

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA
HỒ CHÍ MINH**

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

NGUYỄN THỊ HUYỀN

**NHU CẦU VÀ ĐIỀU KIỆN TIẾP NHẬN THÔNG TIN BÁO CHÍ CỦA
SINH VIÊN ĐẠI HỌC VIỆT NAM HIỆN NAY**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ BÁO CHÍ HỌC

Hà Nội - 2026

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA
HỒ CHÍ MINH**

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

NGUYỄN THỊ HUYỀN

**NHU CẦU VÀ ĐIỀU KIỆN TIẾP NHẬN THÔNG TIN BÁO CHÍ CỦA
SINH VIÊN ĐẠI HỌC VIỆT NAM HIỆN NAY**

Ngành: Báo chí học

Mã số: 9320101

LUẬN ÁN TIẾN SĨ BÁO CHÍ HỌC

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

PGS.TS. Nguyễn Thị Trường Giang

PGS.TS. Bùi Thu Hương

Hà Nội - 2026

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của cá nhân tôi, dưới sự hướng dẫn khoa học của **PGS.TS. Nguyễn Thị Trường Giang** và **PGS.TS. Bùi Thu Hương**. Các số liệu, kết quả nghiên cứu trình bày trong luận án là trung thực và chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

TÁC GIẢ

Nguyễn Thị Huyền

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU.....	20
1.1. Hướng nghiên cứu về hành vi tiếp nhận thông tin báo chí	20
1.2. Hướng nghiên cứu về nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí	25
1.3. Hướng nghiên cứu về điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí	30
1.4. Đánh giá chung và khoảng trống nghiên cứu	35
CHƯƠNG 2. NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ NHU CẦU VÀ ĐIỀU KIỆN TIẾP NHẬN THÔNG TIN BÁO CHÍ CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC VIỆT NAM HIỆN NAY	41
2.1. Hệ khái niệm công cụ.....	41
2.2. Cơ sở chính trị và cơ sở pháp lý.....	54
2.3. Khung lý thuyết, mô hình nghiên cứu và thang đo về nhu cầu, điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học	57
2.4. Các yếu tố liên quan đến nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học	72
CHƯƠNG 3. THỰC TRẠNG NHU CẦU VÀ ĐIỀU KIỆN TIẾP NHẬN THÔNG TIN BÁO CHÍ CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC VIỆT NAM HIỆN NAY	81
3.1. Bối cảnh khảo sát, đặc điểm các trường đại học và căn cứ diễn giải dữ liệu .	81
3.2. Thực trạng tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay	93
3.3. Nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học	105
3.4. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay	114
3.5. Mối liên hệ giữa nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay.....	125
3.6. Nhận xét chung về thực trạng nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay.....	137

CHƯƠNG 4. NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP ĐÁP ỨNG NHU CẦU, CẢI THIỆN ĐIỀU KIỆN TIẾP NHẬN THÔNG TIN BÁO CHÍ CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC VIỆT NAM TRONG THỜI GIAN TỚI.....	144
4.1. Những vấn đề đặt ra trong đáp ứng nhu cầu và cải thiện điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay	144
4.2. Giải pháp đáp ứng nhu cầu và cải thiện điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam trong thời gian tới	153
KẾT LUẬN	169
DANH MỤC CÔNG TRÌNH CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN. 173	
TÀI LIỆU THAM KHẢO	174
PHỤ LỤC	187

DANH MỤC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

AI	Trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence)
ANOVA	Phân tích phương sai một chiều (One-way Analysis of Variance)
BC	Báo chí
CNTT	Công nghệ thông tin
EFA	Phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis)
KMO	Hệ số Kaiser-Meyer-Olkin
Mean	Điểm trung bình
SD	Độ lệch chuẩn (Standard Deviation)
ĐH	Đại học
KOL	Người dẫn dắt dư luận chủ chốt hay người có sức ảnh hưởng (Key Opinion Leader)
MXH	Mạng xã hội
NCS	Nghiên cứu sinh
NXB	Nhà xuất bản
PVS	Phỏng vấn sâu
SV	Sinh viên
TP.HCM	Thành phố Hồ Chí Minh
TT	Truyền thông
VOV	Đài Tiếng nói Việt Nam
VTV	Đài Truyền hình Việt Nam
χ^2	Kiểm định Khi bình phương (Chi-square)
η^2	Hệ số eta bình phương (cỡ hiệu ứng của ANOVA)

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1. Đặc điểm phân loại của 10 trường đại học khảo sát (N = 10, đơn vị: trường đại học)	6
Bảng 2. Phân bố cỡ mẫu khảo sát tại 10 trường đại học (N = 2.053, đơn vị: phiếu)	10
Bảng 3. Phân bố mẫu phỏng vấn sâu theo nhóm đối tượng (N = 35, đơn vị: cuộc phỏng vấn).....	13
Bảng 4. Khung kiểm chứng giả thuyết.....	16
Bảng 2.1. Phân biệt nguồn gốc và kênh tiếp nhận của thông tin báo chí	43
Bảng 2.2. Hệ chỉ báo của khái niệm tiếp nhận thông tin báo chí.....	45
Bảng 2.3. Hệ chỉ báo của khái niệm nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí.....	48
Bảng 2.4. Hệ chỉ báo của khái niệm điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí.....	50
Bảng 2.5. Hệ nhóm biến trong mô hình nghiên cứu và khung phân tích của luận án	64
Bảng 2.6. Đối chiếu mô hình nghiên cứu với câu hỏi, giả thuyết, lý thuyết và phương pháp kiểm chứng.....	66
Bảng 2.7. Thang đo nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học.	69
Bảng 2.8. Thang đo điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học	70
Bảng 3.1. Cơ cấu mẫu phân tích theo các đặc điểm nhân khẩu học và học tập cốt lõi (N = 2.053, đơn vị: số lượng và %)	91
Bảng 3.2. Các chỉ báo then chốt về thực trạng tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay (N = 2.053)	93
Bảng 3.3. Ma trận mối liên hệ giữa nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay (N = 2.053).....	126
Bảng 4.1. Ma trận giải pháp đáp ứng nhu cầu và cải thiện điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên (tổng hợp từ kết quả khảo sát N = 2.053 và các mục 4.1, 4.2).....	154

DANH MỤC HÌNH VÀ BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 3.1. Tần suất tiếp nhận thông tin báo chí hằng ngày theo kênh, loại hình và điểm chạm tiếp nhận (N = 2.053, đơn vị: %)	96
Biểu đồ 3.2. Phân bố sinh viên theo số kênh, loại hình và điểm chạm tiếp nhận thông tin báo chí (N = 2.053, đơn vị: %)	97
Biểu đồ 3.3. Hành động thường xuyên nhất của sinh viên sau khi tiếp nhận thông tin báo chí (N = 2.053, đơn vị: %)	103
Biểu đồ 3.4. Loại tin tức sinh viên quan tâm nhất (N = 2.053, đơn vị: %).....	106
Biểu đồ 3.5. Những cải thiện sinh viên mong muốn ở báo chí (N = 2.053, đơn vị: %)	109
Biểu đồ 3.6. Hình thức tiếp nhận thông tin báo chí mong muốn trong tương lai (N = 2.053, đơn vị: %).....	111
Biểu đồ 3.7. Các rào cản khi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên (N = 2.053, đơn vị: điểm trung bình).....	123
 Hình 2.1. Mô hình nghiên cứu về nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay.....	 61

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Giai đoạn 2024-2026, hệ sinh thái thông tin báo chí toàn cầu tiếp tục chuyển dịch mạnh dưới tác động của trí tuệ nhân tạo tạo sinh và thuật toán cá nhân hóa; công chúng trẻ đồng thời dịch chuyển rõ hơn sang các nền tảng số, video và các chủ thể sáng tạo nội dung [91], [105]. Các nền tảng số ngày càng tham gia tổ chức và phân phối dòng thông tin, làm thay đổi không chỉ phương thức sản xuất, phân phối thông tin báo chí mà còn tái cấu trúc cách công chúng tiếp xúc, lựa chọn, kiểm chứng, chia sẻ và diễn giải thông tin [121]. Đối với sinh viên đại học, nhóm công chúng trẻ có mức độ hiện diện cao trong môi trường số, quá trình tiếp nhận thông tin báo chí vì thế không còn diễn ra chủ yếu theo mô hình tuyến tính giữa cơ quan báo chí và người đọc, người nghe, người xem, mà ngày càng thông qua nhiều lớp trung gian nền tảng và xã hội.

Sinh viên đại học là một nhóm công chúng cần được nghiên cứu như một đối tượng riêng. Đây là lớp công chúng có trình độ học vấn, có khả năng thích ứng nhanh với công nghệ, thường xuyên sử dụng môi trường số trong học tập, giao tiếp và giải trí; đồng thời đang ở giai đoạn hình thành hệ giá trị, năng lực nghề nghiệp và bản lĩnh công dân. Sinh viên không chỉ tiếp nhận thông tin báo chí, mà còn lựa chọn kênh tiếp nhận, đánh giá độ tin cậy, chia sẻ, bình luận và tái diễn giải thông tin trong các không gian truyền thông khác nhau. Tính cấp thiết của đề tài có thể được luận giải trên ba bình diện sau.

Thứ nhất, sự dịch chuyển quyền lực thông tin trong kỷ nguyên thuật toán và trí tuệ nhân tạo tạo sinh làm thay đổi quan hệ giữa báo chí và công chúng trẻ. Báo cáo Tin tức số (*Digital News Report*) của Viện Reuters năm 2025 cho thấy tại 48 thị trường khảo sát, 44% người dùng tin tức trong độ tuổi 18-24 xác định mạng xã hội và các nền tảng video là nguồn tin chính; nhóm tuổi này cũng ít có xu hướng truy cập trực tiếp website hoặc ứng dụng tin tức hơn nhóm 35-54 tuổi [94]. Tại Việt Nam, các khảo sát về người tiêu dùng kết nối và hành vi chia sẻ tin tức của giới trẻ

cũng cho thấy mạng xã hội giữ vai trò cửa ngõ trong tiếp nhận, chia sẻ và tái lưu thông tin tức của nhóm công chúng trẻ [57], [61]. Trong bối cảnh đó, báo chí truyền thống đứng trước nguy cơ suy giảm điểm chạm trực tiếp với sinh viên, dù nhiều thông tin mà sinh viên tiếp xúc vẫn có nguồn gốc từ báo chí.

Nghịch lý đặt ra là: sinh viên vẫn tiếp xúc với nhiều thông tin có nguồn gốc báo chí, nhưng trong nhiều trường hợp không đi qua quan hệ trực tiếp với cơ quan báo chí, mà qua mạng xã hội, thuật toán, người có ảnh hưởng, nhóm bạn, giảng viên, chuyên gia và gần đây là các trợ lý hội thoại dựa trên AI tạo sinh. Theo cách phân loại của Prôkhôrốp, họ có thể được xem là công chúng gián tiếp của báo chí [16]. Như vậy, vấn đề không chỉ là sinh viên có đọc báo hay không, mà là họ đang tiếp nhận thông tin báo chí bằng phương thức nào, qua trung gian nào và với mức độ nhận diện nguồn gốc báo chí ra sao.

Thứ hai, khủng hoảng niềm tin truyền thông, tin giả, quá tải thông tin và hiện tượng lảng tránh tin tức đặt sinh viên vào một tình thế tiếp nhận phức tạp. Báo cáo Tin tức số 2025 của Viện Reuters ghi nhận 40% công chúng tại các thị trường khảo sát đôi khi hoặc thường xuyên lảng tránh tin tức (*news avoidance*), tăng từ 29% năm 2017 và đồng mức cao nhất từng được ghi nhận cùng năm 2024 [94]. Trong nghiên cứu báo chí học quốc tế, Toff, Palmer và Nielsen (2023) phân biệt lảng tránh có chọn lọc với lảng tránh nhất quán, đồng thời cho thấy hành vi né tránh tin tức liên quan đến cảm giác quá tải, niềm tin, căn tính và hạ tầng truyền thông của công chúng [116]. Đặt trong bối cảnh sinh viên đại học, hiện tượng này cho thấy tiếp xúc nhanh và rộng với thông tin chưa đồng nghĩa với tiếp nhận thông tin báo chí sâu, ổn định và có khả năng kiểm chứng.

Sinh viên có thể dễ dàng tiếp xúc với thông tin qua mạng xã hội, video ngắn và các nền tảng gợi ý nội dung, nhưng đồng thời cũng đối diện với quá tải thông tin, tin giả, tin giật gân, thiên kiến thuật toán và sự phân mảnh chú ý. Báo chí chính thống có quy trình kiểm chứng và trách nhiệm xã hội rõ hơn, song lại phải cạnh tranh với những nguồn tin phi truyền thống có tốc độ lan truyền nhanh và hình thức trình bày hấp dẫn hơn. Vấn đề nghiên cứu vì vậy không dừng lại ở khả năng tiếp

cận, mà chuyển sang chất lượng tiếp nhận: sinh viên có nhận diện được thông tin báo chí đáng tin cậy hay không, có năng lực kiểm chứng đến đâu và trong điều kiện nào báo chí có thể duy trì quan hệ có ý nghĩa với nhóm công chúng này.

Thứ ba, vẫn còn thiếu những nghiên cứu hệ thống đặt đồng thời nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam trong cùng một khung phân tích. Các công trình hiện có đã cung cấp nhiều nền tảng quan trọng về công chúng báo chí, nhu cầu thông tin, hành vi tiếp nhận, công chúng trẻ và sinh viên đại học. Tuy nhiên, không ít nghiên cứu mới dừng ở việc mô tả hành vi sử dụng truyền thông hoặc khảo sát từng chiều cạnh riêng lẻ. Trong bối cảnh truyền thông số, nhu cầu cao không đồng nghĩa với tiếp nhận hiệu quả khi điều kiện không thuận lợi; tương tự, điều kiện truy cập rộng không đồng nghĩa với chất lượng tiếp nhận cao nếu sinh viên thiếu năng lực kiểm chứng, thiếu động cơ tiếp nhận hoặc bị chi phối mạnh bởi cơ chế nền tảng.

Ở bình diện lý luận, các lý thuyết nền tảng về tiếp nhận, sử dụng truyền thông và năng lực truyền thông cần được đặt trong bối cảnh mới của thuật toán, nền tảng và AI tạo sinh. Các khái niệm như bong bóng lọc (*filter bubble*) của Pariser (2011) [99], buồng vang (*echo chamber*) của Sunstein (2001) [113], tiếp xúc tin tức ngẫu nhiên (*incidental news exposure*) [73], [47] và công chúng báo chí gián tiếp của Prôkhôrôp (2004) [16] có giá trị tham chiếu trong việc nhận diện môi trường tiếp nhận của sinh viên hiện nay. Những khái niệm này không thay thế các lý thuyết nền tảng của báo chí học, nhưng giúp mô tả rõ hơn bối cảnh trong đó nhu cầu thông tin của sinh viên được hình thành, điều kiện tiếp nhận được mở rộng hoặc bị giới hạn, và tính chủ thể của công chúng trẻ được thử thách trong môi trường truyền thông số.

Trên cơ sở những vấn đề lý luận và thực tiễn nêu trên, đề tài “Nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay” được triển khai nhằm làm rõ đặc điểm nhu cầu, điều kiện và phương thức tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên trong bối cảnh truyền thông số. Kết quả nghiên cứu góp phần bổ sung cơ sở lý luận về công chúng báo chí trẻ, đồng thời

cung cấp luận cứ thực chứng cho cơ quan báo chí, cơ sở giáo dục đại học và các chủ thể quản lý trong việc nâng cao chất lượng tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích nghiên cứu

Mục đích của luận án là xây dựng và vận dụng khung phân tích về nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam; trên cơ sở đó khảo sát, phân tích và đánh giá thực trạng nhu cầu, điều kiện và mối quan hệ giữa hai bình diện này trong bối cảnh truyền thông số, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu và cải thiện điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên trong thời gian tới.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để đạt được mục đích trên, luận án thực hiện bốn nhiệm vụ nghiên cứu sau.

Thứ nhất, tổng quan tình hình nghiên cứu trong nước và quốc tế liên quan đến đề tài nhằm nhận diện các hướng tiếp cận chính, những kết quả đã đạt được và khoảng trống nghiên cứu mà luận án tiếp tục triển khai.

Thứ hai, hệ thống hóa các vấn đề lý luận và thực tiễn, xác lập hệ khái niệm công cụ, khung lý thuyết và hệ chỉ báo phục vụ nghiên cứu nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học.

Thứ ba, khảo sát và phân tích thực trạng tiếp nhận, nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay; qua đó nhận diện những thuận lợi, giới hạn và vấn đề đặt ra trong quá trình tiếp nhận.

Thứ tư, phân tích mối quan hệ giữa nhu cầu và điều kiện tiếp nhận, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm đáp ứng nhu cầu và cải thiện điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Về nội dung, luận án tập trung vào bốn nhóm vấn đề: thực trạng tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học, bao gồm cả phương thức trực tiếp và gián tiếp; nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí xét trên các bình diện nội dung, hình thức thể hiện và nền tảng tiếp nhận; điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí xét trên các bình diện hạ tầng kỹ thuật, thời gian, khả năng chi trả, môi trường giáo dục, năng lực truyền thông và khả năng xử lý thông tin; mối quan hệ giữa nhu cầu và điều kiện trong quá trình hình thành hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên.

Trong toàn bộ luận án, thực trạng tiếp nhận được sử dụng như bình diện thực tiễn nền tảng để nhận diện nhu cầu, điều kiện và quan hệ giữa hai bình diện này trong quá trình tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên.

Về phạm vi không gian, khảo sát gồm 10 trường đại học, được lựa chọn theo ba tiêu chí kết hợp nhằm bảo đảm độ bao quát tương đối về vùng miền, nhóm ngành đào tạo và loại hình cơ sở giáo dục đại học.

Một là, tiêu chí vùng miền, gồm 4 trường ở miền Bắc, 2 trường ở miền Trung và 4 trường ở miền Nam. Cách phân bố này giúp phản ánh tương đối sự khác biệt về không gian địa lý trong hệ thống giáo dục đại học Việt Nam.

Hai là, tiêu chí nhóm ngành đào tạo, bao quát các nhóm ngành chủ yếu như báo chí, truyền thông và khoa học xã hội; khoa học sức khỏe; kinh tế, kinh doanh; kỹ thuật, công nghệ; du lịch, dịch vụ; và đào tạo đa ngành. Sự đa dạng nhóm ngành cho phép xem xét khả năng khác biệt về nhu cầu thông tin, năng lực truyền thông và phương thức tiếp nhận giữa các nhóm sinh viên.

Ba là, tiêu chí loại hình trường, bao gồm cả công lập và tư thục theo tỷ lệ 7:3, trên cơ sở giả định rằng loại hình quản trị và môi trường học đường có thể gắn với những khác biệt nhất định về điều kiện hạ tầng, văn hóa học tập và hỗ trợ tiếp nhận thông tin báo chí.

Bảng 1. Đặc điểm phân loại của 10 trường đại học khảo sát ($N = 10$, đơn vị: trường đại học)

Tên trường	Miền	Khối ngành	Loại hình
Học viện Báo chí và Tuyên truyền	Bắc	Báo chí, Truyền thông, KHXH	Công lập
Trường Đại học Y Hà Nội	Bắc	Khoa học sức khỏe	Công lập
Trường Đại học Ngoại thương	Bắc	Kinh tế, Kinh doanh	Công lập
Trường Đại học Hàng hải Việt Nam	Bắc	Kỹ thuật, Công nghệ	Công lập
Trường Đại học Bách khoa, ĐH Đà Nẵng	Trung	Kỹ thuật, Công nghệ	Công lập
Trường Du lịch, Đại học Huế	Trung	Du lịch, Dịch vụ	Công lập
Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng	Nam	Đa ngành	Tư thực
Trường Đại học Văn Lang	Nam	Đa ngành	Tư thực
Trường Đại học Văn Hiến	Nam	Đa ngành	Tư thực
Trường Đại học Thủ Dầu Một	Nam	Đa ngành	Công lập

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ thông tin công bố chính thức của các trường [11], [33]-[41].

Về phạm vi thời gian:

Phạm vi nghiên cứu: luận án được triển khai trong giai đoạn 2023-2025.

Về thời gian thu thập dữ liệu khảo sát, hoạt động thu thập dữ liệu thực địa được thực hiện từ tháng 3/2025 đến tháng 6/2025.

4. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

4.1. Cơ sở lý luận

Luận án được thực hiện trên nền tảng chủ nghĩa Mác - Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí cách mạng, về vai trò của báo chí trong cung cấp thông tin, định hướng dư luận, giáo dục công dân và phát triển con người; đồng thời quán triệt quan điểm, đường lối của Đảng Cộng sản Việt Nam về công tác tư tưởng, báo chí, truyền thông thể hiện trong các Văn kiện Đại hội Đảng và Nghị quyết của Ban Chấp hành Trung ương.

Về phương diện pháp lý, luận án dựa trên Hiến pháp năm 2013 [19], Luật Báo chí năm 2016 [20], Luật Tiếp cận thông tin năm 2016 [21], Luật Giáo dục đại học và các văn bản sửa đổi, bổ sung hiện hành [23], Chiến lược chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 [28] và các văn bản chuyên ngành liên quan đến báo chí, giáo dục đại học.

Những căn cứ nêu trên định hình cách tiếp cận của luận án, theo đó việc tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên được nhìn nhận không chỉ như một hành vi truyền thông cá nhân, mà còn như một quyền công dân, một nhu cầu xã hội và một thành tố của quá trình giáo dục con người trong bối cảnh chuyển đổi số quốc gia.

Trên bình diện lý luận báo chí học, luận án vận dụng ba lý thuyết chính, kết hợp một khái niệm hỗ trợ. Lý thuyết tiếp nhận (*Reception Theory*) của Stuart Hall (1980) [62] được sử dụng để lý giải tính chủ động của sinh viên trong quá trình tiếp xúc, giải mã và tạo nghĩa thông tin báo chí. Lý thuyết Sử dụng và Hài lòng (*Uses and Gratifications Theory*) của Katz, Blumler và Gurevitch (1974) [74] được sử dụng để phân tích động cơ tiếp nhận và sự hình thành nhu cầu thông tin báo chí của sinh viên. Lý thuyết năng lực truyền thông (*Media Literacy Theory*) của Potter (2004) [102] được sử dụng để làm rõ điều kiện chủ quan của quá trình tiếp nhận, đặc biệt là năng lực thẩm định, kiểm chứng và diễn giải thông tin trong môi trường truyền thông số. Khái niệm công chúng gián tiếp của Prôkhôrop

(2004) [16] được sử dụng như khái niệm hỗ trợ để lý giải phương thức sinh viên tiếp nhận thông tin báo chí qua các kênh trung gian xã hội.

Các khái niệm bong bóng lọc của Pariser (2011) [99] và buồng vang của Sunstein (2001) [113] là những tham chiếu hỗ trợ nhằm nhận diện bối cảnh nền tảng và thuật toán của quá trình tiếp nhận thông tin báo chí trong môi trường số.

4.2. Phương pháp nghiên cứu

Luận án sử dụng cách tiếp cận hỗn hợp (*mixed-methods approach*), kết hợp phương pháp định lượng và phương pháp định tính. Các phương pháp cụ thể gồm nghiên cứu tài liệu, điều tra chọn mẫu bằng bảng hỏi, phỏng vấn sâu và xử lý dữ liệu định lượng - định tính.

4.2.1. Phương pháp nghiên cứu tài liệu

Phương pháp này được sử dụng nhằm hệ thống hóa các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước có liên quan đến đề tài, các văn bản chính trị, pháp lý, các báo cáo chuyên ngành quốc tế, đặc biệt là báo cáo Tin tức số của Viện Reuters [94], các báo cáo của Trung tâm Nghiên cứu Pew [100], Decision Lab (2019) [57] và các tư liệu chuyên môn khác; qua đó hình thành cơ sở tổng quan, khung lý thuyết và hệ khái niệm công cụ của luận án.

4.2.2. Phương pháp điều tra chọn mẫu bằng bảng hỏi (anket)

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất, kết hợp lựa chọn có chủ đích và phân bổ hạn ngạch. Việc phân chia phạm vi khảo sát theo ba miền và triển khai qua bốn bước được sử dụng để tổ chức mẫu và đa dạng hóa bối cảnh khảo sát, không phải là quy trình chọn mẫu xác suất.

Ở giai đoạn thứ nhất, phạm vi khảo sát được phân theo ba vùng địa lý Bắc, Trung và Nam nhằm tạo sự đa dạng về không gian nghiên cứu và bối cảnh kinh tế - xã hội.

Ở giai đoạn thứ hai, các cơ sở giáo dục đại học được lựa chọn theo nguyên tắc đa dạng hóa về vùng địa lý, loại hình cơ sở đào tạo và đặc điểm chuyên môn. Mẫu gồm 10 trường đại học, trong đó có các cơ sở đào tạo thuộc các nhóm lĩnh vực khác nhau như báo chí - truyền thông và khoa học xã hội, kinh tế - thương

mai, y khoa, kỹ thuật - công nghệ, hàng hải - logistics và du lịch - dịch vụ. Cách lựa chọn này nhằm mở rộng mức độ đa dạng của các bối cảnh khảo sát, không được xem là chọn mẫu xác suất đại diện cho toàn bộ hệ thống giáo dục đại học Việt Nam.

Ở giai đoạn thứ ba, cỡ mẫu được phân bổ tương đối đồng đều giữa 10 trường, với khoảng 200 sinh viên tại mỗi trường. Phương án phân bổ này nhằm hạn chế sự chi phối của những trường có quy mô sinh viên lớn và bảo đảm số quan sát cần thiết cho việc phân tích, so sánh giữa các nhóm. Sau làm sạch, mẫu phân tích chính thức gồm 2.053 sinh viên, số trường hợp tại mỗi trường dao động từ 199 đến 216.

Ở giai đoạn thứ tư, tại mỗi trường, bảng hỏi được chuyển tới sinh viên thông qua các khoa, lớp, giảng viên, cán bộ quản lý sinh viên và các kênh thông tin phục vụ người học. Việc thu thập được thực hiện theo hướng bảo đảm sự tham gia của sinh viên thuộc các năm học và nhóm ngành đào tạo khác nhau.

Mẫu khảo sát định lượng chính thức của luận án gồm 2.053 sinh viên thuộc 10 trường đại học được khảo sát ở ba miền. Đây là mẫu được sử dụng thống nhất cho toàn bộ các phân tích định lượng trong luận án.

Về cách thức phát và thu phiếu, khảo sát được triển khai hoàn toàn trực tuyến qua Google Forms; đường dẫn phiếu được gửi qua kênh chính thức của trường, lớp hoặc bộ phận quản lý sinh viên. Tại mỗi trường, nghiên cứu sinh phối hợp với cán bộ quản lý sinh viên hoặc giảng viên để phân bổ phiếu theo các khoa, ngành đào tạo chính của trường, đồng thời bảo đảm tỷ lệ tương đối giữa các năm học. Phân bố cỡ mẫu cụ thể tại 10 trường được trình bày trong bảng dưới đây.

Sau bước rà soát mức độ hoàn thành, bộ dữ liệu đủ thông tin ở các phần bắt buộc gồm 2.064 trường hợp. Trong số này, 11 trường hợp cho biết không tiếp nhận thông tin báo chí ở cả năm loại hình được khảo sát nên được loại theo tiêu chí phạm vi nghiên cứu. Mẫu phân tích chính thức gồm 2.053 sinh viên đã có trải nghiệm tiếp nhận thông tin báo chí từ ít nhất một loại hình; toàn bộ kết quả định lượng và kết luận về mẫu khảo sát được hiểu trong phạm vi nhóm này.

Bảng 2. Phân bố cỡ mẫu khảo sát tại 10 trường đại học ($N = 2.053$, đơn vị: phiếu)

TT	Trường	Số phiếu
1	Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng	216
2	Trường Đại học Bách khoa, Đại học Đà Nẵng	210
3	Trường Đại học Văn Lang	208
4	Trường Đại học Văn Hiến	207
5	Học viện Báo chí và Tuyên truyền	205
6	Trường Đại học Y Hà Nội	205
7	Trường Đại học Ngoại thương	204
8	Trường Đại học Thủ Dầu Một	200
9	Trường Đại học Hàng hải Việt Nam	199
10	Trường Du lịch, Đại học Huế	199
	Tổng cộng	2.053

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án, năm 2025.

Về cấu trúc bảng hỏi, bảng hỏi gồm bốn phần: Phần A về thông tin nhân khẩu học; Phần B về thực trạng tiếp nhận thông tin báo chí; Phần C về nhu cầu tiếp nhận; Phần D về điều kiện tiếp nhận. Chi tiết bảng hỏi được trình bày tại Phụ lục 1.

Về tiến trình khảo sát, khảo sát thử bảng hỏi được thực hiện ngày 25/3/2025 với 55 sinh viên Học viện Báo chí và Tuyên truyền nhằm rà soát độ rõ nghĩa, tính phù hợp và khả năng phân biệt của các câu hỏi. Trên cơ sở kết quả khảo sát thử, bảng hỏi được hiệu chỉnh về cách diễn đạt và phương án trả lời trước khi sử dụng chính thức. Khảo sát chính thức được triển khai trực tuyến tại 10 trường đại học từ ngày 26/3/2025 đến ngày 11/6/2025. Mẫu khảo sát thử không được đưa vào

mẫu phân tích chính thức $N = 2.053$. Các mốc thời gian này được trình bày thống nhất tại Phụ lục 1 và Phụ lục 3.

4.2.3. Phương pháp phỏng vấn sâu

Phương pháp phỏng vấn sâu được sử dụng nhằm làm rõ hơn các kết quả thu được từ khảo sát định lượng, lý giải chiều sâu của những số liệu thống kê, đồng thời làm sáng tỏ động cơ, rào cản, bối cảnh cụ thể và những khía cạnh mà bảng hỏi định lượng không nắm bắt được. Kết quả phỏng vấn sâu là nguồn dữ liệu bổ trợ giúp diễn giải, đối chiếu và làm phong phú các phát hiện định lượng ở Chương 3 và Chương 4.

Đối với nghiên cứu định tính, luận án sử dụng phương pháp chọn mẫu có chủ đích theo nhóm đối tượng và tiêu chí (*purposive sampling*), kết hợp lựa chọn người cung cấp thông tin chủ chốt (*key informants*). Việc lựa chọn người tham gia không nhằm bảo đảm tính đại diện thống kê mà nhằm thu thập những thông tin có chiều sâu từ các cá nhân có trải nghiệm, vị trí công tác hoặc hiểu biết trực tiếp liên quan đến vấn đề nghiên cứu.

Trên cơ sở mục tiêu nghiên cứu, người tham gia phỏng vấn sâu được phân thành các nhóm có vai trò và khả năng cung cấp thông tin khác nhau. Đối với từng nhóm, luận án xác định các tiêu chí lựa chọn riêng như sau:

Nhóm sinh viên đại học: lựa chọn có chủ đích các sinh viên thuộc các trường trong mẫu khảo sát định lượng, đồng thời chú ý đến sự khác biệt về khu vực, năm học, nhóm ngành và mức độ tiếp nhận thông tin báo chí. Việc lựa chọn theo hướng đa dạng hóa trường hợp nhằm làm rõ những trải nghiệm, nhu cầu, điều kiện và cách thức tiếp nhận thông tin khác nhau giữa các nhóm sinh viên.

Nhóm lãnh đạo và cán bộ chủ chốt tại các cơ quan báo chí: lựa chọn những người trực tiếp tham gia hoặc có trách nhiệm trong hoạt động quản lý, sản xuất, tổ chức nội dung, phát hành và phát triển công chúng. Đây là nhóm người cung cấp thông tin chủ chốt, có khả năng đánh giá sự thay đổi của công chúng trẻ, nhu cầu của sinh viên và những điều chỉnh của cơ quan báo chí trong môi trường truyền thông số.

Nhóm cán bộ tại các trường đại học: lựa chọn những người có trách nhiệm hoặc hiểu biết trực tiếp về cơ sở vật chất, hạ tầng công nghệ, thư viện, Internet và môi trường hỗ trợ sinh viên tiếp cận thông tin. Nhóm này được sử dụng để làm rõ các điều kiện khách quan ảnh hưởng đến quá trình tiếp nhận thông tin của sinh viên.

Các cuộc phỏng vấn sâu được tiến hành theo hình thức bán cấu trúc, trên cơ sở bộ câu hỏi được xây dựng riêng cho từng nhóm đối tượng. Phỏng vấn được thực hiện trong năm 2025; thời lượng từng cuộc được điều chỉnh theo nhóm đối tượng, hình thức phỏng vấn và mức độ chi tiết của thông tin thu thập. Tùy điều kiện của người tham gia, phỏng vấn được thực hiện trực tiếp hoặc thông qua hình thức liên lạc từ xa phù hợp. Việc thu thập dữ liệu hướng tới độ bao phủ các nhóm chủ thể và chủ đề nghiên cứu. Dù được thực hiện trực tiếp hay từ xa, các cuộc phỏng vấn trong cùng một nhóm đối tượng sử dụng thống nhất bộ câu hỏi bán cấu trúc và cùng nguyên tắc ghi nhận, gỡ băng, mã hóa và phân tích dữ liệu.

Trước khi phỏng vấn, người tham gia được thông tin về mục đích nghiên cứu, phạm vi sử dụng dữ liệu và nguyên tắc bảo mật; nội dung chỉ được ghi âm khi có sự đồng thuận. Sau phỏng vấn, dữ liệu được gỡ băng, đối chiếu với bản ghi và ẩn danh; mã PVS được dùng để truy nguyên nội bộ mà không công khai danh tính cá nhân. Đối với khảo sát định lượng, phần giới thiệu bảng hỏi nêu rõ sự tham gia hoàn toàn tự nguyện và thông tin thu thập chỉ phục vụ mục đích nghiên cứu. Bảng hỏi không yêu cầu họ tên; trường A4.1 là mã sinh viên phục vụ rà soát dữ liệu, được loại trước toàn bộ phân tích và không công bố. Những nguyên tắc này được áp dụng xuyên suốt quá trình thu thập, lưu trữ, phân tích và trích dẫn dữ liệu.

Cơ cấu mẫu phỏng vấn sâu được trình bày trong bảng dưới đây.

Bảng 3. Phân bố mẫu phỏng vấn sâu theo nhóm đối tượng (N = 35, đơn vị: cuộc phỏng vấn)

TT	Nhóm đối tượng	Số lượng	Cơ quan / trường
1	Cán bộ cơ quan báo chí	10	VietnamPlus, Tạp chí Ngày nay, Tạp chí Biển Việt Nam, Đài Hà Nội, Báo Pháp luật TP.HCM, Báo Dân trí, Báo An ninh Thủ đô, VTV, VOV, Báo Nhân Dân
2	Cán bộ quản lý, giảng viên trường đại học	3	Trường Đại học Y Hà Nội, Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng, Trung tâm Công nghệ thông tin, Truyền thông và Học liệu
3	Sinh viên	22	Học viện Báo chí và Tuyên truyền (12), Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng (3), Trường Đại học Thủ Dầu Một (3), Trường Đại học Y Hà Nội (2), Trường Du lịch, Đại học Huế (2)
	Tổng cộng	35	

Nguồn: Dữ liệu phỏng vấn sâu của luận án, năm 2025.

Dữ liệu phỏng vấn sâu được sử dụng để diễn giải các chủ đề, không dùng để suy rộng tỷ lệ hoặc xác định mức độ phổ biến của hiện tượng.

Mỗi nhóm đối tượng có một bộ câu hỏi phỏng vấn riêng, phù hợp với vị trí và trải nghiệm của người trả lời. Chi tiết các bộ câu hỏi được trình bày tại Phụ lục 2.

4.2.4. Phương pháp xử lý dữ liệu

Đối với dữ liệu định lượng, dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS phiên bản 26.0. Quy trình xử lý gồm bốn bước: làm sạch và mã hóa dữ liệu; kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số *Cronbach's α* và phân tích nhân tố khám phá (EFA); thống kê mô tả bằng tần suất, tỷ lệ phần trăm, giá trị trung bình và độ lệch

chuẩn; kiểm định khác biệt giữa các nhóm bằng kiểm định χ^2 và phân tích phương sai một chiều (ANOVA).

Về quy ước trình bày dữ liệu định lượng, các bảng phân loại đơn được trình bày theo số lượng (N) và tỷ lệ phần trăm (%); các thang đo Likert năm mức được trình bày dưới dạng rút gọn gồm chỉ báo, N, điểm trung bình (Mean), độ lệch chuẩn (SD) và mức nhận định theo thang quy đổi đều: từ 1,00 đến 1,80 là rất thấp; từ 1,81 đến 2,60 là thấp; từ 2,61 đến 3,40 là trung bình; từ 3,41 đến 4,20 là cao; từ 4,21 đến 5,00 là rất cao. Các kết quả kiểm định khác biệt giữa các nhóm sinh viên được đánh giá là có ý nghĩa thống kê khi $p < 0,05$ và không có ý nghĩa thống kê khi $p \geq 0,05$.

Một số phân tích bổ trợ (Welch ANOVA, hiệu chỉnh Holm, khoảng tin cậy, đối chiếu Pearson-Spearman) được trình bày tại Phụ lục 4. Các kết quả $p < 0,05$ được diễn giải đồng thời với cỡ ảnh hưởng và không mặc nhiên được xem là khác biệt có ý nghĩa thực tiễn. Quan sát được lòng trong 10 cơ sở đào tạo, nhưng các kiểm định ở cấp cá nhân chưa điều chỉnh sự phụ thuộc nội cụm theo trường; vì vậy, trị số p và các mối liên hệ thống kê chỉ được diễn giải trong phạm vi mẫu khảo sát và không hàm ý quan hệ nhân quả. Các chỉ báo về tiếp nhận qua mạng xã hội là dữ liệu tự báo cáo, không phải quan sát hành vi hay kiểm toán nguồn của từng nội dung cụ thể.

Đối với dữ liệu định tính, dữ liệu phỏng vấn sâu được gỡ băng, mã hóa và phân tích thủ công theo các nhóm chủ đề gắn với câu hỏi nghiên cứu, gồm: kênh/phương thức tiếp nhận; nhu cầu về nội dung, hình thức và nền tảng; điều kiện hạ tầng và môi trường; năng lực kiểm chứng; hành vi và đánh giá sau tiếp nhận. Trong quá trình phân tích, các phát biểu có nội dung tương đồng được tập hợp vào cùng nhóm mã, sau đó quy tụ thành các chủ đề phục vụ diễn giải và đối chiếu với kết quả định lượng. Các ý kiến trái chiều hoặc thiếu số được giữ lại để đối chiếu với xu hướng chủ đạo. Khi diễn giải, nghiên cứu lưu ý khả năng ảnh hưởng của vị trí người phỏng vấn và sự tập trung 12/22 sinh viên được phỏng vấn tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

Các thao tác phân tích, tổng hợp, so sánh và trừu tượng hóa được sử dụng xuyên suốt trong quá trình diễn giải kết quả nghiên cứu.

5. Câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu

Trên cơ sở mục đích, đối tượng và phạm vi nghiên cứu đã xác định, luận án xây dựng bốn câu hỏi nghiên cứu và năm giả thuyết tương ứng, gắn với khung lý thuyết áp dụng và phương pháp kiểm chứng.

5.1. Câu hỏi nghiên cứu

Luận án tập trung làm rõ bốn câu hỏi nghiên cứu sau:

CH1. Thực trạng tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay diễn ra như thế nào, xét trên các phương diện kênh tiếp nhận, phương thức tiếp nhận trực tiếp và gián tiếp, tần suất và mức độ chủ động?

CH2. Sinh viên đại học Việt Nam hiện nay có nhu cầu gì và nhu cầu đó thể hiện như thế nào trong việc tiếp nhận thông tin báo chí, xét trên các bình diện nội dung, hình thức thể hiện và nền tảng tiếp nhận?

CH3. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay có đặc điểm gì, xét trên các bình diện hạ tầng kỹ thuật, năng lực truyền thông và môi trường tiếp nhận?

CH4. Mối quan hệ giữa nhu cầu, điều kiện tiếp nhận và các biểu hiện hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay được thể hiện ra sao?

5.2. Giả thuyết nghiên cứu

Trên cơ sở khung lý thuyết tích hợp gồm lý thuyết tiếp nhận của Stuart Hall (1980) [62], lý thuyết Sử dụng và Hải lòng của Katz, Blumler và Gurevitch (1974) [74], lý thuyết năng lực truyền thông của Potter (2004) [102], khái niệm công chúng gián tiếp của Prôkhôrop (2004) [16] và tổng quan tình hình nghiên cứu, luận án xây dựng năm giả thuyết sau:

H1 (gắn với CH1). Tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay có xu hướng dịch chuyển rõ sang môi trường số, trong đó phương

thức tiếp nhận gián tiếp qua mạng xã hội, người có ảnh hưởng và các kênh trung gian xã hội giữ vai trò ngày càng quan trọng.

H2a (gắn với CH2, bình diện nội dung). Kết quả về nhu cầu nội dung của sinh viên khác nhau giữa câu hỏi lựa chọn một loại tin quan tâm nhất (C1) và thang tự đánh giá mức độ nhu cầu (C2): giải trí có thể chiếm ưu thế ở lựa chọn ưu tiên, trong khi học tập, nghề nghiệp và phát triển bản thân vẫn được đánh giá ở mức cao.

H2b (gắn với CH2, bình diện hình thức và nền tảng). Sinh viên đại học Việt Nam có xu hướng ưu tiên các hình thức thể hiện thông tin báo chí ngắn gọn, trực quan, đa phương tiện trên các nền tảng số, đặc biệt là video ngắn, hơn so với các dạng thức thuần văn bản dài trên các kênh báo chí truyền thống.

H3 (gắn với CH3). Sự khác biệt về điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên không chỉ thể hiện ở sở hữu thiết bị và kết nối hạ tầng, mà còn ở năng lực truyền thông, khả năng thẩm định nguồn tin và môi trường tiếp nhận xã hội.

H4 (gắn với CH4). Nhu cầu tiếp nhận, năng lực truyền thông tự đánh giá và môi trường hỗ trợ có mối liên hệ cùng chiều với mức độ chủ động và chất lượng tự đánh giá của hành vi tiếp nhận trong mẫu khảo sát.

5.3. Phương pháp kiểm chứng giả thuyết

Bảng dưới đây khái quát mối liên hệ giữa câu hỏi nghiên cứu, giả thuyết và phương pháp phân tích.

Bảng 4. Khung kiểm chứng giả thuyết

Câu hỏi	Giả thuyết	Phương pháp kiểm chứng
CH1	H1	Mô tả tần suất kênh/phương thức; χ^2 ; PVS.
CH2	H2a	Mô tả, xếp hạng nhu cầu nội dung; Mean, SD; PVS.
CH2	H2b	Mô tả, xếp hạng hình thức và nền tảng; bảng chéo; PVS.

Câu hỏi	Giả thuyết	Phương pháp kiểm chứng
CH3	H3	Mô tả điều kiện; so sánh nhóm; χ^2 , ANOVA; PVS.
CH4	H4	Tương quan Pearson giữa các thang tổng hợp; Spearman để kiểm tra độ bền; khoảng tin cậy bootstrap 95%; hiệu chỉnh đa kiểm định; bảng chéo và χ^2 sử dụng như phân tích bổ trợ; PVS dùng để diễn giải và đối chiếu.

Nguồn: Tác giả xây dựng.

Luận án sử dụng cách tiếp cận mô tả - so sánh trong kiểm chứng giả thuyết, kết hợp thống kê mô tả, kiểm định χ^2 , phân tích phương sai một chiều, phân tích bảng chéo và dữ liệu phỏng vấn sâu. Các giả thuyết được kiểm chứng bằng sự đối chiếu và bổ trợ giữa kết quả định lượng với dữ liệu định tính, không dựa trên một mô hình nhân quả tuyến tính.

6. Điểm mới của luận án

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu và đối sánh với các công trình đi trước, luận án xác định bốn đóng góp chủ yếu. Các đóng góp này nằm ở sự tích hợp và tái cấu trúc các tiếp cận đã có cho trường hợp sinh viên đại học Việt Nam, cùng giá trị thực chứng của bộ dữ liệu.

Thứ nhất, luận án tích hợp nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí trong cùng một khung phân tích để xem xét đồng thời động cơ thông tin và các tiền đề vật chất, xã hội, giáo dục, năng lực đi kèm quá trình tiếp nhận. Giá trị của cách tiếp cận này nằm ở việc tổ chức lại các chiều cạnh đã có theo đối tượng sinh viên đại học Việt Nam, không phải ở việc đề xuất một lý thuyết nhân quả mới.

Thứ hai, luận án vận dụng khái niệm công chúng gián tiếp và các tiếp cận về trung gian xã hội để làm rõ phương thức sinh viên gặp thông tin có nguồn gốc báo chí qua mạng xã hội, bạn bè, giảng viên, chuyên gia, nhóm chat và các lớp trung gian nền tảng. Đóng góp ở đây là sự vận dụng và thao tác hóa khái niệm

trong bối cảnh truyền thông số của sinh viên, không phải việc xác lập một khái niệm mới.

Thứ ba, luận án phân biệt khả năng tiếp cận nguồn tin với các điều kiện bảo đảm chất lượng tiếp nhận. Sự phổ biến của thiết bị, Internet và mạng xã hội chưa bảo đảm chất lượng tiếp nhận nếu sinh viên thiếu năng lực kiểm chứng, năng lực phân tích, khả năng diễn giải thông tin và môi trường hỗ trợ phù hợp. Sự phân biệt này chuyển trọng tâm phân tích từ độ phủ thông tin sang chất lượng tiếp nhận của công chúng trẻ.

Thứ tư, luận án cung cấp dữ liệu thực chứng về nhu cầu, điều kiện và phương thức tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam trong bối cảnh truyền thông số, làm cơ sở đề xuất giải pháp cho cơ quan báo chí, cơ sở giáo dục đại học và các chủ thể quản lý trong việc nâng cao chất lượng tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên.

7. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn

7.1. Ý nghĩa lý luận

Luận án góp phần bổ sung và cập nhật cách tiếp cận lý luận về công chúng báo chí, tiếp nhận thông tin báo chí, nhu cầu thông tin và điều kiện tiếp nhận thông tin trong bối cảnh truyền thông số. Việc xem xét đồng thời nhu cầu và điều kiện tiếp nhận như hai thành tố có quan hệ hữu cơ trong cùng một quá trình tiếp nhận giúp làm rõ hơn mối quan hệ giữa động cơ chủ quan của công chúng với các tiền đề khách quan của môi trường truyền thông hiện đại. Khung lý thuyết tích hợp của luận án, gồm lý thuyết tiếp nhận của Stuart Hall (1980) [62], lý thuyết Sử dụng và HÀi lòng của Katz, Blumler và Gurevitch (1974) [74], lý thuyết năng lực truyền thông của Potter (2004) [102] và khái niệm công chúng gián tiếp của Prôkhôrop (2004) [16], có thể được sử dụng như tài liệu tham khảo cho các nghiên cứu tiếp theo về công chúng trẻ, sinh viên đại học, giáo dục truyền thông và báo chí số.

7.2. Ý nghĩa thực tiễn

Về thực tiễn, luận án cung cấp dữ liệu và luận cứ tham khảo cho cơ quan báo chí trong việc nhận diện đặc điểm công chúng sinh viên, từ đó thiết kế nội

dung, hình thức và chiến lược phân phối phù hợp hơn với phương thức tiếp nhận trực tiếp lẫn gián tiếp của lớp công chúng trẻ này.

Đối với các trường đại học, kết quả nghiên cứu góp phần gợi mở các giải pháp xây dựng môi trường học tập hỗ trợ sinh viên tiếp nhận và xử lý thông tin báo chí một cách có trách nhiệm, có chọn lọc và có chiều sâu; đồng thời cung cấp căn cứ để tích hợp năng lực truyền thông và năng lực thông tin vào chương trình đào tạo.

Đối với công tác quản lý và hoạch định chính sách, luận án cung cấp thêm cơ sở thực chứng để xem xét mối quan hệ giữa quyền tiếp cận thông tin, giáo dục công dân số, phát triển năng lực thông tin và xây dựng nguồn nhân lực trẻ trong bối cảnh chuyển đổi số quốc gia.

8. Kết cấu luận án

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Danh mục tài liệu tham khảo và Phụ lục, nội dung luận án được kết cấu thành bốn chương.

Chương 1. Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài.

Chương 2. Những vấn đề lý luận về nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay.

Chương 3. Thực trạng nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay.

Chương 4. Những vấn đề đặt ra và giải pháp đáp ứng nhu cầu, cải thiện điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam trong thời gian tới.

CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

1.1. Hướng nghiên cứu về hành vi tiếp nhận thông tin báo chí

Hành vi tiếp nhận thông tin báo chí, theo nghĩa rộng, là toàn bộ hoạt động chú ý, lựa chọn, đọc, nghe, xem, giải mã, đánh giá, phản hồi và sử dụng thông tin báo chí của công chúng trong những điều kiện xã hội, văn hóa và kỹ thuật nhất định. Trong lịch sử nghiên cứu báo chí học và truyền thông học, hướng nghiên cứu này phát triển từ các mô hình truyền tin tuyến tính, chuyển sang mô hình tương tác, rồi mở rộng thành các tiếp cận về công chúng chủ động, công chúng diễn giải và công chúng tham gia trong môi trường số.

Tác giả có ảnh hưởng nền tảng đối với hướng nghiên cứu này là Stuart Hall, với công trình Mã hóa và Giải mã (*Encoding/Decoding*) [62]. Hall (1980) cho rằng quá trình truyền thông không thể được hiểu như sự vận chuyển nguyên vẹn một thông điệp từ người gửi đến người nhận [62]. Thông điệp báo chí được mã hóa trong quá trình sản xuất, nhưng khi đi vào đời sống công chúng, nó được giải mã trong những bối cảnh xã hội, văn hóa, chính trị và kinh nghiệm cá nhân khác nhau. Công chúng có thể tiếp nhận thông điệp theo vị thế chấp nhận, thương lượng hoặc đối kháng. Điểm đóng góp căn bản của Hall là chuyển công chúng từ vị trí đối tượng bị tác động sang vị trí chủ thể kiến tạo ý nghĩa. Với đề tài này, Hall cung cấp cơ sở để xem sinh viên không chỉ là người “đọc tin”, mà là chủ thể lựa chọn, diễn giải, kiểm chứng và phản hồi thông tin báo chí trong các bối cảnh truyền thông khác nhau.

Trước Hall, Walter Lippmann đã đặt nền móng cho cách hiểu tiếp nhận thông tin báo chí như một quá trình trung giới nhận thức. Trong *Dur luận công chúng (Public Opinion)*, Lippmann (1922) chỉ ra rằng công chúng không trực tiếp tiếp xúc với toàn bộ hiện thực xã hội, mà phần lớn nhận thức thế giới thông qua một môi trường giả định (*pseudo-environment*) do truyền thông và kinh nghiệm xã hội trung gian hóa [80, tr. 15]. Các công trình Công chúng ảo (*The Phantom Public*) và Xã hội tốt đẹp (*The Good Society*) tiếp tục mở rộng những suy tư của

ông về công chúng và đời sống xã hội [81], [82]. Ở chiều phê phán, Noam Chomsky (1997) nhấn mạnh khả năng truyền thông đại chúng tham gia định hình nhận thức công chúng trong các cấu trúc quyền lực và thị trường [54]. Các tiếp cận này cho thấy hành vi tiếp nhận luôn gắn với môi trường thông tin, quyền lực diễn ngôn và khả năng phán đoán của người tiếp nhận.

Từ nửa sau thế kỷ XX, các mô hình truyền thông của Shannon và Weaver, Schramm và Barnlund góp phần dịch chuyển cách hiểu về tiếp nhận từ mô hình tuyến tính sang mô hình tương tác và luân chuyển. Shannon và Weaver (1949) làm rõ vai trò của kênh truyền, nhiễu và mã trong quá trình truyền tin [109]; Schramm (1954) nhấn mạnh trường kinh nghiệm của người gửi và người nhận [108]; Barnlund (1970) phát triển mô hình giao dịch, trong đó các chủ thể truyền thông đồng thời gửi và nhận tín hiệu trong một bối cảnh tương tác [44]. Tuy các mô hình này còn thiên về cấu trúc kỹ thuật của truyền thông, chúng tạo tiền đề để nghiên cứu tiếp nhận như một quá trình có phản hồi, chịu tác động của bối cảnh và kinh nghiệm xã hội.

Bên cạnh Hall, mô hình truyền thông hai bước của Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, Hazel Gaudet và Elihu Katz có ý nghĩa quan trọng trong việc lý giải hành vi tiếp nhận qua trung gian xã hội. Các công trình *Sự lựa chọn của nhân dân* (*The People's Choice*) và *Ảnh hưởng cá nhân* (*Personal Influence*) cho thấy thông điệp báo chí không phải lúc nào cũng đi thẳng đến từng cá nhân, mà thường đi qua các thủ lĩnh ý kiến trong nhóm xã hội [79], [75]. Trong môi trường truyền thông số, mô hình này được tái diễn giải theo những hình thái mới [45], [123]. KOL, người có ảnh hưởng, chuyên gia trên mạng xã hội, giảng viên hoặc bạn bè trong cộng đồng trực tuyến có thể trở thành các điểm trung gian mà qua đó thông tin báo chí được tiếp nhận, tái diễn giải và lan truyền. Đối với sinh viên đại học, đây là một hướng gợi mở quan trọng, bởi nhiều sinh viên có thể tiếp xúc với thông tin báo chí không phải từ trang chủ của tờ báo, mà qua chia sẻ, bình luận, trích dẫn hoặc tóm tắt của các chủ thể trung gian.

Từ mô hình truyền thông hai bước có thể nối sang khái niệm công chúng báo chí gián tiếp trong lý luận báo chí của E. P. Prôkhôrôp. Prôkhôrôp (2004) phân biệt công chúng tiếp nhận trực tiếp sản phẩm báo chí với công chúng tiếp nhận nội dung báo chí thông qua một khâu trung gian, chẳng hạn người khác thuật lại, dư luận xã hội hoặc các kênh phi báo chí [16]. Đặt khái niệm này vào bối cảnh truyền thông số, có thể thấy công chúng gián tiếp không thu hẹp mà mở rộng. Một sinh viên không trực tiếp truy cập báo điện tử hoặc không xem bản tin truyền hình vẫn có thể tiếp nhận thông tin báo chí qua *KOL*, bạn bè trên mạng xã hội, giảng viên, chuyên gia, nhóm chat lớp học hoặc các nội dung phái sinh trên nền tảng video ngắn. Luận điểm này giúp nhận diện một biến đổi quan trọng của công chúng báo chí trẻ: phương thức tiếp nhận báo chí đã chuyển từ trực tiếp, đơn tuyến sang gián tiếp, đa kênh và đa tầng trung gian.

Một số lý thuyết khác góp phần làm rõ bối cảnh hình thành chú ý, niềm tin và cách diễn giải thông tin của công chúng. Lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự của McCombs và Shaw (1972) cho thấy báo chí không chỉ thông tin về sự kiện, mà còn góp phần định hình mức độ quan trọng mà công chúng gán cho các vấn đề xã hội [85]. Lý thuyết bồi đắp của Gerbner và Gross (1976) nhấn mạnh ảnh hưởng tích lũy của việc tiếp xúc lâu dài với các dòng nội dung nhất quán [59]. Trong môi trường số, các cơ chế này không mất đi, mà chuyển sang những hình thái phức tạp hơn, gắn với thuật toán phân phối, cá nhân hóa dòng tin và cơ chế ưu tiên nội dung của nền tảng. Các tiếp cận của Jauss (1982) và Iser (1978) trong mỹ học tiếp nhận cũng củng cố luận điểm về tính chủ động của người đọc [71], [69], mặc dù trọng tâm của luận án vẫn đặt trong truyền thống báo chí học và truyền thông học.

Ở Việt Nam, nghiên cứu hành vi tiếp nhận thông tin báo chí được xây dựng chủ yếu trong khuôn khổ báo chí học và xã hội học truyền thông. Tạ Ngọc Tấn (2001), trong công trình *Truyền thông đại chúng*, là một trong những tác giả đặt nền móng cho nghiên cứu công chúng và tiếp nhận trong báo chí học Việt Nam [26]. Ông mô tả tiếp nhận như một quá trình gồm tiền đề nhận thức, sự quan tâm,

đánh giá, thử nghiệm và chấp nhận; đồng thời xác lập công chúng như một thành tố cấu trúc của hoạt động báo chí. Cách tiếp cận này cho thấy tiếp nhận không chỉ là hoạt động tiếp xúc với thông tin, mà còn bao gồm đánh giá, lựa chọn và chuyển hóa thông tin thành nhận thức hoặc hành động xã hội.

Trần Hữu Quang phát triển hướng xã hội học báo chí thực nghiệm thông qua Xã hội học báo chí và Chân dung công chúng truyền thông [17], [18]. Các công trình của ông cho thấy hành vi tiếp nhận truyền thông chịu tác động bởi cấu trúc xã hội, tuổi tác, giới tính, học vấn, nghề nghiệp, môi trường sống và mô hình tiêu dùng văn hóa. Trên nền tảng này, Nguyễn Văn Dũng, Phạm Thị Thanh Tịnh và Lê Thu Hà tiếp tục khẳng định công chúng báo chí là chủ thể trung tâm của hoạt động báo chí, đồng thời là lực lượng đánh giá hiệu quả xã hội của báo chí [4], [31], [6]. Điểm chung của các công trình này là đặt hành vi tiếp nhận trong quan hệ với chức năng xã hội của báo chí, làm rõ rằng hiệu quả báo chí không chỉ phụ thuộc vào nội dung sản xuất ra, mà còn gắn với cách công chúng tiếp nhận và sử dụng nội dung đó.

Đối với nhóm công chúng sinh viên, các nghiên cứu quốc tế sau năm 2014 chỉ ra bước chuyển từ hành vi tiếp nhận tin tức theo nghi thức sang hành vi tiếp nhận phân mảnh, di động và đa nền tảng. Powers (2014) cho thấy sinh viên đại học Mỹ có xu hướng tự tạo thực đơn tin tức số thay vì phụ thuộc vào một vài nhật báo hoặc kênh truyền hình cố định [103]. Andersson và cộng sự (2018), Klopfenstein Frei và cộng sự (2024) ghi nhận công chúng trẻ ở Bắc Âu và Thụy Sĩ ưu tiên nội dung ngắn, trực quan, tiếp xúc tin tức chủ yếu qua điện thoại thông minh và mạng xã hội [42], [77]. Portman và Veneti (2022) khi nghiên cứu Twitter như nguồn tin của sinh viên cũng nhấn mạnh vai trò của sự thuận tiện, tính tức thời và khả năng cá nhân hóa [101]. Những kết quả này phản ánh sự dịch chuyển của hành vi tiếp nhận từ mô hình chủ động tìm báo sang mô hình tin tức xuất hiện trong môi trường nền tảng mà sinh viên đang sử dụng hằng ngày.

Một hướng nghiên cứu có ý nghĩa đặc biệt đối với công chúng trẻ là tiếp xúc tin tức ngẫu nhiên (*incidental news exposure*). Karnowski và cộng sự (2017),

Boczkowski và cộng sự (2018), cùng các nghiên cứu kế tiếp về repertoire tiếp nhận tin tức di động cho thấy người trẻ không phải lúc nào cũng chủ động tìm tin tức; họ thường gặp tin trong dòng nội dung giải trí, trong quá trình lướt mạng xã hội, xem video ngắn hoặc tương tác với bạn bè [73], [47]. Điều này làm mờ ranh giới giữa chủ động và bị động trong tiếp nhận. Đối với sinh viên đại học, hành vi tiếp nhận vì vậy cần được nhìn như một phổ liên tục, từ chủ động tìm kiếm, tiếp nhận có mục đích, tiếp nhận ngẫu nhiên, đến lảng tránh có chọn lọc.

Loạt Báo cáo Tin tức số (*Digital News Report*) của Viện Reuters cung cấp nguồn tham chiếu thực chứng quan trọng cho xu hướng này. Các báo cáo giai đoạn 2023-2025 ghi nhận ba chuyển dịch nổi bật ở công chúng trẻ tại nhiều quốc gia: mạng xã hội và nền tảng video trở thành cửa ngõ tiếp xúc tin tức quan trọng; niềm tin vào tin tức suy giảm ở nhiều thị trường; và hiện tượng lảng tránh tin tức gia tăng, đặc biệt trong nhóm công chúng trẻ [92], [93], [94]. Các báo cáo này cũng cho thấy sự nổi lên của TikTok, YouTube, Instagram và các nền tảng video ngắn trong việc định hình thói quen tiếp nhận tin tức của người dưới 25 tuổi [92], [93], [94]. Những phát hiện đó đặt ra câu hỏi đối với Việt Nam: sinh viên đại học tiếp nhận thông tin báo chí theo cùng quỹ đạo quốc tế hay có những đặc thù do bối cảnh chính trị, văn hóa, giáo dục và hệ sinh thái nền tảng trong nước.

Ở Việt Nam, các nghiên cứu trực tiếp về hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên xuất hiện muộn hơn và còn phân tán. Đinh Thị Thu Hằng và Lê Nguyễn Phương Thảo (2018) cho thấy *Facebook* đã làm thay đổi đáng kể hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên về phương tiện, không gian, thời gian và mức độ tương tác [7]. Nguyễn Thị Thu Trang (2021) ghi nhận sinh viên Hà Nội tiếp nhận tin tức qua mạng xã hội với tần suất cao, nhưng vẫn đánh giá báo chí chính thống có mức độ tin cậy cao hơn so với thông tin lan truyền trên nền tảng [32]. Các kết quả này cho thấy mạng xã hội ngày càng trở thành điểm chạm quan trọng, trong khi báo chí chính thống vẫn được sinh viên sử dụng như nguồn tham chiếu và kiểm chứng. Trần Thị Hồng Hạnh và Nguyễn Văn Hùng (2022) bổ sung

góc nhìn hậu COVID-19, nhấn mạnh nguy cơ sinh viên bị cuốn vào nội dung giật gân khi năng lực xác minh nguồn còn hạn chế [9].

Khi đặt các nghiên cứu trong nước cạnh các nghiên cứu quốc tế, có thể nhận ra một mạch chung và một độ lệch quan trọng. Mạch chung là mạng xã hội trở thành cửa ngõ tiếp xúc tin tức đầu tiên của sinh viên, còn báo chí chính thống vẫn giữ vị trí quan trọng về độ tin cậy và kiểm chứng. Độ lệch nằm ở biến giải thích. Trong khi các nghiên cứu quốc tế đã chuyển mạnh sang phân tích tiếp xúc ngẫu nhiên, lãng tránh tin tức, thuật toán cá nhân hóa, niềm tin truyền thông và năng lực kiểm chứng, các nghiên cứu ở Việt Nam vẫn chủ yếu mô tả kênh tiếp nhận, tần suất, thiết bị và một số đặc điểm nhân khẩu học. Điều này khiến bức tranh về hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên Việt Nam đã có dữ liệu bước đầu nhưng còn thiếu chiều sâu lý thuyết về cơ chế tiếp nhận trong môi trường nền tảng.

Từ tổng quan hướng nghiên cứu này, có thể rút ra ba nhận xét. *Thứ nhất*, hành vi tiếp nhận thông tin báo chí đã được lý giải ngày càng rõ như một quá trình chủ động, có tính diễn giải, chịu tác động của bối cảnh xã hội và nền tảng kỹ thuật. *Thứ hai*, đối với công chúng trẻ và sinh viên, hành vi tiếp nhận đang chuyển từ mô hình truy cập trực tiếp sang mô hình đa kênh, trong đó mạng xã hội, KOL, nhóm bạn và thuật toán giữ vai trò trung gian. *Thứ ba*, các nghiên cứu ở Việt Nam vẫn cần được phát triển theo hướng đo lường không chỉ tần suất và kênh tiếp nhận, mà cả cơ chế tiếp nhận, mức độ chủ động, tiếp nhận gián tiếp, khả năng kiểm chứng và ảnh hưởng của nền tảng đối với chiều sâu tiếp nhận.

1.2. Hướng nghiên cứu về nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí

Nếu hành vi tiếp nhận trả lời câu hỏi công chúng đang làm gì với thông tin báo chí, thì nhu cầu tiếp nhận đi sâu vào câu hỏi vì sao họ tiếp nhận, họ kỳ vọng điều gì ở báo chí và những nhu cầu ấy được cấu trúc như thế nào trong các bối cảnh xã hội khác nhau. Trong báo chí học và truyền thông học, nghiên cứu nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí gắn với truyền thống xem công chúng là chủ thể có động cơ, có mục đích và có khả năng lựa chọn phương tiện nhằm thỏa mãn các nhu cầu nhận thức, cảm xúc và xã hội.

Tác giả nền tảng của hướng nghiên cứu này là Elihu Katz cùng các cộng sự, với lý thuyết Sử dụng và Hài lòng (*Uses and Gratifications*) công bố năm 1974 [74]. Lý thuyết này đảo chiều câu hỏi nghiên cứu truyền thông: thay vì chỉ hỏi truyền thông tác động thế nào đến công chúng, nó đặt câu hỏi công chúng sử dụng truyền thông để làm gì. Theo tiếp cận này, công chúng không thụ động mà có xu hướng lựa chọn phương tiện và nội dung nhằm thỏa mãn các nhu cầu như tìm kiếm thông tin, giải trí, giao tiếp xã hội, đồng cảm cảm xúc, khẳng định bản thân và định hướng hành động. Đối với sinh viên đại học, một nhóm có mức độ tự chủ cao trong lựa chọn nguồn tin và nền tảng tiếp nhận, lý thuyết này cung cấp khung giải thích trực tiếp cho sự phân hóa nhu cầu giữa các nhóm sinh viên, giữa các chủ đề và giữa các hình thức thể hiện báo chí.

Alan M. Rubin là tác giả có vai trò nối tiếp quan trọng trong việc phát triển lý thuyết Sử dụng và Hài lòng. Rubin (2009) phân biệt giữa sử dụng phương tiện có mục đích (*instrumental use*) và sử dụng theo nghi thức (*ritualized use*) [106]. Phân biệt này giúp lý giải tại sao cùng một sinh viên có thể đọc tin kinh tế, chính sách hoặc học bổng một cách chủ động khi có nhu cầu học tập và nghề nghiệp, nhưng cũng có thể lướt tin giải trí, đời sống hoặc sự kiện nóng như một thói quen thư giãn. Ruggiero (2000) mở rộng lý thuyết này trong bối cảnh Internet, nhấn mạnh tính tương tác, tính bất đồng bộ, tính cá nhân hóa và quyền tự chủ của người dùng [107]. Papacharissi và Mendelson (2011) tiếp tục cập nhật lý thuyết cho môi trường mạng xã hội, trong đó nhu cầu thể hiện bản sắc, duy trì quan hệ và tham gia cộng đồng trở thành các động cơ nổi bật của công chúng trẻ [98]. Tuyến phát triển từ Katz đến Rubin, Ruggiero và Papacharissi cho thấy nhu cầu tiếp nhận không phải một cấu trúc bất biến, mà luôn được tái tổ chức theo điều kiện truyền thông của từng thời kỳ.

Một nhánh nghiên cứu kế cận có ý nghĩa đối với đề tài là nghiên cứu về niềm tin, hoài nghi và lảng tránh tin tức (*news avoidance*). Tsfatì và Cappella (2003) phát hiện rằng công chúng vẫn có thể tiếp nhận tin tức từ những nguồn mà họ không hoàn toàn tin tưởng, nếu nguồn đó thuận tiện, quen thuộc hoặc khó thay

thể [118]. Điều này có ý nghĩa trực tiếp đối với sinh viên trong môi trường số: việc sinh viên thường xuyên xem tin qua mạng xã hội không đồng nghĩa với việc họ tin tưởng tuyệt đối vào mạng xã hội; ngược lại, họ có thể sử dụng mạng xã hội như cửa ngõ tiếp xúc, rồi tìm đến báo chí chính thống hoặc chuyên gia để kiểm chứng. Toff, Palmer và Nielsen (2023), trong nghiên cứu về lãng tránh tin tức, cho thấy tránh né tin tức không chỉ là sự thờ ơ nhất thời, mà có thể là một thực hành tương đối bền vững, gắn với cảm giác quá tải, mệt mỏi, thiếu tin cậy hoặc cảm nhận tin tức không liên quan đến đời sống cá nhân [116]. Đối với sinh viên, nhu cầu tiếp nhận vì vậy không nên được hiểu đơn giản theo trục “có quan tâm” hoặc “không quan tâm”, mà cần được phân tích theo các mức độ: quan tâm chủ động, tiếp nhận ngẫu nhiên, theo dõi chọn lọc, hoài nghi, mệt mỏi và lãng tránh. Ở bình diện so sánh quốc tế, niềm tin truyền thông còn chịu tác động đồng thời của đặc điểm cá nhân và bối cảnh xã hội [117].

Bên cạnh truyền thống truyền thông học, một số nghiên cứu thuộc khoa học thư viện và thông tin học cung cấp thêm cơ sở để nhận diện nhu cầu thông tin. Wilson (2000), Case và Given (2016) cho rằng nhu cầu thông tin xuất hiện khi cá nhân nhận thấy khoảng trống tri thức cần được lấp đầy trong một tình huống cụ thể [122], [52]. Các nghiên cứu thực nghiệm của Sheeja (2010), Kalbande (2019), de Silva và Chandrawamsa (2016), Manjunath và Babu (2018) cho thấy cách nhu cầu ấy biểu hiện qua hành vi tìm kiếm và lựa chọn nguồn tin trong bối cảnh học thuật [110], [72], [56], [83]. Những tiếp cận này hữu ích trong việc mô tả hành vi tìm kiếm, lựa chọn và sử dụng thông tin của sinh viên. Tuy nhiên, trong phạm vi luận án, nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí được lý giải chủ yếu từ truyền thống báo chí học và truyền thông học, bởi thông tin báo chí không chỉ là dữ liệu để tra cứu, mà là sản phẩm văn hóa - xã hội mang tính diễn giải, định hướng và trách nhiệm công chúng.

Ở Việt Nam, hướng nghiên cứu nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí được đặt nền từ các công trình về công chúng báo chí. Tạ Ngọc Tấn xem nhu cầu thông tin là một thành tố quan trọng trong nghiên cứu công chúng và trong quá trình xác

định nội dung, phương thức tác động của báo chí [26]. Trần Hữu Quang gắn nhu cầu tiếp nhận với cấu trúc phân tầng xã hội, cho thấy nhu cầu thông tin không đồng nhất giữa các nhóm công chúng mà chịu quy định bởi tuổi tác, học vấn, nghề nghiệp, vị thế xã hội và môi trường văn hóa [17], [18]. Nguyễn Văn Dũng, Phạm Thị Thanh Tịnh và Lê Thu Hà tiếp tục làm rõ tính đa dạng của nhu cầu thông tin báo chí, bao gồm nhu cầu hiểu biết, định hướng xã hội, tham gia đời sống chính trị - công dân, giải trí, giao tiếp và khẳng định giá trị cá nhân [4], [31], [6]. Các công trình này tạo nền tảng để xem sinh viên như một nhóm công chúng có nhu cầu thông tin đa chiều, chứ không chỉ là nhóm người học cần thông tin phục vụ học tập.

Đối với sinh viên, các nghiên cứu trong nước về nhu cầu tiếp nhận thông tin còn tương đối phân tán. Nguyễn Thị Kim Dung (2013), khi khảo sát sinh viên Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Hà Nội, cho thấy sinh viên có nhu cầu rõ rệt đối với thông tin học tập, nghiên cứu, giải trí và mở rộng hiểu biết; ở thời điểm đó, sách, báo và tạp chí vẫn giữ vị trí nguồn tin đáng tin cậy, trong khi Internet đã bắt đầu trở thành một kênh thông tin được khai thác thường xuyên [3]. Nghiên cứu này phản ánh một giai đoạn chuyển tiếp quan trọng, khi sinh viên vẫn dựa đáng kể vào nguồn tin truyền thống nhưng đã bắt đầu dịch chuyển sang môi trường số. So với bối cảnh hiện nay, sự dịch chuyển ấy đã đi xa hơn: nhu cầu không chỉ gắn với loại nội dung, mà còn gắn với định dạng, nền tảng, tốc độ cập nhật và mức độ cá nhân hóa.

Trên bình diện quốc tế, Xiao Hui và Yuek Li (2019) khi nghiên cứu sinh viên học từ xa cho thấy nhu cầu thông tin của sinh viên tập trung vào hai nhóm lớn: thông tin học thuật và thông tin nghề nghiệp, đồng thời bị chi phối mạnh bởi kỹ năng công nghệ và hạ tầng truy cập [124]. Các nghiên cứu tại Malaysia, Pakistan, Ấn Độ và một số quốc gia châu Á khác cũng ghi nhận nhu cầu ưu tiên của sinh viên thường gắn với học tập, nghiên cứu, định hướng nghề nghiệp và phát triển năng lực cá nhân [46], [104], [115], [83]. Tuy nhiên, trong bối cảnh truyền thông số, các nhu cầu này ngày càng đan xen với nhu cầu giải trí, kết nối

xã hội và thể hiện bản thân. Sinh viên có thể tiếp nhận một bản tin tuyển dụng, một video giải thích chính sách giáo dục, một bài phân tích về AI trong học tập hoặc một tin giải trí theo cùng một logic nền tảng: nhanh, trực quan, dễ chia sẻ và phù hợp với bối cảnh sử dụng di động.

Các nghiên cứu về công chúng trẻ trong môi trường số cho thấy nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí hiện nay có ít nhất ba chuyển dịch. *Thứ nhất*, nhu cầu nội dung chuyển từ “biết sự kiện” sang “hiểu ý nghĩa và hệ quả của sự kiện”. Công chúng trẻ vẫn cần tin nhanh, nhưng đồng thời quan tâm đến thông tin giải thích, bối cảnh, hướng dẫn và khả năng ứng dụng vào đời sống. *Thứ hai*, nhu cầu hình thức chuyển từ văn bản dài đơn tuyến sang các định dạng ngắn, trực quan, đa phương tiện, có thể tiêu thụ trên điện thoại thông minh. *Thứ ba*, nhu cầu nền tảng trở nên rõ nét hơn: sinh viên không chỉ cần thông tin báo chí, mà còn muốn thông tin ấy xuất hiện ở nơi họ đang hiện diện, trong định dạng phù hợp với nhịp sống học tập, giải trí và giao tiếp xã hội.

Trong các nghiên cứu thực chứng gần đây ở Việt Nam, nhu cầu tiếp nhận thông tin của sinh viên thường thể hiện qua sự kết hợp giữa tính thiết thực và tính giải trí. Đinh Thị Thu Hằng và Lê Nguyễn Phương Thảo (2018) cho thấy *Facebook* vừa là kênh tiếp nhận tin tức, vừa là không gian tương tác và chia sẻ của sinh viên [7]. Nguyễn Thị Thu Trang (2021) cho thấy sinh viên tiếp xúc tin tức nhiều qua mạng xã hội nhưng vẫn cần báo chí chính thống ở vai trò xác thực [32]. Các nghiên cứu hậu COVID-19 cũng nhấn mạnh nhu cầu tiếp nhận thông tin nhanh, kịp thời và có khả năng định hướng trong bối cảnh khủng hoảng, song đồng thời chỉ ra nguy cơ tin giả và thông tin cảm xúc lấn át thông tin kiểm chứng. Những kết quả này cho thấy nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên không giảm đi, mà được tái cấu trúc trong một môi trường thông tin dư thừa và cạnh tranh chú ý cao.

Điểm đáng chú ý là nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên không chỉ có chiều cạnh nội dung, mà còn có chiều cạnh hình thức và nền tảng. Về nội dung, sinh viên quan tâm đến học tập, nghề nghiệp, đời sống xã hội, giải trí, sức

khỏe, công nghệ và các vấn đề thời sự có liên quan đến bản thân. Về hình thức, họ có xu hướng ưu tiên tin tóm tắt, video ngắn, *infographic*, *podcast*, bài phân tích dễ hiểu và các định dạng có tính thị giác. Về nền tảng, họ thường tiếp xúc thông tin báo chí qua báo điện tử, mạng xã hội, nền tảng video, công cụ tìm kiếm và các cộng đồng trực tuyến. Ba chiều cạnh này có quan hệ chặt chẽ với nhau: một nội dung phù hợp nhưng hình thức khó tiếp nhận có thể không thu hút sinh viên; một hình thức hấp dẫn nhưng thiếu độ tin cậy có thể làm giảm giá trị báo chí; một nền tảng phổ biến nhưng thuật toán ưu tiên giải trí có thể làm suy giảm chiều sâu tiếp nhận.

Từ tổng quan hướng nghiên cứu về nhu cầu tiếp nhận, có thể rút ra ba nhận xét. *Thứ nhất*, nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí là phạm trù đa chiều, gồm nhu cầu nhận thức, học tập, nghề nghiệp, giải trí, kết nối xã hội, định hướng giá trị và tham gia đời sống công cộng. *Thứ hai*, trong môi trường số, nhu cầu của sinh viên không chỉ gắn với “cần thông tin gì”, mà còn gắn với “muốn tiếp nhận bằng hình thức nào” và “trên nền tảng nào”. *Thứ ba*, các nghiên cứu ở Việt Nam mới mô tả tương đối rõ nhu cầu nội dung và một phần nhu cầu hình thức, nhưng chưa phân tích đầy đủ mối quan hệ giữa nhu cầu, nền tảng tiếp nhận, thuật toán phân phối, niềm tin truyền thông và điều kiện thực tế để nhu cầu được thỏa mãn.

1.3. Hướng nghiên cứu về điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí là tổ hợp các tiền đề khách quan và chủ quan cho phép hoặc hạn chế công chúng tiếp xúc, lĩnh hội, giải mã, đánh giá và sử dụng thông tin báo chí. Nếu nhu cầu giải thích động cơ hướng tới thông tin, thì điều kiện giải thích khả năng hiện thực hóa nhu cầu ấy. Trong nghiên cứu báo chí học hiện đại, điều kiện tiếp nhận không chỉ bao gồm thiết bị, đường truyền hoặc chi phí, mà còn bao gồm thời gian, năng lực truyền thông, kinh nghiệm truyền thông, môi trường giáo dục, mức độ hỗ trợ xã hội, cấu trúc nền tảng và cơ chế thuật toán.

Một điểm cần nhấn mạnh là điều kiện tiếp nhận rộng hơn điều kiện tiếp cận. Tiếp cận chủ yếu liên quan đến khả năng chạm tới nguồn tin: có thiết bị, có

Internet, có kênh phân phối, có khả năng truy cập. Tiếp nhận liên quan đến quá trình sâu hơn: đọc, hiểu, giải mã, đánh giá, so sánh, kiểm chứng và sử dụng thông tin. Vì vậy, một sinh viên có điện thoại thông minh và Internet chưa chắc đã có điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí một cách có chất lượng nếu thiếu năng lực đánh giá nguồn tin, thiếu thời gian, bị quá tải thông tin hoặc phụ thuộc quá nhiều vào dòng tin do nền tảng gợi ý. Phân biệt này có ý nghĩa lý luận quan trọng đối với đề tài, bởi nó cho phép giải thích tình trạng thuận lợi về hạ tầng nhưng vẫn tồn tại giới hạn về chiều sâu tiếp nhận.

Ở bình diện xã hội và giáo dục, điều kiện tiếp nhận còn được thể hiện qua sự khác biệt về môi trường học tập, kinh nghiệm truyền thông và thói quen xử lý thông tin của sinh viên. Hai sinh viên có cùng điện thoại thông minh và cùng kết nối Internet vẫn có thể khác nhau đáng kể về cách chọn nguồn tin, khả năng nhận diện thiên kiến, thói quen kiểm chứng và năng lực diễn giải thông tin [63], [64], [65]. Vì vậy, khi nghiên cứu điều kiện tiếp nhận của sinh viên, cần xem xét đồng thời điều kiện vật chất, điều kiện năng lực và môi trường xã hội, giáo dục mà sinh viên đang tham gia.

Một hướng nghiên cứu quốc tế quan trọng về điều kiện tiếp nhận là khoảng cách số (*digital divide*). Hargittai (2002) đặt nền cho khái niệm khoảng cách số bậc hai, nhấn mạnh sự khác biệt về kỹ năng trực tuyến giữa những người đã có khả năng truy cập Internet [63]. Hargittai và Hsieh (2013) mở rộng phân tích bất bình đẳng số sang sự khác biệt về kỹ năng, cách thức sử dụng và những lợi ích xã hội thu được từ Internet [65]. Đối với sinh viên đại học, cách tiếp cận này đặc biệt phù hợp: khả năng truy cập Internet đã trở nên phổ biến, nhưng không phải tất cả sinh viên đều có năng lực tìm kiếm, đánh giá, tổng hợp và sử dụng thông tin báo chí với cùng mức độ hiệu quả. Điều kiện tiếp nhận vì vậy cần được nhìn như một cấu trúc nhiều tầng, từ truy cập vật chất đến kỹ năng và kết quả sử dụng.

Các nghiên cứu thực nghiệm về sinh viên cũng làm rõ vai trò của điều kiện vật chất và tổ chức. Bhatti và Juman (2012), khi nghiên cứu sinh viên đại học từ xa, chỉ ra các rào cản về giờ mở cửa thư viện, khoảng cách địa lý, thiếu tài liệu

cập nhật và dịch vụ Internet chưa đáp ứng yêu cầu [46]. Oladokun và Aina (2009) cho thấy ngay cả khi người học có nhu cầu cao, sự thiếu hụt nguồn tài liệu và dịch vụ hỗ trợ vẫn làm giảm hiệu quả tìm kiếm và sử dụng thông tin [97]. Những nghiên cứu này gợi mở rằng mức nhu cầu cao không đồng nghĩa với hành vi tiếp nhận có chất lượng; các điều kiện tổ chức, hạ tầng và môi trường hỗ trợ cần được xem xét đồng thời.

Trong bối cảnh tin giả, thông tin sai lệch và quá tải thông tin, điều kiện tiếp nhận ngày càng gắn với năng lực truyền thông và năng lực tin tức (*media literacy*, *news literacy*). Potter (2004), trong công trình Lý thuyết năng lực truyền thông: Một tiếp cận nhận thức (*Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*), xem năng lực truyền thông là hệ năng lực giúp cá nhân tiếp cận, phân tích, đánh giá và sáng tạo thông điệp truyền thông; đồng thời nhấn mạnh năng lực này được hình thành qua giáo dục, trải nghiệm và rèn luyện tư duy phản biện [102]. Hobbs (2010, 2017), Buckingham (2003, 2019), Mihailidis và Thevenin (2013) tiếp tục phát triển các khung năng lực truyền thông trong giáo dục và công dân số, trong đó kỹ năng kiểm chứng nguồn tin, nhận diện thiên kiến, phân biệt sự kiện với bình luận, đánh giá độ tin cậy và hành động có trách nhiệm là các thành tố cốt lõi [67], [68], [50], [51], [89]. Đối với sinh viên, năng lực truyền thông là điều kiện chủ quan quan trọng để tiếp nhận thông tin báo chí trong môi trường nhiều nguồn, nhiều định dạng và nhiều mức độ tin cậy.

Các nghiên cứu về *news literacy* của Janke và Cooper (2017), Notley và Dezuanni (2019) cho thấy công chúng trẻ thường sử dụng mạng xã hội như một nguồn tin tức phổ biến, nhưng nhiều người thiếu tự tin trong nhận diện tin giả và hiếm khi kiểm tra nguồn tin [70], [95]. Đây là một nghịch lý phổ biến trong môi trường số: công chúng trẻ có điều kiện tiếp xúc thông tin rộng hơn, nhưng không nhất thiết có năng lực tiếp nhận sâu hơn. Vì vậy, điều kiện tiếp nhận không thể được đo bằng việc có hay không có thiết bị, mà cần bao gồm cả khả năng đánh giá độ tin cậy, thói quen đối chiếu nguồn và năng lực kiểm soát cảm xúc trước thông tin gây sốc, giật gân hoặc cực đoan [96].

Một nhánh nghiên cứu mới hơn, có ảnh hưởng lớn đến cách hiểu về điều kiện tiếp nhận, là nghiên cứu nền tảng (*platform studies*). van Dijck, Poell và de Waal (2018) cho rằng các nền tảng số không phải hạ tầng trung lập, mà đang tổ chức lại đời sống xã hội thông qua dữ liệu hóa, hàng hóa hóa, lựa chọn thuật toán và sự tham gia của người dùng [121]. Gillespie (2018) phân tích vai trò của nền tảng như những chủ thể kiểm duyệt và phân phối thông tin [60]; Bucher (2018) làm rõ quyền lực của thuật toán trong việc định hình những gì người dùng nhìn thấy, mong đợi và phản ứng [49]. Các tiếp cận này cho thấy điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí hiện nay không chỉ phụ thuộc vào cơ quan báo chí và công chúng, mà còn chịu sự chi phối của các nền tảng trung gian.

Liên quan trực tiếp đến nền tảng là các khái niệm bong bóng lọc và buồng vang. Eli Pariser, trong Bong bóng lọc (*The Filter Bubble*), lập luận rằng thuật toán cá nhân hóa có thể tạo ra môi trường thông tin riêng cho từng cá nhân, qua đó làm giảm khả năng tiếp xúc với quan điểm khác biệt [99]. Cass Sunstein (2001, 2009) trước đó cũng cảnh báo về hiện tượng kén thông tin và buồng vang trong không gian trực tuyến [113], [114]. Tuy nhiên, các nghiên cứu sau này của Bruns, Helberger, Möller và cộng sự cho thấy tác động của bong bóng lọc không nên được giả định một chiều; trong một số bối cảnh, hệ thống gợi ý cũng có thể mở rộng đa dạng nguồn tin nếu được thiết kế phù hợp [48], [66], [90]. Tranh luận này có ý nghĩa quan trọng đối với nghiên cứu sinh viên Việt Nam: thuật toán không nên được xem như một nguyên nhân tuyệt đối, nhưng cần được phân tích như một thành tố của điều kiện tiếp nhận, ảnh hưởng đến mức độ sinh viên gặp tin, lựa chọn nguồn tin, đánh giá độ tin cậy và vượt ra ngoài vùng thông tin quen thuộc.

Từ năm 2023 trở lại đây, sự phát triển của AI tạo sinh làm xuất hiện thêm một lớp trung gian mới trong điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí. Diakopoulos (2019), trong Tự động hóa tin tức (*Automating the News*), phân tích cách thuật toán và tự động hóa làm thay đổi sản xuất, phân phối và diễn giải tin tức [58]. Các báo cáo Tin tức số gần đây cũng ghi nhận sự xuất hiện ngày càng rõ của tóm tắt tự động, chatbot, công cụ tìm kiếm tích hợp AI và các sản phẩm tin tức do máy

hỗ trợ [94]. Đối với sinh viên, điều này đặt ra các điều kiện tiếp nhận mới: khả năng phân biệt nguồn tin gốc với bản tóm tắt, khả năng nhận diện nội dung do AI hỗ trợ, thói quen kiểm tra nguồn và năng lực đánh giá sai lệch trong quá trình tự động hóa. Như vậy, điều kiện tiếp nhận trong bối cảnh hiện nay không chỉ là điều kiện truy cập báo chí, mà còn là điều kiện nhận thức trong một môi trường thông tin được trung gian hóa bởi nền tảng và AI.

Ở Việt Nam, nghiên cứu về điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí đã được đặt vấn đề từ nhiều hướng. Tạ Ngọc Tấn (2021), trong công trình Báo chí, truyền thông hiện đại, phân tích vai trò của toàn cầu hóa, công nghệ và môi trường truyền thông mới trong việc tái cấu trúc quan hệ giữa báo chí và công chúng [27]. Trần Bảo Khánh (2007), khi nghiên cứu công chúng truyền hình, chỉ ra rằng mức sống, trình độ học vấn, độ tuổi và giới tính đều tác động đến khả năng tiếp nhận phương tiện truyền thông [13]. Nguyễn Thị Trường Giang (2017), trong công trình Báo chí và truyền thông đa phương tiện, nhấn mạnh rằng công chúng trẻ tuy có khả năng sử dụng công nghệ tốt hơn nhưng cũng sống trong môi trường phân mảnh chú ý, chịu tác động mạnh của nền tảng và cạnh tranh thông tin [5]. Đỗ Thị Thu Hằng (2013) bổ sung các yếu tố tâm lý như chú ý, cảm xúc, định kiến và thói quen nhận thức trong quá trình tiếp nhận thông tin báo chí [8]. Các công trình này cho thấy điều kiện tiếp nhận ở Việt Nam đã được nhìn nhận tương đối rộng, bao gồm vật chất, xã hội, tâm lý và công nghệ.

Riêng đối với sinh viên, một số nghiên cứu ứng dụng cung cấp dữ liệu đáng chú ý về điều kiện tiếp nhận. Nguyễn Thị Bích Ngọc và cộng sự (2022), qua khảo sát 942 sinh viên Đại học Huế, cho thấy 57% sinh viên đọc chủ yếu để giải trí, 32,4% quan tâm đến đọc phục vụ nghiên cứu khoa học, trong khi kỹ năng phân tích, phê phán chỉ đạt 2,99 trên thang 5 điểm [14]. Báo cáo Người tiêu dùng kết nối (*The Connected Consumer*) của Decision Lab (2019) và các nghiên cứu về giới trẻ cho thấy người trẻ sử dụng mạng xã hội với cường độ cao, nhưng đồng thời có xu hướng mong muốn giảm thời gian trực tuyến và tìm kiếm trải nghiệm nội dung có giá trị hơn [57]. Z-Lab (2024) ghi nhận một bộ phận đáng kể người

trẻ dành nhiều giờ mỗi ngày cho các nền tảng xã hội, trong đó TikTok và Facebook giữ vai trò nổi bật [125]. Các dữ liệu này có giá trị tham khảo khi phân tích môi trường tiếp nhận của sinh viên, dù mục tiêu của chúng chủ yếu phục vụ nghiên cứu thị trường hơn là xây dựng khung lý luận báo chí học.

Đặt các hướng nghiên cứu trên trong quan hệ với nhau có thể thấy điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên gồm bốn nhóm lớn. Nhóm thứ nhất là điều kiện hạ tầng, bao gồm thiết bị, kết nối, khả năng truy cập, tài khoản trả phí và sự sẵn có của sản phẩm báo chí trên nhiều nền tảng. Nhóm thứ hai là điều kiện thời gian và kinh tế, liên quan đến quỹ thời gian học tập, làm thêm, giải trí, khả năng chi trả cho nội dung có chất lượng và mức độ ưu tiên dành cho tin tức trong đời sống hằng ngày. Nhóm thứ ba là điều kiện giáo dục và xã hội, gồm vai trò của nhà trường, giảng viên, thư viện, học liệu, nhóm bạn và môi trường thảo luận. Nhóm thứ tư là điều kiện năng lực, bao gồm kỹ năng số, năng lực tìm kiếm, đánh giá, kiểm chứng, phân tích và xử lý thông tin báo chí. Trong bối cảnh nền tảng số, bốn nhóm điều kiện này còn gắn với thuật toán, cá nhân hóa nội dung, quá tải thông tin và sự nổi lên của AI tạo sinh.

Từ tổng quan hướng nghiên cứu về điều kiện tiếp nhận, có thể rút ra ba nhận xét. *Thứ nhất*, nghiên cứu quốc tế đã chuyển từ quan tâm đến truy cập vật chất sang phân tích kỹ năng, năng lực, kết quả sử dụng và cấu trúc nền tảng. *Thứ hai*, nghiên cứu ở Việt Nam đã đặt vấn đề về hạ tầng, công nghệ, môi trường xã hội và tâm lý tiếp nhận, nhưng vẫn còn thiếu các mô hình tích hợp dành riêng cho sinh viên đại học trong bối cảnh truyền thông số. *Thứ ba*, điều kiện tiếp nhận hiện nay cần được hiểu như hệ sinh thái nhiều tầng: thiết bị và kết nối là nền tảng ban đầu, nhưng năng lực kiểm chứng, môi trường giáo dục, thói quen nền tảng và khả năng vượt qua dòng tin thuật toán mới là các yếu tố gắn với chiều sâu và chất lượng tiếp nhận.

1.4. Đánh giá chung và khoảng trống nghiên cứu

Tổng quan ba hướng tài liệu cho thấy nghiên cứu về nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học đã có những nền tảng quan trọng,

nhưng vẫn còn một số khoảng trống cần tiếp tục xử lý trong bối cảnh truyền thông số hiện nay. Các kết quả đã tích lũy có thể khái quát thành năm điểm.

Thứ nhất, nghiên cứu về hành vi tiếp nhận đã xác lập tương đối rõ vai trò chủ động của công chúng. Từ Lippmann (1922, 1925, 1937) [80], [81], [82], các mô hình truyền thông cổ điển, đến Hall (1980) [62] và các lý thuyết công chúng hiện đại, tiếp nhận thông tin báo chí ngày càng được hiểu như một quá trình kiến tạo ý nghĩa, chứ không phải sự tiếp thu thụ động. Công chúng có thể lựa chọn, thương lượng, đối chiếu, phản hồi và tái diễn giải thông điệp báo chí trong bối cảnh xã hội của mình.

Thứ hai, nghiên cứu về nhu cầu tiếp nhận đã chỉ ra rằng công chúng sử dụng báo chí và truyền thông để thỏa mãn nhiều mục đích khác nhau. Lý thuyết Sử dụng và HÀi lòng [74] cùng các phát triển sau này cho thấy nhu cầu thông tin báo chí bao gồm cả nhu cầu nhận thức, học tập, nghề nghiệp, giải trí, kết nối xã hội, định hướng giá trị và khẳng định bản thân. Đối với sinh viên, các nhu cầu này thường đan xen, biến đổi theo ngành học, năm học, môi trường giáo dục, bối cảnh xã hội và thói quen nền tảng.

Thứ ba, nghiên cứu về điều kiện tiếp nhận cho thấy nhu cầu chỉ có thể được hiện thực hóa trong những điều kiện nhất định. Cơ hội tiếp xúc với thông tin phụ thuộc vào hạ tầng, thiết bị, kết nối và chi phí; chiều sâu tiếp nhận phụ thuộc vào năng lực truyền thông, khả năng kiểm chứng, kinh nghiệm truyền thông, thời gian và môi trường giáo dục; còn phạm vi thông tin nhìn thấy ngày càng gắn với thuật toán, nền tảng và các công nghệ tự động hóa.

Thứ tư, các nghiên cứu về công chúng trẻ và sinh viên đã ghi nhận sự dịch chuyển mạnh từ tiếp nhận trực tiếp sang tiếp nhận đa nền tảng, từ chủ động tìm báo sang gặp tin trong dòng nội dung số, từ tiếp nhận đơn lẻ sang tiếp nhận qua mạng lưới xã hội và các chủ thể trung gian. Sinh viên đại học vì vậy không thể được xem đơn giản là “người đọc báo trẻ”, mà là một nhóm công chúng có học vấn, có năng lực công nghệ, có thói quen truyền thông phân mảnh và có khả năng tham gia tái lưu thông thông tin.

Thứ năm, các nghiên cứu gần đây đã cho thấy một xu thế đáng chú ý: mạng xã hội và nền tảng số trở thành cửa ngõ tiếp xúc tin tức quan trọng của sinh viên, còn báo chí chính thống, chuyên gia, giảng viên và các nguồn có thẩm quyền vẫn được sử dụng cho xác thực và diễn giải sâu. Đây là hai vai trò bổ sung trong hành trình tiếp nhận, không phải bằng chứng về một cấu trúc tầng bậc tiềm ẩn.

Bên cạnh những kết quả đã tích lũy, có thể xác định năm khoảng trống nghiên cứu liên quan trực tiếp đến đề tài.

Khoảng trống thứ nhất là khoảng trống về đối tượng. Nhiều công trình đã nghiên cứu công chúng trẻ, sinh viên, hành vi sử dụng mạng xã hội hoặc nhu cầu thông tin của người học, nhưng số công trình trực tiếp khảo sát đồng thời nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam vẫn chưa nhiều. Những nghiên cứu gần với đề tài thường hoặc đã được thực hiện trong bối cảnh truyền thông trước khi mạng xã hội, video ngắn, thuật toán cá nhân hóa và AI tạo sinh trở thành các biến số quan trọng, hoặc chỉ tập trung vào một địa bàn, một trường, một nền tảng hoặc một nhóm nội dung cụ thể. Trong khi đó, sinh viên đại học Việt Nam hiện nay là một nhóm công chúng có sự phân hóa lớn về khu vực, ngành học, điều kiện sống, năng lực số và thói quen tiếp nhận thông tin.

Khoảng trống thứ hai là khoảng trống về cách tiếp cận tích hợp. Một số nghiên cứu tập trung vào hành vi tiếp nhận, một số khác nghiên cứu nhu cầu thông tin, điều kiện hạ tầng hoặc năng lực thông tin, nhưng chưa nhiều công trình đặt nhu cầu và điều kiện trong cùng một khung phân tích. Trên thực tế, nhu cầu cao có thể đi cùng mức tiếp nhận khác nhau tùy điều kiện; tương tự, điều kiện thuận lợi không đồng nghĩa với tiếp nhận sâu khi nhu cầu mờ nhạt hoặc hành vi bị chi phối bởi logic nền tảng. Vì vậy, việc đặt hai thành tố này trong cùng một khung mô tả và so sánh là một hướng tiếp cận có ý nghĩa đối với báo chí học.

Khoảng trống thứ ba là khoảng trống về phương thức tiếp nhận báo chí gián tiếp. Nhiều nghiên cứu vẫn đo tiếp nhận báo chí chủ yếu qua việc đọc báo in, truy cập báo điện tử, xem truyền hình hoặc nghe phát thanh. Cách đo này chưa phản ánh đầy đủ thực tế công chúng trẻ tiếp nhận thông tin báo chí qua mạng xã hội,

KOL, nhóm chat, giảng viên, chuyên gia, nội dung trích dẫn, video tóm tắt hoặc sản phẩm phái sinh. Khái niệm công chúng báo chí gián tiếp của Prôkhôrôp (2004) [16], kết hợp với mô hình truyền thông hai bước và các nghiên cứu về tiếp xúc tin tức ngẫu nhiên, có thể cung cấp cơ sở để lý giải phương thức tiếp nhận báo chí mới của sinh viên trong môi trường số.

Khoảng trống thứ tư là khoảng trống về biến nền tảng, thuật toán và AI. Các nghiên cứu quốc tế gần đây đã quan tâm nhiều hơn đến cá nhân hóa nội dung, bong bóng lọc, buồng vang, *news avoidance*, niềm tin truyền thông, tiếp xúc ngẫu nhiên và AI tạo sinh. Ở Việt Nam, các biến này mới xuất hiện rải rác trong một số phân tích, chưa được đặt thành thành tố hệ thống trong nghiên cứu nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên. Đây là khoảng trống đáng chú ý, bởi thuật toán không chỉ liên quan đến việc sinh viên nhìn thấy tin gì, mà còn có thể gắn với cảm nhận về nhu cầu, mức độ ưu tiên, niềm tin và chiều sâu tiếp nhận.

Khoảng trống thứ năm là khoảng trống về dữ liệu thực chứng có quy mô đủ rộng và gắn với khung lý thuyết báo chí học. Một số báo cáo thị trường và báo cáo hành vi số cung cấp dữ liệu hữu ích về công chúng trẻ, mạng xã hội và nền tảng, nhưng mục tiêu chủ yếu của chúng là marketing, sản phẩm hoặc chiến lược nội dung. Một số nghiên cứu học thuật lại có mẫu nhỏ, phạm vi hẹp hoặc chưa cập nhật đầy đủ bối cảnh truyền thông số giai đoạn gần đây. Do đó, cần một nghiên cứu có dữ liệu khảo sát định lượng kết hợp phỏng vấn sâu, đặt trong khung lý thuyết tiếp nhận, Sử dụng và Hải lòng, năng lực truyền thông và công chúng báo chí gián tiếp, nhằm lý giải nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam một cách hệ thống hơn.

Từ các khoảng trống trên, luận án tập trung khảo sát nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam trong bối cảnh truyền thông số. Nghiên cứu không tách nhu cầu và điều kiện thành hai phạm vi độc lập, mà xem chúng là hai thành tố có quan hệ hữu cơ trong quá trình tiếp nhận. Nhu cầu cho thấy sinh viên cần gì ở thông tin báo chí, trong khi điều kiện cho thấy

những tiền đề nào hỗ trợ hoặc hạn chế việc hiện thực hóa nhu cầu đó trong đời sống học tập, nghề nghiệp, giao tiếp và tham gia xã hội.

Về phương diện lý thuyết, luận án kế thừa lý thuyết tiếp nhận của Stuart Hall (1980) [62], lý thuyết Sử dụng và Hải lòng của Katz, Blumler và Gurevitch (1974) [74], cùng lý thuyết năng lực truyền thông của Potter (2004) [102]. Khái niệm công chúng báo chí gián tiếp của Prôkhôrôp (2004) [16] được sử dụng như khái niệm bổ trợ; các tham chiếu về tiếp xúc tin tức ngẫu nhiên, lãng tránh tin tức, thuật toán cá nhân hóa, bong bóng lọc, buồng vang và AI tạo sinh hỗ trợ lý giải sự biến đổi của phương thức tiếp nhận báo chí trong môi trường số. Cách tiếp cận này tạo cơ sở để Chương 2 xác lập hệ khái niệm, khung lý thuyết và hệ chỉ báo cho nghiên cứu thực nghiệm.

Tiểu kết chương 1

Chương 1 đã hệ thống hóa tình hình nghiên cứu theo ba hướng: hành vi, nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí. Các công trình cho thấy tiếp nhận là quá trình phức hợp, trong đó công chúng lựa chọn, giải mã, đánh giá, phản hồi và sử dụng thông tin trong những điều kiện xã hội, văn hóa và kỹ thuật cụ thể.

Ở bình diện hành vi, lý thuyết tiếp nhận, mô hình truyền thông hai bước, khái niệm công chúng gián tiếp và nghiên cứu về tiếp xúc tin tức ngẫu nhiên lý giải sự dịch chuyển sang tiếp nhận đa tầng trung gian. Ở bình diện nhu cầu, lý thuyết Sử dụng và Hải lòng cho thấy nhu cầu của sinh viên gồm nội dung, hình thức và nền tảng. Ở bình diện điều kiện, các nghiên cứu về khoảng cách số, năng lực truyền thông, thuật toán và AI tạo sinh cho thấy chất lượng tiếp nhận phụ thuộc đồng thời vào hạ tầng, năng lực và môi trường giáo dục.

Khoảng trống nổi bật là thiếu khung tích hợp về nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam, nhất là tiếp nhận gián tiếp, tác động của thuật toán, năng lực kiểm chứng và sự phân hóa giữa các nhóm. Đây là cơ sở để Chương 2 xác lập hệ khái niệm, khung lý thuyết và chỉ báo nghiên cứu.

CHƯƠNG 2. NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ NHU CẦU VÀ ĐIỀU KIỆN TIẾP NHẬN THÔNG TIN BÁO CHÍ CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC VIỆT NAM HIỆN NAY

2.1. Hệ khái niệm công cụ

2.1.1. Thông tin báo chí

Thông tin báo chí là khái niệm gốc của đề tài, được hình thành từ hai thành tố: thông tin và báo chí. Ở bình diện truyền thông đại chúng, Tạ Ngọc Tấn (1999) xác định: *"Thông tin là một loại hình hoạt động để chuyển đi các nội dung thông báo"* [25, tr. 23]. Cách tiếp cận này nhấn mạnh thông tin không chỉ là nội dung tồn tại sẵn, mà còn là một hoạt động truyền đạt có chủ thể, phương tiện, đối tượng tiếp nhận và mục đích tác động xã hội. Từ góc độ báo chí học, Prôkhôrốp (2004) sử dụng thuật ngữ thông tin theo nghĩa rộng, coi đó là *"tổng hợp các tin tức mà báo chí đem lại cho công chúng"* [16, tr. 27]. Theo ông, phần lớn nay thường được gọi là thông tin trong hoạt động báo chí chủ yếu là thông tin thời sự và các tin tức về sự kiện mới [16].

Bổ sung từ bình diện truyền thông học, Chandler và Munday (2011) cho rằng dữ liệu chỉ trở thành thông tin khi được đặt trong khuôn khổ diễn giải: *"dữ liệu chỉ trở thành thông tin khi được diễn giải"* [53, tr. 208]. Gợi ý này có ý nghĩa quan trọng đối với nghiên cứu báo chí, bởi thông tin không đồng nhất với dữ liệu rời rạc hay sự kiện thô; thông tin chỉ có giá trị xã hội khi được lựa chọn, xử lý, diễn giải, truyền đạt và tiếp nhận trong một quan hệ giao tiếp cụ thể.

Có thể thấy, Tạ Ngọc Tấn nhấn mạnh thông tin như một hoạt động truyền đạt nội dung thông báo; Prôkhôrốp mở rộng thông tin báo chí thành tổng hợp hệ tin tức, tri thức và hình thức biểu đạt mà báo chí đem lại cho công chúng; Chandler và Munday làm rõ phương diện diễn giải của thông tin. Các cách tiếp cận này gặp nhau ở điểm: thông tin luôn gắn với quá trình tạo lập, truyền đạt, tiếp nhận và tạo nghĩa. Tuy nhiên, thông tin báo chí hẹp hơn thông tin nói chung, vì nó gắn với

chủ thể báo chí, quy trình nghề nghiệp báo chí, chuẩn mực kiểm chứng và trách nhiệm xã hội của báo chí.

Về phương diện pháp lý, Luật Báo chí năm 2016 xác định báo chí là sản phẩm thông tin về các sự kiện, vấn đề trong đời sống xã hội, được sáng tạo, xuất bản định kỳ và truyền dẫn tới đông đảo công chúng qua các loại hình báo in, báo nói, báo hình và báo điện tử [20]. Trên bình diện lý luận báo chí, các tác giả Tạ Ngọc Tấn (1999), Nguyễn Văn Dũng (2012), Dương Xuân Sơn (2016), McQuail (2013), Conboy (2013), Kovach và Rosenstiel (2007), Shoemaker và Reese (1996) đều nhấn mạnh các thuộc tính cốt lõi của báo chí: tính nghề nghiệp, tính xác thực, tính công chúng, trách nhiệm xã hội và chức năng định hướng trong đời sống xã hội [25], [4], [24], [86], [55], [78], [111].

Từ các cơ sở trên, luận án xác định: *Thông tin báo chí là nội dung thông tin về các sự kiện, vấn đề và hiện tượng trong đời sống xã hội, được thu thập, lựa chọn, xử lý, kiểm chứng, diễn giải và công bố thông qua hoạt động báo chí chuyên nghiệp, mang tính thời sự, xác thực, công chúng và định hướng xã hội. Trong bối cảnh truyền thông số, thông tin báo chí có thể được sinh viên tiếp nhận trực tiếp qua các kênh báo chí chính thức hoặc gián tiếp qua các kênh trung gian xã hội, với điều kiện nội dung đó có nguồn gốc từ hoạt động báo chí chuyên nghiệp hoặc đã được chủ thể báo chí kiểm chứng, biên tập và công bố.*

Thông tin báo chí không đồng nhất với mọi thông tin lưu hành trên Internet. Điểm phân biệt cốt lõi nằm ở nguồn gốc sản xuất, quy trình nghề nghiệp, trách nhiệm pháp lý, trách nhiệm xã hội và chuẩn mực kiểm chứng của chủ thể báo chí. Trong môi trường số, thông tin báo chí có thể đến với sinh viên qua trang báo điện tử, ứng dụng, fanpage, YouTube, TikTok, podcast chính thức của cơ quan báo chí hoặc qua người dùng chia sẻ lại trên mạng xã hội. Một nội dung vẫn thuộc phạm vi thông tin báo chí nếu có nguồn gốc từ hoạt động báo chí chuyên nghiệp; ngược lại, bài đăng cá nhân, video tự phát hoặc bình luận của người có ảnh hưởng không mặc nhiên là thông tin báo chí nếu không được tạo lập, kiểm chứng và công bố theo logic nghề nghiệp báo chí.

Bảng 2.1. Phân biệt nguồn gốc và kênh tiếp nhận của thông tin báo chí

Nguồn gốc thông tin	Kênh tiếp nhận	Phạm vi trong luận án
Do cơ quan, chủ thể báo chí sản xuất theo quy trình nghề nghiệp	Kênh báo chí chính thức: báo in, phát thanh, truyền hình, báo điện tử, ứng dụng hoặc nền tảng chính thức của cơ quan báo chí	Thuộc phạm vi luận án
Do cơ quan, chủ thể báo chí sản xuất theo quy trình nghề nghiệp	Trung gian xã hội: mạng xã hội, người có ảnh hưởng, giảng viên, chuyên gia, bạn bè hoặc cộng đồng trực tuyến chia sẻ lại	Thuộc phạm vi luận án
Do cá nhân hoặc người có ảnh hưởng tự sản xuất, không theo quy trình báo chí	Mạng xã hội, nền tảng video, blog cá nhân hoặc cộng đồng trực tuyến	Không thuộc phạm vi, trừ trường hợp được cơ quan báo chí kiểm chứng, biên tập và công bố lại
Tin đồn, bình luận cá nhân, nội dung giải trí tự phát	Bất kỳ kênh phân phối nào	Không thuộc phạm vi luận án

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ cơ sở lý luận, pháp lý và khung thao tác hóa của luận án.

Bảng 2.1 là căn cứ thao tác để phân biệt nguồn gốc báo chí và kênh tiếp nhận. Sự phân biệt này cho phép nhận diện hai nhóm công chúng theo điểm chạm: công chúng trực tiếp tiếp nhận sản phẩm báo chí trên kênh chính thức, và công chúng gián tiếp tiếp nhận thông tin có nguồn gốc báo chí qua mạng xã hội, người có ảnh hưởng, giảng viên, chuyên gia, bạn bè hoặc cộng đồng trực tuyến.

2.1.2. Tiếp nhận thông tin báo chí

Tiếp nhận thông tin báo chí là khái niệm trung tâm của luận án và cần được phân biệt với tiếp cận. Tiếp cận chỉ khả năng chạm tới nguồn tin, gắn với thiết bị, kết nối, thời gian, chi phí và môi trường hỗ trợ; tiếp nhận là quá trình sâu hơn, bao gồm tiếp xúc, chú ý, lựa chọn, lĩnh hội, giải mã, đánh giá, phản hồi, chia sẻ và sử dụng thông tin. Vì vậy, tiếp cận là tiền đề ban đầu nhưng chưa đủ bảo đảm tiếp nhận có chất lượng.

Ở bình diện lý luận, Tạ Ngọc Tấn (2001) xem tiếp nhận thông tin như một quá trình phụ thuộc vào hiệu quả tiếp nhận của công chúng [26]; mô hình truyền thông hai bước làm rõ vai trò của các trung gian xã hội trong quá trình thông tin đi tới công chúng [79], [75]. Hall (1980) nhấn mạnh tính chủ động của công chúng trong giải mã thông điệp khi viết: "*nếu không có ý nghĩa nào được tiếp nhận, thì không thể có sự tiêu dùng thông điệp*" [62, tr. 164]. Gợi ý này cho thấy thông điệp báo chí không tự tạo ra tác động nếu không được công chúng tiếp nhận, giải mã và trao nghĩa trong bối cảnh xã hội cụ thể.

So với Tạ Ngọc Tấn, người nhấn mạnh hiệu quả tiếp nhận trong quan hệ giữa báo chí và công chúng, Hall làm rõ phương diện giải mã và kiến tạo nghĩa; còn Lazarsfeld và Katz giúp nhận diện vai trò của trung gian xã hội trong dòng chảy thông tin. Đặt trong môi trường truyền thông số, các tiếp cận này cho phép xem tiếp nhận thông tin báo chí không chỉ là đọc, nghe, xem, mà là một thực hành xã hội có tính chủ động, có trung gian và có phân hóa. Đối với sinh viên, chuỗi tiếp nhận có thể gồm năm khâu: tiếp xúc với sản phẩm báo chí qua kênh trực tiếp hoặc gián tiếp; chú ý và lựa chọn nội dung; lĩnh hội và giải mã; đánh giá độ tin cậy, tính hữu ích và ý nghĩa xã hội; phản hồi, sử dụng hoặc lan tỏa thông tin trong học tập, giao tiếp và định hướng hành động.

Từ các phân tích trên, luận án xác định: ***Tiếp nhận thông tin báo chí là quá trình chủ thể công chúng tiếp xúc, lựa chọn, lĩnh hội, giải mã, đánh giá, phản hồi và sử dụng sản phẩm báo chí trong những điều kiện xã hội, văn hóa và kỹ thuật xác định. Đối với sinh viên đại học, quá trình này không chỉ thể***

hiện ở tần suất đọc, nghe, xem, mà còn ở mức độ chủ động, năng lực kiểm chứng, khả năng đánh giá và sử dụng thông tin trong học tập, giao tiếp xã hội và phát triển bản thân.

Bảng 2.2. Hệ chỉ báo của khái niệm tiếp nhận thông tin báo chí

Khâu trong chuỗi tiếp nhận	Chỉ báo quan sát	Nhóm câu hỏi khảo sát và nguồn dữ liệu
Tiếp xúc	Tần suất tiếp nhận theo từng loại hình báo chí; số loại hình báo chí tiếp nhận; kênh tiếp nhận trực tiếp hoặc gián tiếp	Bảng hỏi Phần B; phỏng vấn sâu sinh viên
Chú ý và lựa chọn	Thời điểm tiếp nhận; mức độ chủ động lựa chọn nội dung; bối cảnh tiếp nhận một mình, cùng người khác hoặc qua cộng đồng trực tuyến	Bảng hỏi Phần B
Lĩnh hội và giải mã	Mức độ đọc kỹ, nghe kỹ, xem kỹ; tiếp nhận từ nhiều nguồn; tiếp nhận qua nguồn chính thống hoặc qua trung gian xã hội	Bảng hỏi Phần B, D; phỏng vấn sâu sinh viên
Đánh giá	Mức độ kiểm chứng thông tin; đối chiếu ý kiến chuyên gia; ưu tiên thông tin khách quan; mức độ hài lòng với từng loại hình báo chí	Bảng hỏi Phần B, D
Phản hồi, sử dụng và lan tỏa	Lưu lại, chia sẻ, bình luận, bàn luận, tìm hiểu thêm hoặc bỏ qua; mức độ chuyên hóa thông tin thành nhận thức, thái độ và hành vi	Bảng hỏi Phần B; phỏng vấn sâu sinh viên

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ cơ sở lý luận và khung thao tác hóa của luận án.

2.1.3. Nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí

Nhu cầu là một phạm trù được nghiên cứu trong tâm lý học, xã hội học, kinh tế học và truyền thông học, phản ánh sự đòi hỏi của chủ thể đối với những điều kiện, nội dung hoặc phương tiện nhất định nhằm thỏa mãn mục đích nhận thức, tình cảm, xã hội và hành động. Maslow (1943) đặt nhu cầu trong một cấu trúc thứ bậc của động cơ con người [84]. Trong truyền thông học, Katz, Blumler và Gurevitch (1974) phát triển lý thuyết Sử dụng và HÀi lòng, đặt công chúng vào vị trí chủ thể lựa chọn phương tiện và nội dung nhằm thỏa mãn nhu cầu [74]. Các tác giả nhấn mạnh việc nghiên cứu truyền thông cần chú ý tới *"nguồn gốc xã hội và tâm lý của các nhu cầu"* [74, tr. 510], từ đó lý giải các kỳ vọng đối với phương tiện và những hình thức thỏa mãn mà công chúng tìm kiếm.

Từ Katz, Blumler và Gurevitch đến Rubin, Ruggiero, Papacharissi và Mendelson, nghiên cứu nhu cầu tiếp nhận truyền thông đã dịch chuyển từ các nhu cầu cơ bản như tìm kiếm thông tin, giải trí, giao tiếp xã hội sang các nhu cầu mới của môi trường số như tương tác, cá nhân hóa, thể hiện bản sắc, tham gia cộng đồng và duy trì quan hệ xã hội [74], [106], [107], [98]. Tuyến phát triển này cho thấy nhu cầu tiếp nhận không phải một cấu trúc bất biến, mà được tái tổ chức theo điều kiện truyền thông của từng thời kỳ.

Trong báo chí học Việt Nam, Tạ Ngọc Tấn (2001), Trần Hữu Quang (2001, 2006), Nguyễn Văn Dũng (2012), Phạm Thị Thanh Tịnh (2013) và Lê Thu Hà (2020) đều xem nhu cầu thông tin là thành tố quan trọng trong nghiên cứu công chúng báo chí, gắn với các mục đích nhận thức, định hướng xã hội, giải trí, giao tiếp, tham gia đời sống công cộng và khẳng định giá trị cá nhân [26], [17], [18], [4], [31], [6]. So với các tiếp cận truyền thông học quốc tế, các tác giả Việt Nam nhấn mạnh rõ hơn quan hệ giữa nhu cầu thông tin, chức năng xã hội của báo chí và đặc điểm của từng nhóm công chúng trong bối cảnh xã hội cụ thể.

Nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí được hiểu là sự đòi hỏi tương đối ổn định của chủ thể công chúng đối với việc tiếp xúc, lĩnh hội và sử dụng thông tin báo chí nhằm thỏa mãn những mục đích nhất định. Nếu tiếp nhận thông tin báo

chí nhấn mạnh mặt quá trình, thì nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí nhấn mạnh mặt động cơ: vì sao công chúng tìm đến báo chí, họ cần loại thông tin nào, kỳ vọng hình thức thể hiện ra sao và lựa chọn nền tảng nào để tiếp nhận. Nhu cầu tiếp nhận cũng không đồng nhất với hành vi tiếp nhận đã diễn ra trên thực tế: một sinh viên có thể có nhu cầu cao đối với thông tin học tập, nghề nghiệp hoặc thời sự, nhưng không thường xuyên tiếp nhận vì thiếu thời gian, thiếu kỹ năng kiểm chứng, thiếu môi trường hỗ trợ hoặc bị cuốn vào các dòng nội dung giải trí trên nền tảng.

Đối với sinh viên đại học, nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí biểu hiện qua ba chiều cạnh chính. Thứ nhất, nhu cầu về nội dung, tức sinh viên quan tâm đến những nhóm chủ đề nào và ở mức độ nào. Chiều cạnh này bao gồm thông tin phục vụ học tập, nghề nghiệp, cập nhật thời sự, kinh tế, khoa học - công nghệ, y tế - sức khỏe, văn hóa, giải trí và các vấn đề xã hội. Thứ hai, nhu cầu về hình thức thể hiện, phản ánh mong muốn đối với cách tổ chức và trình bày thông tin như tin tóm tắt, bài phân tích chuyên sâu, video ngắn, infographic, podcast, long-form hoặc sản phẩm đa phương tiện. Thứ ba, nhu cầu về nền tảng tiếp nhận, thể hiện sự ưu tiên đối với các môi trường tiếp nhận như báo điện tử, ứng dụng tin tức, mạng xã hội, nền tảng video ngắn, công cụ tìm kiếm, nhóm chat, kênh của cơ quan báo chí hoặc các trung gian xã hội.

Từ các phân tích trên, luận án xác định: ***Nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học là hệ thống những đòi hỏi, mong muốn và mục đích tương đối ổn định của sinh viên đối với việc tiếp xúc, lĩnh hội và sử dụng thông tin báo chí, biểu hiện ở nhu cầu về nội dung, hình thức thể hiện và nền tảng tiếp nhận, nhằm phục vụ nhận thức, học tập, nghề nghiệp, giao tiếp xã hội, giải trí, phát triển bản thân và tham gia đời sống công cộng.***

Bảng 2.3. Hệ chỉ báo của khái niệm nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí

Chiều cạnh	Chỉ báo quan sát	Nhóm câu hỏi khảo sát và nguồn dữ liệu
Nhu cầu về nội dung	Loại tin tức sinh viên quan tâm nhất; mức độ quan tâm đối với từng nhóm chủ đề; động cơ và mục đích tiếp nhận; nhu cầu thông tin phục vụ học tập, nghề nghiệp, thời sự, phát triển bản thân và giải trí	Bảng hỏi Phần C; phỏng vấn sâu sinh viên
Nhu cầu về hình thức thể hiện	Mong muốn đối với tin tóm tắt nhanh, bài phân tích chuyên sâu, video ngắn, infographic, podcast, long-form, nội dung đa phương tiện; kỳ vọng về tính nhanh, ngắn gọn, trực quan, dễ hiểu và hấp dẫn	Bảng hỏi Phần C; phỏng vấn sâu sinh viên
Nhu cầu về nền tảng tiếp nhận	Mức độ ưu tiên đối với báo điện tử, ứng dụng tin tức, mạng xã hội, nền tảng video ngắn, công cụ tìm kiếm, nhóm chat, kênh chính thức của cơ quan báo chí và các kênh trung gian xã hội	Bảng hỏi Phần B, C; phỏng vấn sâu sinh viên

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ cơ sở lý luận và khung thao tác hóa của luận án.

2.1.4. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí là hệ tiền đề cho phép, hỗ trợ hoặc hạn chế việc hiện thực hóa nhu cầu thành quá trình tiếp nhận cụ thể. Khái niệm này rộng hơn điều kiện tiếp cận: điều kiện tiếp cận chủ yếu liên quan đến khả năng

chạm tới nguồn tin, còn điều kiện tiếp nhận bao gồm cả các tiền đề giúp sinh viên hiểu, giải mã, đánh giá, kiểm chứng và sử dụng thông tin sau khi đã tiếp xúc với nguồn tin. Hargittai (2002) cho rằng trong môi trường trực tuyến, vấn đề không kết thúc ở việc có khả năng truy cập, bởi "*chỉ có khả năng truy cập Internet không giải quyết được vấn đề*" [63, tr. 3].

Gợi ý của Hargittai giúp phân biệt điều kiện vật chất với năng lực sử dụng hiệu quả. Hargittai và Hsieh (2013) tiếp tục mở rộng phân tích bất bình đẳng số sang khác biệt về kỹ năng, cách thức sử dụng và lợi ích xã hội thu được từ Internet [65]. Trong khi đó, Potter (2004) đặt trọng tâm vào năng lực truyền thông như điều kiện chủ quan của quá trình tiếp nhận, bao gồm khả năng tiếp cận, phân tích, đánh giá, tổ chức và sử dụng thông tin một cách có ý thức [102]. Các nghiên cứu về nền tảng số của van Dijck, Poell và de Waal (2018) cho thấy điều kiện tiếp nhận còn chịu tác động của dữ liệu hóa, thuật toán phân phối và cơ chế tham gia của người dùng [121].

Như vậy, Hargittai nhấn mạnh sự khác biệt về kỹ năng trong nhóm đã có khả năng truy cập; Potter nhấn mạnh năng lực phân tích, đánh giá và sử dụng thông tin; van Dijck, Poell và de Waal mở rộng điều kiện tiếp nhận sang cấu trúc nền tảng. Ba hướng tiếp cận này bổ sung cho nhau: thiết bị và Internet tạo điều kiện ban đầu, năng lực truyền thông tạo chiều sâu tiếp nhận, còn nền tảng số định hình những gì sinh viên nhìn thấy, ưu tiên hoặc bỏ qua trong dòng chảy thông tin.

Xét trên chủ thể sinh viên đại học, điều kiện tiếp nhận gồm bốn chiều cạnh: hạ tầng thiết bị và kết nối; thời gian, kinh tế và khả năng chi trả; môi trường giáo dục và sự hỗ trợ từ nhà trường; năng lực truyền thông trong tiếp nhận thông tin báo chí. Bốn chiều cạnh này tương ứng với các nhóm chỉ báo được thao tác hóa trong Bảng 2.4. Trong đó, năng lực truyền thông là chiều cạnh chủ quan có vai trò đặc biệt, giúp sinh viên chuyển từ lướt nhanh sang tiếp nhận có chọn lọc, có kiểm chứng và có giá trị cho học tập, nghề nghiệp, giao tiếp xã hội.

Từ đó, luận án xác định: ***Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học là tổng hòa những tiền đề khách quan và chủ quan cho phép hoặc***

hạn chế sinh viên tiếp xúc, lĩnh hội, giải mã, đánh giá và sử dụng thông tin báo chí; biểu hiện ở hạ tầng thiết bị và kết nối; thời gian, kinh tế và khả năng chi trả; môi trường giáo dục và sự hỗ trợ từ nhà trường; năng lực truyền thông trong tiếp nhận thông tin báo chí.

Bảng 2.4. Hệ chỉ báo của khái niệm điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

Chiều cạnh	Chỉ báo quan sát	Nhóm câu hỏi khảo sát và nguồn dữ liệu
Hạ tầng thiết bị và kết nối	Sở hữu điện thoại thông minh, máy tính/laptop, tivi, radio; WiFi tại trường hoặc ký túc xá; Internet ổn định; khả năng truy cập nền tảng báo chí số	Bảng hỏi Phần D
Thời gian, kinh tế và khả năng chi trả	Thời lượng tiếp nhận tin tức mỗi ngày; mức độ linh hoạt về thời gian; chi phí dữ liệu mạng; tài khoản trả phí; nhận thức về chi phí như một rào cản tiếp nhận	Bảng hỏi Phần D; phỏng vấn sâu sinh viên
Môi trường giáo dục và hỗ trợ từ nhà trường	Nhà trường hỗ trợ tiếp cận nguồn tin; giảng viên hướng dẫn tìm kiếm, kiểm chứng thông tin; môn học hoặc hoạt động nâng cao kỹ năng xử lý thông tin; học liệu trực tuyến; môi trường trao đổi trong học tập	Bảng hỏi Phần D; phỏng vấn sâu sinh viên, giảng viên
Năng lực truyền thông trong tiếp nhận thông tin báo chí	Khả năng tìm kiếm, lựa chọn, nhận diện nguồn tin; đánh giá độ tin cậy; đối chiếu nhiều nguồn; kiểm chứng trước khi chia sẻ; nhận thức về tác động của thuật toán; kiểm soát cảm xúc và sử dụng thông tin có trách nhiệm	Bảng hỏi Phần B, D; phỏng vấn sâu sinh viên

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ cơ sở lý luận và khung thao tác hóa của luận án.

Trong khung phân tích của luận án, rào cản tiếp nhận được xem là mặt không thuận lợi của điều kiện tiếp nhận. Các rào cản có thể gồm quá tải thông tin, khó xác minh nguồn tin, kết nối không ổn định, thiếu thời gian, chi phí tiếp cận nội dung chất lượng, hình thức trình bày chưa phù hợp, thiếu định hướng từ nhà trường hoặc hạn chế về năng lực kiểm chứng. Do đó, điều kiện tiếp cận thuận lợi chưa đồng nghĩa với điều kiện tiếp nhận có chất lượng.

2.1.5. Sinh viên đại học với tư cách công chúng báo chí trẻ

Sinh viên đại học là chủ thể của nhu cầu và điều kiện tiếp nhận được nghiên cứu trong luận án. Ở bình diện pháp lý và giáo dục, Bùi Hiền (2001) xác định: "*Sinh viên là người học của cơ sở giáo dục cao đẳng, đại học*" [10, tr. 71]. Hoàng Phê (2003) cũng dùng khái niệm sinh viên để chỉ người học ở bậc đại học [15]. Luật Giáo dục đại học xác định người học là người đang học tập và nghiên cứu khoa học tại cơ sở giáo dục đại học, trong đó có sinh viên theo học chương trình đào tạo đại học [23]. Ở bình diện này, sinh viên được xác định bởi vị thế pháp lý - giáo dục, là chủ thể đang tham gia quá trình đào tạo trong thiết chế giáo dục đại học.

Ở bình diện xã hội và truyền thông, sinh viên không chỉ là người học trong cơ sở giáo dục đại học, mà còn là một bộ phận của thanh niên có trình độ học vấn tương đối cao, đang trong giai đoạn hoàn thiện nhân cách, tích lũy tri thức chuyên môn, hình thành bản sắc cá nhân, định hướng nghề nghiệp và năng lực công dân. Nguyễn Ánh Hồng (2002) xem sinh viên là "một nhóm xã hội đặc thù" [12, tr. 6], phần lớn là lực lượng thanh niên có trình độ cao, đang chuẩn bị trở thành đội ngũ lao động tri thức. Cách tiếp cận này bổ sung cho định nghĩa pháp lý bằng cách nhấn mạnh đặc điểm tâm lý - xã hội, vị thế chuyển tiếp và tiềm năng tham gia đời sống xã hội của sinh viên. Ở bình diện tâm lý phát triển, độ tuổi này tương ứng với giai đoạn đầu trưởng thành (*emerging adulthood*) mà Arnett (2000) mô tả như một thời kỳ chuyển tiếp đặc thù giữa vị thành niên và trưởng thành, đặc trưng bởi quá trình khám phá bản sắc, định hình giá trị và thử nghiệm các lựa chọn về học tập, nghề nghiệp và quan hệ xã hội [43]. Đặc điểm phát triển này gắn với tính chủ động và tính linh hoạt cao của sinh viên trong lựa chọn nguồn tin, nền tảng và

phương thức tiếp nhận thông tin báo chí. Trong môi trường số, sinh viên còn là nhóm công chúng có mức độ hiện diện cao trên Internet, mạng xã hội và thiết bị di động, thường xuyên tham gia lựa chọn, giải mã, bình luận, chia sẻ và lan tỏa thông tin.

Từ hai bình diện trên, luận án xác định: ***Sinh viên đại học là người đang học tập tại cơ sở giáo dục đại học, đồng thời là nhóm công chúng báo chí trẻ có trình độ học vấn tương đối cao, có mức độ hiện diện cao trong môi trường truyền thông số, tham gia tiếp nhận thông tin báo chí với tư cách những chủ thể chủ động lựa chọn, giải mã, đánh giá và lan tỏa thông tin. Cách định danh sinh viên như công chúng báo chí trẻ đặt đối tượng nghiên cứu vào hệ vấn đề của báo chí học, thay vì chỉ xem sinh viên như nhóm người dùng thông tin nói chung.***

So sánh các cách tiếp cận trên cho thấy định nghĩa từ điển và pháp lý giúp xác định tư cách người học của sinh viên, còn các nghiên cứu tâm lý - xã hội giúp làm rõ đặc điểm lứa tuổi, vị thế xã hội và năng lực tham gia của nhóm này. Đặt trong nghiên cứu báo chí học, sinh viên cần được xem như công chúng báo chí trẻ: vừa có nhu cầu tiếp nhận thông tin phục vụ học tập, nghề nghiệp và đời sống công dân, vừa có khả năng tham gia bình luận, chia sẻ, kiểm chứng và tái lưu thông tin trong môi trường truyền thông số.

2.1.6. Nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học

Trên cơ sở các khái niệm thành phần đã xác lập, luận án sử dụng khái niệm tích hợp “nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học” để định danh trực tiếp đối tượng nghiên cứu. Đây không phải là phép cộng cơ học giữa nhu cầu và điều kiện, mà là cách tiếp cận xem động cơ tiếp nhận và tiền đề tiếp nhận như hai thành tố có quan hệ hữu cơ trong cùng một quá trình tiếp nhận thông tin báo chí.

Trong khái niệm này, nhu cầu thể hiện hệ thống đòi hỏi, mong muốn, mục đích và kỳ vọng của sinh viên đối với thông tin báo chí; điều kiện thể hiện tổng hòa các tiền đề khách quan và chủ quan liên quan đến quá trình tiếp xúc, lựa chọn, giải mã, đánh giá, kiểm chứng, phản hồi và sử dụng thông tin. Nhu cầu cho biết

sinh viên hướng tới nội dung, hình thức và nền tảng nào; điều kiện cho biết các tiền đề nào đi cùng mức độ tiếp nhận thường xuyên, có chọn lọc và có chất lượng tự đánh giá.

Nhu cầu và điều kiện được đặt trong cùng một khung phân tích theo ba phương diện. Thứ nhất, nhu cầu phản ánh động cơ và định hướng của sinh viên đối với nội dung, hình thức và nền tảng tiếp nhận. Thứ hai, điều kiện phản ánh các tiền đề vật chất, kỹ năng và môi trường đi cùng hành vi tiếp nhận thường xuyên, có chọn lọc và có chất lượng tự đánh giá. Thứ ba, nghiên cứu xem xét các mối liên hệ quan sát được giữa hai nhóm biến này mà không xác lập trình tự tác động hay quan hệ nhân quả.

