấn đề là con người không được cấu tạo theo hướng

THẾ GIỚI LỘC LỬA

luôn suy nghĩ một cách logic. Điều đó đã được minh chứng bởi những nghiên cứu về não bộ trong thời gian gần đây. Vì vậy, các phản ứng bất hợp lý của con người đối với những bằng chứng hiển nhiên đã trở thành đối tượng cho các nghiên cứu mang tính học thuật. Chúng ta hãy cùng xem xét một vấn đề mang tính khoa học đã được tranh cãi bấy lâu: Sự sùng bái UFO - nhà tâm lý xã hội học Leon Festinger và các đồng nghiệp của ông nửa thế kỷ trước chỉ ra.

Họ tiến hành quan sát một nhóm người được cho là có niềm tin chân chính. Thủ lĩnh của nhóm này là một người phụ nữ, có tên là Marian Keech. Việc nghiên cứu được thực hiện ở một nơi gọi là Lake City. Bà Keech nói rằng bà đã nhận được những thông điệp từ những thực thể tự nhận mình là Người bảo vệ trên hành tinh Clarion, nói rằng Bắc Mỹ sẽ bị hủy diệt bởi một cơn lũ. Nhưng, vào nửa đêm ngày 21 tháng 12 năm 1954, những ai theo bà ta sẽ được đưa đến một nơi an toàn trên đĩa bay một vài giờ trước khi thảm họa xảy ra. Thành viên của nhóm này đã bỏ việc, bán hết mọi tài sản, nghỉ học. Và theo hướng dẫn của bà Keech, để chuẩn bị cho một chuyến du hành vào vũ trụ, họ tháo bỏ mọi chất liệu bằng sắt dính trên quần áo. Họ tập trung ở phòng khách vào đêm diễn ra vụ thảm họa và chờ đợi.

Nửa đêm trôi qua, và tất nhiên chẳng có cơn lũ cũng như phi thuyền không gian được hứa hẹn nào

Chương 4: Sùng bái UFO - Vì sao chúng ta mắc lừa?

xuất hiện. Nhưng niềm tin của họ có bị lung lay bởi những bằng chứng và sự thật không thể lay chuyển này? "Ồ, thì ra chúng ta đã sai lầm". Không hề. Vào lúc 4h45 phút sáng, khi bình minh hé rạng, bà Keech nói với họ rằng, bà đã nhận được một thông điệp khác: "Cơn đại hồng thủy đã bị ngăn chặn bởi niềm tin thành kính của họ. Vì thời gian bắt đầu trên Trái Đất", bà nói, "Giờ đây, đã có sức mạnh của niềm tin chân chính và ánh sáng tràn ngập căn phòng này". Và sau đó, bà bảo nhóm người ấy đi truyền bá những lời nói huyền diệu đó. Một thành viên bước ra khỏi ngôi nhà, chán ngán với lời tiên tri vớ vẩn của Keech, nhưng những người khác lại vô cùng hân hoan. Trong những ngày tiếp theo, như ghi nhận của Festinger và các đồng nghiệp, những thành viên của nhóm này vốn từng thể hiện thái độ miễn cưỡng khi tham gia nhóm, bỗng dành hết mọi năng lượng, tâm trí cho việc cải đạo. Họ trở nên quyết tâm và kiên định với sự nghiệp của mình sau khi thấy bất kỳ người nào đi ngược với niềm tin của họ, và cố gắng đưa bằng chứng chứng minh niềm tin của họ là sai lầm.

Tại sao lại có chuyện đó? Lý do, như Festinger giải thích, là vì con người cảm thấy đau đớn về phương diện tâm linh khi phải đối mặt với những thông tin đi ngược niềm tin của họ. Những người đi theo bà Keech không dám đối mặt với sự thật phũ phàng rằng, nếu thừa nhận sai lầm, họ trở thành

THẾ GIỚI LỘC LỬA

những con lừa. Ngoài ra, việc thuyết phục người khác tin vào niềm tin của họ không chỉ giúp những người đó tránh khỏi nỗi xấu hổ, mà còn mang tới những cảm giác thoải mái với các dạng thức tinh vi. Và càng có nhiều người tin thì càng có nhiều bằng chứng hoặc câu chuyện được tạo ra.

Vụ bà Keech là một trường hợp nổi trội. Tuy nhiên, sự không thoải mái khi phải đối diện với những bằng chứng vạch ra những sai lầm của mình là một hiện tượng tâm lý thường thấy của con người trên Trái Đất. Thật không dễ chịu chút nào khi phải thừa nhận rằng chúng ta đã sai lầm. Bởi vậy, con người thường vùng vẫy để tránh khỏi cảm giác khó chịu bắt nguồn từ những xung đột tâm lý. Festinger gọi đây là mâu thuẫn dựa trên nhận thức, xuất phát từ việc những niềm tin không thể xoay chuyển bỗng nhiên bị chống lại bởi những bằng chứng hiển nhiên. Những người tin theo Keech có thể đã giải quyết được vấn đề bằng cách từ bỏ niềm tin tôn giáo của mình, nhưng thay vì vậy, một số lại chấp nhận lời giải thích về bằng chứng mới thích hợp với điều mà họ đã tin tưởng. Mâu thuẫn trong nhận thức là một thuật ngữ khá phổ biến vì chúng ta thường gặp chúng ở nhiều nơi, nhiều lúc. Những thí nghiệm khoa học xã hội qua hàng thập niên đã chứng tỏ rằng, về mặt ý thức, mỗi con người đều có một niềm tin sùng kính.

Hiệu ứng Moonbat*

Một trang web có tên là truthout.org đưa tin có một vật thể tương tự như đĩa bay đã hạ cánh xuống Trái Đất. Thực tế là điều này chưa bao giờ xảy ra. Vào thứ 7, ngày 13 tháng 5, cộng tác viên của trang web này, Jason Leopold, lại đưa tin cố vấn chính trị hàng đầu của Tổng thống Bush, Karl Rove, đã bị cáo buộc tội khai man và nói dối nhà điều tra trong một vụ rò rỉ thông tin gián điệp CIA, rằng luật sư của Rove đã phải làm việc với các văn bản liên quan tới vụ cáo buộc trong một cuộc họp kéo dài 15 giờ đồng hồ tại văn phòng luật một ngày trước đây và rằng các điều tra viên sẽ công khai mức án trong vòng một tuần. Tất cả những thông tin này đều được đưa lên như một nguồn tin đã được kiểm chứng, không hề kèm theo những từ đại loại "có thể" hoặc những từ biểu thị sự dè dặt khác.

Độc giả của trang web, những người tự do, và có thái độ chống Bush, rất vui mừng với tin tức này. Một độc giả gửi bình luận về trang web trong chuyên mục "Town Meeting" thậm chí còn gợi ý về một

**Moonbat (cũng như "barking moonbat" và "moonbat crazy") là một thuật ngữ thường được sử dụng trong lĩnh vực chính trị, nhất là với nền chính trị Mỹ hiện nay, để nói về một tên gọi mang tính chính trị ám chỉ về ai đó là người có xu hướng tự do hoặc cánh tả.*

THẾ GIỚI LỘC LỬA

phiên tòa tội phạm chiến tranh. Người đó nói rằng: "Liệu có khả năng đưa Bush và cấp trên của ông ấy ra tòa án quốc tế Hague?" Một người khác bày tỏ sự hể hả: "Tất cả những điều cần làm vào lúc này là làm cách nào để gửi ông ta vào "Khách sạn Hilton". Trên thực tế, các cơ quan truyền thông lớn đều không hề đưa tin về vụ Rove bị ém nhem như là bằng chứng được cho là để ủng hộ ông Bush và hệ thống truyền thông chống những người theo chủ nghĩa tự do.

Nhưng câu chuyện nhanh chóng buộc đối tượng phải đưa ra những phản biện mạnh mẽ. Luật sư của Rove nói rằng mình không có mặt tại văn phòng vào ngày đó vì phải đưa con mèo ốm của ông ta tới bác sĩ thú y, và chắc chắn đã không giải quyết vụ việc nào. Nhiều ngày trôi qua mà không có lời tuyên cáo nào được đưa ra. Cho đến ngày thứ năm, Giám đốc Điều hành truthout.org, Marc Ash, lên tiếng rằng: "Hiện giờ, chúng tôi đã có thêm một nguồn tin khác có thể củng cố thêm cho những bằng chứng của mình". Vào cuối tuần, thời điểm mà người ta cho là vụ truy tố sẽ được công khai, Ash đưa ra một "lời xin lỗi thiếu thành thực", nhưng chỉ là về vấn đề thời gian: "Chúng tôi đã sai lầm khi đẩy sự việc đi quá xa trước hệ thống thông tin". Ngày 3 tháng 6, ông ta viết: "Chúng tôi xin dừng câu chuyện tại đây". Và vẫn không có bản cáo trạng nào được đưa ra.

Chương 4: Sùng bái UFO - Vì sao chúng ta mắc lừa?

Một số người bày tỏ sự thất vọng, nhưng người khác dường như thậm chí càng tin hơn vào câu chuyện tai tiếng mà phóng viên, biên tập viên của trang web cung cấp. "Những bài viết của ông Leopold có thể đã hoàn toàn chính xác nhưng bị thay đổi bởi những sự kiện tiếp theo sau buộc ông ta phải giữ kín", một người đã viết như vậy trên chuyên mục "Town Meeting" của trang web này. Một người khác lại bình luận: "Không cần lời xin lỗi nào hết. Tôi vui mừng vì các bạn đã chấp nhận rủi ro và bạn nhận được niềm tin nơi tôi". Và một người nữa: "Kiên nhẫn, giữ vững niềm tin và trên hết hãy tiếp tục làm việc tốt. Bạn có thể hy vọng vào sự cộng tác của tôi trong tuần tới". Ngay cả khi luật sư của Rove cuối cùng chính thức lên tiếng vào ngày 13 tháng 6 rằng một điều tra viên đặc biệt đã thông báo với ông là Rove không hề liên quan tới vụ truy tố nào, một số người vẫn tin vào những thông tin trên truthout.org. "Tôi biết là tôi tin những thông tin của họ hơn những gì hệ thống truyền thông nói lại", một người viết. Ash vẫn cho để câu chuyện đó trên hệ thống dữ liệu của trang web và bình luận về động thái của vị luật sư kia: "Chúng ta đặt dấu hỏi với động thái phản ứng của ông ấy".

Dù sao, tới thời điểm đó, hầu hết các bình luận trong chuyên mục "Town Meeting" đều phản ánh quan điểm của phóng viên Leopold và biên tập viên Ash, theo cách tự lừa bản thân hay thậm chí còn tồi

tệ hơn. Một người viết: "Tôi đã cùng chiến tuyến với các bạn và là người hoàn toàn tin tưởng... nhưng điều này thật ngoài tưởng tượng". Người khác đáp lại: "Có một chương trình gồm 12 bước để thoát khỏi nỗi ưu phiền này. Bạn hãy tin rằng, với tất cả trái tim, tâm hồn, suy nghĩ và cơ thể của mình, câu chuyện đó là có thật. Bạn đã đặt nền móng cho niềm tin, không phải dựa trên các bằng chứng, logic hay lý do, mà đơn giản vì bạn muốn tin một cách tuyệt đối. Cái suy nghĩ rằng câu chuyện đó không đúng làm bạn không còn cảm thấy sự tồn tại của mình. Và điều đó khiến bạn đau đầu". Lời nhận xét đó không làm những người điều hành truthout hài lòng, nó đã bị đưa ra khỏi chuyên mục. Nhưng điều đó miêu tả rất rõ ràng về hiệu ứng của mâu thuẫn trong nhận thức.

Các chính trị gia cực đoan đôi khi cũng bày tỏ những suy nghĩ rất mâu thuẫn, rằng họ cũng bị xua đuổi như thể họ là "những người cánh tả". Một người cánh tả là "người hy sinh tinh thần vì tính nhất quán", theo định nghĩa của blogger Adriana Cronin, Lukas* (London, Anh) trên Samizdata.net, người đã

**Đầu năm 2003, Adriana thành lập Công ty Big Blog, nhà tư vấn đầu tiên tại Anh, chuyên về lĩnh vực blog. Từ đó, bà đã tư vấn cho nhiều công ty ở châu Âu và Mỹ về cách thức tích hợp blog, RSS và các phương tiện truyền thông xã hội khác theo những chiến lược nhất định cho khách hàng của mình trên môi trường web 2.0.*

có công phổ biến những cụm từ hoa mỹ. Nó thường được sử dụng để che giấu những kẻ tả khuynh. Nhưng ở đây, chúng tôi sử dụng nó với nghĩa đen để chỉ những trường hợp mà tín ngưỡng khiến họ quên đi thực tại, bất chấp đảng phái hay hệ tư tưởng.

Sự lừa đảo đánh vào tâm lý

Nửa thế kỷ trước, khoa học tâm lý đã dạy con người rất nhiều về việc làm thế nào và tại sao chúng ta lại mắc phải sai lầm. Như chúng ta sẽ nhận thấy, tư duy đánh lừa chúng ta không chỉ trong lĩnh vực chính trị, mà còn ở nhiều mặt khác nhau: từ cách tiếp nhận một sự kiện thể thao hay thậm chí một cuộc chiến tranh, cho tới các phương thức xử lý để tăng tốc độ bán hàng. Về bản chất, con người đã không phải là một sinh vật luôn tuân theo tính logic sự hợp lý của vấn đề. Chúng ta thích được suy nghĩ một cách tự nhiên như chúng ta vẫn thế. Vì vậy, chúng ta mắc phải sai lầm nhiều hơn chúng ta nghĩ và theo cách rất dễ đoán. Chúng ta ràng buộc mình bởi các ý nghĩ yêu thích. Chúng ta ôm khư khư lấy những thông tin củng cố cho niềm tin của mình và từ chối những bằng chứng thách thức niềm tin ấy. Tư duy của con người có xu hướng đi tắt và chúng ta phải nỗ lực mới tránh được xu hướng này. Chỉ có ít người trong chúng ta đi theo hướng cực tả, nhưng tư duy lại thường theo hướng đó nhiều hơn chúng ta có thể tưởng tượng. Tư duy con người hoạt động theo những cách bất chấp logic.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Các thí nghiệm về tâm lý cho thấy, con người có khuynh hướng tìm kiếm dù chỉ là một bằng chứng yếu ớt để củng cố niềm tin hiện hữu, và bỏ qua những dữ liệu có thể phủ nhận niềm tin ấy. Trong quá trình đó, chúng ta áp dụng các cuộc kiểm tra ngặt nghèo đối với những bằng chứng không muốn nghe tới, trong khi đó lại dễ dàng chấp nhận những thông tin lọt vào tâm trí phù hợp với điều mình thật sự cần. Tâm lý học cũng cho biết chúng ta hiếm khi xem xét các lý do và bằng chứng một cách hệ thống. Chúng ta cân đo đong đếm các thông tin, và bỏ qua nhiều trình tự cần thiết trước khi đi tới một kết luận. Thay vào đó, hầu hết thời gian, chúng ta rút ngắn quá trình tư duy hay sử dụng các quy tắc tự đặt cho đỡ mất công suy nghĩ. Thói quen này thường có hiệu quả một cách tương đối, nhưng nó cũng dẫn chúng ta tới những kết luận mà nếu suy nghĩ cẩn thận hơn, chúng ta sẽ thấy là sai lầm.

Một chiếc máy tâm lý khá phổ biến khác là con người có xu hướng phóng đại sự việc từ những ví dụ riêng lẻ. Tin tức về một vụ tai nạn hàng không khiến ta nghĩ rằng những chuyến bay thương mại rất nguy hiểm, chúng ta quên rằng hơn 10 triệu hành khách trên các chuyến bay đã tiếp đất an toàn mỗi năm (chỉ tính riêng ở nước Mỹ). Những bản tin thời phông về một vài vụ tội phạm trên các tờ báo địa phương dẫn chúng ta đến kết luận rằng tình trạng tội phạm đang

Chương 4: Sùng bái UFO - Vì sao chúng ta mắc lừa?

gia tăng, cho dù chỉ nhìn vào một vài con số thống kê cũng đủ thuyết phục mọi người rằng tỷ lệ tội phạm trong năm 2005 (cho dù có tăng nhẹ trong năm này) thực tế thấp hơn 38% so với mức đỉnh vào năm 1991.

Các nhà tâm lý học cũng nhận thấy rằng, khi chúng ta cảm thấy rất chắc chắn về một vấn đề nào đó, thực tế, có thể là ta đang sai lầm. Họ cũng phát hiện ra rằng một kết luận nào đó hoàn toàn có thể được củng cố bằng cách lựa chọn ngôn từ và cách thức trình bày vấn đề. Chúng ta không thể tránh được việc để ngôn ngữ làm thay tư duy. Nhưng con người có thể hoàn toàn nhận thức rõ ràng ngôn ngữ đang lái mình khi nào và như thế nào theo hướng đi tới kết luận ấy, qua đó, chúng ta có thể dừng lại. Trong chương này, chúng tôi sẽ mô tả các phương thức khiến con người bị mắc lừa, và làm thế nào để tránh những sai lầm về tâm lý dẫn đến việc bỏ qua những dữ liệu chính xác hay tin vào những thông tin lệch lạc.

Điều này hoàn toàn không liên quan gì tới trí thông minh. Tổng thống, nhà thơ và thậm chí cả giáo sư hay nhà báo đều có thể rơi vào những cái bẫy này. Bạn. Tôi. Tất cả chúng ta. Nhưng chúng ta có khả năng ít mắc phải điều đó nếu học cách ý thức được việc tâm lý đang đánh lừa mình, và học cách bước qua những cái bẫy tâm lý tự nhiên đang giăng

THẾ GIỚI LỘC LỬA

sẵn. Amos Tversky, một nhà tâm lý học đi tiên phong trong lĩnh vực nghiên cứu những sai lầm trong quyết định vào thập niên 70 thường nói: "Ở đâu có một sai lầm nhỏ mà con người mắc phải, ở đó luôn có những hình thức rất tinh tế khiến ngay cả một chuyên gia cũng lâm vào tình trạng tương tự, với cùng một vấn đề"*.

Năm 1998, Kathleen Jamieson đã tập hợp một nhóm các chuyên gia như bác sĩ, luật sư, giáo sư đại học để cùng thực hiện một nghiên cứu về tác động của đoạn quảng cáo chính trị. Họ có chung suy nghĩ rằng con người đang bị lừa mị bởi quảng cáo, nhưng vẫn nghĩ tự bản thân họ không thể mắc phải. Họ bị yêu cầu phải trả lời câu hỏi: "Nếu như có tác động nào đó, thì bạn nghĩ rằng các đoạn quảng cáo trong chiến dịch bầu cử tổng thống có ảnh hưởng gì tới cử tri nói chung và các bạn nói riêng?" Mỗi thành viên trong nhóm đều nói rằng cử tri đã bị lôi kéo bằng các mảnh khoe khác nhau. Nhưng mỗi người trong số đó

* Những người nổi tiếng thường bị trích dẫn nhầm (xem "Những trích dẫn sai" trang 265), nhưng trích dẫn này là hoàn toàn chính xác. Cộng tác viên của Tversky, Giáo sư trường Đại học Princeton từng giành giải Nobel, đã nói với chúng tôi rằng cả ông ta và Tversky thường lặp lại lời nhận xét trong các đoạn trao đổi và rằng Tversky có thể là người đầu tiên làm điều đó.

Chương 4: Sùng bái UFO - Vì sao chúng ta mắc lừa?

cũng nhấn mạnh rằng anh ta hay cô ta không bị tác động bởi các đoạn quảng cáo. Tiếp đó, cuộc thảo luận chuyển sang câu hỏi: "Những đoạn quảng cáo nào bạn đã xem trong tuần qua?" Một người trong nhóm nhớ là anh ta đã xem quảng cáo của ứng cử viên Đảng Dân chủ Michael Dukakis bàn về chính sách "ổn định trật tự trong hệ thống các nhà tù của nước Mỹ". Tiếp đó, cả nhóm dành thời gian để thảo luận về các chính sách của Dukakis về kiểm soát tội phạm, và trong cuộc thảo luận đó, mỗi người đưa ra một cách nhìn riêng nhưng đều mang quan điểm được thể hiện trong đoạn quảng cáo của Đảng Cộng hòa. Đoạn quảng cáo đó đã tác động tới tư duy của họ về những vấn đề mà Dukakis nêu lên. Không hề ý thức được điều đó, họ đã tiếp nhận và nắm lấy cách nói ẩn dụ mà đoạn quảng cáo của Đảng Cộng hòa đề cập, rằng Dukakis đã thiết lập một hệ thống "cửa xoay" tại các nhà tù liên bang. Khái niệm về việc người khác bị ảnh hưởng bởi những thông điệp trong khi chúng ta được miễn trừ được gọi là hiệu ứng người thứ ba.

Mặt trái của hiệu ứng người thứ ba là những suy nghĩ mang tính niềm tin (không dựa trên thực tế). Tại sao hầu hết mọi người lại nghĩ họ chắc chắn sẽ sống qua tuổi 80 thay vì xét đến thực tế? Tại sao hầu hết lại tin rằng họ lái xe giỏi hơn những người còn lại? Đôi khi chúng ta dường như đang sống ở hồ Wobegon trong cuốn tiểu thuyết khoa học viễn tưởng

THẾ GIỚI LỘC LỬA

của Garrison Keillor, nơi mà "mọi đứa trẻ đều có những điểm xuất sắc hơn thông thường". Để rõ ràng hơn, hãy cùng xem xét nhận định này: Trước một số vấn đề chúng ta thường có thái độ thiếu thực tế về mức độ vô lý mà chúng ta đang mắc phải.

Chiếc bẫy "Những bức tranh trong đầu chúng ta"

Những thông tin sai lệch thường dễ được chấp nhận nếu nó củng cố cho những gì chúng ta đã tin tưởng. Năm 1922, nhà báo Walter Lippman quan sát hiện tượng con người trở thành con tin của "những bức tranh trong đầu", mà thực tế không phải lúc nào cũng như vậy trong thế giới thực. "Cách mà thế giới được tưởng tượng đến sẽ quyết định ở bất kỳ thời điểm đặc biệt nào con người sẽ hành động", Lippman viết trong cuốn "Ý kiến công luận". Những kẻ lừa đảo ý thức rõ ràng về khuynh hướng tâm lý của con người suy nghĩ theo những khuôn mẫu có sẵn, và họ khai thác điều đó.

Một ví dụ rõ ràng cho cách thức này là: Chiến dịch tranh cử tổng thống năm 2004 của Bush đã giành được thắng lợi với việc cáo buộc (một cách sai lầm) John Kerry. Bush cho rằng ông này nhiều lần cố gắng nâng mức thuế xăng dầu và luôn thích tăng 50 cent mỗi lần tăng giá, trong khi giá nhiên liệu đang tăng phi mã. Một đoạn quảng cáo điển hình cho việc làm này: "Ông ta ủng hộ mức thuế xăng dầu cao gấp 11 lần". Thực tế, năm 1993, Kerry đã chủ trương chỉ tăng 4,3 cent mỗi lần. Năm sau

Chương 4: Sùng bái UFO - Vì sao chúng ta mắc lừa?

đó, ông nói đùa trong một cuộc phỏng vấn về ý tưởng tăng 50 cent đối với mỗi gallon xăng dầu bị đánh thuế, nhưng ngay sau đó đã không còn nhắc lại câu chuyện này nữa. Tuy nhiên, hầu hết cử tri đều chấp nhận thông điệp của Đảng Cộng hòa mà không mấy may quan tâm tới sự thật.

Đảng Dân chủ cũng khai thác những chiếc bẫy tâm lý. Trong chương trước, chúng ta đã biết Kerry cáo buộc "nhằm" Bush về chủ trương "cắt giảm triệt để" các lợi ích của chương trình an sinh xã hội. Mọi người cũng tin vậy. Trong cuộc thăm dò của Ủy ban khảo sát bầu cử quốc gia Annenberg, 49% số người được hỏi có xu hướng tin vào việc ông Bush có kế hoạch "cắt giảm lợi ích của chương trình an sinh xã hội từ 30- 45%". Chỉ có 37% cho rằng thông tin đó là không chính xác. Chúng tôi muốn nhấn mạnh vào một điểm quan trọng ở đây: Dư luận không hề nghĩ rằng khái niệm "cắt" cần được hiểu như việc giảm dần đồng thời với gia tăng các quyền lợi cho người về hưu trong nhiều thập kỷ tới. Họ chỉ đơn thuần nghĩ tới một hành động "cắt giảm" trong thời điểm hiện tại. Cuộc thăm dò của Annenberg cho thấy 50% đánh giá rằng "kế hoạch của Bush liên quan tới an sinh xã hội là cắt giảm quyền lợi dành cho những người đang được hưởng lợi ích hiện nay" là một thông tin chính xác. Và chỉ 43% cho rằng thông tin đó không chính xác.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Tất nhiên, ông Bush đã nhiều lần nhấn mạnh trong chiến dịch tranh cử năm 2000 và trong suốt nhiệm kỳ đầu tiên của mình rằng ông sẽ không cắt giảm một xu đối với các quyền lợi hiện có trong chương trình này. Nhưng vậy tại sao phần đa ý kiến dư luận lại tin vào điều trái ngược kia? Lý do, mà chúng ta tin là như vậy, nằm ở chỗ chương trình an sinh xã hội được xem là một chương trình do Đảng Dân chủ đề xuất và Đảng Cộng hòa bị coi là những người chống lại chương trình này (dầu sao thì cũng hơi bất công: Đa phần các thành viên Cộng hòa tại Thượng và Hạ nghị viện đều bỏ phiếu ủng hộ chương trình này khi nó được thông qua vào năm 1935). Bởi vì với quan điểm rập khuôn cho rằng những người Cộng hòa không thích chương trình an sinh xã hội, chẳng ai quan tâm tới việc đặt câu hỏi đối với ý tưởng tại sao Bush lại cắt giảm quyền lợi hiện tại.

Thật khó khăn để các ứng cử viên có thể vượt qua những suy nghĩ rập khuôn đó. Năm 1990, các cử tri ở bang Pennsylvania tin rằng ứng viên được đề cử của Đảng Cộng hòa, Barbara Hafer phản đối quyền được nạo phá thai và thống đốc đương nhiệm của Đảng Dân chủ, Robert Casey, lại chủ trương ủng hộ quyền đó. Thực tế thì ngược lại. Nhìn chung, những người Dân chủ thường thích đưa ra những quan điểm "ủng hộ sự lựa chọn" và người của Đảng Cộng hòa là quan điểm "ủng hộ cuộc sống", nhưng điều đó

Chương 4: Sùng bái UFO - Vì sao chúng ta mắc lừa?

không đúng trong trường hợp này. Một nguyên tắc có vẻ hợp lý của sự "nhìn chung" không nhất thiết áp dụng được trong "trường hợp cụ thể này".

Đôi khi chúng ta phải tránh việc lười suy nghĩ và phải đi con đường vòng nếu ta muốn tránh bị thao túng hoặc mắc phải những sai lầm cho chính mình. Hãy tự hỏi mình: "Bức tranh trong đầu mình có thực sự đúng như thực tế? Có đúng là ứng viên Dân chủ này ủng hộ việc tăng thuế? Có đúng là ứng viên Cộng hòa này muốn cắt giảm lợi ích từ chương trình an sinh xã hội? Căn cứ vào đâu?"

Chiếc bẫy "Gốc rễ vấn đề của tôi"

Liên quan tới chiếc bẫy "những bức tranh trong đầu" là chiếc bẫy "gốc rễ vấn đề của tôi". Có những bằng chứng cho thấy chúng ta tâm huyết với một điều gì đó không chỉ vì những suy nghĩ được đánh bóng của mình, mà còn vì ảnh hưởng của những gì chúng ta nhìn thấy, và thậm chí không nhìn thấy, khi quan sát thế giới xung quanh.

Các nhà tâm lý học từ lâu đã biết tới hiện tượng này. Năm 1954, Albert Hastorf và Hadley Cantril công bố một nghiên cứu thú vị về cuộc ẩu đả giữa sinh viên hai trường Đại học Princeton và Dartmouth. Bản nghiên cứu cho thấy tất cả bắt đầu từ một quả penalty. Sau đó, một hậu vệ của đội Princeton được khiêng ra ngoài sân với chiếc mũi bị gãy, một trận chiến nho nhỏ và một cầu thủ của Dartmouth sau đó

THẾ GIỚI LỘC LỬA

bị gãy chân. Nghiên cứu cho thấy có tới 86% sinh viên Princeton nói rằng bên phía Dartmouth đã khởi đầu vụ chơi xấu, nhưng chỉ 36% số người được hỏi bên phía Dartmouth đồng ý với quan điểm đó. Các nhà nghiên cứu đã đặt câu hỏi: "Bạn có tin rằng trận đấu hoàn toàn trong sạch và công bằng hay trận đấu đã diễn ra thô bạo và bị vấy bẩn?" Kết quả là: 93% cổ động viên Princeton nói "thô bạo và bị vấy bẩn", so với 42% ý kiến của cổ động viên Dartmouth. Khi băng hình trận đấu được chiếu lại và các nhà nghiên cứu yêu cầu đếm số lỗi thực tế mà các cầu thủ Dartmouth phạm phải, các sinh viên Princeton đã chỉ ra con số trung bình là 9,8, cao gấp hai lần so với mức 4,3 lỗi được các sinh viên Dartmouth nhìn nhận.

Có phải các cổ động viên của Dartmouth và Princeton đã cố tình bóp méo hình ảnh họ nhìn thấy? Hastorf và Cantril đã đi xa hơn với kết luận rằng con người không chỉ có những thái độ khác nhau về những sự việc khác nhau, mà thực tế là họ đã nhìn thấy những điều khác nhau: "Vì "sự việc" đơn giản là không giống nhau đối với nhiều người khác nhau, cho dù "sự việc" có thể là một trận đấu bóng, chủ nghĩa cộng sản, một ứng cử viên tổng thống hay rau chân vịt".

Xung quanh chuyện liên quan đến các ứng cử viên tổng thống, một nghiên cứu gần đây sử dụng công nghệ quét não đã đưa ra các kết quả ủng hộ cho kết luận: Con người thực sự nhìn thấy các sự việc

khác nhau, tùy thuộc vào người mà họ ủng hộ. Các bản chụp phim cũng cho thấy yếu tố tình cảm đã lấn át chế ngự yếu tố logic.

Một yếu tố ảnh hưởng tương đối liên quan được các nhà nghiên cứu gọi là hiện tượng truyền thông thù địch. Ba nhà nghiên cứu của trường Đại học Stanford đã tìm hiểu vấn đề này vào năm 1985 bằng cách cho một số người tham gia nghiên cứu, một bên ủng hộ người Ả rập và bên kia ủng hộ người Israel, xem cùng một đoạn tin như nhau về vụ thảm sát hàng trăm người tại các trại tị nạn ở Sabra và Shatila gần Beirut, Li-băng, vào năm 1982. Mỗi bên đều đưa ra những nhận xét rằng đoạn tin có vẻ mang những nội dung ám chỉ tiêu cực hơn là tích cực đối với phía mình, và mỗi bên đều nghi đoạn tin đó khiến người xem chịu tác động dẫn tới thù địch đối với phe mình. Tại sao? Có thể vì những gì thể hiện sự đồng quan điểm với chúng ta dường như là đúng đắn và do vậy không được để tâm nhiều. Trong khi đó, những gì trái ngược với thành kiến từ trước sẽ không có chỗ trong tâm trí và khiến chúng ta phải tìm lý do để từ chối nó. Bởi vậy, đối với một người bảo thủ, tin tức mang quan điểm bảo thủ sẽ là chính xác. Đối với một người tự do, tin tức thể hiện chủ kiến tự do sẽ là đáng tin cậy. Và với cả hai, ở đâu đó trong bất kỳ một chương trình thời sự nào cũng có điều gì đó bất công để cân bằng hai quan điểm.

Đâu là quan điểm chính trị của bạn?

Trong suốt chiến dịch tranh cử tổng thống 2004, nhà tâm lý học trường Đại học Emory, Drew Westen, và các đồng nghiệp đã thực hiện thí nghiệm quét não 15 tình nguyện viên ủng hộ ứng cử viên Bush và 15 người ủng hộ Kerry. Những người này được yêu cầu đưa ra nhận xét của mình đối với những bài phát biểu của mỗi ứng cử viên. Các nhà nghiên cứu đã đưa ra chủ đề là Kerry sẽ thay đổi vị trí với quan điểm phản đối chương trình an sinh xã hội, và Bush thay đổi sự ủng hộ của mình với cựu Giám đốc Điều hành Enron, Ken Lay.

Không có gì ngạc nhiên, mỗi nhóm đều có những bình phẩm cay nghiệt về ứng cử viên của nhóm kia, nhưng lại để cho ứng cử viên của nhóm mình thoát khỏi búa rìu chỉ trích một cách khá dễ dàng. Đây là một bằng chứng rất rõ ràng về cái gọi là thành kiến. Thú vị hơn là những gì chúng ta có thể đọc được từ phim chụp não bộ. “Chúng tôi không nhận thấy một phản ứng tăng cường nào ở các bộ phận trong não bộ trong quá trình xử lý thông tin”, Western nói trong lúc công bố kết quả nghiên cứu. “Thay vào đó, những gì mà chúng tôi thấy là một mạng lưới chu trình cảm xúc từ từ sáng lên”.



Hình 1: Trung tâm cảm xúc hoạt động khi xử lý thông tin không được yêu thích đối với Đảng liên quan tới ứng cử viên.

Hơn thế, sau khi cả hai nhóm đã đưa ra kết luận thích hợp với ứng cử viên của mình, não của họ thể hiện những phản ứng theo chu trình như khi được nhận một phần thưởng chứ không phải như não của người nghiện khi phải trải qua một cuộc chữa trị. “Về cơ bản, nó xuất hiện như thể hai nhóm đang xoay chiếc kính vạn hoa tư duy nhận thức cho đến khi họ tìm được kết luận mà họ muốn, và sau đó họ liên tục củng cố cho kết luận đó”, Western nói.



Hình 2: Trung khu thần kinh phản ứng khi xử lý thông tin giúp đưa ứng viên được ủng hộ của nhóm thoát khỏi vòng chỉ trích.

Thí nghiệm của Western cung cấp những bằng chứng vật lý rằng tư duy thành kiến có thể xâm nhập vào não bộ con người.

(Hình ảnh do Drew Westen cung cấp, tạp chí *Journal of Cognitive Neuroscience* 2006, MIT Press Journals, © by the Massachusetts Institute of Technology)

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Các nhà tâm lý học gọi đây là hiện tượng củng cố thành kiến. Nó không chỉ tô vẽ cho những điều chúng ta nhìn thấy, mà còn điều khiển quá trình lý giải sự việc của chúng ta. David Perkins, một giáo sư tại Havard, đã tạm thời gọi đó là "thành kiến của phe tôi". Trong những nghiên cứu về cách con người giải thích khi được yêu cầu tư duy về những vấn đề còn đang tranh cãi, Perrkins đã nhận thấy một khuynh hướng thấy rõ ở mọi người là tìm cách lý giải thích hợp cho phía mình, và không hề nghĩ tới lý lẽ ủng hộ phe kia. Các chủ thể thí nghiệm của ông thể hiện sự quan tâm cao gấp ba lần, cũng như lúc bày tỏ quan điểm đối lập về một vấn đề. Kết luận này cũng gồm cả những lý lẽ mà họ nêu lên chỉ để triệt tiêu những luận điểm chống lại họ.

Nhà tâm lý học Jonathan Baron, trường Đại học Pennsylvania đã nhận ra một ví dụ điển hình về "thành kiến của phe tôi" trên tờ *Daily Pennsylvanian*, một tờ báo của sinh viên, ủng hộ quyền được nạo phá thai. Bài báo viết: "Nếu chính phủ cấm nạo phá thai, nó sẽ đi ngược lại một trong những quyền cơ bản của người Mỹ, quyền được đưa ra quyết định cho riêng mình". Tác giả của câu này đã bỏ qua việc phe kia nhìn nhận vấn đề nạo phá thai như một vụ giết người, và rằng luật chống tội phạm hình sự cũng có liên quan với "quyền được đưa ra quyết định cho riêng mình", khi quyết định đó là sự ủng hộ cho một vụ giết người.

Chương 4: Sùng bái UFO - Vì sao chúng ta mắc lừa?

Khi Baron yêu cầu 54 sinh viên trường Đại học Pennsylvania chuẩn bị cho một cuộc thảo luận về vấn đề đạo đức trong việc nạo phá thai. Ông nhận thấy, đúng như mong đợi, họ có xu hướng lên danh sách các vấn đề tranh luận chỉ theo đúng một khía cạnh của câu hỏi. Điều đáng chú ý hơn, các sinh viên, những người chỉ tranh luận một chiều, đánh giá luận điểm của những người không cùng quan điểm thậm chí ngay cả khi những quan điểm đó thuyết phục hơn. Ông kết luận: "Con người cho rằng quan điểm một chiều tốt hơn là tư duy đa chiều, nhất là khi tạo dựng ý kiến riêng của ai đó về một vấn đề".

Tướng Norman Schwarzkopf đã rơi vào chiếc bẫy thành kiến của mình sau khi chỉ huy quân đội Mỹ giành được một trong những chiến thắng chênh lệch nhất về mặt quân sự trong cuộc chiến vùng Vịnh năm 1991. Như Colin Powell kể lại trong cuốn tự thuật của ông, "My American Journey", Schwarzkopf xuất hiện tại một buổi họp báo bằng video trình chiếu hình ảnh bom thông minh của quân đội Mỹ phá hủy các bệ phóng tên lửa Scud của quân đội Iraq. Khi Powell thông tin lại với ông ta rằng, một chuyên gia phân tích đã phát hiện ra các mục tiêu chỉ là những xe tải chở nhiên liệu mà không phải là các bệ phóng tên lửa, Schwarzkopf rất tức giận. "Thề có Chúa, đó chắc chắn là tên lửa Scud. Gã đó không

biết hắn đang nói về cái gì. Hắn cũng chỉ như những kẻ "khác mà thôi". Powell nói các cuộc kiểm tra sau đó cho thấy người phân tích đó đã đúng. Schwarzkopf vẫn không thể chấp nhận điều đó. Tin tưởng rằng lực lượng của mình thực sự đã đánh trúng các bộ phóng tên lửa Scud, ông ta chỉ tin vào những bằng chứng ủng hộ cho niềm tin của mình.

Ngay cả các học giả cũng bị ảnh hưởng bởi sức mạnh của các thành kiến. Trong những năm 1980, Viện Giáo dục Quốc gia (NIE) yêu cầu sáu học giả tiến hành một bản phân tích về các nghiên cứu đương thời đối với tính hiệu quả của các trường học xóa bỏ phân biệt chủng tộc. Hai trong số họ được cho là nghiêng về ủng hộ các trường mở rộng giới, hai người phản đối, và hai người không ủng hộ cũng như không phản đối. Điều chắc chắn là, sự khác biệt trong những nghiên cứu của họ cũng tương đương với khuynh hướng tư tưởng. Sự khác biệt là rất nhỏ, và được xem như một chứng cứ đối với sức mạnh của phương pháp nghiên cứu khoa học trong việc kiểm soát thành kiến. Tuy nhiên, ở đó vẫn tồn tại thành kiến.

Một khi bạn biết về thành kiến, thật dễ dàng để kiểm tra điều đó ở những người khác. Thành kiến xuất hiện khi các nhà phân tích của CIA phủ nhận các bằng chứng cho rằng chính quyền Iraq đã thực sự hủy bỏ các vũ khí hóa học, sinh học và chỉ chăm

chăm tìm kiếm những dấu hiệu cho thấy Saddam Hussein đang duy trì các kho chứa vũ khí này. Nó giải thích tại sao quá nhiều người tin vào tâm linh học và rằng tại sao các nhà chiêm tinh rõ ràng chỉ chiêm nghiệm những tiên đoán chính xác mà bỏ qua những điều không đúng. Nó cũng giải thích tại sao một khi có ai đó tạo ra ấn tượng xấu ban đầu trong một cuộc hẹn hoặc trong khi đang phỏng vấn việc làm, ấn tượng đó sẽ khó phai nhạt. Vì thành kiến mà các nhà khoa học chân chính cố gắng chủ động tự *bác bỏ* những chủ thuyết của chính mình. Nếu không, họ dễ dàng rơi vào tình trạng chỉ chấp nhận những bằng chứng ủng hộ.

Để tránh chiếc bẫy tâm lý này, hãy áp dụng một phương pháp khoa học đơn giản đối với các tuyên bố mang tính chính trị hay các thông điệp quảng cáo. Khi chúng nghe đầy hấp dẫn, hãy tự hỏi mình điều gì có thể chứng minh là nó không đúng và bằng chứng nào bạn không thể xem xét. Bạn có thể thấy rằng rõ ràng khuynh hướng đảng phái hay sự giáo điều đang ngăn bạn khỏi những dữ liệu thực tế.

Chiếc bẫy "Tôi biết mình đúng"

Có những căn cứ cho thấy càng tiếp nhận nhiều thông tin sai lệch, chúng ta càng khẳng định là mình đúng. Trong một cuốn sách nghiên cứu khá thú vị, được xuất bản năm 2000, nhà tâm lý chính

THẾ GIỚI LỘC LỬA

trị James H. Kuklinski và các đồng nghiệp cho biết nhiều điều từ một cuộc khảo sát qua điện thoại với 1.600 người dân bất kỳ ở Illinois. Họ thấy rằng chỉ có một số ít là nắm rõ thông tin về hệ thống phúc lợi: 3% trả lời đúng các câu hỏi. Điều đó không mấy ngạc nhiên, nhưng điều đáng phải cảnh báo đối với chúng ta là: Những người tin vào những điều mơ hồ lại là những người bày tỏ sự tự tin cao nhất vào niềm tin của mình.

Với những người trả lời chính xác rằng chỉ có 7% gia đình người Mỹ được hưởng phúc lợi, chỉ dưới một nửa nói rằng họ rất tự tin hay tương đối tự tin vào câu trả lời của mình. Nhưng 74% những người có câu trả lời là cao hơn tỷ lệ 7% đó nói rằng họ rất tự tin hoặc tương đối tự tin, cho dù con số họ đưa ra (25%) cao hơn ba lần so với thực tế. Triệu chứng "Tôi biết mình đúng" này đồng nghĩa với việc những người cần phải xem xét lại bức tranh trong đầu của mình nhất chính là những người kiên định nhất với suy nghĩ của mình. Đối với những người như vậy, người ta thường nói là họ "thường mắc sai lầm nhưng không bao giờ nghi ngờ".

Chiếc bẫy "Tính khẩn thiết"

Các nghiên cứu tâm lý cho thấy khi bị thách thức bởi những quyết định khó khăn và khẩn thiết, chúng ta có xu hướng phóng đại sự khác biệt. Nhà tâm lý

Chương 4: Sùng bái UFO - Vì sao chúng ta mắc lừa?

học Jack Brehm đã trình bày vấn đề này trong một cuốn sách nổi tiếng xuất bản năm 1956. Ông đã cho những người phụ nữ đánh giá tám sản phẩm khác nhau như lò nướng bánh và máy pha cà phê, sau đó để họ dùng một thứ, nhưng chỉ cho phép họ lựa chọn hai trong các sản phẩm đó. Ông đặt ra một số quyết định thuộc loại "ngay lập tức", nghĩa là quyết định giữa hai sản phẩm mà những người phụ nữ đó đánh giá giống nhau. Loại kia được gọi là quyết định từ từ với biên độ mở rộng hơn trong cách đánh giá. Sau khi những người phụ nữ đã thực hiện sự lựa chọn của mình, Brehm yêu cầu họ đánh giá lại các sản phẩm đó. Lần này, những người phụ nữ đã được yêu cầu phải thực hiện ngay quyết định có xu hướng chủ động hơn với sản phẩm mà họ lựa chọn trước đó và chần chừ hơn về sản phẩm mà họ từ chối. Sự thay đổi này ít rõ ràng hơn đối với những người phụ nữ có thời gian để đưa ra quyết định.

