

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1: KHẢO SÁT NĂNG LỰC SỐ CỦA NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ BÁO CHÍ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY	3
PHỤ LỤC 2: KẾT QUẢ KHẢO SÁT	19
PHỤ LỤC 3: CÂU HỎI PHỎNG VẤN SÂU ĐỐI TƯỢNG LÃNH ĐẠO ĐƠN VỊ TRUYỀN HÌNH.....	49
PHỤ LỤC 4: BIÊN BẢN PHỎNG VẤN SÂU ĐỐI TƯỢNG LÃNH ĐẠO ĐƠN VỊ TRUYỀN HÌNH.....	51
PHỤ LỤC 5: CÂU HỎI PHỎNG VẤN SÂU ĐỐI TƯỢNG NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH	98
PHỤ LỤC 6: BIÊN BẢN PHỎNG VẤN SÂU ĐỐI TƯỢNG NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH.....	100
PHỤ LỤC 7: BIÊN BẢN THẢO LUẬN NHÓM	163
PHỤ LỤC 8: TỔNG HỢP TIÊU CHÍ NĂNG LỰC NHÀ BÁO, NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH TỪ CÁC NGHIÊN CỨU ĐÃ TỔNG QUAN TRONG LUẬN ÁN.....	174

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

ATTT	An toàn thông tin
CĐS	Chuyển đổi số
CQBC	Cơ quan báo chí
NBTH	Nhà báo truyền hình
NLS	Năng lực số
TH	Truyền hình
THVN	Truyền hình Việt Nam

PHỤ LỤC 1
KHẢO SÁT NĂNG LỰC SỐ CỦA NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH TRONG BỐI CẢNH
CHUYỂN ĐỔI SỐ BÁO CHÍ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

PHẦN A. THÔNG TIN NHÂN KHẨU HỌC VỀ NGƯỜI TRẢ LỜI

A1. Xin cho biết năm sinh của anh/ chị (Ghi cụ thể 4 chữ số, ví dụ: 1986):.....

A2. Giới tính của anh/ chị là gì?

1. Nam 2. Nữ 3. Khác

A3. Trình độ học vấn mà anh/ chị đã đạt được?

1. Đại học 2. Sau Đại học 3. Khác (ghi rõ thông tin):

A4. Chức danh/ vị trí công việc của anh/ chị là gì?

1. Phóng viên
2. Biên tập viên
3. Dẫn chương trình
4. Quay phim/ Đạo diễn
5. Biên tập viên số, phụ trách mạng xã hội
6. Khác (ghi rõ thông tin):

A5. Anh/ chị đang công tác tại đơn vị nào?

1. Đài Truyền hình Việt Nam
2. Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội
3. Báo và Phát thanh – Truyền hình Đà Nẵng
4
5. Đài Phát thanh và Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh
6. Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại Thành phố Hồ Chí Minh
 ền hình Việt Nam khu vực Miền Trung - Tây Nguyên.

A6. Anh/ chị đã có bao nhiêu năm kinh nghiệm trong nghề (ghi cụ thể năm tròn, 1 năm trở xuống ghi số 1):.....

A7. Đơn vị của anh/chị có những nền tảng số nào? (Đánh dấu vào tất cả các nền tảng nếu có)

1. Website chính thức
2. Facebook Fanpage
3. YouTube Channel
4. TikTok
5. Zalo/Official Account
6. Instagram
7. Podcast (Spotify, Apple Podcast...)
8. Ứng dụng di động riêng của đơn vị
9. Khác (ghi rõ thông tin):.....

A8. Nếu đơn vị của anh/ chị có cả nội dung truyền thống (truyền hình) và nội dung số trực tuyến, anh/chị sản xuất loại nội dung nào nhiều hơn?

1. Tôi chỉ sản xuất nội dung truyền hình truyền thống
2. Tôi chỉ sản xuất nội dung số
3. Tôi sản xuất cả hai, nhưng thiên về truyền thống
4. Tôi sản xuất cả hai, nhưng thiên về số
5. Tôi sản xuất truyền thống và số như nhau
6. Tôi không trực tiếp sản xuất nội dung
7. Khác (ghi rõ):.....

PHẦN B. ĐÁNH GIÁ VỀ NĂNG LỰC SỐ CỦA NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH

Các câu hỏi sau đây nhằm đánh giá các năng lực số của nhà báo truyền hình. Anh/ chị vui lòng đánh giá theo thang điểm từ 1 đến 5 (yếu - thành thạo), trong đó:

- 1 - Rất yếu: Gần như chưa thực hiện được nội dung này, hầu như chưa biết cách vận dụng trong công việc.
- 2 - Yếu: Mới thực hiện được một phần rất cơ bản, chỉ vận dụng được ở mức độ đơn giản, cần nhiều hỗ trợ khi gặp công việc khó.
- 3 - Trung bình: Thực hiện được cơ bản và có thể vận dụng độc lập trong những công việc quen thuộc.
- 4 - Khá: Thực hiện vững và có thể vận dụng hiệu quả trong những công việc đa dạng, bao gồm cả những trường hợp phức tạp.
- 5 - Tốt: Thực hiện sâu, vận dụng tốt cả trong những tình huống phức tạp và có thể chia sẻ, hướng dẫn hoặc hỗ trợ người khác về công việc này.

B9. Anh/ chị đánh giá về năng lực Thông tin và Dữ liệu của mình như thế nào trong các nội dung sau?

	Rất yếu	Yếu	Trung bình	Khá	Tốt
1. Tìm kiếm thông tin trực tuyến (Google, CSDL chuyên ngành...)	1	2	3	4	5
2. Dùng bộ lọc tìm kiếm nâng cao để thu thập tư liệu	1	2	3	4	5
3. Khai thác mạng xã hội (Facebook, TikTok, YouTube...) tìm đề tài	1	2	3	4	5
4. Thiết lập cảnh báo tin tức theo chủ đề phụ trách	1	2	3	4	5
5. Phân biệt, phát hiện và xác minh tin giả, deepfake, thông tin sai lệch	1	2	3	4	5
6. Sử dụng công cụ kiểm chứng (InVID, Google Lens, FactCheck ...) đánh giá tính xác thực của thông tin	1	2	3	4	5
7. Đánh giá độ tin cậy của nguồn tin, nhân vật, clip gửi về	1	2	3	4	5
8. Quản lý, lưu trữ tư liệu video, âm thanh, hình ảnh trên nền tảng số	1	2	3	4	5
9. Tổ chức kho dữ liệu chương trình, phóng sự, khoa học, dễ truy xuất	1	2	3	4	5
10. Ứng dụng báo chí dữ liệu trong sản xuất nội dung truyền hình	1	2	3	4	5

B10. Anh/ chị đánh giá về năng lực Giao tiếp và hợp tác của mình như thế nào trong các nội dung sau?

	Rất yếu	Yếu	Trung bình	Khá	Tốt
1. Trao đổi, phân công sản xuất qua nhóm trực tuyến (Zalo, Slack...)	1	2	3	4	5
2. Sử dụng đa dạng các công cụ giao tiếp số để giao tiếp trực tuyến với đồng nghiệp qua nền tảng số	1	2	3	4	5
3. Tổ chức livestream, talkshow trực tuyến với khách mời và khán giả	1	2	3	4	5
4. Hiểu biết và sử dụng, quản lý fanpage hoặc kênh YouTube/TikTok chương trình	1	2	3	4	5
5. Phân tích phản hồi khán giả bằng các công cụ (Meta Suite, Analytics...)	1	2	3	4	5
6	1	2	3	4	5
7. Điều chỉnh phong cách dẫn, ngôn ngữ phù hợp từng nền tảng	1	2	3	4	5
8. Ứng xử và xử lý khủng hoảng truyền thông trên kênh số	1	2	3	4	5
9. Xây dựng thương hiệu cá nhân gắn với uy tín đơn vị truyền hình	1	2	3	4	5
10. Nhận thức và tuân thủ đạo đức và quy tắc khi giao tiếp trên mạng	1	2	3	4	5

B11. Anh/ chị đánh giá về năng lực Sáng tạo nội dung số của mình như thế nào trong các nội dung sau?

	Rất yếu	Yếu	Trung bình	Khá	Tốt
1. Sử dụng điện thoại, các thiết bị ghi hình để sản xuất các tác phẩm, quay tin, phóng sự	1	2	3	4	5
2. Dựng video, âm thanh trên phần mềm chuyên dụng (Premiere, Audition...)	1	2	3	4	5
3 . Sử dụng các công cụ thiết kế thông tin đồ họa, trực quan hóa thông tin	1	2	3	4	5
4. Livestream hoặc tường thuật, dẫn hiện trường trực tiếp bằng thiết bị di động	1	2	3	4	5
5. Biên tập, phân phối nội dung cho nhiều nền tảng (TV, MXH, web)	1	2	3	4	5
6. Tối ưu hóa nội dung video cho thuật toán nền tảng (YouTube, TikTok...)	1	2	3	4	5
7. Sáng tạo nội dung đa phương tiện (văn bản, ảnh, audio, video, đồ họa)	1	2	3	4	5
8. Hiểu và tuân thủ bản quyền khi sử dụng tư liệu số (ảnh, video, nhạc)	1	2	3	4	5
9. Bảo vệ sản phẩm số (đóng watermark, lưu trữ metadata, quản lý bản quyền)	1	2	3	4	5
10. Ứng dụng công nghệ mới (AI, AR, VR, Big Data) trong sản xuất truyền hình	1	2	3	4	5

B12. Anh/ chị đánh giá về năng lực An toàn của mình như thế nào trong các nội dung sau?

	Rất yếu	Yếu	Trung bình	Khá	Tốt
1. Cài đặt và sử dụng các phần mềm bảo mật (diệt virus, tường lửa) và mã hóa dữ liệu trên các thiết bị tác nghiệp (máy tính, điện thoại)	1	2	3	4	5
2. Nhận diện và phòng tránh được các email, tin nhắn có dấu hiệu lừa đảo (phishing) hoặc chứa mã độc để tránh bị đánh cắp tài khoản hoặc thông tin	1	2	3	4	5
3. Nhận diện và ứng phó với sự cố an ninh mạng (xâm nhập, rò rỉ dữ liệu, phát sóng sai)	1	2	3	4	5
4. Bảo mật hệ thống lưu trữ tin, phóng sự, video trên máy chủ nội bộ	1	2	3	4	5
5. Thiết lập quyền truy cập an toàn cho dữ liệu hình ảnh và âm thanh	1	2	3	4	5
6. Bảo vệ quyền riêng tư, danh tính và an toàn cho nhân vật, nguồn tin lên hình	1	2	3	4	5

7. Nhận diện và có chiến lược ứng phó với các hành vi bắt nạt, quấy rối trên mạng (cyberbullying, trolling).	1	2	3	4	5
8. Chủ động cân bằng thời gian sử dụng thiết bị số để bảo vệ sức khỏe thể chất và tinh thần, tránh căng thẳng và kiệt sức do công nghệ.	1	2	3	4	5
9. Nhận thức được tác động của việc sử dụng công nghệ số tới môi trường.	1	2	3	4	5
10. Chủ động trong việc hạn chế đổi mới thiết bị điện tử liên tục và thúc đẩy tái sử dụng, tái chế các thiết bị số để bảo vệ môi trường và đóng góp vào phát triển bền vững	1	2	3	4	5

B13. Anh/ chị đánh giá về năng lực Giải quyết vấn đề của mình như thế nào trong các nội dung sau?

	Rất yếu	Yếu	Trung bình	Khá	Tốt
1. Khắc phục sự cố kỹ thuật (thiết bị quay, phần mềm dựng, kết nối)	1	2	3	4	5
2. Tìm hướng dẫn trực tuyến (Google, YouTube) khi gặp lỗi kỹ thuật	1	2	3	4	5
3. Xác định, cài đặt và sử dụng phần mềm phù hợp cho từng nhiệm vụ tác nghiệp	1	2	3	4	5
4. Tùy chỉnh công cụ/dựng hình để tối ưu quy trình sản xuất tin	1	2	3	4	5
5. Thử nghiệm, ứng dụng các công nghệ mới hoặc công cụ số (AI, VR, AR ...) để sáng tạo nội dung truyền hình mới	1	2	3	4	5
6. Dùng công nghệ hỗ trợ gỡ băng, dịch, tạo subtitle, voice-over	1	2	3	4	5
7. Tự đánh giá hạn chế và nhu cầu phát triển năng lực số của mình	1	2	3	4	5
8. Tham gia khóa học, hội thảo để nâng cao kỹ năng công nghệ	1	2	3	4	5
9. Cập nhật xu hướng công nghệ, chính sách và tiêu chuẩn nghề mới	1	2	3	4	5
10. Hướng dẫn đồng nghiệp khai thác công cụ số mình thành thạo	1	2	3	4	5

B14. Nhóm năng lực số nào anh/ chị còn thiếu mà anh chị muốn cải thiện thông qua đào tạo chuyên nghiệp? (Hãy chọn 1 phương án thiếu nhất mà anh chị muốn cải thiện)

1. Năng lực thông tin và dữ liệu số
2. Năng lực giao tiếp trên môi trường số
3. Năng lực sáng tạo nội dung số
4. Năng lực an toàn trên môi trường số
5. Năng lực giải quyết vấn đề

B15. Theo anh/chị, các nhóm năng lực số quan trọng đến mức nào đối với công việc hiện tại của mình?

Năng lực số	1. Rất không quan trọng	2. Phần lớn không quan trọng	3. Trung bình	4. Phần lớn quan trọng	5. Rất quan trọng
1. Năng lực thông tin và dữ liệu số	1	2	3	4	5
2. Năng lực giao tiếp trên môi trường số	1	2	3	4	5
3. Năng lực sáng tạo nội dung số	1	2	3	4	5
4. Năng lực an toàn trên môi trường số	1	2	3	4	5
5. Năng lực giải quyết vấn đề	1	2	3	4	5

PHẦN C. HÀNH VI ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ CỦA NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH

C16. Khi có một công nghệ hoặc kỹ năng làm báo mới, anh/chị thường áp dụng ở mức nào? (Chọn 1 phương án phù hợp nhất)

1. Người đầu tiên áp dụng
2. Áp dụng sớm hơn đồng nghiệp
3. Áp dụng cùng lúc đa số
4. Áp dụng sau đa số
5. Chỉ áp dụng khi bắt buộc

C17. Khi có công nghệ hoặc kỹ năng làm báo mới, anh/chị thường làm gì? (Chọn 1 phương án phù hợp nhất)

1. Không quan tâm, không tìm hiểu
2. Thỉnh thoảng mới tìm hiểu
3. Chỉ tìm hiểu khi đồng nghiệp nhắc
4. Chủ động tìm hiểu khi cần cho công việc
5. Luôn chủ động tìm hiểu ngay khi có

C18. Khi quyết định áp dụng công nghệ hoặc kỹ năng làm truyền hình mới, anh/chị thường làm gì? (Chọn 1 phương án phù hợp nhất)

1. Không bao giờ áp dụng
2. Chỉ áp dụng khi bị bắt buộc
3. Xem xét nhưng ít khi áp dụng
4. Áp dụng khi thấy có lợi cho công việc
5. Luôn sẵn sàng áp dụng nếu có lợi

C19. Mức độ anh/chị đưa công nghệ hoặc kỹ năng làm truyền hình mới vào công việc hàng ngày như thế nào? (Chọn 1 phương án phù hợp nhất)

1. Không bao giờ sử dụng
2. Rất ít khi sử dụng
3. Sử dụng thỉnh thoảng
4. Sử dụng thường xuyên
5. Sử dụng liên tục, là thói quen công việc

C20. Sau khi đã thành thạo công nghệ hoặc kỹ năng truyền hình mới, anh/chị thường làm gì? (Chọn 1 phương án phù hợp nhất)

1. Ngừng sử dụng vì thấy không cần
2. Chỉ dùng khi bắt buộc
3. Dùng không thường xuyên
4. Vẫn duy trì sử dụng trong công việc
5. Tiếp tục duy trì và còn phát triển thêm

Phần D. ĐỘNG LỰC VÀ RÀO CẢN VỀ NĂNG LỰC SỐ CỦA NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH

D21. Động lực chính của anh/ chị để nâng cao năng lực số của mình là gì? (Chọn 1 động lực lớn nhất với cá nhân anh chị)

1. Tôi nhận thức được sự cần thiết của năng lực số với nghề báo ngày nay
2. Giúp tôi làm việc tốt hơn và hiệu quả hơn
3. Tăng cơ hội thăng tiến nghề nghiệp
4. Do yêu cầu của lãnh đạo hoặc cơ quan
5. Giúp tôi tự tin hơn về bản thân và nghề nghiệp
6. Khác (ghi rõ thông tin):

D22. Điều gì cản trở anh/ chị nâng cao kiến thức và năng lực số của mình nhất? (Chọn 1 rào cản lớn nhất với cá nhân anh chị)

1. Không có rào cản nào đáng kể
2. Môi trường làm việc lạc hậu, thiếu công nghệ hỗ trợ
3. Kỹ năng số chưa phù hợp với công việc hiện tại
4. Thiếu thời gian do áp lực, quá tải công việc
5. Không thích ứng với sự thay đổi của nghề báo trong CDS
6. Đào tạo hạn chế (chi phí cao, khó tiếp cận khóa học, ít cơ hội học tập)

7. Công nghệ thay đổi quá nhanh, kiến thức nhanh chóng lỗi thời
8. Tập trung quá nhiều vào kỹ thuật, chưa chú trọng chất lượng nội dung
9. Thiếu động lực cá nhân (chưa thấy lợi ích rõ ràng, chưa ưu tiên phát triển)
10. Khác (ghi rõ):

Phần E. YẾU TỐ TỔ CHỨC VÀ MÔI TRƯỜNG

E23. Anh/chị đánh giá như thế nào về các khía cạnh sau trong năng lực và hành vi kỹ thuật số của bản thân

	Hoàn toàn không đồng ý	Phần lớn không đồng ý	Phân vân	Phần lớn đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1. Tôi quen với thay đổi công nghệ trong sản xuất nội dung	1	2	3	4	5
2. Tôi quen với thay đổi trong hành vi công chúng số	1	2	3	4	5
3. Tôi hiểu tác động của mạng xã hội đến báo chí	1	2	3	4	5
4. Tôi hiểu thay đổi trong mô hình kinh doanh truyền thông	1	2	3	4	5
5. Tôi tuân thủ quy tắc đạo đức khi dùng Internet	1	2	3	4	5
6. Tôi nhận diện rủi ro bảo mật trên môi trường số	1	2	3	4	5
7. Tôi biết cách xử lý khi thiết bị gặp sự cố	1	2	3	4	5
8. Tôi sử dụng công cụ bảo vệ giao tiếp trực tuyến	1	2	3	4	5
9. Tôi bảo vệ thông tin cá nhân và quyền riêng tư	1	2	3	4	5
10. Tôi tôn trọng bản quyền khi dùng nội dung trên Internet	1	2	3	4	5

E24. Anh/chị đánh giá về mức độ đồng ý với cảm nhận về khuyến khích đổi mới, sáng tạo tại môi trường làm việc ở cơ quan/đài truyền hình của mình như thế nào?

	Hoàn toàn không đồng ý	Phần lớn không đồng ý	Phân vân	Phần lớn đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1. Tôi được tự do đề xuất và thực hiện ý tưởng mới	1	2	3	4	5
2. Lãnh đạo khuyến khích và ủng hộ sáng kiến của nhân viên	1	2	3	4	5
3. Đơn vị có chương trình/hoạt động khuyến khích sáng tạo, đổi mới	1	2	3	4	5
4. Tôi thoải mái chia sẻ ý tưởng mới với đồng nghiệp và lãnh đạo	1	2	3	4	5
5. Tôi được tạo điều kiện học kỹ năng mới	1	2	3	4	5
6. Tôi được khuyến khích thử nghiệm phương pháp làm việc mới	1	2	3	4	5
7. Đơn vị đánh giá cao và ghi nhận đóng góp sáng tạo của nhân viên	1	2	3	4	5

8. Tôi được tôn trọng và lắng nghe khi đề xuất ý kiến cải tiến	1	2	3	4	5
9. Môi trường làm việc năng động, sáng tạo, đổi mới	1	2	3	4	5

E25. Anh/chị đánh giá về mức độ hỗ trợ phát triển năng lực số tại đơn vị mình như thế nào?

	Hoàn toàn không đồng ý	Phần lớn không đồng ý	Phân vân	Phần lớn đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1. Tôi được cung cấp đầy đủ công cụ, phần mềm cần thiết	1	2	3	4	5
2. Đơn vị có chính sách khuyến khích sử dụng công nghệ mới	1	2	3	4	5
3. Tôi tham gia các buổi chia sẻ, trao đổi năng lực số với đồng nghiệp	1	2	3	4	5
4. Tôi dễ dàng tiếp cận tài liệu, video đào tạo về năng lực năng số	1	2	3	4	5
5. Lãnh đạo khuyến khích và tạo điều kiện nâng cao năng lực số	1	2	3	4	5
6. Tôi được hỗ trợ kịp thời khi gặp khó khăn về công nghệ số	1	2	3	4	5
7. Đơn vị có đội ngũ hỗ trợ kỹ thuật chuyên nghiệp	1	2	3	4	5
8. Tôi được khuyến khích tham gia hội thảo, khóa học bên ngoài	1	2	3	4	5
9. Đơn vị có hệ thống đánh giá năng lực số công bằng, minh bạch	1	2	3	4	5

Phần F. NHẬN THỨC VỀ MÔI TRƯỜNG SỐ VÀ CHẤT LƯỢNG NỘI DUNG

F26. Về môi trường làm việc, anh/ chị nhận định như thế nào về sự hỗ trợ phát triển năng lực số tại đơn vị?

	Hoàn toàn không đồng ý	Phần lớn không đồng ý	Phân vân	Phần lớn đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1. Có chính sách rõ ràng về nâng cao năng lực số	1	2	3	4	5
2. Có hệ thống đánh giá minh bạch, gắn với khen thưởng và phát triển	1	2	3	4	5
3. Được cung cấp công cụ, phần mềm bản quyền phục vụ công việc	1	2	3	4	5
4. Được tạo điều kiện thử nghiệm công nghệ, phương pháp mới	1	2	3	4	5
5. Có đội ngũ hỗ trợ kỹ thuật chuyên nghiệp	1	2	3	4	5
6. Thường xuyên có đào tạo, tập huấn nội bộ về năng lực số	1	2	3	4	5
7. Được hỗ trợ thời gian/tài chính tham gia học tập bên ngoài	1	2	3	4	5
8. Lãnh đạo tiên phong và động viên áp dụng công nghệ mới	1	2	3	4	5
9. Môi trường cởi mở, đồng nghiệp sẵn sàng chia sẻ và hỗ trợ	1	2	3	4	5

F27. Anh/chị đánh giá về chính sách hỗ trợ phát triển năng lực số tại cơ quan mình như thế nào?

	Hoàn toàn không đồng ý	Phần lớn không đồng ý	Phân vân	Phần lớn đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
Nội dung đánh giá	1	2	3	4	5
1. Có văn bản chính thức về nâng cao năng lực số	1	2	3	4	5
2. Tôi được tiếp cận đủ thông tin chính sách năng lực số	1	2	3	4	5
3. Cơ quan tổ chức tập huấn, đào tạo kỹ năng số	1	2	3	4	5
4. Khuyến khích tham gia khóa học, hội thảo công nghệ số	1	2	3	4	5
5. Tạo điều kiện thử nghiệm, ứng dụng công nghệ mới trong công việc	1	2	3	4	5
6. Có hỗ trợ tài chính cho học tập, thiết bị, phần mềm	1	2	3	4	5
7. Có hệ thống đánh giá năng lực số minh bạch, rõ ràng	1	2	3	4	5
8. Chính sách tạo sự công nhận, động viên từ lãnh đạo	1	2	3	4	5
9. Chính sách hỗ trợ giúp tôi cải thiện năng lực số	1	2	3	4	5

F28. Anh/chị đánh giá về tác động thực tế của các chính sách hỗ trợ phát triển năng lực số tại cơ quan mình như thế nào?

	Hoàn toàn không đồng ý	Phần lớn không đồng ý	Phân vân	Phần lớn đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
Nội dung đánh giá	1	2	3	4	5
1. Tôi dễ dàng tiếp cận công nghệ mới nhờ chính sách hỗ trợ	1	2	3	4	5
2. Tôi được đào tạo bài bản hơn về kỹ năng số	1	2	3	4	5
3. Tôi tự tin hơn khi sử dụng công nghệ số trong công việc	1	2	3	4	5
4. Chính sách khuyến khích tôi sáng tạo và thử nghiệm cách làm mới	1	2	3	4	5
5. Công việc của tôi hiệu quả hơn nhờ ứng dụng công nghệ số	1	2	3	4	5
6. Tôi làm việc trong môi trường thuận lợi ứng dụng công nghệ số	1	2	3	4	5
7. Tôi giải quyết vấn đề công nghệ nhanh chóng và hiệu quả hơn	1	2	3	4	5
8. Chính sách tạo động lực để tôi không ngừng học hỏi kỹ năng số	1	2	3	4	5
9. Tôi cảm thấy tự hào và gắn bó hơn với công việc nhờ chính sách này	1	2	3	4	5

F29. Anh/ chị đã từng tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực số nào?

Khóa học	Đã hoặc đang tham gia	Chưa từng tham gia
1. Kiến thức về trí tuệ nhân tạo (AI)	1	2

2. Kiến thức về thực tế ảo (VR) và thực tế tăng cường (AR)	1	2
3. Kiến thức về phân tích dữ liệu lớn (Big Data)	1	2
4. Kỹ năng sử dụng phần mềm biên tập video	1	2
5. Kỹ năng sử dụng phần mềm xử lý ảnh	1	2
6. Kỹ năng làm việc nhóm và cộng tác trong môi trường số	1	2
7. Kỹ năng giao tiếp và tương tác trực tuyến	1	2
8. Kỹ năng quản lý thời gian và công việc	1	2
9. Vấn đề đạo đức và pháp lý trong môi trường số	1	2
10. Chưa tham gia khóa đào tạo, bồi dưỡng nào	1	2

F30. Hình thức đào tạo Anh/ chị đã từng tham gia ở các khóa đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực số?

Hình thức đào tạo	Đã tham gia	Chưa từng tham gia
1. Đào tạo tại lớp học.	1	2
2. Đào tạo tại hội thảo, workshop.	1	2
3. Đào tạo trực tuyến qua nền tảng học tập.	1	2
4. Đào tạo qua webinar.	1	2
5. Đào tạo kết hợp trực tiếp và trực tuyến.	1	2
6. Tự học có hướng dẫn.	1	2
7. Kèm cặp 1-1.	1	2
8. Học tập dự án.	1	2
9. Học tập trải nghiệm.	1	2

F31. Anh/ chị đã từng tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực số có phương pháp đào tạo như thế nào?

Phương pháp đào tạo	Đã tham gia	Chưa từng tham gia
1. Giảng dạy lý thuyết	1	2
2. Thảo luận nhóm	1	2
3. Bài tập tình huống	1	2
4. Dự án thực tế	1	2
5. Tự học có hướng dẫn	1	2
6. Nghiên cứu tình huống	1	2
7. Thực hành	1	2

8. Video, bài giảng trực tuyến	1	2
9. Diễn đàn trực tuyến	1	2

F32. Anh/ chị đánh giá chất lượng các khóa đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực số như thế nào?

	Hoàn toàn không đồng ý	Phần lớn không đồng ý	Phân vân	Phần lớn đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1. Nội dung khóa học bám sát thực tiễn công việc của tôi	1	2	3	4	5
2. Khóa học cung cấp kiến thức chuyên sâu về công nghệ số	1	2	3	4	5
3. Khóa học giúp tôi cập nhật xu hướng công nghệ mới nhất	1	2	3	4	5
4. Hình thức tổ chức linh hoạt, phù hợp với lịch làm việc của tôi	1	2	3	4	5
5. Giảng viên có kiến thức chuyên môn sâu và kinh nghiệm thực tế	1	2	3	4	5
6. Phương pháp giảng dạy dễ hiểu, thu hút sự tham gia của học viên	1	2	3	4	5
7. Tài liệu học tập đầy đủ, chi tiết và dễ áp dụng	1	2	3	4	5
8. Khóa học giúp tôi nâng cao hiệu quả công việc	1	2	3	4	5
9. Khóa học giúp tôi tự tin hơn trong việc sử dụng công nghệ số.	1	2	3	4	5

F33. Theo anh/chị, đâu là nguồn đào tạo năng lực số phù hợp nhất để bồi dưỡng kỹ năng còn thiếu? (Chọn 1 phương án)

1. Cơ quan, đơn vị nơi tôi đang làm việc
2. Hội Nhà báo Việt Nam
3. Các nhà báo uy tín từ cơ quan lớn
4. Giảng viên, chuyên gia học thuật trong nước
5. Doanh nghiệp/công ty công nghệ thông tin
6. Giảng viên, chuyên gia quốc tế
7. Khác (ghi rõ):

F34. Về xu hướng công nghệ, anh/ chị đánh giá như thế nào về mức độ hiểu biết các xu hướng công nghệ mới?

	Chưa biết	Biết sơ qua	Hiểu cơ bản	Có thể sử dụng	Sử dụng thành thạo
1. Ứng dụng AI trong sản xuất bản tin truyền hình	1	2	3	4	5
2. Sử dụng công cụ tự động hóa trong quy trình dựng tin	1	2	3	4	5
3. Ứng dụng VR/AR trong chương trình truyền hình, phóng sự	1	2	3	4	5

4. Phân tích Big Data để hiểu khán giả truyền hình	1	2	3	4	5
5. Sử dụng mạng xã hội để thu thập, lan tỏa tin truyền hình	1	2	3	4	5
6. Tạo nội dung truyền hình đa phương tiện, có tính tương tác	1	2	3	4	5
7. Tác nghiệp truyền hình bằng thiết bị di động (Mobile Journalism)	1	2	3	4	5
8. Bảo mật dữ liệu, hệ thống trong sản xuất truyền hình	1	2	3	4	5
9. Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong truyền hình số	1	2	3	4	5

F35. Anh/ chị có những đánh giá như thế nào về mức độ xu hướng ứng dụng công nghệ mới vào công việc của nhà báo truyền hình?

	Không bao giờ	Hiếm khi	Thỉnh thoảng	Thường xuyên	Rất thường xuyên
1. Sử dụng AI để hỗ trợ viết tin, kịch bản	1	2	3	4	5
2. Dùng công cụ tự động hóa để biên tập video/audio	1	2	3	4	5
3. Ứng dụng VR/AR trong sản xuất chương trình truyền hình	1	2	3	4	5
4. Phân tích Big Data để hiểu hành vi khán giả	1	2	3	4	5
5. Quản lý và đăng tải nội dung trên mạng xã hội	1	2	3	4	5
6. Dùng công cụ trực tuyến để cộng tác từ xa	1	2	3	4	5
7. Tác nghiệp, sản xuất nội dung bằng thiết bị di động	1	2	3	4	5
8. Áp dụng biện pháp bảo mật dữ liệu, an ninh mạng	1	2	3	4	5
9. Dùng công cụ phân tích dữ liệu đo hiệu quả nội dung	1	2	3	4	5

F36. Về nhận thức cộng đồng, anh/ chị có những đánh giá như thế nào về mức độ quan tâm của công chúng đến nội dung số trong bối cảnh CDS hiện này?

	Hoàn toàn không đồng ý	Phần lớn không đồng ý	Phân vân	Phần lớn đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1. Công chúng xem nội dung truyền hình số ngày càng nhiều	1	2	3	4	5
2. Giới trẻ là nhóm xem chính trên nền tảng số	1	2	3	4	5
3. Công chúng thích nội dung tương tác, đa phương tiện	1	2	3	4	5
4. Nhiều người sẵn sàng trả phí cho nội dung chất lượng	1	2	3	4	5
5. Công chúng thường thảo luận, chia sẻ nội dung trên mạng	1	2	3	4	5
6. Công chúng thích nội dung được cá nhân hóa theo sở thích	1	2	3	4	5

7. Công chúng quan tâm đến tính xác thực, độ tin cậy thông tin	1	2	3	4	5
8. Công chúng đánh giá cao nội dung sáng tạo, độc đáo	1	2	3	4	5
9. Công chúng muốn tham gia vào quá trình làm nội dung số	1	2	3	4	5

F37. Anh/chị hài lòng với công việc hiện tại ở mức nào?