Từ đó, luận án xác định: *Nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay là hệ thống những đòi hỏi, mong muốn, mục đích và kỳ vọng của sinh viên đối với thông tin báo chí, đồng thời là tổng hòa các tiền đề khách quan và chủ quan cho phép hoặc hạn chế việc hiện thực hóa các nhu cầu ấy thành quá trình tiếp nhận trực tiếp hoặc gián tiếp, có chọn lọc, có kiểm chứng và có ý nghĩa trong bối cảnh truyền thông số.*

Trong nghiên cứu thực nghiệm, khái niệm tích hợp này được triển khai qua ba nhóm biến. Nhóm thứ nhất phản ánh thực trạng tiếp nhận, gồm tần suất, loại hình, kênh, phương thức trực tiếp hoặc gián tiếp, thời điểm, mức độ chủ động, hành động sau tiếp nhận và mức độ hài lòng. Nhóm thứ hai phản ánh nhu cầu tiếp nhận, gồm nhu cầu về nội dung, hình thức thể hiện và nền tảng tiếp nhận. Nhóm thứ ba phản ánh điều kiện tiếp nhận, gồm hạ tầng thiết bị và kết nối; thời gian, kinh tế và khả năng chi trả; môi trường giáo dục và hỗ trợ từ nhà trường; năng lực truyền thông trong tiếp nhận thông tin báo chí. Ba nhóm biến này giúp liên kết hệ chỉ báo lý thuyết với phân phân tích thực trạng, đồng thời gợi mở hướng xác định vấn đề và giải pháp phù hợp với từng chủ thể liên quan.

Cách tiếp cận tích hợp giúp luận án phân tích sinh viên đại học không chỉ như người có nhu cầu thông tin, cũng không chỉ như người sở hữu hoặc thiếu hụt các điều kiện tiếp cận. Sinh viên được xem là chủ thể công chúng báo chí trẻ, có

động cơ tiếp nhận, có điều kiện xã hội - kỹ thuật cụ thể, có năng lực giải mã khác nhau và có khả năng chuyên hóa thông tin báo chí thành tri thức, thái độ, hành vi trong học tập và đời sống. Vì vậy, chất lượng tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên chỉ có thể được lý giải đầy đủ khi đặt nhu cầu và điều kiện trong cùng một khung phân tích.

2.2. Cơ sở chính trị và cơ sở pháp lý

2.2.1. Cơ sở chính trị

Về mặt tư tưởng, luận án được thực hiện trên nền tảng chủ nghĩa Mác - Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí cách mạng. Quan điểm của chủ nghĩa Mác - Lênin xem báo chí là công cụ tư tưởng sắc bén, gắn bó với lợi ích của giai cấp và nhân dân, có chức năng thông tin, tổ chức, giáo dục và tập hợp lực lượng xã hội. Tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí nhấn mạnh tính chân thật, tính nhân dân, tính chiến đấu của báo chí, coi nhà báo là chiến sĩ trên mặt trận tư tưởng và yêu cầu báo chí phải viết cho quần chúng hiểu, phục vụ lợi ích của quần chúng. Những quan điểm nền tảng này định hình cách nhìn của luận án: tiếp nhận thông tin báo chí không phải là hành vi tiêu dùng thông tin thuần túy, mà là một quá trình gắn với việc hình thành nhận thức chính trị, xã hội của công dân.

Trên nền tảng đó, luận án quán triệt quan điểm, đường lối của Đảng Cộng sản Việt Nam về công tác tư tưởng, báo chí và truyền thông, thể hiện trong các Văn kiện Đại hội Đảng và Nghị quyết của Ban Chấp hành Trung ương. Trong hệ thống quan điểm này, báo chí không chỉ là kênh thông tin, mà còn là công cụ tư tưởng, văn hóa, là diễn đàn của nhân dân, có vai trò xây dựng đồng thuận xã hội, bồi đắp niềm tin và nâng cao dân trí [2]. Quan điểm đó đặt ra yêu cầu phải hiểu công chúng báo chí, đặc biệt là công chúng trẻ, để báo chí thực hiện hiệu quả chức năng thông tin, giáo dục, định hướng và phản biện xã hội.

Đối với thanh niên, các chủ trương của Đảng và Nhà nước về phát triển con người Việt Nam và phát triển thanh niên đều nhấn mạnh yêu cầu bồi dưỡng tri thức, lý tưởng, năng lực số và tinh thần công dân. Chiến lược phát triển thanh niên Việt Nam giai đoạn 2021 đến 2030, ban hành theo Quyết định số 1331/QĐ-TTg ngày

24/7/2021 của Thủ tướng Chính phủ, nhìn nhận thanh niên là lực lượng xung kích, sáng tạo, có trách nhiệm trong học tập, lao động, đổi mới sáng tạo và hội nhập quốc tế [29]. Với sinh viên đại học, bộ phận tinh hoa của thanh niên, việc tiếp nhận thông tin báo chí một cách đúng đắn, kịp thời và có chất lượng là điều kiện quan trọng để hình thành bản lĩnh chính trị, năng lực nghề nghiệp và ý thức xã hội.

Bối cảnh chính trị của truyền thông hiện nay còn gắn với chủ trương chuyển đổi số quốc gia. Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, phê duyệt theo Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020, tạo khuôn khổ định hướng cho số hóa nhiều lĩnh vực, trong đó có báo chí và giáo dục [28]. Tiếp đó, Chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, phê duyệt theo Quyết định số 348/QĐ-TTg ngày 06/4/2023, hướng tới thay đổi căn bản cách sản xuất, phân phối và tiếp nhận nội dung báo chí [30]. Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia tiếp tục đặt nhận thức số, năng lực số và môi trường thông tin vào trung tâm của phát triển đất nước [1]. Trong bối cảnh đó, nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên không thể tách rời tiến trình chuyển đổi số báo chí và chuyển đổi số giáo dục.

Từ những căn cứ chính trị, tư tưởng nêu trên, có thể khẳng định nghiên cứu nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học phù hợp với yêu cầu chính trị hiện nay trên ba bình diện. *Thứ nhất*, góp phần nâng cao hiệu quả thông tin, tuyên truyền và định hướng của báo chí đối với công chúng trẻ. *Thứ hai*, hỗ trợ phát triển thế hệ thanh niên có tri thức, bản lĩnh và năng lực số. *Thứ ba*, đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số báo chí và chuyển đổi số giáo dục trong tiến trình hội nhập quốc tế.

2.2.2. Cơ sở pháp lý

Về mặt pháp lý, luận án dựa trên một hệ thống văn bản quy phạm pháp luật và văn bản điều hành liên quan trực tiếp tới quyền tiếp cận thông tin, hoạt động báo chí, địa vị pháp lý của thanh niên, sinh viên và tiến trình chuyển đổi số. Trước hết, Hiến pháp năm 2013 ghi nhận quyền tự do ngôn luận, tự do báo chí và quyền

tiếp cận thông tin của công dân [19]. Đây là nền tảng hiến định để xem việc tiếp nhận thông tin báo chí không chỉ là nhu cầu cá nhân, mà còn là một quyền cơ bản gắn với địa vị công dân trong xã hội hiện đại.

Trên bình diện chuyên ngành, Luật Báo chí năm 2016 xác lập khuôn khổ pháp lý cho hoạt động báo chí ở Việt Nam, quy định rõ vị trí, chức năng, các loại hình báo chí, quyền và nghĩa vụ của cơ quan báo chí, nhà báo và cơ quan quản lý [20]. Đối với luận án, Luật Báo chí cung cấp căn cứ để xác định thế nào là sản phẩm báo chí, đâu là chủ thể báo chí, và vì sao thông tin báo chí cần được phân biệt với các loại thông tin lan truyền tự phát trên không gian mạng, như đã trình bày ở mục 2.1.1.

Gắn với quyền của công dân, Luật Tiếp cận thông tin năm 2016 là cơ sở pháp lý quan trọng bảo đảm quyền được tiếp cận thông tin [21]. Mặc dù luật này chủ yếu điều chỉnh việc tiếp cận thông tin do cơ quan nhà nước tạo ra, về bản chất nó củng cố quan niệm rằng tiếp cận thông tin là một quyền hợp pháp, từ đó làm rõ hơn nền tảng pháp quyền của việc nghiên cứu nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin ở công dân trẻ.

Đối với chủ thể nghiên cứu, Luật Thanh niên năm 2020 khẳng định vai trò, quyền và trách nhiệm của thanh niên trong học tập, lao động, sáng tạo và tham gia đời sống xã hội [22]. Trên bình diện giáo dục, Luật Giáo dục đại học, và các văn bản sửa đổi, bổ sung hiện hành, là căn cứ pháp lý xác định tư cách của người học trong cơ sở giáo dục đại học [23]. Như vậy, về mặt pháp lý, sinh viên không chỉ là một nhóm tuổi hay nhóm xã hội, mà là một chủ thể được xác định rõ trong thiết chế giáo dục đại học, thống nhất với cách hiểu khái niệm sinh viên ở mục 2.1.5.

Bên cạnh các luật, nhóm văn bản điều hành về chuyển đổi số và phát triển thanh niên cũng có ý nghĩa trực tiếp đối với nghiên cứu. Quyết định số 749/QĐ-TTg năm 2020 [28], Quyết định số 1331/QĐ-TTg năm 2021 [29], Quyết định số 348/QĐ-TTg năm 2023 [30] và các văn bản triển khai Nghị quyết số 57-NQ/TW [1] tạo nên môi trường chính sách thúc đẩy phát triển hạ tầng số, nội dung số, kỹ năng số và hệ sinh thái báo chí số. Những văn bản này cho thấy điều kiện tiếp nhận

thông tin báo chí không chỉ là câu chuyện cá nhân của từng sinh viên, mà còn thuộc trách nhiệm của nhà trường, cơ quan báo chí, cơ quan quản lý và chính sách công.

Tổng hợp lại, cơ sở pháp lý của luận án được hình thành từ ba lớp: lớp quyền cơ bản của công dân, gồm quyền tự do ngôn luận, tự do báo chí và quyền tiếp cận thông tin; lớp pháp luật chuyên ngành về báo chí và tiếp cận thông tin; lớp pháp luật và chính sách về thanh niên, giáo dục đại học và chuyển đổi số. Ba lớp này tạo nên nền tảng quy chuẩn để luận án xem xét nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên không chỉ như một hiện tượng hành vi, mà còn như một vấn đề có ý nghĩa xã hội và chính sách. Trên nền tảng này, mục 2.3 tiếp tục xác lập khung lý thuyết, mô hình nghiên cứu và thang đo, bảo đảm sự thống nhất giữa cơ sở chính trị, pháp lý với thiết kế nghiên cứu của luận án.

2.3. Khung lý thuyết, mô hình nghiên cứu và thang đo về nhu cầu, điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học

2.3.1. Các lý thuyết áp dụng

2.3.1.1. Lý thuyết tiếp nhận

Lý thuyết tiếp nhận (Reception Theory) là trục lý thuyết của luận án, bởi nó gắn trực tiếp với từ khóa trung tâm của đề tài là tiếp nhận thông tin báo chí. Đại diện tiêu biểu là Stuart Hall với mô hình mã hóa và giải mã (encoding/decoding). Hall (1980) lập luận rằng thông điệp truyền thông được cơ quan báo chí mã hóa theo một hệ mã nhất định, nhưng công chúng không tiếp nhận thông điệp một cách thụ động và đồng nhất; họ giải mã thông điệp theo vị thế xã hội, nền tảng tri thức, kinh nghiệm truyền thông và bối cảnh sống của mình [62]. Hall xác định ba vị thế giải mã: giải mã theo mã thống trị/ưu thế, khi công chúng tiếp nhận thông điệp đúng theo hệ mã mà nhà sản xuất gửi gắm; giải mã theo mã thương lượng, khi công chúng vừa chấp nhận khung chung vừa điều chỉnh theo lợi ích và hoàn cảnh riêng; và giải mã theo mã đối lập, khi công chúng nhận ra hệ mã ưu thế nhưng diễn giải thông điệp theo một khung tham chiếu khác.

Đối với luận án, lý thuyết tiếp nhận có ba giá trị vận dụng cụ thể. *Thứ nhất*, nó cho phép nhìn sinh viên như những chủ thể diễn giải chứ không phải vật thể

tiếp nhận thụ động: khác biệt giữa các sinh viên không chỉ ở chỗ đọc nhiều hay đọc ít tin, mà ở chỗ họ hiểu tin như thế nào, tin tới đâu, nghi ngờ ở điểm nào, có chia sẻ lại hay không. *Thứ hai*, trong môi trường số, sinh viên không chỉ là người giải mã mà còn trở thành người mã hóa lại thông tin khi bình luận, chia sẻ, cắt ghép hoặc tái diễn giải nội dung báo chí trên các nền tảng; ba vị thế giải mã của Hall vì vậy được vận dụng để phân tích cách sinh viên phản hồi và lan tỏa thông tin ở Chương 3. *Thứ ba*, lý thuyết này là cơ sở trực tiếp để luận án thiết kế các chỉ báo mô tả mức độ chủ động, mức độ giải mã có phê phán và mức độ kiểm chứng trong chuỗi hành vi tiếp nhận.

2.3.1.2. Lý thuyết sử dụng và hài lòng

Lý thuyết sử dụng và hài lòng (Uses and Gratifications Theory), với các đại diện Katz, Blumler và Gurevitch (1974) [74], lý giải bình diện động cơ và nhu cầu tiếp nhận. Khác với các lý thuyết truyền thông cổ điển thường đặt câu hỏi truyền thông có vai trò gì đối với công chúng, lý thuyết này đảo ngược câu hỏi: công chúng làm gì với truyền thông. Luận điểm cốt lõi là công chúng chủ động lựa chọn phương tiện và nội dung dựa trên kỳ vọng rằng phương tiện ấy đáp ứng được những nhu cầu nhất định của họ, từ nhu cầu nhận thức, nhu cầu giải trí, nhu cầu kết nối xã hội đến nhu cầu khẳng định bản thân. Trong môi trường truyền thông số, lý thuyết này tiếp tục được mở rộng để nhận diện những hài lòng mới gắn với đặc tính của phương tiện mới. Sundar và Limperos (2013), trong nghiên cứu Sử dụng và hài lòng 2.0: Những hài lòng mới cho phương tiện mới (*Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media*), cho rằng các thuộc tính như tính tương tác, tính điều hướng, tính cá nhân hóa và khả năng tham gia của người dùng làm nảy sinh những dạng hài lòng mà các phương tiện truyền thống chưa tạo ra [112]. Cách bổ sung này phù hợp để lý giải nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên trên các nền tảng số, nơi sự hài lòng không chỉ đến từ nội dung mà còn từ cách thức tương tác, chia sẻ và cá nhân hóa trải nghiệm tiếp nhận.

Trong khuôn khổ luận án, lý thuyết sử dụng và hài lòng được vận dụng để làm rõ cách sinh viên nhận diện nhu cầu thông tin và lựa chọn nguồn, định dạng,

nền tảng phù hợp với mục đích của mình. Nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí không chỉ gắn với nhu cầu nhận biết sự kiện, mà còn với nhu cầu học tập, định hướng nghề nghiệp, giải trí, kết nối xã hội và phát triển bản thân. Cách diễn giải này cho phép luận án phân tích nhu cầu của sinh viên trong quan hệ với động cơ sử dụng thông tin, thay vì quy giản nhu cầu thành sự thiếu hụt thông tin đơn thuần.

Vận dụng vào đối tượng nghiên cứu, cách tiếp cận này cho phép lý giải vì sao sinh viên có thể giảm tiếp nhận một số loại hình báo chí truyền thống: không hẳn vì họ không cần thông tin, mà vì họ cho rằng nền tảng số nhanh hơn, định dạng ngắn dễ tiếp nhận hơn, hoặc nội dung báo chí chưa đủ gần gũi với mối quan tâm thiết thân của họ. Lý thuyết sử dụng và hài lòng là cơ sở trực tiếp để luận án xây dựng thang đo nhu cầu ở mục 2.3.5, đặc biệt là các chỉ báo về động cơ tiếp nhận và mức độ kỳ vọng đối với từng loại hình báo chí.

2.3.1.3. Lý thuyết năng lực truyền thông

Lý thuyết năng lực truyền thông (Media Literacy Theory), với đại diện tiêu biểu là Potter (2004) [102], lý giải bình diện điều kiện và sự phân hóa chất lượng tiếp nhận. Potter quan niệm năng lực truyền thông là tập hợp các năng lực cho phép cá nhân tiếp cận, phân tích, đánh giá và sáng tạo thông điệp truyền thông; năng lực này không phải bẩm sinh mà được hình thành qua giáo dục và trải nghiệm. Trong phạm vi luận án, năng lực truyền thông được vận dụng chủ yếu ở bình diện tiếp nhận, thẩm định, kiểm chứng và diễn giải thông tin báo chí, chứ không mở rộng sang năng lực sản xuất và sáng tạo thông điệp. Trong môi trường thông tin dồi dào, đa nguồn và có sự tham gia của thuật toán phân phối, năng lực truyền thông trở thành điều kiện quan trọng giúp lý giải vì sao trong cùng một điều kiện hạ tầng, sinh viên này tiếp nhận sâu và có kiểm chứng, còn sinh viên khác lại tiếp nhận hời hợt và dễ bị dẫn dắt.

Đối với luận án, lý thuyết năng lực truyền thông có hai giá trị vận dụng. *Một là*, nó cung cấp cơ sở lý luận để xem năng lực truyền thông trong tiếp nhận thông tin báo chí như một chiều cạnh cấu thành điều kiện tiếp nhận, chứ không chỉ là một kỹ năng kỹ thuật đơn thuần. *Hai là*, nó là cơ sở trực tiếp để xây dựng

thang đo điều kiện ở mục 2.3.5, đặc biệt là nhóm chỉ báo về khả năng tìm kiếm, lựa chọn, nhận diện, kiểm chứng, đối chiếu và nhận diện vai trò của thuật toán nền tảng.

2.3.2. Các khái niệm bổ trợ và bối cảnh phân tích

Bên cạnh ba lý thuyết áp dụng, luận án sử dụng một số khái niệm bổ trợ để làm rõ những bình diện đặc thù của tiếp nhận thông tin báo chí trong môi trường số. Các khái niệm này không được nâng thành lý thuyết áp dụng, mà đóng vai trò soi sáng bối cảnh và bổ sung cho khung phân tích.

Thứ nhất, khái niệm công chúng gián tiếp của Prôkhôrôp (2004) [16]. Prôkhôrôp phân biệt công chúng trực tiếp, tức những người tiếp nhận sản phẩm báo chí ngay trên kênh báo chí, với công chúng gián tiếp, tức những người tiếp nhận thông tin báo chí thông qua trung gian là người khác hoặc nền tảng khác. Khái niệm này có ý nghĩa quan trọng đối với luận án, bởi thực tiễn cho thấy nhiều sinh viên hiện nay tiếp nhận sản phẩm báo chí qua các kênh trung gian xã hội, qua chia sẻ của bạn bè, giảng viên và người có ảnh hưởng. Công chúng gián tiếp là cơ sở lý luận để luận án lý giải phương thức tiếp nhận gián tiếp, đồng thời nhất quán với tiêu chí nhận diện thông tin báo chí đã xác định ở mục 2.1.1.

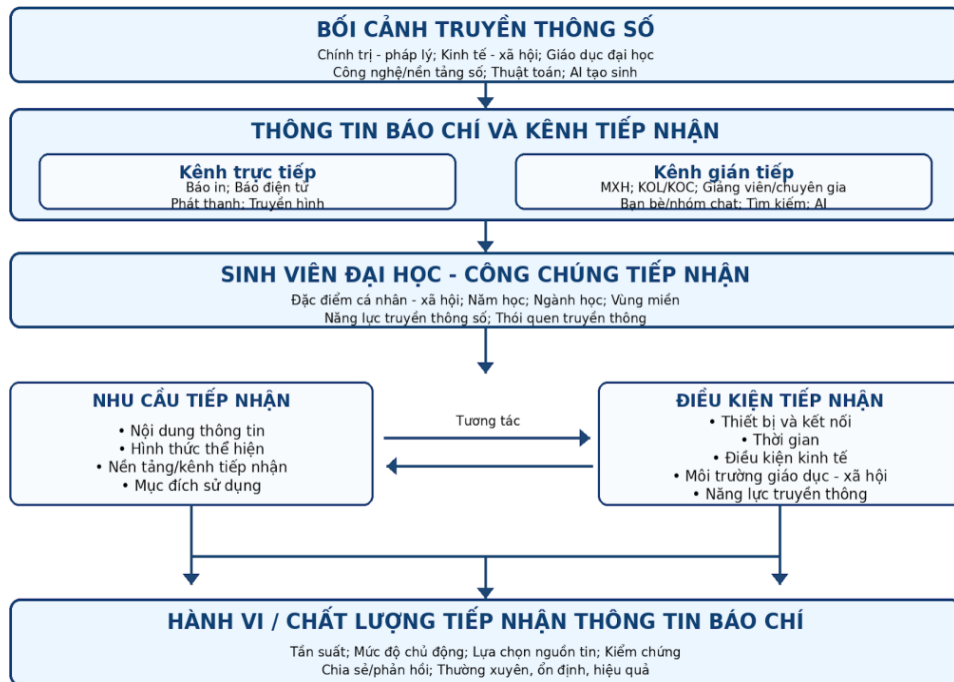
Thứ hai, các khái niệm bong bóng lọc (filter bubble) của Pariser (2011) [99] và buồng vang (echo chamber) của Sunstein (2001) [113]. Bong bóng lọc mô tả tình trạng thuật toán cá nhân hóa giới hạn dải thông tin mà người dùng nhìn thấy; buồng vang mô tả tình trạng người dùng chủ yếu tiếp xúc với những thông điệp cùng chiều, cùng quan điểm. Luận án sử dụng hai khái niệm này để mô tả bối cảnh thuật toán gắn với điều kiện tiếp nhận, không nâng thành lý thuyết áp dụng. Hai khái niệm được chuyển hóa thành các chỉ báo cụ thể trong thang đo điều kiện, gồm mức độ sinh viên đọc thông tin do nền tảng gợi ý so với chủ động tìm kiếm, mức độ tiếp xúc với nguồn tin trái chiều và mức độ nhận thức về vai trò của thuật toán.

Thứ ba, khái niệm lãng tránh tin tức (news avoidance) của Toff, Palmer và Nielsen (2023) [116] được sử dụng như một khái niệm bối cảnh để lý giải hiện tượng một bộ phận công chúng trẻ hạn chế hoặc né tránh tin tức do quá tải, mệt

mỗi, cảm xúc tiêu cực hoặc suy giảm niềm tin. Trong luận án, khái niệm này không được nâng thành lý thuyết áp dụng, mà chỉ dùng để diễn giải các biểu hiện như bỏ qua thông tin, không tương tác, giảm chú ý hoặc tiếp nhận hời hợt trong môi trường thông tin quá tải.

Thứ tư, thuật toán cá nhân hóa và trí tuệ nhân tạo tạo sinh được xem là hai thành tố của bối cảnh công nghệ mới đối với tiếp nhận thông tin báo chí. Thuật toán cá nhân hóa tham gia sắp xếp nội dung người dùng nhìn thấy, theo thứ tự và tần suất nhất định [49], [121]. Trí tuệ nhân tạo tạo sinh tạo thêm một lớp trung gian trong tìm kiếm, tóm tắt, diễn giải và tái phân phối thông tin báo chí [58], [87], [91]. Hai yếu tố này được sử dụng để làm rõ điều kiện tiếp nhận trong môi trường số, không thay thế ba lý thuyết áp dụng chính của luận án.

2.3.3. Mô hình nghiên cứu của luận án



Hình 2.1. Mô hình nghiên cứu về nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay

Nguồn: Tác giả xây dựng. [62], Katz, Blumler và Gurevitch (1974) [74], Potter (2004) [102] và Prôkhôrop (2004) [16].

Trong mô hình, sinh viên đại học được xem là công chúng tiếp nhận chủ động; thông tin báo chí được tiếp nhận qua cả kênh trực tiếp và kênh gián tiếp; nhu cầu, điều kiện, hành vi và chất lượng tự đánh giá được đặt trong cùng một khung để mô tả và so sánh các mối liên hệ quan sát được. Cách tiếp cận này phù hợp với phạm vi nghiên cứu của luận án, trong đó thực trạng tiếp nhận được xem là cơ sở thực tiễn để nhận diện nhu cầu, điều kiện và mối quan hệ giữa hai bình diện này, chứ không phải là một đối tượng nghiên cứu độc lập.

Như thể hiện ở Hình 2.1, quá trình tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học trước hết diễn ra trong bối cảnh truyền thông số. Bối cảnh này bao gồm môi trường chính trị - pháp lý, kinh tế - xã hội, giáo dục đại học, công nghệ và nền tảng số, thuật toán cá nhân hóa và trí tuệ nhân tạo tạo sinh. Đây là lớp bối cảnh bao trùm, vừa mở rộng cơ hội tiếp cận thông tin báo chí của sinh viên, đồng thời đặt ra những thách thức mới như quá tải thông tin, phân mảnh sự chú ý, phụ thuộc vào nền tảng, khó khăn trong kiểm chứng nguồn tin và nguy cơ lãng tránh tin tức.

Trong bối cảnh đó, thông tin báo chí đến với sinh viên qua hai phương thức cơ bản. Phương thức thứ nhất là tiếp nhận trực tiếp thông qua các loại hình báo chí chính thức như báo in, báo điện tử, phát thanh và truyền hình. Phương thức thứ hai là tiếp nhận gián tiếp thông qua mạng xã hội, người có ảnh hưởng, giảng viên, chuyên gia, bạn bè, nhóm chat, công cụ tìm kiếm và các công cụ trí tuệ nhân tạo. Việc phân biệt hai phương thức này có ý nghĩa quan trọng, vì trong môi trường truyền thông số, sinh viên có thể tiếp xúc với thông tin có nguồn gốc báo chí nhưng không nhất thiết tiếp nhận trực tiếp từ cơ quan báo chí. Cách tiếp cận này cũng phù hợp với phạm vi nội dung của luận án, khi nghiên cứu bao quát cả phương thức tiếp nhận trực tiếp và gián tiếp đối với thông tin báo chí.

Trung tâm của mô hình là sinh viên đại học với tư cách công chúng tiếp nhận. Sinh viên không được xem là đối tượng thụ động, mà là chủ thể có khả năng lựa chọn, giải mã, đánh giá, kiểm chứng, chia sẻ và phản hồi thông tin báo chí. Đặc điểm cá nhân - xã hội của sinh viên như giới tính, năm học, ngành đào tạo,

vùng miền, năng lực truyền thông số và thói quen truyền thông có thể gắn với cách họ tiếp cận thông tin báo chí, mức độ chủ động trong tiếp nhận và khả năng chuyển hóa thông tin thành tri thức, thái độ hoặc định hướng hành động.

Hai thành tố trung tâm của mô hình là nhu cầu tiếp nhận và điều kiện tiếp nhận. Nhu cầu tiếp nhận phản ánh động cơ, mục đích và định hướng lựa chọn thông tin báo chí của sinh viên, thể hiện qua nhu cầu về nội dung, hình thức, nền tảng/kênh tiếp nhận và mục đích sử dụng thông tin. Điều kiện tiếp nhận gồm thiết bị và kết nối, thời gian, điều kiện kinh tế, môi trường giáo dục - xã hội và năng lực truyền thông. Mô hình đặt hai nhóm biến này cạnh các biểu hiện hành vi để mô tả và so sánh mối liên hệ trong mẫu; thiết kế cắt ngang không xác lập chiều tác động hoặc quan hệ nhân quả.

Mô hình xem xét mối liên hệ quan sát được giữa nhu cầu, điều kiện, hành vi và chất lượng tự đánh giá trong mẫu sinh viên. Các biểu hiện được phân tích gồm tần suất tiếp nhận, mức độ chủ động, cách lựa chọn nguồn tin, khả năng kiểm chứng thông tin, hành vi chia sẻ hoặc phản hồi, cũng như mức độ thường xuyên, ổn định và hiệu quả của quá trình tiếp nhận. Như vậy, mô hình nghiên cứu không chỉ mô tả các yếu tố riêng lẻ, mà còn thể hiện logic xuyên suốt của luận án: từ bối cảnh truyền thông số, qua kênh tiếp nhận và chủ thể sinh viên, đến quan hệ giữa nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận thông tin báo chí.

Để bảo đảm khả năng triển khai từ mô hình nghiên cứu sang phân tích dữ liệu, các thành tố trong Hình 2.1 được cụ thể hóa thành năm nhóm biến/chỉ báo chủ yếu. Các nhóm biến này được sử dụng như các cụm chỉ báo phục vụ mô tả, so sánh và lý giải thực trạng nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên, không phải hệ biến kiểm định quan hệ nhân quả tuyến tính.

Bảng 2.5. Hệ nhóm biến trong mô hình nghiên cứu và khung phân tích của luận án

Nhóm biến	Thành phần	Vai trò trong mô hình nghiên cứu/khung phân tích
Nhóm biến bối cảnh và phân nhóm	Giới tính, năm học, ngành học, nơi ở, khu vực và loại hình trường; mức độ tham gia tổ chức, câu lạc bộ; thói quen truyền thông	Phân nhóm và so sánh sự khác biệt giữa các nhóm sinh viên
Nhóm biến thực trạng tiếp nhận	Kênh tiếp nhận; phương thức trực tiếp hoặc gián tiếp; tần suất, thời điểm, mức độ chủ động; hành vi sau tiếp nhận	Mô tả thực trạng tiếp nhận, gắn với CH1, H1
Nhóm biến nhu cầu tiếp nhận	Nhu cầu về nội dung; nhu cầu về hình thức, phương thức, nền tảng; động cơ và mục đích tiếp nhận	Mô tả nhu cầu tiếp nhận, gắn với CH2, H2a, H2b
Nhóm biến điều kiện tiếp nhận	Hạ tầng thiết bị và kết nối; thời gian, kinh tế, khả năng chi trả; môi trường giáo dục; năng lực truyền thông trong tiếp nhận thông tin báo chí	Mô tả điều kiện tiếp nhận, gắn với CH3, H3
Nhóm chỉ báo hỗ trợ về thái độ, niềm tin và rào cản	Thái độ và niềm tin đối với thông tin báo chí; rào cản tiếp nhận (quá tải thông tin, khó kiểm chứng, hạn chế thời gian, hình thức không phù hợp)	Hỗ trợ cho mô tả điều kiện và lý giải quan hệ nhu cầu, điều kiện ở CH4, H4

Nguồn: Tác giả xây dựng.

Một số yếu tố bối cảnh rộng như văn hóa cá nhân và toàn cầu hóa thông tin được luận án nhìn nhận như bối cảnh chung của tiếp nhận thông tin báo chí, được phân tích ở phần bối cảnh chứ không đưa vào mô hình như các biến cần kiểm định độc lập. Cách xử lý này giúp mô hình nghiên cứu giữ được trọng tâm báo chí học, đồng thời tránh mở rộng quá mức sang những bình diện xã hội học hoặc tâm lý học nằm ngoài phạm vi chính của luận án.

Từ mô hình nghiên cứu trên, luận án tiếp tục đối chiếu các thành tố của mô hình với câu hỏi nghiên cứu, giả thuyết nghiên cứu và phương pháp kiểm chứng; đồng thời thao tác hóa hai thành tố trung tâm là nhu cầu tiếp nhận và điều kiện tiếp nhận thành các nhóm chỉ báo cụ thể, làm cơ sở xây dựng thang đo, thiết kế bảng hỏi khảo sát và phân tích dữ liệu ở Chương 3.

2.3.4. Đối chiếu mô hình nghiên cứu với câu hỏi, giả thuyết và phương pháp kiểm chứng

Để bảo đảm tính nhất quán giữa hệ lý thuyết, mô hình nghiên cứu, hệ câu hỏi nghiên cứu, hệ giả thuyết và phương pháp kiểm chứng, mục này đối chiếu trực tiếp bốn câu hỏi nghiên cứu và năm giả thuyết đã xác định ở phần Mở đầu với các lý thuyết, khái niệm làm nền, nhóm biến/chỉ báo và phương pháp phân tích dữ liệu tương ứng. Việc đối chiếu này giúp tránh tình trạng lý thuyết, mô hình, bảng hỏi và báo cáo kết quả vận hành rời rạc, đồng thời làm rõ cách từng giả thuyết được kiểm chứng bằng dữ liệu định lượng và định tính.

Bảng 2.6. Đối chiếu mô hình nghiên cứu với câu hỏi, giả thuyết, lý thuyết và phương pháp kiểm chứng

Câu hỏi	Giả thuyết	Lý thuyết, khái niệm làm nền	Nhóm biến, chỉ báo	Phương pháp kiểm chứng
CH1	H1	Lý thuyết tiếp nhận [62]; khái niệm công chúng gián tiếp [16]	Nhóm biến thực trạng tiếp nhận; nhóm biến bối cảnh	Thống kê mô tả; phân tích tần suất kênh và phương thức tiếp nhận; kiểm định χ^2 ; phỏng vấn sâu bổ trợ
CH2	H2a	Lý thuyết sử dụng và hài lòng [74]	Nhóm biến nhu cầu tiếp nhận, chiều cạnh nội dung	Thống kê mô tả; xếp hạng nhu cầu nội dung theo Mean, SD; phân tích theo nhóm chỉ báo; phỏng vấn sâu bổ trợ
CH2	H2b	Lý thuyết sử dụng và hài lòng; khái niệm bối cảnh về thuật toán cá nhân hóa	Nhóm biến nhu cầu tiếp nhận, chiều cạnh hình thức, phương thức, nền tảng	Thống kê mô tả; xếp hạng ưu tiên hình thức và nền tảng theo Mean, SD; cross-tab giữa nhóm và lựa chọn; phỏng vấn sâu bổ trợ

Câu hỏi	Giả thuyết	Lý thuyết, khái niệm làm nền	Nhóm biến, chỉ báo	Phương pháp kiểm chứng
CH3	H3	Lý thuyết năng lực truyền thông [102]; khái niệm bong bóng lọc [99], bùng vang [113]	Nhóm biến điều kiện tiếp nhận; nhóm chỉ báo hỗ trợ	Thống kê mô tả các nhóm điều kiện; so sánh giữa hạ tầng và năng lực truyền thông; ANOVA so sánh giữa các nhóm sinh viên; phỏng vấn sâu hỗ trợ
CH4	H4	Khái niệm tích hợp nhu cầu và điều kiện (mục 2.1.6); ba lý thuyết áp dụng phối hợp	Quan hệ giữa nhóm biến nhu cầu và nhóm biến điều kiện; nhóm chỉ báo hỗ trợ	Cross-tab giữa nhóm nhu cầu cao và hành vi tiếp nhận thường xuyên theo các nhóm điều kiện; χ^2 ; phỏng vấn sâu làm rõ mối liên hệ

Nguồn: Tác giả xây dựng.

Bảng 2.6 cho thấy từng giả thuyết được kiểm chứng bằng thống kê mô tả, bảng chéo, kiểm định khác biệt và phỏng vấn sâu; vì vậy, mô hình nghiên cứu có chức năng tổ chức khung phân tích, không phải sơ đồ kiểm định quan hệ nhân quả tuyến tính. Cách tổ chức này tạo nền cho việc phân tích thực trạng theo hướng thống nhất với khung lý thuyết và hệ giả thuyết của đề tài.

Để bảo đảm sự nhất quán trong sử dụng các kỹ thuật thống kê, luận án xác định rõ phạm vi áp dụng của từng kỹ thuật. Phân tích phương sai một chiều (ANOVA) được sử dụng khi biến phụ thuộc là điểm trung bình thang Likert tổng hợp của một chiều cạnh và biến phân nhóm có từ ba nhóm trở lên (ví dụ năm học, nhóm ngành đào tạo, loại hình trường). Đối với các biến định danh hoặc biến lựa

chọn, luận án sử dụng phân tích bảng chéo (cross-tab) kết hợp kiểm định χ^2 để đo lường mức độ khác biệt giữa các nhóm. Đối với giả thuyết H4 về quan hệ giữa nhu cầu và điều kiện tiếp nhận, nhóm nhu cầu cao được xác định theo điểm trung bình thang Likert của chiều cạnh nhu cầu, chia thành ba mức gồm thấp, trung bình và cao, với ngưỡng cụ thể được trình bày trong phần phương pháp phân tích dữ liệu ở Chương 3. Cách phân nhóm này phù hợp với định hướng mô tả, so sánh của luận án và không đòi hỏi giả định nhân quả.

2.3.5. Thang đo nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

2.3.5.1. Thang đo nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí

Thang đo nhu cầu được cấu trúc theo hai chiều cạnh đã xác định ở mục 2.1.3 là nhu cầu về nội dung và nhu cầu về hình thức, phương thức, nền tảng tiếp nhận. Chiều cạnh nhu cầu về nội dung kế thừa cách phân loại nhu cầu thông tin của lý thuyết sử dụng và hài lòng và cấu trúc chủ đề tin tức trong báo cáo Digital News Report, gồm các biến quan sát về mức độ quan tâm với từng nhóm chủ đề và động cơ tiếp nhận. Chiều cạnh nhu cầu về hình thức, phương thức, nền tảng kế thừa các nghiên cứu về tiêu thụ tin tức số, gồm các biến về ưu tiên định dạng, kỳ vọng đối với cách trình bày và lựa chọn nền tảng tiếp nhận. Cấu trúc thang đo nhu cầu được tổng hợp ở bảng dưới đây.

Bảng 2.7. Thang đo nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học

Chiều cạnh	Nhóm biến quan sát	Nguồn kế thừa
Nhu cầu về nội dung	Mức độ quan tâm với từng nhóm chủ đề tin tức (thời sự, chính trị, học tập, nghề nghiệp, kinh tế, khoa học, công nghệ, y tế, sức khỏe, giải trí); loại tin tức quan tâm nhất; động cơ và mục đích tiếp nhận; mức độ nhu cầu đối với thông tin phục vụ học tập, nghiên cứu, nghề nghiệp và phát triển bản thân	Lý thuyết sử dụng và hài lòng của Katz, Blumler và Gurevitch (1974) [74]; cấu trúc chủ đề tin tức trong Reuters Institute Digital News Report 2025 [94]
Nhu cầu về hình thức, phương thức và nền tảng tiếp nhận	Hình thức tiếp nhận mong muốn (tin tóm tắt nhanh, bài phân tích chuyên sâu, video ngắn, podcast, đa nền tảng); kỳ vọng về tính nhanh, ngắn gọn, trực quan, thuận tiện; mức độ ưu tiên các nền tảng tiếp nhận; đề xuất về hướng cải thiện hình thức và nội dung của báo chí	Nhóm chỉ báo khảo sát hành vi sử dụng tin tức trong Reuters Institute Digital News Report 2025 [94]

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ cơ sở lý luận và khung thao tác hóa của luận án.

2.3.5.2. Thang đo điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

Thang đo điều kiện được cấu trúc theo bốn chiều cạnh đã xác định ở mục 2.1.4. Nhóm chỉ báo về hạ tầng thiết bị, kết nối và nhóm chỉ báo về thời gian, kinh tế kế thừa khái niệm khoảng cách số ba bậc của Hargittai (2002) [63] và Hargittai và Hsieh (2013) [65], cùng các nghiên cứu về vai trò định hình điều kiện tiếp nhận của nền tảng số [120], [121]. Nhóm chỉ báo về môi trường giáo dục tham chiếu các nghiên cứu về giáo dục năng lực truyền thông trong nhà trường, gồm Mihailidis (2018) [88] và Hobbs (2010, 2017) [67], [68]. Nhóm chỉ báo về năng lực truyền thông trong tiếp nhận thông tin báo chí kế thừa trực tiếp khung năng

lực truyền thông của Potter (2004) [102], được luận án vận dụng để xây dựng các chỉ báo về khả năng tìm kiếm, lựa chọn, đánh giá, kiểm chứng, đối chiếu và diễn giải thông tin báo chí. Ngoài bốn chiều cạnh đó, thang đo điều kiện còn bao gồm nhóm chỉ báo về rào cản tiếp nhận, được xây dựng như mặt nghịch của điều kiện, nhất quán với khung phân tích ở mục 2.3.3. Cần lưu ý rằng tiếp cận là điều kiện ban đầu của tiếp nhận, không đồng nhất với tiếp nhận; vì vậy các chỉ báo về mức độ thuận tiện trong tiếp cận được giữ ở nhóm hạ tầng như điều kiện ban đầu, còn chất lượng tiếp nhận thực sự phụ thuộc chủ yếu vào năng lực truyền thông và môi trường tiếp nhận. Cấu trúc thang đo điều kiện được tổng hợp ở bảng dưới đây.

Bảng 2.8. Thang đo điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học

Chiều cạnh	Nhóm biến quan sát	Nguồn kế thừa
Hạ tầng thiết bị và kết nối	Mức độ sở hữu thiết bị tiếp nhận (điện thoại thông minh, máy tính, tivi, radio); mức độ sẵn có và ổn định của kết nối Internet; khả năng truy cập nền tảng báo chí số; mức độ thuận tiện trong tiếp cận	Hargittai (2002) [63], Hargittai và Hsieh (2013) [65] về khoảng cách số ba bậc; van Dijck (2013) [120], van Dijck, Poell và de Waal (2018) [121] về vai trò của nền tảng số; Reuters Institute Digital News Report 2025 [94]
Thời gian, kinh tế và khả năng chi trả	Quỹ thời gian dành cho việc tiếp nhận thông tin mỗi ngày; mức độ thuận lợi trong bố trí thời gian; khả năng chi trả cho dữ liệu mạng và tài khoản báo chí trả phí	Hargittai (2002) [63], Hargittai và Hsieh (2013) [65] về khoảng cách số bậc hai và bậc ba liên quan đến nguồn lực, kỹ năng và lợi ích thực tế của công chúng

Chiều cạnh	Nhóm biến quan sát	Nguồn kế thừa
Môi trường giáo dục và sự hỗ trợ từ nhà trường	Mức độ nhà trường hỗ trợ tiếp cận nguồn tin; sự hướng dẫn của giảng viên; sự hiện diện của môn học, hoạt động nâng cao kỹ năng xử lý thông tin; khả năng truy cập học liệu trực tuyến	Tham chiếu Mihailidis (2018) [88], Hobbs (2010, 2017) [67], [68] và các nghiên cứu về giáo dục năng lực truyền thông trong nhà trường
Năng lực truyền thông trong tiếp nhận thông tin báo chí	Khả năng tìm kiếm, lựa chọn và nhận diện nguồn tin; khả năng đánh giá độ tin cậy; khả năng kiểm chứng và đối chiếu đa nguồn; khả năng tổng hợp, phân tích và sàng lọc thông tin; mức độ nhận thức về vai trò của thuật toán nền tảng; khả năng kiểm soát cảm xúc và sử dụng thông tin có trách nhiệm	Khung năng lực truyền thông của Potter (2004) [102], được luận án vận dụng để xây dựng nhóm chỉ báo về khả năng tìm kiếm, lựa chọn, đánh giá, kiểm chứng, đối chiếu và diễn giải thông tin báo chí
Rào cản tiếp nhận (mặt nghịch của điều kiện)	Mức độ quá tải thông tin; khó xác minh độ tin cậy; hạn chế thời gian; hình thức trình bày không phù hợp; thiếu thiết bị; kết nối không ổn định; khó tiếp cận nguồn tin trả phí	Xây dựng đối ứng với bốn chiều cạnh điều kiện; tham chiếu nhóm chỉ báo khảo sát hành vi sử dụng tin tức và mục về lãng tránh tin tức trong Reuters Institute Digital News Report 2025 [94]; Toff, Palmer và Nielsen (2023) [116]

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ cơ sở lý luận và khung thao tác hóa của luận án.

Như vậy, bộ công cụ lý luận của luận án đã được xác lập gồm ba lý thuyết áp dụng, các khái niệm bổ trợ, mô hình nghiên cứu ở Hình 2.1 và hệ thang đo chuyển hóa các thành tố trung tâm thành chỉ báo khảo sát, phân tích.

2.4. Các yếu tố liên quan đến nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học

2.4.1. Yếu tố chủ quan

Yếu tố chủ quan là những đặc điểm thuộc về bản thân sinh viên, có thể quan sát hoặc đo lường trong khảo sát, đồng thời gắn với sự khác biệt giữa các nhóm sinh viên trong nhu cầu, điều kiện và phương thức tiếp nhận thông tin báo chí. Trong luận án này, nhóm yếu tố chủ quan được tập trung vào ba bình diện: đặc điểm nhân khẩu; ngành học; và văn hóa cá nhân, được hiểu chủ yếu qua thói quen tiếp nhận, kinh nghiệm truyền thông số, năng lực truyền thông và năng lực thẩm định nguồn tin.

2.4.1.1. Đặc điểm nhân khẩu

Đặc điểm nhân khẩu bao gồm giới tính, năm học, nơi ở, hoàn cảnh kinh tế và điều kiện sống của sinh viên. Đây là nhóm biến nền có ý nghĩa quan trọng trong việc phân tích sự khác biệt giữa các nhóm sinh viên, bởi mỗi đặc điểm nhân khẩu đều có thể liên hệ với quỹ thời gian, môi trường sinh hoạt, khả năng chi trả và mức độ ưu tiên đối với các loại thông tin khác nhau.

Đối với nhu cầu tiếp nhận, đặc điểm nhân khẩu gắn với mối quan tâm thông tin và động cơ tiếp nhận. Sinh viên năm thứ nhất thường quan tâm nhiều đến môi trường học tập, đời sống đô thị, học bổng và các nguồn hỗ trợ trong trường, trong khi sinh viên năm cuối nghiêng về thị trường lao động, thực tập, việc làm và các vấn đề gắn với tương lai sau tốt nghiệp. Sự khác biệt về giới, nơi ở và điều kiện kinh tế cũng có thể gắn với mức ưu tiên chủ đề, thời điểm tiếp nhận và mức độ tham gia vào các kênh thông tin khác nhau.

Đối với điều kiện tiếp nhận, hoàn cảnh kinh tế và điều kiện sống gắn với khả năng sở hữu thiết bị, chất lượng kết nối Internet, mức chi trả dữ liệu di động và khả năng tiếp cận nội dung báo chí có thu phí [63], [64], [65]. Các điều kiện

sống cũng có thể liên quan đến không gian dành cho hoạt động đọc, nghe, xem tin tức. Nơi ở và điều kiện sinh hoạt còn gắn với lịch trình trong ngày, mức độ ổn định của quỹ thời gian và khả năng duy trì thói quen tiếp nhận thông tin báo chí. Vì vậy, trong phân tích thực nghiệm, đặc điểm nhân khẩu được sử dụng chủ yếu như biến phân nhóm nhằm so sánh sự khác biệt về nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận giữa các nhóm sinh viên.

2.4.1.2. Ngành học

Ngành học là yếu tố chủ quan có liên hệ rõ với cấu trúc nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí. Ngành học gắn với khối tri thức chuyên môn mà sinh viên tiếp xúc thường xuyên, đồng thời liên quan đến kỳ vọng nghề nghiệp, văn hóa đọc, phương thức tư duy và mức độ quan tâm đến các vấn đề công cộng. Tùy nhóm ngành, sinh viên thường có những mối quan tâm thông tin đặc thù: khối khoa học xã hội, nhân văn, báo chí gắn nhiều hơn với các vấn đề chính trị, xã hội, văn hóa; khối kỹ thuật, công nghệ và kinh tế nghiêng về đổi mới công nghệ, thị trường, tài chính; còn các khối y sinh, pháp luật, giáo dục, dịch vụ ưu tiên thông tin chuyên môn và đời sống xã hội tương ứng.

Tuy nhiên, ngành học không đồng nhất với nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí. Không phải mọi sinh viên khoa học xã hội đều có thói quen đọc sâu, cũng không phải mọi sinh viên kỹ thuật, công nghệ đều ít quan tâm đến thời sự hoặc đời sống công cộng. Ngành học chỉ cung cấp một nền định hướng ban đầu, còn nhu cầu thực tế vẫn gắn với thói quen cá nhân, môi trường học tập, năng lực truyền thông, quan hệ xã hội và bối cảnh nền tảng số. Đối với điều kiện tiếp nhận, ngành học được xem xét chủ yếu thông qua đặc điểm chương trình đào tạo, mức độ yêu cầu sử dụng học liệu báo chí, mức độ khuyến khích tranh luận xã hội trong lớp học và khả năng tiếp cận các nguồn tài nguyên truyền thông trong nhà trường. Vì vậy, ngành học được luận án sử dụng như một biến phân nhóm quan trọng, nhưng không thay thế cho phân tích sâu hơn về nhu cầu, điều kiện và thói quen tiếp nhận của sinh viên.

2.4.1.3. Văn hóa cá nhân

Văn hóa cá nhân là một khái niệm rộng, nhưng trong phạm vi luận án được nhận diện qua các biểu hiện có thể quan sát trong đời sống tiếp nhận thông tin của sinh viên. Các biểu hiện này gồm thói quen đọc và cập nhật tin tức, mức độ chủ động tìm kiếm thông tin báo chí, kinh nghiệm truyền thông số, năng lực tham gia vào các cộng đồng trực tuyến, khả năng sử dụng công nghệ, năng lực thẩm định nguồn tin và thói quen đối chiếu thông tin trước khi chia sẻ hoặc sử dụng. Cách hiểu này giúp văn hóa cá nhân được gắn với những chỉ báo cụ thể, phù hợp với bảng hỏi và phỏng vấn sâu của luận án.

Trước hết, thói quen đọc và cập nhật tin tức phản ánh mức độ chủ động của sinh viên: những sinh viên đọc tin thường xuyên, theo dõi nhiều nguồn và sử dụng báo chí trong học tập, nghề nghiệp thường có nhu cầu đa dạng hơn, đồng thời dần hình thành kỹ năng nhận diện nguồn tin và tổ chức thời gian tiếp nhận.

Bên cạnh thói quen, năng lực thẩm định và xử lý nguồn tin là biểu hiện quan trọng của văn hóa cá nhân trong môi trường truyền thông số. Khi thông tin báo chí được tái phân phối qua mạng xã hội, công cụ tìm kiếm, nhóm chat, người có ảnh hưởng và các công cụ AI tạo sinh, sinh viên cần có khả năng nhận diện nguồn gốc thông tin, phân biệt sản phẩm báo chí với bình luận cá nhân, kiểm tra chéo giữa các nguồn, nhận diện thông tin sai lệch và kiểm soát cảm xúc khi tiếp nhận. Năng lực này gắn với lý thuyết năng lực truyền thông đã trình bày ở mục 2.3.1.3 và được xem là một nhóm điều kiện có liên hệ với mức độ chủ động và chất lượng tiếp nhận tự đánh giá.

Như vậy, văn hóa cá nhân gắn với cả nhu cầu (qua thói quen, động cơ, ưu tiên nội dung) lẫn điều kiện (qua năng lực lựa chọn, kiểm chứng, xử lý thông tin); đây là nhóm yếu tố giúp lý giải vì sao những sinh viên có hạ tầng tương tự vẫn khác nhau đáng kể về chiều sâu tiếp nhận.

2.4.2. Yếu tố khách quan

Yếu tố khách quan là những điều kiện thuộc môi trường truyền thông, giáo dục, xã hội và văn hóa bao quanh sinh viên. Các yếu tố này không nằm hoàn toàn

trong sự kiểm soát của từng cá nhân, nhưng tạo nên bối cảnh để sinh viên nhìn thấy thông tin, lựa chọn nguồn tin, hình thành nhu cầu, phát triển năng lực và hiện thực hóa nhu cầu tiếp nhận trong đời sống hằng ngày. Trong luận án, nhóm yếu tố khách quan được phân tích theo ba bình diện: môi trường truyền thông số và công nghệ; môi trường giáo dục, định hướng truyền thông và toàn cầu hóa thông tin; bối cảnh văn hóa và định hướng giá trị tiếp nhận.

2.4.2.1. Môi trường truyền thông số và công nghệ

Môi trường truyền thông số và công nghệ là yếu tố khách quan gắn với đồng thời nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên. Theo báo cáo *Digital 2026: Vietnam* của DataReportal, các dữ liệu cập nhật đến tháng 10/2025 cho thấy Việt Nam có 85,6 triệu người dùng Internet, tương đương 84,2% dân số; đồng thời có 79,0 triệu định danh người dùng mạng xã hội, tương đương 77,6% dân số [76]. Những số liệu này cho thấy sinh viên đại học Việt Nam đang sống trong một môi trường số hóa có mức độ phổ cập cao, nơi việc tiếp nhận thông tin diễn ra thường xuyên qua thiết bị di động, mạng xã hội, công cụ tìm kiếm và các nền tảng phân phối nội dung theo thuật toán.

Đối với nhu cầu tiếp nhận, các nghiên cứu và báo cáo gần đây ghi nhận sự dịch chuyển của công chúng trẻ sang các định dạng ngắn, trực quan, đa phương tiện và phù hợp với nhịp sử dụng di động [94], [105]. Các chiến lược nội dung báo chí đồng thời gia tăng video, đa định dạng và cá nhân hóa trong phân phối [91]. Trong môi trường nền tảng, luồng nội dung còn được tổ chức thông qua cơ chế gợi ý, ưu tiên hoặc lặp lại của thuật toán [121].

Đối với điều kiện tiếp nhận, môi trường truyền thông số gắn với một hệ tiền đề gồm thiết bị, kết nối, chi phí truy cập và kỹ năng số [63], [65], đồng thời chịu sự tổ chức của ứng dụng và nền tảng phân phối [121]. Khả năng phân tích, đánh giá và kiểm chứng thông tin là một thành tố quan trọng của năng lực truyền thông trong quá trình tiếp nhận [102]. Sinh viên có thiết bị phù hợp, kết nối ổn định và kỹ năng sử dụng nền tảng tốt sẽ có nhiều điều kiện hơn để tiếp nhận thông tin báo chí đa định dạng, đa nguồn và đa thời điểm. Ngược lại, sinh viên thiếu thiết bị,

thiếu kết nối ổn định, thiếu khả năng kiểm chứng hoặc dựa quá nhiều vào luồng gợi ý của nền tảng có thể tiếp nhận thông tin ở mức phân mảnh, thiếu chiều sâu hoặc khó phân biệt giữa thông tin báo chí và các lớp diễn giải thứ cấp.

Sự xuất hiện của AI tạo sinh bổ sung thêm một tầng trung gian trong môi trường tiếp nhận. Các công cụ AI có thể hỗ trợ sinh viên tìm kiếm, tóm tắt, dịch, hệ thống hóa hoặc đối chiếu thông tin báo chí, qua đó mở rộng điều kiện tiếp nhận và cá nhân hóa trải nghiệm thông tin [87], [91], [105]. Tuy nhiên, kết quả do AI hỗ trợ vẫn cần được kiểm tra bằng nguồn gốc và các nguồn có thẩm quyền; sinh viên cần phân biệt thông tin có nguồn gốc báo chí với diễn giải tự động và nội dung cần kiểm chứng lại [87]. Vì vậy, môi trường truyền thông số và công nghệ vừa mở rộng khả năng truy cập và xử lý thông tin báo chí, vừa đặt ra yêu cầu cao hơn đối với năng lực truyền thông, năng lực kiểm chứng và khả năng tự chủ của sinh viên trong quá trình tiếp nhận.

2.4.2.2. Môi trường giáo dục, định hướng truyền thông và toàn cầu hóa thông tin

Môi trường giáo dục là không gian xã hội gần gũi nhất đối với sinh viên và có liên hệ rõ với cả nhu cầu lẫn điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí. Trong trường đại học, thông tin báo chí không chỉ là nguồn cập nhật thời sự, mà còn có thể trở thành học liệu, tư liệu tham khảo, chất liệu thảo luận và nguồn định hướng nghề nghiệp. Khi chương trình đào tạo, hoạt động lớp học, thư viện, nền tảng học liệu số và sự hướng dẫn của giảng viên khuyến khích sinh viên đọc, đối chiếu, thảo luận và kiểm chứng thông tin báo chí, các điều kiện đó có thể góp phần làm cho việc tiếp nhận gắn rõ hơn với học tập, nghiên cứu, tư duy phê phán và trách nhiệm công dân [67], [68], [88], [89], [119].

Trên bình diện điều kiện, nhà trường có thể cung cấp các tiền đề quan trọng cho tiếp nhận thông tin báo chí thông qua thư viện, cơ sở dữ liệu, mạng Internet trong trường, hoạt động truyền thông nội bộ, câu lạc bộ học thuật, diễn đàn sinh viên và các học phần liên quan đến phương pháp nghiên cứu, truyền thông, công dân số và năng lực thông tin [67], [68], [88], [119]. Những hoạt động như giới

thiếu nguồn tin cậy, tổ chức thảo luận thời sự và rèn kỹ năng kiểm chứng có thể góp phần phát triển khả năng phân tích, đánh giá và sử dụng thông tin có trách nhiệm [102], [89], [119]. Do đó, môi trường giáo dục không chỉ là bối cảnh của đời sống sinh viên, mà còn là một điều kiện hỗ trợ quan trọng cho quá trình tiếp nhận thông tin báo chí.

Định hướng truyền thông trong nước cũng là yếu tố khách quan gắn với cấu trúc nhu cầu và điều kiện tiếp nhận [2]. Báo chí Việt Nam vận hành trong khuôn khổ chính trị, pháp lý và nghề nghiệp đã nêu, với các chức năng thông tin trung thực, tuyên truyền, phổ biến, phản ánh và hướng dẫn dư luận xã hội, góp phần nâng cao dân trí [20]. Chiến lược chuyển đổi số báo chí xác lập định hướng phát triển sản phẩm báo chí số, nền tảng số, ứng dụng công nghệ và đào tạo nhân lực [30]. Sự phát triển của hệ thống báo chí chính thống, mức độ chuyển đổi số của cơ quan báo chí và các chương trình giáo dục truyền thông trong nhà trường đều tạo thành môi trường định hướng đối với sinh viên.

Toàn cầu hóa thông tin mở rộng phạm vi tiếp nhận vượt ra ngoài biên giới quốc gia: các nền tảng xuyên biên giới, nguồn tin và xu hướng quốc tế làm đa dạng hóa nhu cầu, khiến sinh viên vừa quan tâm chính sách trong nước vừa theo dõi biến động quốc tế, nghề nghiệp toàn cầu và các vấn đề xuyên quốc gia. Trên bình diện điều kiện, toàn cầu hóa đặt ra yêu cầu về ngoại ngữ, năng lực số, năng lực so sánh nguồn tin và khả năng nhận diện khác biệt về bối cảnh văn hóa, chính trị, pháp lý của từng nguồn thông tin. Đây là quan hệ hai chiều: toàn cầu hóa mở rộng cơ hội tiếp nhận, nhưng cũng làm tăng áp lực sàng lọc và kiểm chứng đối với sinh viên.

2.4.2.3. Bối cảnh văn hóa và định hướng giá trị tiếp nhận

Bối cảnh văn hóa và định hướng giá trị tiếp nhận là yếu tố khách quan gắn nhiều hơn với nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên, đồng thời liên quan gián tiếp đến điều kiện tiếp nhận thông qua tâm thế, niềm tin và thói quen sử dụng nguồn tin. Trong phạm vi luận án, yếu tố này được giới hạn ở các đặc điểm có liên quan rõ đến quan hệ giữa công chúng và báo chí trong xã hội Việt Nam.

Trước hết, báo chí chính thống ở Việt Nam giữ vị trí quan trọng trong đời sống thông tin: truyền thống coi báo chí là nguồn tin có trách nhiệm, có kiểm chứng và định hướng xã hội tạo nên kỳ vọng của công chúng về độ tin cậy và giá trị giáo dục. Với sinh viên, kỳ vọng này thể hiện ở việc ưu tiên báo chí chính thống khi xác minh thông tin quan trọng hoặc tìm hiểu các vấn đề chính sách, giáo dục, y tế, pháp luật. Ngay cả khi sinh viên tiếp xúc với tin tức qua mạng xã hội, nhu cầu tìm đến nguồn báo chí chính thống đôi khi vẫn hiện diện như một cơ chế kiểm chứng và định hướng.

Bên cạnh đó, báo chí còn định hướng các giá trị xã hội như trách nhiệm công dân, tinh thần nhân văn, tôn trọng sự thật và năng lực thảo luận công cộng, qua đó duy trì sự quan tâm của sinh viên đối với các vấn đề công cộng, giáo dục, khoa học, sức khỏe, môi trường và phát triển xã hội. Trong bối cảnh nhiều nguồn tin phi chính thống cạnh tranh sự chú ý bằng cảm xúc, giật gân hoặc giải trí, định hướng giá trị tiếp nhận giúp sinh viên phân biệt giữa nhu cầu giải trí ngắn hạn và nhu cầu thông tin có ý nghĩa đối với tri thức, nghề nghiệp và tư cách công dân.

Bối cảnh văn hóa cũng gắn với cách sinh viên đánh giá nguồn tin. Trong khi thói quen tiếp nhận đang dịch chuyển mạnh sang mạng xã hội và nền tảng số, sinh viên vẫn cần những nguồn báo chí có khả năng xác thực, giải thích và cung cấp bối cảnh. Vì vậy, định hướng giá trị tiếp nhận vừa củng cố vai trò của báo chí như nguồn tin đáng tin cậy, vừa đặt ra yêu cầu báo chí thích ứng với nhịp sống số của công chúng trẻ.

Nhìn chung, phần lớn các yếu tố trên gắn đồng thời với cả nhu cầu và điều kiện tiếp nhận, trong khi ngành học và bối cảnh văn hóa nghiêng về một bình diện. Hệ yếu tố này là cơ sở để xác lập các biến phân nhóm (giới tính, năm học, nhóm ngành, khu vực, loại hình trường) và lý giải quan hệ giữa nhu cầu với điều kiện trong phân tích thực nghiệm.

Tiểu kết chương 2

Chương 2 xác lập nền tảng lý luận, chuẩn tắc và phương pháp luận cho việc khảo sát nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay. Bốn nội dung được triển khai gồm: hệ khái niệm công cụ; cơ sở chính trị, tư tưởng và pháp lý; khung lý thuyết, mô hình nghiên cứu, thang đo; các yếu tố liên quan đến nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên.

Một là, hệ khái niệm công cụ được xác lập theo logic từ khái niệm gốc đến khái niệm tích hợp. Thông tin báo chí được nhận diện theo nguồn gốc và logic sản xuất báo chí; tiếp nhận thông tin báo chí được hiểu như quá trình tiếp xúc, lựa chọn, giải mã, đánh giá, phản hồi và sử dụng; nhu cầu tiếp nhận gồm nội dung, hình thức thể hiện và nền tảng; điều kiện tiếp nhận gồm thiết bị, kết nối, thời gian, khả năng chi trả, môi trường giáo dục và năng lực truyền thông. Sinh viên đại học được định danh như nhóm công chúng báo chí trẻ.

Hai là, cơ sở chính trị, tư tưởng và pháp lý đặt vấn đề tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên trong quan hệ với vai trò xã hội của báo chí, quyền tiếp cận thông tin của công dân, chính sách phát triển thanh niên, giáo dục đại học và chuyển đổi số. Các căn cứ này tạo nền tảng chuẩn tắc để nhận diện trách nhiệm của cơ quan báo chí, cơ sở giáo dục đại học, cơ quan quản lý và sinh viên trong việc hình thành môi trường tiếp nhận lành mạnh, có kiểm chứng và có giá trị xã hội.

Ba là, khung lý thuyết của luận án được tổ chức quanh ba bình diện trung tâm: lý thuyết Tiếp nhận của Stuart Hall (1980) [62] làm rõ tính chủ động của sinh viên trong quá trình giải mã; lý thuyết Sử dụng và Hải lòng của Katz, Blumler và Gurevitch (1974) [74] lý giải động cơ, mục đích, cấu trúc nhu cầu; lý thuyết Năng lực truyền thông của Potter (2004) [102] làm rõ điều kiện chủ quan và sự phân hóa chất lượng tiếp nhận. Khái niệm công chúng báo chí gián tiếp của Prôkhôrop (2004) [16] và các khái niệm hỗ trợ về thuật toán, AI, bong bóng lọc, buồng vang, tiếp xúc ngẫu nhiên, lãng tránh tin tức được dùng để nhận diện bối cảnh truyền thông số.

Bốn là, các yếu tố liên quan được khái quát theo hai nhóm: yếu tố chủ quan gồm đặc điểm nhân khẩu, ngành học, thói quen tiếp nhận, kinh nghiệm truyền thông và năng lực thẩm định nguồn tin; yếu tố khách quan gồm môi trường truyền thông số, công nghệ, thuật toán, AI tạo sinh, môi trường giáo dục, định hướng truyền thông, toàn cầu hóa thông tin và bối cảnh văn hóa. Các yếu tố này giúp nhận diện bối cảnh trong đó nhu cầu được hiện thực hóa ở các mức độ khác nhau tùy theo điều kiện tiếp nhận, năng lực kiểm chứng và môi trường hỗ trợ.

Khung lý luận và hệ chỉ báo trên cho phép xem nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí như hai thành tố có quan hệ hữu cơ: nhu cầu cho thấy sinh viên cần gì ở thông tin báo chí, còn điều kiện cho thấy những tiền đề nào giúp hoặc hạn chế việc hiện thực hóa nhu cầu ấy trong thực tế. Đây là cơ sở để Chương 3 phân tích thực trạng, nhu cầu, điều kiện và mối liên hệ giữa nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận của sinh viên.

CHƯƠNG 3.

THỰC TRẠNG NHU CẦU VÀ ĐIỀU KIỆN TIẾP NHẬN THÔNG TIN BÁO CHÍ CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC VIỆT NAM HIỆN NAY

3.1. Bối cảnh khảo sát, đặc điểm các trường đại học và căn cứ diễn giải dữ liệu

3.1.1. Khái quát các trường đại học trong diện khảo sát

Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng

Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng (HIU) là cơ sở giáo dục đại học tư thực tại Thành phố Hồ Chí Minh, thành lập năm 1997 với tên gọi ban đầu là Trường Đại học Dân lập Hồng Bàng, là một trong những trường đại học tư thực đầu tiên ở khu vực phía Nam. Năm 2009, Trường được đổi tên thành Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng; từ năm 2015, Trường nhận đầu tư của Tập đoàn Nguyễn Hoàng và mở rộng mạnh mẽ về cơ sở vật chất [36].

Về quy mô và lĩnh vực đào tạo: Trường đào tạo đa ngành, đa lĩnh vực ở các trình độ từ đại học đến tiến sĩ, được tổ chức thành nhiều khoa và viện với hơn ba mươi sáu ngành đào tạo, trong đó khoa học sức khỏe là lĩnh vực mũi nhọn. Bên cạnh các chương trình tiếng Việt, Trường còn triển khai các chương trình giảng dạy bằng tiếng Anh và liên kết quốc tế, hướng tới mô hình đào tạo chuẩn quốc tế [36].

Về chức năng, nhiệm vụ: HIU thực hiện đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao và nghiên cứu khoa học trong các lĩnh vực khoa học sức khỏe, kinh tế, quản lý, khoa học xã hội và kỹ thuật - công nghệ, phục vụ phát triển kinh tế, xã hội. Nhà trường định hướng xây dựng môi trường đào tạo quốc tế, gắn đào tạo với thực hành và hội nhập [36].

Về đặc điểm sinh viên: Sinh viên của Trường đến từ nhiều vùng miền với nền tảng học tập và định hướng nghề nghiệp đa dạng, theo học ở nhiều khối ngành, trong đó khoa học sức khỏe chiếm tỷ trọng đáng kể. Học tập trong môi trường đô thị lớn và mang tính quốc tế, sinh viên có điều kiện tiếp xúc thường xuyên với

công nghệ, ngoại ngữ và các kênh thông tin, truyền thông đa dạng; phân đông năng động, quen sử dụng các nền tảng số trong học tập và đời sống.

Về vị trí trong mẫu khảo sát: Trong thiết kế mẫu của luận án, Trường đại diện cho nhóm trường tư thục đa ngành ở khu vực miền Nam, gắn với môi trường đô thị lớn. Trường đóng góp 216 phiếu khảo sát, chiếm 10,52% tổng mẫu (N = 2.053), là đơn vị có số phiếu lớn nhất trong mười trường.

Trường Đại học Bách khoa, Đại học Đà Nẵng

Trường Đại học Bách khoa, Đại học Đà Nẵng (DUT) là trường đại học công lập chuyên đào tạo lĩnh vực kỹ thuật và công nghệ tại khu vực miền Trung - Tây Nguyên. Tiền thân của Trường là Viện Đại học Đà Nẵng, thành lập năm 1975, và chính thức mang tên Trường Đại học Bách khoa Đà Nẵng từ năm 1976. Giai đoạn 1994 đến 2003, Trường mang tên Trường Đại học Kỹ thuật Đà Nẵng và trở thành trường thành viên của Đại học Đà Nẵng; từ năm 2004 mang tên hiện nay [33].

Về quy mô và lĩnh vực đào tạo: Trường được tổ chức thành 14 khoa cùng nhiều trung tâm nghiên cứu và đào tạo, với 41 ngành, chuyên ngành đại học, 18 ngành thạc sĩ và 16 ngành tiến sĩ; quy mô gần 18.000 sinh viên, học viên. Các lĩnh vực đào tạo tập trung vào kỹ thuật, công nghệ, xây dựng, cơ khí, điện - điện tử, công nghệ thông tin, môi trường và kiến trúc. Năm 2017, Trường là một trong những cơ sở đầu tiên của Việt Nam đạt chuẩn kiểm định quốc tế HCERES [33].

Về chức năng, nhiệm vụ: DUT đào tạo nguồn nhân lực kỹ thuật, công nghệ trình độ cao, có năng lực đổi mới, sáng tạo; đồng thời nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ phục vụ phát triển kinh tế, xã hội của khu vực miền Trung, Tây Nguyên và cả nước. Nhà trường được xem là trung tâm nghiên cứu khoa học kỹ thuật và chuyển giao công nghệ hàng đầu của khu vực [33].

Về đặc điểm sinh viên: Sinh viên của Trường chủ yếu theo học các ngành kỹ thuật, công nghệ, có đầu vào tương đối cao và nền tảng tốt về khoa học tự nhiên. Đặc thù đào tạo kỹ thuật hình thành ở sinh viên tư duy logic, tính kỷ luật, chú trọng năng lực thực hành và nghiên cứu, định hướng nghề nghiệp rõ ràng.

Trong tiếp nhận thông tin, sinh viên thường quan tâm tới các nội dung khoa học, công nghệ, thời sự kinh tế và có xu hướng kiểm chứng thông tin theo lối tư duy phân tích.

Về vị trí trong mẫu khảo sát: Trong thiết kế mẫu của luận án, Trường đại diện cho khối kỹ thuật, công nghệ thuộc nhóm trường công lập ở khu vực miền Trung. Trường đóng góp 210 phiếu khảo sát, chiếm 10,23% tổng mẫu (N = 2.053).

Trường Đại học Văn Hiến

Trường Đại học Văn Hiến (VHU) là cơ sở giáo dục đại học tư thục tại Thành phố Hồ Chí Minh, thành lập ngày 11 tháng 7 năm 1997 theo Quyết định số 517/TTg của Thủ tướng Chính phủ, với tên gọi ban đầu là Trường Đại học Dân lập Văn Hiến. Đến tháng 12 năm 2016, Trường chuyển đổi sang loại hình tư thục. Trải qua hơn một phần tư thế kỷ phát triển, Trường khẳng định vị thế là cơ sở đào tạo đa ngành theo định hướng ứng dụng, có thế mạnh ở khối khoa học xã hội và nhân văn [38].

Về quy mô và lĩnh vực đào tạo: Trường đào tạo hơn ba mươi ngành ở bậc đại học cùng các chương trình thạc sĩ và tiến sĩ, thuộc các lĩnh vực kinh tế, du lịch, kỹ thuật - công nghệ, khoa học xã hội và nhân văn, ngôn ngữ và nghệ thuật. Trường có nhiều cơ sở đào tạo trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh và đã đạt kiểm định chất lượng cơ sở giáo dục. Chương trình đào tạo được xây dựng theo hướng gắn với thực tiễn nghề nghiệp và nhu cầu của thị trường lao động [38].

Về chức năng, nhiệm vụ: VHU đào tạo nguồn nhân lực có kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp và tinh thần trách nhiệm xã hội; đồng thời nghiên cứu khoa học, chuyển giao tri thức và phục vụ cộng đồng. Với triết lý “thành nhân trước thành danh”, Nhà trường chú trọng đào tạo người học có đạo đức, tri thức và năng lực sáng tạo [38].

Về đặc điểm sinh viên: Sinh viên của Trường chủ yếu là học sinh tốt nghiệp trung học phổ thông, có nền tảng và định hướng nghề nghiệp đa dạng, tập trung ở các ngành khoa học xã hội và nhân văn, kinh tế, du lịch và ngôn ngữ. Theo học trong môi trường đề cao tính nhân văn và ứng dụng nghề nghiệp, sinh viên quan

tâm tới các vấn đề văn hóa, xã hội và đời sống cộng đồng, có nhu cầu phát triển kỹ năng giao tiếp, kỹ năng mềm và khả năng thích ứng với thực tiễn.

Về vị trí trong mẫu khảo sát: Trong thiết kế mẫu của luận án, Trường đại diện cho nhóm trường tư thục đa ngành ở khu vực miền Nam, gắn với môi trường đô thị lớn. Trường đóng góp 207 phiếu khảo sát, chiếm 10,08% tổng mẫu (N = 2.053).

Trường Đại học Văn Lang

Trường Đại học Văn Lang (VLU) là cơ sở giáo dục đại học tư thục tại Thành phố Hồ Chí Minh, thành lập ngày 27 tháng 01 năm 1995 theo Quyết định số 71/TTg của Thủ tướng Chính phủ, với tên gọi ban đầu là Trường Đại học Dân lập Văn Lang. Đến tháng 10 năm 2015, Trường chuyển đổi sang loại hình tư thục. Trải qua ba thập kỷ phát triển, Văn Lang trở thành một trong những trường đại học tư thục có uy tín tại Thành phố Hồ Chí Minh [39].

Về quy mô và lĩnh vực đào tạo: Trường là cơ sở đào tạo đa ngành, đa bậc học, đào tạo nhiều ngành thuộc các lĩnh vực kiến trúc, mỹ thuật ứng dụng, kỹ thuật, công nghệ, khoa học sức khỏe, kinh tế, du lịch và ngôn ngữ. Trường được đầu tư hệ thống cơ sở vật chất hiện đại và đạt thứ hạng cao ở một số lĩnh vực trong các bảng xếp hạng đại học quốc tế, đặc biệt là nhóm ngành thiết kế và nghệ thuật [39].

Về chức năng, nhiệm vụ: VLU đào tạo nguồn nhân lực theo định hướng ứng dụng, nghiên cứu khoa học và phục vụ cộng đồng. Với triết lý giáo dục thông qua học tập trải nghiệm, Nhà trường chú trọng xây dựng hệ sinh thái kết nối người học, nhà khoa học và doanh nghiệp, hướng tới đào tạo những con người có đạo đức, sáng tạo và mang lại tác động tích cực cho xã hội [39].

Về đặc điểm sinh viên: Sinh viên Văn Lang trẻ, năng động, đa dạng về năng lực và sở thích, theo học nhiều khối ngành từ thiết kế, nghệ thuật, truyền thông đến kinh tế, công nghệ và sức khỏe. Môi trường học tập hiện đại, đề cao trải nghiệm và sáng tạo khiến sinh viên quan tâm tới xu hướng văn hóa, truyền thông thị giác và các nền tảng số; phần đông nhạy bén với cái mới và tích cực tham gia hoạt động xã hội, ngoại khóa.

Về vị trí trong mẫu khảo sát: Trong thiết kế mẫu của luận án, Trường đại diện cho nhóm trường tư thục đa ngành ở khu vực miền Nam, gắn với môi trường đô thị lớn. Trường đóng góp 208 phiếu khảo sát, chiếm 10,13% tổng mẫu (N = 2.053).

Trường Đại học Y Hà Nội

Trường Đại học Y Hà Nội (HMU) là cơ sở giáo dục đại học công lập chuyên ngành y khoa, có trụ sở tại Hà Nội. Trường được thành lập năm 1902 với tên gọi ban đầu là Trường Y khoa Hà Nội, là trường đại học y khoa lâu đời nhất Việt Nam. Năm 1961, Trường tách thành Trường Đại học Y Hà Nội và Trường Đại học Dược Hà Nội; năm 2025, Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đề án phát triển Trường thành cơ sở giáo dục đại học trọng điểm quốc gia thuộc nhóm hàng đầu châu Á [40].

Về quy mô và lĩnh vực đào tạo: Trường đào tạo đa dạng các ngành thuộc khối khoa học sức khỏe ở các trình độ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ, bác sĩ nội trú và bác sĩ chuyên khoa, với quy mô khoảng 6.300 sinh viên, học viên. Các lĩnh vực đào tạo gắn với y học, y tế công cộng, điều dưỡng, kỹ thuật y học và các ngành khoa học sức khỏe liên quan. Đội ngũ cán bộ giảng dạy gồm hơn 1.200 người, trong đó có nhiều giáo sư, phó giáo sư và tiến sĩ đầu ngành [40].

Về chức năng, nhiệm vụ: HMU đào tạo, bồi dưỡng bác sĩ, cử nhân và nguồn nhân lực y tế trình độ cao; nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực y học; đồng thời tham gia khám, chữa bệnh và chăm sóc sức khỏe nhân dân. Theo phương châm kết hợp chặt chẽ giữa đào tạo, nghiên cứu và thực hành lâm sàng, Nhà trường giữ vai trò nòng cốt trong hệ thống đào tạo y khoa của đất nước [40].

Về đặc điểm sinh viên: Sinh viên của Trường có đầu vào thuộc nhóm cao nhất cả nước, nền tảng học tập tốt và định hướng nghề nghiệp rõ ràng theo lĩnh vực y khoa. Chương trình học nặng, gắn chặt với thực hành lâm sàng tại bệnh viện, đòi hỏi sinh viên có tính kỷ luật, đạo đức nghề nghiệp và tinh thần trách nhiệm cao với cộng đồng. Quỹ thời gian dành cho học tập và thực lâm sàng lớn nên thói quen tiếp nhận thông tin của sinh viên mang đặc điểm riêng, thường ưu tiên các nguồn tin nhanh, ngắn gọn và đáng tin cậy.

Về vị trí trong mẫu khảo sát: Trong thiết kế mẫu của luận án, Trường đại diện cho khối khoa học sức khỏe thuộc nhóm trường công lập ở khu vực miền Bắc. Trường đóng góp 205 phiếu khảo sát, chiếm 9,99% tổng mẫu ($N = 2.053$).

Trường Đại học Ngoại thương

Trường Đại học Ngoại thương (FTU) là cơ sở giáo dục đại học công lập trực thuộc Bộ Giáo dục và Đào tạo, có trụ sở chính tại Hà Nội. Trường được thành lập năm 1960, tiền thân là bộ môn Ngoại thương thuộc Khoa Quan hệ quốc tế của Trường Đại học Kinh tế - Tài chính. Năm 1967, Trường chính thức mang tên Trường Đại học Ngoại thương; đến năm 1985 chuyển về trực thuộc Bộ Giáo dục và Đào tạo. Đây là một trong những trường đại học đầu tiên thí điểm tự chủ [35].

Về quy mô và lĩnh vực đào tạo: Trường có trụ sở chính tại Hà Nội cùng cơ sở tại Thành phố Hồ Chí Minh và Quảng Ninh, với quy mô hơn 20.000 người học. Hiện Trường đào tạo 15 ngành ở trình độ đại học cùng các chương trình thạc sĩ và tiến sĩ thuộc các lĩnh vực kinh tế, kinh doanh, quản trị, tài chính - ngân hàng, kế toán - kiểm toán, luật và ngôn ngữ. Nhà trường chú trọng các chương trình chất lượng cao, tiên tiến và liên kết quốc tế [35].

Về chức năng, nhiệm vụ: FTU đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, có năng lực cạnh tranh quốc tế; nghiên cứu khoa học và chuyển giao tri thức phục vụ phát triển kinh tế, xã hội và hội nhập. Nhà trường xác định sứ mạng “phụng sự xã hội bằng sự xuất sắc trong giáo dục, sáng tạo và chuyển giao tri thức”, với phương châm “Khác biệt để dẫn đầu” [35].

Về đặc điểm sinh viên: Sinh viên Ngoại thương có đầu vào cao, năng lực ngoại ngữ tốt và tư duy kinh tế nhạy bén, định hướng nghề nghiệp gắn với kinh doanh, tài chính và hội nhập quốc tế. Môi trường học tập năng động, đề cao tính chủ động và cạnh tranh khiến sinh viên quan tâm tới thông tin kinh tế, thời sự quốc tế và có điều kiện tiếp cận đa dạng các nguồn tin trong và ngoài nước, kể cả nguồn tin bằng tiếng nước ngoài.

Về vị trí trong mẫu khảo sát: Trong thiết kế mẫu của luận án, Trường đại diện cho khối kinh tế, kinh doanh thuộc nhóm trường công lập ở khu vực miền Bắc. Trường đóng góp 204 phiếu khảo sát, chiếm 9,94% tổng mẫu (N = 2.053).

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

Học viện Báo chí và Tuyên truyền (AJC) là cơ sở giáo dục đại học công lập trực thuộc Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, có trụ sở tại Hà Nội. Học viện được thành lập ngày 16 tháng 01 năm 1962 theo Nghị quyết số 36-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương Đảng, tiền thân là Trường Tuyên giáo Trung ương, và chính thức mang tên Học viện Báo chí và Tuyên truyền từ năm 2005. Năm 2015, Học viện được bổ sung vào danh sách các trường đại học trọng điểm quốc gia [11].

Về quy mô và lĩnh vực đào tạo: Học viện đào tạo đại học chính quy với 41 ngành, chuyên ngành (gồm các chương trình chất lượng cao và một chương trình liên kết với Đại học Middlesex, Vương quốc Anh), cùng 12 ngành thạc sĩ và 6 ngành tiến sĩ, quy mô hơn 2.000 sinh viên mỗi năm. Các ngành đào tạo tập trung vào báo chí, truyền thông, quan hệ công chúng, xuất bản, lý luận chính trị, xây dựng Đảng và một số ngành khoa học xã hội và nhân văn. Học viện có 30 đơn vị trực thuộc và đội ngũ hơn 400 cán bộ, giảng viên [11].

Về chức năng, nhiệm vụ: AJC đào tạo, bồi dưỡng giảng viên lý luận chính trị và cán bộ làm công tác tuyên giáo, báo chí, truyền thông, xây dựng Đảng; đồng thời nghiên cứu khoa học, tổng kết thực tiễn và góp phần phục vụ công tác hoạch định đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước [11].

Về đặc điểm sinh viên: Sinh viên Học viện theo học các ngành báo chí, truyền thông, quan hệ công chúng, xuất bản và lý luận chính trị, do đó có sự quan tâm sâu sắc tới các vấn đề chính trị, xã hội và đời sống công chúng. Đặc thù ngành nghề hình thành ở sinh viên năng lực viết, tư duy phản biện, kỹ năng truyền thông và thói quen theo dõi, phân tích thông tin báo chí thường xuyên; phản đông chủ động tiếp nhận và tham gia sản xuất nội dung trên nhiều nền tảng.

Về vị trí trong mẫu khảo sát: Trong thiết kế mẫu của luận án, Học viện đại diện cho khối báo chí, truyền thông và khoa học xã hội thuộc nhóm trường công lập ở khu vực miền Bắc. Học viện đóng góp 205 phiếu khảo sát, chiếm 9,99% tổng mẫu ($N = 2.053$).

Trường Đại học Thủ Dầu Một

Trường Đại học Thủ Dầu Một (TDMU) là cơ sở giáo dục đại học công lập, thành lập ngày 24 tháng 6 năm 2009 theo Quyết định số 900/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, trên cơ sở nâng cấp Trường Cao đẳng Sư phạm Bình Dương. Sự ra đời của Trường gắn với yêu cầu phát triển nguồn nhân lực cho tỉnh Bình Dương, vùng Đông Nam Bộ và vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, địa bàn năng động trong phát triển công nghiệp và dịch vụ [37].

Về quy mô và lĩnh vực đào tạo: Trường là cơ sở đào tạo đa ngành, đa lĩnh vực ở trình độ đại học và sau đại học, được tổ chức thành nhiều khoa, viện và trung tâm. Các lĩnh vực đào tạo gồm sư phạm, kinh tế, quản lý, công nghệ, kỹ thuật, ngôn ngữ, khoa học xã hội và một số ngành ứng dụng khác. Đội ngũ cán bộ, viên chức gồm khoảng 775 người. Trường là thành viên của Hiệp hội CDIO thế giới và thành viên liên kết của Mạng lưới các trường đại học Đông Nam Á [37].

Về chức năng, nhiệm vụ: TDMU đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao theo định hướng ứng dụng, nghiên cứu khoa học, tư vấn và chuyển giao công nghệ phục vụ phát triển kinh tế, xã hội của tỉnh Bình Dương, vùng Đông Nam Bộ và vùng kinh tế trọng điểm phía Nam. Với triết lý “Khát vọng, Trách nhiệm, Sáng tạo”, Nhà trường hướng tới trở thành trung tâm đào tạo và nghiên cứu có uy tín trong khu vực [37].

Về đặc điểm sinh viên: Sinh viên của Trường phần lớn đến từ Bình Dương và các tỉnh vùng Đông Nam Bộ, có nền tảng học tập và định hướng nghề nghiệp đa dạng, theo học nhiều ngành thuộc các lĩnh vực sư phạm, kinh tế, kỹ thuật, công nghệ và khoa học xã hội. Học tập trong bối cảnh địa phương công nghiệp hóa, đô thị hóa nhanh, sinh viên có xu hướng gắn việc học với thực tiễn lao động và quan tâm tới thông tin về việc làm, kinh tế, xã hội tại địa phương và khu vực.

Về vị trí trong mẫu khảo sát: Trong thiết kế mẫu của luận án, Trường đại diện cho nhóm trường công lập địa phương đa ngành ở khu vực miền Nam, gắn với vùng Đông Nam Bộ đang công nghiệp hóa, đô thị hóa nhanh. Trường đóng góp 200 phiếu khảo sát, chiếm 9,74% tổng mẫu (N = 2.053).

Trường Đại học Hàng hải Việt Nam

Trường Đại học Hàng hải Việt Nam (VMU) là cơ sở giáo dục đại học công lập, có trụ sở tại thành phố Hải Phòng. Trường có tiền thân là Trường Sơ cấp Lái tàu, thành lập ngày 01 tháng 4 năm 1956. Sau nhiều lần phát triển và nâng cấp, năm 1976 Trường trở thành Trường Đại học Hàng hải; đến tháng 8 năm 2013 chính thức mang tên Trường Đại học Hàng hải Việt Nam và được đưa vào nhóm trường được xây dựng thành trường đại học trọng điểm quốc gia [34].

Về quy mô và lĩnh vực đào tạo: Trường đào tạo đa ngành theo định hướng kỹ thuật và công nghệ, với 49 chuyên ngành đại học, 17 chuyên ngành thạc sĩ và 8 chuyên ngành tiến sĩ, được tổ chức thành nhiều khoa và viện. Các lĩnh vực đào tạo gắn với hàng hải, kỹ thuật, công nghệ, kinh tế biển, logistics, quản lý và vận tải biển. Bên cạnh đào tạo đại học và sau đại học, Trường còn thực hiện huấn luyện hàng hải và sở hữu hệ thống phòng thí nghiệm, mô phỏng hiện đại [34].

Về chức năng, nhiệm vụ: VMU đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ trong các lĩnh vực hàng hải, đóng tàu, logistics, kinh tế biển và giao thông vận tải. Nhà trường giữ vai trò nòng cốt trong việc phục vụ chiến lược phát triển bền vững kinh tế biển và bảo vệ chủ quyền biển đảo của Tổ quốc [34].

Về đặc điểm sinh viên: Sinh viên của Trường chủ yếu theo học các ngành kỹ thuật, hàng hải, logistics và kinh tế biển, có định hướng nghề nghiệp rõ ràng và tính kỷ luật cao do đặc thù ngành nghề. Quá trình đào tạo chú trọng thực hành, huấn luyện và tác phong nghề nghiệp, hình thành ở sinh viên năng lực chuyên môn vững và khả năng thích ứng với môi trường lao động đặc thù trong nước và quốc tế; trong tiếp nhận thông tin, sinh viên thường quan tâm tới thời sự kinh tế, hàng hải và các vấn đề biển đảo.

Về vị trí trong mẫu khảo sát: Trong thiết kế mẫu của luận án, Trường đại diện cho khối kỹ thuật, công nghệ và kinh tế biển thuộc nhóm trường công lập ở khu vực miền Bắc. Trường đóng góp 199 phiếu khảo sát, chiếm 9,69% tổng mẫu (N = 2.053).

Trường Du lịch, Đại học Huế

Trường Du lịch, Đại học Huế (HUHT) là đơn vị đào tạo trực thuộc Đại học Huế, có trụ sở tại thành phố Huế. Hoạt động đào tạo du lịch bậc đại học tại Đại học Huế bắt đầu từ năm 1996 với ngành Quản trị kinh doanh du lịch. Ngày 14 tháng 01 năm 2008, Khoa Du lịch trực thuộc Đại học Huế được thành lập; đến ngày 16 tháng 11 năm 2020, Trường Du lịch, Đại học Huế chính thức ra đời trên cơ sở Khoa Du lịch. Đây là một trong những đơn vị đào tạo du lịch bậc đại học đầu tiên ở Việt Nam [41].

Về quy mô và lĩnh vực đào tạo: Trường đào tạo 7 ngành chính ở bậc đại học cùng hơn mười lăm chuyên ngành, 2 chương trình thạc sĩ và 1 chương trình tiến sĩ chuyên sâu về du lịch, với quy mô khoảng 3.500 sinh viên, học viên. Các lĩnh vực đào tạo gồm du lịch, khách sạn, lữ hành, quản trị dịch vụ và các ngành liên quan. Đội ngũ giảng viên cơ hữu gần 100 người, trong đó nhiều người được đào tạo tại các nước có nền giáo dục tiên tiến [41].

Về chức năng, nhiệm vụ: HUHT đào tạo và cung cấp nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao; nghiên cứu khoa học, chuyển giao tri thức và cung ứng dịch vụ khoa học - công nghệ trong lĩnh vực du lịch. Nhà trường hướng tới phục vụ nhu cầu phát triển du lịch của khu vực miền Trung, Tây Nguyên và cả nước, gắn đào tạo với thực tiễn nghề nghiệp và xu thế hội nhập quốc tế [41].

Về đặc điểm sinh viên: Sinh viên của Trường theo học các ngành du lịch, khách sạn, lữ hành và quản trị dịch vụ, có định hướng nghề nghiệp gắn với ngành dịch vụ và yêu cầu cao về kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ và tác phong chuyên nghiệp. Học tập trong không gian văn hóa, di sản của Huế, sinh viên năng động, chú trọng trải nghiệm thực tế và quan tâm tới các thông tin về văn hóa, du lịch, sự

kiện và xu hướng tiêu dùng; phần đông quen sử dụng mạng xã hội và các nền tảng số trong học tập, công việc.

Về vị trí trong mẫu khảo sát: Trong thiết kế mẫu của luận án, Trường đại diện cho khối du lịch, dịch vụ thuộc nhóm trường công lập ở khu vực miền Trung. Trường đóng góp 199 phiếu khảo sát, chiếm 9,69% tổng mẫu (N = 2.053).

3.1.2. Đặc điểm mẫu phân tích và căn cứ diễn giải dữ liệu

Mẫu phân tích chính của luận án gồm N = 2.053 sinh viên thuộc 10 trường đại học nêu trên.

Bảng 3.1. Cơ cấu mẫu phân tích theo các đặc điểm nhân khẩu học và học tập cốt lõi (N = 2.053, đơn vị: số lượng và %)

Tiêu chí phân loại	Nhóm	Số lượng (N)	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	755	36,78
	Nữ	1.298	63,22
Năm học	Năm thứ nhất	693	33,76
	Năm thứ hai	517	25,18
	Năm thứ ba	507	24,70
	Năm thứ tư	336	16,37
Khu vực địa lý	Miền Bắc	813	39,60
	Miền Trung	409	19,92
	Miền Nam	831	40,48
Nhóm ngành đào tạo	Khoa học xã hội và nhân văn	603	29,37
	Sư phạm, sức khỏe, pháp luật, an ninh quốc phòng	450	21,92

Tiêu chí phân loại	Nhóm	Số lượng (N)	Tỷ lệ (%)
	Khoa học tự nhiên, kỹ thuật, công nghệ	390	19,00
	Kinh tế, tài chính, thương mại, kinh doanh	382	18,61
	Dịch vụ, du lịch, nghệ thuật	228	11,11
Nơi ở chính	Ký túc xá	303	14,76
	Nhà trọ	881	42,91
	Ở cùng bố mẹ, người thân	869	42,33

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án, năm 2025.

Sinh viên năm thứ nhất chiếm tỷ trọng lớn nhất, khoảng một phần ba, và giảm dần qua các năm, thấp nhất ở năm thứ tư. Về vùng miền, mẫu phân bố tương đối cân đối giữa miền Bắc (39,60%) và miền Nam (40,48%), trong khi miền Trung chiếm 19,92%, tương ứng với số trường được khảo sát tại từng khu vực. Về giới tính, tỷ lệ nữ cao hơn rõ rệt so với nam (63,22% so với 36,78%), đặc điểm được lưu ý khi diễn giải các kết quả so sánh theo giới (*Phụ lục 4, Mục 3.1, Bảng 1-Bảng 5*).

Các thang đo Likert sử dụng trong chương đều đạt độ tin cậy và có cấu trúc nhân tố phù hợp ở mức khám phá (*Phụ lục 4, Bảng 1 và Bảng 2*).

Các đặc điểm trên cho thấy mẫu nghiên cứu có sự phân bố tương đối đa dạng về vùng miền, nhóm ngành đào tạo, năm học và điều kiện cư trú. Đây là cơ sở để phân tích sinh viên đại học như một nhóm công chúng báo chí không đồng nhất, trong đó nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận có thể thay đổi theo bối cảnh học tập, môi trường sống và định hướng nghề nghiệp. Tuy vậy, kết quả của luận án được diễn giải trong phạm vi mẫu nghiên cứu tại 10 trường đại học, chưa

đại diện đầy đủ cho toàn bộ sinh viên đại học Việt Nam, nhất là sinh viên ở các trường quy mô nhỏ, vùng sâu, vùng xa, hệ vừa làm vừa học và các chương trình đào tạo từ xa.

3.2. Thực trạng tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay

Kết quả khảo sát trên mẫu $N = 2.053$ cho phép nhận diện thực trạng tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên trên bốn bình diện chính: tần suất và kênh tiếp xúc; tính đa kênh và tiếp nhận gián tiếp; thời điểm, cách thức và mức độ chủ động; hành động sau tiếp nhận, mức độ hài lòng và mức độ ảnh hưởng. Bảng 3.2 tóm lược các chỉ báo then chốt, còn hệ thống bảng chi tiết được trình bày tại Phụ lục 4, Mục 3.2.

Bảng 3.2. Các chỉ báo then chốt về thực trạng tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay ($N = 2.053$)

Bình diện phân tích	Phát hiện chính	Số liệu neo	Chỉ dẫn phụ lục/PVS
Tần suất và kênh, loại hình và điểm chạm tiếp nhận	Sinh viên tiếp nhận đa kênh; mạng xã hội là điểm chạm nổi bật, báo mạng điện tử và truyền hình vẫn giữ vai trò quan trọng.	49,39% tiếp nhận hằng ngày qua mạng xã hội; 26,79% qua báo mạng điện tử; 97,42% có tiếp xúc với ≥ 3 kênh khi tính từ mức hiếm khi; 76,04% tiếp nhận ≥ 3 kênh ở mức ít nhất 1-2 lần/tuần.	Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 1 và Bảng 2; PVS-SV08.

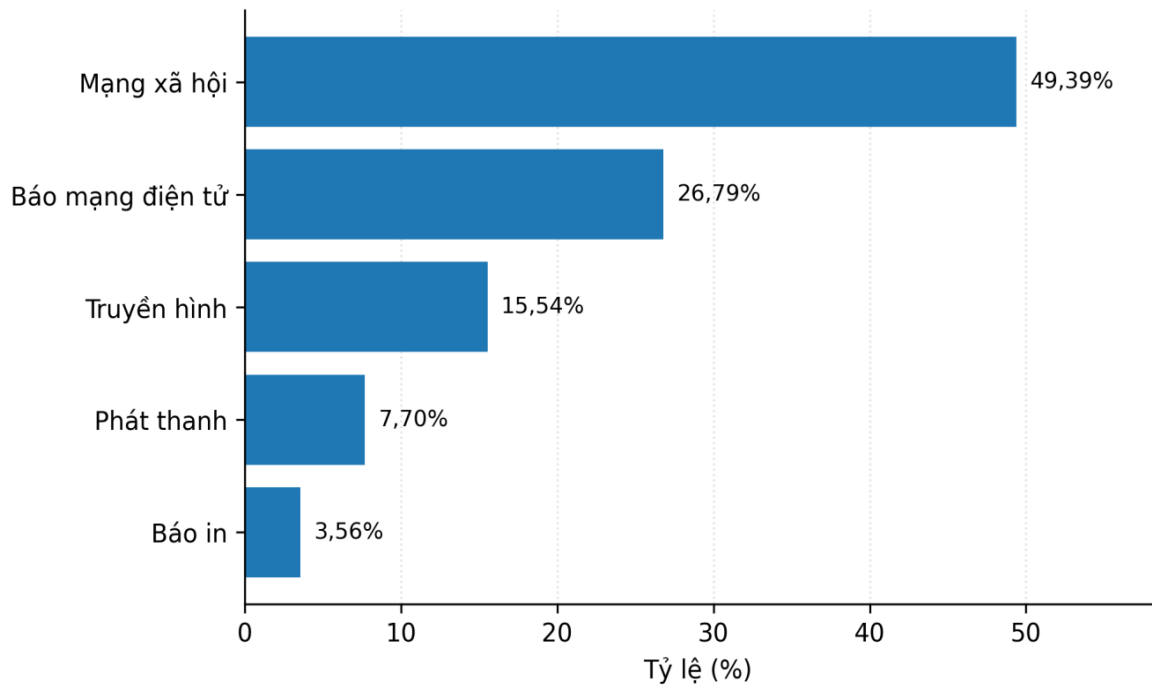
Bình diện phân tích	Phát hiện chính	Số liệu neo	Chỉ dẫn phụ lục/PVS
Tính đa kênh và tiếp nhận gián tiếp	Tiếp nhận cá nhân hóa cao nhưng vẫn diễn ra qua bạn bè, nhóm chat, cộng đồng trực tuyến và nguồn trung gian xã hội.	60,84% tiếp nhận một mình; 39,16% chọn các bối cảnh không phải một mình; trong đó 12,08% chọn nhóm chat, diễn đàn, cộng đồng trực tuyến.	Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 3; PVS-SV18, PVS-SV21.
Thời điểm, cách thức và mức độ chủ động	Tiếp nhận linh hoạt, tranh thủ; sinh viên ưu tiên nhanh, trực quan nhưng vẫn có dấu hiệu kiểm chứng, đối chiếu, chọn lọc.	59,23% tiếp nhận lúc rảnh; tiếp nhận từ nhiều nguồn Mean = 4,03; kiểm chứng trước khi chia sẻ Mean = 3,91; tiếp nhận có chọn lọc Mean = 4,07.	Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 4, Bảng 5 và Bảng 6; PVS-SV03, PVS-SV02, PVS-SV13.
Hậu tiếp nhận, hài lòng và ảnh hưởng	Thông tin báo chí được chia sẻ, lưu lại, bỏ qua, bàn luận hoặc sử dụng cho học tập, công việc, đời sống; ảnh hưởng rõ hơn ở tầng nhận thức, học tập và tư duy phản biện.	Chia sẻ tin tức với bạn bè, gia đình qua mạng xã hội 31,17%; lưu lại thông tin quan trọng 25,57%; bỏ qua, không tương tác 16,76%; hài lòng với truyền hình Mean = 3,88; ảnh hưởng đến học tập và tư duy phản biện Mean = 3,77.	Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 7, Bảng 8 và Bảng 9; PVS-SV07.

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát và phỏng vấn sâu của luận án, năm 2025.

3.2.1. Tần suất và kênh, loại hình và điểm chạm tiếp nhận

Tiếp nhận thông tin báo chí là một thực hành truyền thông phổ biến trong nhóm sinh viên được khảo sát. Xét năm kênh tiếp xúc gồm báo in, báo mạng điện tử, truyền hình, phát thanh và mạng xã hội, sinh viên hiện nay không gắn cố định với một kênh duy nhất mà di chuyển giữa nhiều kênh khác nhau tùy mục đích, thời điểm, thiết bị sử dụng và bối cảnh sinh hoạt. Ở đây, mạng xã hội được xem là nền tảng phân phối và tiếp xúc với thông tin báo chí, không phải là một cơ quan báo chí; do đó, các dữ liệu về mạng xã hội cần được đọc như chỉ báo về điểm chạm tiếp nhận trong môi trường số.

Kết quả cho thấy mạng xã hội là nền tảng có tần suất tiếp xúc hằng ngày cao nhất, với 49,39% sinh viên lựa chọn. Nếu gộp hai mức 3-5 lần/tuần và hằng ngày, tỷ lệ tiếp xúc thường xuyên qua mạng xã hội đạt 78,03%. Báo mạng điện tử đứng sau mạng xã hội, với 26,79% sinh viên tiếp nhận hằng ngày và 55,92% tiếp nhận từ 3-5 lần/tuần trở lên. Truyền hình vẫn duy trì mức hiện diện đáng kể, với 15,54% sinh viên tiếp nhận hằng ngày và 40,58% tiếp nhận từ 3-5 lần/tuần trở lên. Trong khi đó, báo in và phát thanh có tần suất hằng ngày thấp hơn, lần lượt là 3,56% và 7,70% (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 1).

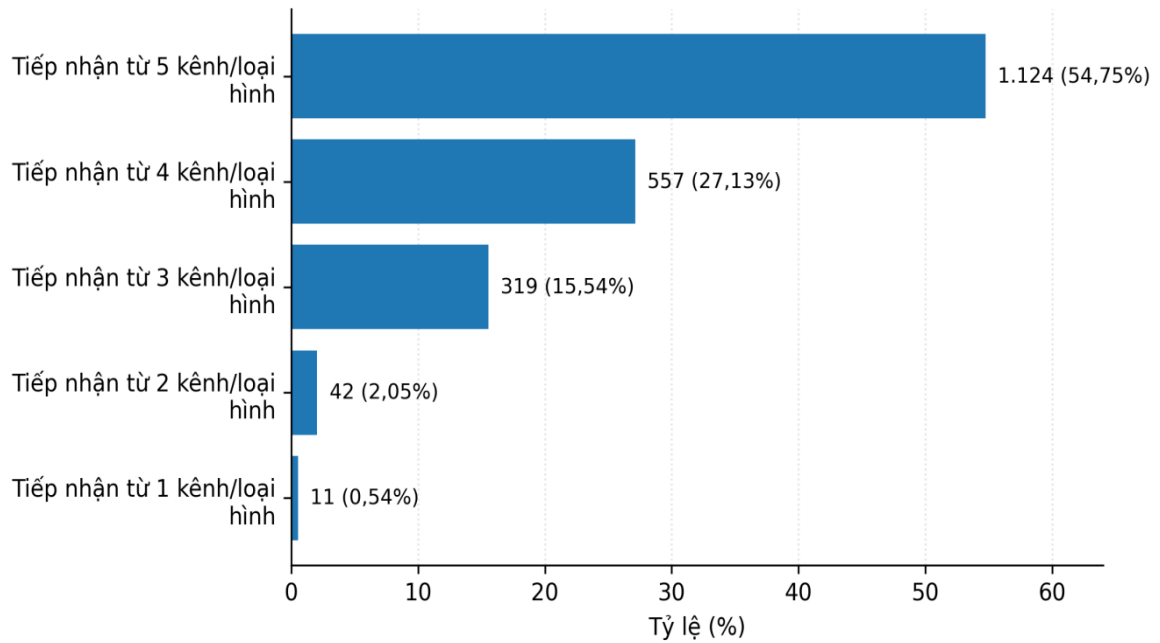


Biểu đồ 3.1. Tần suất tiếp nhận thông tin báo chí hằng ngày theo kênh, loại hình và điểm chạm tiếp nhận (N = 2.053, đơn vị: %)

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án, năm 2025.

Sự khác biệt giữa các kênh không cho thấy sự biến mất của báo chí truyền thống, mà phản ánh sự thay đổi vị trí của từng kênh trong hệ sinh thái tiếp nhận của sinh viên. Báo in và phát thanh có tỷ lệ tiếp nhận hằng ngày thấp, song vẫn hiện diện như những kênh hỗ trợ trong một số bối cảnh nhất định. Truyền hình không phải kênh được sử dụng hằng ngày nhiều nhất, nhưng vẫn giữ vai trò tương đối ổn định trong các tình huống tiếp nhận tập trung. Báo mạng điện tử và mạng xã hội nổi bật hơn vì phù hợp với thiết bị cá nhân, tính di động và yêu cầu cập nhật nhanh của sinh viên.

Tính đa kênh thể hiện rõ hơn khi xem xét đồng thời độ rộng tiếp xúc và ngưỡng tần suất. Nếu tính một kênh từ mức “hiếm khi, dưới 1 lần/tuần” trở lên, 97,42% sinh viên có tiếp xúc với ít nhất ba trong năm nhóm kênh khảo sát và 54,75% có tiếp xúc với đủ năm nhóm. Khi nâng ngưỡng lên mức sử dụng ít nhất 1-2 lần/tuần, tỷ lệ tiếp nhận từ ít nhất ba kênh vẫn đạt 76,04%, từ ít nhất bốn kênh đạt 44,86% và đủ năm kênh đạt 22,02%.



Biểu đồ 3.2. Phân bố sinh viên theo số kênh, loại hình và điểm chạm tiếp nhận thông tin báo chí (N = 2.053, đơn vị: %)

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án, năm 2025.

Dữ liệu phỏng vấn sâu bổ sung bối cảnh diễn giải cho kết quả này. Một sinh viên khỏe mạnh cho biết thông tin báo chí và thông tin xã hội thường xuất hiện trước trong dòng nội dung trên mạng xã hội, sau đó mới chuyển sang việc tìm hiểu sâu hơn nếu vấn đề đủ quan trọng:

“Nếu là thông tin chung thì em thường tiếp cận những sự kiện xảy ra trong ngày hoặc những sự kiện lớn. Ví dụ như đợt vừa rồi em có theo dõi lễ diễu binh 30/4 ở TP.HCM thì chủ yếu là theo dõi qua Facebook hoặc TikTok, chứ không lên hẵn báo online để đọc kỹ. Ngoài ra, em cũng quan tâm đến thông tin về âm nhạc và giải trí, và cũng tiếp cận chủ yếu qua các kênh đó. Tuy nhiên, em không hẳn là chủ động đi tìm, mà nhiều khi chỉ lướt rồi thông tin tự hiện ra, nên mục tiêu tiếp nhận thông tin của mình cũng dễ bị nhiễu.”
(PVS-SV08, sinh viên năm thứ tư, khối ngành sức khỏe, điều dưỡng)

Phát hiện này cho thấy tiếp nhận đa kênh không chỉ là việc sinh viên chủ động mở nhiều kênh thông tin khác nhau, mà còn là trạng thái thông tin tự xuất hiện trong đời sống nền tảng. Tin tức có thể đến qua Facebook, TikTok, báo mạng

điện tử, truyền hình, nhóm chat hoặc bài chia sẻ của bạn bè. Vị trí của báo chí trong hành trình tiếp nhận vì thế thay đổi: báo chí không luôn là điểm đi đầu, nhưng vẫn có thể trở thành điểm đến khi sinh viên cần kiểm chứng, hiểu sâu hoặc lưu lại thông tin.

Kết quả kiểm định bổ trợ cho thấy số kênh, loại hình và điểm chạm tiếp nhận có sự khác biệt giữa các nhóm sinh viên theo giới tính, năm học và nhóm ngành đào tạo; mức khác biệt này có giá trị như bằng chứng bổ trợ cho xu hướng phân hóa, thay vì là bằng chứng về quan hệ nhân quả (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 10). Điều này gợi ý rằng môi trường học tập, định hướng chuyên môn và nhịp sống của từng nhóm sinh viên có thể đi kèm với độ rộng của hệ kênh tiếp nhận.

3.2.2. Tính đa kênh và tiếp nhận gián tiếp

Dữ liệu cho thấy tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên không chỉ diễn ra qua nguồn báo chí trực tiếp, mà còn qua mạng xã hội, nhóm bạn, người có ảnh hưởng và các kênh chia sẻ phi chính thức. Vì vậy, tiếp nhận gián tiếp cần được xem là một đặc điểm thực tế của công chúng sinh viên trong môi trường truyền thông số.

Về đối tượng cùng tiếp nhận, có 60,84% sinh viên thường tiếp nhận thông tin báo chí một mình; 19,09% tiếp nhận cùng bạn bè; 12,08% qua nhóm chat, diễn đàn hoặc cộng đồng trực tuyến; 7,01% cùng người thân, gia đình; và 0,97% cùng thầy cô (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 3). Tỷ lệ tiếp nhận một mình cao phản ánh đặc điểm cá nhân hóa của tiếp nhận thông tin trong môi trường số: điện thoại thông minh và các nền tảng trực tuyến cho phép sinh viên tiếp nhận tin tức vào những thời điểm riêng, ít phụ thuộc vào không gian sinh hoạt chung hoặc giờ phát sóng cố định.

Tuy vậy, 39,16% sinh viên chọn các phương án tiếp nhận không phải một mình, gồm cùng bạn bè, gia đình, thầy cô hoặc qua nhóm chat, diễn đàn và cộng đồng trực tuyến; kết quả này phản ánh bối cảnh xã hội của hoạt động tiếp nhận, không đồng nhất với một kênh truyền tin gián tiếp qua người khác. Bạn bè, gia đình, nhóm chat, diễn đàn và cộng đồng trực tuyến không chỉ là nơi chia sẻ đường

dẫn tin tức, mà còn là không gian bình luận, khuyến nghị, xác nhận hoặc phản biện thông tin. Đáng lưu ý, tỷ lệ tiếp nhận cùng thầy cô chỉ đạt 0,97% (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 3), cho thấy vai trò đồng hành trực tiếp của thầy cô trong hoạt động tiếp nhận thông tin báo chí thường nhật của sinh viên chưa nổi bật.

Các chỉ báo về cách thức tiếp nhận và mức độ chủ động củng cố vai trò của trung gian xã hội. Có 61,37% sinh viên đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý rằng họ tiếp nhận tin từ giảng viên, chuyên gia, bạn bè, với Mean = 3,72; đồng thời 62,01% đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý với nhận định tin tưởng thông tin từ các nguồn này, với Mean = 3,79 (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 5 và Bảng 6). Bên cạnh kênh báo chí gốc, các chủ thể trung gian trong môi trường học tập và đời sống xã hội cũng tham gia vào quá trình định hướng tiếp nhận của sinh viên.

Dữ liệu phỏng vấn sâu cho thấy trong trải nghiệm của sinh viên, mỗi nền tảng thường đảm nhiệm một chức năng khác nhau. Mạng xã hội giúp cập nhật nhanh và tạo điểm chạm ban đầu; báo chí chính thống được tìm đến khi thông tin đòi hỏi độ chính xác cao hơn:

“Facebook giúp em cập nhật thông tin rất nhanh, có nhiều người dùng và nhiều trang tin chính thống. TikTok thì thiên về giải trí hơn, video ngắn, dễ xem, dễ tiếp nhận.” (PVS-SV18, sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Ở một trường hợp khác, sinh viên mô tả rõ thao tác chuyển đổi giữa các nền tảng khi thấy thông tin chưa đủ tin cậy:

“Em thường sử dụng nhiều nền tảng khác nhau. Chẳng hạn, nếu em đang lướt TikTok mà thấy một thông tin nào đó nhưng chưa tin tưởng hoàn toàn, em sẽ chuyển sang Facebook hoặc Google để kiểm tra lại. Mỗi nền tảng đáp ứng một nhu cầu khác nhau nên em không chỉ dùng một kênh duy nhất.” (PVS-SV21, sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Như vậy, sinh viên có thể là công chúng của báo chí ngay cả khi điểm tiếp xúc đầu tiên không phải trang báo, ứng dụng báo chí hoặc chương trình phát sóng. Trong nhiều trường hợp, thông tin báo chí đã được tái phân phối qua mạng xã hội,

nhóm bạn, cộng đồng trực tuyến hoặc các kênh chia sẻ phi chính thức. Đặc điểm này làm thay đổi cách nhận diện công chúng báo chí: không chỉ có công chúng trực tiếp truy cập báo, mà còn có công chúng tiếp nhận gián tiếp qua các tầng trung gian của môi trường số.

Kết quả kiểm định bổ trợ cho thấy đối tượng cùng tiếp nhận có sự khác biệt theo giới tính và nhóm ngành đào tạo, nhưng chưa thể hiện khác biệt theo năm học (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 10). Phát hiện này gợi ý rằng bối cảnh đào tạo, môi trường xã hội và văn hóa giao tiếp của từng nhóm sinh viên có thể đi kèm với cách thức tiếp nhận tin tức, từ cá nhân hóa đến tiếp nhận qua nhóm và cộng đồng trực tuyến.

3.2.3. Thời điểm, cách thức và mức độ chủ động trong tiếp nhận

Thời điểm tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên gắn chặt với nhịp sinh hoạt thường nhật. Có 59,23% sinh viên tiếp nhận vào bất cứ lúc nào rảnh, 21,72% vào buổi tối trước khi ngủ, 11,74% vào giữa ngày và 7,31% vào buổi sáng (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 4). Cấu trúc thời điểm này phản ánh đặc trưng của công chúng trẻ trong môi trường truyền thông số: việc tiếp nhận không còn bị giới hạn trong các khung giờ cố định, mà phân bố linh hoạt trong các khoảng thời gian trống của ngày học, ngày làm thêm hoặc sinh hoạt cá nhân.

Phỏng vấn sâu cho thấy một số sinh viên không dành riêng khung giờ cố định cho việc đọc tin, mà lồng hoạt động này vào các khoảng nghỉ ngắn:

“Em không có thời gian cố định để đọc tin. Thường khi nào rảnh, ví dụ như lúc chờ tiết học hoặc chờ xe buýt, thì em sẽ lướt Facebook xem có tin gì mới. Có ngày em dành khoảng 30 phút để xem tin, nhưng cũng có ngày bận quá thì gần như không xem tin tức gì cả.” (PVS-SV03, sinh viên đại học, nhóm ngành Khoa học xã hội)

Điểm trung bình của 11 chỉ báo về cách thức tiếp nhận dao động từ Mean = 3,60 đến Mean = 4,03; theo thang quy đổi, toàn bộ các chỉ báo thuộc mức cao (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 5). Hai chỉ báo có điểm cao nhất là tiếp nhận từ nhiều nguồn (Mean = 4,03) và tiếp nhận qua mạng xã hội/trang tin (Mean = 4,01), cũng

cổ xu hướng đa kênh đã phân tích ở trên. Sinh viên cũng đánh giá cao tính trực quan (Mean = 3,93) và tốc độ tin tức (Mean = 3,92), phản ánh kỳ vọng về hình thức và nhịp độ trong môi trường truyền thông số.

Một phát hiện đáng chú ý là sự song hành giữa hai xu hướng tương chùng đối lập: nhanh về nhịp độ nhưng không hoàn toàn nông về nhận thức. Một mặt, sinh viên ưu tiên tin nhanh và hình thức trực quan. Mặt khác, họ cũng đánh giá cao việc kiểm chứng trước khi chia sẻ (Mean = 3,91), ưu tiên tin khách quan (Mean = 3,79), đọc kỹ nội dung (Mean = 3,74) và đọc thêm ý kiến chuyên gia (Mean = 3,74) (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 5). Điều này cho thấy sinh viên không chỉ tiếp nhận theo logic lướt nhanh, mà còn có những thao tác phản tư khi thông tin quan trọng, gây tranh cãi hoặc liên quan đến học tập, đời sống xã hội.

Dữ liệu phỏng vấn sâu làm rõ thao tác kiểm chứng trong tình huống sinh viên gặp thông tin chưa chắc chắn:

“Khi thấy một thông tin nào đó em quan tâm, em sẽ không chỉ dừng ở TikTok mà còn lên Google hoặc tìm fanpage chính thức của sự việc, tổ chức hay nhân vật liên quan để kiểm chứng lại.” (PVS-SV02, sinh viên năm nhất ngành Truyền thông đại chúng)

Chỉ báo “tiếp nhận thông tin có chọn lọc” đạt Mean = 4,07, với 77,69% sinh viên đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý; “cảm thấy hứng thú với thông tin mới” đạt Mean = 3,95; “thường xuyên cập nhật tin tức qua các phương tiện truyền thông” đạt Mean = 3,93 (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 6). Theo thang quy đổi, các chỉ báo này phản ánh mức chủ động cao. Tuy nhiên, “dành nhiều thời gian tiếp nhận thông tin báo chí” chỉ đạt Mean = 3,65 và “đọc tin tức hằng ngày” đạt Mean = 3,50. Sự chênh lệch cho thấy nhu cầu cập nhật và chọn lọc thông tin khá rõ, nhưng thói quen đọc tin ổn định chưa hình thành đồng đều trong toàn mẫu.

Bên cạnh xu hướng tiếp nhận nhanh và linh hoạt, một bộ phận sinh viên còn có xu hướng kiểm soát mức độ tiếp xúc với thông tin tiêu cực. Đây không phải là sự thờ ơ với thời sự, mà là một cơ chế phòng vệ tâm lý trước môi trường

thông tin dày đặc, nhiều cảm xúc và dễ gây áp lực. Trường hợp PVS-SV13 cho thấy sinh viên có thể chủ động hạn chế những nội dung ảnh hưởng đến tinh thần:

“Em cũng tránh các tin liên quan đến tử vong, đau thương hoặc tài sản bị cuốn trôi do thiên tai. Em chỉ dừng ở việc biết thông tin, ví dụ số lượng thiệt hại là bao nhiêu, chứ em sẽ không cố xem quá nhiều hình ảnh đau thương như vậy.” (PVS-SV13, sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Các kết quả trên cho thấy sinh viên có khả năng lựa chọn kênh, lựa chọn thời điểm, đọc lướt hoặc đọc sâu tùy mục đích và đối chiếu nguồn tin khi cần thiết. Tuy nhiên, việc tiếp nhận có tính ngắt quãng, chịu tác động của thời gian rảnh, thuật toán nền tảng và cảm xúc cá nhân. Công chúng sinh viên vì thế không hoàn toàn bị động, nhưng cũng chưa phải nhóm công chúng có thói quen đọc báo ổn định và có hệ thống.

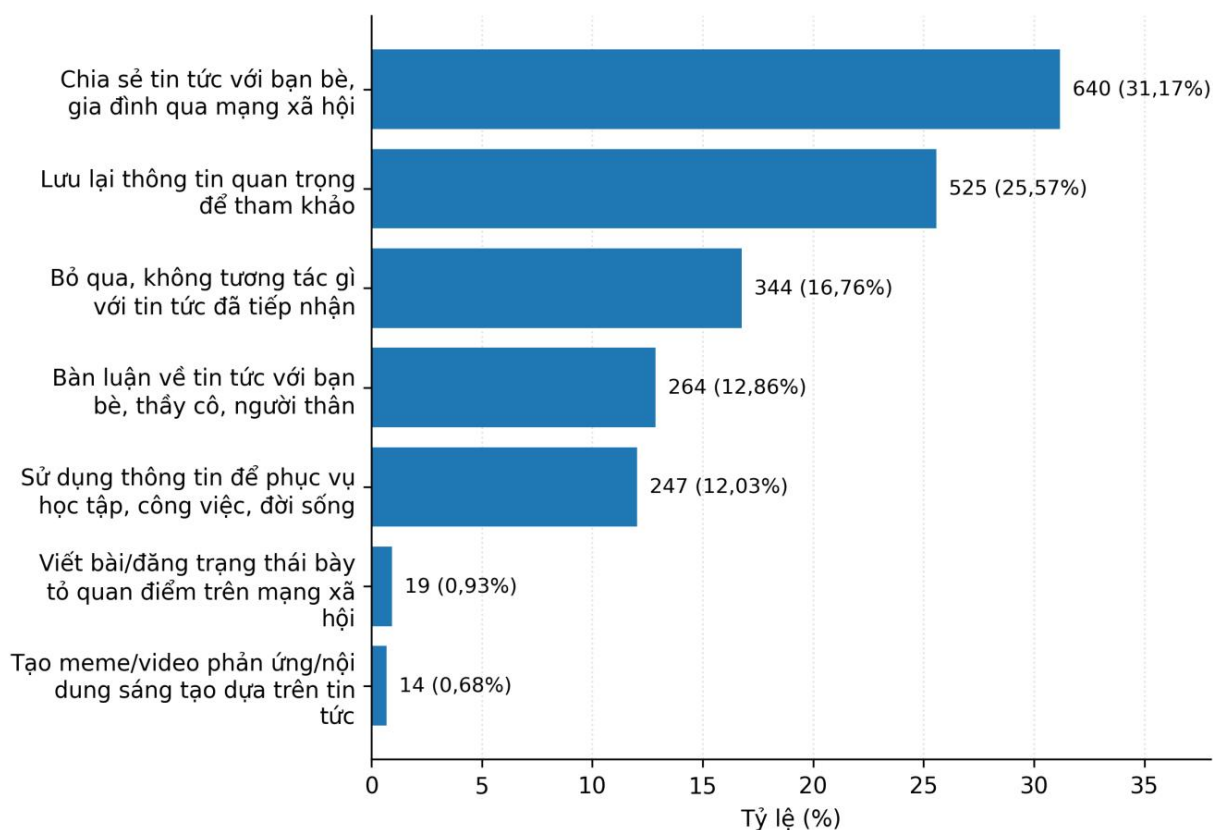
Kết quả kiểm định bổ trợ cho thấy thời điểm tiếp nhận có khác biệt theo giới tính và nhóm ngành đào tạo, nhưng chưa thể hiện khác biệt theo năm học (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 10). Cách diễn giải phù hợp là xem những khác biệt này như dấu hiệu về sự gắn kết giữa nhịp học tập, môi trường đào tạo và thói quen tiếp nhận, không phải như bằng chứng về tác động nhân quả của ngành học hoặc giới tính đối với hành vi tiếp nhận.

3.2.4. Hành động sau tiếp nhận, mức độ hài lòng và mức độ ảnh hưởng

Hành động sau tiếp nhận là chỉ báo quan trọng để nhận diện mức độ tham gia của sinh viên vào quá trình lưu thông, xử lý và sử dụng thông tin báo chí. Việc đọc, nghe hoặc xem tin không phải điểm kết thúc của quá trình tiếp nhận; sau đó, sinh viên có thể chia sẻ, lưu lại, bỏ qua, bàn luận, sử dụng thông tin cho học tập, công việc, đời sống, viết bài/đăng trạng thái hoặc tạo nội dung phản ứng.

Kết quả cho thấy phần lớn sinh viên thực hiện một hành động cụ thể sau khi tiếp nhận thông tin. Hành động phổ biến nhất là chia sẻ tin tức với bạn bè, gia đình qua mạng xã hội (31,17%), tiếp đến là lưu lại thông tin quan trọng để tham khảo (25,57%). Tỷ lệ bỏ qua, không tương tác gì với tin tức đã tiếp nhận là

16,76%; bàn luận về tin tức với bạn bè, thầy cô, người thân là 12,86%; sử dụng thông tin để phục vụ học tập, công việc, đời sống là 12,03%. Hai hành động có tính tham gia công khai hoặc sáng tạo nội dung chiếm tỷ lệ thấp: viết bài/đăng trạng thái bày tỏ quan điểm trên mạng xã hội đạt 0,93% và tạo meme/video phản ứng/nội dung sáng tạo dựa trên tin tức đạt 0,68% (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 7).



Biểu đồ 3.3. Hành động thường xuyên nhất của sinh viên sau khi tiếp nhận thông tin báo chí (N = 2.053, đơn vị: %)

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án, năm 2025.

Cấu trúc hành động này cho thấy thông tin báo chí không chỉ được tiếp nhận như dòng tin thoáng qua, mà còn tham gia vào quá trình chia sẻ, lưu trữ và đối thoại xã hội. Việc chia sẻ qua mạng xã hội là hành động phổ biến nhất, phản ánh vai trò của sinh viên như một mắt xích trong quá trình tái phân phối thông tin vào các mạng lưới cá nhân và nền tảng xã hội. Việc lưu lại thông tin đứng sau chia sẻ, cho thấy thông tin báo chí vẫn được sinh viên sử dụng như nguồn tham khảo cho học tập, đời sống hoặc trao đổi sau này. Tỷ lệ bỏ qua, không tương tác

còn đáng chú ý, trong khi các hành động bày tỏ quan điểm công khai hoặc sáng tạo nội dung từ tin tức chiếm tỷ lệ rất thấp; điều đó phản ánh khoảng cách giữa tiếp nhận, chia sẻ nhanh và tham gia sâu vào quá trình thảo luận công khai về thông tin báo chí.

Một sinh viên ngành y mô tả cách sử dụng thông tin sau tiếp nhận theo hướng chọn lọc, lưu lại điều cần thiết và chia sẻ khi phù hợp:

“Nếu em gặp một bài chia sẻ về kiến thức ngành y mà em đang học thì em sẽ note lại, nhưng chỉ lấy một hoặc hai thông tin quan trọng nhất để nhớ là mình đã đọc qua rồi. Còn với những thông tin hằng ngày hoặc nội dung giải trí thì em thường chia sẻ với bạn bè để có chủ đề thảo luận.” (PVS-SV07, sinh viên năm thứ tư, Trường Đại học Y Hà Nội)

Mức độ hài lòng của sinh viên với các kênh, loại hình và điểm chạm tiếp nhận cũng cho thấy sự phân tầng đáng chú ý. Truyền hình có điểm hài lòng cao nhất (Mean = 3,88), tiếp đến là báo mạng điện tử và mạng xã hội cùng đạt Mean = 3,74; phát thanh đạt Mean = 3,53 và báo in đạt Mean = 3,49 (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 8). Kết quả này cho thấy kênh có tần suất tiếp xúc cao nhất chưa chắc là kênh tạo mức hài lòng cao nhất. Mạng xã hội nổi bật về tốc độ, tính tiện lợi và khả năng phân phối, nhưng truyền hình và báo mạng điện tử vẫn giữ lợi thế nhất định về cảm nhận tin cậy, tính hoàn chỉnh và trải nghiệm tiếp nhận tập trung.

Điểm trung bình của năm chỉ báo về mức độ ảnh hưởng dao động từ Mean = 3,65 đến Mean = 3,77; theo thang quy đổi, các chỉ báo đều thuộc mức cao (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 9). Hai chiều ảnh hưởng có điểm cao nhất là hỗ trợ học tập, làm bài, nghiên cứu và góp phần hình thành quan điểm, tư duy phản biện, cùng đạt Mean = 3,77. Tiếp đó là giúp hiểu rõ hơn các vấn đề xã hội, thời sự (Mean = 3,73), tác động đến lựa chọn ngành nghề, việc làm tương lai (Mean = 3,71) và ảnh hưởng đến hành vi, thói quen, lối sống (Mean = 3,65). Tác động của thông tin báo chí vì vậy rõ hơn ở tầng nhận thức, học tập, định hướng và tư duy phản biện, khiêm tốn hơn ở tầng thay đổi hành vi, thói quen và lối sống.

Kết quả kiểm định bổ trợ cho thấy hành động sau tiếp nhận có sự khác biệt theo nhóm ngành đào tạo, nhưng chưa thể hiện khác biệt theo giới tính và năm học (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 10). Phát hiện này gợi ý rằng sự khác biệt giữa các nhóm sinh viên không chỉ nằm ở kênh tiếp xúc hoặc thời điểm tiếp nhận, mà còn có thể kéo dài đến cách sinh viên chia sẻ, lưu trữ, bỏ qua, bàn luận hoặc sử dụng thông tin.

Tổng hợp bốn bình diện phân tích cho thấy thực trạng tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay mang tính đa kênh, gián tiếp, linh hoạt và có chọn lọc. Sinh viên tiếp xúc với thông tin báo chí nhiều nhất qua mạng xã hội và báo mạng điện tử, nhưng không vì thế mà báo chí chính thống mất vai trò. Trong hành trình tiếp nhận, mạng xã hội thường là điểm chạm ban đầu, còn báo chí chính thống giữ vai trò xác tín, cung cấp chiều sâu và tạo nền cho các hành động hậu tiếp nhận. Đây là cơ sở thực tiễn quan trọng để nhận diện cấu trúc nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên.

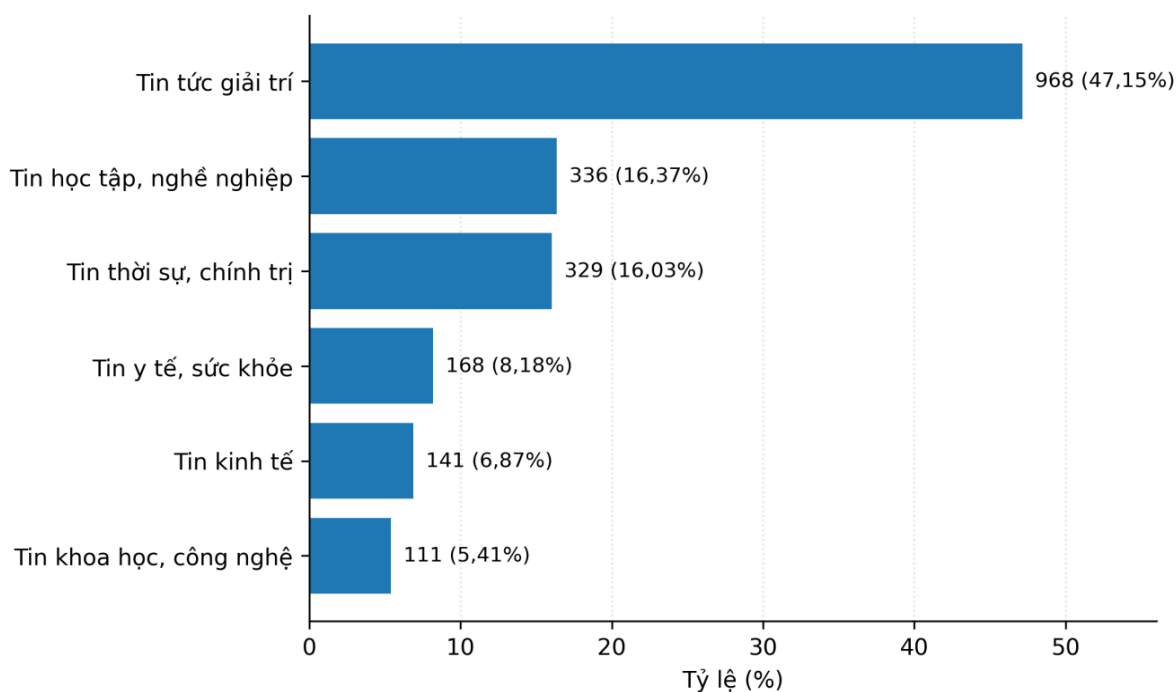
3.3. Nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học

Nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam được xem xét trên ba bình diện: nội dung thông tin, hình thức thể hiện và nền tảng tiếp nhận. Với sinh viên đại học, các nhu cầu này không tồn tại tách rời, mà đan xen trong đời sống học tập, định hướng nghề nghiệp, giao tiếp xã hội và sinh hoạt trên nền tảng số.

Dữ liệu khảo sát $N = 2.053$ cho thấy nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên không suy giảm theo nghĩa đơn giản là ít quan tâm đến báo chí, mà đang được tái cấu trúc theo logic của môi trường truyền thông số. Sinh viên vừa ưu tiên những nội dung nhanh, dễ tiếp cận, giàu tính giải trí, vừa duy trì nhu cầu đối với thông tin đáng tin cậy, có ích cho học tập, nghề nghiệp, thời sự và phát triển bản thân. Dữ liệu phỏng vấn sâu được sử dụng để làm rõ trải nghiệm, động cơ và cách sinh viên lý giải những lựa chọn này trong bối cảnh cụ thể.