Các nhà tâm lý học gọi đây là hiệu ứng "phạm vi lựa chọn", một khuynh hướng tự nhiên của con người làm cho mình cảm thấy thoải mái hơn với những sự lựa chọn mà họ đưa ra, cho dù không chắc chắn về mức độ chính xác hay độ nhất quán. Chúng ta khao khát sự chắc chắn, và không muốn phải mãi mãi lo âu về việc mình đã lựa chọn đúng hay chưa. Thói quen tâm lý này giúp chúng ta tránh lâm vào tình trạng dùng dằng chẳng quyết, nhưng

THẾ GIỚI LỘC LỬA

nó cũng có thể khiến tâm lý chúng ta thay đổi khó khăn hơn cần thiết khi mà thực tế thay đổi, hay khi chúng ta đánh giá lầm các dữ liệu ngay trong tình huống đầu tiên. Một lúc nào đó, chúng ta cần phải hỏi: Mình có cảm nhận theo cách này khi lần đầu tiên mình mua thứ đó không (hay nghe cuộc tranh luận đó)? Có dữ kiện mới nào xuất hiện kể từ lúc mình đưa ra quyết định ban đầu?"

Chúng ta rất dễ bị rơi vào những chiếc bẫy như trên, bởi vì con người hầu hết thường hành động theo thói quen tâm lý, sử dụng những suy luận "di tắt" có sẵn mà không cần phải thực sự suy nghĩ về mọi thứ một cách kỹ càng. Hãy cùng xem xét một thí nghiệm nổi tiếng được thực hiện bởi nhà tâm lý học Ellen Langer, trường Havard, vào năm 1978. Bà và các đồng nghiệp đã nhiều lần thử chen ngang nhiều người để sử dụng một chiếc máy photo tổng hợp. Với một số người, họ nói: "Xin lỗi, tôi có thể sử dụng chiếc máy photocopy này không, vì tôi đang rất vội?" 94% trường hợp được hỏi cho phép họ chen ngang. Với những người khác, các nhà nghiên cứu chỉ nói: "Xin lỗi, tôi có thể sử dụng chiếc máy photocopy này không?" mà không kèm theo một lời giải thích nào. Trong trường hợp này, họ chỉ thành công có 60%. Như vậy, kết luận mà bạn mong đợi là: Chúng ta sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho người đưa ra yêu cầu với những lý do thích

Chương 4: Sùng bái UFO - Vì sao chúng ta mắc lừa?

hợp, chứ không phải là những người muốn vượt lên trước chỉ vì những tiện lợi cá nhân. Nhưng đây mới là điểm đáng chú ý: Langer đã cho thấy việc đưa ra một lý do hiển nhiên giả tạo cũng có hiệu quả như việc đưa ra một lý do chính đáng. Khi những người trong nhóm nghiên cứu nói: "Xin lỗi, tôi có thể sử dụng chiếc máy photocopy này không, vì tôi phải làm một số bản copy?", tỷ lệ thành công là 93%.

"Vì tôi phải làm một số bản copy" hiển nhiên không phải là một lý do. Kết luận của Langer là chủ thể của cuộc thử nghiệm phản ứng với từ "bởi vì" mà không lắng nghe hay suy nghĩ về lý do được đưa ra. Họ đang ở trong tình trạng mà bà gọi là "không tư duy".

Những người khác cũng thể hiện xu hướng vô thức như vậy, ngay cả với các sinh viên được xem là thông minh hơn người bình thường. Robert Levine, một giáo sư tâm lý tại trường Đại học California State, Fresno, đã thử nghiệm ở nhiều mức độ khác nhau trong một buổi bán bánh trong trường. "Bạn có muốn mua một chiếc bánh không?", câu hỏi đó cho kết quả là chỉ có 2 trong số 30 người đi qua mua bánh. Nhưng các đồng nghiệp của ông bán nhiều gấp sáu lần khi họ đưa ra câu hỏi: "Bạn có muốn mua một chiếc bánh không? Nó được dành cho một dự án tốt đấy". Trong số 30 người đi ngang qua được

THẾ GIỚI LỘC LỬA

yêu cầu mua bánh, 12 người đã mua. Và chẳng có ai thèm quan tâm hỏi "dự án tốt" đó là cái gì.

Các nhà quảng cáo sử dụng sự hiểu biết từ những cuộc nghiên cứu như vậy để chống lại chúng ta. Một người bán hàng thương mại điện tử tên là Alexi Neocleous nói với các khách hàng tiềm năng rằng nghiên cứu của Langer cho thấy "bởi vì" là "một từ huyền diệu, (rằng) một cách lịch sự, nó buộc người ta phải oằn mình tới đầu gối và vô phương chống đỡ lời mời của bạn". Ông nói thêm: "Bài học cho bạn là, hãy đính kèm vào viễn cảnh của bạn một lý do, không quan tâm là nó ngu ngốc đến mức độ nào đối với BẠN!"

Bài học mà chúng ta phải rút ra với tư cách là người tiêu dùng và một công dân là điều khác: Hãy cẩn thận với những lý do không thích hợp hay không thực sự tồn tại. Hãy đưa ra những quyết định quan trọng một cách thận trọng. "Vô thức" và sự phụ thuộc vào tư duy ngắn gọn trong những trường hợp thông thường là chấp nhận được. Chúng ta có thể không quá sai lầm khi mua một bánh xà phòng hay thuốc đánh răng khá phổ biến, thậm chí ngay cả khi "bán chạy nhất" không thực sự đồng nghĩa với "tốt nhất". Thông thường, những nhãn hàng phổ biến nhất là sự lựa chọn tốt. Nhưng khi chúng ta quyết định về một nhãn hiệu lớn, chúng ta cần phải động não và suy nghĩ kỹ càng hơn.

Chương 4: Sùng bái UFO - Vì sao chúng ta mắc lừa?

Vậy làm thế nào để ta có thể thay đổi được tình trạng này? Các nghiên cứu cho thấy khi con người bị cưỡng ép phải "phản biện", để bày tỏ quan điểm của phía bên kia cũng như của mình, họ có xu hướng chấp nhận những bằng chứng mới hơn là rũ bỏ nó. Chúng ta cùng xem một trường hợp mà Jonathan Baron, trường Đại học Pennsylvania, gọi là sự chủ động cởi mở. Baron đề xuất việc kiểm tra những ấn tượng ban đầu bằng cách tìm kiếm các bằng chứng chống lại cũng như ủng hộ những ấn tượng đó. "Khi tìm được một giải pháp thay thế hay chống lại các bằng chứng, chúng tôi phải cân nhắc điều đó một cách công bằng", ông viết trong cuốn "Phán quyết lầm lạc". "Tất nhiên, đôi khi cũng có những tình huống "chẳng ở bên nào", hoặc có thể nó quá sai trái hay ngu ngốc khiến chúng tôi có thể loại bỏ ngay lập tức. Nhưng nếu chúng ta không rộng lượng tiếp nhận nó, chúng ta sẽ không bao giờ thực sự biết nó là gì".

Điều đó nghe có vẻ ấn tượng. Chúng ta cần phải tự hỏi mình: "Đây có phải là những dữ liệu mà mình không biết bởi mình đã không tìm kiếm chúng? Mình đã bỏ qua tình huống nào ở đây?" Hoặc là chúng ta có thể sẽ có cái kết giống như những người đi theo bà Keech, thuyết giảng với niềm tin rằng người bảo vệ từ hành tinh Clarion thực sự tồn tại. Hay như trường hợp giận dữ của tướng Schwarzkopf chối bỏ

THẾ GIỚI LỘC LỬA

sự thật về những chiếc xe bồn chở nhiên liệu bị đốt cháy. Tốt hơn là chúng ta nên nhận biết về tâm lý của chính mình. Chúng ta cần biết rằng não bộ luôn có xu hướng "sáng lên" để củng cố những niềm tin có sẵn khi chúng ta nghe một ứng cử viên yêu thích nói chuyện hay những quan điểm của chúng ta bị thách thức. Để tránh bị lừa (hoặc tự lừa chính bản thân mình), chúng ta phải chắc chắn rằng những bức tranh hiện hữu trong đầu chúng ta phản ánh đúng thế giới bên ngoài.

Sự thật có thể cứu được mạng sống

Có được sự thật chính xác là vô cùng quan trọng. Nó có thể tiết kiệm được cho bạn tiền bạc, sức khỏe, thậm chí là cả tự do.

Chúng tôi không hề phóng đại điều đó một chút nào. Ví dụ về vấn đề này là trường hợp của Daniel Bullock, một bác sĩ ở California, người đã bị lừa bởi một kẻ môi giới trốn thuế bản thủ và sau đó phải đón tiếp những vị khách không mời mà tới, có mang theo cả súng ống và phù hiệu. "Cô con gái 17 tuổi của tôi ra mở cửa thì thấy một số đặc vụ liên bang có trang bị vũ khí, nói là ở ban điều tra tội phạm (IRS)", ông kể. "Đó là một ngày tồi tệ". Sự việc tồi tệ hơn nữa vẫn còn tiếp diễn: Bullock bị tước giấy phép hành nghề và phải chịu án phạt 8

THẾ GIỚI LỘC LỬA

tháng tù giam trong nhà tù liên bang. Tất cả chỉ vì ông đã không kiểm tra sự thật khi kẻ môi giới dẻo mồm lừa ông những điều liên quan đến mưu đồ trốn thuế bất lương.

Bullock là một bác sĩ phẫu thuật chỉnh hình ngoan đạo ở Mount Shasta, California. Ông đã từng làm việc tình nguyện tại Trung Mỹ. Nhưng cũng giống như nhiều người khác, ông ghét việc phải đóng thuế và luôn bày tỏ sự bức tức đó khi nghe những câu chuyện kể về những người đã trốn thuế thành công. "Khi tôi biết được một số thông tin bí mật về cách thức làm thế nào những người giàu có tránh được thuế, tôi đã rất quan tâm đến chúng", Bullock nói tại một phiên điều trần trước tiểu ban Thượng nghị viện năm 2002, sau khi ông đã thụ xong án tù. "Hắn ta kể một câu chuyện rất hấp dẫn, một phương pháp rất dễ thực hiện và một chiến lược "thành công", hàng trăm khách hàng và nhiều quan điểm pháp lý ủng hộ cho chương trình của hắn". Bullock đã rơi vào chiếc bẫy "Tôi không muốn nghe điều đó". Ông đã quá tin chắc rằng "con người hảo tâm" kia đã khám phá ra một cách thức hợp pháp để trốn thuế, và ông đã không để ý tới những dấu hiệu ngược lại với những điều ông thấy.

Bullock đã trả giá cho kế hoạch ngớ ngẩn đó khi gửi các khoản thu nhập của ông ta theo đường vòng tới Caribe, thông qua hàng loạt ngân hàng ngoại

quốc và các tổ chức "phi lợi nhuận". Các tổ chức này chuyển tiền trở lại cho ông ta bằng cách trả tiền thế chấp và các chi phí sinh hoạt cá nhân khác. Điều đó khiến cho tiền của Bullock khó bị IRS truy cứu nguồn gốc. Nhưng vẫn chưa đủ bí mật, bởi nó không thể xóa được các bốn phạm pháp lý của Bullock như trả thuế cho những thứ mình sử dụng. Đó là một âm mưu đen tối, vì rất rõ ràng, Bullock đã bị truy tố và vào tù. Vị thẩm phán tuyên phạt Bullock nghĩ rằng việc này rất dễ nhận biết đối với bất kỳ ai. "Một đứa trẻ lên mười cũng biết đây hiển nhiên là việc làm phạm pháp", ông nói.

Bullock đã có thể tránh xa được nhà tù nếu như ông ta áp dụng một chút cách nhìn "chủ động - cởi mở" và tự hỏi chính mình về mức độ cho phép của IRS đối với cách làm lắt léo này. Lẽ ra, ông cũng nên gọi điện thoại cho ai đó, không phải là kẻ môi giới đã nhận từ ông hàng ngàn đô la phí "dịch vụ". Luật sư riêng hoặc kế toán của ông đã có thể nhanh chóng phân tích kỹ lưỡng cho ông về quan điểm của IRS đối với những vụ vận chuyển tiền mờ ám và rửa tiền quốc tế này. Bullock lẽ ra cũng đã có thể truy cập Internet để tìm kiếm tên của kẻ môi giới đã lừa gạt ông ta. Điều đó cũng giúp ông biết được sự thật về kẻ đã từng bị buộc 7 tội liên quan tới việc hỗ trợ lập sổ sách gian lận hoàn thuế. Ngày nay, chỉ một cú nhấn chuột đơn giản để truy tìm thuật ngữ "gian lận

THẾ GIỚI LỘC LỬA

thuế", người ta có thể nhận được hàng trăm trang thông tin, với lời cảnh báo nghiêm túc về những âm mưu tương tự và kết quả của các vụ điều tra. Hãy tự mình thử điều đó.

Câu chuyện của Bullock cho thấy, việc để cho các thông tin xấu thoải mái tiếp cận con người có thể đem lại những hậu quả tồi tệ. Ông ta không phải là trường hợp duy nhất. Hàng ngàn người đã sử dụng chương trình trốn thuế như chương trình Bullock đã sử dụng. Trong khi đang được hưởng tự do thoải mái, họ lại chấp nhận rủi ro: không đóng thuế đầy đủ, phải đối mặt với án phạt, lợi ích bị ảnh hưởng nặng nề bởi việc truy thu thuế sau khi hành vi phạm pháp bị lộ tẩy. Một số có thể biết họ bị lôi kéo vào các hành vi phạm pháp, nhưng chúng tôi nghi ngờ rằng phần lớn mọi người lại giống như Bullock, tích cực, hăng hái hay chậm chạp đều liên quan đến vấn đề cải tiến việc hoàn thuế thu nhập cá nhân của họ. Và đó rõ ràng là vấn đề có hay không việc chúng ta đã bị lừa dối bởi một người nào đó một cách dễ dàng, hoặc đã thất bại trong việc thoát khỏi những giả định mơ hồ của chính mình. Cái giá để có được sự đúng và sai cũng giống như chúng ta bị lừa dối hoặc tự lừa dối, thông tin sai hoặc bị thông tin sai, bị lừa dối bởi người khác hoặc bị lừa dối bởi chính những hình ảnh trong đầu chúng ta. Thông điệp ở đây thật là đơn giản: vấn đề sự thật.

"Hiệu ứng con ngỗng xám"

Hầu hết các thông tin xấu không làm bạn phải vào tù hay ảnh hưởng tiêu cực tới công việc của bạn. Nhưng đa phần, nó sẽ khiến bạn phải trả giá bằng tài chính. Minh chứng cho điều này, chúng ta không phải tìm đâu xa, chính là trường hợp dầu rắn mà chúng tôi đã đề cập ở chương 1. Chúng ta cũng có thể bị thôi thúc phung phí quá nhiều tiền theo các cách tinh vi khác nhau. Lấy ví dụ, người tiêu dùng thường có xu hướng nghĩ rằng sản phẩm có giá càng cao thì chất lượng càng tốt, và tốt hơn những thứ có giá rẻ hơn. "Hàng rẻ là hàng rởm" có thể là một thành ngữ quen thuộc đối với nhiều người. Nhưng không phải lúc nào nó cũng đúng là như vậy. Trong những năm 1950, Pepsi cạnh tranh với Coca-Cola bằng cách bán nước ngọt của hãng này với giá rẻ bằng một nửa so với sản phẩm cùng loại của Coca, đồng thời quảng cáo là "nhiều gấp đôi với cùng một giá". Nhưng nhiều người lại mua Pepsi hơn sau khi nó tăng giá. Một bài học khác không thể bỏ qua đối với các nhà quảng cáo, đó là một hãng rượu không hề có tiếng tăm ở Xcốt-len cũng tăng doanh thu sau khi nâng giá bán các sản phẩm của mình. Điều đó đã giúp người tiêu dùng hiện nay biết đến một thương hiệu Chivas Regal.

Ngày nay, hiện tượng đó được gọi là hiệu ứng "Ngỗng xám". Nó xuất hiện sau sự kiện một hãng

Vodka* bán khá chạy của Pháp xâm nhập vào thị trường Mỹ năm 1997. Họ bán sản phẩm "Ngỗng xám" của mình với giá 27 đô la/chai, gần gấp ba lần giá của nhãn hiệu hàng đầu trên thị trường, Smirnoff. Doanh số của "Ngỗng xám" bùng nổ. Theo các điều luật của chính phủ liên bang, Vodka được định nghĩa là "thức uống trung tính,... không có đặc tính phân biệt, hương vị, hay vị giác". Bởi vậy, thật khó làm thế nào để có thể nhận biết được một chai Vodka ngon gấp ba lần so với một chai Vodka mang nhãn hiệu khác, cũng như bất kỳ loại Vodka nào có chung một phương thức sản xuất. Đồ uống này về cơ bản là cồn sạch chưng cất với nước.

Khi biên tập viên khó tính của nhà xuất bản Random House, Tim Bartlett, lần đầu tiên biết đến điều này, ông đã phản đối: "Nhìn chung, các chai Vodka đắt tiền rõ ràng là ngon hơn những loại rẻ tiền, những thứ mà khi nhấp vào người ta có cảm tưởng như đang uống cồn". Chúng ta có thể chắc chắn rằng khi Tim và nhiều người khác nhắm nháp một ly Vodka nó sẽ mang lại cảm giác như thế nào.

**Vodka là chất lỏng bao gồm nước và ethanol, qua tinh chế bằng chưng cất nhiều lần từ các chất liệu được lên men như khoai tây, lúa mì hay củ cải đường, mật đường và một lượng không xác định hương vị. Rượu Vodka thông thường có tỉ lệ cồn chiếm từ 35-50%. Rượu Vodka truyền thống của Nga, Lit-va và Ba lan có tỉ lệ là 40%.*

Nhưng họ đang đưa ra phán xét chỉ dựa trên nền tảng những gì mà họ đã cảm nhận. Có thể họ cũng viện cả mức giá có lẽ là vô tình, mà họ đã phải trả cho chai Vodka đó. Số lượng các lần quảng cáo mà họ đã xem thuyết phục họ rằng chai Vodka đắt tiền đó ngon hơn, được cảm nhận bởi những con người tinh tế, sành điệu, cũng có thể là còn bởi vì cách thiết kế mẫu mã bắt mắt của chai rượu. Chúng ta có thể đồng ý rằng chai rượu "Ngỗng xám" nhìn đẹp hơn chai Smirnoff, nhưng điều đó không liên quan gì tới chất lượng bên trong của chai rượu. Hãy thử so sánh các nhãn hiệu rượu với nhau mà không sắp xếp các suy nghĩ rằng loại này tốt hơn loại kia để xem điều gì xảy ra. Họa sĩ (và blogger) Andrea Harner ở thành phố New York đã làm điều này. Bà và chồng mình, Jonah Peretti, đã mời một số người bạn đến tham gia một cuộc thử nghiệm. Đó là vào tháng 3 năm 2006, các khách mời bị bịt mắt và được yêu cầu nếm thử hai loại rượu: Smirnoff và "Ngỗng xám". Kết quả là, 8 trong số 16 người chọn chính xác tên rượu. Độ chính xác là 50%, kết quả y hệt như bạn có thể đạt được khi tung một đồng xu. Các khách mời của bà Harner phân biệt tốt hơn khi được yêu cầu thử với Coke và Pepsi thông thường: 70% người được hỏi đã trả lời đúng.

Vị giác xuất phát từ chủ quan, và bạn có thể kết luận rằng ảo giác về việc nếm thử gì đó ngon hơn rất đáng quan tâm. Hoặc có thể, khẩu vị của bạn tinh tế

THẾ GIỚI LỘC LỬA

hơn của bà Harner và những người bạn. Vấn đề của chúng ta là, đơn giản thôi, mức giá cao hơn tạo cho chúng ta cảm giác rằng sản phẩm đó tốt hơn, thậm chí ngay cả khi nó không đúng như vậy. Với những trường hợp như Vodka, Soda, hay bất kỳ thứ đồ uống nào khác, bạn không biết chính xác cái nào cho ta cảm giác ngon hơn trừ khi bạn thí nghiệm với một chiếc khăn bịt quanh mắt. Như bà Harner đã viết: "Vấn đề là điều đó tạo ra RẤT NHIỀU thách thức khó khăn, hơn cả mong đợi của mọi người. RẤT NHIỀU. Tôi cá là bạn dám thử điều đó". Ít nhất, thí nghiệm của bà cũng cho thấy bạn có thể đổ Smirnoff vào một chai rượu "Ngỗng xám" và người ta sẽ không thể nào nhận ra được sự khác biệt.

Không chỉ có ngành rượu, khái niệm "tiền nào của ấy" cũng được nhiều ngành khác khai thác. Nhiều trường cao đẳng, đại học tư nhân xây dựng mức học phí tương đương (thậm chí là cao hơn) so với mức tại Harvard, Princeton, và Yale, với hy vọng các bậc phụ huynh và sinh viên sẽ suy nghĩ đơn giản là "tiền nào của ấy". Tạp chí Người tiêu dùng thực hiện một thí nghiệm được xây dựng một cách cẩn thận trên nhiều loại sản phẩm, từ xe ô tô cho đến lò nướng bánh hay ti vi. Họ phát hiện ra rằng, hàng hóa rẻ tiền thường có chất lượng cao hơn những thứ tốn nhiều tiền hơn. Ví dụ, vào năm 2006, so sánh giữa các loại máy hút bụi đứng trên trang web của tạp chí, chiếc Eureka Boss Smart Vac Ultra 4870, trị giá

Chương 5: Sự thật có thể cứu được mạng sống

140 đô la được đánh giá cao hơn chiếc Kirby Ultimate G Diamond Edition, trị giá 1.330 đô la hay chiếc Oreck XL21-700, có giá 700 đô la. Chiếc Eureka tốt hơn so với chiếc Dyson DC15, đề giá 500 đô la, được quảng cáo nhiều hơn. Dyson nói rằng sản phẩm của họ "không bao giờ mất đi sức cuốn hút". Có thể điều đó đúng. Nhưng từ Người tiêu dùng với các thí nghiệm độc lập lại thấy rằng chiếc Eureka hút bụi trên thảm tốt hơn, mà giá chỉ bằng 1/3.

Sự thiếu đồng bộ giữa giá cả và chất lượng đã được chỉ ra từ nhiều năm nay. Trở lại năm 1979, giáo sư kinh tế trường Đại học Iowa, Peter C. Riesz đã kiểm tra, đánh giá trên tờ Người tiêu dùng với tỷ lệ 679 loại thực phẩm đóng gói khác nhau trong hơn 15 năm. Ông nhận thấy mối tương quan giữa giá cả và chất lượng là "gần bằng 0". Nói cách khác, giá cả có ý nghĩa rất nhỏ đối với chất lượng. Những thứ có giá rẻ hơn nhưng chất lượng tốt hơn chiếm tới hơn một nửa.

Bởi thế cho nên, đừng bị lừa bởi các bảng giá. Đi dạo các cửa hàng và suy nghĩ rằng đôi khi những sự lựa chọn ít đắt tiền hơn lại vẫn cho kết quả như ý. Trong một số trường hợp, "của rẻ không hề là của ôi". Quả là xứng đáng để kiểm tra sự thật!

Bán hy vọng sai lầm

Việc có được những thông tin không chính xác, không những chỉ khiến bạn phải trả giá bằng tiền

THẾ GIỚI LỘC LỬA

bạc, hoặc gặp rắc rối với các vấn đề liên quan đến luật pháp, mà nó còn có thể đẩy bạn vào bệnh viện, hoặc tồi tệ hơn thế nữa. Chúng ta hãy cùng xem xét câu chuyện đau lòng của một bệnh nhân ung thư có tên là Chuck Hysong, tại Hendersonville, bắc Carolina. Theo vợ của ông, Pamela, tình trạng sức khỏe của ông đã cải thiện khi được bác sĩ chuyên khoa cho áp dụng một phác đồ điều trị mới. Nhưng 21 giờ, ngày 12 tháng 4 năm 2002, ông đã uống một loại thuốc có tên là Optimizer ENG-C, mua từ một người do người thân của ông giới thiệu. Người thân của Chuck không tin tưởng vào bác sĩ mà tin vào những liệu pháp "thay thế".

Bà Hysong nói rằng, bà đã van xin chồng không nên uống thứ thuốc đó. Vì người bán thuốc "đã nói với chồng tôi rằng loại thuốc này có tỷ lệ chữa bệnh 100% đối với các trường hợp ung thư xương", bà Hysong kể lại. Điều đó rõ ràng là hoàn hảo đến mức khó tin. Và rõ ràng là có những dấu hiệu cảnh báo khác. Người bán thuốc từ chối cung cấp danh sách thành phần của 'thuốc', bà Hysong nói. Bà cho biết thêm rằng người bán thuốc đòi 5.000 đô la cho viên thuốc. Hơn thế, ông ta còn không cung cấp bất kỳ một loại giấy bảo hiểm y tế nào. Bà từ chối trả tiền, nhưng người thân của Chuck Hysong đã trả 2.000 đô la trong lần đưa tiền đầu tiên. "Chuck tuyệt vọng", bà Hysong nói. "Anh ấy vẫn còn tương đối trẻ, hiển nhiên là chưa sẵn sàng ra đi, và anh ấy sẵn sàng thử

bất cứ thứ gì mà anh ấy cho là hợp lý". Điều đó là điển hình với những người có bệnh nặng, những người không còn niềm tin vào khoa học. Họ trở thành nạn nhân của những tên lang băm và những kẻ lừa đảo. Kết quả là không những mất tiền mà đôi khi còn phải chịu những thiệt hại nặng nề cho sức khỏe của chính mình.

Bà Hysong miêu tả lại những gì đã xảy ra với chồng mình sau khi uống loại thuốc có tên Optimizer, trị giá 2.000 đô la: "Vào khoảng 21 giờ 30 phút, anh ấy bị tiêu chảy không kiểm soát, nước mũi chảy liên tục. Anh ấy bị ảo giác rằng có khói bốc ra từ bên trong người. Người anh ấy trở nên rất nóng. Anh ấy gây ra nhiều tiếng ồn không thể kiểm soát và có cảm giác buồn nôn. Anh ấy sợ hãi và tức giận. Sau khoảng một giờ bị tiêu chảy, khi anh ấy thử đứng lên, nhưng không thể làm được nếu không cố gắng hết sức. Anh ấy không thể đi trở về giường".

Bà Hysong vội vã tới bệnh viện nơi chồng mình phải ở lại đó cả đêm. Bà cho biết, ông bị "mất nước, suy nhược, và đáng xấu hổ là chính ông ta tự gây ra điều đó cho mình". Tình trạng sức khỏe được cải thiện trước đó đã không còn, "khoảng một tuần sau, anh ấy bắt đầu ốm trở lại", bà Hysong nói. "Tôi không biết điều đó có phải là trùng hợp không hay là vì sức ép của cơ thể". Chuck Hysong chết ba tháng sau đó. Bệnh ung thư đã giết ông ta, nhưng như bà

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Hysong miêu tả, viên thuốc đã khiến ông phải chịu đựng nhiều đau đớn hơn, làm suy nhược cơ thể hoàn toàn trong những ngày cuối cùng.

Báo động tình trạng nguy hiểm vẫn ở cấp độ Đỏ*. Robert Dowling, người bán cho Chuck Hysong những viên thuốc, đang điều hành một cơ sở được gọi là Viện Công nghệ bắc Carolina. Mặc dù, Dowling khẳng định không hề tiến hành một cuộc thử nghiệm y học chính thức nào, vào năm 2006, trên trang web của mình, www.cancercured.org, người này vẫn đưa ra thông tin tuyên bố đã có biện pháp phát hiện và chữa bệnh ung thư vú trước khi bệnh di căn. Gã này đã từng kinh doanh công việc này ở nam Carolina trước khi chuyển lên phía bắc. Tại nam Carolina, các nhà chức trách đã cấm việc kinh doanh của hắn vào tháng 9 năm 2001, sau cái chết của một bệnh nhân, một phụ nữ 71 tuổi bị bệnh ung thư dạ dày.

**Tại nước Mỹ, hệ thống an ninh nội địa được chia thành nhiều mức độ đe dọa nguy hiểm khủng bố với các màu sắc được mã hóa: đỏ (cực kỳ nguy hiểm), da cam (nguy hiểm cao độ) và các dấu hiệu cảnh báo khác (màu vàng, màu xanh nước biển, màu xanh lá cây). Tương ứng với mỗi màu, chính quyền liên bang và các cơ quan an ninh sẽ có những biện pháp kiểm tra tương ứng. Theo giới truyền thông Mỹ, hệ thống này còn được gọi là "cấp cảnh báo khủng bố".*

Một vài tháng sau, Cơ quan kiểm soát Dược phẩm và Thực phẩm Mỹ đã cảnh báo Dowling về việc gã này bán các thiết bị y tế chưa qua kiểm định một cách bất hợp pháp. Dowling đã quảng cáo một sản phẩm có tên "Bioscan 2010", một bộ thiết bị y tế gia đình có khả năng chẩn đoán được bệnh. Sau đó, gã này phải chuyển đến một thị trấn nhỏ ở Hot Springs, bắc Carolina.

Điều gì thực sự giết chết phụ nữ?

Điều đáng nguy hiểm hơn bất kỳ một phương thuốc của gã lang băm nào chính là việc tiếp nhận thông tin sai lệch về cơ thể và sức khỏe của mình. Hàng triệu người trong chúng ta đã làm điều đó mà không hề cảm thấy phân vân, đặt câu hỏi. Vào năm 1997, phụ nữ và nam giới trưởng thành hầu hết đều coi bệnh ung thư vú là căn bệnh có tỷ lệ chết người cao nhất đối với phụ nữ. Thực tế không hề như vậy và sẽ không bao giờ là vậy. Thực tế không được quan tâm là tỷ lệ phụ nữ chết vì bệnh tim cao gấp 9 lần, và cao gấp 2 lần bởi đột quy. Ung thư phổi cũng gây tỷ lệ chết người ở phụ nữ cao hơn ung thư vú. Các căn bệnh kinh niên liên quan tới phổi như khí thũng cũng tương tự. Hơn thế, rất nhiều căn bệnh chết người này đều có thể phòng tránh nếu người phụ nữ mừng tượng được phương pháp chữa bệnh chính xác hơn cho sức khỏe của chính mình, từ đó có những phản ứng thích hợp.

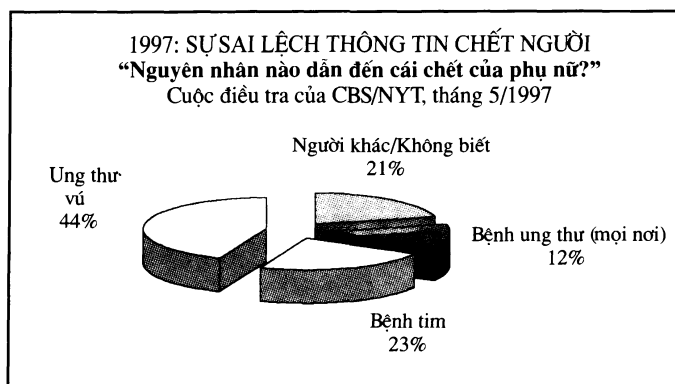
THẾ GIỚI LỘC LỬA

Điều chắc chắn là, mỗi quan tâm tới bệnh ung thư vú đã đem lại nhiều lợi ích, khiến phụ nữ chắc chắn phải quan tâm hơn tới việc kiểm tra các căn bệnh ung thư ở giai đoạn có thể chữa trị, thông qua chụp tia X định kỳ và tự kiểm tra. Đó là một lý do khiến tỷ lệ người chết vì bệnh ung thư vú giảm hẳn. Nhưng thực tế là, lẽ ra phụ nữ phải quan tâm nhiều hơn tới các căn bệnh khác như bệnh tim, đột quỵ và bệnh phổi hơn là ung thư vú. Lẽ ra họ phải tự chấn chỉnh bản thân mình trước những dấu hiệu cảnh báo của bệnh tim (dù sao, những dấu hiệu này ở phụ nữ cũng khác biệt so với nam giới), từ đó đề ra các biện pháp phòng ngừa và xây dựng thói quen tập luyện thể dục. Đối với hàng triệu phụ nữ hút thuốc lá, thực tế đó có thể thuyết phục họ bỏ thuốc lá. Mọi người đều biết, hút thuốc làm gia tăng nguy cơ mắc bệnh phổi và tim. Nhưng những thông tin chính xác về số lượng phụ nữ chết vì các căn bệnh này có thể khiến người hút thuốc có thêm động cơ để từ bỏ thói quen xấu của mình. Tóm lại, những dữ liệu thực tế có thể cứu sống đời người.

Thật dễ dàng để thấy tại sao nhiều ý kiến sai lầm, không hẳn là vì những lừa đảo có tính chủ đích, mà vì ung thư vú thu hút sự quan tâm to lớn của giới truyền thông. Nó cũng chính là kênh thông tin mà mọi người tiếp nhận nhiều nhất. Khi CBS/*New York Times* tiến hành một cuộc thăm dò về việc con người làm thế nào để biết được những thông tin về các vấn

Chương 5: Sự thật có thể cứu được mạng sống

đề liên quan tới sức khỏe, chỉ có 1 trong số 10 người được hỏi nói là từ bác sĩ, 6 trong 10 người nói là từ vô tuyến, báo giấy và tạp chí.



Tuy nhiên, những gì các phóng viên và biên tập viên cho là những thông tin có giá trị, thực tế lại chỉ đem đến cho người đọc của mình một biện pháp tồi. Nó hoàn toàn khác xa với điều mà thực tế con người cần biết. Chúng ta bị lừa bởi những lầm lẫn về việc thường xuyên nghe, thấy điều gì đó, bởi nó liên tục đập vào mắt và vào tai của chúng ta. Lấy ví dụ, như chúng ta đã biết, càng xem nhiều chuyện hình sự trên ti vi, con người càng có xu hướng tin rằng cộng đồng của mình có nhiều tội phạm, ngay cả khi tỷ lệ tội phạm đã thực sự giảm xuống. Các nhà tâm lý học gọi đây là hiệu ứng khám phá thực tế, một thành kiến tâm lý làm gia tăng tính chất và tác động tình cảm hơn thực tế vốn có.

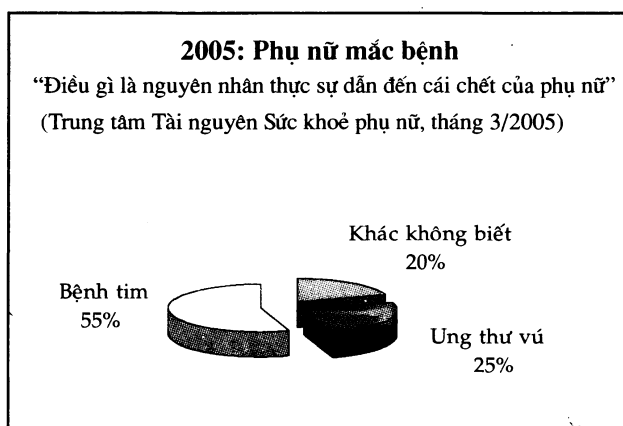
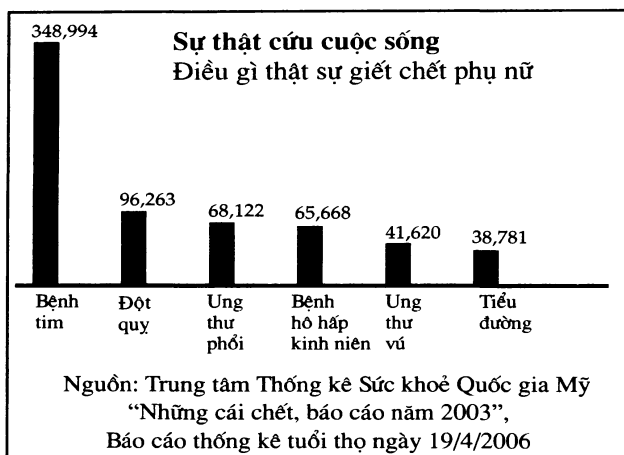
THẾ GIỚI LỘC LỬA

Đáng buồn thay, ung thư vú thu hút rất nhiều sự quan tâm, một phần vì nhiều phụ nữ thoát khỏi căn bệnh này và trở thành những người ủng hộ, xây dựng và tham gia vào các sự kiện thu hút sự quan tâm của công chúng, ví dụ như cuộc đi bộ lớn nhất nước Mỹ "Race for the Cure" (được tổ chức vào chủ nhật, tuần lễ cuối của tháng 9 hàng năm, nhằm gây quỹ cho chương trình ung thư vú). Đó không phải là điều xấu như chúng ta đã phân tích. Nhưng công chúng cần biết đến và quan tâm hơn tới những nguy cơ chết người khác.

Một cuộc thăm dò được tiến hành vào tháng 3 năm 2005 cho thấy, 55% phụ nữ nhận biết chính xác rằng bệnh tim là căn bệnh chết người hàng đầu. Tỷ lệ người trả lời đúng câu hỏi đó vào năm 1997 cao hơn rất nhiều so với hiện tại. Nhưng sự thay đổi đó đòi hỏi phải có một chiến dịch toàn diện của chính phủ Mỹ cũng như Hiệp hội Tim mạch Mỹ và các hội khác. Đệ nhất phu nhân Laura Bush đã tham gia vào một dự án cá nhân liên quan tới bệnh tim ở phụ nữ. Viện Tim, Phổi và Máu Quốc gia cũng đã thực hiện thành công dự án "Red Dress Project" vào năm 2003 khi lồng ghép các nội dung của dự án vào Tuần lễ Thời trang Mercedes Benz, với sự tham gia của 19 nhà thiết kế. Tuy nhiên, 25% phụ nữ vẫn nghĩ ung thư vú là căn bệnh nguy hiểm hơn bệnh tim. Không có một gã lang băm hay thầy thuốc chuyên khoa nào nói với họ rằng: Đó đơn giản là

Chương 5: Sự thật có thể cứu được mạng sống

những thông tin sai lệch. Những thông tin sai lệch ấy có thể giết chết họ và việc có được những dữ liệu chân thực, chính xác, có thể cứu được mạng sống của chính họ.



Sự ngu dốt nguy hiểm

Thanh thiếu niên liều lĩnh với sức khỏe của mình bằng những thông tin sai lệch về quan hệ tình dục. Năm 2005, các nhà nghiên cứu thuộc trường Đại học California, San Francisco viết trên tờ tạp chí y khoa chuyên ngành *Pediatrics*, cho biết về một cuộc khảo sát đối với 580 học sinh lớp 9, thông thường ở tuổi dưới 15. Trong nhóm này, 14% nói rằng quan hệ tình dục qua đường miệng không hề làm lây bệnh hoa liễu, 13% nói rằng có thể bị HIV khi làm điều đó. Thực tế, các nghiên cứu cho thấy quan hệ tình dục có thể làm lây bệnh mụn rộp, viêm gan, giang mai, hoa liễu, lậu và thậm chí cả HIV. Ở đây, sự không hiểu biết có thể dẫn tới việc mắc phải những căn bệnh lây nhiễm nguy hiểm hoặc thậm chí là chết người.

Các con số nghiên cứu cũng chứng minh cho mối nguy hiểm của việc không hiểu biết về tình dục: Thanh thiếu niên nghĩ rằng, thực tế, những người khác có quan hệ tình dục nhiều hơn. Chỉ 13,5% trong số các học sinh lớp 9 nói rằng họ đã có quan hệ tình dục đích thực. Nhưng nhóm này cho rằng, có tới 41% số khác cùng lứa tuổi cũng đã làm như vậy, cao hơn ba lần so với con số thực tế. Do đó, có thể là không hoàn toàn trùng hợp, nhưng 26% nói họ có xu hướng quan hệ tình dục đích thực trong thời gian sắp tới (trong vòng sáu tháng tới)

Chương 5: Sự thật có thể cứu được mạng sống

cao hơn hai lần tỷ lệ học sinh nói đã có trải nghiệm về điều đó. Áp lực của việc được thừa nhận là điều rất quan trọng đối với trẻ vị thành niên. Do đó, việc một học sinh nghĩ có tới ba bạn khác đã có quan hệ tình dục thực sự là nguyên nhân có thể dẫn tới việc học sinh đó cố gắng tìm kiếm cơ hội quan hệ tình dục. Điều đó có thể không xảy ra, một khi học sinh ấy biết được sự thật là thế nào.

Một tình huống tương tự cũng được biết tới ở các sinh viên. Một nghiên cứu tiến hành năm 2003 tại trường Đại học James Madison, Virginia khảo sát thái độ về ứng xử tình dục thông thường khi hẹn hò trong lần đầu tiên (không có dấu hiệu nào sẽ có quan hệ tình dục ngay sau đó). Các sinh viên khi được hỏi về mức độ thoải mái tâm lý mà họ cảm nhận khi thực hiện một loạt các hành vi khác nhau lúc hẹn hò, từ âu yếm trên thắt lưng cho tới giao cấu thực sự. "Nghiên cứu của chúng tôi cho thấy đàn ông tin rằng phụ nữ thoải mái hơn khi tiếp nhận các hành vi này hơn thực tế, và phụ nữ tin rằng những phụ nữ khác cảm thấy thoải mái hơn khi đón nhận các hành vi âu yếm, quan hệ tình dục, so với chính bản thân mình cảm nhận", các nhà nghiên cứu cho biết. "Kết quả là, một số sinh viên nam có thể dẫn người nữ tới những hành vi tình dục thân mật, và

THẾ GIỚI LỘC LỬA

một số phụ nữ có thể tiếp nhận những hành vi này hoặc cự tuyệt một cách yếu ớt, bởi họ tin rằng thật kỳ quặc khi cảm thấy thiếu thoải mái lúc làm điều đó".

Nói cách khác, nếu trẻ vị thành niên và sinh viên biết được những sự thật về những người khác đang thực sự làm gì và họ cảm nhận ra sao, sẽ có ít người phải chịu áp lực tìm kiếm quan hệ tình dục. Tỷ lệ mang thai ngoài ý muốn, bệnh truyền nhiễm qua quan hệ tình dục và thậm chí cả bạo lực tình dục có thể đã giảm.

Các nhà tâm lý học gọi khoảng cách giữa nhận thức và thực tế là đa số không hiểu biết, và nó không chỉ xuất hiện trong tình dục. Hãy cùng xem xét trường hợp nghiện rượu: Các sinh viên có xu hướng nghĩ, thực tế, những người khác cảm thấy thoải mái hơn khi uống rượu. Các nghiên cứu cho thấy, đặc biệt là sinh viên nam có thể trở thành những người nghiện rượu vì họ nghĩ một cách sai lầm rằng đó là điều người ta mong muốn ở họ. Một số ký túc xá sinh viên đang xây dựng một chiến dịch gọi là "Hầu hết Chúng ta", nhằm cung cấp cho sinh viên các số liệu thống kê về thái độ thực sự của những người cùng lứa tuổi khi nói về bia, rượu. Với hy vọng, sự lạm dụng đồ uống có cồn sẽ giảm, khi sinh viên ý thức một cách nghiêm túc, họ sẽ chính là đa số những người nói không với rượu bia.

Những sự thật giết người

Bạn không biết điều gì có thể giết chết bạn. Nhưng những thông tin có thể cứu sống bạn thì sẽ đến.

Các nhà nghiên cứu y khoa cấp liên bang đã ước lượng rằng, có khoảng 125 đến 150 người chết mỗi năm bởi mẫn cảm do dị ứng thực phẩm. Họ cũng cho biết, cứ 1 trong số 50 người lớn tuổi và 1 trong số 20 trẻ thơ chịu mức độ nhất định của việc dị ứng thực phẩm. Điều đó khiến hàng năm có tới 30.000 người phải đến phòng cấp cứu của bệnh viện.

Con người luôn không biết họ đang ăn gì. Một cuộc điều tra của FDA trong năm 1999 và 2000 cho thấy 25% mẫu hàng hóa đóng gói, kem và kẹo có chứa đậu, lạc hoặc trứng, mặc dù những thứ này không có tên trong thành phần sản xuất. Bởi vậy, tháng 1 năm 2006, một luật liên bang mới ra đời và có hiệu lực, Luật Bảo vệ người tiêu dùng và Nhãn hàng chất dị ứng thực phẩm. Luật này quy định các nhà sản xuất phải đóng nhãn đối với tám loại chất dị ứng chiếm tới 90% trường hợp mắc dị ứng: đậu tương, trứng, sữa, cá, lúa mì, đậu phộng, các loại trái có hạt (như hạnh đào và óc chó), các loài giáp xác (như tôm và cua).

Nhưng hãy lưu ý: Luật mới này chỉ áp dụng với các thực phẩm được đóng gói, mà không áp dụng cho thực phẩm bán tại các nhà hàng, cửa hàng rau quả, ki-ốt, các quầy hàng lưu động hoặc người bán hàng rong.