	Hoàn toàn không hài lòng	Không hài lòng	Phân vân	Phần lớn hài lòng	Hoàn toàn hài lòng
1. Mức lương và chế độ đãi ngộ phù hợp	1	2	3	4	5
2. Có cơ hội thăng tiến rõ ràng	1	2	3	4	5
3. Môi trường làm việc thân thiện, hỗ trợ	1	2	3	4	5
4. Cấp trên ghi nhận và đánh giá công bằng	1	2	3	4	5
5. Công việc mang lại ý nghĩa và giá trị	1	2	3	4	5
6. Tự hào khi làm việc tại đơn vị	1	2	3	4	5
7. Có cơ hội phát huy năng lực cá nhân	1	2	3	4	5
8. Cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống	1	2	3	4	5
9. Muốn gắn bó lâu dài với cơ quan hiện tại	1	2	3	4	5

F38. Anh/chị cam kết gắn bó với đơn vị hiện tại ở mức nào?

	Hoàn toàn không hài lòng	Phần lớn không hài lòng	Phân vân	Phần lớn hài lòng	Hoàn toàn hài lòng
1. Tôi tự hào khi làm việc tại đơn vị	1	2	3	4	5
2. Tôi thấy mình là phần quan trọng của đơn vị	1	2	3	4	5
3. Tôi luôn sẵn sàng đóng góp cho đơn vị	1	2	3	4	5
4. Tôi có quan hệ tốt với đồng nghiệp, lãnh đạo	1	2	3	4	5
5. Tôi tin tưởng vào tầm nhìn, sứ mệnh của đơn vị	1	2	3	4	5
6. Công việc của tôi được ghi nhận, đánh giá công bằng	1	2	3	4	5
7. Tôi luôn sẵn sàng học hỏi và phát triển	1	2	3	4	5
8. Tôi khuyến khích người khác theo dõi chương trình của đơn vị	1	2	3	4	5
9. Tôi giới thiệu đơn vị là nơi làm việc tốt	1	2	3	4	5

F39. Anh/chị hứng thú với công nghệ mới ở mức nào?

	Hoàn toàn không đồng ý	Phần lớn không đồng ý	Phân vân	Phần lớn đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1. Tôi thích tìm hiểu công nghệ mới	1	2	3	4	5
2. Tôi thường xuyên xem tin, video về công nghệ	1	2	3	4	5
3. Tôi tham gia nhóm, diễn đàn về công nghệ	1	2	3	4	5
4. Tôi thích thử nghiệm ứng dụng, phần mềm mới	1	2	3	4	5
5. Tôi sẵn sàng học cách dùng công nghệ mới	1	2	3	4	5
6. Tôi thấy công nghệ mới là thử thách thú vị	1	2	3	4	5
7. Tôi tin công nghệ giúp tăng hiệu quả công việc	1	2	3	4	5
8. Tôi thấy công việc thú vị hơn nhờ công nghệ	1	2	3	4	5
9. Tôi luôn tìm cơ hội học hỏi, áp dụng công nghệ	1	2	3	4	5

F40. Anh/chị tự tin ở mức nào khi sử dụng công nghệ trong công việc?

	Hoàn toàn không tự tin	Phần lớn không tự tin	Trung bình	Phần lớn tự tin	Hoàn toàn tự tin
1. Sử dụng thiết bị công nghệ phục vụ tác nghiệp	1	2	3	4	5
2. Sử dụng phần mềm biên tập video, âm thanh	1	2	3	4	5
3. Thiết kế đồ họa, trình bày nội dung trực quan	1	2	3	4	5
4. Dùng mạng xã hội để tương tác khán giả	1	2	3	4	5
5. Phân tích dữ liệu để đánh giá hiệu quả công việc	1	2	3	4	5
6. Tìm kiếm và xác minh thông tin trực tuyến	1	2	3	4	5
7. Bảo vệ thông tin cá nhân, dữ liệu số an toàn	1	2	3	4	5
8. Giải quyết sự cố kỹ thuật cơ bản	1	2	3	4	5
9. Học và áp dụng công nghệ mới vào công việc	1	2	3	4	5

F41. Anh/chị đồng ý ở mức nào với các nhận định sau về mức độ hỗ trợ của chính sách, cơ chế của Đảng và Nhà nước đối với CDS báo chí?

	Hoàn toàn không đồng ý	Phần lớn không đồng ý	Phân vân	Phần lớn đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
A. Hỗ trợ về tài chính					
1. Đơn vị tôi nhận được kinh phí đầu tư công nghệ số	1	2	3	4	5
2. Chính sách tài chính giúp giảm chi phí CDS	1	2	3	4	5
3. Tôi hài lòng với mức hỗ trợ tài chính hiện nay	1	2	3	4	5
B. Hỗ trợ về chính sách và cơ chế					
4. Chính sách hiện hành tạo môi trường pháp lý thuận lợi	1	2	3	4	5
5. Quy định về báo chí số đã đơn giản và rõ ràng hơn	1	2	3	4	5
6. Chính sách đủ mạnh để hỗ trợ CDS báo chí	1	2	3	4	5
C. Hỗ trợ về đào tạo và tư vấn					
7. Đơn vị tôi được tham gia các khóa đào tạo về số	1	2	3	4	5
8. Các khóa đào tạo giúp tôi có đủ kỹ năng số cần thiết	1	2	3	4	5
9. Tôi được tư vấn, hướng dẫn trong quá trình CDS	1	2	3	4	5

F42. Anh/chị đồng ý ở mức nào với các nhận định sau về quy định pháp luật trong báo chí số?

	Hoàn toàn không đồng ý	Phần lớn không đồng ý	Phân vân	Phần lớn đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1. Quy định pháp luật hiện hành về báo chí số đầy đủ	1	2	3	4	5
2. Quy định pháp luật bao quát các hoạt động báo chí số	1	2	3	4	5
3. Tôi dễ dàng tìm thấy quy định liên quan công việc	1	2	3	4	5
4. Tôi tự tin vì hiểu rõ các quy định pháp luật số	1	2	3	4	5
5. Quy định pháp luật trình bày rõ ràng, dễ hiểu	1	2	3	4	5
6. Tôi dễ giải thích quy định pháp luật cho đồng nghiệp	1	2	3	4	5
7. Quy định cần được diễn đạt đơn giản, dễ hiểu hơn	1	2	3	4	5
8. Quy định được cập nhật phù hợp với thực tiễn công nghệ	1	2	3	4	5
9. Quy định được điều chỉnh thường xuyên theo môi trường số	1	2	3	4	5
10. Quy định pháp luật phù hợp với hoạt động truyền hình Việt Nam	1	2	3	4	5

CẢM ƠN ANH, CHỊ ĐÃ HỢP TÁC!

PHỤ LỤC 2: KẾT QUẢ KHẢO SÁT

PHẦN A. THÔNG TIN NHÂN KHẨU HỌC VỀ NGƯỜI TRẢ LỜI

Bảng A1. Độ tuổi

Độ tuổi	Số lượng	%
Từ 25 - 34 tuổi	158	30,6
Từ 35 - 42 tuổi	188	36,4
Trên 43 tuổi	171	33

Bảng A1.1. Tương quan giữa độ tuổi và năng lực của nhà báo truyền hình trong mẫu khảo sát

			Độ tuổi			Tổng
			<=34	35 - 42	=>43	
Mức độ 5 miền năng lực số	Rất yếu	Số lượng	0	1	0	1
		%	.0%	.5%	.0%	2%
	Yếu	Số lượng	1	5	13	19
		%	.6%	2.7%	7.6%	3.7%
	Trung bình	Số lượng	15	42	63	120
		%	9.5%	22.3%	36.8%	23.2%
	Khá	Số lượng	109	98	65	272
		%	69.0%	52.1%	38.0%	52.6%
	Tốt	Số lượng	33	42	30	105
		%	20.9%	22.3%	17.5%	20.3%
Tổng		Số lượng	158	188	171	517
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Bảng A2. Giới tính

Giới tính	Số lượng	%
Nam	240	46,4
Nữ	277	53,6

Bảng A2.1. Tương quan giữa giới tính và năng lực của nhà báo truyền hình trong mẫu khảo sát

			Giới tính		Tổng
			Nam	Nữ	
Mức độ 5 miền năng lực số	Rất yếu	Số lượng	1	0	1
		%	.4%	.0%	.2%
	Yếu	Số lượng	9	10	19
		%	3.8%	3.6%	3.7%
	Trung bình	Số lượng	51	69	120
		%	21.3%	24.9%	23.2%
	Khá	Số lượng	114	158	272
		%	47.5%	57.0%	52.6%
	Tốt	Số lượng	65	40	105
		%	27.1%	14.4%	20.3%
Tổng		Số lượng	240	277	517
		%	100.0%	100.0%	100.0%

Bảng A3. Trình độ học vấn

Trình độ học vấn	Số lượng	%
Đại học	391	77
Sau Đại học	117	23

Bảng A4. Chức danh/ vị trí công việc

Vị trí công việc	Số lượng	%
Phóng viên	155	30
Biên tập viên	239	46,2
Các chức danh khác	123	23,8

Bảng A4.1. Tương quan giữa vị trí công việc và năng lực của nhà báo truyền hình trong mẫu khảo sát

			Vị trí công việc			Tổng
			Phóng viên	Biên tập viên	Vị trí khác	
Mức độ 5 miền năng lực số	Rất yếu	Số lượng	0	0	1	1
		%	.0%	.0%	.8%	.2%
	Yếu	Số lượng	8	10	1	19
		%	5.2%	4.2%	.8%	3.7%
	Trung bình	Số lượng	41	57	22	120
		%	26.5%	23.8%	17.9%	23.2%
	Khá	Số lượng	78	118	76	272
		%	50.3%	49.4%	61.8%	52.6%
	Tốt	Số lượng	28	54	23	105
		%	18.1%	22.6%	18.7%	20.3%
Tổng		Số lượng	155	239	123	517
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Bảng A5. Đơn vị công tác

Đơn vị công tác	Số lượng	%
(ĐV1) Đài Truyền hình Việt Nam	104	20,1
(ĐV2) Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội	85	16,4
(ĐV3) Báo và Phát thanh – Truyền hình Đà Nẵng	80	15,5
(	80	15,5
(ĐV5) Đài Phát thanh và Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh	88	17,0
(ĐV6) Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại Thành phố Hồ Chí Minh	80	15,5

Bảng A5.1. Đánh giá năng lực số theo đơn vị công tác của các nhà báo truyền hình

Đơn vị công tác	Điểm NLS TB	Điểm TB năng lực Thông tin và Dữ liệu	Điểm TB năng lực Giao tiếp và Hợp tác	Điểm TB năng lực Sáng tạo nội dung số	Điểm TB năng lực An toàn	Điểm TB năng lực Giải quyết vấn đề
(ĐV1) Đài Truyền hình Việt Nam	3,66	3,69	3,73	3,75	3,57	3,57
(ĐV2) Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội	3,63	3,81	3,73	3,65	3,60	3,36
(ĐV3) Báo và Phát thanh – Truyền hình Đà Nẵng	3,50	3,67	3,55	3,41	3,44	3,43
(ĐV4) Trung tâm Truyền hình Việt Nam khu vực ề	2,94	3,15	2,97	2,97	2,84	2,79
(ĐV5) Đài Phát thanh và Truyền hình TPHCM	3,72	3,81	3,70	3,69	3,75	3,63
(ĐV6) Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại TPHCM	2,99	3,11	2,99	2,97	2,94	2,93
Tổng điểm NLS TB		3.55	3.46	3.43	3.37	3.30

Bảng A6. Thâm niên nghề nghiệp

Thâm niên nghề nghiệp	Số lượng	%
Dưới 11 năm	157	30,4
Từ 11 - 20 năm	188	26,4
Trên 20 năm	172	33,2
Dưới 11 năm	157	30,4

Bảng A6.1. Tương quan giữa thâm niên nghề nghiệp và năng lực số của nhà báo truyền hình trong mẫu khảo sát

			Thâm niên nghề nghiệp (năm)			Tổng
			<=10	11 - 19	=>20	
Mức độ 5 miền năng lực số	Rất yếu	Số lượng	1	0	0	1
		%	.6%	.0%	.0%	.2%
	Yếu	Số lượng	1	6	12	19
		%	.6%	3.2%	7.0%	3.7%
	Trung bình	Số lượng	19	34	67	120
		%	12.1%	18.1%	39.0%	23.2%

	Khá	Số lượng	97	104	71	272
		%	61.8%	55.3%	41.3%	52.6%
	Tốt	Số lượng	39	44	22	105
		%	24.8%	23.4%	12.8%	20.3%
Tổng		Số lượng	157	188	172	517
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Bảng A7. Nền tảng số của các đơn vị

Nền tảng số	Đài THVN	Đài PT&TH Hà Nội	Báo và PT-TH Đà Nẵng	TT THVN KV miền Trung - Tây Nguyên	Đài PT&TH TPHCM	TT THVN tại TPHCM
Website chính thức	X	X	X	X	X	X
Facebook Fanpage	X	X	X	X	X	X
YouTube Channel	X	X	X	X	X	X
TikTok	X	X	X	X	X	X
Zalo/Official Account						
Instagram						
Podcast (Spotify, Apple Podcast...)		X				
Ứng dụng di động riêng của đơn vị	X	X	X	X	X	X

Bảng A8. Thực trạng sản xuất nội dung truyền hình truyền thống và nội dung số của nhà báo truyền hình

Thực trạng sản xuất	Số lượng	%
1. Tôi chỉ sản xuất nội dung truyền hình truyền thống	120	23,2
2. Tôi chỉ sản xuất nội dung số	14	2,7
3. Tôi sản xuất cả hai, nhưng thiên về truyền thống	202	39,1
4. Tôi sản xuất cả hai, nhưng thiên về số	56	10,8
5. Tôi sản xuất truyền thống và số như nhau	103	19,9
6. Tôi không trực tiếp sản xuất nội dung	22	4,3

PHẦN B. ĐÁNH GIÁ VỀ NĂNG LỰC SỐ CỦA NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH

Bảng B9. Đánh giá về năng lực Thông tin và Dữ liệu của nhà báo truyền hình

Nội dung đánh giá	ĐV1	ĐV2	ĐV3	ĐV4	ĐV5	ĐV6	Điểm TB
Tìm kiếm thông tin trực tuyến (Google, CSDL chuyên ngành...)	4.17	4.20	3.98	3.87	3.94	3.54	3.96
Khai thác mạng xã hội (Facebook, TikTok, YouTube...) tìm đề tài	4.03	4.05	3.96	3.49	3.83	3.40	3.81
Đánh giá độ tin cậy của nguồn tin, nhân vật, clip gửi về	3.86	3.93	3.75	3.53	3.90	3.26	3.72
Dùng bộ lọc tìm kiếm nâng cao để thu thập tư liệu	3.84	3.81	3.85	3.3	3.86	3.15	3.65
Quản lý, lưu trữ tư liệu video, âm thanh, hình ảnh trên nền tảng số	3.73	3.89	3.61	3.2	3.84	3.13	3.58
Phân biệt, phát hiện và xác minh tin giả, deepfake, thông tin sai lệch	3.68	3.85	3.56	3.01	3.92	2.93	3.51
Ứng dụng báo chí dữ liệu trong sản xuất nội dung truyền hình	3.57	3.84	3.65	2.72	3.72	3.15	3.45
Tổ chức kho dữ liệu chương trình, phóng sự khoa học, dễ truy xuất	3.38	3.86	3.66	2.99	3.73	2.95	3.44
Thiết lập cảnh báo tin tức theo chủ đề phụ trách	3.47	3.39	3.33	2.87	3.70	2.83	3.28
Sử dụng công cụ kiểm chứng (InVID, Google Lens, FactCheck ...) cho tư liệu truyền hình	3.13	3.25	3.39	2.46	3.70	2.81	3.14
Điểm TB	3.69	3.81	3.67	3.15	3.81	3.11	3.55

Bảng B10. Đánh giá về năng lực Giao tiếp và hợp tác của nhà báo truyền hình

Nội dung đánh giá	Đ V 1	Đ V 2	Đ V 3	Đ V 4	Đ V 5	Đ V 6	Đ i ể m T B
1. Trao đổi, phân công sản xuất qua nhóm trực tuyến (Zalo, Slack...)	4 . 2 1	4 . 3 1	4 . . .	3 . 7 1	3 . 7 7	3 . 7 9	3. 9 8
2. Sử dụng đa dạng các công cụ giao tiếp số để giao tiếp trực tuyến với đồng nghiệp qua nền tảng số	4 . 1 1	4 . 2 1	3 . 7 5	3 . 6 0	3 . 7 5	3 . 5 1	3. 8 4

3. Tổ chức livestream, talkshow trực tuyến với khách mời và khán giả	3 . 6 2	3 . 6 8	3 . 3 3	2 . 6 6	3 . 5 7	2 . 7 7	3. 3 0
4. Hiểu biết và sử dụng, quản lý fanpage hoặc kênh YouTube/TikTok chương trình	3 . 5 6	3 . 4 2	3 . 5 1	2 . 5 7	3 . 7 6	2 . 5 8	3. 2 6
5. Phân tích phản hồi khán giả bằng các công cụ (Meta Suite, Analytics...)	3 . 1 8	3 . 0 8	3 . 2 2	2 . 2 5	3 . 5 6	2 . 2 4	2. 9 5
6 .	3 . 6 2	3 . 4 9	3 . 4 3	2 . 6 2	3 . 6 6	2 . 5 8	3. 2 6
7. Điều chỉnh phong cách dẫn, ngôn ngữ phù hợp từng nền tảng	3 . 7 8	3 . 6 6	3 . 4 4	2 . 9 3	3 . 7 2	2 . 8 9	3. 4 3
8. Ứng xử và xử lý khủng hoảng truyền thông trên kênh số	3 . 3 4	3 . 4 5	3 . 2 3	2 . 3 7	3 . 6 5	2 . 6 2	3. 1 3
9. Xây dựng thương hiệu cá nhân gắn với uy tín đơn vị truyền hình	3 . 5 7	3 . 6 6	3 . 3 5	2 . 8 5	3 . 5 5	2 . 9 1	3. 3 3
10. Nhận thức và tuân thủ đạo đức và quy tắc khi giao tiếp trên mạng	4 . 3 3	4 . 3 8	4 . 2 1	4 . 1 0	4 . 0 2	4 . 4 4	4. 1 8

Điểm TB	3	3	3	2	3	2	3.
	7	7	5	9	7	9	4
	3	3	5	7	0	9	6

Bảng B11. Đánh giá về năng lực Sáng tạo nội dung số của nhà báo truyền hình

Nội dung đánh giá	ĐV1	ĐV2	ĐV3	ĐV4	ĐV5	ĐV6	Điểm TB
1. Sử dụng điện thoại, các thiết bị ghi hình để sản xuất các tác phẩm, quay tin, phóng sự	3.91	3.87	3.64	3.99	3.82	3.44	3.79
2. Dựng video, âm thanh trên phần mềm chuyên dụng (Premiere, Audition...)	4.18	4.00	3.6	3.74	3.70	3.49	3.80
3. Sử dụng các công cụ thiết kế thông tin đồ họa, trực quan hóa thông tin...	3.5	3.34	3.26	2.55	3.44	2.79	3.17
4. Livestream hoặc tường thuật, dẫn hiện trường trực tiếp bằng thiết bị di động	3.71	3.55	3.19	3.06	3.58	2.75	3.33
5. Biên tập, phân phối nội dung cho nhiều nền tảng (TV, MXH, web)	3.88	3.79	3.45	3.04	3.80	2.85	3.50
6. Tối ưu hóa nội dung video cho thuật toán nền tảng (YouTube, TikTok...)	3.48	3.47	3.2	2.23	3.66	3.69	3.15
7. Sáng tạo nội dung đa phương tiện (văn bản, ảnh, audio, video, đồ họa)	3.90	3.78	3.45	2.98	3.66	2.96	3.48
8. Hiểu và tuân thủ bản quyền khi sử dụng tư liệu số (ảnh, video, nhạc)	3.91	3.95	3.54	3.21	3.82	3.34	3.65
9. Bảo vệ sản phẩm số (đóng watermark, lưu trữ metadata, quản lý bản quyền)	3.56	3.51	3.36	2.48	3.73	2.67	3.24
10. Ứng dụng công nghệ mới (AI, AR, VR, Big Data) trong sản xuất truyền hình	3.41	3.2	3.39	2.45	3.66	2.7	3.16
Điểm TB	3.75	3.65	3.41	2.97	3.69	2.97	3.43

Bảng B12. Đánh giá về năng lực An toàn của nhà báo truyền hình

Nội dung đánh giá	ĐV1	ĐV2	ĐV3	ĐV4	ĐV5	ĐV6	Điểm TB
--------------------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	----------------

1. Cài đặt và sử dụng các phần mềm bảo mật (diệt virus, tường lửa) và mã hóa dữ liệu trên các thiết bị tác nghiệp (máy tính, điện thoại)	3.33	3.35	3.41	2.78	3.76	2.6	3.22
2. Nhận diện và phòng tránh được các email, tin nhắn có dấu hiệu lừa đảo (phishing) hoặc chứa mã độc để tránh bị đánh cắp tài khoản hoặc thông tin	3.76	3.60	3.55	2.98	3.70	2.93	3.44
3. Nhận diện và ứng phó với sự cố an ninh mạng (xâm nhập, rò rỉ dữ liệu, phát sóng sai)	3.36	3.29	3.15	2.40	3.80	2.64	3.13
4. Bảo mật hệ thống lưu trữ tin, phóng sự, video trên máy chủ nội bộ	3.39	3.59	3.37	2.46	3.62	2.74	3.22
5. Thiết lập quyền truy cập an toàn cho dữ liệu hình ảnh và âm thanh	3.48	3.56	3.39	2.5	3.78	2.72	3.26
6. Bảo vệ quyền riêng tư, danh tính và an toàn cho nhân vật, nguồn tin lên hình	3.88	3.96	3.75	3.00	3.82	3.31	3.64
7. Nhận diện và có chiến lược ứng phó với các hành vi bắt nạt, quấy rối trên mạng (cyberbullying, trolling).	3.53	3.49	3.43	2.74	3.74	2.85	3.32
8. Chủ động cân bằng thời gian sử dụng thiết bị số để bảo vệ sức khỏe thể chất và tinh thần, tránh căng thẳng và kiệt sức do công nghệ.	3.57	3.58	3.41	3.00	3.74	3.05	3.41
9. Nhận thức được tác động của việc sử dụng công nghệ số tới môi trường.	3.72	3.75	3.41	3.29	3.80	3.21	3.55
10. Chủ động trong việc hạn chế đổi mới thiết bị điện tử liên tục và thúc đẩy tái sử dụng, tái chế các thiết bị số để bảo vệ môi trường và đóng góp vào phát triển bền vững	3.67	3.81	3.49	3.24	3.72	3.34	3.56
Điểm TB	3.57	3.60	3.44	2.84	3.75	2.94	3.37

Bảng B13. Đánh giá về năng lực Giải quyết vấn đề của nhà báo truyền hình

Nội dung đánh giá	ĐV1	ĐV2	ĐV3	ĐV4	ĐV5	ĐV6	Điểm TB
1. Khắc phục sự cố kỹ thuật (thiết bị quay, phần mềm dựng, kết nối)	3.36	3.18	3.1	2.71	3.60	2.76	3.14
2. Tìm hướng dẫn trực tuyến (Google, YouTube) khi gặp lỗi kỹ thuật	3.87	3.67	3.4	2.79	3.64	3.24	3.46
3. Xác định, cài đặt và sử dụng phần mềm phù hợp cho từng nhiệm vụ tác nghiệp	3.89	3.60	3.49	2.89	3.64	3.15	3.47

4. Tùy chỉnh công cụ/dựng hình để tối ưu quy trình sản xuất tin	3.80	3.60	3.38	2.8	3.55	2.95	3.37
5. Thử nghiệm, ứng dụng các công nghệ mới hoặc công cụ số (AI, VR, AR ...) để sáng tạo nội dung truyền hình mới	3.21	3.08	3.46	2.4	3.57	2.52	3.06
6. Dùng công nghệ hỗ trợ gỡ băng, dịch, tạo subtitle, voice-over	3.50	3.21	3.46	2.59	3.66	2.85	3.23
7. Tự đánh giá hạn chế và nhu cầu phát triển năng lực số của mình	3.51	3.33	3.54	2.91	3.63	2.93	3.32
8. Tham gia khóa học, hội thảo để nâng cao kỹ năng công nghệ	3.43	3.18	3.45	2.9	3.64	2.96	3.27
9. Cập nhật xu hướng công nghệ, chính sách và tiêu chuẩn nghề mới	3.61	3.40	3.58	2.94	3.76	3.0	3.40
10. Hướng dẫn đồng nghiệp khai thác công cụ số mình thành thạo	3.55	3.44	3.45	2.95	3.58	2.9	3.33
Điểm TB	3.57	3.37	3.43	2.79	3.63	2.93	3.30

Bảng B14. Năng lực số nhà báo truyền hình muốn cải thiện thông qua đào tạo chuyên nghiệp

Năng lực số muốn cải thiện	Frequency	Percent
1. Năng lực thông tin và dữ liệu	77	14.9
2. Năng lực giao tiếp và hợp tác	39	7.5
3. Năng lực sáng tạo nội dung số	191	36.9
4. Năng lực an toàn	114	22.1
5. Năng lực giải quyết vấn đề	96	18.6

Bảng B15. Đánh giá mức độ quan trọng của các nhóm năng lực số đối với công việc của nhà báo truyền hình

Các nhóm năng lực số	1. Rất không quan trọng	%	2. Phần lớn không quan trọng	%	3. Trung bình	%	4. Phần lớn quan trọng	%	5. Rất quan trọng	%
1. Năng lực thông tin và dữ liệu	22	4.3	21	4.1	100	19.3	190	36.8	184	35.6
2. Năng lực giao tiếp và hợp tác	15	2.9	16	3.1	124	24.0	217	42.0	145	28.0
3. Năng lực sáng tạo nội dung số	18	3.5	14	2.7	68	13.2	182	35.2	235	45.5
4. Năng lực an toàn	13	2.5	22	4.3	62	12	196	37.9	224	43.3
5. Năng lực giải quyết vấn đề	20	3.9	18	3.5	79	15.3	194	37.5	206	39.8

Bảng B15.1. Thống kê mô tả chỉ số tổng hợp Nhận thức về năng lực số đối với công việc của nhà báo truyền hình

Được xây dựng bao gồm: (1) nhận thức về biến đổi hệ sinh thái truyền thông số; (2) nhận diện rủi ro/sự cố số; (3) nhận thức nền tảng pháp lý - chuẩn mực liên quan tác nghiệp số; và (4) nhận thức về mức độ quan trọng của các miền năng lực số đối với nghề báo truyền hình với 12 chỉ báo thuộc các mục: B15.1; B15.2; B15.3; B15.4; B15.5; E23.3; E23.4; E23.6; E23.7; F42.3; F42.4; F42.6

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Nhận thức về năng lực số	46.4468	7.43757	517

Bảng 15.2. Phân bố tần suất chỉ số tổng hợp Nhận thức về năng lực số của nhà báo truyền hình

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
12.00	1	.2	.2	.2
19.00	2	.4	.4	.6
24.00	1	.2	.2	.8
25.00	1	.2	.2	1.0
26.00	1	.2	.2	1.2
27.00	7	1.4	1.4	2.5
28.00	6	1.2	1.2	3.7
30.00	1	.2	.2	3.9
31.00	1	.2	.2	4.1
32.00	1	.2	.2	4.3
33.00	3	.6	.6	4.8
34.00	12	2.3	2.3	7.2
35.00	2	.4	.4	7.5
36.00	9	1.7	1.7	9.3

37.00	7	1.4	1.4	10.6
38.00	3	.6	.6	11.2
39.00	18	3.5	3.5	14.7
40.00	14	2.7	2.7	17.4
41.00	24	4.6	4.6	22.1
42.00	28	5.4	5.4	27.5
43.00	16	3.1	3.1	30.6
44.00	18	3.5	3.5	34.0
45.00	28	5.4	5.4	39.5
46.00	32	6.2	6.2	45.6
47.00	23	4.4	4.4	50.1
48.00	41	7.9	7.9	58.0
49.00	28	5.4	5.4	63.4
50.00	29	5.6	5.6	69.1
51.00	31	6.0	6.0	75.0
52.00	27	5.2	5.2	80.3
53.00	26	5.0	5.0	85.3
54.00	20	3.9	3.9	89.2
55.00	15	2.9	2.9	92.1
56.00	10	1.9	1.9	94.0
57.00	4	.8	.8	94.8
58.00	5	1.0	1.0	95.7
59.00	7	1.4	1.4	97.1
60.00	15	2.9	2.9	100.0
Tổng	517	100.0	100.0	

PHẦN C. HÀNH VI ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ CỦA NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH

Bảng C16. Mức độ tiên phong của nhà báo truyền hình trong việc áp dụng công nghệ hoặc kỹ năng làm báo mới

Mức độ tiên phong	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Người đầu tiên áp dụng	29	5.6	5.6	5.6
Áp dụng sớm hơn đồng nghiệp	91	17.6	17.6	23.2
Áp dụng cùng lúc đa số	297	57.4	57.4	80.7
Áp dụng sau đa số	70	13.5	13.5	94.2
Chỉ áp dụng khi bắt buộc	30	5.8	5.8	100.0
	517	100.0	100.0	

Bảng C16.1. Tương quan giữa thời điểm tiếp cận công nghệ mới và năng lực của nhà báo truyền hình trong mẫu khảo sát

		Thời điểm áp dụng công nghệ/kỹ năng mới			
		Áp dụng sớm	Trung bình	Áp dụng chậm	Tổng
Năng lực số trung bình của nhà báo truyền hình trên 5 miền năng lực	Năng lực rất yếu	1	0	0	1
		.8%	.0%	.0%	.2%
	Năng lực yếu	8	5	6	19
		6.7%	1.7%	6.0%	3.7%
	Năng lực trung bình	12	83	25	120
		10.0%	27.9%	25.0%	23.2%
	Năng lực khá	64	162	46	272
		53.3%	54.5%	46.0%	52.6%
Năng lực tốt	35	47	23	105	
	29.2%	15.8%	23.0%	20.3%	
Tổng		120	297	100	517
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Bảng C16.2. Kết quả kiểm định Chi-square đối với mối quan hệ giữa mức độ năng lực số trung bình của nhà báo truyền hình và thời điểm áp dụng công nghệ, kỹ năng mới

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	31.924 ^a	8	.000
Likelihood Ratio	33.543	8	.000
Linear-by-Linear Association	3.149	1	.076
N of Valid Cases	517		

Bảng C17. Mức độ chủ động tìm hiểu công nghệ hoặc kỹ năng làm báo mới của nhà báo truyền hình

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Không quan tâm, không tìm hiểu	16	3.1	3.1	3.1
Thỉnh thoảng mới tìm hiểu	53	10.3	10.3	13.3
Chỉ tìm hiểu khi đồng nghiệp nhắc	23	4.4	4.4	17.8
Chủ động tìm hiểu khi cần cho công việc	311	60.2	60.2	77.9
Luôn chủ động tìm hiểu ngay khi có	114	22.1	22.1	100.0
	517	100.0	100.0	

Bảng C18. Mức độ sẵn sàng áp dụng công nghệ hoặc kỹ năng làm báo mới của nhà báo truyền hình

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Không bao giờ áp dụng	9	1.7	1.7	1.7
Chỉ áp dụng khi bị bắt buộc	38	7.4	7.4	9.1
Xem xét nhưng ít khi áp dụng	34	6.6	6.6	15.7
Áp dụng khi thấy có lợi cho công việc	244	47.2	47.2	62.9
Luôn sẵn sàng áp dụng nếu có lợi	192	37.1	37.1	100.0
	517	100.0	100.0	

Bảng C19. Tần suất sử dụng công nghệ hoặc kỹ năng làm báo mới vào công việc hàng ngày của nhà báo truyền hình

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Không bao giờ sử dụng	5	1.0	1.0	1.0
Rất ít khi sử dụng	31	6.0	6.0	7.0
Sử dụng thỉnh thoảng	152	29.4	29.4	36.4
Sử dụng thường xuyên	221	42.7	42.7	79.1
Sử dụng liên tục, là thói quen công việc	108	20.9	20.9	100.0
	517	100.0	100.0	