3.3.1. Nhu cầu về nội dung: khác biệt giữa lựa chọn ưu tiên và mức độ nhu cầu tự đánh giá

Ở tầng lựa chọn trực tiếp, tin tức giải trí là nhóm nội dung được sinh viên quan tâm nhiều nhất, với 47,15% sinh viên lựa chọn. Tỷ lệ này vượt xa các nhóm tin còn lại như học tập, nghề nghiệp (16,37%), thời sự, chính trị (16,03%), y tế, sức khỏe (8,18%), kinh tế (6,87%) và khoa học, công nghệ (5,41%) (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 1). Kết quả này phản ánh sức hút mạnh của các nội dung văn hóa đại chúng, người nổi tiếng, âm nhạc, phim ảnh và những chủ đề dễ tiếp nhận trong môi trường truyền thông nền tảng.



Biểu đồ 3.4. Loại tin tức sinh viên quan tâm nhất (N = 2.053, đơn vị: %)

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án, năm 2025.

Đi sâu vào cấu trúc nội dung bên trong từng nhóm tin, các chủ đề giải trí được quan tâm nhiều nhất là đời tư, scandal, phát ngôn của người nổi tiếng (26,69%), xu hướng âm nhạc (26,45%) và phim điện ảnh, truyền hình (18,02%). Tuy nhiên, ở các nhóm nội dung khác, sinh viên cũng bộc lộ những ưu tiên gắn với đời sống học tập và tương lai nghề nghiệp: cơ hội việc làm, xu hướng thị trường lao động đạt 10,38%; chính sách giáo dục đạt 8,43%; học bổng và các

chương trình hỗ trợ đạt 4,92%. Trong nhóm thời sự, chính trị, thời sự trong nước và chính trị thế giới cùng đạt 7,94%; trong nhóm khoa học, công nghệ, trí tuệ nhân tạo đạt 3,85% (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 2). Các con số này cho thấy nhu cầu nội dung của sinh viên không thể quy về một chiều giải trí, mà bao gồm cả các mối quan tâm học tập, nghề nghiệp, chính sách và tri thức xã hội.

Bức tranh này rõ hơn khi đối chiếu với thang đo tự đánh giá nhu cầu nội dung. Nhu cầu cập nhật thông tin mới để nâng cao kiến thức, kỹ năng đạt Mean = 3,95, với 71,21% sinh viên đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý; nhu cầu thông tin về cơ hội nghề nghiệp, phát triển bản thân đạt Mean = 3,90, với 69,65% đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý. Nhu cầu cập nhật thông tin thời sự, xã hội và nhu cầu tìm kiếm thông tin phục vụ học tập, nghiên cứu cũng đều ở mức cao, lần lượt đạt Mean = 3,80 và Mean = 3,77 (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 3). Như vậy, nếu tăng lựa chọn trực tiếp cho thấy ưu thế của giải trí, thì tăng tự đánh giá nhu cầu lại cho thấy sinh viên vẫn nhận thức rõ vai trò của báo chí đối với tri thức, kỹ năng, nghề nghiệp và đời sống xã hội.

C1 là câu hỏi buộc chọn một loại tin quan tâm nhất, còn C2 là thang Likert cho phép nhiều nhu cầu cùng được đánh giá cao. Vì vậy, hai kết quả là hai phép đo bổ sung nhưng không đồng nhất: C1 phản ánh lựa chọn ưu tiên tại thời điểm trả lời, trong khi C2 phản ánh mức độ nhu cầu tự đánh giá ở bốn nhóm mục đích. Sự khác biệt giữa C1 và C2 không được dùng để suy ra một cấu trúc nhu cầu tiềm ẩn hay quan hệ nhân quả; kết quả chỉ cho thấy sinh viên có thể ưu tiên tin giải trí ở câu hỏi lựa chọn đơn, đồng thời vẫn đánh giá cao nhu cầu học tập, nghề nghiệp, thời sự và phát triển kiến thức, kỹ năng.

Dữ liệu phỏng vấn sâu cho thấy nhu cầu nội dung chuyên sâu thường xuất hiện khi sinh viên gắn thông tin báo chí với ngành học và định hướng nghề nghiệp. Một sinh viên ngành sư phạm chia sẻ:

“Đợt vừa rồi em có chủ động tìm hiểu về một số vấn đề liên quan đến ngành sư phạm. Thứ nhất là chuyện thi viên chức, công chức, vì em nghe nói đang có những thay đổi về kế hoạch. Thứ hai là các thông tin liên quan đến đề

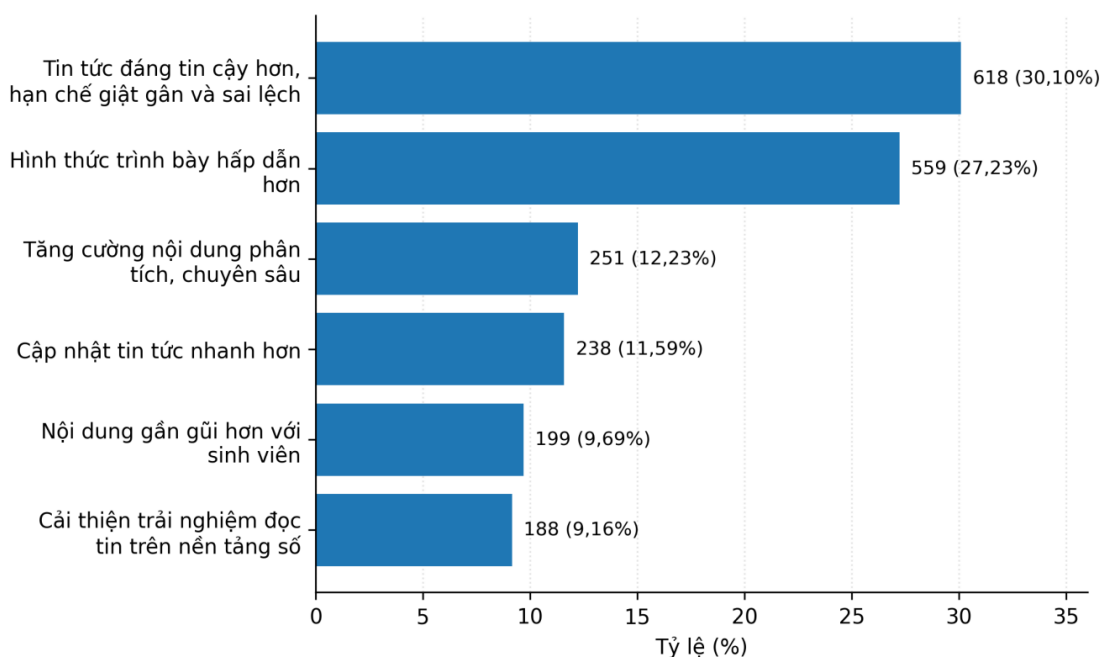
xuất dừng dạy thêm trong một số trường hợp, vì điều đó gắn trực tiếp với chuyên ngành em đang học. Thứ ba là thông tin về học phí, học bổng ngay trong trường của em. Những nội dung đó em chủ động theo dõi.” (PVS-SV12, sinh viên năm thứ ba, ngành Giáo dục tiểu học, Đại học Thủ Dầu Một)

Trải nghiệm này cho thấy nhu cầu báo chí của sinh viên có tính ngữ cảnh. Khi nội dung liên quan trực tiếp đến học tập, nghề nghiệp hoặc quyền lợi cá nhân, người tham gia phỏng vấn mô tả việc tìm kiếm có chủ đích hơn. Vì vậy, tỷ lệ quan tâm cao đối với tin giải trí không nên được hiểu như sự rời bỏ nội dung nghiêm túc; dữ liệu chỉ cho thấy các loại nhu cầu có thể cùng hiện diện trong những bối cảnh sử dụng khác nhau.

Kết quả kiểm định bổ trợ cho thấy loại tin tức sinh viên quan tâm nhất có sự khác biệt giữa các nhóm theo giới tính, năm học và nhóm ngành đào tạo; trong đó, nhóm ngành là biến gợi ý rõ nhất sự phân hóa nhu cầu nội dung (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 6). Điều này phù hợp với đặc điểm của sinh viên đại học: môi trường tri thức, định hướng nghề nghiệp và nhiệm vụ học tập khác nhau có thể kéo theo các ưu tiên nội dung báo chí khác nhau.

3.3.2. Nhu cầu về hình thức thể hiện: tin cậy đi đôi với hấp dẫn, nhanh và trực quan

Nhu cầu về hình thức thể hiện phản ánh cách sinh viên mong muốn báo chí tổ chức và trình bày thông tin trong môi trường số. Khi được hỏi về điểm cần cải thiện của báo chí, tỷ lệ sinh viên đề xuất “tin tức đáng tin cậy hơn, hạn chế giật gân và sai lệch” đạt 30,10%, cao nhất trong các phương án. Tiếp đến là “hình thức trình bày hấp dẫn hơn” với 27,23%. Các đề xuất “tăng cường nội dung phân tích, chuyên sâu” (12,23%), “cập nhật tin tức nhanh hơn” (11,59%), “nội dung gần gũi hơn với sinh viên” (9,69%) và “cải thiện trải nghiệm đọc tin trên nền tảng số” (9,16%) có tỷ lệ thấp hơn (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 4).



Biểu đồ 3.5. Những cải thiện sinh viên mong muốn ở báo chí (N = 2.053, đơn vị: %)

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án, năm 2025.

Hai lựa chọn đứng đầu cho thấy sinh viên không tách hình thức khỏi chất lượng báo chí. Với nhóm công chúng trẻ, độ tin cậy là điều kiện để thông tin được giữ lại, được chia sẻ và được xem như nguồn tham khảo; đồng thời, hình thức hấp dẫn là điều kiện để thông tin được chú ý trong dòng nội dung cạnh tranh mạnh. Nói cách khác, sinh viên cần báo chí vừa đáng tin, vừa dễ tiếp nhận. Nếu chỉ hấp dẫn mà thiếu kiểm chứng, thông tin dễ bị đặt ngang hàng với nội dung giải trí nền tảng; nếu chỉ chính xác nhưng trình bày nặng nề, báo chí khó đi vào nhịp tiếp nhận nhanh và phân mảnh của sinh viên.

Nhu cầu nhanh và trực quan thể hiện rõ trong lựa chọn hình thức, nền tảng mong muốn. Lựa chọn “đa nền tảng” đạt 27,57%, tiếp đến là “tin tức tóm tắt nhanh” với 24,79% và “video tin tức ngắn” với 23,33%. Ba lựa chọn này cộng lại chiếm 75,69%, cho thấy sinh viên ưu tiên những dạng tiếp nhận phù hợp với điện thoại thông minh, mạng xã hội và các khoảng thời gian ngắn trong ngày. Trong khi đó, báo chí trực quan, infographic đạt 9,35%; tin tức dạng văn bản truyền thống đạt 9,25%; podcast, tin tức âm thanh đạt 3,46%; livestream bản tin đạt 2,24% (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 5).

Tỷ lệ mong muốn các hình thức ngoài nhóm đa nền tảng, tin tức tóm tắt nhanh và video tin tức ngắn thấp hơn không có nghĩa là nhu cầu chiều sâu biến mất. Nhu cầu chiều sâu thể hiện ở yêu cầu tăng cường nội dung phân tích, chuyên sâu (12,23%) (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 4), nhưng thường tồn tại như một nhu cầu có điều kiện: sinh viên chỉ đầu tư thời gian cho phân tích dài khi nội dung thật sự liên quan đến học tập, nghề nghiệp, chính sách, sức khỏe hoặc một vấn đề xã hội đang gây quan tâm. Vì vậy, cách trình bày phù hợp với sinh viên không chỉ là “ngắn hóa” thông tin, mà là tổ chức nhiều tầng nội dung: bản tin nhanh để mở đầu, hình ảnh hoặc video để thu hút, và đường dẫn hoặc bài phân tích để phục vụ nhóm cần tìm hiểu sâu.

Phỏng vấn sâu làm rõ hơn cơ sở của lựa chọn này. Một sinh viên ngành du lịch cho biết:

“Em thích xem các bản tin ngắn có hình ảnh hơn, chứ dài quá thì em lười đọc.” (PVS-SV09, sinh viên năm thứ hai, ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, Trường Du lịch, Đại học Huế)

Ở một góc nhìn khác, sinh viên không chỉ yêu cầu thông tin dễ xem mà còn đòi hỏi báo chí phải giữ chuẩn mực nghề nghiệp khi sử dụng các hình thức giải trí hóa. Một sinh viên khối truyền thông, báo chí nhấn mạnh:

“Tuy nhiên, em nghĩ báo chí dù có áp dụng infotainment thì vẫn phải giữ được chuẩn mực nghề nghiệp, phải bảo đảm độ chính xác, khách quan và không được sa vào giật gân, câu view.” (PVS-SV18, sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, khối ngành truyền thông, báo chí)

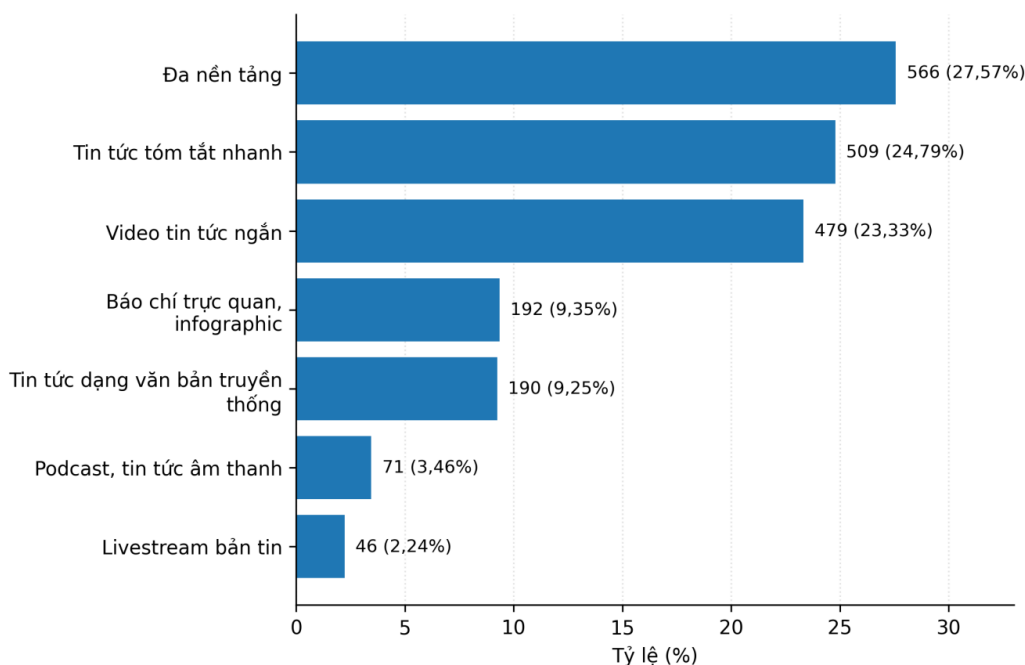
Những chia sẻ này cho thấy sinh viên không phủ nhận nhu cầu hấp dẫn, nhanh và trực quan; song họ vẫn đặt ra giới hạn nghề nghiệp đối với báo chí. Đây là điểm có ý nghĩa đối với báo chí học: công chúng trẻ có thể bị thu hút bởi định dạng ngắn, hình ảnh, video và tiêu đề nổi bật, nhưng sự tin cậy vẫn là giá trị phân biệt báo chí với các dòng nội dung tự phát trên nền tảng.

Kết quả kiểm định bổ trợ cho thấy đề xuất cải thiện báo chí không khác biệt theo giới tính và năm học, nhưng có khác biệt theo nhóm ngành đào tạo. Hình

thức, nền tảng tiếp nhận mong muốn có khác biệt theo giới tính và nhóm ngành, trong khi chưa thể hiện khác biệt theo năm học (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 6). Các kết quả này gợi ý rằng nhu cầu hình thức của sinh viên không hoàn toàn đồng nhất, đặc biệt khi xét đến môi trường học tập và định hướng nghề nghiệp của từng nhóm ngành.

3.3.3. Nhu cầu về nền tảng tiếp nhận: đa nền tảng và tích hợp vào môi trường số

Nền tảng tiếp nhận không chỉ là vấn đề kỹ thuật, mà phản ánh cách sinh viên mong muốn báo chí hiện diện trong hệ sinh thái thông tin hằng ngày. Lựa chọn “đa nền tảng” đứng đầu với 27,57%, cao hơn tin tức tóm tắt nhanh, video tin tức ngắn, báo chí trực quan, infographic, tin tức dạng văn bản truyền thống, podcast, tin tức âm thanh và livestream bản tin (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 5). Điều này cho thấy sinh viên không mong muốn báo chí chỉ tồn tại ở một kênh cố định, mà cần báo chí xuất hiện linh hoạt ở các không gian mà họ đang sử dụng: website, ứng dụng, mạng xã hội, video ngắn, nhóm chia sẻ và các kênh di động.



Biểu đồ 3.6. Hình thức tiếp nhận thông tin báo chí mong muốn trong tương lai (N = 2.053, đơn vị: %)

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án, năm 2025.

Nhu cầu đa nền tảng cần được hiểu như một yêu cầu về sự hiện diện đồng bộ của báo chí trong hành trình tiếp nhận của sinh viên. Sinh viên có thể thấy một tin trên mạng xã hội, đọc nhanh trên điện thoại, lưu lại để xem sau, chuyển sang báo mạng điện tử để kiểm chứng, hoặc chia sẻ đường dẫn vào nhóm bạn. Vì vậy, nền tảng không chỉ là nơi “đăng lại” nội dung, mà là một phần của trải nghiệm tiếp nhận: quyết định tốc độ tiếp xúc, mức độ thuận tiện, khả năng tương tác và cơ hội đối chiếu nguồn tin.

Cần phân biệt rõ giữa nền tảng trung gian tiếp nhận và nguồn gốc báo chí của thông tin. Trong phân tích này, mạng xã hội, nhóm chat hoặc người dùng chia sẻ lại được xem là các kênh trung gian mà qua đó sinh viên có thể gặp nội dung báo chí. Một nội dung do cơ quan báo chí sản xuất, biên tập và công bố vẫn thuộc phạm vi thông tin báo chí dù sinh viên tiếp xúc qua Facebook, TikTok, YouTube hay một đường dẫn trong nhóm chat. Ngược lại, bình luận cá nhân, tin đồn hoặc nội dung tự phát trên mạng xã hội không được đồng nhất với thông tin báo chí.

Dữ liệu phỏng vấn sâu cho thấy mỗi nền tảng đáp ứng một phần nhu cầu khác nhau của sinh viên. Một sinh viên khối truyền thông, báo chí mô tả khá rõ sự phân vai này:

“Facebook giúp em cập nhật thông tin rất nhanh, có nhiều người dùng và nhiều trang tin chính thống. TikTok thì thiên về giải trí hơn, video ngắn, dễ xem, dễ tiếp nhận.” (PVS-SV18, sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, khối ngành truyền thông, báo chí)

Một sinh viên khác cho thấy nhu cầu đa nền tảng không dừng ở việc tiêu thụ nhanh, mà còn gắn với hành vi đối chiếu nguồn tin:

“Ví dụ, em xem một thông tin trên TikTok nhưng thấy chưa đủ thì em sẽ chuyển sang Facebook hoặc các trang báo để xem thêm. Em muốn đối chiếu nhiều nguồn để có được thông tin đầy đủ và chính xác hơn.” (PVS-SV17, sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, khối ngành truyền thông, báo chí)

Những trải nghiệm này cho thấy báo chí chính thống không còn độc quyền điểm chạm đầu tiên với sinh viên, nhưng vẫn có thể giữ vai trò xác tín và cung cấp chiều sâu nếu hiện diện hợp lý trong hệ sinh thái nền tảng. Với sinh viên, đa nền tảng không phải là sự phủ nhận báo chí, mà là kỳ vọng báo chí thích ứng với nhịp tiếp nhận di động, nhanh, cá nhân hóa và có khả năng nổi từ thông tin ngắn sang nội dung đáng tin cậy hơn.

Từ ba bình diện nội dung, hình thức và nền tảng, có thể nhận diện một số đặc điểm nổi bật trong nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay.

Một là, hai phép đo nhu cầu nội dung cho kết quả khác nhau nhưng bổ sung cho nhau: giải trí dẫn đầu ở câu hỏi lựa chọn một loại tin quan tâm nhất, trong khi tri thức, kỹ năng, nghề nghiệp, học tập và thời sự vẫn được sinh viên tự đánh giá ở mức cao trên thang C2.

Hai là, nhu cầu hình thức thể hiện đặt đồng thời hai yêu cầu: hấp dẫn và tin cậy. Sinh viên mong muốn báo chí trình bày sinh động, trực quan, dễ tiếp nhận, nhưng không chấp nhận việc đánh đổi độ chính xác và chuẩn mực nghề nghiệp để lấy sự chú ý ngắn hạn.

Ba là, nhu cầu nền tảng nghiêng về đa nền tảng, tin tức tóm tắt nhanh và video tin tức ngắn. Điều này phản ánh sự dịch chuyển của công chúng sinh viên sang mô hình tiếp nhận linh hoạt, di động, gắn với mạng xã hội và các nền tảng số.

Bốn là, nhu cầu tiếp nhận có sự phân hóa giữa các nhóm sinh viên, nhất là theo nhóm ngành đào tạo. Vì vậy, sinh viên không nên được xem như một nhóm công chúng đồng nhất; họ là các nhóm công chúng trẻ có nhu cầu nội dung, hình thức và nền tảng khác nhau theo bối cảnh học tập, nghề nghiệp và kinh nghiệm truyền thông.

Các đặc điểm trên cho thấy nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đang vận hành theo logic kép: vừa chịu tác động của tốc độ, tính trực quan và thuật toán nền tảng, vừa duy trì những kỳ vọng căn bản đối với báo chí là tính

tin cậy, khả năng định hướng và giá trị tri thức. Đây là cơ sở để nhìn nhận sinh viên không chỉ như người dùng nội dung ngán trên nền tảng số, mà còn là nhóm công chúng báo chí có nhu cầu được phục vụ bằng những sản phẩm phù hợp hơn với đời sống học tập, nghề nghiệp và giao tiếp xã hội của họ.

3.4. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay

Bên cạnh nhu cầu tiếp nhận, điều kiện tiếp nhận là nhóm tiền đề được xem xét cùng các biểu hiện hành vi trong đời sống học tập, sinh hoạt và tương tác truyền thông hằng ngày. Điều kiện tiếp nhận được xem xét ở các bình diện vật chất, thời gian, khả năng chi trả, môi trường giáo dục và năng lực xử lý thông tin.

Điều kiện tiếp nhận được phân tích theo bốn nhóm: hạ tầng, thiết bị và kết nối; thời gian, kinh tế và khả năng chi trả; môi trường giáo dục và hỗ trợ từ nhà trường, giảng viên; năng lực tiếp nhận, kiểm chứng và xử lý thông tin.

3.4.1. Điều kiện hạ tầng, thiết bị và kết nối

Điều kiện hạ tầng, thiết bị và kết nối là lớp điều kiện ban đầu của quá trình tiếp nhận thông tin báo chí. Trong môi trường số, thiết bị cá nhân, đặc biệt là điện thoại thông minh, trở thành phương tiện quan trọng để sinh viên tiếp xúc với thông tin báo chí, dù nội dung đó đến trực tiếp từ cơ quan báo chí hay được phân phối lại qua các nền tảng trung gian.

Điều kiện tiếp nhận của sinh viên được định hình trước hết bởi thiết bị cá nhân và kết nối số. Điện thoại thông minh có kết nối Internet là điều kiện phổ biến nhất, chiếm 83,68%; máy tính cá nhân hoặc laptop đạt 62,54%; Wi-Fi miễn phí tại trường, thư viện hoặc ký túc xá đạt 50,66% (*Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 1*). Tuy vậy, mức độ thuận lợi không phân bố đều ở mọi loại điều kiện: kết nối Internet cá nhân ổn định mới đạt 40,77%, tivi hoặc truyền hình cáp đạt 36,34%, trong khi tài khoản trả phí để tiếp nhận nội dung báo chí chỉ đạt 11,64%. Số liệu này cho thấy điều kiện tiếp nhận đã nghiêng rõ về mô hình cá nhân hóa và trực tuyến, nhưng vẫn còn giới hạn ở chất lượng kết nối và khả năng tiếp cận các nguồn tin có thu phí.

Điều kiện hạ tầng có sự khác biệt giữa các nhóm sinh viên, thể hiện rõ hơn theo nhóm ngành đào tạo và một phần theo năm học, nhất là ở sở hữu máy tính hoặc laptop, kết nối Internet ổn định, tivi hoặc truyền hình cáp và tài khoản trả phí (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 8). Nền tảng tiếp nhận tuy phổ biến nhưng chưa đồng đều giữa các nhóm sinh viên.

Dữ liệu định tính củng cố nhận định trên. Một sinh viên cho rằng khi điện thoại và Internet đã phổ biến, khác biệt giữa các thiết bị không còn là rào cản lớn như trước; rào cản đáng chú ý hơn chuyển sang năng lực tiếp nhận và xử lý thông tin.

“Nếu nói về vật chất thì em nghĩ hiện nay chỉ khi nào không có hẳn Internet hoặc không có điện thoại thì mới là khó khăn lớn. Còn khi đã có điện thoại và Internet rồi thì dù thiết bị hiện đại hơn hay chỉ là smartphone bình thường, em thấy sự khác biệt cũng không quá lớn. Theo em, vấn đề quan trọng hơn là cách mình tiếp nhận thông tin: mình có chịu tìm hiểu thêm những nguồn khác không, hay đọc xong một nguồn là tin ngay. Em nghĩ khó khăn thực sự nằm ở kỹ năng tiếp nhận và xử lý thông tin hơn là ở thiết bị.” (PVS-SV02, sinh viên năm nhất ngành Truyền thông đại chúng)

Từ góc nhìn nhà trường, xu hướng hỗ trợ hiện nay thiên về hạ tầng số hơn là mô hình phòng đọc báo truyền thống. Các không gian học tập, thư viện, giảng đường và ký túc xá chủ yếu hỗ trợ sinh viên thông qua Internet và thiết bị cá nhân.

“Hiện nay có thể nói là hầu hết các khu vực chính trong trường như giảng đường, lớp học, thư viện và một số không gian sinh hoạt chung đều đã được phủ sóng Wi-Fi. Chất lượng mạng nhìn chung khá ổn định và đáp ứng tương đối tốt nhu cầu học tập, tra cứu tài liệu cũng như tiếp cận thông tin của sinh viên.” (PVS-CB01, cán bộ phụ trách hạ tầng công nghệ thông tin và cơ sở vật chất, thâm niên công tác 2 năm)

“Hiện nay 100% giảng đường, lớp học, thư viện đều được phủ sóng Wi-Fi chất lượng tốt, trừ khu vực sân trường. Vì vậy sinh viên truy cập Internet của nhà trường chủ yếu ở khu vực phòng học và thư viện. Còn các khu vực sân

chơi, khu vực công cộng ở nhà trường thì hiện chưa.” (PVS-CB03, trưởng phòng Hành chính một trường đại học khối sức khỏe, thâm niên công tác 5 năm ở vị trí quản lý)

Như vậy, điều kiện hạ tầng đã chuyển dần từ các phương tiện chung như tivi, radio, phòng đọc báo in sang thiết bị cá nhân và kết nối số. Thuận lợi này mở rộng khả năng tiếp xúc với thông tin báo chí, nhưng cũng làm nổi bật yêu cầu về chất lượng kết nối, năng lực tự lựa chọn nguồn tin và khả năng duy trì quan hệ thường xuyên với báo chí chính thống trong môi trường nền tảng.

3.4.2. Điều kiện thời gian, kinh tế và khả năng chi trả

Điều kiện thời gian là một trong những tiền đề được xem xét cùng mức độ tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên. Khác với nhóm công chúng có lịch sinh hoạt ổn định hơn, sinh viên chịu tác động của lịch học, tự học, thực tập, làm thêm, sinh hoạt câu lạc bộ và các hoạt động giải trí trên nền tảng số; vì vậy quỹ thời gian dành cho báo chí thường không cố định, dễ bị phân mảnh thành các khoảng ngắn trong ngày.

Thời gian tiếp nhận tin tức của sinh viên tập trung chủ yếu ở khoảng trung bình và không ổn định. Nhóm dành 30 đến 60 phút mỗi ngày chiếm tỷ lệ cao nhất, 34,39%; nhóm tùy ngày, không cố định chiếm 26,74%; nhóm dưới 30 phút chiếm 20,26% (*Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 2*). Các nhóm có thời lượng dài hơn chiếm tỷ lệ nhỏ, cho thấy tiếp nhận tin tức thường được bố trí như một hoạt động xen kẽ trong nhịp học tập và sinh hoạt, có hiện diện thường xuyên nhưng không tách thành một khoảng thời gian ổn định như thói quen đọc báo truyền thống.

Thời gian tiếp nhận tin tức có khác biệt giữa các nhóm theo giới tính và nhóm ngành đào tạo, nhưng không khác biệt theo năm học (*Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 8*). Quỹ thời gian tiếp nhận vì vậy gắn nhiều hơn với nhịp sinh hoạt, môi trường học tập và đặc điểm ngành học, thay vì thay đổi theo tiến trình năm học.

Phỏng vấn sâu cho thấy sinh viên thường đặt giới hạn thời gian để không bị cuốn vào các dòng thông tin khác, nhất là khi thông tin báo chí xuất hiện xen lẫn với nội dung giải trí trên mạng xã hội.

“Em hay dành thời gian rảnh, ví dụ lúc ăn cơm hoặc buổi tối trước khi đi ngủ, chủ yếu như một hình thức giải trí. Em không đặt thời gian tối thiểu mà thường đặt thời gian tối đa để tránh bị cuốn sâu vào các thông tin khác. Ví dụ buổi tối em dành khoảng 30 phút đến 1 tiếng; lúc ăn cơm cũng khoảng như vậy.” (PVS-SV08, sinh viên năm thứ tư khối sức khỏe và điều dưỡng, ở ký túc xá)

Bên cạnh thời gian, khả năng chi trả là bình diện cần chú ý. Chỉ 11,64% sinh viên có tài khoản trả phí để tiếp nhận nội dung báo chí (*Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 1*), trong khi rào cản khó tiếp cận nguồn tin trả phí được đánh giá ở mức cao (Mean = 3,59) (*Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 6*). Khoảng cách này cho thấy các nguồn tin có thu phí vẫn là một giới hạn thực tế đối với một bộ phận sinh viên, dù không phải rào cản duy nhất.

Tuy nhiên, không nên diễn giải điều kiện kinh tế theo hướng giản đơn rằng sinh viên hoàn toàn không có khả năng chi trả. Dữ liệu định tính cho thấy sinh viên có thể trả phí cho một số nền tảng nếu họ nhìn thấy sự tiện lợi trực tiếp, như loại bỏ quảng cáo, nghe nội dung khi tắt màn hình hoặc sử dụng song song với các hoạt động khác. Vấn đề nằm ở sự phù hợp giữa giá trị nhận được, mức phí và thói quen tiếp nhận của sinh viên.

“Em có trả phí cho một số nền tảng, ví dụ YouTube. Ngoài các khoản như điện, mạng, thiết bị thì em chỉ trả phí trực tiếp cho YouTube thôi. Em thấy khoản phí đó xứng đáng vì mình không phải xem quảng cáo, không mất thời gian lướt qua quảng cáo, và có những lúc em tắt màn hình nhưng vẫn nghe được thông tin khi đang làm việc khác như rửa bát chẳng hạn. Em thấy như vậy khá phù hợp với mức giá mình bỏ ra.” (PVS-SV13, sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Như vậy, thời gian và khả năng chi trả tạo nên hai giới hạn khác nhau của điều kiện tiếp nhận. Thời gian phân mảnh khiến sinh viên ưu tiên nội dung ngắn, nhanh và dễ tiếp nhận trong các khoảng rảnh; khả năng chi trả hạn chế làm cho nguồn tin miễn phí, dễ xuất hiện trên nền tảng số tiếp tục giữ ưu thế. Từ bình diện

này, môi trường học đường có vai trò quan trọng trong việc định hướng nguồn tin và hình thành thói quen tiếp nhận có chọn lọc.

3.4.3. Điều kiện môi trường giáo dục và hỗ trợ từ nhà trường, giảng viên

Môi trường giáo dục là điều kiện thiết chế quan trọng đối với quá trình tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên. Trong bối cảnh sinh viên sử dụng nhiều nền tảng và thường xuyên tiếp xúc với thông tin qua các kênh trung gian, nhà trường và giảng viên không chỉ cung cấp học liệu, mà còn góp phần định hướng nguồn tin, hình thành kỹ năng tìm kiếm, kiểm chứng và sử dụng thông tin phục vụ học tập, nghiên cứu và phát triển nghề nghiệp.

Điểm trung bình của bốn chỉ báo về hỗ trợ từ nhà trường và giảng viên dao động từ Mean = 3,82 đến Mean = 3,90; theo thang quy đổi, tất cả đều thuộc mức cao (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 3). Chỉ báo có môn học hoặc hoạt động nâng cao kỹ năng xử lý thông tin đạt điểm cao nhất, trong khi nhà trường hỗ trợ tiếp cận nguồn tin có điểm thấp nhất. Xét theo tỷ lệ đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý, các chỉ báo đều vượt 66%, cao nhất là hoạt động nâng cao kỹ năng xử lý thông tin với 70,04%. Môi trường giáo dục đã tạo hỗ trợ tương đối rõ, nhưng mức độ chủ động dẫn dắt sinh viên đến các nguồn tin báo chí vẫn cần được tăng cường.

Đánh giá về hỗ trợ từ nhà trường và giảng viên có khác biệt giữa các nhóm theo giới tính và nhóm ngành đào tạo, nhưng không khác biệt theo năm học (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 9). Trải nghiệm về môi trường hỗ trợ giáo dục vì vậy không hoàn toàn đồng nhất, mà có liên hệ với bối cảnh đào tạo và đặc điểm nhóm sinh viên.

Dữ liệu phỏng vấn sâu cho thấy vai trò của nhà trường thường thể hiện qua hệ thống thư viện, thư viện số, email, ứng dụng sinh viên, hoạt động Đoàn, Hội, tọa đàm chuyên đề và định hướng của giảng viên. Những hỗ trợ này không nhất thiết trực tiếp buộc sinh viên đọc báo hằng ngày, nhưng tạo môi trường để sinh viên biết tìm nguồn tin phù hợp và sử dụng thông tin một cách có trách nhiệm hơn.

“Thư viện của trường ngoài các đầu sách bản in trực tiếp thì còn liên kết với các nền tảng thư viện số. Sinh viên có thể truy cập vào các nền tảng đó bằng mã sinh viên của mình để tải tài liệu.” (PVS-CB02, cán bộ chuyên trách Đoàn trường, công tác tại trường từ năm 2019 đến nay)

Cùng với việc mở rộng học liệu số, một số cơ sở đào tạo đã chủ động chuyển hẳn nguồn tin báo chí trong khuôn viên sang dạng điện tử.

“Đối với trường Y thì có điểm hơi khác. Thứ nhất, đối với hệ thống báo chí thông thường, hiện nay nhà trường không còn đặt hệ thống báo giấy cho trường nữa; trước đây nhà trường có đặt báo giấy cho phòng hành chính và cho nhà trường, nhưng hiện nay hoạt động đặt báo giấy đã dừng lại. Với sinh viên, các em sử dụng báo điện tử đối với cả những báo có tính chất không phải báo chuyên ngành, tức là báo về thông tin xã hội thông thường. Còn đối với thông tin báo chuyên ngành, hiện nay nhà trường có một tạp chí nghiên cứu khoa học, được xuất bản ở cả dạng điện tử và dạng giấy. Đối với các tạp chí chuyên ngành khác, sinh viên có thể truy cập hệ thống tạp chí điện tử đó ở thư viện của nhà trường. Nhà trường có một số hệ thống miễn phí dành cho sinh viên để các em có thể đọc và truy cập tại thư viện.” (PVS-CB03, trưởng phòng Hành chính một trường đại học khối sức khỏe, thâm niên công tác 5 năm ở vị trí quản lý)

Một điểm đáng chú ý là các hoạt động định hướng kỹ năng số và sử dụng công cụ trí tuệ nhân tạo đã bắt đầu xuất hiện trong môi trường đại học. Trong bối cảnh thông tin báo chí và thông tin phi báo chí cùng xuất hiện trên môi trường nền tảng, hoạt động hướng dẫn sử dụng công cụ tìm kiếm, công cụ trí tuệ nhân tạo và nguồn học thuật có ý nghĩa như một lớp điều kiện hỗ trợ chất lượng tiếp nhận.

“Đoàn trường phối hợp với thư viện tổ chức một talk show chuyên đề về việc ứng dụng công nghệ AI vào tìm kiếm tài liệu học tập và nghiên cứu cho sinh viên. Chương trình này được các bạn tham gia và hưởng ứng khá nhiều.” (PVS-CB02, cán bộ chuyên trách Đoàn trường, công tác tại trường từ năm 2019 đến nay)

Ở góc nhìn sinh viên, vai trò của giảng viên thể hiện rõ trong việc giới thiệu các nguồn thông tin có uy tín, đặc biệt với những ngành học đòi hỏi thông tin chuyên môn, khoa học hoặc y tế. Môi trường giáo dục có thể trở thành bộ lọc hỗ trợ sinh viên lựa chọn nguồn tin, thay vì để sinh viên tự dò tìm giữa nhiều nguồn không đồng đều về độ tin cậy.

Nhìn chung, điều kiện môi trường giáo dục được sinh viên đánh giá ở mức cao. Giá trị của nhóm điều kiện này không chỉ nằm ở cơ sở vật chất hay học liệu, mà ở chức năng định hướng, xác tín và bồi dưỡng năng lực xử lý thông tin. Dù nhà trường và giảng viên có thể tạo môi trường hỗ trợ, chất lượng tiếp nhận cuối cùng vẫn phụ thuộc đáng kể vào năng lực của chính sinh viên trong tìm kiếm, kiểm chứng, sàng lọc và diễn giải thông tin.

3.4.4. Điều kiện năng lực tiếp nhận, kiểm chứng và xử lý thông tin

Trong các nhóm điều kiện đang được xem xét, năng lực tiếp nhận, kiểm chứng và xử lý thông tin là nhóm điều kiện chủ quan có ý nghĩa trung tâm. Trong môi trường truyền thông số, năng lực này giữ vai trò then chốt, vì sinh viên không chỉ cần tiếp xúc với nguồn tin mà còn phải phân tích, đánh giá, diễn giải và tổ chức thông tin trước khi sử dụng hoặc chia sẻ. Với sinh viên, năng lực này quyết định việc họ chỉ dừng ở thao tác truy cập hay có thể chuyển sang tiếp nhận thông tin báo chí một cách chọn lọc và có chất lượng.

Về khả năng sử dụng công nghệ thông tin, điểm trung bình bốn chỉ báo tự đánh giá dao động từ 3,58 đến 3,77, đều thuộc mức cao (*Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 4*). Sinh viên tự đánh giá cao nhất ở khả năng thành thạo công cụ trực tuyến, trong khi sử dụng các nền tảng học trực tuyến có điểm thấp nhất. Năng lực công cụ số của sinh viên đã tương đối phổ biến nhưng chưa đồng đều giữa các dạng công cụ phục vụ học tập và xử lý thông tin.

Ở tầng sâu hơn, kỹ năng tìm kiếm và xử lý thông tin được tự đánh giá với điểm trung bình từ 3,78 đến 3,91, đều thuộc mức cao (*Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 5*). Khả năng tìm kiếm thông tin phù hợp một cách nhanh chóng đạt điểm cao nhất, còn đánh giá độ tin cậy của thông tin là chỉ báo thấp nhất. Lợi thế của sinh

viên nằm ở thao tác tìm kiếm nhanh, trong khi khâu thẩm định nguồn tin vẫn là điểm cần chú ý hơn cả.

Kết quả này cần được diễn giải thận trọng vì là tự đánh giá của người trả lời, không phải bài kiểm tra năng lực khách quan. Chính sự chênh lệch giữa thao tác tìm kiếm nhanh và năng lực đánh giá độ tin cậy cho thấy ranh giới quan trọng giữa khả năng tiếp cận thông tin và năng lực tiếp nhận thông tin báo chí có chất lượng.

Khác biệt theo nhóm ngành đào tạo xuất hiện nhất quán ở các chỉ báo về năng lực công nghệ thông tin và kỹ năng tìm kiếm, xử lý thông tin; khác biệt theo năm học và giới tính chỉ xuất hiện ở một số chỉ báo (*Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 9*). Nền tảng đào tạo và môi trường học tập chuyên ngành vì vậy có liên hệ đáng kể với năng lực tiếp nhận và xử lý thông tin của sinh viên.

Dữ liệu phỏng vấn sâu làm rõ thêm chiều cạnh này. Sinh viên nhận thức được vai trò của thiết bị và kết nối, nhưng cũng thấy rằng điều kiện quyết định chất lượng tiếp nhận nằm ở cách sử dụng nguồn tin và khả năng không tin ngay thông tin đầu tiên.

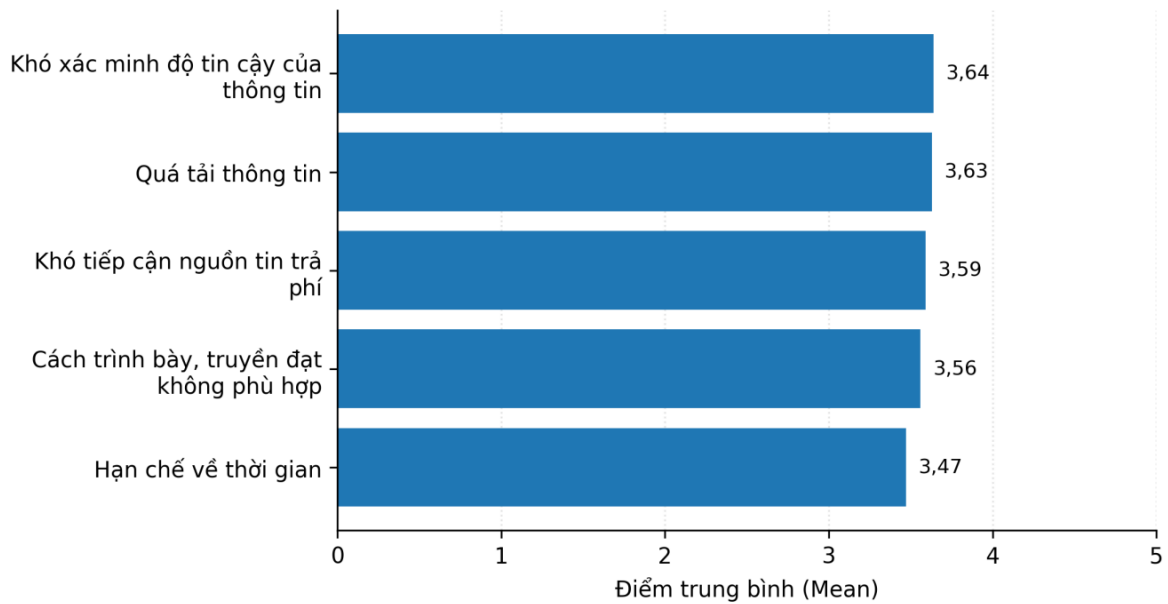
“Em thường tra trực tiếp trên Google, sau đó tìm các tờ báo lớn, báo nhà nước hoặc các báo điện tử uy tín như Báo Nhân Dân hay các trang chính thống khác. Khi đó em nghĩ mức độ chính xác sẽ cao hơn rất nhiều vì các nguồn này có ghi rõ thời điểm đăng tải, cập nhật và có uy tín hơn.” (PVS-SV13, sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Thuật toán nền tảng là một điều kiện đặc thù của môi trường số. Chỉ báo nhận thức được ảnh hưởng của thuật toán đạt Mean = 3,88 (*Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 5*), cho thấy sinh viên đã có ý thức nhất định rằng nội dung xuất hiện trên bảng tin không hoàn toàn ngẫu nhiên. Tuy nhiên, nhận thức được thuật toán mới là điều kiện ban đầu; để tiếp nhận có chất lượng, sinh viên còn cần năng lực phá vỡ dòng tin lặp lại, mở rộng nguồn tham chiếu và kiểm chứng thông tin ngoài phạm vi gợi ý của nền tảng.

“Em nghĩ là có, và mức độ can thiệp là rất rõ. Ví dụ chỉ cần em thả tương tác vào một chủ đề nào đó, chẳng hạn một chương trình truyền hình thực tế, thì ngay sau đó hoặc trong những ngày tiếp theo nền tảng sẽ tiếp tục hiển thị hàng loạt bài viết liên quan đến chương trình đó. Hoặc chỉ cần em like một trang của một trường đại học nào đó thì những ngày sau sẽ hiện ra thêm nhiều trang, bài viết, nội dung khác liên quan đến trường đó. Em thấy thuật toán ảnh hưởng rất rõ đến những gì mình nhìn thấy.” (PVS-SV13, sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Kết quả tự đánh giá năng lực cần được đặt cạnh dữ liệu về rào cản tiếp nhận, trong đó điểm trung bình càng cao phản ánh mức cản trở càng lớn (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 6). Hai chỉ báo có điểm trung bình cao nhất là khó xác minh độ tin cậy của thông tin (Mean = 3,64) và quá tải thông tin (Mean = 3,63), đều thuộc mức cao; trong khi không có thiết bị phù hợp (Mean = 3,09) và kết nối Internet không ổn định (Mean = 3,19) thuộc mức trung bình. Sự đối lập này cho thấy rào cản nổi bật không nằm ở thiếu thiết bị, mà ở năng lực kiểm chứng, sàng lọc và duy trì sự chú ý trong môi trường thông tin dày đặc.

Khó tiếp cận nguồn tin trả phí (Mean = 3,59) và cách trình bày, truyền đạt không phù hợp (Mean = 3,56) (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 6) cũng nằm ở mức cao, cho thấy rào cản tiếp nhận không chỉ thuộc về phía sinh viên. Chất lượng cung cấp thông tin, mô hình phân phối, thiết kế nội dung và chính sách truy cập của cơ quan báo chí đều ảnh hưởng đến khả năng sinh viên duy trì quan hệ với nguồn tin chính thống.



Biểu đồ 3.7. Các rào cản khi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên (N = 2.053, đơn vị: điểm trung bình)

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án, năm 2025.

Đối với nhóm rào cản, khác biệt theo nhóm ngành đào tạo xuất hiện ở toàn bộ chỉ báo; khác biệt theo giới tính và năm học chỉ xuất hiện ở một số rào cản liên quan đến thiết bị hoặc kết nối (*Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 9*). Các khó khăn trong tiếp nhận thông tin báo chí vì vậy cần được đặt trong bối cảnh ngành học, môi trường học tập và đặc điểm sử dụng nền tảng của từng nhóm sinh viên.

Phỏng vấn sâu từ phía cơ quan báo chí chỉ ra rằng sự bùng nổ nguồn tin và cơ chế lọc của nền tảng gắn với việc quá trình tiếp nhận của công chúng trẻ diễn ra trong một không gian thông tin phân mảnh.

“Sự bùng nổ của thông tin và nguồn tin, cùng với cơ chế lọc thông tin kiểu filter bubble hay các echo chamber do thuật toán mạng xã hội và tâm lý người dùng tạo ra, khiến việc tiếp cận thông tin của công chúng không thể đầy đủ. Bên cạnh đó, so với thông tin báo chí chính thống, các nội dung mang tính giải trí, thường thức [phổ thông, dễ tiếp nhận], bình dân lại chiếm ưu thế áp đảo hơn.” (PVS-BC05, cán bộ quản lý cơ quan báo chí, kinh nghiệm công tác 8 năm)

Một trường hợp khác từ phỏng vấn sâu cho thấy sinh viên có thể bị tác động bởi hình ảnh và cảm xúc trước khi kịp kiểm chứng nguồn tin: khi gặp một hình ảnh thương tâm trong bối cảnh thiên tai, người trả lời ban đầu tin vào nội dung vì hình ảnh tạo cảm giác chân thực, nhưng sau đó mới biết thông tin đã bị dàn dựng để câu view và chỉ nhận ra khi có sự đính chính từ nguồn chính thống. Trải nghiệm này làm rõ vì sao chỉ báo khó xác minh độ tin cậy của thông tin có điểm trung bình cao nhất trong nhóm rào cản.

Như vậy, năng lực tiếp nhận, kiểm chứng và xử lý thông tin cho thấy một nghịch lý đáng chú ý: sinh viên tự đánh giá khá cao về năng lực công nghệ và kỹ năng tìm kiếm, nhưng vẫn gặp rào cản lớn về quá tải thông tin, xác minh độ tin cậy, nguồn tin trả phí và hình thức trình bày. Điều kiện then chốt của tiếp nhận báo chí trong môi trường số vì vậy không còn là thiết bị đơn thuần, mà là khả năng chuyển từ truy cập nhanh sang tiếp nhận có chọn lọc, có kiểm chứng và có chiều sâu.

Về mức cần thiết của các đề xuất cải thiện điều kiện tiếp nhận, tăng cường phủ sóng Wi-Fi và nâng cao chất lượng Internet có điểm trung bình cao nhất (Mean = 3,92), tiếp đến là tăng hiện diện của báo chí chính thống trên mạng xã hội (Mean = 3,81) (*Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 7*). Các đề xuất gắn với phương tiện truyền thống như bổ sung báo in tại phòng đọc (Mean = 3,57) hoặc trang bị tivi tại ký túc xá (Mean = 3,39) có điểm thấp hơn. Thứ tự này cho thấy sinh viên ưu tiên rõ nhất các điều kiện số, gắn với kết nối, khả năng truy cập thuận tiện và sự hiện diện của báo chí trong không gian truyền thông quen thuộc; sinh viên không phủ nhận giá trị của báo chí truyền thống, nhưng mong muốn các điều kiện tiếp nhận được tổ chức theo logic số hóa, di động và gắn với thói quen nền tảng.

Khác biệt theo nhóm ngành đào tạo xuất hiện ở cả năm đề xuất; khác biệt theo giới tính và năm học chỉ ở một số đề xuất (*Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 9*). Giải pháp cải thiện điều kiện tiếp nhận vì vậy cần tính đến đặc điểm ngành học, môi trường học tập và nhịp sử dụng truyền thông của các nhóm sinh viên khác nhau. Kết quả này gợi mở yêu cầu liên kết giữa cơ quan báo chí và cơ sở giáo dục đại

học: nhà trường mở rộng hạ tầng, tổ chức học liệu, không gian và hoạt động định hướng để sinh viên biết khai thác nguồn tin đáng tin cậy; báo chí tăng hiện diện trên các nền tảng số mà sinh viên sử dụng thường xuyên, đồng thời giữ vai trò xác tín và cung cấp chiều sâu thông tin.

Khái quát lại, sinh viên đại học Việt Nam hiện nay có điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí tương đối thuận lợi ở phương diện thiết bị và kết nối ban đầu, nhưng chất lượng tiếp nhận vẫn gắn với thời gian phân mảnh, khả năng chi trả còn hạn chế, mức độ hỗ trợ chưa đồng đều giữa các nhóm và năng lực kiểm chứng còn cần được củng cố. Các kết quả này mô tả sự khác nhau giữa các nhóm điều kiện trong mẫu, không xác lập cơ chế tác động.

3.5. Mối liên hệ giữa nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay

Nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên không tự động chuyển thành hành vi tiếp nhận thường xuyên, ổn định và có chiều sâu. Quá trình này diễn ra trong sự gặp gỡ giữa động cơ thông tin của sinh viên, điều kiện tiếp nhận mà họ có, môi trường nền tảng số đang bao quanh họ và năng lực xử lý thông tin của chính người tiếp nhận. Vì vậy, cùng có nhu cầu cập nhật thông tin nhưng sinh viên có thể lựa chọn các kênh khác nhau; cùng có điện thoại thông minh và Internet nhưng mức độ chủ động, kiểm chứng và sử dụng thông tin không giống nhau.

Các mối liên hệ này được khái quát qua Bảng 3.3 theo bốn tuyến phân tích giữa nhu cầu, điều kiện và hành vi, kèm căn cứ dữ liệu định lượng và định tính. Bảng có chức năng tổ chức bằng chứng, không phải mô hình nhân quả

Bảng 3.3. Ma trận mối liên hệ giữa nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay (N = 2.053)

Tuyến quan hệ	Nhu cầu và điều kiện được quan sát	Hành vi/kết quả tiếp nhận	Bảng chứng neo	Mã PVS
Lựa chọn nguồn và kênh tiếp nhận	Nhu cầu cấp nhật nhanh, tiện lợi, linh hoạt; điều kiện tiếp xúc đa nền tảng	Tiếp nhận đa kênh, đa loại hình; mạng xã hội là điểm chạm nổi bật, báo chí chính thống giữ vai trò xác tín	Tần suất tiếp nhận theo loại hình; số loại hình tiếp nhận; thời điểm tiếp nhận; kiểm định hỗ trợ về khác biệt số loại hình tiếp nhận theo nhóm sinh viên, Phụ lục 4, Mục 3.5, Bảng 1	PVS-SV08; PVS-SV11; PVS-BC08
Mối liên hệ giữa nhu cầu nội dung và lựa chọn tiếp nhận	Nhu cầu giải trí, học tập, nghề nghiệp, thời sự, sức khỏe và khoa học công nghệ	Lựa chọn loại tin, định dạng và nền tảng khác nhau theo nhóm sinh viên; giải trí kích hoạt tiếp xúc nhanh, nội dung học tập và thời sự kích hoạt tìm kiếm có chủ đích	Loại tin quan tâm nhất; nhu cầu nội dung; hình thức, nền tảng mong muốn; kiểm định hỗ trợ về khác biệt theo nhóm ngành, Phụ lục 4, Mục 3.5, Bảng 2 và Bảng 3	PVS-SV17

Tuyên quan hệ	Nhu cầu và điều kiện được quan sát	Hành vi/kết quả tiếp nhận	Bằng chứng neo	Mã PVS
Mô tả mối liên hệ giữa nhu cầu, điều kiện và hành vi tự báo cáo	Thiết bị, Internet, thời gian, khả năng chi trả, môi trường học đường và hỗ trợ từ nhà trường	Nhu cầu có thể chuyển thành tiếp nhận ổn định hoặc bị phân mảnh, tranh thủ, gián đoạn; sở hữu thiết bị không tự nó làm tăng mức độ chủ động tiếp nhận	Thiết bị, kết nối, thời lượng, tài khoản trả phí, rào cản điều kiện; phân tích hỗ trợ về thiết bị, thời gian và mức độ chủ động tiếp nhận, Phụ lục 4, Mục 3.5, Bảng 4	PVS- SV02; PVS- CB02
Năng lực xử lý và chất lượng hậu tiếp nhận	Kỹ năng tìm kiếm, đánh giá độ tin cậy, tổng hợp, sàng lọc, nhận thức về thuật toán	Kiểm chứng, đối chiếu, chia sẻ, lưu trữ, bàn luận, sử dụng thông tin cho học tập, công việc, đời sống hoặc bỏ qua; báo chí chính thống được dùng để xác tín khi thông tin quan trọng hoặc gây tranh cãi	Cách thức xử lý thông tin; hành động sau tiếp nhận; năng lực tìm kiếm và xử lý thông tin; kiểm định hỗ trợ về hành động sau tiếp nhận và năng lực thẩm định, Phụ lục 4, Mục 3.5, Bảng 5 và Bảng 6	PVS- SV13; PVS- SV17; PVS- BC08

*Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát và phỏng vấn sâu của luận án,
năm 2025.*

3.5.1. Môi liên hệ giữa nhu cầu cập nhật với lựa chọn nguồn, kênh và tiếp nhận đa kênh

Nhu cầu cập nhật nhanh của sinh viên biểu hiện trước hết ở việc lựa chọn nguồn và kênh tiếp nhận. Kết quả từ mẫu $N = 2.053$ cho thấy mạng xã hội là loại hình có tần suất tiếp nhận hằng ngày cao nhất, với 49,39% sinh viên; báo mạng điện tử đạt 26,79%, truyền hình 15,54%, phát thanh 7,70% và báo in 3,56%. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa sinh viên chỉ tiếp nhận thông tin từ một kênh duy nhất. Khi tính một kênh từ mức ‘hiếm khi, dưới 1 lần/tuần’, 54,75% sinh viên tiếp nhận đủ năm nhóm kênh, loại hình và điểm chạm, còn 27,13% tiếp nhận bốn nhóm. Khi nâng ngưỡng lên ít nhất 1-2 lần/tuần, 76,04% tiếp nhận từ ít nhất ba nhóm, 44,86% từ ít nhất bốn nhóm và 22,02% đủ năm nhóm. Cấu trúc đó cho thấy hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên hiện nay có tính đa kênh rõ rệt (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 1 và Bảng 2).

Ở đây, mạng xã hội được xem là kênh trung gian qua đó sinh viên nhìn thấy, truy cập, chia sẻ hoặc được gợi ý các nội dung có nguồn gốc báo chí, hoặc các nội dung đã được cơ quan báo chí kiểm chứng, biên tập và công bố. Nội dung tự phát, tin đồn, bình luận cá nhân trên mạng xã hội không mặc nhiên thuộc phạm vi thông tin báo chí. Sự phân biệt này giúp làm rõ một điểm quan trọng của công chúng sinh viên trong môi trường số: sinh viên có thể không vào trực tiếp trang báo, nhưng vẫn tiếp nhận thông tin báo chí qua các cửa ngõ trung gian như Facebook, TikTok, nhóm chat, bạn bè hoặc các trang chia sẻ lại đường dẫn báo chí.

Thời điểm tiếp nhận cũng phản ánh logic linh hoạt của hành vi này. Có 59,23% sinh viên cho biết họ thường tiếp nhận thông tin báo chí vào bất cứ lúc nào rảnh thì tranh thủ xem tin, cao hơn hẳn các khung giờ cố định trong ngày. Kết quả cho thấy nhu cầu cập nhật tự báo cáo đi cùng kiểu tiếp nhận tranh thủ, ngắt quãng hơn là một thói quen đọc báo theo giờ cố định; cách tiếp nhận này gắn với nhịp học tập, sinh hoạt và dòng gợi ý của nền tảng (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 4).

“Nếu là thông tin chung thì em thường tiếp cận những sự kiện xảy ra trong ngày hoặc những sự kiện lớn. Ví dụ như đợt vừa rồi em có theo dõi lễ diễu binh 30/4 ở TP.HCM thì chủ yếu là theo dõi qua Facebook hoặc TikTok, chứ không lên hấn báo online để đọc kỹ. Ngoài ra, em cũng quan tâm đến thông tin về âm nhạc và giải trí, và cũng tiếp cận chủ yếu qua các kênh đó. Tuy nhiên, em không hẳn là chủ động đi tìm, mà nhiều khi chỉ lướt rồi thông tin tự hiện ra, nên mục tiêu tiếp nhận thông tin của mình cũng dễ bị nhiễu.” (PVS-SV08, sinh viên năm thứ tư, khối ngành sức khỏe, điều dưỡng, ở ký túc xá)

Trải nghiệm này cho thấy sự thay đổi trong đường đi của thông tin báo chí. Thông tin không chỉ được sinh viên tìm đến theo mô hình chủ động vào trang báo, mà còn xuất hiện trong dòng nội dung nền tảng. Ở một trường hợp khác, sinh viên ngành Du lịch mô tả việc thấy cùng một loại thông tin trên truyền hình, báo giấy, mạng xã hội, phát thanh và báo điện tử, nhưng vẫn sử dụng Facebook và TikTok là chủ yếu trong đời sống hằng ngày.

“Em thường thấy các thông tin đó xuất hiện trên truyền hình, trong các chương trình thời sự, trên báo giấy, trên mạng xã hội như Facebook, TikTok, trên radio/phát thanh và cả báo điện tử, ví dụ như Báo Mới. Tuy nhiên, trong các kênh đó thì em chủ yếu sử dụng mạng xã hội, nhất là Facebook và TikTok.” (PVS-SV11, sinh viên năm thứ ba, ngành Du lịch, Trường Đại học Thủ Dầu Một)

Từ phía cơ quan báo chí, sự dịch chuyển này cũng làm thay đổi chiến lược tiếp cận công chúng trẻ. Báo chí chính thống không còn chỉ phân phối nội dung qua kênh gốc, mà phải hiện diện trong không gian nơi sinh viên đang có mặt. Nhìn theo logic này, sự gia tăng vai trò của mạng xã hội không nhất thiết đồng nghĩa với việc báo chí suy giảm vai trò, mà cho thấy điểm chạm đầu tiên của báo chí với sinh viên đã dịch chuyển sang nhiều nền tảng trung gian hơn.

Kết quả kiểm định bổ trợ cho thấy số loại hình tiếp nhận có sự khác biệt giữa các nhóm sinh viên, chi tiết được trình bày tại Phụ lục 4, Mục 3.5, Bảng 1.

Phát hiện này gợi ý rằng nhu cầu cập nhật nhanh không đi cùng phạm vi kênh tiếp nhận giống nhau ở mọi nhóm. Đặc điểm ngành học, giới tính, năm học và kinh nghiệm sử dụng truyền thông có thể đi kèm với phạm vi kênh tiếp nhận khác nhau. Vì vậy, khi phân tích sinh viên như công chúng báo chí, cần nhìn họ như nhóm công chúng đa nền tảng, không phải nhóm chỉ đọc một loại hình báo chí duy nhất.

3.5.2. Mối liên hệ giữa nhu cầu nội dung với lựa chọn tiếp nhận theo học tập, nghề nghiệp và thời sự

Ở bình diện nội dung, lựa chọn tin giải trí không nên được hiểu như dấu hiệu của sự nông hóa nhu cầu tiếp nhận. Kết quả cho thấy tin giải trí là loại tin sinh viên quan tâm nhất, với 47,15%. Nhưng khi chuyển sang thang đo nhu cầu nội dung, các chỉ báo có tính tri thức và phát triển cá nhân lại đạt mức cao: nhu cầu cập nhật thông tin mới để nâng cao kiến thức, kỹ năng có Mean = 3,95, với 71,21% sinh viên đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý; nhu cầu tiếp nhận thông tin về cơ hội nghề nghiệp, phát triển bản thân có Mean = 3,90, với 69,65% đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý; nhu cầu cập nhật thông tin thời sự, xã hội đạt Mean = 3,80, với 63,27% đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 1 và Bảng 3).

Những số liệu này cho thấy hai phép đo cung cấp các kết quả khác nhau nhưng có thể đồng thời tồn tại. Thông tin giải trí có lợi thế ở câu hỏi buộc chọn một nội dung quan tâm nhất vì phù hợp với nhịp lướt nền tảng; trong khi đó, ở thang tự đánh giá, sinh viên vẫn ghi nhận nhu cầu cao đối với các nội dung gắn với học tập, nghề nghiệp, kiến thức, kỹ năng, chính sách và đời sống xã hội. Một sinh viên có thể xem tin giải trí để thư giãn, đồng thời tìm kiếm, đối chiếu nguồn khi cần thông tin phục vụ học tập hoặc liên quan đến chính sách.

Sự phân tầng đó còn được thể hiện ở nhu cầu về hình thức, nền tảng tiếp nhận. Có 27,57% sinh viên mong muốn tiếp nhận thông tin báo chí theo mô hình đa nền tảng, 24,79% ưu tiên tin tức tóm tắt nhanh và 23,33% ưu tiên video tin tức ngắn. Những lựa chọn này phản ánh yêu cầu kép: thông tin cần nhanh, ngắn, trực quan để đi vào nhịp sống sinh viên, nhưng vẫn phải giữ độ tin cậy và giá trị tri thức để đáp ứng nhu cầu học tập, nghề nghiệp, thời sự (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 5).

“Nếu là tin tức giải trí thì em thường xem Kênh 14 vì nhanh và nhiều tin hấp dẫn hơn. Còn với các tin chính thống như chính sách, đường lối của Nhà nước hoặc những tin đòi hỏi độ chính xác cao thì em sẽ chọn Báo Nhân Dân, Vietnamnet hoặc VTC News.” (PVS-SV17, sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, khối ngành truyền thông, báo chí)

Trích dẫn trên cho thấy cùng một sinh viên có thể sử dụng các nguồn khác nhau tùy theo loại nhu cầu. Tin giải trí kích hoạt hành vi tiếp xúc nhanh, trong khi thông tin chính sách, học tập hoặc vấn đề đòi hỏi độ chính xác cao lại kích hoạt hành vi lựa chọn nguồn chính thống. Đây là biểu hiện đáng chú ý của mối liên hệ giữa nhu cầu nội dung và lựa chọn tiếp nhận: sinh viên không chỉ “thích gì đọc nấy”, mà điều chỉnh nguồn, nền tảng và mức độ kiểm chứng theo tính chất của thông tin.

Kết quả kiểm định bổ trợ tại Phụ lục 4, Mục 3.5, Bảng 2 và Bảng 3 cho thấy loại tin sinh viên quan tâm và hình thức, nền tảng mong muốn có sự khác biệt giữa các nhóm ngành đào tạo. Điều này gợi ý rằng môi trường tri thức và định hướng nghề nghiệp của từng nhóm ngành đi kèm với ưu tiên nội dung khác nhau. Sinh viên khối khoa học xã hội và nhân văn nghiêng mạnh về tin giải trí; sinh viên khối khoa học tự nhiên, kỹ thuật, công nghệ nổi bật hơn ở tin thời sự, chính trị và khoa học, công nghệ; sinh viên khối kinh tế, tài chính chú ý nhiều hơn tới tin kinh tế; sinh viên khối sư phạm, sức khỏe, pháp luật, an ninh quốc phòng nổi bật hơn ở tin học tập, nghề nghiệp và y tế, sức khỏe; còn sinh viên khối dịch vụ, du lịch, nghệ thuật nghiêng về tin giải trí và học tập, nghề nghiệp (Phụ lục 4, Mục 3.5, Bảng 7).

Như vậy, quan hệ giữa nhu cầu nội dung và hành vi tiếp nhận không diễn ra theo một đường thẳng. Nó được phân tầng theo mức độ khẩn cấp, độ gần với đời sống sinh viên, yêu cầu nghề nghiệp và độ tin cậy cần thiết. Chính sự phân tầng này giải thích vì sao cùng một nhóm sinh viên vừa tiếp nhận nhanh, phân mảnh qua nền tảng, vừa vẫn có nhu cầu tri thức, học tập và nghề nghiệp khá rõ.

3.5.3. Mối liên hệ giữa điều kiện tiếp nhận với khả năng đáp ứng nhu cầu: thiết bị, thời gian, chi phí và môi trường học đường

Điều kiện tiếp nhận của sinh viên hiện nay có một nghịch lý đáng chú ý: điều kiện truy cập ban đầu tương đối phổ biến, nhưng điều kiện để duy trì tiếp nhận ổn định và có chiều sâu vẫn chưa đồng đều. Có 83,68% sinh viên sở hữu điện thoại thông minh kết nối Internet và 62,54% có máy tính hoặc laptop. Tuy nhiên, chỉ 11,64% có tài khoản trả phí để đọc tin, 40,77% tự nhận có Internet ổn định và 26,74% không có thời lượng cố định cho việc tiếp nhận, khi nào rảnh thì xem. Những con số này cho thấy thiết bị đã trở thành điều kiện nền, nhưng chưa đủ để bảo đảm chất lượng tiếp nhận (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 1 và Bảng 2).

Ở nhóm rào cản, tỷ lệ sinh viên đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý với nhận định “khó tiếp cận nguồn tin trả phí” là 56,02%; “quá tải thông tin” là 55,87%; “khó xác minh độ tin cậy của thông tin” là 55,67%; “cách trình bày, truyền đạt không phù hợp” là 51,97%; “hạn chế về thời gian” là 47,20%. Các chỉ báo này cho thấy rào cản tiếp nhận không còn nằm chủ yếu ở việc có hay không có phương tiện, mà chuyển sang các điều kiện duy trì chất lượng: chi phí, thời gian, khả năng chịu tải thông tin, khả năng xác minh và sự phù hợp của cách trình bày (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 6).

Điểm đáng chú ý hơn là kết quả phân tích bổ trợ tại Phụ lục 4, Mục 3.5, Bảng 4 cho thấy việc sở hữu thiết bị, kết nối hoặc tài khoản trả phí không đi kèm rõ rệt với mức độ chủ động tiếp nhận. Thời lượng tiếp nhận mỗi ngày cũng không tạo ra khác biệt đáng kể về mức độ chủ động. Nói cách khác, có điện thoại, có laptop, có Internet là điều kiện cần để chạm tới nguồn tin, nhưng chưa phải là điều kiện đủ để hình thành hành vi tiếp nhận tích cực. Phát hiện này có giá trị vì nó làm rõ sự khác biệt giữa “điều kiện tiếp cận được” và “điều kiện tiếp nhận tốt”.

“Nếu nói về vật chất thì em nghĩ hiện nay chỉ khi nào không có hẳn internet hoặc không có điện thoại thì mới là khó khăn lớn. Còn khi đã có điện thoại và internet rồi thì dù thiết bị hiện đại hơn hay chỉ là smartphone bình thường, em thấy sự khác biệt cũng không quá lớn. Theo em, vấn đề quan trọng hơn

là cách mình tiếp nhận thông tin: mình có chịu tìm hiểu thêm những nguồn khác không, hay đọc xong một nguồn là tin ngay.” (PVS-SV02, sinh viên năm nhất, ngành Truyền thông đại chúng)

Nhận định của sinh viên trên giúp giải thích vì sao điều kiện vật chất không tự động chuyển thành hành vi tiếp nhận sâu. Khi hạ tầng cá nhân đã tương đối phổ biến, chất lượng tiếp nhận phụ thuộc nhiều hơn vào cách sinh viên tổ chức thời gian, lựa chọn nguồn, kiểm tra thông tin và chống lại sự phân tán của môi trường nền tảng. Vì vậy, điều kiện tiếp nhận cần được hiểu như một tổ hợp gồm thiết bị, kết nối, chi phí, thời gian, môi trường học đường và năng lực sử dụng những điều kiện đó.

Môi trường học đường là một nhóm điều kiện hỗ trợ có liên hệ với hành vi tự báo cáo. Có thể thấy 70,04% sinh viên đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý rằng có môn học, hoạt động nâng cao kỹ năng xử lý thông tin; 68,78% đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý rằng có thể truy cập tài liệu, học liệu trực tuyến; 67,17% ghi nhận giảng viên hướng dẫn tìm kiếm thông tin. Các con số này cho thấy nhà trường không chỉ cung cấp hạ tầng, mà còn có khả năng tạo ra môi trường định hướng sử dụng thông tin báo chí, học liệu và nguồn tin chính thống (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 3).

“Vừa rồi Đoàn trường phối hợp với thư viện tổ chức một talk show chuyên đề về việc ứng dụng công nghệ AI vào tìm kiếm tài liệu học tập và nghiên cứu cho sinh viên. Chương trình này được các bạn tham gia và hưởng ứng khá nhiều.” (PVS-CB02, cán bộ chuyên trách Đoàn trường, công tác tại trường từ năm 2019 đến nay)

Từ đây có thể thấy, điều kiện tiếp nhận của sinh viên không nên được hiểu hẹp là trang bị thêm thiết bị hay tăng thêm đường truyền. Trong mẫu khảo sát, khác biệt theo thiết bị có cỡ ảnh hưởng rất nhỏ, còn năng lực xử lý và thẩm định thông tin đi cùng mức chủ động rõ hơn. Vì vậy, các kết quả về điều kiện cần được đọc như những mối liên hệ mô tả trong một môi trường thông tin phức tạp.

3.5.4. Mối liên hệ giữa năng lực xử lý và chất lượng tự đánh giá sau tiếp nhận: kiểm chứng, xác tín, lưu trữ, chia sẻ hoặc bỏ qua

Hành vi tiếp nhận thông tin báo chí không kết thúc ở việc sinh viên đã đọc, nghe hoặc xem một nội dung. Sau tiếp nhận, sinh viên có thể chia sẻ với người khác, lưu lại để tham khảo, bỏ qua, bàn luận, sử dụng thông tin cho học tập, công việc, đời sống, hoặc tham gia bày tỏ quan điểm trên nền tảng số. Ở giai đoạn hậu tiếp nhận, hành động phổ biến nhất là chia sẻ tin tức với bạn bè, gia đình qua mạng xã hội, chiếm 31,17%; tiếp đến là lưu lại thông tin quan trọng để tham khảo, 25,57%; bỏ qua, không tương tác gì với tin tức đã tiếp nhận, 16,76%; bàn luận về tin tức với bạn bè, thầy cô, người thân, 12,86%; sử dụng thông tin để phục vụ học tập, công việc, đời sống, 12,03%. Tỷ lệ viết bài/đăng trạng thái bày tỏ quan điểm trên mạng xã hội chỉ đạt 0,93%, còn tạo meme/video phản ứng/nội dung sáng tạo dựa trên tin tức đạt 0,68%, cho thấy mức tham gia công khai hoặc sáng tạo sau tiếp nhận còn rất hạn chế (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 7).

Những con số này gợi ý rằng sinh viên có hành vi hậu tiếp nhận, nhưng hành vi ấy chủ yếu diễn ra ở mức chia sẻ, lưu trữ và bàn luận trong các mạng lưới xã hội cá nhân, hơn là chuyển thành bày tỏ quan điểm công khai hoặc sáng tạo nội dung. Vì vậy, nếu chỉ nhìn vào các hình thức tham gia công khai trên nền tảng số, rất dễ đánh giá thấp những thao tác tiếp nhận ít hiển thị hơn như lưu trữ, đối chiếu và bàn luận trong nhóm bạn, gia đình, cộng đồng trực tuyến hoặc môi trường học tập. Sinh viên vẫn có thể chia sẻ, đối chiếu, lưu trữ và bàn luận, nhưng các hành động đó phân tán qua nhiều không gian khác nhau.

Chất lượng của giai đoạn hậu tiếp nhận gắn chặt với năng lực xử lý và thẩm định thông tin. Ở nhóm cách thức tiếp nhận, sinh viên tự đánh giá cao ở việc tiếp nhận từ nhiều nguồn, với Mean = 4,03; kiểm chứng trước khi chia sẻ, Mean = 3,91; ưu tiên tin nhanh, Mean = 3,92; ưu tiên hình thức trực quan, Mean = 3,93. Ở nhóm năng lực tìm kiếm và xử lý thông tin, tỷ lệ đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý đạt 70,48% với khả năng tìm kiếm thông tin phù hợp một cách nhanh chóng, 69,17% với khả năng sàng lọc và chọn lọc thông tin quan trọng, 67,51%

với nhận thức được thuật toán nền tảng ảnh hưởng đến thông tin được tiếp nhận, 63,22% với khả năng đánh giá độ tin cậy của thông tin. Các dữ liệu này cho thấy năng lực truyền thông không chỉ là điều kiện phụ trợ, mà là mắt xích quan trọng giữa tiếp xúc thông tin và chất lượng tiếp nhận (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 5; Mục 3.4, Bảng 5).

“Em nghĩ là có, và mức độ can thiệp là rất rõ. Ví dụ chỉ cần em thả tương tác vào một chủ đề nào đó, chẳng hạn một chương trình truyền hình thực tế, thì ngay sau đó hoặc trong những ngày tiếp theo nền tảng sẽ tiếp tục hiển thị hàng loạt bài viết liên quan đến chương trình đó. Hoặc chỉ cần em like một trang của một trường đại học nào đó thì những ngày sau sẽ hiện ra thêm nhiều trang, bài viết, nội dung khác liên quan đến trường đó. Em thấy thuật toán ảnh hưởng rất rõ đến những gì mình nhìn thấy.” (PVS-SV13, sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Nhận thức về thuật toán làm rõ một lớp điều kiện mới của tiếp nhận. Sinh viên không chỉ lựa chọn thông tin, mà còn được nền tảng lựa chọn thông tin để hiển thị. Khi thiếu năng lực thẩm định, sự gợi ý liên tục của nền tảng có thể làm hành vi tiếp nhận bị thu hẹp, lặp lại hoặc bị đẩy mạnh về cảm xúc. Khi có năng lực xử lý tốt hơn, sinh viên có xu hướng đối chiếu nguồn, kiểm chứng trước khi chia sẻ và chủ động tìm thêm các nguồn có độ tin cậy cao.

Trong giai đoạn hậu tiếp nhận, vai trò của báo chí chính thống bộc lộ rõ hơn. Báo chí không còn luôn là nơi sinh viên gặp thông tin đầu tiên, nhưng vẫn được một số người tham gia sử dụng để xác tín khi thông tin quan trọng, gây tranh cãi hoặc liên quan đến chính sách, sức khỏe, học tập, nghề nghiệp và thời sự. PVS-SV17 cho thấy khi gặp thông tin chưa đủ trên TikTok, sinh viên có thể chuyển sang Facebook hoặc các trang báo để đối chiếu; khi gặp vấn đề gây tranh cãi, sinh viên ưu tiên kiểm chứng lại bằng báo chí chính thống trước khi bình luận hoặc chia sẻ.

“Em thường sẽ tìm kiếm thêm trên Google hoặc xem trên các trang báo chính thống để kiểm chứng. Em không vội bình luận hay chia sẻ ngay. Nếu cần, em

sẽ xem thêm các phản ứng của mọi người trên mạng xã hội để hiểu dư luận đang nhìn nhận vấn đề đó như thế nào. Nhưng cuối cùng, em vẫn ưu tiên kiểm chứng lại bằng báo chí chính thống.” (PVS-SV17, sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, khối ngành truyền thông, báo chí)

Từ phía cơ quan báo chí, vai trò xác tín này cũng được nhìn nhận như một lợi thế cốt lõi trong môi trường thông tin nhiều nhiễu. Khi các nền tảng xã hội có ưu thế về tốc độ và khả năng lan truyền, báo chí chính thống cần giữ ưu thế về kiểm chứng, biên tập, trách nhiệm nguồn tin và khả năng cung cấp bối cảnh.

“Càng trong bối cảnh thông tin trái chiều thì người ta càng cần đến một nguồn có trust, tức là có tính chính thống, kiểm chứng và bảo chứng. Có những chuyện chưa rõ thật giả, người ta vẫn có tâm lý chờ nguồn chính thống xác nhận rồi mới tin. Không phải là công chúng trẻ không xem các nền tảng chính thống, mà là họ xem theo cách khác trước.” (PVS-BC08, lãnh đạo phụ trách nền tảng số truyền hình)

Kết quả kiểm định bổ trợ tại Phụ lục 4, Mục 3.5, Bảng 5 và Bảng 6 cho thấy hành động sau tiếp nhận có sự khác biệt giữa các nhóm ngành đào tạo, đồng thời năng lực xử lý và thẩm định thông tin đi kèm với các thao tác tiếp nhận thận trọng hơn. Phát hiện này gợi ý rằng sinh viên không phải một nhóm công chúng đồng nhất; khác biệt ngành học và khác biệt năng lực truyền thông có thể kéo dài từ lựa chọn nội dung đến hành động sau tiếp nhận.

Có thể khái quát rằng nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận của sinh viên thể hiện qua nhiều mối liên hệ đồng thời. Nhu cầu cập nhật nhanh đi kèm với tiếp nhận đa kênh; nhu cầu nội dung khác nhau đi kèm với lựa chọn nguồn và cách tiếp nhận khác nhau; điều kiện vật chất mở ra khả năng tiếp cận nhưng không tự nó tạo ra hành vi tích cực; năng lực xử lý thông tin đi kèm với độ sâu, mức độ kiểm chứng và chất lượng tự đánh giá sau tiếp nhận. Trong các mối liên hệ này, báo chí chính thống không còn độc quyền điểm chạm đầu tiên, nhưng vẫn giữ vai trò xác tín, định hướng và cung cấp chuẩn mực nghề nghiệp cho công chúng sinh viên trong môi trường truyền thông số.

3.6. Nhận xét chung về thực trạng nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay

3.6.1. Những kết quả tích cực trong nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên

Thứ nhất, sinh viên đại học hiện nay là nhóm công chúng đa nền tảng. Khi tính một kênh từ mức ‘hiếm khi, dưới 1 lần/tuần’, 97,42% sinh viên tiếp nhận thông tin báo chí từ ít nhất ba kênh, loại hình và điểm chạm, trong đó 54,75% tiếp nhận đủ năm nhóm được khảo sát. Khi nâng ngưỡng lên ít nhất 1-2 lần/tuần, các tỷ lệ tương ứng là 76,04% với ít nhất ba nhóm, 44,86% với ít nhất bốn nhóm và 22,02% với đủ năm nhóm. Mạng xã hội là điểm chạm hằng ngày nổi bật với 49,39%, trong vai trò nền tảng trung gian phân phối, chia sẻ hoặc gợi ý nội dung có nguồn gốc báo chí. Điều này cho thấy hành trình tiếp nhận đã chuyển từ truy cập trực tiếp sang nhiều điểm chạm trong môi trường số (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 1 và Bảng 2).

Thứ hai, sinh viên có dấu hiệu chủ động trong lựa chọn và kiểm chứng thông tin. Tiếp nhận từ nhiều nguồn đạt Mean = 4,03; kiểm chứng trước khi chia sẻ đạt Mean = 3,91; tiếp nhận thông tin có chọn lọc đạt Mean = 4,07 (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 5 và Bảng 6). Dữ liệu PVS cho thấy thông tin có thể xuất hiện trước trên Facebook, TikTok hoặc nhóm chat, nhưng khi cần xác tín, sinh viên thường tìm về báo chí chính thống hoặc nguồn chuyên gia (PVS-SV08, PVS-SV13, PVS-SV17).

Thứ ba, kết quả nhu cầu nội dung khác nhau theo cách đo. Tin tức giải trí chiếm 47,15% ở câu hỏi lựa chọn một nội dung quan tâm nhất, nhưng 71,21% sinh viên đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý với nhu cầu cập nhật thông tin mới để nâng cao kiến thức, kỹ năng; 69,65% đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý với nhu cầu thông tin về cơ hội nghề nghiệp và phát triển bản thân. Vì vậy, kết quả về giải trí không loại trừ sự hiện diện đồng thời của nhu cầu tri thức, nghề nghiệp và thời sự (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 1 và Bảng 3).

Thứ tư, sinh viên đặt ra yêu cầu kép đối với báo chí: nhanh, hấp dẫn, trực quan nhưng vẫn đáng tin cậy. Ở hướng cải thiện báo chí, “tin tức đáng tin cậy hơn, hạn chế giật gân và sai lệch” đạt 30,10%; “hình thức trình bày hấp dẫn hơn” đạt 27,23%; “tăng cường nội dung phân tích, chuyên sâu” đạt 12,23%; “cập nhật tin tức nhanh hơn” đạt 11,59%. Ở hình thức, nền tảng mong muốn trong tương lai, các lựa chọn nổi bật là đa nền tảng 27,57%, tin tức tóm tắt nhanh 24,79% và video tin tức ngắn 23,33% (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 4 và Bảng 5).

Thứ năm, điều kiện tiếp cận ban đầu tương đối thuận lợi. Có 83,68% sinh viên có điện thoại thông minh kết nối Internet, 62,54% có máy tính cá nhân hoặc laptop, 50,66% có Wi-Fi miễn phí tại trường, thư viện hoặc ký túc xá. Các chỉ báo hỗ trợ từ nhà trường và giảng viên dao động từ Mean = 3,82 đến Mean = 3,90. Trên nền điều kiện đó, báo chí chính thống vẫn giữ vai trò xác tín khi sinh viên cần kiểm chứng, hiểu sâu hoặc lưu lại thông tin có giá trị (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 1 và Bảng 3).

3.6.2. Những hạn chế và nghịch lý trong quá trình tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên

Bên cạnh các kết quả tích cực, dữ liệu cũng cho thấy một số hạn chế và nghịch lý. Những điểm này phản ánh sự phức tạp của quá trình tiếp nhận trong môi trường số, nơi báo chí chính thống cạnh tranh với nhiều loại nội dung khác và sinh viên phải tự tổ chức hành vi tiếp nhận giữa tình trạng dư thừa thông tin.

Thứ nhất, có nghịch lý giữa nhu cầu tri thức, nghề nghiệp khá rõ và ưu thế tiếp xúc của tin giải trí. Tỷ lệ 47,15% lựa chọn tin tức giải trí cho thấy sức hút của nội dung dễ xem, dễ chia sẻ và phù hợp với nhịp lướt nền tảng. Trong khi đó, các chỉ báo về nhu cầu cập nhật kiến thức, kỹ năng, nghề nghiệp và thời sự đều đạt mức cao (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 1 và Bảng 3). Sinh viên vì vậy có thể tiếp xúc với giải trí ở tầng bề mặt, nhưng vẫn cần thông tin đáng tin cậy khi nội dung gắn với học tập, nghề nghiệp, sức khỏe, chính sách hoặc các vấn đề xã hội.

Thứ hai, có nghịch lý giữa tiếp nhận đa kênh và sự phụ thuộc vào điểm chạm nền tảng. Tỷ lệ sinh viên tiếp nhận từ ít nhất ba kênh, loại hình và điểm

chạm rất cao, nhưng mạng xã hội vẫn là cửa ngõ hằng ngày nổi bật; 59,23% sinh viên thường tiếp nhận thông tin báo chí vào bất cứ lúc nào rảnh thì tranh thủ xem tin (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 2 và Bảng 4). Mô hình này làm thông tin báo chí dễ gặp hơn, nhưng cũng khiến quá trình tiếp nhận dễ bị ngắt quãng, bị cạnh tranh bởi nội dung giải trí và bị định hình bởi dòng gợi ý cá nhân hóa.

Thứ ba, có nghịch lý giữa điều kiện tiếp cận thuận lợi và rào cản chất lượng tiếp nhận. Khó xác minh độ tin cậy của thông tin đạt Mean = 3,64; quá tải thông tin đạt Mean = 3,63; khó tiếp cận nguồn tin trả phí đạt Mean = 3,59; cách trình bày, truyền đạt không phù hợp đạt Mean = 3,56. Rào cản vì vậy đã dịch chuyển từ việc có thiết bị hay không sang khả năng kiểm chứng, sàng lọc và tổ chức thông tin (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 6).

Thứ tư, thiết bị và kết nối chưa tự nó bảo đảm cho mức độ chủ động hoặc chất lượng tiếp nhận. Các phân tích bổ trợ cho thấy thiết bị, kết nối, Wi-Fi hoặc tài khoản trả phí chủ yếu tạo điều kiện tiếp xúc ban đầu; trong khi năng lực tìm kiếm, xử lý và thẩm định thông tin đi kèm rõ hơn với mức độ chủ động, kiểm chứng và chất lượng hậu tiếp nhận. Điểm nghẽn nằm ở khả năng chuyển nguồn tin thành tri thức, căn cứ học tập hoặc hành vi chia sẻ có trách nhiệm (Phụ lục 4, Mục 3.5, Bảng 4).

Thứ năm, có khoảng cách giữa chia sẻ nhanh và tương tác sâu. Trong các hành động sau tiếp nhận, chia sẻ tin tức với bạn bè, gia đình qua mạng xã hội chiếm 31,17%; lưu lại thông tin quan trọng để tham khảo chiếm 25,57%; bỏ qua, không tương tác gì chiếm 16,76%; sử dụng thông tin cho học tập, công việc, đời sống chiếm 12,03%. Các hành động tham gia công khai hoặc sáng tạo còn rất thấp: viết bài hoặc đăng trạng thái bày tỏ quan điểm đạt 0,93%; tạo meme, video phản ứng hoặc nội dung sáng tạo dựa trên tin tức đạt 0,68%. Đồng thời, chỉ 0,97% sinh viên thường tiếp nhận thông tin báo chí cùng thầy cô, phản ánh khoảng cách giữa hỗ trợ giáo dục với thực hành tiếp nhận hằng ngày (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 3 và Bảng 7).

Thứ sáu, sinh viên không phải một khối công chúng đồng nhất. Nhu cầu nội dung, hình thức, nền tảng mong muốn và hành động sau tiếp nhận đều cho thấy sự phân hóa theo nhóm ngành đào tạo. Phát hiện này gợi ý rằng các nhóm sinh viên khác nhau có điểm chạm, ưu tiên nội dung và cách sử dụng thông tin báo chí không hoàn toàn giống nhau (Phụ lục 4, Mục 3.5, Bảng 2, Bảng 3 và Bảng 5).

3.6.3. Nguyên nhân của những kết quả tích cực và hạn chế

Những kết quả tích cực và hạn chế nêu trên hình thành trong sự tương tác giữa bốn nhóm yếu tố: sinh viên, môi trường truyền thông số, cơ sở giáo dục đại học và cơ quan báo chí. Các nhóm nguyên nhân này đan xen trong toàn bộ quá trình sinh viên chạm tới nguồn tin, lựa chọn, giải mã, kiểm chứng, chia sẻ hoặc bỏ qua thông tin báo chí.

Thứ nhất, từ phía sinh viên, kết quả tích cực xuất phát từ đặc điểm của nhóm công chúng trẻ có trình độ học vấn, khả năng sử dụng công nghệ và nhu cầu học tập, nghề nghiệp tương đối rõ. Điện thoại thông minh, nền tảng học trực tuyến, mạng xã hội và công cụ tìm kiếm tạo nhiều điểm chạm với thông tin báo chí. Tuy nhiên, quỹ thời gian phân mảnh, thói quen tiếp nhận tranh thủ và ưu tiên tiện lợi cũng làm nội dung ngắn, trực quan, cảm xúc và giải trí dễ chiếm ưu thế.

Thứ hai, từ môi trường truyền thông số, các nền tảng giúp báo chí có thêm đường đi tới công chúng trẻ, kể cả khi sinh viên không trực tiếp mở trang báo. Đây là điều kiện thuận lợi cho kiểu tiếp nhận qua trung gian, nhưng cũng làm quá trình nhận diện nguồn gốc báo chí trở nên phức tạp hơn. Đồng thời, thông tin báo chí xuất hiện cùng tin đồn, bình luận cá nhân, quảng cáo, nội dung giải trí và thông tin chưa được kiểm chứng. Dòng gợi ý cá nhân hóa có thể làm tăng khả năng gặp thông tin quen thuộc, nhưng cũng làm giảm động lực tìm kiếm nội dung đa chiều nếu sinh viên thiếu thói quen kiểm chứng và mở rộng nguồn.

Thứ ba, từ phía cơ sở giáo dục đại học, hạ tầng số, học liệu trực tuyến, Wi-Fi, thư viện điện tử và một số hoạt động hỗ trợ kỹ năng xử lý thông tin tạo điều kiện thuận lợi cho sinh viên tiếp nhận thông tin báo chí. Tuy nhiên, mức độ tích

hợp báo chí chính thống vào hoạt động học tập, thảo luận chuyên môn, thực hành kiểm chứng thông tin và định hướng nguồn tin còn khác nhau giữa các trường, nhóm ngành và giảng viên. Điều này góp phần làm cho năng lực tiếp nhận và sử dụng thông tin báo chí chưa đồng đều.

Thứ tư, từ phía cơ quan báo chí, lợi thế cốt lõi vẫn là kiểm chứng, biên tập, xác tín và giải thích thông tin. Tuy nhiên, một bộ phận nội dung báo chí chưa thật phù hợp với nhịp tiếp nhận, ngôn ngữ, thiết bị và nền tảng sử dụng của sinh viên. Các lựa chọn về đa nền tảng, tin tóm tắt nhanh, video tin tức ngắn, báo chí trực quan và trải nghiệm đọc tin trên nền tảng số phản ánh khoảng cách giữa cách báo chí tổ chức nội dung truyền thống với cách sinh viên tiếp nhận trong môi trường số.

Từ những nhận xét trên, có thể xác định ba nhóm vấn đề trung tâm: năng lực và thói quen tiếp nhận của sinh viên; khả năng báo chí duy trì giá trị xác tín trong môi trường truyền thông nhiều trung gian; và vai trò của cơ sở giáo dục đại học trong việc hình thành môi trường tiếp nhận có định hướng. Ba nhóm vấn đề này cần được nhìn nhận cùng sự khác biệt giữa nhóm ngành, điều kiện học tập và trải nghiệm nền tảng của sinh viên. Đây là cơ sở thực tiễn để xác lập hệ giải pháp phân tầng đối với cơ quan báo chí, cơ sở giáo dục đại học và sinh viên trong phần giải pháp của luận án.

Tiểu kết chương 3

Chương 3 đã phân tích thực trạng nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay trên cơ sở khảo sát $N = 2.053$ sinh viên tại 10 trường đại học, kết hợp với 35 cuộc phỏng vấn sâu. Trên cơ sở dữ liệu định lượng và phỏng vấn sâu, chương không dừng ở việc mô tả kênh và tần suất tiếp nhận, mà làm rõ cấu trúc nhu cầu, các điều kiện hỗ trợ hoặc cản trở tiếp nhận, cùng các mối liên hệ giữa nhu cầu, điều kiện và hành vi.

Kết quả nghiên cứu cho thấy nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận có các mối liên hệ cùng chiều trong mẫu khảo sát. Nhu cầu rõ hơn thường đi kèm với mức độ tiếp nhận chủ động cao hơn; năng lực xử lý thông tin và môi trường hỗ trợ thuận lợi cũng đi kèm với cách tiếp nhận có chọn lọc, kiểm chứng và chất lượng tự đánh giá cao hơn. Các kết quả này phản ánh sự đồng biến và khác biệt giữa các nhóm, không được diễn giải như bằng chứng về cơ chế hoặc quan hệ nhân quả. Trong các mối liên hệ đó, báo chí, nhà trường và sinh viên là ba chủ thể có vai trò riêng: báo chí cung cấp thông tin có kiểm chứng và bối cảnh; nhà trường tạo môi trường hỗ trợ và bồi dưỡng năng lực tiếp nhận; sinh viên là chủ thể trực tiếp lựa chọn, đánh giá, sử dụng và tái lưu thông tin.

Trên trục quan hệ đó, ba đặc điểm nổi bật của công chúng sinh viên được ghi nhận. Phương thức tiếp nhận đã chuyển sang mô hình đa nền tảng, đa điểm chạm và có tính gián tiếp cao, trong đó báo chí chính thống không còn luôn là điểm xuất phát đầu tiên nhưng vẫn giữ vai trò xác tín và diễn giải chuyên sâu. Hai phép đo nhu cầu cho thấy tin giải trí nổi bật ở lựa chọn ưu tiên, còn tri thức, học tập, nghề nghiệp và thời sự được đánh giá cao ở thang nhu cầu tự báo cáo. Công chúng sinh viên không đồng nhất, mà phân hóa theo nhóm ngành đào tạo, điều kiện học tập và định hướng nghề nghiệp. Điểm nghẽn chung của chất lượng tiếp nhận nằm ở khoảng cách giữa tiếp cận và tiếp nhận, giữa tiếp xúc thông tin và sử dụng thông tin.

Những kết quả của Chương 3 là cơ sở thực tiễn để Chương 4 nhận diện các vấn đề đặt ra và đề xuất hệ giải pháp. Trọng tâm không chỉ là giúp sinh viên tiếp

cận nhiều thông tin báo chí hơn, mà là đáp ứng đúng cấu trúc nhu cầu, cải thiện các điều kiện tiếp nhận có chất lượng, tăng cường năng lực kiểm chứng, nâng cao khả năng chuyển hóa thông tin sau tiếp nhận và thiết lập quan hệ liên thông giữa cơ quan báo chí, cơ sở giáo dục đại học và sinh viên trong môi trường truyền thông số.

CHƯƠNG 4. NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP ĐÁP ỨNG NHU CẦU, CẢI THIỆN ĐIỀU KIỆN TIẾP NHẬN THÔNG TIN BÁO CHÍ CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC VIỆT NAM TRONG THỜI GIAN TỚI

4.1. Những vấn đề đặt ra trong đáp ứng nhu cầu và cải thiện điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay

Từ kết quả khảo sát và phỏng vấn sâu, có thể nhận diện năm vấn đề trung tâm trong đáp ứng nhu cầu và cải thiện điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay. Các vấn đề này không tách rời nhau, mà cùng phản ánh một chuyển dịch lớn: sinh viên vẫn có nhu cầu đối với thông tin báo chí, nhưng phương thức tiếp nhận đã trở nên đa nền tảng, gián tiếp, phân mảnh và chịu tác động mạnh của môi trường số. Vì vậy, yêu cầu đặt ra không chỉ là mở rộng khả năng tiếp cận báo chí, mà là nâng cao chất lượng tiếp nhận, năng lực kiểm chứng và khả năng sử dụng thông tin báo chí trong học tập, nghề nghiệp và đời sống công dân.

4.1.1. Vấn đề tương thích giữa mô hình tiếp nhận đa nền tảng, gián tiếp của sinh viên và cách tổ chức, phân phối nội dung của cơ quan báo chí

Vấn đề thứ nhất đặt ra là sự tương thích giữa mô hình tiếp nhận đa nền tảng, gián tiếp của sinh viên và cách cơ quan báo chí tổ chức, phân phối nội dung. Dữ liệu khảo sát cho thấy tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên không diễn ra trên một kênh đơn nhất. Hơn một nửa sinh viên tiếp nhận từ đủ năm loại hình và điểm chạm được khảo sát; nếu tính từ ba loại hình và điểm chạm trở lên, tỷ lệ gần như bao phủ toàn bộ mẫu. Trong hệ thống đó, mạng xã hội là điểm chạm có tần suất hàng ngày nổi bật nhất, tiếp đến là báo mạng điện tử và truyền hình. Như vậy, sinh viên tiếp nhận thông tin báo chí trong một cấu trúc đa kênh, linh hoạt và chịu tác động mạnh của nền tảng số (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 1 và Bảng 2).

Tính đa nền tảng còn thể hiện ở nhịp tiếp nhận. Gần sáu trên mười sinh viên cho biết thường tiếp nhận thông tin báo chí vào bất cứ lúc nào rảnh thì tranh thủ xem tin. Chỉ báo này phản ánh một mô hình tiếp nhận phân mảnh, không còn gắn

chặt với các khung giờ hoặc thói quen tương đối ổn định của báo in, phát thanh, truyền hình như trước đây. Thông tin báo chí đến với sinh viên không chỉ qua hành vi tìm kiếm chủ động, mà còn qua tình huống tiếp xúc ngẫu nhiên, được gợi ý, được chia sẻ hoặc được nhắc lại trong dòng nội dung cá nhân hóa (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 4).

Trong mô hình này, mạng xã hội giữ vai trò điểm chạm trung gian, nhưng không đồng nhất với báo chí. Sinh viên có thể gặp thông tin báo chí qua tài khoản chính thức của cơ quan báo chí, đường dẫn bạn bè chia sẻ, bài đăng trong nhóm cộng đồng, video ngắn được cắt dựng lại hoặc nội dung do thuật toán gợi ý. Cơ chế tiếp nhận gián tiếp này làm thông tin báo chí lan tỏa rộng và nhanh hơn, nhưng cũng khiến ranh giới giữa nội dung báo chí, bình luận cá nhân, quảng cáo, nội dung giải trí hóa và thông tin chưa kiểm chứng trở nên khó nhận diện hơn đối với sinh viên (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 1 và Bảng 5; Phụ lục 5, PVS-SV02, PVS-SV03, PVS-SV06, PVS-SV17).

Dữ liệu phỏng vấn sâu củng cố nhận định này. Một số sinh viên cho biết họ không chủ động đi tìm tin tức, mà thường gặp tin trong quá trình lướt Facebook, TikTok hoặc theo gợi ý của nền tảng. Cách tiếp nhận này cho thấy thông tin đang “tìm đến” sinh viên nhiều hơn là sinh viên chủ động đi tìm báo chí theo nghĩa truyền thống. Vì vậy, báo chí không thể chỉ đặt trọng tâm vào việc sản xuất sản phẩm hoàn chỉnh trên kênh chính thức, mà cần tổ chức hệ thống điểm chạm giúp sinh viên nhận diện được nguồn gốc báo chí và có đường chuyển tiếp về nội dung đầy đủ (Phụ lục 5, PVS-SV08, PVS-SV11, PVS-SV13, PVS-SV22).

Vấn đề cốt lõi vì vậy là sự gặp nhau giữa hai logic: logic tiếp nhận phân tán, linh hoạt, gián tiếp của sinh viên và logic tổ chức, kiểm chứng, phân phối nội dung có trách nhiệm của báo chí. Nếu hai logic này không gặp nhau, sinh viên có thể vẫn tiếp xúc với rất nhiều thông tin nhưng khó nhận diện đâu là thông tin báo chí đáng tin cậy; ngược lại, báo chí có thể vẫn sản xuất nội dung có chất lượng nhưng không tạo được quan hệ thường xuyên với công chúng sinh viên. Do đó, yêu cầu đặt ra không chỉ là báo chí xuất hiện nhiều hơn trên nền tảng số, mà là tổ

chức sự hiện diện ấy theo cách bảo toàn nguồn gốc báo chí, làm rõ trách nhiệm biên tập và hỗ trợ công chúng kiểm chứng.

4.1.2. Vấn đề dung hòa lựa chọn giải trí với nhu cầu nhanh, trực quan, tin cậy và chuyên sâu

Vấn đề thứ hai đặt ra là dung hòa kết quả khác nhau giữa lựa chọn nội dung ưu tiên và mức độ nhu cầu tự đánh giá với cách báo chí tổ chức nội dung, hình thức thể hiện và nhịp phân phối thông tin. Ở tầng tiếp xúc thường nhật, tin giải trí là loại tin được sinh viên quan tâm nhiều nhất. Tuy nhiên, ở thang đo nhu cầu, các chỉ báo gắn với tri thức, kỹ năng, nghề nghiệp và đời sống xã hội đều đạt mức cao, trong đó nhu cầu cập nhật thông tin mới để nâng cao kiến thức và kỹ năng cá nhân có điểm trung bình cao nhất, tiếp đến là nhu cầu về cơ hội nghề nghiệp, phát triển bản thân, thời sự xã hội, học tập và nghiên cứu (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 1 và Bảng 3).

Sự khác biệt giữa tầng lựa chọn nội dung thường nhật và tầng tự đánh giá nhu cầu cho thấy sinh viên không thể được nhận diện đơn giản như một nhóm công chúng chỉ tìm kiếm thông tin giải trí. Tin giải trí, tin ngắn và nội dung trực quan có lợi thế trong việc tạo điểm chạm ban đầu, vì phù hợp với nhịp lướt nhanh và dòng gợi ý của nền tảng. Nhưng khi nội dung liên quan đến học tập, nghề nghiệp, chính sách, sức khỏe hoặc các vấn đề xã hội có tác động trực tiếp đến đời sống, sinh viên vẫn cần thông tin được kiểm chứng, có bối cảnh và có khả năng giải thích. Vì vậy, giải trí có thể được xem là tầng kích hoạt tiếp xúc, còn tri thức, nghề nghiệp, thời sự và kỹ năng là tầng nhu cầu duy trì quan hệ sâu hơn giữa sinh viên với báo chí.

Các đề xuất cải thiện báo chí của sinh viên tiếp tục cho thấy yêu cầu kép này. Lựa chọn cao nhất là tin tức đáng tin cậy hơn, hạn chế giật gân và sai lệch; tiếp đến là hình thức trình bày hấp dẫn hơn, nội dung phân tích chuyên sâu, cập nhật nhanh và nội dung gần gũi với sinh viên. Điều này cho thấy sinh viên không tách hình thức thể hiện khỏi chất lượng báo chí: hình thức hấp dẫn là điều kiện để thông tin được chú ý trong dòng nội dung cạnh tranh, nhưng độ tin cậy mới là

điều kiện để thông tin được giữ lại, chia sẻ, sử dụng và xem như nguồn tham khảo có giá trị (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 4).

Yêu cầu kép cũng thể hiện ở hình thức, nền tảng mong muốn trong tương lai. Ba lựa chọn đứng đầu là đa nền tảng, tin tức tóm tắt nhanh và video tin tức ngắn; các hình thức như báo chí trực quan, văn bản truyền thống, podcast và livestream có tỷ lệ thấp hơn. Như vậy, sinh viên ưu tiên hình thức phù hợp với thiết bị di động, mạng xã hội và những khoảng thời gian tiếp nhận ngắn. Tuy nhiên, sự ưa chuộng hình thức ngắn không đồng nghĩa với việc nhu cầu chiều sâu biến mất; đúng hơn, chiều sâu cần được tổ chức lại theo cách phù hợp với nhịp tiếp nhận mới (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 5).

Phỏng vấn sâu bổ sung ví dụ bối cảnh cho sự khác biệt giữa hai phép đo này. Một số sinh viên cho biết họ thường lướt TikTok, Facebook để giải trí, giảm căng thẳng, nhưng khi làm bài nghiên cứu, tìm hiểu chính sách, định hướng nghề nghiệp hoặc tra cứu thông tin chuyên môn, họ chủ động tìm đến nguồn tin chính thống, có số liệu và bối cảnh rõ hơn. Một số cán bộ báo chí cũng nhận diện rằng người trẻ có thể bắt đầu bằng nội dung đời sống, giải trí, nhưng vẫn chờ đợi báo chí chính thống ở khả năng phân tích, phản biện và giải thích các vấn đề có liên quan trực tiếp đến quyền lợi của họ (Phụ lục 5, PVS-SV01, PVS-SV09, PVS-SV11, PVS-SV12, PVS-BC04, PVS-BC06).

Vấn đề đặt ra với báo chí, do đó, không phải là lựa chọn giữa ngắn và sâu, giữa hấp dẫn và tin cậy, giữa giải trí và tri thức. Nếu chỉ ngắn hóa nội dung để phù hợp với thói quen lướt nhanh, báo chí có nguy cơ bị đặt ngang hàng với các dạng nội dung nền tảng khác, nơi tốc độ, cảm xúc và tương tác có thể lấn át kiểm chứng và bối cảnh. Ngược lại, nếu chỉ duy trì cách trình bày dài, ít trực quan, khả năng tạo điểm chạm với sinh viên sẽ bị hạn chế. Điểm khó nằm ở việc tổ chức cấu trúc nội dung nhiều tầng, trong đó sản phẩm nhanh, trực quan làm lớp tiếp xúc, còn kiểm chứng, giải thích và phân tích chuyên sâu làm lớp giữ chân.

4.1.3. Vấn đề chuyển dịch rào cản từ điều kiện tiếp cận ban đầu sang năng lực tiếp nhận, kiểm chứng và xử lý thông tin

Vấn đề thứ ba đặt ra là sự chuyển dịch rào cản trong quá trình tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên, từ điều kiện tiếp cận ban đầu sang năng lực tiếp nhận, kiểm chứng và xử lý thông tin. Điều kiện tiếp cận ban đầu của sinh viên tương đối thuận lợi, thể hiện ở tỷ lệ sở hữu điện thoại thông minh kết nối Internet, máy tính hoặc laptop và khả năng sử dụng Wi-Fi miễn phí tại trường, thư viện hoặc ký túc xá. Tuy nhiên, các điều kiện hỗ trợ chất lượng tiếp nhận vẫn chưa đồng đều, nhất là kết nối Internet cá nhân ổn định và tài khoản trả phí để tiếp nhận nội dung chuyên sâu (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 1).

Nhóm rào cản nổi bật lại không nằm chủ yếu ở thiếu thiết bị. Xét theo điểm trung bình, khó xác minh độ tin cậy của thông tin và quá tải thông tin là hai rào cản nổi bật nhất, đều ở mức cao theo thang quy đổi; khó tiếp cận nguồn tin trả phí, cách trình bày, truyền đạt không phù hợp và hạn chế thời gian cũng là những rào cản đáng chú ý. Trong khi đó, các rào cản về thiết bị và kết nối có điểm trung bình thấp hơn (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 6). Điều này cho thấy điểm nghẽn nổi bật của sinh viên hiện nay không còn là khả năng chạm tới dòng thông tin, mà là năng lực kiểm chứng, sàng lọc và quản trị tình trạng quá tải.

Từ đó, cần phân biệt rõ giữa tiếp cận và tiếp nhận. Tiếp cận chủ yếu là khả năng chạm tới thiết bị, đường truyền, nền tảng hoặc nguồn tin; tiếp nhận là quá trình sâu hơn, gồm lựa chọn, giải mã, đánh giá, kiểm chứng, lưu giữ, chia sẻ và sử dụng thông tin. Một sinh viên có điện thoại thông minh, Internet và nhiều điểm chạm có thể tiếp cận rất nhanh với dòng tin tức, nhưng điều đó chưa bảo đảm khả năng nhận diện nguồn, hiểu bối cảnh, phân biệt thông tin báo chí với bình luận cá nhân hoặc kiểm chứng trước khi chia sẻ. Vì vậy, cải thiện điều kiện tiếp nhận không thể chỉ dừng ở mở rộng hạ tầng kỹ thuật, mà phải bao gồm điều kiện năng lực, điều kiện nhận diện nguồn tin và điều kiện đọc sâu.

Một điểm đáng chú ý là sinh viên tự đánh giá tương đối tích cực về kỹ năng tìm kiếm và xử lý thông tin. Các chỉ báo về tìm kiếm thông tin phù hợp, tổng hợp,

phân tích từ nhiều nguồn, sàng lọc thông tin và nhận thức về ảnh hưởng của thuật toán nền tảng đều nằm ở mức cao. Tuy nhiên, chỉ báo đánh giá độ tin cậy của thông tin thấp hơn một số chỉ báo khác, trong khi khó xác minh độ tin cậy lại là rào cản nổi bật nhất. Sự trùng hợp này cho thấy giữa năng lực tự đánh giá và năng lực vận dụng trong môi trường thông tin thực tế vẫn còn khoảng cách (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 5 và Bảng 6).

Phỏng vấn sâu làm rõ hơn khoảng cách đó. Một số sinh viên cho rằng khó khăn không nằm ở việc thiếu thiết bị, mà ở khả năng chất lọc thông tin giữa lượng lớn tin tức, bình luận và nội dung chưa kiểm chứng. Có sinh viên nhận thức được việc tìm kiếm một chủ đề có thể khiến nền tảng tiếp tục đẩy đến nhiều nội dung tương tự, làm họ bị thu hẹp trong vùng thông tin quen thuộc. Ở phía nhà trường, cán bộ quản lý và thư viện cũng cho rằng hạ tầng số không còn là điểm nghẽn duy nhất; cần tăng các hoạt động hướng dẫn sinh viên dùng AI, phân biệt tin thật, tin giả và xử lý thông tin có trách nhiệm (Phụ lục 5, PVS-SV02, PVS-SV06, PVS-SV13, PVS-CB01, PVS-CB02).

Rào cản về khả năng chi trả và thời gian làm rõ thêm giới hạn của điều kiện tiếp nhận. Tỷ lệ sinh viên có tài khoản trả phí để đọc tin còn thấp, trong khi khó tiếp cận nguồn tin trả phí là rào cản ở mức cao; bên cạnh đó, thói quen tiếp nhận của sinh viên mang tính tranh thủ, phân mảnh. Khi thời gian dành cho tin tức bị chia nhỏ, nội dung ngắn, dễ xem được ưu tiên, còn nội dung cần đọc sâu, kiểm chứng hoặc đối chiếu nguồn dễ bị giảm khả năng tiếp nhận (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 1, Bảng 2 và Bảng 6; Phụ lục 5, PVS-SV14, PVS-SV19, PVS-SV20, PVS-SV21).

Vấn đề cốt lõi vì vậy là chuyển trọng tâm từ mở rộng khả năng truy cập sang nâng cao năng lực tiếp nhận. Bên cạnh thiết bị và kết nối, sinh viên cần thời gian, khả năng chi trả phù hợp, kỹ năng nhận diện nguồn, kiểm chứng, đối chiếu và quản trị dòng thông tin cá nhân. Cơ quan báo chí và nhà trường phải hỗ trợ các điều kiện này bằng nguồn tin minh bạch, học liệu, hướng dẫn kỹ năng và môi trường thực hành thường xuyên.

4.1.4. Vấn đề chuyển hóa thông tin sau tiếp nhận thành sử dụng cho học tập, nghề nghiệp, đời sống trong môi trường giáo dục có định hướng

Vấn đề thứ tư đặt ra là khả năng chuyển hóa thông tin báo chí sau tiếp nhận thành tri thức, kỹ năng và hành động phục vụ học tập, nghề nghiệp, đời sống trong môi trường giáo dục có định hướng. Tiếp nhận thông tin báo chí không kết thúc ở thời điểm sinh viên đọc, xem hoặc nghe một nội dung, mà còn thể hiện ở những gì diễn ra sau đó: thông tin được sử dụng, bàn luận, lưu giữ, chia sẻ hay bỏ qua. Đây là tăng phản ánh giá trị của thông tin báo chí đối với sinh viên, bởi nó cho thấy thông tin có đi vào quá trình học tập, định hướng nghề nghiệp và nhận thức xã hội hay chỉ dừng ở mức tiếp xúc.

Dữ liệu về hành động sau tiếp nhận cho thấy một cấu trúc không đồng đều. Các hành động phổ biến hơn là chia sẻ tin tức qua mạng xã hội và lưu lại thông tin quan trọng để tham khảo; một bộ phận sinh viên bỏ qua hoặc không tương tác với tin tức đã tiếp nhận. Trong khi đó, tỷ lệ sinh viên sử dụng thông tin để phục vụ học tập, công việc và đời sống thấp hơn đáng kể so với hành động chia sẻ hoặc lưu lại. Các hành động tham gia công khai, như viết bài, đăng trạng thái bày tỏ quan điểm hoặc tạo nội dung phản ứng dựa trên tin tức, chỉ xuất hiện ở tỷ lệ rất thấp (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 7).

Cấu trúc này cho thấy quá trình tiếp nhận của sinh viên đã vượt khỏi mô hình hoàn toàn thụ động, nhưng mức chuyển hóa thông tin báo chí thành tri thức, kỹ năng, hành động nghề nghiệp và thực hành công dân vẫn còn hạn chế. Sinh viên có thể chia sẻ và lưu giữ thông tin tương đối nhanh, nhưng việc đưa thông tin vào bài tập, thảo luận chuyên môn, nghiên cứu, định hướng nghề nghiệp hoặc hành động xã hội có trách nhiệm chưa trở thành thực hành phổ biến. Nói cách khác, điểm yếu không nằm ở việc sinh viên hoàn toàn không tương tác với thông tin, mà ở mức độ sử dụng thông tin cho các mục tiêu học tập, nghề nghiệp và công dân còn thấp.

Một chỉ báo khác làm rõ vai trò của môi trường giáo dục. Trong các đối tượng cùng tiếp nhận thông tin báo chí với sinh viên, tỷ lệ tiếp nhận cùng thầy cô

rất thấp so với tiếp nhận một mình, cùng bạn bè hoặc qua nhóm chat, diễn đàn, cộng đồng trực tuyến. Điều này cho thấy hoạt động tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên phần lớn diễn ra bên ngoài quan hệ dạy và học chính thức, ít gắn với sự đồng hành hoặc thảo luận trực tiếp cùng giảng viên trong nhịp tiếp nhận hằng ngày (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 3 và Bảng 6).

Điều đó không có nghĩa vai trò của nhà trường vắng mặt. Kết quả về điều kiện tiếp nhận cho thấy sinh viên đánh giá tương đối tích cực các hỗ trợ từ nhà trường và giảng viên, như hỗ trợ tiếp cận nguồn tin, hướng dẫn tìm kiếm thông tin, hoạt động nâng cao kỹ năng xử lý thông tin và khả năng truy cập học liệu trực tuyến. Tuy nhiên, những hỗ trợ này chưa chuyển hóa đủ mạnh thành thực hành tiếp nhận, bàn luận và sử dụng thông tin báo chí cùng thầy cô trong học tập thường nhật (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 3).

Phỏng vấn sâu cho thấy khi có tình huống học tập hoặc nghề nghiệp cụ thể, sinh viên có xu hướng quay lại các nguồn tin chính thống hơn. Một số sinh viên ngành du lịch, sư phạm, y tế hoặc báo chí cho biết họ cần thông tin đáng tin cậy khi làm bài, tra cứu chính sách, tìm hiểu điểm đến, kiểm tra thông tin sức khỏe hoặc chuẩn bị nghề nghiệp. Điều này gợi ý rằng nếu nhà trường tạo nhiều tình huống sử dụng thông tin báo chí trong học tập, quá trình tiếp nhận có khả năng đi sâu hơn, vượt qua mức lướt, lưu và chia sẻ nhanh (Phụ lục 5, PVS-SV07, PVS-SV08, PVS-SV09, PVS-SV11, PVS-SV12, PVS-CB02).

Khoảng cách giữa tiếp nhận và sử dụng đòi hỏi thông tin báo chí phải vừa phù hợp nhu cầu học tập, nghề nghiệp, đời sống, vừa được đặt trong môi trường khuyến khích phân tích và ứng dụng. Nhà trường cần tạo tình huống sử dụng thông tin trong bài tập, thảo luận, hướng nghiệp và hoạt động học thuật; báo chí cần cung cấp sản phẩm có dữ liệu, bối cảnh và khả năng trích dẫn; sinh viên cần chủ động lưu giữ, đối chiếu và chuyển hóa thông tin thành tri thức, kỹ năng, hành động.

4.1.5. Vấn đề phân hóa công chúng sinh viên theo nhóm ngành, nhóm nhu cầu và bối cảnh tiếp nhận trong môi trường truyền thông số

Vấn đề thứ năm đặt ra là sự phân hóa của công chúng sinh viên theo nhóm ngành đào tạo, nhóm nhu cầu và bối cảnh tiếp nhận trong môi trường truyền thông số. Sinh viên đại học không phải một khối công chúng đồng nhất. Họ khác nhau về ngành học, mục tiêu học tập, định hướng nghề nghiệp, môi trường sống, năng lực xử lý thông tin và thói quen sử dụng nền tảng. Những khác biệt này gắn với việc nhu cầu nội dung, hình thức tiếp nhận, mức độ chủ động, cách kiểm chứng và hành động sau tiếp nhận không hoàn toàn giống nhau giữa các nhóm.

Kết quả Chương 3 cho thấy sự phân hóa xuất hiện rõ nhất ở loại nội dung sinh viên quan tâm. Nhóm khoa học xã hội và nhân văn nổi bật ở tin giải trí; nhóm sư phạm, sức khỏe, pháp luật, an ninh quốc phòng chú ý nhiều hơn đến học tập, nghề nghiệp và y tế, sức khỏe; nhóm khoa học tự nhiên, kỹ thuật, công nghệ có mức quan tâm đáng chú ý đối với thời sự, chính trị và khoa học, công nghệ; nhóm kinh tế, tài chính, thương mại, kinh doanh nổi bật hơn ở tin kinh tế; nhóm dịch vụ, du lịch, nghệ thuật kết hợp nhu cầu giải trí với học tập, nghề nghiệp. Các khác biệt này cho thấy bối cảnh đào tạo và định hướng nghề nghiệp có liên hệ với ưu tiên nội dung (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 1, Bảng 6; Mục 3.5, Bảng 2 và Bảng 7).

Sự phân hóa cũng thể hiện ở rào cản và điều kiện tiếp nhận. Khác biệt theo nhóm ngành xuất hiện ở toàn bộ các chỉ báo rào cản, trong khi một số đặc điểm như giới tính hoặc năm học chỉ khác biệt ở một số chỉ báo cụ thể. Điều này gợi ý rằng môi trường tri thức và yêu cầu nghề nghiệp của ngành học có thể tạo ra các áp lực, nhu cầu và khó khăn khác nhau trong tiếp nhận thông tin báo chí (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 8 và Bảng 9; Mục 3.5, Bảng 4 và Bảng 5).

Tuy nhiên, sự phân hóa không phủ nhận những điểm chung của công chúng sinh viên. Ở bình diện hình thức và nền tảng, nhiều nhóm đều có xu hướng ưu tiên thông tin ngắn gọn, trực quan và đa nền tảng; ở bình diện rào cản, khó xác minh độ tin cậy và quá tải thông tin vẫn là vấn đề chung; ở bình diện hậu tiếp nhận, việc chuyển hóa thông tin thành sử dụng học tập và nghề nghiệp còn hạn chế ở nhiều nhóm. Vì vậy, sinh viên cần được nhìn nhận đồng thời như một nhóm

công chúng trẻ có điểm chung về bối cảnh nền tảng, và như các tiểu nhóm công chúng khác nhau về ngành học, nhu cầu, điều kiện sống và mục tiêu nghề nghiệp.

Phỏng vấn sâu cho thấy một số nhu cầu cụ thể chỉ xuất hiện rõ khi đặt sinh viên vào ngành học và bối cảnh sử dụng thông tin. Sinh viên du lịch quan tâm đến thông tin điểm đến, văn hóa và trải nghiệm nghề nghiệp; sinh viên y khoa quan tâm đến thông tin sức khỏe có nguồn rõ; sinh viên sư phạm hoặc nhóm chuẩn bị nghề nghiệp cần thông tin chính sách; sinh viên truyền thông, báo chí chú ý nhiều hơn đến nguồn, cách kiểm chứng và trách nhiệm thông tin. Những khác biệt này là cơ sở quan trọng để báo chí và nhà trường thiết kế sản phẩm, hoạt động hỗ trợ và nguồn học liệu phù hợp hơn (Phụ lục 5, PVS-SV07, PVS-SV08, PVS-SV09, PVS-SV11, PVS-SV12).

Sự phân hóa này cho thấy không thể áp dụng một gói nội dung hoặc giải pháp đồng nhất cho toàn bộ sinh viên. Báo chí cần thiết kế nội dung theo nhóm ngành, nhu cầu và giai đoạn học tập; nhà trường cần tổ chức hỗ trợ phù hợp với đặc thù đào tạo; sinh viên cần nhận diện nhu cầu của chính mình để lựa chọn nguồn tương ứng. Cá nhân hóa chỉ có ý nghĩa khi giúp mở rộng lựa chọn và bảo đảm đa dạng thông tin, không làm sinh viên bị thu hẹp trong vùng nội dung quen thuộc.

4.2. Giải pháp đáp ứng nhu cầu và cải thiện điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam trong thời gian tới

Trên cơ sở năm vấn đề đặt ra, hệ giải pháp được tổ chức theo ba nhóm chủ thể: cơ quan báo chí, cơ sở giáo dục đại học và sinh viên. Ba nhóm giải pháp có quan hệ bổ sung. Cơ quan báo chí giữ vai trò tổ chức nội dung, kiểm chứng và phân phối thông tin; cơ sở giáo dục đại học giữ vai trò tạo môi trường học tập, hỗ trợ năng lực và định hướng nguồn tin; sinh viên giữ vai trò chủ thể lựa chọn, kiểm chứng, sử dụng và tái lưu thông thông tin. Hiệu quả của các giải pháp phụ thuộc vào mức độ phối hợp giữa ba chủ thể này.

Để bảo đảm mối liên kết giữa phát hiện thực chứng và hệ giải pháp, Bảng 4.1 tổng hợp các vấn đề, bằng chứng, mức ưu tiên và khung hành động theo từng chủ thể; nội dung chi tiết của từng giải pháp được trình bày tại các mục 4.2.1-4.2.3.

Bảng 4.1. Ma trận giải pháp đáp ứng nhu cầu và cải thiện điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên (tổng hợp từ kết quả khảo sát $N = 2.053$ và các mục 4.1, 4.2)

Vấn đề (theo mục 4.1)	Bằng chứng	Mức ưu tiên	Chủ thể	Hành động chính (tóm tắt từ mục 4.2)	Nguồn lực	Chỉ số theo dõi	Thời hạn
1. Khoảng cách giữa mô hình tiếp nhận đa nền tảng, gián tiếp của sinh viên và cách tổ chức, phân phối nội dung của cơ quan báo chí (4.1.1)	Tính từ mức hiếm khi trở lên, 97,42% tiếp xúc từ ba kênh trở lên (76,04% ở ngưỡng ít nhất 1-2 lần/tuần); mạng xã hội là điểm chạm hằng ngày của 49,39%; 59,23% tiếp nhận khi rảnh; mong muốn: đa nền tảng 27,57%, tóm tắt nhanh 24,79%, video ngắn 23,33%	Cao	Cơ quan báo chí (chủ trì)	Phân phối đa nền tảng có khả năng truy nguồn về bài gốc; tổ chức nội dung theo ba lớp liên kết (tiếp xúc nhanh; giải thích, kiểm chứng; chuyên sâu); hiện diện tại đúng điểm chạm sinh viên sử dụng (4.2.1)	Bộ phận nền tảng số; quy trình biên tập đa kênh	Mức hiện diện và dẫn nguồn, liên kết bài gốc trên các nền tảng sinh viên dùng; cơ cấu sản phẩm theo ba lớp nội dung	Thường xuyên; rà soát theo năm

Vấn đề (theo mục 4.1)	Bằng chứng	Mức ưu tiên	Chủ thể	Hành động chính (tóm tắt từ mục 4.2)	Nguồn lực	Chỉ số theo dõi	Thời hạn
2. Dung hòa lựa chọn giải trí với nhu cầu nhanh, hấp dẫn, tin cậy và chuyên sâu (4.1.2)	Giải trí là lựa chọn quan tâm nhất của 47,15%; 71,21% đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý với nhu cầu cập nhật kiến thức, kỹ năng; 69,65% với nhu cầu thông tin nghề nghiệp; mong muốn cải thiện: tin cậy hơn 30,10%, hình thức hấp dẫn 27,23%, phân tích chuyên sâu 12,23%	Cao	Cơ quan báo chí; cơ sở giáo dục đại học phối hợp	Thiết kế sản phẩm hai lớp nhanh và sâu có liên kết; phát triển tuyển nội dung học tập, nghề nghiệp, thời sự theo nhóm ngành; giữ chuẩn kiểm chứng, hạn chế giật gân (4.2.1)	Đội ngũ nội dung; dữ liệu công chúng trẻ	Cơ cấu tuyển nội dung học tập, nghề nghiệp trong sản phẩm cho công chúng trẻ; mức hài lòng của nhóm sinh viên	Trung hạn (1-2 năm học)

Vấn đề (theo mục 4.1)	Bằng chứng	Mức ưu tiên	Chủ thể	Hành động chính (tóm tắt từ mục 4.2)	Nguồn lực	Chỉ số theo dõi	Thời hạn
3. Rào cản dịch chuyển từ điều kiện tiếp cận sang năng lực kiểm chứng, xử lý thông tin (4.1.3)	Nhóm năng lực D5 cao và thấp khác biệt lớn về mức chủ động B6 ($\eta^2 = 0,318$) và cách xử lý, kiểm chứng B3 ($\eta^2 = 0,219$), hiệu ứng lớn trong mẫu; $r(D5-B6) = 0,612$; rào cản khó xác minh độ tin cậy ở mức cao (Mean = 3,64); khác biệt theo thiết bị chỉ có $\eta^2 = 0,001-0,004$ (rất nhỏ)	Cao nhất	Cơ sở giáo dục đại học (chủ trì); cơ quan báo chí; sinh viên	Tích hợp giáo dục năng lực truyền thông, kỹ năng kiểm chứng và sử dụng nguồn báo chí chính thống vào học phần, thư viện, ngoại khóa; báo chí phát triển lớp nội dung giải thích, kiểm chứng; sinh viên rèn thói quen đối chiếu đa nguồn (4.2.2, 4.2.3)	Giảng viên, thư viện; hợp tác trường và cơ quan báo chí	Sự hiện diện của nội dung năng lực thông tin trong chương trình, hoạt động; điểm tự đánh giá năng lực kiểm chứng (thang D5) ở các khảo sát tiếp theo	Trung hạn, theo năm học

Vấn đề (theo mục 4.1)	Bằng chứng	Mức ưu tiên	Chủ thể	Hành động chính (tóm tắt từ mục 4.2)	Nguồn lực	Chỉ số theo dõi	Thời hạn
4. Khoảng cách giữa tiếp nhận và sử dụng thông tin sau tiếp nhận cho học tập, nghề nghiệp (4.1.4)	Hành động thường xuyên nhất sau tiếp nhận: chia sẻ 31,17%, lưu lại 25,57%, bỏ qua 16,76%, bàn luận 12,86%, dùng cho học tập, công việc 12,03%; sáng tạo nội dung dưới 1%; $r(D5-B3) = 0,509$	Trung bình - cao	Sinh viên (chủ thể trực tiếp); cơ sở giáo dục đại học hỗ trợ	Hướng dẫn sử dụng thông tin báo chí trong học tập (trích nguồn, đối chiếu, lưu trữ có hệ thống); khuyến khích bàn luận học thuật từ tin tức; nhà trường tạo môi trường và công cụ hỗ trợ (4.2.2, 4.2.3)	Cố vấn học tập, giảng viên bộ môn; nền tảng học liệu	Tỷ lệ các hành động sử dụng, bàn luận (thang B5) ở các khảo sát tiếp theo; mức áp dụng trong bài tập, nghiên cứu của sinh viên	Dài hạn, liên tục

Vấn đề (theo mục 4.1)	Bằng chứng	Mức ưu tiên	Chủ thể	Hành động chính (tóm tắt từ mục 4.2)	Nguồn lực	Chỉ số theo dõi	Thời hạn
5. Phân hóa công chúng sinh viên theo nhóm ngành, nhu cầu và bối cảnh tiếp nhận (4.1.5)	Loại tin quan tâm, hình thức mong muốn và hành động sau tiếp nhận khác biệt theo nhóm ngành (Phụ lục 4, Mục 3.5; Cramér V lớn nhất ở biến nhóm ngành); điều kiện tiếp cận ban đầu đã phổ biến (83,68% có điện thoại thông minh) nên thiết bị không còn là trục phân hóa chính	Trung bình	Cơ quan báo chí; cơ sở giáo dục đại học	Phát triển sản phẩm và kênh theo nhóm công chúng sinh viên (theo ngành, nhu cầu); nhà trường điều chỉnh hoạt động hỗ trợ theo đặc thù ngành đào tạo (4.2.1, 4.2.2)	Dữ liệu phân tích công chúng; đơn vị đào tạo theo khối ngành	Danh mục sản phẩm, kênh theo nhóm công chúng; phản hồi của từng nhóm ngành ở các đợt khảo sát tiếp theo	Trung hạn

Ghi chú: mức ưu tiên được xác định đồng thời theo độ lớn hiệu ứng, mức độ phổ biến của hiện tượng và ý nghĩa thực tiễn, không chỉ theo ngưỡng $p < 0,05$. Các khác biệt đạt ngưỡng thống kê nhưng hiệu ứng rất nhỏ ($\eta^2 \leq 0,01$, như điều kiện thiết bị, kết nối) và khác biệt không còn ý nghĩa sau hiệu chỉnh Holm (như thời lượng tiếp nhận mỗi ngày, $p_{\text{Holm}} = 0,196$) không được dùng làm căn cứ ưu tiên.

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát và phỏng vấn sâu của luận án, năm 2025.

4.2.1. Giải pháp đối với cơ quan báo chí

Đối với cơ quan báo chí, mục tiêu trọng tâm là tái lập quan hệ có ý nghĩa với công chúng sinh viên trong môi trường đa nền tảng. Báo chí cần hiện diện tại các điểm chạm sinh viên đang sử dụng, đồng thời giữ ưu thế về kiểm chứng, cung cấp bối cảnh và trách nhiệm xã hội. Các giải pháp dưới đây tập trung vào cấu trúc nội dung, phân phối đa nền tảng, sản phẩm theo nhóm công chúng và cơ chế tương tác.

Một là, cơ quan báo chí cần tổ chức nội dung theo nhiều lớp, phù hợp với sự khác nhau giữa lựa chọn nội dung ưu tiên và mức độ nhu cầu tự đánh giá của sinh viên. Căn cứ trực tiếp là kết quả khảo sát cho thấy tin giải trí có ưu thế ở tầng lựa chọn nội dung thường nhật, nhưng các chỉ báo nhu cầu về kiến thức, kỹ năng, nghề nghiệp, thời sự, học tập và nghiên cứu đều ở mức cao. Bên cạnh đó, khi đề xuất điểm cần cải thiện, sinh viên ưu tiên báo chí đáng tin cậy hơn, hạn chế giật gân và sai lệch, đồng thời mong muốn hình thức trình bày hấp dẫn hơn (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 1, Bảng 3 và Bảng 4).

Từ căn cứ này, báo chí không nên chỉ trẻ hóa nội dung theo nghĩa làm cho tin ngắn hơn, nhẹ hơn hoặc thiên về giải trí hơn. Điều quan trọng hơn là tổ chức nội dung theo các lớp tiếp nhận. Lớp thứ nhất là lớp tiếp xúc nhanh, gồm tin ngắn, video ngắn, infographic, thẻ thông tin, bản tin tóm tắt, phù hợp với nhịp tiếp nhận phân mảnh của sinh viên. Lớp thứ hai là lớp giải thích và kiểm chứng, giúp làm rõ nguồn tin, bối cảnh, dữ kiện và các điểm gây tranh cãi. Lớp thứ ba là lớp chuyên sâu, gồm bài phân tích, longform, chuyên đề dữ liệu, sản phẩm đa phương tiện về học tập, nghề nghiệp, khoa học, công nghệ, sức khỏe, kinh tế và đời sống xã hội.