Những sự thật thay đổi lịch sử

Những nhận thức sai lệch về sự thật của phần đa các quan điểm có thể làm cản trở phong trào nhân quyền. Trong những năm 1960, các cuộc điều tra cho thấy, người Mỹ ngày càng đánh giá thấp sức mạnh dư luận trong việc xóa bỏ nạn phân biệt chủng tộc trong nhà trường, thậm chí ở vùng cực Nam. Một nghiên cứu nổi tiếng được thực hiện bởi nhà xã hội học Hubert J. OGorman, cho biết, trong năm 1968, chỉ một trong ba người miền Nam da trắng nói rằng anh ta hoặc chị ta thực sự ủng hộ nạn phân biệt chủng tộc. Nhưng gần hai trong ba người nói họ tin rằng đa số người da trắng là những người phân biệt chủng tộc. Để hiểu vấn đề theo cách khác, người da trắng chống phân biệt chủng tộc là đa số ở miền Nam nhưng họ lại nghĩ mình là nhóm thiểu số. Liệu họ có sớm lên tiếng và thúc giục thủ lĩnh chính trị của mình hành động tích cực hơn vì quyền tự do dân sự nhiều hơn và bỏ phiếu cho các bộ luật một khi họ biết sức mạnh chính trị của mình? Liệu George C. Wallace, bang Alabama, có giành được sự ủng hộ của năm bang miền Nam trong chiến dịch tranh cử tổng thống năm 1968, một khi tất cả người da trắng biết người khác cảm nhận thế nào về nạn phân biệt chủng tộc? Chúng ta không bao giờ biết điều đó một cách chắc chắn. Những nghiên cứu của OGorman cho biết, lịch sử đã có thể khác đi nếu người ta không mắc phải sai lầm về việc phần đông mọi người cảm nhận thế nào.

Chương 5: Sự thật có thể cứu được mạng sống

Chúng ta cũng có lý do để nhận xét rằng sai lầm trong thái độ đánh giá quan điểm về sự thật của một số người có thể đã dẫn đến việc ngày càng xuất hiện nhiều các vụ scandal kinh tế và tội phạm có tổ chức, những hành vi phạm pháp bắt đầu xuất hiện vào năm 2001. Sau scandal Enron, trường Đại học Oklahoma tiến hành một cuộc nghiên cứu, cho thấy, một số luật sư nghĩ rằng những đồng nghiệp khác chắc chắn vô nguyên tắc hơn so với bản thân họ. Tương tự, các sinh viên ngành kinh tế tin rằng các doanh nhân ít đặt ra những tiêu chuẩn đạo đức nghiêm ngặt hơn so với họ. Các nhà nghiên cứu nói tới một hàm ý rằng, “nếu phải quan sát một hiện tượng phá vỡ nguyên tắc đạo đức, họ có thể sẽ ít nói ra điều đó hơn”. Hoặc đảo ngược vấn đề, sẽ có nhiều người lên tiếng hơn và ít tham nhũng hơn nếu các giám đốc điều hành kinh doanh và luật sư nhận thức rằng các tiêu chuẩn đạo đức của những người khác không lỏng lẻo như họ vẫn nghĩ.

Những từ ngữ mang tính chiến đấu

Nhận thức sự việc sai lầm có thể dẫn tới thảm họa nhân loại tồi tệ nhất: chiến tranh. Cuộc chiến tranh xâm lược Iraq do Mỹ đứng đầu năm 2003 là một ví dụ rõ ràng nhất. Sáu tuần sau khi cuộc chiến nổ ra, 76% công dân Mỹ được thăm dò trên tờ *Time/CNN*, Harris Interactive đã nói “đồng ý” khi trả lời câu hỏi: “Saddam Hussein gần đây đã có những trợ giúp đối

THẾ GIỚI LỘC LỬA

với mạng lưới khủng bố Al-Qaeda của Osama Bin Laden, đồng ý hay không đồng ý?” Chỉ có 15% trả lời “Không”. Đa phần tin vào việc Saddam đang hỗ trợ Al-Qaeda sau đó mới nhận ra sai lầm của mình khi Ủy ban điều tra độc lập vụ 11 tháng 9 công bố kết quả điều tra cuối cùng. Không có bằng chứng nào ủng hộ cho khái niệm trợ giúp trong vụ việc này. Và tất nhiên, bây giờ thì chúng ta biết rằng Saddam Hussein đã phá hủy chương trình vũ khí hạt nhân và loại bỏ các kho chứa vũ khí sinh học, hóa học. Điều đó trái ngược với những gì công luận được thông tin từ tổng thống và CIA trước khi chiến tranh xảy ra.

Nhưng cuộc chiến tranh xâm lược Iraq không chỉ là một ví dụ mà người dân Mỹ phải đối mặt trên cơ sở niềm tin lầm lạc. Chúng ta đã và đang mắc phải sai lầm trong hơn một thế kỷ.

Ngày 15 tháng 2 năm 1898, một vụ nổ xé toang mạn sườn chiếc tàu chiến của Hải quân Mỹ, *U.S.S. Maine* và nhấn chìm nó tại cảng Havana cùng 266 sinh mạng trên tàu. Ngay lập tức, cụm từ “Tưởng nhớ Maine, tử chiến với Tây Ban Nha” thường xuyên xuất hiện trên môi những kẻ điều hâu. Vụ việc này dẫn tới cuộc chiến tranh Mỹ - Tây Ban Nha và sinh mạng của 3.000 người Mỹ khác. Nhưng có đúng là những người Tây Ban Nha đã đánh chìm *Maine*? Có thể không?

Chương 5: Sự thật có thể cứu được mạng sống

Phía Tây Ban Nha đã luôn từ chối trách nhiệm. Và thực tế là, họ không hề có lý do thực sự nào để khiêu khích lực lượng quân sự Mỹ nhảy vào một cuộc chiến để rồi cuối cùng họ phải trả giá bằng Cuba, Philippin, Puerto Rico và cả Guam. Một câu hỏi lịch sử kéo dài cả thế kỷ vẫn không có câu trả lời. Không có tài liệu nào chứng minh hành động đó xuất phát từ phía Tây Ban Nha. Một quả mìn có thể đã được kẻ nào đó cài sẵn, có lẽ là người Cuba chăng, trong nỗ lực khiêu khích người Mỹ phát động một cuộc tấn công vào Tây Ban Nha. Nhưng ngay cả giả thuyết này giờ đây cũng khó đứng vững.

Để chắc chắn, lực lượng hải quân cả hai bên đã cùng tìm kiếm thông tin, trong năm 1898 và 1911. Cuối cùng đi tới kết luận, chiếc tàu bị đánh chìm bởi một quả mìn. Nhưng năm 1976, Đô đốc Hyman Rickover (huyền thoại trong ngành phát triển tàu ngầm mang vũ khí hạt nhân của Hải quân Mỹ) đã tiến hành một cuộc điều tra cá nhân và kết luận việc chiếc tàu bị chìm chỉ là một tai nạn. “Chúng ta không tìm thấy dấu vết kỹ thuật nào, cho thấy một vụ nổ bên ngoài gây lực tác động và phá hủy Maine”, Rickover viết và bổ sung thêm. “Bằng chứng có thể chấp nhận được phù hợp với giả thuyết có một vụ nổ đơn lẻ từ bên trong. Có thể là lửa than đã bén vào kho vũ khí”. Lửa than cháy âm ỉ và không thể phát hiện được, là nguyên nhân chủ yếu của các vụ tai nạn thường thấy trong lực lượng Hải quân vào thời điểm ấy.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Kết luận của Rickover đã bị đặt dấu hỏi vào năm 1998, sau khi tạp chí Địa lý Quốc gia tiến hành một cuộc điều tra sử dụng các thiết bị máy tính hiện đại. Nhưng cuộc điều tra cũng không thể cho ra kết luận cuối cùng. “Các kết quả điều tra không khẳng định là đã có một quả mìn được cài sẵn, gây ra vụ nổ và làm chìm chiếc Maine. Nhưng nó củng cố cho phe chủ thuyết rằng mìn là nguyên nhân của vụ nổ”, tạp chí cho biết. Ngay cả bản thông báo có chủ đích ấy cũng nhanh chóng bị đả kích. Otto P. Jons, Phó Chủ tịch điều hành của Advanced Marine Enterprises, một công ty kỹ thuật chuyên tiến hành các điều tra địa lý, bày tỏ thái độ phản đối một cách quyết liệt. “Tôi tin rằng đó không phải là một quả mìn”, ông nói tại một hội nghị do Viện Hải quân Mỹ tổ chức, ngày 22 tháng 4 năm 1998.

Hơn một lần kể từ đó, nước Mỹ đã nhảy vào những cuộc chiến tranh trên nền tảng của các cáo buộc sai lầm. Tháng 8 năm 1964, khi Tổng thống Lyndon Johnson yêu cầu Quốc hội trao quyền tấn công không giới hạn miền Bắc Việt Nam, ông tin rằng phía bên kia đã chủ động tấn công hai tàu khu trục Mỹ, chiếc *U.S.S. Maddox* và *U.S.S. Turner Joy*, vào đêm ngày 4 tháng 8 năm 1964. Giờ đây, chúng ta đều biết là Hải quân Việt Nam đã không làm vậy. Chiếc tàu khu trục *Maddox* thực tế đã bị tấn công từ trước đó, có những lỗ đạn và ảnh chụp chứng minh điều này. Nhưng vụ “tấn công” thứ hai vào hai chiếc tàu

Chương 5: Sự thật có thể cứu được mạng sống

đó là kết quả của việc các thủy thủ Mỹ căng thẳng thần kinh, đọc nhầm tín hiệu radar và sóng âm. Dù vậy, Hải quân Mỹ tuyên bố đã đánh chìm hai tàu chiến của đối phương trong lần chạm trán thứ hai. Không hề có một bức ảnh, cơ thể hay xác tàu nào được trưng ra làm bằng chứng cho tuyên bố đó.

Sau này, một phi công Hải quân, James B. Stockdale, kể lại trong cuốn hồi ký của mình rằng ông đã “ở vị trí thuận lợi nhất” trong đêm đó với tư cách là trưởng phi đội tiêm kích cất cánh từ tàu sân bay *U.S.S. Ticonderoga* đến hỗ trợ bảo vệ chiếc tàu khu trục khỏi các cuộc tấn công của đối phương. Cho dù ông nhìn rõ mồn một mọi hoạt động của hai chiếc tàu khu trục, nhưng lại chẳng thấy kẻ thù nào. “Rõ ràng là không hề có lửa đạn nào từ phía ngược lại, ngoại trừ đạn bắn từ súng trên tàu của chúng ta, không có tàu chiến của Việt Cộng, không có cả một ánh nến chứ đừng nói là chiếc tàu bốc cháy”, ông viết. Stockdale về sau rời quân ngũ với hàm sĩ quan cao cấp của Hải quân và là người đứng chung liên minh với tỷ phú Ross Perot trong cuộc chạy đua tranh cử tổng thống năm 1992.

Bộ trưởng Quốc phòng Mỹ dưới thời Lyndon Johnson, Robert McNamara, là một trong những người cuối cùng thừa nhận sai lầm ấy. Tháng 6 năm 1996, ông nói với các phóng viên trên kênh truyền hình CNN: “Tôi nghĩ bây giờ thì mọi sự đều đã rõ

THẾ GIỚI LỘC LỬA

ràng, vụ tấn công thứ hai không hề xảy ra. Tự tôi đã đặt câu hỏi này với Đại tướng Võ Nguyên Giáp khi đến thăm Hà Nội vào tháng 11 năm 1995. “Thực sự đã có một vụ tấn công thứ hai?” Ông ấy nói “Không hề có”. “Tôi chấp nhận sự thật đó”.

Thông tin hỏa mù cũng được sử dụng trong cuộc chiến tranh thứ nhất của Mỹ chống Iraq năm 1991. Một câu chuyện thương tâm đã được cung cấp cho dư luận và báo chí. Một cô gái Kuwait, 15 tuổi, đã miêu tả lính Iraq khi tiến vào Kuwait như những kẻ giết trẻ nhỏ. Trong cuộc điều trần trước một tiểu ban của Thượng nghị viện Mỹ, “Nayirah” nói cô đã làm việc trong một bệnh viện với tư cách là tình nguyện viên khi cuộc chiến tranh xảy ra. “Tôi nhìn thấy lính Iraq tiến vào bệnh viện với súng ống. Họ bồng những đứa trẻ ra khỏi lồng và để chúng chết dần trên sàn nhà lạnh. Điều đó thật kinh khủng”.

Lời khai của “Nayirah” đã được xác nhận bởi Tom Lantos (Đảng Dân chủ) và John Porter (Đảng Cộng hòa), đồng chủ Chủ tịch tiểu ban Nhân quyền Caucus của Quốc hội. Họ cũng là những người đã tài trợ cho sự xuất hiện của cô gái trước Thượng nghị viện Mỹ. Họ nói rằng tên họ của cô cần phải được giữ bí mật để ngăn chặn những hành động trả thù nhằm vào gia đình của cô vẫn còn ở lại tại Kuwait. Hơn thế, tổ chức nhân quyền độc lập, Ân xá Quốc tế, cũng tiến hành một bản báo cáo nói rằng 312 trẻ em đã chết sau khi lính Iraq bỏ chúng ra ngoài lồng ấp. Tổng thống

Chương 5: Sự thật có thể cứu được mạng sống

George H. W. Bush đã nhắc đi nhắc lại câu chuyện “những kẻ giết trẻ em”. Bấy Thượng nghị sĩ Mỹ trích dẫn điều đó trong những bài phát biểu ủng hộ giải pháp đi tới chiến tranh với Iraq.

Nhưng câu chuyện là giả tạo. “Nayirah” hóa ra là một thành viên trong gia đình hoàng gia Kuwait, con gái của một vị đại sứ của nước này tại Washington. Cô đã bị đánh lừa khi ra điều trần trước tiểu ban Nhân quyền Caucus. Thủ phạm của hành động này là Hill & Knowlton, một công ty truyền thông được chính phủ Kuwait trả tiền để đẩy lên cơn sốt chống Iraq trong lòng công chúng Mỹ. Các nhân viên trong bệnh viện nơi xảy ra câu chuyện của “Nayirah” nói rằng, những điều mà cô ta miêu tả không hề xảy ra. Sau những cuộc điều tra sâu, tổ chức Ân xá Quốc tế tuyên bố rằng họ “không tìm thấy bằng chứng đáng tin cậy nào về việc các lực lượng Iraq đã gây ra cái chết của các trẻ em bằng cách bỏ chúng ra khỏi các lồng ấp”. Tổ chức này cũng rút lại báo cáo trước đó của mình.

Sự thật không được tiết lộ cho tới khi quân đội Mỹ đẩy lui người Iraq khỏi Kuwait, cho phép phóng viên đài ABC John Martin đến được bệnh viện và phỏng vấn các nhân viên ở đây. Ông đã công bố tin tức vào ngày 15 tháng 3 năm 1991, hơn năm tháng sau phiên điều trần “Nayirah”. Việc cô là con gái của vị đại sứ cũng không được tiết lộ cho tới gần một năm sau đó, tháng 2 năm 1992. Lúc đó thì cuộc chiến chống những “kẻ giết trẻ em” đã diễn ra từ lâu.

Nhiệm vụ quân sự - Quyền được nói dối

Trong chiến tranh, thông tin chính xác hiếm khi được đưa đầy đủ. Các vị tổng chỉ huy quân đội thường xem đây là một nhiệm vụ quân sự đánh lừa đối phương nếu điều đó cho phép họ giành chiến thắng trong các trận đấu và cứu sống nhiều binh lính của mình. Đôi khi điều đó cũng đồng nghĩa với việc lừa dối công luận. Trong cuộc chiến Falkland năm 1982, nữ hoàng Anh cử quân đội tới giành lại bán đảo nằm trong hải phận Achentina. Khi chiến tranh đã cận kề, Ngài Frank Cooper, Thứ trưởng Bộ Quốc phòng Anh, đã nói dối các phóng viên rằng sẽ có một chiến dịch theo kiểu cuộc đổ bộ Normandy với các “tàu chiến đổ quân tràn ngập bờ biển và những kẻ chặn bờ (ám chỉ quân đội Achentina) sẽ bị quét khỏi các đảo nếu không muốn phơi xác hoặc bị bỏ lại trên các búi thép gai”. Dựa vào những thông tin đó, các phóng viên Anh đã chuyển tới người đọc những câu chuyện về các cuộc tấn công theo chiến thuật “đánh và đuổi”, thay vì một trận đánh lớn. Các phóng viên ở Mỹ và nhiều quốc gia khác cũng đi theo khuôn mẫu đó, và đã nhầm lẫn một cách tệ hại. Điều này cũng xảy ra đối với lực lượng Achentina đóng trên đảo. Họ hoàn toàn bất ngờ khi một đêm nọ, một chiến dịch đổ bộ bí mật tập trung tại một điểm bên trong vịnh San Carlos phía đông Falkland. 60 lính gác Achentina hoàn toàn bị áp đảo, ít nhất 4.000 lính Anh đã đổ bộ lên bờ. Từ tiền đồn đó, họ

Chương 5: Sự thật có thể cứu được mạng sống

nhANH chóng chiếm lĩnh các vị trí quân sự khác trên đảo và buộc phía Achentina phải chấp nhận đầu hàng sau đó một tháng.

Các phóng viên đã cay đắng phàn nàn về cách thức bị câu dẫn. Ngài Terence Lewin, Bộ trưởng Quốc phòng Anh, đáp lại: “Tôi không coi đó là việc lừa đảo báo chí hay công luận. Tôi thấy đó là cách thức để đánh lừa đối phương. Những gì tôi đang cố gắng làm là để giành chiến thắng. Bất kỳ điều gì tôi có thể làm để giúp mình là hoàn toàn bình thường. Và tôi cũng đã nghĩ rằng đó chính là điều mà chính phủ và mọi người, cũng như giới truyền thông mong muốn, đưa ra một kết quả tích cực là điều mà mọi người chúng ta đều muốn”. Đó là phương thức các vị tổng chỉ huy quân đội nhìn nhận kể từ khi người Hy Lạp phát minh ra con ngựa thành Troy. 2500 năm sau đó, Tôn Tử, Trung Quốc, đã tổng kết: “Nền tảng của mọi cuộc chiến tranh là sự lừa dối”. Chúng tôi nghi ngờ rằng một ngày nào gần đây, điều đó sẽ thay đổi.

Thật sự là rất khó khăn để có thể tìm ra những dữ kiện đúng đắn trong mớ hỗn độn của chiến tranh, như chúng ta đã thấy từ sự kiện Vịnh Bắc Bộ. Tướng Carl Von Clausewitz, quân đội Phổ, đã đưa ra một nhận định rất nổi tiếng vào năm 1832 rằng các vị tướng lĩnh trong chiến trận điều binh khiển tướng theo một cách mong manh như “khói sương hay ánh trăng”. Và bởi vì tin tức quân sự luôn phải được sàng

THẾ GIỚI LỘC LỬA

lọc, phân loại, mọi người càng trở nên khó khăn hơn trong việc định hình một cách chính xác những thông tin về chiến tranh. Thông thường, sự thật xuất hiện chỉ trong những cuốn sách lịch sử được viết sau sự kiện đó một hoặc vài thế hệ.

Sự không chắc chắn nhất của mọi dữ liệu trong chiến tranh đó là một khó khăn đặc thù. Bởi vì, mọi hành động đều phải hướng tới phạm vi chắc chắn.

Chúng ta không thể nói lịch sử sẽ chuyển hướng như thế nào một khi các công dân Mỹ biết được sự thật về vụ *Maine*, hay sự thật về điều đã xảy ra ở Vịnh Bắc Bộ, hay sự thật về vụ binh lính Iraq “giết hại trẻ em” năm 1991, hay sự thật về việc chính quyền Saddam Hussein không hề có vũ khí hóa học và sinh học. Người Tây Ban Nha cũng không hề có một động cơ chính trị hay lý do quân sự nào để tiến hành một vụ tấn công khiêu khích vào lực lượng quân sự Mỹ để cuối cùng phải trả giá bằng những vùng đất thuộc địa giàu tiềm năng.

Một lần nữa, nếu như công luận biết được sự thật, cơn sốt chiến tranh có thể đã không dâng cao, và các vị lãnh đạo cấp cao đã phản ứng khác đi. Chúng ta không bao giờ có thể biết một cách chắc chắn. Điều mà chúng ta thực sự biết là cuộc chiến Tây Ban Nha - Mỹ, cuộc chiến tranh xâm lược Việt Nam và hai cuộc chiến tranh với Iraq đã bắt đầu, ít nhất ở một khía cạnh nào đó, từ những lời bịa đặt.

Chương 5: Sự thật có thể cứu được mạng sống

Khi không khí chiến tranh trở nên nóng bỏng, hãy để đầu óc luôn tỉnh táo và tự hỏi chính mình: “Mình tự hỏi điều này sẽ như thế nào khi các cuốn sách lịch sử viết về nó?”

May mắn thay, cũng không quá khó để biết được những thông tin thời sự, chính xác về những vấn đề khác xảy ra trong cuộc sống. Ngay cả trong một thế giới đảo điên, các công dân bình thường cũng có thể tìm ra những nguồn thông tin đáng tin cậy một cách nhanh chóng và dễ dàng như từ mạng Internet. Bạn có muốn tìm thêm thông tin về phương thuốc kỳ diệu mà bạn thấy trong quảng cáo trên ti vi không? Một danh sách đầy đủ các tác dụng phụ của thuốc sẽ hiện diện trước mặt bạn chỉ sau vài cú nhấp chuột, khi nhập vào trang web của Cơ quan kiểm soát Dược phẩm và Thực phẩm, hay những trang web đáng tin cậy khác đối với người tiêu dùng, nơi luôn cung cấp những thông tin rõ ràng rằng liệu loại thuốc đó có thực sự hiệu quả như quảng cáo hay không, nó có khác gì với các loại thuốc thông thường rẻ tiền khác. Tại trang web www.worstpills.org, bạn có thể tìm thấy những phân tích, chỉ trích mạnh mẽ ngay cả đối với những loại thuốc đã được FDA cấp giấy chứng nhận. Đây là tác phẩm của bác sĩ Sidney Wolfe, một người cực kỳ nhiệt tình bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Phương pháp trốn thuế mà bạn nghe tới liệu có gì đó ám muội hay không? IRS có rất nhiều thông tin về các vụ trốn thuế mà họ sẵn sàng chia sẻ cùng bạn.

THẾ GIỚI LỘC LỪA

Ông chú Bob nào đó đã gửi cho bạn một bức thư điện tử với tiêu đề “Cháu phải đọc bức thư này”. Bức thư đó hóa ra là một lời phàn nàn đầy sốt sắng rằng các nhà quảng cáo đang chuẩn bị một chiến dịch gọi điện giới thiệu sản phẩm, cước phí điện thoại được tính cho người nghe quảng cáo. Bạn có thể truy tìm sự thật một cách dễ dàng tại một số trang web chuyên châm chích các câu chuyện hoang đường chốn đô thị, và sẽ nhận được những hướng dẫn đầy đủ, trực tiếp từ Ủy ban Thương mại Liên bang.

Trong chương này, chúng ta đã nhấn mạnh rằng sự thật là điều rất quan trọng. Bây giờ chúng ta sẽ chuyển sang vấn đề xem xét sự thật nào là quan trọng nhất, và làm thế nào để phân biệt sự khác nhau giữa bằng chứng và những giai thoại. Tiếp đó, chúng tôi sẽ nói với bạn về cách thức để có thể tìm ra sự thật cho chính mình, với việc sử dụng một vài kỹ thuật mà chúng tôi vẫn sử dụng hàng ngày tại FactCheck.org.

Sự dối trá về loài quạ thông minh Tìm kiếm bằng chứng tốt nhất

Terry Maple không chắc chắn lắm, nhưng anh nghĩ là anh đã nhìn thấy một con quạ biết dùng xe ô tô để nghiền vỡ vỏ quả óc chó. Anh đã nhìn thấy cảnh tượng đó trên lề đường vào ngày anh lái xe xuyên qua Davis, California. Maple không thể biết sự quan sát đầy tính tò mò của anh đã đem tới một huyền thoại kéo dài 20 năm. Hiển nhiên là nó đã nâng cao vị trí của loài quạ về chỉ số thông minh. Chúng tôi kể câu chuyện này ở đây như một hình thức cảnh báo với những ai có xu hướng nhanh chóng đưa ra kết luận từ những bằng chứng tối thiểu.

Maple, một giáo sư tâm lý học tại trường Đại học California, Davis, đã viết một bài báo vào năm 1974 mô tả về một con quạ cô đơn và hành vi của nó. Bài

THẾ GIỚI LỘC LỪA

báo có tựa đề: "Liệu loài quạ có sử dụng ô tô làm đập hạt dẻ?". Maple tự mình không thể trả lời câu hỏi đó. Và cũng không ai biết rõ liệu con quạ mà anh ta nhìn thấy đã cố gắng làm đập vỏ quả óc chó có thật hay không. "Đáng tiếc là tôi không thể quay lại hiện trường để quan sát kỹ hơn", anh viết. Vị giáo sư gọi một cách chính xác điều mình nhìn thấy là một "giai thoại", đồng nghĩa với một câu chuyện thú vị và cho rằng loài quạ có thể sử dụng ô tô để làm đập vỏ quả óc chó, và rằng các nghiên cứu trong tương lai có thể giải quyết được câu hỏi này.

Ba năm sau đó, một buổi sáng tháng 11 năm 1977, một nhà sinh vật học có tên là David Grobecker, quan sát một con quạ thả một quả cọ từ mỏ của nó xuống một con phố đông người qua lại tại Long Beach, California. Con quạ dường như chờ đợi, đậu trên cột đèn đường, cho đến khi một chiếc xe ô tô chạy qua và làm vỡ quả cọ ra. Nó bay xuống và ăn nhân quả cọ. Điều này xảy ra hai lần trong khoảng 20 phút. Grobecker và một nhà sinh vật học khác, Theodore Pietsch, viết một bài báo vào năm sau đó với nhan đề: "Loài quạ sử dụng ô tô làm đập hạt dẻ", ám chỉ rằng họ đã có câu trả lời mà Maple đặt ra. "Đây thực sự là một âm mưu thiên tài trong việc lợi dụng công nghệ của loài người", hai tác giả kết luận.

Trong gần 20 năm, những người khác đã trích dẫn hai bài báo này như là một bằng chứng cho sự

thông minh ngoại lệ của loài quạ. Thực tế, một số người yêu quạ ngày nay vẫn còn tin vào điều đó, (chủ yếu là dựa vào hai giai thoại này) rằng loài quạ đã học cách sử dụng những chiếc xe ô tô đi ngang qua đó để đập vỡ vỏ các loại quả cứng để lấy nhân. Sự thật là, cho dù quạ có là loài chim thông minh, chúng cũng hầu như chắc chắn không thể thông minh tới mức đó.

Làm thế nào để chúng ta biết được? Bởi vì chúng ta đang nắm trong tay một số dữ liệu thực tế, không phải là những quan sát đơn lẻ hay giai thoại. Giữa chúng có một sự khác biệt. Câu chuyện sau đây sẽ cho chúng ta những bằng chứng về điều này.

Những dữ liệu bắt nguồn từ một nghiên cứu được xuất bản năm 1997, trên tờ *The Auk*, một tạp chí chuyên ngành của Hiệp hội diều cầm học Mỹ. Nhà sinh vật học Daniel Cristol và ba đồng nghiệp từ trường Đại học California là những người đã tiến hành nghiên cứu, không chỉ dựa vào những quan sát thông thường. Ông và những người cộng sự đã quan sát những con quạ tranh cướp quả óc chó trên các đường phố ở Davis khoảng 25 giờ đồng hồ, trong suốt hai tuần. Đúng như họ đã mong đợi, họ đã thấy rất nhiều con quạ làm rơi quả óc chó trên đường phố. Quạ, mòng biển và các loài chim khác thường đánh rơi thức ăn trên mặt đất cứng để làm vỡ lớp vỏ bên ngoài. Nơi các nhà nghiên cứu tiến hành thí nghiệm

THẾ GIỚI LỘC LỬA

có khoảng 10.000 con quạ thường đậu ở đây, và 150 cây óc chó được trồng dọc hai bên đường. Nhưng các con quạ có thực sự chủ tâm đánh rơi quả óc chó xuống đúng chỗ mà ô tô chạy qua? Các nhà khoa học đã quan sát cách các con quạ phản ứng khi có xe ô tô chạy qua. Tiếp sau đó, họ quan sát cách những con quạ phản ứng ở đúng nơi mà xe ô tô không chạy qua đó, trong cùng một khoảng thời gian tương ứng.

Điều mà họ phát hiện ra, sau 400 lần quan sát khác nhau là không có sự khác biệt thực sự. Thực tế, các con quạ có vẻ như thường làm rơi quả óc chó trên lề đường khi không có xe ô tô chạy qua. Các con chim khác có xu hướng bay đi và để thức ăn của chúng trên đường dù không có xe ô tô, trái ngược hoàn toàn với điều chúng ta mong đợi: Con chim thực sự tận dụng sức mạnh của chiếc xe để sửa soạn món ăn cho chúng. Hơn thế, các nhà khoa học còn nhận thấy rằng những con quạ thường đánh rơi quả óc chó trên mái nhà, bên lề đường và ở những nơi đỗ xe trống trải, nơi chắc chắn không có xe ô tô đi ngang qua. Không một lần nào trong suốt quá trình diễn ra cuộc nghiên cứu, một chiếc ô tô nào đó tình cờ làm dập vỡ quả óc chó do một con quạ làm rơi.

Các nhà nghiên cứu kết luận, có lẽ hoàn toàn hợp lý, rằng: "Quan sát của chúng tôi cho thấy loài quạ đơn thuần chỉ sử dụng mặt đường nhựa cứng để làm vỡ vỏ các loại quả cứng. Phản ứng của chúng với

những chiếc xe ô tô là hoàn toàn tình cờ". Nhan đề của bài báo mà họ viết là: "Quạ không sử dụng ô tô làm đập hạt dẻ: Đưa một giai thoại vào thí nghiệm khoa học". Giai thoại biến mất.

Bài học: Đừng lầm lẫn giữa giai thoại và dữ liệu

Một trong những câu nói yêu thích của chúng ta (tùy theo quan điểm khác nhau của các nhà kinh tế học) là: "Phần lớn các giai thoại không phải là dữ liệu". Điều đó có thể hiểu một cách đơn giản như thế này: Một hoặc hai câu chuyện thú vị không chứng minh được điều gì. Nó còn một khoảng cách xa so với thực tế. Trong trường hợp này, thật buồn cười khi nghĩ rằng loài quạ có thể thông minh tới mức học được mảnh lời sử dụng con người để làm phương tiện sửa soạn bữa ăn cho mình. Cũng dễ dàng nhận thấy rằng, làm thế nào mà chỉ vài con quạ tình cờ gặp may, lại khiến ngay cả các nhà khoa học nghiêm túc cũng có thể nghĩ rằng các phản ứng đó hoàn toàn có tính chủ đích. Nhưng chúng ta phải nhìn nhận khái niệm "Bằng chứng giai thoại" như một điều gì đó gần với phép nghịch hợp, một sự trái ngược xét theo ngôn ngữ học.

Giờ đây, có một sự thật là cuộc tranh cãi về loài quạ vẫn tiếp diễn. Hàng triệu người xem bộ phim tài liệu trên PBS của David Attenborough, chiếu cảnh những con quạ đánh rơi các loại hạt có vỏ cứng xuống đường. Sau đó, chúng quay lại ăn nhân quả

THẾ GIỚI LỘC LỬA

khi xe ô tô đã làm dập vỏ cứng. Cảnh đó bắt nguồn từ một bài báo trên tờ *Japanese Journal of Ornithology*. Tác giả bài báo là một nhà tâm lý học tại trường Đại học Tohoku. Nhưng bài báo đó không dựa trên nền tảng nghiên cứu khoa học. Nó đơn thuần chỉ kể lại những giai thoại: "Bởi hành vi của con quạ diễn ra đơn lẻ, hầu hết các cuộc quan sát đều được thực hiện khi tác giả đi ngang qua lúc hành vi diễn ra bất thành linh, trên đường phố hay khu ký túc xá". Điều này xảy ra hai năm trước khi Cristol và các đồng nghiệp cho đăng nghiên cứu được tiến hành một cách có hệ thống của họ. Với chúng ta, khái niệm về việc con quạ có ý thức dùng những chiếc xe ô tô làm dập hạt để đã bị loại trừ hoàn toàn, cho đến khi nào người ta có thể cung cấp những bằng chứng cụ thể hơn. Ngay cả Theodore Pietsch, đồng tác giả của một bài báo đăng năm 1978, nói rằng các con quạ dùng xe ô tô để làm dập hạt để lấy thức ăn, cũng đã thay đổi quan điểm của mình. "Grobecker và tôi viết bài báo đó đã lâu rồi. Chúng tôi làm điều đó xuất phát từ một ý tưởng chợt đến. Phải mất khoảng một giờ để viết ra chúng. Chúng tôi thực sự cảm thấy sốc khi biết mọi người chấp nhận điều đó hầu như ngay lập tức, mà cũng không ai chỉ trích gì cả", ông nói với chúng tôi. "Tôi sẽ dành nhiều thời gian và chất lượng cho việc nghiên cứu thông qua các dữ liệu, thay vì chỉ thực hiện các quan sát đơn lẻ". Chúng ta cũng vậy, và chúng ta cần phải làm thế.

Những gì chúng ta thấy khác với những gì chúng ta tin

Để tránh bị lừa bịp và giữ vững được niềm tin vào các dữ liệu thực tế, chúng ta không những chỉ cần có một đầu óc tỉnh táo và ý chí quyết tâm xem xét mọi bằng chứng cần thiết, mà nó còn đòi hỏi cần phải có những kỹ năng cơ bản trong việc chỉ ra các bằng chứng đáng tin cậy, tách khỏi những điều tồi tệ. Trái với trực giác, nó có thể được xem là giải pháp tốt nhất. Bài học cơ bản nhất ở đây đó là kinh nghiệm cá nhân chưa hẳn đã là những bằng chứng tốt nhất. Cần phải tuyệt đối tin vào những gì chúng ta có thể nhìn thấy bằng chính mắt mình, những gì chúng ta có thể chạm vào bằng chính tay mình và nghe thấy bằng chính tai mình. Kinh nghiệm có thể khiến chúng ta lạc lối.

Bài học: Ghi nhớ người mù và con voi

Con người có khuynh hướng tự nhiên là rất tin tưởng vào những kinh nghiệm cá nhân tích lũy được. Nó khiến người ta nhớ tới câu chuyện "Thầy bói xem voi". Nhà thơ Mỹ thế kỷ 19, John Godfrey Saxe, từng viết 6 người mù nói lên những cảm nhận khác nhau về sáu bộ phận mà họ sờ thấy trên một con voi. Từ đó, họ cũng đưa ra những kết luận khác nhau rằng nó như con rắn, bức tường, cái cây, cái quạt, mũi giáo hay một sợi dây thừng. Và sau đó, họ tranh luận với nhau. Bài thơ của Saxe kết luận: Họ tranh cãi

THẾ GIỚI LỘC LỬA

nhau thật to và thật lâu, mỗi người mỗi ý kiến, bày tỏ thái độ rất rõ ràng và mạnh mẽ. Đúng là mỗi bộ phận có thể ví như vậy được, nhưng về mặt tổng thể thì lại sai hoàn toàn.

Trừ phi chúng ta muốn "tảng lờ sự thật", như những người mù thảo luận về con voi, chúng ta cần phải chấp nhận rằng kinh nghiệm cá nhân hiếm khi đem đến một bức tranh tổng thể. Điều này đặc biệt đúng khi chúng ta không trải qua những kinh nghiệm thực tiễn, mà chỉ được sàng lọc từ những người khác.

Điều gì đã xảy ra trong chiến tranh vùng Vịnh năm 1991? Trong quãng thời gian của chiến dịch không kích kéo dài 43 ngày, người xem truyền hình ngồi ở nhà và xem "bom thông minh" đánh trúng hết mục tiêu này đến mục tiêu khác. Một dân tộc, mất hơn 58.000 người con trong các trận đánh tại Việt Nam, dường như đã có thể chiến tranh theo một phương thức hoàn toàn mới, từ trên không, không một người lính nào phải chịu rủi ro trên chiến trường.

Không có gì đáng ngạc nhiên, các biên tập viên quân sự chỉ cho công chúng thấy hình ảnh những thành công rõ ràng của họ. Nhưng không một vấn đề nào có tính chất hoài nghi do các phóng viên đặt ra có thể xóa đi tác động to lớn bởi những gì mà người xem truyền hình trực tiếp chứng kiến trên màn hình ti vi. Chỉ rất lâu sau chiến tranh, chúng ta mới

vỡ lẽ ra nhiều điều rằng "vũ khí thông minh" đã không trúng mục tiêu và chỉ 8% khối lượng bom ném xuống (tính bằng đơn vị tấn) là có dẫn đường. Trái ngược với những hình ảnh trình chiếu trên ti vi, cứ 10 quả bom ném xuống thì chín quả chệch mục tiêu. Thông tin này được công bố vào năm 1996, trong một báo cáo của Ủy ban thống kê chung (được đổi tên từ Văn phòng giải trình Chính phủ). Chỉ một thập kỷ sau cuộc chiến năm 1991, mức độ chính xác của vũ khí mới thực sự ngang tầm những gì người ta vẫn ấn tượng từ những đoạn video có chọn lọc lấy từ chiến dịch "Bão táp sa mạc". Bài học ở đây là đôi khi điều bạn không biết hay không được nói cho biết lại quan trọng hơn điều bạn đã nhìn thấy bằng chính mắt mình. Con người chúng ta có khuynh hướng tự nhiên là khái quát hóa quá mức từ những ví dụ sinh động.

Lý do khiến chúng ta phải tin vào báo cáo của GAO về những bằng chứng mà chính mắt ta thấy là vì GAO đã tiếp cận những dữ liệu thích hợp, bao gồm cả các báo cáo đánh giá mức độ thiệt hại của Lầu Năm Góc. Họ cũng xem xét và nghiên cứu một cách hệ thống nhiều kênh truyền thông khác nhau. Và cũng bởi vì, GAO chính là một cánh tay của Quốc hội với nhiệm vụ đưa ra những đánh giá khách quan và tìm kiếm những thông tin xác đáng, được cung cấp bởi các cơ quan có trách nhiệm (ví như Lầu Năm Góc). Nghiên cứu của tổ chức này dựa trên các bằng

THẾ GIỚI LỘC LỬA

chúng. Những gì mà Lầu Năm Góc cho người dân Mỹ thấy trong suốt thời kỳ diễn ra cuộc chiến tranh chỉ là tập hợp các câu chuyện, và đó là những câu chuyện đã được lựa chọn một cách cẩn thận. Công chúng chỉ biết một chút nếu như có quả bom "thông minh" nào đó chệch mục tiêu. Trong khi thực tế, điều đó xảy ra khá thường xuyên. Chiến tranh được bày ra với một hình ảnh ít hỗn loạn, ít bị phản đối vì vấn đề đạo đức, hơn là thực tế nó diễn ra trên chiến trường.

Nỗi sợ hãi phân bón hóa học

Dù không có dữ liệu thực tế và bằng chứng xác thực, người ta vẫn rất dễ bị dẫn dắt trong nhiều vấn đề khác nhau, đặc biệt là khi câu chuyện có liên quan tới một nhân vật nổi tiếng, thu hút sự quan tâm của nhiều người. Nỗi sợ hãi phân bón hóa học năm 1987 là một minh chứng. Nó xảy ra khi cựu trung vệ của đội San Francisco, Bob Waters, được chẩn đoán là mắc bệnh Lou Gehrig. Người ta cũng phát hiện ra hai cầu thủ trong đội hình này năm 1964 cũng mắc bệnh tương tự. Ngay sau đó, báo chí đã đưa tin nói rằng một loại phân hóa học thông thường, Milorganite, vẫn thường được một người lao công sử dụng để bón cho cỏ, bị nghi là thủ phạm gây ra bệnh.

Milorganite là loại phân bón làm từ chất thải tái chế tại nhà máy chế biến chất thải Milwaukee Metropolitan Sewerage District. Nó được sấy khô trong khoảng 40 phút ở nhiệt độ từ 840 đến 1.200 độ

F. Đây là một chu trình tiêu diệt vi khuẩn và virus, nhưng nó thực sự vẫn còn giữ lại một lượng nhỏ các thành tố nhất định, như catmi, loại chất hóa học mà các nhà nghiên cứu có lần nghi ngờ là nguyên nhân gây bệnh. Một tờ báo ở Milwaukee đào sâu vấn đề với việc phát hiện hai cựu công nhân tại nhà máy chế biến Milorganite cũng đã chết bởi bệnh ALS (trong khoảng 155 công nhân đã chết vì các loại bệnh khác nhau) và rằng 25 bệnh nhân ALS ở khu vực Milwaukee được cho là có tiếp xúc với Milorganite. Tạp chí *Time* và hãng thông tấn AP (Associated Press), cùng với một số tờ báo khác, đã cho đăng những phóng sự trích dẫn nghi ngờ về mối liên quan "có thể" giữa Milorganite và ALS.

Cái chết từ từ bởi ALS quả thật là rất thương tâm. Câu chuyện về ba cầu thủ bóng đá Mỹ nổi tiếng cũng gần giống như câu chuyện chúng ta đã nghe về huyền thoại những con quạ thông minh. Một nhà nghiên cứu dịch tễ học EPA, Patricia A. Murphy, cùng một đội kỹ thuật viên đã tiến hành nghiên cứu vấn đề này. Bà cho biết mối liên quan giữa ALS và Milorganite "đã bị thổi phồng bởi sự tưởng tượng của một số người chăm sóc cổ". Bà không tìm thấy bằng chứng nào về mức độ gia tăng bệnh ALS ở riêng khu vực Milwaukee hay Wisconsin so với trên toàn nước Mỹ. Kết luận là: "Giai thoại về mối liên quan giữa ALS và Milorganite chỉ đơn thuần mang tính giai

THẾ GIỚI LỘC LỬA

thoại. Về cơ bản, không có dữ liệu khoa học nào chứng minh thực tế này". Tiến sĩ Henry Anderson, nhà dịch tễ học môi trường của bang Wisconsin, cũng đồng ý với kết luận này. Ông cho biết các bằng chứng khoa học chống lại Milorganite còn rất yếu và thiếu. Đồng thời cũng lưu ý chính quyền bang không cần phải đặt ưu tiên cao độ cho những nghiên cứu chuyên sâu. Ba cầu thủ bóng đá có thể đã không gặp nguy hiểm vì Milorganite. Không có báo cáo nào khẳng định các nghi vấn của những người chăm sóc cỏ về loại phân bón hóa học này. Ngay cả trong trường hợp điều đó có thực sự xảy ra, nó cũng chỉ là một trường hợp cá biệt, đã xảy ra một cách tình cờ. Các nhà dịch tễ học đã được huấn luyện để nhìn bức tranh tổng thể mà không bị lầm lẫn với các cá thể đơn lẻ, tình cờ. Không sớm thì muộn, nếu bạn tung đồng xu ở số lần nhất định, nó cũng sẽ cho bạn kết quả 10 lần liên tiếp đều ngửa mặt trên. Dù sao, việc tung đồng xu cũng luôn để lại cho chúng ta một cơ hội 50 - 50. Và tỷ lệ về việc Milorganite có liên quan tới ALS nằm giữa mức rất thấp và số 0.

Những con số "vô nghĩa" của Mitch Snyder

Bằng chứng thực tế, không như những giai thoại được kể lại một cách có chủ đích, nó có nguồn gốc từ những nghiên cứu có hệ thống. Nhưng không phải tất cả các nghiên cứu đều chính xác. Trong một số

trường hợp, nó còn khó có thể được gọi là một cuộc nghiên cứu. Chúng ta cùng xem tuyên bố sau: "Năm 1982, có thể có hơn 3 triệu người dân Mỹ lâm vào tình trạng vô gia cư". Tuyên bố này được thông tin rộng rãi như một đánh giá rằng 3 triệu người đã không có nhà ở, và người dân tin vào điều đó. Những người chỉ trích chính quyền Reagan coi con số này như bằng chứng cho thấy các chính sách của vị tổng thống thuộc Đảng Cộng hòa đang gây ra một thảm họa xã hội trên bình diện rộng, điều mà người ta không còn thấy từ thời Hạng hán và Đại suy thoái. Nếu 3 triệu là một con số chính xác, nó có nghĩa là cứ 77 người Mỹ thì có 1 người sống trên hè phố.