Bảng C20. Mức độ duy trì và sử dụng công nghệ hoặc kỹ năng mới sau khi thành thạo của nhà báo truyền hình

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ngừng sử dụng vì thấy không cần	12	2.3	2.3	2.3
Chỉ dùng khi bắt buộc	33	6.4	6.4	8.7
Dùng không thường xuyên	49	9.5	9.5	18.2
Vẫn duy trì sử dụng trong công việc	259	50.1	50.1	68.3
Tiếp tục duy trì và còn phát triển thêm	164	31.7	31.7	100.0
	517	100.0	100.0	

Phần D. ĐỘNG LỰC VÀ RÀO CẢN VỀ NĂNG LỰC SỐ CỦA NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH**Bảng D21. Động lực chính để nâng cao năng lực số của các nhà báo truyền hình**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Giúp tôi làm việc tốt hơn và hiệu quả hơn	175	33.8	33.8	64.8
Tôi nhận thức được sự cần thiết của năng lực số với nghề báo ngày nay	160	30.9	30.9	30.9
Giúp tôi tự tin hơn về bản thân và nghề nghiệp	121	23.4	23.4	100.0
Tăng cơ hội thăng tiến nghề nghiệp	26	5.0	5.0	69.8
Do yêu cầu của lãnh đạo hoặc cơ quan	35	6.8	6.8	76.6
	517	100.0	100.0	

Bảng D22. Rào cản nâng cao năng lực số của các nhà báo truyền hình

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Thiếu thời gian do áp lực, quá tải công việc	114	22.1	22.1	56.3
Công nghệ thay đổi quá nhanh, kiến thức nhanh chóng lỗi thời	102	19.7	19.7	93.2
Không có rào cản nào đáng kể	91	17.6	17.6	17.6
Đào tạo hạn chế (chi phí cao, khó tiếp cận khóa học, ít cơ hội học tập)	70	13.5	13.5	73.5
Môi trường làm việc lạc hậu, thiếu công nghệ hỗ trợ	51	9.9	9.9	27.5
Kỹ năng số chưa phù hợp với công việc hiện tại	35	6.8	6.8	34.2
Tập trung quá nhiều vào kỹ thuật, chưa chú trọng chất lượng nội dung	20	3.9	3.9	97.1
Không thích ứng với sự thay đổi của nghề báo trong chuyển đổi số	19	3.7	3.7	60.0
Thiếu động lực cá nhân (chưa thấy lợi ích rõ ràng, chưa ưu tiên phát triển)	15	2.9	2.9	100.0
Thiếu thời gian do áp lực, quá tải công việc	114	22.1	22.1	56.3
Tổng	517	100.0	100.0	

Phần E. YẾU TỐ TỔ CHỨC VÀ MÔI TRƯỜNG**Bảng E23. Đánh giá về năng lực và hành vi kỹ thuật số của nhà báo**

Nội dung đánh giá	Hoàn toàn không đồng ý	%	Phần lớn không đồng ý	%	Phân vân	%	Phần lớn đồng ý	%	Hoàn toàn đồng ý	%
1. Tôi quen với thay đổi công nghệ trong sản xuất nội dung	11	2.1	22	4.3	117	22.8	262	50.7	105	20.3
2. Tôi quen với thay đổi trong hành vi công chúng số	4	0.8	30	5.8	150	29.0	228	45.5	98	19.0
3. Tôi hiểu tác động của mạng xã hội đến báo chí	6	1.2	20	3.9	70	14.3	236	45.6	181	35.0
4. Tôi hiểu thay đổi trong mô hình kinh doanh truyền thông	4	0.8	17	3.3	113	21.9	237	45.8	146	28.2
5. Tôi tuân thủ quy tắc đạo đức khi dùng Internet	6	1.2	13	2.5	57	11.0	251	48.5	190	36.8
6. Tôi nhận diện rủi ro bảo mật trên môi trường số	2	0.4	20	3.9	120	23.2	239	46.2	136	26.3

7. Tôi biết cách xử lý khi thiết bị gặp sự cố	18	3.5	52	10.1	155	30.0	205	39.7	87	16.8
8. Tôi sử dụng công cụ bảo vệ giao tiếp trực tuyến	20	3.9	42	8.1	146	28.2	216	41.8	93	18.0
9. Tôi bảo vệ thông tin cá nhân và quyền riêng tư	7	1.4	23	4.4	83	16.1	218	42.2	186	36.0
10. Tôi tôn trọng bản quyền khi dùng nội dung trên Internet	6	1.2	16	3.1	69	13.3	214	41.4	212	41.0

Bảng E24. Đánh giá về môi trường làm việc khuyến khích đổi mới, sáng tạo tại đơn vị

Nội dung đánh giá	Hoàn toàn không đồng ý	%	Phần lớn không đồng ý	%	Phân vân	%	Phần lớn đồng ý	%	Hoàn toàn đồng ý	%
1. Tôi được tự do đề xuất và thực hiện ý tưởng mới	14	2.7	22	4.3	86	16.6	232	44.9	163	31.5
2. Lãnh đạo khuyến khích và ủng hộ sáng kiến của nhân viên	5	1.0	25	4.8	71	13.7	248	48.0	168	32.5
3. Đơn vị có chương trình/hoạt động khuyến khích sáng tạo, đổi mới	9	1.7	17	3.3	86	16.6	249	48.2	156	30.2
4. Tôi thoải mái chia sẻ ý tưởng mới với đồng nghiệp và lãnh đạo	6	1.2	20	3.9	122	23.6	219	42.4	150	29.0
5. Tôi được tạo điều kiện học kỹ năng mới	8	1.5	28	5.4	93	18.0	236	45.6	152	29.4
6. Tôi được khuyến khích thử nghiệm phương pháp làm việc mới	12	2.3	25	4.8	102	19.7	239	46.2	139	26.9
7. Đơn vị đánh giá cao và ghi nhận đóng góp sáng tạo của nhân viên	9	1.7	24	4.6	99	19.1	210	40.6	175	33.8
8. Tôi được tôn trọng và lắng nghe khi đề xuất ý kiến cải tiến	10	1.9	21	4.1	100	19.3	223	43.1	163	31.5
9. Môi trường làm việc năng động, sáng tạo, đổi mới	10	1.9	24	4.6	111	21.5	206	39.8	166	32.1

Bảng E24.1. Tương quan Pearson giữa năng lực số của nhà báo truyền hình và chỉ số tổng hợp đánh giá vai trò lãnh đạo đơn vị

		Năng lực số của nhà báo truyền hình	Vai trò của lãnh đạo đơn vị
Năng lực số của nhà báo truyền hình	Pearson Correlation	1	.461
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	517	517
Vai trò của lãnh đạo đơn vị	Pearson Correlation	.461	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	517	517

Bảng E24.2. Tương quan giữa vai trò tiên phong của lãnh đạo đơn vị với kết quả năng lực số của nhà báo truyền hình

			Đánh giá vai trò lãnh đạo đơn vị			Tổng
			Thấp	Trung bình	Cao	
Mức độ 5 miền năng lực số	Rất yếu	Số lượng	1	0	0	1
		%	.7%	.0%	.0%	.2%
	Yếu	Số lượng	11	5	3	19
		%	8.1%	2.8%	1.5%	3.7%
	Trung bình	Số lượng	54	36	30	120
		%	40.0%	20.3%	14.6%	23.2%
	Khá	Số lượng	61	113	98	272
		%	45.2%	63.8%	47.8%	52.6%
	Tốt	Số lượng	8	23	74	105
		%	5.9%	13.0%	36.1%	20.3%
Tổng		Số lượng	135	177	205	517
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Bảng E24.3. Tương quan giữa mức độ đánh giá Môi trường khuyến khích đổi mới với kết quả năng lực số của nhà báo truyền hình

			Mức độ đánh giá Môi trường làm việc năng động, sáng tạo, đổi mới			Tổng
			Thấp	Trung bình	Cao	
Mức độ 5 miền năng lực số	Rất yếu	Số lượng	1	0	0	1
		%	.6%	.0%	.0%	.2%
	Yếu	Số lượng	10	5	4	19
		%	5.8%	2.7%	2.4%	3.7%
	Trung bình	Số lượng	64	35	21	120
		%	37.4%	19.2%	12.8%	23.2%
	Khá	Số lượng	90	106	76	272
		%	52.6%	58.2%	46.3%	52.6%
Tổng		Số lượng	125	171	182	517
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Bảng E25. Đánh giá mức độ hỗ trợ phát triển năng lực số tại đơn vị

Nội dung đánh giá	Hoàn toàn không đồng ý	%	Phần lớn không đồng ý	%	Phân vân	%	Phần lớn đồng ý	%	Hoàn toàn đồng ý	%
1. Tôi được cung cấp đầy đủ công cụ, phần mềm cần thiết	25	4.8	63	12.2	128	24.8	211	40.8	90	17.4
2. Đơn vị có chính sách khuyến khích sử dụng công nghệ mới	11	2.1	41	7.9	105	20.3	226	43.7	134	25.9

3. Tôi tham gia các buổi chia sẻ, trao đổi năng lực số với đồng nghiệp	16	3.1	35	6.8	131	25.3	226	43.7	109	21.1
4. Tôi dễ dàng tiếp cận tài liệu, video đào tạo về năng lực năng số	19	3.7	42	8.1	144	27.9	219	42.4	93	18.0
5. Lãnh đạo khuyến khích và tạo điều kiện nâng cao năng lực số	10	1.9	30	5.8	80	15.5	238	46.0	159	30.8
6. Tôi được hỗ trợ kịp thời khi gặp khó khăn về công nghệ số	11	2.1	48	9.3	136	26.3	208	40.2	114	22.1
7. Đơn vị có đội ngũ hỗ trợ kỹ thuật chuyên nghiệp	16	3.1	44	8.5	126	22.4	199	38.5	132	25.5
8. Tôi được khuyến khích tham gia hội thảo, khóa học bên ngoài	16	3.1	37	7.2	137	26.5	208	40.2	119	23
9. Đơn vị có hệ thống đánh giá năng lực số công bằng, minh bạch	35	6.8	50	9.7	152	29.4	183	35.4	97	18.8

Phần F. NHẬN THỨC VỀ MÔI TRƯỜNG SỐ VÀ CÁC YẾU TỐ LIÊN QUAN

Bảng F26. Nhận định về sự hỗ trợ phát triển năng lực số tại đơn vị

Nội dung đánh giá	Hoàn toàn không đồng ý	%	Phần lớn không đồng ý	%	Phân vân	%	Phần lớn đồng ý	%	Hoàn toàn đồng ý	%
1. Có chính sách rõ ràng về nâng cao năng lực số	20	3.9	42	8.1	144	27.9	214	41.4	97	18.8
2. Có hệ thống đánh giá minh bạch, gắn với khen thưởng và phát triển	25	4.8	59	11.4	141	27.3	209	40.4	83	16.1
3. Được cung cấp công cụ, phần mềm bản quyền phục vụ công việc	24	4.6	45	8.7	137	26.7	214	41.4	96	18.6
4. Được tạo điều kiện thử nghiệm công nghệ, phương pháp mới	16	3.1	43	8.3	132	25.5	224	43.2	102	19.7

5. Có đội ngũ hỗ trợ kỹ thuật chuyên nghiệp	10	1.9	45	8.7	130	26.9	215	41.8	108	20.9
6. Thường xuyên có đào tạo, tập huấn nội bộ về năng lực số	14	2.7	41	7.9	156	30.2	217	42.0	89	17.2
7. Được hỗ trợ thời gian/tài chính tham gia học tập bên ngoài	63	12.2	53	10.3	153	29.6	175	33.8	73	14.1
8. Lãnh đạo tiên phong và động viên áp dụng công nghệ mới	12	2.3	40	7.7	110	21.3	229	44.3	126	24.4
9. Môi trường cởi mở, đồng nghiệp sẵn sàng chia sẻ và hỗ trợ	4	0.8	47	9.1	98	19.0	238	46.0	130	25.1

Bảng F27. Đánh giá về chính sách hỗ trợ phát triển năng lực số tại đơn vị

Nội dung đánh giá	Hoàn toàn không đồng ý	%	Phần lớn không đồng ý	%	Phân vân	%	Phần lớn đồng ý	%	Hoàn toàn đồng ý	%
1. Có văn bản chính thức về nâng cao năng lực số	17	3.3	23	4.4	140	27.1	218	42.2	119	23.0
2. Tôi được tiếp cận đủ thông tin chính sách năng lực số	11	2.1	45	8.7	131	25.3	227	43.9	102	19.9
3. Cơ quan tổ chức tập huấn, đào tạo kỹ năng số	10	1.9	29	5.6	107	20.7	252	48.7	119	23
4. Khuyến khích tham gia khóa học, hội thảo công nghệ số	9	1.7	29	5.6	105	20.3	251	48.5	123	23.8
5. Tạo điều kiện thử nghiệm, ứng dụng công nghệ mới trong công việc	10	1.9	34	6.6	124	24.0	222	42.9	127	24.6

6. Có hỗ trợ tài chính cho học tập, thiết bị, phần mềm	48	9.3	57	11.0	167	32.3	162	31.3	83	16.1
7. Có hệ thống đánh giá năng lực số minh bạch, rõ ràng	44	8.5	65	12.6	130	25.1	191	36.9	87	16.8
8. Chính sách tạo sự công nhận, động viên từ lãnh đạo	23	4.4	48	9.3	132	25.5	203	39.3	111	21.5
9. Chính sách hỗ trợ giúp tôi cải thiện năng lực số	39	7.5	42	8.1	139	26.9	214	41.4	78	15.1

Bảng F28. Đánh giá về tác động thực tế của các chính sách hỗ trợ phát triển năng lực số tại đơn vị

Nội dung đánh giá	Hoàn toàn không đồng ý	%	Phần lớn không đồng ý	%	Phân vân	%	Phần lớn đồng ý	%	Hoàn toàn đồng ý	%
1. Tôi dễ dàng tiếp cận công nghệ mới nhờ chính sách hỗ trợ	24	4.6	47	9.1	154	29.8	214	41.4	78	15.1
2. Tôi được đào tạo bài bản hơn về kỹ năng số	14	2.7	65	12.6	165	31.9	203	39.3	70	13.5
3. Tôi tự tin hơn khi sử dụng công nghệ số trong công việc	5	1.0	44	8.5	117	22.6	244	47.2	107	20.7
4. Chính sách khuyến khích tôi sáng tạo và thử nghiệm cách làm mới	15	2.9	43	8.3	130	25.1	232	44.9	97	18.8
5. Công việc của tôi hiệu quả hơn nhờ ứng dụng công nghệ số	6	1.2	30	5.8	105	20.3	257	49.7	119	23.0

6. Tôi làm việc trong môi trường thuận lợi ứng dụng công nghệ số	6	1.2	51	9.9	119	23.0	238	46.0	103	19.9
7. Tôi giải quyết vấn đề công nghệ nhanh chóng và hiệu quả hơn	8	1.5	37	7.2	114	22.1	249	48.2	109	21.1
8. Chính sách tạo động lực để tôi không ngừng học hỏi kỹ năng số	26	5.0	39	7.5	131	25.3	229	44.3	92	17.8
9. Tôi cảm thấy tự hào và gắn bó hơn với công việc nhờ chính sách này	9	1.7	50	9.7	129	25	218	42.2	111	21.5

Bảng F29. Nội dung khóa đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực số các nhà báo truyền hình đã tham gia

Khóa học	Đã hoặc đang tham gia	%	Chưa từng tham gia	%
1. Kiến thức về trí tuệ nhân tạo (AI)	362	70.0	155	30.0
2. Kiến thức về thực tế ảo (VR) và thực tế tăng cường (AR)	159	30.8	358	69.2
3. Kiến thức về phân tích dữ liệu lớn (Big Data)	173	33.5	344	66.5
4. Kỹ năng sử dụng phần mềm biên tập video	419	81.0	98	19.0
5. Kỹ năng sử dụng phần mềm xử lý ảnh	336	65.0	181	35.0
6. Kỹ năng làm việc nhóm và cộng tác trong môi trường số	298	57.6	219	42.4
7. Kỹ năng giao tiếp và tương tác trực tuyến	276	53.4	241	46.6
8. Kỹ năng quản lý thời gian và công việc	244	47.2	273	52.8
9. Vấn đề đạo đức và pháp lý trong môi trường số	273	52.8	244	47.2

Bảng F29.1. Tương quan giữa mức độ đào tạo, bồi dưỡng năng lực số với kết quả năng lực số của nhà báo truyền hình

			Mức độ được đào tạo năng lực số			Tổng
			Thấp	Trung bình	Cao	
Mức độ 5 miền năng lực số	Rất yếu	Số lượng	0	0	1	1
		%	.0%	.0%	.6%	.2%
	Yếu	Số lượng	9	4	6	19
		%	7.2%	1.7%	3.8%	3.7%
	Trung bình	Số lượng	51	59	10	120
		%	40.8%	25.0%	6.4%	23.2%
	Khá	Số lượng	55	141	76	272
		%	44.0%	59.7%	48.7%	52.6%
	Tốt	Số lượng	10	32	63	105
		%	8.0%	13.6%	40.4%	20.3%
Tổng		Số lượng	125	236	156	517
		%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Bảng F30. Hình thức khóa đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực số các nhà báo truyền hình đã tham gia

Khóa học	Đã hoặc đang tham gia	%	Chưa từng tham gia	%
1. Đào tạo tại lớp học	362	70.0	155	30.0
2. Đào tạo tại hội thảo, workshop	314	60,04	203	39.3
3. Đào tạo trực tuyến qua nền tảng học tập	324	62.7	193	37.3
4. Đào tạo qua webinar	153	29.6	364	70.4
5. Đào tạo kết hợp trực tiếp và trực tuyến	257	49.7	260	50.3
6. Tự học có hướng dẫn	293	56.7	224	43.3
7. Kèm cặp 1-1	96	18.6	421	81.4
8. Học tập dự án	159	30.8	358	69.2
9. Học tập trải nghiệm	244	47.2	273	52.8

Bảng F31. Phương pháp khóa đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực số các nhà báo truyền hình đã tham gia

Khóa học	Đã hoặc đang tham gia	%	Chưa từng tham gia	%
1. Giảng dạy lý thuyết	388	75.0	129	25.0
2. Thảo luận nhóm	350	67.7	167	32.3
3. Bài tập tình huống	326	63.1	191	36.9
4. Dự án thực tế	239	46.2	278	53.8
5. Tự học có hướng dẫn	277	53.6	240	46.4
6. Nghiên cứu tình huống	272	52.6	245	47.4
7. Thực hành	349	67.5	168	32.5
8. Video, bài giảng trực tuyến	347	67.1	170	32.9
9. Diễn đàn trực tuyến	248	48.0	269	52.0

Bảng F32. Đánh giá chất lượng khóa đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực số các nhà báo truyền hình đã tham gia

Nội dung đánh giá	Hoàn toàn không đồng ý	%	Phần lớn không đồng ý	%	Phân vân	%	Phần lớn đồng ý	%	Hoàn toàn đồng ý	%
1. Nội dung khóa học bám sát thực tiễn công việc của tôi	17	3.3	29	5.6	150	29.0	240	46.4	81	15.7
2. Khóa học cung cấp kiến thức chuyên sâu về công nghệ số	16	3.1	34	6.6	172	33.3	227	43.9	68	13.2
3. Khóa học giúp tôi cập nhật xu hướng công nghệ mới nhất	14	2.7	32	6.2	150	29.0	241	46.6	80	15.5
4. Hình thức tổ chức linh	15	2.9	42	8.1	163	31.5	217	42.0	80	15.5

hoạt, phù hợp với lịch làm việc của tôi										
5. Giảng viên có kiến thức chuyên môn sâu và kinh nghiệm thực tế	14	2.7	36	7.0	131	25.3	250	48.4	86	16.6
6. Phương pháp giảng dạy dễ hiểu, thu hút sự tham gia của học viên	15	2.9	32	6.2	162	31.3	243	47.0	65	12.6
7. Tài liệu học tập đầy đủ, chi tiết và dễ áp dụng	18	3.5	33	6.4	167	32.3	215	41.6	84	16.2
8. Khóa học giúp tôi nâng cao hiệu quả công việc	16	3.1	33	6.4	148	28.6	226	43.7	94	18.2
9. Khóa học giúp tôi tự tin hơn trong việc sử dụng công nghệ số.	17	3.3	30	5.8	157	30.4	213	41.2	100	19.3

Bảng F33. Nguồn đào tạo năng lực số phù hợp nhất để bồi dưỡng năng lực còn thiếu của nhà báo truyền hình

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Cơ quan, đơn vị nơi tôi đang làm việc	157	30.4	30.4	30.4
Hội Nhà báo Việt Nam	28	5.4	5.4	35.8
Các nhà báo uy tín từ cơ quan lớn	56	10.8	10.8	46.6
Giảng viên, chuyên gia học thuật trong nước	70	13.5	13.5	60.2
Doanh nghiệp/công ty công nghệ thông tin	118	22.8	22.8	83.0
Giảng viên, chuyên gia quốc tế	88	17.0	17.0	100.0
	517	100.0	100.0	

Bảng F34. Đánh giá mức độ hiểu biết các xu hướng công nghệ mới của các nhà báo truyền hình

Nội dung đánh giá	Chưa biết	%	Biết sơ qua	%	Biết cơ bản	%	Có thể sử dụng	%	Sử dụng thành thạo	%
1. Ứng dụng AI trong sản xuất bản tin truyền hình	40	7.7	68	13.2	144	27.9	201	38.9	64	12.4
2. Sử dụng công cụ tự động hóa trong quy trình dựng tin	82	15.9	66	12.8	168	32.5	156	30.2	45	8.7
3. Ứng dụng VR/AR trong chương trình truyền hình, phóng sự	132	25.5	74	14.3	157	30.4	108	20.9	46	8.9
4. Phân tích Big Data để hiểu khán giả truyền hình	131	25.3	78	15.1	151	29.2	114	22.1	43	8.3
5. Sử dụng mạng xã hội để thu thập, lan tỏa tin truyền hình	29	5.6	37	7.2	148	28.6	195	37.7	108	20.9
6. Tạo nội dung truyền hình đa phương tiện, có tính tương tác	42	8.1	56	10.8	145	28.0	205	39.7	69	13.3
7. Tác nghiệp truyền hình bằng thiết bị di động (Mobile Journalism)	25	4.8	52	10.1	121	23.4	201	38.9	118	22.8
8. Bảo mật dữ liệu, hệ thống trong sản xuất truyền hình	55	10.6	96	18.6	123	23.8	167	32.3	76	14.7
9. Đạo đức và trách nhiệm xã hội trong truyền hình số	25	4.8	36	7.0	117	22.6	180	34.8	159	30.8

Bảng F34.1. Kết quả hồi quy tuyến tính về ảnh hưởng của nhận thức xu hướng công nghệ và mức độ ứng dụng công nghệ mới đến năng lực số tổng hợp của nhà báo truyền hình

Model Summary								
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate				
1	.754 ^a	.568	.566	24.13420				
a. Predictors: (Constant), Mức độ ứng dụng công nghệ mới vào công việc, Nhận thức của nhà báo truyền hình về xu hướng công nghệ mới								
ANOVA ^b								
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.		
1	Regression	393267.240	2	196633.620	337.592	.000a		
	Residual	299384.180	514	582.459				
	Total	692651.420	516					
a. Predictors: (Constant), Mức độ ứng dụng công nghệ mới vào công việc, Nhận thức của nhà báo truyền hình về xu hướng công nghệ mới								
b. Dependent Variable: Tổng điểm 5 miền năng lực số của nhà báo truyền hình								
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	69.635	4.175		16.679	.000		
	Nhận thức	24.260	1.693	.621	14.332	.000	.448	2.231
	Mức độ	6.718	1.738	.167	3.865	.000	.448	2.231
a. Dependent Variable: Tổng điểm 5 miền năng lực số của nhà báo truyền hình								
Collinearity Diagnostics ^a								
Model		Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
					(Constant)	Nhận thức	Mức độ	
1	1	2.937	1.000	.01	.00	.00		
	2	.044	8.198	.99	.15	.10		
	3	.019	12.468	.00	.85	.89		
a. Dependent Variable: Tổng điểm 5 miền năng lực số của nhà báo truyền hình								

Bảng F35. Tần suất ứng dụng công nghệ mới vào công việc của nhà báo truyền hình

Nội dung đánh giá	Không bao giờ	%	Hiếm khi	%	Thỉnh thoảng	%	Thường xuyên	%	Rất thường xuyên	%
1. Sử dụng AI để hỗ trợ viết tin, kịch bản	23	4.4	50	9.7	171	33.1	190	36.8	83	16.1
2. Dùng công cụ tự động hóa để biên tập video/audio	43	8.3	87	16.8	171	33.1	159	30.8	57	11.0
3. Ứng dụng VR/AR trong sản xuất chương trình truyền hình	99	19.1	105	20.3	161	31.1	104	20.1	48	9.3
4. Phân tích Big Data để hiểu hành vi khán giả	99	19.1	104	20.1	139	26.9	124	24.0	51	9.9
5. Quản lý và đăng tải nội dung trên mạng xã hội	38	7.4	55	10.6	138	26.7	196	37.9	90	17.4
6. Dùng công cụ trực tuyến để cộng tác từ xa	38	7.4	72	13.9	136	26.3	183	35.4	88	17.0
7. Tác nghiệp, sản xuất nội dung bằng thiết bị di động	15	2.9	45	8.7	142	27.5	197	38.1	118	22.8
8. Áp dụng biện pháp bảo mật dữ liệu, an ninh mạng	34	6.6	83	16.1	123	23.8	195	37.7	82	15.9
9. Dùng công cụ phân tích dữ liệu đo hiệu quả nội dung	57	11.0	92	17.8	135	26.1	155	30.0	78	15.1

Bảng F36. Đánh giá về mức độ quan tâm của khán giả đến nội dung số trong bối cảnh CDS hiện nay

Nội dung đánh giá	Hoàn toàn đồng ý	%	Phần lớn không đồng ý	%	Phân vân	%	Phần lớn đồng ý	%	Hoàn toàn đồng ý	%
1. Công chúng xem nội dung truyền hình số ngày càng nhiều	9	1.7	10	1.9	63	12.2	218	42.2	217	42.0
2. Giới trẻ là nhóm xem chính trên nền tảng số	9	1.8	12	2.3	58	11.2	233	45.1	205	39.7
3. Công chúng thích nội dung tương tác, đa phương tiện	5	1.0	8	1.5	70	13.5	235	45.5	199	38.5
4. Nhiều người sẵn sàng trả phí cho nội dung chất lượng	23	4.4	26	4.8	140	27.1	201	38.9	128	24.8
5. Công chúng thường thảo luận, chia sẻ nội dung trên mạng	4	.8	10	1.9	84	16.2	233	45.1	186	36.0
6. Công chúng thích nội dung được cá nhân hóa theo sở thích	7	1.4	11	2.1	83	16.1	237	45.8	179	34.6
7. Công chúng quan tâm đến tính xác thực, độ tin cậy thông tin	6	1.2	17	3.3	99	19.1	218	42.2	177	34.2
8. Công chúng đánh giá cao nội dung sáng tạo, độc đáo	6	1.2	11	2.1	66	12.8	219	42.4	214	41.4
9. Công chúng muốn tham gia vào quá trình làm nội dung số	6	1.2	31	6.0	140	27.1	207	40.0	133	25.7

Bảng F36.1. Kiểm định thang đo đánh giá mức độ quan tâm của khán giả đến nội dung số trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay

Case Processing Summary			Reliability Statistics		
Cases	N	%	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Valid	516	99.8	.906	.910	9
Excluded ^a	1	.2	a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.		
Total	517	100.0			

Bảng F36.2. Mô tả giá trị trung bình đánh giá mức độ quan tâm của khán giả đến nội dung số trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay

Nội dung đánh giá	Mean	Std. Deviation	N
1. Khán giả xem nội dung truyền hình số ngày càng nhiều	4.21	.866	516
2. Giới trẻ là nhóm xem chính trên nền tảng số	4.18	.877	516
3. Khán giả thích nội dung tương tác, đa phương tiện	4.19	.797	516
4. Nhiều người sẵn sàng trả phí cho nội dung chất lượng	3.74	1.045	516
5. Khán giả thường thảo luận, chia sẻ nội dung trên mạng	4.13	.807	516
6. Khán giả thích nội dung được cá nhân hóa theo sở thích	4.10	.848	516
7. Khán giả quan tâm đến tính xác thực, độ tin cậy thông tin	4.06	.867	516
8. Khán giả đánh giá cao nội dung sáng tạo, độc đáo	4.21	.848	516
9. Khán giả muốn tham gia vào quá trình làm nội dung số	3.84	.912	516

Bảng F36.3. Kết quả hồi quy đa biến đánh giá tác động đồng thời của nhận thức xu hướng công nghệ mới, mức độ ứng dụng công nghệ mới và nhận thức về hành vi, kỳ vọng của khán giả đến năng lực số của nhà báo truyền hình

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	44.116	6.764		6.522	.000		
Nhận thức của nhà báo truyền hình về xu hướng công nghệ mới	22.744	1.689	.582	13.466	.000	.432	2.314
Mức độ ứng dụng công nghệ mới vào công việc	6.148	1.707	.153	3.602	.000	.446	2.242
Nhận thức của nhà báo truyền hình về hành vi và kỳ vọng của khán giả	7.945	1.677	.144	4.737	.000	.878	1.139

Bảng F37. Đánh giá mức độ hài lòng với công việc hiện tại của nhà báo truyền hình

Nội dung đánh giá	Hoàn toàn không hài lòng	%	Phần lớn không hài lòng	%	Phần vừa	%	Phần lớn hài lòng	%	Hoàn toàn hài lòng	%
1. Mức lương và chế độ đãi ngộ phù hợp	37	7.2	77	14.9	145	28.0	204	39.5	54	10.4
2. Có cơ hội thăng tiến rõ ràng	25	4.8	60	11.6	188	36.4	199	38.5	45	8.7
3. Môi trường làm việc thân thiện, hỗ trợ	16	3.1	35	6.8	119	23.0	249	48.2	98	19.0
4. Cấp trên ghi nhận và đánh giá công bằng	15	2.9	42	8.1	121	23.4	241	46.6	98	19.0
5. Công việc mang lại ý nghĩa và giá trị	10	1.9	30	5.8	85	16.4	244	47.2	148	28.6
6. Tự hào khi làm việc tại đơn vị	17	3.3	32	6.2	77	14.9	228	44.1	163	31.5
7. Có cơ hội phát huy năng lực cá nhân	19	3.7	32	6.2	102	19.7	247	47.8	117	22.6
8. Cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống	16	3.1	49	9.5	140	27.1	221	42.7	91	17.6
9. Muốn gắn bó lâu dài với cơ quan hiện tại	13	2.5	20	3.9	100	19.3	230	44.5	154	29.8

Bảng F38. Mức độ cam kết gắn bó của các nhà báo truyền hình với đơn vị hiện tại

Nội dung đánh giá	Hoàn toàn không hài lòng	%	Phần lớn không hài lòng	%	Phần vừa	%	Phần lớn hài lòng	%	Hoàn toàn hài lòng	%
1. Tôi tự hào khi làm việc tại đơn vị	15	2.9	12	2.3	68	13.2	213	41.2	209	40.4
2. Tôi thấy mình là phần quan trọng của đơn vị	12	2.3	29	5.6	139	26.9	229	44.3	108	20.9
3. Tôi luôn sẵn sàng đóng góp cho đơn vị	6	1.2	10	1.9	76	14.7	251	48.5	174	33.7
4. Tôi có quan hệ tốt với đồng nghiệp, lãnh đạo	5	1.0	11	2.1	65	12.6	258	49.9	178	34.4
5. Tôi tin tưởng vào tầm nhìn, sứ mệnh của đơn vị	14	2.7	23	4.4	90	17.4	227	43.9	163	31.5
6. Công việc của tôi được ghi nhận, đánh giá công bằng	8	1.5	32	6.2	115	22.2	225	43.5	137	26.5
7. Tôi luôn sẵn sàng học hỏi và phát triển	4	0.8	11	2.1	58	11.2	240	46.4	204	39.5
8. Tôi khuyến khích người khác theo dõi chương trình của đơn vị	5	1.0	19	3.7	61	11.8	233	45.1	199	38.5
9. Tôi giới thiệu đơn vị là nơi làm việc tốt	17	3.3	28	5.4	69	13.3	232	44.9	171	33.1