Các lớp nội dung này cần liên kết với nhau. Một video ngắn hoặc bản tin tóm tắt không nên tồn tại như sản phẩm tách rời khỏi nội dung báo chí đầy đủ, mà cần có đường dẫn, nhãn nguồn, chỉ dẫn bối cảnh hoặc gợi mở để sinh viên có thể đọc, nghe, xem sâu hơn khi có nhu cầu. Ngược lại, các bài phân tích dài cần có bản tóm tắt, đồ họa hoặc sản phẩm phụ trợ để dễ tiếp cận hơn trên thiết bị di động. Cách tổ chức nhiều tầng giúp báo chí vừa tạo được điểm chạm ban đầu, vừa bảo vệ giá trị cốt lõi về kiểm chứng, giải thích và trách nhiệm xã hội.

Phỏng vấn sâu cho thấy một số tòa soạn đã nhận diện yêu cầu này. Cán bộ báo chí cho rằng người trẻ có thể tiếp cận thông tin theo lối sống, giải trí trước, nhưng vẫn cần báo chí chính thống ở các nội dung phân tích, giải thích và phản biện liên quan đến quyền lợi của họ. Nhận định này phù hợp với việc nhiều nhu cầu có thể đồng thời hiện diện và gợi ý rằng báo chí cần thiết kế sản phẩm không chỉ theo chủ đề, mà theo hành trình tiếp nhận của công chúng trẻ (Phụ lục 5, PVS-BC04, PVS-BC06, PVS-BC10).

Hai là, cơ quan báo chí cần phân phối nội dung đa nền tảng nhưng giữ chuẩn mực biên tập và khả năng truy nguồn. Căn cứ của giải pháp là thực tế sinh viên tiếp nhận thông tin báo chí qua nhiều loại hình và điểm chạm, trong đó mạng xã hội có tần suất hằng ngày nổi bật, còn báo mạng điện tử giữ vai trò quan trọng ở tầng tiếp nhận trực tiếp. Sinh viên cũng có xu hướng tiếp nhận linh hoạt, tranh thủ, đồng thời tự đánh giá khá cao việc tiếp nhận đa nguồn và kiểm chứng trước khi chia sẻ (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 1, Bảng 2, Bảng 3 và Bảng 4).

Từ thực tế này, cơ quan báo chí không thể chỉ chờ công chúng sinh viên chủ động truy cập trang báo, ứng dụng hoặc kênh phát sóng chính thức. Báo chí cần hiện diện ở nơi sinh viên đang gặp tin: mạng xã hội, nền tảng video, công cụ tìm kiếm, ứng dụng di động, bản tin email, nhóm cộng đồng và các không gian số có liên quan đến học tập, nghề nghiệp, đời sống sinh viên. Tuy nhiên, hiện diện đa nền tảng không có nghĩa là hòa tan báo chí vào logic nền tảng. Nội dung báo chí khi đưa lên nền tảng cần giữ rõ nguồn gốc, tên cơ quan sản xuất, thời điểm xuất bản, đường dẫn về bài gốc, tiêu chuẩn kiểm chứng và trách nhiệm biên tập.

Trong thực tiễn tòa soạn, phân phối đa nền tảng nên được xem như một quy trình biên tập mở rộng. Mỗi nội dung quan trọng cần có phiên bản phù hợp với từng điểm chạm: bản đầy đủ trên báo điện tử hoặc chương trình chính; bản tóm tắt cho mạng xã hội; video ngắn hoặc đồ họa cho nền tảng thị giác; phiên bản âm thanh nếu phù hợp; và bản gợi ý câu hỏi, nguồn, dữ liệu để hỗ trợ sinh viên sử dụng trong học tập. Điều kiện đi kèm là bộ quy chuẩn biên tập cho nội dung trên

nền tảng số, bao gồm cách đặt tiêu đề, chọn hình ảnh, cắt dựng video, phản hồi bình luận và xử lý thông tin sai lệch trong không gian tương tác.

Ba là, cơ quan báo chí cần thiết kế sản phẩm, cơ chế tương tác và mô hình tiếp cận phù hợp với các nhóm công chúng sinh viên. Phân tích theo nhóm ngành cho thấy các nhóm sinh viên có ưu tiên nội dung khác nhau; trong khi đó, khả năng chi trả cho nội dung báo chí trả phí còn hạn chế và nguồn tin trả phí được sinh viên đánh giá là một rào cản ở mức cao (Phụ lục 4, Mục 3.5, Bảng 2 và Bảng 7; Mục 3.4, Bảng 1 và Bảng 6).

Vì vậy, báo chí cần vượt qua cách gọi chung “giới trẻ” hoặc “sinh viên” như một nhóm đồng nhất. Với sinh viên kỹ thuật, công nghệ, báo chí có thể phát triển các sản phẩm giải thích về AI, chuyển đổi số, an toàn dữ liệu và thị trường lao động công nghệ. Với sinh viên kinh tế, có thể tăng bản tin về tài chính cá nhân, thị trường việc làm, chính sách kinh tế và khởi nghiệp. Với sinh viên sức khỏe, giáo dục, pháp luật, thông tin cần nhấn mạnh nguồn chuyên môn, trách nhiệm xã hội và độ chính xác. Với sinh viên du lịch, dịch vụ, nghệ thuật, có thể kết nối thông tin văn hóa, điểm đến, xu hướng tiêu dùng và kỹ năng nghề.

Cơ chế tương tác với sinh viên cũng cần được thiết kế lại. Tương tác không chỉ là mở bình luận hoặc tăng lượt chia sẻ, mà là tạo điều kiện để sinh viên đặt câu hỏi, đề xuất chủ đề, tham gia khảo sát nhanh, gửi câu chuyện học tập, nghề nghiệp hoặc tham gia diễn đàn có kiểm soát. Báo chí có thể xây dựng chuyên mục ý kiến sinh viên, bản tin trường học, podcast theo nhóm ngành hoặc cuộc thi viết, làm video về các vấn đề xã hội gắn với đời sống đại học. Những cơ chế này phải đi kèm biên tập, kiểm chứng và hướng dẫn để không biến tương tác thành lan truyền thông tin thiếu kiểm soát.

Đối với mô hình trả phí, cơ quan báo chí không nên mặc định sinh viên sẵn sàng trả tiền cho mọi nội dung chuyên sâu. Dữ liệu PVS cho thấy sinh viên có thể trả phí khi nhìn thấy lợi ích trực tiếp về tiện ích và trải nghiệm, nhưng chưa hình thành thói quen trả phí cho báo chí chuyên sâu. Vì vậy, báo chí có thể cân nhắc mô hình truy cập linh hoạt hơn, như gói sinh viên, gói thư viện, gói theo trường,

bản tin miễn phí kèm liên kết phân tích sâu, hoặc mô hình tài trợ cho nội dung công ích. Mấu chốt là sinh viên phải nhìn thấy giá trị rõ ràng: độ tin cậy, tiết kiệm thời gian, tính ứng dụng trong học tập, nghề nghiệp và đời sống (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 6 và Bảng 7; Phụ lục 5, PVS-SV13, PVS-SV14, PVS-SV19, PVS-SV20, PVS-SV21, PVS-BC08, PVS-BC10).

Nhìn chung, giải pháp đối với cơ quan báo chí hướng tới mục tiêu kép: mở rộng điểm chạm với sinh viên và củng cố giá trị xác tín, giải thích của báo chí. Nội dung nhiều tầng, phân phối có khả năng truy nguồn, sản phẩm theo nhóm nhu cầu và cơ chế tương tác thường xuyên chỉ phát huy hiệu quả khi được đặt trong chiến lược công chúng dài hạn, có dữ liệu, nguồn lực và chuẩn mực biên tập rõ ràng.

4.2.2. Giải pháp đối với cơ sở giáo dục đại học

Đối với cơ sở giáo dục đại học, mục tiêu là xây dựng môi trường tiếp nhận có định hướng, trong đó sinh viên được hỗ trợ về hạ tầng, học liệu, kỹ năng kiểm chứng và khả năng sử dụng thông tin báo chí. Nhà trường không thay thế báo chí và cũng không quyết định thay sinh viên, nhưng có thể tạo điều kiện để quá trình tiếp nhận gắn chặt hơn với học tập, nghề nghiệp và trách nhiệm công dân.

Một là, cơ sở giáo dục đại học cần tích hợp giáo dục truyền thông, năng lực kiểm chứng và sử dụng nguồn báo chí chính thống vào đào tạo, hoạt động ngoại khóa và thư viện. Căn cứ của giải pháp là các rào cản nổi bật của sinh viên hiện nay không nằm chủ yếu ở thiết bị, mà ở khó xác minh độ tin cậy, quá tải thông tin và năng lực xử lý thông tin trong môi trường nhiều nguồn. Đồng thời, tỷ lệ sinh viên sử dụng thông tin báo chí cho học tập, công việc, đời sống còn thấp, còn tỷ lệ tiếp nhận thông tin báo chí cùng thầy cô rất hạn chế (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 6; Mục 3.2, Bảng 6 và Bảng 7).

Từ những căn cứ này, nhà trường cần đưa kỹ năng tiếp nhận và kiểm chứng thông tin báo chí vào hoạt động đào tạo một cách có hệ thống. Nội dung cốt lõi gồm kỹ năng tìm kiếm, sàng lọc, đánh giá độ tin cậy, nhận diện nguồn, nhận diện tin sai lệch, phân biệt sự kiện và ý kiến, hiểu tác động của thuật toán nền tảng và

AI tạo sinh đến dòng thông tin. Giải pháp này không dừng ở dạy sinh viên tránh tin sai, mà còn hướng đến sử dụng nguồn báo chí chính thống như học liệu để làm bài tập, thảo luận chuyên môn, nghiên cứu nhỏ và hoạt động học thuật.

Phỏng vấn sâu cho thấy một số trường đã có hoạt động phù hợp với hướng này, như tổ chức tọa đàm về ứng dụng AI trong tìm kiếm tài liệu học tập, hướng dẫn kỹ năng tìm kiếm, sử dụng thông tin và phân biệt tin thật, tin giả. Những hoạt động này cho thấy giáo dục năng lực tiếp nhận thông tin có thể được lồng ghép vào thư viện, Đoàn, Hội, câu lạc bộ học thuật và seminar chuyên đề, không nhất thiết chỉ giới hạn trong giờ học chính khóa (Phụ lục 5, PVS-CB01, PVS-CB02).

Điều kiện thực hiện là nhà trường có chương trình hoặc chuyên đề về năng lực thông tin và năng lực tiếp nhận báo chí, được thiết kế phù hợp với từng nhóm ngành; đội ngũ giảng viên, cán bộ thư viện được bồi dưỡng kỹ năng này; và có sự phối hợp giữa khoa chuyên môn, thư viện, Đoàn, Hội, câu lạc bộ học thuật. Việc đánh giá kết quả không nên chỉ dừng ở số buổi sinh hoạt hay số sinh viên tham dự, mà cần theo dõi mức độ sinh viên vận dụng kỹ năng kiểm chứng và sử dụng nguồn báo chí trong học tập thực tế.

Hai là, cơ sở giáo dục đại học cần tăng cường hạ tầng số, học liệu số, cổng thông tin và vai trò định hướng nguồn tin của giảng viên, thư viện. Kết quả khảo sát cho thấy các chỉ báo hỗ trợ từ nhà trường và giảng viên đều ở mức cao; khi đề xuất cải thiện điều kiện tiếp nhận, sinh viên ưu tiên tăng cường phủ sóng Wi-Fi, nâng cao chất lượng Internet, tăng hiện diện của báo chí chính thống trên mạng xã hội, trang bị máy tính nối mạng tại thư viện, trong khi bỏ sung báo in tại phòng đọc có mức ưu tiên thấp hơn (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 3 và Bảng 7).

Điều này cho thấy điều kiện hỗ trợ của trường đại học nên tập trung vào hạ tầng số và học liệu số, nhưng không dừng ở hạ tầng. Nội dung cốt lõi gồm củng cố Wi-Fi, đường truyền, phòng máy, không gian học tập số; phát triển thư viện số, học liệu số, cơ sở dữ liệu và quyền truy cập nguồn tin chất lượng; xây dựng cổng thông tin của trường như một kênh dẫn nguồn báo chí chính thống và đáng tin cậy cho sinh viên. Vai trò của giảng viên nằm ở việc đưa nguồn tin báo chí vào

bài giảng, yêu cầu sinh viên đối chiếu nguồn, hướng dẫn cách trích dẫn và khuyến khích sử dụng báo chí như nguồn dữ liệu thực tiễn.

Ba là, cơ sở giáo dục đại học cần phối hợp với cơ quan báo chí để triển khai chuyên đề, sản phẩm và hoạt động tiếp nhận thông tin báo chí theo đặc thù nhóm ngành. Căn cứ của giải pháp là nhu cầu nội dung phân hóa theo nhóm ngành, trong khi sinh viên cần những nguồn thông tin gắn với học tập, nghề nghiệp và bối cảnh xã hội của ngành học. Một mô hình hỗ trợ đồng loạt khó phù hợp với mọi nhóm sinh viên (Phụ lục 4, Mục 3.5, Bảng 2 và Bảng 7).

Các hình thức phối hợp có thể gồm tọa đàm báo chí theo nhóm ngành, chuyên đề kỹ năng kiểm chứng, mời nhà báo và chuyên gia tham gia hoạt động hướng nghiệp, sản xuất bản tin chuyên đề cho sinh viên, xây dựng thư mục nguồn báo chí tin cậy theo ngành học, tổ chức cuộc thi viết, làm podcast, video hoặc infographic dựa trên nguồn báo chí chính thống. Với sinh viên y tế, sản phẩm phối hợp có thể tập trung vào truyền thông sức khỏe và kiểm chứng thông tin y khoa; với sinh viên du lịch, có thể là thông tin điểm đến, văn hóa, kinh tế du lịch; với sinh viên kinh tế, có thể là tài chính cá nhân, thị trường lao động; với sinh viên kỹ thuật, có thể là AI, an toàn dữ liệu, chuyển đổi số.

Phỏng vấn sâu cho thấy sinh viên và cán bộ nhà trường có nhu cầu thực tế đối với các sản phẩm thông tin có tính nghề nghiệp, được đăng tải trên kênh chính thức của trường hoặc phối hợp với cơ quan báo chí. Đây là hướng có giá trị vì giúp sinh viên tiếp cận báo chí thông qua bối cảnh học tập quen thuộc, đồng thời giúp cơ quan báo chí hiểu công chúng sinh viên theo từng nhóm ngành cụ thể hơn (Phụ lục 5, PVS-SV07, PVS-SV08, PVS-CB02).

Các giải pháp đối với cơ sở giáo dục đại học cùng hướng tới việc gắn hạ tầng số với giáo dục năng lực truyền thông và cơ chế phối hợp báo chí. Hiệu quả phụ thuộc vào đầu mối thực hiện, kế hoạch ổn định, học liệu phù hợp nhóm ngành và sự tham gia thực chất của giảng viên, thư viện, tổ chức sinh viên và cơ quan báo chí.

4.2.3. Giải pháp đối với sinh viên đại học

Đối với sinh viên, mục tiêu là nâng cao vai trò chủ thể trong quá trình tiếp nhận. Chất lượng tiếp nhận không chỉ do sản phẩm báo chí hay điều kiện nhà trường quyết định, mà còn phụ thuộc vào thói quen lựa chọn, kiểm chứng, quản trị dòng thông tin và khả năng sử dụng thông tin của mỗi sinh viên. Hai nhóm giải pháp dưới đây tập trung vào năng lực tự tổ chức tiếp nhận và chuyển hóa thông tin thành tri thức, kỹ năng, hành động.

Một là, sinh viên cần hình thành thói quen tiếp nhận thông tin báo chí chủ động, đa nguồn, có kiểm chứng và biết quản trị dòng thông tin cá nhân. Căn cứ của giải pháp là rào cản nổi bật của sinh viên hiện nay nằm ở khó xác minh độ tin cậy, quá tải thông tin và cách trình bày, truyền đạt không phù hợp, trong khi sinh viên tự đánh giá kỹ năng tìm kiếm và xử lý thông tin ở mức tương đối cao. Khoảng cách giữa tự đánh giá và khó khăn thực tế cho thấy kỹ năng kiểm chứng cần được rèn luyện thực chất hơn (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 5 và Bảng 6).

Sinh viên cần xem năng lực tiếp nhận như một kỹ năng học tập phải chủ động trau dồi. Các thao tác cơ bản gồm đối chiếu thông tin từ nhiều nguồn trước khi tin và chia sẻ; truy nguồn để xác định thông tin có xuất phát từ cơ quan báo chí chính thống hoặc nguồn có trách nhiệm biên tập rõ ràng hay không; nhận diện dấu hiệu tin sai lệch, tiêu đề giật gân, hình ảnh cắt ghép; phân biệt sự kiện, bình luận và quảng cáo; hiểu vai trò của thuật toán nền tảng và công cụ AI trong việc định hình thông tin mà mình gặp hằng ngày.

Trong môi trường truyền thông nhiều trung gian, sinh viên cũng cần phân biệt giữa điểm chạm trung gian và nguồn tin có trách nhiệm biên tập. Mạng xã hội, công cụ tìm kiếm, nhóm chat hoặc nền tảng video có thể là nơi sinh viên gặp tin trước, nhưng với thông tin quan trọng, gây tranh cãi hoặc có tác động đến học tập, sức khỏe, chính sách và đời sống, sinh viên cần truy về nguồn báo chí chính thống để kiểm chứng. Dữ liệu PVS cho thấy một số sinh viên đã hình thành thói quen quay lại báo chí chính thống khi gặp tin giật gân, tin quan trọng hoặc thông

tin chưa đủ rõ trên nền tảng (Phụ lục 5, Nhóm chủ đề phân tầng niềm tin, PVS-SV02, PVS-SV03, PVS-SV06, PVS-SV17).

Điều kiện thực hiện giải pháp này trước hết là sự tự giác của sinh viên. Tuy nhiên, sự tự giác sẽ hiệu quả hơn nếu có môi trường hỗ trợ từ nhà trường và nguồn nội dung dễ truy nguyên từ phía cơ quan báo chí. Nhà trường có thể hỗ trợ bằng danh mục nguồn tin khuyến nghị, bài tập đối chiếu nguồn, hoạt động giáo dục truyền thông; cơ quan báo chí có thể hỗ trợ bằng cách làm rõ nguồn tin, trách nhiệm biên tập, đường dẫn về nội dung gốc và dấu hiệu nhận diện chính thức. Dù vậy, sinh viên vẫn là chủ thể trực tiếp quyết định việc có kiểm chứng, có đọc sâu và có chia sẻ có trách nhiệm hay không.

Hai là, sinh viên cần chuyển hóa thông tin báo chí thành tri thức, kỹ năng, hành động học tập, nghề nghiệp, đời sống và tham gia công cộng có trách nhiệm. Căn cứ của giải pháp là các hành động sau tiếp nhận của sinh viên còn chưa đồng đều: chia sẻ và lưu lại thông tin xuất hiện nhiều hơn so với sử dụng thông tin cho học tập, công việc, đời sống; các hành động tham gia công khai hoặc sáng tạo dựa trên tin tức xuất hiện rất ít (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 7).

Nội dung cốt lõi của giải pháp này là biến quá trình tiếp nhận thành quá trình học tập và phát triển năng lực. Thông tin báo chí có thể được sử dụng như nguồn dữ kiện thực tiễn, trường hợp thời sự và bối cảnh xã hội cho bài tập, thuyết trình, nghiên cứu nhỏ hoặc thảo luận chuyên môn. Việc sử dụng thông tin báo chí trong học tập không thay thế tài liệu khoa học, nhưng giúp sinh viên kết nối tri thức học thuật với đời sống xã hội, chính sách, thị trường lao động và các vấn đề nghề nghiệp.

Ở bình diện nghề nghiệp và đời sống, sinh viên cần sử dụng thông tin báo chí để nhận diện xu hướng ngành nghề, cơ hội việc làm, yêu cầu kỹ năng, thay đổi chính sách và các vấn đề xã hội liên quan đến tương lai nghề nghiệp. Sinh viên khối kinh tế có thể theo dõi chính sách kinh tế, tài chính cá nhân, thị trường lao động; sinh viên khối kỹ thuật, công nghệ có thể theo dõi AI, chuyển đổi số, an toàn dữ liệu; sinh viên khối sức khỏe, giáo dục, pháp luật có thể chú ý thông tin

chuyên môn có nguồn rõ ràng và trách nhiệm xã hội cao. Cách tiếp nhận này giúp sinh viên gắn bó với quá trình hình thành năng lực nghề nghiệp, thay vì chỉ xem báo chí như kênh cập nhật sự kiện bên ngoài đời sống học tập.

Chuyển hóa thông tin báo chí cũng gắn với năng lực tham gia công cộng có trách nhiệm. Khi chia sẻ, bình luận hoặc tái lưu thông tin trên nền tảng số, sinh viên cần phân biệt giữa sự kiện và ý kiến, giữa thông tin đã kiểm chứng và nhận định cá nhân, giữa nguồn báo chí chính thống và nội dung chưa rõ nguồn. Việc bình luận hoặc chia sẻ chỉ có ý nghĩa tích cực khi dựa trên nguồn tin đáng tin cậy, ngôn ngữ có trách nhiệm và ý thức không khuếch tán thông tin sai lệch.

Nhìn chung, giải pháp đối với sinh viên nhằm hình thành thói quen tiếp nhận chủ động, đa nguồn, có kiểm chứng và biết chuyển hóa thông tin. Khi sinh viên thực hiện tốt vai trò lựa chọn, đánh giá, sử dụng và tái lưu thông tin, các hỗ trợ từ báo chí và nhà trường mới có thể chuyển thành chất lượng tiếp nhận thực tế.

Tiểu kết chương 4

Chương 4 đã chuyển các phát hiện của Chương 3 thành hệ vấn đề và giải pháp. Điểm xuất phát là khoảng cách giữa khả năng tiếp cận và chất lượng tiếp nhận: thiết bị, kết nối và điểm chạm đã tương đối phổ biến, nhưng năng lực kiểm chứng, mức độ chủ động và khả năng sử dụng thông tin vẫn là những điều kiện quyết định chất lượng tiếp nhận.

Năm vấn đề được nhận diện gồm: sự chưa tương thích giữa mô hình tiếp nhận đa nền tảng, gián tiếp với cách tổ chức nội dung của báo chí; yêu cầu dung hòa lựa chọn giải trí với nhu cầu thông tin thiết thực; sự chuyển dịch rào cản từ hạ tầng sang năng lực kiểm chứng; khoảng cách giữa tiếp nhận và sử dụng; sự phân hóa công chúng sinh viên theo nhóm ngành, nhu cầu và bối cảnh. Các vấn đề này liên kết chặt chẽ và không thể được giải quyết bởi một chủ thể riêng lẻ.

Hệ giải pháp được tổ chức theo ba tuyến. Cơ quan báo chí cần phát triển nội dung nhiều tầng, phân phối đa nền tảng có khả năng truy nguồn, thiết kế sản phẩm và tương tác phù hợp từng nhóm sinh viên. Cơ sở giáo dục đại học cần tích hợp giáo dục truyền thông, củng cố hạ tầng và học liệu số, định hướng nguồn tin và phối hợp thường xuyên với báo chí. Sinh viên cần hình thành thói quen tiếp nhận có kiểm chứng và chuyển hóa thông tin thành tri thức, kỹ năng, hành động.

Ba nhóm chủ thể có vai trò khác nhau nhưng bổ sung cho nhau. Báo chí cung cấp nội dung có trách nhiệm và bối cảnh; nhà trường tạo môi trường hỗ trợ năng lực; sinh viên trực tiếp lựa chọn, đánh giá và sử dụng thông tin. Chất lượng tiếp nhận chỉ được nâng cao khi ba vai trò này cùng được thực hiện trong một cơ chế phối hợp ổn định, phù hợp với môi trường truyền thông số và sự phân hóa của công chúng sinh viên.

KẾT LUẬN

Luận án “Nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay” được thực hiện trong bối cảnh báo chí và truyền thông số đang tái cấu trúc mạnh mẽ quan hệ giữa cơ quan báo chí, nền tảng trung gian và công chúng trẻ. Trên cơ sở tổng quan lý thuyết, xây dựng hệ khái niệm công cụ, khảo sát 2.053 sinh viên tại 10 trường đại học và phỏng vấn sâu 35 trường hợp, luận án đã làm rõ thực trạng, nhu cầu, điều kiện và những vấn đề đặt ra trong quá trình tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên.

Thứ nhất, về mặt lý luận, luận án xác lập cách tiếp cận tích hợp giữa nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí. Nhu cầu là hệ thống mong muốn, mục đích và kỳ vọng của sinh viên; điều kiện là tổng hòa các tiền đề vật chất, kỹ thuật, xã hội, giáo dục và năng lực. Việc đặt hai bình diện này trong cùng một khung giúp mô tả vì sao điều kiện truy cập rộng không đồng nghĩa với tiếp nhận có chất lượng và vì sao mức nhu cầu cao có thể đi cùng các biểu hiện hành vi khác nhau. Luận án không xem khung tích hợp này là mô hình nhân quả.

Thứ hai, về thực trạng tiếp nhận, kết quả nghiên cứu cho thấy sinh viên đại học Việt Nam hiện nay tiếp nhận thông tin báo chí theo mô hình đa kênh, đa điểm chạm và ngày càng gián tiếp. Mạng xã hội giữ vai trò cửa ngõ quan trọng, trong khi báo mạng điện tử, truyền hình, phát thanh và báo in vẫn tồn tại trong một hệ sinh thái tiếp nhận rộng hơn. Phần lớn sinh viên không tiếp nhận theo một kênh đơn nhất, mà tiếp xúc với nhiều loại hình và điểm chạm khác nhau; nhịp tiếp nhận mang tính tranh thủ, phân mảnh và gắn với thời gian rảnh. Điều này cho thấy sinh viên không rời bỏ hoàn toàn báo chí, nhưng phương thức tiếp nhận báo chí đã thay đổi rõ rệt: nhiều nội dung có nguồn gốc báo chí đến với họ qua mạng xã hội, nhóm bạn, cộng đồng trực tuyến, giảng viên, chuyên gia và các lớp trung gian nền tảng (Phụ lục 4, Mục 3.2, Bảng 1, Bảng 2, Bảng 4 và Bảng 5; Phụ lục 5, PVS-SV02, PVS-SV03, PVS-SV06, PVS-SV17).

Thứ ba, về nhu cầu tiếp nhận, hai phép đo cho kết quả khác nhau nhưng bổ sung cho nhau. Ở câu hỏi lựa chọn một loại tin quan tâm nhất, thông tin giải trí có ưu thế; trên thang tự đánh giá C2, sinh viên vẫn thể hiện nhu cầu rõ đối với thông tin phục vụ học tập, nghề nghiệp, phát triển bản thân, cập nhật thời sự, xã hội và nâng cao kiến thức, kỹ năng. Đồng thời, khi đề xuất cải thiện báo chí, sinh viên đặt yêu cầu cao đối với độ tin cậy, hạn chế giật gân, sai lệch, bên cạnh yêu cầu hình thức trình bày hấp dẫn và nội dung chuyên sâu. Như vậy, sinh viên không chỉ cần báo chí nhanh và trực quan, mà còn cần báo chí đáng tin cậy, có khả năng giải thích và có ích cho đời sống học tập, nghề nghiệp (Phụ lục 4, Mục 3.3, Bảng 1, Bảng 3, Bảng 4 và Bảng 5; Phụ lục 5, PVS-SV01, PVS-SV09, PVS-SV12, PVS-BC04, PVS-BC06).

Thứ tư, về điều kiện tiếp nhận, kết quả nghiên cứu cho thấy rào cản đã chuyển từ thiếu điều kiện tiếp cận ban đầu sang thiếu điều kiện bảo đảm chất lượng tiếp nhận. Thiết bị, Internet và các điểm chạm nền tảng đã tương đối phổ biến, nhưng sinh viên vẫn gặp khó khăn ở khả năng xác minh độ tin cậy, tình trạng quá tải thông tin, hạn chế thời gian, khả năng chi trả cho nguồn tin chuyên sâu và sự phù hợp của cách trình bày, truyền đạt. Các chỉ báo tự đánh giá về kỹ năng tìm kiếm và xử lý thông tin nhìn chung ở mức cao, nhưng rào cản khó xác minh vẫn nổi bật, cho thấy giữa năng lực công nghệ và năng lực tiếp nhận báo chí có chất lượng còn khoảng cách đáng kể (Phụ lục 4, Mục 3.4, Bảng 1, Bảng 3, Bảng 5, Bảng 6 và Bảng 7; Phụ lục 5, PVS-SV02, PVS-SV06, PVS-SV13, PVS-CB01, PVS-CB02).

Thứ năm, luận án mô tả mối liên hệ giữa nhu cầu và điều kiện tiếp nhận trong mẫu khảo sát. Điểm nhu cầu cao đi cùng điểm tiếp nhận chủ động và chất lượng tự đánh giá cao hơn, đặc biệt ở các nhóm có nguồn tin phù hợp, hạ tầng số, thời gian, năng lực kiểm chứng và môi trường học tập hỗ trợ. Các kết quả về thiết bị và kết nối có cỡ ảnh hưởng rất nhỏ, nên không đủ cơ sở để suy ra rằng điều kiện vật chất tự nó tạo ra khác biệt hành vi. Đây là cơ sở để luận án khẳng định chất lượng tiếp nhận không thể được đo bằng mức độ truy cập đơn thuần, mà phải được

xem xét trong quan hệ giữa nhu cầu, điều kiện và hành vi sử dụng thông tin sau tiếp nhận (Phụ lục 4, Mục 3.5, Bảng 1, Bảng 4, Bảng 5, Bảng 6 và Bảng 7).

Thứ sáu, từ các phát hiện thực chứng, luận án đề xuất hệ giải pháp theo ba nhóm chủ thể. Đối với cơ quan báo chí, giải pháp trọng tâm là tổ chức nội dung nhiều tầng, phân phối đa nền tảng có khả năng truy nguồn, thiết kế sản phẩm theo nhóm sinh viên và củng cố vai trò xác tín, giải thích của báo chí. Đối với cơ sở giáo dục đại học, giải pháp trọng tâm là tích hợp giáo dục truyền thông, kỹ năng kiểm chứng, sử dụng nguồn báo chí chính thống vào đào tạo, thư viện, hoạt động ngoại khóa, đồng thời tăng cường hạ tầng số và hợp tác với cơ quan báo chí. Đối với sinh viên, giải pháp trọng tâm là hình thành thói quen tiếp nhận chủ động, đa nguồn, có kiểm chứng, biết quản trị dòng thông tin cá nhân và chuyển hóa thông tin báo chí thành tri thức, kỹ năng, hành động học tập, nghề nghiệp, đời sống và tham gia công cộng có trách nhiệm.

Đóng góp của luận án trước hết là bổ sung dữ liệu thực chứng quy mô tương đối rộng về nhu cầu, điều kiện và phương thức tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam trong bối cảnh truyền thông số. Về lý luận, luận án đề xuất cách tiếp cận tích hợp nhu cầu và điều kiện trong cùng một quá trình tiếp nhận; làm rõ sự khác biệt giữa tiếp cận và tiếp nhận; giữa thông tin báo chí và dòng thông tin nói chung trên Internet; giữa điểm chạm trung gian với nguồn tin có trách nhiệm biên tập. Việc vận dụng khái niệm công chúng gián tiếp giúp nhận diện vị trí mới của sinh viên trong hệ sinh thái báo chí: họ vẫn có thể là công chúng của báo chí khi điểm tiếp xúc đầu tiên là mạng xã hội, nhóm chat hoặc cộng đồng trực tuyến, với điều kiện nội dung có nguồn gốc từ hoạt động báo chí chuyên nghiệp và có thể được nhận diện, kiểm chứng.

Nghiên cứu có một số giới hạn cần được giữ lại khi diễn giải. Thứ nhất, mẫu 2.053 sinh viên được chọn theo phương pháp phi xác suất, kết hợp chủ đích và hạn ngạch tại 10 trường; quan sát được lòng trong từng trường nhưng các kiểm định ở cấp cá nhân chưa điều chỉnh phụ thuộc nội cụm. Tỷ lệ phản hồi không được ước tính do không có khung mẫu xác suất làm mẫu số. Mẫu phân tích cũng

đã loại 11 trường hợp không tiếp nhận ở cả năm loại hình, nên kết luận định lượng chỉ áp dụng cho nhóm sinh viên có ít nhất một trải nghiệm tiếp nhận và không đại diện đầy đủ cho toàn bộ sinh viên đại học Việt Nam. Thứ hai, dữ liệu có thiết kế cắt ngang và chủ yếu dựa trên tự báo cáo; các mối liên hệ không cho phép kết luận nhân quả. Các tỷ lệ về mạng xã hội phản ánh điểm chạm do sinh viên tự nhận diện, nghiên cứu không trực tiếp quan sát hành vi, xác minh tài khoản, đường dẫn hoặc truy nguyên nguồn của từng nội dung cụ thể. Việc đánh giá thang đo mới dừng ở Cronbach's α và EFA, chưa thực hiện CFA và chưa kiểm định chuyên biệt sai lệch phương pháp chung. Thứ ba, dữ liệu phỏng vấn sâu được dùng để diễn giải chủ đề, không suy rộng tỷ lệ; 12/22 sinh viên được phỏng vấn thuộc Học viện Báo chí và Tuyên truyền nên bối cảnh ngành báo chí - truyền thông có thể được phản ánh đậm hơn. Vị trí người phỏng vấn và tính nhạy cảm của một số câu hỏi cũng có thể ảnh hưởng câu trả lời. Các nghiên cứu tiếp theo cần mở rộng theo thời gian, địa bàn và loại hình đào tạo; sử dụng thiết kế xác suất hoặc đa tầng, dữ liệu hành vi và kiểm định đo lường khẳng định để kiểm tra độ bền của kết quả.

Từ toàn bộ kết quả nghiên cứu, có thể khẳng định rằng nâng cao chất lượng tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên không thể chỉ dựa vào mở rộng hạ tầng hoặc tăng số lượng điểm chạm. Báo chí cần hiện diện phù hợp trong không gian tiếp nhận của sinh viên, đồng thời giữ vai trò kiểm chứng, cung cấp bối cảnh và tổ chức thông tin đáng tin cậy. Nhà trường cần tạo môi trường định hướng, bồi dưỡng năng lực truyền thông và hỗ trợ sinh viên sử dụng thông tin cho học tập, nghề nghiệp, đời sống. Sinh viên cần chuyển từ tiếp xúc nhanh sang tiếp nhận chủ động, có kiểm chứng và có trách nhiệm. Sự phối hợp giữa ba chủ thể là điều kiện căn bản để đáp ứng nhu cầu, cải thiện điều kiện và nâng cao chất lượng tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam trong thời gian tới.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN

1. Nguyễn Thị Huyền (2025). Factors affecting the apathy towards access and awareness of information in traditional newspapers among Vietnamese university students. *Edelweiss Applied Science and Technology* Vol. 9, No. 3, 708-725.
DOI: 10.55214/25768484.v9i3.5285
2. Nguyễn Thị Huyền (2025). Students' needs and conditions for receiving information: Evidence from Vietnamese universities today. *Edelweiss Applied Science and Technology* Vol. 9, No. 6, 2064-2084
DOI: 10.55214/25768484.v9i6.8314
3. Nguyễn Thị Huyền (24/10/2025). Nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên. Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông điện tử. ISSN: 2734-9764. <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/nhu-cau-tiep-nhan-thong-tin-bao-chi-cua-sinh-vien-hien-nay-p29422.html>
4. Nguyễn Thị Huyền (24/10/2025). Một số lý thuyết vận dụng nghiên cứu nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí. Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông điện tử. ISSN: 2734-9764. <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/mot-so-ly-thuyet-van-dung-ngghien-cuu-nhu-cau-tiep-nhan-thong-tin-bao-chi-p29420.html>
5. Nguyễn Thị Huyền (10/11/2025). Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên hiện nay. Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông điện tử. ISSN: 2734-9764. <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/dieu-kien-tiep-nhan-thong-tin-bao-chi-cua-sinh-vien-hien-nay-p29463.html>

TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. TÀI LIỆU TIẾNG VIỆT

1. Bộ Chính trị (2024), Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia, truy cập tại <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn>.
2. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, tập I, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
3. Nguyễn Thị Kim Dung (2013), Nghiên cứu về nhu cầu thông tin của sinh viên Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Hà Nội, Tạp chí Thư viện Việt Nam, số 1, tr. 31-35.
4. Nguyễn Văn Dũng (2012), Cơ sở lý luận báo chí, Nhà xuất bản Lao động, Hà Nội.
5. Nguyễn Thị Trường Giang (2017), *Báo chí và truyền thông đa phương tiện*, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
6. Lê Thu Hà (2020), *Công chúng báo chí*, Nhà xuất bản Lao động, Hà Nội.
7. Đinh Thị Thu Hằng, Lê Nguyễn Phương Thảo (2018), Tiếp nhận thông tin báo chí qua mạng xã hội Facebook của sinh viên, Tạp chí Người Làm Báo, số 415, tr. 54-56.
8. Đỗ Thị Thu Hằng (2013), Tâm lý học ứng dụng trong nghề báo, Nhà xuất bản Thông tấn, Hà Nội.
9. Trần Thị Hồng Hạnh, Nguyễn Văn Hùng (2022), Hành vi tiếp nhận tin giả của sinh viên trong bối cảnh hậu COVID-19, Kỷ yếu hội thảo khoa học, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.
10. Bùi Hiền (2001), *Từ điển Giáo dục học*, Nhà xuất bản Từ điển Bách khoa, Hà Nội.
11. Học viện Báo chí và Tuyên truyền (không ghi năm), “Tổng quan về Học viện Báo chí và Tuyên truyền”, truy cập ngày 25/6/2026 tại <https://ajc.edu.vn/tong-quan-ve-hoc-vien-bao-chi-va-tuyen-truyen-11564.htm>.

12. Nguyễn Ánh Hồng (2002), Phân tích về mặt tâm lý học lối sống của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh trong giai đoạn hiện nay, Luận án tiến sĩ Tâm lý học, Trường Đại học Sư phạm Hà Nội.
13. Trần Bảo Khánh (2007), Đặc điểm công chúng truyền hình Việt Nam giai đoạn hiện nay, Luận án tiến sĩ Báo chí học, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh.
14. Nguyễn Thị Bích Ngọc, Nguyễn Thị Ngọc Cẩm, Lê Thị Hồng Hạnh, Cao Thị Xuân Liên, Nguyễn Thị Bích Hằng (2022), Thúc đẩy văn hóa đọc cho sinh viên Đại học Huế trong kỷ nguyên số, Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Khoa học Xã hội và Nhân văn, 131(6D), tr. 67-86, <https://doi.org/10.26459/hueunijssh.v131i6D.6671>.
15. Hoàng Phê (chủ biên) (2003), Từ điển tiếng Việt, Nhà xuất bản Đà Nẵng, Trung tâm Từ điển học, Hà Nội - Đà Nẵng.
16. Prôkhôrop, E. P. (2004), Cơ sở lý luận của báo chí, bản dịch tiếng Việt, Nhà xuất bản Thông tấn, Hà Nội.
17. Trần Hữu Quang (2001), Chân dung công chúng truyền thông, Nhà xuất bản Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh.
18. Trần Hữu Quang (2006), Xã hội học báo chí, Nhà xuất bản Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.
19. Quốc hội (2013), Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, thông qua ngày 28/11/2013, truy cập tại <https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=171264>.
20. Quốc hội (2016a), Luật Báo chí, Luật số 103/2016/QH13, thông qua ngày 05/4/2016, truy cập tại <https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=184567>.
21. Quốc hội (2016b), Luật Tiếp cận thông tin, Luật số 104/2016/QH13, thông qua ngày 06/4/2016, truy cập tại <https://congbao.chinhphu.vn/van-ban/luat-so-104-2016-qh13-19619.htm>.

22. Quốc hội (2020), Luật Thanh niên, Luật số 57/2020/QH14, thông qua ngày 16/6/2020, truy cập tại <https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=200445>.
23. Quốc hội (2025), Luật Giáo dục đại học, Luật số 125/2025/QH15, thông qua ngày 10/12/2025, truy cập tại <https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=216506>.
24. Dương Xuân Sơn (2016), Cơ sở lý luận báo chí truyền thông, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
25. Tạ Ngọc Tấn (1999), Cơ sở lý luận báo chí, Nhà xuất bản Văn hóa - Thông tin, Hà Nội.
26. Tạ Ngọc Tấn (2001), Truyền thông đại chúng, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội.
27. Tạ Ngọc Tấn (2021), Báo chí, truyền thông hiện đại, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
28. Thủ tướng Chính phủ (2020), Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, truy cập tại <https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=200163>
29. Thủ tướng Chính phủ (2021), Quyết định số 1331/QĐ-TTg ngày 24/7/2021 phê duyệt Chiến lược phát triển thanh niên Việt Nam giai đoạn 2021-2030, truy cập tại <https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=203774>.
30. Thủ tướng Chính phủ (2023), Quyết định số 348/QĐ-TTg ngày 06/4/2023 phê duyệt Chiến lược Chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, truy cập tại <https://vanban.chinhphu.vn/?docid=207701&pageid=27160>.
31. Phạm Thị Thanh Tịnh (2013), Công chúng báo chí, Nhà xuất bản Chính trị - Hành chính, Hà Nội.

32. Nguyễn Thị Thu Trang (2021), Hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên trên mạng xã hội hiện nay, Tạp chí Nghiên cứu Truyền thông, số 57, tr. 12-20.
33. Trường Đại học Bách khoa, Đại học Đà Nẵng (không ghi năm), “Giới thiệu về Trường Đại học Bách khoa”, truy cập ngày 25/6/2026 tại <https://dut.udn.vn>.
34. Trường Đại học Hàng hải Việt Nam (không ghi năm), “Giới thiệu, lịch sử hình thành và phát triển”, truy cập ngày 25/6/2026 tại <https://vimaru.edu.vn/gioi-thieu/lich-su>.
35. Trường Đại học Ngoại thương (không ghi năm), “Sứ mệnh, tầm nhìn, triết lý giáo dục và các giá trị cốt lõi”, truy cập ngày 25/6/2026 tại <https://ftu.edu.vn>.
36. Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng (không ghi năm), “Giới thiệu Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng”, truy cập ngày 25/6/2026 tại <https://hiu.vn>.
37. Trường Đại học Thủ Dầu Một (không ghi năm), “Lịch sử hình thành và phát triển”, truy cập ngày 25/6/2026 tại <https://tdmu.edu.vn/gioi-thieu/lich-su-hinh-thanh-va-phat-trien>.
38. Trường Đại học Văn Hiến (không ghi năm), “Lịch sử hình thành và phát triển”, truy cập ngày 25/6/2026 tại <https://vhu.edu.vn>.
39. Trường Đại học Văn Lang (không ghi năm), “Lịch sử”, truy cập ngày 25/6/2026 tại <https://www.vanlanguni.edu.vn/trang-chu/lich-su>.
40. Trường Đại học Y Hà Nội (không ghi năm), “Giới thiệu Trường Đại học Y Hà Nội”, truy cập ngày 25/6/2026 tại <https://hmu.edu.vn>.
41. Trường Du lịch, Đại học Huế (không ghi năm), “Lịch sử phát triển”, truy cập ngày 25/6/2026 tại <http://huht.hueuni.edu.vn/lich-su-phat-trien.html>.

II. TÀI LIỆU TIẾNG ANH

42. Andersson, Y., Dalquist, U., & Ohlsson, J. (eds.) (2018), *Youth and News in a Digital Media Environment: Nordic-Baltic Perspectives*, Nordicom, University of Gothenburg.

43. Arnett, J. J. (2000), Giai đoạn đầu trưởng thành: Một lý thuyết phát triển từ cuối tuổi thiếu niên đến tuổi hai mươi (*Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties*), *American Psychologist*, 55(5), 469-480, <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>.
44. Barnlund, D. C. (1970), A transactional model of communication, in K. K. Sereno & C. D. Mortensen (eds.), *Foundations of Communication Theory* (pp. 83-102), Harper & Row, New York.
45. Bennett, W. L., & Manheim, J. B. (2006), The one-step flow of communication, *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 608(1), 213-232, <https://doi.org/10.1177/0002716206292266>.
46. Bhatti, A. J., & Jumani, N. B. (2012), Use of libraries in open and distance learning system: Barriers to the use of AIOU libraries by tutors and students, *Turkish Online Journal of Distance Education*, 13(2), 16-35.
47. Boczkowski, P. J., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2018), News comes across when I'm in a moment of leisure: Understanding the practices of incidental news consumption on social media, *New Media & Society*, 20(10), 3523-3539, <https://doi.org/10.1177/1461444817750396>.
48. Bruns, A. (2019), *Are Filter Bubbles Real?*, Polity Press, Cambridge.
49. Bucher, T. (2018), *If... Then: Algorithmic Power and Politics*, Oxford University Press, New York.
50. Buckingham, D. (2003), *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*, Polity Press, Cambridge.
51. Buckingham, D. (2019), *The Media Education Manifesto*, Polity Press, Cambridge.
52. Case, D. O., & Given, L. M. (2016), *Looking for Information: A Survey of Research on Information Seeking, Needs, and Behavior* (4th ed.), Emerald Publishing Limited, Bingley.

53. Chandler, D., & Munday, R. (2011), *Từ điển truyền thông và giao tiếp (A Dictionary of Media and Communication)*, Oxford University Press, Oxford.
54. Chomsky, N. (1997), *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda*, Seven Stories Press, New York.
55. Conboy, M. (2013), *Journalism Studies: The Basics*, Routledge, London.
56. de Silva, A. P. U., & Chandrawamsa, P. S. (2016), Information needs and information seeking behavior of students at higher educational institutes: With special reference to CINEC Maritime Campus, *Sociology and Anthropology*, 4(6), 494-499, <https://doi.org/10.13189/sa.2016.040608>.
57. Decision Lab (2019), *The Connected Consumers: Where They Go for What They Do Online*, Decision Lab, <https://www.decisionlab.co/connected-consumer>.
58. Diakopoulos, N. (2019), *Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
59. Gerbner, G., & Gross, L. (1976), Living with television: The violence profile, *Journal of Communication*, 26(2), 173-199, <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x>.
60. Gillespie, T. (2018), *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*, Yale University Press, New Haven.
61. Hai, L. D., & Xiong, X. Y. (2025), Motivations behind Gen Z's news sharing on social media: A PLS-SEM study in Vietnam, *Frontiers in Psychology*, 16, Article 1604723, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1604723>.
62. Hall, S. (1980), Encoding/decoding, in S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (eds.), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*, 1972-79 (pp. 128-138), Hutchinson, London.
63. Hargittai, E. (2002), Second-level digital divide: Differences in people's online skills, *First Monday*, 7(4), <https://doi.org/10.5210/fm.v7i4.942>.

64. Hargittai, E., & Hinnant, A. (2008), Bất bình đẳng số: Sự khác biệt trong việc sử dụng Internet của người trẻ trưởng thành (Digital Inequality: Differences in Young Adults' Use of the Internet), *Communication Research*, 35(5), 602-621, <https://doi.org/10.1177/0093650208321782>.
65. Hargittai, E., & Hsieh, Y. P. (2013), Digital inequality, in W. H. Dutton (ed.), *The Oxford Handbook of Internet Studies* (pp. 129-150), Oxford University Press, Oxford, <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199589074.013.0007>.
66. Helberger, N. (2019), On the democratic role of news recommenders, *Digital Journalism*, 7(8), 993-1012, <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1623700>.
67. Hobbs, R. (2010), *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*, The Aspen Institute, Washington, DC.
68. Hobbs, R. (2017), *Create to Learn: Introduction to Digital Literacy*, Wiley-Blackwell, Hoboken, NJ.
69. Iser, W. (1978), *The Act of Reading: A Theory of Aesthetic Response*, Johns Hopkins University Press, Baltimore.
70. Janke, R. W., & Cooper, B. S. (2017), *News Literacy: Helping Students and Teachers Decode Fake News*, Rowman & Littlefield, Lanham, MD.
71. Jauss, H. R. (1982), *Toward an Aesthetic of Reception* (T. Bahti, Trans.), University of Minnesota Press, Minneapolis.
72. Kalbande, D. T. (2019), Information seeking behavior of research students of Dr. Babasaheb Ambedkar Marathwada University, Aurangabad, *Knowledge Librarian*, Special Issue, 19-28.
73. Karnowski, V., Kümpel, A. S., Leonhard, L., & Leiner, D. J. (2017), From incidental news exposure to news engagement: How perceptions of the news post and news usage patterns influence engagement with news articles encountered on Facebook, *Computers in Human Behavior*, 76, 42-50, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.041>.

74. Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974), Utilization of mass communication by the individual, in J. G. Blumler & E. Katz (eds.), *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (pp. 19-32), Sage Publications, Beverly Hills.
75. Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955), *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, The Free Press, Glencoe, IL.
76. Kemp, S. (2025), *Digital 2026: Vietnam*, DataReportal, <https://datareportal.com/reports/digital-2026-vietnam>.
77. Klopfenstein Frei, N., Wyss, V., & Weber, W. (2024), Factors influencing young people's news consumption in Switzerland during normative transitions: A mixed methods study, *Journal of Children and Media*, 18(1), 120-137, <https://doi.org/10.1080/17482798.2023.2278141>.
78. Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007), *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect* (Rev. ed.), Three Rivers Press, New York.
79. Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944), *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, Columbia University Press, New York.
80. Lippmann, W. (1922), *Public Opinion*, Harcourt, Brace and Company, New York.
81. Lippmann, W. (1925), *The Phantom Public*, Harcourt, Brace and Company, New York.
82. Lippmann, W. (1937), *The Good Society*, Little, Brown and Company, Boston.
83. Manjunath, N., & Babu, K. S. (2018), Information needs and information seeking behaviour of research scholars in Bangalore University: A survey, *International Journal of Library and Information Studies*, 8(1), 332-342.
84. Maslow, A. H. (1943), A theory of human motivation, *Psychological Review*, 50(4), 370-396, <https://doi.org/10.1037/h0054346>.

85. McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972), The agenda-setting function of mass media, *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187, <https://doi.org/10.1086/267990>.
86. McQuail, D. (2013), *Journalism and Society*, SAGE Publications, London.
87. Miao, F., & Holmes, W. (2023), *Hướng dẫn về trí tuệ nhân tạo sinh trong giáo dục và nghiên cứu (Guidance for Generative AI in Education and Research)*, UNESCO, Paris, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000393269_vie.
88. Mihailidis, P. (2018), *Civic Media Literacies: Re-Imagining Human Connection in an Age of Digital Abundance*, Routledge, New York, <https://doi.org/10.4324/9781315526058>.
89. Mihailidis, P., & Thevenin, B. (2013), Media literacy as a core competency for engaged citizenship in participatory democracy, *American Behavioral Scientist*, 57(11), 1611-1622, <https://doi.org/10.1177/0002764213489015>.
90. Möller, J., Trilling, D., Helberger, N., & van Es, B. (2018), Do not blame it on the algorithm: An empirical assessment of multiple recommender systems and their impact on content diversity, *Information, Communication & Society*, 21(7), 959-977, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1444076>.
91. Newman, N. (2026), *Xu hướng và dự báo báo chí và công nghệ 2026 (Journalism and Technology Trends and Predictions 2026)*, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, <https://doi.org/10.60625/risj-ps1d-np11>.
92. Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2023), *Reuters Institute Digital News Report 2023*, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
93. Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Ross Arguedas, A., Nielsen, R. K., & Eddy, K. (2024), *Reuters Institute Digital News Report 2024*, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.

94. Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C. T., Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2025), Reuters Institute Digital News Report 2025, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025>.
95. Notley, T., & Dezuanni, M. (2019), Advancing children's news media literacy: Learning from the practices and experiences of young Australians, *Media, Culture & Society*, 41(5), 689-707, <https://doi.org/10.1177/0163443718813470>.
96. Notley, T., Dezuanni, M., & Park, S. (2023), Young Australians increasingly get news from social media, but many don't understand algorithms, *The Conversation*, <https://theconversation.com/young-australians-increasingly-get-news-from-social-media-but-many-dont-understand-algorithms-215427>.
97. Oladokun, O. S., & Aina, L. O. (2009), Library and information needs and barriers to the use of information sources by continuing education students at the University of Botswana, *Information Development*, 25(1), 43-50, <https://doi.org/10.1177/0266666908101263>.
98. Papacharissi, Z., & Mendelson, A. (2011), Toward a new(er) sociability: Uses, gratifications, and social capital on Facebook, in S. Papathanassopoulos (ed.), *Media Perspectives for the 21st Century* (pp. 212-230), Routledge, London.
99. Pariser, E. (2011), *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, Penguin Press, New York.
100. Pew Research Center (2025), How Americans' Trust in Information from News Organizations and Social Media Sites Has Changed Over Time, Pew Research Center, <https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/10/29/how-americans-trust-in-information-from-news-organizations-and-social-media-sites-has-changed-over-time/>.
101. Portman, S., & Veneti, A. (2022), An investigation into the modern news consumption habits of students and their adoption of Twitter as a

- mainstream news outlet, *Journal of Promotional Communications*, 9(1), 51-66, <https://eprints.bournemouth.ac.uk/38028/>.
102. Potter, W. J. (2004), *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*, Sage Publications, Thousand Oaks.
 103. Powers, E. M. (2014), *How Students Access, Filter and Evaluate Digital News: Choices That Shape What They Consume and the Implications for News Literacy Education*, doctoral dissertation, University of Maryland, College Park, <https://drum.lib.umd.edu/handle/1903/15723>.
 104. Qureshi, M. T., Zafar, K. M., & Khan, B. M. (2008), Information needs and information seeking behaviour of students in universities of Pakistan, *Journal of Applied Sciences Research*, 4(1), 40-47.
 105. Robertson, C. T., Ross Arguedas, A., Mukherjee, M., & Fletcher, R. (2026), *Hiểu công chúng tin tức trẻ trong thời kỳ biến đổi nhanh (Understanding Young News Audiences at a Time of Rapid Change)*, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2026-03/Young_people_and_the_news.pdf.
 106. Rubin, A. M. (2009), Uses-and-gratifications perspective on media effects, in J. Bryant & M. B. Oliver (eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (3rd ed., pp. 165-184), Routledge, New York.
 107. Ruggiero, T. E. (2000), Uses and gratifications theory in the 21st century, *Mass Communication and Society*, 3(1), 3-37, https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02.
 108. Schramm, W. (1954), *The Process and Effects of Mass Communication*, University of Illinois Press, Urbana.
 109. Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949), *The Mathematical Theory of Communication*, University of Illinois Press, Urbana.
 110. Sheeja, N. K. (2010), Science vs social science: A study of information-seeking behavior and user perceptions of academic researchers, *Library Review*, 59(7), 522-531, <https://doi.org/10.1108/00242531011065118>.

111. Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996), *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content* (2nd ed.), Longman, White Plains, NY.
112. Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013), Sử dụng và hài lòng 2.0: Những hài lòng mới cho phương tiện mới (*Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media*), *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504-525, <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>.
113. Sunstein, C. R. (2001), *Republic.com*, Princeton University Press, Princeton.
114. Sunstein, C. R. (2009), *Republic.com 2.0*, Princeton University Press, Princeton.
115. Thani, R. A., & Hashim, L. (2011), Information needs and information seeking behaviors of social science graduate students in Malaysian public universities, *International Journal of Business and Social Science*, 2(4), 137-143.
116. Toff, B., Palmer, R., & Nielsen, R. K. (2023), *Avoiding the News: Reluctant Audiences for Journalism*, Columbia University Press, New York, <https://doi.org/10.7312/toff20518>.
117. Tsfaty, Y., & Ariely, G. (2014), Individual and contextual correlates of trust in media across 44 countries, *Communication Research*, 41(6), 760-782, <https://doi.org/10.1177/0093650213485972>.
118. Tsfaty, Y., & Cappella, J. N. (2003), Do people watch what they do not trust? Exploring the association between news media skepticism and exposure, *Communication Research*, 30(5), 504-529, <https://doi.org/10.1177/0093650203253371>.
119. UNESCO (2021), *Công dân có năng lực truyền thông và thông tin: Tư duy phản biện, nhấp chuột thông thái! Chương trình năng lực truyền thông và thông tin dành cho nhà giáo dục và người học (Media and Information Literate Citizens: Think Critically, Click Wisely! Media and Information Literacy Curriculum for Educators and Learners)*, UNESCO, Paris, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377068>.

120. van Dijck, J. (2013), *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, Oxford University Press, Oxford.
121. van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018), *The Platform Society: Public Values in a Connective World*, Oxford University Press, New York.
122. Wilson, T. D. (2000), Human information behavior, *Informing Science*, 3(2), 49-56, <https://doi.org/10.28945/576>.
123. Wu, S., Hofman, J. M., Mason, W. A., & Watts, D. J. (2011), Who says what to whom on Twitter, in *Proceedings of the 20th International Conference on World Wide Web* (pp. 705-714), ACM, New York, <https://doi.org/10.1145/1963405.1963504>.
124. Xiao Hui, H., & Yuek Li, K. (2019), An investigation of online news consumption behaviour of a Malaysian higher education institution: A case study of Southern University College, in *Proceedings of the 5th International Conference on Arts and Humanities 2018* (pp. 24-35), The International Institute of Knowledge Management.
125. Z-Lab (2024), *Gen Z Annual Report 2024: Gen Z Decoded - The Roadmap to Engagement*, Z-Lab, <https://zlab.vn/bao-cao-nam-216250103085504444.htm>.

PHỤ LỤC
PHỤ LỤC 1: BẢNG HỎI KHẢO SÁT
BẢNG HỎI NHU CẦU VÀ ĐIỀU KIỆN TIẾP NHẬN THÔNG TIN CỦA SINH
VIÊN ĐẠI HỌC VIỆT NAM HIỆN NAY

Ghi chú về phiên bản công cụ: Phụ lục này trình bày bảng hỏi chính thức được sử dụng trong khảo sát tại 10 trường từ ngày 26/3/2025 đến ngày 11/6/2025. Mẫu khảo sát thử 55 sinh viên ngày 25/3/2025 chỉ dùng để rà soát, hiệu chỉnh cách diễn đạt và không đưa vào mẫu phân tích $N = 2.053$. Trường A4.1 (mã sinh viên) không được tái hiện trong phụ lục để bảo mật; biến này đã được loại khỏi toàn bộ quy trình phân tích và không công bố.

Thân gửi các bạn sinh viên đang học tại các trường đại học trên cả nước!

Tôi tên là **Nguyễn Thị Huyền**, hiện là nghiên cứu sinh tại Học viện Báo chí & Tuyên truyền. Hiện tại, tôi đang thực hiện nghiên cứu về "*Nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên Việt Nam hiện nay*" và rất mong nhận được sự tham gia đóng góp của bạn cho nghiên cứu này.

Bảng câu hỏi dưới đây gồm các câu hỏi về thói quen, nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của bạn. Việc bạn dành khoảng **15-20** phút để trả lời đầy đủ các câu hỏi sẽ giúp chúng tôi thu thập dữ liệu quý giá phục vụ nghiên cứu, từ đó đề xuất những giải pháp phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên Việt Nam trong tương lai.

Xin lưu ý rằng sự tham gia của bạn là **hoàn toàn tự nguyện** và mọi thông tin cá nhân thu thập sẽ được **bảo mật tuyệt đối**, chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu. Nếu có bất kỳ thắc mắc nào về khảo sát, bạn có thể liên hệ với nhóm nghiên cứu qua email: **angela.huyennt@gmail.com**

Chân thành cảm ơn sự hợp tác của bạn!

Trân trọng!

A. THÔNG TIN CÁ NHÂN

A1: Giới tính của bạn? *(Chọn một đáp án)*

1. Nam
2. Nữ
3. Khác (ghi rõ)...

A2: Bạn đang là sinh viên năm mấy? *(Chọn một đáp án)*

1. SV năm 1
2. SV năm 2
3. SV năm 3
4. SV năm 4/năm 5

A3: Bạn đang học trường nào? *(Chọn một đáp án)*

1. Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng
2. Trường Đại học Bách khoa, Đại học Đà Nẵng
3. Trường Đại học Văn Lang

4. Trường Đại học Văn Hiến
5. Học viện Báo chí và Tuyên truyền
6. Trường Đại học Y Hà Nội
7. Trường Đại học Ngoại thương
8. Trường Đại học Thủ Dầu Một
9. Trường Đại học Hàng hải Việt Nam
10. Trường Du lịch, Đại học Huế

A4: Chuyên ngành chính bạn đang được đào tạo (ghi rõ)....

A5: Chuyên ngành chính của bạn thuộc nhóm ngành nào sau đây? (Chọn một đáp án)

1. Khoa học tự nhiên/kỹ thuật/ công nghệ/ công nghiệp/ giao thông/ kiến trúc/ xây dựng
2. Khoa học xã hội & nhân văn (truyền thông, ngôn ngữ, chính trị, văn hoá, báo chí, thông tin ...)
3. Kinh tế/ tài chính ngân hàng/ thương mại/ngoại thương/ kinh doanh
4. Sư phạm/ giáo dục/ sức khỏe/ y sinh học/pháp luật/an ninh quốc phòng
5. Dịch vụ/ du lịch/khách sạn/nghệ thuật ...
6. Nông lâm nghiệp/ thủy sản/ thú y ...
7. Khác (ghi rõ)...

A6: Nơi ở chính của bạn trong 6 tháng gần đây? (Chọn một đáp án)

1. Ký túc xá
2. Nhà trọ
3. Ở cùng bố mẹ/người thân
4. Khác (ghi rõ)...

A7: Bạn có đang tham gia bất kỳ câu lạc bộ/đội nhóm/đoàn thể/tổ chức xã hội nào sau đây? (Có thể chọn nhiều đáp án)

1. Tổ chức Đảng
2. Đội/nhóm tình nguyện
3. Đội/nhóm văn nghệ
4. Câu lạc bộ kỹ năng, học thuật
5. Không tham gia tổ chức nào
6. Tham gia tổ chức khác (ghi rõ)...

B. THỰC TRẠNG TIẾP NHẬN THÔNG TIN BÁO CHÍ

B1: Bạn thường xuyên tiếp nhận thông tin từ các kênh nào? (Chọn tần suất trung bình mỗi tuần cho từng nguồn tin dưới đây)

Nguồn thông tin	0. Không tiếp nhận	1. Hiếm khi (<1 lần/tuần)	2. 1-2 lần/tuần	3. 3-5 lần/tuần	4. Hàng ngày
1. Báo in (báo giấy)	0	1	2	3	4
2. Báo mạng điện tử (website, ứng dụng tin tức)	0	1	2	3	4

Nguồn thông tin	0. Không tiếp nhận	1. Hiếm khi (<1 lần/tuần)	2. 1-2 lần/tuần	3. 3-5 lần/tuần	4. Hàng ngày
3. Truyền hình (chương trình thời sự trên TV)	0	1	2	3	4
4. Phát thanh (radio, podcast tin tức)	0	1	2	3	4
5. Mạng xã hội (xem tin do báo chí chia sẻ trên Facebook, TikTok...)	0	1	2	3	4

B2: Thời điểm nào trong ngày bạn thường tiếp nhận thông tin báo chí? (Chọn thời điểm phù hợp nhất với thói quen của bạn)

1. Buổi sáng trước giờ học/làm
2. Giữa ngày (giờ nghỉ trưa hoặc giữa các tiết học)
3. Buổi tối trước khi ngủ
4. Bất cứ lúc nào rảnh thì tranh thủ xem tin

B3: Khi tiếp nhận tin tức/báo chí, bạn ưu tiên những thông tin sau ở mức độ như thế nào? (Thang đo 1-5; 1=*Hoàn toàn không đồng ý*, 5= *Hoàn toàn đồng ý* đối với bạn. Chọn một mức độ cho mỗi ý kiến)

Ý kiến ưu tiên khi tiếp nhận thông tin	1. Hoàn toàn không đồng ý	2. Không đồng ý	3. Trung lập	4. Đồng ý	5. Hoàn toàn đồng ý
1. Tôi chủ yếu tiếp nhận thông tin từ sách, báo và tài liệu chính thống.	1	2	3	4	5
2. Tôi thường xuyên sử dụng mạng xã hội và các trang tin trực tuyến để cập nhật thông tin.	1	2	3	4	5
3. Tôi tin tưởng vào thông tin do giảng viên, chuyên gia hoặc bạn bè cung cấp.	1	2	3	4	5
4. Tôi thích tiếp cận thông tin từ nhiều nguồn khác nhau để có cái nhìn đa chiều.	1	2	3	4	5
5. Tôi đọc kỹ toàn bộ nội dung bài báo thay vì chỉ lướt tiêu đề.	1	2	3	4	5
6. Tôi kiểm chứng tính xác thực của thông tin trước khi tin tưởng hoặc chia sẻ.	1	2	3	4	5

Ý kiến ưu tiên khi tiếp nhận thông tin	1. Hoàn toàn không đồng ý	2. Không đồng ý	3. Trung lập	4. Đồng ý	5. Hoàn toàn đồng ý
7. Tôi không để cảm xúc cá nhân chi phối việc tiếp nhận thông tin.	1	2	3	4	5
8. Tôi tìm đọc ý kiến của chuyên gia hoặc các bài viết liên quan để hiểu sâu hơn khi cần.	1	2	3	4	5
9. Tôi ưu tiên những tin tức mang tính khách quan, không có bình luận cá nhân của người viết.	1	2	3	4	5
10. Tôi ưu tiên những tin được cập nhật nhanh chóng, kịp thời sau khi sự kiện xảy ra.	1	2	3	4	5
11. Tôi ưu tiên những tin được trình bày trực quan sinh động (hình ảnh, video clip, đồ họa thông tin).	1	2	3	4	5

B4: Bạn thường tiếp nhận tin tức báo chí cùng ai? (Chọn một đáp án)

1. Một mình (tự đọc báo, nghe podcast, xem một cách cá nhân)
2. Cùng bạn bè (chia sẻ, bàn luận khi xem tin tức)
3. Cùng gia đình (bố, mẹ, anh/chị/em...)
4. Cùng thầy cô (thảo luận tin tức trong học tập)
5. Thông qua nhóm chat, diễn đàn, cộng đồng online
6. Khác (ghi rõ)...

B5: Sau khi tiếp nhận một tin tức/bản tin từ báo chí, bạn thường làm gì? (Chỉ chọn 1 đáp án bạn thường xuyên làm nhất)

1. **Lưu lại** thông tin quan trọng để tham khảo sau này
2. **Chia sẻ** tin tức với bạn bè, gia đình qua MXH (Facebook, TikTok, Zalo...)
3. **Bàn luận** về tin tức với bạn bè/thầy cô/người thân
4. **Sử dụng** thông tin để phục vụ học tập, công việc, đời sống
5. **Viết bài/ đăng trạng thái** bày tỏ quan điểm về tin tức trên MXH
6. Tạo ảnh chế (meme), video phản ứng hoặc nội dung sáng tạo dựa trên tin tức.
7. Bỏ qua, không tương tác gì thêm với tin tức đã tiếp nhận.

B6: Mức độ đồng ý của bạn với các ý kiến sau về thói quen tiếp nhận thông tin của bản thân? (Đánh giá theo thang điểm từ 1-5 trong đó 1=Hoàn toàn không đồng ý, 5= Hoàn toàn đồng ý):

Ý kiến về thói quen tiếp nhận thông tin	1. Hoàn toàn không đồng ý	2. Không đồng ý	3. Trung lập	4. Đồng ý	5. Hoàn toàn đồng ý
1. Tôi dành nhiều thời gian mỗi ngày để tiếp nhận thông tin mới.	1	2	3	4	5
2. Tôi thường xuyên cập nhật thông tin qua các phương tiện truyền thông.	1	2	3	4	5
3. Tôi có thói quen đọc sách, tài liệu hoặc tin tức hàng ngày.	1	2	3	4	5
4. Tôi ưu tiên dành thời gian để tìm hiểu thông tin liên quan đến lĩnh vực chuyên môn của mình.	1	2	3	4	5
5. Tôi luôn chủ động tìm kiếm thông tin để mở rộng hiểu biết của bản thân.	1	2	3	4	5
6. Tôi cảm thấy hứng thú khi tiếp nhận những thông tin mới.	1	2	3	4	5
7. Tôi tin tưởng vào thông tin do giảng viên, chuyên gia hoặc bạn bè cung cấp.	1	2	3	4	5
8. Tôi cho rằng tiếp nhận thông tin một cách có chọn lọc sẽ giúp phát triển khả năng tư duy phản biện.	1	2	3	4	5

B7: Nhìn chung, mức độ hài lòng của bạn đối với các nguồn tin mà bạn thường tiếp cận hiện nay?(Đánh giá theo thang điểm từ 1-5; 1= *Rất không hài lòng*, 5=*Rất hài lòng*)

Nguồn thông tin	1. Rất không hài lòng	2. Không hài lòng	3. Bình thường	4. Hài lòng	5. Rất hài lòng
1. Báo in (báo giấy)	1	2	3	4	5
2. Báo mạng điện tử (website, ứng dụng tin tức)	1	2	3	4	5
3. Truyền hình (chương trình thời sự trên TV)	1	2	3	4	5
4. Phát thanh (radio, podcast tin tức)	1	2	3	4	5
5. Mạng xã hội (xem tin do báo chí chia sẻ trên Facebook, TikTok...)	1	2	3	4	5

B8: Theo bạn, thông tin báo chí ảnh hưởng đến bạn ở mức độ nào trong các khía cạnh sau đây? (Đánh giá theo thang điểm từ 1-5; trong đó 1= *Hoàn toàn không ảnh hưởng*, 5= *Ảnh hưởng rất nhiều*)

Khía cạnh ảnh hưởng	1. Hoàn toàn không ảnh hưởng	2. Ảnh hưởng ít	3. Ảnh hưởng mức trung bình	4. Ảnh hưởng khá nhiều	5. Ảnh hưởng rất nhiều
1. Giúp tôi hiểu rõ hơn các vấn đề xã hội – thời sự.	1	2	3	4	5
2. Hỗ trợ tôi trong việc học tập, làm bài, nghiên cứu.	1	2	3	4	5
3. Tác động đến lựa chọn ngành nghề/việc làm tương lai của tôi.	1	2	3	4	5
4. Góp phần hình thành quan điểm và tư duy phản biện của tôi.	1	2	3	4	5
5. Ảnh hưởng đến hành vi/thói quen/lối sống của tôi.	1	2	3	4	5

C. NHU CẦU TIẾP NHẬN THÔNG TIN BÁO CHÍ

C1. Bạn quan tâm theo dõi loại tin tức nào nhất? (*Chỉ chọn 1 phương án*)

1. Tin tức giải trí (showbiz, văn hóa, nghệ thuật, người nổi tiếng...) (Chuyển đến C1.1)
2. Tin học tập – nghề nghiệp (giáo dục, học bổng, việc làm...) (Chuyển đến C1.2)
3. Tin thời sự - chính trị (trong nước và quốc tế, chính sách, ngoại giao...) (Chuyển đến C1.3)
4. Tin kinh tế (thị trường, kinh doanh, tài chính, thương mại...) (Chuyển đến C1.4)
5. Tin khoa học – công nghệ (khám phá khoa học, công nghệ mới, phát minh...) (Chuyển đến C1.5)
6. Tin y tế - sức khỏe (dịch bệnh, dinh dưỡng, lối sống khỏe...) (Chuyển đến C1.6)
7. Khác (ghi rõ)...

C1.1. Bạn quan tâm đến những nội dung nào trong tin tức giải trí? (*Chọn tối đa 3 đáp án*)

1. Tin tức về đời tư, scandal, phát ngôn của người nổi tiếng
2. Sự thay đổi của ngành giải trí do chính sách kiểm duyệt nội dung
3. Xu hướng âm nhạc (ca sĩ mới, sản phẩm âm nhạc hot)
4. Thông tin về các lễ trao giải, sự kiện giải trí quốc tế
5. Sự thay đổi trong báo chí giải trí sau sáp nhập
6. Tin tức về phim điện ảnh, truyền hình, đánh giá phim mới

7. Thông tin về thời trang, phong cách sống của người nổi tiếng
8. Xu hướng văn hóa, nghệ thuật (tranh ảnh, sách, biểu diễn nghệ thuật...)
9. Các lễ hội, phong tục truyền thống trong và ngoài nước
10. Khác (ghi rõ)...

C1.2. Bạn quan tâm đến những nội dung nào trong tin tức học tập/nghề nghiệp? (Chọn tối đa 3 đáp án)

1. Thông tin về chính sách và cải cách giáo dục (học phí, chương trình mới, đổi mới giảng dạy...)
2. Các thay đổi trong chính sách học bổng và hỗ trợ sinh viên
3. Cơ hội việc làm và xu hướng thị trường lao động (xu hướng tuyển dụng, việc làm bị ảnh hưởng bởi chính sách mới)
4. Các nghiên cứu, phát minh mới trong ngành học
5. Ứng dụng công nghệ trong giáo dục (học tập online, AI trong giảng dạy...)
6. Khởi nghiệp và xu hướng làm việc tự do (freelance, startup)
7. Câu chuyện truyền cảm hứng về sinh viên/thầy, cô giáo xuất sắc
8. Khác (ghi rõ)...

C1.3. Bạn quan tâm đến những nội dung nào trong tin tức thời sự- chính trị? (Chọn tối đa 3 đáp án)

1. Thời sự trong nước (bầu cử, chính sách, pháp luật, các vấn đề xã hội...)
2. Chính trị thế giới (xung đột, bầu cử, thay đổi lãnh đạo...)
3. Quan hệ quốc tế, ngoại giao Việt Nam với các nước
4. Chính sách truyền thông và thay đổi trong quy định báo chí
5. Tin nóng, tin khẩn cấp lan truyền trên MXH
6. Vấn đề về tham nhũng, quản lý công, chính sách pháp luật
7. Các phong trào xã hội, hoạt động về quyền con người
8. Khác (ghi rõ)...

C1.4. Bạn quan tâm đến những nội dung nào trong tin tức về kinh tế? (Chọn tối đa 3 đáp án)

1. Thông tin thị trường, chứng khoán, đầu tư tài chính
2. Hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp lớn
3. Xu hướng tiêu dùng, thương mại điện tử, fintech
4. Tin tức về xuất nhập khẩu, hiệp định thương mại
5. Chính sách kinh tế mới và tác động của các hiệp định thương mại
6. Bất động sản, thị trường nhà đất
7. Phát triển bền vững, năng lượng tái tạo, chính sách về biến đổi khí hậu
8. Các thông tin hướng dẫn quản lý tài chính, đầu tư, tiết kiệm và các sản phẩm tài chính (cổ phiếu, trái phiếu, quỹ...)
9. Thông tin giá vàng trong nước và quốc tế
10. Khác (ghi rõ)...

C1.5 Bạn quan tâm đến những nội dung nào trong tin tức khoa học - công

nghệ? (Có thể chọn nhiều phương án)

1. Trí tuệ nhân tạo (AI) và các ứng dụng của AI
2. Tin tức về khám phá vũ trụ, sứ mệnh không gian
3. Công nghệ sinh học, chỉnh sửa gen, đa dạng sinh học
4. Ứng dụng robot và tự động hóa trong cuộc sống
5. Sự phát triển của công nghệ báo chí và kiểm duyệt tin tức (deepfake, AI tạo nội dung giả mạo...)
6. Bảo mật và an ninh mạng, quyền riêng tư số
7. Phát minh khoa học, vật liệu mới, nghiên cứu y sinh
8. Khác (ghi rõ)...

C1.6 Bạn quan tâm đến những thông tin nào thuộc tin tức y tế- sức khỏe?

1. Thông tin về dịch bệnh, tình hình y tế cộng đồng
2. Xu hướng sống khỏe, ăn uống, dinh dưỡng hợp lý
3. Các vấn đề về sức khỏe tâm lý và tinh thần
4. Thị trường dược phẩm, thuốc mới, vaccine
5. Những thay đổi trong chính sách y tế và bảo hiểm sức khỏe
6. Những tiến bộ y khoa, công nghệ y tế mới
7. Câu chuyện bệnh nhân, tấm gương truyền cảm hứng trong y học
8. Khác (ghi rõ)...

C2: Bạn hãy đánh giá mức độ đồng ý của mình với các nhận định sau về nhu cầu tiếp nhận thông tin của bản thân? (Thang đo 1-5: 1=Hoàn toàn không đồng ý, 5= Hoàn toàn đồng ý đối với bạn)

Nhận định về nhu cầu thông tin	1. Hoàn toàn không đồng ý	2. Không đồng ý	3. Trung lập	4. Đồng ý	5. Hoàn toàn đồng ý
1. Tôi thường xuyên tìm kiếm thông tin liên quan đến học tập và nghiên cứu.	1	2	3	4	5
2. Tôi quan tâm đến các vấn đề thời sự, xã hội và cập nhật tin tức thường xuyên.	1	2	3	4	5
3. Tôi có nhu cầu tiếp cận thông tin về cơ hội nghề nghiệp và phát triển bản thân.	1	2	3	4	5
4. Tôi luôn mong muốn cập nhật thông tin mới để nâng cao kiến thức và kỹ năng cá nhân.	1	2	3	4	5

C3: Bạn mong muốn báo chí hiện nay cải thiện điều gì để phù hợp hơn với nhu cầu của bạn? (Chỉ chọn 1 phương án)

1. Hình thức trình bày **hấp dẫn** hơn (video, infographic, tin tóm tắt ngắn thay vì chỉ có văn bản dài).
2. **Cập nhật** tin tức nhanh hơn (tin ra kịp thời, không chậm hơn mạng xã hội)
3. Tăng cường nội dung **phân tích, chuyên sâu** thay vì chỉ đưa tin sự kiện
4. Tin tức **đáng tin cậy** hơn, hạn chế giật gân và sai lệch
5. Nội dung báo chí gần gũi hơn với **sinh viên**, có nhiều chủ đề liên quan đến đời sống giới trẻ
6. Cải thiện trải nghiệm đọc tin tốt hơn trên nền tảng số (giao diện ứng dụng **thân thiện** hơn, tối ưu cho di động...)
7. Khác (ghi rõ)...

C4: Bạn muốn tiếp cận tin tức theo hình thức nào trong tương lai? (Chỉ chọn 1 phương án)

1. Tin tức dạng **văn bản truyền thống** (Bài viết dài trên báo in/báo điện tử)
2. Tin tức **tóm tắt nhanh** (bản tin ngắn gọn dưới dạng gạch đầu dòng, tiêu điểm tin ngắn, thông tin dạng Bullet Points)
3. **Báo chí trực quan** (đồ họa dữ liệu, infographic, hình ảnh minh họa)
4. **Video tin tức ngắn** (dạng Reels/TikTok, thời lượng dưới 1 phút)
5. **Phát trực tiếp/Livestream** bản tin (Trường thuật sự kiện theo thời gian thực)
6. **Podcast** và tin tức âm thanh (nghe tin thay vì đọc)
7. **Đa nền tảng** (Kết hợp bài viết + video + infographic + âm thanh)

D. ĐIỀU KIỆN TIẾP NHẬN THÔNG TIN BÁO CHÍ

D1: Hiện tại bạn có những điều kiện nào để tiếp cận đọc/nghe/xem báo chí? (Được chọn nhiều phương án)

1. **Điện thoại thông minh** có kết nối internet
2. **Máy tính/laptop** có kết nối internet
3. Có kết nối **Wi-Fi miễn phí** (ở trường/ký túc xá...)
4. Có **tài khoản trả phí** để đọc nội dung báo chí (vip, premium...)
5. Tivi/truyền hình cáp.
6. Radio/đài phát thanh (nghe khi di chuyển bằng ô tô cá nhân hoặc Grab/taxi)
7. Internet **tốc độ cao, ổn định**.
8. Không có điều kiện nào kể trên

D2: Trung bình mỗi ngày bạn dành khoảng bao nhiêu thời gian để tiếp nhận tin tức/báo chí? (Chỉ chọn 1 phương án)

1. Dưới 30 phút mỗi ngày
2. 30-60 phút mỗi ngày
3. 61 – 90 phút mỗi ngày
4. 91 – 120 phút mỗi ngày
5. Hơn 2 tiếng mỗi ngày

6. Tùy ngày, không cố định (khi nào rảnh thì xem)

D3: Mức độ đồng ý của bạn với các phát biểu sau về môi trường học tập của bạn hiện nay (Đánh giá theo thang điểm từ 1 đến 5, trong đó 1=Hoàn toàn không đồng ý, 5= Hoàn toàn đồng ý đối với bạn)

Phát biểu về môi trường học tập	1. Hoàn toàn không đồng ý	2. Không đồng ý	3. Trung lập	4. Đồng ý	5. Hoàn toàn đồng ý
1. Nhà trường có hỗ trợ sinh viên tiếp cận các nguồn thông tin chất lượng phục vụ học tập.	1	2	3	4	5
2. Giảng viên hướng dẫn tôi cách tìm kiếm và sử dụng thông tin một cách hiệu quả.	1	2	3	4	5
3. Các môn đang học giúp tôi nâng cao kỹ năng tiếp nhận và xử lý thông tin.	1	2	3	4	5
4. Tôi có điều kiện thuận lợi để truy cập và sử dụng các tài liệu học tập trực tuyến do trường cung cấp.	1	2	3	4	5

D4: Mức độ đồng ý của bạn với các phát biểu sau về khả năng sử dụng công nghệ thông tin của bản thân ((Đánh giá theo thang điểm từ 1 đến 5, trong đó 1=Hoàn toàn không đồng ý, 5= Hoàn toàn đồng ý đối với bạn)

Phát biểu về sử dụng công nghệ thông tin	1. Hoàn toàn không đồng ý	2. Không đồng ý	3. Trung lập	4. Đồng ý	5. Hoàn toàn đồng ý
1. Tôi thành thạo sử dụng các công cụ trực tuyến để tìm kiếm thông tin (Google, thư viện điện tử,v.v.)	1	2	3	4	5
2. Tôi thường xuyên sử dụng các nền tảng học tập trực tuyến (E-learning, Coursera,v.v)	1	2	3	4	5

Phát biểu về sử dụng công nghệ thông tin	1. Hoàn toàn không đồng ý	2. Không đồng ý	3. Trung lập	4. Đồng ý	5. Hoàn toàn đồng ý
3. Tôi có thể sử dụng thành thạo các phần mềm hỗ trợ học tập (Word, Excel, PowerPoint, phần mềm thống kê...)	1	2	3	4	5
4. Tôi tự tin sử dụng công nghệ để xử lý và trình bày thông tin một cách hiệu quả	1	2	3	4	5

D5: Mức độ đồng ý của bạn với các nhận định sau về kỹ năng tìm kiếm và xử lý thông tin của mình? (Chọn mức độ từ 1 = Hoàn toàn không đồng ý đến 5 = Hoàn toàn đồng ý)

Nhận định	1. Hoàn toàn không đồng ý	2. Không đồng ý	3. Bình thường	4. Đồng ý	5. Hoàn toàn đồng ý
1. Tôi có thể nhANH chóng tìm kiếm thông tin phù hợp trên Internet khi có nhu cầu	1	2	3	4	5
2. Tôi có khả năng đánh giá độ tin cậy của nguồn thông tin mà mình tiếp cận	1	2	3	4	5
3. Tôi có thể tổng hợp và phân tích thông tin từ nhiều nguồn khác nhau.	1	2	3	4	5
4. Tôi biết cách sàng lọc và chọn lọc thông tin quan trọng, có giá trị cho học tập và công việc.	1	2	3	4	5
5. Tôi nhận thấy thuật toán của các nền tảng mạng xã hội ảnh hưởng đến loại tin tức tôi tiếp cận.	1	2	3	4	5

D6: Mức độ đồng ý của bạn về những khó khăn/rào cản sau khi tiếp nhận thông tin báo chí (Chọn mức độ từ 1 = Hoàn toàn không đồng ý đến 5 = Hoàn toàn đồng ý)

Những khó khăn/rào cản	1. Hoàn toàn không đồng ý	2. Không đồng ý	3. Trung lập	4. Đồng ý	5. Hoàn toàn đồng ý
1. Tôi cảm thấy khó khăn khi tiếp cận thông tin do quá tải dữ liệu .	1	2	3	4	5
2. Tôi gặp khó khăn trong việc xác minh độ tin cậy của thông tin	1	2	3	4	5
3. Tôi bị hạn chế về thời gian và điều kiện để tiếp nhận thông tin.	1	2	3	4	5
4. Tôi gặp khó khăn trong việc tiếp thu thông tin do cách truyền đạt không rõ ràng hoặc không phù hợp .	1	2	3	4	5
5. Tôi không có thiết bị phù hợp để tiếp cận thông tin (máy tính, điện thoại, TV...)	1	2	3	4	5
6. Kết nối Internet của tôi không ổn định hoặc bị giới hạn	1	2	3	4	5
7. Một số nguồn tin yêu cầu trả phí mà tôi không thể chi trả hoặc không có tài khoản.	1	2	3	4	5

D7: Theo bạn, mức độ cần thiết của các giải pháp sau để tăng khả năng tiếp cận thông tin báo chí cho sinh viên là như thế nào? (1 = Hoàn toàn không cần thiết, 5 = Rất cần thiết)

Giải pháp	1. Hoàn toàn không cần thiết	2. Không cần thiết	3. Trung lập	4. Cần thiết	5. Hoàn toàn cần thiết
1. Trang bị thêm Tivi tại ký túc xá hoặc khu vực sinh viên theo dõi tin tức.	1	2	3	4	5

Giải pháp	1. Hoàn toàn không cần thiết	2. Không cần thiết	3. Trung lập	4. Cần thiết	5. Hoàn toàn cần thiết
2. Thư viện bổ sung báo in và có phòng đọc báo miễn phí cho sinh viên.	1	2	3	4	5
3. Thư viện trang bị thêm máy tính kết nối Internet để sinh viên tra cứu, đọc tin tức.	1	2	3	4	5
4. Tăng cường phủ sóng Wi-Fi và nâng cao chất lượng Internet tại trường	1	2	3	4	5
5. Các cơ quan báo chí đăng tin nhiều hơn trên mạng xã hội chính thức (Facebook, Instagram, v.v.) của họ	1	2	3	4	5

PHỤ LỤC 2: HƯỚNG DẪN PHÒNG VẤN SÂU PHIẾU PHÒNG VẤN SÂU

ĐỐI TƯỢNG PHÒNG VẤN: SINH VIÊN CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐỀ TÀI: NHU CẦU VÀ ĐIỀU KIỆN TIẾP NHẬN THÔNG TIN BÁO CHÍ CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC VIỆT NAM HIỆN NAY

Xin cảm ơn bạn đã nhận lời tham gia phỏng vấn, chia sẻ thông tin. Chúng tôi quan tâm và tìm hiểu về nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên Việt Nam hiện nay. Thông tin của bạn cung cấp được bảo mật và chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu, ngoài ra chúng tôi cam kết không sử dụng cho bất kỳ mục đích nào khác.

I. Thông tin người được phỏng vấn

1. Họ và tên sinh viên:

2. Trường:

3. Ngành học:

4. Năm học:

NỘI DUNG PHÒNG VẤN

II. Thói quen tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên

1. Theo quan điểm của bạn, "tiếp nhận thông tin báo chí" được các bạn hiểu như thế nào?

2. Theo bạn đánh giá, đối với sinh viên, việc tiếp nhận thông tin báo chí hàng ngày có quan trọng không?

3. Bạn hãy chia sẻ về thói quen tiếp nhận thông tin báo chí hàng ngày của bạn trong thời gian gần đây?

- Hiện bạn có được sở hữu, tiếp cận các phương tiện như: máy tính nối mạng, ti vi, đài, điện thoại thông minh hay không?

- Bạn hiện có đọc báo giấy, báo điện tử, nghe đài, xem ti vi không? Bạn tiếp nhận thông tin trực tiếp từ phương tiện truyền thông đại chúng (đài, tivi, báo in, báo mạng điện tử) hay tiếp nhận thông tin qua mạng xã hội?

- Mức độ tiếp nhận thông tin của bạn qua từng loại hình báo chí ở mức nào? (Truyền hình, báo in/báo giấy, Báo mạng điện tử, Phát thanh): đọc/xem/ nghe với mức độ thường xuyên ra sao?

- Bạn tiếp nhận thông tin hàng ngày thông qua từng loại báo chí (đọc báo giấy, báo điện tử, nghe đài, xem ti vi) vào những thời điểm nào trong ngày? Thói quen của bạn diễn ra như thế nào?

- Bạn lựa chọn kênh truyền hình, phát thanh nào hay báo nào để đọc/xem/nghe tiếp nhận thông tin hàng ngày? Những kênh thông tin, loại báo cụ thể, chương trình cung cấp thông tin cụ thể (thời sự, bản tin ...) nào hiện bạn theo dõi? Nếu không hãy cho biết lý do?

2. Bạn hãy cho biết quan điểm của mình về so sánh giữa thông tin trên báo chí và mạng xã hội về một số tiêu chí sau:

- Những lợi thế của thông tin từ nguồn báo chí so với MXH?

- Những hạn chế của thông tin từ nguồn báo chí so với MXH?

- Bạn lựa chọn tiếp nhận thông tin hàng ngày phổ biến trên MXH hay từ nguồn báo chí và hãy cho biết lý do lựa chọn của bạn?
- Mức độ tin tưởng của bạn đối với thông tin tiếp nhận từ nguồn báo chí và nguồn MXH

II. Nhu cầu của sinh viên về tiếp nhận thông tin báo chí

1. Bạn hãy chia sẻ mong muốn của bạn về thông tin được tiếp nhận trên báo chí?

Cụ thể: nhóm/ loại thông tin bạn mong muốn tiếp cận trên từng loại báo chí và hình thức thể hiện, cách thức truyền tải (trong trường hợp không có nhu cầu, hãy lý giải lý do?)

- Nhu cầu đối với thông tin tiếp nhận từ truyền hình? (loại thông tin mong muốn, hình thức thể hiện, cách thức truyền tải)
- Nhu cầu đối với thông tin tiếp nhận từ phát thanh? (loại thông tin mong muốn, hình thức thể hiện, cách thức truyền tải)
- Nhu cầu đối với thông tin tiếp nhận từ báo in (loại thông tin mong muốn, hình thức thể hiện, cách thức truyền tải)
- Nhu cầu đối với thông tin tiếp nhận từ báo mạng điện tử (loại thông tin mong muốn, hình thức thể hiện, cách thức truyền tải)
- Trong các nội dung thông tin (thông tin về kinh tế, chính trị, ngoại giao, thời trang, du lịch, việc làm, giải trí, hậu trường, văn hoá, xã hội), bạn quan tâm và mong muốn được tiếp nhận thông tin nào nhất và hình thức đăng tải, chia sẻ như thế nào sẽ phù hợp hoặc đáp ứng nhu cầu/ mong muốn của bạn?

2. Bạn hãy cho biết quan điểm của bạn về những điểm mạnh và hạn chế của báo chí (truyền hình, báo phát thanh, báo in, báo mạng điện tử) trong việc tiếp cận và cung cấp thông tin cho công chúng, đặc biệt là công chúng trẻ như sinh viên?

- Điểm mạnh và hạn chế về nội dung
- Điểm mạnh và hạn chế về hình thức thể hiện phù hợp với công chúng trẻ
- Điểm mạnh và hạn chế về tốc độ chia sẻ thông tin, tính hấp dẫn của thông tin
- Điểm mạnh và hạn chế về thời gian phát sóng
- Điểm mạnh và hạn chế trong cách tiếp cận công chúng trẻ, đặc biệt là sinh viên?
- Hạn chế khác?

3. Có ý kiến cho rằng mạng xã hội hiện nay cũng có thể cung cấp đầy đủ thông tin và đặc biệt luôn có những thông tin quan trọng cần phải biết do vậy theo dõi thông tin trên MXH là đủ, không cần phải tiếp nhận tin tức qua việc xem tivi, đọc báo, nghe đài. Ý kiến của bạn như thế nào về quan điểm này?

4. Bạn có biết đến các kênh báo chí (truyền hình, báo in, phát thanh ...) được đăng tải trên các nền tảng kỹ thuật số không và bạn có tiếp nhận thông tin báo chí qua nền tảng kỹ thuật số không? Bạn có nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí thông qua nền tảng kỹ thuật số không?

- Một số kênh/nền tảng kỹ thuật số bạn biết?
- Nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí thông qua nền tảng kỹ thuật số?

5. Bạn có biết đến các kênh báo chí (truyền hình, báo in, phát thanh ...) được đăng tải trên các trang mạng xã hội chính thức không và bạn có tiếp nhận thông tin báo chí qua Mạng xã hội không? Bạn có nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí thông qua nền mạng xã hội (Facebook, Zalo ...) không?

- Các kênh/ báo đăng tải trên MXH mà bạn biết:

- Nhu cầu/ mong muốn của bạn khi tiếp nhận thông tin báo chí thông qua MXH:

6. Bạn nghĩ sao về xu hướng báo chí phát triển theo hướng truyền thông đa phương tiện (kết hợp nhiều hình thức)? Bạn có mong muốn tiếp nhận thông tin báo chí thông qua hình thức truyền thông đa phương tiện (ứng dụng công nghệ vào sáng tạo, thiết kế, phát triển sản phẩm truyền thông)?

7. Theo bạn, điều gì đã củng cố và tạo cho bạn thói quen tiếp nhận thông tin báo chí như hiện tại?

8. Thói quen đó liệu có thể thay đổi và nếu có thì điều gì có thể thay đổi được thói quen tiếp nhận thông tin báo chí của bạn hiện nay?

III. Giải pháp tăng cường điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên

1. Bạn hãy cho biết quan điểm của mình về điều kiện góp phần tăng cường khả năng tiếp nhận thông tin báo chí đối với sinh viên hiện nay?

2. Bạn hãy đề xuất những giải pháp hợp lý để công chúng trẻ nói chung, đặc biệt là sinh viên có nhiều cơ hội tiếp nhận thông tin báo chí chính thức?

- Giải pháp đổi mới từ cơ quan báo chí

- Giải pháp đổi mới về nội dung, hình thức, sáng tạo trong đăng tải thông tin

- Giải pháp đổi mới công nghệ truyền thông

- Giải pháp về tăng cường cơ sở vật chất (trang bị máy tính, ti vi, đài phát thanh, báo in ...) tại trường, ký túc xá

- Giải pháp khác

Trân trọng cảm ơn sự tham gia của bạn!

2. ĐỐI TƯỢNG: CÁN BỘ PHỤ TRÁCH CƠ SỞ VẬT CHẤT CỦA TRƯỜNG PHIẾU PHỎNG VẤN SÂU

ĐỐI TƯỢNG PHỎNG VẤN: CÁN BỘ PHỤ TRÁCH CƠ SỞ VẬT CHẤT CỦA TRƯỜNG

ĐỀ TÀI: NHU CẦU VÀ ĐIỀU KIỆN TIẾP NHẬN THÔNG TIN BÁO CHÍ CỦA SINH VIÊN VIỆT NAM HIỆN NAY

Xin cảm ơn ông/bà đã nhận lời tham gia phỏng vấn, chia sẻ thông tin. Chúng tôi quan tâm và tìm hiểu về nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên Việt Nam hiện nay. Thông tin của ông/bà cung cấp được bảo mật và chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu, ngoài ra chúng tôi cam kết không sử dụng cho bất kỳ mục đích nào khác.

(Cán bộ phụ trách cơ sở vật chất của trường thông thường là Chánh văn phòng, tùy trường cán bộ nghiên cứu cần tìm hiểu để nắm bắt đúng)

Thời gian thực hiện phỏng vấn/ chia sẻ thông tin:

I. Thông tin cơ bản người được phỏng vấn

- Họ tên:.....
- Vị trí/ chức vụ:
- Số năm phụ trách công việc cho đến nay:

II. Đánh giá về nhu cầu sử dụng cơ sở vật chất của nhà trường tiếp nhận thông tin báo chí

1. Ông/bà cho biết sinh viên tại trường có thói quen và nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí tại trường như tại thư viện, tại ký túc xá hay không?

2. Phòng ông/bà phụ trách/ làm việc có thường nhận được những đề xuất về tăng cường cơ sở vật chất (tại phòng học, thư viện, ký túc xá ...) để sinh viên có điều kiện tốt hơn trong việc tiếp nhận thông tin báo chí (ví dụ như mạng internet, tivi, đài phát thanh, báo giấy ...) phục vụ mục đích học tập và các mục đích khác hay không?

III. Thông tin về cơ sở vật chất nhà trường hỗ trợ sinh viên tiếp nhận thông tin báo chí

1. Ông/bà hãy chia sẻ cho chúng tôi một số thông tin về cơ sở vật chất của nhà trường góp phần hỗ trợ sinh viên tăng cường cơ hội tiếp cận thông tin, đặc biệt thông tin báo chí, cụ thể:

- Mạng internet tại trường có được trang bị tại các giảng đường, thư viện, khu vực sinh hoạt chung (sân trường và các khu khác) để sinh viên truy cập thông tin không? Ông/bà hãy cho biết mức độ bao phủ và chất lượng mạng?
- Tại thư viện của trường có riêng phòng đọc báo cho sinh viên không? Thư viện sinh viên có thể mượn đọc báo ngày hoặc báo tuần/ tháng?
- Tại ký túc xá của trường, các phòng ở có được trang bị tivi, đài phát thanh, mạng internet không ạ? Ký túc xá có bố trí riêng phòng cộng đồng không? Ở đó có trang bị tivi, đài phát thanh, báo in, máy tính nối mạng để sinh viên sử dụng không? Ông/bà có thể cho biết một số nguyên nhân trong trường hợp chưa trang bị không?

2. Hiện nhà trường đã và đang tạo những điều kiện gì (cơ sở vật chất, tính sẵn có của phương tiện, khuyến khích sinh viên thông qua các hình thức khác ...) để sinh viên tăng cường tiếp nhận thông tin từ nguồn báo chí chính thống?
3. Ông/bà có thể trao đổi thêm về những thuận lợi và khó khăn không?
4. Trong tương lai, trường có dự kiến nâng cấp cơ sở vật chất cụ thể như thế nào để tạo điều kiện sinh viên tiếp nhận thông tin báo chí tại trường và ký túc xá không? Mong ông/bà hãy chia sẻ cụ thể.
5. Ông/bà có đề xuất gì thêm về các giải pháp tạo điều kiện cho sinh viên tăng cường tiếp nhận thông tin hàng ngày từ nguồn báo chí (truyền hình, phát thanh, báo mạng, báo in, khác ...)?

Trân trọng cảm ơn sự tham gia của ông/bà

3. ĐỐI TƯỢNG: CÁN BỘ CƠ QUAN BÁO CHÍ

PHIẾU PHÒNG VẤN SÂU

ĐỐI TƯỢNG PHÒNG VẤN: CÁN BỘ QUẢN LÝ CƠ QUAN BÁO CHÍ, PHÓNG VIÊN, NHÀ BÁO

ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU: NHU CẦU VÀ ĐIỀU KIỆN TIẾP NHẬN THÔNG TIN BÁO CHÍ CỦA SINH VIÊN VIỆT NAM HIỆN NAY

Xin cảm ơn ông/bà đã nhận lời tham gia phỏng vấn, chia sẻ thông tin. Chúng tôi quan tâm và tìm hiểu về nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên Việt Nam hiện nay. Thông tin của ông/bà cung cấp được bảo mật và chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu, ngoài ra chúng tôi cam kết không sử dụng cho bất kỳ mục đích nào khác.

Trân trọng!

I. Thông tin nhân khẩu học và giới thiệu về cơ quan công tác

1. Họ và tên:
2. Cơ quan:.....
3. Vị trí công tác:
4. Số năm kinh nghiệm công tác:.....
5. Giới thiệu một số thông tin cơ bản về cơ quan công tác (chức năng, nhiệm vụ, công chúng mục tiêu hướng đến, đối tượng công chúng, công chúng là thanh niên ...):

II. Thực trạng hoạt động nghiên cứu công chúng và giải pháp tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí của công chúng

1. Xin ông/bà cho biết, tại cơ quan của ông/bà, việc nghiên cứu công chúng thường xuyên tiếp nhận thông tin từ báo đài nơi ông/bà phụ trách diễn ra như thế nào? Kết quả nghiên cứu (nếu có) được sử dụng như thế nào nhằm tăng cường phục vụ đáp ứng nhu cầu thông tin của công chúng?

- Việc nghiên cứu/ nắm bắt thị hiếu công chúng, nhận diện công chúng
- Sử dụng kết quả nghiên cứu công chúng

2. Xin ông/bà hãy chia sẻ cho chúng tôi được biết nhóm đối tượng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin cung cấp hàng ngày từ báo/đài ông/bà phụ trách có những đặc điểm gì và những năm gần đây, báo/đài nơi ông/bà công tác đã có những giải pháp gì để tăng cường tiếp cận nhóm công chúng trẻ, đặc biệt là sinh viên tiếp nhận thông tin từ báo/đài ông/bà làm/ phụ trách?

- Đặc điểm nhóm công chúng trẻ:
- Giải pháp:

3. Ông/bà hãy cho biết quan điểm đánh giá của mình về thực trạng và xu hướng công chúng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin báo chí cung cấp nói chung và cơ quan của ông/bà nói riêng?

- Xu hướng tiếp nhận thông tin báo chí (những loại thông tin thu hút, thời điểm, cách thức truyền tải thu hút ...)

- So sánh xu hướng tiếp nhận thông tin báo chí của công chúng trẻ hiện nay so với trước đây khi MXH chưa phát triển?

4. Theo ông/bà, đâu là nguyên nhân chính khiến một bộ phận nhóm công chúng trẻ (trong đó có sinh viên) chưa thường xuyên tiếp nhận thông tin từ báo chí nói chung và báo/đài nơi ông/bà công tác nói riêng?

III. Quá trình đổi mới báo chí thu hút sự tham gia của công chúng

1. Ông/bà hãy chia sẻ cho chúng tôi được biết quá trình đổi mới cũng như những thành tựu đổi mới đáng chú ý tại cơ quan ông/bà về quá trình sản xuất, đăng tải, chia sẻ thông tin báo chí nhằm thu hút được công chúng trẻ tuổi?

2. Tại cơ quan báo/đài ông/bà phụ trách, có những kênh, chuyên mục, thể loại truyền tải thông tin nào sản xuất dành riêng cho thanh niên không, và ông/bà hãy cho biết những kênh/ chương trình chia sẻ thông tin đang thu hút công chúng là thanh niên, sinh viên và ông/bà hãy cho biết lý do vì sao?

3. Những kênh/ chương trình cung cấp thông tin cho công chúng trẻ theo hướng tương tác, có sự tham gia của công chúng trẻ có thu hút được sự chú ý của đông đảo công chúng trẻ hay không? Ông/bà có thể chia sẻ thêm về cách làm để tăng cường thu hút công chúng trẻ?

4. Ông/bà đánh giá như thế nào về hiệu quả tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí của thanh niên, sinh viên khi đưa thông tin báo chí lên MXH? Cơ quan ông/bà đã triển khai cách thức này không và hiệu quả ra sao?

5. Ông/bà đánh giá như thế nào về hiệu quả tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí của thanh niên, sinh viên nếu sử dụng các công nghệ truyền thông như công nghệ số, trí tuệ nhân tạo?

VI. Giải pháp tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí của thanh niên, sinh viên

1. Theo ông/bà, giải pháp tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí đối với công chúng trẻ nói chung, sinh viên nói riêng nên tập trung vào giải quyết những vấn đề gì?

- Đối với Truyền hình
- Đối với Phát thanh
- Đối với báo in
- Đối với báo mạng điện tử

2. Đối với cơ quan báo chí của ông/bà đang làm việc/ phụ trách, nên đổi mới theo hướng nào sẽ mang lại hiệu quả đến gần hơn với công chúng là thanh niên, sinh viên?

- Đổi mới về công nghệ
- Đổi mới về cách thức tổ chức sản xuất thông tin, công nghệ và phương thức truyền tải thông tin
- Đổi mới về con người, nhân sự
- Đổi mới khác

3. Đối với nhà báo, nên có định hướng đổi mới gì từ phía nhà báo (nghệp vụ, tác nghiệp, tham gia vào quá trình truyền tải thông tin ...) để thông tin cung cấp đến gần với công chúng trẻ hơn?

Trân trọng cảm ơn sự tham gia của ông/bà!

PHỤ LỤC 3: KẾT QUẢ KHẢO SÁT THỬ BẢNG HỎI

1. Mục đích của khảo sát thử

Khảo sát thử bảng hỏi được tiến hành trước khi triển khai khảo sát chính thức diện rộng, nhằm rà soát độ rõ, độ phù hợp và khả năng phân biệt của các câu hỏi trong công cụ thu thập dữ liệu. Khảo sát thử không nhằm kiểm định độ tin cậy thống kê của thang đo, mà tập trung vào ba mục đích cụ thể: phát hiện các câu hỏi diễn đạt khó hiểu, mơ hồ hoặc dễ gây hiểu sai; phát hiện các phương án trả lời trùng nghĩa hoặc thiếu phương án; phát hiện các điểm chưa phân biệt rõ giữa các khái niệm gần nhau, đặc biệt giữa tiếp cận và tiếp nhận, giữa nguồn báo chí chính thống và nguồn mạng xã hội chia sẻ lại.

2. Đối tượng và cách chọn mẫu khảo sát thử

Khảo sát thử được tiến hành ngày 25/3/2025, trước khi triển khai khảo sát chính thức. Mẫu khảo sát thử gồm 55 sinh viên thuộc Học viện Báo chí và Tuyên truyền, được sử dụng để rà soát mức độ rõ nghĩa của câu hỏi, khả năng phân biệt các khái niệm gần nhau và tính khả thi của bảng hỏi. Sau bước rà soát công cụ, bảng hỏi chính thức được sử dụng cho khảo sát trực tuyến qua Google Forms tại 10 trường từ ngày 26/3/2025 đến ngày 11/6/2025.

Mẫu khảo sát thử bảo đảm phân bố đa dạng theo năm học (từ năm thứ nhất đến năm thứ tư) và theo các ngành đào tạo của Học viện, đủ để phát hiện những điểm chưa rõ trong cách diễn đạt câu hỏi đối với các nhóm sinh viên có đặc điểm học tập khác nhau. Trong quá trình tiến hành, mỗi sinh viên hoàn thành phiếu khảo sát thử, sau đó tham gia trao đổi ngắn với tác giả luận án để chỉ ra những câu hỏi khó hiểu, những phương án chưa phù hợp hoặc những nội dung cần bổ sung.

3. Các nội dung phát hiện và hiệu chỉnh

Trên cơ sở kết quả khảo sát thử và trao đổi với sinh viên tham gia, tác giả đã thực hiện một loạt hiệu chỉnh đối với các nhóm câu hỏi trong bảng hỏi chính thức. Các vấn đề phát hiện và cách hiệu chỉnh được tổng hợp ở bảng dưới đây.

Bảng PL.1. Các nội dung hiệu chỉnh bảng hỏi sau khảo sát thử

Nhóm câu hỏi	Vấn đề phát hiện qua khảo sát thử	Cách hiệu chỉnh
Phần B, thực trạng tiếp nhận thông tin báo chí	Một số sinh viên lẫn giữa nguồn báo chí chính thống và nguồn mạng xã hội chia sẻ lại; chưa phân biệt rõ phương thức tiếp nhận trực tiếp trên kênh báo chí với phương thức tiếp nhận gián tiếp qua trung gian xã hội	Bổ sung diễn giải ngắn về kênh trực tiếp và kênh trung gian xã hội ở đầu phần B; chỉnh lại cách diễn đạt các phương án trả lời để thể hiện rõ nguồn gốc báo chí, kênh phân phối

Nhóm câu hỏi	Vấn đề phát hiện qua khảo sát thử	Cách hiệu chỉnh
Phần C, nhu cầu tiếp nhận	Một số phương án về chủ đề tin tức trùng nghĩa hoặc chồng lấn; cách diễn đạt một số mục về hình thức và nền tảng tiếp nhận chưa thống nhất	Gộp và đặt lại tên các nhóm chủ đề tin tức cho rõ ràng, không chồng lấn; chuẩn hóa cách diễn đạt các mục về hình thức, phương thức và nền tảng tiếp nhận
Phần D, điều kiện tiếp nhận	Một số sinh viên lẫn giữa tiếp cận và tiếp nhận khi trả lời các câu hỏi về điều kiện; cảm thấy các chỉ báo về hạ tầng và năng lực truyền thông chưa được phân biệt đủ rõ	Tách rõ các chỉ báo về hạ tầng thiết bị, kết nối với các chỉ báo về năng lực truyền thông trong tiếp nhận thông tin báo chí; bổ sung ghi chú ngắn về sự khác nhau giữa tiếp cận và tiếp nhận
Các câu hỏi thang Likert	Một số mệnh đề dài, đa nội dung, gây khó hiểu; mức độ phân biệt giữa các bậc thang chưa thật rõ với người trả lời	Rút gọn các mệnh đề dài thành các phát biểu đơn nghĩa; chuẩn hóa thang Likert năm bậc, có nhãn rõ ràng cho từng bậc; bổ sung phương án không có ý kiến với các câu hỏi nhạy cảm

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát thử bảng hỏi, năm 2025.

4. Kết luận về quá trình khảo sát thử

Khảo sát thử bảng hỏi với 55 sinh viên đã giúp tác giả phát hiện và hiệu chỉnh một loạt vấn đề về cách diễn đạt câu hỏi, cách phân biệt các khái niệm gần nhau và cách chuẩn hóa thang đo Likert. Kết quả của khảo sát thử là cơ sở trực tiếp để hoàn thiện bảng hỏi chính thức trước khi triển khai diện rộng đối với 2.053 sinh viên tại 10 trường đại học. Khảo sát thử cũng được kết hợp với quá trình tham vấn ý kiến chuyên gia báo chí học và xã hội học truyền thông trong giai đoạn xây dựng và rà soát công cụ, bảo đảm bảng hỏi chính thức bám sát khung lý thuyết, hệ chỉ báo và hệ giả thuyết của luận án.

Cần lưu ý rằng do mục đích của khảo sát thử là rà soát công cụ về mặt nội dung và cách diễn đạt, không phải kiểm định độ tin cậy thống kê của thang đo, nên luận án không thực hiện phân tích Cronbach's α hay phân tích nhân tố trên mẫu khảo sát thử. Cách xử lý này phù hợp với cỡ mẫu thử và với cách tiếp cận mô tả, so sánh được lựa chọn cho toàn bộ luận án.

**PHỤ LỤC 4: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH DỮ LIỆU KHẢO SÁT
THỐNG KÊ MÔ TẢ, KIỂM ĐỊNH BỔ TRỢ VÀ DỮ LIỆU NỀN CỦA
CHƯƠNG 3**

PHỤ LỤC MỤC 3.1

Bối cảnh khảo sát, đặc điểm 10 trường và căn cứ diễn giải dữ liệu

Phụ lục này cung cấp các bảng thống kê mô tả và thông tin nền phục vụ Mục 3.1 của Chương 3. Các bảng được trình bày nhằm giúp đối chiếu bối cảnh khảo sát, đặc điểm 10 trường đại học, cơ cấu mẫu phân tích và nguồn dữ liệu định tính được sử dụng trong luận án.

Mẫu phân tích chính của luận án gồm N = 2.053 sinh viên. Các tỷ lệ phần trăm trong phụ lục được tính trên mẫu này, trừ trường hợp bảng có ghi chú riêng. Dữ liệu phỏng vấn sâu gồm 35 cuộc, được sử dụng để giải thích trải nghiệm, bối cảnh và cơ chế tiếp nhận thông tin báo chí, không thay thế kết quả khảo sát định lượng.

Bảng 1. Đặc điểm 10 trường đại học trong diện khảo sát và cơ cấu mẫu theo trường (N = 2.053, đơn vị: sinh viên và %)

STT	Trường đại học	Khu vực	Loại hình và đặc điểm đào tạo	Số lượng (N) / Tỷ lệ (%)
1	Học viện Báo chí và Tuyên truyền	Miền Bắc	Công lập; đào tạo báo chí, truyền thông và khoa học xã hội	205 / 9,99
2	Trường ĐH Y Hà Nội	Miền Bắc	Công lập; khối khoa học sức khỏe, y khoa	205 / 9,99
3	Trường ĐH Ngoại thương	Miền Bắc	Công lập; kinh tế, kinh doanh, thương mại và hội nhập quốc tế	204 / 9,94
4	Trường ĐH Hàng hải Việt Nam	Miền Bắc	Công lập; kỹ thuật, công nghệ, kinh tế biển, logistics và giao thông vận tải	199 / 9,69
5	Trường ĐH Bách khoa - ĐH Đà Nẵng	Miền Trung	Công lập; kỹ thuật và công nghệ	210 / 10,23
6	Trường Du lịch - ĐH Huế	Miền Trung	Công lập; du lịch, dịch vụ và văn hóa địa phương	199 / 9,69
7	Trường ĐH Quốc tế Hồng Bàng	Miền Nam	Tư thục; đa ngành trong môi trường đô thị lớn	216 / 10,52

STT	Trường đại học	Khu vực	Loại hình và đặc điểm đào tạo	Số lượng (N) / Tỷ lệ (%)
8	Trường ĐH Văn Lang	Miền Nam	Tư thực; đa ngành trong môi trường đô thị lớn	208 / 10,13
9	Trường ĐH Văn Hiến	Miền Nam	Tư thực; đa ngành trong môi trường đô thị lớn	207 / 10,08
10	Trường ĐH Thủ Dầu Một	Miền Nam	Công lập địa phương; đa ngành, gắn với bối cảnh công nghiệp hóa và đô thị hóa nhanh	200 / 9,74
	Tổng			2.053 / 100,00

Ghi chú: Đặc điểm phân loại trường được dùng như thông tin nền để diễn giải bối cảnh khảo sát; bảng này không nhằm khẳng định mẫu đại diện tuyệt đối cho toàn bộ hệ thống giáo dục đại học Việt Nam.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 2. Phân bố sinh viên theo khu vực địa lý (N = 2.053, đơn vị: sinh viên và %)

Khu vực địa lý	Số lượng (N)	Tỷ lệ (%)
Miền Bắc	813	39,60
Miền Trung	409	19,92
Miền Nam	831	40,48
Tổng	2.053	100,00

Ghi chú: Khu vực địa lý được xác định theo địa điểm trường đại học mà sinh viên đang theo học.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 3. Cơ cấu mẫu theo giới tính và năm học (N = 2.053, đơn vị: sinh viên và %)

Tiêu chí phân loại	Nhóm	Số lượng (N)	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	755	36,78
Giới tính	Nữ	1.298	63,22
Năm học	Năm thứ nhất	693	33,76
Năm học	Năm thứ hai	517	25,18
Năm học	Năm thứ ba	507	24,70
Năm học	Năm thứ tư	336	16,37

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 4. Phân bố sinh viên theo nhóm ngành đào tạo (N = 2.053, đơn vị: sinh viên và %)

Nhóm ngành đào tạo	Số lượng (N)	Tỷ lệ (%)
Khoa học xã hội và nhân văn	603	29,37
Sư phạm, giáo dục, sức khỏe, y sinh học, pháp luật, an ninh quốc phòng	450	21,92
Khoa học tự nhiên, kỹ thuật, công nghệ, công nghiệp, giao thông, kiến trúc, xây dựng	390	19,00
Kinh tế, tài chính ngân hàng, thương mại, ngoại thương, kinh doanh	382	18,61
Dịch vụ, du lịch, khách sạn, nghệ thuật	228	11,11
Tổng	2.053	100,00

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 5. Phân bố sinh viên theo nơi ở chính và tham gia tổ chức, đoàn thể, câu lạc bộ (N = 2.053, đơn vị: sinh viên và %)

Tiêu chí phân loại	Nhóm	Số lượng (N)	Tỷ lệ (%)
Nơi ở chính trong 6 tháng gần đây	Ký túc xá	303	14,76
Nơi ở chính trong 6 tháng gần đây	Nhà trọ	881	42,91
Nơi ở chính trong 6 tháng gần đây	Ở cùng bố mẹ/người thân	869	42,33
Tham gia tổ chức/đoàn thể/câu lạc bộ	Tổ chức Đảng	124	6,04
Tham gia tổ chức/đoàn thể/câu lạc bộ	Đội/nhóm tình nguyện	377	18,36
Tham gia tổ chức/đoàn thể/câu lạc bộ	Đội/nhóm văn nghệ	143	6,97
Tham gia tổ chức/đoàn thể/câu lạc bộ	Câu lạc bộ kỹ năng, học thuật	499	24,31
Tham gia tổ chức/đoàn thể/câu lạc bộ	Không tham gia tổ chức nào	1.169	56,94

Ghi chú: Câu hỏi về tham gia tổ chức, đoàn thể, câu lạc bộ là câu hỏi nhiều lựa chọn; sinh viên có thể chọn nhiều phương án, vì vậy tỷ lệ phần trăm không cộng thành 100%.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 6. Cơ cấu dữ liệu phỏng vấn sâu sử dụng trong luận án (đơn vị: cuộc phỏng vấn)

Nhóm chủ thể phỏng vấn	Mã PVS	Số lượng	Phạm vi sử dụng trong Chương 3
Cán bộ cơ quan báo chí	PVS-BC01 đến PVS-BC10	10	Làm rõ góc nhìn của cơ quan báo chí về công chúng sinh viên, phân phối nội dung, chuyển đổi số và vai trò xác tín của báo chí chính thống
Cán bộ quản lý, giảng viên trường đại học	PVS-CB01 đến PVS-CB03	3	Làm rõ điều kiện hỗ trợ từ nhà trường, thư viện, giảng viên và môi trường giáo dục truyền thông trong trường đại học
Sinh viên	PVS-SV01 đến PVS-SV22	22	Làm rõ trải nghiệm tiếp nhận, lựa chọn kênh, kiểm chứng, chia sẻ, né tránh hoặc sử dụng thông tin báo chí trong học tập và đời sống
Tổng		35	

Nguồn: Dữ liệu phỏng vấn sâu của luận án, năm 2025.

Bảng 7. Quy ước diễn giải dữ liệu trong Chương 3

Thành phần dữ liệu	Quy ước diễn giải
Mẫu định lượng	Toàn bộ số liệu trong Chương 3 sử dụng mẫu phân tích chính $N = 2.053$. Các nhận định trong chính văn chỉ sử dụng những số liệu then chốt phục vụ trực tiếp cho luận điểm phân tích.
Bảng phân loại đơn	Trình bày theo số lượng (N) và tỷ lệ phần trăm (%). Các bảng đầy đủ được đặt ở phụ lục để người đọc đối chiếu khi cần.
Câu hỏi nhiều lựa chọn	Tỷ lệ phần trăm tính trên $N = 2.053$ và có thể lớn hơn 100% do sinh viên có thể chọn nhiều phương án.
Thang đo Likert	Diễn giải theo điểm trung bình, độ lệch chuẩn và tỷ lệ đồng ý/hoàn toàn đồng ý khi cần. Chính văn không đọc lại toàn bộ chỉ báo, mà chỉ dùng số liệu neo để phân tích xu hướng.
Dữ liệu phỏng vấn sâu	PVS được sử dụng để giải thích trải nghiệm, bối cảnh và cách lý giải số liệu khảo sát; không dùng thay thế kết quả định lượng.
Kiểm định và thống kê kỹ thuật	Các kết quả Cronbach's α , EFA, χ^2 , ANOVA, tương quan và bảng kỹ thuật được trình bày tại các phụ lục chuyên biệt; chính văn chỉ diễn giải bằng lời khi kết quả phục vụ trực tiếp cho lập luận.

Nguồn: Tác giả xây dựng.

PHỤ LỤC KIỂM ĐỊNH THANG ĐO (CRONBACH VÀ EFA)

Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo và phân tích nhân tố khám phá

Phụ lục này trình bày chi tiết kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach's α và kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) đối với các thang đo Likert được sử dụng trong luận án. Kết quả được xử lý trên mẫu phân tích chính $N = 2.053$ bằng phần mềm SPSS phiên bản 26.0. Phép trích nhân tố sử dụng phương pháp Principal Axis Factoring; phép xoay sử dụng phương pháp Promax; ngưỡng hệ số tải nhân tố được giữ lại là từ 0,40 trở lên.

Kết quả kiểm định Cronbach's α cho thấy các nhóm thang đo đều đạt độ tin cậy tốt, với hệ số α dao động từ 0,830 đến 0,944. Các hệ số tương quan biến tổng hiệu chỉnh đều lớn hơn 0,30, thấp nhất là 0,548; không có biến quan sát nào bị loại khỏi mô hình phân tích tiếp theo.

Phân tích nhân tố khám phá EFA cho thấy các nhóm biến đều đáp ứng điều kiện phân tích nhân tố, với hệ số KMO dao động từ 0,927 đến 0,970 và kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê ở mức Sig. = 0,000. Tổng phương sai trích đạt từ 60,44% đến 68,13%; các hệ số tải nhân tố đều đạt từ 0,40 trở lên.

Bảng 1. Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo bằng Cronbach's α

STT	Nhóm thang đo	Số biến quan sát	SD	Cronbach's α	Tương quan biến tổng nhỏ nhất	Kết luận
1	Xử lý tiếp nhận thông tin báo chí	11	0,788	0,944	0,585	Đạt, giữ toàn bộ biến
2	Thói quen và mức độ chủ động tiếp nhận thông tin báo chí	8	0,648	0,907	0,636	Đạt, giữ toàn bộ biến
3	Hài lòng với các kênh tiếp nhận	5	0,630	0,830	0,548	Đạt, giữ toàn bộ biến
4	Tác động của việc tiếp nhận thông tin báo chí	5	0,778	0,911	0,751	Đạt, giữ toàn bộ biến
5	Nhu cầu nội dung thông tin báo chí	4	0,722	0,916	0,784	Đạt, giữ toàn bộ biến
6	Hỗ trợ từ nhà trường	4	0,749	0,928	0,813	Đạt, giữ toàn bộ biến
7	Điều kiện, kỹ năng sử dụng công cụ số	4	0,743	0,906	0,727	Đạt, giữ toàn bộ biến

STT	Nhóm thang đo	Số biến quan sát	SD	Cronbach's α	Tương quan biến tổng nhỏ nhất	Kết luận
8	Năng lực tìm kiếm và xử lý thông tin	5	0,725	0,937	0,799	Đạt, giữ toàn bộ biến
9	Rào cản trong tiếp nhận thông tin báo chí	7	0,822	0,915	0,688	Đạt, giữ toàn bộ biến
10	Nhu cầu hỗ trợ điều kiện tiếp nhận	5	0,755	0,897	0,608	Đạt, giữ toàn bộ biến

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

STT	Nhóm biến đưa vào EFA	Số biến	KMO	Bartlett χ^2	df	Sig.	Số nhân tố	Phương sai trích (%)	Kết luận
1	Nhóm biến về nhu cầu nội dung và mức độ chủ động tiếp nhận	12	0,927	17.041,533	66	0,000	2	61,598	EFA tách thành 2 nhân tố: (1) thói quen/mức độ chủ động; (2) nhu cầu nội dung
2	Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí	25	0,956	45.933,424	300	0,000	4	68,131	Phù hợp
3	Hành vi xử lý, hài lòng và tác động tiếp nhận	21	0,941	29.611,354	210	0,000	3	60,438	Phù hợp
4	Toàn bộ các biến Likert chính trong mô hình	58	0,970	100.865,481	1.653	0,000	10	66,552	Kiểm tra tổng thể

Phương pháp trích: Principal Axis Factoring; phép xoay: Promax; ngưỡng tải $\geq 0,40$.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 3. Ma trận hệ số tải nhân tố EFA đối với nhóm “Nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí”

Nhân tố	Biến quan sát	Hệ số tải
Nhân tố 1: Thói quen và mức độ chủ động tiếp nhận	Chủ động tìm kiếm thông tin báo chí	0,733
	Hứng thú với thông tin mới	0,711
	Tin vào giảng viên, chuyên gia, bạn bè khi tiếp nhận thông tin	0,652
	Tiếp nhận thông tin có chọn lọc	0,644
	Tìm hiểu thông tin phục vụ chuyên môn	0,636
	Cập nhật thông tin qua truyền thông	0,628
	Đọc tin hằng ngày	0,623
	Dành nhiều thời gian cho thông tin báo chí	0,612
Nhân tố 2: Nhu cầu nội dung thông tin	Nhu cầu thông tin nghề nghiệp và phát triển bản thân	0,853
	Nhu cầu kiến thức và kỹ năng	0,833
	Nhu cầu thông tin thời sự, xã hội	0,776
	Nhu cầu học tập và nghiên cứu	0,754

Phương pháp trích: Principal Axis Factoring. Phép xoay: Promax.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 4. Ma trận hệ số tải nhân tố EFA đối với nhóm “Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí”

Nhân tố	Biến quan sát	Hệ số tải
Nhân tố 1: Năng lực và công cụ xử lý thông tin số	Tự tin xử lý và trình bày thông tin	0,732
	Tổng hợp và phân tích thông tin	0,717
	Sử dụng phần mềm học tập	0,709
	Sàng lọc thông tin	0,702
	Đánh giá độ tin cậy của thông tin	0,696
	Tìm kiếm thông tin nhanh	0,670
	Thành thạo công cụ trực tuyến	0,656

Nhân tố	Biến quan sát	Hệ số tải
	Nhận thức về thuật toán nền tảng số	0,630
	Sử dụng nền tảng học trực tuyến	0,592
Nhân tố 2: Rào cản trong tiếp nhận thông tin	Không có thiết bị phù hợp	0,828
	Internet không ổn định	0,825
	Hạn chế về thời gian, điều kiện tiếp nhận	0,808
	Cách truyền đạt thông tin không phù hợp	0,759
	Quá tải dữ liệu	0,661
	Nguồn tin trả phí	0,649
	Khó xác minh độ tin cậy	0,648
Nhân tố 3: Nhu cầu hỗ trợ điều kiện tiếp nhận	Tăng cường wifi, Internet	0,798
	Trang bị máy tính tại thư viện	0,778
	Báo chí đăng tải thông tin trên mạng xã hội	0,771
	Bổ sung báo in, phòng đọc	0,653
	Trang bị tivi tại ký túc xá	0,476
Nhân tố 4: Hỗ trợ học thuật từ nhà trường	Giảng viên hướng dẫn tiếp nhận thông tin	0,765
	Môn học nâng cao kỹ năng tiếp nhận thông tin	0,735
	Truy cập tài liệu trực tuyến	0,731
	Nhà trường hỗ trợ nguồn tin	0,706

Phương pháp trích: Principal Axis Factoring. Phép xoay: Promax.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 5. Ma trận hệ số tải nhân tố EFA đối với nhóm “Hành vi xử lý, hài lòng và tác động tiếp nhận”

Nhân tố	Biến quan sát	Hệ số tải
Nhân tố 1: Cách thức xử lý và tiếp nhận thông tin	Tiếp cận thông tin từ nhiều nguồn	0,801
	Kiểm soát cảm xúc khi tiếp nhận thông tin	0,796

Nhân tố	Biến quan sát	Hệ số tải
	Ưu tiên tin nhanh	0,794
	Kiểm chứng thông tin trước khi chia sẻ	0,783
	Ưu tiên tin khách quan	0,777
	Ưu tiên thông tin trực quan	0,776
	Đọc ý kiến chuyên gia	0,760
	Theo dõi thông tin qua mạng xã hội, trang tin	0,757
	Đọc kỹ nội dung thông tin	0,755
	Tin vào giảng viên, chuyên gia, bạn bè	0,714
	Ưu tiên nguồn chính thống	0,562
Nhân tố 2: Tác động nhận thức, học tập và phát triển cá nhân	Hình thành tư duy phản biện	0,838
	Hỗ trợ học tập	0,784
	Tác động đến định hướng nghề nghiệp	0,771
	Ảnh hưởng đến lối sống	0,766
	Hiểu các vấn đề xã hội	0,738
Nhân tố 3: Mức độ hài lòng với kênh tiếp nhận	Hài lòng với phát thanh	0,700
	Hài lòng với báo mạng điện tử	0,671
	Hài lòng với truyền hình	0,631
	Hài lòng với báo in	0,626
	Hài lòng với mạng xã hội	0,493

Phương pháp trích: Principal Axis Factoring. Phép xoay: Promax.

Nguồn: *Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.*

Tổng hợp kết quả Cronbach's α và EFA cho thấy các thang đo được sử dụng trong luận án đạt độ tin cậy và có cấu trúc nhân tố khám phá phù hợp trong phạm vi mẫu khảo sát. Do nghiên cứu chưa thực hiện đầy đủ CFA và kiểm tra sai lệch phương pháp chung, kết quả không được dùng để khẳng định giá trị hội tụ, giá trị phân biệt hoặc độ phù hợp của mô hình đo lường ở mức xác nhận.

PHỤ LỤC MỤC 4.2

Thống kê mô tả và kiểm định bổ trợ về thực trạng tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên

Phụ lục này trình bày các bảng thống kê mô tả và kiểm định bổ trợ phục vụ Mục 3.2 của Chương 3. Toàn bộ kết quả được tính trên mẫu khảo sát $N = 2.053$. Các bảng trong phụ lục được dùng để đối chiếu các số liệu then chốt đã diễn giải bằng lời trong chính văn.