Thực tế, con số đó hoàn toàn là bịa đặt. Thông tin đã được đưa ra bởi Mitch Snyder, một người từng làm nghề quảng cáo và là cựu tù nhân (anh ta từng phải chịu án tù tại nhà tù liên bang vì tội trộm cắp ô tô). Sau khi ra tù, Snyder tham gia các hoạt động vì người vô gia cư và tích cực chống đối Ronald Reagan. Phương pháp của Mitch Snyder không hoàn toàn mang tính khoa học. Năm 1980, anh ta cùng những người khác tại Hội nghị vì Cộng đồng không bạo lực đã kêu gọi 100 nhà tôn giáo địa phương, các công chức thành phố và nhiều người tham gia các hoạt động hỗ trợ người vô gia cư ở 25 thành phố. Những người này cũng tiến hành các đánh giá nhanh về số lượng người vô gia cư ở mỗi địa phương.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Nhưng việc đánh giá hoàn toàn khác với thống kê, đo đếm. Một số đánh giá thực tế là không đáng tin cậy. Vì một lý do, CCNV đã từ chối các đánh giá khiến Snyder càng trở nên quyết liệt hơn trong hành động. Trên nền tảng đánh giá ban đầu, nhóm này kết luận rằng 1% dân số toàn nước Mỹ, khoảng 2,2 triệu người, không có nhà ở vào thời điểm tiến hành cuộc khảo sát. Sau này, khi cuộc suy thoái ảnh hưởng tới nền kinh tế, CCNV cho biết: "Chúng tôi đã nghĩ rằng con số người vô gia cư trên toàn nước Mỹ có thể lên tới 3 triệu hoặc hơn thế vào năm 1983". Nhưng điều đó không có ý nghĩa gì ngoài một sự đoán định dựa trên con số "trung bình" ngớ ngẩn mà họ có được từ những cuộc đánh giá thiếu căn cứ.

Khi ra làm chứng trước tiểu ban Nhà ở của Hạ nghị viện vào ngày 24 tháng 5 năm 1984, Snyder được yêu cầu phải đưa ra bằng chứng để chứng minh cho đánh giá của mình. Anh ta đã thừa nhận rằng những con số đó đều không đáng tin cậy. "Những con số này trên thực tế là vô nghĩa. Chúng tôi đã cố gắng làm hài lòng sự tò mò của mọi người bằng một con số. Bởi vì chúng ta là người Mỹ, với tư duy phương Tây, rằng mọi thứ đều phải được định lượng một cách cụ thể, dù có thể hay không thể", anh ta nói. Nhưng ít có phóng viên nào ghi nhận điều ấy. Thay vào đó, nhiều người vẫn nhắc lại con số 3 triệu "vô ý nghĩa" trong nhiều năm mà không tìm hiểu ý

nghĩa xác thực của con số. Ví dụ, hơn 7 năm sau khi Snyder thừa nhận rằng con số mà anh ta công bố là "vô nghĩa", phóng viên đài CBS John Roberts vẫn thản nhiên nhấn mạnh rằng có "hơn ba triệu người vô gia cư ở nước Mỹ".

Bài học: Không phải tất cả các "nghiên cứu" đều chính xác

Có một số câu hỏi cần đặt ra khi nghĩ về một sự kiện đáng chú ý:

Ai đứng đằng sau những thông tin này?

Nguồn tin này liệu có đáng tin cậy không?

Nguồn tin này đã lấy được bằng phương thức nào?

Những dữ liệu này đã tồn tại bao lâu?

Việc thu thập thông tin đó có ý nghĩa gì?

Có bao nhiêu người tham gia vào công việc này?

Ngày nay, chúng ta có thể nói với những cơ sở nhất định rằng số người vô gia cư trên nước Mỹ đạt tới hàng trăm ngàn, không tới con số triệu. Điều này có nghĩa là vẫn còn nhiều người không có nhà ở, nhưng nó khác xa hoàn toàn với điều mà Snyder công bố.

Cuối tháng 3 năm 2000, Cục thống kê Mỹ "đếm" được 170.706 người không có nhà ở, hay sống trong những túp lều tạm bợ, hoặc ở những khu vực trống trải như dưới gầm cầu Brooklyn, nơi được coi là khu tập trung những người vô gia cư. Cục thống kê kê cho

THẾ GIỚI LỘC LỬA

biết con số đó không có nghĩa là tất cả người vô gia cư đều đã được đếm. Ví dụ như thừa nhận rằng họ đã không đếm những người không ở trong lều, hay những người ngủ ở những khu vực trống khác. Nhưng ít nhất chúng ta có thể chắc chắn rằng con số 170.706 người vô gia cư là số thực, đã được đếm rõ ràng.

Vậy bao nhiêu người nữa chưa được đếm vẫn còn là một câu hỏi. Martha Burt, một chuyên gia của Viện Đô thị, đã nghiên cứu về tình trạng vô gia cư trong nhiều năm, đánh giá rằng con số người không có nhà ở không dưới 444.000 và con số ấy có thể lên tới gần 842.000. Đánh giá của bà dựa trên việc đối chiếu với một khảo sát chưa có tiền lệ của Cục Thống kê đối với hàng ngàn chương trình cung cấp các dịch vụ cho người vô gia cư ở 76 thành phố, khu ngoại ô và vùng lân cận. Trong tháng 10 đến tháng 11 năm 1996, Cục này đếm số người được cung cấp dịch vụ tại một số điểm dịch vụ và phỏng vấn tình cờ 4.207 người để thu thập thông tin. Cuộc khảo sát không có chủ đích hay được thiết kế để tạo ra những đánh giá mang tính quốc gia về dân số vô gia cư, và Cục Thống kê cũng không cố gắng tạo ra thông tin. Nhưng Burt đã tiến hành một số cuộc điều tra và tính toán rằng trên tầm quốc gia, con số đó có thể là 444.000 người lớn và trẻ em không có nhà ở, trung bình một tuần lại sử dụng các dịch vụ. Thời điểm là trong tháng 10 đến tháng 11, những

tháng mà Cục này tiến hành việc đếm đầu người. Burt cũng ước tính là có 842.000 người lớn và trẻ em vô gia cư đã sử dụng các dịch vụ trong trung bình một tuần của tháng 2, khi mà thời tiết trở nên lạnh hơn. Ước tính của bà chỉ là vậy, đơn giản là một phép tính, nhưng nó là ngoại suy từ những số liệu cụ thể, trên nền tảng tính toán với mức độ chính xác gần nhất.

Những điều khác cũng giúp chúng ta tin hơn vào ước tính của Burt rằng khoảng giữa 444.000 và 842.000 người Mỹ vô gia cư. Một số nghiên cứu khác, sử dụng các phương thức khác, nhưng cũng theo một hệ thống đã cho ra những con số với biên độ dao động gần tương tự. Khi các phương pháp khác nhau cho ra một kết quả tương tự, những ước tính đó càng đáng tin cậy hơn. Chúng tôi gọi đây là "bằng chứng hội tụ".

Một cuộc tranh cãi trên taxi

Theo nguyên tắc chung, nguồn thông tin luôn cần phải được kiểm chứng. Các con số của Snyder lẽ ra phải được xem xét một cách cẩn thận ngay từ đầu. Bởi anh ta là người vận động cho việc chi ngân sách liên bang nhiều hơn để hỗ trợ người vô gia cư. Và cũng bởi vì anh ta là người có thành kiến với chính quyền Reagan. Trong khi vẫn có những người ủng hộ rất chân thành những thân phận vô

THẾ GIỚI LỘC LỬA

gia cư, điều rõ ràng là những con số của Snyder là "dữ liệu lý tưởng". Nhưng chúng ta có thể đặt nhiều niềm tin vào các nghiên cứu và các dữ liệu từ các nguồn trung thực nhất, niềm tin vào những nơi đã không lừa chúng ta trước đây. Những nguồn như vậy thường đem lại cho chúng ta một bức tranh rất khác biệt với cái đã được bao phủ bởi những người có lợi ích cá nhân, những người luôn cố gắng nói với chúng ta điều gì đó, dù nó là một sản phẩm hay là một chính sách*. Ví dụ, kiểm tra lời cáo buộc ngớ ngẩn về "thuế đối với người quá cố". Nó được tung ra để chống lại thuế bất động sản liên bang, bởi những kẻ vận động hành lang và thuộc đảng đối lập, những người tìm mọi cách để hủy bỏ nó.

* Có một cuộc tranh luận mang tính học thuật (Viện doanh nghiệp gia đình Mỹ, tháng 6 năm 2005) nổ ra với chủ đề ai cũng có một vài thành kiến nhất định, và bởi vậy, TỔNG THỐNG GEORGE W. BUSH cũng có thể không có quan điểm trung dung. Xét dưới góc độ triết học thì có thể là vậy. Nhưng rõ ràng là nó không thích hợp với trường hợp này. Những người nông dân và các doanh nghiệp nhỏ không nên bị đánh thuế đôi sau khi đã nỗ lực làm việc cả đời. Và kết quả là, chúng ta chắc chắn sẽ tiếp nhận những thông tin từ các nguồn đối lập hơn là từ những người ủng hộ.

Quảng cáo phát thanh:

"Khi bạn chết, IRS có thể chôn gia đình bạn trong đóng hóa đơn. Họ sẽ đánh thuế mọi thứ đối với những người còn sống. Điều tồi tệ hơn, thuế đối với người quá cố là loại thuế đôi trên tất cả những gì bạn đã làm việc, kiếm tiền và xây dựng nên". (Viện doanh nghiệp gia đình Mỹ, tháng 6 năm 2005)

Những người nông dân và doanh nghiệp nhỏ đã bị tác động trong năm 2005, nếu người ta tin vào các quảng cáo trên đài phát thanh: "Khi bạn chết, IRS có thể chôn gia đình bạn trong đóng hóa đơn. Họ sẽ đánh thuế mọi thứ đối với những người còn sống". Tuyên bố trong đoạn quảng cáo phát thanh đó được phát ở tám bang trong năm 2005. Đó là một phần của chiến dịch trị giá 15 triệu đô la, được các nhà tài trợ đầu tư để chống lại luật thuế hiện hành. Theo các nhà tổ chức cho biết, đoạn quảng cáo trên được tài trợ bởi Viện Doanh nghiệp gia đình, tập hợp của khoảng 500 doanh nghiệp, trong đó có 3 tỷ phú. Những người khác, bao gồm các tập đoàn sản xuất kẹo bánh Mars và rượu Gallo hùng mạnh, được biết cũng tham gia vào các cuộc vận động hành lang chống thuế bất động sản.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Tuyên bố tương tự cũng được Đảng Cộng hòa sử dụng và trở thành một phần của luận điểm chống thuế. Tổng thống Bush nhắc lại nhiều lần trong suốt nhiệm kỳ của mình, rằng sáu tuần sau khi ông nhậm chức, Quốc hội phải "hủy bỏ thuế đối với người quá cố. Qua đó, các gia đình nông dân không bị bắt buộc phải bán đi trang trại của mình, trước khi họ muốn làm điều đó". Nhưng khái niệm về việc người nông dân bị bắt buộc phải bán đồ đạc và gia đình họ có thể mất "tất cả" đơn giản là một sai lầm.

Sự thật là, như Văn phòng Ngân sách Quốc hội (hoạt động độc lập, không mang tính đảng phái) đã cho biết trong một báo cáo tháng 7 năm 2005: "Đa phần tài sản, bao gồm của người nông dân và doanh nghiệp nhỏ, có đủ giá trị luân chuyển để trả thuế bất động sản mà họ còn nợ". Nói cách khác, "đa phần" không cần thiết phải bán bất kỳ tài sản nào (nếu không muốn nói là "tất cả") để trả thuế bất động sản. CBO cho biết, kết quả thu thập trong năm 2000 cho thấy, chỉ 138 chủ trang trại và 164 chủ doanh nghiệp gia đình phải rời bỏ bất động sản vì không có tài sản đủ giá trị luân chuyển để trả thuế. CBO ước tính rằng con số đó có thể giảm xuống còn 15 chủ trang trại và 62 chủ doanh nghiệp gia đình vào năm 2006, khi mà chỉ bất động sản có giá trị từ 2 triệu đô la trở lên mới phải chịu thuế.

Chương 6: Sự dối trá về loài quạ thông minh

CBO đã đưa vấn đề này ra một cách thận trọng. Trong năm 2001, tờ New York Times đưa tin rằng một trong số những người ủng hộ hàng đầu đối với việc hủy bỏ thuế bất động sản, Hội trang trại Mỹ nói rằng họ không thể dẫn ra một ví dụ riêng lẻ về mất mát của một trang trại nào do thuế bất động sản gây ra. Hiệp hội trang trại, một tổ chức vận động hành lang hùng mạnh tự coi mình là "tiếng nói của ngành nông nghiệp", sau đó đã lằng lộn tìm kiếm ví dụ như thế. Chỉ vài ngày sau khi tờ báo trên đưa tin, chủ tịch tổ chức này phát biểu trên một tờ tin nội bộ rằng: "Điều quan trọng đối với chúng ta là có thể cung cấp cho Quốc hội những ví dụ về việc vì thuế mà những người quá cố, nông dân và người chăn gia súc đã bị mất trang trại hoặc phải bán một phần đất đai của họ để duy trì hoạt động trên phần tài sản còn lại". Phát biểu này được trích dẫn lại trên tờ *Congressional Quarterly Daily Monitor*, bên cạnh thông tin nói rằng họ cũng không tìm thấy trường hợp nào như vậy. Khi chúng tôi gọi tới Hiệp hội trang trại vào đầu năm 2006, họ tỏ vẻ không hài lòng khi nghe chúng tôi hỏi chuyện, và họ vẫn không thể cung cấp được thông tin về trang trại nào đó phải bán đi để trả thuế bất động sản.

Việc bất kỳ ai đó có thể "mất tất cả" vì thuế bất động sản về mặt logic là không thể. Năm 2006, không hề có hoạt động tính thuế nào đối với bất kỳ trường hợp bất động sản nào trị giá 2 triệu đô la (có

THẾ GIỚI LỘC LỬA

một vài trường hợp trị giá 4 triệu đô la thì bước đầu có kế hoạch tính thuế bất động sản). Tỷ lệ đánh thuế cao nhất là 46% (và sẽ xuống mức 45% trong năm 2007) đối với bất kỳ tài sản nào trên mức 2 triệu đô la. Còn lâu mới mất tất cả, người thừa kế hầu như giữ lại hết.

Chúng ta không tranh luận về việc ủng hộ hay phản đối thuế tài sản. Chúng ta đang nói đến dữ liệu thực tế từ báo cáo thuế, được phân tích bởi một tổ chức độc lập với những phương pháp tính thuế đáng tin cậy, thống nhất. Báo cáo thuế cũng cho thấy một trong những tuyên bố quan trọng chống lại thuế bất động sản là không chính xác. Cũng có một cuộc tranh luận khác, mà nhìn chung nhận được sự ủng hộ của các nhà kinh tế học, đó là thuế tài sản làm giảm động lực đầu tư và ngược trở lại làm chậm đà phát triển của nền kinh tế, giảm cơ hội tạo công ăn việc làm. Cuộc tranh luận này không phổ biến với công luận, nhưng ít nhất là nó cũng xác thực. Chúng ta không thể nói về đoạn quảng cáo phát thanh cảnh báo rằng "gia đình của bạn" có thể bị "chôn vùi" trong đóng hóa đơn thuế. Thực tế, thuế tài sản đã giảm chỉ còn 1,17% đối với bất động sản của người trưởng thành chết trong năm 2002, theo con số của IRS thống kê thu nhập. Nói cách khác, gần 99% những người nghe quảng cáo trên phát thanh sẽ không bị đụng chạm bởi luật thuế này. Trong trường hợp này, rõ ràng đoạn quảng cáo đó hoàn toàn sai sự thật.

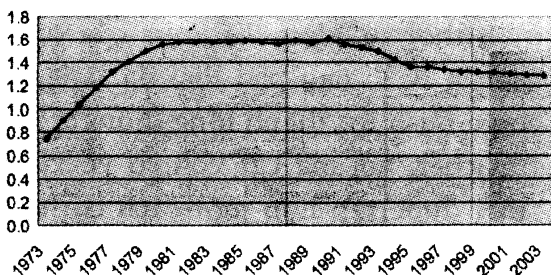
Bài học: Nói vậy nhưng không làm vậy

Những người chỉ trích thuế tài sản đặt chiến dịch kéo dài trong nhiều năm của mình trên ý tưởng rằng: Hủy bỏ luật thuế này sẽ tạo ra lợi ích ban đầu cho người nông dân và chủ doanh nghiệp nhỏ. Nhưng thực tế, những người đóng thuế lại là hầu hết trong số ít những người giàu có. Họ không phải là nông dân hay chủ doanh nghiệp nhỏ dưới mọi hình thức. Và đa phần chủ doanh nghiệp nhỏ và nông dân lại không bao giờ đóng một xu tiền thuế bất động sản. Việc lặp lại nhiều lần lời tuyên bố sẽ khiến mọi người trở nên tin tưởng, nhưng việc nhắc đi nhắc lại đó không biến điều ấy trở thành sự thật.

Bóp méo tình trạng phá thai

Số ca nạo phá thai trong nước Mỹ

(Đơn vị tính: Triệu)



Nguồn: Viện Guttmacher, "Đánh giá của US về tác động của nạo phá thai 2001 - 2003, 3/8/2006

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Những nghiên cứu rởm xuất hiện thường xuyên trong lĩnh vực chính trị ở mọi thời đại. Năm 2005, Đảng Dân chủ sốt sắng bám lấy một thống kê kinh hoàng khiến Tổng thống Bush phải cảm thấy ngượng ngùng, nếu nó là sự thật. Họ nói rằng số người di phá thai đã tăng lên kể từ khi vị tổng thống có quan điểm chống nạo phá thai lên nhậm chức. Những người Dân chủ đổ hiện tượng này cho các chính sách kinh tế của Bush, khiến phụ nữ nghèo di phá thai thay vì mang thai và sinh con, vì biết rằng không có đủ tài chính để nuôi con. Trích dẫn "chính sách hà khắc" của những người Cộng hòa, John Kerry tuyên bố: "Và các bạn có biết rằng thực tế tình trạng nạo phá thai đang tăng lên trong những năm gần đây không?" Chủ tịch Ủy ban toàn quốc của Đảng Dân chủ, Howard Dean, thậm chí còn đi xa hơn với việc định lượng số trường hợp nạo phá thai gia tăng trong một lần xuất hiện ở chương trình thời sự *Meet the Press* của đài NBC: "Bạn có biết là tỷ lệ nạo phá thai đã tăng 25% kể từ khi George Bush trở thành tổng thống?" Thực tế, Viện Guttmacher, nơi mà các con số về xu hướng nạo phá thai được tập hợp một cách có hệ thống với việc sử dụng một phương pháp công khai và được cả hai Đảng sử dụng cho biết là số trường hợp nạo phá thai thực hiện trên toàn nước Mỹ tiếp tục giảm xuống, diễn ra suốt 20 năm qua, kể từ khi Bush lên nhậm chức. Theo các số liệu gần đây của

Chương 6: Sự dối trá về loài quạ thông minh

viện này, công bố năm 2006, số trường hợp nạo phá thai giảm trong ba năm đầu của mỗi nhiệm kỳ ông Bush cầm quyền, tổng tỷ lệ giảm là gần 2%.

Lời cáo buộc sai lệch rằng số người nạo phá thai tăng lên bắt nguồn từ một "nghiên cứu" rởm của Glen Harold Stassen, không phải là một nhà thống kê cũng như chuyên gia y tế, mà là một giáo sư đạo đức học tại Chung viện Thần học Fuller. Bài báo của Stassen ban đầu xuất hiện không phải trên bất kỳ tờ tạp chí khoa học chuyên ngành nào, mà trên một ấn phẩm tự do Cơ đốc giáo, *Sojourners*, vào tháng 10 năm 2004. "Dưới thời Tổng thống Bush, tỷ lệ nạo phá thai đã đi ngược lại xu hướng suy giảm kéo dài cả thập kỷ", ông ta viết. "Cho dù có những xu hướng như vậy trong những năm 1990, có thêm 52.000 trường hợp nạo phá thai xuất hiện ở Mỹ trong năm 2002". Stassen trích dẫn số liệu từ 16 bang. Tuyên bố này gây được sự chú ý và được trích dẫn nhiều lần, dù không mang tính chỉ trích, trên nhiều blog điện tử, của cả người tự do cũng như bảo thủ, và bởi những người Dân chủ gồm Kerry và Dean.

Bài học: Tuyên bố to tát cần bằng chứng rõ rệt

Như bảng dưới đây minh họa, tuyên bố đáng chú ý rằng tình trạng nạo phá thai bắt đầu ngày càng tăng lên (sau 20 năm liên tiếp giảm) cần phải được chứng minh.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Trước khi chấp nhận bất kỳ tuyên bố nào tương tự, tốt hơn hết là hãy xem xét cẩn thận nguồn thông tin. Trong trường hợp này, tuyên bố về xu hướng giảm bắt đầu đổi chiều đến từ người chỉ trích các chính sách của Đảng Cộng hòa, những người không có thành tích đánh giá thống kê tình trạng nạo phá thai và không có kinh nghiệm đặc biệt gì trong lĩnh vực này. Thêm nữa, tuyên bố đó được dựa trên những thông tin rời rạc.

Stassen làm sai lệch dữ liệu vì hai lý do. Trước hết, anh ta cố gắng đề cập một xu hướng mang tính quốc gia từ một hình mẫu thiếu khoa học và không có tính điển hình. Ông ta đã sử dụng 16 bang ban đầu để báo cáo dữ liệu nạo phá thai chính thức của các bang này lên Trung tâm kiểm soát bệnh tật liên bang, mà không chờ báo cáo từ 34 bang còn lại. Điều đó giống như cố gắng dự đoán kết quả một cuộc bầu cử tổng thống sau khi 16 bang đầu đóng cửa điểm bỏ phiếu và báo cáo kết quả. Thứ hai, 2 trong số 16 bang được Stassen trích dẫn số liệu, Viện Guttmacher nhận thấy hệ thống báo cáo không đáng tin cậy. Tại Colorado, nơi Stassen tuyên bố rằng tỉ lệ nạo phá thai “tăng đột biến với 111%”, trình tự báo cáo đã bị thay đổi để bù lấp vào những chỗ không nhận được báo cáo. Điều Stassen nghĩ là một sự gia tăng về con số nạo phá thai thực sự phản ánh một sự cải thiện về thủ tục tính toán.

Trường hợp nghiên cứu: Liệu Cold- Eeze đã được chứng minh tại bệnh viện?

Ngay cả một nghiên cứu chất lượng với nguồn thông tin tin cậy vẫn có thể sai lầm, nếu kết quả của nó không thể tái tạo. Nếu bạn đã từng bị chảy nước mũi và đi mua thuốc, bạn có thể đã chú ý tới một loại thuốc có tên là Cold-Eeze, có chứa hợp chất kẽm và khẳng định rằng “chất lượng thuốc đã được chứng minh tại bệnh viện có thể cắt cơn sốt gần một nửa”. Khoa học đã chứng minh hợp chất này có tác dụng! Thật vậy sao? Nghiên cứu cẩn thận các bằng chứng cho thấy tuyên bố về thuốc Cold- Eeze chủ yếu là dựa trên một nghiên cứu đơn lẻ từ năm 1996.

Nhưng một vài nghiên cứu khác đã cho những kết quả hoàn toàn khác.

Nghiên cứu ban đầu, vẫn được trích dẫn trên trang web quảng cáo Cold- Eeze, khi chúng tôi viết cuốn sách này, được thực hiện tại phòng thí nghiệm Cleveland Clinic Foundation của tiến sĩ Michael Macknin. Nghiên cứu của Macknin cùng với rất nhiều thông tin sau này đi kèm trong các cuộc phỏng vấn đã đưa Cold- Eeze trở thành loại thuốc bán chạy trong các hiệu thuốc. Ông ta nói với Barbara Walters trong chương trình 20/20 của đài ABC vào tháng 1 năm 1997 rằng ông đã “nhảy cẫng lên” khi sắp xếp thành bảng các dữ liệu và nói thêm: “Đây là thứ thuốc dường như giúp giải quyết cơn sốt thông

THẾ GIỚI LỘC LỬA

thường, chưa từng có loại thuốc nào hiệu quả như thế". Giá thuốc sau khi vào kho của Quigley Corporation, tập đoàn phân phối Cold-Eeze, tăng nhanh chóng, từ khoảng 2 đô la một vỉ trước khi nghiên cứu được công bố lên mức 37 đô la vào thời điểm chương trình 20/20 được phát sóng.

Nghiên cứu đầu tiên dường như đã đủ tin cậy. Nó được đăng tải trên một tờ báo danh tiếng, có lượng độc giả đông đảo, *Annals of Internal Medicine*. Nó là cuộc nghiên cứu chéo: 49 người được nhận những viên thuốc Cold-Eeze hình thoi, 50 người nhận những viên thuốc bổ thông thường. Không một ai trong số họ biết được rằng mình đã uống thuốc gì cho đến khi nào các nhà nghiên cứu nhận được kết quả. Nhưng khi Macknin tiến hành nghiên cứu thứ hai, với 249 học sinh từ lớp 1 đến lớp 12 ở vùng ngoại ô Cleveland, ông nhận thấy rằng những đứa trẻ nhận thuốc bổ cũng nhanh chóng khỏi cảm lạnh như những đứa được nhận viên Cold-Eeze. Các viên thuốc đó "không hề có hiệu quả trong việc chữa trị triệu chứng cảm lạnh ở trẻ em và trẻ vị thành niên", báo cáo ghi nhận, đăng tải trên tờ *The Journal of the American Medical Association* vào tháng 6 năm 1998. Nó cũng cho rằng cần phải tiến hành thêm các nghiên cứu "để làm rõ vai trò, nếu có, của mạ kẽm trong việc điều trị chứng cảm lạnh". Ngay lập tức, kho hàng của Quigley ngập ứ trở lại. Thực tế, công ty này đã đầu tư cho Macknin thực hiện nghiên cứu

thứ hai, nhưng nó không công bố kết quả đó trên trang web.

Kể từ cuộc nghiên cứu năm 1996, làm bùng nổ doanh số của loại thuốc có tên Cold- Eeze, các bằng chứng vẫn tiếp tục thiếu rõ ràng. Trong nhiều năm sau đó, các nghiên cứu khoa học đã chỉ ra rằng gluconate mạ kẽm (thành phần chính của Cold- Eeze) dường như có tác dụng làm cắt cơn và tính nguy hiểm của triệu chứng cảm lạnh, nhưng một vài nghiên cứu khác lại không cho kết quả tương tự. Viện Y tế Quốc gia kết luận: “Vẫn cần thêm các nghiên cứu để khẳng định liệu chất tổng hợp mạ kẽm có hiệu quả nào đó đối với bệnh cảm thông thường”. Mạ kẽm có thể chữa bệnh, cũng có thể không.

Như vậy, Cold- Eeze lại là một nhãn hàng khác được xây dựng trên cơ sở lừa bịp, như Listerine. Năm 1999, Ủy ban Thương mại Liên bang đã buộc tội Quigley quảng cáo sai trái trên mạng lưới bán hàng QVC. Tuyên bố của công ty này khẳng định thuốc của họ có thể thực sự ngăn chặn được bệnh cảm lạnh. FTC khẳng định Quigley không hề có căn cứ thích hợp nào để đưa ra tuyên bố đó, và Quigley buộc phải giải quyết vụ việc bằng cách chấp nhận ngừng các quảng cáo. Theo quan điểm của chúng tôi, một điểm nữa cũng sai sự thật đó là việc công ty quảng cáo nói rằng Cold- Eeze đã được “chứng minh tại bệnh viện”, rằng nó có khả năng cắt các triệu

THẾ GIỚI LỘC LỬA

chứng cảm lạnh tới 42%. Đây chính là điểm làm tăng doanh số bán hàng của công ty. Điều khả dĩ nhất mà công ty này có thể nói một cách trung thực là Cold-Eeze đã được “thí nghiệm tại bệnh viện”, và không có kết luận cuối cùng.

Vô căn cứ: Linus Pauling và Bruce Willis

Chúng tôi đã cho mọi người thấy các giai thoại có thể khiến chúng ta sai lầm, và các nghiên cứu cầu thả, có thành kiến, nguy tạo có thể được xây dựng thành bằng chứng. Ngay cả những nghiên cứu nghiêm túc cũng có thể thất bại khi đặt cạnh những nghiên cứu nguy tạo. Dưới đây là một vài ví dụ khác không được xem như bằng chứng.

Hướng tới người có uy tín: Linus Pauling đã dành được hai giải Nobel, một trong lĩnh vực hóa học và một trong lĩnh vực hòa bình. Nhưng ông không hề có chuyên môn nào trong lĩnh vực y học. Tuy nhiên, hàng triệu người vẫn chấp nhận tuyên bố của ông rằng vitamin C liều cao có thể cắt bệnh cảm lạnh thông thường và có thể có tác dụng điều trị với bệnh ung thư. Thực tế, ít nhất 16 cuộc thí nghiệm có kiểm soát với hàng ngàn người tình nguyện, đã không cho kết quả như tuyên bố, rằng: vitamin C có tác dụng điều trị bệnh trong cả hai tình huống nêu trên. Tiến sĩ Stephen Barrett đã thông báo trên trang Quackwatch.org, rằng: “Không một nhà khoa học về dinh dưỡng hay y tế có trách nhiệm nào chia sẻ các quan điểm đó của Pauling”.

Những hướng dẫn của Factcheck.org kiểm tra bằng chứng.

Tại FactCheck.org, tự chúng tôi nhiều lần đặt ra một số câu hỏi cơ bản trong việc đánh giá bằng chứng. Dưới đây là một danh sách ngắn các cuộc thí nghiệm mà chúng tôi ghi nhận là hữu ích:

Nguồn thông tin này có thu hút nhiều sự quan tâm và có được chấp nhận trên diện rộng không? Một số các tổ chức lâu đời mà chúng tôi biết có thể tin cậy được. Ở đó, chúng tôi có thể tiếp cận với những nguồn thông tin khách quan. Đối với các con số thống kê việc làm, Ủy ban thống kê Lao động là một nguồn cơ bản đối với bất kỳ nhà kinh tế học nào. Đối với các số liệu thống kê hậu quả thiên tai, Trung tâm phòng chống Bão lụt Quốc gia được coi là cơ quan hữu trách. Để khẳng định khi nào thì suy thoái kinh tế bắt đầu và kết thúc, Ủy ban nghiên cứu kinh tế Quốc gia, một tổ chức tư nhân, phi lợi nhuận, được xem là nguồn cung cấp các số liệu chính xác, thường được các tác giả trích dẫn trong các cuốn sách lịch sử kinh tế. Và đối với các số liệu về nạo phá thai, Viện Guttmacher là nơi được cả hai Đảng Dân chủ và Cộng hòa chấp nhận đáng tin cậy.

Liệu nguồn thông tin đó có thiên lệch? Các Đảng phái chính trị, ứng cử viên, nhóm vận động, người bán hàng và những người khác có thể đưa ra những tuyên

bố chính xác, nhưng thường phục vụ các lợi ích cá nhân và kết quả là thường thiên lệch. Những tuyên bố kiểu đó cần phải được xem xét một cách kỹ lưỡng. Luôn luôn so sánh thông tin của họ với những nguồn tin khác. Hội đồng nghiên cứu Quốc gia (điều hành bởi Quốc hội và có thể coi đây là tập hợp các chuyên gia xuất sắc nhất của Mỹ) cung cấp nguồn thông tin đáng tin cậy hơn cả về vấn đề luật kiểm soát vũ khí làm giảm tội phạm hình sự. Đó không phải là nơi để ai đó vận động, ủng hộ hay chống lại những bộ luật như vậy. Viện Guttmacher thực sự là có quan điểm ủng hộ "tự do sinh đẻ", nhưng chúng tôi chấp nhận các số liệu của Viện không chỉ vì Viện được cả hai đảng chính trị tin cậy khi trích dẫn thông tin trong các cuộc tranh luận, mà còn bởi trong trường hợp này, họ ủng hộ một vị tổng thống phản đối quan điểm "tự do sinh đẻ". Báo cáo của Viện về số lượng nạo phá thai tiếp tục giảm dưới thời Bush là một minh chứng. Nó không tô vẽ cho quan điểm "tự do sinh đẻ" và vì thế thể hiện thái độ thành kiến với chính phủ.

Đâu là cơ sở dữ liệu của nguồn tin? Hãy xem xét các trường hợp trước. Ví dụ như vấn đề nạo phá thai, Stassen đã không hề tiến hành nghiên cứu về số liệu thống kê liên quan tới tình trạng nạo phá thai. Ngược lại, khảo sát của Viện Guttmacher về lĩnh vực này giúp người ta nắm được các con số cụ thể từ năm 1973 tới nay.

Phương pháp nào đã được sử dụng? Đánh giá của Mitch Snyder về số người vô gia cư thực tế chỉ dựa trên tập hợp các ước đoán. Đánh giá của Viện Đô thị, dù họ cũng đưa ra một số căn cứ chủ quan và ước định, dựa trên các dữ liệu của Cục Điều tra dân số Mỹ, được tập hợp theo mẫu thống nhất trên cơ sở một số lượng lớn các mẫu kiểm tra bất kỳ.

Các nguồn thông tin đó có "hiệu quả không"? Các nhà nghiên cứu chân chính luôn giải thích cách họ đạt được các con số và kết luận của mình. Daniel Cristol miêu tả chính xác cách thức ông và các đồng nghiệp tiến hành 400 cuộc quan sát về các con quạ, và ông công bố kết quả. Phương pháp nghiên cứu chính xác phải luôn rõ ràng.

Mẫu thử nghiệm có mang tính ngẫu nhiên? Các trang web và cơ quan thông tin thường có xu hướng tiến hành các điều tra thăm dò "thiếu tính khoa học". Độc giả hay người xem web được yêu cầu bày tỏ mối quan tâm của họ, và sau đó là kết quả. Đây thực ra chỉ là một phương pháp tiếp thị được thiết kế để thu hút sự quan tâm. Kết quả thông thường là vô nghĩa bởi các mẫu thử nghiệm được tự lựa chọn, không mang tính ngẫu nhiên. Một số cuộc thăm dò thậm chí còn được tạo dựng theo chủ đích. Tất cả những cuộc thử nghiệm kiểu đó cũng giống như mẫu thống kê của 16 bang chọn lựa sẵn mà Stassen dùng số liệu để chứng minh quan điểm của

mình. Nó không đại diện cho những gì đang diễn ra trong đời sống ở tất cả 50 bang.

Có ai đó đang kiểm soát thông tin? Trình tự thủ tục khoa học đòi hỏi việc "kiểm soát" những dữ liệu xác thực để có căn cứ so sánh. Một con quạ đánh rơi hạt dẻ trước xe ô tô chẳng chứng minh được điều gì. Cristol quan sát những con quạ khi xe ô tô đi ngang qua, nhưng ông cũng quan sát phản ứng của chúng khi xe ô tô không có mặt tại đó, và ông không thấy có sự khác biệt gì. Đối với các thử nghiệm liên quan tới các loại thuốc mới, một nhóm người tình nguyện thí nghiệm được nhận thuốc bổ thông thường, không có thành phần nào thực sự tác động tới loại bệnh đang nghiên cứu. Việc này giúp cho các nhà nghiên cứu có căn cứ so sánh với nhóm thực tế được nhận thuốc điều trị bệnh.

Các nguồn cung cấp thông tin có những kỹ năng nhất định không? Một chuyên gia dịch tễ được huấn luyện đương nhiên là đáng tin cậy hơn một phóng viên trong việc đánh giá liệu một nhóm bệnh ung thư có thể xuất phát từ chất gì đó trong nước, hay đơn thuần chỉ là những thống kê thiếu khoa học.

Kết quả kiểm chứng đồng nhất hay mâu thuẫn? Đôi khi, một nghiên cứu không cho kết quả giống như thí nghiệm được tiến hành sau đó. Kết quả liệu có lặp lại trong những nghiên cứu tương tự? Các nhà nghiên cứu khác có đồng ý, hay là họ tìm ra những kết quả trái ngược? Câu chuyện Cold-Eeze cho thấy những kết quả "màu hồng" đôi khi khiến chúng ta lầm lẫn.

Bài học ở đây là ai đó, có quyền hạn, chức năng, uy tín trong một lĩnh vực, không nhất thiết luôn đúng ở các mảng khác. Sam Waterston đóng vai một nhà điều tra thông minh, kiên định trong loạt phim truyền hình *Law & Order*, nhưng chúng ta hiểu rằng anh ấy không có chuyên môn đặc biệt trong vai trò của một cố vấn tài chính. Vậy tại sao chúng ta phải tin vào các quảng cáo thương mại của anh, ngôi ca Công ty môi giới chứng khoán TD Waterhouse? Bruce Willis ca ngôi Tổng thống George H. W. Bush năm 1992 và ủng hộ cuộc chiến hiện nay tại Iraq, nhưng hình ảnh một anh hùng hành động trên màn ảnh không có nghĩa là quan điểm chính trị hay quân sự của anh ta có sức nặng với những người hàng xóm. Tương tự là trường hợp của Martin Sheen với những "lời có cánh" dành cho Howard Dean trong chiến dịch vận động sơ bộ trong nội bộ Đảng Dân chủ năm 2004. Đóng vai tổng thống trên truyền hình đòi hỏi một trình độ nhất định trong việc đưa ra những quyết định chính trị, cũng như đóng vai bác sĩ có thể đưa ra những lời khuyên về việc uống cà phê đã lọc bỏ chất cafein. Đó chính là cách Robert Young đã làm trong những năm 1970, sau khi tỏa sáng trong các phim *Marcus Welby, MD* trên truyền hình.

Trước khi hoàn toàn tin cậy vào một ai đó, hãy tự hỏi mình: "Nguồn tin này đã được kiểm chứng

chưa? Liệu anh ta có biết mình đang nói gì không? Liệu cô ấy có bằng chứng xác thực nào không? Kết luận này có nhận được sự đồng ý của cơ quan, tổ chức cùng lĩnh vực hoạt động không?

Hướng tới số đông: Các nhà quảng cáo thường sử dụng lời khuyên này mọi nơi, mọi lúc. Một ví dụ điển hình: Một bệnh viện ở Saginaw, Michigan, cho biết họ thích "hai hơn một". Có đúng là việc tiếp nhận số đông bệnh nhân đồng nghĩa với dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt nhất? Không nhất thiết là như vậy. Nó có thể đơn giản là có chỗ đỗ xe thuận tiện hơn hay bệnh viện nằm ở vị trí đắc địa hơn.

Những ví dụ khác ta có thể tham khảo: "bán chạy nhất", "số 1", "được yêu thích hơn là...",... Trong chính trị, "người đi trước" luôn là ứng cử viên đáng để theo dõi, nhưng không nhất thiết là ứng cử viên chân chính hay là người có khả năng giành chiến thắng. Người ta đã từng chứng kiến điều đó với "người đi trước" Howard Dean trong chiến dịch vận động sơ bộ ở Đảng Dân chủ năm 2004. Vào tháng 2 năm 2006, hai hãng Ford và General Motors đều tuyên bố trở thành nhãn hàng bán chạy nhất trên toàn nước Mỹ. Những con số trong năm 2005 cho thấy lượng ô tô đăng ký vẫn chỉ nhỏ giọt. Thực tế, cả hai nhà sản xuất ô tô này đã thua lỗ trong nhiều năm, từ chỗ chiếm 60% thị phần của nước Mỹ trong năm 1986 giảm xuống còn 45% trong năm 2005. Mỗi

hãng chỉ có thể dễ dàng tuyên bố rằng "ngày càng ít người yêu thích nhãn hiệu xe của mình".

Số đông có thể quyết định kết quả một cuộc bầu cử, nhưng nó không giải quyết một câu hỏi cụ thể. Hãy tự hỏi mình: "Điều này mang tính quần chúng vì nó tốt, hay vì lý do nào khác, như là, có ngân sách quảng cáo lớn?"

Lỗi logic: Nhiều cuốn sách và một số trang web đã dành thời gian để giải đáp câu hỏi về những sai lầm mang tính logic. Một lỗi mà chúng ta thường thấy ở nhiều người đó là, khi có hai sự kiện xảy ra, sự kiện đầu tiên thường là nguyên nhân dẫn tới sự kiện thứ hai. Trong tiếng La tinh, điều này được gọi là sai lầm *post hoc, ergo propter hoc*, có nghĩa là "sau điều này, bởi vì điều này".

Lỗi *post hoc* ẩn chứa sự lười biếng bởi điều chúng ta quan sát thấy là thật trong cuộc sống thường nhật. Chúng ta nhấn vào chân ga, chiếc xe di chuyển về phía trước. Chúng ta nhấn vào nút đèn trên đồng hồ, ánh sáng xuất hiện. Chúng ta đánh mạnh que diêm vào vỏ bao, que diêm bốc cháy. Chúng ta có thể thất vọng nếu biết rằng, chiếc áo ta đang mặc là "chiếc áo may mắn", vì vậy ta mới có thể giặt cần câu liên tục, chứ không hẳn là vì ta "sát cá". Nó chỉ là một sự mê tín. Khi chúng ta tin vào lỗi *post hoc*, chúng ta có xu hướng giống con gà trống khi nghĩ rằng tiếng gáy của mình làm mặt trời mọc.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

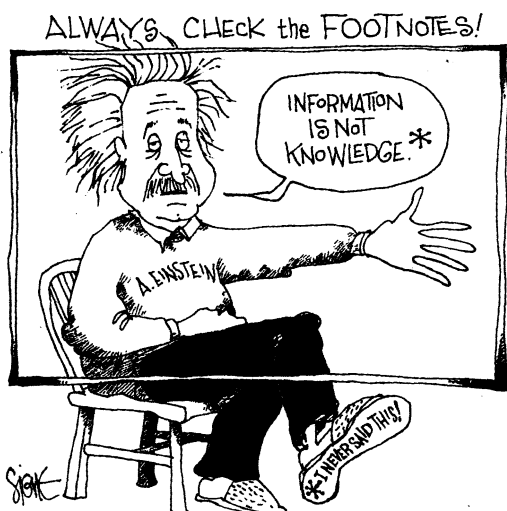
Chúng ta cùng xem xét trường hợp một bản thông báo được đưa ra vào đầu năm 2006 bởi Brady Campaign, từng được biết đến với tên gọi Handgun Control, Inc. Tổ chức này tuyên bố rằng việc thông qua luật Brady năm 1993 (ám chỉ việc kiểm tra dữ liệu thông tin của người mua súng) và lệnh cấm "vũ khí sát thương" trên toàn liên bang năm 1994 (cấm việc mua bán một số loại vũ khí bán tự động) là kết quả của nhiều năm giảm tội phạm bạo lực. Điều này được họ trích dẫn như minh chứng cho việc "luật kiểm soát vũ khí có hiệu quả".

Đúng là tỷ lệ tội phạm giảm trong suốt những năm 1990, bắt đầu ngay thời điểm hai luật liên quan tới việc kiểm soát và cấm sử dụng vũ khí có hiệu lực. Nhưng điều đó không có nghĩa là những luật này "tạo ra" sự giảm sút. Các nhà tội phạm học, kinh tế học và bất kỳ ai khác vẫn còn đang tranh luận thực sự là điều gì đã tạo ra kết quả ấy. Những nguyên nhân được nhắc tới bao gồm số lượng cảnh sát gia tăng, việc tăng cường giám sát "trị an cộng đồng", chính sách "vùng không tội phạm", và thậm chí là việc hợp pháp hóa nạo phá thai hai thập kỷ trước đó. Vào cuối năm 2004, tiểu ban nghiên cứu về Luật và Thẩm phán của Hội đồng Nghiên cứu Quốc gia kiểm tra câu hỏi rằng: liệu các luật kiểm soát súng và vũ khí thông thường có tác động tới tỉ lệ tội phạm, và đi tới kết luận là không có mối liên hệ cụ thể nào.