Bảng F39. Mức độ hứng thú với công nghệ mới của nhà báo truyền hình

Nội dung đánh giá	Hoàn toàn không đồng ý	%	Phần lớn không đồng ý	%	Phân vân	%	Phần lớn đồng ý	%	Hoàn toàn đồng ý	%
1. Tôi thích tìm hiểu công nghệ mới	5	1.0	23	4.4	89	17.2	253	48.9	147	28.4
2. Tôi thường xuyên xem tin, video về công nghệ	7	1.4	50	9.7	125	24.2	210	40.6	125	24.2
3. Tôi tham gia nhóm, diễn đàn về công nghệ	19	3.7	64	12.4	163	31.5	182	35.2	89	17.2
4. Tôi thích thử nghiệm ứng dụng, phần mềm mới	10	1.9	52	10.1	116	22.4	116	22.4	106	20.5
5. Tôi sẵn sàng học cách dùng công nghệ mới	6	1.2	28	5.4	96	18.6	258	49.9	129	25.0
6. Tôi thấy công nghệ mới là thử thách thú vị	5	1.0	28	5.4	94	18.2	241	46.6	149	28.8
7. Tôi tin công nghệ giúp tăng hiệu quả công việc	4	0.8	12	2.3	76	14.7	238	46.0	187	36.2
8. Tôi thấy công việc thú vị hơn nhờ công nghệ	4	.08	14	2.7	88	17.0	263	50.9	148	28.6
9. Tôi luôn tìm cơ hội học hỏi, áp dụng công nghệ	3	.06	20	3.9	100	19.3	243	47.0	151	29.2

Bảng F40. Mức độ tự tin của nhà báo truyền hình khi sử dụng công nghệ trong công việc

Nội dung đánh giá	Hoàn toàn không tự tin	%	Phần lớn không tự tin	%	Phân vân	%	Phần lớn tự tin	%	Hoàn toàn tự tin	%
1. Sử dụng thiết bị công nghệ phục vụ tác nghiệp	7	1.4	28	5.4	156	30.2	228	44.1	98	19.0
2. Sử dụng phần mềm biên tập video, âm thanh	7	1.4	29	5.6	141	27.3	237	45.8	103	19.9
3. Thiết kế đồ họa, trình bày nội dung trực quan	32	6.2	72	13.9	181	35.0	164	31.7	68	13.2
4. Dùng mạng xã hội để tương tác khán giả	10	1.9	43	8.3	161	31.1	208	40.2	95	18.4
5. Phân tích dữ liệu để đánh giá hiệu quả công việc	32	6.2	68	13.2	176	34.0	177	34.2	64	12.4
6. Tìm kiếm và xác minh thông tin trực tuyến	12	2.3	46	8.9	157	30.4	213	41.2	89	17.2
7. Bảo vệ thông tin cá nhân, dữ liệu số an toàn	15	2.9	50	9.7	149	28.8	207	40.0	96	18.6
8. Giải quyết sự cố kỹ thuật cơ bản	23	4.4	71	13.7	169	32.7	181	35.0	73	14.1
9. Học và áp dụng công nghệ mới vào công việc	8	1.5	44	8.5	133	25.7	233	45.1	99	19.1

Bảng F41. Đánh giá mức độ hỗ trợ của chính sách, cơ chế của Đảng và Nhà nước đối với CDS báo chí

Nội dung đánh giá	Hoàn toàn không đồng ý	%	Phần lớn không đồng ý	%	Phân vân	%	Phần lớn đồng ý	%	Hoàn toàn đồng ý	%
A. Hỗ trợ về tài chính										
1. Đơn vị tôi nhận được kinh phí đầu tư công nghệ số	33	6.4	50	9.7	178	34.4	170	32.9	86	16.6
2. Chính sách tài chính giúp giảm chi phí CDS	29	5.6	44	8.5	186	36.0	170	32.9	88	17.0
3. Tôi hài lòng với mức hỗ trợ tài chính hiện nay	46	8.9	65	12.6	192	37.1	150	29.0	64	12.4
B. Hỗ trợ về chính sách và cơ chế										
4. Chính sách hiện hành tạo môi trường pháp lý thuận lợi	17	3.3	37	7.2	213	41.2	185	35.8	65	12.6
5. Quy định về báo chí số đã đơn giản và rõ ràng hơn	15	2.9	27	5.2	216	41.8	178	34.4	81	15.7
6. Chính sách đủ mạnh để hỗ trợ CDS báo chí	8	1.5	46	8.9	214	41.4	177	34.2	72	13.9
C. Hỗ trợ về đào tạo và tư vấn										
7. Đơn vị tôi được tham gia các khóa đào tạo về số	10	1.9	40	7.7	157	30.4	205	39.7	105	20.3
8. Các khóa đào tạo giúp tôi có đủ kỹ năng số cần thiết	17	3.3	31	6.0	180	34.8	188	36.4	101	19.5
9. Tôi được tư vấn, hướng dẫn trong quá trình CDS	12	2.3	30	5.8	182	35.2	190	36.8	103	19.9

Bảng F42. Đánh giá về quy định pháp luật trong báo chí số

Nội dung đánh giá	Hoàn toàn không đồng ý	%	Phần lớn không đồng ý	%	Phân vân	%	Phần lớn đồng ý	%	Hoàn toàn đồng ý	%
1. Quy định pháp luật hiện hành về báo chí số đầy đủ	12	2.3	31	6.0	195	37.7	187	36.2	92	17.8
2. Quy định pháp luật bao quát các hoạt động báo chí số	7	1.4	34	6.6	191	36.9	200	38.7	85	16.4
3. Tôi dễ dàng tìm thấy quy định liên quan công việc	9	1.7	33	6.4	203	39.3	194	37.5	78	15.1
4. Tôi tự tin vì hiểu rõ các quy định pháp luật số	12	2.3	44	8.5	189	36.6	200	38.7	72	13.9
5. Quy định pháp luật trình bày rõ ràng, dễ hiểu	10	1.9	35	6.8	180	34.8	208	40.2	84	16.2
6. Tôi dễ giải thích quy định pháp luật cho đồng nghiệp	8	1.5	46	8.9	208	40.2	170	32.9	85	16.4
7. Quy định cần được diễn đạt đơn giản, dễ hiểu hơn	4	0.8	22	4.3	162	31.3	210	40.6	119	23.0
8. Quy định được cập nhật phù hợp với thực tiễn công nghệ	5	1.0	28	5.4	162	31.3	206	39.8	116	22.4
9. Quy định được điều chỉnh thường xuyên theo môi trường số	7	1.4	37	7.2	151	29.2	204	39.5	118	22.8
10. Quy định pháp luật phù hợp với hoạt động truyền hình Việt Nam	8	1.5	21	4.1	163	31.5	191	36.9	134	25.9

Bảng F42.1. Độ tin cậy thang đo Đánh giá hành lang pháp lý và chính sách vĩ mô trong báo chí số

Case Processing Summary			Reliability Statistics		
Cases	N	%	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Valid	517	100.0	.949	.949	10
Excluded ^a	0	.0	a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.		
Total	517	100.0			

Bảng F42.2. Mô tả giá trị trung bình đánh giá hành lang pháp lý và chính sách vĩ mô trong báo chí số

	Mean	Std. Deviation	N
1. Quy định pháp luật hiện hành về báo chí số đầy đủ	3.61	.924	517
2. Quy định pháp luật bao quát các hoạt động báo chí số	3.62	.882	517
3. Tôi dễ dàng tìm thấy quy định liên quan công việc	3.58	.883	517
4. Tôi tự tin vì hiểu rõ các quy định pháp luật số	3.53	.916	517
5. Quy định pháp luật trình bày rõ ràng, dễ hiểu	3.62	.902	517
6. Tôi dễ giải thích quy định pháp luật cho đồng nghiệp	3.54	.922	517
7. Quy định cần được diễn đạt đơn giản, dễ hiểu hơn	3.81	.865	517
8. Quy định được cập nhật phù hợp với thực tiễn công nghệ	3.77	.890	517
9. Quy định được điều chỉnh thường xuyên theo môi trường số	3.75	.932	517
10. Quy định pháp luật phù hợp với hoạt động truyền hình Việt Nam	3.82	.919	517

Bảng F42.3. Mô hình hồi quy đa biến các yếu tố xã hội ảnh hưởng đến năng lực số tổng hợp của nhà báo truyền hình

Coefficients^a Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	36.590	7.121		5.138	.000		
Nhận thức của nhà báo truyền hình về xu hướng công nghệ mới	21.529	1.719	.551	12.527	.000	.410	2.437
Mức độ ứng dụng công nghệ mới vào công việc	5.260	1.716	.131	3.066	.002	.434	2.305
Nhận thức của nhà báo truyền hình về hành vi và kỳ vọng của công chúng	6.752	1.706	.122	3.959	.000	.834	1.199
Đánh giá hành lang pháp lý và chính sách vĩ mô trong báo chí số	5.261	1.674	.107	3.143	.002	.680	1.471
a. Dependent Variable: Tổng điểm 5 miền năng lực số của nhà báo truyền hình							

Một số kết quả kiểm định khác có liên quan đến luận án

Bảng 43. Đánh giá năng lực số theo đơn vị công tác

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Đài THVN	104	4.1346	.52246	.05123	4.0330	4.2362	3.00	5.00
Đài PTTH HN	85	4.0706	.73660	.07990	3.9117	4.2295	2.00	5.00
Báo và Đài PTTH ĐN	80	3.9875	.75463	.08437	3.8196	4.1554	1.00	5.00
TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.3875	.73766	.08247	3.2233	3.5517	2.00	5.00
Đài PTTH TP.HCM	88	4.2045	.72965	.07778	4.0499	4.3591	3.00	5.00
TT THVN tại TPHCM	80	3.4500	.72740	.08133	3.2881	3.6119	2.00	5.00
Tổng	517	3.8917	.76748	.03375	3.8254	3.9580	1.00	5.00

Kết quả kiểm định ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	54.149	5	10.830	22.155	.000
Within Groups	249.785	511	.489		
Total	303.934	516			

Kết quả kiểm định Bonferroni

(1) Đơn vị công tác	(2) Đơn vị so sánh	Mean Difference (1-2)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Đài THVN	Đài PTTH Hà Nội	.06403	.10223	1.000	-.2375	.3655
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	.14712	.10397	1.000	-.1595	.4537
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	.74712*	.10397	.000	.4405	1.0537
	Đài PTTH TP.HCM	-.06993	.10127	1.000	-.3686	.2287
	TT THVN tại TP.HCM	.68462*	.10397	.000	.3780	.9912
Đài PTTH Hà Nội	Đài THVN	-.06403	.10223	1.000	-.3655	.2375
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	.08309	.10891	1.000	-.2381	.4043
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	.68309*	.10891	.000	.3619	1.0043
	Đài PTTH TP.HCM	-.13396	.10633	1.000	-.4475	.1796
	TT THVN tại TP.HCM	.62059*	.10891	.000	.2994	.9418
Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	Đài THVN	-.14712	.10397	1.000	-.4537	.1595
	Đài PTTH Hà Nội	-.08309	.10891	1.000	-.4043	.2381
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	.60000*	.11055	.000	.2740	.9260
	Đài PTTH TP.HCM	-.21705	.10800	.675	-.5356	.1015
	TT THVN tại TP.HCM	.53750*	.11055	.000	.2115	.8635
TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	Đài THVN	-.74712*	.10397	.000	-1.0537	-.4405
	Đài Hà Nội	-.68309*	.10891	.000	-1.0043	-.3619
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	-.60000*	.11055	.000	-.9260	-.2740
	Đài PTTH TP.HCM	-.81705*	.10800	.000	-1.1356	-.4985

	VTV TPHCM	-.06250	.11055	1.000	-.3885	.2635
Đài PTTH TP.HCM	Đài THVN	.06993	.10127	1.000	-.2287	.3686
	Đài PTTH Hà Nội	.13396	.10633	1.000	-.1796	.4475
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	.21705	.10800	.675	-.1015	.5356
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	.81705*	.10800	.000	.4985	1.1356
	VTV TPHCM	.75455*	.10800	.000	.4360	1.0731
TT THVN tại TP.HCM	Đài THVN	-.68462*	.10397	.000	-.9912	-.3780
	Đài PTTH Hà Nội	-.62059*	.10891	.000	-.9418	-.2994
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	-.53750*	.11055	.000	-.8635	-.2115
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	.06250	.11055	1.000	-.2635	.3885
	Đài PTTH TP.HCM	-.75455*	.10800	.000	-1.0731	-.4360

Bảng 44.1. Kết quả kiểm định ANOVA các chỉ báo phản ánh môi trường tổ chức và chính sách hỗ trợ chuyển đổi số của các đơn vị khảo sát

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
E24.1 Tôi được tự do đề xuất và thực hiện ý tưởng mới	Between Groups	31.207	5	6.241	7.389	.000
	Within Groups	431.636	511	.845		
	Total	462.843	516			
E24.2 Lãnh đạo khuyến khích và ủng hộ sáng kiến của nhân viên	Between Groups	23.457	5	4.691	6.686	.000
	Within Groups	358.562	511	.702		
	Total	382.019	516			
E24.3 Đơn vị có chương trình/hoạt động khuyến khích sáng tạo, đổi mới	Between Groups	22.855	5	4.571	6.347	.000
	Within Groups	367.988	511	.720		
	Total	390.843	516			
	Between Groups	42.564	5	8.513	12.027	.000

E24.4 Tôi thoải mái chia sẻ ý tưởng mới với đồng nghiệp và lãnh đạo	Within Groups	361.695	511	.708		
	Total	404.259	516			
E24.5 Tôi được tạo điều kiện học kỹ năng mới	Between Groups	20.284	5	4.057	5.083	.000
	Within Groups	407.863	511	.798		
	Total	428.147	516			
E24.6 Tôi được khuyến khích thử nghiệm phương pháp làm việc mới	Between Groups	28.914	5	5.783	7.113	.000
	Within Groups	415.442	511	.813		
	Total	444.356	516			
E24.7 Đơn vị đánh giá cao và ghi nhận đóng góp sáng tạo của nhân viên	Between Groups	24.261	5	4.852	5.810	.000
	Within Groups	426.737	511	.835		
	Total	450.998	516			
E24.8 Tôi được tôn trọng và lắng nghe khi đề xuất ý kiến cải tiến	Between Groups	31.421	5	6.284	7.921	.000
	Within Groups	405.422	511	.793		
	Total	436.843	516			
E24.9 Môi trường làm việc năng động, sáng tạo, đổi mới	Between Groups	34.392	5	6.878	8.220	.000
	Within Groups	427.585	511	.837		
	Total	461.977	516			
E25.1 Tôi được cung cấp đầy đủ công cụ, phần mềm cần thiết	Between Groups	68.148	5	13.630	13.488	.000
	Within Groups	516.366	511	1.011		
	Total	584.515	516			
E25.2 Đơn vị có chính sách khuyến khích sử dụng công nghệ mới	Between Groups	26.937	5	5.387	5.975	.000
	Within Groups	460.758	511	.902		

	Total	487.694	516			
E25.3 Tôi tham gia các buổi chia sẻ, trao đổi năng lực số với đồng nghiệp	Between Groups	46.938	5	9.388	10.924	.000
	Within Groups	439.151	511	.859		
	Total	486.089	516			
E25.4 Tôi dễ dàng tiếp cận tài liệu, video đào tạo về năng lực năng số	Between Groups	47.702	5	9.540	10.668	.000
	Within Groups	456.994	511	.894		
	Total	504.696	516			
E25.5 Lãnh đạo khuyến khích và tạo điều kiện nâng cao năng lực số	Between Groups	20.556	5	4.111	4.906	.000
	Within Groups	428.210	511	.838		
	Total	448.766	516			
E25.6 Tôi được hỗ trợ kịp thời khi gặp khó khăn về công nghệ số	Between Groups	39.793	5	7.959	8.897	.000
	Within Groups	457.104	511	.895		
	Total	496.897	516			
E25.7 Đơn vị có đội ngũ hỗ trợ kỹ thuật chuyên nghiệp	Between Groups	46.277	5	9.255	9.477	.000
	Within Groups	499.034	511	.977		
	Total	545.311	516			
E25.8 Tôi được khuyến khích tham gia hội thảo, khóa học bên ngoài	Between Groups	35.850	5	7.170	7.726	.000
	Within Groups	474.239	511	.928		
	Total	510.089	516			
E25.9 Đơn vị có hệ thống đánh giá năng lực số công bằng, minh bạch	Between Groups	62.998	5	12.600	11.290	.000
	Within Groups	570.248	511	1.116		
	Total	633.246	516			

Bảng 44.2. Kết quả đánh giá các chỉ báo phản ánh môi trường tổ chức và chính sách hỗ trợ chuyển đổi số của các đơn vị khảo sát

						95% Confidence Interval for Mean			
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum
E24.1 Tôi được tự do đề xuất và thực hiện ý tưởng mới	Đài THVN	104	4.27	.686	.067	4.14	4.40	1	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	4.16	.769	.083	4.00	4.33	2	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	4.09	.930	.104	3.88	4.29	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.54	1.302	.146	3.25	3.83	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	3.95	.883	.094	3.77	4.14	1	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	3.79	.896	.100	3.59	3.99	1	5
	Tổng	517	3.98	.947	.042	3.90	4.06	1	5
E25.2 Lãnh đạo khuyến khích và ủng hộ sáng kiến của nhân viên	Đài THVN	104	4.31	.624	.061	4.19	4.43	3	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	4.22	.679	.074	4.08	4.37	2	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	4.13	.946	.106	3.91	4.34	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.65	1.202	.134	3.38	3.92	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	3.95	.801	.085	3.78	4.12	2	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	4.04	.702	.078	3.88	4.19	2	5
	Tổng	517	4.06	.860	.038	3.99	4.14	1	5
E24.3 Đơn vị có chương trình/hoạt động khuyến khích sáng tạo, đổi mới	Đài THVN	104	4.32	.612	.060	4.20	4.44	3	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	4.09	.868	.094	3.91	4.28	1	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	4.09	.903	.101	3.89	4.29	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.65	1.069	.119	3.41	3.89	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	3.88	.907	.097	3.68	4.07	1	5

	TT THVN tại TP.HCM	80	4.00	.712	.080	3.84	4.16	2	5
	Tổng	517	4.02	.870	.038	3.94	4.09	1	5
E24.4 Tôi thoải mái chia sẻ ý tưởng mới với đồng nghiệp và lãnh đạo	Đài THVN	104	4.24	.690	.068	4.11	4.37	2	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	4.20	.704	.076	4.05	4.35	2	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	4.00	.941	.105	3.79	4.21	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.40	1.109	.124	3.15	3.65	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	3.98	.727	.077	3.82	4.13	2	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	3.73	.856	.096	3.53	3.92	2	5
	Tổng	517	3.94	.885	.039	3.87	4.02	1	5
E24.5 Tôi được tạo điều kiện học kỹ năng mới	Đài THVN	104	4.23	.657	.064	4.10	4.36	3	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	4.09	.868	.094	3.91	4.28	2	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	3.96	.974	.109	3.75	4.18	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.60	1.154	.129	3.34	3.86	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	3.90	.872	.093	3.71	4.08	1	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	3.89	.827	.092	3.70	4.07	1	5
	Tổng	517	3.96	.911	.040	3.88	4.04	1	5
E24.6 Tôi được khuyến khích thử nghiệm phương pháp làm việc mới	Đài THVN	104	4.19	.669	.066	4.06	4.32	3	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	4.09	.766	.083	3.93	4.26	2	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	3.86	.990	.111	3.64	4.08	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.46	1.211	.135	3.19	3.73	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	3.94	.876	.093	3.76	4.13	1	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	3.78	.871	.097	3.58	3.97	1	5
	Tổng	517	3.91	.928	.041	3.83	3.99	1	5
	Đài THVN	104	4.18	.707	.069	4.05	4.32	2	5

E24.7 Đơn vị đánh giá cao và ghi nhận đóng góp sáng tạo của nhân viên	Đài PTTH Hà Nội	85	4.22	.792	.086	4.05	4.39	2	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	3.96	.987	.110	3.74	4.18	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.55	1.292	.144	3.26	3.84	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	4.05	.856	.091	3.86	4.23	2	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	3.98	.795	.089	3.80	4.15	2	5
	Tổng	517	4.00	.935	.041	3.92	4.08	1	5
E24.8 Tôi được tôn trọng và lắng nghe khi đề xuất ý kiến cải tiến	Đài THVN	104	4.19	.725	.071	4.05	4.33	2	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	4.26	.742	.081	4.10	4.42	2	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	3.99	.987	.110	3.77	4.21	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.49	1.158	.129	3.23	3.75	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	4.00	.910	.097	3.81	4.19	1	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	3.89	.795	.089	3.71	4.06	2	5
	Tổng	517	3.98	.920	.040	3.90	4.06	1	5
E24.9 Môi trường làm việc năng động, sáng tạo, đổi mới	Đài THVN	104	4.19	.764	.075	4.04	4.34	1	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	4.27	.808	.088	4.10	4.44	2	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	3.90	1.014	.113	3.67	4.13	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.48	1.043	.117	3.24	3.71	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	3.98	.934	.100	3.78	4.18	1	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	3.83	.938	.105	3.62	4.03	1	5
	Tổng	517	3.96	.946	.042	3.87	4.04	1	5
E25.1 Tôi được cung cấp đầy đủ công cụ, phần mềm cần thiết	Đài THVN	104	3.71	1.021	.100	3.51	3.91	1	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	3.82	.862	.093	3.64	4.01	2	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	3.50	1.273	.142	3.22	3.78	1	5

	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	2.79	1.052	.118	2.55	3.02	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	3.90	.858	.091	3.72	4.08	1	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	3.40	.922	.103	3.19	3.61	1	5
	Tổng	517	3.54	1.064	.047	3.45	3.63	1	5
E25.2 Đơn vị có chính sách khuyến khích sử dụng công nghệ mới	Đài THVN	104	3.95	.885	.087	3.78	4.12	1	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	4.11	.787	.085	3.94	4.28	2	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	3.76	1.117	.125	3.51	4.01	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.39	1.206	.135	3.12	3.66	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	3.99	.823	.088	3.81	4.16	2	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	3.74	.838	.094	3.55	3.92	1	5
	Tổng	517	3.83	.972	.043	3.75	3.92	1	5
E25.3 Tôi tham gia các buổi chia sẻ, trao đổi năng lực số với đồng nghiệp	Đài THVN	104	3.98	.788	.077	3.83	4.13	1	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	3.99	.809	.088	3.81	4.16	2	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	3.83	1.077	.120	3.59	4.06	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.20	1.084	.121	2.96	3.44	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	3.89	.794	.085	3.72	4.05	1	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	3.39	1.013	.113	3.16	3.61	1	5
	Tổng	517	3.73	.971	.043	3.65	3.81	1	5
E25.4 Tôi dễ dàng tiếp cận tài liệu, video đào tạo về năng lực năng số	Đài THVN	104	3.91	.915	.090	3.74	4.09	1	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	3.89	.913	.099	3.70	4.09	1	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	3.70	.999	.112	3.48	3.92	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.11	1.006	.113	2.89	3.34	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	3.76	.884	.094	3.57	3.95	1	5

	TT THVN tại TP.HCM	80	3.28	.968	.108	3.06	3.49	1	5
	Tổng	517	3.63	.989	.043	3.54	3.71	1	5
E25.5 Lãnh đạo khuyến khích và tạo điều kiện nâng cao năng lực số	Đài THVN	104	4.21	.678	.066	4.08	4.34	2	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	4.09	.811	.088	3.92	4.27	2	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	4.06	.919	.103	3.86	4.27	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.64	1.285	.144	3.35	3.92	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	4.02	.857	.091	3.84	4.20	1	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	3.76	.903	.101	3.56	3.96	2	5
	Tổng	517	3.98	.933	.041	3.90	4.06	1	5
E25.6 Tôi được hỗ trợ kịp thời khi gặp khó khăn về công nghệ số	Đài THVN	104	3.82	.943	.092	3.63	4.00	1	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	4.05	.885	.096	3.86	4.24	2	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	3.80	1.095	.122	3.56	4.04	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.20	1.024	.114	2.97	3.43	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	3.86	.819	.087	3.69	4.04	1	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	3.45	.899	.100	3.25	3.65	1	5
	Tổng	517	3.71	.981	.043	3.62	3.79	1	5
E25.7 Đơn vị có đội ngũ hỗ trợ kỹ thuật chuyên nghiệp	Đài THVN	104	3.84	.956	.094	3.65	4.02	1	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	4.11	.913	.099	3.91	4.30	1	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	3.89	1.102	.123	3.64	4.13	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.21	1.087	.122	2.97	3.45	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	3.93	.907	.097	3.74	4.12	1	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	3.45	.967	.108	3.23	3.67	1	5
	Tổng	517	3.75	1.028	.045	3.66	3.84	1	5
	Đài THVN	104	3.82	.856	.084	3.65	3.98	1	5

E25.8 Tôi được khuyến khích tham gia hội thảo, khóa học bên ngoài	Đài PTTH Hà Nội	85	4.00	.859	.093	3.81	4.19	1	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	3.86	1.028	.115	3.63	4.09	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	3.23	1.211	.135	2.96	3.49	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	3.91	.905	.096	3.72	4.10	1	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	3.50	.914	.102	3.30	3.70	1	5
	Tổng	517	3.73	.994	.044	3.64	3.82	1	5
E25.9 Đơn vị có hệ thống đánh giá năng lực số công bằng, minh bạch	Đài THVN	104	3.64	.994	.098	3.45	3.84	1	5
	Đài PTTH Hà Nội	85	3.74	1.060	.115	3.51	3.97	1	5
	Báo và Đài PTTH Đà Nẵng	80	3.70	1.130	.126	3.45	3.95	1	5
	TT THVN tại miền Trung - Tây Nguyên	80	2.81	1.181	.132	2.55	3.08	1	5
	Đài PTTH TP.HCM	88	3.80	.873	.093	3.61	3.98	1	5
	TT THVN tại TP.HCM	80	3.20	1.107	.124	2.95	3.45	1	5
	Tổng	517	3.50	1.108	.049	3.40	3.59	1	5

Mã hóa phỏng vấn sâu

ĐỐI TƯỢNG	MÃ PHỎNG VẤN
Lãnh đạo đơn vị sản xuất thuộc Đài Truyền hình Việt Nam	PVS 1
Lãnh đạo đơn vị sản xuất thuộc Đài Truyền hình Việt Nam	PVS 2
Lãnh đạo cấp Ban Tổng giám đốc Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội	PVS 3
Lãnh đạo cấp Ban Giám đốc Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại miền Trung – Tây Nguyên	PVS 4
Lãnh đạo cấp Ban Tổng/ Phó tổng biên tập Báo và Phát thanh - Truyền hình Đà Nẵng	PVS 5
Lãnh đạo cấp Ban Giám đốc Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại Thành phố Hồ Chí Minh	PVS 6
Lãnh đạo Ban Giám đốc Công ty TNHH MTV Dịch vụ Kỹ thuật Truyền thông HTV (HTV-TMS) - Đài Phát thanh và Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh (HTV)	PVS 7
Nhà báo tại Đài Truyền hình Việt Nam	PVS 8
Nhà báo tại Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội	PVS 9
Nhà báo tại Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội	PVS 10
Nhà báo tại Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại miền Trung - Tây Nguyên	PVS 11
Nhà báo tại Báo và Phát thanh - Truyền hình Đà Nẵng	PVS 12
Nhà báo tại Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại Thành phố Hồ Chí Minh	PVS 13
Nhà báo tại Đài Phát thanh và Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh	PVS 14

PHỤ LỤC 3
CÂU HỎI PHÒNG VẤN SÂU
ĐỐI TƯỢNG LÃNH ĐẠO ĐƠN VỊ TRUYỀN HÌNH

Câu 1: Theo ông/bà, CDS đã và đang tác động như thế nào đến hoạt động báo chí truyền hình của đơn vị?

Câu 2: Theo ông/bà, đâu là những cơ hội và thách thức lớn nhất mà nhà báo truyền hình đang phải đối mặt trong bối cảnh CDS là gì?

Câu 3: Theo ông/bà, năng lực số đóng vai trò như thế nào đối với sự thành công của nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS báo chí hiện nay?

Câu 4: Đối chiếu 5 miền năng lực số (Thông tin & Dữ liệu; Giao tiếp & Hợp tác; Sáng tạo nội dung số; An toàn; Giải quyết vấn đề), ông/bà đánh giá thực trạng năng lực số của đội ngũ nhà báo truyền hình của đơn vị hiện nay như thế nào? Đâu là điểm mạnh và đâu là “khoảng trống” năng lực lớn nhất?

Câu 5: Theo ông/bà, những năng lực số nào là quan trọng nhất mà một nhà báo truyền hình cần có để tác nghiệp hiệu quả trong môi trường số?

Câu 6: Đơn vị ông/bà hiện nay có những tiêu chí hoặc khung đánh giá nào về năng lực số của nhà báo hay không? Nếu có, xin ông/bà chia sẻ cụ thể.

Câu 7: Theo ông/bà, lãnh đạo đơn vị có vai trò như thế nào trong việc thúc đẩy CDS và nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo?

Câu 8: Đơn vị ông/bà có những chính sách hoặc biện pháp nào để khuyến khích và hỗ trợ nhà báo nâng cao năng lực số cũng như ứng dụng các công nghệ số mới vào công việc?

Câu 9: Đơn vị ông/bà có những chương trình đào tạo và bồi dưỡng nào để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo không? Nội dung và hình thức đào tạo cụ thể là gì?

Câu 10: Ông/bà đánh giá mức độ phù hợp và hiệu quả của các chương trình đào tạo này trong việc đáp ứng nhu cầu thực tế của công việc?

Câu 11: Theo ông/bà, đâu là những rào cản lớn nhất khiến nhà báo truyền hình còn hạn chế về năng lực số?

Câu 12: Theo ông/bà, cần có những giải pháp nào để nâng cao hiệu quả đào tạo và phát triển năng lực số cho nhà báo truyền hình?

Câu 13: Ông/ bà có thể đưa ra tầm nhìn và chiến lược của đơn vị về CDS và phát triển năng lực số cho đội ngũ nhà báo trong những năm tới là gì?

Xin cảm ơn ông/ bà đã dành thời gian cho cuộc phỏng vấn này.

PHỤ LỤC 4
BIÊN BẢN PHỎNG VẤN SÂU
ĐỐI TƯỢNG LÃNH ĐẠO ĐƠN VỊ TRUYỀN HÌNH

Biên bản 1. Mã PVS 1

Người trả lời phỏng vấn: Nam; Lãnh đạo Ban Giám đốc Trung tâm Sản xuất và Phát triển Nội dung số, Đài Truyền hình Việt Nam.

Hình thức: Phỏng vấn trực tiếp

Thời gian: 15h00, 21/10/2025

Địa điểm: Đài Truyền hình Việt Nam, 43 Nguyễn Chí Thanh, Hà Nội

Câu 1: Theo ông, CDS đã và đang tác động như thế nào đến hoạt động báo chí truyền hình của đơn vị?

Theo quan điểm của tôi, Chuyển đổi số (CDS) là một quá trình có tác động sâu rộng và toàn diện tới hoạt động báo chí truyền hình của đơn vị cũng như toàn ngành. Sự thay đổi này diễn ra rất nhanh, nhất là trên các nền tảng số. Nếu nhìn từ góc độ tác nghiệp nhà báo truyền hình, có thể thấy mọi khâu công việc đều chịu sự tác động mạnh mẽ của công nghệ mới: từ phần mềm quản trị nội bộ của cơ quan cho đến các thiết bị mà nhà báo sử dụng hằng ngày. Đặc biệt, ở một cơ quan lớn như Đài Truyền hình Việt Nam, tốc độ CDS không thể nhanh như các đơn vị bên ngoài do quy trình hành chính, đầu tư mua sắm thiết bị rất phức tạp, phải qua nhiều bước đấu thầu, thẩm định. Có những thời điểm, thiết bị của VTV từng ở mức chuyên nghiệp nhất, nhưng giờ đây các công ty bên ngoài, các KOL hoặc các cá nhân sáng tạo nội dung trên mạng xã hội lại có thể dễ dàng trang bị những thiết bị hiện đại, nhỏ gọn, đa năng hơn, thậm chí chuyên nghiệp hơn cả các đài truyền hình truyền thống nếu đơn vị không kịp thời đổi mới. Điều này tạo ra cuộc cạnh tranh rất khốc liệt về mặt công nghệ và chất lượng sản phẩm nội dung.