Bảng 1. Tần suất tiếp nhận thông tin báo chí theo kênh, loại hình và điểm chạm tiếp xúc ($N = 2.053$, đơn vị: %)

Kênh/loại hình tiếp xúc	Không tiếp nhận	Hiếm khi (<1 lần/tuần)	1-2 lần/tuần	3-5 lần/tuần	Hàng ngày
Báo in	38,58	34,68	15,25	7,94	3,56
Báo mạng điện tử	1,27	11,54	31,27	29,13	26,79
Truyền hình	3,56	19,05	36,82	25,04	15,54
Phát thanh	22,70	29,13	24,65	15,83	7,70
Mạng xã hội	0,39	4,77	16,80	28,64	49,39

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 2. Phân bố sinh viên theo số kênh, loại hình và điểm chạm tiếp nhận thông tin báo chí ($N = 2.053$)

Số kênh, loại hình và điểm chạm tiếp nhận	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Tiếp nhận từ 1 kênh, loại hình và điểm chạm	11	0,54
Tiếp nhận từ 2 kênh, loại hình và điểm chạm	42	2,05
Tiếp nhận từ 3 kênh, loại hình và điểm chạm	319	15,54
Tiếp nhận từ 4 kênh, loại hình và điểm chạm	557	27,13
Tiếp nhận từ 5 kênh, loại hình và điểm chạm	1.124	54,75
Tổng	2.053	100,00

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 3. Đối tượng cùng tiếp nhận thông tin báo chí với sinh viên (N = 2.053)

Đối tượng cùng tiếp nhận	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Một mình	1.249	60,84
Cùng bạn bè	392	19,09
Qua nhóm chat, diễn đàn, cộng đồng trực tuyến	248	12,08
Cùng người thân, gia đình	144	7,01
Cùng thầy cô	20	0,97
Tổng	2.053	100,00

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 4. Thời điểm trong ngày sinh viên thường tiếp nhận thông tin báo chí (N = 2.053)

Thời điểm tiếp nhận	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Bất cứ lúc nào rảnh thì tranh thủ xem tin	1.216	59,23
Buổi tối trước khi ngủ	446	21,72
Giữa ngày	241	11,74
Buổi sáng	150	7,31
Tổng	2.053	100,00

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 5. Cách thức tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên (N = 2.053)

Chỉ báo	N	Mean	SD	Mức nhận định
Tiếp nhận từ nhiều nguồn	2.053	4,03	0,95	Cao
Tiếp nhận qua mạng xã hội/trang tin	2.053	4,01	0,96	Cao
Ưu tiên hình thức trực quan	2.053	3,93	1,01	Cao
Ưu tiên tin nhanh	2.053	3,92	0,99	Cao
Kiểm chứng trước khi chia sẻ	2.053	3,91	0,98	Cao
Kiểm soát cảm xúc khi tiếp nhận	2.053	3,83	0,97	Cao
Ưu tiên tin khách quan	2.053	3,79	0,98	Cao
Đọc kỹ nội dung	2.053	3,74	1,00	Cao
Đọc thêm ý kiến chuyên gia	2.053	3,74	1,00	Cao

Chỉ báo	N	Mean	SD	Mức nhận định
Tin từ giảng viên, chuyên gia, bạn bè	2.053	3,72	0,92	Cao
Tiếp nhận từ nguồn chính thống	2.053	3,60	1,06	Cao

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 6. Mức độ chủ động và thói quen tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên (N = 2.053)

Chỉ báo	N	Mean	SD	Mức nhận định
Tiếp nhận thông tin có chọn lọc	2.053	4,07	0,80	Cao
Cảm thấy hứng thú với thông tin mới	2.053	3,95	0,80	Cao
Thường xuyên cập nhật tin tức qua các phương tiện truyền thông	2.053	3,93	0,82	Cao
Tìm hiểu các tin tức liên quan đến chuyên môn	2.053	3,81	0,82	Cao
Tin tưởng thông tin từ giảng viên, chuyên gia, bạn bè	2.053	3,79	0,82	Cao
Chủ động tìm kiếm thông tin báo chí	2.053	3,78	0,84	Cao
Dành nhiều thời gian tiếp nhận thông tin báo chí	2.053	3,65	0,87	Cao
Đọc tin tức hằng ngày	2.053	3,50	0,90	Cao

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 7. Hành động của sinh viên sau khi tiếp nhận thông tin báo chí (N = 2.053)

Hành động sau tiếp nhận	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Chia sẻ tin tức với bạn bè, gia đình qua mạng xã hội	640	31,17
Lưu lại thông tin quan trọng để tham khảo	525	25,57
Bỏ qua, không tương tác gì với tin tức đã tiếp nhận	344	16,76
Bàn luận về tin tức với bạn bè, thầy cô, người thân	264	12,86

Hành động sau tiếp nhận	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Sử dụng thông tin để phục vụ học tập, công việc, đời sống	247	12,03
Viết bài/đăng trạng thái bày tỏ quan điểm trên mạng xã hội	19	0,93
Tạo meme/video phản ứng/nội dung sáng tạo dựa trên tin tức	14	0,68
Tổng	2.053	100,00

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 8. Mức độ hài lòng của sinh viên với các kênh, loại hình và điểm chạm tiếp nhận (N = 2.053)

Chỉ báo	N	Mean	SD	Mức nhận định
Truyền hình	2.053	3,88	0,79	Cao
Báo mạng điện tử	2.053	3,74	0,75	Cao
Mạng xã hội	2.053	3,74	0,86	Cao
Phát thanh	2.053	3,53	0,86	Cao
Báo in	2.053	3,49	0,80	Cao

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 9. Mức độ ảnh hưởng của thông tin báo chí đến sinh viên (N = 2.053)

Chỉ báo	N	Mean	SD	Mức nhận định
Hỗ trợ học tập, làm bài, nghiên cứu	2.053	3,77	0,88	Cao
Góp phần hình thành quan điểm và tư duy phản biện	2.053	3,77	0,88	Cao
Giúp hiểu rõ hơn các vấn đề xã hội, thời sự	2.053	3,73	0,89	Cao
Tác động đến lựa chọn ngành nghề, việc làm tương lai	2.053	3,71	0,93	Cao
Ảnh hưởng đến hành vi, thói quen, lối sống	2.053	3,65	0,94	Cao

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 10. Kiểm định khác biệt nhóm về một số chỉ báo tiếp nhận thông tin báo chí (N = 2.053)

Biến tiếp nhận	Giới tính	Năm học	Nhóm ngành đào tạo	Diễn giải cho chính văn
Số kênh, loại hình và điểm chạm tiếp nhận	Có ý nghĩa thống kê ($\chi^2 = 19,184$; df = 3; $p < 0,001$)	Có ý nghĩa thống kê ($\chi^2 = 23,209$; df = 9; $p = 0,006$)	Có ý nghĩa thống kê ($\chi^2 = 117,838$; df = 12; $p < 0,001$)	Dùng như bằng chứng hỗ trợ cho xu hướng phân hóa độ rộng hệ kênh tiếp nhận
Thời điểm tiếp nhận	Có ý nghĩa thống kê ($\chi^2 = 34,545$; $p < 0,001$)	Không có ý nghĩa thống kê ($p \geq 0,05$)	Có ý nghĩa thống kê ($\chi^2 = 125,378$; $p < 0,001$)	Dùng như bằng chứng hỗ trợ cho sự khác biệt về nhịp tiếp nhận trong ngày
Đối tượng cùng tiếp nhận	Có ý nghĩa thống kê ($\chi^2 = 82,938$; $p < 0,001$)	Không có ý nghĩa thống kê ($p \geq 0,05$)	Có ý nghĩa thống kê ($\chi^2 = 85,828$; $p < 0,001$)	Dùng như bằng chứng hỗ trợ cho tính xã hội của quá trình tiếp nhận
Hành động sau tiếp nhận	Không có ý nghĩa thống kê ($\chi^2 = 7,052$; df = 5; $p = 0,217$)	Không có ý nghĩa thống kê ($\chi^2 = 15,782$; df = 15; $p = 0,397$)	Có ý nghĩa thống kê ($\chi^2 = 54,879$; df = 20; $p < 0,001$)	Dùng như bằng chứng hỗ trợ cho sự khác biệt nhẹ ở tầng hậu tiếp nhận

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 11. Mã PVS sử dụng trong Mục 3.2

Mã PVS	Mô tả người trả lời	Chức năng sử dụng trong Mục 3.2
PVS-SV08	Sinh viên năm thứ tư, khối ngành Sức khỏe/điều dưỡng	Làm rõ tiếp xúc ngẫu nhiên qua Facebook, TikTok và khả năng bị nhiễu mục tiêu tiếp nhận
PVS-SV18	Sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền	Làm rõ vai trò khác nhau của từng nền tảng trong tiếp nhận tin tức và giải trí
PVS-SV21	Sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền	Làm rõ thao tác chuyển nền tảng để kiểm tra lại thông tin chưa chắc chắn

Mã PVS	Mô tả người trả lời	Chức năng sử dụng trong Mục 3.2
PVS-SV03	Sinh viên đại học, nhóm ngành Khoa học xã hội	Làm rõ nhịp tiếp nhận phân mảnh, tranh thủ khi rảnh
PVS-SV02	Sinh viên năm nhất ngành Truyền thông đại chúng	Làm rõ thao tác kiểm chứng qua Google, fanpage chính thức và đối chiếu nhiều nguồn
PVS-SV13	Sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền	Làm rõ xu hướng hạn chế tiếp xúc với nội dung tiêu cực như một cơ chế phòng vệ tâm lý
PVS-SV07	Sinh viên năm thứ tư, Trường Đại học Y Hà Nội	Làm rõ hành động lưu lại, ghi chú và chia sẻ thông tin sau tiếp nhận

Nguồn: Dữ liệu phỏng vấn sâu của luận án, năm 2025.

PHỤ LỤC MỤC 4.3

Thống kê mô tả và kiểm định hỗ trợ về nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên

Phụ lục này trình bày các bảng thống kê mô tả và kiểm định hỗ trợ phục vụ Mục 3.3 về nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay. Các kết quả được tính trên mẫu khảo sát chính $N = 2.053$. Các bảng chi tiết được đặt tại phụ lục nhằm giúp chính văn tập trung vào diễn giải bằng lời và phân tích theo ngôn ngữ báo chí học.

Bảng 1. Loại tin tức sinh viên quan tâm nhất ($N = 2.053$, đơn vị: sinh viên và %)

Loại tin tức quan tâm nhất	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Tin tức giải trí	968	47,15
Tin học tập, nghề nghiệp	336	16,37
Tin thời sự, chính trị	329	16,03
Tin y tế, sức khỏe	168	8,18
Tin kinh tế	141	6,87
Tin khoa học, công nghệ	111	5,41
Tổng	2.053	100,00

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 2. Chủ đề chi tiết được quan tâm trong từng nhóm tin ($N = 2.053$, đơn vị: %)

Nhóm tin	Chủ đề chi tiết được quan tâm	Tỷ lệ (%)
Tin giải trí	Đời tư, scandal, phát ngôn của người nổi tiếng	26,69
	Xu hướng âm nhạc, ca sĩ mới, sản phẩm âm nhạc nổi bật	26,45
	Tin tức về phim điện ảnh, truyền hình, đánh giá phim mới	18,02
Tin học tập, nghề nghiệp	Cơ hội việc làm, xu hướng thị trường lao động	10,38
	Chính sách giáo dục	8,43

Nhóm tin	Chủ đề chi tiết được quan tâm	Tỷ lệ (%)
	Học bổng, các chương trình hỗ trợ	4,92
Tin thời sự, chính trị	Thời sự trong nước	7,94
	Chính trị thế giới	7,94
	Quan hệ quốc tế	6,19
Tin y tế, sức khỏe	Dịch bệnh, y tế cộng đồng	5,07
	Sống khỏe, dinh dưỡng	4,97
	Sức khỏe tâm lý	3,60
Tin kinh tế	Thị trường chứng khoán, đầu tư	3,07
	Tiêu dùng, thương mại điện tử, fintech	2,83
	Doanh nghiệp lớn	2,73
Tin khoa học, công nghệ	Trí tuệ nhân tạo (AI)	3,85
	Robot, tự động hóa	2,00
	Vũ trụ, không gian	1,75

Ghi chú: Câu hỏi nhiều lựa chọn; tỷ lệ phần trăm tính trên N = 2.053; mỗi sinh viên có thể chọn nhiều chủ đề trong cùng một nhóm tin.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 3. Mức độ nhu cầu nội dung thông tin báo chí của sinh viên (N = 2.053, đơn vị: điểm và %)

Nhận định về nhu cầu nội dung	Mean	SD	% đồng ý/hoàn toàn đồng ý	Mức nhận định
Nhu cầu cập nhật thông tin mới để nâng cao kiến thức, kỹ năng	3,95	0,81	71,21	Cao

Nhận định về nhu cầu nội dung	Mean	SD	% đồng ý/hoàn toàn đồng ý	Mức nhận định
Nhu cầu tiếp nhận thông tin về cơ hội nghề nghiệp, phát triển bản thân	3,90	0,80	69,65	Cao
Nhu cầu cập nhật thông tin thời sự, xã hội	3,80	0,81	63,27	Cao
Nhu cầu tìm kiếm thông tin học tập, nghiên cứu	3,77	0,81	62,69	Cao

Ghi chú: Thang đo Likert 5 mức, từ 1 = hoàn toàn không đồng ý đến 5 = hoàn toàn đồng ý. Mức nhận định căn cứ theo thang quy đổi đã trình bày trong luận án.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 4. Đề xuất của sinh viên về điểm cần cải thiện của báo chí (N = 2.053, đơn vị: sinh viên và %)

Hướng cải thiện đề xuất	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Tin tức đáng tin cậy hơn, hạn chế giật gân và sai lệch	618	30,10
Hình thức trình bày hấp dẫn hơn	559	27,23
Tăng cường nội dung phân tích, chuyên sâu	251	12,23
Cập nhật tin tức nhanh hơn	238	11,59
Nội dung gần gũi hơn với sinh viên	199	9,69
Cải thiện trải nghiệm đọc tin trên nền tảng số	188	9,16
Tổng	2.053	100,00

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 5. Hình thức, nền tảng tiếp nhận thông tin báo chí mong muốn trong tương lai (N = 2.053, đơn vị: sinh viên và %)

Hình thức, nền tảng mong muốn	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Đa nền tảng	566	27,57
Tin tức tóm tắt nhanh	509	24,79
Video tin tức ngắn	479	23,33
Báo chí trực quan, infographic	192	9,35
Tin tức dạng văn bản truyền thống	190	9,25
Podcast, tin tức âm thanh	71	3,46
Livestream bản tin	46	2,24
Tổng	2.053	100,00

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 6. Kiểm định khác biệt nhóm đối với một số biến nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí (N = 2.053)

Biến nhu cầu	Nhóm so sánh	Kết quả kiểm định	Diễn giải cho chính văn
Loại tin tức quan tâm nhất	Giới tính	$\chi^2 = 120,404$; df = 5; p < 0,001	Có khác biệt
Loại tin tức quan tâm nhất	Năm học	$\chi^2 = 77,306$; df = 15; p < 0,001	Có khác biệt
Loại tin tức quan tâm nhất	Nhóm ngành	$\chi^2 = 564,171$; df = 20; p < 0,001	Có khác biệt
Đề xuất cải thiện báo chí	Giới tính	$\chi^2 = 4,326$; df = 5; p = 0,503	Không có khác biệt
Đề xuất cải thiện báo chí	Năm học	$\chi^2 = 21,560$; df = 15; p = 0,120	Không có khác biệt
Đề xuất cải thiện báo chí	Nhóm ngành	$\chi^2 = 86,808$; df = 20; p < 0,001	Có khác biệt
Hình thức, nền tảng mong muốn	Giới tính	$\chi^2 = 28,315$; df = 6; p < 0,001	Có khác biệt

Biến nhu cầu	Nhóm so sánh	Kết quả kiểm định	Diễn giải cho chính văn
Hình thức, nền tảng mong muốn	Năm học	$\chi^2 = 23,250$; df = 18; p = 0,181	Không có khác biệt
Hình thức, nền tảng mong muốn	Nhóm ngành	$\chi^2 = 70,866$; df = 24; p < 0,001	Có khác biệt

Ghi chú: Khác biệt có ý nghĩa thống kê khi $p < 0,05$. Các kết quả này được sử dụng để nhận diện xu hướng khác biệt nhóm, không thay thế phân tích nội dung trong chính văn.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 7. Mã phỏng vấn sâu sử dụng trong Mục 3.3

Mã PVS	Mô tả người được phỏng vấn	Chức năng sử dụng trong Mục 3.3
PVS-SV12	Sinh viên năm 3, ngành Giáo dục tiểu học, Đại học Thủ Dầu Một	Làm rõ nhu cầu học tập, nghề nghiệp và chính sách gắn với ngành học
PVS-SV09	Sinh viên năm 2, ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, Trường Du lịch, Đại học Huế	Làm rõ nhu cầu tin nhắn, hình ảnh, video và thông tin gắn với du lịch
PVS-SV18	Sinh viên năm 2, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, khối ngành truyền thông - báo chí	Làm rõ yêu cầu kết hợp tính hấp dẫn với chuẩn mực, độ chính xác của báo chí
PVS-SV17	Sinh viên năm 2, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, khối ngành truyền thông - báo chí	Làm rõ nhu cầu đa nền tảng và thói quen đối chiếu thông tin giữa nền tảng xã hội và báo chí chính thống

Nguồn: Dữ liệu phỏng vấn sâu của luận án, năm 2025.

PHỤ LỤC MỤC 4.4

Thông kê mô tả và kiểm định bổ trợ về điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên

Phụ lục này trình bày các bảng thống kê mô tả và kiểm định bổ trợ phục vụ Mục 3.4 về điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên đại học Việt Nam hiện nay. Toàn bộ kết quả được tính trên mẫu khảo sát $N = 2.053$. Các bảng được dùng để đối chiếu các số liệu then chốt đã diễn giải bằng lời trong chính văn.

Bảng 1. Điều kiện hạ tầng, thiết bị và kết nối của sinh viên ($N = 2.053$, đơn vị: sinh viên và %)

Điều kiện hạ tầng, thiết bị và kết nối	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Điện thoại thông minh có kết nối Internet	1.718	83,68
Máy tính cá nhân hoặc laptop	1.284	62,54
Wi-Fi miễn phí tại trường, thư viện hoặc ký túc xá	1.040	50,66
Kết nối Internet cá nhân ổn định	837	40,77
Tivi hoặc truyền hình cáp	746	36,34
Đài phát thanh hoặc radio	245	11,93
Tài khoản trả phí để tiếp nhận nội dung báo chí	239	11,64
Không có điều kiện hỗ trợ đáng kể	7	0,34

Ghi chú: Câu hỏi nhiều lựa chọn; một sinh viên có thể đồng thời có nhiều điều kiện khác nhau nên tổng tỷ lệ phần trăm không cộng thành 100%.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 2. Thời gian sinh viên dành cho tiếp nhận tin tức mỗi ngày ($N = 2.053$, đơn vị: sinh viên và %)

Thời gian tiếp nhận tin tức mỗi ngày	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Dưới 30 phút mỗi ngày	416	20,26
30 đến 60 phút mỗi ngày	706	34,39
61 đến 90 phút mỗi ngày	219	10,67
91 đến 120 phút mỗi ngày	79	3,85
Hơn 2 tiếng mỗi ngày	84	4,09
Tùy ngày, không cố định	549	26,74

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 3. Đánh giá hỗ trợ từ nhà trường và giảng viên (N = 2.053)

Chỉ báo	N	Mean	SD	% đồng ý/hoàn toàn đồng ý	Mức nhận định
Nhà trường hỗ trợ tiếp cận nguồn tin	2.053	3,82	0,83	66,39	Cao
Giảng viên hướng dẫn tìm kiếm thông tin	2.053	3,85	0,83	67,17	Cao
Có môn học, hoạt động nâng cao kỹ năng xử lý thông tin	2.053	3,90	0,81	70,04	Cao
Có thể truy cập tài liệu, học liệu trực tuyến	2.053	3,88	0,84	68,78	Cao

Ghi chú: Thang đo Likert 5 mức, từ 1 = hoàn toàn không đồng ý đến 5 = hoàn toàn đồng ý. Mức nhận định căn cứ theo thang quy đổi đã trình bày trong luận án.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 4. Tự đánh giá khả năng sử dụng công nghệ thông tin (N = 2.053)

Chỉ báo	N	Mean	SD	% đồng ý/hoàn toàn đồng ý	Mức nhận định
Thành thạo các công cụ trực tuyến	2.053	3,77	0,84	62,05	Cao
Sử dụng các nền tảng học trực tuyến	2.053	3,58	0,87	50,61	Cao
Sử dụng các phần mềm hỗ trợ học tập	2.053	3,68	0,82	57,57	Cao
Tự tin xử lý và trình bày thông tin	2.053	3,65	0,84	55,09	Cao

Ghi chú: Thang đo Likert 5 mức, từ 1 = hoàn toàn không đồng ý đến 5 = hoàn toàn đồng ý.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 5. Tự đánh giá kỹ năng tìm kiếm và xử lý thông tin (N = 2.053)

Chỉ báo	N	Mean	SD	% đồng ý/hoàn toàn đồng ý	Mức nhận định
Tìm kiếm thông tin phù hợp một cách nhanh chóng	2.053	3,91	0,81	70,48	Cao
Đánh giá độ tin cậy của thông tin	2.053	3,78	0,81	63,22	Cao
Tổng hợp, phân tích thông tin từ nhiều nguồn	2.053	3,81	0,81	64,93	Cao

Chỉ báo	N	Mean	SD	% đồng ý/hoàn toàn đồng ý	Mức nhận định
Sàng lọc và chọn lọc thông tin quan trọng	2.053	3,87	0,80	69,17	Cao
Nhận thức được thuật toán nền tảng ảnh hưởng đến tin tiếp cận	2.053	3,88	0,83	67,51	Cao

Ghi chú: Thang đo Likert 5 mức, từ 1 = hoàn toàn không đồng ý đến 5 = hoàn toàn đồng ý.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 6. Khó khăn, rào cản khi tiếp nhận thông tin báo chí (N = 2.053)

Chỉ báo	N	Mean	SD	% đồng ý/hoàn toàn đồng ý	Mức nhận định
Quá tải thông tin	2.053	3,63	0,86	55,87	Cao
Khó xác minh độ tin cậy của thông tin	2.053	3,64	0,89	55,67	Cao
Hạn chế về thời gian	2.053	3,47	0,94	47,20	Cao
Cách trình bày, truyền đạt không phù hợp	2.053	3,56	0,92	51,97	Cao
Không có thiết bị phù hợp	2.053	3,09	1,22	39,84	Trung bình
Kết nối Internet không ổn định	2.053	3,19	1,17	41,35	Trung bình
Khó tiếp cận nguồn tin trả phí	2.053	3,59	1,00	56,02	Cao

Ghi chú: Điểm Mean càng cao phản ánh mức cản trở càng lớn. Tỷ lệ phần trăm là tỷ lệ sinh viên đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý với từng nhận định.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 7. Mức cần thiết của các đề xuất cải thiện điều kiện tiếp nhận (N = 2.053)

Chỉ báo	N	Mean	SD	% cần thiết/rất cần thiết	Mức nhận định
Trang bị tivi tại ký túc xá hoặc khu vực sinh viên theo dõi tin tức	2.053	3,39	0,93	40,67	Trung bình

Chỉ báo	N	Mean	SD	% cần thiết/rất cần thiết	Mức nhận định
Bổ sung báo in tại phòng đọc hoặc thư viện	2.053	3,57	0,89	50,76	Cao
Trang bị máy tính nối mạng tại thư viện	2.053	3,74	0,88	58,55	Cao
Tăng cường phủ sóng Wi-Fi và nâng cao chất lượng Internet	2.053	3,92	0,90	65,42	Cao
Tăng hiện diện của báo chí chính thống trên mạng xã hội	2.053	3,81	0,88	61,13	Cao

Ghi chú: Thang đo Likert 5 mức, từ 1 = hoàn toàn không cần thiết đến 5 = hoàn toàn cần thiết.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 8. Kiểm định χ^2 đối với điều kiện hạ tầng, thiết bị, kết nối và thời gian tiếp nhận theo nhóm sinh viên (N = 2.053)

Chỉ báo	Biến nhóm	Kết quả kiểm định	Cramér V	Diễn giải cho chính văn
Điện thoại thông minh có kết nối Internet	Giới tính	$\chi^2 = 11,436$; df = 1; p < 0,001	0,075	Có khác biệt, mức liên hệ rất yếu
Điện thoại thông minh có kết nối Internet	Năm học	$\chi^2 = 0,576$; df = 3; p = 0,902	0,017	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Điện thoại thông minh có kết nối Internet	Nhóm ngành đào tạo	$\chi^2 = 21,628$; df = 4; p < 0,001	0,103	Có khác biệt, mức liên hệ yếu
Máy tính cá nhân hoặc laptop	Giới tính	$\chi^2 = 10,765$; df = 1; p = 0,001	0,072	Có khác biệt, mức liên hệ rất yếu
Máy tính cá nhân hoặc laptop	Năm học	$\chi^2 = 22,478$; df = 3; p < 0,001	0,105	Có khác biệt, mức liên hệ yếu
Máy tính cá nhân hoặc laptop	Nhóm ngành đào tạo	$\chi^2 = 50,006$; df = 4; p < 0,001	0,156	Có khác biệt, mức liên hệ yếu
Wi-Fi miễn phí tại trường, thư viện hoặc ký túc xá	Giới tính	$\chi^2 = 4,043$; df = 1; p = 0,044	0,044	Có khác biệt, mức liên hệ rất yếu

Chỉ báo	Biến nhóm	Kết quả kiểm định	Cramér V	Diễn giải cho chính văn
Wi-Fi miễn phí tại trường, thư viện hoặc ký túc xá	Năm học	$\chi^2 = 4,120$; df = 3; p = 0,249	0,045	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Wi-Fi miễn phí tại trường, thư viện hoặc ký túc xá	Nhóm ngành đào tạo	$\chi^2 = 17,692$; df = 4; p = 0,001	0,093	Có khác biệt, mức liên hệ rất yếu
Kết nối Internet cá nhân ổn định	Giới tính	$\chi^2 = 2,600$; df = 1; p = 0,107	0,036	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Kết nối Internet cá nhân ổn định	Năm học	$\chi^2 = 4,604$; df = 3; p = 0,203	0,047	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Kết nối Internet cá nhân ổn định	Nhóm ngành đào tạo	$\chi^2 = 30,364$; df = 4; p < 0,001	0,122	Có khác biệt, mức liên hệ yếu
Tivi hoặc truyền hình cáp	Giới tính	$\chi^2 = 10,373$; df = 1; p = 0,001	0,071	Có khác biệt, mức liên hệ rất yếu
Tivi hoặc truyền hình cáp	Năm học	$\chi^2 = 30,518$; df = 3; p < 0,001	0,122	Có khác biệt, mức liên hệ yếu
Tivi hoặc truyền hình cáp	Nhóm ngành đào tạo	$\chi^2 = 161,196$; df = 4; p < 0,001	0,280	Có khác biệt, mức liên hệ đáng chú ý
Đài phát thanh hoặc radio	Giới tính	$\chi^2 = 5,493$; df = 1; p = 0,019	0,052	Có khác biệt, mức liên hệ rất yếu
Đài phát thanh hoặc radio	Năm học	$\chi^2 = 3,730$; df = 3; p = 0,292	0,043	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Đài phát thanh hoặc radio	Nhóm ngành đào tạo	$\chi^2 = 9,301$; df = 4; p = 0,054	0,067	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Tài khoản trả phí để tiếp nhận nội dung báo chí	Giới tính	$\chi^2 = 0,007$; df = 1; p = 0,931	0,002	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê

Chỉ báo	Biến nhóm	Kết quả kiểm định	Cramér V	Diễn giải cho chính văn
Tài khoản trả phí để tiếp nhận nội dung báo chí	Năm học	$\chi^2 = 9,124$; df = 3; p = 0,028	0,067	Có khác biệt, mức liên hệ rất yếu
Tài khoản trả phí để tiếp nhận nội dung báo chí	Nhóm ngành đào tạo	$\chi^2 = 21,392$; df = 4; p < 0,001	0,102	Có khác biệt, mức liên hệ yếu
Thời gian tiếp nhận tin tức mỗi ngày	Giới tính	$\chi^2 = 41,621$; df = 5; p < 0,001	0,142	Có khác biệt, mức liên hệ yếu
Thời gian tiếp nhận tin tức mỗi ngày	Năm học	$\chi^2 = 19,926$; df = 15; p = 0,175	0,057	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Thời gian tiếp nhận tin tức mỗi ngày	Nhóm ngành đào tạo	$\chi^2 = 62,301$; df = 20; p < 0,001	0,087	Có khác biệt, mức liên hệ rất yếu

Ghi chú: χ^2 là giá trị χ^2 ; df là bậc tự do; p là mức ý nghĩa. Cramér V dùng để tham khảo độ lớn liên hệ khi diễn giải xu hướng khác biệt nhóm.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 9. Kiểm định ANOVA đối với môi trường giáo dục, năng lực tiếp nhận, rào cản và đề xuất cải thiện theo nhóm sinh viên (N = 2.053)

Chỉ báo	Biến nhóm	Kết quả kiểm định	η^2	Diễn giải cho chính văn
Nhà trường hỗ trợ tiếp cận nguồn tin	Giới tính	F = 14,668; p < 0,001	0,007	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ
Nhà trường hỗ trợ tiếp cận nguồn tin	Năm học	F = 1,851; p = 0,136	0,003	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Nhà trường hỗ trợ tiếp cận nguồn tin	Nhóm ngành đào tạo	F = 9,513; p < 0,001	0,018	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Giảng viên hướng dẫn tìm kiếm thông tin	Giới tính	F = 9,175; p = 0,002	0,004	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ

Chỉ báo	Biến nhóm	Kết quả kiểm định	η^2	Diễn giải cho chính văn
Giảng viên hướng dẫn tìm kiếm thông tin	Năm học	$F = 0,476; p = 0,699$	0,001	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Giảng viên hướng dẫn tìm kiếm thông tin	Nhóm ngành đào tạo	$F = 9,762; p < 0,001$	0,019	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Có môn học, hoạt động nâng cao kỹ năng xử lý thông tin	Giới tính	$F = 6,802; p = 0,009$	0,003	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ
Có môn học, hoạt động nâng cao kỹ năng xử lý thông tin	Năm học	$F = 1,114; p = 0,342$	0,002	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Có môn học, hoạt động nâng cao kỹ năng xử lý thông tin	Nhóm ngành đào tạo	$F = 13,736; p < 0,001$	0,026	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Có thể truy cập tài liệu, học liệu trực tuyến	Giới tính	$F = 8,785; p = 0,003$	0,004	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ
Có thể truy cập tài liệu, học liệu trực tuyến	Năm học	$F = 0,476; p = 0,699$	0,001	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Có thể truy cập tài liệu, học liệu trực tuyến	Nhóm ngành đào tạo	$F = 11,497; p < 0,001$	0,022	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Thành thạo các công cụ trực tuyến	Giới tính	$F = 11,066; p < 0,001$	0,005	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ
Thành thạo các công cụ trực tuyến	Năm học	$F = 2,499; p = 0,058$	0,004	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Thành thạo các công cụ trực tuyến	Nhóm ngành đào tạo	$F = 7,942; p < 0,001$	0,015	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ

Chỉ báo	Biến nhóm	Kết quả kiểm định	η^2	Diễn giải cho chính văn
Sử dụng các nền tảng học trực tuyến	Giới tính	$F = 1,128; p = 0,288$	0,001	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Sử dụng các nền tảng học trực tuyến	Năm học	$F = 3,231; p = 0,022$	0,005	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ
Sử dụng các nền tảng học trực tuyến	Nhóm ngành đào tạo	$F = 8,328; p < 0,001$	0,016	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Sử dụng các phần mềm hỗ trợ học tập	Giới tính	$F = 0,864; p = 0,353$	0,000	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Sử dụng các phần mềm hỗ trợ học tập	Năm học	$F = 2,518; p = 0,057$	0,004	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Sử dụng các phần mềm hỗ trợ học tập	Nhóm ngành đào tạo	$F = 6,785; p < 0,001$	0,013	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Tự tin xử lý và trình bày thông tin	Giới tính	$F = 0,237; p = 0,627$	0,000	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Tự tin xử lý và trình bày thông tin	Năm học	$F = 2,954; p = 0,031$	0,004	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ
Tự tin xử lý và trình bày thông tin	Nhóm ngành đào tạo	$F = 9,356; p < 0,001$	0,018	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Tìm kiếm thông tin phù hợp một cách nhanh chóng	Giới tính	$F = 3,636; p = 0,057$	0,002	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Tìm kiếm thông tin phù hợp một cách nhanh chóng	Năm học	$F = 1,133; p = 0,335$	0,002	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê

Chỉ báo	Biến nhóm	Kết quả kiểm định	η^2	Diễn giải cho chính văn
Tìm kiếm thông tin phù hợp một cách nhanh chóng	Nhóm ngành đào tạo	$F = 8,368; p < 0,001$	0,016	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Đánh giá độ tin cậy của thông tin	Giới tính	$F = 0,161; p = 0,688$	0,000	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Đánh giá độ tin cậy của thông tin	Năm học	$F = 1,552; p = 0,199$	0,002	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Đánh giá độ tin cậy của thông tin	Nhóm ngành đào tạo	$F = 11,850; p < 0,001$	0,023	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Tổng hợp, phân tích thông tin từ nhiều nguồn	Giới tính	$F = 0,000; p = 0,986$	0,000	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Tổng hợp, phân tích thông tin từ nhiều nguồn	Năm học	$F = 0,659; p = 0,577$	0,001	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Tổng hợp, phân tích thông tin từ nhiều nguồn	Nhóm ngành đào tạo	$F = 9,381; p < 0,001$	0,018	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Sàng lọc và chọn lọc thông tin quan trọng	Giới tính	$F = 1,713; p = 0,191$	0,001	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Sàng lọc và chọn lọc thông tin quan trọng	Năm học	$F = 0,695; p = 0,555$	0,001	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Sàng lọc và chọn lọc thông tin quan trọng	Nhóm ngành đào tạo	$F = 9,845; p < 0,001$	0,019	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Nhận thức được thuật toán nền tảng ảnh hưởng đến tin tiếp cận	Giới tính	$F = 3,753; p = 0,053$	0,002	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê

Chỉ báo	Biến nhóm	Kết quả kiểm định	η^2	Diễn giải cho chính văn
Nhận thức được thuật toán nền tảng ảnh hưởng đến tin tiếp cận	Năm học	$F = 2,171; p = 0,089$	0,003	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Nhận thức được thuật toán nền tảng ảnh hưởng đến tin tiếp cận	Nhóm ngành đào tạo	$F = 10,005; p < 0,001$	0,019	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Quá tải thông tin	Giới tính	$F = 2,395; p = 0,122$	0,001	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Quá tải thông tin	Năm học	$F = 1,218; p = 0,302$	0,002	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Quá tải thông tin	Nhóm ngành đào tạo	$F = 5,878; p < 0,001$	0,011	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Khó xác minh độ tin cậy của thông tin	Giới tính	$F = 2,806; p = 0,094$	0,001	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Khó xác minh độ tin cậy của thông tin	Năm học	$F = 0,387; p = 0,762$	0,001	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Khó xác minh độ tin cậy của thông tin	Nhóm ngành đào tạo	$F = 3,464; p = 0,008$	0,007	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ
Hạn chế về thời gian	Giới tính	$F = 0,025; p = 0,875$	0,000	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Hạn chế về thời gian	Năm học	$F = 1,266; p = 0,285$	0,002	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Hạn chế về thời gian	Nhóm ngành đào tạo	$F = 6,687; p < 0,001$	0,013	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ

Chỉ báo	Biến nhóm	Kết quả kiểm định	η^2	Diễn giải cho chính văn
Cách trình bày, truyền đạt không phù hợp	Giới tính	$F = 0,073; p = 0,787$	0,000	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Cách trình bày, truyền đạt không phù hợp	Năm học	$F = 0,722; p = 0,539$	0,001	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Cách trình bày, truyền đạt không phù hợp	Nhóm ngành đào tạo	$F = 6,183; p < 0,001$	0,012	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Không có thiết bị phù hợp	Giới tính	$F = 5,257; p = 0,022$	0,003	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ
Không có thiết bị phù hợp	Năm học	$F = 3,793; p = 0,010$	0,006	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ
Không có thiết bị phù hợp	Nhóm ngành đào tạo	$F = 15,756; p < 0,001$	0,030	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Kết nối Internet không ổn định	Giới tính	$F = 1,753; p = 0,186$	0,001	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Kết nối Internet không ổn định	Năm học	$F = 3,004; p = 0,029$	0,004	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ
Kết nối Internet không ổn định	Nhóm ngành đào tạo	$F = 12,333; p < 0,001$	0,024	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Khó tiếp cận nguồn tin trả phí	Giới tính	$F = 3,202; p = 0,074$	0,002	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Khó tiếp cận nguồn tin trả phí	Năm học	$F = 2,132; p = 0,094$	0,003	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê

Chỉ báo	Biến nhóm	Kết quả kiểm định	η^2	Diễn giải cho chính văn
Khó tiếp cận nguồn tin trả phí	Nhóm ngành đào tạo	$F = 5,588; p < 0,001$	0,011	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Trang bị tivi tại ký túc xá hoặc khu vực sinh viên theo dõi tin tức	Giới tính	$F = 3,759; p = 0,053$	0,002	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Trang bị tivi tại ký túc xá hoặc khu vực sinh viên theo dõi tin tức	Năm học	$F = 2,218; p = 0,084$	0,003	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Trang bị tivi tại ký túc xá hoặc khu vực sinh viên theo dõi tin tức	Nhóm ngành đào tạo	$F = 6,603; p < 0,001$	0,013	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Bổ sung báo in tại phòng đọc hoặc thư viện	Giới tính	$F = 16,729; p < 0,001$	0,008	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ
Bổ sung báo in tại phòng đọc hoặc thư viện	Năm học	$F = 2,312; p = 0,074$	0,003	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Bổ sung báo in tại phòng đọc hoặc thư viện	Nhóm ngành đào tạo	$F = 8,135; p < 0,001$	0,016	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Trang bị máy tính nối mạng tại thư viện	Giới tính	$F = 16,918; p < 0,001$	0,008	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ
Trang bị máy tính nối mạng tại thư viện	Năm học	$F = 0,949; p = 0,416$	0,001	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Trang bị máy tính nối mạng tại thư viện	Nhóm ngành đào tạo	$F = 8,819; p < 0,001$	0,017	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Tăng cường phủ sóng Wi-Fi và nâng cao chất lượng Internet	Giới tính	$F = 17,652; p < 0,001$	0,009	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ

Chỉ báo	Biến nhóm	Kết quả kiểm định	η^2	Diễn giải cho chính văn
Tăng cường phủ sóng Wi-Fi và nâng cao chất lượng Internet	Năm học	$F = 2,913; p = 0,033$	0,004	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ
Tăng cường phủ sóng Wi-Fi và nâng cao chất lượng Internet	Nhóm ngành đào tạo	$F = 7,420; p < 0,001$	0,014	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ
Tăng hiện diện của báo chí chính thống trên mạng xã hội	Giới tính	$F = 14,190; p < 0,001$	0,007	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng rất nhỏ
Tăng hiện diện của báo chí chính thống trên mạng xã hội	Năm học	$F = 1,181; p = 0,315$	0,002	Không có khác biệt có ý nghĩa thống kê
Tăng hiện diện của báo chí chính thống trên mạng xã hội	Nhóm ngành đào tạo	$F = 5,695; p < 0,001$	0,011	Có khác biệt thống kê, hiệu ứng nhỏ

Ghi chú: F là giá trị kiểm định ANOVA; η^2 dùng để tham khảo độ lớn hiệu ứng. Các kết quả được sử dụng để nhận diện xu hướng khác biệt nhóm trong chính văn.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 10. Mã phỏng vấn sâu sử dụng trong Mục 3.4

Mã PVS	Mô tả người được phỏng vấn	Chức năng sử dụng trong Mục 3.4
PVS-SV02	Sinh viên năm nhất ngành Truyền thông đại chúng	Làm rõ chuyển dịch rào cản từ thiết bị sang kỹ năng tiếp nhận và xử lý thông tin
PVS-CB01	Cán bộ phụ trách hạ tầng công nghệ thông tin và cơ sở vật chất, thâm niên công tác 2 năm	Làm rõ điều kiện Wi-Fi, hạ tầng số và không gian hỗ trợ sinh viên
PVS-CB03	Trưởng phòng Hành chính một trường đại học khối sức khỏe, thâm niên công tác 5 năm ở vị trí quản lý	Làm rõ xu hướng chuyển từ báo giấy, tivi, radio sang kết nối Internet và học liệu điện tử
PVS-SV08	Sinh viên năm thứ tư khối sức khỏe và điều dưỡng, ở ký túc xá	Làm rõ thời gian tiếp nhận phân mảnh và tự đặt giới hạn tiếp xúc thông tin
PVS-SV13	Sinh viên năm thứ hai, Học viện Báo chí và Tuyên truyền	Làm rõ khả năng chi trả nền tảng, kiểm chứng nguồn tin và nhận thức về thuật toán

Mã PVS	Mô tả người được phỏng vấn	Chức năng sử dụng trong Mục 3.4
PVS- CB02	Cán bộ chuyên trách Đoàn trường, công tác tại trường từ năm 2019 đến nay	Làm rõ vai trò thư viện số, hoạt động Đoàn và bồi dưỡng kỹ năng xử lý thông tin
PVS- BC05	Cán bộ quản lý cơ quan báo chí, kinh nghiệm công tác 8 năm	Làm rõ bối cảnh thông tin phân mảnh, quá tải và vai trò của báo chí chính thống

Ghi chú: Mã PVS được trình bày theo bảng mã phỏng vấn sâu thống nhất của luận án.

Nguồn: Dữ liệu phỏng vấn sâu của luận án, năm 2025.

PHỤ LỤC MỤC 3.5

Kiểm định hỗ trợ cho phân tích mối quan hệ giữa nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên

Phụ lục này trình bày các kiểm định hỗ trợ được sử dụng để đối chiếu cho Mục 3.5. Mẫu phân tích là $N = 2.053$. Các kết quả có chức năng nhận diện khác biệt nhóm hoặc mối liên hệ cùng chiều giữa các nhóm biến, đồng thời được đọc cùng Cramér V hoặc η^2 nhằm hạn chế khả năng phóng đại kết quả do kích thước mẫu lớn. Các phân tích gồm kiểm định Chi bình phương cho biến định danh, phân tích phương sai một chiều cho điểm thang đo tổng hợp, và tương quan Pearson, Spearman cho điểm trung bình thang đo.

Bảng 1. Kiểm định khác biệt về số loại hình tiếp nhận theo nhóm sinh viên ($N = 2.053$)

Nhóm so sánh	Kết quả kiểm định	Cramér V	Ô kỳ vọng < 5	Diễn giải cho chính văn
Giới tính	$\chi^2 = 19,184$; $df = 3$; $p < 0,001$	0,097	0/8	Có ý nghĩa thống kê, mức liên hệ yếu
Năm học	$\chi^2 = 23,209$; $df = 9$; $p = 0,006$	0,061	0/16	Có ý nghĩa thống kê, mức liên hệ rất yếu
Nhóm ngành đào tạo	$\chi^2 = 117,838$; $df = 12$; $p < 0,001$	0,138	0/20	Có ý nghĩa thống kê, mức liên hệ yếu, rõ hơn giới tính và năm học

Ghi chú: Biến số loại hình tiếp nhận được quy gộp từ tần suất tiếp nhận qua báo in, báo mạng điện tử, truyền hình, phát thanh và mạng xã hội; khi kiểm định, số loại hình tiếp nhận được nhóm thành bốn mức (1-2; 3; 4; 5 loại hình) để bảo đảm tần số kỳ vọng tối thiểu lớn hơn 5. Cramér V được dùng để đánh giá thêm độ mạnh của liên hệ.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 2. Kiểm định khác biệt về loại tin tức quan tâm nhất theo nhóm sinh viên (N = 2.053)

Nhóm so sánh	Kết quả kiểm định	Cramér V	Ô kỳ vọng < 5	Diễn giải cho chính văn
Giới tính	$\chi^2 = 120,404$; df = 5; p < 0,001	0,242	0/12	Có ý nghĩa thống kê, mức liên hệ đáng chú ý
Năm học	$\chi^2 = 77,306$; df = 15; p < 0,001	0,112	0/24	Có ý nghĩa thống kê, mức liên hệ yếu
Nhóm ngành đào tạo	$\chi^2 = 564,171$; df = 20; p < 0,001	0,262	0/30	Có ý nghĩa thống kê, mức liên hệ đáng chú ý nhất trong bảng

Ghi chú: Kết quả theo nhóm ngành đào tạo có giá trị Cramér V cao nhất trong nhóm kiểm định này, cho thấy nhu cầu nội dung của sinh viên gắn rõ với môi trường tri thức và định hướng nghề nghiệp của từng nhóm ngành.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 3. Kiểm định khác biệt về hình thức, nền tảng tiếp nhận mong muốn theo nhóm sinh viên (N = 2.053)

Nhóm so sánh	Kết quả kiểm định	Cramér V	Ô kỳ vọng < 5	Diễn giải cho chính văn
Giới tính	$\chi^2 = 28,315$; df = 6; p < 0,001	0,117	0/14	Có ý nghĩa thống kê, mức liên hệ yếu
Năm học	$\chi^2 = 23,250$; df = 18; p = 0,181	0,061	0/28	Không có ý nghĩa thống kê
Nhóm ngành đào tạo	$\chi^2 = 70,866$; df = 24; p < 0,001	0,093	0/35	Có ý nghĩa thống kê nhưng mức liên hệ yếu; dùng như bằng chứng hỗ trợ

Ghi chú: Biến hình thức tiếp nhận mong muốn gồm tin tức dạng văn bản truyền thống, tin tức tóm tắt nhanh, báo chí trực quan, infographic, video tin tức ngắn, livestream bản tin, podcast, tin tức âm thanh và đa nền tảng. Kết quả chỉ dùng để nhận diện khác biệt nhóm, không diễn giải theo hướng nhân quả.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 4. Đối chiếu điều kiện tiếp nhận, năng lực xử lý thông tin và mức độ chủ động tiếp nhận (N = 2.053)

Biến điều kiện/năng lực	Biến kết quả đối chiếu	Phân tích	Kết quả kỹ thuật	Diễn giải quy mô
Điện thoại thông minh có kết nối Internet	B6: thói quen, mức độ chủ động tiếp nhận	ANOVA	$p = 0,009$; $\eta^2 = 0,003$	Rất nhỏ
Máy tính cá nhân hoặc laptop	B6: thói quen, mức độ chủ động tiếp nhận	ANOVA	$p = 0,020$; $\eta^2 = 0,003$	Rất nhỏ
WiFi miễn phí, thuận tiện	B6: thói quen, mức độ chủ động tiếp nhận	ANOVA	$p = 0,178$; $\eta^2 = 0,001$	Rất nhỏ
Tài khoản trả phí để tiếp nhận nội dung báo chí	B6: thói quen, mức độ chủ động tiếp nhận	ANOVA	$p = 0,003$; $\eta^2 = 0,004$	Rất nhỏ
Kết nối Internet cá nhân ổn định	B6: thói quen, mức độ chủ động tiếp nhận	ANOVA	$p = 0,202$; $\eta^2 = 0,001$	Rất nhỏ
Thời lượng tiếp nhận mỗi ngày	B6: thói quen, mức độ chủ động tiếp nhận	Welch ANOVA + Holm	$p \text{ thô} = 0,028$; $p \text{ Holm} = 0,196$; $\eta^2 = 0,008$	Không còn ý nghĩa sau Holm; hiệu ứng rất nhỏ
Mức tự đánh giá về năng lực tìm kiếm, xử lý và thẩm định thông tin (D5, phân nhóm thấp - trung bình - cao)	B6: thói quen, mức độ chủ động tiếp nhận	Welch ANOVA + Holm	$p \text{ Holm} < 0,001$; $\eta^2 = 0,318$	Hiệu ứng lớn/đáng kể
Năng lực tìm kiếm, xử lý và thẩm định thông tin (D5, phân nhóm thấp - trung bình - cao)	B3: cách thức xử lý, kiểm chứng thông tin	Welch ANOVA + Holm	$p \text{ Holm} < 0,001$; $\eta^2 = 0,219$	Hiệu ứng lớn/đáng kể

Ghi chú: Do kích thước mẫu lớn, một số khác biệt nhỏ theo điều kiện thiết bị có thể đạt ngưỡng thống kê; vì vậy phụ lục ưu tiên đọc cùng η^2 . Các giá trị η^2 rất nhỏ cho thấy thiết bị và kết nối chủ yếu là điều kiện tiếp xúc ban đầu, trong khi năng lực tìm kiếm, xử lý và thẩm định thông tin đi kèm rõ hơn với mức độ chủ động và chất lượng tiếp nhận. Điểm B6 tăng từ 3,42 ở nhóm D5 thấp lên 4,34 ở nhóm D5 cao; điểm B3 tăng từ 3,42 lên 4,35. Nhóm năng lực D5 được chia theo tam phân vị của điểm D5_mean: thấp từ 3,60 trở xuống, trung bình trên 3,60 đến 4,00, cao trên 4,00; tương ứng $n = 763, 731$ và 559 .

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 5. Kiểm định khác biệt về hành động sau tiếp nhận theo nhóm sinh viên (N = 2.053)

Nhóm so sánh	Kết quả kiểm định	Cramér V	Ô kỳ vọng < 5	Diễn giải cho chính văn
Giới tính	$\chi^2 = 7,052$; df = 5; p = 0,217	0,059	0/12	Không có ý nghĩa thống kê
Năm học	$\chi^2 = 15,782$; df = 15; p = 0,397	0,051	0/24	Không có ý nghĩa thống kê
Nhóm ngành đào tạo	$\chi^2 = 54,879$; df = 20; p < 0,001	0,082	1/30	Có ý nghĩa thống kê nhưng mức liên hệ yếu; cần đọc thận trọng

Ghi chú: Biến hành động sau tiếp nhận gồm chia sẻ tin tức với bạn bè, gia đình qua mạng xã hội; lưu lại thông tin để tham khảo; bàn luận với bạn bè, thầy cô, người thân; sử dụng cho học tập, công việc, đời sống; bày tỏ quan điểm hoặc tạo nội dung phản ứng trên mạng xã hội; và bỏ qua, không tương tác thêm. Hai hành động có tần số thấp được gộp khi kiểm định nhằm cải thiện điều kiện áp dụng Chi bình phương; kết quả cần đọc cùng Cramér V.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 6. Ma trận tương quan hỗ trợ giữa nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận (N = 2.053)

Cặp biến đối chiếu	Hệ số tương quan	p	95% CI bootstrap của Pearson r	p sau hiệu chỉnh	Diễn giải sử dụng trong chính văn
Nhu cầu nội dung thông tin báo chí (C2) ↔ Thói quen, mức độ chủ động tiếp nhận (B6)	Pearson r = 0,680; Spearman ρ = 0,672	< 0,001	0,643-0,714	< 0,001 (Holm/FDR)	Nhu cầu nội dung càng rõ đi kèm mức chủ động tiếp nhận cao hơn.
Mức tự đánh giá về năng lực tìm kiếm, xử lý, thẩm định thông tin (D5) ↔ Mức độ chủ động tiếp nhận (B6)	Pearson r = 0,612; Spearman ρ = 0,601	< 0,001	0,574-0,652	< 0,001 (Holm/FDR)	Mức tự đánh giá năng lực xử lý thông tin cao hơn đi kèm mức chủ động tiếp nhận cao hơn.

Cặp biến đối chiếu	Hệ số tương quan	p	95% CI bootstrap của Pearson r	p sau hiệu chỉnh	Diễn giải sử dụng trong chính văn
Mức tự đánh giá về năng lực tìm kiếm, xử lý, thẩm định thông tin (D5) ↔ Cách thức xử lý, kiểm chứng (B3)	Pearson $r = 0,509$; Spearman $\rho = 0,561$	$< 0,001$	0,464- 0,554	$< 0,001$ (Holm/FDR)	Mức tự đánh giá năng lực xử lý thông tin cao hơn đi kèm mức độ thực hiện các thao tác kiểm chứng, đối chiếu đa nguồn cao hơn.
Hỗ trợ học thuật từ nhà trường, giảng viên (D3) ↔ Mức độ chủ động tiếp nhận (B6)	Pearson $r = 0,616$; Spearman $\rho = 0,606$	$< 0,001$	0,578- 0,651	$< 0,001$ (Holm/FDR)	Môi trường học đường hỗ trợ đi kèm mức chủ động tiếp nhận.
Nhu cầu hỗ trợ điều kiện tiếp nhận (D7) ↔ Mức độ chủ động tiếp nhận (B6)	Pearson $r = 0,473$; Spearman $\rho = 0,454$	$< 0,001$	0,427- 0,514	$< 0,001$ (Holm/FDR)	Nhu cầu hỗ trợ điều kiện đi kèm mức chủ động tiếp nhận.
Rào cản trong tiếp nhận (D6) ↔ Mức độ chủ động tiếp nhận (B6)	Pearson $r = 0,399$; Spearman $\rho = 0,360$	$< 0,001$	0,351- 0,446	$< 0,001$	Sinh viên tiếp nhận chủ động hơn cũng có xu hướng nhận diện rào cản rõ hơn; không diễn giải là rào cản làm tăng tiếp nhận.

Ghi chú: Các hệ số tương quan được tính trên điểm trung bình thang đo. Pearson r được dùng làm kết quả chính, Spearman ρ được dùng như đối chiếu độ bền vì dữ liệu gốc là thang Likert. Kết quả chỉ phản ánh mối liên hệ cùng chiều giữa các biến.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 7. Phân bố loại tin tức quan tâm nhất theo nhóm ngành đào tạo (N = 2.053, đơn vị: %)

Nhóm ngành đào tạo (N)	Giải trí	Học tập, nghề nghiệp	Thời sự, chính trị	Y tế, sức khỏe	Kinh tế	Khoa học, công nghệ
Khoa học xã hội và nhân văn (N = 603)	68,33	10,95	11,94	4,15	2,82	1,82
Sư phạm, sức khỏe, pháp luật, an ninh quốc phòng (N = 450)	31,78	22,44	15,78	22,22	2,89	4,89
Khoa học tự nhiên, kỹ thuật, công nghệ (N = 390)	31,28	20,26	28,21	2,31	3,33	14,62
Kinh tế, tài chính, thương mại, kinh doanh (N = 382)	45,81	11,78	14,14	4,71	21,73	1,83
Dịch vụ, du lịch, nghệ thuật (N = 228)	50,88	19,74	9,65	7,02	6,58	6,14
Chung toàn mẫu (N = 2.053)	47,15	16,37	16,03	8,18	6,87	5,41

Ghi chú: Số liệu là tỷ lệ phần trăm theo hàng; mỗi nhóm ngành cộng xấp xỉ 100% do làm tròn đến hai chữ số thập phân. Hàng Chung toàn mẫu là tỷ lệ trên toàn bộ mẫu N = 2.053. Bảng này cụ thể hóa hướng khác biệt giữa các nhóm ngành; kết quả kiểm định sự khác biệt được trình bày ở Bảng 2, Phụ lục 4, Mục 3.5.

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Bảng 8. Kiểm định Welch đối với các thang tổng hợp theo năm học và nhóm ngành đào tạo

Thang tổng hợp	Nhóm so sánh	p Holm	η^2
C2 - Nhu cầu nội dung	Năm học	1,000	0,002
C2 - Nhu cầu nội dung	Nhóm ngành	<0,001	0,018
B6 - Chủ động tiếp nhận	Năm học	1,000	0,002
B6 - Chủ động tiếp nhận	Nhóm ngành	<0,001	0,020

Thang tổng hợp	Nhóm so sánh	p Holm	η^2
D3 - Hỗ trợ học thuật	Năm học	1,000	0,001
D3 - Hỗ trợ học thuật	Nhóm ngành	<0,001	0,025
D4 - Công nghệ tự đánh giá	Năm học	0,277	0,004
D4 - Công nghệ tự đánh giá	Nhóm ngành	<0,001	0,018
D5 - Năng lực xử lý tự đánh giá	Năm học	1,000	0,002
D5 - Năng lực xử lý tự đánh giá	Nhóm ngành	<0,001	0,022
D6 - Rào cản	Năm học	1,000	0,002
D6 - Rào cản	Nhóm ngành	<0,001	0,018

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu khảo sát của luận án bằng SPSS, năm 2025.

Tổng hợp các bảng trong phụ lục cho thấy mối liên hệ quan sát được giữa nhu cầu, điều kiện và hành vi tiếp nhận không đồng nhất giữa các nhóm sinh viên. Khác biệt theo nhóm ngành thể hiện rõ ở loại tin quan tâm, hình thức tiếp nhận mong muốn và hành động sau tiếp nhận. Đồng thời, các phân tích bổ trợ cho thấy điều kiện thiết bị chủ yếu tạo khả năng tiếp xúc ban đầu, còn năng lực xử lý và thẩm định thông tin đi kèm rõ hơn với mức độ chủ động và chất lượng tiếp nhận.

PHỤ LỤC 5: KẾT QUẢ PHÒNG VẤN SÂU**Bảng thống kê các cuộc phỏng vấn sâu**

STT	Đối tượng Phỏng vấn	Số lượng	Ghi chú
1	Cán bộ cơ quan báo chí	10	VietnamPlus, Tạp chí Ngày nay, Tạp chí Biển Việt Nam, Đài Hà Nội, Báo Pháp luật TP.HCM, Báo Dân trí, Báo An ninh Thủ đô, VTV, VOV, Báo Nhân Dân
2	Cán bộ quản lý, giảng viên trường đại học	3	Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng; Trung tâm Công nghệ thông tin, Truyền thông và Học liệu; Trường Đại học Y Hà Nội
3	Sinh viên	22	Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng, Trường Đại học Thủ Dầu Một, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Trường Đại học Y Hà Nội, Trường Du lịch, Đại học Huế

Ghi chú về mã hóa: Toàn bộ 35 cuộc phỏng vấn sâu được mã hóa thống nhất, gồm PVS-BC01 đến PVS-BC10, PVS-CB01 đến PVS-CB03 và PVS-SV01 đến PVS-SV22.

1. Cán bộ quản lý cơ quan báo chí/nhà báo

Mã phỏng vấn: PVS-BC01

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-BC01
- **Nhóm vị trí công tác:** Lãnh đạo cơ quan báo chí điện tử
- **Kinh nghiệm công tác:** 23 năm

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Anh có thể giới thiệu một số thông tin cơ bản về cơ quan công tác, như chức năng, nhiệm vụ, công chúng mục tiêu hướng đến, đặc biệt là nhóm công chúng trẻ?

PVS-BC01: Cơ quan chúng tôi luôn duy trì vị thế là một báo điện tử chính thống đa ngữ hàng đầu ở Việt Nam, với những sản phẩm chất lượng cao, đồng thời luôn đi tiên phong trong sáng tạo báo chí với nhiều dự án tạo được tiếng vang trong nước và quốc tế.

PV: Xin anh cho biết, tại cơ quan của ông/bà, việc nghiên cứu công chúng thường xuyên tiếp nhận thông tin được triển khai như thế nào? Kết quả nghiên cứu được sử dụng ra sao để đáp ứng nhu cầu thông tin của công chúng?

PVS-BC01: Với phương châm “Audience First” hay “Readers centric”, việc nghiên cứu, nắm bắt thị hiếu công chúng, nói một cách dễ hiểu là hiểu độc giả, là việc làm thường xuyên của tòa soạn. Ngay từ khi ra đời vào năm 2008, cơ quan chúng tôi đã sử dụng nhiều hình thức để nắm bắt nhu cầu, thị hiếu của độc giả như khảo sát online, theo

dõi hành vi độc giả thông qua các công cụ như Google Analytics, Chartbeat, Marfeel... Các phân tích về hành vi độc giả, nhân khẩu học, vị trí địa lý... luôn được cập nhật để từ đó tòa soạn điều chỉnh nội dung cho phù hợp với từng nhóm đối tượng độc giả.

Từ năm 2021, cơ quan cũng tối ưu hóa trải nghiệm của độc giả bằng việc gửi trực tiếp tin tức đến độc giả thông qua các hình thức như newsletter, web-push, mobile push notification.

Năm 2023, với sự hỗ trợ của Hội Nhà báo Việt Nam và chương trình Google News Initiative, cơ quan tiến hành nắm bắt nhu cầu độc giả thông qua dự án User Needs của Smartocto. Theo đó, chúng tôi chia nhóm đối tượng độc giả thông qua 8 dạng bài và tiến hành phân tích dữ liệu nhu cầu độc giả qua Google Analytics. Từ đó, tòa soạn có thể phân tích rõ hơn nhu cầu của từng nhóm đối tượng độc giả để phục vụ công chúng tốt hơn.

PV: Xin anh chia sẻ cho biết nhóm công chúng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin từ báo chí có những đặc điểm gì? Trong những năm gần đây, cơ quan Anh đã có giải pháp gì để tăng cường tiếp cận nhóm công chúng trẻ, đặc biệt là sinh viên?

PVS-BC01: Nhóm công chúng trẻ hiện nay có xu hướng thích theo dõi tin tức qua định dạng video dọc trên các nền tảng số, đặc biệt là thế hệ Gen Z. Theo báo cáo của Viện Nghiên cứu Reuters và Đại học Oxford, có tới 66% độc giả Gen Z tiếp nhận tin tức qua video ngắn.

Vì vậy, cơ quan chúng tôi tăng cường tiếp cận nhóm công chúng trẻ qua các kênh TikTok và YouTube. Nhiều bản tin dạng text được dựng lại theo định dạng video ngắn để tiếp cận độc giả trẻ trên TikTok và YouTube Shorts. Nhiều bản tin dạng này dễ dàng đạt mốc 1 triệu lượt xem, trong khi bản tin text gốc chỉ đạt vài nghìn lượt xem.

PV: Anh đánh giá như thế nào về thực trạng và xu hướng công chúng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin báo chí nói chung và thông tin từ cơ quan báo chí của Anh nói riêng?

PVS-BC01: Sau khi áp dụng mô hình User Needs, chúng tôi nhận thấy độc giả không chỉ có nhu cầu tiếp nhận thông tin nóng, tức breaking news, mà còn có nhu cầu lớn đối với những thông tin mang tính phổ biến kiến thức. Những truy vấn trên Google Search cũng cho thấy điều này, khi độc giả có xu hướng đặt các câu hỏi như: “là ai”, “như thế nào”, “cách thực hiện”...

Những thông tin dạng này còn được gọi là thông tin “evergreen”, tức là dạng thông tin không bao giờ cũ. Theo phân tích của công cụ Marfeel, lượng thông tin dạng evergreen chiếm khoảng 20–25% tổng lượng traffic của cơ quan.

Một xu hướng khác cũng cần nhắc đến là người dùng internet tại Việt Nam dành nhiều thời gian trên Facebook hơn so với nhiều hành vi khác như xem video, đọc báo hay nghe nhạc. Tuy nhiên, các nền tảng mạng xã hội hiện đều có xu hướng không ưu tiên cho báo chí, dẫn tới việc lượng truy cập vào các trang tin tức từ mạng xã hội giảm mạnh.

PV: Theo anh, đâu là nguyên nhân chính khiến một bộ phận công chúng trẻ, trong đó có sinh viên, chưa thường xuyên tiếp nhận thông tin từ báo chí nói chung và từ cơ quan báo chí của Anh nói riêng?

PVS-BC01: Như đã phân tích ở trên, các nghiên cứu gần đây đều chỉ ra rằng xu hướng tiêu thụ và tiếp nhận tin tức của công chúng, đặc biệt là giới trẻ, đã thay đổi. Tuy nhiên, nhiều cơ quan báo chí chưa bắt kịp sự thay đổi đó, dẫn tới việc chưa nắm bắt được lượng công chúng trẻ.

Không chỉ ở Việt Nam mà trên thế giới, việc thu hút độc giả trẻ cũng đang là nhiệm vụ hàng đầu của báo chí. Ông Tristan Ferner, Trưởng bộ phận Nghiên cứu Tương lai của BBC, từng nhận định rằng các cơ quan báo chí phải cố gắng tiếp cận công chúng trẻ bằng các sản phẩm trên mobile, bởi họ là độc giả số, thích tiếp cận tin tức qua điện thoại di động và yêu thích những trải nghiệm mới mẻ.

III. Quá trình đổi mới báo chí nhằm thu hút công chúng trẻ

PV: Anh hãy chia sẻ về quá trình đổi mới cũng như những thành tựu đổi mới đáng chú ý tại cơ quan mình trong quá trình sản xuất, đăng tải và chia sẻ thông tin báo chí nhằm thu hút công chúng trẻ.

PVS-BC01: Nhằm thu hút công chúng trẻ, từ năm 2020 cơ quan chúng tôi đã đẩy mạnh kênh tin tức trên nền tảng TikTok, nơi tập trung đông đối tượng Gen Z. Chúng tôi cũng thay đổi cách chuyển tải thông tin bằng cách tăng cường trải nghiệm cho giới trẻ.

Trước đây, cơ quan từng đi tiên phong với sản phẩm RapNews. Gần đây, trong các dịp lễ lớn của dân tộc, chúng tôi đẩy mạnh mảng thông tin đa phương tiện, tăng cường báo chí thị giác như các sản phẩm 3D interactive. Đây là những hình thức thể hiện phù hợp hơn với công chúng trẻ và góp phần làm cho thông tin báo chí trở nên hấp dẫn, dễ tiếp cận hơn.

Mã phỏng vấn: PVS-BC02

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-BC02
- **Nhóm vị trí công tác:** Lãnh đạo cơ quan tạp chí
- **Kinh nghiệm công tác:** 27 năm

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Anh có thể giới thiệu một số thông tin cơ bản về cơ quan công tác, như chức năng, nhiệm vụ, công chúng mục tiêu hướng đến, đặc biệt là nhóm công chúng trẻ?

PVS-BC02: Cơ quan chúng tôi là cơ quan ngôn luận của một tổ chức xã hội nghề nghiệp, phát hành định kỳ hằng tuần với hình thức phát hành miễn phí. Cho đến thời điểm hiện tại, đây là một trong những ấn phẩm báo chí miễn phí rất đặc thù ở Việt Nam. Với hệ thống phát hành miễn phí, ấn phẩm có thể đến tận tay nhiều tầng lớp trong xã hội, tại các khu vực đông dân cư như chung cư, bệnh viện, trường học, bến xe... để mang thông tin đến cho mọi người, qua đó trở thành cầu nối giữa tòa soạn với bạn đọc cũng như các hội viên.

PV: Tại cơ quan của anh, việc nghiên cứu công chúng thường xuyên tiếp nhận thông tin được triển khai như thế nào? Kết quả nghiên cứu, nếu có, được sử dụng ra sao để tăng cường phục vụ công chúng?

PVS-BC02: Việc nghiên cứu, nắm bắt thị hiếu công chúng và nhận diện công chúng được thực hiện thường xuyên. Chúng tôi chủ yếu nắm bắt thị hiếu công chúng thông qua việc hỏi han, trò chuyện trực tiếp với bạn đọc đến nhận báo miễn phí tại tòa soạn, đồng thời thông qua các kênh mạng xã hội như Facebook, TikTok, Threads, YouTube...

PV: Xin anh chia sẻ cho biết nhóm công chúng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin từ cơ quan báo chí của anh có những đặc điểm gì? Trong những năm gần đây, cơ quan đã có giải pháp gì để tăng cường tiếp cận nhóm công chúng trẻ, đặc biệt là sinh viên?

PVS-BC02: Nhóm công chúng trẻ hiện nay thích những thông tin thời sự, hấp dẫn; bên cạnh đó, các bạn vẫn quan tâm đến những nội dung về lịch sử, về các danh nhân, lãnh tụ đáng kính... Các bạn trẻ cũng có xu hướng tiếp cận thông tin qua mạng xã hội như YouTube, Facebook, Threads, TikTok...

Trong hơn 20 năm hình thành và phát triển, cơ quan chúng tôi đã nhiều lần đổi mới phương thức hoạt động. Hiện nay, tòa soạn đang từng bước áp dụng công nghệ và trí tuệ nhân tạo để phù hợp với môi trường số biến đổi không ngừng. Từ một tờ tạp chí phát hành theo tháng, sau đó có thêm ấn bản song ngữ, rồi chuyển sang ấn bản hằng tuần kết hợp với trang điện tử, báo nói và chuyên mục đặc biệt có thu phí, cơ quan đã thể hiện sự nhanh nhạy, linh hoạt trong việc tiếp cận bạn đọc, đặc biệt trong giai đoạn đại dịch COVID-19 diễn biến phức tạp trên phạm vi toàn cầu. Đến nay, lượng bạn đọc có thể được lượng hóa bằng khoảng 20.000 bản in đến tay bạn đọc mỗi tuần.

PV: Anh đánh giá như thế nào về thực trạng và xu hướng công chúng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin báo chí nói chung và thông tin từ cơ quan của anh nói riêng?

PVS-BC02: Người trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin rất nhiều qua mạng xã hội, đặc biệt qua các kênh như Facebook, TikTok, Threads... Để thu hút độc giả trẻ, cơ quan đã tăng cường các bài viết của cộng tác viên, biên tập viên kỳ cựu, là những cây viết xuất sắc trong làng báo, đồng thời cũng là những gương mặt có ảnh hưởng nhất định trên không gian số. Đây là một trong những lý do khiến các bài viết, ấn bản của tòa soạn được đông đảo độc giả biết tới và yêu mến trong suốt những năm qua. Từ đó, cơ quan xây dựng được vị thế là một cơ quan báo chí có tiếng nói trong cộng đồng, cũng như với đông đảo bạn đọc.

Gần đây, cơ quan đã mở thêm nhiều kênh thông tin trên Facebook, Threads, TikTok... và triển khai các chủ đề được độc giả yêu thích như về Hà Nội, về các nhân vật có ảnh hưởng lớn trong đời sống chính trị - xã hội, qua đó tạo được sức lan tỏa mạnh tới công chúng, nhất là các bạn trẻ.

Nếu so với trước đây, khi mạng xã hội chưa phát triển, có thể thấy sự khác biệt rất rõ. Trước kia, báo giấy vẫn có thị phần lớn trong xã hội, các bạn trẻ thường cập nhật thông tin kinh tế - xã hội bằng cách cầm trực tiếp tờ báo trên tay. Còn hiện nay, thông

tin được tiếp nhận bằng nhiều hình thức hấp dẫn hơn, đi kèm âm nhạc, hình ảnh bắt mắt và khả năng lan truyền nhanh hơn nhiều.

PV: Theo anh, đâu là nguyên nhân chính khiến một bộ phận công chúng trẻ, trong đó có sinh viên, chưa thường xuyên tiếp nhận thông tin từ báo chí nói chung và từ cơ quan báo chí của anh nói riêng?

PVS-BC02: Một trong những nguyên nhân là nội dung của tờ báo chưa được lan tỏa thật rộng rãi trên các nền tảng mạng xã hội, trong khi đây lại là một trong những kênh tiếp nhận thông tin chủ yếu của người trẻ hiện nay. Bên cạnh đó, để hấp dẫn độc giả trẻ, nhân sự của tòa soạn cũng phải nhanh nhạy, bắt kịp các xu hướng của người trẻ, đồng thời tòa soạn phải liên tục đổi mới cả về nội dung lẫn hình thức thể hiện.

III. Quá trình đổi mới báo chí nhằm thu hút công chúng trẻ

PV: Anh hãy chia sẻ về quá trình đổi mới cũng như những thành tựu đổi mới đáng chú ý tại cơ quan mình trong quá trình sản xuất, đăng tải và chia sẻ thông tin báo chí nhằm thu hút công chúng trẻ.

PVS-BC02: Tuy không phải là một cơ quan báo chí điện tử với những bài báo có hàng triệu lượt xem, nhưng tòa soạn may mắn được nhiều bạn trẻ quan tâm, theo dõi và đồng hành trong thời gian gần đây, nhất là với những chủ đề nhẹ nhàng, gần gũi, được nhiều bạn trẻ yêu thích. Có những số báo đã thu hút rất đông bạn đọc, không chỉ người trẻ mà cả những bạn đọc lớn tuổi cũng xếp hàng để nhận ấn phẩm phát hành.

Có thể kể đến một số ấn phẩm chuyên đề đã tạo sức hút lớn đối với công chúng. Sau khi phát hành, số lượng độc giả tìm kiếm để sở hữu ấn phẩm tăng đột biến, vượt xa dự kiến ban đầu. Để đáp ứng nhu cầu đó, tòa soạn đã phải in nổi bản thêm nhiều lần, tạo nên sức lan tỏa đáng kể trên các nền tảng như Threads, TikTok, Facebook.

Sau những ấn phẩm như vậy, cơ quan tiếp tục nhận được sự quan tâm của độc giả trẻ; số lượng người theo dõi trên các kênh Facebook, TikTok và Threads cũng tăng lên. Những số báo có chủ đề về Hà Nội, về các dấu mốc lịch sử, hay các chủ đề giàu cảm xúc, gần gũi với giới trẻ đều gây ấn tượng mạnh với bạn đọc trẻ. Qua đó có thể thấy rằng nếu không bắt kịp thói quen, sở thích và cách tiếp cận thông tin của các bạn trẻ hiện nay thì tờ báo sẽ khó tiếp cận được công chúng trẻ.

PV: Tại cơ quan của anh, hiện có những kênh, chuyên mục hay hình thức truyền tải thông tin nào đang hướng tới thanh niên, sinh viên? Theo ông/bà, những kênh nào đang thu hút công chúng trẻ tốt hơn và vì sao?

PVS-BC02: Hiện nay, cơ quan có các kênh Facebook, Threads và TikTok để tiếp cận ngày càng nhiều hơn độc giả trẻ. Ngoài ra còn có một kênh YouTube chuyên phản ánh những câu chuyện nhẹ nhàng về đời sống, con người. Mỗi kênh đều thu hút được một lượng công chúng trẻ nhất định.

Bên cạnh đó, trên báo điện tử, tòa soạn cũng đẩy mạnh xuất bản các bài báo thiết kế theo dạng longform, clip... và được đồng đảo các bạn trẻ đón nhận, bởi nhân vật được phản ánh trong các bài viết phần lớn là người trẻ, với những mối bận tâm và trải nghiệm khá đồng điệu với phần lớn độc giả trẻ.

PV: Những kênh, chương trình cung cấp thông tin theo hướng tương tác, có sự tham gia của công chúng trẻ, có thu hút được sự chú ý của đông đảo công chúng trẻ hay không?

PVS-BC02: Các kênh mạng xã hội như Facebook, Threads... có mức độ tương tác với độc giả trẻ khá tốt và thu hút được sự quan tâm lớn của công chúng.

PV: Anh đánh giá như thế nào về hiệu quả của việc đưa thông tin báo chí lên mạng xã hội trong việc tăng cường tiếp nhận thông tin của thanh niên, sinh viên? Cơ quan Anh đã triển khai cách thức này chưa và hiệu quả ra sao?

PVS-BC02: Hiện tại, cơ quan đã và đang triển khai việc đưa thông tin, các bài viết hay... đến gần hơn với độc giả trẻ thông qua mạng xã hội. Hiệu quả có thể nhìn thấy khá rõ: ngày càng nhiều bạn trẻ biết tên tờ báo, hằng tuần có nhiều bạn trẻ đến trực tiếp tòa soạn để nhận báo miễn phí. Nhiều thanh niên, sinh viên còn trở thành những gương mặt quen thuộc, có sở thích sưu tập các số báo như một mối quan tâm riêng.

PV: Anh đánh giá như thế nào về hiệu quả tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí của thanh niên, sinh viên nếu sử dụng các công nghệ truyền thông như công nghệ số, trí tuệ nhân tạo?

PVS-BC02: Việc tăng cường sử dụng công nghệ truyền thông như công nghệ số, trí tuệ nhân tạo... là xu thế tất yếu của thời đại và của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Đa phương tiện và số hóa đã làm mờ ranh giới giữa truyền hình với các loại hình báo chí và nội dung khác. Vì vậy, người làm báo in hay báo giấy hiện nay cũng phải học hỏi để làm clip, dựng hình, thiết kế... Nhà báo buộc phải thành thạo công nghệ, biết làm báo đa phương tiện, làm báo di động, làm báo cùng với AI, biết sử dụng mạng xã hội như một nguồn lực xã hội để khai thác thông tin, xuất bản, tương tác và xây dựng thương hiệu cá nhân, từ đó tạo ra nguồn thu số. Vì thế, việc tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí của thanh niên, sinh viên bằng cách sử dụng công nghệ truyền thông là yếu tố có tính sống còn đối với các cơ quan báo chí hiện nay.

IV. Giải pháp tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí của thanh niên, sinh viên

PV: Theo anh, giải pháp tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí đối với công chúng trẻ nói chung, sinh viên nói riêng nên tập trung vào những vấn đề gì?

PVS-BC02: Đối với báo in, cần tăng cường thực hiện những bài báo hay, nhân vật hay, đồng thời lan tỏa nội dung và các bài viết chất lượng lên các nền tảng mạng xã hội. Đối với báo mạng điện tử, cần xuất bản bài theo nhiều hình thức khác nhau để tăng sức hấp dẫn như longform, chuyên đề đặc biệt, multimedia...

PV: Đối với cơ quan báo chí của anh, nên đổi mới theo hướng nào để đến gần hơn với công chúng là thanh niên, sinh viên?

PVS-BC02: Theo tôi, cần đổi mới cả về công nghệ lẫn cách thức tổ chức sản xuất thông tin, cũng như cách thức truyền tải thông tin đến công chúng.

PV: Đối với nhà báo, nên có định hướng đổi mới gì từ phía người làm báo để thông tin đến gần hơn với công chúng trẻ?

PVS-BC02: Tác nghiệp của nhà báo hôm nay không chỉ đơn thuần là lấy thông tin và viết bài, mà còn phải biết quay clip, chụp thêm hình ảnh đẹp, xây dựng các sản phẩm

báo chí được thiết kế theo hướng đa phương tiện với nhiều góc nhìn khác nhau. Chỉ khi đó mới có thể tạo ra những bài báo hấp dẫn, đủ sức thu hút giới trẻ.

PV: Anh có thể cho biết thêm về quy trình đưa thông tin lên YouTube và Facebook của tòa soạn?

PVS-BC02: Facebook và các kênh mạng xã hội của tòa soạn thường đẩy các đường link bài báo thú vị để tăng tương tác với bạn đọc. Mỗi tuần, khi báo giấy có ấn phẩm mới, các kênh tương tác cũng đồng thời giới thiệu nội dung, chủ đề của số mới để bạn đọc biết, đồng thời hướng dẫn cách nhận báo miễn phí một cách nhanh nhất.

PV: Về mức độ tương tác thì sao, thưa anh? Tòa soạn có người trực để thường xuyên tương tác với độc giả không?

PVS-BC02: Trên Facebook, TikTok và các kênh khác vẫn luôn có các bạn trẻ của cơ quan túc trực để trả lời thắc mắc của độc giả.

PV: Định hướng phát triển theo hướng đa phương tiện hay chiến lược phát triển trong tương lai của cơ quan báo chí là như thế nào?

PVS-BC02: Trải qua hơn 20 năm hình thành và phát triển, cơ quan luôn cố gắng hoàn thành tốt nhiệm vụ chính trị được giao, đồng thời thực hiện tốt chức năng tuyên truyền đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; giáo dục lòng yêu nước, lý tưởng xã hội chủ nghĩa, đạo đức, lối sống và thẩm mỹ cho bạn đọc; cung cấp tri thức, góp phần nâng cao hiểu biết về văn hóa, giáo dục, khoa học, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, cũng như bảo vệ quyền và lợi ích chính đáng của người dân.

Đặc biệt, trong bối cảnh kỷ nguyên số với rất nhiều thay đổi về công nghệ, cơ quan nhận thức rõ tầm quan trọng của chuyển đổi số để xây dựng một cơ quan báo chí hiện đại, chuyên nghiệp, đa nền tảng, đa phương tiện, phù hợp với xu thế phát triển của công nghệ số và truyền thông thế giới. Từ đó, cơ quan hướng tới việc cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác, kịp thời, được cá nhân hóa tới bạn đọc mọi lúc, mọi nơi; phản ánh trung thực dòng chảy chính của xã hội; tạo niềm tin và đồng thuận xã hội; lan tỏa năng lượng tích cực; đồng thời tiếp tục cung cấp tri thức, góp phần nâng cao hiểu biết về văn hóa, giáo dục, khoa học, bảo vệ và phát triển các giá trị tốt đẹp của truyền thống văn hóa dân tộc, cũng như tiếp thu tinh hoa văn hóa thế giới.

Mã phỏng vấn: PVS-BC03

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-BC03
- **Nhóm vị trí công tác:** Cán bộ quản lý cơ quan báo chí
- **Kinh nghiệm công tác:** 19 năm

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Anh có thể giới thiệu một số thông tin cơ bản về cơ quan công tác, như chức năng, nhiệm vụ và nhóm công chúng mà cơ quan hướng tới?

PVS-BC03: Cơ quan chúng tôi là cơ quan ngôn luận của một tổ chức khoa học - kỹ thuật chuyên ngành về biển, được thành lập từ năm 1993. Tòa soạn luôn ưu tiên sản xuất và đăng tải các tin, bài tuyên truyền về hoạt động kinh tế biển, thông tin khoa học - kỹ

thuật và công nghệ về biển, cũng như đời sống của nhân dân vùng ven biển. Bên cạnh đó, cơ quan cũng chú trọng các tin, bài cổ vũ, động viên tinh thần lực lượng Hải quân, Cảnh sát biển, Kiểm ngư; đồng thời tuyên truyền, phổ biến các chủ trương, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước nói chung, cũng như trong khai thác tài nguyên và bảo vệ môi trường biển nói riêng. Mục tiêu là góp phần nâng cao ý thức của các tổ chức, cá nhân trong bảo vệ và giữ vững chủ quyền biển, đảo thiêng liêng của Tổ quốc.

PV: Tại cơ quan của anh, việc nghiên cứu công chúng thường xuyên tiếp nhận thông tin được triển khai như thế nào? Kết quả nghiên cứu được sử dụng ra sao để tăng cường phục vụ công chúng?

PVS-BC03: Việc nghiên cứu, nắm bắt thị hiếu công chúng và nhận diện công chúng được thực hiện thường xuyên. Kết quả nghiên cứu công chúng được sử dụng vào quá trình tổ chức sản xuất tin, bài và phát triển nội dung.

PV: Xin anh chia sẻ cho biết nhóm công chúng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin từ cơ quan báo chí của anh có những đặc điểm gì? Trong những năm gần đây, cơ quan đã có giải pháp gì để tăng cường tiếp cận nhóm công chúng trẻ, đặc biệt là sinh viên?

PVS-BC03: Nhóm công chúng trẻ hiện nay thường thích cái mới, năng động, sáng tạo; đồng thời quan tâm đến hình thức thể hiện phong phú, đa dạng và đẹp. Vì vậy, giải pháp mà cơ quan hướng tới là đẩy mạnh cải tiến chất lượng tin, bài theo hướng gần hơn với giới trẻ, làm cho hình thức thể hiện hấp dẫn hơn, đồng thời ứng dụng công nghệ số để phát triển nội dung trên đa nền tảng mạng xã hội.

PV: Anh đánh giá như thế nào về thực trạng và xu hướng công chúng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin báo chí nói chung và thông tin từ cơ quan của anh nói riêng?

PVS-BC03: Theo tôi, công chúng trẻ hiện nay thường quan tâm đến những thông tin liên quan trực tiếp đến giới trẻ, trong độ tuổi trẻ, hoặc các thông tin mang tính giải trí. Về cách thức tiếp nhận, các bạn chủ yếu tiếp cận thông tin qua các nền tảng mạng xã hội và các hình thức truyền tải mang tính media.

Nếu so với trước đây, khi mạng xã hội chưa phát triển, có thể thấy xu hướng tiếp nhận thông tin báo chí ở giới trẻ có chiều hướng giảm xuống, bởi các bạn hiện nay bị mạng xã hội thu hút nhiều hơn.

PV: Theo anh, đâu là nguyên nhân chính khiến một bộ phận công chúng trẻ, trong đó có sinh viên, chưa thường xuyên tiếp nhận thông tin từ báo chí nói chung và từ cơ quan báo chí của anh nói riêng?

PVS-BC03: Theo tôi, lý do chủ yếu là vì thông tin còn cũ, chậm, chưa phong phú; đồng thời cách trình bày, thể hiện chưa đủ hấp dẫn đối với giới trẻ.

III. Quá trình đổi mới báo chí nhằm thu hút công chúng trẻ

PV: Anh hãy chia sẻ về quá trình đổi mới cũng như những thành tựu đổi mới đáng chú ý tại cơ quan mình trong quá trình sản xuất, đăng tải và chia sẻ thông tin báo chí nhằm thu hút công chúng trẻ.

PVS-BC03: Cơ quan hiện nay đang đẩy mạnh ứng dụng chuyển đổi số trong hoạt động báo chí.

PV: Tại cơ quan của ông/bà, có những kênh, chuyên mục hay hình thức truyền tải thông tin nào sản xuất riêng cho thanh niên, sinh viên không? Theo ông/bà, những nội dung nào đang thu hút công chúng trẻ nhiều hơn?

PVS-BC03: Hiện nay cơ quan chưa có kênh riêng dành cho thanh niên, sinh viên. Tuy nhiên, những thông tin về biển, đảo vẫn thu hút được nhiều công chúng là thanh niên và sinh viên.

PV: Những kênh hay chương trình cung cấp thông tin theo hướng tương tác, có sự tham gia của công chúng trẻ, có thu hút được sự chú ý của đông đảo công chúng trẻ hay không?

PVS-BC03: Hiện tại chưa có.

PV: Anh đánh giá như thế nào về hiệu quả của việc đưa thông tin báo chí lên mạng xã hội trong việc tăng cường tiếp nhận thông tin của thanh niên, sinh viên? Cơ quan Anh đã triển khai cách thức này chưa và hiệu quả ra sao?

PVS-BC03: Cơ quan có triển khai và đã tạo được những kết quả bước đầu. Khi đưa thông tin báo chí lên mạng xã hội thì mức độ chú ý tăng lên, từ đó thu hút công chúng tốt hơn.

PV: Anh đánh giá như thế nào về hiệu quả tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí của thanh niên, sinh viên nếu sử dụng các công nghệ truyền thông như công nghệ số, trí tuệ nhân tạo?

PVS-BC03: Theo tôi, hiệu quả chắc chắn sẽ cao hơn.

IV. Giải pháp tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí của thanh niên, sinh viên

PV: Theo ông/bà, giải pháp tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí đối với công chúng trẻ nói chung, sinh viên nói riêng nên tập trung vào những vấn đề gì?

PVS-BC03: Theo tôi, cần tập trung vào việc tăng cường đổi mới cả chất lượng nội dung lẫn hình thức trình bày.

PV: Đối với cơ quan báo chí của ông/bà, nên đổi mới theo hướng nào để đến gần hơn với công chúng là thanh niên, sinh viên?

PVS-BC03: Theo tôi, cần đổi mới đồng thời về công nghệ, cách thức tổ chức sản xuất thông tin, cách thức truyền tải thông tin, cũng như yếu tố con người và nhân sự. Nói cách khác là cần đổi mới toàn diện.

PV: Đối với nhà báo, nên có định hướng đổi mới gì để thông tin đến gần hơn với công chúng trẻ?

PVS-BC03: Theo tôi, cần đổi mới về nghiệp vụ.

PV: Anh có thể cho biết thêm về quy trình đưa thông tin lên YouTube và Facebook của tòa soạn?

PVS-BC03: Tòa soạn sử dụng những tin, bài đã xuất bản để đăng tải lại lên các nền tảng mạng xã hội.

PV: Về mức độ tương tác thì sao, thưa ông/bà? Tòa soạn có người trực để thường xuyên tương tác với độc giả không?

PVS-BC03: Có người kiểm soát và phụ trách nội dung trên các kênh này.

PV: Định hướng phát triển theo hướng đa phương tiện hay chiến lược phát triển trong tương lai của cơ quan báo chí là như thế nào?

PVS-BC03: Định hướng trong thời gian tới là tiếp tục phát triển theo hướng đa phương tiện.

Mã phỏng vấn: PVS-BC04

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-BC04
- **Nhóm vị trí công tác:** Cán bộ quản lý cơ quan báo chí
- **Kinh nghiệm công tác:** 25 năm

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Chị có thể giới thiệu một số thông tin cơ bản về cơ quan công tác, như chức năng, nhiệm vụ và nhóm công chúng mà cơ quan hướng tới?

PVS-BC04: Cơ quan chúng tôi là cơ quan ngôn luận của Ủy ban Nhân dân Thành phố Hà Nội.

PV: Tại cơ quan của chị, việc nghiên cứu công chúng thường xuyên tiếp nhận thông tin được triển khai như thế nào? Kết quả nghiên cứu được sử dụng ra sao để tăng cường phục vụ công chúng?

PVS-BC04: Việc nghiên cứu, nắm bắt thị hiếu công chúng và nhận diện công chúng được thực hiện thông qua các báo cáo dữ liệu nền tảng hằng ngày từ Google Analytics trong các cuộc họp sản xuất đầu ngày. Kết quả nghiên cứu công chúng được sử dụng để nắm bắt và phát triển nội dung theo thị hiếu và hành vi của khán giả.

PV: Xin chị chia sẻ cho biết nhóm công chúng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin từ cơ quan báo chí của anh có những đặc điểm gì? Trong những năm gần đây, cơ quan đã có giải pháp gì để tăng cường tiếp cận nhóm công chúng trẻ, đặc biệt là sinh viên?

PVS-BC04: Nhóm đối tượng trẻ tiếp nhận thông tin từ cơ quan chúng tôi chủ yếu tập trung ở hai nhóm nội dung là tin tức và văn hóa Hà Nội. Để tăng cường tiếp cận nhóm công chúng trẻ, cơ quan đã đẩy mạnh phát hành nội dung trên các ứng dụng mà người trẻ đang sử dụng nhiều như Facebook, TikTok, YouTube.

PV: Chị đánh giá như thế nào về thực trạng và xu hướng công chúng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin báo chí nói chung và thông tin từ cơ quan của anh nói riêng?

PVS-BC04: Đối với tin tức, xu hướng của người trẻ là tiếp cận thông tin nhanh, dễ tương tác và có thể thể hiện cảm xúc với các thông tin đó. Đồng thời, họ cũng chờ đợi ở các cơ quan báo chí chính thống việc mở rộng thông tin, có phân tích, phản biện thay vì chỉ dừng lại ở những thông tin ban đầu.

Nếu so với trước đây, khi mạng xã hội chưa phát triển, thì hiện nay việc tiếp nhận thông tin đã trở nên chủ động hơn, diễn ra mọi lúc, mọi nơi, theo hướng đa phương tiện và đa nền tảng.

PV: Theo chị, đâu là nguyên nhân chính khiến một bộ phận công chúng trẻ, trong đó có sinh viên, chưa thường xuyên tiếp nhận thông tin từ báo chí nói chung và từ cơ quan báo chí của anh nói riêng?

PVS-BC04: Theo tôi, nguyên nhân chủ yếu là do cách đưa thông tin còn cũ. Công chúng đã thay đổi, nhưng người làm báo chưa thay đổi kịp cả về tư duy lẫn cách thức làm nội dung cho phù hợp với công chúng và sự phát triển của công nghệ.

III. Quá trình đổi mới báo chí nhằm thu hút công chúng trẻ

PV: Chị hãy chia sẻ về quá trình đổi mới cũng như những thành tựu đổi mới đáng chú ý tại cơ quan mình trong quá trình sản xuất, đăng tải và chia sẻ thông tin báo chí nhằm thu hút công chúng trẻ.

PVS-BC04: Năm 2023, cơ quan chúng tôi đã vào top 10 cơ quan báo chí chuyên đổi số đạt mức xuất sắc và top 5 cơ quan báo chí dẫn đầu khối đài trong lĩnh vực này. Thứ hạng của các nền tảng như trang web và các kênh truyền thông cũng được cải thiện đáng kể. Kênh YouTube đạt nút vàng; Facebook và TikTok đều đạt trên 1 triệu người theo dõi.

PV: Tại cơ quan của chị, có những kênh, chuyên mục hay hình thức truyền tải thông tin nào sản xuất dành riêng cho thanh niên, sinh viên không? Theo chị, những chương trình nào đang thu hút công chúng trẻ và vì sao?

PVS-BC04: Các chương trình dành cho giới trẻ mà cơ quan sản xuất gồm có Hà Nội Review, Thế giới Showbiz, gameshow Chân trời kiến thức, Tiếng hát Hà Nội. Đây là những chương trình thu hút sự quan tâm của giới trẻ bởi cách thể hiện trẻ trung, sinh động, cùng với sự tham gia của các gương mặt biên tập viên trẻ.

PV: Những kênh hay chương trình cung cấp thông tin theo hướng tương tác, có sự tham gia của công chúng trẻ, có thu hút được sự chú ý của đông đảo công chúng trẻ hay không?

PVS-BC04: Các chương trình dành cho người trẻ hiện nhận được mức độ tương tác ở mức vừa phải. Theo tôi, người làm nội dung vẫn cần phải hiểu và nắm bắt người trẻ nhiều hơn nữa. Bên cạnh đó, lãnh đạo ban biên tập cũng cần đổi mới tư duy mạnh hơn.

PV: Chị đánh giá như thế nào về hiệu quả của việc đưa thông tin báo chí lên mạng xã hội trong việc tăng cường tiếp nhận thông tin của thanh niên, sinh viên? Cơ quan chị đã triển khai cách thức này chưa và hiệu quả ra sao?

PVS-BC04: Cơ quan đã triển khai và đạt được hiệu quả như đã nêu ở trên.

PV: Chị đánh giá như thế nào về hiệu quả tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí của thanh niên, sinh viên nếu sử dụng các công nghệ truyền thông như công nghệ số, trí tuệ nhân tạo?

PVS-BC04: Công nghệ được sinh ra để phục vụ đời sống, nên vấn đề mấu chốt là các cơ quan báo chí ứng dụng công nghệ như thế nào để tạo ra những sản phẩm phù hợp với xu hướng. Chẳng hạn, có thể ứng dụng ChatGPT, AR, VR... vào các sản phẩm nội dung để thu hút người trẻ.

IV. Giải pháp tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí của thanh niên, sinh viên

PV: Theo chị, giải pháp tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí đối với công chúng trẻ nói chung, sinh viên nói riêng nên tập trung vào những vấn đề gì?

PVS-BC04: Theo tôi, đây là một câu hỏi khá lớn, còn phụ thuộc vào đặc thù của từng đơn vị như cơ sở vật chất, con người, cơ chế... nên tôi không thể đưa ra một câu trả lời cụ thể cho tất cả các loại hình báo chí.

PV: Đối với cơ quan báo chí của chị, nên đổi mới theo hướng nào để đến gần hơn với công chúng là thanh niên, sinh viên?

PVS-BC04: Tôi đồng ý với các hướng đổi mới đã nêu trong phiếu khảo sát, gồm đổi mới về công nghệ, đổi mới về cách thức tổ chức sản xuất thông tin và truyền tải thông tin, cũng như đổi mới về con người, nhân sự.

PV: Đối với nhà báo, nên có định hướng đổi mới gì để thông tin đến gần hơn với công chúng trẻ?

PVS-BC04: Nhà báo cần được đào tạo nghiệp vụ thường xuyên để nắm bắt được xu hướng công nghệ cũng như cách thức tiếp cận của nhóm độc giả trẻ.

PV: Chị có thể cho biết thêm về quy trình đưa thông tin lên YouTube và Facebook của tòa soạn?

PVS-BC04: Quy trình cơ bản là: thông tin đã đăng tải trên truyền hình, phát thanh hoặc source quay tác nghiệp của phóng viên sẽ được biên tập viên lựa chọn, sau đó admin đăng tải lên các nền tảng.

PV: Về mức độ tương tác thì sao, thưa chị? Tòa soạn có người trực để thường xuyên tương tác với độc giả không?

PVS-BC04: Việc đăng tải phải phù hợp với thời gian, tần suất và đặc thù hiển thị của từng nền tảng. Admin chịu trách nhiệm trực kênh mà mình phụ trách.

PV: Định hướng phát triển theo hướng đa phương tiện hay chiến lược phát triển trong tương lai của cơ quan báo chí là như thế nào?

PVS-BC04: Trong thời gian tới, phát triển nội dung trên môi trường online sẽ là mũi nhọn.

Mã phỏng vấn: PVS-BC05

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-BC05
- **Nhóm vị trí công tác:** Cán bộ quản lý cơ quan báo chí
- **Kinh nghiệm công tác:** 8 năm

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Anh có thể giới thiệu một số thông tin cơ bản về cơ quan công tác, như chức năng, nhiệm vụ và nhóm công chúng mà cơ quan hướng tới?

PVS-BC05: Nhiệm vụ chính của cơ quan là tổ chức các tuyến thông tin đa nền tảng, đa phương tiện cho tất cả các lĩnh vực; đồng thời chỉ đạo sản xuất, biên tập các sản phẩm báo chí cho các nền tảng mạng xã hội như YouTube, Facebook, TikTok... Mục tiêu là đa dạng hóa sự hiện diện của các sản phẩm báo chí trên tất cả các nền tảng số, gồm báo điện tử, mạng xã hội, ứng dụng đọc báo..., qua đó tăng trải nghiệm của người đọc - nghe - xem, đồng thời tăng doanh thu từ các nền tảng số. Công chúng mục tiêu chủ yếu là bạn đọc quan tâm đến các vấn đề thời sự - chính trị, chính sách, pháp lý, như quy định pháp

luật, vướng mắc pháp lý của doanh nghiệp, oan sai hoặc rắc rối pháp lý của người dân.

PV: Tại cơ quan của anh, việc nghiên cứu công chúng thường xuyên tiếp nhận thông tin được triển khai như thế nào? Kết quả nghiên cứu được sử dụng ra sao để tăng cường phục vụ công chúng?

PVS-BC05: Việc nghiên cứu công chúng mục tiêu và công chúng thường xuyên của báo được thực hiện thông qua hai hướng chính. Thứ nhất là bộ phận kỹ thuật online theo dõi, thống kê và báo cáo các xu hướng trên các nền tảng số. Thứ hai là thống kê các ý kiến, phản ánh trực tiếp từ bạn đọc qua email, đường dây nóng, fanpage, bình luận trên báo điện tử, hoặc qua tiếp xúc trực tiếp như ở chuyên mục trợ giúp pháp lý miễn phí hay phòng tiếp bạn đọc.

Báo cũng có các công cụ để phân tích các yếu tố nhân khẩu học như độ tuổi, giới tính, điều kiện kinh tế, quốc gia, nghề nghiệp của người dùng, cũng như các tương tác của họ như chuyên mục được yêu thích, sản phẩm được quan tâm, vị trí được chú ý trên site, thời gian lưu lại trên trang...

Từ các kết quả đo lường và gợi ý này, báo triển khai đề tài theo đúng xu hướng hoặc theo đúng nhu cầu mà công chúng đặt ra. Ngoài ra, dựa trên các phân tích về nhân khẩu học và tương tác, báo thiết kế giao diện, tập trung vào các chuyên mục chủ đạo phù hợp với thị hiếu người dùng, đồng thời từng bước hướng đến cá nhân hóa theo nhu cầu của từng nhóm công chúng. Tuy nhiên, điều đó không làm mờ nhạt vai trò chính trị cũng như việc tuân thủ tôn chỉ, mục đích của tờ báo.

PV: Anh chia sẻ cho biết nhóm công chúng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin từ cơ quan báo chí của anh có những đặc điểm gì? Trong những năm gần đây, cơ quan đã có giải pháp gì để tăng cường tiếp cận nhóm công chúng trẻ, đặc biệt là sinh viên?

PVS-BC05: Nhóm công chúng trẻ hiện nay tiếp cận báo chủ yếu là những người có quan tâm đến các thông tin về an ninh - trật tự và các vấn đề pháp luật liên quan đến người trẻ; tuy nhiên số lượng này không nhiều.

Về giải pháp, báo chưa có chủ trương phải tập trung riêng vào người trẻ, bởi cơ quan xác định đối tượng mục tiêu chủ yếu là người dân và doanh nghiệp quan tâm đến các vấn đề thời sự, chính sách, pháp lý, giải thích hay tháo gỡ các vướng mắc pháp lý. Vì vậy, nhóm ưu tiên vẫn là những người đã đi làm, quan tâm đến thủ tục hành chính, chính sách doanh nghiệp, cũng như các vướng mắc pháp lý liên quan đến cuộc sống và hoạt động làm ăn, kinh doanh.

PV: Anh đánh giá như thế nào về thực trạng và xu hướng công chúng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin báo chí nói chung và thông tin từ cơ quan của anh nói riêng?

PVS-BC05: Các thống kê ở Việt Nam cũng như trên thế giới đều cho thấy công chúng trẻ, có thể hiểu là Gen Z, hiện nay thường phớt lờ thông tin trên báo chí chính thống; thay vào đó, họ tập trung nhiều hơn vào các thông tin trực tiếp từ mạng xã hội, hoặc các bài báo được chia sẻ qua các nền tảng mạng xã hội. Những nội dung thu hút họ hiện nay chủ yếu thuộc mảng giải trí, như thời trang, văn hóa thần tượng, làm đẹp, các xu hướng

văn hóa - ẩm thực - ứng xử. Hình thức truyền tải hấp dẫn nhất hiện nay là đa phương tiện, nhưng nổi bật nhất vẫn là ảnh và đặc biệt là video ngắn.

Nếu so với trước đây, khi mạng xã hội chưa phát triển, thì thế hệ Millennials (Gen Y) và các thế hệ trước chủ yếu tập trung vào báo điện tử, truyền hình, và xa hơn nữa là báo in. Sau khi mạng xã hội phát triển, sự tập trung vào các phương tiện truyền thông truyền thống bị chia sẻ mạnh, thậm chí báo chí còn phải dựa vào mạng xã hội để lan tỏa. Đối với Gen Z hay giới trẻ hiện nay, mạng xã hội gần như trở thành nguồn tin trực tiếp, và phần lớn thời gian của họ cũng dành cho mạng xã hội. Xu hướng này còn mạnh hơn khi trí tuệ nhân tạo xuất hiện, giúp các nền tảng mới ra đời, còn các nền tảng cũ cũng chủ động thay đổi để giữ người dùng bằng cách đáp ứng sát hơn thị hiếu cá nhân của họ.

Nếu như trước đây công chúng thường nghe radio, đọc báo nhiều, xem truyền hình theo cách chậm và tương đối thụ động, thì hiện nay xu hướng xem mạng xã hội chiếm ưu thế hơn, với đặc điểm là xem chủ động, lướt nhanh và có rất nhiều lựa chọn.

PV: Theo anh, đâu là nguyên nhân chính khiến một bộ phận công chúng trẻ, trong đó có sinh viên, chưa thường xuyên tiếp nhận thông tin từ báo chí nói chung và từ cơ quan báo chí của anh nói riêng?

PVS-BC05: Có nhiều nguyên nhân cả chủ quan lẫn khách quan.

Về khách quan, hiện nay số lượng cơ quan báo chí, trang tin điện tử và tài khoản mạng xã hội là rất lớn. Sự bùng nổ của thông tin và nguồn tin, cùng với cơ chế lọc thông tin kiểu “filter bubble” hay các “echo chamber” do thuật toán mạng xã hội và tâm lý người dùng tạo ra, khiến việc tiếp cận thông tin của công chúng không thể đầy đủ. Bên cạnh đó, so với thông tin báo chí chính thống, các nội dung mang tính giải trí, thường thức, bình dân lại chiếm ưu thế áp đảo hơn.

Về chủ quan, cơ quan báo chí của chúng tôi ưu tiên nhiều hơn vào các vấn đề chính trị, pháp lý, chính sách - tức là những nội dung thường ít thu hút sự quan tâm của đông đảo người trẻ. Nói cách khác, nội dung có khoảng cách nhất định với thị hiếu của công chúng trẻ. Ngoài ra, công nghệ và các giải pháp chuyển đổi số của báo có thể chưa đủ mạnh để lan tỏa tới đông đảo người dùng, trong đó có người trẻ; và đây cũng là thách thức chung của nhiều cơ quan báo chí hiện nay.

III. Quá trình đổi mới báo chí nhằm thu hút công chúng trẻ

PV: Anh chia sẻ về quá trình đổi mới cũng như những thành tựu đổi mới đáng chú ý tại cơ quan mình trong quá trình sản xuất, đăng tải và chia sẻ thông tin báo chí nhằm thu hút công chúng trẻ được không?

PVS-BC05: Như đã trình bày ở trên, tuy cơ quan đã tiến hành cải cách tòa soạn theo hướng tinh gọn, hiện đại và áp dụng nhiều giải pháp công nghệ, nhưng đối tượng trọng tâm vẫn là nhóm bạn đọc quan tâm đến các vấn đề chính trị - pháp lý, vốn không phải là mảng có sức hút mạnh đối với giới trẻ hiện nay. Tuy nhiên, việc áp dụng các hình thức trình bày mới như bài báo đa phương tiện, video trên TikTok, YouTube... cũng góp phần giúp báo gia tăng lượng bạn đọc trẻ.

PV: Tại cơ quan của anh, có những kênh, chuyên mục hay hình thức truyền tải thông tin nào dành riêng cho thanh niên không? Theo anh, những nội dung nào đang thu hút công chúng trẻ nhiều hơn?

PVS-BC05: Báo không sản xuất các chương trình dành riêng cho thanh niên, dù có những sản phẩm phù hợp với các bạn trẻ như chuyên mục tuyển sinh, tra cứu điểm thi, các tuyển bài về du lịch, check-in trong mục du lịch, không gian sống... Báo cũng có mục hỏi - đáp pháp lý dành cho bất kỳ ai, trong đó có các bạn trẻ quan tâm đến những vấn đề pháp lý dân sinh, ví dụ như quy định pháp luật về lái xe gắn máy, pháp luật liên quan đến quan hệ tình cảm ở người trẻ vị thành niên, hay các cảnh báo về tội phạm hướng đến người trẻ.

PV: Những kênh hay chương trình cung cấp thông tin theo hướng tương tác, có sự tham gia của công chúng trẻ, có thu hút được sự chú ý của đông đảo công chúng trẻ hay không?

PVS-BC05: Hiện nay báo chưa có chương trình theo hướng này.

PV: Anh đánh giá như thế nào về hiệu quả của việc đưa thông tin báo chí lên mạng xã hội trong việc tăng cường tiếp nhận thông tin của thanh niên, sinh viên? Cơ quan anh đã triển khai cách thức này chưa và hiệu quả ra sao?

PVS-BC05: Chúng tôi phát triển các nền tảng mạng xã hội cho công chúng của báo nói chung, chứ không dành riêng cho người trẻ. Tuy nhiên, có thể thống kê được rằng ít nhất khoảng 50% lượng truy cập vào bài báo đến từ các nền tảng mạng xã hội nói riêng và các nền tảng bên thứ ba nói chung. Ngoài các nền tảng đăng trực tiếp như YouTube, TikTok..., chúng tôi còn dẫn link trên fanpage, Zalo, và thực hiện backlink trên nhiều site khác.

PV: Anh đánh giá như thế nào về hiệu quả tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí của thanh niên, sinh viên nếu sử dụng các công nghệ truyền thông như công nghệ số, trí tuệ nhân tạo?

PVS-BC05: Điều này là rất cần thiết, vì gần như 100% người trẻ hiện nay dùng smartphone, tiếp xúc nhanh và thích nghi nhanh với các ứng dụng mạng xã hội; quan trọng hơn, họ dành nhiều thời gian cho mạng xã hội theo cách chủ động hơn là truy cập trực tiếp vào website của báo. Việc sử dụng công nghệ mới và trí tuệ nhân tạo có thể giúp lan tỏa rộng rãi thông tin báo chí, đưa thông tin đến đúng người, đúng thị hiếu hơn, đồng thời tăng trải nghiệm của người xem.

IV. Giải pháp tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí của thanh niên, sinh viên

PV: Theo anh, giải pháp tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí đối với công chúng trẻ nói chung, sinh viên nói riêng nên tập trung vào những vấn đề gì?

PVS-BC05: Đối với truyền hình, cần tăng livestream và truyền hình tương tác. Đối với phát thanh, cần phát triển các nền tảng podcast hấp dẫn, ví dụ như Spotify. Đối với báo in, cần tăng cường kết nối tương tác giữa bạn đọc với báo in, chẳng hạn thông qua các ứng dụng xem 3D trên báo in. Đối với báo mạng điện tử, cần cá nhân hóa theo thị hiếu người xem và tăng cường các sản phẩm đa phương tiện, nhất là ảnh và video.

PV: Đối với cơ quan báo chí của anh, nên đổi mới theo hướng nào để đến gần hơn với công chúng là thanh niên, sinh viên?

PVS-BC05: Về công nghệ, cần đầu tư vào các giải pháp giúp tăng tính thẩm mỹ, trực quan và khả năng tương tác, từ đó tạo trải nghiệm hấp dẫn hơn cho người dùng. Về cách thức tổ chức sản xuất và truyền tải thông tin, cần ưu tiên các sản phẩm số, đặc biệt trên báo điện tử và các nền tảng mạng xã hội; ưu tiên video, ảnh nhiều hơn sản phẩm văn bản; đồng thời ưu tiên các phiên bản ngắn hơn các bản dài. Về con người, cần tuyển thêm nhân sự trẻ để hiểu nhu cầu của công chúng trẻ và có chuyên môn phù hợp.

PV: Đối với nhà báo, nên có định hướng đổi mới gì để thông tin đến gần hơn với công chúng trẻ?

PVS-BC05: Theo tôi, ngoại trừ các nhà báo làm ở những mảng, chuyên mục dành riêng cho công chúng trẻ, thì việc thay đổi để chạy theo thị hiếu của người trẻ đôi khi có thể đi ngược lại tôn chỉ, mục đích và làm mất đi bản sắc của tờ báo. Không phải báo nào cũng nhất thiết phải hướng tới bạn đọc trẻ.

PV: Anh có thể cho biết thêm về quy trình đưa thông tin lên YouTube và Facebook của tòa soạn không?

PVS-BC05: Về cơ bản, quy trình này không khác so với việc đưa tin lên báo điện tử. Sản phẩm phải được duyệt, sản xuất và kiểm duyệt trước khi người có thẩm quyền cho xuất bản.

PV: Về mức độ tương tác thì sao? Tòa soạn có người trực để thường xuyên tương tác với độc giả không?

PVS-BC05: Báo có đội ngũ duyệt bình luận, trả lời đường dây nóng và tương tác trực tiếp với bạn đọc liên tục. Phòng tiếp bạn đọc mở trong giờ hành chính các ngày làm việc trong tuần. Tương tác qua các nền tảng số còn diễn ra thường xuyên hơn.

PV: Định hướng phát triển theo hướng đa phương tiện hay chiến lược phát triển trong tương lai của cơ quan báo chí là như thế nào?

PVS-BC05: Trước hết, cơ quan hướng đến xây dựng văn hóa số trong toàn tòa soạn. Văn hóa số ở đây được hiểu là thói quen, cách tương tác và ý thức vận dụng các phương thức, công cụ công nghệ mới để đơn giản hóa quy trình, cách thức làm việc nhưng vẫn mang lại hiệu quả và hiệu suất cao hơn. Vì vậy, cần xây dựng đội ngũ người làm báo chủ động tiếp thu, thúc đẩy nhận thức số, bao gồm nhận thức về tầm quan trọng, trách nhiệm và lợi ích của chuyển đổi số, để cùng góp phần thực hiện chiến lược chung của cơ quan.

Bên cạnh đó, cơ quan hướng tới cải tạo mô hình tòa soạn theo hướng lấy “làm việc số - tương tác số” làm trọng tâm. Các bộ phận cần tương tác, phối hợp với nhau nhanh hơn, hiệu quả hơn, trong khi việc quản lý công việc cũng được hỗ trợ bởi công nghệ và các công cụ kỹ thuật như trí tuệ nhân tạo. Muốn vậy, cơ quan phải từng bước nâng cấp hạ tầng số để phù hợp hơn với nhu cầu thực tiễn.

Ngoài ra, cơ quan cũng định hướng nghiên cứu và phát triển các sản phẩm số theo xu hướng báo chí hiện đại. Từ báo in đến báo điện tử và các nền tảng số khác đều

cần được tiếp cận theo tư duy “sản phẩm số”, nhằm đáp ứng nhu cầu cá nhân và tăng cường trải nghiệm cho người đọc - nghe - xem. Bạn đọc báo in có thể có những trải nghiệm mới hoặc kết nối với các nền tảng số qua thiết bị di động; còn bạn đọc báo điện tử có thể tiếp cận các sản phẩm đa phương tiện, 3D, thực tế ảo hoặc những nội dung sát hơn với thị hiếu cá nhân. Các chương trình sau mặt báo cũng cần kết hợp, đan xen với các sản phẩm số để tăng sức hấp dẫn và khả năng lan tỏa.

Sau cùng là định hướng phát triển doanh thu số. Cơ quan cần đa dạng hóa các nguồn thu từ sản phẩm số, dịch vụ số báo chí; tăng thu nhập cho nhân sự thông qua cải thiện nguồn thu đầu vào, đồng thời ứng dụng các giải pháp công nghệ để gia tăng doanh thu từ các sản phẩm báo chí có giá trị thông tin cao, hấp dẫn, đặc sắc và có tính độc quyền.

Xin trân trọng cảm ơn anh đã tham gia phỏng vấn.

Mã phỏng vấn: PVS-BC06

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-BC06
- **Nhóm vị trí công tác:** Cán bộ quản lý cơ quan báo chí
- **Kinh nghiệm công tác:** 13 năm làm phóng viên ảnh, 7 năm làm biên tập viên

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Anh có thể giới thiệu một số thông tin cơ bản về cơ quan công tác, như chức năng, nhiệm vụ và nhóm công chúng mà cơ quan hướng tới?

PVS-BC06: Báo Dân trí là tờ báo chính trị - xã hội, nằm trong nhóm cơ quan báo chí chủ lực, trực thuộc Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội. Từ tháng 7/2020, báo điện tử Dân trí hợp nhất các cơ quan báo chí của Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội như Lao động xã hội, Dân sinh và Tạp chí Vì Trẻ em vào thành Báo Dân trí. Trong đó, Tạp chí Vì Trẻ em là ấn phẩm có nội dung chính hướng đến đối tượng công chúng là thiếu niên, nhi đồng.

PV: Tại cơ quan của anh, việc nghiên cứu công chúng thường xuyên tiếp nhận thông tin được triển khai như thế nào? Kết quả nghiên cứu được sử dụng ra sao để tăng cường phục vụ công chúng?

PVS-BC06: Việc nghiên cứu, nắm bắt thị hiếu công chúng và nhận diện công chúng được thực hiện bằng cả phương thức truyền thống và phương thức mới.

Về phương thức truyền thống, tòa soạn có bộ phận thường xuyên trực 24/24 giờ để tiếp nhận đơn thư của độc giả và người dân, cả trực tiếp bằng văn bản, giấy tờ hoặc qua email, điện thoại, đường dây nóng... Ban Bạn đọc trước đây cũng đã thay đổi cả hình thức lẫn nội dung hoạt động. Thay vì chủ yếu tiếp nhận đơn thư khiếu kiện, tố cáo như các năm trước 2020, hiện nay ban này chủ yếu tập trung tiếp nhận và trả lời thông tin độc giả cần giải đáp; đồng thời tiếp nhận nhiều thông tin về sự vụ, gương người tốt việc tốt mới lạ, hấp dẫn để báo có thể khai thác và đưa tin.

Về phương thức mới, CMS của báo Dân trí cũng như nhiều báo điện tử khác tại Việt Nam đã được nâng cấp, mở thêm nhiều tính năng hỗ trợ tương tác độc giả. Đặc biệt

là việc hướng độc giả đăng ký member để mua các gói bài báo chất lượng cao, hoặc đăng ký tài khoản độc giả để nhận thư qua email của tòa soạn, bình luận, tham gia bình chọn, phản hồi các nội dung đăng tải trên trang báo.

Việc có hơn 1 triệu lượt độc giả cài app Dân trí cũng mang lại hiệu quả tích cực trong tương tác qua lại. Báo cập nhật tin nóng thường xuyên bằng notification, còn độc giả được trải nghiệm nhiều tính năng hấp dẫn hơn với khả năng cá nhân hóa, tức là trình duyệt và app hiển thị nhiều nội dung phù hợp với sở thích và thói quen đọc của chính họ.

Hiện nay, báo Dân trí còn mở thêm một tính năng mới giúp độc giả đóng góp nhiều hơn vào nội dung bài báo bằng cách gửi thông tin, nội dung, ảnh, video trực quan do chính họ khai thác hoặc ghi lại. Việc chèn form thu thập ý kiến độc giả vào bài viết sẽ tạo “phễu” thu hút ý kiến và tăng tương tác, kết nối độc giả với bài viết cũng như với tòa soạn. Đây cũng là một nguồn thông tin hữu ích, vì độc giả có thể gửi cho tòa soạn cả ảnh, video về nguồn tin hoặc các sự việc. Tòa soạn cấp quyền cho biên tập viên các ban nội dung truy cập, khai thác, phân loại, xác minh và liên hệ lại với độc giả để sử dụng nguồn tài nguyên này một cách tốt nhất.

Phương thức mới giúp việc tiếp cận và tương tác với độc giả nhanh hơn, cập nhật nội dung có tính thời sự tốt hơn, kịp thời hơn ở mọi thời điểm trong ngày và đến được với nhiều độc giả trên cả nước cũng như bạn đọc quốc tế, người Việt ở nước ngoài.

Nhiều thông tin của độc giả và người dân đã được khai thác, sử dụng hiệu quả, mang lại giá trị tích cực cho xã hội và cộng đồng. Ví dụ như các thông tin, hình ảnh cập nhật trong đợt bão lũ tháng 9 vừa qua tại các địa phương; các gợi ý, giải pháp, sáng kiến cho những vấn đề nóng như giao thông; các hoàn cảnh khó khăn, bệnh tật để quỹ Nhân ái của báo kịp thời có kế hoạch kêu gọi bạn đọc giúp đỡ, ủng hộ; hay các góp ý về lỗi nội dung trên báo để tòa soạn kịp thời điều chỉnh.

Kết quả nghiên cứu công chúng mang lại rất nhiều số liệu hữu ích cho tờ báo. Trước hết là để nâng cao chất lượng những nội dung đang tập trung lượng lớn độc giả quan tâm, theo dõi. Ví dụ, các vấn đề quốc tế và chiến sự trên thế giới là nhóm nội dung được quan tâm, đọc nhiều nhất ở Dân trí, trung bình từ 9 đến 11 triệu view mỗi tuần; sau đó là mục Xã hội, khoảng 5 đến 6 triệu view mỗi tuần. Với những nội dung này, tòa soạn sẽ đẩy mạnh tần suất, tăng hàm lượng thông tin, phỏng vấn thêm chuyên gia, mở rộng nguồn tin để tăng tính đa chiều, thời sự và hấp dẫn.

Ngoài ra, các kết quả này còn giúp cải thiện, điều chỉnh những mảng nội dung chưa được độc giả quan tâm như Giáo dục, An sinh, Lao động... vốn chỉ có vài trăm nghìn view mỗi tuần, dựa trên các số liệu đo lường về mức độ quan tâm, lượt xem và phản hồi của bạn đọc. Đồng thời, báo cũng thực hiện các giải pháp điều chỉnh giao diện trên desktop, mobile và app để phù hợp hơn với xu hướng đọc báo và thị hiếu mới của độc giả, trong đó có việc tăng tần suất và hàm lượng các tin, bài có giá trị trực quan cao như ảnh và video nhằm hấp dẫn nhóm độc giả thích lướt nhanh, xem đẹp và ít đọc.

PV: Anh chia sẻ cho biết nhóm công chúng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin từ cơ quan báo chí của anh có những đặc điểm gì? Trong những năm gần đây, cơ quan đã có giải pháp gì để tăng cường tiếp cận nhóm công chúng trẻ, đặc biệt là sinh viên?

PVS-BC06: Nhóm độc giả trẻ quan tâm nhiều đến các “nội dung trẻ” là điều tất yếu. Tuy nhiên, những tin, bài mang tính hot trend hay drama thường được độc giả trẻ quan tâm và tìm kiếm nhiều hơn.

Hình thức đọc báo trên mobile và app hiện cũng không còn mới, mà đã chiếm khoảng 80% lượng traffic của Dân trí. Độc giả trẻ cũng chính là nhóm sử dụng smartphone nhiều hơn desktop, khác với nhóm tuổi đã đi làm và thường xuyên ngồi văn phòng.

Độc giả trẻ theo dõi nhiều các nội dung như du lịch, lối sống, món ngon - điểm đẹp, giải trí, âm nhạc, thể thao... Các nội dung thời sự, chính trị nói chung ít được độc giả trẻ quan tâm hơn, tuy nhiên họ lại tập trung theo dõi, bình luận, chia sẻ những nội dung đặc biệt, ấn tượng thuộc mảng này.

Độc giả trẻ hiện theo dõi thông tin trên mạng xã hội là chính như Facebook, TikTok, bởi ở đó thông tin nhanh, mới, ngắn gọn và hấp dẫn; sau đó mới trở vào các nội dung có link từ báo điện tử. Rất ít lượt truy cập của độc giả trẻ đi thẳng vào tên miền của báo như một thói quen hằng ngày, khác hẳn với nhóm độc giả đã đi làm và nhóm độc giả trung thành.

Trong năm 2023, báo Dân trí đã có cuộc họp chiến lược đánh giá trọng tâm về nhóm độc giả trẻ và có định hướng điều chỉnh phù hợp với các giải pháp cụ thể, mang tính lâu dài. Là một tờ báo chính trị - xã hội có khoảng 3,6 tỷ view mỗi năm, nhưng độc giả chính và trung thành của báo lại tập trung ở hai nhóm tuổi khá lớn là 25–40 và 40–60 tuổi. Các mảng nội dung được quan tâm nhiều chủ yếu là Xã hội, Thế giới, Kinh tế, Thể thao, Đời sống... Trong khi đó, những mục ít được quan tâm hơn lại chính là các mảng nội dung hướng đến giới trẻ như Giáo dục, Nhịp sống trẻ, Du lịch...

Về giải pháp, trước hết báo tăng cường tuyển dụng nhân sự trẻ nhằm bổ sung góc nhìn, quan điểm và cách làm trẻ trung, mới mẻ, sáng tạo, đồng thời đây cũng là những người dễ tiếp cận xu thế làm báo hiện đại hơn. Cùng với đó, tòa soạn tin tưởng và trao thêm cơ hội cho người trẻ được thử sức ở các vai trò, vị trí mới như biên tập viên, chủ mục, trưởng ban...

Báo cũng tăng cường các tin, bài hướng đến độc giả trẻ, đồng thời đẩy nhanh tốc độ xuất bản các nội dung này để không quá chậm so với các trang tin, báo khác. Nếu trước đây có thể chậm 10–24 tiếng thì hiện nay cần cải thiện để chỉ chậm 1–2 tiếng.

Ngoài ra, báo tăng ca trực ở khung giờ từ 0 giờ đến 5 giờ sáng để thường xuyên cập nhật và xuất bản các tin, bài mới nhằm tiếp cận nhóm độc giả dùng smartphone nhiều từ đêm đến sáng, vốn phần lớn là độc giả trẻ. Báo cũng tăng hàm lượng nội dung “trẻ” trong các tin, bài nói chung ở toàn bộ các mục nội dung, đồng thời cải thiện góc nhìn của nhóm phóng viên lớn tuổi, có thâm niên theo hướng mới và trẻ trung hơn.

Bên cạnh đó là việc tiếp cận độc giả trẻ qua các hình thức thể hiện mới như sản phẩm ảnh, video trực quan, súc tích, xem nhanh, dễ hiểu trên các kênh mạng xã hội của báo. Đặc biệt, báo chú trọng xây dựng những nội dung phù hợp, đúng với sự quan tâm của giới trẻ; đồng thời tạo ra các diễn đàn, nơi người trẻ có thể thể hiện tiếng nói và quan điểm của mình về các vấn đề khác nhau.

PV: Anh đánh giá như thế nào về thực trạng và xu hướng công chúng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin báo chí nói chung và thông tin từ cơ quan của anh nói riêng?

PVS-BC06: Độc giả trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin báo chí không còn theo cách tìm kiếm truyền thống, tức là chủ động vào thẳng các trang báo điện tử, mua báo giấy hay xem truyền hình theo khung giờ thời sự. Thay vào đó là cách tiếp nhận tương đối thụ động, nghĩa là sử dụng nhiều mạng xã hội khác nhau để đón nhận thông tin. Các nền tảng mạng xã hội tối ưu hóa theo thói quen người dùng và gợi ý những nội dung mà tài khoản đó quan tâm hằng ngày.

Những thông tin thu hút độc giả trẻ hiện nay không hoàn toàn giống như suy nghĩ của người làm báo. Chẳng hạn, mục Giáo dục trên các báo chủ yếu hướng tới học sinh, sinh viên, nhưng người đọc thực tế lại chủ yếu là phụ huynh chứ không phải độc giả trẻ. Nội dung mà độc giả dưới 25 tuổi tìm kiếm nhiều thường là về lifestyle như giải trí, du lịch, thú chơi, ẩm thực, âm nhạc, thể thao... và các nội dung này cũng không quá hàn lâm, mà phải đa dạng, sinh động, hấp dẫn.

Nếu so với trước đây, khi mạng xã hội chưa phát triển, khoảng trước năm 2010, độc giả trẻ tiếp nhận thông tin báo chí qua truyền hình, các tạp chí, báo giấy truyền thống cho giới trẻ như *Hoa Học Trò*, *Sinh viên*, *2!Sao*, *Báo Bóng Đá*..., đồng thời theo dõi các báo điện tử ra đời sớm, có tên tuổi và uy tín như *VnExpress*, *Dân trí*, *Vietnamnet*...

Sau năm 2010, đặc biệt là sau năm 2020, sự phát triển bùng nổ của mạng xã hội như YouTube, Facebook, TikTok... đã làm thay đổi mạnh mẽ thói quen tìm kiếm và tiếp nhận thông tin báo chí của độc giả trẻ.

PV: Theo anh, đâu là nguyên nhân chính khiến một bộ phận công chúng trẻ, trong đó có sinh viên, chưa thường xuyên tiếp nhận thông tin từ báo chí nói chung và từ cơ quan báo chí của anh nói riêng?

PVS-BC06: Mọi người hay nói rằng hãy đặt mình vào vị trí của độc giả trẻ để suy nghĩ, nhưng thực ra chúng ta không thể hoàn toàn làm được điều đó, vì chúng ta không thể quay lại tuổi 20 và sống trong đúng môi trường, bầu không khí, gia đình và bè bạn như người trẻ hiện nay để biết họ đang làm gì, nghĩ gì, thích gì. Tuy nhiên, từ một số khảo sát, đo lường và phản hồi qua lại, có thể ghi nhận một số nguyên nhân chính.

Thứ nhất, nhóm tuổi dưới 25 thường không quá quan tâm đến độ xác tín của thông tin, mà dễ bị cuốn hút bởi câu chuyện hấp dẫn, các bình luận qua lại, cách kể chuyện trực quan, đi thẳng vào vấn đề, dùng câu từ bình dị, thậm chí đôi khi có phần “chợ búa”, nhưng lại rất lôi cuốn.

Thứ hai, cách thể hiện nội dung trên mạng xã hội gần như trái ngược hoàn toàn với hình thức trình bày và văn phong có phần nghiêm túc, khô cứng của báo chí. Tốc độ

đưa tin của báo chí cũng chậm hơn khá nhiều vì phải tác nghiệp hoặc xác minh nguồn tin, trong khi trên Facebook, với hàng chục triệu tài khoản, gần như tài khoản nào cũng có thể trở thành “phóng viên” và đăng tải bất cứ thông tin, hình ảnh nào mà không cần kiểm chứng.

Thứ ba, nội dung thông tin báo chí trên truyền hình và trên nhiều báo hiện nay đang dần không bắt kịp sự sáng tạo của mạng xã hội. Nếu so sánh đơn giản, 100 biên tập viên và phóng viên của một tờ báo không thể có nhiều sáng kiến, ý tưởng mới bằng hàng triệu tài khoản TikTok.

Ngay tại Dân trí, kể cả các phóng viên, biên tập viên trẻ của báo cũng đặt câu hỏi vì sao tin, bài về sao hạng A ở mục Giải trí, các drama hot của người nổi tiếng lại lên chậm, trong khi các báo, trang tin khác đã đăng từ hôm trước thì sáng hôm sau báo mình mới có. Vậy thì những độc giả trẻ quan tâm đến nhóm nội dung đó có tìm đến Dân trí để đọc không? Tuy nhiên, điều này cũng liên quan đến việc Dân trí là tờ báo nào, phục vụ nhóm độc giả chính là ai và cần phát triển những nội dung ra sao, chứ không thể dồn toàn bộ nguồn lực chỉ để chạy đua tin bài với các báo, trang tin chỉ tập trung vào giới trẻ.

III. Quá trình đổi mới báo chí nhằm thu hút công chúng trẻ

PV: Tại cơ quan của anh, có những kênh, chuyên mục hay hình thức truyền tải thông tin nào dành riêng cho thanh niên không? Theo anh, những nội dung nào đang thu hút công chúng trẻ nhiều hơn?

PVS-BC06: Một số chuyên mục, sản phẩm báo chí của Dân trí có định hướng hướng đến độc giả trẻ. Ví dụ như Showbiz8 là chuỗi tin, bài và video trò chuyện với các sao hạng A trong làng giải trí, vốn là nhóm đối tượng được thanh thiếu niên quan tâm, theo dõi nhiều.

Ngoài ra, mục *Giới trẻ* trong mảng *Đời sống/Lifestyle* có các nội dung về thú chơi, phong cách sống, món ngon, điểm đẹp, chân dung các nhân vật trẻ, các tấm gương điển hình đang “hot” trên mạng xã hội...

Bên cạnh đó, các chuyên mục khác cũng bao hàm nhiều tin, bài phục vụ độc giả trẻ như Giáo dục, Du lịch, Ẩm thực, Thể thao, Tình yêu - giới tính...

IV. Giải pháp và định hướng đổi mới

PV: Đối với cơ quan báo chí của anh, nên đổi mới theo hướng nào để đến gần hơn với công chúng là thanh niên, sinh viên?

PVS-BC06: Về công nghệ, theo tôi, cần xây dựng hạ tầng kỹ thuật riêng của báo thay vì thuê ngoài để tránh phụ thuộc, đồng thời chủ động hơn trong việc thay đổi, điều chỉnh các sản phẩm và nội dung xuất bản trên trang. Cần có đội ngũ kỹ thuật, thiết kế làm việc song song với Ban Biên tập và đội ngũ phóng viên, biên tập viên nhằm cải thiện giao diện báo điện tử trên desktop, mobile và app, hoặc xây dựng các sản phẩm, tính năng mới để bổ trợ giá trị thông tin, tăng tính trực quan, giúp nội dung tin, bài sinh động và hấp dẫn hơn.

Về cách thức tổ chức sản xuất thông tin và truyền tải thông tin, cần xây dựng các bộ quy tắc, tiêu chuẩn đối với sản phẩm tin, bài trực quan; đồng thời tổ chức các khóa đào tạo cho biên tập viên, phóng viên cả có thâm niên lẫn còn trẻ để họ thành thạo các kỹ năng xử lý, biên tập và đưa tin theo những hình thức mới, hấp dẫn và phù hợp hơn với độc giả trẻ. Ví dụ như học cách quay video, chụp ảnh đẹp hơn, biết dựng video ngắn gọn, nhanh, hấp dẫn trên smartphone...

Về con người và nhân sự, cần tuyển dụng thêm nhân sự trẻ, năng động, sáng tạo; thậm chí có thể đưa ra những quy định cụ thể về độ tuổi. Cần thử thách và trao cơ hội quản lý cho những nhân sự trẻ có năng lực, sẵn sàng đảm nhiệm các vị trí quan trọng trong tòa soạn. Bên cạnh đó, cần có cơ chế lương thưởng và nhuận bút hấp dẫn, khen thưởng đủ sức khích lệ, đặc biệt đối với các sản phẩm tin, bài sáng tạo, chất lượng, tiếp cận được nhóm độc giả mới, thậm chí tạo ra được diễn đàn mới cho độc giả trẻ sinh hoạt thường xuyên.

PV: Anh có thể cho biết thêm về quy trình đưa thông tin lên YouTube và Facebook của tòa soạn không?

PVS-BC06: Chúng tôi có một bộ phận truyền thông của báo làm nhiệm vụ khai thác lại các nội dung đã đăng tải trên báo điện tử và chuyển thể thành các sản phẩm có hình thức, nội dung phù hợp với từng mạng xã hội khác nhau như Facebook, YouTube, TikTok, Zalo... theo hướng ngắn gọn, súc tích, dễ hiểu. Người quản lý và nắm tài khoản các page này có vị trí như một biên tập viên hoặc một quản lý trong bộ máy vận hành của tòa soạn.

Các sản phẩm đăng tải trên mạng xã hội phải tuân thủ một số nguyên tắc. Chẳng hạn, nội dung phải được đăng tải trên báo điện tử trước; tuyệt đối không khai thác lại nội dung từ các đài, báo khác hoặc từ các nguồn mạng xã hội, internet khác; các nội dung liên quan đến chính trị và đối ngoại phải được Ban Biên tập duyệt trước khi đăng lên kênh mạng xã hội; nếu livestream một sự kiện hay sự việc thì phải được Ban Biên tập cấp quyền, và người cầm live phải là cấp quản lý ban hoặc khối nội dung trong tòa soạn.

PV: Về mức độ tương tác thì sao? Tòa soạn có người trực để thường xuyên tương tác với độc giả không?

PVS-BC06: Lượng view của các sản phẩm đăng trên mạng xã hội như status, ảnh, video... đều được đo lường hằng tuần, có thống kê, báo cáo, phân tích nguyên nhân và kết quả để có sự điều chỉnh phù hợp.

Hiện nay, kênh YouTube đang giảm tương tác đáng kể do độc giả dần quay lưng với video truyền thống, trong khi hình thức tiếp cận mới, giàu tương tác và trải nghiệm tốt hơn của TikTok đang chiếm ưu thế. Theo số liệu, lượng view của kênh YouTube chỉ bằng khoảng 1/10, thậm chí 1/20 so với TikTok, tức khoảng 2 triệu view/tuần so với 40 triệu view/tuần.

Trong khi đó, Facebook được đo bằng lượng tiếp cận như tìm kiếm, vào page, like, tim, share, comment..., nên cách tính và việc so sánh với các nền tảng video như YouTube hay TikTok cũng có sự khác biệt.

Nhóm phụ trách các kênh mạng xã hội có quản lý và một số nhân sự cơ hữu, thường xuyên tiếp nhận phản hồi của độc giả để báo cáo lại cho Ban Biên tập. Trong đó có nhiều thông tin hữu ích giúp điều chỉnh những nội dung nhầm, sai, lỗi hoặc gợi mở thêm những nội dung liên quan, hấp dẫn để tòa soạn triển khai tiếp cho các bài báo sau.
PV: Định hướng phát triển theo hướng đa phương tiện hay chiến lược phát triển trong tương lai của cơ quan báo chí là như thế nào?

PVS-BC06: Kể từ năm 2020, sau khi báo về với Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, Ban Biên tập đã xác định khá rõ định hướng phát triển đa phương tiện của báo, với lộ trình đầu tư chia theo giai đoạn và mục tiêu cụ thể. Báo đầu tư mạnh hơn cho nhân sự media, gồm ảnh và video tại Hà Nội và TP.HCM; xây dựng bộ quy tắc, tiêu chuẩn cho các sản phẩm ảnh báo chí, video; đồng thời tổ chức đào tạo thường niên cho biên tập viên, phóng viên trên toàn quốc.