"Tóm lại, tiểu ban kết luận rằng các nghiên cứu và dữ liệu này không thể hiện mối quan hệ nhân quả giữa việc sở hữu vũ khí và nguyên nhân hay khả năng ngăn chặn tội phạm bạo lực hay tự tử".

Hãy thận trọng trước khi đưa ra một kết luận. Hãy luôn tự hỏi: "Những dữ liệu này thực sự có mối liên quan với nhau?"

Và hãy luôn tự hỏi: "Bằng chứng đâu?".



Osama, Ollie và AI - Giải pháp Internet

Đến lúc này, chúng ta đã chỉ ra các cách thức để nhận biết sự lừa đảo và thông tin sai lệch, giải thích về một số tiểu xảo mà những kẻ lừa đảo thường sử dụng để bịp bợm mọi người, đã mô tả về những chiếc bẫy tâm lý mà ta thường rơi vào. Chúng ta cũng đã nói tới việc tránh khỏi những vụ lừa đảo có thể giúp chúng ta giữ được tiền của mình, tránh khỏi những nỗi ngượng ngùng, thậm chí còn có thể cứu được mạng sống của chính mình. Nhưng điều đó cũng đòi hỏi chúng ta phải điều chỉnh thói quen tâm lý, giúp nhìn nhận sự việc một cách chủ động, loại bỏ những gì chúng ta từng tin vào một thời điểm nhất định, thay vì thả lỏng tinh thần và đi theo khuynh hướng tự nhiên, đặt niềm tin vào những

THẾ GIỚI LỘC LỪA

bằng chứng ủng hộ cho quan điểm của mình. Và chúng ta cũng thảo luận về những vấn đề cơ bản liên quan tới việc phân biệt những bằng chứng xác thực với những giai thoại. Bây giờ là lúc chúng ta đề cập đến việc ở đâu và khi nào có thể tìm thấy những bằng chứng xác thực mà bạn cần. Giải pháp đối với lừa đảo là Internet, nếu bạn sử dụng nó một cách cẩn thận.

Người phụ trách chuyên mục công nghệ cá nhân của Nhật báo Phố Wall, Walt Mossberg, đã nhận định như sau: "World Wide Web là một thứ tuyệt vời. Bởi nó tồn tại, nên càng nhiều người truy cập Internet, càng có nhiều kiến thức được bổ sung hơn bất kỳ thời kỳ nào trong lịch sử". Điều đó chính xác và ngày càng có nhiều thông tin đáng tin cậy được bổ sung thêm mỗi ngày. Hơn thế, rất nhiều thông tin như vậy được cung cấp cho mọi người một cách tự do, chỉ phải trả giá truy cập Internet.

Đáng tiếc là như bạn luôn biết, Web cũng là nơi để những kẻ lừa đảo tiếp cận và bơm vào đó những thông tin độc hại. Bất kỳ ai cũng có thể nói lên điều họ muốn trên Internet, bất kể điều đó có đúng hay không. Mọi người có thể cung cấp thông tin với nhân dạng thật hoặc một tài khoản ảo. Chúng ta cũng đã nhắc tới những trang web chào hàng các sản phẩm lừa đảo hay những kẻ lừa đảo chuyên nghiệp sử dụng hàng loạt thư điện tử để tiếp cận nạn nhân.

Việc phân loại và định dạng các mảnh lời cũng giống như sàng sảy vàng cám từ đồng đất quặng. Chúng tôi sẽ chỉ cho bạn cách làm điều đó, và có thể, chúng ta sẽ có những điều thú vị trên hành trình kiếm tìm sự thật.

Để minh họa cho điều này, chúng tôi xin kể một câu chuyện về một trò lừa trên Internet đã thành công với hàng ngàn người. Chúng tôi cũng sẽ chỉ ra cách làm thế nào để nhận biết sự thật.

Osama, Ollie, và Al

Chỉ trong vòng vài tuần, sau thảm họa của vụ 11 tháng 9 năm 2001, một bức thư bắt đầu cuộc hành trình trên mạng với nội dung được tác giả mô tả là thông tin "đáng kinh ngạc". Anh ta (hay cô ta) tuyên bố rằng Oliver North đã cảnh báo Quốc hội từ năm 1987, rằng Osama Bin Laden là "con quỷ nham hiểm nhất" và nói: "Tôi muốn nhắc rằng một nhóm sát thủ đã được thành lập để truy sát hấn cũng như những kẻ đồng chí hướng khỏi Trái Đất này". Hơn thế, tin nhắn này còn cho biết, Thượng nghị sĩ đã nghi ngờ North là Albert Gore, Thượng nghị sĩ bang Tennessee, vị Phó Tổng thống và ứng cử viên chạy đua chức tổng thống trong tương lai.

Tin nhắn này như một miếng mồi ngon với nhiều người bảo thủ. Vào thời điểm khi Tổng thống Bush bị chỉ trích vì phớt lờ những cảnh báo về một vụ tấn công khủng bố có thể xảy ra, thật là siêu việt khi

THẾ GIỚI LỘC LỬA

sáng tạo ra ý tưởng Al Gore lẽ ra đã có thể ngăn chặn vụ 11 tháng 9 nếu ông ta biết lắng nghe cựu cố vấn của Tổng thống Ronald Reagan (một vị Tổng thống Cộng hòa). Tin nhắn này đã được tiếp tục chuyển đi không biết bao nhiêu lần.

Tin nhắn này nhắc tới các nội dung trong phiên điều trần của North trên truyền hình trước một tiểu ban của Thượng nghị viện điều tra vụ Iran - Contra. North, hiện nay là một nhà bình luận chính trị bảo thủ, khi đó là thiếu tá trong lực lượng Hải quân Mỹ và đã đóng một vai trò quan trọng trong vụ bê bối với tư cách là cố vấn quân sự của Nhà Trắng. Ông ta dính líu tới việc ngầm ủng hộ những kẻ nổi loạn Contra ở Nicaragua trong nỗ lực lật đổ vị Tổng thống cánh tả, Daniel Ortega. Nhưng tin nhắn đó hoàn toàn sai lệch. Năm 1987, Bin Laden còn đang tham gia trong cuộc chiến tranh tại Afghanistan chống quân đội Liên Xô (cũ), không phải ở nước Mỹ. Hắn ta cũng không xây dựng tổ chức Al Qaeda vào năm đó, Gore đã không chất vấn North vì ông ta không phải là thành viên của tiểu ban điều tra vụ Iran - Contra. Người đã hỏi North là John Nields, luật sư của tiểu ban điều tra. Hệ thống an ninh đã tiêu tốn 13.800 đô la (theo cáo trạng dành cho North sau đó), chứ không phải 60.000 đô la.

Dù vậy, câu chuyện vớ vẩn này vẫn tiếp diễn. Hộp thư của chúng tôi tại FactCheck.org chứa nhiều tin nhắn của hàng chục người, đã từng nhận tin nhắn

lừa bịp đó, yêu cầu chúng tôi thẩm tra tính chính xác của vấn đề. Một người phụ nữ, sống cách khu vực Trung tâm Thương mại Thế giới chỉ vài tòa nhà, đã gọi điện thoại cho chúng tôi vào tháng 1 năm 2006 sau khi anh trai của bà gửi tới một tin nhắn kèm theo một bức ảnh màu chụp cảnh tòa Tháp đôi đang bốc cháy. Bà nói dù rất hoài nghi về nội dung thông tin, nhưng anh trai của bà vẫn khẳng định đảm bảo. Có rất nhiều lý do để cô em gái phải nghi ngờ bức thông điệp. Tại sao không phải là North tung ra điều này ngay khi có cơ hội trên Fox News, nơi ông ta đang đóng vai trò người dẫn chương trình điểm tin hàng tuần? Có thật là Al Gore đã nêu ra những câu hỏi ám dụ như: "Tại sao bạn lại sợ người dân ông này?" trong một cuộc nói chuyện trên truyền hình toàn quốc?

Người anh trai đó đã bị lừa. Chúng tôi nghi ngờ rằng bởi vì ông ta muốn tin vào nó. Câu chuyện cổ tích Ollie-Osama-Al khiến những người tự do Dân chủ giống như những con lừa và nhân vật bảo thủ với chiếc mũi khoằm Điều hâu North trông như một nhà tiên tri. Nó cũng xua đi những cáo buộc đối với đương kim Tổng thống Bush về thất bại trong việc dự đoán vụ tấn công 11 tháng 9. Trong khi chúng ta không thể đọc được suy nghĩ của người anh trai, ông ta đã có thể rơi vào chiếc bẫy "gốc rễ vấn đề của tôi", như chúng tôi đã miêu tả ở chương 4. Điều chắc chắn là ông ta đã không cởi mở tư tưởng, điều có thể giúp ông ta nhìn bớt giống "một con lừa". Chúng ta biết

THẾ GIỚI LỘC LỬA

điều này là vì ông ta không chịu mất công tìm kiếm những dấu hiệu cảnh báo, đã giúp em gái của ông ta nghi ngờ câu chuyện này. Hơn thế, ông ta cũng chẳng nỗ lực tìm kiếm một bằng chứng phản biện. Và ông ta lẽ ra đã có thể tìm thấy bằng chứng mà không mất quá nhiều công sức hơn việc gửi câu chuyện tưởng tượng đến em gái của mình.

Ollie thực sự nói gì

Khi chúng ta viết điều này, việc tìm từ "Oliver North" cộng "Bin Laden" trên Internet sẽ cho ra kết quả là hàng chục bài báo thảo luận về trò lừa này. Điều đó lẽ ra có thể giúp cho anh trai của người phụ nữ nọ, ít nhất, cũng có chút gì đó nghi ngờ về mức độ chính xác của câu chuyện. Và việc tìm kiếm trên Internet là vì điều đó. Bài báo đầu tiên mà chúng ta tìm thấy có nhan đề "Oliver Twisted", rõ ràng khẳng định rằng câu chuyện về phiên điều trần hoàn toàn là một sự bịa bợm.

Tại sao chúng ta phải tin vào bài báo này mà không phải là một tin nhắn thư điện tử, có thể được gửi đến từ một người bạn đáng tin cậy hay một người họ hàng? Thực tế, chúng ta không phải tin vào cả hai người đó một cách tự động. Cho đến lúc này, chúng ta đã khám ra rằng bức thư điện tử đó có thể là một trò lừa và chúng ta cần phải cân nhắc khi tiếp cận.

Trước tiên, chúng ta hãy đánh giá bài báo "Oliver Twisted". Bài báo thêm bên cạnh nguồn thông tin của mình những chú thích, nhờ đó chúng ta có thể kiểm tra lại những điều được đề cập. Tương tự, bài báo xuất hiện trên Snopes.com, một trang điện tử đã có nhiều năm hoạt động và được điều hành bởi hai chuyên gia người California, Barbara và David P. Mikkelsen, những người rất nhiệt tình trong việc kiểm tra nhiều câu chuyện vỉa hè đường phố, và bằng cách nào đó xuất hiện trên web. Đó là một điểm khiến người ta yêu thích Snopes.com, trang web không chịu ảnh hưởng bởi một chương trình chính trị hay quan điểm đặc biệt nào. Khi chúng ta nghiên cứu danh sách kỹ hơn, chúng ta cũng tìm thấy hàng chục trang web tương tự. Nhiệt tình trong việc bóc trần những tin đồn nhảm nhí trên Internet, tất cả đều nhắc tới câu chuyện nhảm Ollie-Osama-Al. Tới nay, tất cả những người có chút tư duy đều thống nhất: đây là một vụ lừa đảo.

Và bằng chứng cuối cùng ở ngay đó trên Internet. Ở nửa trang đầu kết quả tìm kiếm, chúng tôi tìm thấy một đường kết nối tới Thượng nghị viện Mỹ, nơi đăng một chuyên đề phơi bày vụ lừa bịp này.

Cụ thể hơn, các nhân viên của Thượng nghị viện đã đăng một bản copy lời nói được ghi âm lại trong phiên điều trần năm 1987 về vụ Iran-Contra, nơi North cung cấp các lời khai. Gore không ở đó. Luật

THẾ GIỚI LỘC LỬA

sư tiểu ban Niels là người đặt câu hỏi. North đã nhắc tới tên Abu Nidal, không phải Bin Laden. Vụ án khép lại. (nếu bạn muốn tự mình thấy bản ghi lời khai, hãy truy cập vào địa chỉ www.senate.gov/reference/resources/pdf/ollie.pdf.)

Rất tình cờ, North đã tự cố gắng giải quyết vấn đề một số lần. Trên trang web của mình (www.olivernorth.com), ông ta đã viết rằng ông nhận được "hàng ngàn thư điện tử từ khắp các bang trên nước Mỹ và 13 quốc gia khác" đề nghị giải thích về thông điệp liên quan tới Bin Laden, điều mà ông ta gọi là "đơn giản không chính xác".

Tìm kiếm những thông tin chính xác

Chúng ta có thể dẫn ra vô số các ví dụ về những thông tin sai lệch trôi nổi trên Internet. Chính các bạn cũng có thể tự mình nhận thấy rất nhiều. Internet đơn giản là hoàn toàn vô chính phủ: càng nhiều thông tin, càng dễ truy cập, nhưng không có quy định, không có tiêu chuẩn và không có hình phạt đối với những lỗi lầm vô tình hay cố ý, thậm chí người ta sẵn sàng bịa ra một câu chuyện khủng khiếp nhất. May mắn thay, việc tìm kiếm thông tin chính xác cũng khá dễ dàng, và thậm chí là đáng buồn cười. Chúng ta đã diễn giải làm thế nào mà vụ lừa đảo Oliver North có thể nhanh chóng bị dập tắt đến vậy. Chìa khóa của vấn đề là tìm đúng trang web và biết

cách làm thế nào để đánh giá mức độ tin cậy của nó. Trong phần còn lại của chương này, chúng tôi sẽ chia sẻ với bạn một vài điều mà chúng tôi đã biết được tại FactCheck.org trong việc tìm kiếm những thông tin đáng tin cậy trên trang web.

Đầu tiên và quan trọng nhất đó là đánh giá nguồn tin. Ai đứng đằng sau nguồn tin đó? Vụ Ollie North là nặc danh, không thể truy tìm dấu vết kẻ đã "sáng tạo" ra câu chuyện. Kẻ đó nói rằng đã được xem một cuốn băng của North "trong một buổi thuyết trình", và dĩ nhiên là không thể kiểm chứng. Những tuyên bố có nguồn gốc như vậy không có một chút giá trị tin cậy, bởi bạn không hề biết ai là người đưa ra lời buộc tội, hay vì sao họ đưa ra lời buộc tội đó. Hãy coi tuyên bố nặc danh và không thể truy tìm dấu vết đó là không chính xác cho đến khi nào chứng minh được điều ngược lại.

Trò lừa

Câu chuyện này đã được chuyển tới FactCheck.org vào năm 2006, nhưng nó cũng đã ở đâu đó từ năm 2001 và chỉ là một trong rất nhiều câu chuyện người ta đề nghị chúng tôi kiểm chứng.

Có ai còn nhớ điều này?

Đó là năm 1987! Tại một buổi thuyết trình họ, họ đang chiếu một cuốn băng video cũ về Thiếu tá

Hải quân Oliver North khai báo trong phiên điều trần về vụ Iran-Contra, trong nhiệm kỳ của Tổng thống Reagan.

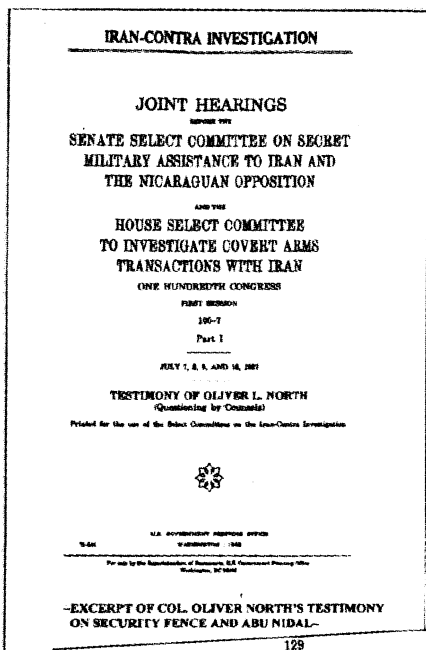
Chỉ có Ollie trước Chúa và đất nước đóng vai trò nhân vật thứ ba. Nhưng những gì ông ta nói thật đáng ngạc nhiên! Ông ta đã bị mua chuộc bởi một Thượng nghị sĩ. "Có phải gần đây ông đã tiêu tới 60.000 đô la cho hệ thống an ninh gia đình?", Thượng nghị sĩ hỏi. Ollie trả lời: "Vâng, tôi đã làm vậy, thưa Ngài". Vị Thượng nghị sĩ tiếp tục, cố gắng chọc khán giả cười: "Liệu đó có phải chỉ là một chút lạm chi không?". "Thưa ngài, không", Ollie tiếp tục trả lời. "Không à? Tại sao không chứ?", vị Thượng nghị sĩ hỏi. "Bởi vì cuộc sống của nhiều gia đình và cá nhân tôi bị đe dọa, thưa ngài". "Đe dọa? Bởi ai cơ chứ?", ngài Thượng nghị sĩ tiếp tục truy vấn. "Bởi một kẻ khủng bố, thưa ngài", Ollie trả lời. "Khủng bố? Kẻ khủng bố nào có thể làm ông sợ đến vậy?". "Tên hấn ta là Osama Bin Laden, thưa ngài", Ollie đáp lại. Đến đây, ngài Thượng nghị sĩ cố gắng lặp lại cái tên ấy, nhưng không thể đánh vần nó, điều mà nhiều người sau này muốn thử cũng không làm được. Một vài người bật cười vì việc cố gắng đánh vần tên ấy. Sau đó, ngài Thượng nghị sĩ tiếp tục: "Tại sao ông sợ người đàn ông này đến vậy?", ngài thượng nghị sĩ hỏi.

"Bởi vì, thưa ngài, hấn ta là kẻ độc ác nhất trên đời mà tôi biết được", Ollie trả lời. "Vậy anh gợi ý chúng tôi cần làm gì với hấn?", ngài Thượng nghị sĩ tiếp tục hỏi. "Thưa ngài, nếu điều đó phụ thuộc vào tôi, tôi sẽ gợi ý về một đội ám sát thực hiện nhiệm vụ khử hấn ta và những người của hấn khỏi mặt đất". Ngài Thượng nghị sĩ không đồng ý với phương cách này, và đó là tất cả những gì được chiếu trong đoạn clip.

Nhân tiện, đó là Thượng nghị sĩ Al Gore!

Bằng chứng

Đây là những bức ảnh chụp bản sao các bằng chứng có thật của North, lấy từ website chính thức của Thượng nghị viện Mỹ, tại đường dẫn: www.senate.gov/reference/resources/pdf/ollie.pdf.



129

al Secord, and my question to you is, were you aware—I take it there was a security system put in at your residence?

Mr. NORTH: There is a security system in at my residence. It has since this April been sufficiently supplemented that it is now extraordinary.

Mr. NUNES: And I take it—
[Counsel conferring with witness.]

Mr. NUNES: Were you aware that that security system was paid for by General Secord?

Mr. NORTH: I am going to waffle an answer. I am going to say yes and no, and if you would indulge me, I will give you another one of my very straightforward, but rather lengthy, answers.

The issue of the security system was first broached immediately after a threat on my life by Abu Nidal. Abu Nidal is, as I am sure you on the Intelligence Committee know, the principal, foremost assassin in the world today. He is a brutal murderer. When I was

Hãy tìm nguồn thông tin đáng tin cậy. Nhà sử học ở Thượng nghị viện Mỹ, hiển nhiên, là một nguồn lý tưởng cho trường hợp của Ollie North. Khi trang web của Thượng nghị viện đăng nhiều trang từ bản ghi chép lời khai chính thức của những phiên điều trần đó. Bạn có thể khẳng định 100% những gì bạn đang đọc chính là điều mà thực tế North đã khai báo. Trang web của riêng North cũng là một nguồn hữu ích khác, bởi thông tin đến từ chính ông ta, và cũng bởi vì ông ta là người cuối cùng mà chúng ta có thể trông đợi là sẽ nói dối để bảo vệ Đảng Dân chủ.

Các trang web chính phủ có độ tin cậy và uy tín tương đương với các cơ quan chủ quản. Để có được đánh giá chính thức mới nhất về dân số Mỹ, bạn có thể truy cập trực tiếp vào trang web của Ủy ban điều tra Dân số, nơi bạn cũng sẽ tìm thấy các số liệu chính thức về số lượng người đói nghèo, thu nhập, số người nhận và không được nhận bảo hiểm y tế và nhiều thứ khác. Những con số mà chúng tôi trích dẫn về các nguyên nhân dẫn đến tử vong ở phụ nữ được lấy từ trang web của Trung tâm số liệu thống kê y tế Quốc gia, nơi chính phủ liên bang công bố số lượng người chết ở tất cả các bang trên toàn quốc. Và các con số, cho thấy một tỷ lệ rất nhỏ những người Mỹ giàu ảnh hưởng phải đóng thuế bất động sản, được lấy từ trang web của cơ quan thuế vụ, chịu trách nhiệm công khai các dữ liệu được tổng hợp từ

hàng chục triệu mẫu khai thuế mà cơ quan này tiến hành mỗi năm. Tại trang web của cơ quan hàng không và vũ trụ Quốc gia, bạn có thể tìm thấy những thông tin đáng tin cậy về những gì các nhà khoa học biết về Thái dương hệ và vũ trụ, trong đó gồm cả những phát kiến mới nhất về việc khôi phục tầng ô-zôn bảo vệ cho Trái Đất.

Hãy tìm thêm các trang web có đuôi ".gov". Lấy ví dụ, www.socialsecurity.gov là trang chủ của cơ quan an sinh xã hội Mỹ, nơi bạn có thể thấy những thống kê mới nhất về những trục trặc tài chính của hệ thống. Những số liệu này được cập nhật bởi ban quản trị điều hành trang web. Ở đây, bạn có thể nhận thấy, trừ phi Nhà Trắng có hành động kịp thời, nếu không quyền lợi của mọi người sẽ bị cắt giảm, hoặc là thuế các loại sẽ gia tăng vào năm 2040. Bạn cũng có thể tìm kiếm một số tên thông dụng của các em bé. Để dễ điền vào các tấm thẻ an sinh xã hội, các vị phụ huynh từ năm 2005 đã chọn cái tên Emily cho các bé gái và Jacob cho các bé trai nhiều hơn bất kỳ cái tên nào khác. Đuôi ".gov" trên một trang web cũng được các cơ quan chính phủ sử dụng. Ví dụ, tại địa chỉ www.ohio.gov, bạn có thể biết ai là thống đốc hay đọc bản hiến pháp của bang cũng như các luật áp dụng riêng. Và tại trang web của cơ quan tuần cảnh đường cao tốc bang Ohio, thậm chí bạn còn có thể lấy được một bản đồ vệ tinh những địa điểm thường dẫn tới các vụ tai nạn ô tô, xe tải và xe máy

chết người trong bang này vào năm 2005. Điều đó có thể hoặc không thực sự quá hữu ích, nhưng bởi các con số đó xuất phát từ cơ quan tuần cảnh đường cao tốc bang Ohio, bạn có thể tin tưởng rằng nó hoàn toàn chính xác.

Tất nhiên, chúng tôi sẽ không bao giờ bắt buộc các bạn phải tin vào mọi thứ tìm thấy tại các địa chỉ có đuôi ".gov". Hãy suy nghĩ và cảm nhận bởi bạn có thể tìm thấy những thông tin khác biệt, ở một nơi khác biệt.

Tại địa chỉ www.whitehouse.gov, bạn sẽ tìm thấy những bài phát biểu mà Tổng thống Bush đã nói trong những lần xuất hiện trước công chúng. Tất cả đều được ghi chép lại đầy đủ. Bạn có thể cảm thấy yên tâm rằng, đích xác, đó chính là những lời nói của Bush. Những tình huống mà băng ghi âm của phóng viên lại khác với bản ghi chép là rất hiếm. Nhưng điều đó vẫn hoàn toàn tùy thuộc vào bạn quyết định có nên tin vào những điều Bush nói hay không. Và cũng giữ thận trọng khi sử dụng trang web của Thượng và Hạ nghị viện. Ví dụ, www.dems.gov đưa bạn tới trang web của nhóm Dân chủ Caucus, nơi tập trung hầu như toàn bộ các thành viên của Đảng Dân chủ tại Hạ nghị viện. Cũng giống như trang web www.gop.gov đưa người ta tới phe đa số của Đảng Cộng hòa tại Hạ nghị viện. Hai trang web của hai đảng sẽ cung cấp cho mọi người những chính sách mà hai đảng hiện đang theo đuổi. Nhưng bạn đừng hy vọng sẽ có một sự đảm bảo về tính chân thật.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Hầu hết các trang web chính thức của các tiểu ban thuộc Thượng và Hạ nghị viện còn tồi tệ hơn. Dường như nó được xây dựng để làm diễn đàn bày tỏ quan điểm của mỗi tiểu ban. Nhưng thực tế, lại là quan điểm của phe đa số trong mỗi đảng, bỏ qua quan điểm của phe thiểu số. Năm 2006, trang web www.waysandmeans.gov được điều hành bởi những người Cộng hòa, kiểm soát Hạ nghị viện. Khi đó, tiểu ban Phương tiện và Phương thức xây dựng thuế thể hiện quan điểm của Đảng Cộng hòa. Do đó chẳng có gì ngạc nhiên khi trang web của tiểu ban chứa đựng những thông cáo báo chí sai lệch, ca ngợi một dự luật của Đảng Cộng hòa rằng dự luật này "về lâu dài sẽ loại bỏ tới 99,7% thuế bất động sản cho tất cả các công dân Mỹ". Điều đó hoàn toàn sai lệch bởi bạn không thể thực sự "hủy bỏ" một dòng thuế tới 99%*. Thông cáo đó là diễn hình của việc thông tin mạng quan điểm thành kiến về các loại thuế và chủ trương cắt giảm thuế được Đảng Cộng hòa ủng hộ. Nó đã xuất hiện trên trang web của tiểu ban.

**Năm 2006, người ta đánh giá rằng chỉ có 0,3% những người chết trong năm đó phải chịu thuế tài sản. Vì 2 triệu đô la đầu tiên cho mỗi bất động sản sẽ được miễn trừ thuế. Năm 1999, chỉ 600.000 đô la đầu tiên là được miễn trừ, và mức cao nhất phải đóng thuế là 1,3%, như đã đề cập ở Chương 3.*

Với việc Đảng Cộng hòa nắm quyền kiểm soát, truy cập trang web được quản trị bởi những người Dân chủ trong tiểu ban Phương tiện và Phương thức đòi hỏi một người khách phải tìm thấy mối liên hệ mang tên "trang web của phe thiểu số". Mối liên hệ này xuất hiện dưới dạng 8 điểm nhỏ được bố trí ở một nơi ít chú ý trên trang web, gần dưới cùng của trang web. Tình cảnh tương tự cũng xảy ra với hầu hết các trang web khác của các tiểu ban thuộc Thượng và Hạ nghị viện: chúng bày tỏ quan điểm của phe đa số. Khi Đảng Dân chủ nắm quyền kiểm soát, các trang web chính thức này có thể hoặc không trở nên ít tính đảng hơn. Do đó, khách vào trang vẫn phải tiếp tục cảnh giác với các thông điệp trên đó.

Không phải tất cả các tiểu ban đều mang tính một phía. Hai trường hợp ngoại lệ đáng được biểu dương là liên ban nghiên cứu thuế, nơi tập hợp các chuyên gia của cả hai đảng vào việc đánh giá ảnh hưởng của các dự luật thuế được đề xuất đối với ngân sách liên bang. Trường hợp thứ hai là Ủy ban ngân sách của Quốc hội, nơi cũng có nhiều chuyên gia hai Đảng cùng làm việc, sắp xếp các dự luật và chương trình của chính phủ. Đó là điều mà chúng tôi hy vọng sẽ tiếp tục được duy trì, nhưng người xem trang web phải được cảnh báo về bất kỳ thay đổi nào trong cân quyền lực và quyền kiểm soát ở Quốc hội.

Các trang web được tài trợ bởi các viện nghiên cứu cũng có thể là kho tàng thông tin đáng tin cậy.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Trong trường hợp này, hãy tìm các trang web có đuôi ".edu" như nahic.ucsf.edu. Đây là trang web của Trung tâm thông tin y tế trẻ vị thành niên Quốc gia (NAHIC), có liên kết với khoa nhi của trường Đại học California, San Francisco. Đuôi ".edu" là tên miền viết tắt của từ "education" (Giáo dục), và chỉ các trường đại học, cao đẳng, các viện nghiên cứu cấp cao khác mới được phép sử dụng nó. Các nhà nghiên cứu tìm kiếm thông tin trên mạng Internet về một chủ đề mới sẽ thường giới hạn việc tìm kiếm của mình ở hai địa chỉ có đuôi ".edu" và ".gov", vì biết chắc rằng họ sẽ tìm thấy các thông tin xác thực ở đó, dễ hơn tại các địa chỉ ".com" hay ".org", những trang web mà bất kỳ ai cũng có thể sở hữu.

Mặc dù vậy, ngay cả các trang web có đuôi ".edu" cũng không luôn luôn đảm bảo sự chính xác tuyệt đối. Hãy xem trường hợp cuốn sách viết về vũ khí của Michael Bellesiles mà chúng ta đã từng biết đến trước đây. Các giáo sư thường hay đăng các nghiên cứu mới nhất của mình trên trang web riêng, được xây dựng trên nền tảng trang web của trường cao đẳng hay đại học nơi họ giảng dạy. Một mặt, những nghiên cứu đó thực sự là một nguồn thông tin tuyệt vời. Mặt khác, nó cũng chỉ là sản phẩm duy nhất của vị giáo sư đó. Nó không mang sức mạnh và uy tín của cả một tổ chức. Một số trường hợp thậm chí còn cho phép sinh viên của mình xây dựng trang web cá nhân. Những trang web đó cũng có đuôi

".edu". Nếu bạn tìm thấy thứ gì đó trên trang web của một trường đại học, có chứa những thông tin mà bạn cần, hãy cân nhắc một chút cho đến khi bạn cảm thấy hài lòng rằng thông tin đó được đưa ra bởi một chuyên gia mà bạn có thể tin cậy, không phải từ một anh chàng sinh viên năm thứ nhất chuẩn bị thi hỏng.

Các cơ quan thông tấn cũng điều hành các trang web (Ví dụ: www.cnn.com và www.nytimes.com). Nhìn chung, bạn có thể tin vào các trang web này với mức độ tin tưởng của bạn đối với những tin tức mà các tờ báo này cung cấp. Trang web BBC News là nơi mà người ta có thể tìm kiếm những thông tin quốc tế thường bị các hãng thông tấn của Mỹ bỏ qua. Không nên bỏ qua một câu chuyện thời sự chỉ bởi vì nó xuất hiện trên trang web của một tờ báo địa phương hay vùng. Trang web của tờ *Times-Picayune*, New Orleans, là nơi người ta có thể tìm được những thông tin hữu ích nhất về những gì đang thực sự xảy ra trong thảm họa bão lụt Katrina năm 2005. Trong ba ngày, tờ báo chỉ có thể đăng tải thông tin trên trang web của họ, bởi nhà xuất bản còn đang chìm trong biển nước. Thực tế, từ chính chất lượng của các bài phóng sự trong dịp này, tờ báo đã giành được hai giải Pulitzer. Trong đó có giải thưởng "Cây bút vàng" vì sự nghiệp cộng đồng và giải dành cho "Tin thời sự nóng". Trong trường hợp này, thông tin trên trang web của một tờ báo địa phương lại ưu việt hơn những gì người ta tìm thấy

THẾ GIỚI LỘC LỬA

trên trang web của chính phủ, ví như FEMA hay Army Corps of Engineers.

Các tờ báo địa phương cũng đem tới cho người đọc những miếng ghép còn thiếu trong các bản tin của Hãng thông tấn AP, nơi thường duy trì các tiêu chuẩn về sự cân bằng trong khi thực hiện các phóng sự hiện trường, ít nhất cũng là theo quan điểm của chúng tôi (chúng tôi có thể có chút thành kiến với AP, bởi Brooks Jackson đã làm việc ở đó cho tới năm 1980). Một câu chuyện được viết dưới mác của AP mang trên mình uy tín của AP, hơn thế, còn có thêm cả uy tín của tờ báo đăng tải câu chuyện đó. Đối với những sự kiện gần đây, hãy thử dùng Google, Yahoo, hay bất kỳ công cụ tìm kiếm hữu hiệu trên Internet có thể giới hạn việc tìm kiếm trong khuôn khổ của từ "tin tức". Điều này cho phép bạn tiếp cận với những câu chuyện thời sự có chứa những từ mà bạn đã đăng nhập. Thông thường, kết quả sẽ bao gồm một vài bản copy chính câu chuyện của AP được đăng tải lại ở các địa chỉ khác. Tuy nhiên, việc tìm kiếm này cũng sẽ dò quét tất cả địa chỉ các trang web và blog, không phải lúc nào cũng đáng tin cậy hoặc thậm chí có chứa một chút thông tin chính xác nào.

Các trang thông tin điện tử cũng có những giới hạn. Một số đòi hỏi thủ tục "đăng ký" đáng bực mình. Vì họ yêu cầu bạn phải cung cấp các thông tin

cá nhân như tuổi tác, giới tính và (trong một số trường hợp) thậm chí cả thu nhập. Thông tin đó có thể bị đem bán hoặc được sử dụng để nhắm vào bạn vì những mục đích thương mại. Bạn có thể muốn kiểm tra cái gọi là "chính sách bảo mật cá nhân" trước, hoặc tìm kiếm câu chuyện tương tự trên một trang khác.

Một điểm yếu nghiêm trọng hơn của việc tìm kiếm tin tức trên Internet là hầu hết các trang thông tin điện tử buộc bạn phải trả một khoản phí để truy cập những câu chuyện, tin tức được đăng tải từ một tuần hoặc nhiều hơn trước đó. Đó là điều có thể hiểu được, vì lý do trang trải chi phí cho việc tìm kiếm và tập hợp, biên tập những tin tức, câu chuyện đó, nhưng nó lại không hữu dụng đối với người sử dụng Internet hàng ngày tìm kiếm thông tin cũ một cách nhanh chóng. Mạng lưới truyền hình đặc biệt khó tìm kiếm. Họ có thói quen bắt phải trả phí cho những văn bản đánh máy các bản tin mà họ phát sóng trước đó. Và hầu hết đều không đăng tải những văn bản kiểu đó trên trang web của họ, ngoại trừ những cuộc phỏng vấn đặc biệt. Những trường hợp ngoại lệ đáng chú ý là CNN, BBC, và chương trình *Meet the Press* của kênh NBC thời sự.

Để thực hiện một cuộc tìm kiếm kỹ lưỡng các tin tức từ tháng trước hay năm trước, bạn cần phải tiếp cận với các dịch vụ tuyệt vời của Nexis hoặc Factiva.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Cả hai đều có những văn bản đầy đủ của hầu hết các tờ báo, tạp chí hay dịch vụ điện tín chính trong hai thập kỷ qua. Các dịch vụ đó có thể khá tốn kém. Ví dụ: Nexis tính phí cho người không thuê bao 3 đô la trừ trên thẻ tín dụng cho mỗi câu chuyện. Hãy kiểm tra thư viện địa phương, nơi có thể cho phép tiếp cận các dịch vụ Nexis hay Factiva miễn phí hoặc với giá ưu đãi. Các dịch vụ trực tuyến của thư viện nhiều trường cao đẳng, đại học cũng cho đăng ký thuê bao và sử dụng miễn phí đối với các đối tượng là cán bộ giảng dạy, sinh viên hoặc chuyên viên hữu trách.

Một số công cụ kiểm tra đáng tin cậy

Trong vô số những chuyện lừa đảo và thông tin sai lệch trên Internet, một số trang điện tử vẫn trở thành những địa chỉ hầu như đáng tin cậy và không có thành kiến. Dưới đây chỉ là một số trang web, chúng tôi, FactCheck.org, cho là hữu ích. Tất cả đều miễn phí, nếu không có thông báo riêng.

www.cdc.gov

Trung tâm Thống kê Y tế Quốc gia, thuộc Cơ quan Kiểm soát Dịch bệnh, có những dữ liệu chính thức về ngày sinh, ngày mất, các tiền sử chấn thương, tình trạng hôn nhân và ly dị. Mục "truy cứu nhanh" cho phép tìm kiếm thông tin dễ dàng theo chủ đề.

www.consumerreports.org

Phiên bản điện tử của tạp chí Consumer Reports, đăng tải các kết quả thí nghiệm từ năm 1936 về đủ các loại sản phẩm, từ ô tô đến vật dụng trong bếp ăn. Trang web này được điều hành bởi Hiệp hội Người tiêu dùng, một tổ chức phi lợi nhuận, không cho phép đăng tải các quảng cáo hay thậm chí cả các mẫu thí nghiệm miễn phí. Phí thuê bao hàng năm là 26 đô, điều này có thể tiết kiệm cho bạn nhiều tiền hơn một khi mắc phải những sai lầm.

www.opensecrets.org

Tổ chức vì lợi ích chính trị là một tổ chức tư nhân, phi lợi nhuận, tập hợp các dữ liệu chính thức về các khoản quyên góp mang tính chính trị và vận động hành lang, cung cấp các phân tích sắc sảo về các nhóm quyền lợi đóng góp nhiều nhất.

www.cbo.gov

Các nhà lập pháp của cả hai Đảng đều dựa vào Ủy ban Ngân sách của Quốc hội với những bản phân tích về xu hướng kinh tế, chi phí và thâm hụt liên bang cũng như những tác động có thể xảy ra do việc ban hành các luật mới.

www.kff.org

Tổ chức Kaiser Family Foundation, đặt ra sứ mệnh là "giúp cải thiện các chính sách, chương trình y tế vì những người có nhu cầu cần thiết nhất", cung cấp các thông tin độc lập về chăm sóc y tế, hỗ trợ y tế, bảo hiểm y tế tư nhân, AIDS và sức khỏe phụ nữ.

www.bls.gov

Ủy ban Thống kê Lao động tập hợp các số liệu thống kê chính thức về số người thất nghiệp, công việc, tình trạng lạm phát và mức lương.

www.census.gov

Trang web của Cơ quan Điều tra Dân số cung cấp các số liệu thống kê chính thức về dân số, tình

trạng đói nghèo, thu nhập gia đình, chi phí bảo hiểm y tế, và sở hữu nhà ở.

www.eia.doe.gov

Cơ quan thông tin năng lượng với những thống kê chính thức về tất cả các nguồn năng lượng, bao gồm giá gas, nguồn dầu thô, năng lượng hạt nhân và mặt trời. Chuyên trang "Kids Page", quan trọng hơn tên gọi của nó, cung cấp những tóm tắt cơ bản.

www.quackwatch.org

Là nơi Tiến sĩ Stephen Barrett đăng tải các tài liệu giá trị về thuốc uống, "hướng dẫn về cách thức phát hiện các thủ đoạn lừa đảo trong lĩnh vực y tế, chăm sóc sức khỏe và thực hiện các quyết định chính xác".

www.gao.gov

Ủy ban Giải trình Chính phủ là một cơ quan giám sát độc lập, kiên quyết, được thành lập bởi Quốc hội. Trang điện tử này có các báo cáo về những chương trình "có độ rủi ro cao" dễ bị tổn thương từ những vụ lừa đảo, lãng phí và buôn lũng quản lý. Một trang điện tử "khát quát về ngân sách quốc gia", giải thích vì sao GAO tin vào những thay đổi trong chính sách là điều cần thiết để tránh "thâm hụt và nợ nần liên bang bất ổn định" trong tương lai.

Chúng tôi thích nghĩ rằng FactCheck.org có khuynh hướng tin vào những trang điện tử đáng tin cậy, ví dụ như những trang đã được trích dẫn ở trên. Dù sao, xin hãy nhớ rằng ngay cả những trang điện tử tốt nhất cũng có thể mắc sai lầm. Thực tế, cách để nhận biết mức độ tin cậy của trang web đó là ghi chú cách nó phản ứng trước những sai lầm. Họ có sửa lỗi nhanh chóng và công khai không? Không bao giờ dựa vào duy nhất một nguồn đối với những thông tin quan trọng; hãy tìm kiếm hai hoặc ba nguồn độc lập với nhau.

Hướng dẫn đối với các trang web

Một địa chỉ điện tử hướng dẫn tìm kiếm các trang web đáng tin cậy là Librarians' Internet Index. Chúng tôi nhận thấy đây là nơi thuận tiện cho việc tìm kiếm một vấn đề mới, lạ, www.lii.org. Trang web này liên kết với hàng ngàn thư thư chuyên nghiệp, những người kiếm sống bằng công việc tìm kiếm. Ở đây, có tới 20.000 cổng truy cập được tổ chức theo 14 chủ đề chính và gần 300 chủ đề liên quan.

Chúng ta hẳn cũng từng biết tới một trang điện tử khá quen thuộc, từ điển bách khoa mở rộng Wikipedia. Đây là một trong những trang điện tử chưa được chúng tôi liệt kê vào danh sách các địa chỉ đáng tin cậy. Lý do là vì bất kỳ ai cũng có thể biên tập Wikipedia vào bất kỳ thời điểm nào. Và có một

số lượng khổng lồ các trường hợp tài liệu mắc sai sót hoặc bị chỉnh sửa thông tin có chủ đích. Bất kỳ thông tin nào tìm thấy trên Wikipedia đều phải được sử dụng một cách thận trọng và coi thông tin đó như một trường hợp phải được kiểm chứng.

Tuy nhiên, ngay cả những nguồn thông tin mang thành kiến hoặc bắt nguồn từ một đảng chính trị cũng có thể đáng tin cậy ở một số khía cạnh. Trang web của một ứng cử viên chính trị có thể cho ta biết chính xác điều mà các quảng cáo trên truyền hình về ứng viên này đang nói, hay quan điểm của ông ta (bà ta) về một chủ đề đặc biệt. Dù sao, nó sẽ không cho bạn biết liệu các quảng cáo truyền hình đó là đúng hay sai, hay liệu ứng cử viên đó có thay đổi quan điểm tùy từng thời điểm và hoàn cảnh của vấn đề. Vì vậy, trang web của một nhà sản xuất có thể cho ta những thông tin giá trị về danh mục giá sản phẩm, các tính năng kỹ thuật của nó, và có thể là các bản đánh giá độc lập về sản phẩm, những đánh giá tích cực, đương nhiên. Nhưng đừng hy vọng tìm thấy thông tin về những nhược điểm trong lĩnh vực an toàn hay đánh giá độc lập giới thiệu một sản phẩm khác rẻ tiền và tốt hơn của công ty khác.

Điều không mấy ngạc nhiên là các blog cũng có thể hữu dụng. Chúng có xu hướng phản ánh những quan điểm của người xây dựng blog đó. Ở dạng đơn

THẾ GIỚI LỘC LỬA

giản nhất, một blog là một tập nhật ký cá nhân, đăng tải lên mạng cho tất cả mọi người cùng đọc. Bất kỳ ai đều có thể xây dựng blog của riêng mình trong vài phút với một mức chi phí rất nhỏ hoặc bằng 0. Nhiều người đã làm thế. Technorati.com nói họ đã kiểm tra 1,6 triệu blog mới đăng tải mỗi ngày. Viết blog chỉ là một hình thức giải trí đối với hầu hết mọi người. 84% chủ blog được khảo sát bởi dự án Pew Internet & American Life trong năm 2006 coi đó hoặc là một "sở thích" hoặc chỉ là "điều gì mà tôi làm, nhưng không phải là thứ mà tôi tiêu tốn nhiều thời gian". Chỉ có 1 trong 3 người được hỏi coi blog của họ là một dạng báo chí, và 42% nói rằng họ "không bao giờ" hoặc "hiếm khi" dành thêm thời gian để kiểm chứng các thông tin trong bài viết của mình trên blog. Do đó, đừng bao giờ chấp nhận điều gì đó như là sự thật chỉ vì nó xuất hiện trên blog của ai đó. Hãy tự mình kiểm tra tính chính xác.