Bên cạnh đó, hệ thống CDS ở VTV trong thời gian qua chuyển dịch khá nhanh nhờ sự quan tâm của lãnh đạo. Tuy nhiên, điểm yếu cũng đến từ quy mô quá lớn của VTV, khiến việc đồng bộ hóa các thiết bị, phần mềm bản quyền gặp nhiều hạn chế. Chẳng hạn, phần mềm bản quyền chỉ có thể trang bị đầy đủ cho

lãnh đạo, còn nhân viên thì không phải ai cũng được cấp, hoặc có sự chênh lệch giữa các phòng ban, đặc biệt là sự khác biệt giữa các đơn vị trong cùng một Đài. Việc truyền đạt, xử lý văn bản nội bộ cũng đã được số hóa, nhưng tư duy số hóa giữa các đơn vị vẫn chưa đồng đều. Có những đơn vị như Ban Thời sự được đầu tư hệ thống tác nghiệp và quản lý nội bộ riêng, nhưng cũng có những đơn vị mới chỉ bắt đầu chuyển đổi.

Một yếu tố nữa tôi muốn nhấn mạnh là vai trò của người đứng đầu trong CDS cực kỳ quan trọng. Nếu lãnh đạo thực sự mong muốn và quyết tâm, hệ thống sẽ được xây dựng, thiết kế phù hợp với thực tiễn và nhu cầu của đơn vị. Ngược lại, nếu lãnh đạo chỉ thực hiện một cách hình thức, đối phó, quá trình CDS sẽ diễn ra rất chậm hoặc không hiệu quả. Về mặt nội dung sản xuất, rõ ràng khán giả truyền hình hiện nay chịu ảnh hưởng lớn từ các nền tảng số. Cách khán giả tiếp cận nội dung đã thay đổi rất nhiều, họ chuyển sang sử dụng các thiết bị di động, mạng xã hội, các ứng dụng số thay vì chỉ xem truyền hình truyền thống. Điều này buộc các nhà báo, các đơn vị sản xuất phải liên tục cập nhật công nghệ, đổi mới tư duy, tổ chức bộ máy sản xuất để thích ứng.

Câu 2: Theo ông, đâu là những cơ hội và thách thức lớn nhất mà nhà báo truyền hình đang phải đối mặt trong bối cảnh CDS là gì?

Tôi cho rằng CDS vừa mở ra nhiều cơ hội vừa đặt ra nhiều thách thức lớn cho đội ngũ nhà báo truyền hình. Về cơ hội, nhờ CDS, chúng ta có thể tiếp cận nhiều đối tượng khán giả mới, tăng cường sự tương tác với công chúng, thử nghiệm các hình thức nội dung sáng tạo mà trước đây chưa từng có. Nhà báo có cơ hội tiếp cận công nghệ mới, khám phá các kỹ năng sản xuất, dựng hình, phát sóng trên nhiều nền tảng khác nhau, thậm chí có cơ hội khẳng định bản thân khi biết tận dụng các công cụ hiện đại để tạo ra giá trị nổi bật.

Tuy nhiên, thách thức cũng rất lớn. Khi nền tảng công nghệ thay đổi, đối tượng khán giả cũng thay đổi, buộc người làm truyền hình phải thay đổi tư duy và cả kỹ năng tác nghiệp. Nhà báo truyền hình ngày nay phải quen với việc liên tục thích nghi với sự thay đổi của nền tảng tiếp nhận thông tin của khán giả. Ví dụ, từ thời báo mạng xuất hiện, nguồn thông tin đầu vào của nhà báo thay đổi hoàn toàn, từ việc đọc báo giấy sang đọc tin trên báo điện tử, mạng xã hội và giờ đây là AI.

Nhà báo phải sàng lọc thông tin từ nhiều nguồn, kiểm chứng, xác thực, đồng thời đối mặt với thách thức tin giả, thông tin sai lệch tràn lan. Đặc biệt, khi AI có thể tổng hợp thông tin nhanh, tạo ra nội dung giả mạo, khán giả lại càng kỳ vọng vào các cơ quan báo chí chính thống như VTV để tìm kiếm thông tin xác thực. Điều này tạo ra áp lực lớn về chất lượng, tốc độ, sự đa dạng cũng như độ tin cậy của các sản phẩm báo chí truyền hình.

Ngoài ra, khi nguồn tin không còn chỉ đến từ các cơ quan báo chí mà còn từ công chúng, người dân, các tổ chức xã hội, nhà báo truyền hình không còn giữ vai trò là nguồn tin đầu tiên mà trở thành nơi xác thực, phân tích, kiểm chứng và cung cấp thông tin chính xác nhất cho xã hội.

Câu 3: Theo ông, năng lực số đóng vai trò như thế nào đối với sự thành công của nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS báo chí hiện nay?

Theo tôi, năng lực số là một trong hai yếu tố quyết định thành công của nhà báo truyền hình hiện nay, chiếm tới 50% giá trị thành công. Phần còn lại là năng lực cốt lõi, cá tính, bản lĩnh nghề nghiệp của mỗi người. Trong bối cảnh AI có thể viết được những bài báo cơ bản, nhà báo giỏi sẽ có cơ hội nổi bật hơn nhờ khả năng sáng tạo, khả năng dẫn dắt vấn đề, bản lĩnh cá nhân, khiếu hài hước, khả năng phân tích và những kỹ năng đặc thù mà AI không thay thế được. Đặc biệt, với vai trò là người dẫn chương trình, MC, AI khó có thể trở thành một cá nhân có cá tính, phong cách riêng như con người.

Bên cạnh đó, công cụ số mang lại nhiều lợi thế cho nhà báo, ví dụ việc sử dụng dịch vụ dịch thuật trực tuyến giúp nhà báo vượt qua rào cản ngoại ngữ. Tuy nhiên, đi cùng với đó là nguy cơ mất an toàn thông tin, nguy cơ bị tấn công mạng, rò rỉ dữ liệu cá nhân. Vì vậy, nhà báo cần nâng cao kỹ năng bảo vệ an toàn thông tin, sàng lọc, xác thực nguồn tin, tăng cường bản lĩnh cá nhân khi tác nghiệp trên môi trường số.

Câu 4: Đối chiếu 5 miền năng lực số, ông đánh giá thực trạng năng lực số của đội ngũ nhà báo truyền hình của đơn vị hiện nay như thế nào? Đâu là điểm mạnh và đâu là “khoảng trống” năng lực lớn nhất?

Tôi đánh giá năng lực về khai thác, xử lý thông tin và dữ liệu của đội ngũ nhà báo tại VTV Digital ở mức khá tốt, thậm chí vượt trội so với nhiều nhóm sáng

tạo nội dung khác trên các nền tảng số. Các nhà báo lớn tuổi có phần chậm thích ứng với công nghệ mới, nhưng lại có kinh nghiệm, bản lĩnh, ít mắc sai lầm trong ứng xử trên không gian số, ví dụ như việc trả lời hoặc phản bác các ý kiến của khán giả. Ngược lại, các nhà báo trẻ dễ mắc lỗi hơn trong giao tiếp, phản hồi trên mạng xã hội.

Về sáng tạo nội dung số, kết quả phụ thuộc rất nhiều vào tư duy của người đứng đầu đơn vị. Tại VTV Digital, lãnh đạo thuộc thế hệ 8x, có tư duy cởi mở, chủ động tiếp cận công nghệ mới, nhưng cũng luôn thận trọng, cân nhắc khi áp dụng. Đội ngũ nhân sự ở đây sản xuất tốt cả tin tức lẫn nội dung số, thực hiện nhiều chiến dịch phối hợp với các đơn vị bên ngoài. Tuy nhiên, về mặt an toàn số, bảo mật, giải quyết vấn đề, đơn vị vẫn rất cần sự hỗ trợ từ các nền tảng công nghệ lớn để quản trị hiệu quả nhiều nền tảng phát sóng khác nhau, từ truyền hình, mạng xã hội đến OTT và phát sóng mặt đất.

Một điểm mạnh khác là ý thức bảo vệ bản quyền. Từ nhiều năm nay, VTV rất coi trọng vấn đề bản quyền nội dung số, hợp tác với các cơ quan chức năng và xây dựng quy trình rà soát, chỉ dẫn khai thác bản quyền nghiêm ngặt. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại khoảng trống về nhận thức và ý thức tôn trọng bản quyền ở một số nhà báo, ví dụ như việc sử dụng tin tức Reuters, có thể khai thác trên sóng truyền hình nhưng không được sử dụng trên nền tảng số, hoặc việc sử dụng nội dung âm nhạc, thể thao cần tuân thủ nghiêm quy định về bản quyền.

Câu 5: Theo ông, những năng lực số nào là quan trọng nhất mà một nhà báo truyền hình cần có để tác nghiệp hiệu quả trong môi trường số?

Nhà báo truyền hình hiện đại cần thành thạo kỹ năng tìm kiếm, đánh giá, xác thực thông tin trực tuyến; sử dụng mạng xã hội chuyên nghiệp; sản xuất nội dung đa nền tảng; làm việc với dữ liệu lớn; và thường xuyên cập nhật, ứng dụng các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo vào công việc sản xuất, biên tập và phát sóng.

Câu 6: Đơn vị ông hiện nay có những tiêu chí hoặc khung đánh giá nào về năng lực số của nhà báo hay không? Nếu có, xin ông/bà chia sẻ cụ thể.

Hiện nay, đơn vị chúng tôi chưa có một hệ thống tiêu chí hoặc khung đánh

giá năng lực số cụ thể cho nhà báo. Việc đánh giá chủ yếu dựa trên hiệu quả của sản phẩm và mức độ sử dụng các công cụ trong quá trình tác nghiệp.

Câu 7: Theo ông, lãnh đạo đơn vị có vai trò như thế nào trong việc thúc đẩy CDS và nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo?

Lãnh đạo đơn vị đóng vai trò quyết định trong việc thúc đẩy quá trình CDS và nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo. Tại VTV Digital, tôi nhận thấy rõ rằng “lãnh đạo nào, phong trào đó”. Nếu lãnh đạo có tư duy số, chủ trương đổi mới sẽ lan tỏa mạnh mẽ trong toàn đơn vị, giúp xây dựng mục tiêu, chỉ tiêu KPI rõ ràng, tạo động lực cho mọi người chủ động học hỏi, cập nhật công nghệ, tích cực sáng tạo nội dung mới.

Câu 8: Đơn vị ông có những chính sách hoặc biện pháp nào để khuyến khích và hỗ trợ nhà báo nâng cao năng lực số cũng như ứng dụng các công nghệ số mới vào công việc?

Tại VTV Digital, chúng tôi đã áp dụng chính sách thưởng, khuyến khích cho các sản phẩm nội dung số đạt thành tích tốt. Chúng tôi cũng đặt ra chỉ tiêu KPI cụ thể cho từng nền tảng, đồng thời khuyến khích các nhà báo chủ động tư duy, sáng tạo, sản xuất nội dung đa nền tảng. Nhà báo được tạo điều kiện sử dụng các thiết bị hiện đại, được khuyến khích mang điện thoại, thiết bị chuyên dụng đi tác nghiệp để phục vụ sản xuất nội dung số.

Câu 9: Đơn vị ông có những chương trình đào tạo và bồi dưỡng nào để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo không? Nội dung và hình thức đào tạo cụ thể là gì?

Đơn vị thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo nội bộ, cử cán bộ đi học các lớp đào tạo bên ngoài, cập nhật kiến thức mới về AI, quản trị, sản xuất nội dung số. Đặc biệt, các chương trình đào tạo về AI trong sản xuất, quản trị nội dung số được cập nhật liên tục để đáp ứng nhu cầu thực tiễn.

Câu 10: Ông đánh giá mức độ phù hợp và hiệu quả của các chương trình đào tạo này trong việc đáp ứng nhu cầu thực tế của công việc?

Theo đánh giá của tôi, các chương trình đào tạo này khá hiệu quả, giúp nhà báo cập nhật kiến thức mới, nâng cao kỹ năng, tự tin áp dụng vào công việc thực

tiền. Đội ngũ nhà báo trẻ ngày càng cầu tiến, chủ động tự học, trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm lẫn nhau, đồng thời ý thức rõ vai trò của tự học trong nâng cao năng lực bản thân.

Câu 11: Theo ông, đâu là những rào cản lớn nhất khiến nhà báo truyền hình còn hạn chế về năng lực số?

Rào cản lớn nhất hiện nay là khó khăn trong việc trang bị, cập nhật thiết bị mới do thủ tục đầu tư phức tạp. Bên cạnh đó là sự chênh lệch về nhận thức, mức độ sẵn sàng tiếp nhận cái mới giữa các cá nhân. Ngoài ra, các chương trình đào tạo đôi khi chưa kịp thời và không đáp ứng hết nhu cầu thực tế của nhà báo.

Câu 12: Theo ông, cần có những giải pháp nào để nâng cao hiệu quả đào tạo và phát triển năng lực số cho nhà báo truyền hình?

Theo tôi, giải pháp then chốt là cần sớm có công cụ quản trị hiện đại và quy trình linh hoạt hơn để nhà báo có thể thích ứng nhanh chóng. Đồng thời, cần tăng cường các chương trình đào tạo thực tế, bám sát nhu cầu công việc và tạo động lực đổi mới liên tục cho đội ngũ.

Câu 13: Ông/ bà có thể đưa ra tầm nhìn và chiến lược của đơn vị về CDS và phát triển năng lực số cho đội ngũ nhà báo trong những năm tới là gì?

Đơn vị chúng tôi xác định rõ mục tiêu tăng cường tiếp cận khán giả truyền hình trên nền tảng số, nâng cao năng lực số cho cán bộ, đầu tư vào hệ thống quản trị và trang bị công cụ chuyên nghiệp. Chúng tôi sẽ tập trung phát triển các nền tảng như VTVGo, đồng thời phối hợp với các đối tác lớn như Google, Meta và TikTok. Trong 5 năm tới, mục tiêu của chúng tôi là tăng từ 30% đến 50% lượng khán giả trên nền tảng số, và xây dựng một đội ngũ nhà báo có khả năng thích ứng với sự thay đổi không ngừng của môi trường truyền thông hiện đại.

Biên bản 2. Mã PVS 2

Người trả lời phỏng vấn: Nam; Lãnh đạo Ban Chuyên đề - Khoa giáo, Đài Truyền hình Việt Nam.

Hình thức: Phỏng vấn trực tiếp

Thời gian: 9h30, 21/10/2025

Địa điểm: Đài Truyền hình Việt Nam, 43 Nguyễn Chí Thanh, Hà Nội

Câu 1: Theo ông, CDS đã và đang tác động như thế nào đến hoạt động báo chí truyền hình của đơn vị?

Tại VTV2, CDS tác động rất rõ rệt và sâu sắc trên cả hai lĩnh vực: xử lý văn bản nghiệp vụ nội bộ và sản xuất phát sóng chương trình. Trong khoảng hơn hai năm trở lại đây, đặc biệt từ thời điểm dịch Covid-19 và giai đoạn hậu Covid, toàn bộ văn bản nội bộ đã được xử lý trên hệ thống tác nghiệp số của Đài thông qua chữ ký số, ngoại trừ các văn bản giấy do bên ngoài gửi đến. Việc này giúp công việc thuận tiện, nhanh chóng, khả năng lưu trữ cao, tra cứu dễ dàng. Tuy nhiên, khi cần phân tích văn bản sâu, nhiều nhà báo vẫn có thói quen in ra để đọc, đánh dấu những ý quan trọng.

Đối với sản xuất chương trình, toàn bộ khâu sản xuất, lưu trữ, dựng hình đều được số hóa. Các file chương trình được dựng trên bàn dựng số, chuyển trên hệ thống phần mềm của Đài, lãnh đạo duyệt trực tuyến, sau đó chuyển lên hệ thống phát sóng. Quy trình khép kín này giúp giảm thiểu nguy cơ chương trình ngoại lai xâm nhập, đảm bảo an toàn bảo mật, tiết kiệm thời gian, tăng hiệu quả vận hành. Tuy vậy, quá trình số hóa cũng phát sinh một số lỗi kỹ thuật như treo hệ thống, lỗi file, đòi hỏi nhà báo phải thường xuyên cập nhật kỹ năng xử lý.

Câu 2: Theo ông, đâu là những cơ hội và thách thức lớn nhất mà nhà báo truyền hình đang phải đối mặt trong bối cảnh CDS là gì?

CDS mang lại cả cơ hội và thách thức. Cơ hội lớn nhất là việc tiếp cận khán giả ở bất cứ đâu, bất cứ lúc nào, khi truyền hình không chỉ còn phát trên sóng truyền thống mà còn hiện diện mạnh mẽ trên môi trường số qua các nền tảng như VTVGo, fanpage, Youtube, mạng xã hội. Tuy nhiên, sự cạnh tranh cũng rất khốc liệt, không

chỉ giữa các đài truyền hình công mà còn với các công ty truyền thông tư nhân như FPT, Viettel... Việc Đảng và Nhà nước sắp xếp lại hệ thống báo chí truyền hình, giảm số lượng cơ quan báo chí đạt hiệu quả cao giúp tập trung khán giả hơn, nhưng cũng tạo sức ép lớn về chất lượng và sức cạnh tranh của từng chương trình.

Trong bối cảnh này, khán giả ngày càng ít dành thời gian xem truyền hình truyền thống, thay vào đó là các sản phẩm ngắn, nội dung đa dạng trên các nền tảng số. Để thích ứng, nhà báo phải liên tục đổi mới tư duy, sáng tạo các sản phẩm phù hợp với xu hướng tiêu dùng mới, chủ động quảng bá chương trình của mình trên fanpage, mạng xã hội, tạo ra nhiều đoạn "best cut", trích đoạn hấp dẫn, đăng tải trên các kênh số như fanpage "VTV2 Chất lượng cuộc sống", VTV7 và các fanpage chuyên mục. Đồng thời, chúng tôi phải biết tận dụng các công cụ quảng bá hiện đại để kéo khán giả quay trở lại với truyền hình.

Câu 3: Theo ông, năng lực số đóng vai trò như thế nào đối với sự thành công của nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS báo chí hiện nay?

Năng lực số đóng vai trò rất quan trọng đối với sự thành công của nhà báo truyền hình hiện nay. Các nhà báo lớn tuổi thường gặp khó khăn trong việc sử dụng thiết bị số như điện thoại thông minh, phần mềm dựng hình, hoặc ứng dụng AI cho công việc. Để làm tốt, nhà báo không chỉ cần biết cách sử dụng các công cụ này mà còn phải thực hành thường xuyên, liên tục cập nhật kỹ năng, bởi lẽ với truyền hình truyền thống thì biên tập chỉ làm nội dung, quay phim phụ trách hình ảnh, còn nay, phóng viên phải biết quay, tự dựng, tự phát hành trên các nền tảng số.

Tuy nhiên, khi sử dụng Internet quá nhiều để tìm kiếm thông tin, nhà báo dễ bị phụ thuộc, không đánh giá được nguồn thông tin, dẫn đến chất lượng thông tin không chuẩn xác, thậm chí nhầm lẫn. Trước đây, khi cần tư liệu, nhà báo phải đọc sách, tiếp xúc với tài liệu giấy, biết rõ nguồn gốc, tác giả. Hiện tại, khi tìm kiếm trên mạng, có nhiều nguồn tin tổng hợp thiếu kiểm chứng, thông tin dễ sai lệch, nếu không đối chiếu, so sánh, chọn lọc kỹ thì có thể đưa ra thông tin sai. Ngoài ra, việc sử dụng AI cũng có nguy cơ khiến nhà báo trở thành người thụ động, phụ thuộc hoàn toàn vào máy móc nếu không chủ động kiểm soát.

Trong năm qua, VTV tổ chức hàng chục lớp học về AI cho lãnh đạo, cán bộ,

nhà báo. VTV2 cũng tổ chức cuộc thi AI thực chiến để rèn luyện kỹ năng ứng dụng AI vào công việc. Đơn vị có những cá nhân đã sử dụng AI rất hiệu quả, chỉ trong vòng một tiếng để hoàn thiện video dài hai phút, từ viết lời bình tới đọc lời bình.

Câu 4: Đối chiếu 5 miền năng lực số, ông đánh giá thực trạng năng lực số của đội ngũ nhà báo truyền hình của đơn vị hiện nay như thế nào? Đâu là điểm mạnh và đâu là “khoảng trống” năng lực lớn nhất?

Hiện tại, năng lực số của đội ngũ nhà báo trong đơn vị ở mức trung bình. Năm 2025 là năm cao điểm yêu cầu các nhà báo thực hiện các sản phẩm số. Trước kia, lãnh đạo đơn vị cũng yêu cầu các nhà báo thực hiện các sản phẩm số nhưng mục tiêu chưa rõ nét, chưa xác định được làm để làm gì và cho ai xem. Tuy nhiên hiện nay, yêu cầu đó đã rõ ràng hơn. Nhóm kỹ năng mạnh nhất của chúng tôi là tìm kiếm, xử lý thông tin và giao tiếp, hợp tác trực tuyến. Trong khi đó, các mảng sáng tạo nội dung số, an toàn thông tin và giải quyết vấn đề trên môi trường số vẫn là điểm yếu. Quy chuẩn hiện vẫn dựa trên các chức danh nhà báo truyền thông chuyển sang nhà báo số, tính bắt buộc chưa cao. Các thiết bị cá nhân cho nhà báo còn thiếu, nhất là với các chương trình dài và chương trình chuyên đề.

Câu 5: Theo ông, những năng lực số nào là quan trọng nhất mà một nhà báo truyền hình cần có để tác nghiệp hiệu quả trong môi trường số?

Theo tôi, những năng lực số quan trọng nhất bao gồm khả năng tìm kiếm, đánh giá thông tin trực tuyến, sử dụng mạng xã hội, sản xuất nội dung đa nền tảng, làm việc với dữ liệu và ứng dụng AI vào tác nghiệp.

Câu 6: Đơn vị ông hiện nay có những tiêu chí hoặc khung đánh giá nào về năng lực số của nhà báo hay không? Nếu có, xin ông/bà chia sẻ cụ thể.

Hiện tại, đơn vị chúng tôi chưa có một khung đánh giá năng lực số chi tiết và cụ thể. Mặc dù trong thông tin tuyển dụng có đề cập một số tiêu chí, việc đánh giá hàng tháng chủ yếu vẫn dựa trên hiệu quả của sản phẩm và mức độ sử dụng công cụ trong quá trình tác nghiệp.

Câu 7: Theo ông, lãnh đạo đơn vị có vai trò như thế nào trong việc thúc đẩy CDS và nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo?

Theo tôi, vai trò của lãnh đạo là tiên quyết. Tại VTV, từ Tổng Giám đốc đến

lãnh đạo các đơn vị, cấp ban, cấp phòng đều phải có tư duy CDS. Lãnh đạo phải là người đi đầu, biết sử dụng các tính năng mới, duyệt sản phẩm trên nền tảng số và ứng dụng AI vào công việc để làm gương, khuyến khích nhân viên học hỏi và thực hiện theo.

Câu 8: Đơn vị ông có những chính sách hoặc biện pháp nào để khuyến khích và hỗ trợ nhà báo nâng cao năng lực số cũng như ứng dụng các công nghệ số mới vào công việc?

Hiện tại, VTV quy định trưởng, phó phòng phải ký điện tử trên hệ thống, và nhà báo phải thành thạo việc duyệt file trên hệ thống nội bộ. Nhà báo cũng phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về bản quyền khi sử dụng ảnh, video, nhạc và tư liệu. Tuy nhiên, hiện chúng tôi chưa có chính sách khuyến khích cụ thể để phát triển năng

Câu 9: Đơn vị ông có những chương trình đào tạo và bồi dưỡng nào để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo không? Nội dung và hình thức đào tạo cụ thể là gì?

Trong năm 2025, toàn Đài tập trung vào việc học và ứng dụng AI. Đoàn Thanh niên đã phát động các khóa học ngắn và dài ngày về sử dụng AI, với các lớp học quy mô 20-30 người do các chuyên gia có kinh nghiệm trực tiếp giảng dạy.

Câu 10: Ông đánh giá mức độ phù hợp và hiệu quả của các chương trình đào tạo này trong việc đáp ứng nhu cầu thực tế của công việc?

Các chương trình đào tạo này đã đáp ứng tốt nhu cầu thực tế, giúp các nhà báo hiểu rõ hơn về cách AI có thể hỗ trợ hiệu quả trong việc tìm kiếm và xử lý thông tin, từ đó áp dụng vào công việc hàng ngày.

Câu 11: Theo ông, đâu là những rào cản lớn nhất khiến nhà báo truyền hình còn hạn chế về năng lực số?

Rào cản lớn nhất là tư duy sản xuất vẫn còn tập trung chủ yếu vào sản phẩm truyền hình truyền thống. Do đó, các công cụ số mới chỉ được xem là phương tiện hỗ trợ, chưa có sự chuyển đổi mạnh mẽ sang tư duy sản xuất nội dung số. Bên cạnh đó là rào cản về trách nhiệm nghề nghiệp, khi một số nhà báo chưa có ý thức

đầy đủ về tầm quan trọng của việc xác thực thông tin trong môi trường số, dẫn đến nguy cơ đưa tin sai lệch.

Câu 12: Theo ông, cần có những giải pháp nào để nâng cao hiệu quả đào tạo và phát triển năng lực số cho nhà báo truyền hình?

Để nâng cao hiệu quả, giải pháp cốt lõi nằm ở chính mỗi nhà báo. Mỗi cá nhân cần có sự cam kết mạnh mẽ trong việc học tập, thực hành thường xuyên để sử dụng các công cụ số một cách thành thạo, đồng thời phải chủ động cập nhật kiến thức mới để không bị tụt hậu.

Câu 13: Ông có thể đưa ra tầm nhìn và chiến lược của đơn vị về CDS và phát triển năng lực số cho đội ngũ nhà báo trong những năm tới là gì?

Chiến lược của chúng tôi là tập trung xây dựng VTVGo trở thành nền tảng số chủ lực, nhằm khẳng định vị thế của một Đài truyền hình quốc gia đa nền tảng. Theo đó, đội ngũ nhà báo phải có khả năng đáp ứng nhu cầu của khán giả trên cả hai mặt trận: sóng truyền hình truyền thống và nền tảng số. Đồng thời, chúng tôi sẽ tận dụng sức mạnh tương tác của mạng xã hội, xây dựng các chương trình có tính tư vấn, tương tác cao để thu hút và giữ chân khán giả.

Xin cảm ơn ông đã dành thời gian cho cuộc phỏng vấn này.

Biên bản 3. Mã PVS 3

Người trả lời phỏng vấn: Nam; Lãnh đạo Ban Giám đốc Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội

Hình thức: Phỏng vấn trực tiếp

Thời gian: 16h30, 31/10/2025

Địa điểm: Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội, 3-5 Huỳnh Thúc Kháng, Hà Nội

Câu 1: Theo ông, CDS đã và đang tác động như thế nào đến hoạt động báo chí truyền hình của đơn vị?

Theo quan điểm của tôi, khái niệm về CDS (CDS) hiện nay đang được sử dụng rộng rãi, đôi khi mang tính phong trào, và nội hàm của nó có thể rất khác nhau tùy thuộc vào bối cảnh, lĩnh vực và thời điểm. Với báo chí - truyền thông, CDS vốn dĩ không phải là điều gì quá mới mẻ. Quá trình số hóa có lẽ đã diễn ra ở Việt Nam được 25 năm, và cá nhân tôi cũng đã tham gia vào quá trình này từ những ngày đầu. Đầu những năm 2000 là bước tiếp cận ứng dụng công nghệ số vào báo chí. Ví dụ, với báo in, chúng ta chuyển từ soạn thảo bằng máy chữ sang máy tính; hoạt động chế bản, in ấn cũng dần được số hóa, giúp giảm bớt nhiều khâu và dễ dàng truyền dữ liệu đi in ở nhiều nơi. Những bức ảnh cũng chuyển từ chụp bằng máy phim sang máy ảnh số. Lĩnh vực phát thanh - truyền hình cũng bắt đầu với các thiết bị ứng dụng công nghệ số như DVCam, BetaCam và truyền dẫn kỹ thuật số. Càng về sau, quá trình này diễn ra trên quy mô lớn hơn, làm thay đổi toàn bộ quy trình từ tác nghiệp, biên tập đến phát hành sản phẩm báo chí. Phương thức số tác động trực tiếp vào kỹ năng, vai trò, tư duy và khả năng thích ứng của nhà báo.

Tuy nhiên, tôi cho rằng bản chất của báo chí không thay đổi nhiều. Sự thay đổi lớn nhất nằm ở hai khâu: phương thức tiếp nhận và tiêu thụ thông tin của công chúng, và phương thức phân phối thông tin cùng sự tham gia của lực lượng sản xuất nội dung. Thiết bị thông minh dần trở thành trung tâm truyền tải, do đó các sản phẩm báo chí (đọc, nghe, nhìn) chỉ thay đổi về phương thức, nền tảng, dẫn đến thay đổi về hình thức đóng gói sản phẩm.

Một thách thức lớn là sự lỏng lẻo trong quy định pháp lý về thông tin trên

mạng, khiến thông tin có tính chất báo chí do người dùng tạo ra không được phân định rõ ràng với sản phẩm của nhà báo chuyên nghiệp. Điều này dẫn đến sự ngộ nhận trong xã hội rằng ai cũng có thể cung cấp thông tin, không cần đến báo chí. Đây là một tác dụng phụ của mạng xã hội.

Đối với Đài Hà Nội, tác động của CDS là cực kỳ lớn. Chúng tôi tham gia quá trình này khá muộn, đi sau các đơn vị như VTV hay HTV khoảng 15 năm. Vì đi sau, chúng tôi đối mặt với tất cả các vấn đề: từ kỹ năng, tư duy của nhân sự, khả năng sử dụng công cụ, cho đến việc thiếu một chiến lược bài bản về ứng dụng công nghệ thông tin trước năm 2022. Sau 3 năm nỗ lực chuyển đổi, những khó khăn và tác động với chúng tôi vẫn còn rất nhiều.

Câu 2: Theo ông, đâu là những cơ hội và thách thức lớn nhất mà nhà báo truyền hình đang phải đối mặt trong bối cảnh CDS là gì?

Trong bối cảnh CDS hiện nay, tôi cho rằng những thách thức lớn nhất đối với đội ngũ nhà báo truyền hình không hoàn toàn bắt nguồn từ các yêu cầu về năng lực số. Thực ra, vấn đề cốt lõi nằm ở chỗ, ngay từ trước khi CDS diễn ra, nhiều nhà báo đã chưa thực sự vững vàng về các kỹ năng nghề nghiệp căn bản. Đây là nguyên nhân sâu xa khiến việc thích nghi với môi trường số trở nên khó khăn hơn.

Trước đây, không ít trường hợp phóng viên tác nghiệp một cách hình thức, sản xuất các bản tin về hội nghị, sự kiện mà ít quan tâm đến chất lượng nội dung hay nhu cầu tiếp nhận thông tin của công chúng. Sản phẩm báo chí chỉ dừng lại ở mức hoàn thành nhiệm vụ, không thực sự tạo ra giá trị cho người xem. Tuy nhiên, sức ép hiện nay không đơn thuần là do quá trình CDS, mà chính là đòi hỏi ngày càng cao của khán giả – muốn giữ được khán giả, bắt buộc nhà báo phải làm ra những sản phẩm hấp dẫn, chất lượng, có giá trị thực tiễn.

CDS mang lại nhiều cơ hội mới, giúp nhà báo tiếp cận đa dạng nền tảng, phương thức truyền tải và tương tác với công chúng. Tuy nhiên, để tận dụng được những cơ hội này, nhà báo phải thực sự làm chủ các kỹ năng nghề báo truyền thống – từ khả năng tổng hợp, phân tích, kể chuyện cho đến năng lực sử dụng ngôn ngữ một cách linh hoạt, hấp dẫn trong mọi hình thức thể hiện, dù là bản tin truyền hình, video ngắn, status trên mạng xã hội hay các sản phẩm đa phương tiện khác.