Một tờ báo thuộc nhóm chủ lực và là cơ quan ngôn luận của Bộ thì công tác tuyên truyền vẫn là nhiệm vụ quan trọng, nhưng đồng thời cũng phải đáp ứng nhu cầu trải nghiệm ngày càng cao của độc giả đối với các sản phẩm trực quan. Xu hướng trong những năm gần đây là độc giả xem ảnh, xem video hay, đẹp nhiều hơn là đọc các văn bản dài. Vì vậy, báo cần nâng cao chất lượng sản phẩm báo chí bằng cách đưa vào nhiều hình ảnh chân thực, sinh động, hấp dẫn hơn.

Mã phỏng vấn: PVS-BC07

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-BC07
- **Nhóm vị trí công tác:** Cán bộ quản lý cơ quan báo chí
- **Kinh nghiệm công tác:** 23 năm

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Chị có thể giới thiệu một số thông tin cơ bản về cơ quan công tác, như chức năng, nhiệm vụ và nhóm công chúng mà cơ quan hướng tới?

PVS-BC07: Báo An ninh Thủ đô là cơ quan ngôn luận của Công an thành phố Hà Nội. Tờ báo thông tin về các mặt công tác của ngành công an; phản ánh tình hình an ninh trật tự, an toàn xã hội, cũng như các lĩnh vực kinh tế, chính trị, xã hội, văn hóa, thể thao và du lịch.

PV: Tại cơ quan của chị, việc nghiên cứu công chúng thường xuyên tiếp nhận thông tin được triển khai như thế nào? Kết quả nghiên cứu được sử dụng ra sao để tăng cường phục vụ công chúng?

PVS-BC07: Là một tờ nhật báo với hai phiên bản là báo in và báo điện tử, hiện nay ngoài số lượng phát hành báo in cố định, tòa soạn còn ghi nhận thêm lượt truy cập từ báo điện tử. Tòa soạn tương tác với bạn đọc thông qua số điện thoại đường dây nóng,

email của tòa soạn, cùng với hai kênh mạng xã hội là YouTube và Facebook. Bạn đọc có thể gửi ý kiến, góp ý trực tiếp cho tòa soạn qua các kênh này.

Nhiều thông tin do bạn đọc cung cấp có thể trở thành đề tài để hình thành các tuyển bài phản ánh, phóng sự hoặc điều tra.

PV: Chị chia sẻ cho biết nhóm công chúng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin từ cơ quan báo chí của chị có những đặc điểm gì? Trong những năm gần đây, cơ quan đã có giải pháp gì để tăng cường tiếp cận nhóm công chúng trẻ, đặc biệt là sinh viên?

PVS-BC07: Hiện tại, ngoài bốn trang Văn hóa, Văn nghệ, Giải trí, Thể thao trên báo in, còn có các thông tin tương ứng trên báo điện tử. Lượng view khá ổn định, trong đó những bài viết đề cập đến đời sống văn nghệ, showbiz, thể thao, đời sống vận động viên thường thu hút khá nhiều người đọc. Đây cũng là kênh có thể thu hút bạn đọc trẻ tuổi.

PV: Chị đánh giá như thế nào về thực trạng và xu hướng công chúng trẻ hiện nay tiếp nhận thông tin báo chí nói chung và thông tin từ cơ quan của chị nói riêng?

PVS-BC07: Xu hướng hiện nay chủ yếu là tiếp cận thông tin qua báo điện tử và các kênh mạng xã hội của tờ báo; đây là những kênh được bạn đọc trẻ tiếp cận khá đông đảo.

Nếu so với trước đây, có thể thấy hiện nay giới trẻ chủ yếu quan tâm đến tin thời sự, trong khi những bài điều tra, phóng sự thường có lượng người đọc thấp hơn.

PV: Theo chị, đâu là nguyên nhân chính khiến một bộ phận công chúng trẻ, trong đó có sinh viên, chưa thường xuyên tiếp nhận thông tin từ báo chí nói chung và từ cơ quan báo chí của chị nói riêng?

PVS-BC07: Theo tôi, nguyên nhân là vì hiện nay có quá nhiều kênh thông tin và mạng xã hội. Sự ra đời và phổ biến của YouTube, TikTok, Netflix hay các rạp chiếu phim với khả năng tiếp cận dễ dàng khiến báo chí không còn giữ vị thế độc quyền thông tin như trước đây.

III. Quá trình đổi mới báo chí nhằm thu hút công chúng trẻ

PV: Chị có thể chia sẻ về quá trình đổi mới cũng như những thành tựu đổi mới đáng chú ý tại cơ quan mình trong quá trình sản xuất, đăng tải và chia sẻ thông tin báo chí nhằm thu hút công chúng trẻ không?

PVS-BC07: Trước đây, tòa soạn sản xuất báo in trước rồi mới đẩy bài lên báo điện tử. Hiện nay quy trình đó đã thay đổi theo hướng ngược lại, tức là mọi hoạt động đều tập trung cho báo điện tử trước, sau đó báo in sẽ lựa chọn lại tin, bài và biên tập để sử dụng.

PV: Tại cơ quan của chị, có những kênh, chuyên mục hay hình thức truyền tải thông tin nào dành riêng cho thanh niên không? Theo chị, những nội dung nào đang thu hút công chúng trẻ nhiều hơn?

PVS-BC07: Hiện nay không có chuyên mục riêng dành cho thanh niên. Tuy nhiên, chuyên mục Giải trí vẫn thu hút được sự quan tâm của độc giả trẻ.

PV: Những kênh hay chương trình cung cấp thông tin theo hướng tương tác, có sự tham gia của công chúng trẻ, có thu hút được sự chú ý của đông đảo công chúng trẻ hay không?

PVS-BC07: Chúng tôi là tờ báo chuyên ngành của công an, vì vậy việc thay đổi vẫn phải dựa trên bản sắc và chức năng, nhiệm vụ của tờ báo.

PV: Chị đánh giá như thế nào về hiệu quả của việc đưa thông tin báo chí lên mạng xã hội trong việc tăng cường tiếp nhận thông tin của thanh niên, sinh viên? Cơ quan chị đã triển khai cách thức này chưa và hiệu quả ra sao?

PVS-BC07: Hiện tại chúng tôi có hai kênh là YouTube và Facebook. Giới trẻ tiếp cận thông tin qua hai kênh này khá đông.

PV: Chị đánh giá như thế nào về hiệu quả tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí của thanh niên, sinh viên nếu sử dụng các công nghệ truyền thông như công nghệ số, trí tuệ nhân tạo?

PVS-BC07: Sinh viên có lợi thế là sức trẻ, khả năng thích ứng nhanh, vì vậy có thể nhanh chóng nắm bắt và tiếp cận công nghệ số, trí tuệ nhân tạo.

IV. Giải pháp tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí của thanh niên, sinh viên

PV: Theo chị, giải pháp tăng cường tiếp nhận thông tin báo chí đối với công chúng trẻ nói chung, sinh viên nói riêng nên tập trung vào những vấn đề gì?

PVS-BC07: Khi mạng xã hội ngày càng chiếm thị phần về thông tin, báo chí chính thống cần làm tốt vai trò định hướng thông tin, và quan trọng nhất là phải bảo đảm tính chính xác. Báo chí cần tạo được lòng tin nơi bạn đọc; điều này đúng với mọi lứa tuổi.

PV: Đối với cơ quan báo chí của chị, nên đổi mới theo hướng nào để đến gần hơn với công chúng là thanh niên, sinh viên?

PVS-BC07: Theo tôi, cần đổi mới đồng bộ ở tất cả các phương diện đã nêu, gồm đổi mới về công nghệ, đổi mới về cách thức tổ chức sản xuất và truyền tải thông tin, cũng như đổi mới về con người và nhân sự.

PV: Đối với nhà báo, nên có định hướng đổi mới gì để thông tin đến gần hơn với công chúng trẻ?

PVS-BC07: Theo tôi, yêu cầu quan trọng nhất vẫn là nhanh và chính xác.

Mã phỏng vấn: PVS-BC08

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-BC08
- **Nhóm vị trí công tác:** Lãnh đạo phụ trách nền tảng số truyền hình
- **Lĩnh vực chuyên môn:** Chuyển đổi số, nền tảng số, chiến lược phát triển OTT truyền hình

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Nếu nói đến chuyển đổi số trong truyền hình thì nhiều người sẽ nghĩ ngay đến VTV. Anh có thể chia sẻ mốc thời gian nào đánh dấu quá trình chuyển đổi số của VTV không?

PVS-BC08: Nếu gọi là chuyển đổi số thì thực ra phải hiểu đây là một quá trình gồm nhiều giai đoạn, chứ không phải chỉ có một mốc. Nó phải bắt đầu từ khi có internet, có công nghệ thông tin, tức khoảng từ năm 2000. Đó là giai đoạn rất sớm, có thể xem là phần sơ khai của chuyển đổi số ở Việt Nam.

Sau đó, khoảng từ năm 2005 trở đi, quá trình này bắt đầu rõ hơn khi công nghệ thiết bị thay đổi. Trước đó là thời máy quay cũ, Betacam, băng từ... rồi dần dần chuyển sang máy quay số, công nghệ số. Thực ra VTV không tự mình “phát minh” ra chuyển đổi số, mà vì ngành truyền hình vốn là ngành sử dụng công nghệ rất nhiều. Khi toàn bộ hệ thống trang thiết bị của ngành bắt đầu dịch chuyển sang một nền tảng công nghệ mới, thì mình cũng phải dịch chuyển theo.

Giai đoạn từ 2005 đến 2010 là thời điểm bắt đầu hình thành ý thức rõ về số hóa, nhất là số hóa dữ liệu. Trước đó dữ liệu chủ yếu nằm ở băng cối, băng Betacam, số lượng rất lớn. Từ khoảng 2005 đến 2015 là giai đoạn chuẩn bị rất dài, tích lũy dần dần, làm công việc nền tảng nhưng chưa nhìn thấy ngay thành sản phẩm cụ thể.

Đến khoảng 2014–2015 thì mới thực sự là thời điểm VTV bắt tay vào chuyển đổi số một cách rõ rệt. Khi đó, qua rất nhiều hội thảo quốc tế, diễn đàn của ABU - Liên đoàn Phát thanh Truyền hình châu Á - Thái Bình Dương - VTV bắt đầu nhìn thấy rất rõ xu hướng chung: internet và mạng xã hội phát triển mạnh, người xem truyền hình truyền thống giảm dần, cả về số lượng lẫn thời gian xem. Nếu cứ chỉ dựa vào TV truyền thống thì đến một lúc nào đó sẽ mất khán giả.

Năm 2014, lãnh đạo giao cho anh về xây dựng chiến lược digital cho VTV. Và từ đó mới bắt đầu câu chuyện VTGo. Năm 2015, VTGo ra đời. Mục tiêu rất rõ: **khán giả ở đâu thì VTV phải ở đó**. Nếu khán giả đang ở trên internet, thì VTV phải có sản phẩm để họ lên internet vẫn xem được VTV. Theo anh, mốc 2015 là một mốc rất quan trọng, đánh dấu sự chuyển dịch thực sự.

Tuy nhiên, nếu trước đó không có quá trình số hóa dữ liệu, không có việc đưa tư liệu từ kho ra số hóa, thì cũng không thể có gì để đưa lên nền tảng số. Vì ngoài việc xem truyền hình trực tiếp, người dùng còn cần xem video, xem lại, xem tư liệu. Mà những thứ đó phải lấy từ các kho dữ liệu đã được số hóa từ trước.

PV: Như vậy, có phải VTGo ra đời vào năm 2015, còn trước đó thì các nền tảng như YouTube của VTV chưa phát triển rõ không anh?

PVS-BC08: Đúng vậy. Trước đó chưa có theo nghĩa bài bản. Khi anh về làm và phụ trách mảng digital thì mới bắt đầu xây dựng nghiêm túc. Năm 2014 là thời điểm bắt đầu xây YouTube trước, còn Tết 2014–2015 thì bắt đầu triển khai và năm 2015 là VTGo ra mắt lần đầu, có phối hợp với MobiFone, vì lúc đó đã nhìn thấy mobile sẽ bùng nổ.

Anh cũng là người lập những kênh YouTube đầu tiên cho VTV. Những kênh như VTV News, VTV Live, VTV Show... đều là từ giai đoạn đầu tiên đó.

PV: Với VTGo, anh thấy có những giai đoạn phát triển nào là đáng nhớ nhất?

PVS-BC08: Giai đoạn đầu tiên là giai đoạn ra mắt, rất quan trọng. Lúc đó VTGo mới chỉ phục vụ trong nước vì băng thông quốc tế rất đắt, chưa đủ điều kiện để phủ ra nước ngoài.

Giai đoạn thứ hai là giai đoạn “go global”. Đây là một cột mốc rất đáng nhớ. Trước đó, người Việt ở nước ngoài chủ yếu xem được VTV4 qua chảo vệ tinh. Nhưng khi có VTGo, VTV có thể đi thẳng vào từng gia đình ở nước ngoài qua internet. Lúc

đó VTV cũng không cần tiếp tục trả chi phí rất lớn cho phát vệ tinh chỉ để phát một kênh. Nếu anh nhớ không nhầm, khoảng năm 2017 là giai đoạn VTGo thực sự mở rộng ra hàng trăm quốc gia và vùng lãnh thổ.

Giai đoạn thứ ba là giai đoạn hoàn thiện hệ sinh thái. Lúc đầu chỉ là điện thoại, máy tính bảng, máy tính. Nhưng khi Smart TV bùng nổ, thì VTGo chính thức có mặt trên tất cả các nền tảng đó. Tức là người dùng vẫn xem trên màn hình TV lớn trong gia đình, nhưng không phải xem theo kiểu truyền thống nữa, mà xem qua app VTGo. Lúc đó, khái niệm “TV truyền thống” cũng dần mờ đi.

PV: Khi VTGo ra đời và VTV hiện diện trên các nền tảng số, quá trình sản xuất nội dung có thay đổi không, thưa anh?

PVS-BC08: Thay đổi rất nhiều. Lúc đầu VTGo chỉ là một app xem truyền hình. Nhưng bây giờ nó không còn chỉ là một app nữa, mà đang đi theo hướng trở thành một hệ sinh thái, thậm chí là một “super app”.

Khi nền tảng còn nhỏ thì nó chỉ phục vụ xem truyền hình. Nhưng khi người dùng tăng lên, thì rõ ràng nhu cầu không chỉ dừng ở việc xem. Đặc biệt, khi VTGo có mặt trên Smart TV, tức là đã chiếm được màn hình trung tâm của gia đình, thì lúc đó câu chuyện không còn chỉ là xem nữa, mà là cả hệ sinh thái giải trí và dịch vụ trên màn hình đó.

Chiến lược tiếp theo là làm sao để chiếc TV trong gia đình không chỉ để xem, mà còn có thể mua sắm, tương tác, tiếp cận các dịch vụ khác. Vì vậy, VTGo đang dịch chuyển từ một ứng dụng xem truyền hình thành một nền tảng. Anh nhấn mạnh là **platform**, chứ không chỉ là app.

Khi đã là platform, thì phải nghĩ đến chuyện tạo ra “chợ nội dung”. Tức là không chỉ VTV tự sản xuất và đưa nội dung lên, mà còn phải mở ra cho các đơn vị nội dung khác tham gia. Từ đó hình thành cái mà bọn anh gọi là **content hub**. Ví dụ sẽ có những chuyên trang nội dung cho sức khỏe, tài chính, thể thao, ẩm thực, tin tức, hoặc những vùng nội dung riêng cho từng nhóm công chúng, như người cao tuổi, người trẻ...

Ngay trong VTV đã có rất nhiều đơn vị sản xuất nội dung, mỗi đơn vị một phong cách, một thế mạnh. Trước đây, mình không thể biết hết được họ có những gì hay để đưa lên nền tảng. Bây giờ thì phải giao quyền để chính họ xây dựng hệ sinh thái nội dung của mình trên nền tảng chung, đồng thời tạo nguồn thu từ quảng cáo, thuê bao hoặc các mô hình chia sẻ doanh thu. Về logic thì khá giống YouTube, nhưng có kiểm soát và có định hướng rõ hơn.

PV: Như vậy, khi nền tảng mở rộng mạnh như vậy thì bài toán băng thông, lưu trữ, hạ tầng có trở thành áp lực rất lớn không anh?

PVS-BC08: Thực ra phải phân biệt. Băng thông phụ thuộc vào số người xem đồng thời, chứ không phụ thuộc vào số lượng nội dung đưa lên. Còn lưu trữ thì mới phụ thuộc vào khối lượng nội dung.

Bây giờ VTGo không đi theo mô hình đầu tư hạ tầng vật lý như ngày xưa nữa. Bọn anh không sở hữu server vật lý riêng cho toàn bộ hệ thống như cách nghĩ cũ. Mô

hình bây giờ là dùng **điện toán đám mây**, dùng đến đâu trả tiền đến đó. Nguồn thu là theo tháng, chi phí hạ tầng cũng là theo tháng. Như vậy, nó khác hoàn toàn với tư duy đầu tư một cục rất lớn từ đầu rồi chờ nhiều năm mới hoàn vốn.

Ngay từ đầu, tư duy của anh là đi theo cloud. Nếu nói về kỹ thuật truyền hình, anh là một trong những người đầu tiên ở Việt Nam dùng dịch vụ cloud kiểu AWS cho truyền hình. Mô hình này linh hoạt hơn rất nhiều.

Về phân phối nội dung, hiện nay phải dùng nhiều nhà cung cấp dịch vụ khác nhau, kể cả trong nước lẫn quốc tế. Trong nước thì các nhà mạng lớn đều tham gia ở một mức độ nào đó, ví dụ dịch vụ CDN để tối ưu tốc độ cho người dùng theo từng mạng. Ra quốc tế thì phải dùng các nhà cung cấp quốc tế như Amazon, Google hoặc các đối tác phù hợp tại từng thị trường. Có những nước đặc thù thì phải dùng nhà cung cấp bản địa, ví dụ như ở Trung Quốc.

PV: Vậy theo anh, chính sách và pháp lý có phải là một trong những điều kiện rất quan trọng để VTVGo hay các nền tảng số kiểu này phát triển không?

PVS-BC08: Rất quan trọng. Thực ra chính sách ở Việt Nam thường đi sau thực tiễn công nghệ. Chính vì vậy nên luật báo chí hiện nay cũng phải bổ sung những khái niệm mới như kênh số, kinh tế báo chí, các mô hình phát triển digital... Ngày xưa chỉ có khái niệm kênh truyền hình, kênh phát thanh, báo điện tử, chứ chưa ai định nghĩa một “kênh số” đúng nghĩa.

Một điểm nữa là nhận thức của cơ quan quản lý nhà nước đã thay đổi rất nhiều. Trước đây, các nền tảng xuyên biên giới như Facebook, YouTube, Netflix, iQIYI, WeTV... hoạt động rất mạnh, trong khi các nền tảng trong nước lại bị ràng buộc khá nhiều. Bây giờ phải tạo ra một luật chơi công bằng hơn, cởi mở hơn cho những mô hình mới.

Anh nghĩ một dấu hiệu rất rõ là lãnh đạo cấp cao đã nhìn thấy ý nghĩa của những nền tảng như VTVGo. Khi nhận thức ở cấp cao nhất thay đổi, thì các hành lang pháp lý sau đó mới có điều kiện mở ra. Anh rất kỳ vọng sau các điều chỉnh của luật báo chí và các nghị định liên quan, môi trường phát triển cho các nền tảng số trong nước sẽ thuận lợi hơn.

PV: Còn về kinh tế thì sao, thưa anh? VTVGo kiếm tiền như thế nào và bài toán kinh tế của nền tảng số hiện nay khác trước ra sao?

PVS-BC08: Bây giờ tiền không chỉ nằm ở chỗ sản xuất nội dung nữa, mà nằm rất lớn ở tệp người dùng và dữ liệu người dùng. Khi hiểu người dùng thì mình có thể bán quảng cáo trúng đích hơn, hiệu quả cao hơn nhiều so với quảng cáo đại trà.

Ngoài quảng cáo, nền tảng số còn có các mô hình doanh thu khác như **premium content** kiểu VTVGo+, rồi thương mại điện tử, rồi các dịch vụ đi kèm. Tức là mô hình kiếm tiền không còn chỉ có quảng cáo nữa.

VTVGo không đứng độc lập, mà nằm trong cả hệ sinh thái của đài. Từ sóng truyền hình, sang nền tảng số, rồi sang các dịch vụ thương mại điện tử, media commerce... Tức là từ hành vi xem có thể dẫn đến hành vi mua.

Anh lấy ví dụ đơn giản: VTV giới thiệu một sản phẩm rất tốt trên truyền hình, ví dụ như đặc sản nhãn lồng Hưng Yên. Người xem thấy thích và muốn mua. Nếu họ phải ra ngoài tự tìm kiếm trên mạng, rất dễ mua phải hàng giả, hàng kém chất lượng. Vậy tại sao không làm cho quá trình đó “end-to-end”, tức là xem xong có thể bấm mua luôn trên nền tảng đã được kiểm chứng? Đó chính là logic của **media commerce**.

PV: Những hoạt động thương mại như vậy có vướng luật báo chí không anh?

PVS-BC08: Bản chất là nó liên quan đồng thời đến luật báo chí, luật thương mại điện tử và các quy định liên quan. Luật báo chí hiện nay theo hướng mới đã cởi mở hơn với khái niệm kinh tế báo chí, tức là cơ quan báo chí có thể cung cấp một số dịch vụ, hoặc trở thành nơi tích hợp dịch vụ của bên thứ ba. Còn các giao dịch cụ thể thì lại gắn với luật thương mại điện tử.

Nói ngắn gọn là xu hướng đang cởi mở hơn rất nhiều. Vấn đề là đơn vị nào nắm được nền tảng, có tầm nhìn số và biết đi trước thì đơn vị đó có lợi thế.

PV: Nếu nói đến đầu tư, nhiều người sẽ nghĩ phải bỏ ra rất nhiều tiền để xây một nền tảng như VTVGo. Anh có thể chia sẻ góc nhìn của mình không?

PVS-BC08: Bây giờ không còn là mô hình phải đầu tư một cục hạ tầng thật lớn như trước nữa. Tất cả chuyển dần sang mô hình dịch vụ. Dùng cloud, dùng CDN, dùng hạ tầng theo tháng, dùng đến đâu trả tiền đến đó. Vì vậy, bài toán đầu tư bây giờ mềm hơn rất nhiều.

Mô hình hiện nay khác hoàn toàn 10 năm trước. Mười năm trước thì đúng là phải làm từ A đến Z, phải sở hữu nhiều thứ. Còn bây giờ thì linh hoạt hơn, thuê dịch vụ chuyên nghiệp sẽ hợp lý hơn.

PV: Trong quá trình vận hành một nền tảng như vậy, việc kiểm duyệt nội dung được thực hiện thế nào, nhất là khi sau này nền tảng mở rộng cho nhiều đơn vị tham gia?

PVS-BC08: Với nội dung trong đài thì từng đơn vị sản xuất phải chịu trách nhiệm như bình thường. Còn với các đối tác bên ngoài, bọn anh không mở cho bất kỳ ai vô danh vô tính, mà chủ yếu làm việc với các đơn vị có thể “túm được tóc”, tức là có tư cách pháp lý, có trách nhiệm rõ ràng, ví dụ các đài truyền hình, các đơn vị sản xuất nội dung có danh tính rõ.

Về bản chất, đây vẫn là một nền tảng báo chí chính thống, nên câu chuyện kiểm duyệt và chịu trách nhiệm nội dung là bắt buộc.

PV: Bên anh hiện có hệ thống phân tích người dùng cụ thể không? Ví dụ theo độ tuổi, giới tính, thời điểm xem?

PVS-BC08: Có chứ. Muốn làm chủ một platform thì điều rất quan trọng là phải đo được dữ liệu người dùng: người này xem gì, bỏ qua gì, xem lúc nào, ở đâu, trên thiết bị gì... Khi có vài người thì chưa nói lên điều gì, nhưng khi có hàng triệu người thì nó vẽ ra một bức tranh rất rõ.

Kỹ thuật thu thập dữ liệu thì là của mình xây dựng, kết hợp sử dụng các tool của các nhà cung cấp, ví dụ như Google. Quan trọng không chỉ là thu thập, mà là **phân tích**

được đồng dữ liệu đó. Bọn anh có người làm phân tích dữ liệu, có lúc còn thuê cả chuyên gia data scientist.

Theo thống kê của bọn anh, nhóm tuổi 18–24 đang chiếm khoảng 19% người dùng VTVGo trong ngày. Hai nhóm tuổi lớn hơn, 25–34 và 35–44, hiện còn chiếm tỷ trọng cao hơn.

PV: Theo anh, công chúng trẻ có thực sự quay lại với nguồn tin chính thống khi gặp những thông tin nhiễu loạn không?

PVS-BC08: Có. Càng trong bối cảnh thông tin trái chiều thì người ta càng cần đến một nguồn có trust, tức là có tính chính thống, kiểm chứng và bảo chứng. Có những chuyện chưa rõ thật giả, người ta vẫn có tâm lý chờ nguồn chính thống xác nhận rồi mới tin. Không phải là công chúng trẻ không xem các nền tảng chính thống, mà là họ xem theo cách khác trước.

PV: Trong quá trình xây dựng và phát triển VTVGo, thách thức lớn nhất đối với anh là gì?

PVS-BC08: Theo anh, thách thức lớn nhất là thay đổi nhận thức. Đây là chuyện khó nhất.

Luôn luôn có xung đột giữa truyền hình truyền thống và các nền tảng mới. Nhiều người sợ rằng nếu đầu tư mạnh cho nền tảng số thì sẽ làm mất người xem TV truyền thống, mất quảng cáo truyền thống. Nhưng thực tế sau một thời gian mới thấy không hẳn như vậy. Người xem truyền hình truyền thống vẫn xem theo những thời điểm và hoàn cảnh riêng; còn nền tảng số giúp giữ khán giả ở những thời điểm khác. Muốn giữ khán giả 24/7 thì phải có mặt ở mọi nơi họ hiện diện.

Nhận thức này không thay đổi trong ngày một ngày hai. Phải mất nhiều năm, rất nhiều kiên trì.

PV: Có ý kiến cho rằng phải gắn tin tức với giải trí, làm theo các format trendy thì mới kéo được giới trẻ. Quan điểm của anh thế nào?

PVS-BC08: Quan điểm của anh hơi khác. Những thứ như gameshow, format giải trí bùng nổ, event-based, theo trend, có thể rất mạnh trong một vài mùa, nhưng chưa chắc bền. Chúng có tính thời điểm rất rõ. Còn cái VTV đang xây là một nền tảng dài hạn, long-term, platform-based.

Một cơ quan truyền thông trụ cột quốc gia như VTV không thể chỉ chạy theo trend ngắn hạn. VTV phải đi theo chiến lược dài hơi, có tính hạ tầng, có tính nền tảng. Trend thì có thể tận dụng, nhưng không thể lấy đó làm cốt lõi lâu dài.

PV: Trong khảo sát của em, có khoảng 10% sinh viên sẵn sàng trả phí cho nội dung số, còn phần lớn vẫn có xu hướng dùng miễn phí. Anh nhìn câu chuyện này thế nào?

PVS-BC08: Anh nghĩ đây là một ý rất hay. Với sinh viên, chưa chắc phải nghĩ ngay đến chuyện thu tiền. Điều quan trọng hơn có thể là tạo thói quen gắn bó. Tức là họ dùng nền tảng của mình vì thấy nội dung phù hợp, vì hình thành thói quen, rồi sau này khi trưởng thành hơn, có khả năng chi trả cao hơn, họ sẽ trở thành nhóm người dùng trung thành.

Anh hay nghĩ theo kiểu chiến lược dài hạn. Ngày xưa Viettel thành công một phần vì rất sớm nhìn ra nhóm sinh viên. Khi còn trẻ họ dùng gói rẻ, nhưng sau này chính họ lại trở thành lớp khách hàng trung thành khi đã trưởng thành. Với nền tảng nội dung cũng vậy, tuổi trẻ hôm nay là thế giới ngày mai.

PV: Anh có nhắc đến chuyện không chỉ công chúng trẻ, mà cả người cao tuổi cũng là một nhóm rất đáng chú ý?

PVS-BC08: Đúng vậy. Nhiều người cứ mặc định giới trẻ là nhóm thạo internet nhất, nhưng anh không hoàn toàn đồng ý. Người cao tuổi bây giờ dùng internet cũng rất nhiều, thậm chí rất mạnh. Các cụ lên YouTube, TikTok, Facebook rất thường xuyên.

Trong khi đó, đây lại là nhóm đang bị bỏ quên. Việt Nam đang già hóa rất nhanh. Đến một thời điểm, đây sẽ là một tệp công chúng rất lớn: họ có thời gian, có tiền, nhưng thiếu sự gắn kết và nội dung phù hợp. Bọn anh gọi đó là “thế hệ bạc”. Đây cũng là một hướng mà VTVGo đang nghĩ đến: xây dựng hệ sinh thái nội dung phù hợp cho người cao tuổi, từ sức khỏe, đời sống tinh thần, Phật pháp, đến bình luận thời sự, chính trị... Tức là không chỉ lo cho người trẻ, mà phải nghĩ cả cho cấu trúc công chúng trong tương lai.

PV: Dữ liệu người dùng và hạ tầng công nghệ như vậy thì ai là người dẫn dắt câu chuyện công nghệ trong một mô hình như VTVGo?

PVS-BC08: Theo anh, người lead công nghệ không thể đứng ngoài cuộc. Phải là người sống cùng sản phẩm, hiểu sản phẩm, hiểu công nghệ, hiểu cả nhà cung cấp. Riêng với câu chuyện tìm nhà cung cấp, đối tác, giải pháp công nghệ, bản thân anh là người trực tiếp làm rất nhiều.

Muốn báo chí tiếp cận được đúng tệp công chúng, đặc biệt là những tệp mới, thì ngoài nội dung, yếu tố quyết định là công nghệ. Nội dung tốt là điều kiện cần, nhưng để đưa đúng nội dung đến đúng người, đúng lúc, đúng nhu cầu thì cái “ở giữa” chính là công nghệ.

Mã phỏng vấn: PVS-BC09

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-BC09
- **Nhóm vị trí công tác:** Lãnh đạo cơ quan báo chí phát thanh
- **Thời điểm tham gia lãnh đạo cơ quan:** Năm 2016

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Anh có thể chia sẻ khái quát về quá trình chuyển đổi số của Đài Tiếng nói Việt Nam không?

PVS-BC09: Đài Tiếng nói Việt Nam thực hiện chuyển đổi số khá sớm. Trước hết, về dữ liệu, đài có một kho tư liệu âm thanh rất lớn và rất quý, trong đó có nhiều bản ghi lịch sử, như các bài phát biểu của Chủ tịch Hồ Chí Minh và các đồng chí lãnh đạo Đảng, Nhà nước. Vì Đài ra đời từ năm 1945 nên cũng là một trong những nơi lưu trữ sớm nhất các tư liệu âm thanh có giá trị đặc biệt. Chính vì vậy, việc số hóa kho dữ liệu này đã được Đài triển khai từ khá sớm.

Nếu nhìn theo tiến trình cụ thể, có thể nói quá trình chuyển đổi số của Đài bắt đầu từ năm 1995, khi Đài đưa vào khai thác các trạm máy vi tính để viết tin, bài thay cho máy đánh chữ. Năm 1999, trước sự phát triển nhanh chóng của internet, Đài cho ra mắt Báo điện tử VOV tại địa chỉ vov.org.vn bằng tiếng Việt và tiếng Anh, với mục tiêu “nối dài cánh sóng VOV” đến mọi miền đất nước và nhiều khu vực trên thế giới.

Từ năm 2003, Đài bắt đầu sử dụng rộng hệ thống máy tính và từng bước số hóa các studio trong dây chuyền sản xuất và truyền dẫn phát thanh, trước hết là đối nội, sau đó là đối ngoại. Việc đưa vào khai thác hệ thống tổng khống chế và các studio theo công nghệ digital có thể coi là một cuộc cách mạng về công nghệ của VOV. Đến năm 2007, Đài bắt đầu số hóa toàn bộ kho lưu trữ âm thanh với hàng nghìn giờ tư liệu quý từ thời kháng chiến chống Pháp và nhiều giai đoạn sau đó. Khoảng năm 2010, VOV cơ bản hoàn thành giai đoạn số hóa dây chuyền sản xuất, từ khâu thu thập tin, bài đến sản xuất chương trình trong studio, lưu trữ và phát sóng.

Đến những năm 2015–2016 thì về cơ bản nhiều kho dữ liệu lớn đã được số hóa khá đầy đủ. Sau đó, Đài còn hợp tác, hỗ trợ một số nơi khác trong việc này.

PV: Theo anh, vì sao VOV phải chuyển đổi số sớm như vậy?

PVS-BC09: Lý do rất rõ: công chúng ngày càng có nhiều lựa chọn. Nếu một cơ quan báo chí không thay đổi, từ khâu sản xuất nội dung đến phân phối nội dung trên các nền tảng mới, thì rất khó tiếp cận công chúng. Với phát thanh, nếu so với truyền hình thì đúng là truyền hình có lợi thế hơn về mặt hình ảnh. Nhưng điều đó không có nghĩa là phát thanh không còn chỗ đứng. Vấn đề là phải tìm ra lợi thế riêng của phát thanh trong bối cảnh mới.

Ví dụ rất rõ là VOV Giao thông. Ở các đô thị lớn như Hà Nội, TP.HCM, khi người dân đang ở trên đường, đang lái xe, họ không thể đọc báo hay xem truyền hình, nhưng họ có thể nghe phát thanh. Ngày nay họ không chỉ nghe qua radio truyền thống mà còn nghe qua điện thoại thông minh, nghe trên các nền tảng số. Chính nhu cầu ấy buộc Đài phải thay đổi cách sản xuất, phân phối nội dung và tận dụng công nghệ số để giữ công chúng.

Trước đây, chương trình của Đài chủ yếu được truyền qua sóng, phải dựa vào hệ thống trạm phát thanh rất lớn, thậm chí có lúc còn thuê cả một số trạm ở nước ngoài. Nhưng khi chuyển sang các nền tảng công nghệ mới, nội dung có thể được đưa lên hệ thống số để phân phối, nhờ đó vừa giảm chi phí, vừa tiện lợi, đồng thời giúp Đài chủ động hơn trong việc làm chủ thông tin của mình.

PV: Anh về Đài năm 2016. Khi đó, đâu là mốc thay đổi lớn mà anh cho là quan trọng nhất?

PVS-BC09: Khi về nhận nhiệm vụ năm 2016, điều đầu tiên tôi nghĩ là phải huy động trí tuệ tập thể để nhìn lại Đài một cách thực chất: mặt nào là ưu điểm cần phát huy, mặt nào là hạn chế, yếu kém, thậm chí tụt hậu thì phải thẳng thắn nhìn nhận để khắc phục. Từ đó, Đài xây dựng chiến lược phát triển thành một cơ quan truyền thông đa loại hình,

đa nền tảng, chuyên nghiệp và hiện đại. Chiến lược này không phải làm trong một thời điểm ngắn, mà được thực hiện xuyên suốt cả quá trình cho đến hiện nay.

Trong giai đoạn đó, Đài thay đổi khá mạnh, vừa đầu tư cho chất lượng nội dung, vừa đầu tư cho kỹ thuật, công nghệ và các nền tảng phân phối. Nhờ vậy, thương hiệu của Đài có những mặt được nâng lên rất rõ.

PV: Anh có thể nêu một ví dụ cụ thể về một dấu mốc đáng nhớ trong quá trình đó không?

PVS-BC09: Một dấu mốc mà tôi nhớ rất rõ là ASIAD 18 năm 2018. Khi đó, Truyền hình Việt Nam không mua bản quyền ASIAD. Tôi đang đi công tác ở Đà Nẵng, trong một buổi gặp gỡ, có ý kiến đặt ra câu hỏi: tại sao một sự kiện thể thao lớn như vậy mà Việt Nam lại không có bản quyền để phục vụ người dân? Lúc đó tôi nghĩ mình phải làm.

Ngay trong đêm, tôi gọi điện chỉ đạo anh em đàm phán. Công ty bán bản quyền là công ty của Hàn Quốc nhưng đặt trụ sở ở Mỹ, nên phải tranh thủ chệnh lệch múi giờ để làm việc ngay. Tôi nói với anh em cứ 30 phút báo lại một lần để tôi quyết định kịp thời, kể cả về giá. Đến gần sáng thì về cơ bản đàm phán xong. Sáng hôm sau tôi bay chuyến sớm nhất về Hà Nội để trực tiếp chỉ đạo triển khai.

Cuối cùng, Đài mua được bản quyền với mức hơn 2 triệu USD. Kinh phí có sự đồng hành của một số doanh nghiệp như Vingroup, Viettel và một số đơn vị khác. Nhưng điều quan trọng là sau đó Đài không giữ riêng cho mình, mà chia sẻ cho nhiều đài trong cả nước cùng sử dụng, kể cả Truyền hình Việt Nam, với điều kiện không được cắt quảng cáo gốc để chèn quảng cáo khác vào. Kết quả là hàng chục đài phát thanh - truyền hình địa phương, cùng nhiều kênh như Truyền hình Quốc hội, Quốc phòng, An ninh... đều được tiếp sóng. Về kinh tế, Đài vẫn có lãi nhờ phần quảng cáo; còn về thương hiệu thì đây là một dấu mốc cho thấy nếu quyết tâm, có chiến lược và có tổ chức tốt thì cơ quan báo chí vẫn có thể tạo đột phá rất lớn.

PV: Ngoài chuyển đổi kỹ thuật, theo anh, nội dung và mô hình tổ chức của Đài thay đổi như thế nào?

PVS-BC09: Thực ra, trước khi tôi về thì những người đi trước đã làm nhiều việc rồi. Nhưng trong giai đoạn tôi tham gia lãnh đạo, Đài đẩy mạnh hơn việc tổ chức lại mô hình sản xuất nội dung cho phù hợp với cách làm báo hiện đại, hội tụ hơn.

Ví dụ, tôi tái lập lại **Ban Văn học nghệ thuật**. Đây là mảng có truyền thống rất sâu sắc ở Đài Tiếng nói Việt Nam. Trong lịch sử, ngoài tin tức - thời sự, thì các chương trình văn học nghệ thuật như *Tiếng thơ*, *Độc truyện đêm khuya* có vai trò rất lớn trong việc bồi dưỡng tâm hồn, nhân cách, lý tưởng cho công chúng. Tôi cho rằng muốn phát triển một cơ quan báo chí toàn diện thì không thể coi nhẹ mảng này.

Thứ hai, tôi đưa bộ phận tin tức trở lại gắn chặt với Ban Thời sự. Trước đó có một trung tâm tin tách ra riêng, nhưng như thế làm cho thông tin bị chậm. Trong khi Đài có tới 13 cơ quan thường trú ở nước ngoài, tin tức quốc tế, thời sự từ các nơi đổ về rất nhanh, nếu không tổ chức phân phối hợp lý thì tin sẽ “nguội”. Khi nhập về Ban Thời sự,

việc xử lý và phân phối tin trên phát thanh, truyền hình, báo điện tử và các nền tảng khác nhanh và hiệu quả hơn nhiều.

Ngoài ra, tuy nói là làm phát thanh nhưng thực tế các phòng thu hiện nay đều có camera, có thể ghi hình, ghi âm, phát trực tiếp, livestream và tương tác với công chúng. Hệ thống kỹ thuật không còn là những phòng phát thanh khép kín như trước đây mà đã được “mở ra” theo hướng hội tụ. Từ một phòng thu, có thể đồng thời phát trên radio truyền thống, YouTube, Facebook hay ứng dụng VOV LIVE.

PV: Theo anh, sự tương tác với công chúng trong môi trường số có ý nghĩa như thế nào đối với VOV?

PVS-BC09: Rất quan trọng. Trong môi trường truyền thông hiện nay, công chúng không còn chỉ là người tiếp nhận thụ động nữa. Nhiều khi họ trở thành một phần của chương trình, đồng hành với Đài, thậm chí như “người của Đài”.

Ví dụ điển hình là VOV Giao thông. Đây là một kênh tương tác rất mạnh. Người đang lưu thông trên đường chính là người cung cấp thông tin trực tiếp cho Đài: chỗ nào tắc đường, chỗ nào có va chạm, sự cố, tai nạn... Họ vừa là công chúng, vừa là nguồn tin, vừa trực tiếp tham gia vào quá trình lan truyền thông tin. Có thể gọi đó là biểu hiện rất rõ của báo chí công dân trong môi trường phát thanh hiện đại.

Có những sự việc rất cụ thể cho thấy hiệu quả của mô hình này. Chẳng hạn, một vụ bắt cóc trẻ em từ Hà Nội sang Bắc Ninh vào khoảng năm 2016, chính mạng lưới lái xe taxi, người tham gia giao thông và hệ thống tương tác của VOV Giao thông đã góp phần hỗ trợ rất tốt trong quá trình phát hiện, phối hợp báo công an và tìm ra đứa trẻ.

Đời sống xã hội có rất nhiều vấn đề mà người dân quan tâm. Nếu chương trình phát thanh biết mở kênh tương tác, biết để công chúng cùng trao đổi, cùng phản ánh, thì khoảng cách giữa Đài và công chúng sẽ rất gần. Người dân không chỉ nghe mà còn gửi thông tin, góp ý, thậm chí trở thành cộng tác viên rất hiệu quả.

PV: Các nền tảng số cụ thể của VOV được phát triển ra sao, thưa anh?

PVS-BC09: Báo điện tử VOV thì đã có từ trước, nhưng sau này tiếp tục được nâng cấp, cả về cơ sở vật chất lẫn thiết bị. Ngoài website, Đài phát triển đồng bộ nhiều nền tảng như VOV Media, VOV LIVE, Báo điện tử VOV, VTC News... tạo thành một hệ sinh thái số khá đầy đủ.

Về phát thanh trực tuyến, từ tháng 7/2011, Báo điện tử VOV đã thử nghiệm phát thanh trực tuyến theo yêu cầu đối với hai chương trình thời sự chính trong ngày của VOV1 cùng các bản tin bằng nhiều thứ tiếng. Sau đó, số lượng người nghe VOV trên internet tăng mạnh, dẫn tới việc vov.vn cung cấp 6 kênh phát thanh trực tuyến, bao gồm tiếng Việt, các tiếng dân tộc và nhiều tiếng nước ngoài.

Về nền tảng mạng xã hội, trong thời gian tôi làm lãnh đạo, Đài đã phát triển Facebook, YouTube, Zalo. TikTok hiện nay lúc đó thì chưa có như một nền tảng chính thức mạnh. Ngay cả Facebook của Tổng Giám đốc khi đó cũng được dùng như một kênh quảng bá cho những chương trình hay của Đài.

Ngoài ra, Đài còn đẩy mạnh podcast. Là cơ quan báo chí chuyên sâu về âm thanh và giọng nói, VOV nhận thấy công chúng hiện nay đang có xu hướng quay lại với nhu cầu “nghe”, nên nhiều kênh podcast chuyên biệt được phát triển mạnh, như *Sự kiện luận bàn*, *Chill thể thao*, *Độc truyện*, *Chuyện thầm kín*, *Tư vấn*... và đã thu hút hàng triệu lượt nghe trên các nền tảng số.

PV: Theo anh, đâu là thế mạnh riêng của phát thanh trong bối cảnh số hóa hiện nay?

PVS-BC09: Tôi cho rằng phát thanh vẫn có một lợi thế rất riêng, kể cả trong thời đại số. Có những nhóm công chúng mà các loại hình khác không thực sự phù hợp bằng phát thanh, như người lái xe trên đường, người lao động chân tay, người khiếm thị, người ở vùng sâu vùng xa, biên giới, hải đảo, hay những nơi điều kiện kết nối còn hạn chế. Một chiếc điện thoại thông minh hôm nay có thể trở thành một chiếc radio di động, và nhờ internet thì phát thanh có thể vượt qua giới hạn không gian truyền thống để tiếp cận công chúng toàn cầu.

Ngày nay, một bản tin không chỉ phát trên sóng phát thanh rồi kết thúc. Nó có thể được phát trực tiếp, được lưu lại để nghe lại, được cắt thành clip ngắn, được đưa lên YouTube, Facebook, ứng dụng, podcast... Như vậy, cùng một dòng nội dung gốc có thể được tái định dạng để phân phối theo nhiều cách khác nhau cho nhiều loại công chúng khác nhau.

PV: Trong chuyển đổi số của VOV, con người có vai trò như thế nào?

PVS-BC09: Rất quan trọng. Công nghệ dù hiện đại đến đâu thì con người vẫn là yếu tố trung tâm quyết định việc vận hành và hiệu quả sử dụng. Hằng năm, Đài tổ chức nhiều khóa tập huấn cho phóng viên, biên tập viên, kỹ thuật viên trong Đài, đồng thời hỗ trợ đào tạo cho các đài phát thanh - truyền hình địa phương, để mọi người làm chủ được công nghệ mới, biết cách sản xuất nội dung đa nền tảng. Nhiều lớp mời cả chuyên gia giỏi từ châu Á, châu Âu đến trao đổi kinh nghiệm.

Chuyển đổi số không chỉ là mua sắm thiết bị, mà còn là thay đổi tư duy, thay đổi quy trình, thay đổi kỹ năng làm nghề.

PV: Đài hiện có ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong hoạt động báo chí không, thưa anh?

PVS-BC09: Có. Hiện nay, Đài đã bắt đầu ứng dụng AI ở một số công đoạn như chuyển giọng nói thành văn bản, hỗ trợ sản xuất nội dung, khai thác kho tư liệu... Đài cũng đang từng bước huấn luyện AI để dựng lại giọng đọc của các phát thanh viên huyền thoại như Tuyết Mai, Hoàng Yến, Kim Cúc, Hà Phương... nhằm phục vụ một số chương trình chính luận, văn nghệ, đọc truyện đêm khuya. Đây là hướng đi vừa có giá trị công nghệ, vừa có giá trị văn hóa, ký ức và thương hiệu.

PV: Nếu khái quát lại, theo anh, mục tiêu cuối cùng của chuyển đổi số ở VOV là gì?

PVS-BC09: Theo tôi, mục tiêu cuối cùng là xây dựng một hạ tầng truyền thông “không khoảng cách”, từ phòng thu của Đài đến máy tính, radio, điện thoại của người nghe; từ làng quê, miền núi, hải đảo đến cộng đồng người Việt ở nước ngoài, VOV vẫn có mặt. Chuyển đổi số không phải để thay thế hoàn toàn phát thanh truyền thống, mà để

mở rộng sức sống của phát thanh, làm cho Tiếng nói Việt Nam, văn hóa Việt Nam được kết nối nhanh hơn, rộng hơn và gần gũi hơn với công chúng trong nước và quốc tế.

Mã phỏng vấn: PVS-BC10

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-BC10
- **Nhóm vị trí công tác:** Lãnh đạo cơ quan báo chí trung ương
- **Lĩnh vực chuyên môn:** Quản trị tòa soạn, đổi mới sản phẩm báo chí, chuyển đổi số, phát triển công chúng trẻ

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Trong quá trình lãnh đạo cơ quan báo chí, anh đặc biệt chú trọng việc khai thác dữ liệu, tư liệu lịch sử và đóng gói lại thành sản phẩm số. Anh có thể chia sẻ rõ hơn về định hướng này không?

PVS-BC10: Ở cơ quan chúng tôi có rất nhiều tư liệu quý, nhưng nếu chỉ để nằm trong kho dữ liệu thì giá trị của nó chưa được phát huy đầy đủ. Ví dụ, chúng tôi có hơn 1.200 bài viết của Chủ tịch Hồ Chí Minh đăng trên báo. Trước đây đã từng làm thành ba tập sách, nhưng khi tôi về đây, tôi nghĩ rằng như vậy vẫn chưa đủ. Nếu chỉ in thành sách thì việc tiếp cận của công chúng, nhất là công chúng trẻ, sẽ rất hạn chế. Vì vậy, tôi đặt vấn đề phải dựng thành một trang chuyên đề, tập hợp toàn bộ các bài viết đó, vừa có bản PDF, vừa có bản text, để người dùng có thể tìm kiếm, tra cứu và sử dụng thuận tiện hơn.

Từ cách làm đó, chúng tôi tiếp tục xây dựng các chuyên trang khác, như trang về Tổng Bí thư Nguyễn Văn Linh với loạt bài “Những việc cần làm ngay”, rồi trang về Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng, tập hợp hàng nghìn bài viết, tư liệu và các chỉ đạo lớn của đồng chí trong nhiều lĩnh vực như đối ngoại, quốc phòng, xây dựng Đảng... Gần đây, chúng tôi còn làm trang Net Zero với tầm nhìn vận hành lâu dài đến năm 2050, tổng hợp cả kinh nghiệm quốc tế, kinh nghiệm trong nước, chính sách, bài học thực tiễn... Sắp tới nữa là trang về biển đảo Việt Nam, trong đó sẽ tích hợp hồ sơ, chứng cứ, bản đồ, vấn đề phát triển kinh tế biển, bài hát về biển, video... Tất cả những dữ liệu đó thực ra đều có sẵn, nhưng nếu không làm sạch, không đóng gói tốt, không tổ chức lại để người dùng dễ tiếp cận, thì rất khó phát huy giá trị.

Theo tôi, trong kỷ nguyên số, không chỉ dữ liệu quan trọng mà **cách đóng gói dữ liệu** cũng cực kỳ quan trọng. Có dữ liệu rồi nhưng phải tổ chức lại thành sản phẩm, thành không gian tra cứu, thành chuyên đề mà công chúng có thể chủ động tìm đến.

PV: Trong quá trình đổi mới như vậy, anh có gặp khó khăn về tư tưởng hay tâm lý trong nội bộ không?

PVS-BC10: Có chứ, nói là không thì không đúng. Nhưng tôi luôn quan niệm rằng mình là người đứng đầu thì phải dám chịu trách nhiệm và phải làm bằng được. Khi bắt đầu đổi mới, chắc chắn sẽ có những người ngại thay đổi. Có người nghĩ rằng mọi thứ đang bình thường, công việc đang ổn, thu nhập như thế, tại sao lại phải làm nhiều hơn. Có người lại không thống nhất với quan điểm đổi mới. Chẳng hạn, có người cho rằng báo

Đảng thì chỉ nên phục vụ chi bộ, đảng viên, không cần hướng ra toàn dân. Tư tưởng như vậy không chỉ có ở những người lớn tuổi, mà cả người trẻ cũng có.

Ngoài ra, cũng có những người đơn giản là chưa hiểu cách làm mới. Khi họ chưa quen, họ có thể không thích, hoặc thậm chí phản ứng. Nhưng theo tôi, điều quan trọng là phải làm sao để số người đồng tình ngày càng tăng lên, số người phản đối ngày càng giảm đi. Không thể đòi hỏi thay đổi mà không có va chạm. Đó là chuyện rất bình thường.

Tuy nhiên, kết quả cuối cùng cho thấy đổi mới là đúng. Năm 2021, khi tôi về, có thể nói chuyển đổi số ở đơn vị gần như từ con số rất thấp. Nhưng đến năm 2024, đơn vị đã được xếp loại xuất sắc về chuyển đổi số; năm 2025 tiếp tục ở mức xuất sắc, thậm chí còn cao hơn. Trong bảng xếp hạng top 10, thứ hạng cũng được cải thiện thêm. Điều đó cho thấy nếu kiên trì và có chiến lược rõ, thì thay đổi sẽ tạo ra kết quả thực chất.

PV: Em thấy ở anh có một định hướng rất rõ về việc đưa công nghệ vào báo chí. Vì sao anh đặc biệt coi trọng công nghệ như vậy?

PVS-BC10: Tôi thuộc nhóm tổng biên tập hiếm hoi có nền tảng công nghệ tương đối sâu. Tôi học lập trình từ rất sớm, từ những năm 1996–1997 ở Nhật, thời còn lập trình rất sơ khai. Chính vì vậy, tôi luôn nhìn thấy vai trò sống còn của công nghệ đối với báo chí hiện đại.

Từ năm 2025, khi tôi nói nhiều về công nghệ, không phải ai cũng đồng tình. Có người còn cho rằng tôi quá thiên về công nghệ. Nhưng thực tế là bây giờ, nếu báo chí không có công nghệ thì rất khó tồn tại và cạnh tranh. Công nghệ không phải để trang trí, mà là công cụ nền tảng để tổ chức sản xuất, phân phối nội dung, hiểu công chúng, đo lường hiệu quả, tạo sản phẩm mới, đồng thời mở ra những mô hình kinh tế báo chí mới.

Vì vậy, ở đơn vị, chúng tôi luôn dành nguồn lực đáng kể cho công nghệ. Hiện nay, chúng tôi đang tiếp tục xây dựng các dự án lớn liên quan đến dữ liệu lớn, AI, và nhiều ứng dụng công nghệ mới. Chúng tôi cũng hướng tới trở thành một trong những tòa soạn hiếm hoi sử dụng AI một cách bài bản. Bên cạnh việc hợp tác với các đối tác công nghệ để triển khai, chúng tôi còn đầu tư mạnh vào đào tạo. Có thời điểm, chúng tôi cử phóng viên, biên tập viên đi học AI ở nước ngoài; đồng thời tổ chức đào tạo cho khoảng 100 người trong cơ quan về các công cụ như NotebookLM, ChatGPT và nhiều công cụ AI khác. Ở quy mô rộng hơn, chúng tôi còn triển khai chương trình đào tạo AI cho hàng nghìn nhà báo trên toàn quốc, với mục tiêu trong thời gian tới sẽ mở rộng lên khoảng 10.000 người.

PV: Anh được nhiều người nhắc đến như một trong những người tiên phong đưa infotainment vào báo chí chính thống, đặc biệt qua Rap News. Khi quyết định triển khai Rap News, anh có nghiên cứu gì về giới trẻ hay sinh viên không?

PVS-BC10: Ý tưởng Rap News đến với tôi theo một cách khá đặc biệt. Trong một hội nghị quốc tế ở Marseille, tôi xem một nhóm ở châu Phi sử dụng nhạc rap để tuyên truyền chính trị. Khi xem, tôi nghĩ rằng nếu họ dùng rap để truyền thông điệp chính trị thì tại sao mình không dùng rap để làm bản tin?

Ngay từ rất sớm, tôi đã có một mối quan tâm lớn đến công chúng trẻ. Tôi luôn cho rằng người trẻ giống như một tờ giấy trắng: nếu mình tác động sớm, đúng cách, họ sẽ hình thành nhận thức đúng đắn. Còn với người lớn tuổi, nhiều quan điểm đã định hình rồi, nên thay đổi khó hơn rất nhiều. Vì thế, từ khi làm báo điện tử và sau này xây dựng sản phẩm mới, tôi luôn nghĩ đến việc làm sao để tiếp cận người trẻ.

Nói thật là khi làm Rap News, tôi không có một khảo sát định lượng cụ thể riêng cho sinh viên hay giới trẻ. Nhưng không phải là nghĩ gì làm nấy. Tôi có trao đổi với một lãnh đạo phụ trách YouTube ở Hồng Kông về ý tưởng này. Tôi hỏi nếu tôi muốn nhắm đến giới trẻ mà làm theo hướng kết hợp âm nhạc với tin tức thì sao. Câu trả lời là: nếu chỉ làm news thuần túy thì không hút được giới trẻ; nếu chỉ làm nhạc thuần túy thì cũng không thể cạnh tranh được với thị trường âm nhạc. Nhưng nếu kết hợp âm nhạc với tin tức, thì đó là một hướng rất mạnh. Tức là tôi vẫn có sự tham vấn chuyên gia, chứ không hoàn toàn làm theo cảm tính.

PV: Khi Rap News ra đời, phản ứng ban đầu của công chúng như thế nào, thưa anh?

PVS-BC10: Ban đầu, ngay cả chúng tôi cũng không hình dung được sức lan tỏa của nó lớn như vậy. Số đầu tiên được chuẩn bị nhân dịp kỷ niệm 5 năm thành lập đơn vị. Vì cách làm quá mới nên tôi cũng khá lo, nhất là với nhóm công chúng lớn tuổi. Ban đầu tôi định đến đúng buổi kỷ niệm mới tung ra. Nhưng rồi lại nghĩ nếu đợi đến sự kiện mà công chúng không đón nhận thì rất phí. Vậy nên tôi quyết định đăng lên YouTube trước khoảng 24 tiếng.

Khoảng 3 giờ chiều đăng, tôi đang ăn cơm thì điện thoại reo liên tục vì mọi người báo là trên mạng đang chia sẻ rất mạnh. Chỉ trong 24 giờ đầu đã có khoảng 500.000 lượt xem; 24 giờ sau đó thêm 500.000 lượt nữa, tức là chạm mốc 1 triệu lượt xem rất nhanh. Thời điểm đó, đây là con số rất đặc biệt đối với một sản phẩm báo chí chính thống.

Sau đó, nhiều cơ quan báo chí quốc tế liên hệ để phỏng vấn về mô hình này. Từ đó, chúng tôi quyết định làm định kỳ hai tuần một số. Về sau, Rap News đoạt giải vàng quốc tế, và tôi còn đi nhiều nơi trên thế giới để thuyết trình về mô hình này.

PV: Việc xây dựng ê-kíp cho Rap News khi đó được triển khai ra sao?

PVS-BC10: Câu chuyện tìm ê-kíp cũng rất thú vị. Tôi nhờ những người am hiểu trong giới âm nhạc tìm cho một ban nhạc phù hợp. Nhưng yêu cầu của tôi rất rõ: phải hát tốt nhưng chưa quá nổi tiếng. Nhiều người ngạc nhiên, vì thông thường ai cũng muốn chọn người nổi tiếng để hút khán giả. Nhưng tôi nghĩ khác: nếu quá nổi tiếng thì công chúng sẽ chỉ nhìn vào người biểu diễn, mà không chú ý đủ đến nội dung bản tin.

Cuối cùng, chúng tôi tìm được Da LAB và một nhóm nữ khác. Đáng tiếc nhóm nữ đó sau này không tiếp tục được. Khi trao đổi với Da LAB, tôi nói thẳng là nếu làm tốt, chỉ cần số đầu tiên thôi là các bạn sẽ nổi tiếng. Lúc đó các bạn đã hoạt động underground khoảng 5–6 năm nhưng chưa thực sự được biết đến rộng rãi.

Số đầu tiên làm rất vất vả: không có nhiều kinh phí, phòng thu phải đi mượn, trang phục, make-up đều tự xoay xở trong nội bộ. Beat thì chúng tôi mua bản quyền hẳn hoi, làm rất nghiêm túc. Và đúng là sau số đầu tiên, hiệu ứng bùng nổ. Sau gần một năm

thì sản phẩm đoạt giải quốc tế. Về sau, khi Da LAB lên sóng truyền hình, chính họ cũng khẳng định rằng cơ hội bước ngoặt đến với họ từ Rap News.

PV: Rap News chắc chắn cũng gặp ý kiến trái chiều?

PVS-BC10: Có chứ. Có người rất ủng hộ, nhưng cũng có người bắn khoăn, nhất là với những số đề cập đến thiên tai, đau thương, mất mát. Có ý kiến đặt câu hỏi: tại sao lại dùng rap để nói về những vấn đề như vậy? Tôi trả lời rất rõ rằng âm nhạc không chỉ dành cho niềm vui. Bản thân rap, ở nhiều nơi trên thế giới, xuất phát từ việc kể những nỗi đau, những bất công, những tiếng nói của các nhóm yếu thế. Quan trọng không phải là hình thức nào, mà là mình dùng hình thức đó như thế nào.

Tôi luôn cho rằng rất khó ép người trẻ bật TV, mở radio hay vào website báo chí chính thống chỉ vì mình muốn họ làm như vậy. Nhưng nếu họ thấy một sản phẩm âm nhạc hấp dẫn, rồi từ đó quan tâm đến một vấn đề chính trị - xã hội, thì họ sẽ tự tìm đến báo chí để đọc sâu hơn. Và thực tế cho thấy Rap News đã làm được điều đó.

Sau vài năm, sức nóng của Rap News giảm dần, Da LAB cũng chuyển sang hoạt động chuyên nghiệp với cường độ cao hơn. Nhưng chúng tôi vẫn tiếp tục làm những số chuyên đề, đặc biệt là những số như chống tin giả năm 2020, và sau đó lại tiếp tục đoạt giải quốc tế.

III. Đổi mới trong cơ quan báo chí truyền thống

PV: Khi anh chuyển sang một cơ quan báo chí có hình ảnh truyền thống, thậm chí có phần khô, anh đã làm thế nào để thay đổi tư duy và lôi kéo đội ngũ cùng đổi mới?

PVS-BC10: Khi tôi về đơn vị mới, tôi chỉ đi một mình, không mang theo ê-kíp hay bộ máy thân cận nào cả. Nhiều người khuyên tôi nên ngồi yên vài tháng, thậm chí một năm, để quan sát trước. Nhưng tôi không có thói quen đó. Quan điểm của tôi là nếu mình đến một nơi mới mà không nhanh chóng tạo ra dấu ấn, thì sẽ rất khó tạo niềm tin vào năng lực đổi mới.

Ngay ngày đầu tiên tôi đã bắt đầu triển khai ý tưởng mới. Tôi nhận ra rằng mỗi cơ quan báo chí truyền thống đều có những thế mạnh riêng, chỉ là lâu nay chưa được khai thác đúng cách. Ví dụ, có những mối quan hệ rất tốt với giới văn nghệ sĩ, với địa phương, với hệ thống chính trị - xã hội... Nếu biết khai thác, đó lại là nguồn lực cực lớn.

Có lần một đồng nghiệp từ nơi khác hỏi tôi: làm sao thay đổi được một nền văn hóa đã quá quen với cách làm cũ? Tôi nói rằng trong mỗi con người đều có ngọn lửa, chỉ là mình có khơi lên được hay không. Có người chủ động, có người e dè, nhưng nếu tạo được môi trường phù hợp và chứng minh rằng cách làm mới hiệu quả hơn, thì dần dần nhiều người sẽ thay đổi.

Về nội dung và hình thức, chúng tôi đổi rất nhiều: từ việc bỏ những thói quen cũ như phiên âm tên nước ngoài theo kiểu cũ, đến việc thiết kế lại toàn bộ báo in, tăng cỡ chữ cho dễ đọc, tăng ảnh, làm lại layout cho gọn gàng hơn. Tôi không làm theo kiểu quá phức tạp, thuê cả đơn vị ngoài vào rồi nghiên cứu hàng tháng trời. Nhiều việc chỉ cần ngồi với đội thiết kế, vẽ ra, sửa trực tiếp và làm rất nhanh.

Đối với báo điện tử cũng vậy. Báo điện tử ở đây thực ra ra đời rất sớm, nhưng cách làm cũ thì không đủ để thu hút công chúng mới. Không thể cứ lấy nội dung báo in rồi chuyển sang điện tử là xong. Tôi đổi mạnh cách làm social, cách vận hành Facebook, sau đó mở TikTok. Có người hỏi tại sao một cơ quan báo chí như vậy lại lên TikTok. Nhưng thực tế là TikTok giúp tiếp cận rất mạnh, có những nội dung lên vài triệu lượt xem rất tự nhiên. Chỉ sau một thời gian ngắn, lượng follower trên Facebook tăng từ vài chục nghìn lên vài trăm nghìn.

IV. Các sản phẩm, sự kiện và chiến lược tiếp cận công chúng

PV: Em thấy ở anh, tinh thần infotainment không chỉ dừng ở Rap News mà còn tiếp tục trong nhiều sản phẩm sau này, như phụ san lịch sử, triển lãm, concert quốc gia... Anh có thể chia sẻ thêm?

PVS-BC10: Tôi không dùng khái niệm infotainment theo nghĩa làm nhẹ nội dung chính trị, lịch sử, mà là làm sao để nội dung chính thống được truyền tải bằng hình thức hấp dẫn hơn, để công chúng, nhất là công chúng trẻ, chủ động tìm đến.

Ví dụ, với dịp 70 năm Chiến thắng Điện Biên Phủ, chúng tôi không chỉ làm một website tập hợp hàng trăm, hàng nghìn bài viết. Nếu như vậy thì lại giống các nơi khác. Chúng tôi nghĩ ra mô hình “nhật ký chiến trường 56 ngày đêm”, tức là dựng thành 56 trang, mỗi ngày tương ứng với một lát cắt lịch sử, để người xem có thể lật từng ngày như đang đi cùng chiến dịch. Chúng tôi phối hợp với Viện Lịch sử quân sự để làm rất công phu.

Sau đó, từ cảm hứng tại Bảo tàng Chiến thắng Điện Biên Phủ, tôi nghĩ ra chuyện biến bức tranh panorama 360 độ thành một phụ san đặc biệt. Ban đầu chỉ là in ra, sau đó lại nghĩ: nếu chỉ là ảnh tĩnh thì chưa đủ, phải tích hợp công nghệ để khi giờ điện thoại lên, khói bếp Hoàng Cầm bốc lên, dù của quân Pháp rơi xuống, lá cờ trên nóc hầm Đờ Cát chuyển động... Tức là dùng AR để làm cho lịch sử “sống dậy”. Khi đưa ra công chúng, hiệu ứng rất mạnh. Người ta xếp hàng để nhận phụ san, chụp ảnh, đăng TikTok, tạo thành hiệu ứng lan tỏa tự nhiên.

Từ đó, chúng tôi tiếp tục làm các số phụ san và triển lãm khác: 70 năm Giải phóng Thủ đô, 80 năm thành lập Quân đội nhân dân Việt Nam, 50 năm Giải phóng miền Nam... Mỗi lần đều cố gắng tạo ra một sản phẩm in kết hợp công nghệ, để công chúng có thể không chỉ đọc mà còn tương tác, trải nghiệm, sưu tầm.

Ví dụ như dịp 50 năm Giải phóng miền Nam, chúng tôi không chỉ có phụ san mà còn làm triển lãm và sản phẩm 3D, rồi những trang in mà khi quét điện thoại vào thì hình ảnh chuyển động thành phim. Chính những yếu tố đó tạo ra “con sốt” trong công chúng trẻ. Có những đợt phát ra hàng trăm nghìn bản, người dân xếp hàng rất dài để nhận, có người còn đi từ tỉnh khác đến để lấy cho bằng được.

PV: Còn những chương trình như “Tổ quốc trong tim” hay “Cùng Việt Nam tiến bước” thì sao, thưa anh?

PVS-BC10: Những chương trình như vậy xuất phát từ suy nghĩ rằng nếu chỉ làm sự kiện chính trị theo lối cũ thì rất khó tạo được sức hút lớn với công chúng, nhất là người

trẻ. Ví dụ “Tổ quốc trong tim”, chúng tôi muốn tạo ra một chương trình nghệ thuật - chính luận mà điểm nhấn là hàng chục nghìn người cùng hát Quốc ca, mặc áo cờ đỏ sao vàng, tạo ra một không khí thiêng liêng nhưng đồng thời cũng rất bùng nổ, rất trẻ.

Tương tự, “Cùng Việt Nam tiến bước” là ý tưởng tổ chức đi bộ đồng loạt trên quy mô toàn quốc. Ban đầu chỉ dự kiến khoảng 200.000 người, nhưng sau khi phối hợp rất chặt với các cơ quan liên quan và triển khai xuống các địa phương, tổng số người tham gia lên tới hơn một triệu. Sức lan tỏa không chỉ ở quy mô, mà ở chỗ người dân thấy mình là một phần của sự kiện, chứ không chỉ là người xem.

Theo tôi, nếu biết tổ chức đúng cách, những chương trình chính luận, lịch sử, yêu nước hoàn toàn có thể thu hút rất mạnh công chúng trẻ. Vấn đề không nằm ở chỗ họ không quan tâm, mà ở cách mình truyền tải có đủ hấp dẫn, đủ mới, đủ đúng tâm lý của họ hay không.

V. Chiến lược tài chính và phát triển lâu dài

PV: Những sản phẩm, sự kiện anh làm rõ ràng đòi hỏi kinh phí rất lớn. Anh cân bằng bài toán tài chính như thế nào?

PVS-BC10: Tài chính luôn là bài toán khó nhất. Không có tiền thì không làm được. Nhưng ngân sách nhà nước không thể chi cho tất cả những việc này. Vì vậy, phải huy động doanh nghiệp đồng hành.

Khi tôi về đơn vị, việc đầu tiên tôi làm là xây dựng chiến lược phát triển cơ quan trong 10 năm. Tôi mời khoảng 50 doanh nghiệp ở Hà Nội, rồi 50 doanh nghiệp ở TP.HCM đến. Không phải mời để xin quảng cáo như kiểu thông thường, mà để trình bày cho họ một chiến lược phát triển bài bản trong 10 năm. Điều đó khiến họ bất ngờ. Họ nhìn thấy con đường phát triển rất rõ. Khi mình làm được sản phẩm thật, có thành tựu thật, thì doanh nghiệp đồng hành dễ hơn rất nhiều.

Trong các chương trình cụ thể cũng vậy. Có đơn vị ban đầu được mời đồng hành ở mức 5 tỷ, nhưng sau khi hiểu rõ ý nghĩa và hiệu quả chương trình, họ chủ động nâng lên 15 tỷ, thậm chí cam kết đồng hành nhiều năm. Tức là câu chuyện không phải là xin - cho, mà là chứng minh hiệu quả và lợi ích thực chất.

Tôi luôn nói với doanh nghiệp rằng: nếu tất cả đều chỉ đổ tiền vào các nền tảng xuyên biên giới mà bỏ mặc báo chí chính thống, thì đến lúc báo chí chính thống suy yếu, ai sẽ là nơi bảo vệ họ khi họ cần? Nhưng để họ đồng hành thì mình phải có sản phẩm, phải có kết quả, phải chứng minh được rằng làm với mình là hiệu quả.

VI. Công chúng trẻ và sinh viên trong chiến lược báo chí

PV: Trong chiến lược phát triển 5–10 năm tới, anh có coi công chúng trẻ, đặc biệt là sinh viên, là nhóm công chúng trọng điểm không?

PVS-BC10: Có, và thực ra tôi đã nghĩ đến công chúng trẻ từ hơn mười năm trước chứ không phải bây giờ. Càng ngày tôi càng thấy hướng đi đó đúng. Báo chí thế giới hiện nay cũng rất chú trọng nhóm công chúng trẻ. Có nhiều tổ chức quốc tế hẳn hoi tổ chức các khóa đào tạo, nghiên cứu chỉ để trả lời câu hỏi: làm thế nào để cơ quan báo chí tiếp cận được công chúng trẻ.

Điều thú vị là lâu nay ta thường nghĩ người trẻ chỉ thích thứ nhanh, ngắn, nông. Nhưng thực tế không hoàn toàn như vậy. Ví dụ, tạp chí in đang có dấu hiệu hồi sinh ở nhiều nơi, và một tỷ lệ lớn người đọc lại là người trẻ. Họ thích những sản phẩm chậm hơn, sâu hơn, đẹp hơn, có thể trưng bày như một vật phẩm thẩm mỹ. Nghĩa là nếu mình làm sản phẩm đủ tốt, đủ cao cấp, đủ khác biệt thì họ vẫn sẵn sàng đọc, sẵn sàng trả tiền.

Tương tự, podcast dài, long-form video, những nội dung đào sâu cũng đang thu hút trở lại. Người trẻ không chỉ thích thứ ngắn. Họ cần cả chiều sâu, chỉ có điều hình thức và trải nghiệm phải phù hợp hơn.

Tôi luôn quan niệm rằng nếu hôm nay họ là sinh viên, thì 5 năm nữa họ sẽ là lực lượng lao động quan trọng, 10 năm nữa có thể là những người dẫn dắt xã hội ở một số lĩnh vực. Nếu mình không tiếp cận họ sớm, không gieo vào họ những nhận thức đúng, những giá trị đúng, thì sau này sẽ rất khó.

Vì thế, tôi rất ủng hộ việc làm báo chí, truyền thông, giáo dục truyền thông từ sớm, thậm chí từ cấp 2, cấp 3, chứ không chờ đến đại học. Ví dụ, khi làm dự án chống tin giả vào năm 2020, chúng tôi không chỉ nhắm vào sinh viên mà còn làm ở trường phổ thông, vì kỹ năng nhận diện và kháng cự tin giả phải được hình thành càng sớm càng tốt.

VII. Chính sách, giáo dục truyền thông và vấn đề tin giả

PV: Trong bối cảnh tin giả, thông tin sai lệch và các nền tảng số phát triển rất mạnh, theo anh, về mặt chính sách, giáo dục và truyền thông, cần làm gì để nâng cao năng lực tiếp nhận thông tin của giới trẻ?

PVS-BC10: Đây là vấn đề rất khó. Với các môn tự nhiên, chuyện đúng - sai có thể tương đối rõ. Nhưng với khoa học xã hội và nhân văn thì không chỉ là đúng - sai, mà còn là câu chuyện về quan điểm, định hướng, cách truyền đạt. Chính vì vậy, việc giáo dục người trẻ về lịch sử, văn hóa, chủ quyền, chế độ, hay những giá trị quốc gia không hề đơn giản.

Ví dụ như các vấn đề liên quan đến chủ quyền biển đảo, lịch sử mở cõi, hay nhiều vấn đề chính trị - xã hội nhạy cảm khác, nếu chỉ đưa cho họ tài liệu thuần túy để đọc thì rất khó. Nhưng nếu tổ chức thành triển lãm, sự kiện, sản phẩm số, phụ san tương tác, chương trình nghệ thuật, thì tự nhiên họ lại đến, lại xem, lại chia sẻ. Khi họ chủ động tiếp cận và chủ động lan truyền, thì hiệu quả rất lớn.

Theo tôi, đây không chỉ là câu chuyện của Việt Nam mà là vấn đề chung trên thế giới. Một mặt, vẫn phải giữ những giá trị cốt lõi, những nội dung “gốc”, rất chuẩn, rất chính thống. Nhưng mặt khác, phải tìm cách lồng ghép vào những hình thức truyền tải mới, hiện đại, gần gũi với công chúng trẻ hơn. Không thể chỉ giữ theo cách cũ mà mong họ tự tìm đến.

Tôi cho rằng trách nhiệm của báo chí chính thống hôm nay không chỉ là đưa tin, mà còn là **tạo ra những cách tiếp cận để công chúng trẻ tiếp nhận thông tin đúng một cách tự nhiên nhất**. Khi làm được điều đó, mình không chỉ giữ được công chúng hôm nay, mà còn chuẩn bị cho tương lai của báo chí và tương lai của xã hội.

Đối tượng: Cán bộ phụ trách cơ sở vật chất/hạ tầng công nghệ thông tin của trường đại học

Mã phỏng vấn: PVS-CB01

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-CB01
- **Nhóm vị trí công tác:** Cán bộ phụ trách hạ tầng công nghệ thông tin/cơ sở vật chất
- **Thâm niên công tác:** 2 năm

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Thưa ông/bà, theo quan sát của ông/bà, sinh viên trong trường hiện nay có thói quen và nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí ngay trong khuôn viên trường, chẳng hạn ở thư viện, ký túc xá hay các không gian chung khác không?

PVS-CB01: Có. Theo tôi quan sát thì sinh viên vẫn có nhu cầu tiếp nhận thông tin ngay tại trường. Các em tiếp cận thông tin ở nhiều không gian khác nhau như thư viện, khu giảng đường, lớp học, ký túc xá hoặc những khu sinh hoạt chung. Tuy nhiên, cách tiếp cận bây giờ chủ yếu là thông qua thiết bị cá nhân và internet, chứ không còn theo kiểu đọc báo in như trước đây là chính.

PV: Trong quá trình công tác, đơn vị Anh có thường nhận được đề xuất từ phía sinh viên hoặc các bộ phận khác về việc tăng cường cơ sở vật chất để hỗ trợ sinh viên tiếp cận thông tin tốt hơn không?

PVS-CB01: Có, cũng khá thường xuyên. Nhưng các đề xuất hiện nay chủ yếu không phải là bổ sung báo in hay các phương tiện truyền thống, mà tập trung nhiều hơn vào hạ tầng phục vụ học tập và nghiên cứu, đặc biệt là mạng internet. Thực tế, nhà trường khá chú trọng việc đầu tư cơ sở vật chất ở thư viện, giảng đường, lớp học và các khu sinh hoạt của sinh viên. Những năm gần đây, hạ tầng mạng không dây cũng được tăng cường để đáp ứng tốt hơn nhu cầu truy cập của các em.

PV: Anh có thể chia sẻ cụ thể hơn về hệ thống internet trong trường hiện nay không? Mạng có được phủ ở các giảng đường, thư viện và khu sinh hoạt chung để sinh viên truy cập thông tin hay không?

PVS-CB01: Hiện nay có thể nói là hầu hết các khu vực chính trong trường như giảng đường, lớp học, thư viện và một số không gian sinh hoạt chung đều đã được phủ sóng wifi. Chất lượng mạng nhìn chung khá ổn định và đáp ứng tương đối tốt nhu cầu học tập, tra cứu tài liệu cũng như tiếp cận thông tin của sinh viên. Tất nhiên, vào một số thời điểm cao điểm thì có thể tải lớn hơn, nhưng về cơ bản là đáp ứng được.

PV: Còn ở thư viện thì sao ạ? Thư viện của trường có bố trí phòng đọc báo riêng hoặc có báo ngày, báo tuần, báo tháng cho sinh viên sử dụng không?

PVS-CB01: Hiện nay thư viện không có phòng đọc báo riêng. Xu hướng chung bây giờ là sinh viên chủ yếu đọc báo trực tuyến trên điện thoại hoặc máy tính cá nhân. Vì vậy, thay vì tổ chức không gian đọc báo in như trước, nhà trường tập trung nhiều hơn vào việc bảo đảm hạ tầng internet để sinh viên có thể tiếp cận thông tin online.

PV: Ở ký túc xá, điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên hiện như thế nào? Các phòng ở có được trang bị tivi, đài phát thanh, internet hoặc phòng sinh hoạt cộng đồng có thiết bị hỗ trợ không?

PVS-CB01: Ở ký túc xá hiện nay thì chủ yếu có mạng internet. Còn các phương tiện như tivi, đài phát thanh hay phòng cộng đồng có trang bị riêng máy tính, báo in để sinh viên tiếp cận thông tin báo chí thì chưa phải là hình thức phổ biến. Nói cách khác, điều kiện hỗ trợ ở đây hiện thiên về kết nối internet để sinh viên sử dụng thiết bị cá nhân là chính.

PV: Như vậy có thể hiểu là hiện nay nhà trường đang tạo điều kiện cho sinh viên tiếp cận thông tin báo chí chủ yếu thông qua hạ tầng số, đúng không ạ?

PVS-CB01: Đúng vậy. Điều kiện hỗ trợ lớn nhất hiện nay là bảo đảm mạng internet tại các hội trường, lớp học và các không gian học tập. Khi có hạ tầng kết nối ổn định, sinh viên sẽ chủ động truy cập các nguồn thông tin phục vụ học tập, nghiên cứu cũng như cập nhật tin tức hằng ngày.

PV: Trong thời gian tới, theo kế hoạch của nhà trường, cơ sở vật chất có tiếp tục được nâng cấp để hỗ trợ sinh viên tiếp cận thông tin tốt hơn không?

PVS-CB01: Có. Hạ tầng công nghệ thông tin của nhà trường vẫn được nâng cấp hằng năm. Trọng tâm là tăng cường năng lực đường truyền, hệ thống máy chủ và khả năng đáp ứng số lượng người dùng lớn hơn. Mục tiêu chung là bảo đảm nhu cầu sử dụng internet ngày càng tăng của sinh viên, nhất là trong bối cảnh học tập và tiếp cận thông tin ngày càng phụ thuộc vào môi trường số.

PV: Từ thực tế công tác của ông/bà, Anh có đề xuất gì để giúp sinh viên tăng cường tiếp nhận thông tin hằng ngày từ các nguồn báo chí chính thống?

PVS-CB01: Theo tôi, muốn sinh viên tiếp cận báo chí chính thống nhiều hơn thì chỉ đầu tư hạ tầng thôi chưa đủ. Qua thực tế theo dõi, sinh viên hiện dùng internet rất nhiều, nhưng phần lớn thời gian lại dành cho các nền tảng như YouTube, Facebook, Zalo, các ứng dụng giải trí, nghe nhạc, chơi game hay mua sắm trực tuyến. Việc đọc báo số thì có, nhưng thường tập trung vào một số báo điện tử quen thuộc. Vì vậy, theo tôi, thứ nhất là bản thân nội dung báo chí cần hấp dẫn hơn, phù hợp hơn với mối quan tâm của sinh viên. Thứ hai là nhà trường nên có thêm các hoạt động định hướng, khuyến khích sinh viên tiếp cận nguồn báo chí chính thống. Thứ ba là cần gắn việc khai thác thông tin báo chí với hoạt động học tập, ví dụ như giao nhiệm vụ học tập có sử dụng nguồn báo chí, hoặc tổ chức các cuộc thi, hoạt động tìm hiểu thông tin thời sự, báo chí để tạo thói quen tiếp nhận thông tin một cách chủ động hơn.

Mã phỏng vấn: PVS-CB02

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-CB02
- **Nhóm vị trí công tác:** Cán bộ chuyên trách Đoàn trường
- **Thời gian công tác tại trường:** Từ năm 2019 đến nay

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Trước tiên, thầy có thể giới thiệu một số thông tin cơ bản về bản thân và công việc hiện nay được không ạ?

PVS-CB02: Tôi hiện là cán bộ chuyên trách Đoàn trường. Tôi công tác tại trường từ năm 2019 đến nay. Trước đó, tôi cũng là sinh viên của trường, học khóa 15; sau khi ra trường thì ở lại làm việc và công tác đến thời điểm hiện nay.

Về góc độ nhà trường, tôi nghĩ sinh viên tiếp cận thông tin thông qua cơ sở vật chất và các kênh chính thức của trường chủ yếu qua một số đầu mối như thư viện, hệ thống email Office và ứng dụng dành riêng cho sinh viên. Thư viện có trang bị dàn máy tính để sinh viên tiếp cận thông tin số. Ngoài ra, nhà trường thường sử dụng Office để gửi email cho sinh viên, đồng thời có app riêng để cập nhật các thông tin, thông báo từ phía nhà trường.

Còn nếu xét ở góc độ sinh viên tiếp cận thông tin báo chí nói chung thì thực ra nhà trường không thể kiểm soát hoàn toàn được các em đang tiếp cận qua những kênh nào, trừ khi phải làm khảo sát cụ thể. Theo quan sát của tôi, phần lớn sinh viên vẫn tiếp cận qua các phương tiện cá nhân, đặc biệt là mạng xã hội như Facebook, Zalo, Instagram..., rồi từ đó dẫn sang các đường link của báo chí, truyền thông. Bản thân tôi cũng vậy.

Ngoài ra, trong nội bộ trường, trung tâm thông tin - truyền thông của trường cũng có một số kênh để lan tỏa thông tin báo chí liên quan đến hoạt động của trường. Ví dụ, có nhóm Zalo của trường, phó các đơn vị như trường - phó khoa, trường - phó phòng ban; khi có thông tin báo chí liên quan, bộ phận truyền thông sẽ gửi vào nhóm đó để các thầy cô tiếp cận. Với một số sự kiện lớn, sau khi có khoảng 5–10 bài báo phản ánh, nhà trường sẽ tổng hợp lại thành một bài chung, đính kèm các link nguồn báo và gửi email đến toàn thể cán bộ, nhân viên trong trường.

PV: Em muốn tìm hiểu kỹ hơn về thư viện của trường. Thư viện hiện nay được tổ chức như thế nào và có những loại tài liệu gì để phục vụ sinh viên?

PVS-CB02: Thư viện của trường ngoài các đầu sách bản in trực tiếp thì còn liên kết với các nền tảng thư viện số. Sinh viên có thể truy cập vào các nền tảng đó bằng mã sinh viên của mình để tải tài liệu. Về bản quyền, nhà trường đã lo đầy đủ các vấn đề liên quan như tên miền, quyền truy cập..., nên sinh viên chỉ cần đăng nhập là có thể sử dụng. Nhà trường cũng kiểm soát được lượng truy cập và lượng tài liệu được tải về.

Theo tôi biết, tỷ lệ sinh viên tìm hiểu tài liệu học thuật qua kênh thư viện là khá cao, nhưng phần lớn vẫn gắn với yêu cầu của môn học hoặc ngành học. Tức là sinh viên thường tìm vào đúng nguồn mà học phần hoặc giảng viên yêu cầu, chứ chưa hẳn chủ động tìm theo hướng mở rộng ngoài môn học. Tuy nhiên, trường cũng rất khuyến khích sinh viên và giảng viên hỗ trợ nhau trong học tập và nghiên cứu khoa học. Khi đã làm nghiên cứu, thì việc tìm tài liệu sẽ phải bao quát hơn theo chủ đề, lĩnh vực.

Về không gian sử dụng, thư viện làm việc theo giờ hành chính của trường. Khu vực chính có sách, tài liệu thì thường mở đến 5 giờ chiều, còn một số khu vực ngồi tự

học, phòng nhỏ, phòng họp nhóm và không gian học tập khác thì có thể mở đến 7 giờ tối. Trước đây có thời điểm mở đến 9 giờ tối, nhưng sau khi tính toán theo nhu cầu thực tế và hiệu quả sử dụng thì nhà trường điều chỉnh lại.

Theo quan sát của tôi, buổi trưa là thời điểm rất đông sinh viên sử dụng thư viện, vì đây là khoảng giao thoa giữa các tiết học buổi sáng và buổi chiều, đồng thời thư viện cũng là không gian mát mẻ, thuận lợi để ngồi đọc sách, ôn bài hoặc nghỉ ngơi học tập.

Cá nhân tôi cho rằng việc đọc tài liệu hay đọc báo chí trong thư viện thì chủ yếu cần một không gian phù hợp để ngồi và đọc, chứ không nhất thiết phải tách riêng phòng này để đọc báo, phòng kia để đọc tài liệu. Thư viện của trường thiết kế cũng khá hay, có cả phòng ngồi thiền. Về báo giấy thì tôi không nắm chắc, nhưng tạp chí thì có. Đặc biệt, tạp chí nghiên cứu khoa học của trường có in và phát hành bản giấy, chủ yếu lưu tại thư viện hoặc gửi đến các phòng ban; còn sinh viên tiếp cận chủ yếu vẫn qua bản trực tuyến vì tiện hơn.

Ngoài hệ thống tài liệu của thư viện, các thầy cô cũng thường định hướng cho sinh viên tìm những tài liệu liên quan trực tiếp đến ngành học, môn học của mình qua các kênh mà trường đã chuẩn bị sẵn, đồng thời có thể giới thiệu thêm một số nguồn mà giảng viên thấy có ích cho việc nghiên cứu của sinh viên.

PV: Trong quá trình sinh viên nghiên cứu khoa học hoặc mới bước vào trường đại học, trường mình có tổ chức các hội thảo, tọa đàm để nâng cao kỹ năng tìm kiếm thông tin, phân biệt tin thật - tin giả hay không ạ?

PVS-CB02: Có, và thực ra nội dung này được triển khai khá nhiều. Trường thường xuyên tổ chức các hội thảo quốc tế, hội thảo quốc gia cho sinh viên. Do trường đang đẩy mạnh các ngành liên quan đến sức khỏe nên các hội thảo về lĩnh vực này là chủ yếu, nhưng các ngành xã hội, kinh tế cũng có.

Ngoài ra, Đoàn - Hội cũng tổ chức các talk show liên quan đến bản quyền tài liệu. Ví dụ, có những chương trình mời luật gia hoặc giảng viên ngành luật đến trao đổi với sinh viên về việc sử dụng tài liệu photo, bản quyền tác giả, nhằm giúp sinh viên hiểu rằng việc sử dụng tài liệu không đúng chuẩn cũng liên quan đến quyền tác giả. Mục tiêu là định hướng để sinh viên sử dụng tài liệu một cách văn minh hơn.

PV: Trường mình đã có các tọa đàm hay hoạt động nào liên quan đến ChatGPT hoặc AI chưa ạ?

PVS-CB02: Có. Vừa rồi Đoàn trường phối hợp với thư viện tổ chức một talk show chuyên đề về việc ứng dụng công nghệ AI vào tìm kiếm tài liệu học tập và nghiên cứu cho sinh viên. Chương trình này được các bạn tham gia và hưởng ứng khá nhiều.

Bản thân tôi, qua workshop đó, cũng biết thêm rằng ngoài ChatGPT còn có rất nhiều công cụ khác, và mỗi công cụ lại phù hợp với những nhu cầu riêng. ChatGPT chỉ là một phần nhỏ thôi. Theo tôi, nếu dùng cho nghiên cứu chuyên sâu thì ChatGPT không đủ; nó chủ yếu phù hợp với việc tóm tắt nhanh hoặc tra cứu thông tin cơ bản. Còn những công cụ phục vụ nghiên cứu chuyên sâu, có trích dẫn, có nguồn tài liệu rõ ràng thì sẽ hỗ trợ tốt hơn cho công tác học tập và nghiên cứu.

PV: Về cơ sở vật chất ngoài thư viện, các phòng học của trường hiện được trang bị như thế nào để phục vụ việc học tập của sinh viên?

PVS-CB02: Mỗi phòng học cơ bản đều được bố trí máy chiếu và hệ thống âm thanh tối thiểu. Sau giai đoạn dịch COVID-19, trường cũng bố trí một số phòng chuyên phục vụ giảng dạy trực tuyến, được trang bị tivi và thiết bị dạy học trực tuyến chuyên nghiệp hơn. Còn lại, hầu hết các phòng học đều có tối thiểu máy chiếu, bảng, âm thanh và micro cơ bản.

Wi-Fi của trường phủ khá đều trong khuôn viên, gần như vào đến khu vực trường là có sóng, và phủ ở các tầng. Theo tôi nhớ thì có khoảng 10 tên Wi-Fi khác nhau và đều miễn phí.

Ngoài ra, trong các thang máy hiện nay đều có màn hình tivi hoặc màn hình LED để hiển thị nội dung quảng bá, thông tin. Chủ yếu đây là nội dung quảng cáo do đơn vị thứ ba triển khai theo hợp đồng dịch vụ, nhưng nhà trường vẫn kiểm soát về nội dung, vì trong môi trường giáo dục thì không thể để những nội dung quảng cáo không phù hợp xuất hiện.

PV: Trong tương lai, trường mình có dự kiến nâng cấp thêm cơ sở vật chất nào để hỗ trợ sinh viên tốt hơn trong quá trình tiếp cận và thu thập thông tin không ạ?

PVS-CB02: Nhà trường rất chú trọng việc nâng cấp cơ sở vật chất phục vụ người học. Ví dụ, trước đây thư viện chỉ có một khu chính, sau đó trường đã quy hoạch mở thêm khu vực mới. Gần đây, trường cũng vừa khánh thành một cơ sở đào tạo thực hành ở cơ sở 2. Hiện nay bên đó chủ yếu phục vụ học thực hành, còn lý thuyết vẫn học ở cơ sở chính. Tuy nhiên, nhà trường cũng nhận thấy rằng dù học thực hành thì sinh viên vẫn có nhu cầu học tập, tra cứu, tự học, nên sắp tới đang có định hướng tiếp tục quy hoạch cơ sở vật chất tại cơ sở này, trong đó có thể có thêm khu thư viện hoặc không gian học tập để sinh viên sử dụng thuận lợi hơn.

PV: Về mặt cá nhân, thầy có mong muốn hay đề xuất gì thêm để nhà trường hỗ trợ sinh viên tốt hơn nữa không ạ?

PVS-CB02: Theo quan điểm cá nhân tôi, hiện nay việc tuyên truyền, lan tỏa và tiếp cận thông tin cho sinh viên ở trường vẫn chủ yếu tập trung vào thông tin chính sách, quy định của nhà trường. Nếu có thể, tôi mong muốn nhà trường tích hợp thêm công nghệ AI vào app hoặc website riêng của trường. Ví dụ, nếu trong ứng dụng của trường có thêm một phần hỏi - đáp tích hợp AI, thì ngoài việc hỏi đáp về quy chế, chuyên môn hay các vấn đề trong trường, sinh viên còn có thể được hỗ trợ thêm những tiện ích khác, gần giống như sử dụng Google hoặc các chatbot hiện nay.

Ngoài ra, theo tôi, những nội dung này nên được đưa vào ngay từ đầu khóa, trong các buổi sinh hoạt đầu năm dành cho tân sinh viên, để các em được tiếp cận sớm với các công cụ học tập, tra cứu và sử dụng chúng một cách hiệu quả nhất trong học tập cũng như nghiên cứu.

PV: Theo quan sát của thầy, sinh viên ở trường hiện nay có xu hướng tiếp nhận thông tin chủ yếu qua nền tảng nào?

PVS-CB02: Theo tôi, mạng xã hội vẫn là kênh có tỷ lệ cao nhất. Còn báo giấy thì giới trẻ hiện nay tiếp cận rất hạn chế, rất hạn chế luôn. Trước đây còn có chuyện đặt báo giấy giao về nhà hằng tháng, nhưng bây giờ gần như không còn nữa. Thay vào đó là báo số, báo trực tuyến phát triển mạnh.

Tuy nhiên, ngay cả với báo số thì sinh viên cũng chủ yếu thích kiểu tiếp cận nhanh, lướt nhanh. Các nền tảng như TikTok rất cuốn hút. Bản thân tôi khi sử dụng mạng xã hội cũng thấy như vậy. Ngoài ra, Facebook vẫn là nền tảng phổ biến, kể cả với giới trẻ và người lớn, nên nếu muốn lồng ghép các tin báo trực tuyến để tiếp cận công chúng thì đây vẫn là một kênh quan trọng.

Còn báo giấy chỉ nổi lên ở một số trường hợp mang tính sự kiện, ví dụ như phụ san đặc biệt nào đó trở thành “trend” thì giới trẻ săn lùng, nhưng sau đó rồi cũng quay lại thói quen cũ.

PV: Theo thầy, việc sinh viên sử dụng tin tức trên mạng xã hội hiện nay ảnh hưởng đến các bạn như thế nào?

PVS-CB02: Theo tôi, trên mạng xã hội có nhiều thông tin khó kiểm soát. Bản thân tôi khi dùng Facebook cũng thấy như vậy, dù Facebook có phần “kỹ” hơn TikTok. Về phía nhà trường, chúng tôi không thể kiểm soát sinh viên 24/24, nhưng có thể định hướng thông qua các hoạt động giáo dục chính trị tư tưởng, sinh hoạt đầu năm, sinh hoạt chuyên đề của Đoàn - Hội và các quy định liên quan đến việc sử dụng mạng xã hội.

Ví dụ, với sinh viên là đảng viên thì có quy định riêng về việc sử dụng mạng xã hội. Vào những dịp nhạy cảm hoặc những ngày kỷ niệm lớn, phía Ban Tuyên giáo cũng thường có nội dung gửi đến cán bộ Đoàn - Hội và đội ngũ đảng viên sinh viên để nhắc nhở phải hết sức lưu ý, tỉnh táo trước các thông tin trên mạng xã hội. Nếu phát hiện đoàn viên, sinh viên có phát ngôn hoặc hành vi nào chưa chuẩn mực thì cũng cần can thiệp sớm, trao đổi và xử lý kịp thời.

Đối tượng: Cán bộ phụ trách cơ sở vật chất của trường đại học

Mã phỏng vấn: PVS-CB03

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-CB03
- **Nhóm vị trí công tác:** Trưởng phòng Hành chính trường đại học
- **Cơ sở đào tạo:** Trường Đại học Y Hà Nội
- **Thời gian công tác:** Giảng viên của nhà trường 12 năm, đảm nhiệm vị trí trưởng phòng Hành chính 5 năm

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Ông cho biết sinh viên tại trường có thói quen và nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí tại trường như tại thư viện, ký túc xá hay không?

PVS-CB03: Đối với cả thư viện và ký túc xá thì hiện nay nguồn báo chí mà sinh viên tiếp cận ở hai khu vực này chủ yếu là báo điện tử, vì nhà trường có cung cấp hệ thống Internet dành cho sinh viên ở khu vực ký túc xá và thư viện của trường.

Đối với trường Y thì có điểm hơi khác. Thứ nhất, đối với hệ thống báo chí thông thường, hiện nay nhà trường không còn đặt hệ thống báo giấy cho trường nữa; trước đây nhà trường có đặt báo giấy cho phòng hành chính và cho nhà trường, nhưng hiện nay hoạt động đặt báo giấy đã dừng lại. Với sinh viên, các em sử dụng báo điện tử đối với cả những báo có tính chất không phải báo chuyên ngành, tức là báo về thông tin xã hội thông thường. Còn đối với thông tin báo chuyên ngành, hiện nay nhà trường có một tạp chí nghiên cứu khoa học, được xuất bản ở cả dạng điện tử và dạng giấy. Đối với các tạp chí chuyên ngành khác, sinh viên có thể truy cập hệ thống tạp chí điện tử đó ở thư viện của nhà trường. Nhà trường có một số hệ thống miễn phí dành cho sinh viên để các em có thể đọc và truy cập tại thư viện.

Đối với tạp chí của nhà trường, Tạp chí nghiên cứu khoa học đến thời điểm hiện tại vẫn xuất bản cả dạng điện tử và dạng giấy; tuy nhiên từ năm sau nhà trường có thể sẽ chuyển sang hoàn toàn dạng điện tử, số lượng bản giấy tương đối hạn chế vì chỉ phục vụ cho các độc giả có yêu cầu đặt hàng. Còn lại, tất cả các ấn bản của tạp chí đều có thể truy cập trực tuyến.

PV: Phòng ông phụ trách có thường nhận được những đề xuất về tăng cường cơ sở vật chất (phòng học, thư viện, ký túc xá) để sinh viên có điều kiện tốt hơn trong việc tiếp nhận thông tin báo chí (mạng Internet, tivi, đài phát thanh, báo giấy) phục vụ học tập và các mục đích khác hay không?

PVS-CB03: Số lượng đề xuất tương đối ít, bởi nhà trường đang thực hiện các đề án chuyển đổi số; một trong những chỉ số để đánh giá hoạt động là mức độ phủ sóng Internet trong toàn trường. Việc bảo đảm tốc độ và điều kiện truy cập Internet là nhiệm vụ đương nhiên của nhà trường, nên chủ yếu là các đơn vị, phòng ban chức năng có đề xuất. Về phía sinh viên thì tương đối ít; sinh viên chủ yếu có yêu cầu liên quan tới hệ thống công nghệ thông tin phục vụ quá trình học tập. Còn việc truy cập thông tin báo chí, thông tin truyền thông hay báo khoa học thì tốc độ cũng như dung lượng truy cập không lớn.

PV: Mạng Internet tại trường có được trang bị tại các giảng đường, thư viện, khu vực sinh hoạt chung để sinh viên truy cập thông tin không? Mức độ bao phủ và chất lượng mạng ra sao?

PVS-CB03: Hiện nay 100% giảng đường, lớp học, thư viện đều được phủ sóng Wi-Fi chất lượng tốt, trừ khu vực sân trường. Vì vậy sinh viên truy cập Internet của nhà trường chủ yếu ở khu vực phòng học và thư viện. Còn các khu vực sân chơi, khu vực công cộng ở nhà trường thì hiện chưa.

PV: Tại thư viện của trường có riêng phòng đọc báo cho sinh viên không? Sinh viên có thể mượn đọc báo ngày hoặc báo tuần, báo tháng không?

PVS-CB03: Thư viện của trường chủ yếu là phòng đọc và không phân biệt loại tài liệu, bởi phân khu của thư viện gồm các khu vực chính: khu đọc sách, đọc báo và khu vực đọc văn bản điện tử. Đối với đọc báo thì nằm trong khu vực đọc sách giống như đọc các tài liệu giấy khác.

PV: Tại ký túc xá của trường, các phòng ở có được trang bị tivi, đài phát thanh, mạng Internet không? Ký túc xá có bố trí riêng phòng cộng đồng với tivi, đài phát thanh, báo in, máy tính nối mạng để sinh viên sử dụng không?

PVS-CB03: Chỉ có mạng Internet.

PV: Hiện nhà trường đã và đang tạo những điều kiện gì để sinh viên tăng cường tiếp nhận thông tin từ nguồn báo chí chính thống?

PVS-CB03: Đối với việc truy cập thông tin của sinh viên thì hiện tại vẫn chủ yếu qua Internet, nên nhà trường không có chủ trương hạn chế việc truy cập nguồn thông tin của sinh viên. Có một điểm hơi ưu tiên riêng cho hệ thống báo chính thống: thông thường các báo chính thống cũng thường xuyên viết bài về hoạt động của nhà trường, ví dụ trên trang web của nhà trường hoặc trên các bản tin nội bộ, nhà trường đôi khi trích dẫn lại đường link của các báo chính thống, và sinh viên là đối tượng nhận được các thông báo cũng như thông tin giới thiệu hoặc đường liên kết tới các báo chính thống đó.

Việc sinh viên tiếp cận một số báo chí chính thống, ngoài nhu cầu cá nhân, còn được nhà trường tạo điều kiện thông qua một số nội dung báo chí viết liên quan đến trường.

PV: Trong tương lai, trường có dự kiến nâng cấp cơ sở vật chất cụ thể như thế nào để tạo điều kiện cho sinh viên tiếp nhận thông tin báo chí tại trường và ký túc xá không?

PVS-CB03: Việc phủ sóng Internet ở toàn trường là một trong những tiêu chí chuyển đổi số của Bộ Giáo dục và Đào tạo, nên nhà trường trong tương lai chắc chắn sẽ thực hiện. Còn về việc phát triển các nguồn thông tin liên quan đến báo chính thống như báo giấy thì nhà trường có thể sẽ không có chủ trương phát triển thêm, vì hiện nay chủ trương của nhà trường là ủng hộ bảo vệ môi trường, hạn chế rác thải nhựa và các sản phẩm giấy không cần thiết.

PV: Ông có đề xuất gì thêm về các giải pháp tạo điều kiện cho sinh viên tăng cường tiếp nhận thông tin hằng ngày từ nguồn báo chí (truyền hình, phát thanh, báo mạng, báo in)?

PVS-CB03: Đối với tất cả các hình thức trên, hiện nhà trường đều có và đều cung cấp cho sinh viên, nhưng do đặc thù chuyên ngành cũng như mức độ quan tâm của sinh viên mà các em có thể sẽ không tiếp cận. Ví dụ với kênh phát thanh: hình thức này không thật phù hợp với sinh viên y, bởi các em phải học lý thuyết và thực hành vào ban ngày, buổi tối lại đi trực, nên không có thời gian sử dụng hệ thống phát thanh thường xuyên. Đối với truyền hình cũng có hạn chế, vì thời lượng học của sinh viên y tương đối lớn nên phần lớn các em ưu tiên sử dụng Internet để tiếp cận nguồn thông tin. Nhất là ở ký túc xá hiện cũng không có dịch vụ truyền hình cáp cho sinh viên, nên Internet vẫn là hình thức phổ biến.

PV: Theo cá nhân ông, ông có đề xuất hay giải pháp gì để tăng thêm điều kiện đó không?

PVS-CB03: Tôi nghĩ điểm xuất phát quan trọng nhất phải đến từ các cơ quan truyền thông, báo chí chính thống. Nếu thông tin của các cơ quan truyền thông thực sự hấp dẫn thì sinh viên nhà trường chắc chắn sẽ quan tâm tìm đọc; còn nếu hình thức truyền thông không hấp dẫn hoặc thông tin không cập nhật thì các em sẽ không mặn mà. Đặc biệt với

sinh viên y, do thời lượng học tập rất lớn, thời gian dành cho việc đọc thông tin báo chính thống tương đối hạn chế, nên các em sẽ tìm kiếm các nguồn thông tin dễ tiếp cận nhất, có tính chất cô đọng, súc tích để nắm bắt thông tin trong thời gian ngắn nhất, phù hợp hơn với các hình thức như mạng xã hội.

PV: Trong các khu vực nhà ăn hay khu vực sinh hoạt chung của sinh viên hiện nay có đặt tivi không?

PVS-CB03: Các khu vực chung chia làm hai loại. Một là những khu vực chung ở nơi công cộng thì hiện nhà trường không bố trí tivi. Hai là những khu vực chung ở trong phòng thì nhà trường có bố trí tivi, nhưng tivi được sử dụng với mục đích phục vụ hoạt động sinh hoạt, chứ không dùng cho mục đích tuyên truyền hay đưa thông tin.

PV: Nhà ăn có tivi để phát thời sự không?

PVS-CB03: Nhà ăn có tivi, tuy nhiên chương trình tivi đó thường không phát thời sự mà chủ yếu là chương trình giải trí. Các tivi đó do đơn vị dịch vụ vận hành, nhà trường không quản lý nội dung phát, miễn là nội dung không đi ngược lại các quy định của Nhà nước. Như vậy, các khu vực sinh hoạt chung của sinh viên hiện chưa có truyền hình phát từ sóng quốc gia.

Trân trọng cảm ơn sự tham gia của ông.

Đối tượng: Sinh viên đại học

Mã phỏng vấn: PVS-SV01

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-SV01
- **Nhóm đối tượng:** Sinh viên năm 2 khối kỹ thuật - công nghệ
- **Ngành học:** Hóa học/Công nghệ kỹ thuật liên quan

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Trước tiên, em có thể chia sẻ một vài thông tin cơ bản về bản thân được không?

PVS-SV01: Em hiện là sinh viên năm 2, học ngành Hóa.

PV: Khi nhắc đến thông tin báo chí, em thường nghĩ đến điều gì?

PVS-SV01: Em nghĩ đó là những tin tức tóm gọn một vấn đề nào đó trong một khoảng thời gian nhất định. Nó không quá dài nhưng cũng không quá ngắn, giống như những thông tin cập nhật hằng ngày.

PV: Theo em, thông tin tin tức thường đến từ đâu?

PVS-SV01: Em nghĩ có thể đến từ các trang mạng xã hội, các trang báo điện tử chính thống, ngoài ra còn có truyền hình và báo giấy.

PV: Còn cá nhân em thì thường xem tin tức ở đâu?

PVS-SV01: Đa số em sẽ lên Google, vì em hầu như không dùng mạng xã hội nhiều. Những thông tin em hay xem chủ yếu liên quan đến bệnh, môi trường, ví dụ như xử lý nước, hoặc một số vụ án mà em quan tâm. Với các thông tin này, em thường chủ động tìm kiếm. Về bệnh thì do hiện tại mẹ em đang bị bệnh nên em tìm hiểu các món ăn nên dùng, không nên dùng. Còn thông tin về môi trường thì liên quan đến ngành học của em. Riêng các vụ án thì là do em có hứng thú cá nhân.

PV: Em thường dành thời gian tiếp nhận thông tin báo chí vào lúc nào?

PVS-SV01: Đa số là vào ban đêm, thường là giữa đêm. Lúc đó em học xong, em vừa giải trí vừa tìm kiếm thông tin. Khi đó mình cũng có thời gian để đọc kỹ hơn.

PV: Em có thể chia sẻ cụ thể hơn cách em tìm kiếm thông tin như thế nào không?

PVS-SV01: Ví dụ như với các bệnh hiện nay, em sẽ tìm xem những món ăn nào tốt hoặc không tốt cho người mắc bệnh đó.

PV: Sau khi đọc những thông tin đó, em có làm gì tiếp theo không?

PVS-SV01: Dạ có. Ví dụ với chế độ ăn, em sẽ tính hàm lượng kali, xem một ngày nên ăn khoảng bao nhiêu, rồi để ý thêm những thành phần như chất xơ, vitamin hay các chất cần thiết khác.

PV: Vậy sau khi cân nhắc những thông tin đó, em có áp dụng vào thực tế không?

PVS-SV01: Có ạ. Chủ yếu là em áp dụng cho mẹ em nhiều hơn.

PV: Em thường tin tưởng và lựa chọn những thông tin như thế nào?

PVS-SV01: Em sẽ chọn lọc. Ngoài việc đọc trên mạng, em còn đối chiếu với các thông tin từ bệnh viện. Sau đó em so sánh, thống kê xem cái nào phù hợp, cái nào nên ăn, cái nào nên tránh. Em thường không nhớ rõ tên nguồn báo, nhưng khi xem thì em hay đọc một số bài ở gần đầu kết quả tìm kiếm và một số bài ở phía dưới để so sánh. Em cũng để ý thời gian đăng bài để xem trước và sau có thay đổi gì nhiều không.

PV: Yếu tố nào quyết định việc em có bấm vào đọc một bài báo hay không?

PVS-SV01: Em thường nhìn phần tóm tắt hoặc phần giới thiệu ở đầu xem bài đó có thông tin mình cần không. Nếu có thì em mới đọc sâu hơn. Thường em chỉ đọc phần chú thích, giới thiệu trước rồi mới quyết định có đọc tiếp hay không.

PV: Ngoài những nội dung về bệnh và môi trường, em còn cập nhật thêm những thông tin gì khác không?

PVS-SV01: News feed của em cũng hay hiện ra những phim mới của Hồng Kông vì em từng tìm kiếm rồi. Ngoài ra em còn hay tìm về game.

PV: Với chuyên ngành học của mình, em có tìm kiếm thông tin trên báo chí hoặc các nguồn học thuật không?

PVS-SV01: Dạ có. Hiện tại em có làm nghiên cứu khoa học nên thường tìm tài liệu trên Google Scholar. Khi tìm, em sẽ để ý xem bài đó có chỉ số hay không, có phải là bài báo chính thống hay không, số liệu có đáng tin không. Sau đó em mới tìm thêm những thông tin liên quan đến chủ đề nghiên cứu của mình.

PV: Những thông tin báo chí hay thông tin em tiếp cận như vậy có giúp ích gì cho em không?

PVS-SV01: Có. Nó giúp em tiếp thu thêm nhiều kiến thức mà trước đây em chưa biết, đồng thời có thêm những kiến thức mới để tìm hiểu sâu hơn.

PV: Trong quá trình tiếp nhận tin tức, em có gặp phải những thông tin không đúng sự thật không?

PVS-SV01: Dạ có, khá nhiều. Em thấy những tin như vậy thường hiện lên ở các nội dung kiểu showbiz, môi trường học đường, bạo lực học đường... Nhiều bài có xu hướng

đưa theo kiểu kích thích phản ứng để người xem vào bình luận cho tăng tương tác. Những tin như vậy thì đa số em không xem. Em hay đọc trên laptop, nên khi mở một trang web nào đó thì ở trang đầu thường hiện sẵn nhiều thông tin kiểu đó.

PV: Ngoài thời gian ban đêm, trong ngày em còn tiếp nhận thông tin vào lúc nào khác không?

PVS-SV01: Nếu trong khoảng từ sáng đến chiều mà rảnh thì em cũng hay lướt điện thoại.

PV: Em đánh giá như thế nào về hình thức và nội dung của thông tin báo chí hiện nay?

PVS-SV01: Em thấy hiện nay hình thức rất đa dạng, có báo giấy, báo in, báo điện tử, rồi các nền tảng như TikTok, Facebook, Zalo... Em có lướt TikTok, nhưng nếu đọc thông tin báo chí thì em không chọn TikTok, vì TikTok thường chỉ cho mình biết phần đầu của vấn đề, không nói rõ phần sau, nên dễ gây hiểu lầm. TikTok thì em chủ yếu xem phim hoặc xem nội dung về móc len thôi.

PV: Chị thấy em có nhắc đến AI. Em có thể nói rõ hơn em sử dụng AI như thế nào không?

PVS-SV01: Em có dùng AI để tìm các mẫu móc len hoặc hướng dẫn làm một thứ gì đó. Em thấy những thông tin như vậy em tin khoảng 80–90%, vì em đã thử rồi và thấy nhiều chỗ đúng, nhưng cũng có chỗ không giống hoàn toàn với sản phẩm mình mong muốn nên khi móc có thể bị lệch. AI thường dẫn em đến các nguồn như TikTok hoặc YouTube, và em thấy mức độ hữu ích khoảng 80–90%.

PV: Ngoài việc dùng AI cho móc len, em còn dùng AI vào mục đích nào khác không?

PVS-SV01: Em nghĩ AI hiện nay có thể dùng cho khá nhiều lĩnh vực. Nhưng với ngành học của em thì AI phải đi đúng hướng mới được. Ví dụ khi em cần so sánh hiện tượng thí nghiệm, nếu em không cung cấp hình ảnh cho nó thì nó có thể đưa ra một hiện tượng khác với cái em đang làm. Vì vậy, nếu dùng AI cho ngành của em thì phải cung cấp hình ảnh, câu lệnh và nội dung thí nghiệm khá đầy đủ, lúc đó độ chính xác có thể khoảng 70–80%.

Tuy nhiên, em vẫn không ưu tiên tìm kiếm trực tiếp trên AI. Với em, các thông tin từ nguồn chính thống vẫn an toàn hơn. Kể cả khi AI tổng hợp từ báo chí, em vẫn có xu hướng vào đọc lại chính các nguồn báo đó để kiểm chứng, thay vì tin ngay vào phần tổng hợp của AI.

PV: Em có thường đọc thông tin trên các trang báo điện tử không?

PVS-SV01: Dạ có, nhưng thường là khi thấy có một thông tin thú vị thì em mới đọc. Ví dụ như một bộ phim mới ra, em muốn xem đánh giá của giới chuyên môn và khán giả như thế nào. Khi đó, thông tin này có thể hiện lên trên trang báo em đang xem, đồng thời cũng hiện trên TikTok của em, nên em sẽ chú ý hơn và có thể đi xem thử phim đó.

PV: Em có thường cập nhật tin tức cùng với ai không?

PVS-SV01: Dạ đa số là một mình. Nếu thông tin đó liên quan đến bài tập nhóm thì em sẽ chia sẻ lại. Còn những thông tin phục vụ nhu cầu cá nhân thì em thường không chia sẻ. Em cũng có ghi chú lại những thông tin mà em thấy cần.

PV: Đánh giá chung của em về thông tin báo chí hiện nay như thế nào?

PVS-SV01: Em thấy cũng khá phù hợp, khoảng 80–90%. Tuy nhiên, khi tìm kiếm thì đôi lúc các trang quảng cáo hiện lên chen vào giữa những trang chính thống, điều đó làm em khá khó chịu. Ví dụ mình đang đọc giữa chừng mà quảng cáo bật lên thì dễ bị mất mạch, không nhớ mình đọc tới đâu. Em không thích điều đó.

Còn đối với sinh viên, em nghĩ đa số sẽ ít đọc báo theo kiểu truyền thống, mà sẽ thích các đoạn video ngắn tổng hợp thông tin hơn. Hoặc nếu có dạng podcast thì cũng thuận tiện vì có thể nghe mọi lúc, mọi nơi.

III. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

PV: Chuyển sang phần điều kiện tiếp nhận, theo em, sinh viên cần có những điều kiện gì để tiếp nhận thông tin báo chí?

PVS-SV01: Theo em thì điều kiện cơ bản nhất là có điện thoại thông minh, có internet và có ứng dụng phù hợp. Em thấy các bạn trong lớp em chủ yếu dùng TikTok, Facebook. Riêng em thì hay đọc báo trên máy tính hơn. Em cũng không xem truyền hình nhiều vì phòng trọ không có tivi; trước đây khi ở nhà thì em vẫn có xem tivi cùng ba mẹ.

PV: Nếu ở phòng trọ có tivi, em nghĩ mình có xem truyền hình nhiều hơn không?

PVS-SV01: Em nghĩ là có.

PV: Trường mình hiện có những điều kiện gì hỗ trợ sinh viên tiếp nhận thông tin báo chí?

PVS-SV01: Trường em có thư viện, có các bài báo nghiên cứu khoa học của nước ngoài, có sách nữa. Còn riêng về thông tin báo chí theo nghĩa thông tin thời sự thì em chưa để ý nhiều.

PV: Theo em, mạng xã hội có phải là một kênh thông tin báo chí không?

PVS-SV01: Em nghĩ mạng xã hội có thể là kênh truyền tải thông tin báo chí, nhưng phải xác định rõ đó có phải thông tin báo chí chính thống hay không, hay chỉ là tin do cá nhân tự đăng. Cá nhân em vẫn tin tưởng các nguồn báo chí chính thống hơn. Nếu có xem thông tin trên mạng xã hội thì em chỉ xem để tham khảo thôi.

PV: Vậy em thích thông tin báo chí có nội dung và hình thức như thế nào?

PVS-SV01: Về hình thức, em nghĩ nên có thêm các dạng clip ngắn để sinh viên dễ nắm bắt, trong khoảng thời gian ngắn có thể tiếp nhận được nhiều thông tin. Còn về nội dung thì nên đa dạng, bao gồm các vấn đề về chính trị, kinh tế, giáo dục, tâm lý, tội phạm, học đường... Nếu là clip thì theo em khoảng 5–7 phút là phù hợp, tập trung vào những nội dung cập nhật quan trọng nhất.

Mã phỏng vấn: PVS-SV02

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-SV02
- **Nhóm đối tượng:** Sinh viên năm nhất khối báo chí - truyền thông
- **Ngành học:** Truyền thông đại chúng
- **Nơi ở hiện nay:** Sống cùng gia đình tại Hà Nội

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Trước tiên, em có thể chia sẻ một vài thông tin cơ bản về bản thân được không?

PVS-SV02: Em hiện là sinh viên năm nhất ngành Truyền thông đại chúng. Hiện tại em sống cùng gia đình, nhà em ở Hà Nội.

PV: Khi nhắc đến “thông tin báo chí”, trong suy nghĩ của em thường hiện ra điều gì?

PVS-SV02: Khi nhắc đến thông tin báo chí, em thường nghĩ ngay đến các bản tin thời sự hằng ngày về những vấn đề xã hội như chính trị, kinh tế, quân sự... Nói chung là những gì xảy ra trong một ngày và được cập nhật lại cho người xem, người đọc.

PV: Theo em, thông tin báo chí thường xuất hiện ở đâu?

PVS-SV02: Trước đây em thường nghĩ đến TV hoặc các tờ báo giấy. Nhưng bây giờ công nghệ phát triển nên khi nhắc đến tin tức, em nghĩ nhiều hơn đến các trang web, các bài đăng trên Facebook hay TikTok, vì những kênh này tiếp cận công chúng nhanh và rộng hơn.

PV: Hằng ngày em có tiếp nhận tin tức không?

PVS-SV02: Có ạ, em cũng khá thích cập nhật tin tức. Em thường đọc trên các trang như VnExpress hoặc Dân trí để nắm thông tin.

PV: Em thường quan tâm đến những chủ đề nào?

PVS-SV02: Em khá thích thể thao nên rất quan tâm đến các tin tức thể thao. Ngoài ra, em cũng quan tâm đến các vấn đề chính trị, ví dụ như xung đột giữa Nga và Ukraine hay các cuộc họp, trao đổi liên quan đến chính trị quốc tế.

PV: Với tin tức thể thao, em thường tiếp cận qua đâu và theo cách nào?

PVS-SV02: Tin thể thao thì em thường tiếp cận theo hai kiểu. Một là qua các video ngắn trên TikTok, Facebook, thường là tin về chuyển nhượng cầu thủ, kết quả trận đấu hoặc các thông tin nổi bật. Hai là qua các trang web chuyên về thể thao, vì em thấy các trang đó thường tổng hợp chuyên sâu hơn và mức độ tin cậy cũng cao hơn.

PV: Trong một ngày, em thường dành bao nhiêu thời gian để tiếp nhận tin tức?

PVS-SV02: Điều đó tùy vào thời gian rảnh của em. Thường em sẽ đọc tin vào buổi sáng, nhất là lúc mới ngủ dậy. Em hay dành khoảng 15 đến 30 phút để lướt điện thoại, và trong khoảng thời gian đó em sẽ cập nhật những gì đã diễn ra. Ví dụ nếu tối hôm trước có trận bóng mà em không xem thì sáng hôm sau em sẽ chủ động tìm kết quả và diễn biến. Nếu có thông tin quá “hot” mà em chưa biết thì hoặc là em chủ động tìm, hoặc là nó cũng sẽ hiện lên trên feed của em.

PV: Khi chủ động tìm kiếm, em thường tìm qua đâu?

PVS-SV02: Hai nguồn em tìm nhiều nhất là Google và TikTok, nhưng thực tế thì TikTok em dùng nhiều hơn vì chỉ cần nhập từ khóa là thường đã hiện ra rất nhanh.

PV: Vậy mức độ tin tưởng của em với thông tin trên TikTok như thế nào?

PVS-SV02: Nếu chấm theo thang điểm 10 thì em nghĩ độ tin tưởng của em với TikTok chỉ khoảng 7 đến 8 điểm thôi. Vì trên đó lượng thông tin rất nhiều, khá trôi nổi, nên đôi khi sự thật không hoàn toàn chính xác. Khi thấy một thông tin nào đó em quan tâm, em

sẽ không chỉ dừng ở TikTok mà còn lên Google hoặc tìm fanpage chính thức của sự việc, tổ chức hay nhân vật liên quan để kiểm chứng lại.

PV: Mục đích tiếp cận tin tức của em thường là gì?

PVS-SV02: Với thể thao thì chủ yếu là để giải trí. Còn với chính trị thì em muốn hiểu thêm về thế giới, về nguyên nhân của các xung đột hoặc những vấn đề đang diễn ra. Nó giúp em có thêm cách nhìn về cuộc sống và xã hội.

PV: Trong chuyên ngành học của em, việc cập nhật tin tức có cần thiết không?

PVS-SV02: Em nghĩ là rất cần thiết. Vì em học về truyền thông nên gần như môn nào cũng cần cập nhật thông tin. Ví dụ như các môn lý thuyết truyền thông hay nhập môn truyền thông đại chúng, khi làm bài tập lớn về kế hoạch truyền thông của một nhãn hàng thì bọn em phải chủ động tìm hiểu rất nhiều: vừa xem tài liệu của các anh chị đi trước, vừa đọc thêm tài liệu tham khảo để kiểm chứng xem thông tin về nhãn hàng đó có đúng hay không.

PV: Em thường sử dụng thiết bị nào để tiếp nhận thông tin?

PVS-SV02: Chủ yếu là điện thoại. Ngoài ra em cũng xem trên TV, nhất là các bản tin như Chuyển động 24h hoặc Thời sự 19h. Thường vào giờ đó cả nhà em ăn cơm nên mọi người cũng mở lên xem và có khi còn thảo luận cùng nhau.

PV: Về nội dung, em thường thích những loại thông tin như thế nào?

PVS-SV02: Em nhớ đến một chuyên mục của Chuyển động 24h, hình như là “Điểm tuần”, chuyên khai thác những vấn đề đang nổi trong xã hội như thực phẩm sạch, hàng giả, hàng nhái... nhưng theo cách rất mới mẻ, vui nhộn và gần gũi hơn. Em thấy kiểu làm đó khá cuốn hút, không chỉ với em mà cả gia đình em cũng thích.

PV: Còn về hình thức thể hiện, em thích cách truyền tải thông tin như thế nào?

PVS-SV02: Em thích nhất hai kiểu. Một là dạng kết hợp giữa hình ảnh và giọng nói, tức là có ảnh về sự kiện đang xảy ra, kèm lời đọc hoặc lời bình dễ hiểu. Hai là dạng phóng sự ngay tại hiện trường. Em thấy những phóng sự như vậy rất hấp dẫn vì tạo cảm giác như mình đang có mặt tại nơi sự việc xảy ra.

PV: Theo em, nội dung và hình thức như thế nào sẽ thu hút sinh viên và giới trẻ hiện nay?

PVS-SV02: Em nghĩ những format giống kiểu “Điểm tuần” của Chuyển động 24h sẽ phù hợp, vì nó vừa bám vào các vấn đề thực tế, vừa có cách thể hiện sinh động, không quá khô. Em nghĩ sinh viên sẽ dễ bị cuốn hút bởi những nội dung như vậy hơn.

PV: Khi tiếp nhận một tin tức, yếu tố nào thu hút em đầu tiên?

PVS-SV02: Đầu tiên chắc chắn là tiêu đề và hình ảnh thumbnail. Đó là thứ khiến em muốn bấm vào xem. Sau đó mới đến nội dung. Khi đọc thì em thường đọc từ trên xuống, nhưng nếu cảm thấy mình đã nắm đủ ý rồi hoặc thấy nội dung không còn cần thiết nữa thì em sẽ dừng, chứ không cố đọc đến hết.

PV: Sau khi đọc xong, em có thường tương tác như like, share, bình luận hay lưu lại không?

PVS-SV02: Nếu đó là những thông tin kiểu showbiz, drama lạ lạ thì em có thể chia sẻ với bạn bè. Còn nếu là những thông tin về chính trị thì em thường chia sẻ và trao đổi với gia đình hơn là đăng lại trên mạng, vì em thấy những vấn đề đó khá nhạy cảm.

PV: Theo em, để phân biệt tin giả với tin thật thì nên dựa vào những yếu tố nào?

PVS-SV02: Theo em, đầu tiên phải xem nguồn đó là kênh gì, trang gì. Bình thường em chỉ đọc tin ở những trang có tích xanh hoặc các trang chính thống của cơ quan nhà nước thì em mới tin tưởng hơn. Ngoài ra, em cũng để ý đến ngôn từ trong bài viết. Những bài từ nguồn chính thống thường dùng từ khá chín chu, không quá kích động. Còn các bài từ nguồn thiếu tin cậy, nhằm câu like, câu view thì ngôn từ thường mạnh, dễ gây kích động hơn. Em nghĩ cả nguồn lẫn cách dùng từ đều là dấu hiệu để phân biệt.

PV: Em đã từng gặp tin giả chưa?

PVS-SV02: Rồi ạ. Em thấy những nội dung như vậy khá nhiều, nhất là những bài viết có xu hướng chống phá Nhà nước hoặc khai thác các vấn đề còn khó khăn để dẫn dắt theo hướng tiêu cực, kích động dư luận.

PV: Nếu chia sẻ với các bạn sinh viên khác về cách phân biệt tin giả và tin thật, em sẽ nhấn mạnh điều gì?

PVS-SV02: Em sẽ nói là phải kiểm tra nguồn trước, rồi chú ý đến ngôn từ và mục đích của bài viết. Nếu bài viết dùng lời lẽ quá mạnh, quá kích động, cố tạo phản ứng cảm xúc ngay thì mình phải cẩn thận. Không nên thấy gì cũng tin ngay.

PV: Khi theo dõi một vấn đề, em thích tin tức được phân tích sâu hay chỉ cần ngắn gọn để cập nhật?

PVS-SV02: Em nghĩ còn tùy từng chủ đề. Với thể thao thì em chỉ cần cập nhật nhanh là đủ. Nhưng với chính trị thì em thích có số liệu cụ thể, dẫn chứng rõ ràng, vì như vậy em thấy thông tin đáng tin cậy hơn.

PV: Có quan điểm cho rằng mạng xã hội và thuật toán khiến giới trẻ tiếp nhận thông tin một cách thụ động, ít chủ động mở rộng nguồn tin. Em nghĩ sao về điều này?

PVS-SV02: Em nghĩ mạng xã hội ảnh hưởng rất lớn đến cách người trẻ tiếp cận tin tức, chắc phải hơn 80%, vì bây giờ gần như ai cũng dùng ít nhất một mạng xã hội. Tuy nhiên, em nghĩ sinh viên hiện nay cũng khá chủ động. Ví dụ như bản thân em, nếu đã quan tâm đến một vấn đề thì em sẽ tìm hiểu thêm ở nhiều nguồn khác, chứ không chỉ xem cái gì thuật toán hiện lên.

PV: Em có sử dụng ChatGPT hoặc AI không?

PVS-SV02: Dạ có, em dùng khá nhiều, chủ yếu là cho việc học. Khi bí ý tưởng thì em thường dùng AI để gợi ý. Tuy nhiên, dù AI bây giờ rất phát triển, em vẫn chỉ đánh giá độ tin cậy ở mức khoảng 7–8 thôi. Có những trường hợp khi em tìm trên AI xong, rồi đối chiếu lại với các trang web khác thì thông tin không giống nhau. Nếu tin hoàn toàn vào AI thì đôi khi sẽ gây vấn đề cho mình.

PV: Khi muốn xác minh một thông tin, em thường so sánh các nguồn như thế nào?

PVS-SV02: Khi em đã quan tâm đến một vấn đề, em thường đọc khoảng 2–3 bài từ các nguồn khác nhau để xem cùng một sự việc thì thông tin có giống nhau không, có khác

nhau ở điểm nào không. Nếu khác thì em sẽ tìm hiểu kỹ hơn. Khi thấy các nguồn cùng xác nhận như nhau thì em mới tin vào thông tin đó.

III. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

PV: Theo em, hiện nay sinh viên có gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận tin tức không?

PVS-SV02: Em nghĩ việc tiếp cận thông tin bây giờ không phải là vấn đề quá lớn nữa, vì đa số ai cũng có điện thoại, có TV, có internet và việc kết nối cũng khá dễ dàng. Nói chung, về điều kiện tiếp cận thì tương đối thuận tiện.

PV: Tuy nhiên, với tình trạng quá nhiều thông tin, kể cả tin giả, em có cho rằng đây cũng là một khó khăn không?

PVS-SV02: Có chứ ạ. Khi thông tin dễ tiếp cận hơn thì đương nhiên tin giả cũng dễ xuất hiện hơn. Điều đó là tất yếu.

PV: Hiện nay em thấy nội dung báo chí đã đáp ứng nhu cầu tiếp nhận thông tin của em chưa, hay em còn mong muốn gì thêm?

PVS-SV02: Với nhu cầu cá nhân em hiện nay thì em thấy khá hài lòng. Hiện tại em chưa có mong muốn gì thêm thật sự cụ thể.

PV: Theo em, điều kiện vật chất và điều kiện nhận thức có ảnh hưởng thế nào đến việc tiếp nhận thông tin báo chí?

PVS-SV02: Nếu nói về vật chất thì em nghĩ hiện nay chỉ khi nào không có hẳn internet hoặc không có điện thoại thì mới là khó khăn lớn. Còn khi đã có điện thoại và internet rồi thì dù thiết bị hiện đại hơn hay chỉ là smartphone bình thường, em thấy sự khác biệt cũng không quá lớn. Theo em, vấn đề quan trọng hơn là cách mình tiếp nhận thông tin: mình có chịu tìm hiểu thêm những nguồn khác không, hay đọc xong một nguồn là tin ngay. Em nghĩ khó khăn thực sự nằm ở kỹ năng tiếp nhận và xử lý thông tin hơn là ở thiết bị.

PV: Với riêng môi trường trường học, em thấy trường đã tạo những điều kiện gì để sinh viên tiếp nhận thông tin báo chí tốt hơn?

PVS-SV02: Trường em là một cơ sở đào tạo chuyên về báo chí và truyền thông nên vấn đề này được đặt lên hàng đầu. Theo em, điều kiện đầu tiên là có đội ngũ giảng viên rất giỏi và nhiệt huyết, có thể đào tạo sinh viên về nghề báo. Ngoài ra còn có cơ sở vật chất chuyên biệt như studio để sinh viên thực hành, các phương tiện hiện đại mà không phải trường nào cũng có. Trường cũng có thư viện, có Wi-Fi, dù Wi-Fi đôi lúc hơi chậm và chưa thật sự thuận tiện nên cá nhân em vẫn hay theo dõi tin tức qua Facebook là chính.

Mã phỏng vấn: PVS-SV03

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-SV03
- **Nhóm đối tượng:** Sinh viên đại học
- **Nhóm ngành:** Khoa học xã hội

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Em có thường xuyên cập nhật thông tin báo chí không? Em thường tiếp nhận tin tức qua những kênh hay phương tiện nào?

PVS-SV03: Em chủ yếu tiếp cận tin tức qua mạng xã hội, đặc biệt là Facebook, và qua báo điện tử trên điện thoại. Em hầu như không xem báo giấy, cũng ít khi xem TV, trừ khi về nhà có thời gian xem thời sự cùng ba mẹ.

PV: Em thường tiếp nhận tin tức vào thời điểm nào trong ngày, và mỗi ngày dành khoảng bao lâu cho việc đọc tin?

PVS-SV03: Em không có thời gian cố định để đọc tin. Thường khi nào rảnh, ví dụ như lúc chờ tiết học hoặc chờ xe buýt, thì em sẽ lướt Facebook xem có tin gì mới. Có ngày em dành khoảng 30 phút để xem tin, nhưng cũng có ngày bận quá thì gần như không xem tin tức gì cả.

PV: Về nội dung, em quan tâm nhất đến những loại thông tin nào? Ví dụ như thời sự, giải trí, giáo dục hay các lĩnh vực khác?

PVS-SV03: Cá nhân em thích những tin giải trí và thể thao để thư giãn sau giờ học. Em thường theo dõi các tin về âm nhạc, phim ảnh mới hoặc kết quả các trận bóng đá. Tuy nhiên, em cũng cố gắng cập nhật thêm tin thời sự - xã hội từ các nguồn chính thống để không bị lạc hậu.