Đúng là một số blog có ảnh hưởng chính trị to lớn. Daily Kos, một blog của Markos Moulitsas, là một thế lực đứng sau Howard Dean trong chiến dịch tranh cử tổng thống năm 2004. Blog này tuyên bố đã gây dựng được một quỹ ủng hộ hơn 1 triệu đô la cho khoảng hơn một chục ứng cử viên tự do Quốc hội trong năm 2004. Một số blogger cũng nêu ý kiến và bình luận như người ta vẫn thường làm trong trang dành cho bạn đọc trên các tờ báo, tạp chí lớn. Một

số nhà báo cũng viết blog. Những blog hấp dẫn nhất thường có nhiều người vào đọc và đổi lại, thu hút một lượng lớn các đường liên kết tới các vấn đề thú vị nhất mà họ quan tâm, biến blog thành địa điểm lý tưởng để lưu giữ những gì đã được phát biểu về một số chủ đề nhất định, tại các địa điểm khác nhau. Điều đó đặc biệt đúng đối với chính trị. Thăm dò của Pew cho thấy 11% người chơi blog nói họ quan tâm chủ yếu tới chính trị và chính phủ.

Dù sao, cũng thật hiếm khi chúng ta tìm thấy một bài viết nguyên bản, đáng tin cậy trên một blog. Ví dụ nổi tiếng nhất vẫn là sự kiện trong năm 2004 được ghi nhận cho trang web mang hơi hướng bảo thủ, Little Green Footballs. Chủ sở hữu của nó, với sự giúp đỡ của những blogger ủng hộ, đã nhanh chóng vạch trần những tài liệu chắc chắn là giả mạo, được biên tập viên Dan Rather sử dụng trên kênh truyền hình CBS News để "vào hùa" một phóng sự nói rằng Tổng thống Bush đã trốn tránh nhiệm vụ, trong vai trò là một phi công, khi đang thực hiện nghĩa vụ quân sự tại Lực lượng Vệ binh Quốc gia của bang Texas. Cuốn hồi ký được cho là của vị chỉ huy tại lực lượng ông Bush làm nhiệm vụ vào năm 1973. Chỉ trong vòng vài giờ sau chương trình của CBS, Charles Johnson, biên tập viên của Little Green Footballs, đã chế tạo ra một phiên bản chính xác như một trong những cuốn hồi ký đó. Cuốn sách giả mạo này cũng sử dụng các tiêu chuẩn thiết kế trên

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Microsoft Word và một máy in vi tính, loại công nghệ không được phổ biến cho tới những năm 1990. Cuốn hồi ký sử dụng cả những hiệu ứng như tỷ lệ không gian và những chữ viết trên cao (như chữ "th" trong "187th"). Thậm chí đến nay, chúng ta cũng không biết ai đã tái tạo cuốn hồi ký của CBS với công nghệ văn phòng của năm 1973. Hầu hết các chuyên gia đều tin các tài liệu đó là giả.

Đôi khi, một blogger có thể đến nhiều nơi, thấy nhiều điều mà các phóng viên không thể. Đáng chú ý cho trường hợp này là các blogger trong lực lượng quân đội Mỹ và người Iraq, những người đăng các bản tin cá nhân hàng ngày về đời sống ở Iraq, hay như những người đã có mặt và chứng kiến các cảnh tượng động đất, sóng thần ngày 26 tháng 12 năm 2004. Những blog khác đã phát triển thành những trung tâm thông tin nhỏ, sử dụng một lượng ít nhân viên là các phóng viên và nhà văn chuyên nghiệp. Chúng tôi nhận thấy TPM Muckraker là địa điểm thích hợp để theo dõi vụ scandal tham nhũng ở Washington khi nó bị phanh phui trong suốt năm 2006. Nhân viên trang web đã rải một mạng lưới lớn thu lọc thông tin mới, một cuộc phỏng vấn độc quyền tại một tờ báo ở San Diego, một bản khai có tuyên thệ của một điều tra viên chính phủ được lưu trữ tại một tòa án ở Washington, D.C. Tiếp đó, họ đăng thông tin đó tại một địa điểm cùng với những phân tích cẩn thận, kỹ lưỡng về khả năng dính líu có

thể xảy ra. Cho dù nó được xây dựng bởi một trang điện tử có khuynh hướng tự do Talking Points Memo, blog của Muckraker tương đối hấp dẫn khi theo sát các rắc rối pháp lý của cả hai Đảng Cộng hòa và Dân chủ. Nó cung cấp nhiều thông tin chi tiết và cập nhật tới từng phút về những bê bối của Quốc hội, hơn bất kỳ nơi nào khác. Nhưng những blog thông tin có chất lượng chuyên nghiệp và không thành kiến là rất hiếm. Những người đọc blog không ý thức điều đó có thể sẽ bị tác động bởi những sai lầm nghiêm trọng, như báo cáo "độc quyền" của truthout.org về những "đề cập" của Karl Rove, hay phong cách "kể chuyện" hài hước của Matt Drudge (trong chương trình Drudge Report) và những hành động bất chước của ông.

Thêm một lần nữa phải nhắc lại: có những điều được xem như sự thật trên blog có thể là đúng hoặc không phải vậy. Hãy kiểm chứng điều đó ở một chỗ khác. Thông thường, các blogger sẽ cung cấp đường link tới nguồn thông tin của họ, việc làm đó rất hữu ích. Nhưng đôi khi, những đường liên kết đó chỉ dẫn tới một blog khác, nơi có thể hoặc không cung cấp một liên kết nữa tới nguồn thông tin ban đầu.

Vì trách nhiệm

Đánh giá chất lượng một trang web quan trọng hơn việc tìm ra nó có được tài trợ bởi một cơ quan chính phủ, một tổ chức nghiên cứu hay học giả của

THẾ GIỚI LỘC LỬA

trường đại học, thậm chí chỉ là một kẻ vớ vẩn nào đó. Như chúng tôi đã chỉ ra, ngay cả một trang web chính phủ cũng có thể chỉ phản ánh quan điểm chính trị của đảng đang kiểm soát nó, và cá nhân một blogger đôi khi vẫn có những bằng chứng rõ ràng hơn cả một mạng lưới thông tấn. Đánh giá mức độ tin cậy của bất kỳ một trang web cụ thể nào đòi hỏi phải có thứ mà các nhà đầu tư và luật sư gọi là tinh thần trách nhiệm. Điều đó có nghĩa là kiểm tra vấn đề quản lý và tài chính trước khi mua thứ gì đó. Nó cũng giống như việc kiểm tra ý nghĩa của một ngày hẹn, hay tìm các số liệu thống kê về một cầu thủ giàu tiềm năng cho đội bóng yêu thích. Tinh thần trách nhiệm thông thường là vấn đề của việc trả lời một vài câu hỏi.

Lấy ví dụ như vụ hoóc môn tăng trưởng tràn ngập trên Internet. Có lẽ, bạn cũng đã nhận được một thông điệp điện tử như bức thư được gửi đi vào năm 2005. Bức thư chào mời mọi người mua một loại chất ăn kiêng bổ sung, HGH 5000, với tuyên bố nó có thể "giảm lượng mỡ trên cơ thể và tạo dựng một cơ thể săn chắc mà không cần phải tập luyện". Thật đáng nghi ngờ, bạn muốn tìm hiểu thêm dữ liệu về loại sản phẩm diệu kỳ này. Bạn sẽ làm điều đó như thế nào? Bạn sẽ đặt những câu hỏi nào? Đánh chữ "HGH" vào một công cụ tìm kiếm trên Internet là bước đầu tiên, điều đó sẽ giúp bạn có địa chỉ của

nhiều trang điện tử, thông tin về sản phẩm này. Một số trích dẫn những phát biểu của bác sĩ chuyên khoa ca ngợi những ích lợi "đã được chứng minh tại bệnh viện" của HGH. Và nhiều trang trích dẫn một bài báo trên tờ *The New England Journal of Medicine* như một bằng chứng. Tất cả những điều này nghe rất hấp dẫn, chỉ đến khi nào bạn đặt ra những câu hỏi:

Họ đang bán cái gì? Di chuyển xuôi xuống các trang ủng hộ chất HGH và bạn nhanh chóng thấy thực chất đây chỉ là những hiệu thuốc trên mạng đang bán một sản phẩm đắt tiền (HGH có giá từ 30 đến 60 đô la/lọ hay tương ứng với một tháng uống thuốc). Bạn có thể trực tiếp đặt món hàng "được gợi ý" đó. Điều này hiển nhiên là dấu hiệu cho thấy trang web đó không khách quan. Sau cùng, bạn sẽ không thể trông chờ trang web của một ứng cử viên chính trị cung cấp cho bạn những thông tin công bằng về đối thủ. Các trang web đang rao bán thứ gì đó, dù là một sản phẩm, hay giới thiệu một ứng cử viên hoặc một chính sách công, đều mang chính kiến chủ quan, một phía và thường dẫn người ta tới những thông tin lệch lạc.

Danh tiếng của họ đâu? Tại trang web của Ủy ban Thương mại Liên bang, chúng ta thấy một lời cảnh báo "dành riêng cho người tiêu dùng" về các loại sản phẩm HGH. Ở đó, người ta sẽ biết được rằng "có thể" sẽ có một số tiện ích thực sự liên

THẾ GIỚI LỘC LỬA

quan tới khả năng tăng trưởng hoóc môn trong cơ thể người theo đơn thuốc kê. "Các nhân viên tại FTC không tìm thấy bằng chứng đáng tin cậy nào củng cố tính chính xác của tuyên bố, rằng các sản phẩm "đáng mơ ước" này (được quảng cáo trên Internet) có hiệu quả tương tự như đơn kê đối với HGH". FTC là một cơ quan liên bang có uy tín cao trong công cuộc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khỏi những quảng cáo lừa đảo, sai trái. Bởi vậy, chúng ta phải tin vào lời cảnh báo này hơn là những trang điện tử đại diện cho các tổ chức thu lợi nhuận từ việc bán cho chúng ta sản phẩm đó. Bản thân FTC cũng luôn hành động thận trọng. Tìm kiếm kỹ hơn một chút, bạn sẽ thấy trang web độc lập Quackwatch, một trong những trang điện tử yêu thích của chúng tôi, chứa thông tin về hàng ngàn bác sĩ đang tiếp thị bản thân như "những chuyên gia chống lão hóa". Trang web này đã làm một việc cực kỳ đặc biệt mà không thể nhận ra, đó là khẳng định cho mọi người biết tác dụng thực tế của HGH đối với người bình thường: "Đó chỉ là một sự lãng phí tiền bạc", và những sản phẩm được bán ra mà không kèm chỉ dẫn đó hoàn toàn là giả mạo. Chúng tôi tin tưởng Quackwatch bởi vì nó đã tham gia vào cuộc chiến vạch trần nhiều vụ giả mạo thuốc từ năm 1969 (từ trước khi có sự xuất hiện của các trang điện tử). Trang web này cũng có trong danh sách của *The Journal of the American*

Medical Association vào năm 1998 với tư cách là một trong chín trang web cung cấp "nguồn và thông tin về y tế đáng tin cậy". Với danh tiếng đó, chúng tôi sẵn sàng chấp nhận bất kỳ điều gì mà Quackwatch khẳng định đối với những lời ai đó đang mời chào chúng tôi mua một thứ thuốc mới để đạt được "Suối nguồn tươi trẻ".

Liệu tôi có thể kiểm chứng? Hãy tìm những ghi chú và đường liên kết dẫn tới các nguồn tin cơ sở. Điều này cho phép bạn "suy nghĩ kỹ" để nhận ra nhiều điều và tự mình kiểm chứng về những lời tuyên bố. Những trang web giả mạo có xu hướng tung ra những tuyên bố mà người đọc không thể kiểm tra một cách độc lập. Họ thích nhắc tới cụm từ "những nghiên cứu" mơ hồ mà không nói cụ thể ai đã công bố chúng hay các nghiên cứu đó đã được tiến hành như thế nào. Chúng cũng thường có cụm từ "các loại giấy chứng nhận" để chứng minh quan điểm của mình. Nhưng nếu xem xét kỹ hơn sẽ cho ta thấy các nghiên cứu này không thực sự củng cố tính đúng đắn của những tuyên bố, hoặc chúng bắt nguồn từ những nguồn hoàn toàn thiếu khách quan. Trường hợp HGH cho chúng ta một ví dụ hoàn hảo để giải thích tại sao ai đó phải kiểm chứng các tuyên bố quan trọng bằng nguồn của riêng họ. Những kẻ giả mạo đã trích dẫn một bài báo viết năm 1990 trên tờ *The New England Journal of Medicine* để củng cố

tuyên bố của mình rằng hoóc môn tăng trưởng thực sự ở người đã được "chứng minh tại bệnh viện" đối với tất cả các loại chất chống lão hóa. Nhưng họ lại không cung cấp đường kết nối tới bài báo đó. Hãy tự mình tìm kiếm trên trang web với cụm từ "New England Journal" cộng "tăng trưởng ở người". Kết quả là chúng ta sẽ nhận được một lời cảnh báo rằng: "Bài báo này đã được trích dẫn với chủ đích sai lệch" để quảng cáo. Bạn tìm thấy một nghiên cứu ban đầu chỉ liên quan tới 12 người đàn ông, tất cả đều hơn 60 tuổi, đã được tiêm hoóc môn với lượng insulin thấp bất thường như "chất tăng trưởng 1". Họ được tiêm hoóc môn thật sự theo chỉ dẫn ba lần mỗi tuần. Đây không phải là bằng chứng rằng ở những người trẻ tuổi, hay những người có lượng insulin thông thường, sẽ không có tác dụng khi được tiêm hoóc môn. Bài báo trên mạng giờ đây có thêm một đường kết nối dẫn tới phiên bản năm 2003, nơi có tờ *Journal* đánh giá về nghiên cứu đó: "thú vị ở khía cạnh sinh học" nhưng "không hiệu quả trong việc làm nền tảng cho một phác đồ điều trị". Nói cách khác, xem xét kỹ hơn cho thấy những kẻ lừa đảo đơn giản là không đại diện cho nghiên cứu đã được công bố. Tổng thống Reagan một lần đã có câu nói nổi tiếng về Liên Xô cũ như thế này: "Tin, nhưng vẫn phải kiểm chứng". Khi câu nói ấy xuất hiện trên Internet, chúng tôi khuyên mọi người với mức độ cảnh giác cao hơn: *Đừng tin, trừ phi bạn Có thể kiểm chứng.*

Những trích dẫn sai

Mạng Internet tràn ngập những "lời trích dẫn" chưa được kiểm chứng của những người nổi tiếng. Một số, thậm chí rất nhiều, có thể là sai.

Ví dụ, chúng tôi đã nghe về một đánh giá rất tích cực của Albert Einstein mà chúng tôi nghĩ có thể phù hợp trong cuốn sách này: "Thông tin không phải là tri thức". Chúng ta hiểu điều đó có nghĩa là những dữ liệu sơ khai có rất ít ý nghĩa trừ phi chúng ta sàng lọc chúng, tư duy một cách logic về chúng, và phát triển chúng thành một kết luận có giá trị. Một lời khuyên chín chắn, nhưng không có lời trích dẫn nào trên Internet được tìm thấy nói lên thời điểm nhà bác học đưa ra lời nhận xét đó, hay ở đâu, về ai. Có phải ông đã nói câu đó trong một buổi giảng bài, một cuốn sách, ai là người về sau đã nhắc tới câu nói ấy trong cuốn sách của ông ta, hay bà ta?

Chúng tôi kiểm tra điều này với Barbara Wolff tại Kho lưu trữ tư liệu người Do thái Albert Einstein và thư viện trường Đại học tại Jerusalem, nơi lưu trữ các sách vở cá nhân lúc đương thời của nhà vật lý. Bà nói với chúng tôi: "Lời trích dẫn với câu hỏi thì tôi không biết, và cũng không tìm thấy trong bất kỳ trích dẫn nào được coi là của Einstein".

Làm thế nào mà có nhiều người mắc sai lầm khi cho rằng câu nói đó là của Einstein? Bà Wolff đưa ra giả thuyết mà chúng tôi chấp nhận là: "Điều đáng tiếc, khi nó lặp đi lặp lại nhiều lần, ai đó có thể sáng tác ra câu cách ngôn với ngụ ý nhiều hay ít, rồi đặt nó vào miệng của Einstein mà không chú ý tới điều đó, đơn giản là một sự đánh tráo cho ông". Hãy thận trọng về bất kỳ lời trích dẫn mà nguồn trích dẫn của người đó không thể được kiểm tra. Đôi khi người được trích dẫn không thực sự nói ra điều đó.

- Ai đứng sau nó? Nếu bạn không biết tổ chức đang tài trợ cho trang web, hãy bắt đầu với đường dẫn "About Us" (Về chúng tôi) để biết họ nói gì về sứ mệnh, mục tiêu chính trị và tài chính. Một trang web ẩn tên cần phải được xem như một bức thư nặc danh: không tin bất kỳ điều gì ở đó cho đến khi nào bạn có thể kiểm chứng chúng một cách độc lập. Nếu bạn đang tìm kiếm thông tin về việc tăng mức lương cơ bản sẽ làm người lao động có lợi hay làm tăng tỷ lệ thất nghiệp, bạn sẽ nhanh chóng nhận thấy dòng thông tin đến từ hai tổ chức có cùng chữ viết tắt và tương đối giống nhau, Viện chính sách kinh tế (EPI) và Viện các chính sách việc làm (EPI). Một EPI ủng hộ người lao động, nó trích dẫn các số liệu thống kê cho thấy tình trạng lạm phát khiến sức mua của

Chương 7: Osama, Ollie và Al - Giải pháp Internet

người có thu nhập thấp bị tác động tiêu cực như thế nào và có bao nhiêu gia đình sẽ hưởng lợi như thế nào từ việc tăng mức lương cơ bản. Tổ chức có tên viết tắt EPI kia có định hướng ủng hộ doanh nghiệp. Ở đó, nó cung cấp các nghiên cứu đánh giá số lượng người lao động thu nhập thấp sẽ bị mất việc hoặc không được thuê làm việc, một khi các doanh nghiệp bị bắt buộc phải tăng lương. Viện chính sách kinh tế tự mình tuyên bố rằng họ "nhấn mạnh... mối quan tâm tới chất lượng sống của người lao động", và nghiêng về phía ngài Gerald W. McEntee, Chủ tịch Liên đoàn Người lao động cấp bang, hạt và thị trấn Mỹ. Trong khi đó, Viện các chính sách việc làm có vẻ ít rõ ràng hơn, tự gọi mình là "một tổ chức nghiên cứu phi lợi nhuận hướng tới việc nghiên cứu các vấn đề của chính sách công liên quan tới sự tăng trưởng công ăn việc làm". Cụm từ "tăng trưởng" rõ ràng là một lời khuyên. Nó là một từ thông dụng được yêu thích của các tổ chức thị trường tự do. Giám đốc điều hành của tổ chức này là Richard Berman, người có thể được tìm thấy nếu đánh tên của ông ta lên một công cụ tìm kiếm trên Internet. Ông ta là một chuyên gia quan hệ công chúng ở Washington, đã từng là Phó Chủ tịch điều hành Tập đoàn nhà hàng Pillsbury Restaurant Group, chủ sở hữu chuỗi cửa hàng Burger King, nơi thuê hàng ngàn người lao động với mức lương thấp. Sự thật về việc tổ chức này ủng hộ người lao động, và tổ chức còn lại ủng hộ doanh nghiệp

THẾ GIỚI LỘC LỬA

không làm cho họ trở nên đúng hay sai, nhưng nó thực sự có nghĩa là những nguồn tin của họ hoàn toàn không khách quan. Biết được điều đó sẽ giúp chúng ta đánh giá các cuộc tranh luận và thông tin một chiều của họ. Nhìn chung, khi mà trang web càng ít nói về bản thân họ trong mục "About Us", chúng ta càng nên ít tin hơn về nó.

- Ai đang trả tiền? Một tổ chức nhận nguồn tài chính từ đâu có thể nói nhiều điều cho bạn. Tổ chức Vì sự tiến bộ và tự do mô tả họ rõ ràng như một "tổ chức theo định hướng thị trường" nghiên cứu "cuộc cách mạng kỹ thuật số". Tổ chức này công khai danh sách các tập đoàn ủng hộ tài chính cho họ, trong đó có Apple, Microsoft, Comcast, các hãng máy tính khác, kênh truyền hình cáp và các công ty Internet. Liên minh năng lượng sạch và an toàn được thành lập vào tháng 4 năm 2006 bởi một đồng tổ chức là Hòa bình xanh (Greenpeace). Liên minh này tranh luận rằng việc có nhiều nhà máy phản ứng hạt nhân sẽ là điều tốt cho môi trường bởi các nhà máy này không thải khói và khí gas gây hiệu ứng nhà kính. Trong bản in những phát biểu, bạn sẽ biết được là "liên minh" này được tài trợ bởi Viện năng lượng hạt nhân, một tổ chức thương mại của ngành công nghiệp này. Việc tài trợ cho ngành này hay ngành kia không có nghĩa là thông tin của tổ chức đó sai lầm, nhưng điều chắc chắn là nó phản ánh quan điểm ủng hộ quyền lợi của doanh nghiệp.

• Những người đó là ai? Đôi khi ai đó ở một tổ chức lại trở thành dấu vết dẫn tới một kết luận, đánh giá. Trung tâm vì sự tiến bộ của người Mỹ mô tả mình như "một viện giáo dục và nghiên cứu phi tính đảng phái". Thế nhưng những người điều hành lại là người của Đảng Dân chủ biệt phái. Chủ tịch và Giám đốc điều hành (CEO) của CAP là John Podesta, từng là Chánh văn phòng Nhà Trắng dưới thời Bill Clinton. Các vị trí chủ chốt của tổ chức này hầu hết đều do người Dân chủ nắm giữ, trong đó có cố vấn của Clinton, Thượng nghị sĩ Ted Kennedy, cựu thủ lĩnh Đảng Dân chủ tại Hạ nghị viện Dick Gephardt. Đối với chúng tôi, điều đó không có vẻ gì là "phi tính đảng". So sánh họ với Viện các nền kinh tế quốc tế, một tổ chức nghiên cứu về nền kinh tế toàn cầu. Họ cũng tự nhận mình phi tính đảng phái, và thực sự vậy. Ban giám đốc của Viện này bao gồm những tên tuổi lớn ở cả hai Đảng như Chủ tịch Viện là Peter G. Peterson, một người Cộng hòa đã từng giữ chức Bộ trưởng Thương mại dưới thời Richard Nixon, và một thành viên khác là cựu Thượng nghị sĩ Bill Bradley, từng tham gia cuộc chạy đua giành quyền đại diện cho Đảng Dân chủ ra tranh cử tổng thống hồi năm 2000. Tương tự là Tổ chức các nguồn năng lượng cho tương lai, một tổ chức hoạt động vì môi trường, đứng đầu là cựu nghị sĩ Quốc hội Phil Sharp, Đảng Dân chủ (Indiana). Tổ chức này cũng có

một ban điều hành gồm người của cả hai đảng như một người Cộng hòa nổi tiếng R. Glenn Hubbard, cựu Chủ tịch Hội đồng cố vấn kinh tế của George W. Bush và cựu đại diện Pennsylvania, Jim Greenwood.

Cũng có những phương pháp thử khác mà bạn có thể sử dụng để đánh giá một trang web. Thông tin này có mang tính thời sự không? Kiểm tra trang web mà bạn đang đọc được cập nhật vào thời điểm nào. Một số trang đã không làm điều đó trong nhiều năm. Mặc dù vậy, nó vẫn tồn tại trên Internet như một địa chỉ ảo. Liệu những lỗi đánh vần, sai ngữ pháp hay các lỗi khác có phản ánh sự cẩu thả nói chung hay không? Bài viết có dễ đọc và dễ hiểu không? Tác giả có trình độ giáo dục và nền tảng kiến thức tốt không? Nếu tác giả đang đưa ra những quan điểm, chúng có trình bày một cách rõ ràng không? Trang web có tự sửa những lỗi của mình một cách công khai không? Có phải tác giả đang đạo văn, đạo ý tưởng không? (Bạn có thể kiểm tra điều đó bằng cách copy một cụm từ, đoạn văn và dán vào thanh công cụ tìm kiếm để xem nó có xuất hiện ở địa chỉ nào khác không).

Tìm kiếm những điều bổ ích trên trang web là một kỹ năng được phát triển cùng với kinh nghiệm. Ban đầu, việc cố gắng tìm kiếm thông tin về Mục sư Martin Luther King Jr cho chúng ta nhiều trang web.

Một trong số đó thực chất được tài trợ bởi một tổ chức người da trắng cực đoan. Hãy xem nếu bạn có thể nói đó là trang web nào, và cự thủ lĩnh đảng 3K (Ku Klux Klan) đứng đằng sau nó. (Nếu bạn gặp vấn đề, bạn có thể muốn tìm một nhân vật hoạt hình nhỏ hướng dẫn việc đánh giá về trang web. Tại trường Đại học Widener, trang web của trường này sử dụng hình ảnh mục sư chống phân biệt chủng tộc, Luther King, được thiết kế bởi các nhân viên thư viện, là một ví dụ. Truy cập vào địa chỉ www.widener.edu, nhấp chuột vào vị trí "Libraries" ở cuối trang để đến trang chủ của Wolfgram Memorial Library, tiếp đó nhấp chuột vào "Evaluate Web Pages" để nhận được hướng dẫn).

Kết quả tìm từ King của bạn cũng có thể đem đến những văn bản, thư từ, bài thuyết giảng, bài phát biểu của vị mục sư danh tiếng, được biên soạn bởi nhà sử học Clayborne Carson, trường Đại học Stanford, Giám đốc dự án Hồ sơ Martin Luther King, và đại diện cho trường đại học trên trang web. Đây là điều tốt nhất nữa đối với việc duy trì các thư từ gốc của mục sư phục vụ việc đọc và nghe băng ghi âm chưa biên tập các bài phát biểu của ông. Đó chính là sự tiện dụng của Internet đối với bạn. Học cách bước qua những cái bẫy trá hình và bạn sẽ thấy một kho tàng khổng lồ thông tin quý báu.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Vậy rồi sao? Bạn có thể chắc chắn đến mức độ nào về các dữ liệu được cung cấp, cho dù nguồn cung cấp thông tin đó có uy tín thế nào? Làm thế nào để bạn rút ra kết luận hợp lý từ những thông tin mình có? Với những câu hỏi này, chúng ta bước sang chương tiếp theo.

Clarence Darrow có phải là một người sáng tạo? Làm thế nào để chắc chắn?

Đôi khi, ngay cả những nguồn thông tin uy tín cũng có thể khiến chúng ta phải thất vọng. Ai đó có thể gặp rủi ro khi chỉ dựa vào một nguồn thông tin đơn lẻ. Để đảm bảo chắc chắn về những dữ liệu, hoặc chỉ là để yên tâm trong thế giới bất định mà chúng ta đang sinh sống, chúng ta thường xuyên cần đặt ra những câu hỏi, những nguồn thông tin có thể kiểm định, những cuộc kiểm tra chéo. Việc tránh được những sai lầm đòi hỏi một chút nguyên tắc đơn giản về tư duy. Nhưng ngay cả những thói quen tư duy logic cũng không hẳn đã là giải pháp tuyệt đối. Hoặc cả những lúc đã làm việc rất cẩn thận, chúng ta cũng vẫn có thể không tránh khỏi những sai lầm ngớ ngẩn.

Chúng tôi xin đưa ra một ví dụ về những người theo chủ thuyết sáng tạo. Họ cho rằng đã tìm thấy một đồng minh ở vị chương lý huyền thoại Clarence Darrow, vì một đánh giá về ông trong một bài báo trên tờ *Yale Law Journal*. Việc trích dẫn lời nói của Darrow được lặp lại không biết bao lần, năm này qua năm khác, trong các cuốn sách, bài báo, bài phát biểu, bài thuyết giảng và thậm chí cả các phóng sự báo chí. Nhưng không hề có bằng chứng nào về việc Darrow đã nói điều đó.

Darrow là một luật sư đã bào chữa cho John Scopes chống lại lời cáo buộc về tội phá vỡ luật của bang Tennessee khi giảng dạy về thuyết tiến hóa của Darwin vào năm 1925. Cứ cho là, Darrow đã nói rằng: "Các trường công lập đang làm một việc mù quáng khi chỉ dạy cho học sinh duy nhất một học thuyết về nguồn gốc của loài người". Những người theo chủ thuyết sáng tạo đã tranh luận rằng việc cấm dạy các ý tưởng có nguồn gốc tôn giáo ở các trường công là "đảo ngược số phận Scopes", một động thái khuyến khích các thành kiến chống Thiên chúa giáo. Thực tế, đây mới là lời mà người hùng của cuộc cách mạng, rằng những ai chỉ muốn cách mạng được dạy trong trường công là "những người mù quáng".

Người đã tìm ra nguồn gốc lời trích dẫn ngớ ngẩn ấy là một sinh viên tốt nghiệp UCLA, có tên là Tom McIver. Sinh viên này đã công bố một nghiên cứu

Chương 8: Clarence Darrow có phải là một người sáng tạo?

không một mội, với 5.000 bài báo trên tờ *Creation/Evolution*, một ấn phẩm của Hiệp hội nhân văn Mỹ. Anh bắt đầu việc đếm các bài báo với cuốn sách xuất bản năm 1982, cuốn sách có tựa đề "Đáng sáng tạo trong phòng tòa án: Scopes II". Tác giả của nó là một người theo chủ thuyết sáng tạo, Norman Geisler, đưa ra lời đánh giá duy nhất về "Clarence Darrow: Phiên tòa Scopes, 1925". Từ đây, McIver đi ngược về bài báo đăng năm 1978 trên tờ *Yale Law Journal* bởi một luật sư theo chủ thuyết sáng tạo, Wendell Bird, với lời phát biểu cũng được nhiều người ủng hộ, sau đó trích dẫn làm nguồn tư liệu. Bài báo trên tờ *Yale Law Journal* hóa ra lại được trích dẫn từ một bài tiểu luận xuất hiện năm 1974, tại Bryan College, một chủng viện ở Dayton, Tennessee, là thành phố nơi phiên tòa xử Scopes được tiến hành. Tác giả của bài báo là Robert O'Bannon, một giáo sư sinh vật học tại trường Cao đẳng Lee (nay là trường Đại học Lee) ở Cleveland, Tennessee. Người này, tới lượt mình, cũng trích dẫn một bài báo khác được đăng cùng năm trên tạp chí, nay đã đình bản, có tên là Khoa học và Kinh thánh. Tác giả của bài báo đó là Jolly F. Griggs, một người theo chủ thuyết sáng tạo ở California.

Nhưng đâu là nguồn trích dẫn của Griggs? Không có biên bản nào trong phiên tòa xử Scopes nhắc tới lời phát biểu đó. Griggs thừa nhận với McIver rằng ông ta không có cơ sở nào và rằng ông cũng không cố tình sử dụng các từ ngữ đó như một lời trích dẫn

THẾ GIỚI LỘC LỬA

trực tiếp. Thực chất, ông chỉ diễn giải lại điều mà ông nhớ là đã được nghe nhiều năm về trước, bởi một linh mục Baptist ở Denver. Griggs đã nghĩ rằng người đó có thể đã nhìn thấy lời trích dẫn trên một tờ báo ở Dayton trong khoảng thời gian diễn ra phiên tòa, nhưng vị linh mục đó đã qua đời từ lâu. Tới đây thì mọi dấu vết kết thúc. Khi ấy thì lời trích dẫn hóa ra chỉ là một câu chuyện được viết bởi một sự hồi tưởng hư, thực của một người đã chết, mà có thể, hoặc không đã đọc được điều đó trên một tờ báo khoảng năm 1925. Do đó cũng có thể, hoặc không, nhớ lại một cách chính xác một vài thập kỷ sau đó.

Chúng tôi nghĩ rằng khả năng Darrow từng nói bất kỳ điều gì như vậy là vô cùng nhỏ bé. Biên bản phiên tòa xử Scopes cho thấy Darrow đã sử dụng những từ "sự mù quáng" và "kẻ mù quáng" nhiều lần, nhưng không phải theo cách mà những người theo chủ thuyết sáng tạo vẫn vận dụng. Ví dụ, khi luật sư phản biện, William Jennings Bryan, buộc tội ông ta về tội "chế giễu những người tin vào Kinh Thánh", Darrow đáp trả: "Chúng tôi có mục đích ngăn chặn những kẻ mù quáng và ngu xuẩn khỏi việc kiểm soát nền giáo dục của nước Mỹ và ông biết đấy, đó là tất cả".

Những người có trách nhiệm không còn sử dụng lời trích dẫn không có thật đó nữa. Norman Geisler viết: "Tôi muốn dành lời tán dương cho Tom McIver vì đã đặt ra những câu hỏi đầy tính trách nhiệm" với

những câu nói mà ông ta đã từng có lần trích dẫn là của Darrow. Geisler cũng nói rằng Bird, tác giả của bài báo trên tờ *Yale Law Journal*, giờ đây cũng nhận ra rằng lời trích dẫn "có thể không thực sự chính xác". Dù vậy, nhiều người khác và những kẻ ủng hộ chủ thuyết này một cách "thông minh" vẫn sử dụng lời trích dẫn giả mạo này, gần hai thập kỷ sau khi bài báo đăng năm 1988 của McIver phơi bày sự thật.

Làm thế nào chúng ta có thể biết?

Làm thế nào mà một lời trích dẫn không có nguồn gốc tư liệu, trích dẫn rộng rãi, lại được chấp nhận về tính chính xác mà không cần kiểm tra? McIver nghĩ rằng những ai trót tin vào lời trích dẫn đã rơi vào chiếc bẫy tâm lý như những người mà chúng ta đã đề cập ở chương 4: "Nó nói những điều họ muốn tin, nên họ coi nó là đúng". Nhưng chúng tôi cho rằng còn có một câu hỏi lớn hơn ở đây. Làm thế nào chúng ta có thể chắc chắn về sự thật ngay cả khi tờ *Yale Law Journal* có thể cũng đã sai lầm? Chúng ta phải làm gì để tránh việc mắc lỗi như vậy? Rõ ràng, việc tìm kiếm sự thật trong một thế giới đầy thông tin đánh lạc hướng đòi hỏi điều gì đó lớn hơn là chỉ dựa vào những trang web, những cuốn sách đáng tin cậy, từ điển bách khoa, hay bất kỳ nguồn chỉ dẫn thực tế nào cho một vấn đề cụ thể. Chúng tôi sẽ dành phần còn lại của chương này để đem tới cho bạn một số nguyên tắc chung mà chúng tôi thường tuân thủ tại FactCheck.org.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Nguyên tắc số 1: Bạn không thể hoàn toàn chắc chắn

Điều đầu tiên phải công nhận đó là sự chắc chắn tuyệt đối chỉ là ảo tưởng, đặc biệt là đối với lĩnh vực thực tế mà chúng ta đang giải quyết trong cuốn sách này. Chúng ta không nói về logic thuần túy hay toán học, nơi $1+1=2$. Chúng ta cũng không giải quyết vấn đề bởi những tín ngưỡng dựa trên niềm tin, điều thường trở thành chủ đề của những minh chứng khoa học và phi khoa học. Thực tế, chúng ta phải nghi ngờ bất kỳ lời tuyên bố nào rằng cái gì đó "luôn luôn" hoặc "không bao giờ" như vậy. Làm thế nào để bạn chắc chắn?

Bạn có thể nghĩ rằng tất cả thiên nga đều màu trắng bởi vì bạn chưa từng nhìn thấy con nào màu đen. Nhưng thực sự là có thiên nga đen ở Australia. Karl Popper, một nhà triết lý học nổi tiếng, qua đời vào năm 1994, cho rằng ngay cả cái gọi là những quy luật của khoa học cũng chỉ mang tính giả thuyết. Nó hoàn toàn có thể bị thay đổi, là chủ thể bị phủ nhận một ngày nào đó khi xuất hiện những bằng chứng mới. Bạn chỉ cần một phản biện để phủ nhận lời tuyên bố về "luôn luôn" hay "không bao giờ". Tất cả thiên nga đều màu trắng, cho đến khi bạn nhìn thấy một con màu đen. Nhưng bạn không bao giờ có thể nói khi nào điều đó xảy ra.

Chương 8: Clarence Darrow có phải là một người sáng tạo?

Mọi người đều cần sự chắc chắn, nếu chỉ vì sống mà không có sự nghi ngờ thì thật không thoải mái về góc độ tâm lý, và tìm mọi cách để quyết định cần làm điều gì. Điều đó giải thích tại sao chúng ta thường rơi vào chiếc bẫy "Tôi biết tôi đúng" mà chúng tôi đã nhắc tới ở chương 4. Giám đốc CIA George Tenet đã làm điều đó khi ông trưng ra những bằng chứng tuyệt đối rằng Iraq có vũ khí hủy diệt hàng loạt. Nhưng kinh nghiệm cho thấy, sẽ là thông minh nếu luôn để "đầu óc cởi mở chủ động". Tenet chắc chắn mong muốn ông đã làm điều đó.

Sự hiểu biết tuyệt đối hiếm khi, nếu không muốn nói là không thể, có ở con người. Vì một điều, thông tin mới luôn xuất hiện, kiến thức của nhân loại luôn mở rộng. Làm thế nào để chúng ta chắc chắn về điều đó? Tương đối chắc chắn - Đó là điều dẫn chúng ta tới.

Nguyên tắc thứ 2: Bạn có thể chắc chắn ở mức độ nhất định

Trong thế giới thực tế, đánh giá những sự thật là vấn đề của chọn lựa tiêu chuẩn đúng, đối với bằng chứng cho chúng ta mức độ chắc chắn, mà chúng ta cần trong một số trường hợp cụ thể. Chúng ta không thể hoàn toàn chắc chắn, nhưng tin tưởng ở mức độ nhất định đủ để chúng ta đưa ra quyết định đúng đắn. Một bồi thẩm đoàn dân sự ở Santa Monica đã tin tưởng ở mức độ nhất định vào năm 1997, rằng O.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

J. Simpson sẽ không bao giờ tìm thấy "kẻ giết người thật sự" trong cái chết của vợ anh ta, Nicole Simpson và bạn cô ta, Ronald Goldman. Bởi vì chính anh ta là kẻ giết người thật sự. Nhưng 16 tháng trước đó, một bồi thẩm đoàn hình sự ở Los Angeles lại quyết định anh ta không có tội với tội danh tương tự tại một trong những phiên tòa nổi tiếng nhất của thế kỷ 20. Cả hai bồi thẩm đoàn đều đồng ý kiến.

Làm thế nào mà điều đó có thể xảy ra? Một lý do chắc chắn là các bộ luật của chúng ta đòi hỏi bằng chứng phạm tội "dựa trên những nghi ngờ thích hợp" trong một vụ án hình sự. Điều đó, tương đối xác đáng, là một tiêu chuẩn cao, được áp dụng vì đó là trạng thái "chắc chắn ở mức độ nhất định" của chúng ta trước khi tước đi quyền tự do của anh ta, hay cô ta, hoặc cũng như bất kỳ ai đó. Nhưng trong một phiên tòa dân sự, một tiêu chuẩn thấp hơn áp dụng vì chỉ có tài sản là đối tượng bị tác động. Bồi thẩm đoàn 12 người trong phiên tòa dân sự thống nhất nhận định rằng có bằng chứng "rõ ràng hơn" cho thấy Simpson đã giết Goldman và có hành vi bạo lực với Nicole, với cái cổ bị cắt đứt.

Trong đời sống hàng ngày, chúng ta phải chấp nhận một tiêu chuẩn thích hợp. Tưởng tượng việc cố gắng chứng minh "dựa trên những nghi ngờ xác đáng" về việc loại bỏ rang bơ này ngon hơn loại

Chương 8: Clarence Darrow có phải là một người sáng tạo?

kia. Bạn sẽ không bao giờ có bữa sáng! Nhưng với những quyết định càng quan trọng, càng khó khăn hơn trong việc đảo ngược kết quả của quyết định ấy, chúng ta càng cần phải thận trọng.

Các bác thợ mộc và cô thợ may có câu nói thế này: "Đo hai, cắt một". Đó là vấn đề của suy nghĩ hay dùng thử và mắc lỗi trong những trường hợp ít quan trọng, hay những quyết định có thể dễ dàng rút lại. Nhưng bạn cần phải hướng tới một mức độ chắc chắn hơn trước khi mua một chiếc xe ô tô hay một ngôi nhà. Đương nhiên là mức độ cao hơn nữa khi chọn lựa bạn đời hay một vị tổng thống. Việc nghiên cứu về vấn đề này là để tái đảm bảo: khi phải đối mặt với những quyết định rõ ràng và không thể đảo ngược, con người thực sự có xu hướng trở nên tính toán hơn, cần nhiều thời gian hơn để suy nghĩ trước khi quyết định. Hãy chắc chắn ở mức độ cao nhất mà bạn cần phải đạt tới.

Hòn đá của Johnson

Một lưu ý tới các đồng nghiệp nghiên cứu: Chúng tôi không tuân theo khái niệm triết học cho rằng không bao giờ có sự thật, chỉ có những diễn giải mang tính chủ thể. Đó là một chủ đề hay để thảo luận trong lớp học hay một cuộc tọa đàm ở ký túc xá, nhưng nó không mang tính ứng dụng trong cuộc sống hàng ngày.

Chúng tôi hướng về nhà văn Anh thế kỷ 18, Samuel Johnson. Nhà nghiên cứu tiểu sử của ông James Boswell nói ông đã bảo Johnson không thể bỏ lại "những lời nguy biện thông minh" của Giám mục Berkeley rằng vật chất không tồn tại. Boswell nhớ lại:

"Tôi sẽ không bao giờ quên sự nhanh nhẩu và những điều mà Johnson đáp lại, tung cước thật mạnh vào một viên đá lớn, cho đến khi ông ta văng ra. Tôi bác bỏ điều đó".

Đó là trường hợp của chúng ta. Nếu bạn có thể đá một tảng đá, bạn phải kiểm chứng sự tồn tại của tảng đá ấy như một thực thể có thật. Bạn đã có đủ bằng chứng. Chúng ta không thể chứng minh mặt trời sẽ mọc vào ngày mai ở đằng đông, bởi không ai có thể nói trước được tương lai. Chúng ta đứng khi chắc chắn ở mức độ nhất định, và chúng ta vẫn chưa chứng minh điều đó sai.

Nguyên tắc số 3: Hãy tìm kiếm sự đồng thuận chung trong các chuyên gia

Một số dữ liệu thống kê được tập hợp và được các bên chấp nhận: những người Dân chủ, Cộng hòa và thậm chí cả những kẻ vô chính phủ. Theo cơ quan Hàng không và Vũ trụ Quốc gia, diện tích bề mặt trái đất là 24.901,55 dặm ở vị trí xích đạo. Chúng ta sẽ không bàn cãi điều đó. Theo cơ quan Thông tin Năng lượng Mỹ, mức giá trung bình trên toàn quốc cho một gallon dầu trong thời điểm bình thường chỉ hơn 3 đô la. Số liệu này được lấy vào tuần kết thúc tháng 7 năm 2006. Chúng ta đều biết là không ai thực sự tranh cãi về các con số của EIA. Vì lẽ đó, cũng ít có lời phản đối nào với bảng phân tích của Ủy ban thống kê lao động (BLS), rằng nền kinh tế Mỹ đã tạo thêm 6,6 triệu lao động có lương trong ba năm, sau sự kiện tỷ lệ thất nghiệp tăng đột biến vào tháng 8 năm 2003, hay tỷ lệ thất nghiệp đã giảm từ trên 6% xuống dưới mức 4,6% trong cùng thời kỳ này. Các nhà kinh tế học và chuyên gia chính trị có thể mãi mãi tranh luận về ý nghĩa hay tính minh bạch của các con số do Ủy ban thống kê lao động (BLS) cung cấp, và đôi khi họ tranh luận về các định nghĩa hay phương pháp mà họ sử dụng. Nhưng các số liệu này đến từ hai cuộc khảo sát hàng tháng trên diện rộng, được các nhà kinh tế học nhìn chung chấp nhận như một phương pháp tiện ích nhất để tính toán tình trạng lao động và thất nghiệp.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Hãy giữ ý nghĩ rằng sự đồng thuận không phải là bằng chứng. Galileo đã cho thấy điều đó từ thế kỷ 17, khi ông thách thức tư tưởng đã tồn tại 2000 năm của Aristote về vật lý học. Và ông là người chiến thắng. Đôi khi, một cá nhân phản đối có cơ sở để làm điều đó, và chúng ta phải luôn ý thức về khả năng mình đã sai. Tuy nhiên, chúng ta có thể rất tự tin là đang đi đúng đường khi bắt đầu với điều được chấp nhận rộng rãi bởi các tổ chức uy tín của nhiều bên.