Về bản chất, các nền tảng số hay công cụ công nghệ chỉ đóng vai trò hỗ trợ, tạo thêm điều kiện thuận lợi cho công việc của nhà báo. Còn điều quan trọng nhất vẫn là năng lực chuyên môn, khả năng sáng tạo và sự nhạy bén với nhu cầu của xã hội. Khi đã đáp ứng được những yêu cầu này, nhà báo có thể thích ứng tốt với mọi sự thay đổi của môi trường truyền thông, kể cả trong quá trình CDS.

Tóm lại, thách thức lớn nhất của nhà báo truyền hình hiện nay không phải là CDS, mà là việc không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm báo chí, làm sao để đáp ứng, thu hút và giữ chân khán giả giữa một môi trường truyền thông ngày càng cạnh tranh khốc liệt. CDS chỉ là công cụ, là nền tảng để hỗ trợ, còn yếu tố quyết định vẫn là con người và kỹ năng nghề nghiệp.

Câu 3: Theo ông, năng lực số đóng vai trò như thế nào đối với sự thành công của nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS báo chí hiện nay?

Với vai trò là người quản lý các cơ quan báo chí, tôi có cơ hội được tiếp xúc và quản lý hầu hết các loại hình báo chí, từ báo in, tạp chí, báo điện tử cho đến phát thanh và truyền hình. Qua thực tiễn gần 30 năm làm công tác quản lý, tôi nhận thấy điều quan trọng nhất đối với các nhà báo, phóng viên vẫn là sở hữu các kỹ năng cơ bản của nghề báo.

Các kỹ năng cơ bản này bao gồm: kỹ năng ngôn ngữ (cả viết và hình ảnh), tư duy phản biện, sự sắc bén trong đánh giá, khả năng kể chuyện một cách hấp dẫn, bản lĩnh chính trị cũng như niềm đam mê với nghề nghiệp. Dù ở bất kỳ loại hình báo chí nào, trước hay sau CDS, những nhà báo có đầy đủ các kỹ năng nền tảng này đều có thể hoàn thành tốt công việc của mình.

Tôi cho rằng các năng lực số, mặc dù quan trọng, nhưng thực chất chỉ là bổ trợ và có thể bổ sung, cập nhật rất nhanh chóng. Ví dụ, một phóng viên có kỹ năng kể chuyện tốt thì dù viết bằng tay hay bằng máy tính, họ đều có thể thích nghi dễ dàng với các phương tiện mới. Người đã thành thạo kỹ năng phỏng vấn sẽ tự biết cách tiếp cận các hình thức phỏng vấn hiện đại, như qua email, chat hoặc các nền tảng trực tuyến. Tương tự, phóng viên truyền hình sẽ tự học sử dụng các phần mềm biên tập video khi công việc đòi hỏi.

Như vậy, các năng lực số thực chất chỉ là những kỹ năng phụ trợ, còn quan

trọng nhất vẫn là các năng lực nghề báo cơ bản. Hiện nay, số lượng nhà báo trẻ có kỹ năng chuyên môn tốt được bổ sung hàng năm vẫn chưa đáp ứng đủ nhu cầu của các cơ quan báo chí, dù số lượng đào tạo rất nhiều. Đây là một thực tế mà tôi nhận thấy rõ trong quá trình tuyển dụng và quản lý.

Để minh họa, ngay cả khi viết một status hấp dẫn trên mạng xã hội, điều quyết định vẫn là kỹ năng sử dụng ngôn ngữ, khả năng kể chuyện – chứ không phải kỹ năng đánh máy hay thao tác phần mềm. Tương tự, để tạo ra một video chất lượng, phóng viên cần biết lựa chọn hình ảnh, lời bình và âm thanh phù hợp, thay vì chỉ giỏi sử dụng các phần mềm biên tập.

Gần đây, sự hỗ trợ của công nghệ và trí tuệ nhân tạo (AI) đã làm thay đổi cách thức tác nghiệp của nhà báo. Tuy nhiên, các năng lực số này chủ yếu là sự chuyển đổi về hình thức, còn bản chất vấn đề vẫn là yêu cầu về năng lực nghề nghiệp. Trước đây, kỹ năng đọc, tổng hợp thông tin là rất quan trọng; ngày nay, điều đó chuyển thành kỹ năng tra cứu, tìm kiếm thông tin, sử dụng các công cụ AI hoặc các kho dữ liệu số. Bởi vậy, đa số nhà báo đều có thể thích nghi với những thay đổi này một cách dễ dàng, bởi lẽ các công cụ công nghệ ngày càng thân thiện, phổ biến.

Tóm lại, các kỹ năng số không phải là yếu tố quyết định mà điều cốt lõi vẫn là các kỹ năng nghề báo cơ bản. Thực tiễn báo chí thế giới cũng cho thấy rất rõ quan điểm này.

Câu 4: Đối chiếu 5 miền năng lực số, ông đánh giá thực trạng năng lực số của đội ngũ nhà báo truyền hình của đơn vị hiện nay như thế nào? Đâu là điểm mạnh và đâu là “khoảng trống” năng lực lớn nhất?

Những người làm báo chuyên nghiệp vẫn cần phải sở hữu các kỹ năng nghề nghiệp mang tính chuyên môn cao. Trong những kỹ năng này, năng lực về thông tin và dữ liệu luôn giữ vai trò quan trọng, bất kể ở thời kỳ trước hay sau CDS. Khi chuyển sang môi trường số, các nền tảng và kênh tiếp nhận thông tin có sự đa dạng và hiện đại hơn, tuy nhiên về bản chất, đó vẫn là sự tiếp nối của những phương thức cũ với các công cụ và phương tiện khác nhau.

Về năng lực giao tiếp và hợp tác, nếu như trước đây việc phỏng vấn, trao đổi thông tin chủ yếu diễn ra trực tiếp thì hiện nay đã có nhiều hình thức thu thập

thông tin mới như gửi email, trao đổi qua ứng dụng chat, hoặc sử dụng các công cụ họp trực tuyến bằng video. Sự đa dạng này giúp nhà báo linh hoạt hơn trong công việc, đồng thời mở rộng cơ hội tiếp cận thông tin.

Đối với sáng tạo nội dung số, khái niệm “content” (nội dung) ngày nay được nhắc đến rất nhiều. Thực chất, nội dung này vốn đã tồn tại từ trước, chỉ là hình thức thể hiện và đóng gói sản phẩm thay đổi theo thời đại. Trước đây, sản phẩm báo chí thường là các tác phẩm hoàn chỉnh, có độ dài nhất định; còn hiện nay, nội dung số có thể được xây dựng thành những lát cắt ngắn, đa dạng, thậm chí mang tính tương tác cao hơn với công chúng.

Yếu tố an toàn trong môi trường số là một điểm mới so với trước đây, tuy nhiên cũng không hoàn toàn xa lạ. Việc đảm bảo an toàn thông tin, bảo mật dữ liệu, cũng như ứng xử đúng mực trên không gian mạng đã trở thành yêu cầu bắt buộc đối với người làm báo hiện đại.

Tóm lại, năng lực số của nhà báo không chỉ bao gồm các kỹ năng sử dụng công cụ và phương tiện, mà quan trọng hơn là kỹ năng tư duy, khả năng thích ứng và đổi mới để đáp ứng yêu cầu của nghề báo trong bối cảnh CDS.

Câu 5: Theo ông, những năng lực số nào là quan trọng nhất mà một nhà báo truyền hình cần có để tác nghiệp hiệu quả trong môi trường số?

Theo quan điểm của tôi, điều quan trọng nhất đối với các nhà báo vẫn là phải sở hữu các kỹ năng cơ bản của nghề báo. Đó là kỹ năng ngôn ngữ (cả viết và hình ảnh), tư duy phản biện, khả năng kể chuyện, bản lĩnh chính trị và niềm đam mê với nghề nghiệp. Dù ở bất cứ loại hình báo chí nào, trước hay sau CDS, nhà báo có đủ các kỹ năng này đều có thể làm tốt công việc.

Các năng lực số, kỹ năng số, tuy cần thiết, nhưng thực tế có thể bổ sung, học hỏi và cập nhật nhanh chóng; chúng không thể thay thế cho những kỹ năng nghề báo cốt lõi. Ví dụ, một phóng viên có khả năng kể chuyện tốt sẽ dễ dàng thích nghi với các công cụ mới, từ phần mềm soạn thảo văn bản đến các ứng dụng biên tập nội dung số. Quan trọng hơn cả là năng lực nghề báo, chứ không phải chỉ thuần túy kỹ năng sử dụng công nghệ.

Hiện nay, sự phát triển của công nghệ, trí tuệ nhân tạo có thể hỗ trợ các nhà

báo rất nhiều trong công việc, nhưng nếu thiếu nền tảng kỹ năng nghề nghiệp, sản phẩm báo chí vẫn không thể đạt chất lượng như mong muốn. Vì vậy, việc phát triển năng lực số cần đặt trong mối liên hệ chặt chẽ với việc củng cố và nâng cao các kỹ năng nghề báo cơ bản.

Câu 6: Đơn vị ông hiện nay có những tiêu chí hoặc khung đánh giá nào về năng lực số của nhà báo hay không? Nếu có, xin ông chia sẻ cụ thể.

Hiện tại đơn vị chúng tôi chưa có khung đánh giá riêng biệt cho năng lực số của nhà báo một cách cốt lõi, mà thay vào đó, chúng tôi tập trung đánh giá vào các kỹ năng của nhà báo.

Câu 7: Theo ông, lãnh đạo đơn vị có vai trò như thế nào trong việc thúc đẩy CDS và nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo?

Theo tôi, vai trò của lãnh đạo đơn vị trong việc thúc đẩy CDS và nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo không chỉ quan trọng, mà còn mang tính chất quyết định. Sự định hướng và tác động của lãnh đạo có thể ảnh hưởng toàn diện đến quá trình CDS tại cơ quan báo chí.

Trước đây, không ít nhà báo thường chỉ làm việc theo thói quen, đôi khi không đặt mục tiêu rõ ràng về việc sản phẩm báo chí của mình phải tiếp cận được đông đảo công chúng. Tuy nhiên, khi tư duy lãnh đạo thay đổi và xác định rõ mục tiêu phải đưa sản phẩm báo chí đến với công chúng – trong đó có cả môi trường số, thì chính điều này sẽ tạo động lực cho toàn bộ đội ngũ phải đổi mới, nâng cao chất lượng và thích ứng với yêu cầu mới.

Theo tôi, mỗi tác phẩm báo chí đều là một sản phẩm đặc biệt, hướng tới những mục tiêu cụ thể. Sản phẩm đó phải đủ tốt, đủ chất lượng để được thị trường – tức công chúng và các cơ quan quản lý nhà nước chấp nhận. Để làm được điều này, lãnh đạo phải đặt ra yêu cầu cao về chất lượng, đồng thời tạo môi trường để đội ngũ nhà báo phát triển năng lực, năng lực số.

Trong thực tế tại đơn vị tôi, việc nâng cao năng lực số cho đội ngũ được thực hiện thông qua cả các chính sách trực tiếp lẫn gián tiếp. Đôi khi, sự hỗ trợ, khuyến khích từ lãnh đạo không nhất thiết phải là các quy định cụ thể về sử dụng công nghệ nào, công cụ nào, mà quan trọng nhất là đặt ra mục tiêu rõ ràng: sản phẩm báo chí phải đến được với công chúng trên tất cả các nền tảng, trong đó có

nền tảng số. Khi đó, mỗi phóng viên, biên tập viên, kỹ thuật viên sẽ tự nhận thấy nhu cầu phải tự học hỏi, thích ứng và làm chủ các công cụ, công nghệ mới để đạt được mục tiêu chung.

Khi lãnh đạo đặt ra đích đến là CDS thành công, đội ngũ sẽ chủ động tìm hiểu, cập nhật và sử dụng các công nghệ số phù hợp.

Bên cạnh đó, lãnh đạo còn cần quan tâm đến việc đầu tư nguồn lực, tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng về quản trị theo mục tiêu, quản trị hệ thống, quản trị sản phẩm số cho đội ngũ quản lý cấp trung và cán bộ chủ chốt. Tuy nhiên, bên cạnh yếu tố con người và tư duy quản trị, việc đảm bảo các nguồn lực vật chất như hạ tầng công nghệ, thiết bị, đường truyền cũng đóng vai trò rất quan trọng. Nếu không có đủ cơ sở vật chất, công cụ hay thiết bị phù hợp, quá trình CDS sẽ gặp nhiều khó khăn, dù có quyết tâm và định hướng đúng.

Tóm lại, lãnh đạo đơn vị giữ vai trò quyết định trong việc thúc đẩy CDS, từ định hướng chiến lược, xây dựng mục tiêu phù hợp, tạo động lực phát triển, đến đảm bảo nguồn lực vật chất cần thiết, qua đó giúp đội ngũ nhà báo phát triển năng lực số và thích ứng thành công với yêu cầu trong bối cảnh CDS hiện nay.

Câu 8: Đơn vị ông có những chính sách hoặc biện pháp nào để khuyến khích và hỗ trợ nhà báo nâng cao năng lực số cũng như ứng dụng các công nghệ số mới vào công việc?

Tại đơn vị tôi, việc ứng dụng các công nghệ số, ví dụ như trí tuệ nhân tạo (AI), các giải pháp video tự động (VR), hay công nghệ camera 360 độ, không chỉ được khuyến khích mà thực tế đã trở thành yêu cầu bắt buộc đối với đội ngũ nhà báo. Chúng tôi xác định rõ ràng rằng, trong bối cảnh CDS, việc tiếp cận và sử dụng các công nghệ mới là một phần tất yếu và là điều kiện cần để hoàn thành nhiệm vụ chuyên môn.

Theo định hướng quản trị của đơn vị, mọi nhà báo, phóng viên đều phải chủ động cập nhật, ứng dụng công nghệ số phù hợp với đặc thù công việc của mình. Thay vì dừng lại ở mức độ khuyến khích, chúng tôi coi đây là yêu cầu hiển nhiên, gắn với mục tiêu và kết quả công việc của từng cá nhân, từng bộ phận.

Tuy nhiên, việc ứng dụng công nghệ số, đặc biệt là AI, cần được thực hiện có kiểm soát và phù hợp với đặc thù nghề nghiệp. Đơn vị đã ban hành các chính

sách, quy định rõ ràng về việc sử dụng AI, trong đó có những quy định nghiêm ngặt, ví dụ như cấm tuyệt đối việc sử dụng AI để tự động tạo ra toàn bộ nội dung bài viết. Chúng tôi xây dựng các hướng dẫn (guideline) cụ thể về việc được phép sử dụng công cụ nào, ở mức độ nào, cho những công đoạn nào trong quá trình tác nghiệp; đồng thời thường xuyên cập nhật các quy định này để phù hợp với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ.

Một trong những nội dung quan trọng nhất trong chính sách CDS của đơn vị là công tác quản lý và bảo vệ dữ liệu. Ý thức được tầm quan trọng của dữ liệu trong hoạt động báo chí hiện đại, ngay từ hai năm trước, chúng tôi đã ban hành quy chế về quản lý dữ liệu, xác định dữ liệu là tài sản quý giá và cần được tập trung quản lý chặt chẽ.

Tóm lại, các chính sách và biện pháp của đơn vị không chỉ dừng lại ở việc khuyến khích mà đã chuyển sang yêu cầu bắt buộc, cùng với việc xây dựng hành lang pháp lý và quy định cụ thể nhằm đảm bảo mọi hoạt động ứng dụng công nghệ số, AI, cũng như quản trị dữ liệu được thực hiện một cách hiệu quả, an toàn và phù hợp với định hướng phát triển của đơn vị trong thời kỳ CDS.

Chúng tôi có cả biện pháp khuyến khích trực tiếp và gián tiếp, trong đó gián tiếp là chủ yếu thông qua việc đặt ra mục tiêu cho sản phẩm báo chí. Đài không chỉ khuyến khích mà còn coi việc sử dụng các công cụ số để tạo ra sản phẩm sáng tạo là yêu cầu.

Một trong những điểm quan trọng của CDS là dữ liệu. Chúng tôi yêu cầu phải quản lý và tập trung dữ liệu. Về góc độ quản trị, chúng tôi không đi theo hướng "bình dân học vụ số" một cách đại trà. Việc ứng dụng công nghệ số và AI cần phải tương thích, phù hợp với từng công việc cụ thể. Ví dụ, chúng tôi có chính sách cấm tuyệt đối việc sử dụng AI để tạo ra các sản phẩm hoàn chỉnh mà không có sự kiểm duyệt và sáng tạo của con người.

Câu 9: Đơn vị ông có những chương trình đào tạo và bồi dưỡng nào để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo không? Nội dung và hình thức đào tạo cụ thể là gì?

Đơn vị có tổ chức các chương trình đào tạo và bồi dưỡng cho đội ngũ nhà báo nhằm nâng cao năng lực số, bao gồm cả đào tạo chiến lược lẫn đào tạo kỹ

năng thực tiễn. Về mặt chiến lược, đơn vị chú trọng đào tạo cán bộ quản lý, đặc biệt là cán bộ cấp trung, thông qua các lớp quản trị, quản trị mục tiêu, quản trị hệ thống và quản trị sản phẩm số. Ngoài ra, hàng năm còn tổ chức các diễn đàn, tọa đàm để trao đổi về chiến lược phát triển và CDS.

Về mặt kỹ năng, các chương trình đào tạo mang tính chiến thuật, tập trung vào việc hướng dẫn sử dụng các công cụ, phần mềm, thiết bị số mới, cũng như cập nhật các xu hướng công nghệ như AI, sản xuất nội dung đa nền tảng, sử dụng dữ liệu số trong báo chí... Hình thức đào tạo đa dạng, bao gồm đào tạo trực tiếp, đào tạo nội bộ, chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn giữa các phóng viên, biên tập viên có kinh nghiệm với đội ngũ trẻ, cũng như khuyến khích tự học và chủ động thích ứng với công nghệ mới.

Câu 10: Ông đánh giá mức độ phù hợp và hiệu quả của các chương trình đào tạo này trong việc đáp ứng nhu cầu thực tế của công việc?

Các chương trình đào tạo về năng lực số tại đơn vị nhìn chung đáp ứng được nhu cầu thực tế, nhất là với yêu cầu ngày càng cao về ứng dụng công nghệ trong sản xuất và phân phối sản phẩm báo chí. Tuy nhiên, hiệu quả của đào tạo phụ thuộc lớn vào nền tảng kỹ năng cơ bản của từng nhà báo. Những nhà báo có năng lực nghề nghiệp vững vàng, kỹ năng báo chí tốt sẽ dễ dàng tiếp thu, thích ứng và phát huy hiệu quả các kỹ năng số mới. Ngược lại, nếu thiếu kỹ năng nghề báo cơ bản, việc bổ sung kỹ năng số chỉ mang tính hình thức, khó tạo ra khác biệt rõ rệt trong chất lượng sản phẩm. Do đó, đơn vị luôn coi trọng đào tạo toàn diện, kết hợp giữa nâng cao kỹ năng nghề nghiệp và cập nhật công nghệ số.

Câu 11: Theo ông, đâu là những rào cản lớn nhất khiến nhà báo truyền hình còn hạn chế về năng lực số?

Rào cản lớn nhất khiến nhà báo truyền hình còn hạn chế về năng lực số không phải là vấn đề về công nghệ hay kỹ năng số, mà chủ yếu xuất phát từ nền tảng kỹ năng báo chí cơ bản. Trên thực tế, nhiều nhà báo lớn tuổi thường bị cho năng lực số chưa cao, nhưng vấn đề cốt lõi là kỹ năng báo chí của họ có thể chưa quá tốt. Ngược lại, những nhà báo có nền tảng nghề nghiệp tốt, dù thuộc thế hệ nào, đều không gặp khó khăn khi tiếp cận và sử dụng công nghệ mới. Nhiều nhà

báo lớn tuổi họ vẫn làm được các tác phẩm báo chí tốt. Việc của nhà báo là tạo ra các sản phẩm, họ vẫn tạo ra các sản phẩm rất tốt. Việc thiếu kỹ năng báo chí như tư duy phản biện, khả năng kể chuyện, kiến thức nền tảng mới là yếu tố khiến nhà báo khó phát huy được năng lực số. Đối với các nhà báo trẻ, dù thành thạo các công cụ số nhưng nếu chưa vững kỹ năng nghề báo, cũng khó tạo ra sản phẩm chất lượng, vì năng lực số chỉ là yếu tố hỗ trợ.

Việc phát triển nội dung số hay thực hiện CDS theo tôi vẫn quan trọng. Tuy nhiên các nhà báo chỉ cần các nhà báo tốt kỹ năng báo chí. Còn với các cái năng lực thành thạo công cụ để phát triển trong môi trường số, sáng tạo nội dung số, đóng gói các sản phẩm đa nền tảng, chúng ta có thể phân công công việc cho những vị trí có chuyên môn phù hợp. Vì vậy, phát triển năng lực số cho nhà báo truyền hình cần đặt trên nền tảng kỹ năng báo chí chuyên nghiệp, thay vì chỉ tập trung vào kỹ năng công nghệ.

Câu 12: Theo ông, cần có những giải pháp nào để nâng cao hiệu quả đào tạo và phát triển năng lực số cho nhà báo truyền hình?

Theo quan điểm của tôi, để nâng cao hiệu quả đào tạo và phát triển năng lực số cho nhà báo truyền hình, cần chú trọng vào hai vấn đề lớn. Thứ nhất, phát triển các năng lực nền tảng, cốt lõi của nhà báo truyền hình vẫn phải được đặt lên hàng đầu. Thứ hai, các kỹ năng số nên được coi là điều kiện tất yếu, hỗ trợ cho các kỹ năng nghề nghiệp truyền thống chứ không phải là mục tiêu duy nhất.

Tôi cho rằng, trong một thời gian dài, định hướng giáo dục và đào tạo báo chí tại nước ta còn nhiều hạn chế. Đôi khi, chương trình đào tạo tập trung quá nhiều vào các kỹ năng bổ trợ mà lại thiếu đi việc xây dựng nền tảng kiến thức sâu rộng cũng như tư duy nghiên cứu, tư duy khoa học cho sinh viên báo chí. Ở các nền giáo dục lớn trên thế giới, sinh viên thường được khuyến khích có thêm bằng cử nhân ở một lĩnh vực khác như chính trị, kinh tế, quản trị, văn hóa... trước khi chuyên sâu về báo chí hoặc truyền thông. Điều này giúp họ có nền tảng kiến thức vững chắc để phát triển tư duy nghề nghiệp.

Tại Việt Nam, hệ thống đào tạo báo chí còn chưa coi trọng đúng mức việc trang bị nền tảng kiến thức và tư duy chuyên sâu cho sinh viên. Nhiều thế hệ nhà

báo trẻ hiện nay có kiến thức nền còn khá mỏng, kỹ năng ngôn ngữ và kỹ năng nghiệp vụ chưa được rèn luyện vững chắc. Thực tế tuyển dụng tại các cơ quan báo chí cho thấy, nhiều sinh viên tốt nghiệp ngành báo chí vẫn còn yếu về kiến thức cơ bản, kỹ năng viết lách, thậm chí chưa phân biệt được các khái niệm cơ bản về chính trị, kinh tế, xã hội hoặc các thông tin tổng quát về đất nước.

Do đó, theo tôi, giải pháp nâng cao hiệu quả đào tạo và phát triển năng lực số cho nhà báo truyền hình cần bắt đầu từ việc khảo sát, đánh giá nhu cầu thực tế của các đơn vị sử dụng lao động như các cơ quan báo chí, doanh nghiệp truyền thông, nhà sản xuất... để cập nhật chương trình đào tạo cho sát thực tiễn. Ngoài ra, cần tăng cường việc xây dựng và củng cố nền tảng kiến thức chuyên môn, kỹ năng ngôn ngữ, tư duy phân tích, tư duy phản biện cho sinh viên thay vì chạy theo các kỹ năng mang tính chất phụ trợ, bề nổi.

Bên cạnh đó, các cơ sở đào tạo cũng cần trang bị cho sinh viên các kỹ năng số phù hợp với môi trường làm việc hiện đại, nhưng phải đặt trong mối liên hệ với năng lực nghề nghiệp truyền thống. Việc sử dụng thành thạo công nghệ, phần mềm, công cụ số là rất cần thiết, song sẽ không có ý nghĩa nếu thiếu nền tảng kiến thức, kỹ năng nghề nghiệp và sự hiểu biết thực tiễn.

Để nâng cao hiệu quả đào tạo và phát triển năng lực số cho nhà báo truyền hình, cần tập trung đồng thời vào việc củng cố vững chắc các năng lực cơ bản, nền tảng nghề nghiệp, đồng thời cập nhật kỹ năng số theo yêu cầu thực tiễn, tránh tình trạng lệ thuộc hoàn toàn vào công nghệ mà bỏ qua yếu tố cốt lõi là con người và tri thức nền.

Câu 13: Ông có thể đưa ra tầm nhìn và chiến lược của đơn vị về CDS và phát triển năng lực số cho đội ngũ nhà báo trong những năm tới là gì?

Tầm nhìn của đơn vị về CDS là xây dựng một nền tảng báo chí hiện đại, chủ động thích ứng với sự thay đổi công nghệ, đảm bảo tự chủ về sản phẩm và dữ liệu, không phụ thuộc hoàn toàn vào các nền tảng bên ngoài như Facebook hay YouTube.

Chiến lược phát triển tập trung vào ba nguồn lực then chốt: tài chính, con người và công nghệ. Đơn vị ưu tiên đầu tư vào hạ tầng công nghệ hiện đại, đồng

thời chú trọng đào tạo, phát triển năng lực số cho đội ngũ nhà báo. Việc CDS không chỉ là ứng dụng công nghệ mới mà còn là đổi mới tư duy, xây dựng các sản phẩm báo chí chất lượng, phù hợp với nhu cầu của công chúng và xu hướng truyền thông số.

Chúng tôi xác định, chiến lược CDS phải linh hoạt, cập nhật thường xuyên để thích ứng với sự thay đổi nhanh chóng của môi trường truyền thông, tránh phụ thuộc vào các thuật toán hoặc nền tảng số của bên ngoài, đảm bảo phát triển bền vững và chủ động trong mọi tình huống

Xin cảm ơn ông/ bà đã dành thời gian cho cuộc phỏng vấn này.

Biên bản 4. Mã PVS 4

Người trả lời phỏng vấn: Nam; Lãnh đạo Ban Giám đốc Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại miền Trung - Tây Nguyên.

Hình thức: Phỏng vấn trực tiếp

Thời gian: 24/10/2025

Địa điểm: Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại miền Trung – Tây Nguyên, 258 Bạch Đằng, TP. Đà Nẵng

Câu 1: CDS đã và đang tác động như thế nào đến hoạt động báo chí truyền hình của đơn vị?

CDS là một xu hướng không thể đảo ngược, tác động sâu rộng đến toàn bộ hoạt động, mô hình tổ chức và bộ máy truyền thông của VTV8. Trước đây, toàn bộ quy trình quản lý như đăng ký đề tài, viết và duyệt kịch bản, đăng ký phát sóng, đi công tác đều thực hiện thủ công với sự kiểm soát của lãnh đạo qua các bước xét duyệt giấy tờ trực tiếp. Tuy nhiên, hiện nay mọi quy trình này đã được số hóa, đưa lên hệ thống phần mềm quản lý, đòi hỏi mỗi nhà báo đều phải thành thạo các ứng dụng công nghệ thông tin. Không còn chuyện nhà báo nghĩ mình không cần thiết phải biết tin học, bởi nếu không thao tác kịp thời trên hệ thống, ví dụ như đăng ký trễ, thì sẽ bị hệ thống tự động khóa, không thể tiếp tục công việc. Điều này buộc mỗi người phải chuyển đổi tư duy, thích nghi với môi trường làm việc mới, nơi công nghệ đóng vai trò quyết định.

Trong lĩnh vực sản xuất chương trình, sự thay đổi còn rõ nét hơn. Trước đây, các file chương trình được dựng, lưu trữ và chia sẻ thủ công, giờ đây mọi thứ được quản lý trên hệ thống MAM, dữ liệu được bảo vệ bởi tường lửa, file chương trình được chia sẻ qua mạng LAN, cho phép khoảng 20 bàn dựng cùng truy cập và làm việc linh hoạt ở bất cứ đâu trong đơn vị. Lãnh đạo có thể duyệt sản phẩm online, nếu cần chỉnh sửa thì hệ thống sẽ báo đỏ trên phần mềm, đảm bảo quy trình kiểm soát chất lượng. Sau khi duyệt xong, file sẽ chuyển thẳng lên hệ thống phát sóng mà không cần qua nhiều bước trung gian như trước đây. Việc chuyển đổi từ thao tác thủ công sang tác nghiệp dựa trên công nghệ và khoa học hiện đại đã trở thành tiêu chuẩn bắt buộc đối với mọi thành viên trong đơn vị.

Câu 2: Theo ông, đâu là những cơ hội và thách thức lớn nhất mà nhà báo truyền hình đang phải đối mặt trong bối cảnh CDS là gì?

Trong bối cảnh CDS, tôi nhận thấy thách thức đối với nhà báo truyền hình lớn hơn cơ hội rất nhiều. Một trong những thách thức lớn nhất là sự phát triển mạnh mẽ của trí tuệ nhân tạo (AI). Nhà báo truyền hình ngày nay không chỉ phải học cách sử dụng AI như một công cụ hỗ trợ, mà quan trọng hơn, phải tạo ra giá trị mà AI không thể thay thế được. Có những chương trình lớn của đơn vị, dù đã sử dụng AI để hỗ trợ tổng hợp thông tin và gợi ý ý tưởng, nhưng suốt bốn tháng chúng tôi vẫn không tìm được một ý tưởng thực sự thuyết phục. Cuối cùng, tôi phải trực tiếp đi thực địa 5 lần, đọc thêm nhiều tài liệu, mới phát triển được ý tưởng cho kịch bản - điều mà AI không thể nghĩ ra. Khi con người có ý tưởng, AI chỉ là công cụ tăng tốc, chứ không thể thay thế sáng tạo và cảm xúc của nhà báo.

Thách thức tiếp theo nằm ở tốc độ thay đổi liên tục của công nghệ. Đa phần đội ngũ nhà báo truyền hình ở VTV8 là những người được đào tạo trong thời kỳ Internet chưa phát triển mạnh, nên việc cập nhật công nghệ luôn là áp lực lớn. Hiện nay, nhà báo không chỉ làm báo theo kiểu truyền thống, mà còn phải thành thạo quay, dựng và truyền file trực tiếp từ hiện trường chỉ bằng điện thoại di động, thậm chí phải biết livestream khi cần thiết. Vai trò của phóng viên, biên tập viên giờ đây không còn tách biệt, mà phải trở thành người đa năng “one-man-band”, tự đảm nhiệm nhiều khâu sản xuất, nếu không sẽ bị đào thải khỏi môi trường cạnh tranh khốc liệt. Thực tế tại VTV8, áp lực đào thải tối thiểu 20% nhân sự không đáp ứng được yêu cầu số hóa là có thật.

Ngoài ra, sự phân mảnh của khán giả cũng là thách thức lớn khi thói quen xem truyền hình thay đổi mạnh mẽ. Khán giả hiện nay thích chủ động lựa chọn nội dung trên các kho dữ liệu số như YouTube, trong khi truyền hình tuyến tính lại phát sóng theo giờ cố định. Đài truyền hình phải vừa giữ được giá trị của xem thụ động, vừa tạo ra nội dung phù hợp để đáp ứng nhu cầu xem chủ động, điều này tạo ra áp lực rất lớn về chất lượng nội dung và khả năng cạnh tranh với các nền tảng số khác.

Câu 3: Theo ông, năng lực số đóng vai trò như thế nào đối với sự thành công của nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS báo chí hiện nay?