PV: Khi đọc tin tức, em có chú ý đến mức độ tin cậy của nguồn tin không? Em có kiểm chứng tính xác thực của thông tin hoặc so sánh từ nhiều nguồn khác nhau không?

PVS-SV03: Thú thật là có lúc em cũng tin ngay những gì mình thấy trên Facebook, nhất là khi nhiều người cùng chia sẻ và nội dung nghe có vẻ hợp lý. Nhưng gần đây em đã cẩn thận hơn. Nếu là tin quan trọng, em sẽ tìm thêm trên Google hoặc vào thẳng các trang báo chính thống để đọc kỹ hơn. Em nghĩ sinh viên bọn em cần cảnh giác hơn với tin đồn trên mạng.

PV: Khi tiếp nhận tin tức, em có thói quen đọc kỹ toàn bộ bài báo không, hay chỉ lướt tiêu đề và phần tóm tắt?

PVS-SV03: Em thường đọc lướt là nhiều. Thực ra có nhiều bài báo điện tử viết khá dài, có những phần em thấy chưa thật sự cần thiết nên em chỉ đọc phần mở đầu và phần kết luận để tiết kiệm thời gian. Chỉ khi nào đó là chủ đề em thực sự quan tâm thì em mới đọc kỹ toàn bộ.

PV: Trong quá trình tiếp nhận tin tức, em có gặp những khó khăn hay rào cản gì không? Ví dụ như về thiết bị, kết nối internet, thời gian hay chất lượng thông tin?

PVS-SV03: Em hiện không có máy tính cá nhân, chủ yếu chỉ dùng điện thoại để lên mạng. Màn hình điện thoại khá nhỏ nên nếu đọc những bài nhiều chữ thì dễ mỏi mắt, không tiện bằng máy tính. Ngoài ra, có một số nguồn tin hoặc bài báo yêu cầu trả phí hay phải có tài khoản mới đọc được, nên em không tiếp cận được những nội dung đó. Điều kiện kinh tế của sinh viên còn hạn chế nên em nghĩ nhiều bạn cũng sẽ bỏ qua các tin “thu phí” như em.

PV: Theo em, cần có những giải pháp gì để giúp sinh viên tiếp cận thông tin báo chí thuận lợi và hiệu quả hơn?

PVS-SV03: Theo em, các cơ quan báo chí nên đẩy mạnh việc đăng tải thông tin trên các nền tảng mạng xã hội chính thức của họ như Facebook, Instagram... Vì sinh viên hiện nay hầu như ngày nào cũng dùng các nền tảng đó, nên nếu báo chí xuất hiện ở đó với tần suất đều đặn, nội dung hấp dẫn thì bọn em sẽ dễ tiếp cận hơn. Ví dụ, các tờ báo có thể làm các bài ngắn gọn, infographic hoặc clip ngắn để đăng lên mạng xã hội, như vậy sẽ phù hợp hơn với thói quen của sinh viên.

PV: Em có nghĩ việc trang bị thêm TV ở ký túc xá hoặc khu sinh hoạt chung để sinh viên theo dõi thời sự là cần thiết không?

PVS-SV03: Em nghĩ đó cũng là một điều tốt, vì dù không nhiều bạn còn xem TV truyền thống thường xuyên, nhưng nếu có thì vẫn là thêm một kênh tiếp cận thông tin. Tuy nhiên, theo em, điều quan trọng hơn vẫn là internet và nội dung online, vì hiện nay sinh viên chủ yếu đọc và xem tin trên mạng.

Mã phỏng vấn: PVS-SV04

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-SV04
- **Nhóm đối tượng:** Sinh viên đại học năm 3
- **Khối ngành học:** Kinh doanh/kinh tế

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Trước tiên, em có thường xuyên cập nhật thông tin báo chí không? Em thường tiếp nhận tin tức qua những kênh hay phương tiện nào?

PVS-SV04: Em khá thường xuyên cập nhật thông tin. Hằng tối, em hay xem chương trình thời sự trên TV cùng gia đình. Ngoài ra, em cũng đọc báo mạng trên laptop hoặc điện thoại để theo dõi tin tức trong ngày. Còn báo in thì em ít đọc, chỉ khi nào ở thư viện trường có sẵn thì em mới xem qua.

PV: Em thường tiếp nhận tin tức vào thời điểm nào trong ngày, và mỗi ngày dành khoảng bao lâu cho việc đọc tin?

PVS-SV04: Em thường tranh thủ giờ nghỉ trưa để lướt tin tức trên điện thoại, mỗi lần khoảng 20 phút. Buổi tối, nếu không bận học thì em xem thời sự trên TV khoảng 30 phút. Còn nếu bận thì em chủ yếu cập nhật tin qua mạng xã hội vài lần trong ngày, mỗi lần ngắn thôi.

PV: Về nội dung, em quan tâm nhất đến những loại thông tin nào?

PVS-SV04: Em thường quan tâm đến tin về công nghệ và kinh tế. Vì em học ngành liên quan đến kinh doanh nên những thông tin về kinh tế, thị trường lao động khá hữu ích với em. Ngoài ra, em cũng hứng thú với các tin về công nghệ mới, phát minh mới hoặc những xu hướng liên quan đến điện thoại, máy tính.

PV: Khi đọc tin tức, em có chú ý đến mức độ tin cậy của nguồn tin không? Em có kiểm chứng tính xác thực của thông tin hoặc so sánh từ nhiều nguồn khác nhau không?

PVS-SV04: Em rất để ý đến nguồn tin. Thường em chỉ đọc trên các trang báo uy tín hoặc các trang thông tin chính thức của nhà trường, của cơ quan nhà nước. Còn những tin do bạn bè chia sẻ trên mạng xã hội thì em chủ yếu xem để biết, chứ ít khi tin hoàn toàn nếu chưa được kiểm chứng.

PV: Khi tiếp nhận tin tức, em có thói quen đọc kỹ toàn bộ bài báo không, hay chỉ lướt tiêu đề và tóm tắt?

PVS-SV04: Em có xu hướng đọc toàn bộ nội dung bài báo, nhất là với những tin quan trọng. Em sợ bỏ sót thông tin nên thường đọc từ đầu đến cuối, kể cả phần bình luận hoặc ý kiến chuyên gia nếu bài báo có.

PV: Trong quá trình tiếp nhận tin tức, em có gặp những khó khăn hay rào cản gì không? Ví dụ như về thiết bị, kết nối internet, thời gian hay chất lượng thông tin?

PVS-SV04: Với em, trở ngại lớn nhất là thời gian. Nhiều hôm lịch học dày, về đến phòng là mệt nên không còn thời gian theo dõi tin tức thường xuyên. Ngoài ra, điều kiện internet cũng là một vấn đề. Ví dụ như Wi-Fi ở ký túc xá có lúc rất chậm chạp; nếu muốn xem một bản tin video mà mạng yếu thì tải không nổi, thành ra em đành bỏ qua.

III. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

PV: Theo em, cần có những giải pháp gì để giúp sinh viên tiếp cận thông tin báo chí thuận lợi và hiệu quả hơn?

PVS-SV04: Theo em, thư viện trường nên bổ sung thêm báo in và bố trí khu vực đọc báo thoải mái cho sinh viên. Hiện tại ít bạn đọc báo giấy, nhưng nếu thư viện có sẵn và miễn phí thì có thể sẽ có nhiều bạn ghé đọc để cập nhật tin tức. Ngoài ra, thư viện cũng có thể trang bị thêm một số máy tính nối mạng cho những bạn không có thiết bị cá nhân, như vậy mọi sinh viên đều có cơ hội tiếp cận thông tin.

PV: Em có nghĩ việc trang bị thêm TV tại ký túc xá hoặc khu sinh hoạt chung để sinh viên theo dõi thời sự là cần thiết không?

PVS-SV04: Em nghĩ nếu có một góc xem TV chung ở ký túc xá thì thỉnh thoảng em cũng sẽ ra đó xem thời sự, vừa xem vừa có thể trao đổi với bạn bè. Tuy nhiên, thực tế là không phải lúc nào sinh viên cũng rảnh đúng khung giờ thời sự để tụ tập xem TV, nên giải pháp này chỉ hỗ trợ được một phần thôi.

Mã phỏng vấn: PVS-SV05

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-SV05
- **Nhóm đối tượng:** Sinh viên đại học năm 2
- **Nhóm ngành:** Khoa học kỹ thuật

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Em có thường xuyên cập nhật thông tin báo chí không? Em thường tiếp nhận tin tức qua những kênh hay phương tiện nào?

PVS-SV05: Em thường đọc tin tức trên điện thoại, chủ yếu qua các báo điện tử và mạng xã hội. Hầu như ngày nào em cũng lướt Facebook để xem tin mới; ngoài ra, thỉnh thoảng em cũng đọc báo trên các trang web để biết thêm chi tiết.

PV: Em thường tiếp nhận tin tức vào thời điểm nào trong ngày, và mỗi ngày dành khoảng bao lâu cho việc đọc tin?

PVS-SV05: Em hay xem tin tức vào buổi sáng sớm. Khi ngủ dậy, em thường mở điện thoại đọc tin khoảng 15–20 phút để nắm tình hình chung. Buổi tối trước khi ngủ, nếu còn thời gian thì em đọc thêm khoảng nửa tiếng nữa, tổng cộng chắc gần một tiếng mỗi ngày.

PV: Về nội dung, em quan tâm nhất đến những loại thông tin nào?

PVS-SV05: Em quan tâm nhiều đến các tin về giáo dục, ví dụ như thông tin học bổng, hội thảo sinh viên, kỹ năng học tập. Ngoài ra, các tin liên quan đến đời sống sinh viên hoặc kỹ năng mềm cho người trẻ cũng khá thu hút em.

PV: Khi đọc tin tức, em có chú ý đến mức độ tin cậy của nguồn tin không? Em có kiểm chứng tính xác thực của thông tin hoặc so sánh từ nhiều nguồn khác nhau không?

PVS-SV05: Dạ có. Em thường chọn đọc ở những trang báo chính thống, ví dụ như báo điện tử của các tờ báo lớn, vì em tin tưởng những nguồn đó hơn. Nếu gặp thông tin quan trọng hoặc nhạy cảm, em sẽ kiểm tra thêm xem các báo khác có đăng tương tự không để chắc chắn thông tin là đúng.

PV: Khi tiếp nhận tin tức, em có thói quen đọc kỹ toàn bộ bài báo không, hay chỉ lướt tiêu đề và phần tóm tắt?

PVS-SV05: Em thường chỉ đọc lướt tiêu đề và vài dòng đầu để nắm ý chính. Nếu tin nào thật sự thu hút hoặc liên quan trực tiếp đến mình thì em mới bấm vào đọc hết cả bài. Nhiều khi tiêu đề dài hoặc chưa rõ ý thì em sẽ đọc kỹ hơn để hiểu đầy đủ nội dung.

PV: Trong quá trình tiếp nhận tin tức, em có gặp những khó khăn hay rào cản gì không? Ví dụ như về thiết bị, kết nối internet, thời gian hay chất lượng thông tin?

PVS-SV05: Khó khăn lớn nhất với em là lượng thông tin quá nhiều, đôi khi bị “bội thực” thông tin. Chỉ cần mở mạng xã hội lên là đã thấy rất nhiều tin, thật giả lẫn lộn, khiến em cảm giác khá rối và không biết cái nào thực sự đáng tin. Ngoài ra, có một số bài báo đặt tiêu đề khá giật gân nhưng nội dung bên trong lại không đúng như minh hình dung từ tiêu đề, nên nếu chỉ đọc lướt thì rất dễ hiểu lầm. Em nghĩ đây cũng là một trở ngại khá lớn.

III. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

PV: Theo em, cần có những giải pháp gì để giúp sinh viên tiếp cận thông tin báo chí thuận lợi và hiệu quả hơn?

PVS-SV05: Theo em, nhà trường có thể hỗ trợ bằng cách tăng cường phủ sóng Wi-Fi miễn phí và ổn định trong toàn bộ khuôn viên trường, đặc biệt là ở ký túc xá. Nếu sinh viên có internet mạnh và miễn phí thì việc đọc báo, xem tin tức sẽ thuận tiện hơn rất nhiều. Ngoài ra, trường cũng có thể tổ chức các buổi hội thảo hoặc hướng dẫn về kỹ năng chọn lọc, kiểm chứng thông tin để sinh viên biết cách tiếp nhận tin tức một cách đúng đắn hơn.

PV: Em có nghĩ việc trang bị thêm TV tại ký túc xá hoặc khu sinh hoạt chung để sinh viên theo dõi thời sự là cần thiết không?

PVS-SV05: Theo em, nếu có TV thì cũng tốt, nhất là với những bản tin thời sự phát vào giờ cố định vì nó có thể tạo thói quen nhắc nhở sinh viên theo dõi tin tức. Tuy nhiên, thực tế hiện nay nhiều bạn vẫn thích xem trên điện thoại theo nhu cầu cá nhân hơn, nên TV công cộng có thể không thu hút được quá đông sinh viên.

Mã phỏng vấn: PVS-SV06

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-SV06
- **Nhóm đối tượng:** Sinh viên năm nhất khối báo chí - truyền thông
- **Ngành học:** Truyền thông đại chúng
- **Nơi ở hiện nay:** Ký túc xá trường

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Hằng ngày em có tiếp nhận thông tin báo chí không?

PVS-SV06: Dạ có. Thường thì em tiếp nhận thông tin báo chí chủ yếu qua việc lướt mạng xã hội.

PV: Ngoài mạng xã hội ra, em còn tiếp cận thông tin báo chí qua kênh nào khác không?

PVS-SV06: Ngoài lướt mạng xã hội, em cũng hay đọc báo. Thường thì khoảng một tuần em đọc báo khoảng ba lần. Trước đây em hay đọc Tuổi trẻ hoặc Thanh niên. Dạo gần đây em thích đọc những nội dung liên quan đến văn học hơn, nên em có xem thêm một số trang như Mực tím hoặc các trang hay đăng bài thơ, bài văn hay.

PV: Trong một ngày, em thường dành thời gian tiếp nhận thông tin như thế nào?

PVS-SV06: Nếu buổi sáng em không phải đi học thì sau khi thức dậy em sẽ đọc tin luôn để xem hôm đó có thông tin gì mới. Điện thoại của em thường hiện một số tin ở phần báo trong Zalo, em hay nhấn vào để xem. Ngoài ra em cũng xem TikTok vì ở đó newsfeed hiện khá nhiều thông tin.

Thời điểm thứ hai là trước khi đi ngủ. Trước khi ngủ em thường dành khoảng 15 đến 30 phút để lướt mạng xã hội. Một phần là để xem hôm nay có trend gì mới, vì em học truyền thông đại chúng nên em cũng muốn theo dõi để sau này làm content tốt hơn. Sau khi hoàn thành việc học và các công việc trong ngày, em thường dành thêm khoảng 30 đến 45 phút để tiếp cận thông tin trên nhiều nền tảng như Instagram, Facebook và TikTok.

PV: Trong các kênh đó, em thường xuyên tiếp nhận thông tin báo chí nhất qua nền tảng nào?

PVS-SV06: Với em là Facebook. Em thường theo dõi những nguồn tin chính thức của Chính phủ hoặc các báo có tích xanh xác nhận là nguồn chính thống thì em mới tiếp cận. Em hiểu hiện nay thông tin sai sự thật trên mạng xã hội rất nhiều nên em tiếp nhận với tâm thế khá khách quan. Những gì em thấy là chính thống thì em mới xem; còn nếu cảm thấy không rõ ràng, không xác thực thì em sẽ không tiếp nhận. Một phần cũng vì em là sinh viên truyền thông nên em ý thức được việc sai lệch thông tin trên mạng xã hội có thể gây hậu quả nghiêm trọng như thế nào.

PV: Những chủ đề nào em thường tiếp nhận qua báo chí?

PVS-SV06: Em thường cập nhật những thông tin nổi bật trong ngày. Ví dụ như gần đây em có đọc thông tin về việc COVID-19 có dấu hiệu quay trở lại. Có những hôm vừa thức dậy thì em đã thấy tin báo chí cập nhật về một sự kiện trong ngày, chẳng hạn như hôm nay là ngày kỷ niệm sinh nhật Bác. Em thấy mỗi ngày đều có những thông tin khác nhau để mình cập nhật.

PV: Ngoài điện thoại, em còn tiếp nhận thông tin báo chí qua phương tiện nào khác không?

PVS-SV06: Trước đây, khi còn ở nhà và chưa lên đại học, em có tiếp cận thông tin báo chí qua TV. Vào khoảng 19 giờ tối, em hay xem các chương trình như Thời sự, Chuyên động 24h cùng gia đình, thường khoảng 30 đến 45 phút trong lúc ăn cơm. Đó cũng là một cách em từng tiếp nhận thông tin báo chí.

Khi lên đại học thì việc sử dụng TV hạn chế hơn nhiều, một phần vì không có thời gian, phần khác vì ở ký túc xá cũng không có TV. Nếu có chương trình nào em thực sự muốn xem lại thì em sẽ lên YouTube. Ngoài ra, em cũng dùng laptop để đọc báo trong những trường hợp nội dung trên điện thoại khó theo dõi hơn.

PV: Em đã từng tiếp cận thông tin báo chí qua thư viện trường chưa?

PVS-SV06: Thực ra em chưa lên thư viện để mượn báo đọc. Tuy nhiên, em có từng đọc báo do các bạn sinh viên viết rồi gửi đăng. Ví dụ, trước đây em có đọc một bài của nhóm sinh viên ngành báo ảnh gửi đăng trên Tuổi trẻ, và em nhận được tạp chí đó trực tiếp từ các bạn sinh viên phát cho mọi người. Còn để chủ động lên thư viện mượn báo đọc thì em chưa thử, em chủ yếu lên thư viện để tìm sách.

PV: Mục đích em tiếp cận thông tin báo chí là gì?

PVS-SV06: Em tiếp cận thông tin báo chí chủ yếu để học hỏi và để tiếp nhận những thông tin đã được chọn lọc hơn. Mỗi lần bắt đầu đọc một thông tin báo chí nào đó, em thường có xu hướng xem nó có phù hợp với mình không và nó đang giúp mình ở khía cạnh nào. Em cảm thấy khi đọc các thông tin báo chí thì kiến thức xã hội của mình cũng được mở rộng hơn.

PV: Ngoài việc xem thông tin đó có phù hợp với mình hay không, em còn đặt ra tiêu chí nào để chọn lọc thông tin báo chí không?

PVS-SV06: Khi tiếp cận thông tin báo chí, trước hết em xem nguồn ở đâu. Em ưu tiên các nguồn chính thống như báo điện tử VnExpress, Tuổi trẻ, Dân trí... Em tránh những bài chia sẻ trên Facebook từ account clone hoặc những tài khoản, fanpage không có xác thực rõ ràng. Dù họ có copy từ nguồn chính thống đi nữa thì em vẫn không tin ngay, vì với em, quan trọng là người đăng tải thông tin đó là ai.

Thứ hai, em không tin hoàn toàn vào tiêu đề, vì có nhiều tiêu đề rất giật tít. Ví dụ trong đợt bão Yagi vừa rồi, em có thấy một hình ảnh người đàn ông đẩy vợ con trên một chiếc thuyền nhỏ giữa vùng nước ngập, kèm theo những tiêu đề rất thương cảm. Nhưng về sau em mới biết đó không phải là sự thật.

Thứ ba, em thường so sánh thông tin. Nếu một thông tin đáng tin thì thường sẽ xuất hiện trên nhiều nền tảng báo chí với nội dung tương đồng. Nếu em tìm thêm mà các báo khác không đăng hoặc đăng khác quá nhiều, em sẽ nghi ngờ.

Ngoài ra, khi lướt Facebook, em cũng để ý đến thời gian đăng. Nếu một bài cũ nhưng được chia sẻ lại như thể là sự việc mới, em cũng sẽ cảnh giác. Một điểm nữa là em thường xem bài viết đó có ghi rõ tên tác giả, phóng viên hoặc nguồn ảnh hay không. Những chi tiết đó cũng giúp em tin tưởng hơn.

PV: Trong những tiêu chí đó, theo em tiêu chí nào quan trọng nhất?

PVS-SV06: Nếu phải chọn thì em ưu tiên nguồn tin chính thống. Em không dám chắc 100% là cứ nguồn chính thống thì lúc nào cũng hoàn hảo, nhưng ít nhất em có thể tin tưởng ở mức rất cao, khoảng trên 90%, vì nó có tính xác thực rõ ràng hơn nhiều so với những nguồn khác.

PV: Khi đọc những thông tin từ nguồn chính thống, em có thường chia sẻ với bạn bè hoặc lưu lại không?

PVS-SV06: Em là người rất ít chia sẻ, nhất là những vấn đề nhạy cảm. Với thông tin báo chí thì em khá ngại share. Em có thể thấy đó là nguồn đáng tin với mình và hữu ích với mình, nhưng để chia sẻ ra ngoài thì em rất hạn chế. Nếu có chia sẻ thì chỉ là với một nhóm bạn rất nhỏ hoặc những người em thật sự tin tưởng. Còn em có lưu lại một số thông tin mà em cảm thấy quan trọng, hoặc muốn đọc lại sau này.

PV: Những thông tin em lưu lại thường giúp ích cho em như thế nào?

PVS-SV06: Gần đây, vào dịp kỷ niệm 30/4, em có lưu một số nội dung liên quan đến các chiến dịch lịch sử như Chiến dịch Hồ Chí Minh, Chiến dịch Tây Nguyên. Em cũng lưu một số bài thơ, nhất là thơ Tố Hữu, liên quan đến giai đoạn đó. Sau dịp lễ, em xem lại những nội dung đó và áp dụng vào việc làm content về ngày 30/4. Em thấy những thông tin như vậy giúp ích cho em trong chuyên ngành học, đồng thời hỗ trợ em định hình phong cách cá nhân trên mạng xã hội. Em thường lưu các video ngắn trên TikTok hoặc Instagram để học cách người khác làm nội dung, rồi từ đó nảy ra ý tưởng cho content của riêng mình.

PV: Với TikTok, em thường lựa chọn những nguồn như thế nào để có thể tin tưởng hơn?

PVS-SV06: Trên TikTok, em ưu tiên các tài khoản có tích xanh hoặc những tài khoản chính chủ. Ngoài ra, với những nội dung em hay xem như lịch sử, văn học hay truyền thông, em cũng để ý xem người đó có thực sự từng trải nghiệm, từng làm trong lĩnh vực đó hay chưa. Tuy vậy, em cũng không bao giờ tin 100% vào một video trên TikTok; em vẫn cần xác thực lại sau đó.

PV: Em thường xác thực lại bằng cách nào?

PVS-SV06: Nếu xem một video TikTok về kiến thức lịch sử, em thường lên Google tìm lại, có khi tìm theo sách giáo khoa, hoặc xem các bài báo, bài viết chính thống nói về nội dung đó. Ngoài ra, em cũng có thể lên YouTube xem lại để kiểm tra xem người ta làm có đúng không.

PV: Nếu bây giờ em cần tìm một thông tin cụ thể, em sẽ tìm ở đâu đầu tiên?

PVS-SV06: Em sẽ nghĩ xem thông tin đó có nằm trong những tờ báo mà em vốn ưu tiên như VnExpress, Dân trí hay không. Nếu có thì em sẽ xem trước ở những nguồn đó. Nếu không có thì em sẽ dành thời gian tìm xem thông tin đó xuất hiện trên những trang nào, rồi đối chiếu xem các trang đó viết có giống nhau không, sau đó mới tiếp tục chọn lọc.

PV: Có nhiều sinh viên hiện nay có xu hướng tìm thông tin đầu tiên trên TikTok vì nền tảng này cho cảm giác trực quan, nhanh và đầy đủ hình ảnh, âm thanh. Em nghĩ sao về xu hướng này?

PVS-SV06: Thực ra em cũng là người khá thích xem TikTok. Có những việc em cũng tìm trên đó đầu tiên. Em thấy TikTok là một cách rất nhanh, nhất là khi mình cần hình ảnh, âm thanh và cách làm cụ thể. Nhưng theo em, nó chỉ phù hợp khi mình cần rút ngắn thời gian hoặc cần hình dung nhanh. Còn nếu mình làm theo luôn mà không xác thực thì cũng khá nguy hiểm, vì không biết nội dung đó có thực sự chính xác hay không. Vì vậy, với em, trước khi lên TikTok thì vẫn phải có một bước xác thực bằng nguồn chắc chắn hơn.

PV: Vậy một tin tức như thế nào sẽ khiến em hài lòng, xét từ cả hình thức và nội dung?

PVS-SV06: Về hình thức, em nghĩ nó phải bắt mắt trước. Không nhất thiết phải quá cầu kỳ nhưng phải rõ ràng, sáng, bố cục hài hòa để người xem nhìn vào là thấy muốn tiếp cận.

Về nội dung, với em, một bài viết tốt trước hết không được sai những điều cơ bản như chính tả, viết hoa, dấu câu, ngắt dòng... Những cái rất cơ bản về tiếng Việt phải đúng thì em mới đánh giá cao. Còn với video thì em nghĩ phải có sự chẵn chu nhất định: hình ảnh phải ổn, âm thanh phải rõ, cách trình bày phải được chăm chút.

PV: Khi theo dõi một tin tức, em thích dạng cập nhật nhanh hay thích dạng có phân tích sâu, có ý kiến chuyên gia?

PVS-SV06: Theo em, trước hết nó phải cập nhật được xu hướng hiện tại. Nhưng sau đó vẫn cần có phần phân tích nhất định, ít nhất là cho người đọc hiểu tại sao lại đưa tin đó lên, vấn đề cốt lõi nằm ở đâu. Em không thích kiểu chỉ cập nhật tiêu đề thôi mà không có phân tích gì, vì như vậy người đọc khó thật sự hiểu vấn đề.

PV: Khi tiếp cận thông tin báo chí hiện nay, em có gặp khó khăn gì không?

PVS-SV06: Thật ra thì không thể nói là tiếp cận thông tin báo chí mà không gặp khó khăn, vì hiện nay có rất nhiều báo, rất nhiều loại hình và rất nhiều kênh truyền thông khác nhau. Theo em, khó khăn lớn nhất là việc chất lọc thông tin. Mạng xã hội hiện nay quá nhiều nội dung, nên bọn em phải rất tỉnh táo và đề cao cảnh giác khi tiếp nhận.

PV: Em đã từng gặp tin giả chưa?

PVS-SV06: Dạ có. Ví dụ như đợt bão Yagi vừa rồi, có một hình ảnh người đàn ông chở vợ con trên một chiếc thuyền nhỏ giữa vùng nước ngập. Nhiều bài đăng lên với nội dung rất thương tâm, nói rằng gia đình anh ấy mất hết nhà cửa, chìm trong biển nước. Lúc đầu em cũng tin, vì hình ảnh rất thật và tác động mạnh đến cảm xúc. Sau này em mới biết đó là sản phẩm dàn dựng của một YouTuber để câu view, và phải đến khi có sự

đính chính từ các trang chính thống thì em mới nhận ra đó là tin giả. Em nghĩ đây là một vấn đề rất khó với người tiếp nhận thông tin báo chí nói chung và sinh viên nói riêng; các bạn cần được trang bị thêm rất nhiều kỹ năng để phân biệt tin giả với tin thật.

III. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

PV: Nếu em được xây dựng một sản phẩm tin tức dành cho sinh viên, em nghĩ nên xây dựng với nội dung và hình thức như thế nào để phù hợp nhất với các bạn hiện nay?

PVS-SV06: Theo quan sát của em, sinh viên hiện nay khá ngại đọc, đặc biệt là ngại tiếp cận những tờ báo khô cứng. Vì vậy, nếu xây dựng một sản phẩm dành cho sinh viên thì em nghĩ nên đi theo hướng hình ảnh hoặc video ngắn, giống như TikTok. Em từng xem một số video ngắn về lịch sử, chỉ vài phút thôi nhưng nói rất rõ về một chiến dịch hoặc một mốc lịch sử như ngày 2/9/1945 hay ngày 3/2/1930, và em thấy những video như vậy rất dễ nhớ, rất dễ lan tỏa. Có những video như thế thu hút hàng trăm nghìn lượt yêu thích. Em nghĩ với cách truyền tải như vậy, các bạn trẻ sẽ tiếp cận thông tin báo chí nhanh hơn, dễ nhớ hơn và cũng hứng thú hơn nhiều so với việc phải đọc một văn bản dài.

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-SV07
- **Trường học:** Đại học Y Hà Nội
- **Năm học:** Năm 4
- **Nơi ở hiện nay:** Ký túc xá

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Khi nhắc đến việc tiếp nhận thông tin báo chí, em thường nghĩ đến điều gì?

PVS-SV07: Nếu nói về thông tin nói chung thì hằng ngày em tiếp cận rất nhiều. Hiện nay mạng xã hội phát triển rất mạnh, nhưng nếu nói riêng về thông tin báo chí thì với em có một số điểm chưa thật sự thuận lợi. Về cơ sở vật chất thì không phải vấn đề lớn, mà khó khăn chủ yếu nằm ở thời gian và ở chất lượng thông tin được đăng tải. Em có thể tiếp cận thông tin hằng ngày qua Facebook, TikTok hoặc báo online, nhưng nhiều khi nguồn tin không được xác thực, không phải từ những kênh chính thống. Ngoài ra, vì mạng xã hội phát triển mạnh nên các nội dung giải trí cũng dễ làm em xao nhãng và khiến em muốn tìm hiểu những nội dung đó hơn là các thông tin báo chí hằng ngày.

PV: Hằng ngày em thường tiếp nhận những thông tin như thế nào?

PVS-SV07: Nếu là thông tin chung thì em thường tiếp cận các sự kiện diễn ra trong ngày hoặc những sự kiện lớn. Ví dụ như đợt vừa rồi em theo dõi lễ diễu binh 30/4 ở TP.HCM, nhưng chủ yếu là theo dõi qua Facebook hoặc TikTok, chứ không lên hẳn báo online để đọc kỹ. Ngoài ra, em cũng rất quan tâm đến thông tin về âm nhạc và giải trí, và những nội dung này em cũng tiếp cận chủ yếu qua các nền tảng đó. Tuy nhiên, em không hẳn chủ động đi tìm mà thường là lướt rồi nội dung tự hiện ra, nên mục tiêu tiếp cận thông tin của em đôi khi cũng bị nhiễu.

PV: Trong một ngày, em thường dành thời gian như thế nào cho việc tiếp nhận thông tin báo chí?

PVS-SV07: Em thường dành những khoảng thời gian rảnh, ví dụ lúc ăn cơm hoặc buổi tối trước khi đi ngủ, chủ yếu như một hình thức giải trí. Em không đặt ra thời gian tối thiểu mà chỉ đặt thời gian tối đa, để tránh bị cuốn sâu vào những thông tin khác. Ví dụ buổi tối em dành khoảng 30 phút đến 1 tiếng; lúc ăn cơm cũng có thể khoảng như vậy.

PV: Em thường cập nhật thông tin báo chí qua những kênh nào?

PVS-SV07: Em theo dõi một số trang báo để cập nhật thông tin về âm nhạc. Trên Facebook, em thường follow các fanpage lớn để đỡ bị lướt linh tinh. Trên TikTok thì chủ yếu em lướt thôi. Còn trên báo, em có đọc Kênh14, dù em biết đây không phải nguồn quá uy tín; Mục đích chính là để giải trí và nắm một số thông tin nhanh.

PV: Khi em nói “fanpage lớn”, em lựa chọn theo tiêu chí nào?

PVS-SV07: Em thường dựa vào số lượng người theo dõi và chất lượng của một vài bài viết đầu tiên. Em sẽ follow rồi đọc thử vài bài xem có phù hợp không. Nếu page đó đăng thông tin sai lệch hoặc có nội dung không phù hợp thì em sẽ bỏ theo dõi. Em chủ yếu quan tâm đến các sự kiện âm nhạc sắp tới hoặc vừa diễn ra, và các nghệ sĩ mà em yêu thích, vì đó là nội dung em quan tâm và muốn dành thời gian cho nó. Còn về báo chí nói chung, em thấy hiện nay có quá nhiều kiểu giật tít không cần thiết nên em không có tìm những nội dung đó, mà chủ yếu tìm thứ mình cần.

PV: Em có nói Kênh14 không thật sự uy tín. Vậy với em, tiêu chí đánh giá một nguồn “uy tín” là gì?

PVS-SV07: Em có tìm hiểu sơ qua về trang đó và thấy có rất nhiều cộng tác viên đăng bài, nên chất lượng tác giả không ổn định. Ngoài ra, tiêu đề và nội dung hay có xu hướng giật tít, dù thông tin có thể đúng nhưng cách đặt vấn đề có thể ảnh hưởng đến hình ảnh hoặc uy tín của người khác. Ví dụ như thay vì gọi “ca sĩ Mono” thì lại gọi là “em trai Sơn Tùng”. Với em, đó là một dấu hiệu cho thấy nguồn này thiên về giải trí hơn là tin cậy theo nghĩa báo chí chuẩn mực.

PV: Ngoài việc tiếp cận thông tin mang tính giải trí, em có tiếp cận báo chí vì mục đích khác không?

PVS-SV07: Có. Em còn tiếp cận thông tin để phục vụ học tập. Vì em học y nên em cần tìm kiếm kiến thức chuyên môn. Em thường tìm trên Google các trang như Medline, PubMed, đọc thông tin từ Bộ Y tế và một số ứng dụng kiến thức chuyên ngành. Trên Facebook hoặc YouTube em cũng theo dõi những kênh đem lại cảm giác an toàn và cung cấp kiến thức y khoa.

PV: Những nguồn đó có hữu ích và đáng tin cậy với việc học của em không?

PVS-SV07: Có. Nhiều nguồn được thầy cô giới thiệu. Ví dụ như PubMed là nguồn rất uy tín; ngoài ra em cũng đọc các thông tư, cập nhật của Bộ Y tế. Trên YouTube thì có những kênh như TED hoặc các kênh minh họa rất rõ ràng. Facebook hay TikTok em theo dõi chủ yếu để nó hiện thông tin lên, và đôi khi việc vô tình đọc được cũng khá hữu ích.

PV: Khi chọn nguồn tin phục vụ học tập, em ưu tiên tiêu chí gì?

PVS-SV07: Em thường đối chiếu với chương trình học trước, sau đó xem mức độ uy tín và tính chính thống của nguồn. Những nguồn từ cơ quan nhà nước thì em tin tưởng hơn. Còn những trang kiểu cổng web của doanh nghiệp, ví dụ như một số bệnh viện tư hay hệ thống y tế tổng hợp thông tin từ nhiều nơi, thì em tin ít hơn.

PV: Với báo điện tử theo nghĩa là website hoặc fanpage chính thức của các tòa soạn, em có đọc nhiều không?

PVS-SV07: Em có đọc, nhưng nhìn chung không nhiều. Em thiên về nội dung video hơn.

PV: Trước đây, khi ở nhà, em có đọc báo giấy không?

PVS-SV07: Dạ không ạ, em không dùng báo giấy bao giờ. Trước đây em cũng chủ yếu tiếp cận online.

PV: Hiện tại em ở ký túc xá. Theo em, điều kiện thiết bị có ảnh hưởng đến việc tiếp cận TV hay báo chí không?

PVS-SV07: Theo em, nếu nói là khó khăn về thiết bị thì không hẳn, vì bây giờ thay vì TV em có thể tiếp cận ngay trên điện thoại, hoặc vào các trang báo trên các thiết bị điện tử khác. Vấn đề nằm ở nhu cầu nhiều hơn. Mạng xã hội hiện nay phát triển quá mạnh nên đôi khi nhu cầu của mình cũng bị thay đổi. Em thấy các bạn trẻ hiện nay chủ yếu lên mạng để giải trí hơn là để đọc báo chính thống.

PV: Theo em, mạng xã hội ảnh hưởng như thế nào đến việc tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên hiện nay?

PVS-SV07: Theo em, ưu điểm thì rất rõ: mạng xã hội giúp mọi người tiếp cận thông tin rất nhanh và rất dễ. Trên TikTok có những kênh như VTV24 hoặc các kênh chính thống của các tổ chức uy tín; trên Facebook cũng vậy, việc chia sẻ thông tin và kiến thức diễn ra nhanh chóng. Vì thế, nói khó khăn trong tiếp cận thông tin thì không hẳn đúng.

Nhưng nhược điểm lớn nhất cũng chính là do sự phát triển đó. Nó làm thay đổi nhu cầu của người trẻ, khiến nhiều bạn chỉ lên TikTok để lướt qua ngày, chỉ quan tâm đến những vấn đề không thật sự có ích cho cuộc sống. Đặc biệt, những bạn trẻ chưa có nhiều trải nghiệm rất dễ bị ảnh hưởng. Theo em, điều này có thể tác động tiêu cực đến tư duy và thói quen của các bạn ấy, khiến họ chỉ muốn tiêu thụ những thông tin không giúp ích cho sự trưởng thành của bản thân.

PV: Theo em, trong bối cảnh mạng xã hội và công nghệ số phát triển mạnh, sinh viên hiện nay cần trang bị thêm những kỹ năng gì?

PVS-SV07: Theo em, sự thay đổi cần đến từ cả hai phía: phía người làm báo và phía các bạn trẻ. Về phía báo chí, điều đầu tiên vẫn phải là tính trung thực và uy tín; thông tin đăng tải phải đúng sự thật, đạo đức nghề nghiệp phải được đặt lên hàng đầu. Điều thứ hai là báo chí cũng cần chạy theo sự phát triển của mạng xã hội theo hướng tích cực, tức là tạo ra những nội dung vừa đúng vừa hấp dẫn để thu hút người trẻ đến với những thông tin có ích, chứ không chỉ để các bạn ấy tiếp cận những nội dung thiên về giải trí đơn thuần.

Còn về phía các bạn trẻ, theo em điều quan trọng là phải xác định đúng mục tiêu khi lên mạng. Bây giờ điều kiện vật chất như ăn ở, sinh hoạt không còn là vấn đề lớn nữa; vấn đề là chính các bạn ấy có chịu trau dồi bản thân, có muốn học hỏi và phát triển hay không. Nếu chỉ lướt mạng cho vui thì lâu dần nhu cầu thông tin cũng sẽ bị lệch đi.

PV: Về mặt hình thức và nội dung, cá nhân em thích những thông tin báo chí như thế nào?

PVS-SV07: Em thường bị thu hút bởi những thông tin cập nhật, thông tin diễn ra trong ngày. Còn với những thông tin do chuyên gia trình bày, nhiều khi em thấy cách thể hiện hơi khô khan và khó tiếp cận với lứa tuổi trẻ như bọn em.

PV: Nếu có cơ hội sản xuất một sản phẩm báo chí cho công chúng trẻ, em nghĩ mình sẽ làm như thế nào?

PVS-SV07: Nếu ở phía cơ quan báo chí, em nghĩ em sẽ cố gắng tiếp cận người trẻ qua các nền tảng mạng xã hội, bằng những content hoặc video ngắn, dễ gần hơn. Nội dung thì đương nhiên vẫn phải đúng, nhưng đồng thời cũng cần có thêm yếu tố giải trí để thu hút người xem trên TikTok, Facebook... Còn với cá nhân em, em thích hình thức podcast hoặc video hơn là bài viết. Tuy vậy, em nghĩ vẫn nên phát triển đa dạng hình thức trên nhiều nền tảng để phù hợp với nhiều nhóm người tiếp nhận khác nhau.

PV: Khi tiếp nhận một thông tin báo chí, em thường đọc hoặc xem toàn bộ hay chỉ lấy ý chính?

PVS-SV07: Đa phần em đọc để lấy những thông tin chính thôi. Nhưng nếu đó là những nội dung liên quan đến kiến thức hoặc những vấn đề em cần chất lọc kỹ thì em sẽ đọc hết cả bài hoặc xem hết cả video.

PV: Sau khi đọc xong một bài báo hoặc xem xong một video, em có tương tác gì không?

PVS-SV07: Có. Nếu em gặp một bài chia sẻ về kiến thức ngành y mà em đang học thì em sẽ note lại, nhưng chỉ lấy một hoặc hai thông tin quan trọng nhất để nhớ là mình đã đọc qua rồi. Còn với những thông tin hăng ngày hoặc nội dung giải trí thì em thường chia sẻ với bạn bè để có chủ đề thảo luận.

PV: Đánh giá chung của em về thông tin báo chí hiện nay như thế nào, xét về mức độ tin tưởng và khả năng đáp ứng nhu cầu?

PVS-SV07: Với sinh viên như em, em mong muốn sẽ có nhiều nền tảng báo chí hơn để giúp các bạn định hướng rõ hơn về con đường của mình. Bản thân em trước đây khi thi vào ngành Y cũng không có nhiều thông tin. Sau này càng tìm hiểu thêm về bản thân, về ngành học thì mới biết vì sao mình chọn ngành đó. Em nghĩ rất nhiều bạn trẻ hiện nay cũng vậy: các bạn chưa có đủ trải nghiệm để hiểu mình muốn gì, đi về đâu. Vì thế, em mong báo chí không chỉ cung cấp tin tức mà còn có thể định hướng cho các bạn trong học tập, công việc, đời sống và cả những kỹ năng cần thiết để phát triển bản thân.

III. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

PV: Hiện tại, em thường tìm kiếm thông tin báo chí qua thiết bị nào?

PVS-SV07: Hiện tại em ở ký túc xá nên em thường tìm hiểu thông tin qua điện thoại, iPad và máy tính. Nói chung chủ yếu là qua các thiết bị điện tử.

PV: Ký túc xá của em có trang bị Wi-Fi miễn phí hoặc TV để sinh viên cập nhật thông tin báo chí không?

PVS-SV07: Hiện tại phòng em có Wi-Fi để các bạn dùng hằng ngày. Ngoài ra thì không có thêm thiết bị nào khác như TV.

PV: Ở trường, trong các môn học, thầy cô có yêu cầu sinh viên tìm hiểu thông tin báo chí để phục vụ việc học hoặc nghề nghiệp sau này không?

PVS-SV07: Trường em có xây dựng một hệ thống web để đăng tải các nội dung kiến thức của thầy cô lên, giúp bọn em dễ tìm kiếm. Ngoài ra, thầy cô cũng hướng dẫn bọn em tìm kiếm thông tin trên các trang web uy tín hoặc trong các nguồn sách đáng tin cậy. Với bản thân em, em thấy điều này rất hữu ích và khá phù hợp với sinh viên ngành y.

PV: Thư viện của trường hiện nay đã trang bị những điều kiện như thế nào?

PVS-SV07: Hiện tại trường em có hệ thống thư viện mà em thấy khá phát triển. Thư viện nằm ở tầng 2 và tầng 3 của tòa ký túc xá 15 tầng, khá thuận tiện để sinh viên xuống học bài hoặc tìm kiếm thông tin. Về nguồn sách, em thấy chủ yếu là sách liên quan đến chuyên ngành. Các tạp chí y khoa thì em thấy không nhiều và chưa đa dạng lắm. Trên web của trường cũng có thư viện điện tử để sinh viên tìm sách và tạp chí. Tuy nhiên, theo em thì nhu cầu của sinh viên vẫn thiên về tìm sách nhiều hơn, vì bản thân em cũng tin tưởng sách hơn; còn tạp chí thường để tìm hiểu thêm. Ở hành lang cũng có trưng bày một số tạp chí nhưng không nhiều.

PV: Em có đề xuất hay mong muốn gì thêm để nhà trường tạo điều kiện tốt hơn cho sinh viên tiếp nhận thông tin báo chí không?

PVS-SV07: Theo em, hiện tại trường cũng đã khá tạo điều kiện cho bọn em tiếp cận thông tin. Khó khăn của bọn em không hẳn là không có báo hoặc không có cái để đọc, mà là không biết nên đọc nguồn nào, tìm thông tin từ đâu cho đáng tin cậy. Ví dụ khi em tìm một thông tin nào đó, nếu chỉ search thông thường thì hiện ra rất nhiều nguồn không uy tín, mỗi nơi nói một kiểu. Vì vậy, em nghĩ nếu muốn tốt hơn nữa thì nên có sự phối hợp giữa cơ quan báo chí và các cơ sở giáo dục, không chỉ với trường em mà với nhiều ngành khác nói chung. Ví dụ như ở trường em đã có web trường, thì nếu phối hợp với cơ quan báo chí để sản xuất những nội dung video dạy kỹ năng khám bệnh, hoặc những nội dung chuyên môn được đăng tải trực tiếp lên web của trường, thì sẽ rất tiện cho sinh viên. Kể cả sinh viên năm cuối cũng có thể xem lại để học và ôn tập.

Mã phỏng vấn: PVS-SV08

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-SV08
- **Năm học:** Năm 4
- **Khối ngành:** Sức khỏe/điều dưỡng
- **Nơi ở hiện nay:** Ký túc xá

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Khi nhắc đến việc tiếp nhận thông tin báo chí, em thường nghĩ đến điều gì?

PVS-SV08: Nếu nói về thông tin nói chung thì hằng ngày em tiếp cận rất nhiều. Bây giờ mạng xã hội phát triển mạnh, nhưng để nói riêng về mảng báo chí thì bản thân em thấy vẫn có những điểm chưa thật sự thuận lợi. Về cơ sở vật chất thì không phải là vấn đề lớn, mà chủ yếu là vấn đề thời gian và chất lượng thông tin được đăng tải. Hiện nay em có thể theo dõi thông tin trên Facebook, TikTok hoặc báo online, nhưng khó khăn là nhiều nguồn không được xác thực, không phải từ những kênh chính thống. Thêm vào đó, do nội dung giải trí trên mạng xã hội quá nhiều nên em cũng dễ bị xao nhãng và bị cuốn vào những nội dung đó hơn là những thông tin hằng ngày thật sự cần thiết.

PV: Hằng ngày em thường tiếp nhận những thông tin như thế nào?

PVS-SV08: Nếu là thông tin chung thì em thường tiếp cận những sự kiện xảy ra trong ngày hoặc những sự kiện lớn. Ví dụ như đợt vừa rồi em có theo dõi lễ diễu binh 30/4 ở TP.HCM thì chủ yếu là theo dõi qua Facebook hoặc TikTok, chứ không lên hẳn báo online để đọc kỹ. Ngoài ra, em cũng quan tâm đến thông tin về âm nhạc và giải trí, và cũng tiếp cận chủ yếu qua các kênh đó. Tuy nhiên, em không hẳn là chủ động đi tìm, mà nhiều khi chỉ lướt rồi thông tin tự hiện ra, nên mục tiêu tiếp nhận thông tin của mình cũng dễ bị nhiễu.

PV: Trong một ngày, em thường dành thời gian như thế nào cho việc tiếp nhận thông tin báo chí?

PVS-SV08: Em hay dành thời gian rảnh, ví dụ lúc ăn cơm hoặc buổi tối trước khi đi ngủ, chủ yếu như một hình thức giải trí. Em không đặt thời gian tối thiểu mà thường đặt thời gian tối đa để tránh bị cuốn sâu vào các thông tin khác. Ví dụ buổi tối em dành khoảng 30 phút đến 1 tiếng; lúc ăn cơm cũng khoảng như vậy.

PV: Em thường cập nhật thông tin báo chí qua đâu?

PVS-SV08: Em theo dõi một số trang báo để cập nhật thông tin về âm nhạc. Trên Facebook, em follow các fanpage lớn để đỡ bị lướt quá linh tinh. Trên TikTok thì em chủ yếu lướt thôi. Còn trên báo, em có đọc Kênh14, dù em biết đây không phải là nguồn quá uy tín; em đọc chủ yếu với mục đích giải trí và nắm một số thông tin nhanh.

PV: Em lựa chọn các fanpage lớn theo tiêu chí nào?

PVS-SV08: Em thường dựa vào số lượng người theo dõi và chất lượng một vài bài viết đầu tiên. Em follow rồi đọc thử vài bài xem có phù hợp không. Nếu page đó đăng thông tin sai lệch hoặc không phù hợp thì em sẽ bỏ theo dõi. Em hay quan tâm đến các sự kiện âm nhạc sắp tới hoặc vừa diễn ra, và những nghệ sĩ em yêu thích, vì đó là nội dung em quan tâm và muốn dành thời gian cho nó. Còn với những nội dung mang tính giật tít, không thật sự cần thiết thì em không chủ động tìm nữa.

PV: Em có nói một số nguồn như Kênh14 chưa thật sự uy tín. Vậy với em, tiêu chí đánh giá một nguồn “uy tín” là gì?

PVS-SV08: Em tìm hiểu về trang đó và thấy có nhiều cộng tác viên đăng, nên chất lượng tác giả không ổn định. Tiêu đề và nội dung cũng hay có xu hướng giật tít, dù thông tin có thể đúng nhưng cách đặt vấn đề lại dễ ảnh hưởng đến hình ảnh hoặc uy tín của người khác. Ví dụ như thay vì gọi đúng tên nghệ sĩ thì lại dùng những cách gọi dễ

gây chú ý hơn. Với em, đó là dấu hiệu cho thấy nguồn này thiên nhiều về giải trí hơn là chuẩn mực báo chí.

PV: Ngoài việc tiếp nhận thông tin vì nhu cầu giải trí, em có tiếp cận báo chí với mục đích khác không?

PVS-SV08: Có. Em còn tiếp cận thông tin để phục vụ học tập. Vì em học trong lĩnh vực sức khỏe nên cần tìm kiếm kiến thức chuyên môn. Em thường tìm trên Google các nguồn như Medline, PubMed, đọc thông tin từ Bộ Y tế và một số ứng dụng kiến thức chuyên ngành. Trên Facebook hoặc YouTube, em cũng theo dõi các kênh cung cấp kiến thức y khoa để hỗ trợ cho việc học.

PV: Những nguồn đó có hữu ích và đáng tin cậy đối với việc học của em không?

PVS-SV08: Có ạ. Nhiều nguồn được thầy cô giới thiệu. Ví dụ như PubMed là một nguồn rất uy tín; ngoài ra em cũng hay đọc các thông tư, cập nhật của Bộ Y tế. Trên YouTube thì có những kênh minh họa rất dễ hiểu. Với Facebook hay TikTok, em follow chủ yếu để thông tin hiện lên sẵn, và đôi khi việc vô tình đọc được cũng khá hữu ích.

PV: Khi chọn nguồn để phục vụ học tập, em ưu tiên tiêu chí gì?

PVS-SV08: Em thường so với chương trình học trước, sau đó xem mức độ uy tín và tính chính thống của nguồn. Những nguồn của cơ quan nhà nước thì em tin tưởng hơn. Còn những trang dạng cổng web của doanh nghiệp y tế hay bệnh viện tư, dù cũng có thông tin chuyên môn, nhưng em vẫn tin ít hơn vì nghĩ rằng họ chủ yếu tổng hợp lại từ nhiều nơi.

PV: Với báo điện tử theo nghĩa là web hoặc fanpage chính thức của các tòa soạn, em có đọc nhiều không?

PVS-SV08: Em có đọc, nhưng nói chung không nhiều. Em thiên về nội dung video hơn.

PV: Trước đây, khi ở nhà, em có đọc báo giấy không?

PVS-SV08: Dạ không ạ. Em chưa bao giờ có thói quen dùng báo giấy, trước giờ chủ yếu vẫn là online.

PV: Hiện tại em đang ở ký túc xá. Theo em, điều kiện thiết bị có ảnh hưởng đến việc tiếp cận TV hay báo chí không?

PVS-SV08: Theo em, nếu nói là khó khăn về thiết bị thì cũng không hẳn, vì bây giờ thay vì TV em có thể tiếp cận ngay trên điện thoại, iPad hoặc máy tính. Vấn đề nằm ở nhu cầu nhiều hơn. Mạng xã hội hiện nay phát triển quá mạnh nên đôi khi nhu cầu của mình cũng bị thay đổi. Em thấy các bạn trẻ bây giờ chủ yếu lên mạng để giải trí hơn là đọc báo chính thống.

PV: Theo em, mạng xã hội ảnh hưởng như thế nào đến việc tiếp nhận thông tin báo chí của sinh viên hiện nay?

PVS-SV08: Em nghĩ ưu điểm thì rất rõ: mạng xã hội giúp mọi người tiếp cận thông tin nhanh và dễ. Trên TikTok có những kênh chính thống như VTV24 hoặc các kênh của những tổ chức uy tín; trên Facebook cũng vậy, mọi người có thể chia sẻ thông tin rất nhanh chóng. Vì thế, nói là khó khăn trong tiếp cận thì không hẳn đúng.

Nhưng nhược điểm lớn nhất cũng chính là do sự phát triển đó. Nó làm thay đổi nhu cầu của người trẻ, khiến nhiều bạn chỉ lên TikTok để lướt qua ngày, chỉ quan tâm đến những vấn đề không thật sự có ích cho cuộc sống. Đặc biệt, với những bạn trẻ chưa có nhiều trải nghiệm, em nghĩ mạng xã hội có thể ảnh hưởng tiêu cực đến tư duy và thói quen tiếp nhận thông tin của các bạn ấy.

PV: Theo em, trong bối cảnh mạng xã hội và công nghệ số phát triển mạnh, sinh viên hiện nay cần trang bị thêm những kỹ năng gì?

PVS-SV08: Theo em, sự thay đổi phải đến từ cả hai phía: phía báo chí và phía người trẻ. Về phía những người làm báo, điều đầu tiên vẫn là tính trung thực và uy tín; thông tin đăng lên phải đúng sự thật, đạo đức nghề nghiệp phải được đặt lên hàng đầu. Điều thứ hai là báo chí cũng cần thích ứng với mạng xã hội, tạo ra những nội dung vừa đúng vừa hấp dẫn để thu hút người trẻ đến với những thông tin có ích, chứ không chỉ để các bạn ấy tiếp cận các nội dung thiên về giải trí.

Còn về phía các bạn trẻ, em nghĩ quan trọng nhất là phải xác định đúng mục tiêu khi lên mạng. Bây giờ điều kiện vật chất như ăn ở, sinh hoạt không còn là vấn đề lớn nữa; vấn đề nằm ở chỗ chính các bạn ấy có chịu trau dồi bản thân, có muốn học hỏi và phát triển hay không. Nếu chỉ lướt mạng cho vui thì lâu dần nhu cầu thông tin của mình cũng sẽ bị lệch đi.

PV: Về nội dung và hình thức, cá nhân em thích những thông tin báo chí như thế nào?

PVS-SV08: Em thường bị thu hút bởi những thông tin cập nhật nhanh, gần với cuộc sống hằng ngày. Còn những thông tin được trình bày theo kiểu quá chuyên gia hoặc quá khô khan thì em thấy khó tiếp cận với lứa tuổi trẻ như bọn em.

PV: Nếu có cơ hội sản xuất một sản phẩm báo chí dành cho công chúng trẻ, em nghĩ mình sẽ làm như thế nào?

PVS-SV08: Nếu em ở phía cơ quan báo chí thì em sẽ cố gắng tiếp cận người trẻ qua các nền tảng mạng xã hội, bằng những content hoặc video ngắn, dễ gần hơn. Nội dung thì tất nhiên vẫn phải đúng, nhưng đi cùng với nó cần có yếu tố giải trí nhất định để thu hút người xem trên TikTok, Facebook. Còn với cá nhân em, em thích hình thức podcast hoặc video hơn là bài viết. Tuy nhiên, em nghĩ vẫn nên phát triển đa dạng trên nhiều nền tảng và nhiều hình thức khác nhau.

PV: Khi tiếp nhận một thông tin báo chí, em thường đọc hoặc xem hết hay chỉ lấy ý chính?

PVS-SV08: Đa phần em đọc để lấy thông tin chính thôi. Nhưng nếu đó là những nội dung liên quan đến kiến thức hoặc những vấn đề em cần chất lọc kỹ thì em sẽ đọc hết cả bài hoặc xem hết cả video.

PV: Sau khi đọc xong một bài báo hoặc xem xong một video, em có tương tác gì không?

PVS-SV08: Có ạ. Nếu em gặp một bài chia sẻ về kiến thức ngành sức khỏe mà em đang học thì em sẽ note lại, nhưng chỉ ghi một hoặc hai thông tin quan trọng nhất để nhớ là mình đã đọc qua. Còn với những thông tin hằng ngày hoặc nội dung giải trí thì em thường chia sẻ với bạn bè để có chủ đề thảo luận.

PV: Đánh giá chung của em về thông tin báo chí hiện nay như thế nào, xét về mức độ tin tưởng và khả năng đáp ứng nhu cầu?

PVS-SV08: Với sinh viên như em, em mong muốn sẽ có nhiều nền tảng báo chí hơn để giúp các bạn định hướng tốt hơn cho con đường của mình. Bản thân em trước đây khi thi vào ngành y cũng không có nhiều thông tin; về sau càng tìm hiểu thêm về ngành học thì mới biết vì sao mình chọn nó. Em nghĩ rất nhiều bạn trẻ hiện nay cũng vậy: các bạn chưa có đủ trải nghiệm để hiểu mình muốn gì, nên cần những kênh báo chí có thể giúp định hướng, không chỉ trong học tập và công việc mà cả trong đời sống, kỹ năng và sự phát triển bản thân.

III. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

PV: Hiện tại em thường tìm kiếm thông tin báo chí qua thiết bị nào?

PVS-SV08: Hiện tại em ở ký túc xá nên em thường tìm hiểu thông tin qua điện thoại, iPad và máy tính. Nói chung chủ yếu vẫn là qua thiết bị điện tử.

PV: Ký túc xá của em có trang bị Wi-Fi miễn phí hoặc TV để sinh viên cập nhật thông tin báo chí không?

PVS-SV08: Hiện tại phòng em có Wi-Fi để các bạn dùng hằng ngày. Ngoài ra thì không có thêm thiết bị nào khác như TV.

PV: Ở trường, trong các môn học, thầy cô có yêu cầu sinh viên tìm hiểu thông tin báo chí để phục vụ việc học hoặc nghề nghiệp sau này không?

PVS-SV08: Trường em có xây dựng một hệ thống web để đăng tải các nội dung kiến thức của thầy cô lên, giúp bọn em dễ tìm kiếm hơn. Ngoài ra, thầy cô cũng hướng dẫn bọn em tìm kiếm thông tin trên các trang web uy tín hoặc trong các nguồn sách đáng tin cậy. Với bản thân em, em thấy điều này rất hữu ích và khá phù hợp với sinh viên ngành sức khỏe.

PV: Thư viện của trường hiện nay có những điều kiện như thế nào?

PVS-SV08: Hiện tại trường em có hệ thống thư viện mà em thấy khá phát triển. Thư viện nằm ở tầng 2 và tầng 3 của tòa ký túc xá 15 tầng, khá thuận tiện để sinh viên xuống học bài hoặc tìm kiếm thông tin. Về nguồn sách, em thấy chủ yếu là sách liên quan đến chuyên ngành. Các tạp chí chuyên ngành thì em thấy không nhiều và cũng chưa thật sự đa dạng. Trên web của trường cũng có thư viện điện tử để sinh viên tìm sách và tạp chí. Tuy nhiên, em nghĩ nhu cầu của sinh viên vẫn thiên về tìm sách nhiều hơn; còn tạp chí chủ yếu để tham khảo thêm.

PV: Em có đề xuất hay mong muốn gì thêm để nhà trường tạo điều kiện tốt hơn cho sinh viên tiếp nhận thông tin báo chí không?

PVS-SV08: Theo em, hiện tại trường cũng đã khá tạo điều kiện cho bọn em tiếp cận thông tin. Khó khăn của bọn em không hẳn là không có cái để đọc, mà là không biết nên đọc nguồn nào, tìm thông tin từ đâu cho đáng tin cậy. Ví dụ khi em tìm một thông tin nào đó, nếu chỉ search thông thường thì hiện ra rất nhiều nguồn không uy tín, mỗi nơi nói một kiểu. Vì vậy, em nghĩ nếu muốn tốt hơn nữa thì nên có sự phối hợp giữa cơ quan báo chí và các cơ sở giáo dục. Ví dụ, nếu web của trường có thể kết hợp với bên

báo chí để xây dựng những nội dung video chuyên môn, như hướng dẫn kỹ năng chăm sóc sức khỏe, khám chữa cơ bản hay kỹ năng nghề nghiệp, rồi đăng tải ngay trên hệ thống web của trường, thì sẽ rất tiện cho sinh viên. Kể cả sinh viên năm cuối cũng có thể xem lại để học và ôn tập.

Mã phỏng vấn: PVS-SV09

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-SV09
- **Trường học:** Trường Du lịch, Đại học Huế
- **Năm học:** Năm 2
- **Ngành học:** Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Trước tiên, em có thể giới thiệu một số thông tin cơ bản về bản thân được không?

PVS-SV09: Em là sinh viên năm 2 của Trường Du lịch, Đại học Huế, học ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành. [Thông tin nhận diện cá nhân đã được ẩn.]

PV: Khi nghe đến cụm từ “thông tin báo chí”, em thường nghĩ đến điều gì?

PVS-SV09: Em nghĩ đến những thông tin như thời tiết, chính trị, du lịch. Những thông tin này thường được phát qua các kênh như VTV là phổ biến nhất, sau đó là ANTV. Ngoài ra còn có các kênh online như Facebook, Google, TikTok. Nếu tính nữa thì cũng có radio, nhưng radio bây giờ ít phổ biến hơn.

PV: Em thường cập nhật thông tin báo chí qua đâu?

PVS-SV09: Thường thì em xem thời sự hoặc lướt mạng xã hội như Facebook, TikTok, Google. Em hay đọc tin trên Facebook hoặc TikTok hơn. Báo chính thống thì em ít vào hơn, vì em thấy khá nhiều chữ và không cập nhật nhanh bằng mạng xã hội. Em thích xem các bản tin ngắn có hình ảnh hơn, chữ dài quá thì em lười đọc. Còn truyền hình thì em chủ yếu xem VTV cùng gia đình.

PV: Trên mạng xã hội, em thường tiếp cận những loại thông tin nào?

PVS-SV09: Trên mạng xã hội, em thường tiếp cận những thông tin thiên về giải trí, âm nhạc, thời trang, thời tiết hoặc các sự kiện đang diễn ra, nhưng chủ yếu vẫn là giải trí.

PV: Em thường tiếp nhận những thông tin đó bằng cách nào?

PVS-SV09: Thông thường là khi rảnh thì em lướt và đọc thôi. Em đọc thấy thông tin nào hữu ích thì em xem tiếp, nhưng đa phần em vẫn tập trung vào nội dung giải trí là chính. Em có đọc cả trên các trang web như Dân trí hoặc các trang tin tức khác, và cũng đọc qua Facebook. Em thường xem các kết quả hiển thị đầu tiên, nếu thấy hay thì đọc sâu hơn hoặc tìm thêm bằng từ khóa. Ví dụ như trong ngày hôm nay thì em có đọc thông tin về bão WUTIP vì nó đang ảnh hưởng đến miền Trung và gây mưa bão.

PV: Ngoài các kênh đó, em còn tiếp cận thông tin báo chí qua đâu nữa không?

PVS-SV09: Dạ em cũng có tìm trên Google. Trên điện thoại thường có các trang báo tự hiện lên, mình có thể lướt vào đọc.

PV: Ngoài mục đích giải trí, em còn tiếp nhận thông tin báo chí vì mục đích nào khác không?

PVS-SV09: Em nghĩ khi mình dành thời gian rảnh để đọc thông tin thì nó cũng giúp mình hiểu biết sâu hơn về xã hội.

PV: Nếu bây giờ em muốn tìm một thông tin thuộc một lĩnh vực nào đó, em nghĩ mình sẽ tìm qua đâu?

PVS-SV09: Em nghĩ đầu tiên em sẽ vào Facebook.

PV: Em có sử dụng AI cho quá trình học tập không?

PVS-SV09: Dạ cũng thỉnh thoảng ạ. Em dùng AI cho cả học tập và công việc. Nó hỗ trợ cho mình tài liệu liên quan khi mình tìm mà chưa có hoặc chưa rõ. Nhưng mức độ tin tưởng của em với AI chỉ khoảng 70–80% thôi.

PV: Vậy khi AI cung cấp cho em một thông tin nào đó, em đánh giá tính chính xác và hữu ích của nó như thế nào?

PVS-SV09: Theo em, thông tin đó phải có trích dẫn rõ ràng từ các trang báo hoặc nguồn đáng tin thì em mới tin hơn. Nếu AI đưa ra mà em không thấy nguồn rõ ràng thì em nghĩ có thể thông tin đó chưa chính xác.

PV: Trong một ngày, em thường dành thời gian như thế nào cho việc tiếp nhận thông tin báo chí?

PVS-SV09: Cũng tùy thuộc vào cá nhân em, không có thời gian cố định.

PV: Vậy cách em thường đọc một thông tin báo chí như thế nào?

PVS-SV09: Với các tin giải trí, vì đó là nội dung em yêu thích nên em thường lướt thấy là đọc luôn. Nếu đã đọc thì em thường đọc hết toàn bộ để nắm thông tin, xem hiện tại sự việc đang diễn ra như thế nào.

PV: Em thường thích những loại tin tức như thế nào?

PVS-SV09: Em thích những tin có phân tích chuyên sâu, có số liệu cụ thể vì em thấy như vậy rõ ràng và đáng tin cậy hơn. Về hình thức, em thích sự đa dạng. Ngoài những tin thời sự, chính trị, kinh tế thì em cũng thích có thêm hình ảnh, nội dung về du lịch, video quay chân thực, đẹp... Em vẫn thích tiếp nhận trên điện thoại vì thuận tiện hơn. TV thì em chỉ xem thỉnh thoảng thôi. Facebook là nền tảng em dùng nhiều hơn; còn TikTok thì em thấy không đáng tin cậy lắm vì trên đó nhiều người chỉ đăng theo ý kiến cá nhân để câu view, câu like, không có kiểm duyệt thông tin rõ ràng.

PV: Những thông tin như thế nào thì em sẽ tin tưởng?

PVS-SV09: Em nghĩ đó phải là những thông tin được đăng trên các báo chính thống như VnExpress, Dân trí, Tuổi trẻ... Đây là ba trang báo em từng đọc và cảm thấy tin tưởng hơn.

PV: Chị thấy em cũng có cập nhật thông tin trên mạng xã hội. Vậy mức độ tin tưởng của em với những thông tin này như thế nào?

PVS-SV09: Nếu đó là những trang có video quay thực tế, có nhiều người tiếp cận và đặc biệt là có tích xanh thì em nghĩ nó sẽ đáng tin hơn. Còn nếu không có tích xanh thì em cũng chỉ xem thôi, không tin hoàn toàn.

PV: Khi đọc các thông tin báo chí, em có thường tương tác như chia sẻ, lưu lại, thích... không?

PVS-SV09: Dạ bình thường thì em chưa có thói quen lưu lại các thông tin giải trí. Em chỉ đọc thôi. Chỉ khi nào có những tin ảnh hưởng lớn, ví dụ liên quan đến thời tiết hoặc các chuyến đi du lịch, thì em mới lưu lại hoặc chia sẻ với mọi người để cùng cập nhật, có sự chuẩn bị trước. Một số thông tin liên quan đến kiến thức, làm đẹp hoặc những điều em thấy có ích thì em cũng sẽ lưu lại.

PV: Nhìn chung, em thấy các thông tin báo chí hiện nay đã đáp ứng nhu cầu của em chưa? Và mức độ tin tưởng của em với thông tin báo chí hiện nay như thế nào?

PVS-SV09: Nhìn chung em thấy cũng đã đáp ứng được nhu cầu cơ bản, vì em vẫn tìm được những thông tin mình cần. Tuy nhiên, với chuyên ngành của em là du lịch, em thấy thông tin hiện nay chủ yếu mới dừng ở mức cơ bản, chưa có nhiều nội dung đi sâu về lịch sử, văn hóa, nên em vẫn muốn tìm hiểu thêm những khía cạnh đó. Về mức độ tin tưởng, em nghĩ khoảng trên 9 điểm, vì các nguồn báo chí chính thống cung cấp thông tin khá sát thực và cập nhật nhanh. Ví dụ như thông tin dự báo thời tiết giúp mình điều chỉnh kế hoạch đi du lịch cho phù hợp. Tuy nhiên, đôi khi em vẫn có sự hoài nghi, nhất là khi trước đây có những thông tin về COVID chưa hoàn toàn chính xác, gây hoang mang cho người dân. Vì vậy, em nghĩ vẫn cần đối chiếu nhiều nguồn thì mới thật sự tin tưởng.

PV: Nếu em được sản xuất một chương trình dành cho giới trẻ, em nghĩ mình sẽ lựa chọn nội dung và hình thức như thế nào?

PVS-SV09: Theo em, vì giới trẻ hiện nay hầu hết đều dùng smartphone nên nếu sản xuất chương trình thì nên phát trên các nền tảng chính thống của mạng xã hội. Trên Facebook có thể là bài đăng kèm hình ảnh; còn trên TikTok nên là video ngắn khoảng 2–3 phút sẽ thu hút hơn. Nếu chỉ là một bài viết dài nhiều chữ thì giới trẻ sẽ khó tập trung và khó tiếp nhận hết thông tin.

III. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

PV: Theo em, sinh viên cần có những điều kiện như thế nào để tiếp nhận thông tin báo chí tốt nhất?

PVS-SV09: Theo em, điều kiện vật chất không phải là quan trọng nhất. Ví dụ nếu không có máy tính hay điện thoại thì vẫn có thể xem TV; tức là vẫn có thể linh hoạt tùy điều kiện và thời gian của mỗi người. Em nghĩ có nhiều bạn có điều kiện rất tốt nhưng lại không có nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí. Vì xu hướng hiện nay là các bạn chủ yếu lướt TikTok hoặc Facebook, chứ không chú trọng việc xem thời sự hay tin tức trên TV nữa. Nên em nghĩ điều quan trọng hơn là nhu cầu và thói quen của mỗi người.

Mã phỏng vấn: PVS-SV10

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-SV10
- **Năm học:** Năm 2
- **Ngành học:** Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành
- **Trường:** Trường Du lịch, Đại học Huế
- **Khóa:** K57

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Khi nhắc đến cụm từ “tin tức” hay “thông tin báo chí”, em thường nghĩ đến điều gì?

PVS-SV10: Khi nghĩ đến cụm từ đó, điều đầu tiên em liên tưởng là các bản tin trên TV, đặc biệt là thời sự. Sau đó là các nền tảng mạng xã hội như Facebook, TikTok hoặc Instagram.

PV: Ngoài TV và mạng xã hội, theo em các kênh khác như phát thanh, báo mạng điện tử hay báo giấy có phải là nơi cung cấp thông tin báo chí không?

PVS-SV10: Dạ có. Tuy nhiên, ở thời điểm hiện nay thì báo giấy hoặc báo mạng điện tử không còn tác động mạnh đến giới trẻ như bọn em nữa. Bọn em tiếp xúc với điện thoại và laptop nhiều hơn. Còn báo giấy thì em thấy chủ yếu những người lớn tuổi quan tâm hơn.

PV: Vậy hiện nay em thường sử dụng phương tiện nào để tiếp nhận thông tin, và em hay đọc những loại thông tin gì?

PVS-SV10: Em sử dụng điện thoại là chủ yếu. Nếu tính tương đối thì khoảng 60–70% thời gian em tiếp cận thông tin qua Facebook. Sau khi đi học hoặc đi làm về thì em thường dành một phần thời gian để giải trí, ví dụ xem phim hoạt hình hoặc các nội dung liên quan đến nghệ sĩ. Ngoài ra, em cũng dành thời gian tìm hiểu các nội dung liên quan đến chuyên ngành của mình như hướng dẫn viên, món ăn, đặc sản vùng miền. Bên cạnh đó, em cũng có sở thích đọc sách về các địa điểm, về triều Nguyễn ở Huế, các vị vua... Khi rảnh thì em cũng tham gia một số hoạt động như thiện nguyện hoặc những việc theo sở thích cá nhân.

PV: Vậy với Facebook, em thường xem trên điện thoại hay trên laptop nhiều hơn?

PVS-SV10: Dạ, thường là trên điện thoại nhiều hơn, vì đó là thiết bị em sử dụng thuận tiện nhất.

PV: Em thường tiếp cận những tin tức như thế nào, và em lựa chọn nguồn tin ra sao? Ví dụ như với các tin về nghệ sĩ thì em xem ở nguồn nào trên Facebook?

PVS-SV10: Thường thì em xem trên news feed Facebook, tức là ngẫu nhiên thấy các fanpage đăng tin về nghệ sĩ, drama hoặc các sự kiện nổi bật thì em đọc. Còn về tin tức chính trị thì em cũng khá quan tâm, vì em nghĩ nó ảnh hưởng đến đời sống của mình. Em cũng hay xem các thông tin về an ninh cuộc sống, an toàn thực phẩm, quyền lợi của học sinh – sinh viên, hoặc các vấn đề như học phí của nhà trường.

PV: Với những thông tin như học phí hay chính sách, em thường xem ở đâu? Trên TV, trên ứng dụng như VTVgo hay trên một nguồn khác?

PVS-SV10: Thường thì em xem trên các trang web tin tức hoặc website liên quan. Còn lại em cũng đọc báo qua các đường link được gắn trên Facebook.

PV: Tức là em thường không vào trực tiếp fanpage của tờ báo để đọc, mà chủ yếu là tình cờ thấy rồi bấm vào đọc đúng không?

PVS-SV10: Dạ đúng ạ. Trên các bài đăng Facebook thường có gắn link bài báo, em sẽ bấm vào xem. Nhưng khi xem thì em vẫn giữ tâm thế là chưa chắc thông tin đó hoàn

toàn đúng. Em phải tìm hiểu kỹ hơn, xem nguồn gốc bài báo đó có thực sự đáng tin không rồi mới tiếp nhận. Em nghĩ mình phải đọc báo một cách có chọn lọc.

PV: Theo em, làm sao để biết một thông tin là chính thống?

PVS-SV10: Nếu chắc chắn nhất thì em nghĩ là các kênh trên TV, đặc biệt là những kênh của Đài Truyền hình Việt Nam, vì đó là nguồn chính thống rõ ràng. Còn trên web thì em nghĩ vẫn cần cân nhắc nhiều hơn.

PV: Theo cá nhân em, để tiếp cận được những nguồn thông tin chính thống thì phụ thuộc vào những yếu tố nào?

PVS-SV10: Em nghĩ nó cũng phụ thuộc vào hoàn cảnh và tâm lý tiếp nhận của mỗi người. Bản thân em vừa đi học vừa đi làm nên nhiều lúc khá mệt, khi đó mình muốn xem cái gì đó để giải tỏa áp lực. Nếu một tin tức quá nổi bật, đánh vào tâm lý tò mò của mình, hoặc bạn bè cũng nhắc đến, thì mình sẽ dễ bị cuốn vào và muốn xem thử. Nhiều khi chính những điều đó khiến mình tiếp cận thông tin trước, còn việc xác định nó có chính thống hay không lại là bước sau.

PV: Vậy em thường tiếp nhận thông tin báo chí với mục đích gì?

PVS-SV10: Mục đích đầu tiên là để xem thông tin đó có ảnh hưởng đến mình hay không. Ví dụ như các vấn đề về học phí, quy định của Nhà nước hay các chế tài thì em rất quan tâm. Mục đích thứ hai là để giải trí. Em thường dành khoảng 30 phút đến 1 tiếng để đọc hoặc xem, vừa để cập nhật vừa để giảm bớt áp lực.

PV: Với những thông tin liên quan đến chuyên ngành học của em, em thường tìm hiểu những gì? Đó là do bản thân em muốn tìm hiểu hay do môn học yêu cầu?

PVS-SV10: Cả hai ạ. Một phần là do gia đình, bạn bè, đặc biệt là những anh chị khóa trước có chia sẻ với em. Khi nghe họ nói em thấy rất thú vị nên tự nhiên muốn lên YouTube, Facebook hoặc các trang khác để tìm hiểu thêm về ngành của mình, như ngành đó ra sao, tiềm năng kinh tế như thế nào, các lễ hội, các thông tin quan trọng liên quan đến nghề. Điều đó giúp em tiếp thu chuyên ngành nhanh hơn.

PV: Trong quá trình học, thầy cô có yêu cầu các em tìm kiếm thông tin trên các phương tiện truyền thông để phục vụ môn học hoặc bài tập không?

PVS-SV10: Dạ có, và điều đó diễn ra khá thường xuyên. Vì bọn em học chuyên ngành lễ hành và hướng dẫn nên việc cập nhật thông tin là rất cần thiết.

PV: Mỗi lần tìm kiếm thông tin như vậy, các em thường tìm kiếm những nội dung gì và ở đâu?

PVS-SV10: Nếu tìm kiếm thì thường Google là bước đầu tiên, bằng cách gõ từ khóa. Nhưng em không hoàn toàn tin vào kết quả đầu tiên. Em thường dựa vào hướng dẫn của thầy cô hoặc anh chị đi trước để biết nên vào trang web nào. Với chuyên ngành của em thì em hay vào website của Cục Văn hóa, Thể thao và Du lịch để cập nhật những thông tin mới.

PV: Mức độ tin tưởng của em đối với báo chí hiện nay như thế nào?

PVS-SV10: Nếu nói chung thì em chỉ tin khoảng 30–50% thôi. Ví dụ có những kênh như VTV24, em vẫn xem, nhưng em thấy nội dung có lúc chưa hoàn toàn chính xác,

hoặc được viết theo cách đề bài báo hấp dẫn hơn. Em cảm giác là có những phần đúng, nhưng cũng có phần được thêm thắt để thu hút người đọc.

PV: Nếu bây giờ cần tiếp nhận một thông tin báo chí nào đó, em sẽ tìm ở đâu đầu tiên?

PVS-SV10: Chắc chắn là Facebook. Với em, Facebook vẫn là nhanh nhất. Trước đây em cũng từng dùng TikTok, nhưng sau vụ em đọc được các thông tin liên quan đến việc lộ thông tin trên TikTok thì em đã xóa ứng dụng này và khoảng 1–2 năm nay em không dùng nữa, dù em biết TikTok hiện vẫn là nền tảng rất phổ biến.

PV: Những thông tin khiến em cho rằng TikTok không an toàn, em đọc ở đâu?

PVS-SV10: Em có nghe thông tin đó trên TV, sau đó em cũng tìm hiểu thêm trên Google. Em thấy các tin tức nóng thường được đề xuất sẵn, nên em vào xem và tiếp thu dần. Em nghĩ TikTok tiềm ẩn khá nhiều vấn đề, nhất là với các bạn trẻ. Nội dung video ngắn khiến người xem xem xong rồi lướt tiếp rất nhanh, khó tiếp thu sâu được điều gì. Nhiều khi chỉ là xem cho vui, chứ không thật sự học được gì. Em cảm thấy nó khá vô bổ và tốn thời gian nếu mình không kiểm soát được.

PV: Theo em, việc giới trẻ hiện nay tiếp xúc nhiều với TikTok hoặc Facebook có ảnh hưởng đến khả năng tiếp nhận thông tin báo chí chính thống không?

PVS-SV10: Em nghĩ là có, và theo hướng khá hạn chế. Các bạn trẻ chỉ thực sự quan tâm đến thông tin chính thống trong những dịp lớn như lễ 30/4, 1/5 hoặc một số ngày đặc biệt thôi. Còn bình thường thì em thấy ít bạn quan tâm sâu đến các thông tin đó.

PV: Vậy thời gian em dành cho việc tiếp nhận thông tin báo chí như thế nào?

PVS-SV10: Thời gian của em khá linh hoạt, nên khi nào tranh thủ đọc được thì em đọc.

PV: Khi đọc một tin tức, em thích nội dung và hình thức như thế nào?

PVS-SV10: Em thích những tin có tiêu đề nổi bật, có hình ảnh, có thể có thêm âm thanh thì càng thu hút. Khi đọc thì em thường đọc toàn bộ nội dung từ trên xuống dưới. Nếu là bài trên Facebook thì em còn hay vào phần bình luận để xem mọi người phản ứng với chủ đề đó như thế nào, tích cực, tiêu cực hay trung lập. Từ đó em cũng có thêm góc nhìn của mình. Nếu thấy tin đó đúng và hữu ích thì em cũng sẽ chia sẻ cho mọi người, ví dụ như những thông tin về an toàn thực phẩm, thời tiết, hay chính sách hỗ trợ học sinh – sinh viên. Trước đây, khi chưa có internet phổ biến như bây giờ, em từng rất thích đọc Báo Thanh niên và Báo Tiền phong, vì em thấy nội dung của các báo đó khá phù hợp với lứa tuổi của mình.

PV: Nhìn chung, em thấy báo chí hiện nay đã cung cấp đầy đủ những thông tin em cần chưa? Em có đề xuất gì để nội dung hoặc hình thức báo chí phù hợp và thu hút sinh viên hơn không?

PVS-SV10: Theo em, để thu hút hơn thì báo chí nên tạo thêm yếu tố bất ngờ, thú vị, cuốn hút hơn. Em nghĩ nếu trong tin tức có thêm một chút yếu tố hài hước, nhẹ nhàng thì sẽ dễ thu hút giới trẻ hơn.

PV: Nếu bây giờ em là người sản xuất nội dung cho một trang báo, với công chúng hướng đến là sinh viên, em sẽ làm gì?

PVS-SV10: Theo em, để làm ra một sản phẩm thu hút giới trẻ là khá khó. Muốn thu hút thì phải kết hợp với trend, với những xu hướng mà các bạn trẻ đang quan tâm. Nếu biết gắn nội dung báo chí với xu hướng đang nổi thì sẽ dễ khiến các bạn xem hơn. Em nghĩ video vẫn là hình thức mà giới trẻ xem nhiều nhất. Với độ dài khoảng 5 đến 7 phút thì em thấy là phù hợp; nếu dài quá thì các bạn sẽ dễ chán, dễ buồn ngủ và không muốn xem tiếp.

III. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

PV: Trong quá trình tiếp nhận thông tin báo chí hiện nay, em có gặp khó khăn gì không?

PVS-SV10: Có ạ. Ví dụ như khi em ở xa nhà, em tìm trên laptop các thông tin từ VTV24 hoặc các trang chính thống, nhưng em thấy không dễ tìm lắm. Chẳng hạn trên YouTube, em gõ tên kênh nhưng không hiện ra rõ ràng nhiều nội dung. Vì vậy, em mong các kênh của Đài Truyền hình có thể xuất hiện rõ hơn trên YouTube, hoặc có thể phát trực tiếp thường xuyên trên nền tảng này để người xem dễ theo dõi hơn.

PV: Ở trường em, thư viện hoặc các điều kiện học tập có hỗ trợ sinh viên tiếp cận thông tin báo chí không?

PVS-SV10: Trường em có một thư viện khá nhỏ ở phía trước. Em từng làm việc ở thư viện đó nên cũng có dịp hướng dẫn các bạn tìm sách, tài liệu chuyên ngành. Ở thư viện có một số tạp chí giấy, nhưng chủ yếu liên quan đến Huế; còn các báo chí, tạp chí mang tính rộng hơn thì khá ít. Em cũng để ý thấy sinh viên lên thư viện chủ yếu để mượn sách hoặc đọc tài liệu phục vụ môn học, còn việc đọc báo giấy, tạp chí thì hầu như rất ít. Chỉ một số anh chị học cao hơn, làm khóa luận hoặc nghiên cứu thì quan tâm nhiều hơn.

PV: Ngoài thư viện, trường em còn có điều kiện thuận lợi nào khác để sinh viên tiếp nhận thông tin báo chí không?

PVS-SV10: Dạ có. Trường em có wifi, và theo em biết thì trường có mua bản quyền một số hệ thống bài báo khoa học. Chỉ khi dùng mạng của trường thì mới truy cập được những bài báo này, chủ yếu là bài báo khoa học liên quan đến chuyên ngành, dành cho sinh viên làm nghiên cứu hoặc khóa luận. Tuy nhiên, số lượng bài báo em thấy cũng chưa thật sự nhiều.

PV: Em có đề xuất gì để nhà trường hoặc các cơ quan khác tạo điều kiện tốt hơn cho sinh viên tiếp nhận thông tin báo chí không?

PVS-SV10: Điều em mong muốn nhất là có thể hỗ trợ sinh viên tiếp cận được nhiều thông tin báo chí hơn mà không phải trả phí, vì hiện nay có nhiều bài báo hoặc nội dung chuyên sâu muốn đọc phải trả tiền. Em nghĩ không chỉ riêng em mà nhiều bạn cũng mong điều đó. Ngoài ra, em cũng mong các thông tin được trình bày nổi bật hơn, thu hút hơn, kể cả về bố cục. Vì hiện nay bản thân em cũng bắt đầu thích những nội dung chuyên sâu, phân tích rõ ràng hơn thì khi trình bày tốt, em sẽ dễ tiếp thu hơn.

PV: Cuối cùng, nhìn chung em thấy các thông tin báo chí mà em tiếp nhận có ảnh hưởng gì đến bản thân em không?

PVS-SV10: Có chứ ạ. Điều em thấy rõ nhất là việc đọc nhiều giúp bổ sung ngôn từ cho công việc hướng dẫn viên của em sau này. Em rất thích những từ ngữ hay, đặc biệt là

các từ địa phương, các phương ngữ vùng miền. Em rất thích tìm hiểu cách nói của từng vùng đất, vì em nghĩ khi mình đến một địa phương nào đó mà có thể sử dụng thêm vài phương ngữ phù hợp thì sẽ rất hay và rất cuốn hút. Đó là điều em thấy báo chí và việc đọc mang lại lợi ích rõ nhất cho em.

Mã phỏng vấn: PVS-SV11

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-SV11
- **Năm học:** Năm 3
- **Ngành học:** Du lịch
- **Trường:** Đại học Thủ Dầu Một

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Khi nhắc đến thông tin báo chí, em thường nghĩ đến những loại thông tin nào?

PVS-SV11: Dạ, em nghĩ đến những thông tin về các vấn đề xã hội mà hằng ngày mình vẫn tiếp xúc. Em thường thấy các thông tin đó xuất hiện trên truyền hình, trong các chương trình thời sự, trên báo giấy, trên mạng xã hội như Facebook, TikTok, trên radio/phát thanh và cả báo điện tử, ví dụ như Báo Mới. Tuy nhiên, trong các kênh đó thì em chủ yếu sử dụng mạng xã hội, nhất là Facebook và TikTok.

PV: Em có thể chia sẻ cụ thể hơn cách em tiếp cận các thông tin đó như thế nào không?

PVS-SV11: Hằng ngày em thường lướt thấy các thông tin về chính trị - xã hội, kinh tế, chính sách hoặc những thay đổi về pháp luật của Nhà nước. Những thông tin này em chủ yếu xem trên TikTok và Facebook.

PV: Khi tiếp xúc với các tin tức đó, em chỉ đọc thôi hay có tương tác như bình luận, chia sẻ, lưu lại?

PVS-SV11: Dạ, điều đó còn tùy vào từng loại tin. Nếu em tin tưởng và xác minh được đó là thông tin chính thống thì em sẽ có tương tác như thả tim, bình luận, thậm chí nếu là tin tích cực thì em sẽ chia sẻ lên trang cá nhân để lan tỏa đến nhiều người hơn. Còn nếu em chưa xác minh được thì em sẽ không tương tác mà tìm hiểu thêm xem thông tin đó đúng hay sai. Hiện nay trên mạng xã hội có rất nhiều thông tin giả mạo nên em cũng khá cẩn thận trong việc chia sẻ. Nếu cần xác minh thêm thì em thường tra từ khóa trên Google hoặc đọc ở các trang báo có tích xanh trên Facebook, TikTok. Đặc biệt với các tin liên quan đến pháp luật thì em thường xem trên các trang chính thống như Thư viện Pháp luật.

PV: Vì sao em lại chọn Google để tìm kiếm và xác minh thêm thông tin?

PVS-SV11: Dạ, em nghĩ gõ trực tiếp thông tin mình cần lên Google sẽ nhanh hơn, vì nó cho ra kết quả khá nhanh và thường là những thông tin gần nhất. Em hay bấm vào những trang được đề xuất đầu tiên, nhưng sau đó em vẫn kiểm tra tiếp xem nguồn link đó có phải là trang chính thức hay không rồi mới đọc kỹ hơn.

PV: Em có thể chia sẻ rõ hơn cách em phân biệt nguồn tin chính thống và không chính thống không?

PVS-SV11: Dạ, theo em, nguồn chính thống là những nguồn có dấu hiệu xác thực rõ ràng. Ví dụ với thông tin pháp luật thì có văn bản chính thức, có cơ quan ban hành rõ ràng. Trên mạng xã hội thì em tin hơn những trang có tích xanh như Thông tin Chính phủ. Còn về báo điện tử, em thường đọc Báo Mới vì em thấy nền tảng này đã có từ lâu và theo cảm nhận cá nhân thì thông tin ở đó tương đối chính xác hơn so với nhiều nơi khác. Khi gặp những thông tin hữu ích thì em cũng có thể chia sẻ hoặc lưu lại để dùng sau.

PV: Những thông tin em thường chia sẻ thường liên quan đến nội dung gì?

PVS-SV11: Dạ, gần đây em có chia sẻ nhiều về Đại lễ 30/4, vì em cảm thấy đó là những thông tin rất đáng tự hào, gắn với nét đẹp dân tộc. Trước đó, khi có các thông tin liên quan đến công văn sáp nhập hoặc thay đổi chính sách thì em cũng chia sẻ từ các trang chính thống như Thông tin Chính phủ để mọi người cùng cập nhật. Ngoài ra, có một số thông tin em thấy hữu ích thì em lưu link vào một thư mục riêng trên máy tính để sau này khi cần làm nghiên cứu hoặc cần số liệu thì có thể mở lại.

PV: Trong tất cả các loại thông tin, lĩnh vực nào em tiếp nhận thường xuyên nhất?

PVS-SV11: Dạ, em thường xuyên tiếp cận các thông tin về văn hóa - xã hội nhiều nhất, vì chuyên ngành em học là du lịch. Ví dụ, em hay xem các thông tin về địa điểm du lịch được trùng tu, được UNESCO công nhận, hoặc những địa điểm nổi tiếng có lịch sử như thế nào. Những thông tin này chủ yếu em cũng xem trên TikTok thôi. Em chỉ cần gõ từ khóa hoặc xem vài video là nền tảng sẽ gợi ý tiếp các video tương tự. Ví dụ như dịp Đại lễ 30/4 vừa rồi có rất nhiều nội dung lịch sử, văn hóa rất hay, giúp em dễ nhớ hơn nhiều so với việc chỉ đọc sách lịch sử.

PV: Em có thể chia sẻ rõ hơn vì sao em thường xem trên TikTok hơn là các kênh khác không?

PVS-SV11: Dạ, vì trên TikTok khi tìm kiếm thì em thấy có cả hình ảnh, âm thanh nên thú vị hơn. Nếu em tìm trên Google thì thường có rất nhiều chữ, nhiều thông tin, mà em lại không có nhiều thời gian để đọc nên cũng dễ chán. Tuy nhiên, em hiểu là trên TikTok có quá nhiều nội dung, nhiều nội dung chưa được kiểm duyệt nên em cũng chỉ tham khảo thôi, chứ không hoàn toàn tin tưởng. Em vẫn đánh giá các thông tin trên truyền hình có độ tin cậy trên 90%, vì các bản tin trên TV được đầu tư chắt chu hơn và kiểm soát thông tin chặt chẽ hơn.

PV: Em đánh giá rất cao báo truyền hình, nhưng kênh em tiếp cận thường xuyên nhất lại là TikTok và Facebook. Em có thể lý giải rõ hơn không?

PVS-SV11: Dạ, vì những thông tin trên TikTok hay Facebook thường đã được tóm gọn rồi, mình chỉ cần xem một video chưa đến một phút hoặc nhìn một hình ảnh là có thể nắm được vấn đề. Còn trên TV thì phải xem theo khung giờ cố định; còn báo chữ thì mình phải tự đọc, tự phân tích. Lúc rảnh em thường mở TikTok lướt nên vừa cập nhật được tin tức vừa mang tính giải trí, không phải chủ động tìm nhiều.

PV: Nếu em được đề xuất giải pháp để báo chí chính thống thu hút giới trẻ hơn, em sẽ đề xuất gì?

PVS-SV11: Dạ, cá nhân em thích những trang báo hiện đại, có kết hợp hình ảnh bắt mắt, âm thanh, nội dung ngắn gọn, súc tích. Em nghĩ báo chí có thể chuyển các nội dung dạng chữ sang video ngắn dưới một phút để cập nhật những thông tin nổi bật mỗi ngày, như vậy sẽ dễ thu hút sinh viên hơn.

PV: Em thường tiếp nhận tin tức vào thời gian nào trong ngày?

PVS-SV11: Dạ, em không có thời gian cố định. Lúc nào rảnh thì em tiếp cận thôi, vì buổi sáng em bận đi học, buổi tối cũng thường khá mệt. Cho nên khi nào có nhu cầu thì em mới tìm kiếm, còn phần lớn là cứ lướt TikTok, nếu thấy nội dung nào quan tâm thì em dừng lại xem lâu hơn.

PV: Mục đích chính em tiếp nhận các tin tức hằng ngày là gì?

PVS-SV11: Dạ, chủ yếu là để cập nhật kiến thức cho bản thân. Điều đó không hẳn do ngành học bắt buộc, nhưng em thấy những thông tin đó là cần thiết để phục vụ cho công việc của mình sau này.

PV: Theo đánh giá cá nhân, em thấy thông tin báo chí hiện nay đã đáp ứng nhu cầu của em chưa? Em có đề xuất gì thêm không?

PVS-SV11: Dạ, em thấy hiện nay nhiều bài báo khá nhiều chữ, mình phải tự đọc, tự phân tích rồi tổng hợp lại, nhiều khi phải đọc vài lần mới hiểu hết. Vì vậy em mong muốn báo chí có thêm những nội dung gần gũi, hữu ích hơn với sinh viên, ví dụ như thông tin về việc làm hoặc định hướng nghề nghiệp. Còn về hình thức thì nên kết hợp đa dạng hơn để thu hút sinh viên đọc nhiều hơn.

PV: Em đã từng sử dụng ChatGPT hoặc AI chưa?

PVS-SV11: Dạ có. Em dùng khi làm một số bài tập trên lớp, nhưng em chỉ tin khoảng 60–70% thôi, vì nhiều khi câu trả lời khá chung chung, ví dụ nguồn đưa ra không sát hoặc thậm chí không có thật. Có những thông tin nhìn qua tưởng đúng nhưng khi kiểm tra kỹ thì chỉ là biến tấu lại câu chữ hoặc có chi tiết chưa chính xác. Vì vậy em luôn phải kiểm chứng lại, thường là tìm từng phần nhỏ chứ không hỏi một vấn đề quá lớn. Em nghĩ khi sử dụng ChatGPT thì sinh viên cũng phải rất cẩn thận và kiểm tra kỹ thông tin.

III. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

PV: Theo em, điều kiện để sinh viên tiếp cận báo chí tốt cần có là gì?

PVS-SV11: Dạ, theo em trước hết là phải có thiết bị điện tử kết nối internet như điện thoại hoặc máy tính. Bên cạnh đó còn cần có kỹ năng và kiến thức để tìm kiếm thông tin, tránh bị ảnh hưởng bởi tin giả, tin không chính thống. Em nghĩ lý do sinh viên hiện nay không xem TV hay nghe radio nhiều không phải vì thiếu thiết bị, mà vì hiện nay mọi thứ đều có thể tiếp cận rất dễ dàng và tiện lợi qua điện thoại. Các bạn hoàn toàn có thể xem lại bản tin thời sự bất cứ lúc nào. Vấn đề là các bạn không ưu tiên những kênh đó, mà thường chỉ muốn tiếp cận những thông tin đang “hot”, đang theo trend, vì xem trên truyền hình thì chậm hơn còn báo chí thì cần phải đọc.

PV: Em thường chủ động tìm kiếm thông tin hay chủ yếu lướt theo đề xuất của nền tảng?

PVS-SV11: Em thường lướt theo đề xuất của nền tảng nhiều hơn, vì đó là những nội dung mà hệ thống nghĩ là em quan tâm. Hoặc em chỉ cần tìm một từ khóa một lần thôi thì các nội dung tương tự cũng xuất hiện sau đó. Nếu thấy thú vị thì em mới tìm hiểu sâu hơn.

PV: Ở trường em, các môn học có yêu cầu sinh viên tìm kiếm thông tin để phục vụ bài học không?

PVS-SV11: Dạ có. Hầu hết các bài báo cáo, tiểu luận cuối môn tại em đều phải làm dựa trên các thông tin chính xác. Thầy cô cũng có hướng dẫn cách tìm kiếm thông tin, tuy nhiên theo quan sát của em thì kỹ năng tìm kiếm thông tin của sinh viên trường em chưa thật sự tốt, vì hầu hết vẫn dựa vào trải nghiệm cá nhân chứ chưa có một môn học riêng về kỹ năng này. Nếu tiếp cận các nguồn sai sự thật mà lại chia sẻ ra thì cũng sẽ gây ảnh hưởng rất lớn.

PV: Về điều kiện ở trường, em có đề xuất gì để sinh viên tiếp cận thông tin tốt hơn không?

PVS-SV11: Dạ, em nghĩ trước hết là Wi-Fi của trường tuy miễn phí nhưng đôi lúc còn yếu hoặc bị ngắt, nên nhiều khi em phải tự dùng 4G. Vì vậy, khi ở trường em không thể truy cập tốt các nội dung dạng video hoặc dữ liệu nặng. Còn thư viện trường em thì có khá nhiều sách; đôi lúc em cũng lên thư viện để tìm kiếm, kể cả tạp chí du lịch hay sách về cơ sở văn hóa. Tuy nhiên, trường chỉ có thư viện chung, chủ yếu phục vụ sách học, chứ em không thấy có phòng đọc báo riêng. Em chủ yếu vẫn đọc tin trên điện thoại vào giờ nghỉ trưa hoặc buổi tối ở nhà trọ. Trường cũng có cung cấp máy tính và cài sẵn app học tập, nên nhìn chung em thấy như vậy là khá đầy đủ rồi.

Mã phỏng vấn: PVS-SV12

I. Thông tin chung

- **Mã người trả lời:** PVS-SV12
- **Năm học:** Năm 3
- **Ngành học:** Giáo dục tiểu học – Đại học Thủ Dầu Một

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Khi nhắc đến thông tin báo chí, em thường nghĩ đến điều gì?

PVS-SV12: Em nghĩ thông tin báo chí là những thông tin mình cần biết, là những nội dung được các kênh hoặc các đơn vị truyền tải đến cho mọi người. Em thường theo dõi các kênh thông tin của trường như Đại học Thủ Dầu Một, Tuổi trẻ Đại học Thủ Dầu Một, và đặc biệt là kênh Đoàn của Khoa Sư phạm. Vì hiện tại em đang tham gia Ban Chấp hành Đoàn khoa nên em cần theo dõi các thông tin đó để chuyển tải lại cho sinh viên. Ngoài ra, em cũng có theo dõi những tin tức trên TV và các nội dung liên quan đến chính trị, sức khỏe, y tế.

PV: Theo em, những thông tin đó thường xuất hiện ở đâu?

PVS-SV12: Theo em, phần lớn tin tức hiện nay xuất hiện ở hai mảng chính: thứ nhất là trên các nền tảng internet, thứ hai là trên TV.

PV: Em thường quan tâm đến những nội dung gì trên báo chí?

PVS-SV12: Đạo gần đây em quan tâm khá nhiều đến các thông tin liên quan đến thực phẩm, thuốc và sức khỏe, vì hiện nay có nhiều vấn đề về thực phẩm chức năng, thuốc và các loại thực phẩm giả mạo, không an toàn. Đây là những tin tức gần đây em chú ý nhiều.

PV: Em thường tiếp nhận những thông tin đó qua nguồn nào?

PVS-SV12: Với những thông tin về thực phẩm và sức khỏe, em thường xem trên TV. Em không nhớ rõ từng kênh, vì em chủ yếu chú ý đến nội dung hơn là tên kênh. Trên internet, nhất là TikTok, em cũng được đề xuất khá nhiều nội dung liên quan. Ví dụ, trước đây em từng xem một video về lòng se điếu, sau đó hệ thống lại tiếp tục đề xuất thêm các video liên quan đến thực phẩm, thuốc hoặc những mặt hàng bị nghi không bảo đảm an toàn. Khi thấy các nội dung đó xuất hiện liên tiếp, em cũng có theo dõi thêm một vài bài.

PV: Có những thông tin nào em sẽ chủ động tìm kiếm không?

PVS-SV12: Dạ có. Đợt vừa rồi em có chủ động tìm hiểu về một số vấn đề liên quan đến ngành sư phạm. Thứ nhất là chuyện thi viên chức, công chức, vì em nghe nói đang có những thay đổi về kế hoạch. Thứ hai là các thông tin liên quan đến đề xuất dừng dạy thêm trong một số trường hợp, vì điều đó gắn trực tiếp với chuyên ngành em đang học. Thứ ba là thông tin về học phí, học bổng ngay trong trường của em. Những nội dung đó em chủ động theo dõi.

PV: Em thường tiếp nhận những thông tin đó qua nguồn nào?

PVS-SV12: Ban đầu em thường nghe thầy cô nói để có định hướng trước, sau đó em tự tìm hiểu thêm qua các văn bản, quy định hoặc các nguồn tin. Em thường xem trên TikTok trước vì đó là dạng nghe - nhìn, dễ tiếp cận, sau đó em tìm thêm ở các trang tin uy tín như Thư viện Pháp luật, vì những nơi đó có đăng các văn bản hiện hành. Em nghĩ với sinh viên thì việc tìm kiếm qua internet là phổ biến và thuận tiện nhất.

PV: Trên TikTok, em thường theo dõi những nội dung như thế nào?

PVS-SV12: Em thường chú ý đến những video có nhắc rõ các cụm từ như “số kế hoạch”, “quy định mới” hoặc “ngành sư phạm hiện nay đang có những chuyển biến gì”. Khi nhìn thấy các cụm từ như vậy thì em sẽ chú ý và xem kỹ hơn.

PV: Trong một ngày, em thường dành thời gian như thế nào cho việc tiếp nhận thông tin báo chí?

PVS-SV12: Vì thời gian ban ngày em chủ yếu dành cho học tập nên thường buổi tối, khoảng từ 8 giờ trở đi, em mới có thời gian để tiếp nhận các thông tin báo chí, tin tức hay các bài viết trên mạng. Tuy nhiên, điều đó cũng không hoàn toàn cố định, vì còn phụ thuộc vào quỹ thời gian trong ngày của em. Theo em, việc tiếp nhận nhiều hay ít không phụ thuộc hoàn toàn vào khung giờ cố định, mà phụ thuộc vào cách mỗi người chủ động tìm hiểu thông tin như thế nào.

PV: Chủ đề nào em thường xuyên tiếp nhận nhất?

PVS-SV12: Em nghĩ là mảng giải trí. Ví dụ gần đây, vào dịp 30/4, em xem nhiều nội dung liên quan đến các bài hát như Viết tiếp câu chuyện hòa bình. Em có theo dõi ca sĩ

Võ Hạ Trâm biểu diễn bài đó và cũng có sự so sánh giữa các phiên bản khác nhau. Đó là một dạng nội dung giải trí em tiếp nhận gần đây.

PV: Em thường tiếp nhận các thông tin một cách chủ động hay chủ yếu theo đề xuất của nền tảng?

PVS-SV12: Em thấy các nền tảng thường đề xuất những thông tin đang “hot”, chứ không phải là những thông tin cũ. Vì vậy nhiều khi mình đang lướt và vô tình thấy thì bấm vào xem, đặc biệt trên TikTok chỉ cần tìm kiếm một lần là sau đó các nội dung tương tự được đề xuất liên tục. Tuy nhiên, em nghĩ việc tiếp cận theo kiểu đề xuất cũng có nhược điểm. Có những chính sách hoặc vấn đề xã hội chỉ nổi bật ở thời điểm mới đưa ra, nhưng sau đó còn cả quá trình phản hồi, chỉnh sửa, tiếp nhận ý kiến của người dân thì lại ít được nhắc lại. Nhiều người chỉ biết “khúc nóng” mà không nắm được diễn biến sau đó, nên có thể hiểu lệch hoặc có góc nhìn tiêu cực.

PV: Em thích tiếp nhận thông tin báo chí nhất qua kênh nào?

PVS-SV12: Nếu phải chọn thì em vẫn chọn internet, đặc biệt là các nền tảng mạng xã hội. Em thấy nó đa dạng, tức thời và rất thuận tiện. Khi mình mở lên và nhập một hạng mục nào đó thì sẽ có rất nhiều nội dung liên quan hiện ra. Trong các nền tảng, em chọn TikTok vì theo em Facebook thường chỉ gợi ý theo những trang mình đã theo dõi, còn TikTok thì chỉ cần nội dung đang “hot” là nó đã có xu hướng đề xuất ngay rồi.

PV: Mức độ tin tưởng của em với những thông tin mình tiếp nhận như thế nào?

PVS-SV12: Nếu nói về nơi em chọn để tiếp cận thông tin thì em chọn internet, nhưng nếu nói về nơi em tin tưởng hơn thì em vẫn nghiêng về phát thanh và truyền hình. Vì trên internet, không phải thông tin nào cũng được kiểm duyệt; cứ cái gì “hot” thì thường sẽ được đẩy lên rất nhiều. Còn với truyền hình, em nghĩ trước khi đưa tin lên đã có đội ngũ chuyên môn, kiểm duyệt, chịu trách nhiệm về tính chính xác của nội dung. Vì thế, em tin truyền hình hơn internet.

PV: Với những thông tin em tìm được trên TikTok, em có tiếp tục kiểm chứng ở nguồn khác không?

PVS-SV12: Dạ có. Nếu không xem trực tiếp trên TV thì em sẽ vào YouTube, gõ lại từ khóa đó và xem các kênh như VTV hoặc các kênh chính trị - xã hội để kiểm tra thêm.

PV: Em thường tiếp nhận thông tin một mình hay cùng người khác?

PVS-SV12: Em nghĩ là tùy bối cảnh. Nếu em ở một mình thì em xem một mình. Còn nếu ở lớp hay ở cùng bạn bè, nếu thấy một thông tin nào hay hoặc đang “hot” thì em sẽ chia sẻ với bạn bè. Em hay chia sẻ những thông tin liên quan đến học tập, còn những thông tin báo chí thường ngày thì em chưa bao giờ đăng lại lên trang cá nhân.

PV: Nhìn chung, em thích tiếp nhận thông tin báo chí theo hình thức và nội dung như thế nào?

PVS-SV12: Theo em, tin tức cần phải cụ thể, rõ ràng, minh bạch, có tên nguồn và nội dung rõ ràng. Sinh viên bọn em không muốn đọc những đoạn quá dài, mà thường thích những nội dung được tóm tắt, đúc kết các ý chính và có thêm hình ảnh minh họa để dễ hình dung. Nếu có thể thì nên kết hợp đa dạng hình thức, nhất là video khoảng 3 đến 5

phút. Theo em, với sinh viên thì video hoặc hình ảnh sẽ dễ tiếp cận hơn văn bản thuần chữ.

PV: Theo em, vì sao hiện nay các bạn trẻ có xu hướng xem các thông tin nhanh hơn qua mạng xã hội thay vì qua các kênh khác?

PVS-SV12: Em nghĩ vì các nền tảng đó mang tính tức thời, cập nhật liên tục và trực tiếp. Ví dụ như em học cả ngày thì không thể xem TV theo khung giờ cố định. Còn điện thoại hay mạng xã hội thì lúc nào rảnh cũng có thể xem. Loa phát thanh trong trường có thể có, nhưng thường không cập nhật tin tức hằng ngày nhiều. Báo in cũng vẫn có nhưng với bọn em, nếu không quá cần thiết thì chủ yếu vẫn chọn báo điện tử vì thuận tiện hơn.

PV: Em có sử dụng ChatGPT hoặc AI không?

PVS-SV12: Dạ có. Em dùng trong một số trường hợp như tìm kiếm số liệu phục vụ học tập hoặc nghiên cứu khoa học. Ví dụ có những nội dung trong sách chỉ nói bao quát, chưa cụ thể, hoặc em cần dẫn chứng khoa học, thì em sẽ dùng ChatGPT để gợi ý hướng tìm, sau đó kết hợp với những nguồn khác như Google Scholar.

PV: Mức độ tin tưởng của em với những thông tin ChatGPT đưa ra như thế nào?

PVS-SV12: Em nghĩ khoảng 50–70% thôi. Em không bao giờ lấy nguyên văn từ ChatGPT để sử dụng luôn, mà vẫn phải điều chỉnh câu lệnh, so sánh thêm với các nguồn chính thống như thông tư hoặc các văn bản quy định. Nói cách khác, em dùng ChatGPT song song với các nguồn khác chứ không phụ thuộc hoàn toàn.

PV: Vậy với các thông tin báo chí nói chung, em tin tưởng ở mức độ nào?

PVS-SV12: Nhìn chung thì khoảng 80–85%.

PV: Những thông tin báo chí đó giúp ích cho em như thế nào?

PVS-SV12: Dạ, như em có chia sẻ thì chủ yếu là giúp em tìm hiểu các tin tức liên quan đến ngành học, nghề nghiệp cũng như những kiến thức phục vụ cho chương trình học của mình.

PV: Khi tiếp nhận thông tin, em có gặp khó khăn gì không?

PVS-SV12: Em nghĩ khó khăn lớn nhất là ở mức độ tin tưởng đối với thông tin đó, và việc phân biệt đâu là thông tin có ích, đâu là thông tin tiêu cực hoặc không cần thiết. Em đọc nhiều tin trên mạng xã hội nhưng đôi khi thấy nội dung na ná nhau, không biết cái nào là nguồn gốc, cái nào đã bị chỉnh sửa. Có lúc em tin, nhưng cũng có lúc em phải kiểm chứng từ nhiều nguồn vì bây giờ tin giả quá nhiều.

III. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

PV: Em có đề xuất gì để sinh viên tiếp nhận thông tin báo chí thuận lợi hơn không?

PVS-SV12: Hiện tại thì em chưa có đề xuất gì cụ thể. Nhìn chung em thấy vẫn khá ổn.

PV: Cơ sở vật chất ở trường có tạo điều kiện cho em tìm kiếm thông tin không?

PVS-SV12: Theo em, hiện tại cơ sở vật chất của trường đáp ứng được khoảng 70–80%. Trường có Wi-Fi miễn phí, nhưng có những lúc đường truyền yếu hoặc bị ngắt thì sinh viên không truy cập được, đó là một bất cập. Nhà trường cũng có hướng xử lý, nhưng internet đôi khi vẫn không ổn định. Còn thư viện thì em thấy nội dung sách báo khá nhiều, tuy nhiên em muốn thư viện cải thiện hơn nữa, chẳng hạn ngoài máy tính và màn

hình hiện có, có thể có thêm một màn hình lớn ở khu vực vào thư viện để hiển thị các tin tức “hot” trong ngày hoặc những nội dung sinh viên nên quan tâm. Còn về sách báo trong thư viện thì em thấy khá phong phú.

Mã phỏng vấn: PVS-SV13

I. Thông tin chung

- **Sinh viên:** Năm 2
- **Cơ sở đào tạo:** Học viện Báo chí và Tuyên truyền
- **Khối ngành/định hướng đào tạo:** Khối ngành truyền thông – báo chí

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Trước tiên, em có thể chia sẻ một chút về thói quen sử dụng mạng xã hội của mình không? Trong một ngày em truy cập các nền tảng với tần suất như thế nào, và vì sao em lại dùng nhiều nền tảng này hơn các nền tảng khác?

PVS-SV13: Tổng thời gian em sử dụng các nền tảng mạng xã hội trong một ngày khoảng 3 tiếng. Em dùng chủ yếu Facebook và YouTube hằng ngày; ngoài ra còn có Zalo, các trang báo online và các kênh thông tin trực tuyến mà em tiếp cận theo tuần. Em không dùng TikTok nữa. Trước đây em cũng từng sử dụng TikTok, nhưng sau đó em thấy nền tảng này không thật sự có lợi cho bản thân. Về mặt giải trí thì nó khá cuốn, dễ làm mình bị cuốn theo liên tục, từ đó ảnh hưởng đến sinh hoạt, hiệu suất học tập và làm việc. Còn nếu dùng để học tập hay tiếp nhận thông tin thì em thấy nội dung trên TikTok thường quá ngắn, mình chưa kịp tiếp thu hết thì đã chuyển sang video khác rồi. Vì vậy em không thấy nó hiệu quả với nhu cầu cá nhân của em. Ngoài ra em cũng có sử dụng một số ứng dụng khác ít phổ biến hơn như Instagram, Threads và một số trang báo trên Google.

PV: Trong khoảng 3 tiếng đó, em thường chỉ lướt một nền tảng hay lướt qua nhiều nền tảng khác nhau?

PVS-SV13: Em thường lướt qua tất cả các nền tảng mà em sử dụng trong khoảng thời gian “lướt mạng”. Đây gần như đã trở thành thói quen của em. Em cảm thấy nếu chỉ xem trên một kênh thì chưa đủ để đáp ứng nhu cầu, nên em thường lướt qua nhiều kênh để chắc chắn mình không bỏ sót thông tin cần thiết. Trong số đó, Facebook là nền tảng em dùng nhiều nhất. Với cá nhân em, Facebook tích hợp khá đầy đủ các cách truyền tải thông tin: có bài viết để đọc, có video để xem, có âm thanh, hình ảnh... Nói chung là đa phương tiện nên em thấy dễ tiếp nhận thông tin hơn.

PV: Với các nền tảng còn lại như YouTube, Instagram hay Threads, em thường dùng với mục đích gì? Nếu phải chọn một nền tảng đáp ứng tốt nhất nhu cầu của em, em sẽ chọn nền tảng nào?

PVS-SV13: Hầu hết các nền tảng em dùng chủ yếu để tìm kiếm nội dung liên quan đến đời sống và giải trí. Ngoài ra còn có các thông tin về lối sống, sinh hoạt hoặc những tin tức nổi bật trong ngày. Nếu chọn một nền tảng đáp ứng tốt nhất nhu cầu của em thì vẫn là Facebook, vì nó tích hợp nhiều hình thức truyền tải. Bên cạnh giải trí, trên Facebook em còn dùng để trao đổi với bạn bè, tham gia các nhóm, thảo luận bài tập, thậm chí đăng

tải một số sản phẩm học tập vì có những bài tập lớn bọn em phải thực hiện trực tiếp trên nền tảng này.

PV: Nếu sắp xếp mức độ ưu tiên các nhóm nội dung như chính trị, kinh tế, giáo dục, hướng nghiệp, sức khỏe tâm thần, lối sống, giải trí, thì thứ tự ưu tiên của em như thế nào?

PVS-SV13: Em ưu tiên đầu tiên là giải trí. Với cá nhân em, khi đã cầm điện thoại lên lướt mạng thì phần lớn là để giải trí. Lúc đó não em ở trạng thái tiếp nhận thông tin để thư giãn chứ không phải để xử lý công việc hay học tập. Vì vậy em thường tìm đến các nội dung như âm nhạc, phim ảnh.

Ưu tiên thứ hai là **lối sống**, vì em cũng hay tìm các thông tin như công thức nấu ăn, mẹo làm việc nhà, cách làm đồ thủ công, những thói quen sống hữu ích... Đây là những nội dung em chủ động tìm kiếm khá nhiều.

Ưu tiên thứ ba là **sức khỏe tâm thần**, theo nghĩa là em dùng việc lướt mạng như một cách giải trí và điều chỉnh trạng thái tinh thần của mình. Chính vì vậy em rất tránh các nội dung quá tiêu cực. Ví dụ em không dùng TikTok một phần cũng vì em thấy trên đó có khá nhiều thông tin và bình luận tiêu cực. Trên Facebook hay YouTube, nếu gặp những nội dung quá tiêu cực hoặc những drama em không thích thì em thường ẩn bài viết hoặc chọn không muốn xem nội dung tương tự nữa. Với em, việc lướt mạng cũng liên quan đến nhu cầu giữ tinh thần ở trạng thái ổn định.

Còn những mục như kinh tế, chính trị hay học tập thì em nghĩ khi lướt mạng xã hội, các thông tin đó chưa đủ độ chính xác hoặc chưa đủ sức khiến em phải đặc biệt quan tâm ngay trên mạng xã hội. Khi thật sự cần những thông tin đó thì em sẽ chủ động tìm ở nguồn khác.

PV: Vậy khi cần thông tin về các lĩnh vực như chính trị, kinh tế hay học tập, em thường tìm ở đâu?

PVS-SV13: Em thường tra trực tiếp trên Google, sau đó tìm các tờ báo lớn, báo nhà nước hoặc các báo điện tử uy tín như Báo Nhân Dân hay các trang chính thống khác. Khi đó em nghĩ mức độ chính xác sẽ cao hơn rất nhiều vì các nguồn này có ghi rõ thời điểm đăng tải, cập nhật và có uy tín hơn.

PV: Em có nhắc đến việc chủ động né tránh những thông tin tiêu cực. Em có thể chia sẻ rõ hơn vì sao em lại làm như vậy?

PVS-SV13: Em thấy những thông tin tiêu cực ảnh hưởng đến em khá lớn, đặc biệt là về mặt tinh thần. Khi em lướt mạng, mục đích ban đầu là để giải trí hoặc thư giãn. Nhưng nếu vô tình gặp các thông tin quá tiêu cực thì nó lại đi ngược mục đích đó, làm em bị cuốn theo tâm trạng nặng nề, tụt mood và suy nghĩ tiêu cực theo thông tin ấy. Thậm chí sau khi ngừng lướt điện thoại rồi, những thông tin đó vẫn còn ở trong đầu và ảnh hưởng đến tâm trạng cũng như hiệu suất học tập, làm việc sau đó. Vì thế em chủ động tránh.

PV: Ngoài các nội dung mang tính drama hay công kích tiêu cực, còn loại tin nào em cũng chủ động né tránh không?

PVS-SV13: Em cũng tránh các tin liên quan đến tử vong, đau thương hoặc tài sản bị cuốn trôi do thiên tai. Em chỉ dừng ở việc biết thông tin, ví dụ số lượng thiệt hại là bao nhiêu, chứ em sẽ không cố xem quá nhiều hình ảnh đau thương như vậy.

PV: Có nhận định cho rằng bản thân thông tin báo chí hiện nay cũng mang chức năng giải trí, và xu hướng infotainment ngày càng phổ biến. Quan điểm của em về nhận định này như thế nào?

PVS-SV13: Cá nhân em hoàn toàn đồng ý. Hiện nay việc tiếp nhận thông tin báo chí không chỉ để nâng cao hiểu biết, mà thực sự còn là một cách giải trí. Ví dụ sau một ngày học tập, nếu em lướt mạng và thấy những thông tin tích cực như ca bệnh hiếm được chữa khỏi, tìm ra giống lúa tốt, một phương pháp sống hữu ích... thì các tin đó cũng làm tâm trạng mình tốt lên. Như vậy, thông tin báo chí rõ ràng cũng có tác dụng giải trí. Và xu hướng infotainment trên mạng xã hội hiện nay là khá phổ biến, cũng phù hợp với lối sống của giới trẻ.

PV: Nếu gặp một thông tin gây tranh cãi, ví dụ một chính sách mới ảnh hưởng trực tiếp đến sinh hoạt hoặc thu nhập của em và gia đình, thì hành động đầu tiên của em là gì?

PVS-SV13: Em sẽ tìm đọc trên một tờ báo chính thống để kiểm chứng. Với em, báo chính thống vẫn là nguồn đáng tin cậy nhất. Có thể họ vẫn có sai sót ở một mức độ nào đó, nhưng xác suất sai sẽ thấp hơn rất nhiều so với các nguồn khác vì họ có quy trình kiểm duyệt chặt chẽ hơn. Dù báo chính thống có thể cập nhật chậm hơn một chút, em vẫn chọn đợi để đọc và xác minh từ đó. Nếu báo chính thống chưa có thì em cũng chờ, chứ không muốn vội tin hay lan truyền thông tin chưa được kiểm chứng.

PV: Nếu sắp xếp mức độ ưu tiên giữa báo chính thống, báo điện tử tư nhân, các kênh thông tin nước ngoài bản tiếng Việt, bạn bè - gia đình, và các KOL/KOC trên mạng xã hội, thì thứ tự của em như thế nào?

PVS-SV13: Em ưu tiên theo thứ tự:

1. **Báo chính thống**
2. **Báo điện tử tư nhân**
3. **Các kênh thông tin nước ngoài phiên bản tiếng Việt**
4. **Bạn bè và gia đình**
5. **Các KOL/KOC, nhà sáng tạo nội dung trên TikTok, YouTube**

Lý do là em tin báo chí chính thống nhất. Với báo điện tử tư nhân, em vẫn tin ở mức khá cao vì dù là tư nhân thì họ vẫn hoạt động trong khuôn khổ quản lý của Nhà nước. Các trang thông tin nước ngoài bản tiếng Việt em cũng tham khảo nhưng mức độ tin tưởng thấp hơn một chút vì không trực thuộc hệ thống báo chí trong nước. Còn bạn bè và gia đình thì em nghĩ họ vẫn có sự chọn lọc nhất định trước khi chia sẻ với em, nên em vẫn tin hơn so với các KOL/KOC. Với các KOL/KOC, em không đánh giá cao bằng vì họ có thể làm nội dung về lĩnh vực A nhưng lại đưa tin về lĩnh vực B, và em từng gặp những trường hợp thông tin không chính xác nên không còn đặt niềm tin cao.

PV: Nếu báo chính thống mô tả một chính sách mới là thành công và nhận được đồng thuận cao, em sẽ tin hoàn toàn, hay em nghĩ thông tin đó đúng về cơ bản nhưng chưa phản ánh hết trải nghiệm của giới trẻ, hay em có cách nhìn khác?

PVS-SV13: Em chọn phương án là thông tin đó đúng về cơ bản nhưng có thể chưa phản ánh hết trải nghiệm của người trẻ hoặc sinh viên. Em tin vào báo chính thống, nhưng em nghĩ trong thời đại hiện nay không phải bạn trẻ nào cũng đọc báo chính thống. Rất nhiều bạn chỉ tiếp cận thông tin qua mạng xã hội. Vì vậy khi báo chí chính thống công bố mức độ đồng thuận cao thì em cho rằng con số đó có thể phản ánh đa số, nhưng chưa chắc đã phản ánh trọn vẹn toàn bộ trải nghiệm của giới trẻ.

PV: Gia đình em có thường xuyên trao đổi với nhau về các vấn đề chính trị - xã hội không? Bố mẹ em có thường truy cập các kênh thông tin giống em không?

PVS-SV13: Bố mẹ em có trình độ học vấn là trung học phổ thông; anh trai em học đại học, chị gái em học sau đại học. Ở nhà em thì không thường xuyên thảo luận về các vấn đề chính trị - xã hội. Bố mẹ em chủ yếu xem TV hoặc lướt mạng xã hội để giải trí thôi.

III. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

PV: Chị muốn tìm hiểu thêm về những điều kiện mà em đang có để hỗ trợ quá trình tiếp nhận thông tin. Em có sử dụng PC, laptop, smart TV và điện thoại thông minh. Theo em, việc sở hữu các thiết bị này có tạo lợi thế hơn không?

PVS-SV13: Em nghĩ là có. Vì mỗi nền tảng sẽ được tối ưu tốt hơn trên một loại thiết bị khác nhau. Khi có nhiều thiết bị, mình có thể tiếp cận thông tin thuận tiện và tối ưu hơn, từ đó việc tiếp nhận thông tin cũng hiệu quả hơn.

PV: Khi tiếp nhận thông tin, em có chuẩn bị những điều kiện như đường truyền mạng, chất lượng video hay các yếu tố kỹ thuật khác không?

PVS-SV13: Dạ có. Ví dụ bình thường nếu có Wi-Fi mạnh thì em dùng Wi-Fi; nếu không có thì em sẽ dùng 3G hoặc 4G. Khi xem video em cũng thường chỉnh ít nhất lên mức 720p để hình ảnh rõ hơn, như vậy việc tiếp nhận nội dung cũng tốt hơn.

PV: Em có phải trả phí thuê bao cho các kênh thông tin hay nền tảng nào không?

PVS-SV13: Em có trả phí cho một số nền tảng, ví dụ YouTube. Ngoài các khoản như điện, mạng, thiết bị thì em chỉ trả phí trực tiếp cho YouTube thôi. Em thấy khoản phí đó xứng đáng vì mình không phải xem quảng cáo, không mất thời gian lướt qua quảng cáo, và có những lúc em tắt màn hình nhưng vẫn nghe được thông tin khi đang làm việc khác như rửa bát chẳng hạn. Em thấy như vậy khá phù hợp với mức giá mình bỏ ra.

PV: Trong các nền tảng em đang sử dụng, những nội dung đầu tiên thường xuất hiện trên bảng tin của em là gì?

PVS-SV13: Phần lớn vẫn là các nội dung thuộc nhóm giải trí. Ví dụ như bảng xếp hạng nhạc mới, bài hát mới, các chương trình truyền hình thực tế hay những nội dung em đang theo dõi. Nếu em thấy bài nào thú vị thì em sẽ tiếp tục lướt để tìm hiểu thêm.

PV: Em có nhận ra sự can thiệp của thuật toán hay AI trong cách các nền tảng đề xuất nội dung cho mình không?

PVS-SV13: Em nghĩ là có, và mức độ can thiệp là rất rõ. Ví dụ chỉ cần em thả tương tác vào một chủ đề nào đó, chẳng hạn một chương trình truyền hình thực tế, thì ngay sau đó hoặc trong những ngày tiếp theo nền tảng sẽ tiếp tục hiển thị hàng loạt bài viết liên quan đến chương trình đó. Hoặc chỉ cần em like một trang của một trường đại học nào đó thì những ngày sau sẽ hiện ra thêm nhiều trang, bài viết, nội dung khác liên quan đến trường đó. Em thấy thuật toán ảnh hưởng rất rõ đến những gì mình nhìn thấy.

PV: Em có nói rằng mình thường có sẵn nội dung cần tra cứu trong đầu rồi mới tìm kiếm. Em có thể chia sẻ rõ hơn không?

PVS-SV13: Dạ đúng. Ban đầu em sẽ lướt trước để có cái nhìn tổng quan xem hôm nay có vấn đề gì đang nổi bật, những chủ đề nào đang liên quan đến mối quan tâm của em. Sau khi lướt xong, em sẽ hình thành một số mối quan tâm cụ thể, rồi từ đó em mới chủ động gõ từ khóa tìm kiếm hoặc truy cập vào những trang em biết là có thông tin mình cần.

PV: Em có quan tâm đến tình hình thiên tai, bão lũ thời gian qua không? Với những chủ đề như vậy, em sẽ lướt qua nếu nó hiện lên, hay sẽ chủ động tìm kiếm?

PVS-SV13: Với những chủ đề như bão lũ, thiên tai thì em sẽ chủ động tìm kiếm trên thanh công cụ sau khi nghe thông tin ban đầu từ TV hoặc báo đài. Vì như em nói, bản tin của em chủ yếu vẫn là giải trí, nên những tin như bão lũ chỉ xuất hiện ở một vài thời điểm nhất định chứ không liên tục. Vì vậy nếu muốn nắm chắc tình hình thì em phải chủ động tìm kiếm.

Mã người trả lời: PVS-SV14

I. Thông tin chung

- **Sinh viên:** Năm 2
- **Cơ sở đào tạo:** Học viện Báo chí và Tuyên truyền
- **Khối ngành/định hướng đào tạo:** Khối ngành truyền thông – báo chí

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Trước tiên, em có thể chia sẻ một chút về thói quen sử dụng các nền tảng mạng xã hội hiện nay của mình và tần suất sử dụng như thế nào không?

PVS-SV14: Em thường sử dụng Facebook và TikTok nhiều lần mỗi ngày, chủ yếu để giải trí. Zalo thì em dùng để liên lạc. Với các trang báo online như VTVgo, em thường vào theo những khung giờ quen thuộc như khoảng 7 giờ tối hoặc 11–12 giờ trưa, nhưng không phải ngày nào cũng xem. Các trang thông tin trực tuyến khác thì em chỉ thỉnh thoảng mới tiếp cận. Ngoài ra, để học tập thì em cũng vào YouTube và tìm tài liệu trên web.

PV: Vậy trong một ngày, em thường dành khoảng bao lâu để lướt mạng xã hội? Và khi rảnh em sẽ lướt nhiều nền tảng cùng lúc hay chỉ tập trung vào một nền tảng?

PVS-SV14: Chắc khoảng 4 tiếng một ngày. Em thường lướt nhiều nền tảng khác nhau. Đầu tiên là Facebook, vì Facebook có cả giải trí, tin tức, thậm chí cả một số nội dung nước ngoài. Sau đó em sẽ chuyển sang TikTok. TikTok thì đa dạng hơn, và nếu em quan

tâm vấn đề nào thì em sẽ vào phần tìm kiếm để xem thêm. Ngoài ra em cũng có dùng Instagram, nhưng chủ yếu vẫn là để giải trí thôi.

PV: Ngoài giải trí ra, em có tiếp cận các nền tảng mạng xã hội vì mục đích nào khác không? Theo em, nền tảng nào đáp ứng tốt nhất nhu cầu của mình?

PVS-SV14: Ngoài giải trí thì em cũng dùng các nền tảng này để theo dõi tin tức hằng ngày. Những tin em thường xem là về người nổi tiếng, thiên tai lũ lụt, các vụ bạo lực, tai nạn giao thông... Các nội dung đó thường hiện trên trang của em. Ngoài ra còn có những nội dung bắt trend, âm nhạc, bảng xếp hạng các bài hát đang hot. Trong các nền tảng thì TikTok là nơi đáp ứng tốt nhất nhu cầu của em, vì nội dung đa dạng, video ngắn, dễ theo dõi và cũng dễ tìm kiếm.

PV: Nếu sắp xếp thứ tự ưu tiên các chủ đề mà em thường quan tâm, thì em sẽ ưu tiên những nhóm nội dung nào?

PVS-SV14: Em ưu tiên ba nhóm chính là lối sống, giải trí và giáo dục. Em chọn lối sống đầu tiên vì em thường tìm các thông tin về chăm sóc da, sức khỏe và những nội dung giúp mình có một lối sống phù hợp hơn. Tiếp theo là giải trí, vì em hay xem các nội dung giải trí trên mạng. Thứ ba là giáo dục, vì em cũng hay tìm đề cương học tập trên TikTok hoặc xem video bài giảng trên YouTube.

PV: Em nghĩ sao về nhận định: “Bản thân thông tin báo chí cũng có tác dụng giải trí” và xu hướng infotainment trên các nền tảng mạng xã hội hiện nay?

PVS-SV14: Em nghĩ nhận định đó là đúng. Hiện nay thông tin báo chí trên mạng xã hội thường được trình bày hấp dẫn hơn, có hình ảnh, video, đồ họa, nên người xem không bị nhàm chán mà còn thấy hứng thú với cách thể hiện. Xu hướng infotainment hiện nay là kết quả của việc người dùng thay đổi cách tiếp nhận thông tin. Tuy nhiên, người dùng cũng cần biết chọn lọc, ưu tiên những trang lớn, chính thống, có độ xác thực cao.

PV: Có ý kiến cho rằng nhiều bạn trẻ hiện nay né tránh các thông tin tiêu cực. Quan điểm của em như thế nào?

PVS-SV14: Em thì không né tránh các thông tin tiêu cực. Khi lướt thấy các thông tin như vậy, em vẫn vào xem và thường đọc cả phần bình luận để quan sát ý kiến hai chiều. Em không thấy các thông tin đó ảnh hưởng quá nhiều đến mình.

PV: Nếu em thấy một thông tin gây tranh cãi, ví dụ một chính sách mới ảnh hưởng trực tiếp đến sinh hoạt, công việc hoặc thu nhập của em hay gia đình em, thì hành động đầu tiên của em là gì?

PVS-SV14: Em sẽ tự tìm kiếm trên Google để xem các bên khác nói gì, từ đó kiểm tra xem thông tin đó có đúng hay không. Em cũng có thể kiểm tra lại qua các bản tin thời sự. Nếu vào Google thì em thường chọn các trang đầu tiên như Báo Nhân Dân, VTV hoặc một số trang báo chính thống khác mà em biết.

PV: Nếu sắp xếp mức độ tin cậy của các nguồn tin sau: báo chí chính thống; báo điện tử tư nhân; bạn bè - gia đình; các kênh thông tin nước ngoài phiên bản tiếng Việt; KOL/creator trên TikTok, YouTube, thì thứ tự của em như thế nào?