Nguyên tắc số 4: Kiểm tra các nguồn ban đầu

Những ai đã từng chơi hay xem chương trình gameshow "Tam sao thất bản" trên truyền hình đều biết lời các bài hát có thể bị bóp méo đến mức nào. Nó cũng như trường hợp "trích dẫn" của Darrow bắt nguồn từ câu chuyện của một người truyền đạo già thành một lời trích dẫn có chú thích trên một tạp chí chuyên đề danh tiếng về luật. Người Anh kể câu chuyện về một điện thư quân sự gửi tới tổng hành dinh: "Gửi quân tăng viện, chúng tôi đang tiến về phía trước". Sau khi chuyển qua anh lính này tới người kia, thật ngạc nhiên là nó lại trở thành: "Gửi ba bảng và đồng 4 pen-ni, chúng tôi đang đi khiêu vũ". Không nghi ngờ gì nữa, điều đó là hư cấu, nhưng chuyện truyền đạt sai thông tin thực sự vẫn xảy ra. Tốt nhất là hãy luôn kiểm tra các thông tin cũ với nguồn ban đầu.

Chương 8: Clarence Darrow có phải là một người sáng tạo?

Các quan tòa của chúng ta thừa nhận nguyên tắc này bằng cách từ chối chấp nhận các thông tin cũ, hoặc "nghe nói", như bằng chứng. Nếu Jim nói anh ta đã nghe Joe kể về một vụ cướp mà anh ta đã thấy ai đó thực hiện, thông tin của Jim không hẳn là một bằng chứng tốt. Jim có thể đã nghe không đúng, hoặc nhớ câu chuyện đó không chính xác, cũng có thể Joe chỉ đùa giỡn hoặc bịa chuyện, hoặc đó chỉ là một sai lầm. Để ý thức rõ hơn về điều gì đã xảy ra, chúng ta cần nghe Joe tự mình kể lại câu chuyện, với lời tuyên thệ khiến anh ta có động cơ bắt buộc không nói dối. Và chúng ta muốn nghe anh ta trả lời các câu hỏi của đôi bên để rút ra những chi tiết xác đáng, có thể giúp đánh giá những gì anh ta đang nói, như vị trí anh ta đứng cách xa bao nhiêu, ánh sáng tối hay sáng, thị lực của anh ta ở mức độ nào. Tồi tệ hơn cả chuyện nghe nói là những tình tiết mới dựa trên các nguồn nặc danh, những người thường không có thông tin cơ sở, chuyển đến các phóng viên một câu chuyện được truyền lại qua nhiều cái mồm và tai. Chúng ta, những độc giả, không có cách nào nghĩ ra ai đang nói, chứ đừng nói là biết thị lực, thính giác của họ tốt thế nào, hay liệu họ có động cơ để vẽ ra câu chuyện hoặc đó chỉ là một lời nói dối.

Đôi khi việc kiểm tra những nguồn tin ban đầu lại đơn giản như so sánh tit chính của một bài báo với những gì mà thực tế trong đó viết. Chúng ta hãy cùng xem xét câu chuyện của Reuters ngày 16 tháng

11 năm 2005 với nhan đề: "Cheney tuyên bố những người phản đối chiến tranh là 'không trung thực, đáng khinh bỉ'". Những nhan đề tương tự cũng xuất hiện trên nhiều tờ báo, gây nên một làn sóng phản nộ chống lại Phó Tổng thống Richard Cheney. Làm sao ông ta lại dám nói người khác là "không trung thực" và "đáng khinh bỉ" chỉ vì nghi vấn tính đúng đắn của một cuộc chiến tranh đang đi vào ngõ cụt? Thực tế, những điều Cheney đã nói là thế này: "Lời phát biểu, được đưa ra bởi một số Thượng nghị sĩ Mỹ rằng Tổng thống của Hợp chủng quốc Hoa Kỳ hay bất kỳ thành viên nào của chính quyền đã cố tình đánh lạc hướng người dân Mỹ bằng những thông tin tình báo dọn đường chiến tranh, là một trong những lời cáo buộc không trung thực và đáng khinh bỉ nhất từng biết đến ở thành phố này". Cheney đang hướng tới các Thượng nghị sĩ đã gợi ý rằng ông ta và tổng thống là những kẻ nói dối, không phải tới "những người phản đối chiến tranh" nói chung. Ở đó có một sự khác biệt rất lớn.

Tuy nhiên, nhiều người đã tức giận với Cheney như thể ông ta đã buộc tội tất cả những ai chỉ trích cuộc chiến tại Iraq là kẻ không trung thực, như đã bị ám chỉ trên nhan đề bài báo của Reuters. Sau đó, Cheney đã nói: "Tôi đã phàn nàn về nhan đề bài báo đó. Tôi không tin là mình mắc sai lầm khi chỉ trích cuộc chiến chống khủng bố hay bất kỳ vấn đề gì liên quan. Bất đồng chính kiến, tranh cãi, thảo luận là bản

chất của nền dân chủ, và không ai trong chúng ta muốn nó phải theo một cách khác".

Như trường hợp chúng ta vừa thấy, thật thông minh khi tập được thói quen đọc tin tức với câu hỏi thường trực trong đầu: "Câu chuyện này có đúng như nhan đề bài báo không?" Vì vậy, hãy đặt câu hỏi liệu đoạn mở đầu (thường là nơi tóm tắt những gì kịch tính nhất được thể hiện tiếp đó trong bài báo, và đôi khi còn hơn thế) có thực sự đúng như chi tiết của câu chuyện. Khi bạn thấy một vài từ được trích dẫn như "không trung thực" và "đáng khinh bỉ", hãy tìm cả đoạn để xem liệu người phóng viên hay người đặt tit bài báo có hiểu văn bản một cách kỹ càng hay không.

Ngay cả một văn bản đầy đủ cũng có thể sai. Tháng 1 năm 1995, tờ *The New York Times* đưa tin Tổng thống Bill Clinton nói trong bài phát biểu thường niên rằng chính phủ cần phải "tần tiện và tiết kiệm hơn". Điều mà ông Clinton thực sự đã nói là "tần tiện hơn, không tiết kiệm hơn". Tương tự, sau vụ cơn bão Katrina vào năm 2005, chúng tôi ở FactCheck.org và các cơ quan thông tấn khác đã trích dẫn lời của David Lokey, đại diện của Cơ quan Cứu trợ Khẩn cấp Liên bang khi từ chối cho rằng "New Orleans đang ngập nước như một cái hồ" vào thời điểm khi mà nước lũ đang dâng lên. Trong thực tế, lời phát biểu không có căn cứ là của Thượng nghị sĩ Đảng Cộng hòa David Vitter, bang Louisiana, người

THẾ GIỚI LỘC LỬA

đứng ngay cạnh Lokey trong buổi họp báo. Một chuyên gia tốc ký của CNN đã ghi đúng những lời nói đó nhưng đã đặt sai tên người nói. Bằng ghi hình sự kiện này cho thấy Vitter đang phát biểu khi ông ta bước lên phía trước Lokey.

Chúng tôi không nói rằng bạn bắt buộc phải truy nguyên nguồn gốc mọi dữ kiện đơn lẻ. Điều đó rõ ràng là không thể. Bạn không phải đến Cục lưu trữ Quốc gia ở Washington để đọc bản copy Hiến pháp gốc của nước Mỹ. Bạn có thể đọc văn bản đó tại bất kỳ chỗ nào, trong đó có trang web của Cục lưu trữ Quốc gia. Bạn không phải đăng ký thuê bao tờ *The New England Journal of Medicine* để biết bản chất của nghiên cứu y học mới nhất nếu bạn có thể đọc một bản tóm tắt chính xác ở một tờ báo uy tín, nơi dễ dàng tiếp cận hơn cho những người "ngoại đạo" để hiểu vấn đề. Chúng tôi đang nói rằng các nguồn tin ban đầu là đáng tin cậy hơn các nguồn tin thứ cấp. Và khi lời kết luận bạn suy ra từ thông tin là quan trọng đối với bạn, tốt nhất là kiểm tra nguồn tin ban đầu. Truy ngược thông tin bạn có. Hãy thận trọng với những thông tin thứ cấp, và thận trọng hơn với những thông tin gián tiếp hơn.

Nguyên tắc số 5: Biết cái gì được tính đến

Khi bạn nhìn thấy các con số được sử dụng, hãy đảm bảo bạn biết cái gì đang được đếm, và cái gì không. Các định nghĩa cũng là một vấn đề. Chúng

tôi đã đề cập trước đó về một số câu chuyện tào lao "cắt" mà thực tế là gia tăng chậm hơn, "trung bình" giảm thuế thực chất lại là lớn hơn hầu hết những gì mọi người từng thấy. Thông thường sự lẫn lộn và lừa đảo kiểu này có thể tránh được với việc hiểu cặn kẽ và chính xác các con số đó được xem là đại diện cho cái gì.

Thậm chí một hành động đơn giản trở thành phức tạp trong đời sống hàng ngày, bởi vì chúng ta phải lựa chọn việc biết cái gì. George W. Bush, theo thứ tự được đếm, là vị Tổng thống thứ 43, cho dù ông ta chỉ là người thứ 42 lên nhậm chức vụ này. Grover Cleveland được đếm hai lần (với tư cách là Tổng thống thứ 22 và sau đó là 24) bởi vì ông chỉ phục vụ một nhiệm kỳ, sau đó bị đánh bại, rồi lại được trúng cử bốn năm sau đó với lần nhậm chức thứ hai. Và nếu chỉ đếm tới 43 thì đó có thể là một vấn đề, hãy tưởng tượng điều gì có thể xảy ra khi các con số tiến đến hàng tỷ và cơ hội đếm sai theo đó lên cấp số nhân.

Ví dụ, trong bài phát biểu thường niên năm 2006, Tổng thống Bush nói: "Mỗi năm, trong nhiệm kỳ tổng thống của tôi, chúng ta đã giảm việc gia tăng chi phí thi hành phi an ninh". Nhưng ông ta chắc chắn đã không giảm việc gia tăng chi phí liên bang, vọt lên mức 42% kể từ lần đầu tiên ông lên nhậm chức. Hãy xem xét kỹ lưỡng ông ta đang tính

cái gì. Từ "thi hành" loại trừ cái gọi là các chương trình được phép thực hiện, trong đó có chăm sóc y tế với mức tăng chi phí lớn nhất trong lịch sử bởi những bổ sung của chính quyền Bush về trợ cấp đơn thuốc. Hãy chú ý tới thuật ngữ "phi an ninh", nó đã loại trừ toàn bộ ngân sách Lầu năm góc và những nguồn chi bổ sung khổng lồ dành cho cuộc chiến tại Iraq và Afghanistan cũng như mọi thứ rác rưởi mà chính quyền Bush muốn quét sạch dưới cái mũ vì "an ninh quốc gia". Bush đang chỉ tính tới những khoản mục chi phí tương đối nhỏ, những thứ không tăng quá nhanh.

Những người Dân chủ cũng không lạ kiểu chơi này. Ủy ban toàn quốc Đảng Dân chủ (DNC) chạy một quảng cáo truyền hình thay cho một bài phát biểu chúng ta vừa đề cập, cáo buộc Bush đã gây ra tình trạng "làm mất 2,8 triệu việc làm trong sản xuất". Chú ý từ "sản xuất". Thực tế, nền kinh tế Mỹ đã tạo ra hơn 2 triệu công ăn việc làm kể từ ngày đầu tiên ông Bush vào Nhà Trắng (đầu tiên làm mất 3 triệu, sau đó tạo ra 5 triệu). Hầu hết mọi người có thể không ý thức rằng sản xuất hiện nay chỉ chiếm tỷ trọng rất nhỏ với 1 trong 10 công việc có tên ở nước Mỹ. Sản xuất hầu như là khu vực lớn duy nhất giảm sút số công ăn việc làm trong toàn bộ nhiệm kỳ của ông Bush. DNC đã không tính tới số việc làm ở những khu vực có tốc độ tăng trưởng nhanh như xây dựng, chăm sóc y tế và tài chính.

Rất nhiều chuyện nhằm nhú có thể xưa cũ như bản thân những con số, và chúng ta đã thảo luận vài lần về chúng. Tuy vậy, cuốn sách kinh điển: "Sử dụng các số liệu thống kê để lừa dối như thế nào" (How to Lie with Statistics) vẫn đáng giá để đọc. Đó là một cuốn sách nhỏ do Darrell Huff viết hơn 50 năm về trước. Một số ví dụ do ông dẫn chứng vẫn mang tính thời sự. Ví dụ, ông ta đặt câu hỏi về tuyên bố rằng sinh viên tốt nghiệp trường đại học Yale năm 1924 có thu nhập trung bình 25.111 đô la một năm. Bởi vì điều đó dường như không đúng với cách tính toán. Huff viết điều đó năm 1954, với tỷ giá đô ở thời điểm năm 2006, con số đó tương đương với 180.000 đô la. Tuy nhiên, rất nhiều xảo thuật về con số và thống kê bị Huff vạch trần vẫn được sử dụng ở thời điểm hiện nay. Cuốn sách của ông thật đáng để chúng ta đọc và so sánh với những vấn đề được đề cập trong cuốn sách này.

Nguyên tắc số 6: Biết ai đang nói

Nếu bác sĩ của bạn khuyên: Bảo vệ bản thân khỏi những cơn đột quỵ hay bệnh tim bằng cách uống aspirin có thể chỉ tốn mỗi ngày một xu. Thuốc aspirin giảm những triệu chứng tương tự do tắc mạch máu gây ra. Tuy nhiên, các nghiên cứu được đăng tải trên các tạp chí chuyên đề cho rằng phần đông bệnh nhân cần được thí nghiệm đối với tình trạng "kháng aspirin" trong trường hợp loại thuốc này không còn

THẾ GIỚI LỘC LỬA

tác dụng. Cũng những nghiên cứu này cho biết, nhiều bệnh nhân có thể cần thuốc aspirin thay thế, tốn 4 đô la một ngày. Nhưng ai trả tiền cho những nghiên cứu này? Như tờ *The Wall Street Journal* đã chỉ ra trong một phóng sự trang nhất vào tháng 4 năm 2006, nhiều nghiên cứu cảnh báo về tình trạng "kháng thuốc aspirin" có nguồn tài chính từ các công ty thu lợi nhuận từ việc bán các dụng cụ thí nghiệm và thuốc uống. Tờ báo cho biết một nghiên cứu, tuyên bố rằng việc "kháng thuốc" có thể ảnh hưởng tới 30% trường hợp những người uống thuốc aspirin, đã được tài trợ bởi nhà sản xuất dụng cụ thí nghiệm, Accumetrics, Inc. và Schering Plough Corp (tập đoàn bán một loại thuốc đang được thử nghiệm). Tất cả điều này xuất phát từ lợi nhuận khổng lồ có thể thu về từ khả năng kháng thuốc aspirin ở người bệnh. Việc tài trợ này không được công bố bởi tạp chí y tế đã công bố bài báo.

Những mối liên kết tài chính như vậy có thể khiến chúng ta ngờ vực về những phát hiện nghiên cứu. Đây rõ ràng là một sự xung đột quyền lợi. Quyền lợi cá nhân của tác giả xung đột với trách nhiệm của anh ta trong việc cung cấp các nghiên cứu đáng tin cậy, khách quan, nghĩa là xung đột với quyền lợi của công chúng. Liệu tác giả công trình nghiên cứu có thay đổi kết quả để tạo ra lợi nhuận cho nhà tài trợ, và khiến họ gắn bó với mình hơn trong việc trang trải cho những nghiên cứu trong

tương lai? Còn những nghiên cứu nào được công ty này tài trợ, và nó có cung cấp những kết quả trái ngược khiến công ty phải im đi không? Chúng tôi không nói rằng các công ty được không nên tài trợ cho việc nghiên cứu, hay là việc trả tiền cho một nghiên cứu đương nhiên tạo ra kết quả như họ muốn. Nhưng biết được ai đứng đằng sau một tuyên bố là điều quan trọng trong việc cân nhắc nên tin tưởng ở mức độ nào.

Không phải lúc nào cũng biết rõ ai là người đứng sau một nghiên cứu hay một nhóm. Tổ chức Liên minh Khí hậu Toàn cầu có cái tên nghe rất trung lập với một trang web có hình ảnh những đứa trẻ hạnh phúc và các cánh đồng xanh. Chỉ đến khi giải tán vào năm 2002, người ta mới biết đây là một nhóm vận động hành lang được thành lập bởi các hiệp hội thương mại trong các ngành dầu lửa, hóa học, khai thác gỗ, kinh tế nông nghiệp và đồ gia dụng. Tất cả đều có động cơ tài chính là tránh thuế hay loại bỏ các quy định về khí thải và khí gas gây hiệu ứng nhà kính. Theo Trung tâm vì nền chính trị, các nhóm có tên "Người Mỹ vì một chính phủ hiệu quả", "Người Mỹ thống nhất ủng hộ nền Dân chủ" và "Hiệp hội Maryland vì công dân" luôn quyên góp tiền cho các ứng cử viên ủng hộ Israel. Liên minh vì công lý và Ủy ban Công lý nghe có vẻ giống nhau, nhưng thực chất họ hành động vì những mục tiêu hoàn toàn trái ngược. Liên minh là

THẾ GIỚI LỬA

một nhóm tự do thường phản đối một số ứng cử viên tòa án của Tổng thống George W. Bush, trong khi Ủy ban lại là tổ chức bảo thủ với những quảng cáo truyền hình ủng hộ các nhân vật được lựa chọn của tổng thống vào Tòa án Tối cao. Ủy ban được thành lập bởi C. Boyden Gray, là cố vấn pháp lý Nhà Trắng (bạn chơi tennis) của Bush "cha". Những tổ chức mà tên của họ dường như chỉ rõ sự ủng hộ cho một vị trí hay chính sách ("chính phủ hiệu quả" hay "công lý") có thể có mối liên kết chặt chẽ với một đảng chính trị hay ngành công nghiệp nào đó. Hãy cẩn thận!

Quyền lợi cá nhân không làm một bài phát biểu sai lệch. Tuyên bố của một tổ chức môi trường có thể không cường điệu hóa những mối nguy hiểm và sự gia tăng tình trạng ô nhiễm. Thậm chí, tổ chức này còn nhận được nhiều tiền hơn nếu nói với các nhà hảo tâm rằng bầu trời đang bị ô nhiễm nhiều hơn mức độ cho phép, so với việc họ nói không khí đang ngày càng sạch hơn trong khi thực tế không hẳn là vậy (như chúng tôi đã từng đề cập trong cuốn sách này, theo EPA, 6 chất gây ô nhiễm chủ yếu với môi trường trong 5 năm, từ 2000 đến năm 2005, đã giảm 12%. Điều đó đồng nghĩa với việc giảm mỗi năm 19 tấn chất gây ô nhiễm, gồm hợp chất hóa học dễ bay hơi, sulfur dioxide, carbon monoxide, nitrogen oxides, bồ hóng và chì). Cả hai đảng trong cuộc tranh luận về môi trường đều có những động cơ rõ ràng

dễ kéo sự thật về phía mình. Còn những người khác, chúng ta không dễ dàng chấp nhận bên nào với những giá trị bên ngoài. Điều đó dẫn chúng ta tới:

Nguyên tắc số 7: Đừng vội tin những gì bạn thấy

Khi chúng ta đưa ra nguyên tắc đầu tiên rằng không ai có thể chắc chắn 100% về bất kỳ điều gì, bạn có thể đã tự nói với mình rằng: "Tôi chắc chắn với điều tôi nhìn thấy bằng chính mắt mình". Đừng làm thế! Ví dụ, các nhà nghiên cứu đã nhận ra rằng con người có thể dễ dàng cho là mình đã nhìn thấy sự vật, sự việc, dù nó không có ở đó (hay nói rằng mình thực sự đã nhìn thấy). Một trong những thí nghiệm nổi tiếng nhất trong lịch sử khoa học xã hội của Solomon Asch thực hiện cùng những đường kẻ với chiều dài khác nhau. Với một số nhóm sinh viên, ông yêu cầu mỗi người chỉ ra đường kẻ nào ngắn hơn hay dài hơn. Nhưng chỉ duy nhất một sinh viên trong mỗi nhóm tham gia vào thí nghiệm. Những người còn lại là liên minh của Asch, những người mà ông ta sẽ hướng dẫn việc đánh lạc hướng người làm thí nghiệm. Khi các chủ thể cuộc thí nghiệm nghe phần đông những người còn lại nói rằng đường kẻ dài hơn là ngắn hơn, họ thường nói giống nhau ngay cả khi điều đó hiển nhiên là ngược lại. Thực tế, 37% các chủ thể bày tỏ quan điểm ảo của số đông. Trong một thí nghiệm trước đó, từ năm 1935, nhà tiên phong tâm lý xã hội Muzafer Sherif đã cho mọi

THẾ GIỚI LỘC LỬA

người đứng trong một căn phòng tối nhìn thấy một đường ánh sáng cố định. Họ nói rằng ánh sáng đó đang di chuyển. Quan trọng hơn, họ đếm được số lần dao động của ánh sáng đồng nhất với những gì họ đã nghe người khác nói.

Kinh nghiệm cá nhân có thể làm chúng ta lạc hướng. Những lời chứng thực của nhân chứng nói chung là không đáng tin cậy, ngay cả khi điều đó xuất hiện ở tòa án, với những lời khai có tuyên thệ. Qua nhiều năm nghiên cứu, người ta đã thấy rằng các nhân chứng thường khoác "vỏ bọc" ngây thơ trước cảnh sát. Khi chúng tôi đã viết cuốn sách này, theo Dự án vì sự vô tội, 189 người đã được giải oan sau khi các cuộc kiểm tra DNA cho thấy họ đã bị buộc tội lầm. Và hơn 70% số người này bị buộc tội trên nền tảng lời khai nhầm của các nhân chứng!

Các học giả cũng nói với chúng tôi rằng con người có xu hướng đánh giá quá cao những gì họ nhớ về kinh nghiệm của mình. Nếu bạn có anh, chị, em ruột, bạn có thể thí nghiệm bằng cách chọn ra một số sự kiện chính xảy ra trong gia đình mà bạn và họ đã từng trải qua. Mỗi người viết ra một sự kiện, sau đó cùng xem mọi người thống nhất với nhau như thế nào. Các học giả đã phát hiện ra rằng những ký ức riêng biệt về một điều gì đó xuất hiện trước đó khá lâu có thể tự tái tạo, thông thường là vì lý do cá nhân. Sự kiện xảy ra càng lâu, ký ức càng phai nhạt.

Chương 8: Clarence Darrow có phải là một người sáng tạo?

Ngay cả những người có trí nhớ tốt cũng có thể nhớ nhầm. Alan Greenspan, cựu Chủ tịch Cục Dự trữ Liên bang Mỹ, là một người có trí nhớ rất tốt, tuy nhiên, chính ông cũng cảm thấy rất ngạc nhiên khi thấy khả năng ghi nhớ của mình đã giảm sút đáng kể tại một cuộc họp báo quan trọng, diễn ra vào ngày 12 tháng 4 năm 1991. Greenspan đề xuất việc cắt giảm tỷ lệ lãi suất xuống thấp hơn, nhưng các thành viên khác của Hội đồng Thị trường tự do Liên bang cực lực phản đối và phủ quyết đề xuất này. Bob Woodward đã ghi lại sự kiện này trong cuốn sách, xuất bản năm 1994 của ông, *The Agenda* rằng khi Greenspan nhìn vào từng chữ của văn bản ghi chép cuộc họp, ông phát hiện ra "trí nhớ của ông đã sai và sự hồi tưởng đã làm ông thỏa mãn lại không đúng với sự thật".

Khi một người nào đó cảm thấy khá chắc chắn thì không hẳn trí nhớ của anh ta (hay cô ta) là chính xác. Các học giả nghiên cứu về mối quan hệ giữa sự tự tin và chính xác thường đi tới những kết quả lẫn lộn. Đôi khi các nhân chứng nói họ rất tự tin rằng mình đúng, và đôi khi không. Đến nay, các nhà tâm lý học mới chỉ hiểu được sơ bộ những lý do dẫn tới điều đó.

Nguyên tắc số 8: Kiểm tra chéo mọi vấn đề nghi ngờ

Tới lúc này, chúng ta đã có thể chắc chắn rằng

THẾ GIỚI LỘC LỬA

việc chỉ dựa vào duy nhất một nguồn thông tin là hoàn toàn sai lầm. Tuy nhiên, chúng ta có thể tự tin hơn về một kết luận khi các nguồn thông tin khác nhau, sử dụng các phương pháp kiểm tra khác nhau đều cho chung một kết quả.

Các tờ báo đôi khi thể hiện những ấn tượng khác nhau của phóng viên báo đó về cùng một sự kiện. Khi Thống đốc bang California, Arnold Schwarzenegger xuất hiện tại một sự kiện tưởng nhớ Martin Luther King, Jr. vào năm 2006, tờ *Oakland Tribune* đưa tin rằng ông ta đã "không được nhiệt liệt chào đón". Nhưng nhan đề bài báo trên tờ *San Francisco Chronicle* lại cho thấy ông đã "nhận được sự chào đón nhiệt liệt". Vậy thì báo nào đúng? Bài báo trên tờ *Mercury News* đưa tin về sự kiện này như sau: "Sau vài tiếng la ó phản đối lác đác, khán giả đã lịch sự lắng nghe bài phát biểu của ông và phá lên cười khi nghe ông kể những chuyện hài". Một số người trong nghiệp đoàn lao động có mặt tại sự kiện đó được cho là đã chế nhạo vị Thống đốc của đảng Cộng hòa, nhưng thực tế không đúng. Đó là thái độ "thù địch" và "cay nghiệt" hay "nhiệt liệt chào đón" hoàn toàn phụ thuộc vào việc bạn quan tâm tới thái độ đả kích hay tiếng cười hưởng ứng. Còn đối với từ "đáng ngạc nhiên", sự "ngạc nhiên" còn tùy thuộc vào việc ai là người gây ra

Chương 8: Clarence Darrow có phải là một người sáng tạo?

ngạc nhiên và họ được kỳ vọng điều gì. Trong trường hợp này, đọc hai hay ba tờ báo sẽ tạo ra một bức tranh cân bằng hơn về cùng một sự kiện, thay vì chỉ đọc một nhan đề hay nội dung của duy nhất một bài báo.

Đánh giá bằng chứng

Các nguyên tắc áp dụng với bằng chứng tại các tòa án cho chúng ta điểm khởi đầu rất thuận lợi khi suy nghĩ về việc làm thế nào để đánh giá các dữ kiện xảy ra trong cuộc sống hàng ngày. Chúng ta đã nhắc đến điểm yếu của việc nghe nói và nguồn thông tin thứ cấp. Chúng ta cũng đã xem xét lý do tại sao cần phải đánh giá chúng thấp hơn thông tin gốc, hoặc những bằng chứng vật chất. Và chúng tôi cũng đã đề cập sự ưu ái dành cho thông tin gốc. Việc kiểm tra toàn bộ văn bản ghi chép một cuộc phỏng vấn sẽ tốt hơn là dựa vào một vài đoạn ghi lại hoặc chỉ trích dẫn một phần. Dưới đây là một số yếu tố chúng tôi cân nhắc tại FactCheck.org.

Người đàn ông trong căn hầm

Làm thế nào chính phủ Mỹ biết đã bắt chính xác người đàn ông họ đang tìm kiếm? Đó chỉ là một người đàn ông rách rưới, tóc tai rũ rượi, được lôi ra từ một cái tổ nhện chỉ cao 1m80 ở Ad-Dwar, Iraq vào ngày 13 tháng 12 năm 2003. Làm thế nào họ chứng minh với những người hay hoài nghi rằng Saddam Hussein đã thực sự bị bắt giữ? Bằng kiểm tra chéo và sử dụng những biện pháp khác nhau để xác minh. Người đàn ông này tuyên bố: "Tôi là Saddam Hussein, Tổng thống của Iraq, và tôi sẵn sàng đàm phán". Nhưng đây có thể chỉ là một trong số những Saddam giả mạo. Trước tiên, các quan chức Mỹ phải thuyết phục chính bản thân mình. Cựu đại sứ L. Paul Bremer nhớ lại rằng, sau khi cạo râu và cắt tóc, người đàn ông đó trông giống như người mà họ đang lùng sục: "Không còn nghi ngờ gì nữa: Khuôn mặt trong bức ảnh này là Saddam Hussein", Bremmer viết trong cuốn sách "Tháng ngày ở Iraq". Tiếp đó, bốn quan chức chính phủ Iraq bị bắt giữ, những người từng làm việc gần gũi với Saddam Hussein, được đưa tới. "Mỗi tù nhân phải xác nhận rằng người đàn ông luộm thuộm trên chiếc giường quân dụng trong căn phòng không có cửa sổ ấy đúng là Saddam Hussein". Nhưng, cũng có thể, họ đang bảo vệ một Saddam Hussein đích thực. Bởi vậy, các quan chức Mỹ sử dụng phương pháp kỹ thuật số

phân tích âm thanh để chứng nhận giọng nói của tù nhân này đúng như các băng ghi âm lưu trữ tiếng nói của vị cựu tổng thống Iraq. Họ cũng đem so sánh các miếng giẻ lau nước dãi của người tù nhân với các mẫu DNA lấy từ "người thân trong gia đình Saddam". Để thuyết phục người Iraq, Bremmer đưa tới một phái đoàn của Hội đồng chính phủ Iraq, được Mỹ chỉ định. "Sau đó, họ có thể công khai chứng nhận rằng họ đã trông thấy người tù nhân". Điều đó có nghĩa là: Các thành viên trong phái đoàn không có lý do gì để nghi ngờ về sự kiện nhà cựu độc tài giờ đã nằm trong vòng giam giữ của quân đội Mỹ. Họ thậm chí còn xỉ vả người này vì những hành động đã làm khi còn trên cương vị Tổng thống Iraq. "Tại sao ông lại để Sayyid Muhammad al-Sadr bị ám sát vào năm 1999?", ai đó hỏi. "Saddam Hussein, ông là kẻ bị Chúa nguyên rủa", một người khác lên tiếng. "Ông có thể nói gì về những nắm mồ tập thể?", người thứ ba bức xúc hỏi. Người tù nhân không ngần ngại xác nhận thân phận của mình. Hơn thế, ông bảo vệ các hành động của mình bằng cách gọi các nạn nhân là "tội phạm... kẻ cắp, kẻ phản bội... người Iran". Giới truyền thông A rập đã tường thuật lại cuộc gặp gỡ đầy hấp dẫn này. Quá trình này dẫn tới một ví dụ điển hình cho điều mà các nhà học giả gọi là "sự hội tụ của tính chắc chắn". Khi các biện pháp khác nhau cùng dẫn tới một kết luận.

Lời khai tuyên thệ: Không ai vào tù vì việc nói dối một phóng viên, nhưng họ có thể bị bắt giam vì khai man trước tòa nếu họ bị phát giác làm điều đó sau khi đã tuyên thệ. Vì lý do đó, chúng tôi có thể đánh giá cao hơn đối với những lời khai có tuyên thệ, so với những văn bản thông thường như thông cáo báo chí, hợp báo hoặc phỏng vấn truyền hình. Nói dối một ủy ban điều tra của quốc hội, một nhân viên FBI hay một nhân viên giám sát của ngân hàng cũng có thể là một tội hình sự. Do đó, các văn bản không đặt dưới lời tuyên thệ cần phải có những đảm bảo cần thiết, cho dù chúng không nhất thiết phải đặt dưới lời tuyên thệ.

Quyền lợi cá nhân: Nếu ai đó muốn thu lợi (hoặc tránh thua lỗ), điều tự nhiên là chúng ta sẽ đánh giá phát biểu của anh ta hay cô ta nhẹ hơn so với những đánh giá của người quan sát trung lập. Chúng tôi không phủ nhận một phát biểu chỉ bởi vì nó bắt nguồn từ một tập đoàn lớn, hay một luật sư tập sự thu phí hành nghề trị giá nhiều triệu đô bằng cách kiện công ty đó. Nhưng chúng tôi cũng không chấp nhận một phát biểu như thế với giá trị bên ngoài. Chúng tôi cho rằng mỗi bên chỉ đưa ra những quan điểm một phía của cùng một câu chuyện. Điều đó khiến chúng tôi phải tìm thêm các bằng chứng bổ sung. Chúng tôi phải ý thức về khả năng bên nào có thể bóp méo sự thật, hoặc vì có

chủ ý, hoặc vì anh ta hay cô ta quá cực đoan với dữ kiện của đối phương.

Sự thừa nhận: Một phát biểu thực sự xứng đáng nhận được mối quan tâm nhất định. Tuy nhiên, chỉ khi phát biểu của người đó đưa ra một sự thừa nhận hay chỉ ra những dữ kiện trái ngược với quyền lợi của anh ta hoặc cô ta. Một ví dụ cho vấn đề này, khi Tổng thống Bush trả lời một câu hỏi vào ngày 12 tháng 12 năm 2005 với phát biểu rằng: "Có bao nhiêu người dân Iraq chết trong cuộc chiến tranh này? Tôi sẽ nói là 30 ngàn người, nhiều hoặc ít hơn, đã chết trong giai đoạn đầu của cuộc chiến và những bạo lực diễn ra sau đó chống lại người Iraq". Chính quyền của ông đã từ chối đánh giá thiệt hại về nhân mạng, nhưng bây giờ, chính Tổng thống là người xác nhận các con số được đưa ra bởi một dự án tính toán số người thiệt mạng tại Iraq (Iraq Body Count). Dự án này tìm kiếm số liệu từ công chúng, phóng sự báo chí và nhân chứng. Phát biểu của ông Bush là một bằng chứng rằng chính phủ Mỹ không thể phủ nhận bảng thống kê của dự án (với con số đã tăng trên 52.800 người vào tháng 1 năm 2007). Cũng có những đánh giá cao hơn, những con số gây tranh cãi từ một tạp chí chuyên ngành y tế của Anh *The Lancet*, điều mà chúng tôi sẽ phải nói nhiều hơn trong phần sau. Quan điểm của chúng tôi ở đây là sự xác nhận của ông Bush đối với con số của Iraq Body Count là điều mà các luật sư gọi là "sự thừa nhận chống lại quyền lợi".

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Một sự thật khiến ông ta đau lòng khi nói ra. Chúng ta phải tính con số đó như một bằng chứng cho thấy ít nhất cũng có ngàn đó người dân Iraq đã chết.

Danh tiếng của tổ chức: Khi một nghiên cứu y tế xuất hiện trên tờ *The New England Journal of Medicine*, chúng tôi biết là nó đã trải qua một quá trình giám sát có hệ thống, gọi là đồng giám sát. Ở đó, các nhà khoa học uy tín được yêu cầu bình luận hoặc chỉ ra những sai lầm có thể xảy ra. Tác giả công trình sau đó có thể trình bày để làm sáng tỏ vấn đề hoặc bổ sung dữ liệu. Ngược lại, chúng tôi cũng phải luôn nghi ngờ về "những phát hiện mang tính khoa học" được công bố tại một buổi họp báo mà không có nhận xét độc lập của các chuyên gia khác. Ví dụ, khi một cuộc họp báo được tổ chức vào năm 2002, tuyên bố sự ra đời của người đầu tiên được nhân bản (giả dụ có tên là "Eve"), nó tạo ra một dòng cảm xúc. Nhưng các phóng viên nhạy bén đã nhanh chóng chỉ ra rằng người đứng sau tuyên bố ấy, một cựu nhà báo Pháp có tên là Claude Vorilhon, đã lấy một cái tên khác là Rael, đã từng bị cáo buộc là người từng bịa chuyện người ngoài trái đất chính là những người tạo ra con người trên trái đất. Và cuối cùng, người ta nhận thấy đây chỉ là vụ lừa đảo. Không có "Eve" cũng như không có người được coi là đã cho tế bào để nhân bản đưa trẻ từng xuất hiện công khai trước công chúng. Những người hiểu biết nhanh chóng

phủ nhận niềm tin vào sự kiện này và coi đó như một trò lừa gạt ngớ ngẩn.

Tính minh bạch: Tìm kiếm sự minh bạch mỗi khi một tuyên bố được đưa ra. Người tiến hành cuộc thăm dò có nói với bạn về biên độ sai sót ở khía cạnh thống kê và những người tham gia thăm dò đã được hỏi những câu gì? Nếu không có điều đó, đừng quá tin vào kết quả. Các ứng cử viên chính trị thường thích thực hiện các cuộc thăm dò cho thấy họ đang "thu hẹp khoảng cách" hoặc thậm chí đang dẫn đầu. Việc làm này là để thuyết phục các nhà quyền góp tiềm năng rằng họ có thể chiến thắng. Nhưng những cuộc thăm dò như vậy có thể được thêu dệt để tạo ra một kết quả tích cực bằng cách đưa ra những câu hỏi có chủ ý, tạo thuận lợi cho người tiến hành thăm dò. Người đối lập có thể hỏi: "Anh có biết người đó là kẻ vũ phu không?". Những câu hỏi đóng như thế hướng người trả lời tới những câu hỏi theo mong muốn, và một cuộc thăm dò có những câu hỏi như vậy được gọi là thăm dò đóng. Các câu hỏi cũng có thể được xây dựng với những ngôn từ lựa chọn để cho ra một kết quả thiên lệch. Một khảo sát được tiến hành bởi Trung tâm Chính sách Công Annenberg cho thấy sự khác biệt rõ rệt trong việc ủng hộ tài chính của trường học phụ thuộc vào việc các cụm từ như "tiền của người đóng thuế" hay "các trường tư" có xuất hiện trong các câu hỏi hay không. Các cuộc thăm dò về sự ủng hộ đối với vấn đề tài chính công

dành cho các chiến dịch vận động chính trị sẽ cho ra một kết quả khác, nếu như người tiến hành thăm dò hỏi về việc "cấm những người có quyền lợi đặc biệt đóng góp tiền trong các cuộc bầu cử". Và kết quả cũng sẽ khác, nếu người ta hỏi về việc "đưa tiền thuế cho các nhà chính trị".

Khi đọc một câu chuyện hay bài báo mới, hãy đặt câu hỏi liệu phóng viên hay tác giả có đang nói với bạn nguồn gốc câu chuyện, bài báo đến từ đâu không. Chúng tôi cung cấp các chú thích tại địa chỉ FactCheck.org, với những đường kết nối tới các nguồn tin mà chúng tôi đang sử dụng nếu chúng có thể truy cập miễn phí trên Internet. Nhờ đó, người đọc có thể tìm thấy nhiều thông tin hơn hoặc kiểm tra liệu chúng tôi có đúng không. Khi bạn thấy ai đó tuyên bố rằng "một nghiên cứu" đã minh chứng cho tuyên bố của họ, hãy đặt câu hỏi xem nghiên cứu đó được tiến hành như thế nào, có bao nhiêu người tham gia, trong điều kiện nào, liệu nó có thực sự minh chứng cho những gì đã được nói tới hay không.

Tính chính xác: Đôi khi bằng chứng không thực sự chính xác như miêu tả. Một ví dụ chính xác cho vấn đề này là hai nghiên cứu đăng tải những công bố gây sốc về tình trạng người chết ở Iraq. Các nghiên cứu này sau đó đã bị đặt nhiều câu hỏi và thực sự khiến nhiều người ô danh. Cả hai nghiên cứu đều được công bố tại Anh trên tờ tạp chí chuyên

ngành y tế The Lancet, và cả hai đều được tiến hành bởi một nhóm nghiên cứu của trường đại học Johns Hopkins tại Baltimore. Nghiên cứu đầu được công bố năm ngày trước cuộc bầu cử tổng thống năm 2004, và ước tính rằng 98.000 ngàn người Iraq đã chết bởi cuộc chiến tranh xâm lược do Tổng thống George W. Bush ra lệnh vào tháng 3 năm 2003. Nghiên cứu thứ hai được công bố khoảng một tháng trước cuộc bầu cử giữa nhiệm kỳ Thượng nghị viện và Hạ nghị viện vào năm 2006. Nghiên cứu này ước tính tổng số người Iraq chết đến nay đã lên tới con số 654.965, do cuộc chiến tranh xâm lược và hậu quả của các vụ bạo lực. Cả hai con số này đều cao hơn vài lần so với những ước tính nhìn chung được chấp nhận.

Tuy nhiên, không có ước tính nào đưa ra con số chính xác, chỉ là khoảng giữa của một biên độ dao động. Đối với con số của nghiên cứu thứ nhất, tác giả tính toán rằng con số chính xác của họ nằm trong khoảng từ 8.000 đến 194.000 người chết. Theo ngôn ngữ thống kê, điều đó nghĩa là có tới 95% khả năng con số thực sự rơi đâu đó trong khoảng không gian mênh mông từ đơn vị nghìn đến trăm nghìn. Hãy nhìn theo cách khác, có 1 trong 40 cơ hội là con số thực ít hơn 8.000, và cũng gần đó số cơ hội, con số thực nhiều hơn 194.000. Như nhà phê bình Fred Kaplan đã nói trong một bài báo trên tờ tạp chí điện tử *Slate* rằng: "Đây không chỉ là ước tính. Đây là

THẾ GIỚI LỘC LỬA

bảng số liệu thống kê". Đối với con số của nghiên cứu thứ hai, bảng số liệu thống kê thậm chí còn lớn hơn, giữa khoảng 393.000 và 943.000 người chết. Biên độ dao động như vậy còn lớn hơn cả dương và âm 2 hoặc 3%, như chúng ta vẫn thường thấy trong các cuộc thăm dò ý kiến dư luận tại Mỹ. Điều đó nói với chúng ta rằng: Cần phải thận trọng!

Những ước tính thiếu chính xác ngoại lệ của các nghiên cứu, đăng tải trên tờ *Lancet* xuất phát từ những mẫu thăm dò nhỏ, được sử dụng để tổng hợp thành kết quả cuối cùng. Những ước tính có từ các cuộc phỏng vấn ở 33 khu vực đối với nghiên cứu thứ nhất, 47 cho nghiên cứu thứ hai. Việc sử dụng những "khu vực" ngẫu nhiên chọn lựa là một phương pháp mang tính thống kê, thường được sử dụng khi người ta không thể tập hợp những mẫu cá nhân từ toàn bộ một cộng đồng. Nhưng các chuyên gia khác chỉ trích các tác giả bài báo trên tờ *Lancet* vì việc sử dụng phương pháp đó quá ít. "Tôi sẽ không khảo sát một trường trung học phổ thông, không khác gì một cộng đồng dân cư, mà sử dụng chỉ có 47 cụm điểm", Steven Moore, một cố vấn của đảng Cộng hòa, người cũng tiến hành thăm dò tại Iraq cho các lực lượng đồng minh, phát biểu. Một trong số các tác giả bài báo trên tờ *Lancet*, Gilbert Burnham, đáp lại rằng "việc khảo sát nhiều khu vực hơn cũng đồng nghĩa với việc có nhiều rủi ro hơn đối với nhóm khảo sát", ông nói. "Nếu chúng tôi đã sử dụng 470 khu vực,

biên độ các giá trị đáng tin cậy của chúng tôi có thể đã nhỏ hơn gấp 3 lần". Điều đó cũng có thể là các kết quả có thể sẽ khác xa.

Thực tế là bốn tháng sau đó, một khảo sát về Iraq đã được tiến hành bởi Chương trình phát triển Liên Hiệp quốc, sử dụng 2.200 điểm khu vực, so sánh với con số 33 đã được sử dụng trong nghiên cứu đầu tiên đăng tải trên *Lancet*. Và nghiên cứu, khảo sát về các điều kiện sống tại Iraq năm 2004, ước tính là chỉ có 24.000 người chết, chỉ bằng $\frac{1}{4}$ so với ước tính trên *Lancet* tại cùng một thời điểm.