Năng lực số thực sự là điều kiện sống còn đối với nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS hiện nay. Nếu không làm chủ được các công cụ sản xuất, biên tập,

xuất bản và phân phối nội dung số, nhà báo sẽ không thể tồn tại trong môi trường truyền thông hiện đại. Một nhà báo truyền hình hiện đại buộc phải biết quay, dựng, truyền phát cơ bản trên thiết bị di động và các phần mềm dựng chuyên dụng; vận hành thành thạo các quy trình số của tòa soạn như hệ thống MAM, quản lý lưu trữ, đặt tên file và metadata; đồng thời làm việc hiệu quả trên đa nền tảng, từ truyền hình tuyến tính, VTVGo cho đến các mạng xã hội vệ tinh. Hơn nữa, nhà báo cần biết sử dụng AI đúng chỗ, sử dụng AI để tổng hợp, gợi ý, phiên bản hóa nội dung, nhưng vẫn phải giữ vững vai trò sáng tạo, thẩm định và tuân thủ các chuẩn mực nghề nghiệp.

Câu 4: Đối chiếu 5 miền năng lực số, ông/bà đánh giá thực trạng năng lực số của đội ngũ nhà báo truyền hình của đơn vị hiện nay như thế nào? Đâu là điểm mạnh và đâu là “khoảng trống” năng lực lớn nhất?

Nếu đánh giá theo năm miền năng lực số gồm Thông tin & Dữ liệu, Giao tiếp & Hợp tác, Sáng tạo nội dung số, An toàn và Giải quyết vấn đề, thực trạng tại VTV8 còn nhiều hạn chế.

Về kỹ năng thao tác với thông tin và dữ liệu, phần lớn nhà báo chỉ mới nắm được hệ thống vận hành nội bộ ở mức cơ bản, nhiều người vẫn chưa thao tác được trên hệ thống và phải nhờ bộ phận kỹ thuật lấy dữ liệu. Việc đặt tên file, metadata chưa chuẩn hóa đồng đều.

Về năng lực giao tiếp và hợp tác trên môi trường số còn yếu, các kênh số từng phải khóa bình luận do thiếu bộ phận quản trị cộng đồng, đồng thời nội bộ còn vướng quy trình bảo mật, phải chờ phát sóng mới được xuất bản trên số.

Khoảng trống lớn nhất nằm ở năng lực sáng tạo nội dung số. Hiện trạng chủ yếu chỉ là “cắt các tác phẩm truyền hình rồi đăng lại”, không phù hợp với thói quen người xem trên các nền tảng số. Hệ quả là mức độ tương tác rất thấp: TikTok có 1,2 triệu lượt theo dõi nhưng mỗi video chỉ đạt khoảng 5.000 lượt xem; Fanpage có 440.000 lượt theo dõi nhưng mỗi bài đăng chỉ khoảng 200 lượt thích, đa phần dưới 100; YouTube có 45.000 người đăng ký nhưng mỗi video chỉ đạt trung bình 200 lượt xem, hiếm hoi mới có video lên đến 2.000 - 4.000 lượt xem. Nguyên nhân trực tiếp là do nội dung chưa được phiên bản hóa theo từng nền tảng, thiếu đội ngũ quản trị cộng đồng, không có KPI, chính sách đãi ngộ, và công cụ đo đếm, chia sẻ từ VTVGo còn hạn chế.

Ý thức về an toàn thông tin, tuân thủ quy định báo chí của các nhà báo tại

đơn vị tốt, nhưng thiếu khung hướng dẫn quản trị khủng hoảng số và bảo mật tài khoản, kho dữ liệu dành riêng cho đội ngũ làm nội dung số. Việc giải quyết vấn đề cũng gặp nhiều khó khăn do quy trình phê duyệt chậm, thiếu quyền truy cập tư liệu trước phát sóng, công cụ đo đếm của VTVGo chưa được công nhận rộng rãi, việc chia sẻ link bị hạn chế vì phải cài app, làm giảm hiệu quả lan tỏa thông tin.

Nguyên nhân sâu xa của các hạn chế này là do một bộ phận nhân sự được đào tạo trước thời Internet, nên sự thay đổi nhanh về công nghệ khiến họ không theo kịp. Bên cạnh đó, nguồn lực tổ chức bị phân tán, một số nhà báo làm công tác tư liệu, xây dựng khung phát sóng, không trực tiếp sản xuất. Nhân sự nhà báo sản xuất chương trình truyền hình quá tải, không còn sức cũng như động lực để làm số. Các quy định pháp lý chưa rõ ràng, VTV8 không có chức năng vận hành, khai thác doanh thu từ các trang mạng xã hội, nên không có nguồn chi trả, không có KPI, rất khó tạo động lực cho các nhà báo.

Câu 5: Theo ông, những năng lực số nào là quan trọng nhất mà một nhà báo truyền hình cần có để tác nghiệp hiệu quả trong môi trường số?

Theo tôi, một nhà báo truyền hình muốn tác nghiệp hiệu quả trong môi trường số cần có khả năng sản xuất đa nền tảng từ đầu đến cuối, tức là biết quay, dựng, làm phụ đề, đồ họa và xuất bản nhanh cho cả truyền hình, VTVGo và mạng xã hội, linh hoạt về định dạng dọc, ngang, vuông. Tư duy nội dung phải thay đổi theo từng nền tảng, biết viết, dựng, tạo “hook” 3 giây đầu, nhịp cắt nhanh, call-to-action, không chỉ đơn thuần “cắt tác phẩm trên TV đăng lại”. Nhà báo cũng cần giỏi kỹ năng khai thác, thẩm định thông tin trực tuyến, làm việc với dữ liệu và metadata để tối ưu hóa tìm kiếm, đề xuất. Ngoài ra, họ cần biết ứng dụng AI trong việc tóm tắt, chuyển giọng, gợi ý tiêu đề, thumbnail, kiểm tra lỗi, nhưng vẫn giữ vững đạo đức và kiểm chứng thông tin. Việc quản trị cộng đồng, tương tác an toàn, phản hồi bình luận, xử lý khủng hoảng, bảo mật tài khoản cũng rất cần thiết. Cuối cùng, không thể thiếu năng lực học hỏi liên tục và giải quyết các vấn đề công nghệ phát sinh trong công việc.

Câu 6: Đơn vị ông hiện nay có những tiêu chí hoặc khung đánh giá nào về năng lực số của nhà báo hay không? Nếu có, xin ông/bà chia sẻ cụ thể.

Hiện tại, VTV8 chưa có một khung chuẩn hóa để đánh giá năng lực số cho

đội ngũ nhà báo. Việc đánh giá chủ yếu dựa vào hiệu quả sản phẩm trên sóng truyền hình và cảm tính đối với sản phẩm số. Rất khó xây dựng KPI rõ ràng cho sản phẩm số vì áp lực về thời gian phát sóng luôn chi phối ưu tiên công việc, đồng thời chúng tôi không có hành lang pháp lý – tài chính để gắn KPI số với chế độ đãi ngộ. Công cụ đo đếm của VTVGo cũng chưa được công nhận rộng rãi, nên càng khó quy đổi giá trị cho sản phẩm số.

Câu 7: Theo ông/bà, lãnh đạo đơn vị có vai trò như thế nào trong việc thúc đẩy CDS và nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo?

Lãnh đạo đơn vị đóng vai trò then chốt trong CDS và nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo. Lãnh đạo phải là người gương mẫu trong học tập, ứng dụng công nghệ, đồng thời chủ động thiết kế lại bộ máy, quy trình vận hành để phù hợp với yêu cầu mới. Họ phải dám quyết định “có ra có vào” đối với những vị trí không đáp ứng yêu cầu CDS, xây dựng cơ chế thử nghiệm, chấp nhận rủi ro có kiểm soát, đồng thời tăng cường liên kết, hợp tác với đối tác bên ngoài để bù đắp hạn chế về nguồn lực nội bộ.

Câu 8: Đơn vị ông có những chính sách hoặc biện pháp nào để khuyến khích và hỗ trợ nhà báo nâng cao năng lực số cũng như ứng dụng các công nghệ số mới vào công việc?

Hiện nay, các chính sách, biện pháp hỗ trợ nhà báo nâng cao năng lực số còn hạn chế. VTV8 chưa có chức năng vận hành, khai thác doanh thu từ mạng xã hội, nên chưa có quy định xử lý nguồn thu nếu có. Về tài chính, không có ngân sách chi trả theo sản phẩm số, trong khi làm số đòi hỏi trực 24/7, nhưng quy định lao động vẫn chỉ là 8 giờ/ngày, nên rất khó bố trí ca trực cũng như trả công thích đáng. Đơn vị từng thử vận hành kênh Zalo nhưng phải dừng lại do tương tác thấp. Hiện tại chúng tôi chỉ duy trì kênh TikTok, fanpage và YouTube chủ yếu để quảng bá, nhưng phải khóa bình luận do thiếu đội ngũ quản trị cộng đồng.

Câu 9: Đơn vị ông có những chương trình đào tạo và bồi dưỡng nào để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo không? Nội dung và hình thức đào tạo cụ thể là gì?

VTV8 đã và đang tổ chức các lớp đào tạo sử dụng AI trong biên tập, sản

xuất chương trình truyền hình, cũng như đào tạo sản xuất sản phẩm đa nền tảng. Trong lộ trình 2026, đơn vị dự kiến đào tạo cho lãnh đạo kỹ năng quản trị dự án, ra quyết định dựa trên dữ liệu; cho đội kỹ thuật – sản xuất các nội dung về an ninh mạng chuyên sâu, vận hành OTT, quy trình sản xuất IP, production từ xa, công nghệ ảo, đồ họa tương tác (AR/VR), AI tạo sinh, tự động hóa, kỹ thuật tối ưu đa nền tảng, âm thanh, ánh sáng studio, dựng phim cơ bản, truyền dẫn tiên tiến, quản lý rủi ro, năng lực lãnh đạo kỹ nguyên số và sản xuất đa nền tảng. Đến năm 2027, tiếp tục đào tạo quản trị dự án, ra quyết định dựa dữ liệu, an ninh mạng, kỹ thuật tương tác và tối ưu đa nền tảng. Định hướng đào tạo thực hành, dạy AI theo phong cách, quy chuẩn dựng của đơn vị; cùng một project xuất bản sang truyền hình và các định dạng mạng xã hội.

Câu 10: Ông đánh giá mức độ phù hợp và hiệu quả của các chương trình đào tạo này trong việc đáp ứng nhu cầu thực tế của công việc?

Những người ham học hỏi thì tiến bộ rất nhanh, nhưng hiệu quả tổng thể của các chương trình đào tạo chưa cao. Nguyên nhân là do thiếu cơ chế áp dụng sau đào tạo, thiếu người hướng dẫn (mentor), và thiếu các dự án thực tế gắn liền với từng khóa học. Ngoài ra, việc không có KPI, chính sách đãi ngộ gắn với kết quả số, thiếu công cụ và quyền truy cập dữ liệu để thực hành tức thời đã khiến kiến thức học được dễ bị “đóng băng”, không được vận dụng vào thực tiễn.

Câu 11: Theo ông, đâu là những rào cản lớn nhất khiến nhà báo truyền hình còn hạn chế về năng lực số?

Rào cản lớn nhất đến từ nhiều phía. Về pháp lý – cơ chế, VTV8 không có chức năng làm số, việc xin phép mở kênh số rất vất vả và chưa có khung pháp lý để khai thác doanh thu từ mạng xã hội. Về con người – tư duy, nhiều phóng viên e dè thay đổi, cảm thấy quá tải với công việc truyền hình tuyến tính, nên không còn ý chí và thời gian cho mảng số. Về tổ chức – nguồn lực, chúng tôi thiếu đội ngũ chuyên trách làm số, thiếu kinh phí, và quy trình bảo mật làm chậm việc truy cập tư liệu, buộc chúng tôi phải khóa bình luận vì thiếu người quản trị cộng đồng. Về công nghệ – nền tảng, cũng có những hạn chế khi VTGo là kênh chiến lược nhưng việc chia sẻ link còn khó khăn, yêu cầu người dùng phải cài đặt ứng dụng,

và công cụ đo đếm chưa được công nhận rộng rãi, làm giảm hiệu quả lan tỏa. Về thị trường – cạnh tranh, sự cạnh tranh cũng rất gay gắt, khán giả bị phân mảnh, nội dung khó giữ chân người xem, và áp lực phiên bản hóa nội dung là rất lớn.

Câu 12: Theo ông, cần có những giải pháp nào để nâng cao hiệu quả đào tạo và phát triển năng lực số cho nhà báo truyền hình?

Tôi cho rằng hai giải pháp trọng tâm là hoàn thiện hành lang pháp lý và xây dựng một đội ngũ chuyên biệt làm số. Trước hết, cần có khung pháp lý rõ ràng để cho phép vận hành và khai thác kinh tế từ các nền tảng số, tạo điều kiện cho việc liên doanh, liên kết một cách minh bạch và định giá tài sản số. Về tổ chức, nên thành lập một bộ phận số chuyên trách để sản xuất, xuất bản, quản trị cộng đồng và phân tích dữ liệu. Chúng tôi cần thiết kế lại quy trình phân quyền truy cập tư liệu số sao cho phù hợp, đảm bảo an toàn nhưng linh hoạt hơn, đồng thời vận hành song song quy trình truyền hình và quy trình số. Việc đào tạo cần được thực hiện liên tục và thực chiến; mỗi khóa học phải gắn với một dự án thật, có người hướng dẫn 1-1, và được đánh giá bằng sản phẩm cùng số liệu cụ thể. Chúng tôi cần xây dựng hệ thống KPI cho các nền tảng (như reach, retention, completion, CTR, tốc độ phiên bản hóa, TAT...), có chính sách thưởng theo bậc và phụ cấp cho các ca trực số, kể cả ca đêm hoặc ngoài giờ. Ngoài ra, cần chuẩn hóa metadata, xây dựng các mẫu (template) dựng đa định dạng, phát triển công cụ AI nội bộ tuân thủ đạo đức và bảo mật, và có một dashboard đo đếm hợp chuẩn. Cuối cùng, cần tăng cường liên kết với các nền tảng, nhà sản xuất, nhà cung cấp thiết bị để học hỏi và áp dụng các kinh nghiệm tốt nhất (best practice) nhằm rút ngắn quá trình CDS.

Câu 13: Ông có thể đưa ra tầm nhìn và chiến lược của đơn vị về CDS và phát triển năng lực số cho đội ngũ nhà báo trong những năm tới là gì?

Về tầm nhìn, VTVGo đã được Chính phủ công nhận là kênh số quốc gia và giao cho VTV quản lý, vận hành. Chiến lược của VTV là phát triển VTVGo không chỉ là một kênh truyền hình để phát và xem lại, mà còn hướng tới tích hợp nhiều dịch vụ thương mại như mua sắm, thanh toán khi đạt đủ quy mô người dùng. Tuy nhiên, VTV không thể làm một mình mà cần liên kết với các đối tác khác, bởi việc định giá, liên doanh, liên kết vẫn còn rất khó khăn. Trong giai đoạn VTVGo chưa

đáp ứng đầy đủ các yêu cầu, VTV cho phép các đơn vị xây dựng kênh số của riêng mình để quảng bá chương trình phát sóng truyền hình và tăng cường tương tác với khán giả, trong bối cảnh truyền hình truyền thống khó tương tác trực tiếp. Tuy nhiên, việc quản lý các mạng xã hội vẫn phải tuân thủ nghiêm ngặt quy định của một đài truyền hình quốc gia, không chạy theo các trào lưu trên mạng xã hội mà xa rời chuẩn mực báo chí.

Với VTV8, chúng tôi xác định mạng xã hội chỉ là kênh vệ tinh để quảng bá, dẫn dòng khán giả về VTVGo, chứ không xây dựng một “đế chế mạng xã hội” riêng. Chúng tôi sẽ tập trung đóng góp nội dung chất lượng cho VTVGo. Mục tiêu của chúng tôi là duy trì giá trị của truyền hình tuyến tính, đồng thời chiếm lĩnh không gian xem chủ động bằng những nội dung phù hợp với hành vi số, dựa trên nền tảng pháp lý vững chắc, tổ chức gọn nhẹ, dữ liệu chuẩn và động lực rõ ràng. Đội ngũ nhà báo phải đa năng, am hiểu công nghệ, biết làm nội dung số và giữ vững chuẩn mực nghề nghiệp. Lãnh đạo sẽ điều hành theo nguyên tắc “có ra có vào”, có KPI thực chất và bảo đảm phúc lợi cho các ca trực số.

Chúng tôi hiểu rằng sức cạnh tranh trên thị trường truyền hình ngày càng lớn, khán giả ngày càng phân mảnh mạnh mẽ, và mỗi người có nhu cầu xem chương trình riêng. Vì vậy, Đài truyền hình phải tìm ra con đường riêng để giữ chân khán giả, không chỉ đi theo lối mòn mà cần sáng tạo và đổi mới liên tục. Hai yếu tố quyết định thành công là một hành lang pháp lý rõ ràng và một đội ngũ nhân sự thực sự chuyên nghiệp, đam mê, gắn bó với nghề.

Xin cảm ơn ông/ bà đã dành thời gian cho cuộc phỏng vấn này.

Biên bản 5. Mã PVS 5

Người trả lời phỏng vấn: Nữ; Lãnh đạo Báo và Phát thanh - Truyền hình Đà Nẵng

Hình thức phỏng vấn: Qua điện thoại

Thời gian phỏng vấn: 09/11/2025

Câu 1: Theo bà, CDS đã và đang tác động như thế nào đến hoạt động báo chí truyền hình của đơn vị?

CDS (CDS) tác động mạnh mẽ đến toàn bộ hệ thống báo chí Việt Nam, và đơn vị chúng tôi cũng không ngoại lệ. Tại Báo và Phát thanh - Truyền hình Đà Nẵng, CDS đã làm thay đổi hoàn toàn cách thức sản xuất nội dung: từ dựng hình bằng máy cơ sang máy vi tính, lưu trữ và phát sóng đều ứng dụng công nghệ số.

CDS đặt ra yêu cầu bắt buộc phải mở rộng kênh phát hành từ phát thanh, truyền hình, báo in truyền thống sang đa nền tảng, bao gồm mạng xã hội, website và ứng dụng di động. Do đơn vị chúng tôi được sáp nhập từ 4 cơ quan báo chí, chúng tôi đã xây dựng một hệ thống quản trị nội dung (CMS) dùng chung cho cả báo và phát thanh - truyền hình.

Đối với các nhà báo, CDS cũng tác động rất nhiều. Họ phải nắm vững công nghệ, sử dụng các ứng dụng, phần mềm để hỗ trợ tác nghiệp, tìm kiếm thông tin và tư liệu nhanh hơn. Khi làm việc trên hệ thống CMS chung, mỗi nhà báo phải thích ứng, thay đổi tư duy tác nghiệp. Chúng tôi đã tổ chức tập huấn để các nhà báo làm phát thanh - truyền hình có thể làm quen với mảng báo in và hệ thống CMS. Nhà báo vừa bị tác động, vừa phải chủ động học hỏi để thích ứng.

Câu 2: Theo bà, đâu là những cơ hội và thách thức lớn nhất mà nhà báo truyền hình đang phải đối mặt trong bối cảnh CDS là gì?

Trong bối cảnh CDS, tôi cho rằng cơ hội và thách thức luôn song hành với nhau.

Về cơ hội: Thứ nhất, CDS mở ra khả năng tiếp cận với những đối tượng khán giả mới, đặc biệt là khán giả trẻ trên các nền tảng số mà trước đây truyền hình truyền thống khó chạm tới. Thứ hai, các nền tảng số cho phép chúng tôi tương tác sâu hơn với công chúng, nhận phản hồi tức thì để cải tiến nội dung. Thứ ba,

đây là cơ hội để thử nghiệm các hình thức nội dung sáng tạo, ngắn gọn, hấp dẫn hơn, phù hợp với thói quen tiêu thụ thông tin nhanh của thời đại. Thứ tư, đối với cá nhân nhà báo, đây là cơ hội để phát triển bản thân, trở thành nhà báo đa năng, làm chủ công nghệ và nâng cao giá trị của mình.

Về thách thức: Thứ nhất, đó là áp lực cạnh tranh vô cùng khốc liệt không chỉ với các cơ quan báo chí khác mà còn với vô số các nền tảng số và nhà sáng tạo nội dung cá nhân. Thứ hai, vấn nạn tin giả tràn lan đòi hỏi nhà báo phải có kỹ năng kiểm chứng thông tin cực kỳ tốt và luôn là nguồn tin cậy cho công chúng. Thứ ba, thói quen của khán giả thay đổi liên tục, buộc chúng tôi phải luôn làm mới mình. Áp lực sản xuất đa nền tảng cũng rất lớn, đòi hỏi nhà báo phải làm việc nhiều hơn, nhanh hơn. Cuối cùng, thách thức đến từ tâm lý ngại thay đổi của một bộ phận nhà báo, đặc biệt là với một số nhà báo đã có thâm niên.

Câu 3: Theo bà, năng lực số đóng vai trò như thế nào đối với sự thành công của nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS báo chí hiện nay?

Năng lực số đóng vai trò cực kỳ quan trọng, có thể nói là một trong những yếu tố quyết định sự thành công của nhà báo truyền hình hiện nay. Trong bối cảnh thông tin thay đổi từng giây, nhà báo phải xử lý và tác nghiệp rất nhanh. Nếu chỉ làm theo mô-típ truyền thống, họ chắc chắn sẽ bị chậm trong việc xử lý thông tin, dựng hình, và đặc biệt là không thể đáp ứng yêu cầu phân phối nội dung trên đa nền tảng. Vì vậy, nhà báo phải chủ động thích nghi, học hỏi và làm chủ công nghệ số. Năng lực số không chỉ là công cụ hỗ trợ, mà còn là yếu tố giúp họ nâng cao hiệu suất làm việc và tạo ra những sản phẩm báo chí hiện đại, đáp ứng được yêu cầu của công chúng.

Câu 4: Đối chiếu 5 miền năng lực số, bà đánh giá thực trạng năng lực số của đội ngũ nhà báo truyền hình của đơn vị hiện nay như thế nào? Đâu là điểm mạnh và đâu là “khoảng trống” năng lực lớn nhất?

Hiện nay, tôi đánh giá chỉ có một bộ phận nhỏ các nhà báo trong đơn vị có khả năng ứng dụng tốt và sáng tạo với công nghệ số. Họ chủ yếu là các bạn trẻ, có nền tảng kỹ thuật tốt, năng động và đam mê công nghệ. Nhóm này tập trung ở phòng Nội dung số và Truyền thông, thường tự trau dồi kiến thức để đáp ứng xu hướng.

"Khoảng trống" năng lực lớn nhất nằm ở bộ phận các nhà báo lớn tuổi hơn. Họ có kinh nghiệm, bản lĩnh chính trị vững vàng, nhưng lại gặp khó khăn trong việc tiếp cận và thích ứng với công nghệ mới. Đây là một thực tế chung không chỉ ở đơn vị chúng tôi.

Tuy nhiên, cá nhân tôi cho rằng, trong điều kiện hiện nay, tất cả mọi người trong cơ quan đều phải nâng cao năng lực số của mình, không trừ một ai. Chúng tôi khuyến khích các nhà báo lớn tuổi áp dụng công nghệ ở mức độ phù hợp với nhiệm vụ của họ, và tạo điều kiện cho các bạn trẻ phát huy tối đa khả năng của mình. Ngay cả khối hành chính, đơn vị cũng đang tiến tới làm việc hoàn toàn trên môi trường điện tử, nên việc thích ứng là yêu cầu bắt buộc với tất cả mọi người.

Câu 5: Theo bà, những năng lực số nào là quan trọng nhất mà một nhà báo truyền hình cần có để tác nghiệp hiệu quả trong môi trường số?

Tùy thuộc vào chức năng nhiệm vụ của mỗi phòng ban, nhưng tôi cho rằng năng lực quan trọng nhất hiện nay là Thông tin và dữ liệu. Trong một môi trường số nhiễu loạn với vô số thông tin không được kiểm chứng, mỗi nhà báo trước hết phải là một người "gác cổng" thông tin đáng tin cậy. Họ cần trang bị kiến thức và kỹ năng sử dụng các công cụ số để thu thập, sàng lọc, kiểm chứng và đánh giá độ chính xác của thông tin. Chỉ khi có nguồn thông tin đầu vào chất lượng, họ mới có thể tạo ra những tác phẩm báo chí có giá trị và giữ được niềm tin của công chúng.

Câu 6: Đơn vị bà hiện nay có những tiêu chí hoặc khung đánh giá nào về năng lực số của nhà báo hay không?

Hiện tại, chúng tôi chưa có một khung đánh giá năng lực số chính thức và chi tiết cho từng nhà báo. Tuy nhiên, để thúc đẩy quá trình này, đơn vị đã thành lập một Tổ chuyên trách về CDS. Tổ này có nhiệm vụ tham mưu, đề xuất và triển khai các hoạt động CDS trong toàn cơ quan.

Về mặt khuyến khích, chúng tôi có các hình thức khen thưởng định kỳ vào cuối năm hoặc giữa năm. Tổng Biên tập sẽ trao giấy khen và phần thưởng cho các cá nhân trong Tổ CDS và những người có sáng kiến, ứng dụng hiệu quả công nghệ số vào công việc, tạo ra sản phẩm có sức lan tỏa tốt.

Câu 7: Theo bà, lãnh đạo đơn vị có vai trò như thế nào trong việc thúc đẩy CDS và nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo?

Lãnh đạo đơn vị, đặc biệt là người đứng đầu, đóng vai trò quyết định. Quá trình CDS luôn gặp nhiều khó khăn, từ kinh phí, hạ tầng cho đến yếu tố con người. Nếu lãnh đạo không có quyết tâm chính trị cao, không có nhận thức đúng đắn và đầy đủ về tầm quan trọng của CDS, thì mọi kế hoạch sẽ rất khó thực hiện.

Khi lãnh đạo nhận thức được CDS sẽ mang lại hiệu quả như thế nào, họ sẽ phải là người tiên phong, noi gương. Lãnh đạo phải trực tiếp tham gia các lớp tập huấn, tự học, tự tìm hiểu, và từ đó đưa ra những quyết sách đúng đắn về việc đầu tư cho hạ tầng và con người, đồng thời khuyến khích, và đôi khi là bắt buộc, toàn thể nhân viên phải tham gia vào quá trình này.

Câu 8: Đơn vị bà có những chính sách hoặc biện pháp nào để khuyến khích và hỗ trợ nhà báo nâng cao năng lực số?

Hiện tại, biện pháp chính của chúng tôi là tạo điều kiện cho nhà báo và các nhân sự tham gia các lớp tập huấn do các đơn vị lớn như VTV tổ chức, hoặc các khóa học về ứng dụng AI, kỹ thuật sản xuất mới.

Tuy nhiên, về chính sách hỗ trợ kinh tế trực tiếp cho việc tự học, ví dụ như hỗ trợ học phí cho các khóa học bên ngoài, thì chúng tôi chưa có. Trước đây, khi còn là Đài Phát thanh - Truyền hình Quảng Nam, chúng tôi có chính sách hỗ trợ 50% học phí cho nhân sự học nâng cao nghiệp vụ, nhưng hiện tại chính sách này chưa được áp dụng lại.

Câu 9: Đơn vị bà có những chương trình đào tạo và bồi dưỡng nào để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo không?

Hiện tại, chúng tôi chủ yếu cử nhân sự tham gia các lớp học chung do các đơn vị khác tổ chức. Nội dung các lớp này thường mang tính tổng quan, giới thiệu những kiến thức ban đầu để các nhà báo làm quen với công nghệ và xu hướng mới.

Câu 10: Bà đánh giá mức độ phù hợp và hiệu quả của các chương trình đào tạo này trong việc đáp ứng nhu cầu thực tế của công việc?

Tôi cho rằng các chương trình đào tạo này là phù hợp và cần thiết, đặc biệt ở giai đoạn đầu khi chúng tôi cần nâng cao nhận thức chung cho toàn thể đội ngũ.

Chúng giúp các nhà báo, đặc biệt là những người lớn tuổi, làm quen và không còn cảm thấy xa lạ hay sợ hãi công nghệ.

Tuy nhiên, về mặt hiệu quả thực tế trong công việc, các lớp học này mới chỉ dừng ở mức cơ bản, giới thiệu các công cụ để mọi người có thể bước đầu tiếp cận. Để thực sự nâng cao năng lực, chúng tôi cần những chương trình đào tạo chuyên sâu hơn, mang tính thực hành, "cầm tay chỉ việc" và được thiết kế riêng cho từng lĩnh vực nghiệp vụ cụ thể.

Câu 11: Theo bà, đâu là những rào cản lớn nhất khiến nhà báo truyền hình còn hạn chế về năng lực số?

Theo tôi, có bốn rào cản lớn nhất:

Do nhận thức của bản thân mỗi nhà báo: Nếu một người không tự thấy rằng công việc của mình cần phải tốt hơn, cần phải thay đổi, thì họ sẽ không có động lực để tự học hỏi, nâng cao năng lực.

Về kinh tế - tài chính cá nhân: Nhiều khóa học, phần mềm, công cụ hỗ trợ có chi phí không nhỏ, đây cũng là một rào cản đối với các nhà báo muốn tự đầu tư cho bản thân.

Thiếu sự bắt buộc từ cơ quan: Nếu cơ quan chỉ khuyến khích mà không có những quy định hay yêu cầu bắt buộc, nhiều người sẽ chọn ở trong vùng an toàn của mình. Cần có cơ chế để tạo động lực và cả áp lực, khiến họ phải lựa chọn giữa việc học tập để đổi mới hoặc bị tụt hậu.

Chính sách tài chính của đơn vị: Mặc dù chúng tôi đã có chính sách trả nhuận bút cao hơn cho các sản phẩm trên nền tảng số, nhưng nguồn lực chung của đơn vị vẫn còn hạn hẹp, chưa đủ để tạo ra một cú hích đủ mạnh cho tất cả mọi người.

Câu 12: Theo bà, cần có những giải pháp nào để nâng cao hiệu quả đào tạo và phát triển năng lực số cho nhà báo truyền hình?

Để nâng cao hiệu quả, chúng tôi đang tập trung vào hai nhóm giải pháp chính:

Một là, tạo ra cơ chế khuyến khích cụ thể và hấp dẫn. Chúng tôi đang áp dụng việc trả nhuận bút cao hơn đáng kể cho các sản phẩm số có chất lượng, có tính sáng tạo và lan tỏa tốt. Kèm theo đó là các hình thức khen thưởng, vinh danh kịp thời.

Hai là, tạo ra một môi trường làm việc bắt buộc phải thay đổi. Sau khi sáp nhập 4 cơ quan, chúng tôi đang vận hành theo mô hình Tòa soạn hội tụ. Chủ trương của Tổng Biên tập là không còn tách riêng các loại hình. Tất cả các nhà báo đều được hướng tới việc có thể làm việc đa nền tảng, đa loại hình. Điều này tạo ra một áp lực tích cực, buộc các nhà báo phải học hỏi lẫn nhau, tự trang bị kỹ năng mới để đáp ứng yêu cầu công việc. Ai không theo kịp sẽ tự bị đào thải.

Câu 13: Bà có thể đưa ra tầm nhìn và chiến lược của đơn vị về CDS và phát triển năng lực số cho đội ngũ nhà báo trong những năm tới là gì?

Tầm nhìn và chiến lược của chúng tôi rất rõ ràng và được triển khai theo lộ trình.

Giai đoạn vừa qua, chúng tôi đã tập trung vào việc xây dựng nền tảng hạ tầng, hoàn thiện hệ thống CMS tòa soạn hội tụ, đầu tư trang thiết bị, và số hóa quy trình lưu trữ, phát sóng.

Hiện tại, chúng tôi đang tiếp tục tối ưu hóa hệ thống này. Kết quả đánh giá bộ chỉ số trưởng thành CDS của cơ quan đang nằm trong top đầu các cơ quan báo chí địa phương, và chúng tôi đặt mục tiêu sẽ tiếp tục tăng hạng mỗi năm.

Trong những năm tới, sau khi bộ máy đã đi vào hoạt động ổn định sau sáp nhập, chiến lược của chúng tôi sẽ tập trung mạnh mẽ vào yếu tố con người. Chúng tôi sẽ có kế hoạch đầu tư bài bản hơn cho việc bồi dưỡng, đào tạo đội ngũ nhà báo, đặc biệt là các kỹ năng chuyên sâu về CDS để thực sự tạo ra những sản phẩm báo chí hội tụ, chất lượng cao, khẳng định vị thế của một cơ quan truyền thông chủ lực của thành phố.