PVS-SV14: Em sắp xếp như sau:

1. **Báo chí chính thống**
2. **Báo điện tử tư nhân**
3. **Bạn bè và gia đình**
4. **Các kênh thông tin nước ngoài phiên bản tiếng Việt**
5. **Các KOL/creator trên TikTok, YouTube**

Lý do là báo chí chính thống thì em tin nhất vì thường có độ xác thực cao. Báo điện tử tư nhân em cũng đánh giá cao. Bạn bè và gia đình thì thực ra cũng ít chia sẻ những thông tin kiểu này nên em để ở mức trung bình. Các kênh thông tin nước ngoài thì em không xem nhiều. Còn KOL hay creator thì em ít tin hơn, vì nhiều khi họ có thể biến thông tin thành nội dung để làm content, nên chưa chắc đã hoàn toàn chính xác.

PV: Nếu đọc một bài báo chính thống mô tả rằng một chính sách mới của Nhà nước là thành công và nhận được sự đồng thuận cao, thì em sẽ nghĩ như thế nào?

PVS-SV14: Em sẽ tin tưởng vào thông tin đó. Vì với em, đã là báo chí chính thống thì em có xu hướng tin là thông tin ấy đã được kiểm chứng.

III. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

PV: Hiện nay em đang sở hữu những thiết bị nào để phục vụ cho việc tiếp cận thông tin?

PVS-SV14: Em có máy tính để bàn và điện thoại thông minh. Khi ra ngoài thì em dùng thêm 4G hoặc 5G để truy cập mạng. Ở nhà em cũng có Wi-Fi tương đối ổn định.

PV: Em có phải trả phí cho bất kỳ kênh thông tin hay nền tảng nào không?

PVS-SV14: Dạ hoàn toàn miễn phí ạ.

PV: Luồng thông tin đầu tiên thường xuất hiện trên bảng tin của em là gì? Những nội dung đó thường có hình thức như thế nào?

PVS-SV14: Thường khi mở TikTok lên, em sẽ thấy các nội dung giải trí như review phim. Nếu chán thì em sẽ chủ động gõ các từ khóa mới như nấu ăn, K-pop... để làm mới bảng tin. Nội dung em xem chủ yếu là video ngắn, dễ tiếp cận.

PV: Em có nghĩ các nền tảng mạng xã hội hiện nay bị chi phối bởi thuật toán hoặc AI không? Em có hài lòng với cách đề xuất nội dung đó không?

PVS-SV14: Em có thấy điều đó rất rõ. Bảng tin của em thay đổi mỗi ngày, phụ thuộc vào việc em tìm kiếm hoặc tương tác với nội dung gì. Em khá hài lòng với cơ chế này, vì thông tin hiện ra thường phù hợp với sở thích và mối quan tâm của em. Tuy nhiên, em cũng nghĩ nó có mặt hạn chế là mình có thể không tiếp cận được các thông tin khác ngoài vùng quan tâm của mình.

PV: Chị thấy em có xu hướng mở thêm các trang khác để đối chiếu thông tin. Em có thể mô tả rõ hơn thói quen đó không?

PVS-SV14: Dạ đúng. Ví dụ khi em thấy một thông tin nào đó trên TikTok, em thường nhập lại từ khóa để xem thêm ở các nguồn khác trên TikTok, rồi em cũng kiểm tra trên Facebook hoặc các báo chí chính thống xem họ có đưa tin như vậy không. Em làm vậy để có cái nhìn nhiều chiều hơn.

PV: Em có quan tâm đến tình hình thiên tai, lũ lụt, ngập úng ở nhiều tỉnh thành thời gian qua không? Với chủ đề này, em thường lướt qua khi thấy trên bảng tin hay em chủ động tìm kiếm?

PVS-SV14: Em có quan tâm. Thường thì đầu tiên em nhìn thấy thông tin trên feed Facebook hoặc TikTok. Sau đó, nếu muốn nắm kỹ hơn, em sẽ chủ động xem thêm trên VTVgo để cập nhật tình hình mỗi ngày.

Mã phỏng vấn: PVS-SV15

- **Sinh viên:** Năm 2
- **Cơ sở đào tạo:** Học viện Báo chí và Tuyên truyền
- **Khối ngành/định hướng đào tạo:** Khối ngành truyền thông – báo chí

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Trước tiên, em có thể chia sẻ về tần suất sử dụng các nền tảng mạng xã hội hiện nay của mình không?

PVS-SV15: Các nền tảng mạng xã hội em sử dụng chủ yếu hằng ngày, nhiều lần trong ngày, gồm Facebook, Instagram và TikTok. Các trang báo thì thường mỗi ngày em cập nhật khoảng một lần. Nếu trên Facebook hiện các tin báo địa phương thì em sẽ bấm vào đọc, vì những nội dung em hay quan tâm thường xuất hiện luôn trên newsfeed, nên em cũng không cần phải tìm kiếm quá nhiều. Nếu là tin giải trí thì em thường xem trên những trang như Kênh 14 vì cập nhật nhanh và có nhiều nội dung hấp dẫn. Còn với các thông tin mang tính chính thống hơn, ví dụ như chính sách hoặc đường lối của Nhà nước, em sẽ chọn các báo như Nhân Dân, VietnamNet hoặc VTC News.

PV: Trong một ngày, em thường dành khoảng bao nhiêu thời gian để lướt mạng? Và em thường dùng một nền tảng hay nhiều nền tảng khác nhau?

PVS-SV15: Em dùng khoảng 4 đến 5 tiếng một ngày. Thường em sẽ sử dụng một nền tảng trong vài chục phút, sau đó chuyển sang nền tảng khác để xem có gì mới hơn không. Ví dụ, nếu em thấy một thông tin trên TikTok nhưng cảm thấy chưa đủ, thì em sẽ chuyển sang Facebook vì trên Facebook có nhiều người lớn sử dụng hơn, nhiều bài đăng hơn và thường có thêm nhiều góc nhìn khác.

PV: Vậy khi sử dụng các nền tảng này, những nội dung em thường quan tâm là gì?

PVS-SV15: Thực ra em không cần tìm kiếm quá nhiều, vì TikTok bây giờ có thuật toán, mình dừng lại xem gì lâu thì nó sẽ tự hiện ra tiếp. Nếu chủ động tìm kiếm thì gần đây em hay tìm các nội dung liên quan đến bão, ví dụ như đợt bão vừa rồi, em có tìm các livestream để xem bão đi đến đâu rồi, vì gia đình em cũng ở trong vùng chịu ảnh hưởng của bão. Ngoài ra, đôi khi em cũng tìm kiếm những nội dung phục vụ nhu cầu mua sắm, như quần áo chẳng hạn.

PV: Mục đích chính khi em sử dụng các nền tảng mạng xã hội là gì? Nền tảng nào đáp ứng tốt nhất nhu cầu của em?

PVS-SV15: Mục đích đầu tiên chắc chắn là để giải trí. Thứ hai là để nắm bắt thêm nhiều thông tin, vì mỗi nền tảng hoặc mỗi nguồn sẽ cung cấp một phần thông tin khác nhau. Có khi cùng một vấn đề nhưng mỗi nơi đưa một cách khác, nên em thường xem bên này

một chút, bên kia một chút, rồi khi các báo chính thống đăng thì em sẽ đối chiếu lại để xem thông tin nào đúng hơn. Với em, TikTok là nền tảng đáp ứng tốt nhất nhu cầu hiện tại, vì dễ đăng, dễ xem, nguồn thông tin rất nhanh, đa dạng, video lại ngắn nên tiết kiệm thời gian. Em nghĩ mình cũng đã dùng mạng xã hội khá lâu nên phần nào có thể tự phân biệt được cái gì đúng, cái gì chưa đúng trên TikTok.

PV: Nếu sắp xếp mức độ ưu tiên các nhóm chủ đề em quan tâm, thì ba nhóm nổi bật nhất là gì?

PVS-SV15: Em ưu tiên ba nhóm là giáo dục, lối sống và giải trí.

PV: Em có thể nói rõ hơn vì sao lại ưu tiên ba nhóm này không?

PVS-SV15: Về giáo dục, dù chuyên ngành em không trực tiếp liên quan, nhưng giáo dục luôn là một đề tài nóng ở nước mình và mỗi năm lại có thay đổi. Em thường muốn biết xem năm nay học sinh sẽ dùng bộ sách nào, quy chế thi đại học có gì khác, môn thi thay đổi ra sao, rồi những thông tin như sáp nhập hoặc di dời các trường đại học. Em muốn biết để không bị lạc hậu so với các bạn.

Về lối sống, em quan tâm đến cách người khác sống như thế nào để mình có thể học dần theo những điều tích cực, ví dụ như uống nhiều nước hơn, ăn rau nhiều hơn, tập thể dục đều hơn.

Còn giải trí thì em nghĩ đó là nhu cầu thường ngày, nhưng không nhất thiết chỉ có mạng xã hội mới đáp ứng được, nên em xếp ở mức ưu tiên thứ ba.

PV: Em nghĩ sao về nhận định: “Bản thân thông tin báo chí cũng có tác dụng giải trí” và xu hướng infotainment trên các nền tảng mạng xã hội hiện nay?

PVS-SV15: Em đồng ý với nhận định đó. Theo em, giải trí không chỉ là hài hước. Có người thấy vui khi đọc được một thông tin, hiểu thêm một vấn đề, hoặc tự mình suy luận ra điều gì đó. Những thông tin mang tính cảm động, truyền cảm hứng cũng có thể tạo ra cảm giác tích cực, tức là cũng có giá trị giải trí. Còn xu hướng infotainment hiện nay là cần thiết, vì thông tin trên các nền tảng số có thể biểu đạt đa dạng hơn báo in hay báo giấy, từ đó tiếp cận được nhiều đối tượng hơn.

PV: Có ý kiến cho rằng nhiều bạn trẻ thường chủ động tránh đọc hoặc xem các thông tin tiêu cực. Quan điểm của em như thế nào?

PVS-SV15: Em không đồng ý. Em không tránh các thông tin tiêu cực. Em chỉ tránh những hình ảnh quá nặng nề thôi, còn nội dung chữ thì em vẫn đọc. Em đọc với tâm thế không phán xét, mà để xem chuyện gì đã xảy ra, vì sao lại xảy ra như vậy, có uẩn khúc gì hay không. Ví dụ những vụ việc gây tranh cãi trên mạng, em vẫn đọc để hiểu diễn biến. Còn với các tin thiên tai, bão lũ hay tai nạn, em lại càng phải đọc kỹ vì gia đình em cũng ở trong vùng ảnh hưởng, nên em rất quan tâm.

PV: Nếu em gặp một thông tin gây tranh cãi, ví dụ một chính sách mới ảnh hưởng trực tiếp đến sinh hoạt hoặc lợi ích của em và gia đình, thì hành động đầu tiên của em là gì?

PVS-SV15: Hành động đầu tiên của em thường là gửi cho bạn bè trong nhóm chat để xem các bạn đã biết thông tin đó chưa, và mọi người nghĩ thế nào về nó. Đây gần như là một thói quen của bọn em, có tin gì mới thì sẽ chụp gửi vào nhóm để cùng trao đổi.

PV: Nếu xếp hạng mức độ tin cậy của các nguồn tin sau: báo chí chính thống; các kênh thông tin nước ngoài bản tiếng Việt; báo điện tử tư nhân; KOL/creator; bạn bè và gia đình, thì thứ tự của em như thế nào?

PVS-SV15: Em xếp như sau:

1. **Báo chí chính thống**
2. **Các kênh thông tin nước ngoài phiên bản tiếng Việt**
3. **Báo điện tử tư nhân**
4. **KOL/creator**
5. **Bạn bè và gia đình**

Lý do là báo chí chính thống luôn là nguồn đáng tin cậy nhất. Các kênh nước ngoài bản tiếng Việt thì em không theo dõi thường xuyên, nhưng nếu xét về độ tin cậy thì em vẫn đánh giá khá cao. Báo điện tử tư nhân thì vẫn là báo, nhưng mức độ chính xác theo em chưa chắc đã tuyệt đối bằng báo chính thống. Còn KOL/KOC thì có người đáng tin, có người không; thông tin họ đưa nhiều khi cũng chỉ là nội dung phục vụ view. Bạn bè và gia đình thì chủ yếu là truyền miệng, dễ bị tam sao thất bản nên em xếp cuối cùng.

PV: Nếu một bài báo chính thống mô tả một chính sách mới của Nhà nước là thành công và nhận được đồng thuận cao, thì em sẽ phản ứng như thế nào?

PVS-SV15: Em sẽ chọn phương án hoàn toàn tin tưởng. Vì với em, nếu báo chí chính thống đã đưa tin về chính sách của Đảng và Nhà nước thì em có niềm tin rằng đó là định hướng đúng. Có thể ở hiện tại sinh viên chưa nhìn thấy hết lợi ích, nhưng nếu xét lâu dài thì em tin đường lối của Đảng và Nhà nước.

III. Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

PV: Hiện nay em đang có những thiết bị nào để tiếp nhận thông tin?

PVS-SV15: Em có laptop, smart TV và điện thoại thông minh. Khi ra ngoài thì em dùng thêm data 4G hoặc 5G. Hiện tại em thấy những thiết bị đó vẫn ổn, chưa cần phải thay đổi.

PV: Em có phải trả phí cho nền tảng hay kênh thông tin nào không?

PVS-SV15: Dạ không, em đang dùng hoàn toàn các bản miễn phí.

PV: Luồng thông tin đầu tiên thường xuất hiện trên bảng tin của em là gì?

PVS-SV15: Chủ yếu là các tin tức đời sống. Trên TikTok thường có những video kể các câu chuyện xoay quanh cuộc sống, hoặc những mẩu chuyện vui vẻ, nhân văn, đăng lại để phục vụ nhu cầu giải trí. Đó là những nội dung em thường thấy đầu tiên.

PV: Theo em, việc thuật toán chỉ đề xuất những gì mình thích xem có khiến mình bị giới hạn trong vùng thông tin quen thuộc không?

PVS-SV15: Em nghĩ có thể có, nhưng với em thì vì em dùng nhiều nền tảng khác nhau nên nếu bên này chưa cập nhật thì sang Facebook em vẫn sẽ thấy. Trên Facebook em có theo dõi nhiều báo điện tử hơn, nên các nguồn tin cũng đa dạng hơn.

PV: Em có ý thức được rằng các nền tảng đang vận hành bằng thuật toán và em hài lòng với điều đó?

PVS-SV15: Em có biết, và em thấy khá hài lòng. Khi vào mạng xã hội, em không muốn phải suy nghĩ xem hôm nay mình nên xem cái gì. Em chỉ muốn tiếp nhận thông tin thôi. Thuật toán biết em quan tâm gì thì nó đề xuất cái đó. Nếu em không thích thì em lướt qua. Với em, đó cũng là một mặt tích cực của thuật toán.

PV: Có thể hiểu rằng khi dùng mạng xã hội, em thường chọn cách thả lỏng và tận hưởng những nội dung đã được bộ lọc của nền tảng chọn sẵn cho mình?

PVS-SV15: Dạ đúng. Em thường ở trong trạng thái đó khi lướt mạng xã hội.

PV: Em có quan tâm đến tình hình thiên tai, lũ lụt, ngập úng ở nhiều tỉnh thành thời gian qua không? Nếu chủ động theo dõi, em thường chọn kênh nào?

PVS-SV15: Em quan tâm rất nhiều, vì như em đã nói, gia đình em ở trong vùng hay chịu ảnh hưởng của bão. Em tìm kiếm thông tin này mỗi ngày, chủ yếu trên trang Thông tin Chính phủ. Trước khi báo đài chính thống đưa tin thì TikTok và Facebook thường cập nhật rất nhanh, nhưng những thông tin đó chưa chắc đã được kiểm chứng. Còn khi gần bão, em thường vào trang Thông tin Chính phủ để xem cụ thể còn bao nhiêu giờ nữa bão vào, bão đang đi đến đâu, sức gió thế nào, tỉnh nào bị ảnh hưởng, lượng mưa ra sao.

Nếu chọn một kênh để cập nhật hằng ngày thì em sẽ chọn **Facebook**, vì em thấy Facebook có tính nghiêm túc hơn, em cũng theo dõi nhiều báo điện tử chính thống và các trang có tích xanh nên cảm thấy yên tâm hơn.

Mã người trả lời: PVS-SV16

- **Sinh viên:** Năm 2
- **Cơ sở đào tạo:** Học viện Báo chí và Tuyên truyền
- **Khối ngành/định hướng đào tạo:** Khối ngành truyền thông – báo chí

II. Nội dung phỏng vấn

PV: Trước hết, em có thể chia sẻ rõ hơn về thói quen sử dụng các nền tảng mạng xã hội hiện nay của mình không? Vì sao em sử dụng một số nền tảng hằng ngày, trong khi có những kênh em hầu như không sử dụng?

PVS-SV16: Em sử dụng Facebook, Zalo và TikTok hằng ngày. Facebook và Zalo chủ yếu phục vụ việc trao đổi thông tin với bạn bè, đồng thời em cũng đang làm công việc liên quan đến truyền thông nên các anh chị thường giao việc qua các nền tảng này. Vì vậy, dù muốn hay không, em vẫn phải truy cập để cập nhật thông tin. Còn TikTok hiện nay là nền tảng rất phổ biến với giới trẻ, trong đó có em. Em bị thu hút bởi hình thức video ngắn vì nó giúp tiếp cận thông tin khá nhanh. Ngoài yếu tố giải trí, khi cần tìm hiểu một vấn đề nào đó trong cuộc sống, em cũng có xu hướng lên TikTok để xem các KOC, KOL review. Em thấy điều này giúp em tiếp cận thông tin dễ dàng hơn so với một số nền tảng khác.

Đối với báo điện tử, hiện tại trong điện thoại em có cài ứng dụng của Báo Thanh Niên và Báo Tuổi Trẻ. Em thường đọc vào buổi sáng để xem các tin nóng trong ngày. Riêng với các trang như Kênh 14 hay Theanh28, em thấy cách đưa tin thường mang màu sắc tiêu cực và giật tít khá nhiều. Bản thân em học truyền thông nên em không tiếp

cận những trang đó thường xuyên. Nếu chúng xuất hiện trên newsfeed thì em cũng không chủ động đọc.

Còn YouTube, em chỉ dùng khi cần học sâu hơn về một nội dung chuyên môn nào đó hoặc khi cần xem các video phân tích có chiều sâu hơn.

PV: Có phải em là người chủ động né tránh những tin tức tiêu cực không? Nếu có hoặc không thì vì sao?

PVS-SV16: Em không né tránh hoàn toàn các thông tin tiêu cực. Em vẫn tiếp nhận nhưng theo cách chọn lọc. Em nghĩ có những thông tin tiêu cực cũng giúp mình mở rộng góc nhìn, giúp mình hiểu hơn về xã hội và rút kinh nghiệm cho bản thân. Ví dụ, nếu sau này em làm báo, thì từ những trường hợp đó em có thể hiểu hơn về cách đưa tin sao cho minh bạch, rõ ràng và có trách nhiệm hơn.

Tuy nhiên, em sẽ tránh những thông tin tiêu cực theo hướng sai lệch, không đúng bản chất sự việc. Em sẽ không tiếp nhận sâu, không tuyên truyền lại, cũng không lan tỏa những nội dung như vậy.

Khi xem các thông tin tiêu cực, đặc biệt là các video về thiên tai, lũ lụt, em thường tiếp cận với tâm thế đồng cảm. Em chỉ muốn hiểu thêm tình hình và chia sẻ với người khác nếu đó là thông tin từ nguồn chính thống, để mọi người có cái nhìn đúng và đầy đủ hơn.

PV: Ngoài học tập và tìm kiếm tài liệu học thuật, em còn sử dụng các nền tảng này với mục đích gì khác không?

PVS-SV16: Ngoài học tập thì em dùng mạng xã hội chủ yếu để giải trí và mở rộng các mối quan hệ. Về giải trí thì đây là nhu cầu khá rõ ràng, vì sau giờ học em cũng cần có thời gian thư giãn. Bên cạnh đó, nhờ Facebook, Zalo hay TikTok mà em có thể kết nối với nhiều bạn hơn.

Ví dụ, TikTok là nơi không nhất thiết phải kết bạn mà video của mình vẫn có thể lên xu hướng, nhờ đó em cũng quen được một vài bạn có chung sở thích hoặc định hướng. Ngoài ra, từ khi học truyền thông đại chúng, em cũng bắt đầu quan tâm đến việc xây dựng thương hiệu cá nhân trên Facebook và TikTok. Em thấy đây cũng là một cơ hội tốt cho sinh viên truyền thông.

PV: Nếu sắp xếp theo mức độ ưu tiên, em quan tâm nhiều nhất đến các chủ đề nào?

PVS-SV16: Em ưu tiên lối sống trước tiên, sau đó là giáo dục, rồi đến giải trí. Thực ra em rất quan tâm đến sức khỏe tinh thần, nên khi dùng mạng xã hội em thường xem các nội dung liên quan đến phát triển bản thân, cách sống tích cực, hoặc những chia sẻ mang tính chữa lành.

Về giáo dục, em hay xem những nội dung chia sẻ kiến thức văn hóa, kỹ năng hoặc những điều liên quan đến chuyên ngành của em.

Còn giải trí thì em chủ yếu xem các video ngắn mang tính hài hước, phim ngắn hoặc clip review phim.

PV: Nếu gặp một thông tin gây tranh cãi, chẳng hạn liên quan đến chính sách mới ảnh hưởng trực tiếp đến sinh hoạt hoặc công việc của em, thì hành động đầu tiên của em là gì?

PVS-SV16: Em sẽ không vội chia sẻ hay bình luận. Em sẽ đọc trước và xem thử nguồn thông tin đó đến từ đâu. Nếu vấn đề đó thuộc phạm vi mà em có người quen hiểu biết, ví dụ thầy cô hoặc người làm trong lĩnh vực liên quan, thì em sẽ hỏi họ. Nếu không có ai để hỏi thì em sẽ tìm trên mạng, xem các trang chính thống có đưa tin hay không. Sau đó em mới quyết định có nên bình luận hay chia sẻ không. Em rất hạn chế gửi các thông tin tranh cãi vào nhóm bạn bè vì em ngại trường hợp thông tin chưa đúng sẽ gây tranh cãi hoặc hiểu lầm không cần thiết.

PV: Nếu xếp hạng mức độ tin cậy của các nguồn tin sau: báo chí chính thống; báo điện tử tư nhân; KOL/creator; bạn bè và gia đình; các kênh thông tin nước ngoài bản tiếng Việt, thì em sẽ xếp như thế nào?

PVS-SV16: Em xếp như sau:

1. **Báo chí chính thống**
2. **Báo điện tử tư nhân**
3. **KOL/creator**
4. **Bạn bè và gia đình**
5. **Các kênh thông tin nước ngoài phiên bản tiếng Việt**

Em đặt báo chí chính thống lên đầu vì đó là nguồn em tin tưởng nhất. Báo điện tử tư nhân đứng thứ hai vì vẫn là báo chí, dù mức độ chính xác theo em có thể không tuyệt đối bằng báo chính thống. KOL/creator đứng thứ ba vì có những người đáng tin, nhưng cũng có người chỉ chia sẻ theo góc nhìn cá nhân. Bạn bè và gia đình thì em xếp sau vì nhiều khi thông tin truyền miệng dễ sai lệch. Còn các kênh nước ngoài bản tiếng Việt em xếp cuối vì em không thường xuyên tiếp cận, hơn nữa em cũng chưa thật sự yên tâm về việc chuyển ngữ có giữ đúng tinh thần ban đầu hay không.

PV: Khi đọc một bài báo chính thống mô tả một chính sách mới của Nhà nước là thành công và nhận được sự đồng thuận cao, em thường nghĩ gì?

PVS-SV16: Em sẽ chọn phương án là thông tin đó cơ bản đúng, nhưng có thể chưa phản ánh hết trải nghiệm của người trẻ, đặc biệt là sinh viên. Em nghĩ những chính sách đó về tổng thể có thể tốt, nhưng với sinh viên thì đôi khi chưa đủ trải nghiệm hoặc kiến thức để tiếp nhận một cách toàn diện. Vì vậy em nghĩ báo chí chính thống phản ánh đúng bức tranh chung, nhưng chưa chắc đã thể hiện hết góc nhìn của giới trẻ.

PV: Hiện nay em đang có những thiết bị nào để phục vụ việc tiếp nhận thông tin?

PVS-SV16: Em có laptop và điện thoại thông minh.

PV: Em có từng trang bị thêm thiết bị đòi cao hơn hoặc dùng 4G, 5G để việc tiếp cận thông tin thuận lợi hơn không?

PVS-SV16: Có. Em có dùng mạng 5G và cũng đổi sang điện thoại đòi cao hơn. Với em, thiết bị và đường truyền Internet tốt giúp việc tiếp nhận thông tin nhanh hơn, mượt hơn.

Trước đây em dùng điện thoại Android, sau đó chuyển sang iPhone thì em cảm giác việc nhận thông tin cũng nhanh hơn và ổn định hơn.

PV: Luồng thông tin đầu tiên thường xuất hiện trên newsfeed của em là gì?

PVS-SV16: Chủ yếu là các nội dung thuộc nhóm thông tin – giáo dục. Ví dụ, nếu em đang học về một khái niệm trong môn quản trị báo chí truyền thông, thì hôm sau khi lướt newsfeed, các nội dung liên quan đến truyền thông, quản trị hoặc các tác giả bàn về chủ đề đó sẽ xuất hiện. Ngoài ra, những nội dung liên quan đến các KOL em theo dõi cũng sẽ được đề xuất thêm theo nhóm chủ đề tương tự.

PV: Em có thường xuyên thay đổi chủ đề tìm kiếm không?

PVS-SV16: Có. Em không chỉ chờ thuật toán đề xuất mà cũng thường chủ động gõ từ khóa để mở rộng chủ đề. Thường em xem một nội dung rồi nảy sinh thêm một vấn đề khác, nên em sẽ tìm luôn chứ không đợi đến lúc cần mới tìm.

PV: Em có phải trả phí cho kênh nào để tiếp cận thông tin tốt hơn không?

PVS-SV16: Hiện tại em không phải trả phí cho các nền tảng thông tin hay mạng xã hội. Chỉ có nếu xem phim trên một số ứng dụng riêng thì em mới phải trả phí cho ứng dụng đó.

PV: Trong các kiểu lướt mạng sau đây, thói quen nào gần nhất với em: chủ động tìm theo từ khóa; thả lỏng theo bộ lọc thuật toán; đối chiếu nhiều nguồn; hay chỉ theo dõi các KOL yêu thích?

PVS-SV16: Em gần nhất với thói quen chủ động mở các trang tin khác nhau để đối chiếu nhiều chiều một nội dung mà em quan tâm. Dù thuật toán có lọc theo sở thích của em, nhưng em vẫn cảm thấy nó có thể sai sót hoặc không đưa ra thông tin chính xác nhất. Ví dụ, nếu em tìm một công thức nấu ăn trên TikTok, thì em vẫn sẽ sang YouTube để xem phiên bản đầy đủ và chi tiết hơn. Em thích đối chiếu để kiểm chứng thông tin.

PV: Em có quan tâm đến tình hình thiên tai, lũ lụt ở nhiều tỉnh thành thời gian qua không? Nếu có, em thường tiếp cận qua kênh nào?

PVS-SV16: Em có quan tâm. Khi gặp các nội dung như vậy, em thường tiếp cận với tâm thế đồng cảm. Nếu đó là thông tin từ trang chính thống thì em còn chia sẻ lại cho bạn bè để mọi người cùng biết và có cái nhìn mở hơn về tình hình thực tế.

Mã người trả lời: PVS-SV17

- **Sinh viên:** Năm 2
- **Cơ sở đào tạo:** Học viện Báo chí và Tuyên truyền
- **Khối ngành/định hướng đào tạo:** Khối ngành truyền thông – báo chí

Người hỏi: Với câu hỏi đầu tiên, em có thể chia sẻ về tần suất sử dụng các kênh mạng xã hội hiện nay như thế nào không?

SV 17: Em sử dụng mạng xã hội nhiều lần trong ngày, chủ yếu là Facebook, Instagram và TikTok. Các trang báo thì em cập nhật khoảng một lần mỗi ngày. Nếu lướt Facebook và thấy các tin báo địa phương hoặc những thông tin em quan tâm thì em sẽ ấn vào đọc. Về các trang báo, nếu là tin tức giải trí thì em thường xem Kênh14 vì nhanh và nhiều tin hấp dẫn hơn. Còn với các tin chính thống như chính sách, đường lối của

Nhà nước hoặc những tin đòi hỏi độ chính xác cao thì em sẽ chọn Báo Nhân Dân, Vietnamnet hoặc VTC News.

Người hỏi: Trong một ngày, em thường dành khoảng bao nhiêu thời gian cho việc lướt mạng? Và em thường dùng một kênh hay nhiều kênh khác nhau?

SV 17: Trung bình khoảng 4 đến 5 tiếng một ngày. Em thường không chỉ dùng một kênh mà sẽ chuyển qua lại giữa nhiều nền tảng. Ví dụ, em xem một thông tin trên TikTok nhưng thấy chưa đủ thì em sẽ chuyển sang Facebook hoặc các trang báo để xem thêm. Em muốn đối chiếu nhiều nguồn để có được thông tin đầy đủ và chính xác hơn.

Người hỏi: Vậy những nội dung em thường quan tâm và tìm kiếm nhiều nhất là gì?

SV 17: Em thường quan tâm đến thông tin liên quan đến giáo dục, lối sống và giải trí. Với giáo dục, em hay tìm hiểu những thay đổi về sách giáo khoa, quy chế thi đại học, việc sáp nhập hay di dời các trường đại học. Về lối sống, em quan tâm đến những nội dung như chăm sóc sức khỏe, tập thể dục, ăn uống lành mạnh. Còn giải trí thì em thường xem các video ngắn, phim ngắn hoặc những nội dung mang tính hài hước.

Người hỏi: Em nghĩ như thế nào về nhận định rằng bản thân thông tin báo chí cũng có tác dụng giải trí và xu hướng “infotainment” hiện nay đang rất phổ biến?

SV 17: Em đồng ý. Theo em, báo chí không chỉ cung cấp thông tin mà còn có thể mang lại cảm giác thư giãn, hứng thú cho người xem nếu được trình bày hấp dẫn. Ví dụ, những nội dung nhân văn, cảm động hoặc truyền cảm hứng cũng có tác dụng giải trí theo một cách khác. Xu hướng “infotainment” là phù hợp với hiện nay, nhất là trên mạng xã hội, vì giới trẻ thích những nội dung vừa nhanh, vừa dễ hiểu, vừa có tính thu hút. Tuy nhiên, em nghĩ báo chí vẫn cần giữ chuẩn mực, không nên vì yếu tố giải trí mà làm sai lệch bản chất thông tin.

Người hỏi: Có ý kiến cho rằng nhiều người trẻ thường chủ động tránh các tin tức tiêu cực. Em có đồng ý không?

SV 17: Em đồng ý ở mức độ nhất định. Bản thân em thường hạn chế tiếp xúc với những tin quá tiêu cực vì chúng dễ ảnh hưởng đến tâm trạng và tinh thần của em. Tuy nhiên, em không né tránh hoàn toàn. Với những thông tin tiêu cực nhưng cần thiết, ví dụ như thiên tai, tai nạn, các vấn đề xã hội lớn, em vẫn đọc để biết, nhưng em sẽ chọn cách tiếp cận vừa phải và tránh xem quá nhiều hình ảnh đau thương.

Người hỏi: Khi thấy một thông tin gây tranh cãi, chẳng hạn một chính sách mới ảnh hưởng đến sinh hoạt hay đời sống, em thường làm gì đầu tiên?

SV 17: Em thường sẽ tìm kiếm thêm trên Google hoặc xem trên các trang báo chính thống để kiểm chứng. Em không vội bình luận hay chia sẻ ngay. Nếu cần, em sẽ xem thêm các phản ứng của mọi người trên mạng xã hội để hiểu dư luận đang nhìn nhận vấn đề đó như thế nào. Nhưng cuối cùng, em vẫn ưu tiên kiểm chứng lại bằng báo chí chính thống.

Người hỏi: Nếu xếp hạng mức độ tin cậy của các nguồn tin, em sẽ sắp xếp như thế nào?

SV 17: Em xếp theo thứ tự như sau:

1. Báo chí chính thống
2. Báo điện tử tư nhân
3. Các kênh thông tin nước ngoài phiên bản tiếng Việt
4. Bạn bè và gia đình
5. KOLs/creators trên TikTok, YouTube

Lý do là vì em tin rằng báo chí chính thống có quy trình kiểm duyệt chặt chẽ hơn nên độ tin cậy cao nhất. Báo điện tử tư nhân thì vẫn có giá trị nhưng em nghĩ độ tin cậy có thể không đồng đều. Kênh nước ngoài em ít tiếp cận hơn nên xếp sau. Còn với KOLs hay creators thì em cho rằng họ có thể đưa tin theo góc nhìn cá nhân hoặc làm nội dung để thu hút người xem nên em ít tin tưởng hơn.

Người hỏi: Khi đọc một bài báo chính thống mô tả một chính sách mới của Nhà nước là thành công và nhận được sự đồng thuận cao, em thường nghĩ gì?

SV 17: Em nghĩ thông tin đó có thể đúng về mặt chủ trương và định hướng, nhưng chưa chắc đã phản ánh đầy đủ trải nghiệm thực tế của tất cả các nhóm, đặc biệt là người trẻ và sinh viên. Em tin báo chí chính thống nhưng em cũng nghĩ cần có thêm nhiều góc nhìn khác nhau để hiểu đầy đủ hơn.

Người hỏi: Hiện nay em đang sở hữu những thiết bị nào để tiếp cận thông tin?

SV 17: Em có laptop và điện thoại thông minh.

Người hỏi: Em có từng chủ động nâng cấp thiết bị hay dùng 4G, 5G để tiếp cận thông tin thuận tiện hơn không?

SV 17: Có ạ. Em dùng 4G, 5G để truy cập Internet khi cần. Em cũng có ý định nâng cấp thiết bị để phục vụ việc học tập và tiếp nhận thông tin tốt hơn, vì em thấy thiết bị tốt giúp việc truy cập nhanh hơn và trải nghiệm thuận tiện hơn.

Người hỏi: Luồng thông tin đầu tiên thường hiện lên trên bảng tin của em là gì?

SV 17: Thường là các clip giải trí, video ngắn, review phim, hoặc những nội dung liên quan đến các chủ đề em từng tìm kiếm trước đó. Thuật toán của các nền tảng thường gợi ý rất sát với sở thích của em.

Người hỏi: Em có nhận ra sự can thiệp của thuật toán và AI trong việc gợi ý nội dung không? Em có hài lòng với điều đó không?

SV 17: Em nhận ra rất rõ. Những nội dung xuất hiện thường dựa vào những gì em đã xem hoặc tìm kiếm trước đó. Em thấy điều này khá tiện vì giúp em tiết kiệm thời gian và tiếp cận đúng nội dung mình quan tâm. Tuy nhiên, em cũng ý thức được rằng như vậy sẽ dễ khiến mình bị giới hạn trong một số nhóm nội dung quen thuộc, nên đôi khi em vẫn chủ động tìm kiếm thêm các nguồn khác.

Người hỏi: Thói quen lướt mạng của em gần với kiểu nào nhất?

SV 17: Em nghĩ gần nhất là kiểu chủ động mở các trang tin khác nhau để đối chiếu nhiều chiều về một nội dung mình quan tâm. Ví dụ, nếu thấy một video trên TikTok về một thông tin đáng chú ý thì em sẽ tìm thêm trên Facebook, Google hoặc các trang báo chính thống để xem thông tin đó có chính xác không.

Người hỏi: Em có quan tâm đến tình hình thiên tai, bão lũ ở các tỉnh, thành trên cả nước không? Nếu có thì em thường theo dõi bằng kênh nào?

SV 17: Có. Em khá quan tâm đến các thông tin này, nhất là khi gia đình em cũng ở vùng hay bị ảnh hưởng bởi bão. Em thường theo dõi trên VTV, VTV24, các trang báo chính thống hoặc Trung tâm Dự báo Khí tượng Thủy văn Quốc gia. Ngoài ra, khi mạng xã hội có thông tin lan truyền nhanh thì em cũng xem, nhưng chỉ để nắm sơ bộ, còn để chắc chắn thì em vẫn chờ kiểm chứng từ các nguồn chính thống.

Mã người trả lời: PVS-SV18

- **Sinh viên:** Năm 2
- **Cơ sở đào tạo:** Học viện Báo chí và Tuyên truyền
- **Khối ngành/định hướng đào tạo:** Khối ngành truyền thông – báo chí.

Người hỏi: Trước hết, em có thể chia sẻ về tần suất sử dụng các nền tảng mạng xã hội hiện nay của mình không?

PVS-SV18: Em sử dụng Facebook, TikTok và Zalo nhiều lần mỗi ngày. YouTube thì em dùng hàng tuần. Các trang báo online như Báo Tuổi Trẻ hoặc một số báo điện tử khác em cũng có theo dõi, nhưng không thường xuyên bằng mạng xã hội. Lý do là mỗi nền tảng phục vụ một mục đích khác nhau. Facebook giúp em cập nhật thông tin rất nhanh, có nhiều người dùng và nhiều trang tin chính thống. TikTok thì thiên về giải trí hơn, video ngắn, dễ xem, dễ tiếp nhận. Zalo chủ yếu em dùng để liên lạc, không phải để tìm kiếm tin tức. Ngoài ra em cũng dùng Threads, nhưng chủ yếu để theo dõi thảo luận và giải trí hơn là cập nhật tin tức.

Người hỏi: Trong một ngày, em dành khoảng bao nhiêu thời gian để lướt mạng xã hội? Và em thường dùng một nền tảng hay nhiều nền tảng khác nhau?

PVS-SV18: Một ngày em dành khoảng 10 tiếng để sử dụng mạng xã hội. Em dùng nhiều nền tảng khác nhau chứ không chỉ một nền tảng.

Thông thường em sẽ dùng Facebook và Messenger nhiều nhất vì đây cũng là nơi em liên lạc, trao đổi công việc, học tập với bạn bè. Khi cảm thấy Facebook không còn thông tin mới, em sẽ chuyển sang TikTok để giải trí, xem những video ngắn, dễ tiếp nhận. Sau đó nếu vẫn còn thời gian em sẽ tiếp tục chuyển sang các nền tảng khác.

Người hỏi: Em có thể nói rõ hơn mỗi nền tảng đang đáp ứng nhu cầu nào của em không?

PVS-SV18: Dạ có.

- **Facebook:** Em dùng để cập nhật tin tức, nhất là các thông tin về showbiz, nghệ sĩ, các vấn đề xã hội đang được quan tâm. Đây cũng là nơi em theo dõi nhiều trang tin, nhiều fanpage và các nhóm học tập.
- **TikTok:** Em dùng chủ yếu để giải trí và tiếp cận các nội dung về lối sống như make-up, nấu ăn, dọn dẹp, du lịch, địa điểm ăn uống.
- **Threads:** Em dùng để theo dõi các cuộc thảo luận, xem quan điểm của những người trẻ về các sự kiện xã hội, showbiz, xu hướng sống. Em thấy phân bình luận

và cách trao đổi trên Threads gần với suy nghĩ của em hơn so với Facebook hoặc TikTok.

Nếu phải chọn một nền tảng đáp ứng tốt nhất nhu cầu hiện tại, em sẽ chọn **Facebook**, vì ở đó em vừa có thể cập nhật thông tin, vừa phục vụ cho học tập và công việc.

Người hỏi: Trong các nhóm chủ đề sau, em quan tâm nhiều nhất đến những nội dung nào: chính trị, kinh tế, giáo dục, hướng nghiệp, sức khỏe tâm thần, lối sống, giải trí?

PVS-SV18: Em quan tâm theo thứ tự như sau:

1. **Giải trí**
2. **Lối sống**
3. **Chính trị**

Giải trí là nội dung em tiếp cận nhiều nhất, nhất là các thông tin về nghệ sĩ, phim ảnh, các chương trình truyền hình, âm nhạc.

Lối sống là các nội dung về make-up, nấu ăn, chăm sóc bản thân, sinh hoạt hàng ngày.

Còn chính trị thì em vẫn quan tâm, nhất là các vấn đề về lịch sử, quan hệ giữa các nước, các chính sách lớn của nhà nước. Tuy nhiên, với nhóm này em sẽ tiếp cận cẩn trọng hơn, không đọc xong là tin ngay mà thường kiểm chứng thêm qua các nguồn khác.

Người hỏi: Em nghĩ như thế nào về nhận định: “Bản thân báo chí cũng có tác dụng giải trí” và xu hướng “infotainment” trên mạng xã hội hiện nay?

PVS-SV18: Em đồng ý. Theo em, báo chí không chỉ có chức năng cung cấp thông tin mà còn có thể tạo ra sự hứng thú, giúp người đọc dễ tiếp cận hơn nếu được trình bày sinh động. Những nội dung báo chí có yếu tố giải trí sẽ dễ đến gần với giới trẻ hơn. Tuy nhiên, em nghĩ báo chí dù có áp dụng infotainment thì vẫn phải giữ được chuẩn mực nghề nghiệp, phải bảo đảm độ chính xác, khách quan và không được sa vào giật gân, câu view. Nếu quá thiên về giải trí thì công chúng sẽ không còn nhìn đó là báo chí nữa mà chỉ coi là nội dung tiêu khiển.

Người hỏi: Em có chủ động né tránh các tin tức tiêu cực không?

PVS-SV18: Em không hoàn toàn né tránh. Em vẫn đọc để biết chuyện gì đang xảy ra, nhưng em tránh những hình ảnh quá nặng nề hoặc những nội dung có xu hướng kích động, quá tiêu cực.

Ví dụ các tin về bão lũ, thiên tai, cháy nổ hay tai nạn nghiêm trọng thì em vẫn đọc vì em cần biết thông tin và bối cảnh. Nhưng nếu là các nội dung quá nặng về cảm xúc, quá nhiều hình ảnh đau thương hoặc quá nhiều bình luận độc hại thì em sẽ chủ động dừng lại.

Em nghĩ mình cần biết thông tin, nhưng cũng cần giữ sự ổn định về tâm lý.

Người hỏi: Nếu em thấy một thông tin gây tranh cãi, chẳng hạn liên quan đến một chính sách mới ảnh hưởng trực tiếp đến đời sống của em hoặc gia đình em, hành động đầu tiên của em là gì?

PVS-SV18: Hành động đầu tiên của em là tự tìm kiếm thêm trên Google hoặc trên các trang báo chính thống để kiểm chứng.

Trước đó em có thể đọc phản ứng của mọi người trên mạng xã hội, hoặc gửi vào nhóm bạn bè để cùng xem xét, nhưng em sẽ không tin ngay và cũng không chia sẻ lại như một thông tin chắc chắn khi chưa có xác nhận từ nguồn chính thống. Ví dụ như những thông tin về chính sách mới, nếu chưa có văn bản chính thức hoặc chưa được các cơ quan báo chí uy tín đăng tải thì em chỉ xem như một nguồn tham khảo.

Người hỏi: Em hãy sắp xếp mức độ tin cậy của các nguồn tin sau theo thứ tự ưu tiên.

PVS-SV18: Em sắp xếp như sau:

1. **Báo chí chính thống**
2. **Báo điện tử tư nhân**
3. **KOL/creator trên TikTok, YouTube**
4. **Bạn bè và gia đình**
5. **Các kênh thông tin nước ngoài phiên bản tiếng Việt**

Lý do là báo chí chính thống vẫn là nguồn em tin cậy nhất vì có quy trình biên tập, kiểm chứng rõ ràng. Báo điện tử tư nhân thì nhanh, đa dạng nhưng độ tin cậy vẫn thấp hơn một chút. KOL/creator thì em chỉ xem như nguồn tham khảo vì họ có thể đưa thông tin theo góc nhìn cá nhân. Bạn bè và gia đình có thể truyền đạt lại theo cảm nhận chủ quan. Còn các kênh thông tin nước ngoài phiên bản tiếng Việt, em ít theo dõi và cũng chưa thực sự tin tưởng vì em nghĩ có thể có độ chênh trong góc nhìn hoặc cách diễn giải.

Người hỏi: Khi đọc một bài báo chính thống mô tả một chính sách mới của nhà nước là thành công và nhận được sự đồng thuận cao, em thường nghĩ gì?

PVS-SV18: Em nghĩ rằng thông tin đó có cơ sở đúng, nhưng có thể chưa phản ánh đầy đủ trải nghiệm của tất cả các nhóm công chúng, đặc biệt là giới trẻ hoặc sinh viên. Em tin vào định hướng chung của chính sách, nhưng em cũng nghĩ rằng trong thực tế sẽ luôn có những nhóm chịu tác động khác nhau. Không phải ai cũng có cảm nhận giống nhau về một chính sách, nhất là khi mỗi người ở một hoàn cảnh khác nhau.

Người hỏi: Hiện tại em đang sở hữu những thiết bị nào phục vụ cho việc tiếp cận thông tin?

PVS-SV18: Em có laptop và điện thoại thông minh. Em cũng có sử dụng 4G/5G khi ra ngoài để truy cập thông tin nhanh hơn. Theo em, thiết bị và kết nối Internet tốt là điều kiện quan trọng để mình tiếp cận thông tin thuận lợi hơn. Ví dụ điện thoại tốt hơn sẽ cho trải nghiệm xem video, đọc tin, tương tác nhanh hơn.

Người hỏi: Em có trả phí cho nền tảng nào để phục vụ việc tiếp nhận thông tin không?

PVS-SV18: Không ạ. Hiện tại em không trả phí cho các nền tảng mạng xã hội hay kênh tin tức.

Người hỏi: Em có nhận ra sự can thiệp của thuật toán trong bảng tin của mình không?

PVS-SV18: Có, em nhận ra rất rõ. Ví dụ em xem hoặc tìm kiếm một chủ đề nào đó thì sau đó TikTok hoặc các nền tảng khác sẽ liên tục đề xuất những nội dung tương tự. Em thấy điều này có lợi vì giúp em tiếp cận nhanh những gì mình đang quan tâm. Tuy nhiên, nó cũng có hạn chế là dễ khiến mình bị “nhốt” trong một vòng lặp nội dung, không mở rộng ra các chủ đề khác.

Người hỏi: Thói quen lướt mạng của em gần với kiểu nào nhất?

PVS-SV18: Em nghĩ em gần với kiểu thả lỏng và tận hưởng việc lướt trên các chủ đề yêu thích đã được thuật toán lựa chọn. Tuy nhiên, với những thông tin quan trọng hoặc gây tranh cãi thì em vẫn sẽ chủ động kiểm chứng lại ở các nguồn khác.

Người hỏi: Em có quan tâm đến tình hình thiên tai, lũ lụt ở các địa phương thời gian qua không?

PVS-SV18: Có ạ. Em đặc biệt quan tâm vì gia đình em ở khu vực từng chịu ảnh hưởng của bão lũ. Khi có thông tin về bão, lũ, em thường theo dõi trên Facebook, các trang báo chính thống và đặc biệt là các kênh như Thông tin Chính phủ hoặc VTV. Facebook là nơi em tiếp cận thông tin rất nhanh, còn với những thông tin cần chính xác cao như dự báo đường đi của bão, mức độ thiệt hại, hướng dẫn ứng phó... thì em sẽ tin vào các nguồn chính thống hơn.

Mã người trả lời: PVS-SV19

- **Sinh viên:** Năm 2
- **Cơ sở đào tạo:** Học viện Báo chí và Tuyên truyền
- **Khối ngành/định hướng đào tạo:** Khối ngành truyền thông – báo chí.

Người hỏi: Trước hết, em có thể chia sẻ về tần suất sử dụng các nền tảng mạng xã hội hiện nay của mình không?

PVS-SV19: Em sử dụng Facebook và Zalo nhiều lần mỗi ngày. TikTok và YouTube em cũng dùng hằng ngày, nhưng mức độ thấp hơn. Các trang báo điện tử và một số kênh thông tin trực tuyến thì em chỉ truy cập theo tuần hoặc thỉnh thoảng mới xem.

Lý do là Facebook và Zalo phục vụ trực tiếp cho việc học tập, trao đổi công việc và liên lạc hằng ngày. TikTok thì em dùng chủ yếu để giải trí. YouTube và các trang báo em chỉ vào khi có nhiều thời gian hơn hoặc khi cần xem các nội dung dài, chuyên sâu.

Người hỏi: Trung bình mỗi ngày em dành khoảng bao lâu để lướt mạng? Trong khoảng thời gian đó, em thường dùng một nền tảng hay nhiều nền tảng khác nhau?

PVS-SV19: Trung bình trước đây em dùng khoảng 6–7 tiếng/ngày, nhưng gần đây em đã cố gắng giảm xuống còn khoảng 4–5 tiếng/ngày. Trong thời gian đó, em không chỉ dùng một nền tảng mà thường chuyển qua lại giữa nhiều nền tảng khác nhau như Facebook, Instagram, Threads, YouTube, Google...

Mỗi nền tảng phục vụ một mục đích riêng. Việc sử dụng nhiều nền tảng giúp em tiếp cận được nhiều luồng thông tin khác nhau, đồng thời tránh bị phụ thuộc vào một nguồn tin duy nhất.

Người hỏi: Em có thể chia sẻ rõ hơn mỗi nền tảng hiện đang đáp ứng nhu cầu nào của em không?

PVS-SV19:

- **Facebook:** Em dùng để cập nhật tin tức từ bạn bè, theo dõi các sự kiện, các vấn đề xã hội, giải trí và một phần thông tin học tập.
- **Zalo:** Chủ yếu để liên lạc, trao đổi công việc học tập.
- **YouTube:** Em dùng khi cần xem các video dài như chương trình thực tế, video giáo dục hoặc các nội dung chính luận, chính trị.
- **Google:** Đây là công cụ em đánh giá rất cao vì giúp em tìm kiếm thông tin nhanh, nhất là khi cần học tập, tra cứu tài liệu, bài báo, văn bản hay thông tin cụ thể.

Nếu chỉ được chọn một nền tảng đáp ứng tốt nhất nhu cầu của em, em sẽ chọn **Google**, vì đây là công cụ tìm kiếm tổng hợp, hữu ích nhất cho cả học tập, tra cứu và cập nhật thông tin.

Người hỏi: Trong số các chủ đề như chính trị, kinh tế, giáo dục, hướng nghiệp, sức khỏe tâm thần, lối sống và giải trí, em quan tâm nhiều nhất đến chủ đề nào?

PVS-SV19: Em quan tâm nhiều nhất đến:

1. **Giải trí**
2. **Chính trị**
3. **Giáo dục**

Về giải trí, em thường theo dõi các nội dung liên quan đến showbiz, âm nhạc, chương trình thực tế và đời sống người nổi tiếng.

Về chính trị, em quan tâm đến các vấn đề lớn của đất nước, các tin tức thời sự, chính sách nhà nước, cũng như một số nội dung lịch sử và chính trị quốc tế.

Về giáo dục, em hay chú ý đến các vấn đề như sách giáo khoa, chính sách giáo dục, mối quan hệ thầy – trò, các thay đổi trong hệ thống giáo dục hoặc những câu chuyện đang được xã hội quan tâm trong lĩnh vực này.

Người hỏi: Em nghĩ như thế nào về nhận định: “Bản thân báo chí cũng có tác dụng giải trí” và xu hướng “infotainment” trên mạng xã hội hiện nay?

PVS-SV19: Em đồng ý với nhận định này. Theo em, báo chí hiện nay không chỉ dừng ở việc cung cấp thông tin mà còn hướng tới cách truyền tải hấp dẫn, gần gũi hơn để công chúng, đặc biệt là giới trẻ, dễ tiếp nhận hơn.

Xu hướng “infotainment” là phù hợp với môi trường truyền thông số hiện nay. Tuy nhiên, báo chí dù có yếu tố giải trí vẫn cần giữ được chuẩn mực nghề nghiệp, không được vì chạy theo xu hướng mà đánh mất tính chính xác, khách quan và định hướng của báo chí.

Người hỏi: Em có cố gắng né tránh các tin tức tiêu cực không?

PVS-SV19: Em có xu hướng hạn chế tiếp xúc quá sâu với các tin tức tiêu cực. Em vẫn đọc để nắm thông tin, nhưng không để bản thân bị cuốn vào cảm xúc tiêu cực hoặc để những nội dung đó ảnh hưởng quá nhiều đến tâm trạng.

Với em, những tin quá tiêu cực nếu tiếp xúc nhiều sẽ dễ gây mệt mỏi, bức bối và làm giảm năng lượng tinh thần. Vì vậy, em thường tiếp cận ở mức đủ để biết, chứ không sa vào xem quá lâu hoặc chia sẻ rộng rãi các nội dung tiêu cực.

Người hỏi: Nếu em thấy một thông tin gây tranh cãi, chẳng hạn liên quan đến một chính sách mới ảnh hưởng trực tiếp đến đời sống, việc làm hoặc thu nhập của gia đình em, hành động đầu tiên của em là gì?

PVS-SV19: Hành động đầu tiên của em là tìm đọc trên một tờ báo chính thống để kiểm chứng.

Em cho rằng những thông tin như vậy cần được xác minh từ nguồn có độ tin cậy cao trước khi tiếp nhận hoặc chia sẻ. Nếu thông tin chưa rõ nguồn, chưa được báo chí chính thống xác nhận mà đã lan truyền rộng, em sẽ không vội tin hay phản ứng ngay.

Người hỏi: Em hãy sắp xếp mức độ tin cậy của các nguồn tin sau theo thứ tự ưu tiên.

PVS-SV19: Em sắp xếp như sau:

1. **Báo chí chính thống**
2. **Báo điện tử tư nhân**
3. **Các kênh thông tin nước ngoài phiên bản tiếng Việt**
4. **Bạn bè và gia đình**
5. **KOL/creator trên TikTok, YouTube**

Lý do là báo chí chính thống vẫn là nguồn em tin tưởng nhất vì có quy trình kiểm chứng rõ ràng. Báo điện tử tư nhân em vẫn tin ở mức khá cao, nhưng thấp hơn báo chính thống.

Các kênh thông tin nước ngoài phiên bản tiếng Việt em vẫn tham khảo, nhưng không ưu tiên hàng đầu. Bạn bè và gia đình có thể chia sẻ lại thông tin, song em cho rằng mức độ tin cậy phụ thuộc nhiều vào việc họ tiếp nhận từ đâu.

Còn KOL/creator thì theo em là nguồn ít đáng tin nhất vì dễ mang màu sắc cá nhân, thiên kiến hoặc chạy theo mục đích nội dung.

Người hỏi: Khi đọc một bài báo chính thống mô tả một chính sách mới của nhà nước là thành công và nhận được sự đồng thuận cao, em thường nghĩ gì?

PVS-SV19: Em cho rằng thông tin đó về cơ bản là đúng, nhưng không nhất thiết phản ánh đầy đủ toàn bộ ý kiến và trải nghiệm của tất cả các nhóm xã hội.

Theo em, mọi chính sách đều có mặt tích cực và những điểm cần tiếp tục điều chỉnh. Có thể phần lớn xã hội đồng thuận, nhưng vẫn sẽ có những nhóm người chịu tác động khác nhau và vì vậy có cảm nhận khác nhau. Em nhìn nhận vấn đề theo hướng đó.

Người hỏi: Hiện tại em đang có những thiết bị nào phục vụ cho việc tiếp cận thông tin?

PVS-SV19: Em có laptop, smart TV và điện thoại thông minh.

Em cũng từng nâng cấp thiết bị để việc tiếp cận thông tin được nhanh và thuận tiện hơn. Theo em, thiết bị tốt hơn sẽ giúp việc cập nhật các thông tin khẩn cấp, các tin nóng hoặc các nội dung phục vụ học tập diễn ra nhanh chóng và hiệu quả hơn.

Người hỏi: Em có trả phí cho nền tảng nào để sử dụng thông tin không?

PVS-SV19: Hiện tại em không trả phí cho bất kỳ nền tảng thông tin hay mạng xã hội nào.

Người hỏi: Em có nhận ra sự can thiệp của thuật toán trong bảng tin mạng xã hội của mình không?

PVS-SV19: Có, em nhận ra rất rõ. Những nội dung em thường xem hoặc tương tác sẽ nhanh chóng được nền tảng đề xuất lại nhiều lần. Em cho rằng đây là tác động rõ rệt của thuật toán và AI.

Theo em, điều này có mặt tích cực là giúp người dùng tiếp cận nhanh hơn với các nội dung mình quan tâm. Tuy nhiên, nó cũng có thể làm bảng tin bị “khóa” trong một nhóm nội dung nhất định, khiến người dùng ít tiếp cận được các thông tin khác ngoài vùng quan tâm quen thuộc.

Người hỏi: Thói quen lướt mạng của em gần nhất với kiểu nào?

PVS-SV19: Em chọn kiểu thả lỏng và tận hưởng việc lướt trên các chủ đề yêu thích đã được thuật toán lựa chọn trước.

Tức là khi dùng mạng xã hội, em không phải lúc nào cũng chủ động tìm kiếm cụ thể, mà thường lướt theo những nội dung mà bảng tin gợi ý sẵn. Tuy nhiên, nếu gặp một vấn đề thực sự quan trọng hoặc gây tranh cãi thì em vẫn sẽ kiểm chứng lại qua các nguồn chính thống.

Người hỏi: Em có quan tâm đến tình hình thiên tai, bão lũ ở các địa phương thời gian qua không?

PVS-SV19: Có ạ. Em có quan tâm. Khi có bão, lũ hoặc thiên tai, em thường theo dõi qua Facebook và các trang báo chính thống. Em cũng theo dõi khá thường xuyên vì gia đình em trước đây có thói quen xem thời sự và bản thân em cũng đã duy trì việc đó.

Nếu cần chủ động cập nhật mỗi ngày, em sẽ ưu tiên theo dõi **Facebook** của các cơ quan chính thống hoặc các kênh báo chí đáng tin cậy, vì ở đó thông tin xuất hiện nhanh, dễ theo dõi và có tính cập nhật cao.

Mã người trả lời: PVS-SV20

- **Sinh viên:** Năm 2
- **Cơ sở đào tạo:** Học viện Báo chí và Tuyên truyền
- **Khối ngành/định hướng đào tạo:** Khối ngành truyền thông – báo chí.

Người hỏi: Em có thể chia sẻ về tần suất sử dụng các nền tảng mạng xã hội hiện nay của mình không?

PVS-SV20: Em sử dụng Facebook, TikTok và Zalo nhiều lần mỗi ngày. YouTube em xem theo tuần, còn các trang báo điện tử và một số kênh thông tin khác thì em chỉ vào thỉnh thoảng.

Trong các nền tảng đó, **Facebook** là nơi em dùng nhiều nhất. Hầu như khi có thời gian rảnh là em mở Facebook để cập nhật tin tức. Nếu lướt Facebook chán rồi thì em chuyển sang TikTok để giải trí. Zalo thì chủ yếu để kiểm tra tin nhắn, công việc lớp học và các trao đổi cần thiết.

Ngoài ra, em cũng có dùng **Instagram** và **Threads**, nhưng mức độ ít hơn. Threads em chỉ dùng khoảng một giờ mỗi ngày hoặc khi có vấn đề nào đó em muốn xem thêm cách mọi người bàn luận.

Người hỏi: Trung bình mỗi ngày em dành khoảng bao nhiêu thời gian cho việc lướt mạng?

PVS-SV20: Có những ngày em dùng khá nhiều, khoảng 10 tiếng/ngày nếu rảnh. Khi lướt mạng, em thường không chỉ dùng một nền tảng mà chuyển qua lại giữa Facebook, TikTok, Instagram, Threads... tùy theo mức độ hứng thú và thông tin mới xuất hiện.

Người hỏi: Em có thể chia sẻ rõ hơn về mục đích sử dụng từng nền tảng không?

PVS-SV20:

- **Facebook** là nền tảng em dùng để cập nhật thông tin nhanh nhất. Em theo dõi ở đây các tin tức về giải trí, thể thao, eSports, người nổi tiếng, các sở thích cá nhân và một số nội dung liên quan đến công việc freelance.
- **TikTok** em dùng nhiều hơn theo hướng giải trí và tiếp nhận thông tin bằng video, hình ảnh, âm thanh. Khi không muốn tiếp nhận thông tin bằng chữ quá nhiều, em sẽ chuyển sang TikTok để thấy đỡ nhàm chán hơn.
- **Zalo** chủ yếu để liên lạc công việc và học tập, chứ em không xem đây là nền tảng chính để cập nhật tin tức.
- **Threads** em dùng để xem cách người trẻ bàn luận về các vấn đề xã hội, giải trí hoặc các chủ đề đang được quan tâm.

Nếu chỉ chọn một nền tảng đáp ứng tốt nhất nhu cầu của em, em vẫn chọn **Facebook**, vì Facebook vừa có tin tức, vừa có video, vừa có bình luận, phản hồi và chia sẻ. Nó đáp ứng gần như đầy đủ nhu cầu tiếp nhận thông tin của em.

Người hỏi: Trong các chủ đề như giải trí, lối sống, hướng nghiệp, giáo dục, chính trị..., em quan tâm nhất đến những nhóm nào?

PVS-SV20: Em ưu tiên theo thứ tự:

1. **Giải trí**
2. **Lối sống**
3. **Hướng nghiệp**

Về giải trí, em quan tâm đến thông tin về game, eSports, idol, K-pop, BTS, Blackpink, các chương trình giải trí và đôi khi là các game show đang được chú ý.

Về lối sống, em thường xem các nội dung như ngủ sớm, giảm căng thẳng, chăm sóc sức khỏe, xây dựng thói quen sống tích cực. Em không tìm thường xuyên, nhưng khi cảm thấy lối sống của mình có vấn đề thì em sẽ chủ động tìm.

Về hướng nghiệp, em tham gia các nhóm liên quan đến việc làm, ngành nghề hoặc chuyên môn để xem các anh chị đi trước đang làm gì, từ đó định hình thêm cho bản thân.

Người hỏi: Em có xu hướng né tránh các thông tin tiêu cực không?

PVS-SV20: Em cho rằng điều này còn tùy từng loại thông tin. Có những thông tin tiêu cực em vẫn đọc, vì chúng liên quan đến an toàn, cảnh báo hoặc những vấn đề xã hội cần

biết. Nhưng những nội dung quá nặng nề, quá chi tiết về tội phạm, bạo lực, máu me hoặc có tính ám ảnh cao thì em sẽ tránh, vì chúng có thể ảnh hưởng đến cảm xúc và tâm trạng của em.

Tức là em không né tránh hoàn toàn, nhưng có chọn lọc mức độ tiếp xúc.

Người hỏi: Nếu em nhìn thấy một thông tin gây tranh cãi, đặc biệt là liên quan đến một chính sách mới ảnh hưởng đến đời sống hoặc thu nhập, em sẽ làm gì đầu tiên?

PVS-SV20: Hành động đầu tiên của em là tự tìm kiếm trên Google để xem các bên khác nói gì.

Em sẽ dùng Google vì ở đó thường hiện ra nhanh các bài viết từ những nguồn uy tín như báo chính thống hoặc báo điện tử lớn. So với việc chỉ tìm trên Facebook hay TikTok, Google giúp em tiếp cận nhiều nguồn hơn và có cái nhìn tổng hợp hơn.

Người hỏi: Em hãy xếp hạng mức độ tin cậy của các nguồn tin sau theo thứ tự ưu tiên.

PVS-SV20: Em xếp như sau:

1. **Báo chí chính thống**
2. **Báo điện tử tư nhân**
3. **Bạn bè và gia đình**
4. **KOL/creator trên TikTok, YouTube**
5. **Các kênh thông tin nước ngoài phiên bản tiếng Việt**

Lý do là báo chí chính thống vẫn là nguồn đáng tin cậy nhất đối với em. Báo điện tử tư nhân tuy thấp hơn, nhưng vẫn là báo chí nên có độ tin cậy nhất định.

Bạn bè và gia đình em xếp sau đó vì đôi khi họ chỉ chia sẻ lại thông tin chứ không phải lúc nào cũng kiểm chứng kỹ. KOL/creator thì em chỉ xem như nguồn tham khảo. Còn các kênh thông tin nước ngoài bằng tiếng Việt thì em ít theo dõi và cũng không chắc mức độ phù hợp với bối cảnh trong nước.

Người hỏi: Nếu một bài báo chính thống mô tả một chính sách mới của nhà nước là thành công và nhận được sự đồng thuận cao, em thường nghĩ gì?

PVS-SV20: Em cho rằng thông tin đó về cơ bản là đúng, nhưng không thể phản ánh đầy đủ trải nghiệm của tất cả các nhóm người, đặc biệt là người trẻ hoặc sinh viên.

Theo em, một chính sách thường sẽ phục vụ lợi ích số đông, nhưng không có nghĩa là ai cũng hài lòng như nhau. Vì vậy, em tin vào tính đúng đắn chung của chính sách, nhưng vẫn cho rằng sẽ có những bất cập nhất định ở giai đoạn đầu hoặc với một số nhóm cụ thể.

Người hỏi: Trong gia đình em có thường trao đổi về các vấn đề chính trị – xã hội không?

PVS-SV20: Có. Gia đình em, đặc biệt là bố mẹ, vẫn hay nói chuyện với nhau về các vấn đề chính trị – xã hội, chính sách mới hoặc các sự kiện thời sự. Tuy nhiên, cách tiếp cận của bố mẹ em khác em. Bố mẹ em chủ yếu xem VTV, các bản tin thời sự hoặc đọc báo điện tử, chứ không dùng mạng xã hội để cập nhật thông tin nhiều như em.

Người hỏi: Hiện tại em có những thiết bị nào để phục vụ việc tiếp cận thông tin?

PVS-SV20: Em có laptop, máy tính bảng, điện thoại thông minh và iPod.

Theo em, việc có thiết bị tốt hơn sẽ giúp mình tiếp cận thông tin nhanh hơn, thuận tiện hơn và không bị tụt hậu so với mọi người. Điều đó không chỉ liên quan đến giải trí mà còn cả trong học tập và công việc.

Người hỏi: Em có trả phí cho nền tảng nào để phục vụ việc đọc tin hay tiếp nhận thông tin không?

PVS-SV20: Hiện tại em không trả phí cho nền tảng thông tin nào.

Người hỏi: Em có nhận ra sự tác động của thuật toán và AI đến bảng tin của mình không?

PVS-SV20: Có. Em nhận ra rất rõ. Ví dụ em chỉ cần quan tâm hoặc tương tác với một nội dung nào đó thì sau đó hàng loạt nội dung tương tự sẽ tiếp tục xuất hiện trên bảng tin.

Em thấy điều này có mặt thuận lợi là giúp em tiết kiệm thời gian và nhanh chóng tiếp cận đúng chủ đề mình quan tâm. Nhưng ở chiều ngược lại, nếu nội dung bị lặp quá nhiều thì em cũng cảm thấy chán, và lúc đó em sẽ phải chủ động tìm sang các chủ đề khác để “làm mới” bảng tin của mình.

Người hỏi: Thói quen lướt mạng của em gần với kiểu nào nhất?

PVS-SV20: Em gần với kiểu thả lỏng và tận hưởng việc lướt trên các chủ đề yêu thích đã được thuật toán lọc sẵn.

Vì khi đã vào mạng xã hội, em thường không muốn mất thêm thời gian nghĩ xem phải tìm gì tiếp theo. Khi bảng tin đã gợi ý đúng mỗi quan tâm, em thấy việc lướt sẽ liền mạch hơn và duy trì được hứng thú hơn.

Người hỏi: Em có quan tâm đến tình hình thiên tai, bão lũ ở các địa phương không?

PVS-SV20: Có. Những nội dung như bão lũ, ngập lụt em khá quan tâm. Các thông tin này thường xuất hiện nhiều trên Facebook của em, nhất là khi có thiên tai lớn.

Nếu cần theo dõi chủ động hơn, em thường vào các **trang chính thống của Chính phủ** hoặc các nguồn báo chí chính thống, vì ở đó thông tin về vị trí bão, sức gió, mức độ ảnh hưởng, hướng di chuyển và các hướng dẫn ứng phó được cập nhật rất rõ, rất nhanh.

Mã người trả lời: PVS-SV21

- **Sinh viên:** Năm 2
- **Cơ sở đào tạo:** Học viện Báo chí và Tuyên truyền
- **Khối ngành/định hướng đào tạo:** Khối ngành truyền thông – báo chí.

I. Thông tin chung và thói quen sử dụng nền tảng số

Người hỏi: Trước hết, em có thể chia sẻ về tần suất sử dụng các nền tảng mạng xã hội và kênh thông tin số hằng ngày của mình không?

PVS-SV21: Em sử dụng Facebook, TikTok, Zalo, YouTube nhiều lần mỗi ngày. Ngoài ra, em còn dùng Instagram và Threads. Trong đó, Facebook là nền tảng em sử dụng thường xuyên nhất để cập nhật thông tin, còn TikTok chủ yếu để giải trí. Zalo em dùng

để kiểm tra tin nhắn công việc, nhóm lớp và liên lạc cá nhân. YouTube em cũng có dùng nhưng không nhiều bằng các nền tảng kia.

Người hỏi: Trung bình mỗi ngày em dành khoảng bao nhiêu thời gian cho việc lướt mạng xã hội?

PVS-SV21: Nếu tính tổng thời gian thì có thể lên tới khoảng 8–9 tiếng một ngày, nhất là khi em rảnh. Tuy nhiên, việc sử dụng này không hoàn toàn để tiếp nhận tin tức, mà chủ yếu là luân phiên giữa các mục đích như giải trí, cập nhật thông tin và trao đổi công việc.

Người hỏi: Khi lướt mạng, em thường sử dụng một nền tảng hay nhiều nền tảng khác nhau?

PVS-SV21: Em thường sử dụng nhiều nền tảng khác nhau. Chẳng hạn, nếu em đang lướt TikTok mà thấy một thông tin nào đó nhưng chưa tin tưởng hoàn toàn, em sẽ chuyển sang Facebook hoặc Google để kiểm tra lại. Mỗi nền tảng đáp ứng một nhu cầu khác nhau nên em không chỉ dùng một kênh duy nhất.

Người hỏi: Em sử dụng từng nền tảng với mục đích gì?

PVS-SV21: Facebook là nơi em cập nhật thông tin trong nước, nhất là tin tức giải trí, đời sống nghệ sĩ, showbiz hoặc các vấn đề xã hội đang được quan tâm. TikTok em dùng nhiều cho giải trí và một phần để theo dõi các nội dung quốc tế hoặc các video mang tính phân tích, nhưng em không xem TikTok là nguồn đáng tin cậy hoàn toàn. YouTube chủ yếu để giải trí. Còn các trang báo chính thống thì em chủ động vào đọc để phục vụ việc cập nhật tin tức hằng ngày, nhất là do em tham gia câu lạc bộ báo mạng điện tử nên đây cũng là yêu cầu công việc.

Người hỏi: Những nhóm thông tin nào em quan tâm nhất hiện nay?

PVS-SV21: Ba nhóm em quan tâm nhiều nhất là: sức khỏe tinh thần, giáo dục và giải trí.

- Với **sức khỏe tinh thần**, em quan tâm vì em nghĩ đây là điều rất quan trọng trong cuộc sống hiện nay. Em thường xem các nội dung mang tính chia sẻ, định hướng suy nghĩ, hoặc các nội dung triết học, tôn giáo giúp bản thân cảm thấy nhẹ nhàng hơn.
- Với **giáo dục**, em quan tâm vì đây là lĩnh vực gắn trực tiếp với việc học tập của em. Em thường theo dõi các công thông tin chính phủ, website trường hoặc các trang chính thống để cập nhật thông tin liên quan.
- Với **giải trí**, em quan tâm chủ yếu ở mảng phim ảnh, nghệ sĩ, chương trình hoặc các nội dung liên quan đến đời sống văn hóa đại chúng.

Người hỏi: Em nghĩ thế nào về nhận định: “Bản thân thông tin báo chí cũng có tác dụng giải trí” và xu hướng infotainment hiện nay?

PVS-SV21: Em đồng ý. Theo em, báo chí hiện nay không chỉ cung cấp thông tin mà còn cần có yếu tố hấp dẫn, gần gũi thì mới tiếp cận được công chúng trẻ. Tuy nhiên, em nghĩ việc đưa yếu tố giải trí vào báo chí cần có giới hạn, vì nếu lạm dụng sẽ dễ khiến công chúng nhầm lẫn giữa báo chí chính thống và nội dung giải trí đơn thuần.

Người hỏi: Còn với nhận định “Em thường chủ động tránh đọc, xem, nghe các tin tức tiêu cực”, em có đồng ý không?

PVS-SV21: Em không hoàn toàn né tránh. Em vẫn tiếp nhận các thông tin tiêu cực nếu đó là thông tin cần thiết, ví dụ như tin về đồng bào bị ảnh hưởng bởi thiên tai, chiến tranh, khó khăn xã hội... Những thông tin đó khiến em quan tâm nhiều hơn để có thể hiểu, đồng cảm, thậm chí có cách hỗ trợ nếu có thể. Tuy nhiên, em tránh những nội dung quá ghê rợn, quá bạo lực hoặc mang tính giật gân chỉ để gây sốc.

Người hỏi: Nếu gặp một thông tin gây tranh cãi, ví dụ một chính sách mới ảnh hưởng đến sinh hoạt hay đời sống của em và gia đình, em sẽ làm gì đầu tiên?

PVS-SV21: Em sẽ tìm kiếm thêm trên Google hoặc qua các nguồn khác để xem có những bên nào đang nói về thông tin đó. Em không tin ngay và cũng không chia sẻ ngay. Em cần xem mức độ chính xác của thông tin trước.

Người hỏi: Em sắp xếp mức độ tin cậy của các nguồn tin như thế nào?

PVS-SV21: Nếu xếp theo thứ tự tin cậy từ cao xuống thấp thì em sẽ chọn:

1. Báo chí chính thống
2. Các kênh thông tin nước ngoài phiên bản tiếng Việt mà em đã theo dõi lâu năm
3. Báo điện tử tư nhân
4. Người thân, gia đình
5. KOLs/Creators trên mạng xã hội

Người hỏi: Vì sao em lại xếp như vậy?

PVS-SV21: Vì báo chí chính thống luôn là nguồn em tin tưởng nhất. Các kênh thông tin nước ngoài mà em theo dõi lâu năm thì em cũng có mức độ tin cậy tương đối cao. Báo điện tử tư nhân thì vẫn hữu ích nhưng đôi khi còn có xu hướng khai thác yếu tố bên lề hoặc thu hút chú ý. Người thân, gia đình thì em vẫn lắng nghe nhưng không xem là nguồn tin chính thức. Còn KOLs hoặc creators thì em xem là nguồn tham khảo, không đặt niềm tin quá lớn.

Người hỏi: Khi đọc một bài báo chính thống mô tả một chính sách mới của Nhà nước là thành công và nhận được sự đồng thuận cao, em thường nghĩ gì?

PVS-SV21: Em nghĩ thông tin đó về cơ bản là đúng, nhưng có thể chưa phản ánh đầy đủ trải nghiệm của người trẻ và sinh viên. Em tin là các chính sách đưa ra đều có lý do và hướng đến lợi ích chung, nhưng trong quá trình thực hiện thì chắc chắn vẫn có những bất cập hoặc khó khăn đối với một số nhóm đối tượng nhất định, trong đó có sinh viên.

Người hỏi: Trong gia đình em, mọi người có hay trao đổi về các vấn đề chính trị – xã hội không?

PVS-SV21: Có. Gia đình em khá thường xuyên trao đổi về các thông tin chính trị – xã hội. Bố mẹ em cũng là những người quan tâm đến tin tức thời sự, đặc biệt là các chính sách mới, các vấn đề liên quan đến Nhà nước, thiên tai, xã hội. Em cũng chịu ảnh hưởng từ môi trường đó nên có thói quen theo dõi tin tức nhiều hơn.

Người hỏi: Hiện tại em có những thiết bị nào để tiếp cận thông tin?

PVS-SV21: Em có laptop, máy tính bảng, điện thoại thông minh và các điều kiện kết nối mạng cơ bản. Em nghĩ việc có thiết bị công nghệ tốt giúp em tiếp cận thông tin nhanh hơn, đa dạng hơn và thuận tiện hơn.

Người hỏi: Em có trả phí cho nền tảng hay kênh thông tin nào không?

PVS-SV21: Không. Em không sử dụng các gói trả phí cho mạng xã hội hoặc báo chí.

Người hỏi: Luồng thông tin đầu tiên thường xuất hiện trên newsfeed của em là gì?

PVS-SV21: Thường là tin thời sự trong nước, quốc tế và thông tin giải trí. Khi cần, em vẫn chủ động gõ từ khóa để tìm kiếm thêm những chủ đề em quan tâm.

Người hỏi: Em có nhận ra sự can thiệp của thuật toán và AI trong việc đề xuất nội dung không?

PVS-SV21: Có, em nhận ra rất rõ. Những nội dung em từng quan tâm thường tiếp tục xuất hiện nhiều hơn trên bảng tin. Em thấy điều này vừa thuận tiện, vừa có hạn chế. Thuận tiện ở chỗ nó giúp mình tiếp cận nhanh nội dung mình muốn. Nhưng bất lợi là nó dễ khiến mình bị bó hẹp trong một nhóm thông tin nhất định, khó tiếp cận góc nhìn đa chiều hơn nếu mình không chủ động tìm kiếm thêm.

Người hỏi: Vậy thói quen lướt mạng của em gần với kiểu nào nhất?

PVS-SV21: Em nghĩ là em vừa thả lỏng để tiếp nhận những nội dung được đề xuất, vừa chủ động kiểm chứng lại nếu gặp một thông tin em thấy cần quan tâm hoặc còn nghi ngờ.

Người hỏi: Em có quan tâm đến tình hình thiên tai, lũ lụt ở các địa phương thời gian qua không?

PVS-SV21: Có. Em khá quan tâm đến các tin thiên tai, đặc biệt là những vùng bị ảnh hưởng trực tiếp. Khi có thông tin bão lũ, em thường theo dõi trên các kênh chính thống như trang Thông tin Chính phủ hoặc các bản tin trên truyền hình. Ngoài ra, em cũng theo dõi phản ứng trên mạng xã hội để biết tình hình chung, nhưng vẫn ưu tiên kiểm chứng lại bằng nguồn chính thống.

Mã người trả lời: PVS-SV22

- **Sinh viên:** Năm 2
- **Cơ sở đào tạo:** Học viện Báo chí và Tuyên truyền
- **Khối ngành/định hướng đào tạo:** Khối ngành truyền thông – báo chí.

Người hỏi: Trước tiên, em có thể chia sẻ về tần suất tiếp cận các kênh/nền tảng hằng ngày không?

PVS-SV22: Em sử dụng TikTok nhiều lần mỗi ngày, còn Facebook, YouTube, Zalo thì dùng hằng ngày. Các trang báo điện tử em chỉ vào thỉnh thoảng. Trung bình một ngày em dùng mạng xã hội khoảng 5–6 tiếng, trong đó riêng TikTok có thể chiếm 2–3 tiếng, thậm chí nhiều hơn nếu hôm đó em rảnh. Em thấy mình khá quen với video ngắn nên hay vào TikTok theo quán tính. Facebook em cũng vào mỗi ngày nhưng ít hơn, chủ yếu để xem cuộc sống bạn bè hoặc một số nội dung ngắn. Zalo thì em dùng vì công việc,

còn YouTube em chỉ xem vài lần một tuần, thường là lúc ăn cơm hoặc khi cần xem video dài.

Người hỏi: Trong khoảng thời gian lướt mạng đó, em có dùng nhiều nền tảng khác nhau không? Vì sao em không chỉ dùng một nền tảng?

PVS-SV22: Em dùng nhiều nền tảng khác nhau vì nếu chỉ lướt một nơi thì dễ chán. Hơn nữa, mỗi nền tảng lại có kiểu thông tin khác nhau. Nếu em đang quan tâm một vấn đề nào đó thì em thường xem trên nhiều nền tảng để có thể nắm bắt thông tin đa chiều hơn.

Người hỏi: Vậy với từng nền tảng, mục đích sử dụng của em có khác nhau không?

PVS-SV22: Có ạ.

- **TikTok:** em chủ yếu dùng để **giải trí**, vì video ngắn, dễ tiếp nhận, không cần suy nghĩ nhiều, giúp em giảm căng thẳng.
- **YouTube:** em dùng khi cần **nghe bài giảng**, xem nội dung học tập, hoặc xem phim/video dài lúc ăn cơm.
- **Facebook:** em dùng để **tương tác với bạn bè**, xem video ngắn, và trước đây em cũng từng dùng để xây dựng hình ảnh cá nhân. Với tin tức, Facebook hiện khá nhiều nhưng chủ yếu vẫn là tin giải trí, showbiz, chứ các thông tin về chính trị hay kinh tế không phải là nhóm nổi bật nhất trên feed của em.

Người hỏi: Nếu chỉ chọn một nền tảng đáp ứng tốt nhất nhu cầu hiện tại của em, em sẽ chọn nền tảng nào?

PVS-SV22: Em nghĩ là Facebook, vì nền tảng này vừa giúp em theo dõi bạn bè, vừa có thể xem tin tức, video ngắn và nhiều loại nội dung khác nhau.

Người hỏi: Trong các nhóm chủ đề như chính trị, kinh tế, giáo dục, hướng nghiệp, sức khỏe tinh thần, lối sống, giải trí, em quan tâm nhiều nhất đến những chủ đề nào?

PVS-SV22: Em ưu tiên:

1. **Giải trí**
2. **Giáo dục**
3. **Lối sống**

Về **giải trí**, em xem các video nhảy, nội dung hài, idol, phim ảnh, người nổi tiếng. Về **giáo dục**, em quan tâm đến các nội dung liên quan đến bài tập trên lớp, học tiếng Anh, tâm lý học, cũng như những kinh nghiệm về khởi nghiệp hoặc bán hàng. Em thấy trên TikTok có khá nhiều mẹo học tập hữu ích mà em không được học trên lớp. Về **lối sống**, em hay xem daily vlog, phối đồ, cách sinh hoạt của người khác. Những nội dung đó khiến em cảm thấy được truyền cảm hứng và thư giãn.

Người hỏi: Em nghĩ sao về nhận định: “Bản thân thông tin báo chí cũng có tác dụng giải trí”?

PVS-SV22: Em đồng ý. Theo em, hiện nay thông tin báo chí không chỉ cung cấp kiến thức mà còn được trình bày hấp dẫn hơn, nên bản thân nó cũng mang tính giải trí. Tuy

nhiên, em nghĩ dù báo chí có thể áp dụng xu hướng infotainment thì vẫn cần giữ chuẩn mực nghề nghiệp, tránh chạy theo giật gân hoặc làm sai lệch bản chất thông tin.

Người hỏi: Còn với nhận định “Em thường cố gắng chủ động tránh đọc, xem, nghe các tin tức tiêu cực”, em có đồng ý không?

PVS-SV22: Em không hẳn né tránh hoàn toàn. Với em, những thông tin tiêu cực nhiều khi lại khiến em muốn tìm hiểu kỹ hơn, ví dụ như các vụ tranh cãi trên mạng, cháy nổ, bão lũ, thiệt hại về người và tài sản. Em vẫn xem để biết tình hình, nhưng với những nội dung quá ghê rợn hoặc bạo lực thì em sẽ không xem hình ảnh chi tiết.

Người hỏi: Nếu em thấy một thông tin gây tranh cãi, ví dụ một chính sách mới ảnh hưởng đến sinh hoạt hoặc công việc của bản thân hay gia đình, em sẽ làm gì đầu tiên?

PVS-SV22: Em sẽ tự tìm kiếm trên Google để xem nhiều nguồn khác nhau nói gì. Bây giờ tin giả khá nhiều nên em muốn đọc thật kỹ ở các nguồn chính thống để hiểu đầy đủ, chứ không tin ngay vào những đoạn video cắt ngắn trên mạng xã hội.

Người hỏi: Vì sao em chọn Google?

PVS-SV22: Vì Google thường hiện ra các nguồn báo điện tử, cổng thông tin chính thức và giúp em tiếp cận thông tin bao quát hơn so với việc chỉ đọc qua TikTok hay Facebook.

Người hỏi: Nếu phải xếp mức độ tin cậy của các nguồn tin từ cao xuống thấp, em sẽ xếp như thế nào?

PVS-SV22: Em xếp như sau:

1. **Báo chí chính thống**
2. **Báo điện tử tư nhân**
3. **Các kênh thông tin nước ngoài phiên bản tiếng Việt**
4. **Gia đình, bạn bè**
5. **KOLs/Creators**

Người hỏi: Vì sao em lại xếp như vậy?

PVS-SV22: Báo chí chính thống, ví dụ như VTV, là nguồn em tin tưởng nhất vì thuộc cơ quan nhà nước, có độ uy tín cao. Báo điện tử tư nhân vẫn có mức độ tin cậy tương đối vì đó là các nguồn có tên tuổi. Các kênh nước ngoài phiên bản tiếng Việt em cũng đánh giá khá cao nhưng vẫn xếp sau hai nhóm đầu. Gia đình và bạn bè em có thể tham khảo, nhưng không phải lúc nào họ cũng có đầy đủ thông tin. Còn KOLs/creators thì em cho rằng cần tùy người, vì nhiều người có thể chạy theo độ nổi tiếng hoặc dùng thông tin giật gân để thu hút chú ý.

Người hỏi: Khi đọc một bài báo chính thống mô tả một chính sách mới của Nhà nước là thành công và nhận được sự đồng thuận cao, em thường nghĩ gì?

PVS-SV22: Em hoàn toàn tin tưởng thông tin đó. Với em, nếu đã được đăng trên một tờ báo chính thống thì có độ uy tín rất cao nên em có xu hướng tin ngay.

Người hỏi: Trong gia đình em có thường trao đổi với nhau về các vấn đề chính trị – xã hội không?

PVS-SV22: Không ạ. Gia đình em chủ yếu trao đổi về cuộc sống hằng ngày, ít nói chuyện về các vấn đề chính trị – xã hội.

Người hỏi: Hiện tại em có những thiết bị nào để tiếp cận thông tin?

PVS-SV22: Em có laptop và điện thoại thông minh. Em cũng có nâng cấp mạng hoặc thiết bị khi cần để việc truy cập thông tin mượt hơn, ít bị giật lag hơn.

Người hỏi: Em có trả phí cho nền tảng nào để sử dụng dịch vụ tốt hơn không?

PVS-SV22: Không ạ. Em dùng bản miễn phí. Ví dụ YouTube có quảng cáo nhưng em vẫn dùng miễn phí bình thường.

Người hỏi: Luồng thông tin đầu tiên thường xuất hiện trên bảng tin của em là gì?

PVS-SV22: Chủ yếu là showbiz và giải trí. Nếu hôm đó em quan tâm đến vấn đề nào đó, ví dụ học tiếng Anh, học tiếng Trung hay chăm sóc da, thì sau khi tìm kiếm, bảng tin sẽ bắt đầu hiện thêm nhiều nội dung liên quan đến chủ đề đó.

Người hỏi: Em có nhận ra sự can thiệp của thuật toán và AI trên các nền tảng không?

PVS-SV22: Có. Em nhận thấy rất rõ. Khi em tìm kiếm hay xem một nội dung nào đó, thuật toán sẽ đề xuất thêm nhiều video, bài viết cùng chủ đề. Em thấy điều đó khá tiện vì giúp em có nhiều góc nhìn hơn, ví dụ khi xem review sản phẩm thì dần dần em sẽ được gợi ý thêm nhiều video đánh giá khác nhau. Đến hiện tại em chưa thấy điều gì quá bất tiện.

Người hỏi: Vậy thói quen lướt mạng của em gần với kiểu nào nhất?

PVS-SV22: Em thấy mình giống kiểu thả lỏng và tận hưởng việc lướt trên các chủ đề yêu thích đã được bộ lọc lựa chọn. Tức là nếu em có nhu cầu tìm hiểu điều gì cụ thể thì em sẽ chủ động tìm, còn bình thường sau khi học hay làm việc mệt em thường vào TikTok để thư giãn và lướt theo những gì hệ thống gợi ý.

Người hỏi: Em có quan tâm đến tình hình thiên tai, lũ lụt hiện nay không? Nếu có thì em thường tiếp cận qua đâu?

PVS-SV22: Có ạ. Em vẫn quan tâm đến các thông tin về bão lũ, và nếu cần tin thì em sẽ tin vào các nguồn chính thống như VTV. Tuy vậy, trên TikTok cũng có nhiều video, livestream cập nhật khá thực tế, ví dụ hình ảnh hỗ trợ người dân, tình hình thực địa... nên em thấy chúng cũng hữu ích ở mức độ nhất định, nhưng để tin hoàn toàn thì em vẫn cần đối chiếu với nguồn chính thống.

PHỤ LỤC 6

TỪ ĐIỂN DỮ LIỆU VÀ BẢNG ĐỐI CHIẾU BIẾN NGHIÊN CỨU

Bộ dữ liệu gốc gồm 86 cột; A4.1 là mã sinh viên, được loại khỏi toàn bộ quy trình phân tích và không công bố. Vì vậy, 85 cột còn lại được sử dụng trong quá trình chuẩn bị dữ liệu trước khi tách các câu hỏi nhiều lựa chọn và tạo biến dẫn xuất. Các bảng PL6.2-PL6.5 trình bày cột ‘N hợp lệ/dữ liệu thiếu’ cho toàn bộ 136 biến; riêng các biến nhánh C1.1-C1.6 ghi rõ N áp dụng nhánh và số không áp dụng do cấu trúc phiếu.

Bảng PL6.1. Đối chiếu mã trường A3 giữa bộ dữ liệu và danh sách 10 trường khảo sát

Mã dữ liệu/SPSS	Tên trường	N
1	Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng	216
2	Trường Đại học Bách khoa, Đại học Đà Nẵng	210
3	Trường Đại học Văn Lang	208
4	Trường Đại học Văn Hiến	207
5	Học viện Báo chí và Tuyên truyền	205
6	Trường Đại học Y Hà Nội	205
7	Trường Đại học Ngoại thương	204
8	Trường Đại học Thủ Dầu Một	200
9	Trường Đại học Hàng hải Việt Nam	199
10	Trường Du lịch, Đại học Huế	199

Bảng PL6.2. Nhóm A - Thông tin cá nhân và đặc điểm xã hội

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
1	A1	A1_gioi_tinh	Giới tính	1=Nam; 2=Nữ; 3=Khác	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến phân loại danh định	Bảng 3.1; biến phân nhóm/kiểm soát
2	A2	A2_nam_hoc	Năm học hiện tại	1=Năm 1; 2=Năm 2; 3=Năm 3; 4=Năm 4/năm 5	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến phân loại thứ bậc	Bảng 3.1; so sánh nhóm/ANOVA/ χ^2
3	A3	A3_truong	Cơ sở giáo dục đại học đang theo học	Mã dữ liệu/SPSS: 1. Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng, 2. Trường Đại học Bách khoa, Đại học Đà Nẵng; 3. Trường Đại học Văn Lang; 4. Trường Đại học Văn Hiến; 5. Học viện Báo chí và Tuyên truyền; 6. Trường Đại học Y Hà Nội; 7. Trường Đại học Ngoại thương; 8. Trường Đại học Thủ Dầu Một; 9. Trường Đại học Hàng hải Việt Nam; 10. Trường Du lịch, Đại học Huế	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến phân loại danh định/cụm trường	Bảng 1, Bảng 2; mô tả phân bố theo trường

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
4	A4	A4_chuyen_nganh	Chuyên ngành chính đang được đào tạo	Nhập chữ theo tự khai	Text	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến văn bản; dùng rà soát/phân nhóm	Mô tả và đối chiếu A5
5	A5	A5_nhom_nganh	Nhóm ngành đào tạo	1=KHTN/kỹ thuật/công nghệ; 2=KHXH&NV; 3=Kinh tế/tài chính/thương mại/kinh doanh; 4=Su phạm/giáo dục/sức khỏe/pháp luật/an ninh; 5=Dịch vụ/du lịch/nghệ thuật; 6=Nông-lâm-thủy sản-thú y; 7=Khác. Trong mẫu phân tích hiện quan sát 5 nhóm đầu.	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến phân loại danh định	Bảng 3.1; so sánh nhóm/ χ^2 /ANOVA
6	A6	A6_noi_o	Nơi ở chính trong 6 tháng gần đây	1=Ký túc xá; 2=Nhà trọ; 3=Ở cùng bố mẹ/người thân; 4=Khác	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến phân loại danh định	Bảng 3.1; mô tả/so sánh
7	A7	A7_to_chuc_Dang	Tham gia tổ chức Đảng	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn	Mô tả đặc điểm xã hội/so sánh

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
8	A7	A7_tinh_nguyen	Tham gia đội/nhóm tình nguyện	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn	Mô tả đặc điểm xã hội/so sánh
9	A7	A7_van_nghệ	Tham gia đội/nhóm văn nghệ	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn	Mô tả đặc điểm xã hội/so sánh
10	A7	A7_ky_na ng_hoc_thuat	Tham gia câu lạc bộ kỹ năng/học thuật	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn	Mô tả đặc điểm xã hội/so sánh
11	A7	A7_khong_tham_gia	Không tham gia tổ chức nào	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn	Mô tả đặc điểm xã hội/so sánh

Bảng PL6.3. Nhóm B - Thực trạng/hành vi tiếp nhận thông tin báo chí

ST T	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
12	B1	B1_bao_in	Tần suất tiếp nhận báo in	0=Không tiếp nhận; 1=Hiếm khi (<1 lần/tuần); 2=1-2 lần/tuần; 3=3-5 lần/tuần; 4=Hàng ngày	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Chỉ báo tần suất thứ bậc	Mục 3.2; H1; phân tích đa kênh
13	B1	B1_bao_mang_dien_tu	Tần suất tiếp nhận báo mạng điện tử	0=Không tiếp nhận; 1=Hiếm khi (<1 lần/tuần); 2=1-2 lần/tuần; 3=3-5 lần/tuần; 4=Hàng ngày	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Chỉ báo tần suất thứ bậc	Mục 3.2; H1; phân tích đa kênh
14	B1	B1_truyen_hinh	Tần suất tiếp nhận truyền hình	0=Không tiếp nhận; 1=Hiếm khi (<1 lần/tuần); 2=1-2 lần/tuần; 3=3-5 lần/tuần; 4=Hàng ngày	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Chỉ báo tần suất thứ bậc	Mục 3.2; H1; phân tích đa kênh
15	B1	B1_phat_thanh	Tần suất tiếp nhận phát thanh/radio/podcast tin tức	0=Không tiếp nhận; 1=Hiếm khi (<1 lần/tuần); 2=1-2 lần/tuần; 3=3-5 lần/tuần; 4=Hàng ngày	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Chỉ báo tần suất thứ bậc	Mục 3.2; H1; phân tích đa kênh

ST T	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
16	B1	B1_mang_xa_hoi	Tần suất xem thông tin có nguồn gốc báo chí trên mạng xã hội	0=Không tiếp nhận; 1=Hiếm khi (<1 lần/tuần); 2=1-2 lần/tuần; 3=3-5 lần/tuần; 4=Hàng ngày	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Chỉ báo tần suất thứ bậc	Mục 3.2; H1; phân tích đa kênh
17	B1 (dẫn xuất)	B1_so_kenh_co_tiep_nhan	Số kênh có tiếp nhận từ mức hiếm khi trở lên	Tính từ 5 biến B1: đếm số biến có giá trị ≥ 1 ; lý thuyết 0-5, mẫu hiện quan sát 1-5	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến dẫn xuất; SUM(B1_j ≥ 1)	Mục 3.2; phân tích độ rộng đa kênh; H1
18	B2	B2_thoi_diem_tiep_nhan	Thời điểm điển hình/phù hợp nhất để tiếp nhận thông tin báo chí	1=Buổi sáng; 2=Giữa ngày; 3=Buổi tối trước khi ngủ; 4=Bất cứ lúc nào rảnh	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến lựa chọn đơn; đo thời điểm điển hình	Mục 3.2
19	B3	B3_nguon_chi_nh_thong	Chủ yếu tiếp nhận từ sách, báo và tài liệu chính thống	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B3 - Xử lý/ưu tiên khi tiếp nhận; điểm cao=đồng ý cao; điểm tổng hợp B3_mean=Mean(1 1 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4 (khi dùng thước đo chất lượng tự đánh giá)

ST T	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
20	B3	B3_mang_xa_hoi_trang_tin	Thường xuyên dùng mạng xã hội và trang tin trực tuyến để cập nhật thông tin	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B3 - Xử lý/ưu tiên khi tiếp nhận; điểm cao=đồng ý cao; điểm tổng hợp B3_mean=Mean(1 1 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4 (khi dùng thước đo chất lượng tự đánh giá)
21	B3	B3_tin_giang_vien_chuyen_gia_ban_be	Tin tưởng thông tin do giảng viên, chuyên gia hoặc bạn bè cung cấp	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B3 - Xử lý/ưu tiên khi tiếp nhận; điểm cao=đồng ý cao; điểm tổng hợp B3_mean=Mean(1 1 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4 (khi dùng thước đo chất lượng tự đánh giá)
22	B3	B3_tiep_can_da_nguon	Tiếp cận nhiều nguồn để có cái nhìn đa chiều	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B3 - Xử lý/ưu tiên khi tiếp nhận; điểm cao=đồng ý cao; điểm tổng hợp B3_mean=Mean(1 1 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4 (khi dùng thước đo chất lượng tự đánh giá)

ST T	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
23	B3	B3_doc_ky_noi_dung	Đọc kỹ toàn bộ nội dung thay vì chỉ lướt tiêu đề	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B3 - Xử lý/ưu tiên khi tiếp nhận; điểm cao=đồng ý cao; điểm tổng hợp B3_mean=Mean(1 1 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4 (khi dùng thước đo chất lượng tự đánh giá)
24	B3	B3_kiem_chung_truoc_khi_chia_se	Kiểm chứng tính xác thực trước khi tin/chia sẻ	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B3 - Xử lý/ưu tiên khi tiếp nhận; điểm cao=đồng ý cao; điểm tổng hợp B3_mean=Mean(1 1 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4 (khi dùng thước đo chất lượng tự đánh giá)
25	B3	B3_kiem_soat_cam_xuc	Không để cảm xúc cá nhân chi phối tiếp nhận	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B3 - Xử lý/ưu tiên khi tiếp nhận; điểm cao=đồng ý cao; điểm tổng hợp B3_mean=Mean(1 1 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4 (khi dùng thước đo chất lượng tự đánh giá)

ST T	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
26	B3	B3_doc_y_kie n_chuyen_gia	Tìm đọc ý kiến chuyên gia/bài liên quan để hiểu sâu hơn	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B3 - Xử lý/ưu tiên khi tiếp nhận; điểm cao=đồng ý cao; điểm tổng hợp B3_mean=Mean(1 1 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4 (khi dùng thước đo chất lượng tự đánh giá)
27	B3	B3_uu_tien_tin_khach quan	Ưu tiên tin khách quan, không có bình luận cá nhân của người viết	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B3 - Xử lý/ưu tiên khi tiếp nhận; điểm cao=đồng ý cao; điểm tổng hợp B3_mean=Mean(1 1 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4 (khi dùng thước đo chất lượng tự đánh giá)
28	B3	B3_uu_tien_tin_nhanh	Ưu tiên tin cập nhật nhanh, kịp thời	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B3 - Xử lý/ưu tiên khi tiếp nhận; điểm cao=đồng ý cao; điểm tổng hợp B3_mean=Mean(1 1 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4 (khi dùng thước đo chất lượng tự đánh giá)

ST T	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
29	B3	B3_uu_tien_truc_quan	Ưu tiên tin trình bày trực quan, sinh động	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B3 - Xử lý/ưu tiên khi tiếp nhận; điểm cao=đồng ý cao; điểm tổng hợp B3_mean=Mean(1 1 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4 (khi dùng thước đo chất lượng tự đánh giá)
30	B4	B4_tiep_nhan_cung_ai	Bối cảnh xã hội khi tiếp nhận tin tức	1=Một mình; 2=Cùng bạn bè; 3=Cùng gia đình; 4=Cùng thầy cô; 5=Nhóm chat/diễn đàn/cộng đồng online; 6=Khác	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến lựa chọn đơn danh định	Mục 3.2
31	B5	B5_hanh_don_g_sau_tiep_nhan	Hành động thường xuyên nhất sau khi tiếp nhận thông tin báo chí	1=Lưu lại; 2=Chia sẻ qua MXH; 3=Bàn luận; 4=Sử dụng cho học tập/công việc/đời sống; 5=Viết bài/đăng trạng thái; 6=Tạo meme/video phản ứng/nội dung sáng tạo; 7=Bỏ qua/không tương tác thêm	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến lựa chọn đơn; đo hành động nổi trội	Biểu đồ 3.3; Mục 3.2/3.5

ST T	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
32	B6	B6_danh_nhie u_thoi_gian	Dành nhiều thời gian mỗi ngày để tiếp nhận thông tin mới	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B6 - Thói quen và mức độ chủ động tiếp nhận; điểm tổng hợp B6_mean=Mean(8 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4/mức chủ động tự đánh giá
33	B6	B6_cap_nhat_ qua_truyen_th ong	Thường xuyên cập nhật thông tin qua phương tiện truyền thông	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B6 - Thói quen và mức độ chủ động tiếp nhận; điểm tổng hợp B6_mean=Mean(8 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4/mức chủ động tự đánh giá
34	B6	B6_doc_tin_h ang_ngay	Có thói quen đọc sách, tài liệu hoặc tin tức hàng ngày	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B6 - Thói quen và mức độ chủ động tiếp nhận; điểm tổng hợp B6_mean=Mean(8 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4/mức chủ động tự đánh giá

ST T	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
35	B6	B6_tim_hieu_chuyen_mon	Ưu tiên thời gian tìm hiểu thông tin liên quan lĩnh vực chuyên môn	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B6 - Thái quen và mức độ chủ động tiếp nhận; điểm tổng hợp B6_mean=Mean(8 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4/mức chủ động tự đánh giá
36	B6	B6_chu_dong_tim_kiem	Chủ động tìm kiếm thông tin để mở rộng hiểu biết	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B6 - Thái quen và mức độ chủ động tiếp nhận; điểm tổng hợp B6_mean=Mean(8 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4/mức chủ động tự đánh giá
37	B6	B6_hung_thu_thong_tin_moi	Hứng thú khi tiếp nhận thông tin mới	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B6 - Thái quen và mức độ chủ động tiếp nhận; điểm tổng hợp B6_mean=Mean(8 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4/mức chủ động tự đánh giá

ST T	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
38	B6	B6_tin_giang_vien_chuyen_gia_ban_be	Tin tưởng thông tin do giảng viên, chuyên gia hoặc bạn bè cung cấp	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B6 - Thói quen và mức độ chủ động tiếp nhận; điểm tổng hợp B6_mean=Mean(8 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4/mức chủ động tự đánh giá
39	B6	B6_tiep_nhan_co_chon_loc	Cho rằng tiếp nhận có chọn lọc giúp phát triển tư duy phản biện	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B6 - Thói quen và mức độ chủ động tiếp nhận; điểm tổng hợp B6_mean=Mean(8 biến)	Mục 3.2/3.5; Cronbach/EF A; H4/mức chủ động tự đánh giá
40	B7	B7_hai_long_bao_in	Hài lòng với báo in	1=Rất không hài lòng; 2=Không hài lòng; 3=Bình thường; 4=Hài lòng; 5=Rất hài lòng	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B7 - Hài lòng; B7_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.2; Cronbach/EF A
41	B7	B7_hai_long_bao_mang	Hài lòng với báo mạng điện tử	1=Rất không hài lòng; 2=Không hài lòng; 3=Bình thường; 4=Hài lòng; 5=Rất hài lòng	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B7 - Hài lòng; B7_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.2; Cronbach/EF A

ST T	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
42	B7	B7_hai_long_t ruyen_hinh	Hài lòng với truyền hình	1=Rất không hài lòng; 2=Không hài lòng; 3=Bình thường; 4=Hài lòng; 5=Rất hài lòng	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B7 - Hài lòng; B7_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.2; Cronbach/EF A
43	B7	B7_hai_long_phat_thanh	Hài lòng với phát thanh	1=Rất không hài lòng; 2=Không hài lòng; 3=Bình thường; 4=Hài lòng; 5=Rất hài lòng	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B7 - Hài lòng; B7_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.2; Cronbach/EF A
44	B7	B7_hai_long_mang_xa_hoi	Hài lòng với thông tin báo chí tiếp nhận qua mạng xã hội	1=Rất không hài lòng; 2=Không hài lòng; 3=Bình thường; 4=Hài lòng; 5=Rất hài lòng	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B7 - Hài lòng; B7_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.2; Cronbach/EF A
45	B8	B8_hieu_van_de_xa_hoi	Giúp hiểu rõ hơn các vấn đề xã hội-thời sự	1=Hoàn toàn không ảnh hưởng; 2=Ảnh hưởng ít; 3=Ảnh hưởng mức trung bình; 4=Ảnh hưởng khá nhiều; 5=Ảnh hưởng rất nhiều	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B8 - Tác động tự đánh giá; B8_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.2; Cronbach/EF A
46	B8	B8_ho_tro_ho_c_tap	Hỗ trợ học tập, làm bài, nghiên cứu	1=Hoàn toàn không ảnh hưởng; 2=Ảnh hưởng ít; 3=Ảnh hưởng mức trung bình; 4=Ảnh hưởng khá nhiều; 5=Ảnh hưởng rất nhiều	Numer ic	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B8 - Tác động tự đánh giá; B8_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.2; Cronbach/EF A

ST T	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
47	B8	B8_tac_dong_nghe_nghiep	Tác động lựa chọn ngành nghề/việc làm tương lai	1=Hoàn toàn không ảnh hưởng; 2=Ảnh hưởng ít; 3=Ảnh hưởng mức trung bình; 4=Ảnh hưởng khá nhiều; 5=Ảnh hưởng rất nhiều	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B8 - Tác động tự đánh giá; B8_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.2; Cronbach/EF A
48	B8	B8_hinh_thanh_tu_duy_phan_bien	Góp phần hình thành quan điểm và tư duy phản biện	1=Hoàn toàn không ảnh hưởng; 2=Ảnh hưởng ít; 3=Ảnh hưởng mức trung bình; 4=Ảnh hưởng khá nhiều; 5=Ảnh hưởng rất nhiều	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B8 - Tác động tự đánh giá; B8_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.2; Cronbach/EF A
49	B8	B8_anh_huong_hanh_vi_thoi_quen_loi_song	Ảnh hưởng hành vi/thói quen/lối sống	1=Hoàn toàn không ảnh hưởng; 2=Ảnh hưởng ít; 3=Ảnh hưởng mức trung bình; 4=Ảnh hưởng khá nhiều; 5=Ảnh hưởng rất nhiều	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang B8 - Tác động tự đánh giá; B8_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.2; Cronbach/EF A

Bảng PL6.4. Nhóm C - Nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
50	C1	C1_loai_tin_quan_tam_nhat	Loại tin tức quan tâm nhất	1=Tin giải trí; 2=Tin học tập-nghề nghiệp; 3=Tin thời sự-chính trị; 4=Tin kinh tế; 5=Tin khoa học-công nghệ; 6=Tin y tế-sức khỏe; 7=Khác	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến lựa chọn đơn; xác định nhánh C1.1-C1.6	Mục 3.3; H2a; χ^2 theo nhóm
51	C1.1	C1_1_doi_tu_scandal	Đời tư, scandal, phát ngôn của người nổi tiếng	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=968; NA cấu trúc ngoài nhánh=1085; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
52	C1.1	C1_1_chinh_sach_kiem_duyet	Thay đổi ngành giải trí do chính sách kiểm duyệt nội dung	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=968; NA cấu trúc ngoài nhánh=1085; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
53	C1.1	C1_1_xu_huong_am_nhac	Xu hướng âm nhạc, ca sĩ mới, sản phẩm âm nhạc nổi bật	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=968; NA cấu trúc ngoài nhánh=1085; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
54	C1.1	C1_1_giai_thuong_su_kien	Lễ trao giải, sự kiện giải trí quốc tế	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=968; NA cấu trúc ngoài nhánh=1085; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
55	C1.1	C1_1_thay_doi_bao_chi_giai_tri	Sự thay đổi trong báo chí giải trí sau sáp nhập	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=968; NA cấu trúc ngoài nhánh=1085; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
56	C1.1	C1_1_phim_dien_anh_truyen_hinh	Phim điện ảnh, truyền hình, đánh giá phim mới	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=968; NA cấu trúc ngoài nhánh=1085; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
57	C1.1	C1_1_thoi_tran_g_loi_song	Thời trang, phong cách sống của người nổi tiếng	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=968; NA cấu trúc ngoài nhánh=1085; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
58	C1.1	C1_1_van_hoa_nghe_thuat	Xu hướng văn hóa, nghệ thuật	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=968; NA cấu trúc ngoài nhánh=1085; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
59	C1.1	C1_1_le_hoi_phong_tuc	Lễ hội, phong tục truyền thống trong và ngoài nước	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=968; NA cấu trúc ngoài nhánh=1085; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
60	C1.2	C1_2_chinh_sach_giao_duc	Chính sách/cải cách giáo dục	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=336; NA cấu trúc ngoài nhánh=1717; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
61	C1.2	C1_2_hoc_bong_ho_tro	Chính sách học bổng và hỗ trợ sinh viên	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=336; NA cấu trúc ngoài nhánh=1717; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
62	C1.2	C1_2_viec_lam_thi_truong_lao_dong	Cơ hội việc làm và xu hướng thị trường lao động	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=336; NA cấu trúc ngoài nhánh=1717; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
63	C1.2	C1_2_nghien_cuu_phat_minh_nganh_hoc	Nghiên cứu, phát minh mới trong ngành học	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=336; NA cấu trúc ngoài nhánh=1717; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
64	C1.2	C1_2_cong_ngh e_giao_duc_AI	Ứng dụng công nghệ/AI trong giáo dục	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=336; NA cấu trúc ngoài nhánh=1717; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
65	C1.2	C1_2_khoi_ngh iep_freelance	Khởi nghiệp và làm việc tự do	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=336; NA cấu trúc ngoài nhánh=1717; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
66	C1.2	C1_2_cau_chuy en_truyen_cam_hung	Câu chuyện truyền cảm hứng về sinh viên/thầy cô	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=336; NA cấu trúc ngoài nhánh=1717; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
67	C1.3	C1_3_thoi_su_t rong_nuoc	Thời sự trong nước	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=329; NA cấu trúc ngoài nhánh=1724; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
68	C1.3	C1_3_chinh_tri _the_gioi	Chính trị thế giới	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=329; NA cấu trúc ngoài nhánh=1724; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
69	C1.3	C1_3_quan_he_ quoc_te	Quan hệ quốc tế, ngoại giao Việt Nam	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=329; NA cấu trúc ngoài nhánh=1724; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
70	C1.3	C1_3_chinh_sach_bao_chi	Chính sách truyền thông và quy định báo chí	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=329; NA cấu trúc ngoài nhánh=1724; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
71	C1.3	C1_3_tin_nong_mang_xa_hoi	Tin nóng/tin khẩn cấp lan truyền trên MXH	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=329; NA cấu trúc ngoài nhánh=1724; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
72	C1.3	C1_3_tham_nhung_chinh_sach_phap_luat	Tham nhũng, quản lý công, chính sách pháp luật	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=329; NA cấu trúc ngoài nhánh=1724; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
73	C1.3	C1_3_phong_trao_xa_hoi	Phong trào xã hội, hoạt động về quyền con người	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=329; NA cấu trúc ngoài nhánh=1724; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
74	C1.4	C1_4_thi_truong_chung_khoan_dau_tu	Thị trường, chứng khoán, đầu tư tài chính	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=141; NA cấu trúc ngoài nhánh=1912; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
75	C1.4	C1_4_doanh_ngiep_lon	Hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp lớn	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=141; NA cấu trúc ngoài nhánh=1912; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
76	C1.4	C1_4_tieu_dung_g_thuong_mai_dien_tu_fintech	Tiêu dùng, thương mại điện tử, fintech	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=141; NA cấu trúc ngoài nhánh=1912; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
77	C1.4	C1_4_xuat_nhap_khau_thuong_mai	Xuất nhập khẩu, hiệp định thương mại	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=141; NA cấu trúc ngoài nhánh=1912; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
78	C1.4	C1_4_chinh_sach_kinh_te	Chính sách kinh tế và tác động của hiệp định thương mại	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=141; NA cấu trúc ngoài nhánh=1912; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
79	C1.4	C1_4_bat_dong_san	Bất động sản, thị trường nhà đất	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=141; NA cấu trúc ngoài nhánh=1912; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
80	C1.4	C1_4_ben_vung_nang_luong	Phát triển bền vững, năng lượng tái tạo, biến đổi khí hậu	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=141; NA cấu trúc ngoài nhánh=1912; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
81	C1.4	C1_4_tai_chinh_ca_nhan	Quản lý tài chính cá nhân, đầu tư, tiết kiệm	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=141; NA cấu trúc ngoài nhánh=1912; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
82	C1.4	C1_4_gia_vang	Giá vàng trong nước và quốc tế	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=141; NA cấu trúc ngoài nhánh=1912; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
83	C1.5	C1_5_tri_tue_nhan_tao_AI	Trí tuệ nhân tạo (AI) và ứng dụng	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=111; NA cấu trúc ngoài nhánh=1942; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
84	C1.5	C1_5_vu_tru_khong_gian	Khám phá vũ trụ, sứ mệnh không gian	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=111; NA cấu trúc ngoài nhánh=1942; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
85	C1.5	C1_5_cong_ngh_e_sinh_hoc	Công nghệ sinh học, chỉnh sửa gen, đa dạng sinh học	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=111; NA cấu trúc ngoài nhánh=1942; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
86	C1.5	C1_5_robot_tu_dong_hoa	Robot và tự động hóa	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=111; NA cấu trúc ngoài nhánh=1942; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
87	C1.5	C1_5_cong_ngh_e_bao_chi_deep_fake	Công nghệ báo chí, deepfake, AI tạo nội dung giả mạo	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=111; NA cấu trúc ngoài nhánh=1942; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
88	C1.5	C1_5_an_ninh_mang_quyen_ring_tu	Bảo mật/an ninh mạng, quyền riêng tư số	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=111; NA cấu trúc ngoài nhánh=1942; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
89	C1.5	C1_5_phat_minh_h_khoa_hoc	Phát minh khoa học, vật liệu mới, nghiên cứu y sinh	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=111; NA cấu trúc ngoài nhánh=1942; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
90	C1.6	C1_6_dich_benh_h_y_te_cong_dong	Dịch bệnh, y tế cộng đồng	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=168; NA cấu trúc ngoài nhánh=1885; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
91	C1.6	C1_6_song_khoe_dinh_duong	Sống khỏe, ăn uống, dinh dưỡng	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=168; NA cấu trúc ngoài nhánh=1885; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
92	C1.6	C1_6_suc_khoe_tam_ly	Sức khỏe tâm lý và tinh thần	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=168; NA cấu trúc ngoài nhánh=1885; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
93	C1.6	C1_6_duoc_pham_vaccine	Dược phẩm, thuốc mới, vaccine	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=168; NA cấu trúc ngoài nhánh=1885; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
94	C1.6	C1_6_chinh_sach_y_te_bao_hiem	Chính sách y tế và bảo hiểm sức khỏe	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=168; NA cấu trúc ngoài nhánh=1885; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
95	C1.6	C1_6_tien_bo_y_khoa	Tiến bộ y khoa, công nghệ y tế	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=168; NA cấu trúc ngoài nhánh=1885; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin
96	C1.6	C1_6_cau_chuyen_benh_nhan	Câu chuyện bệnh nhân/tám gương trong y học	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeric	N áp dụng nhánh=168; NA cấu trúc ngoài nhánh=1885; không coi NA cấu trúc là missing	Biến nhị phân từ câu hỏi nhiều lựa chọn trong nhánh C1	Mục 3.3; mô tả chủ đề chi tiết trong nhóm tin

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
97	C2	C2_nhu_cau_hoc_tap_nghien_cuu	Thường xuyên tìm kiếm thông tin liên quan học tập và nghiên cứu	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang C2 - Nhu cầu nội dung; NEED/C2_mean=Mean(4 biến)	Mục 3.3/3.5; Cronbach/FA; H2a/H4
98	C2	C2_nhu_cau_thoi_su_xa_hoi	Quan tâm thời sự, xã hội và cập nhật tin tức	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang C2 - Nhu cầu nội dung; NEED/C2_mean=Mean(4 biến)	Mục 3.3/3.5; Cronbach/FA; H2a/H4
99	C2	C2_nhu_cau_nghe_nghiep_phat_trien	Nhu cầu thông tin về cơ hội nghề nghiệp và phát triển bản thân	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang C2 - Nhu cầu nội dung; NEED/C2_mean=Mean(4 biến)	Mục 3.3/3.5; Cronbach/FA; H2a/H4

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
100	C2	C2_nhu_cau_ki_en_thuc_ky_nang	Mong muốn cập nhật thông tin mới để nâng cao kiến thức/kỹ năng	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang C2 - Nhu cầu nội dung; NEED/C2_mean=Mean(4 biến)	Mục 3.3/3.5; Cronbach/FA; H2a/H4
101	C3	C3_bao_chi_cai_n_cai_thien	Yếu tố báo chí cần cải thiện nhất để phù hợp nhu cầu sinh viên	1=Hình thức hấp dẫn hơn; 2=Cập nhật nhanh hơn; 3=Tăng nội dung phân tích/chuyên sâu; 4=Đáng tin cậy hơn/hạn chế giật gân; 5=Gần gũi hơn với sinh viên; 6=Cải thiện trải nghiệm đọc trên nền tảng số; 7=Khác	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến lựa chọn đơn	Mục 3.3; H2b; Chương 4

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
102	C4	C4_hinh_thuc_tiep_can_tuong_lai	Hình thức tiếp nhận mong muốn trong tương lai	1=Văn bản truyền thông; 2=Tin tóm tắt nhanh; 3=Báo chí trực quan; 4=Video ngắn; 5=Livestream; 6=Podcast/tin âm thanh; 7=Đa nền tảng	Numeric	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến lựa chọn đơn	Mục 3.3; H2b; Chương 4

Lưu ý: số người thực tế có trả lời trong từng nhánh có thể chênh lệch nhỏ so với N áp dụng nhánh, do một số người thuộc nhánh không chọn nội dung nào và một số ít trường hợp thao tác qua lại giữa các phần của biểu mẫu trực tuyến; các mô tả chi tiết theo nhánh được tính trên số người thực tế trả lời.

Bảng PL6.5. Nhóm D - Điều kiện tiếp nhận thông tin báo chí

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
103	D1	D1_dien_thoai_t hong_minh	Có điện thoại thông minh kết nối Internet	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeri c	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến nhị phân điều kiện hạ tầng từ câu hỏi nhiều lựa chọn	Mục 3.4/3.5; H3; Chương 4
104	D1	D1_may_tinh_la ptop	Có máy tính/laptop kết nối Internet	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeri c	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến nhị phân điều kiện hạ tầng từ câu hỏi nhiều lựa chọn	Mục 3.4/3.5; H3; Chương 4
105	D1	D1_wifi_mien_p hi	Có Wi-Fi miễn phí tại trường/ký túc xá	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeri c	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến nhị phân điều kiện hạ tầng từ câu hỏi nhiều lựa chọn	Mục 3.4/3.5; H3; Chương 4
106	D1	D1_tai_khoan_tr a_phi	Có tài khoản trả phí đọc nội dung báo chí	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeri c	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến nhị phân điều kiện hạ tầng từ câu hỏi nhiều lựa chọn	Mục 3.4/3.5; H3; Chương 4
107	D1	D1_tivi_truyen_ hinh_cap	Có TV/truyền hình cáp	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeri c	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến nhị phân điều kiện hạ tầng từ câu hỏi nhiều lựa chọn	Mục 3.4/3.5; H3; Chương 4
108	D1	D1_radio_dai_ph at_thanh	Có điều kiện tiếp cận radio/đài phát thanh	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeri c	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến nhị phân điều kiện hạ tầng từ câu hỏi nhiều lựa chọn	Mục 3.4/3.5; H3; Chương 4
109	D1	D1_internet_on_ dinh	Có Internet tốc độ cao, ổn định	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numeri c	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến nhị phân điều kiện hạ tầng từ câu hỏi nhiều lựa chọn	Mục 3.4/3.5; H3; Chương 4

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
110	D1	D1_khong_co_dieu_kien	Không có điều kiện nào kể trên	0=Không chọn/Không; 1=Có chọn/Có	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến nhị phân điều kiện hạ tầng từ câu hỏi nhiều lựa chọn	Mục 3.4/3.5; H3; Chương 4
111	D2	D2_thoi_gian_tiep_p_nhan_moi_ngay	Thời lượng tiếp nhận tin tức/báo chí mỗi ngày	1=<30 phút; 2=30-60 phút; 3=61-90 phút; 4=91-120 phút; 5=>2 giờ; 6=Tùy ngày/không cố định	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Biến lựa chọn đơn thứ bậc hỗn hợp; phương án 6 không phải mức thời lượng	Mục 3.4; H3; phân tích thời gian
112	D3	D3_nha_truong_ho_tro_nguon_tin	Nhà trường hỗ trợ tiếp cận nguồn thông tin chất lượng	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D3 - Hỗ trợ từ nhà trường; SUPPORT/D3_mean=Mean(4 biến)	Mục 3.4/3.5; Cronbach/FA; H3/H4

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
113	D3	D3_giang_vien_huong_dan	Giảng viên hướng dẫn tìm kiếm/sử dụng thông tin hiệu quả	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D3 - Hỗ trợ từ nhà trường; SUPPORT/D3_mean=Mean(4 biến)	Mục 3.4/3.5; Cronbach/EF A; H3/H4
114	D3	D3_mon_hoc_nang_cao_ky_nang	Môn học giúp nâng cao kỹ năng tiếp nhận/xử lý thông tin	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D3 - Hỗ trợ từ nhà trường; SUPPORT/D3_mean=Mean(4 biến)	Mục 3.4/3.5; Cronbach/EF A; H3/H4
115	D3	D3_truy_cap_tai_lieu_truc_tuyen	Có điều kiện thuận lợi truy cập tài liệu trực tuyến do trường cung cấp	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D3 - Hỗ trợ từ nhà trường; SUPPORT/D3_mean=Mean(4 biến)	Mục 3.4/3.5; Cronbach/EF A; H3/H4

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
116	D4	D4_thanh_thao_cong_cu_truc_tuyen	Thành thạo công cụ trực tuyến để tìm kiếm thông tin	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D4 - Điều kiện/kỹ năng sử dụng công cụ số; TECH/D4_mean=Mean(4 biến)	Mục 3.4; Cronbach/E FA; H3
117	D4	D4_su_dung_nen_tang_hoc_truc_tuyen	Thường xuyên dùng nền tảng học trực tuyến	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D4 - Điều kiện/kỹ năng sử dụng công cụ số; TECH/D4_mean=Mean(4 biến)	Mục 3.4; Cronbach/E FA; H3
118	D4	D4_su_dung_phan_an_mem_hoc_tap	Thành thạo phần mềm hỗ trợ học tập	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D4 - Điều kiện/kỹ năng sử dụng công cụ số; TECH/D4_mean=Mean(4 biến)	Mục 3.4; Cronbach/E FA; H3

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
119	D4	D4_tu_tin_xu_ly_trinh_bay_thong_g_tin	Tự tin dùng công nghệ để xử lý/trình bày thông tin	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D4 - Điều kiện/kỹ năng sử dụng công cụ số; TECH/D4_mean=Mean(4 biến)	Mục 3.4; Cronbach/FA; H3
120	D5	D5_tim_kiem_thong_tin_nhanh	Nhanh chóng tìm thông tin phù hợp trên Internet	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D5 - Năng lực tìm kiếm/xử lý tự đánh giá; SKILL/D5_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.4/3.5; Cronbach/FA; H3/H4
121	D5	D5_danh_gia_do_tin_cay	Đánh giá độ tin cậy của nguồn thông tin	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D5 - Năng lực tìm kiếm/xử lý tự đánh giá; SKILL/D5_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.4/3.5; Cronbach/FA; H3/H4

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
122	D5	D5_tong_hop_phan_tich	Tổng hợp và phân tích thông tin từ nhiều nguồn	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D5 - Năng lực tìm kiếm/xử lý tự đánh giá; SKILL/D5_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.4/3.5; Cronbach/FA; H3/H4
123	D5	D5_sang_loc_thong_tin	Sàng lọc/chọn thông tin quan trọng cho học tập và công việc	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D5 - Năng lực tìm kiếm/xử lý tự đánh giá; SKILL/D5_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.4/3.5; Cronbach/FA; H3/H4
124	D5	D5_nhan_thuc_tinh_toan	Nhận thức thuật toán nền tảng ảnh hưởng loại tin tiếp cận	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D5 - Năng lực tìm kiếm/xử lý tự đánh giá; SKILL/D5_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.4/3.5; Cronbach/FA; H3/H4

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
125	D6	D6_qua_tai_du_lieu	Khó khăn do quá tải dữ liệu	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D6 - Rào cản; BARRIER/D6_mean=Mean(7 biến); điểm cao=rào cản cao	Biểu đồ 3.7; Mục 3.4; Cronbach/FA; H3; Chương 4
126	D6	D6_kho_xac_minh_do_tin_cay	Khó xác minh độ tin cậy	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D6 - Rào cản; BARRIER/D6_mean=Mean(7 biến); điểm cao=rào cản cao	Biểu đồ 3.7; Mục 3.4; Cronbach/FA; H3; Chương 4
127	D6	D6_han_che_thoi_gian_dieu_kien	Hạn chế thời gian/điều kiện tiếp nhận	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D6 - Rào cản; BARRIER/D6_mean=Mean(7 biến); điểm cao=rào cản cao	Biểu đồ 3.7; Mục 3.4; Cronbach/FA; H3; Chương 4

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
128	D6	D6_cach_truyen_dat_khong_phu_hop	Cách truyền đạt không rõ/phù hợp	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D6 - Rào cản; BARRIER/D6_mean=Mean(7 biến); điểm cao=rào cản cao	Biểu đồ 3.7; Mục 3.4; Cronbach/FA; H3; Chương 4
129	D6	D6_khong_co_thiet_biet_bi_phu_hop	Không có thiết bị phù hợp	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D6 - Rào cản; BARRIER/D6_mean=Mean(7 biến); điểm cao=rào cản cao	Biểu đồ 3.7; Mục 3.4; Cronbach/FA; H3; Chương 4
130	D6	D6_internet_khong_on_dinh	Kết nối Internet không ổn định/giới hạn	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D6 - Rào cản; BARRIER/D6_mean=Mean(7 biến); điểm cao=rào cản cao	Biểu đồ 3.7; Mục 3.4; Cronbach/FA; H3; Chương 4

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
131	D6	D6_nguon_tin_tr a_phi	Nguồn tin yêu cầu trả phí khó chi trả	1=Hoàn toàn không đồng ý; 2=Không đồng ý; 3=Trung lập/Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý	Numeri c	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D6 - Rào cản; BARRIER/D6_me an=Mean(7 biến); điểm cao=rào cản cao	Biểu đồ 3.7; Mục 3.4; Cronbach/E FA; H3; Chương 4
132	D7	D7_trang_bi_tivi _ky_tuc_xa	Trang bị thêm TV tại ký túc xá/khu sinh viên	1=Hoàn toàn không cần thiết; 2=Không cần thiết; 3=Trung lập; 4=Cần thiết; 5=Hoàn toàn cần thiết	Numeri c	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D7 - Nhu cầu hỗ trợ điều kiện; SOLUTION/D7_ mean=Mean(5 biến)	Mục 3.4; Cronbach/E FA; Chương 4
133	D7	D7_bo_sung_ba o_in_phong_doc	Thư viện bổ sung báo in/phòng đọc miễn phí	1=Hoàn toàn không cần thiết; 2=Không cần thiết; 3=Trung lập; 4=Cần thiết; 5=Hoàn toàn cần thiết	Numeri c	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D7 - Nhu cầu hỗ trợ điều kiện; SOLUTION/D7_ mean=Mean(5 biến)	Mục 3.4; Cronbach/E FA; Chương 4

STT	Mã câu	Tên biến dữ liệu/SPSS	Nội dung/chỉ báo	Mã hóa/giá trị	Loại	N hợp lệ/dữ liệu thiếu	Nhóm thang đo / quy tắc tính	Vị trí sử dụng
134	D7	D7_trang_bi_ma_y_tinh_thu_vien	Thư viện bổ sung máy tính kết nối Internet	1=Hoàn toàn không cần thiết; 2=Không cần thiết; 3=Trung lập; 4=Cần thiết; 5=Hoàn toàn cần thiết	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D7 - Nhu cầu hỗ trợ điều kiện; SOLUTION/D7_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.4; Cronbach/FA; Chương 4
135	D7	D7_tang_cuong_wifi_internet	Tăng phủ sóng Wi-Fi/chất lượng Internet tại trường	1=Hoàn toàn không cần thiết; 2=Không cần thiết; 3=Trung lập; 4=Cần thiết; 5=Hoàn toàn cần thiết	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D7 - Nhu cầu hỗ trợ điều kiện; SOLUTION/D7_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.4; Cronbach/FA; Chương 4
136	D7	D7_bao_chi_dan_g_tin_mang_xa_hoi	Cơ quan báo chí đăng tin nhiều hơn trên mạng xã hội chính thức	1=Hoàn toàn không cần thiết; 2=Không cần thiết; 3=Trung lập; 4=Cần thiết; 5=Hoàn toàn cần thiết	Numerical	N hợp lệ=2.053; thiếu=0	Thang D7 - Nhu cầu hỗ trợ điều kiện; SOLUTION/D7_mean=Mean(5 biến)	Mục 3.4; Cronbach/FA; Chương 4

Bảng PL6.6. Biến tổng hợp và quy tắc tính điểm

Tên biến tổng hợp	Biến nguồn	Công thức	Miền lý thuyết	Ý nghĩa điểm cao	Sử dụng
B1_so_kenh_co_tiep_nhan	5 biến B1	Đếm số B1 _j >= 1	0-5 (mẫu: 1-5)	Độ rộng tiếp xúc đa kênh	Mục 3.2; H1; phải kèm ngưỡng tần suất khi diễn giải
B3_mean	11 biến B3	Mean(B3_1...B3_11)	1-5	Mức đồng ý cao hơn với các thực hành/ưu tiên xử lý tiếp nhận	Độ tin cậy/EFA; phân tích chất lượng tự đánh giá; diễn giải thận trọng
B6_mean	8 biến B6	Mean(B6_1...B6_8)	1-5	Mức độ thường xuyên, thói quen và mức độ chủ động tiếp nhận thông tin báo chí tự đánh giá cao hơn	Độ tin cậy/EFA; Mục 3.2, Mục 3.5; H4 – chỉ báo về mức độ chủ động tiếp nhận
B7_mean	5 biến B7	Mean(B7_1...B7_5)	1-5	Mức hài lòng trung bình cao hơn	Mục 3.2; Cronbach/EFA
B8_mean	5 biến B8	Mean(B8_1...B8_5)	1-5	Mức tác động tự đánh giá cao hơn	Mục 3.2; Cronbach/EFA
C2_mean / NEED	4 biến C2	Mean(C2_1...C2_4)	1-5	Nhu cầu nội dung tự đánh giá cao hơn	Mục 3.3/3.5; H2a/H4; Cronbach/EFA
D3_mean / SUPPORT	4 biến D3	Mean(D3_1...D3_4)	1-5	Mức hỗ trợ môi trường học đường cao hơn	Mục 3.4/3.5; H3/H4
D4_mean / TECH	4 biến D4	Mean(D4_1...D4_4)	1-5	Điều kiện/kỹ năng sử dụng công cụ số cao hơn	Mục 3.4; H3

Tên biến tổng hợp	Biến nguồn	Công thức	Miền lý thuyết	Ý nghĩa điểm cao	Sử dụng
D5_mean / SKILL	5 biến D5	Mean(D5_1...D5_5); phân nhóm thấp - trung bình - cao theo tam phân vị của D5_mean: thấp từ 3,60 trở xuống; trung bình 3,61-4,00; cao trên 4,00 (n = 763/731/559), thống nhất với các kiểm định tại Phụ lục 4	1-5	Năng lực tìm kiếm/xử lý tự đánh giá cao hơn	Mục 3.4/3.5; H3/H4
D6_mean / BARRIER	7 biến D6	Mean(D6_1...D6_7)	1-5	Mức rào cản tự đánh giá cao hơn	Mục 3.4; H3; Chương 4
D7_mean / SOLUTION	5 biến D7	Mean(D7_1...D7_5)	1-5	Mức đánh giá sự cần thiết của hỗ trợ cao hơn	Mục 3.4; Chương 4