Sự hội tụ: Ở chương 6, chúng tôi đã đề cập khái niệm hội tụ bằng chứng, và nói rằng khi nhiều phương pháp khác nhau cho ra cùng một kết quả, những ước tính đó là đáng tin cậy hơn. Ngược lại cũng đúng: Khi các kết quả phân tán, chúng ta phải thận trọng hơn. Để chắc chắn về điều này, các nghiên cứu trên *Lancet* dường như ủng hộ lẫn nhau, nhưng cả hai cùng cho ra những kết quả cách biệt nhau rất nhiều. Dự án Iraq Body Count (IBC) là một ví dụ. Vào tháng 11 năm 2006, dự án này tính toán rằng có từ 47.016 đến 52.142 người chết vì cuộc chiến tranh và bạo lực tiếp diễn, được ghi nhận trên hệ thống truyền thông của Iraq. Những con số đó chỉ bằng 7 đến 8% con số 654.965 của *Lancet* được công bố tháng trước đó. Sự thật là, ước tính của IBC hầu như chắc chắn đã bỏ sót một số trường hợp. Nhưng chúng tôi cho rằng họ không bỏ sót quá nhiều.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Nghiên cứu năm 2004 của *Lancet* cũng mâu thuẫn với bảng thống kê của IBC và khảo sát của Liên Hiệp quốc. Ngay sau khi tờ tạp chí này đưa ra con số 98.000 người chết, dự án Iraq Body Count đã ước tính là khoảng từ 14.619 và 16.804 người chết, tính đến ngày 7 tháng 12 năm 2004. Khảo sát của Liên Hiệp quốc ước tính số người chết là khoảng 18.000 và 29.000, với khoảng giữa của biên độ là 24.000.

Sau nghiên cứu thứ hai của *Lancet*, các quan chức của dự án IBC đưa ra vấn đề "kiểm tra thực tế" để tranh luận về những con số của *Lancet* và chỉ ra những điểm bất đồng với những dữ liệu khác. Đào sâu vào chi tiết, họ nói rằng nếu nghiên cứu của *Lancet* có giá trị, nó có nghĩa là trung bình mỗi ngày có 1.000 người Iraq bị giết bởi bạo lực trong nửa đầu năm 2006. Đó chỉ là một trong số những điều không thể! Nhưng đó chỉ là một trong số mười người bị chết được ghi nhận bởi bất kỳ một tổ chức khảo sát công khai nào. Điều đó cũng có nghĩa là 800.000 người Iraq bị thương hoặc những vết thương khác liên quan tới bạo lực và xung đột trong hơn hai năm trước đó, và rằng 90% số đó không được chữa trị tại bệnh viện.

Chúng ta không thể nói nghiên cứu của *Lancet* là sai. Không giống như ước tính vô nghĩa của Mitch Snyder về 3 triệu người vô gia cư, điều đã được chúng ta đề cập ở chương 6, các ước tính của *Lancet* đều được tổng kết từ việc sử dụng các

Chương 8: Clarence Darrow có phải là một người sáng tạo?

phương pháp được chấp nhận về phương diện khoa học và được công bố trên một tạp chí chuyên ngành danh tiếng, có giám sát đồng hạng. Các phát hiện cũng không chỉ được bảo vệ bởi các tác giả mà còn bởi một số chuyên gia độc lập. Tuy nhiên, dù các con số đó sai lệch một cách bất thường và chúng không khớp với các số liệu ghi nhận khác, chúng ta cũng không thể phủ nhận tính chính xác của chúng tới chừng nào và khi nào được chứng thực bởi các nhà nghiên cứu khác với những mẫu khảo sát rộng lớn hơn.

Nguyên tắc cuối cùng: Hãy luôn nghi ngờ, nhưng đừng yếm thế

Người nghi ngờ đòi hỏi bằng chứng, và đúng là phải thế. Người yếm thế luôn có thái độ là anh ta hay cô ta đang bị lừa dối. Trong cuốn sách này, chúng tôi đã luôn yêu cầu các bạn phải giữ sự nghi ngờ về các tuyên bố, biết đòi hỏi và đánh giá bằng chứng và luôn để tư duy cởi mở. Nhưng quá nhiều người lầm chủ nghĩa yếm thế với chủ nghĩa hoài nghi. Chủ nghĩa yếm thế là hình mẫu tính cả tin. Người yếm thế từ chối sự thật mà không cần bằng chứng, cũng giống như người khờ dại chấp nhận sự thật mà không cần bằng chứng. Và những trò lừa sinh ra từ chủ nghĩa yếm thế có thể gây nguy hiểm đối với sức khỏe và hạnh phúc như bất kỳ kiểu lừa đảo nào khác.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Để hiểu về khái niệm này, hãy cùng xem xét trường hợp Kevin Trudeau, tác giả của cuốn sách đứng đầu trong danh sách các sách bán chạy nhất, theo bình chọn của tờ *New York Times*, trong mùa hè năm 2005: "Những phương pháp điều trị tự nhiên: Họ không muốn bạn biết điều đó". Trudeau tăng doanh số bán sách bằng một chiến dịch truyền thông trên các bản tin đêm. Tại đó, ông ta tuyên bố rằng: "Có những phương pháp tự nhiên, không cần dùng thuốc, không phải phẫu thuật đối với mọi loại bệnh". Nội dung chính trong tuyên bố của ông ta, một yếu tố rất hấp dẫn với chủ nghĩa yếm thế mà ông ta đã nhắc đến nhiều lần là: "người ta" đang có âm mưu che giấu những thông tin về các phương pháp chữa bệnh đã được biết đến. "Các công ty dược phẩm không muốn các bạn biết về sự thật. Cơ quan kiểm soát Thực phẩm và Dược phẩm, chính phủ Mỹ không muốn bạn biết sự thật ấy. Tại sao? Bởi vì nó sẽ khiến họ mất đi quá nhiều lợi nhuận, nếu các bạn đã biết về các phương pháp điều trị tự nhiên, không đắt tiền".

Hòn đá mà Trudeau ném ra là việc "người ta" đang lừa dối, nhưng ông ta sẽ nói với các bạn sự thật. Chỉ cần mua cuốn sách của ông ta, giá 14,95 đô la một cuốn (nếu mua đĩa CD là 39,95 đô la) hoặc đăng ký thuê bao nhận thư điện tử thông báo với mức 71,40 một năm, hoặc trở thành "thành viên vĩnh viễn" với giá 999 đô la. Và đương nhiên, mua CD

Chương 8: Clarence Darrow có phải là một người sáng tạo?

hướng dẫn cách giảm cân trị giá 19,95 đô la với nhan đề như ông ta nói, "đã được kiểm duyệt bởi Ủy ban Thương mại Liên bang". Bạn có biết là FTC cũng đồng lõa trong âm mưu này? Cũng giống như thực phẩm, ngành mà Trudeau tuyên bố là đang cho những thành phần không thể xác định vào các sản phẩm "dành cho người ăn kiêng", thực tế chỉ làm người ta béo thêm. Hiển nhiên là chúng ta sẽ không giảm cân! Nhan đề đã được "kiểm duyệt": Làm cách nào để giảm 30 pounds trong 30 ngày, chỉ là một trong những cách tuyên bố cường điệu hóa, không được chấp nhận mà FTC thường sử dụng làm ví dụ về những quảng cáo sai trái.

Chúng tôi gọi tuyên bố của Trudeau là yếu tố hấp dẫn với chủ nghĩa yếm thế, bởi ông ta đang kiếm tiền trên niềm tin của cộng đồng, rằng chính phủ liên bang không đáng tin cậy, và các tập đoàn lớn, đặc biệt là các công ty dược phẩm, đang thu lợi nhuận bất chấp đạo đức. Chúng tôi có thể đồng ý rằng một số việc làm của các công ty dược phẩm đang phải hứng chịu những lời chỉ trích, nhưng Trudeau đang hy vọng các bạn sẽ nghiễm nhiên chấp nhận tuyên bố của ông ta rằng các công ty lớn và chính phủ đang bí mật lập mưu làm bạn tăng cân. Chiến thuật này đem lại cho ông ta nhiều triệu đô la, nhưng chỉ là khi nào ông ta lái được niềm tin của cộng đồng. Công ty của ông ta cũng từng tuyên bố

THẾ GIỚI LỘC LỬA

rằng đã bán được 4 triệu bản sách nói riêng. Kế hoạch tiếp thị của Trudeau phải tiếp tục vận hành, bởi tháng 5 năm 2006, ông ta cho ra phần tiếp theo của cuốn sách đó: "Tiết lộ thêm những phương pháp điều trị tự nhiên: Tiền kiểm duyệt nhãn hiệu sản phẩm chữa bệnh".

Nhưng đây là lý do tại sao bạn phải giữ thái độ nghi ngờ đối với Trudeau. Chỉ cần làm một động tác đơn giản, dùng công cụ tìm kiếm trên Internet và bạn sẽ nhanh chóng phát hiện một vài sự thật về "bậc thầy kinh doanh" này:

Trudeau từng có quá khứ tội phạm. Ông ta đã phải ở nhà tù liên bang gần 2 năm sau khi bị kết án năm 1991 về tội giả mạo thẻ tín dụng chiếm đoạt của American Express 122.735,68 đô la. Năm 1990, ông ta cũng từng phải ngồi tù 21 ngày và lĩnh án treo 3 năm trong một vụ án ở bang Massachusetts vì tội ăn cắp sau khi rút số tiền 80.000 đô la từ những thẻ tín dụng vô giá trị. Vào thời điểm đó, ông ta đang là một bác sĩ.

Trudeau đã nhiều lần phạm tội quảng cáo sai trái. Năm 1998, ông ta đã phải trả 500.000 để giải quyết vụ cáo buộc của FTC, sau khi ông ta xuất hiện trong một loạt bản tin phi thương mại và tuyên bố rằng sản phẩm "Mega Memory System" của ông ta có thể giúp bất kỳ ai lưu giữ hình ảnh trong trí nhớ

Chương 8: Clarence Darrow có phải là một người sáng tạo?

như ảnh chụp. Năm 2003, FTC và FDA buộc tội ông quảng cáo sai trái khi tuyên bố rằng một hợp chất dành cho người đang ở chế độ ăn kiêng, có tên là Coral Calcium Supreme có thể chữa được bệnh ung thư. Trudeau buộc phải dừng việc quảng cáo đó nhưng tiếp tục làm vậy dưới những hình thức khác. Một thẩm phán liên bang ở Chicago đã truy tố ông ra tòa. Sau đó, năm 2004, Trudeau chấp nhận trả 2 triệu đô la cho FTC và ngừng việc bán các sản phẩm, ngoại trừ các thông báo "mang tính hướng dẫn thông tin", việc làm này được bảo vệ bởi Luật sửa đổi lần thứ nhất. Đó cũng là thời điểm ông ta chuyển từ việc bán thuốc sang bán sách, đĩa CD và thư điện tử.

Tổng cộng, Trudeau đã phải nộp phạt 2,5 triệu đô la để giải quyết những vụ cáo buộc về tội quảng cáo láo. Điều đó có thể khiến ngay cả những người cả tin nhất cũng phải thay đổi quan điểm khi ông ta vẫn tiếp tục trục lợi từ sự yếm thế trong suy nghĩ của nhiều người. Thật dễ dàng nhận thấy tại sao quảng cáo của Trudeau lại hiệu quả đến thế. Các nhà chính trị yêu thích việc đổ lỗi cho "sự tham lam của các công ty, tập đoàn" mỗi khi giá cả leo thang. Hollywood thích gán cho các Giám đốc sản xuất hình ảnh những con quỷ trên phim ảnh và các show về tội phạm trên truyền hình. Kể từ vụ scandal Watergate và cuộc chiến tranh xâm lược Việt Nam.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Phần đông người dân Mỹ, những người từng tin tưởng chính phủ đã luôn hành động đúng, giờ đây nói rằng họ tin là chính phủ đang được điều khiển để phục vụ những quyền lợi đặc biệt và không phải vì lợi ích chung. Niềm tin của cộng đồng vào các công ty dược phẩm là cực kỳ thấp. Nhưng đó không nên là lý do để tin vào những tuyên bố thiếu chứng thực của một kẻ từng có tiền sự và lòng tham không thể cải biến. Kẻ đó lại là người đang trục lợi hàng triệu đô từ việc bán những cuốn sách rao giảng về "những phương pháp điều trị tự nhiên" hư ảo. Và bất kỳ ai đang thử áp dụng "phương pháp điều trị", thay vì tìm kiếm những lời khuyên thích hợp từ những người có chuyên môn, chính là đang đặt cược sức khỏe, thậm chí cả tính mạng của mình vào rủi ro.

Do đó, chúng tôi nói rằng chủ nghĩa yếm thế có thể tước đi sinh mạng của bạn. Nhưng bạn có thể tiết kiệm tiền và giữ được mạng sống của mình, nếu bạn giữ thái độ nghi ngờ đối với những tuyên bố kiểu như Trudeau hay những thứ khác đại loại như vậy. Hãy luôn tìm kiếm những bằng chứng thực tế.

Kết luận

Hãy tránh xa sự lừa dối

Việc chống lại sự lừa dối đòi hỏi không ít nỗ lực và phải tuân theo một số nguyên tắc mà chúng ta đã nói tới trong suốt những trang sách vừa qua. Khi đối mặt với một lời tuyên bố, hãy để đầu óc cởi mở, hãy đặt các câu hỏi, kiểm tra chéo, tìm kiếm những thông tin tốt nhất và đánh giá các bằng chứng.

Trường hợp nghiên cứu: Hoodia Hoodoo

Để mọi người biết cách làm thế nào buộc những thói quen tâm lý đơn giản nhưng đầy hiệu quả này trở thành phản xạ có điều kiện, chúng ta hãy cùng xem xét nhanh một tuyên bố mà bạn có thể đã gặp. Giả sử bạn đã xem một phần của chương trình 60 minutes trên trang web của CBS News. Tại đó, phóng viên Lesley Stahl nói với bạn về một phát kiến mới dành cho người ăn kiêng: Một loại cây xương rồng hiếm thấy ở Nam Phi gọi là Hoodia của Gordon (hay Hoodia gordonii). Stahl đang ở trên sa mạc Kalahari,

nơi cô ta nói người dân bản xứ thuộc bộ lạc San ăn Hoodia để dập tắt cảm giác thèm ăn trong những chuyến đi săn. "Các nhà khoa học nói nó đánh lừa não bộ bằng cách làm bạn có cảm tưởng là bạn đã no ngay cả khi bạn mới chỉ ăn một mẩu gì đó". Một viên thuốc giảm cân có thể sẽ sớm xuất hiện trên thị trường. Câu chuyện được đăng tải trên trang web có nhan đề: "Loại cây châu Phi có thể giúp chiến thắng bệnh béo: Phóng sự của Lesley Stahl về vũ khí mới nhất trên mặt trận chống bệnh béo phì".

Đây không phải là một quảng cáo phi thương mại vẫn thường thấy. Đây là một phóng viên kỳ cựu, từng đưa tin về vụ scandal Watergate của Tổng thống Richard Nixon. Stahl kể lại rằng sau khi ăn một miếng cây xương rồng này, cô ta đã làm việc cả ngày mà không có cảm giác đói. Hơn thế, cô không hề cảm nhận về tác động phụ nào. "Tôi buộc phải nói là nó rất hiệu quả", cô ta nói.

Tuyệt vời! Tôi có thể kiếm thứ đó ở đâu? Bạn nhanh chóng tìm kiếm trên Internet với từ "hoodia" và tìm thấy hàng loạt sản phẩm thương mại có tên như "Pure Hoodia", "Pure Hoodia Plus", "Hoodia Supreme", "Desert Burn" "Hoodia", và một loạt nhãn hiệu khác. Bạn cũng tìm thấy những trang web cung cấp những lời khuyên về việc tìm sản phẩm "tốt nhất" làm từ Hoodia trong hàng loạt sản phẩm cùng loại khác nhau. Một số cung cấp đường liên kết tới một video clip từ chương trình *60 Minutes* trên trang web của CBS News. Họ trưng ra những lời chứng

thực. Ví dụ, một cô gái nào đó tên là "Sarah" ở Los Angeles nói: "Tôi thường có những cơn thèm ăn vào buổi đêm, nhưng bây giờ thì nó biến mất tiêu". Điều này nghe càng ngày càng hấp dẫn.

Nhưng trước khi bạn tiêu 149,95 đô la cho một liều thuốc diệu kỳ dùng trong năm tháng, hãy dành vài phút và đặt một số câu hỏi. Làm thế nào để bạn biết là nó hiệu quả? Nó có an toàn không? Chỉ vì, Lesley Stahl thề rằng với miếng cây xương rồng tươi mà cô nhấm nháp ngay trên sa mạc Kalahari Desert, điều đó không có nghĩa là những viên thuốc mà bạn mua từ một cửa hàng trên Internet sẽ có tác dụng tương tự, hoặc thậm chí là nó được chế biến từ chính loại cây đó. Và tốt hơn hết là chúng ta loại bỏ mọi lời chứng thực trên Internet: Chúng đơn thuần chỉ là những chuyện nhảm. Chúng hoàn toàn có thể được bịa đặt ra như tất cả chúng ta đều biết. Đây là các kết quả khoa học từ những phòng thí nghiệm?

Việc kiểm tra chéo sẽ cho chúng ta nhiều thông tin hơn. Việc tìm kiếm trên Internet cũng đem tới câu chuyện xuất hiện năm 2003 từ một phóng viên BBC, Tom Mangold, người thậm chí còn thử nghiệm "loại cây đặc biệt ở Kalahari" trước Stahl. Sau khi ăn một miếng cây xương rồng bằng nửa quả chuối, Mangold kể lại rằng anh ta và người quay phim "thậm chí còn không thèm nghĩ tới thức ăn" trong vòng 4 giờ lái xe về Cape Town. "Giờ ăn tối đến và đi. Chúng tôi về tới phòng khách sạn vào khoảng nửa đêm và lên giường mà vẫn không ăn gì. Và ngày hôm sau, chẳng

ai trong hai chúng tôi muốn ăn sáng". Nhưng xin hãy đọc tiếp.

Câu chuyện của phóng viên BBC cũng cảnh báo chúng ta rằng những thứ mà chúng ta thấy trên quảng cáo có thể chỉ là một chuyện nhảm nhí khác về vấn đề giảm cân. Quyền được nghiên cứu và ứng dụng thuốc ăn kiêng làm từ Hoodia thuộc một công ty dược phẩm của Anh có tên là Phytopharm. Công ty này cũng đã tiến hành thử nghiệm thuốc trong bệnh viện qua nhiều năm. Người phóng viên còn nói thêm: "Hãy thận trọng với những trang web hứa hẹn cung cấp những "viên thuốc" Hoodia từ Mỹ vì chúng tôi đã thử với nhãn hiệu hàng đầu và phát hiện ra nó không hề có chất Hoodia trong đó". Thay, một số kẻ trục lợi từ Hoodia thực tế vẫn dán đường liên kết với câu chuyện này của BBC trên trang web của họ, có thể là vì cho rằng ít người thực sự quan tâm tới câu chuyện, và hầu hết sẽ coi đó như một bằng chứng để thuyết phục họ hơn.

Để công bằng hơn với CBS, toàn bộ phóng sự của Stahl cũng cảnh báo về những tuyên bố của các nhà tiếp thị trên Internet về các sản phẩm chứa Hoodia. Nó cũng lưu ý rằng xương rồng đại hiếm tới mức Phytopharm đã phải xây dựng một khu vực trồng trọt để phát triển diện tích loại cây xương rồng này, nhằm đáp ứng việc thử nghiệm chứng minh sản phẩm của họ an toàn và hiệu quả. Nhưng những người buôn bán Hoodia trên Internet hưởng lợi từ phóng sự của CBS có thể cho rằng bạn sẽ không

nhận ra thông tin đó. Họ chỉ đăng một đường liên kết tới câu chuyện, với lời giới thiệu như "Leslie (thật ra là Lesley) Stahl.... Hoodia thực sự hiệu quả!".

Những phóng sự của BBC và CBS, nếu được đọc một cách đầy đủ, đem tới những dấu hiệu cảnh báo rõ rệt về những thứ đang được chào mời mua trên các trang web, nhưng chúng vẫn chỉ là nguồn thông tin thứ cấp. Chúng tôi còn có thể làm tốt hơn. Trên trang web của Phytopharm, chúng tôi thấy: "Các thí nghiệm tại bệnh viện và nghiên cứu khác để đảm bảo tính an toàn của chất chiết xuất từ Hoodia sẽ phải mất vài năm, trước khi một sản phẩm thương mại có thể được chào mua trên thị trường". Trang web nói rằng công ty này mới chỉ bắt đầu các cuộc thí nghiệm đó cùng với đối tác Unilever. Điều đó cho phép chúng ta hiểu rằng loại thuốc dành cho người ăn kiêng này còn lâu mới xuất hiện trên thị trường.

Tại trang web của Phytopharm, chúng tôi cũng tìm kiếm "nghiên cứu tại bệnh viện" được công ty này tiến hành trong năm 2001, được nhắc tới trong các bản tin và nhiều trang web liên quan tới Hoodia. Không có báo cáo nào được đăng tải trên một tờ tạp chí y tế chuyên ngành, chỉ là những thông cáo báo chí. Nó cho biết công ty này đang tiến hành thí nghiệm 19 người đàn ông bị béo phì. Một nửa được cung cấp loại chất chiết xuất từ Hoodia có tên là "P57" trong 15 ngày, số người tình nguyện còn lại chỉ nhận được những viên thuốc thông thường. Nhóm người nhận "P57" được ghi

THẾ GIỚI LỘC LỬA

nhận là "có những dấu hiệu giảm nhu cầu nạp calorie mỗi ngày một cách rõ rệt", lượng calorie giảm mỗi ngày tương đương 1.000 đơn vị. Chúng tôi cũng được biết từ việc đọc các thông cáo báo chí của công ty rằng trước khi liên kết với Unilever, họ cũng đã có ký kết hợp đồng với Pfizer để phát triển sản phẩm thương mại từ P57, nhưng sau đó hãng thuốc này đã rút khỏi hợp đồng vào năm 2003. Tại sao một tập đoàn lớn như vậy lại từ bỏ một loại thuốc giảm cân diệu kỳ đến vậy, nếu nó thực sự hứa hẹn lợi nhuận thương mại khổng lồ?

Chúng tôi đã tập hợp được toàn bộ thông tin này miễn phí, chỉ trong vài phút. Với một khoản chi phí nhỏ nhỏ, bạn có thể tiếp cận với trang web *Consumer Reports*, ở đó có bài báo đề cập một cách chi tiết những gì chúng tôi đã nói trong cuốn sách này. Bài báo đó chỉ ra rằng có "quá ít" bằng chứng cho thấy Hoodia thực sự phát huy hiệu quả, và kết luận rằng "chúng tôi khuyến cáo không nên dùng những loại chất này". (Với khoản phí thuê bao 26 đô la một năm, chúng tôi cho rằng việc sở hữu một tờ tạp chí *Consumer Reports* và quyền truy cập trang web thực sự là một cái giá hời).

Khi đánh giá bằng chứng nói trên, chúng ta nhận thấy rằng có những lý do xác đáng để bỏ qua những lời thổi phồng về Hoodia, ít nhất cũng là ở thời điểm này. Các phóng viên truyền hình của chúng ta, Stahl và Mangold, đều tạo cho chúng ta ấn tượng về những giai thoại liên quan tới việc ăn cây

xương rồng tươi, thứ mà chúng ta không thể tìm thấy trong bất kỳ một siêu thị nào. Một công ty ở Anh, có đủ uy tín đã ký hợp đồng đối tác với Pfizer và hiện tại là Unilever, nói rằng chúng ta không thể mua sản phẩm của họ trong vài năm tới. Những gì đang được chào mua tại Mỹ được cho là xương rồng đã nghiền thành dạng bột, nhưng chúng ta không có phương thức đáng tin cậy nào để biết liệu chúng có thực sự là Hoodia hay chỉ đơn thuần là mùn cưa, hoặc quan trọng hơn, liệu bột Hoodia đó có khiến người ta không thèm ăn như xương rồng Hoodia tươi. Những lời chứng thực mà chúng ta thấy trên trang web của những nhà buôn không có giá trị gì. Chúng ta không biết họ là ai, liệu họ có thực sự giảm cân hay không, hay liệu, nếu họ thực sự giảm cân, việc giảm cân đó có phải là kết quả của việc dùng thuốc. Hơn thế, chúng ta chẳng biết gì về những rủi ro có thể gặp phải khi dùng thuốc này. Nhóm tình nguyện viên tham gia thí nghiệm của Phytopharm chỉ gồm có 19 người đàn ông. Điều gì xảy ra khi phụ nữ uống thuốc? Điều gì xảy ra nếu một ai đó trong hàng ngàn người gặp phải phản ứng gây nguy hiểm chết người? Điều gì xảy ra nếu người mua dùng thuốc trong sáu tháng thay vì chỉ hai tuần? Liệu nó có làm ảnh hưởng đến gan không? Điều gì xảy ra nếu Phytopharm tài trợ cho các nghiên cứu khác cho những kết quả ít ấn tượng hơn, nhưng không thông báo về điều đó? Chúng ta không biết.

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Tôn trọng sự thật

Chúng tôi không ngạc nhiên nếu các nhà quảng cáo và các chính trị gia cố gắng đánh lừa chúng ta. Ai có thể đổ tội cho họ về việc thêu dệt, bóp méo, cường điệu hóa, hay xuyên tạc sự thật khi những người tiêu dùng và các công dân chúng ta vẫn "trao thưởng" cho họ bằng tiền và phiếu bầu của mình? Chúng ta phải biết rằng các sản phẩm như "Exercise in a Bottle" hay các quảng cáo Hoodia trên Internet sẽ không làm mỡ bốc hơi nếu ta không một phần nào đó tự lực vận động. Chúng tôi thậm chí còn nói đùa về việc các chính trị gia thiếu tin cậy sẽ làm thế nào khi muốn giành giật phiếu bầu của chúng ta. Khi mọi người mua sản phẩm và bỏ phiếu cho một ứng cử viên nào đó, sự lừa đảo đã cho kết quả.

Những kẻ lừa đảo và chính trị gia có thể không nhận ra hậu quả tồi tệ khi họ đánh lừa chúng ta. Thông thường, họ dường như tin vào chính lời nói dối của họ, ngay cả khi một vài phương pháp kiểm tra sự thật đơn giản nhất cho thấy nó đã bị xuyên tạc hay hoàn toàn sai lệch. Các bạn còn nhớ câu chuyện về những phim chụp "não bộ của bạn khi nghĩ về vấn đề chính trị"? Đối với những người thật sự tin tưởng, một vài khu vực trên não liên quan tới việc tư duy ở con người không sáng lên. Nhưng đứng từ quan điểm của người tiêu dùng, hay các cử tri, điều đó chẳng thành vấn đề khi xét tới việc lừa đảo và dối lừa đều có chủ ý. Cách này hay cách khác, việc khám phá sự thật có thể khiến chúng ta phải bỏ ra 6

đô la cho một liều thuốc chữa cảm lạnh không có tác dụng, hoặc khiến chúng ta vui mừng với một cuộc chiến tranh vô cơ khi chúng ta biết rằng vị lãnh đạo của chúng ta đã hoàn toàn sai lầm.

Vậy chúng ta có thể làm gì? Chắc chắn, một công dân bình thường không thể hy vọng sẽ chiến thắng CIA trong việc khám phá sức mạnh, bí mật quân sự của quốc gia láng giềng. Và có thể nó chẳng phải là một thảm họa to lớn nếu chúng ta phải trả quá nhiều tiền cho những sản phẩm làm đẹp, thứ không hề làm các nếp nhăn hoàn toàn biến mất. Thực sự, có thể chỉ nghĩ về việc các nếp nhăn đã biến mất cũng đáng "đồng tiền bát gạo", và họ có thể không phiền lòng khi bị lừa. Nhưng nói chung, tốt hơn hết là chúng ta nên tìm ra sự thật của vấn đề, và chúng ta phải cố gắng làm điều đó một cách kiên định nhất có thể.

Lời khuyên của chúng tôi là: Hãy tôn trọng sự thật.

Vì một điều đơn giản, bạn sẽ tiết kiệm được tiền. Việc kiểm tra sự thật, như bản chất của hành động, là để phơi bày những tiểu xảo quảng cáo của một người bán dầu Emu, một phương thuốc chữa cảm lạnh "đã được bệnh viện chứng nhận" thực tế không hề được công nhận, hay một cựu tội phạm bán sách về các phương pháp điều trị bệnh ung thư trên các bản tin thương mại lúc nửa đêm.

Bạn sẽ tiết kiệm được thời gian của mình và sự bức tức nếu bạn tạo nên thói quen tâm lý mà chúng tôi đã đề cập ở trên. Tôn trọng sự thật đồng nghĩa

THẾ GIỚI LỘC LỬA

với việc để tư duy luôn ở tình trạng tập trung. Như vậy, bạn sẽ không mắc bẫy của anh sinh viên tâm lý, người chen ngang để sử dụng chiếc máy photocopy với lý do không hề chính đáng như "Tôi phải làm một số bản copy", hay vì những thứ vô cơ và logic không có thật khác mà bạn phải đối mặt hàng ngày. Tôn trọng sự thật cũng đồng nghĩa với việc kiểm tra quan điểm riêng của bạn. Bạn có thể sống thêm nhiều năm nữa nếu bạn là một người phụ nữ biết tôn trọng sự thật về loại bệnh mà hầu hết người phụ nữ đều mắc phải và chết vì nó. Vì thế, tuân theo những lời khuyên chuyên môn có thể làm giảm những rủi ro có thể xảy ra. Bạn có thể tránh được chết sớm, nếu bạn là người trẻ tuổi tôn trọng sự thật là: Khả năng những người lái xe trẻ tuổi để xảy ra tai nạn cao gấp bốn lần so với những người lớn tuổi. Hầu hết thanh niên đều không biết sự thật, họ có xu hướng đánh giá kỹ năng của riêng mình cao hơn những người cùng lứa tuổi.

Khi vấn đề liên quan tới chính trị, bạn có thể hài lòng với việc biết rằng bạn chọn ứng cử viên của mình trên cơ sở sự thật, không phải vì những tác động của quảng cáo truyền hình. Nó có thể chẳng thay đổi người được bạn bỏ phiếu, nhưng cũng có thể là ngược lại. Hoặc bạn có thể tự tin hơn khi bạn quyết định một lựa chọn chính xác.

Việc tôn trọng hơn sự thật đối với các nhà lãnh đạo của chúng ta có thể đã giúp mọi người tránh khỏi sự vỡ mộng và một cuộc chiến tranh đẫm máu

ở Iraq. Các quan chức CIA đã thất bại trong việc giữ quan điểm khách quan, trong khi Tổng thống và các cố vấn hàng đầu bị hút về phía bằng chứng củng cố cho quan điểm của họ, không phải là những bằng chứng có thể phản biện và thể hiện rằng chiến tranh là điều không cần thiết. Những người đối lập cũng không mấy quan tâm tới những dữ kiện: chưa đầy mười Thượng nghị sĩ và các thành viên của Hạ nghị viện đầy quyền lực không thèm đọc bản báo cáo chi tiết của Trung tâm nghiên cứu Tình báo quốc gia trước khi bỏ phiếu cho một hành động quân sự. *Tờ New York Times* đã phải xin lỗi vào năm 2004 vì đã không có thái độ phản chiến tích cực hơn trong nhiều tháng trước khi chiến tranh xảy ra.

Chúng ta không hy vọng rằng một cử tri nào đó sẽ thay đổi cách thức các Tổng thống, Giám đốc CIA hay tổ chức truyền thông làm nhiệm vụ của mình. Chúng ta cũng không kỳ vọng vào cá nhân một người tiêu dùng có thể khiến mọi mảnh lời lừa bịp của người bán hàng chấm dứt. Tuy nhiên, chúng ta thực sự nghĩ rằng một hành động chung của mọi công dân có thể thay đổi những điều này. Hãy bắt đầu từ những điều nhỏ bé, như loại thuốc nào nên mua, tập luyện thói quen tâm lý và các kỹ năng kiểm tra sự thật mà chúng tôi đã đề cập ở đây, ứng dụng các phương pháp đó với những vấn đề quan trọng hơn,... sau đó nâng cấp mức độ đòi hỏi. Đừng ủng hộ những ai không tôn trọng sự thật với việc mua sản phẩm của họ hay bỏ phiếu cho họ. Hãy nhấn

THẾ GIỚI LỘC LỬA

mạnh rằng họ cần phải tôn trọng sự thật, tôn trọng bạn, tôn trọng sự thông minh và giác quan nhạy bén của bạn. Nếu ai cũng làm vậy, chúng tôi tin rằng ngay cả các vị lãnh đạo cũng phải tuân theo. Khi một tổ chức mà bạn ủng hộ mắc phải sai lầm, hãy lên tiếng và yêu cầu họ sửa chữa, như nhiều người ủng hộ NARAL đã làm khi tổ chức của họ chạy đoạn quảng cáo truyền hình (mà chúng tôi đã đề cập) cáo buộc một cách sai lầm rằng John Roberts ủng hộ bạo lực. Nếu tất cả các bên trong một cuộc tranh luận chính trị làm điều đó, chất lượng của cuộc thảo luận sẽ nâng lên.

Bạn nghĩ lý thuyết của chúng tôi là ngớ ngẩn? Nó tùy thuộc vào bạn với những minh chứng ủng hộ cho quan điểm đó. Hãy cố gắng làm những điều mà chúng tôi đề cập trong cuốn sách này. Chứng minh chúng tôi sai đi.

Lời cảm ơn

Một cuốn sách có nhiều tác giả vẫn luôn được trình bày dưới quan điểm của một trong những tác giả thực hiện cuốn sách ấy. Trong những công trình học thuật, ít nhất, tên của người đó xuất hiện đầu tiên trên trang bìa của cuốn sách. Người chủ biên thông thường cũng là người đảm nhiệm trọng trách trong toàn bộ dự án. Cả hai đều đúng trong trường hợp của cuốn sách này, **Thế Giới Lọc Lửa**. Với tư cách là đồng tác giả, tôi có thể chắc chắn những nhận định đó là sự thật.

Dù chưa từng xảy ra, sự kết hợp giữa một học giả và một cựu biên tập viên (The Associated Press), phóng viên của một tờ báo danh tiếng (The Wall Street Journal), và biên tập viên của kênh thời sự truyền hình (CNN), thực sự là điều khá bất thường. Chúng tôi không dám chắc nó có hiệu quả hay không. Nhưng trong những ngày làm việc cùng

THẾ GIỚI LỘC LỬA

nhau, chúng tôi thành thật ngạc nhiên mà nói là... CÓ. Để rõ ràng hơn về bản chất của sự kết hợp này, Brooks đã mang tới cho cuốn sách này (và cả FactCheck.org, nơi ông điều hành công việc) một cách nhìn về tin tức, một tài năng về nghệ thuật đặt tit hấp dẫn, sự ham muốn được sáng tác. Ông cũng đã mang tới một danh sách các công trình nghiên cứu học thuật, một kho tàng kiến thức sâu rộng về các phương thức lừa đảo trong quảng cáo, niềm đam mê được giải thích cặn kẽ những chú thích, ghi chút bí ẩn tới bất kỳ điều gì Brooks đã viết. Chúng tôi cũng xin chia sẻ niềm tin rằng Signe Wilkinson là một biên tập viên minh họa hình ảnh tuyệt vời.

Brooks và tôi đã cùng xây dựng ý tưởng FactCheck.org, nằm ngoài các mối quan tâm thông thường về sự thật đáng ngao ngán trong chính trị, ngoài mối quan tâm dành cho những giới hạn và áp lực ngày qua ngày của nghề báo, khiến các phóng viên vốn đã luôn mệt mỏi và bí bách càng cảm thấy khó khăn hơn trong việc thực hiện nhiệm vụ. Chúng tôi quyết định viết cuốn sách **Thế Giới Lộc Lửa** bởi cùng tin rằng các công dân thông minh và được thông tin đầy đủ biết tầm quan trọng của việc kiểm tra những chiêu thức lừa đảo mà họ có thể thu lượm được từ cuốn sách này.

Người thứ ba trong nhóm làm việc của chúng tôi là Signe Wilkinson. Không chỉ sáng tạo những hình

ảnh minh họa mà ông còn chịu trách nhiệm thiết kế cuốn sách này. Người tiếp theo là biên tập viên của Nhà xuất bản Random House, Tim Bartlett. Tim, người trước đó đã biên tập cuốn sách của Kathleen, đã phải gánh trách nhiệm biên tập **Thế Giới Lọc Lừa** ở góc độ phạm vi kiến thức và bề dày của cuốn sách. Anh đã dành sự kiên nhẫn mà bất kỳ tác giả nào cũng có thể kỳ vọng ở một biên tập viên, khi chúng tôi chậm tốc độ hoàn thành cuốn sách so với hạn kỳ xuất bản, bằng cách gia hạn thời gian để chúng tôi có thể hoàn chỉnh cuốn sách này một cách mỹ mãn.

Chúng tôi cũng rất vui mừng khi nhóm làm việc FactCheck.org ở Washington, trong đó có Justin Bank, James Ficaro (người chuyển tới Philadelphia để theo đuổi bằng luật học), Emi Kolawole, và bày tỏ lời cảm ơn tới Miriam White, Jeff Gottfried, Josh Gesell ở văn phòng Trung tâm Chính sách Annenberg tại Philadelphia trong việc giúp đỡ tìm nguồn thông tin cũng như hỗ trợ kiểm tra lần thứ hai, đôi khi là thứ ba cuốn sách này. Nhất là Emi với lời cảm ơn đặc biệt vì đã không tiếc thời gian kiểm tra từng câu chữ trong cuốn sách, đảm bảo sự chính xác về từ ngữ, ngữ pháp và sự trong sáng của câu chữ. Công việc của cô đã giúp chúng tôi không phải thấy xấu hổ với những sai sót khi sách được in ra. Những gì còn lại chỉ là trách nhiệm của riêng chúng tôi. Chúng tôi cũng gửi lời cảm ơn đối với Jolanta

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Benal, người dành sự quan tâm đặc biệt tới những chi tiết trình bày, giúp cuốn sách này ra đời không phải với tư cách là con ghẻ của nghệ thuật.

Cuối cùng, chúng tôi sẽ không thể viết nên cuốn sách này nếu không có sự ủng hộ hào phóng của hai người mà chúng tôi xin dành tặng cuốn sách này: Bev, người đã gắn bó với Brooks trong gần 34 năm, và Bob, người đã cùng tôi trong hơn 38 năm. Trong thế giới của những tuyên bố đầy mâu thuẫn thì đó là một sự thật hoàn toàn chắc chắn.

Kathleen Hall Jamieson

Philadelphia

Tháng 10 năm 2006

Với những gì Kathleen viết lên, tôi xin bổ sung: Tôi rất hạnh phúc khi được sự cho phép của chị trở thành chủ biên của cuốn sách này. Đây thực sự là một sự phối hợp hoàn hảo. Những câu chữ trong này hầu hết đều là của tôi. Nhưng những tư tưởng và ý kiến bày tỏ ở đây lại là kết tinh của nhiều tháng thảo luận và trao đổi giữa hai chúng tôi. Nhiều điều, và có lẽ là hầu hết, có thể đã không xuất hiện trong cuốn sách này nếu tôi làm việc đơn độc.

Brooks Jackson

California, Maryland

Tháng 1 năm 2007

Các nguồn tư liệu:

Để cuốn sách này trở nên dễ đọc nhất đối với độc giả, chúng tôi hầu như không bỏ qua bất kỳ một ghi chú, chú thích và phụ lục chính thức nào, với đầy đủ chi tiết về nguồn đối với mỗi dữ kiện hay lời trích dẫn. Chúng tôi tin rằng, hầu hết các nguồn tư liệu của chúng tôi đã được trình bày rõ ràng, bằng văn bản trong cuốn sách này. Với những ai muốn tìm kiếm các nguồn tư liệu chính thức, học thuật cao hơn, các bạn có thể tìm thấy các chú thích này tại địa chỉ www.FactCheck.org/unSpun. Chúng tôi cũng sẽ nỗ lực đăng tải trên trang web này bất kỳ bản cập nhật thích hợp, những diễn giải, hay những sửa chữa cần thiết (khi nhu cầu tăng lên).

THẾ GIỚI LỘC LỬA

Về tác giả

Brooks Jackson hiện đang điều hành trang web FactCheck.org, trang web đã dành được giải thưởng của Trung tâm Chính sách Công Annenberg. Ông từng là phóng viên điều tra của hãng thông tấn *Associated Press* (AP), *Nhật báo Phố Wall* (The Wall Street Journal) và hãng truyền hình CNN. Ông là tác giả của 2 cuốn sách: *Cuộc mua chuộc trung thực: Món tiền lớn và thủ tục chính trị nước Mỹ* và cuốn: *Lời hứa hẹn đổ vỡ: Vì sao Ủy ban bầu cử Liên bang thất bại*. Ông hiện đang sống tại Washington, D.C.

Kathleen Hall Jamieson là Giáo sư nghiên cứu về Elizabeth Ware Packard tại trường Truyền thông Annenberg và là Giám đốc Trung tâm Chính sách Công Annenberg của trường Đại học Pennsylvania. Bà là tác giả và đồng tác giả của 11 cuốn sách, bao gồm: *Nền chính trị bẩn thỉu: Lừa đảo, đánh lạc hướng và nền Dân chủ*; *Kết thúc nhiệm kỳ tổng thống* và *Hiệu quả của báo chí*, v.v.

NHÀ XUẤT BẢN TRI THỨC
53 Nguyễn Du - Hà Nội
ĐT: (84-4) 945 4661 - Fax: (84-4) 945 4660
E-mail: lienhe@nxbtrithuc.com.vn

Brooks Jackson
và Kathleen Hall Jamieson

THẾ GIỚI LỘC LỬA

**Tìm kiếm sự thật trong một
thế giới hỗn loạn**

Lê Thành Lương dịch

Chịu trách nhiệm xuất bản:
CHU HẢO

Biên tập: Nguyễn Anh Quân
Bìa và trình bày: Trần Ngọc Anh
Sửa bản in: Thủy Hồng - Hoài Phương

Liên kết xuất bản
Công ty VNN Publishing
Địa chỉ: Số 2 Ngõ 3 Phố Vạn Phúc – Hà Nội
Điện thoại: 04. 2952962
Email: publicity@vnnpublishing.com.vn
Website: www.vnnpublishing.com.vn

In 2000 bản, khổ 13x20,5 cm, tại Xưởng in Tạp chí Tin học và Đời sống, số 1, Phùng Chí Kiên, Cầu Giấy, Hà Nội. Giấy đăng ký KHXB số 529-2008/CXB/01-20/TrT. Quyết định xuất bản số 31/QĐ-NXB TrT của Giám đốc Nxb Tri thức ngày 27/08/2008. In xong và nộp lưu chiểu Quý III năm 2008.

THẾ GIỚI LỘC LỪA



“Hãy đọc cuốn sách này - và bạn sẽ không còn cảm thấy mơ hồ về cuộc chiến chính trị ở nước Mỹ. Jackson và Jamieson đã trang bị cho người Mỹ chúng tôi cách để tự bảo vệ sự thật và có lẽ đó chính là cách để chúng tôi bảo vệ nền Dân chủ Mỹ”.

- BILL MOYER, cựu *Thư ký Báo chí Nhà trắng*, phóng viên kỳ cựu của đài MSNBC, người chủ trì các chương trình bàn tròn nổi tiếng của đài này như: *Faith and Reasons, Is God Green, Net at Risk* -

“**Thế Giới Lộc Lừa** quả là một cuốn sách hướng dẫn chúng ta cách vượt qua làn sương mù thông tin. Đối với người Mỹ, vào thời điểm chiến dịch tranh cử năm 2008, cuốn sách này quả thực giúp chúng tôi tránh được những trò bịp bợm của các đảng phái chính trị”.

- MARA LIASON, *phát ngôn viên chính trị của NPR* -

“Internet có thể là một công cụ truyền thông hiệu quả và là một nguồn kiến thức vô giá, nhưng nó cũng trở thành một công cụ ảo để cho các cá nhân, các nhà chính trị, các kẻ lừa đảo tài chính núp bóng. Hay hơn bất cứ cuốn sách nào từng được viết, **Thế Giới Lộc Lừa** cho chúng ta thấy cách làm thế nào để nhận ra những trò lừa gạt này và bảo vệ chúng ta khỏi những mảnh khoe đó”.

- CRAIG NEWMARK, *sáng lập viên craigslist.org* -



Địa chỉ: Số 2 Ngõ 3 Phố Vạn Phúc – Hà Nội

ĐT: 04.2 952 962

Website: www.vnnpublishing.com.vn

Email: publicity@vnnpublishing.com.vn

VNN Press TG LỘC LỪA



8 936039 720171

Giá: 49.500đ