Xin cảm ơn bà đã dành thời gian cho cuộc phỏng vấn này.

Biên bản 6. Mã PVS 6

Người trả lời phỏng vấn: Nam; Lãnh đạo Ban Giám đốc Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại Thành phố Hồ Chí Minh

Hình thức phỏng vấn: Trực tiếp

Thời gian phỏng vấn: 17h, 03/11/2025

Địa điểm: Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại Thành phố Hồ Chí Minh, số 7 Nguyễn Thị Minh Khai, TP. Hồ Chí Minh

Câu 1: Theo ông, CDS đã và đang tác động như thế nào đến hoạt động báo chí truyền hình của đơn vị?

CDS có tác động hai chiều đến hoạt động của VTV9.

Về mặt tiêu cực, quảng cáo trên các nền tảng số bùng nổ khiến doanh thu quảng cáo trên truyền hình truyền thống bị sụt giảm đáng kể, nhất là khi trước đây, VTV9 không tập trung nhiều vào nền tảng số, không có ứng dụng OTT riêng dẫn tới nguồn thu từ mảng này rất nhỏ. Khi doanh thu quảng cáo truyền hình sụt giảm, đó là ảnh hưởng lớn nhất đối với chúng tôi. Hành vi khán giả cũng thay đổi rõ rệt, làm tỷ suất người xem (rating) các chương trình truyền hình trên VTV9 giảm, điều này cũng xảy ra với nhiều kênh truyền hình hiện nay.

Về mặt tích cực, CDS giúp nâng cao kỹ năng của đội ngũ nhà báo và cán bộ, chuyên viên, kỹ thuật viên. Mọi người có thể sử dụng AI, tìm kiếm và tổng hợp thông tin từ các nguồn đa dạng hơn. Đội ngũ nhà báo cũng cải thiện cách dựng, biên tập, dịch nội dung nhanh hơn, đồng thời năng suất lao động trong khối hành chính cũng được tăng lên nhờ áp dụng công nghệ.

Câu 2: Theo ông, đâu là những cơ hội và thách thức lớn nhất mà nhà báo truyền hình đang phải đối mặt trong bối cảnh CDS là gì?

CDS tạo ra nhiều thay đổi trong cách làm nội dung báo chí truyền hình. Trước đây, nhà báo truyền hình chỉ thực hiện tác phẩm phục vụ bản tin trên sóng truyền hình với thời lượng và tiết tấu chậm, gần như không có sự tương tác với khán giả. Hiện nay, nhà báo truyền hình cũng cần đo lường cả cách khán giả trên nền tảng số đón nhận tác phẩm như thế nào, nếu sản phẩm không được đón nhận tốt trên nền tảng số thì hiệu quả quảng cáo cũng giảm.

Mục tiêu cốt lõi của ngành vẫn là nội dung, và năng lực số là công cụ giúp người làm báo thực hiện tốt hơn. Khoảng 10 năm trước, các đài truyền hình thường phân chia rạch ròi giữa đơn vị sản xuất nội dung truyền hình và đơn vị làm số. Nhưng mô hình này đã bộc lộ nhiều hạn chế, và hiện nay xu hướng là các đơn vị nội dung phải làm cả số. Một nhà báo giỏi không chỉ làm tốt trên sóng mà còn phải làm tốt trên số, phải tư duy hướng tới công chúng ngay từ đầu.

Tại VTV9, chúng tôi chưa có thật nhiều nhà báo có tư duy làm tốt cả sóng và số, một phần vì họ không có đủ thời gian, một số nhà báo quá bận rộn với các nhiệm vụ truyền thông nên sản phẩm cơ bản vẫn là cho truyền hình. Dù chúng tôi đã có cơ chế chi trả nhuận bút, thưởng cho các sản phẩm số xuất sắc, nhưng số người tham gia vẫn chưa nhiều do thói quen, tư duy và áp lực thời gian.

Câu 3: Theo ông, năng lực số đóng vai trò như thế nào đối với sự thành công của nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS báo chí hiện nay?

Năng lực số có vai trò rất quan trọng đối với sự thành công của nhà báo truyền hình hiện nay. Nếu một đài truyền hình có nhiều nhà báo thành thạo kỹ năng số, biết tổng hợp, phân tích dữ liệu, hiểu, đánh giá hành vi khán giả và đưa ra sản phẩm cuối cùng phù hợp, hiệu quả công việc sẽ tốt hơn rất nhiều. Sản xuất nội dung số hiện nay không còn chỉ đơn giản là đưa nội dung từ sóng truyền hình lên nền tảng số mà còn phải biết ứng dụng dữ liệu, AI để tối ưu hóa nội dung, tiếp cận khán giả đa dạng hơn và đáp ứng các yêu cầu ngày càng cao của môi trường số.

Câu 4: Đối chiếu 5 miền năng lực số, ông đánh giá thực trạng năng lực số của đội ngũ nhà báo truyền hình của đơn vị hiện nay như thế nào? Đâu là điểm mạnh và đâu là “khoảng trống” năng lực lớn nhất?

Trong 5 miền năng lực, tôi đánh giá đội ngũ nhà báo của VTV9 làm tốt nhất ở mảng Giao tiếp và Hợp tác. VTV9 dùng nền tảng Gapo (G-Group) để trao đổi công việc. Năng lực An toàn cũng ở mức tốt, do đơn vị đã phát động các chiến dịch như "Công dân an toàn số", "Toàn dân chống lừa đảo", giúp mọi người nhận thức được rủi ro trên không gian mạng.

Năng lực Thông tin và Dữ liệu ở mức trung bình; các nhà báo trong đơn vị có khả năng tìm kiếm thông tin trên mạng tốt nhưng kỹ năng làm việc với dữ liệu còn yếu.

Khoảng trống lớn nhất nằm ở năng lực Sáng tạo nội dung số và Giải quyết vấn đề. Việc sáng tạo nội dung số, nhiều nhà báo mới dừng ở mức đăng tải sản phẩm truyền hình lên nền tảng số, có chỉnh sửa cho phù hợp chứ chưa có nhiều sản phẩm sáng tạo dành riêng cho nền tảng số. Công việc của các nhà báo tại đơn vị của chúng tôi rất bận rộn, ngoài sản xuất nội dung cho kênh của mình, đơn vị chúng tôi còn phải làm kinh doanh, tự chủ tài chính và sản xuất theo đơn đặt hàng của các kênh khác trong Đài. Với khối lượng công việc lớn và nhân sự khoảng 230 người, chúng tôi bắt buộc phải tìm tòi và áp dụng công nghệ số để tăng năng suất trong thời gian tới.

Câu 5: Theo ông, những năng lực số nào là quan trọng nhất mà một nhà báo truyền hình cần có để tác nghiệp hiệu quả trong môi trường số?

Theo tôi, kỹ năng quan trọng nhất là năng lực sản xuất nội dung đa nền tảng. Nhà báo phải hiểu rằng mình không chỉ làm nội dung cho truyền hình mà phải tư duy cho nhiều nền tảng khác nhau. Điều này bao gồm việc biết quay, dựng bằng điện thoại, áp dụng AI, tạo ra các sản phẩm với định dạng phù hợp cho từng nền tảng. Sau đó là kỹ năng đọc và phân tích số liệu. Nhà báo phải đọc được những chỉ số về hành vi, nhu cầu của khán giả từ dữ liệu để sản xuất các nội dung tiếp theo hiệu quả hơn, giúp các nền tảng đề xuất sản phẩm của mình nhiều hơn.

Câu 6: Đơn vị ông hiện nay có những tiêu chí hoặc khung đánh giá nào về năng lực số của nhà báo hay không?

Hiện nay, việc này mới ở giai đoạn manh nha, chúng tôi mới bắt đầu lan tỏa tinh thần làm số, bởi vậy VTV9 chưa có một khung đánh giá cụ thể. Trước đây, đơn vị chưa tập trung nhiều mạnh cho phát triển nội dung trên nền tảng số. Dù hiện tại đã có đủ các kênh mạng xã hội nhưng hiệu quả chưa thật sự cao. Một khó khăn là chúng tôi không có nhân sự chuyên trách, hiện phải sử dụng người chuyên làm kỹ thuật để hỗ trợ mảng số.

Câu 7: Theo ông, lãnh đạo đơn vị có vai trò như thế nào trong việc thúc đẩy CDS và nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo?

Người lãnh đạo, đặc biệt là người đứng đầu, có vai trò rất quan trọng. Nếu lãnh đạo không quan tâm, không hòa mình vào quá trình chuyển đổi thì cả tổ chức

không thể tiến lên được. Nếu lãnh đạo không gương mẫu, không quan tâm và đầu tư cho CDS (máy móc, thiết bị, phần mềm, đào tạo chuyên gia, tạo ra không gian để mọi người tiếp cận về số ...), nhân sự của tổ chức sẽ không thể phát triển năng lực số. Bản thân người lãnh đạo phải có kỹ năng số để đi đầu, làm gương. Ở đơn vị chúng tôi, lãnh đạo đứng đầu cũng như tất cả lãnh đạo trong đơn vị đều có quyết tâm CDS.

Câu 8: Đơn vị ông có những chính sách hoặc biện pháp nào để khuyến khích và hỗ trợ nhà báo nâng cao năng lực số?

VTV9 đang định hướng thay đổi mạnh mẽ về tư duy và tổ chức, xây dựng mô hình làm việc theo nhiệm vụ thay vì theo phòng truyền thống. Đơn vị có cơ chế thưởng cho những người đổi mới, thích ứng nhanh; đồng thời sẵn sàng sắp xếp lại công việc hoặc tuyển dụng mới nếu nhân sự không đáp ứng yêu cầu CDS. Ngoài ra, VTV9 tối ưu chi phí, tăng thưởng cho sản phẩm số xuất sắc, đa dạng hóa nguồn thu để tạo động lực cho nhà báo.

Hiện nay, các đài truyền hình phải cạnh tranh sòng phẳng với các đơn vị khác. Nếu chúng tôi không thay đổi, chúng tôi sẽ rất chật vật. Nguồn thu của đơn vị tốt sẽ tạo ra động lực lớn cho nhà báo.

Câu 9: Đơn vị ông có những chương trình đào tạo và bồi dưỡng nào để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo không?

Hiện nay, VTV9 có một số chương trình hợp tác, mời chuyên gia về AI để đào tạo cho cả đơn vị. Chúng tôi lựa chọn giảng viên là những người từng làm nhà báo và có kỹ năng tốt về AI. Về cơ bản, các nhà báo đều biết sử dụng một hoặc một vài công cụ AI để phục vụ công việc, nhưng mức độ áp dụng chưa nhiều. Chúng tôi cũng có quan hệ với các đơn vị công nghệ mạnh như Google để phổ biến các công cụ của họ hỗ trợ cho công việc của đơn vị.

Câu 10: Ông/bà đánh giá mức độ phù hợp và hiệu quả của các chương trình đào tạo này trong việc đáp ứng nhu cầu thực tế của công việc?

Các chương trình đào tạo đã hỗ trợ phóng viên, nhà báo tiếp cận và sử dụng các công cụ số, AI trong công việc. Tuy nhiên, hiệu quả chưa cao do nhiều người vẫn ngại thay đổi, chỉ một số ít áp dụng thực tế những gì được học và tỉ lệ ứng

dụng chưa lớn. Nguyên nhân là do thói quen làm việc cũ, thiếu động lực và chưa có sức ép đủ lớn từ đơn vị để thúc đẩy sự thay đổi.

Câu 11: Theo ông, đâu là những rào cản lớn nhất khiến nhà báo truyền hình còn hạn chế về năng lực số?

Rào cản lớn nhất là tâm lý ngại thay đổi. Nhiều nhân sự, đặc biệt là các nhà báo lớn tuổi, đã quen với lối làm việc cũ, không thích nhìn màn hình nhiều nên sẽ ngại cập nhật kỹ năng. Các lớp học vẫn được mở ra nhưng hiệu quả không cao, thường chỉ có một số người áp dụng tốt cho công việc, còn lại chỉ áp dụng khoảng 20-30% kiến thức.

Thứ hai, đơn vị chưa thực sự tạo ra sức ép đủ lớn để buộc mọi người phải thay đổi.

Thứ ba, đơn vị chưa có nguồn tài chính đủ lớn để tạo động lực. Làm truyền hình vẫn có định mức nhuận bút rõ ràng, còn làm số thì chưa có quy định cụ thể. Quỹ lương của đơn vị có giới hạn, nếu tăng lương cứng cho mảng số thì mảng truyền hình phải giảm đi. Đó cũng là 1 phần yếu tố chưa tạo động lực mạnh mẽ để đội ngũ nhà báo chủ động học hỏi, cập nhật và ứng dụng các kỹ năng, năng lực số mới.

Câu 12: Theo ông, cần có những giải pháp nào để nâng cao hiệu quả đào tạo và phát triển năng lực số cho nhà báo truyền hình?

Về mặt chính sách vĩ mô, Luật Báo chí cần có những điều khoản bảo vệ các cơ quan báo chí, đài truyền hình trước sự cạnh tranh của mạng xã hội, đặc biệt là vấn đề bản quyền. Nội dung của chúng tôi bị vi phạm trắng trợn. Bởi vậy tôi hi vọng cơ quan nhà nước cần có biện pháp xử lý mạnh tay hơn.

Vấn đề tin giả lợi dụng uy tín, thương hiệu của các đài, các nhà báo cũng rất tràn lan. Cần sự chung tay của các cơ quan chức năng.

Về phía các cơ quan nhà nước địa phương, cần thay đổi quan điểm khi đặt hàng sản phẩm báo chí, thay đổi tư duy đặt hàng báo chí theo hướng tiếp cận công chúng.

Cuối cùng, theo tôi cần có chính sách bảo hộ các nền tảng OTT của Việt Nam trước các nền tảng nước ngoài, vốn đang hoạt động gần như không bị kiểm soát.

Câu 13: Ông có thể đưa ra tầm nhìn và chiến lược của đơn vị về CDS và phát triển năng lực số cho đội ngũ nhà báo trong những năm tới là gì?

Lãnh đạo VTV9 nhận thức rõ sự thay đổi của môi trường truyền thông. Tầm nhìn của chúng tôi là đưa VTV9 trở thành một trung tâm truyền thông đa nền tảng hàng đầu khu vực phía Nam. Chúng tôi sẽ tập trung nhiều hơn vào mảng kinh tế và giải trí đỉnh cao, bên cạnh nhiệm vụ chính trị, tin tức. VTV9 cần xây dựng sản phẩm trên cả truyền hình, nền tảng số và tổ chức sự kiện để tiếp cận công chúng một cách đa dạng. Sắp tới, VTV9 sẽ tiếp tục đổi mới mô hình tổ chức theo hướng hợp tác liên phòng ban, tập trung vào sản xuất nội dung, phân tích dữ liệu và kinh doanh đa dạng nguồn thu.

Để làm được điều đó, đội ngũ nhà báo và người lao động phải được trang bị đầy đủ các kỹ năng trong kỷ nguyên số: từ vận hành đa nền tảng, kể chuyện số, am hiểu mạng xã hội, phân tích dữ liệu, sử dụng AI, cho đến kỹ năng an toàn và kiểm chứng thông tin.

Xin cảm ơn ông đã dành thời gian cho cuộc phỏng vấn này.

Biên bản 7. Mã PVS 7

Người trả lời phỏng vấn: Nam; Lãnh đạo Ban Giám đốc Công ty TNHH MTV Dịch vụ Kỹ thuật Truyền thông HTV (HTV-TMS) - Đài Phát thanh và Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh (HTV)

Hình thức phỏng vấn: Trực tiếp

Thời gian phỏng vấn: 9h, 04/11/2025

Địa điểm: Đài Phát thanh và Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh, số 9 Nguyễn Thị Minh Khai, TP. Hồ Chí Minh

Câu 1: Theo ông, CDS đã và đang tác động như thế nào đến hoạt động báo chí truyền hình của đơn vị?

Đối với HTV, quá trình CDS (CDS) đã diễn ra hơn mười năm nay. Ban đầu, mọi người thường nghĩ CDS chỉ là nâng cấp hệ thống máy móc, thiết bị. Tuy nhiên, sau một thời gian tập trung đầu tư công nghệ như hệ thống iNews, chúng tôi nhận ra rằng việc đào tạo con người để vận hành hệ thống mới là yếu-tổ-quan-trọng, chứ không chỉ là đầu tư công nghệ. Công nghệ phát triển rất nhanh, và con người cần phải có tư duy số để theo kịp.

CDS làm thay đổi tư duy sản xuất của nhà báo truyền hình. Họ không chỉ tư duy sản phẩm để phát sóng trên TV mà còn phải nghĩ đến việc phân phối trên nhiều nền tảng khác nhau, và phải xác định thứ tự ưu tiên. Truyền hình phát sóng theo thời gian tuyến tính, nhưng trên số, mạng xã hội, OTT thì không, nên quy trình phân phối nội dung cũng khác đi rất nhiều.

HTV có nhiều thuận lợi khi là đối tác của các nền tảng lớn như Google, TikTok, YouTube, Facebook. Chúng tôi được hỗ trợ tốt nhất về nền tảng, quảng bá và lan tỏa nội dung. Ví dụ, khi tuyên truyền về Đại hội Đảng, chúng tôi cần "mềm hóa" nội dung để đưa lên mạng xã hội. HTV đã thực hiện dự án "My City", lan tỏa các nội dung này một cách nhẹ nhàng, dễ tiếp cận hơn.

Hiện tại, HTV có một hệ thống phân phối nội dung đa nền tảng hoàn chỉnh, bao gồm: truyền hình, phát thanh, website, hai ứng dụng (HTV-M miễn phí và

HTV-C có thu phí), và các kênh mạng xã hội. Chúng tôi có hệ thống CMS để quản lý gần 300 kênh YouTube và các công cụ bảo vệ bản quyền.

Câu 2: Theo ông, đâu là những cơ hội và thách thức lớn nhất mà nhà báo truyền hình đang phải đối mặt trong bối cảnh CDS là gì?

Cơ hội là nhà báo có thể tiếp cận nhiều nền tảng để phân phối nội dung, từ đó lan tỏa sản phẩm của mình rộng rãi hơn. Tương tác với người xem trên mạng xã hội cũng giúp họ hoàn thiện sản phẩm tốt hơn.

Thách thức lớn nhất là nhà báo phải liên tục cập nhật đặc thù và tính năng riêng của từng nền tảng. Một bản tin trên truyền hình cần chín chu, nghiêm túc, nhưng khi đưa lên TikTok phải là video ngắn dưới 90 giây, khung hình dọc. Các nền tảng liên tục thay đổi thuật toán, chính sách (policy), đòi hỏi nhà báo phải cập nhật kiến thức thường xuyên. Ví dụ, Facebook từng ưu tiên livestream nhưng sau đó thì không. Các chính sách về nội dung liên quan đến trẻ em trên YouTube cũng ngày càng siết chặt. Để làm được tất cả những việc này, nhà báo phải đầu tư nhiều thời gian và công sức hơn cho sản phẩm của mình.

Câu 3: Theo ông, năng lực số đóng vai trò như thế nào đối với sự thành công của nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS báo chí hiện nay?

Năng lực số phải được cập nhật và thay đổi liên tục. Trước đây, nhà báo chỉ cần biết sử dụng phần mềm dựng phim, ứng dụng sửa video, ảnh. Hiện nay, họ phải biết sử dụng AI. Theo tôi, năng lực quan trọng nhất chính là năng lực học tập và thích ứng với các kỹ năng mới của thời đại số, và biết cách ứng dụng công nghệ vào công việc của mình.

Câu 4: Đối chiếu 5 miền năng lực số, ông đánh giá thực trạng năng lực số của đội ngũ nhà báo truyền hình của đơn vị hiện nay như thế nào? Đâu là điểm mạnh và đâu là “khoảng trống” năng lực lớn nhất?

Với một nhà báo truyền hình truyền thống tại HTV, Năng lực thông tin và dữ liệu là điểm mạnh. Những nhà báo lâu năm có tư duy chính trị vững vàng, khi nhận thông tin họ có khả năng đánh giá và thẩm định nguồn tin rất tốt. Đài cũng có các nguồn tin kiểm chứng chính thống như Thông tấn xã Việt Nam, VTV, Cổng thông tin Chính phủ để đối chiếu chéo.

Điểm cần bổ sung và hoàn thiện nhất là An toàn trên không gian mạng. Đây là vấn đề nhức nhối, liên quan nhiều đến bảo mật thông tin cá nhân và nguồn tin của nhà báo. Kỹ năng an toàn thông tin rất được chú trọng ở nước ngoài nhưng ở Việt Nam chưa được quan tâm và đào tạo đúng mức. Hệ thống quản lý thông tin báo chí và tư duy về bảo mật của con người ở Việt Nam nhìn chung còn yếu.

Các năng lực còn lại như Sáng tạo nội dung số, Giao tiếp và Hợp tác, Giải quyết vấn đề thường phụ thuộc vào độ tuổi. Nhà báo càng lớn tuổi càng khó tiếp cận công nghệ mới, việc sản xuất nội dung số cũng chậm hơn các bạn trẻ.

Câu 5: Theo ông, những năng lực số nào là quan trọng nhất mà một nhà báo truyền hình cần có để tác nghiệp hiệu quả trong môi trường số?

Như tôi đã nói, khả năng học hỏi và thích ứng là kỹ năng quan trọng nhất, không chỉ với nhà báo mà với tất cả những người hoạt động trong lĩnh vực báo chí - truyền thông.

Câu 6: Đơn vị ông hiện nay có những tiêu chí hoặc khung đánh giá nào về năng lực số của nhà báo hay không?

Hiện tại, HTV chưa có khung đánh giá năng lực số riêng cho nhà báo. Chúng tôi chỉ có bộ chỉ số đánh giá mức độ trưởng thành CDS của cả tổ chức theo quy định của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

Câu 7: Theo ông, lãnh đạo đơn vị có vai trò như thế nào trong việc thúc đẩy CDS và nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo?

Tư duy của lãnh đạo có tác động rất lớn đến việc đào tạo và khả năng thích ứng của nhà báo. Hiện tại, công ty HTV-TMS của tôi là đơn vị tiếp cận nhiều với các đối tác nền tảng, do đó chúng tôi thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn, đào tạo về các kỹ năng số cho nhà báo.

Câu 8: Đơn vị ông có những chính sách hoặc biện pháp nào để khuyến khích và hỗ trợ nhà báo nâng cao năng lực số?

Ngân sách hàng năm của HTV đều có một khoản dành cho việc đào tạo, nâng cao kỹ năng chuyên môn cho cán bộ, quản lý. Chúng tôi cũng tăng cường kết nối với các đối tác nền tảng. Tuy nhiên, việc áp dụng các công cụ mới vào quy trình của một đơn vị lớn như HTV rất khó và cần đầu tư lớn. Các hệ thống AI, công cụ sản xuất bản tin nhanh rất dễ áp dụng cho doanh nghiệp nhỏ, nhưng để

tích hợp vào quy trình của HTV thì cần một giải pháp toàn diện, mà không có nhiều đơn vị tư vấn có thể cung cấp. Một thực tế là nguồn thu từ nền tảng số chưa bao giờ vượt quá 10% tổng nguồn thu của đơn vị. Mặc dù vậy, hiệu quả tiếp cận khán giả trên nền tảng số của HTV rất tốt. Có những chương trình như "Chương vàng vọng cổ" đạt 2,5 triệu lượt xem cho một số chung kết. Chiến dịch tuyên truyền Đại hội Đảng đạt khoảng 130 triệu lượt xem trên tất cả các nền tảng của HTV và đối tác.

Câu 9: Đơn vị ông có những chương trình đào tạo và bồi dưỡng nào để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo không?

Hàng năm, Google News tổ chức 2 lớp tập huấn tại Hà Nội và TP.HCM, và HTV đều cử phóng viên tham dự. Đài cũng tổ chức các buổi huấn luyện về công cụ AI cho nhân viên, lãnh đạo cũng thường xuyên đi tập huấn, học hỏi kinh nghiệm từ các quốc gia khác. Chúng tôi cũng đang có dự án dùng AI để phục dựng, tô màu cho các sản phẩm nghệ thuật, vở diễn kinh điển ngày xưa.

Câu 11: Theo ông, đâu là những rào cản lớn nhất khiến nhà báo truyền hình còn hạn chế về năng lực số?

Rào cản lớn nhất liên quan đến cơ chế và đầu tư cho công nghệ. Thêm vào đó, việc đặt KPI cho các sản phẩm số cũng là một thách thức. Nhiều nhãn hàng đã cắt một nửa ngân sách quảng cáo trên truyền hình để chuyển sang các dự án với KOL/KOC, cho thấy sự thay đổi lớn trong cách các nhãn hàng tiếp cận khán giả.

Câu 12: Theo ông, cần có những giải pháp nào để nâng cao hiệu quả đào tạo và phát triển năng lực số cho nhà báo truyền hình?

Đầu tư cho con người vẫn là quan trọng nhất. Việc cập nhật kiến thức, đào tạo và huấn luyện cần được thực hiện thường xuyên. Lãnh đạo cần có tư duy số để đưa ra định hướng cụ thể cho nhân viên trong việc sản xuất và phân phối sản phẩm. Về trang thiết bị, HTV đầu tư thiết bị chung cho Đài. Việc nhà báo tự đầu tư thiết bị cá nhân để sản xuất rất khó tách bạch công-tư. Chúng tôi có đầu tư vào các tài khoản chung như Dropbox, các ứng dụng truyền hình trực tiếp từ thiết bị cá nhân, mua bản quyền phần mềm dựng phim, kho nhạc... để phục vụ công việc và tránh vi phạm bản quyền.

Xin cảm ơn ông đã dành thời gian cho cuộc phỏng vấn này.

PHỤ LỤC 5

CÂU HỎI PHÒNG VẤN SÂU ĐỐI TƯỢNG NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH

Câu 1: Theo anh/chị, CDS đã và đang ảnh hưởng như thế nào đến công việc của một nhà báo truyền hình?

Câu 2: Theo anh/chị, đâu là những cơ hội và thách thức đối với nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS hiện nay là gì?

Câu 3: Anh/chị có cảm thấy áp lực khi phải thích ứng với những thay đổi của công nghệ và môi trường làm việc số không? Anh/chị đã đối phó với áp lực đó như thế nào?

Câu 4: Theo anh/chị, năng lực số có tầm quan trọng như thế nào đối với công việc hiện tại của mình?

Câu 5: Trong quy trình tác nghiệp cũng như làm việc tại đơn vị truyền hình hiện nay, anh/chị ứng dụng các năng lực số ở từng công việc như thế nào?

Câu 6: Đối chiếu 5 miền năng lực số (Thông tin & Dữ liệu; Giao tiếp & Hợp tác; Sáng tạo nội dung số; An toàn; Giải quyết vấn đề), anh/chị đánh giá thực trạng năng lực số của mình hiện nay như thế nào? Anh/chị thấy mình mạnh và yếu ở những năng lực số cụ thể nào?

Câu 7: Động lực lớn nhất thúc đẩy anh/chị nâng cao năng lực số, học hỏi các kỹ năng số mới là gì?

Câu 8: Anh/chị đã gặp những rào cản hoặc khó khăn nào khi nâng cao năng lực số, ứng dụng các công nghệ số vào công việc?

Câu 9: Đơn vị của anh/ chị có những chính sách như thế nào trong việc nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình?

Câu 10: Anh/chị thường học hỏi, nâng cao năng lực số, các kỹ năng số qua kênh kênh: từ các buổi đào tạo chính thức của đơn vị, từ sự hướng dẫn, chia sẻ trực tiếp của đồng nghiệp/lãnh đạo, hay tự tìm hiểu trên mạng? Kênh nào anh/chị cảm thấy hiệu quả và đáng tin cậy nhất?

Câu 11: Đơn vị của anh/ chị có tổ chức các chương trình đào tạo và bồi dưỡng nâng cao năng lực số cho nhà báo không? Anh/chị đã tham gia những chương trình nào? Anh/chị đánh giá chất lượng và tính hữu ích của các chương trình đào

tạo này như thế nào đối với nhu cầu công việc của mình?

Câu 12: Anh/chị đánh giá thế nào về sự hỗ trợ của lãnh đạo và các chính sách, chương trình đào tạo của đơn vị trong việc giúp anh/chị nâng cao năng lực số?

Câu 13: Theo anh/chị, đơn vị cần có những hỗ trợ gì thêm để giúp nhà báo nâng cao năng lực số hiệu quả hơn?

Câu 14: Theo anh/chị, những giải pháp nào là quan trọng nhất để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo truyền hình trong hiện tại và tương lai?

PHỤ LỤC 6

BIÊN BẢN PHỎNG VẤN SÂU ĐỐI TƯỢNG NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH

Biên bản 8. Mã PVS 8

Người trả lời phỏng vấn: Nam; biên tập viên Trung tâm Sản xuất và Phát triển nội dung số - Đài Truyền hình Việt Nam

Hình thức phỏng vấn: Trực tiếp

Thời gian phỏng vấn: 10/11/2025

Địa điểm: Đài Truyền hình Việt Nam, 43 Nguyễn Chí Thanh, Hà Nội

Câu 1: Theo anh, CDS đã và đang ảnh hưởng như thế nào đến công việc của một nhà báo truyền hình?

Theo tôi CDS có tác động rất lớn đến hoạt động báo chí nói chung, đến lĩnh vực truyền hình nói riêng và các nhà báo truyền hình. CDS giúp hình thành các phương thức, mô hình sản xuất mới hiệu quả hơn; tiếp cận và cung cấp thông tin cho công chúng nhanh hơn, chính xác hơn, đa chiều hơn, giúp nhà báo có những công cụ, phương tiện, phương pháp làm việc mới, gia tăng hiệu quả lao động.

Tuy nhiên CDS cũng đặt ra cho các NB những áp lực, thách thức mới. 1 NB bên cạnh việc có những kỹ năng làm báo truyền thống, giờ đây họ phải làm chủ công nghệ, không chỉ sử dụng công nghệ để thực hiện các công việc nghiệp vụ truyền thống, mà còn là dùng công nghệ để sáng tạo ra những loại hình, nội dung, cách thức, sản phẩm mới có khả năng lan tỏa tốt hơn, chạm được vào những nhu cầu, cảm xúc có chiều sâu hơn của công chúng. Việc CDS giúp cho nhà báo dễ dàng hơn trong việc có những thông tin nhiều chiều, đa dạng phong phú hơn. Nhưng cũng đặt ra cho họ những đòi hỏi về năng lực xử lý thông tin ở mức cao hơn. CDS giúp cho nhà báo dễ dàng tiếp cận hơn với công chúng, nhưng cũng đặt ra cho họ áp lực lớn về cạnh tranh. Cạnh tranh giờ đây không chỉ giữa các cơ quan báo chí, giữa các nhà báo, mà còn là với các lực lượng sản xuất phân phối nội dung khác.

Trước đây, với các mô hình TH truyền thống, các bản tin có tính định kỳ, có lịch phát sóng tuyến tính, các NB có thời gian để xử lý thông tin nhiều hơn.

Các mô hình tác nghiệp trước đây, ekip có từ 3-4 người thực hiện tin bài, phóng sự với các thiết bị cồng kềnh. Sự phát triển của CDS mang đến những thiết bị gọn nhẹ, cơ động hơn. Chẳng hạn như tại VTV, chúng tôi đã triển khai việc ghi hình bằng máy ảnh, máy quay di động, điện thoại thông minh và 1 số thiết bị chuyên dụng khác. Việc này giúp NB có thể tác nghiệp trong mọi hoàn cảnh, bối cảnh và điều kiện thời gian. Việc tác nghiệp giờ đây có thể tinh gọn hơn, với ekip chỉ có 1 người sản xuất cơ động, vừa là quay phim, phóng viên, kỹ thuật viên và đôi khi là cả thiết kế đồ họa.

Internet giờ đây cho phép NBTH có thể tác nghiệp ở hiện trường, hoàn thiện tác phẩm và ngay lập tức chuyển về cơ quan để phát sóng hoặc xuất bản. Tuy nhiên sự cơ động này cũng đòi hỏi NBTH phải làm chủ việc sử dụng các thiết bị công nghệ mới nhất, thành thạo các phần mềm, các ứng dụng để làm việc trực tuyến cũng như trực tiếp. Trong 1 số trường hợp NBTH thậm chí còn phải tác nghiệp cơ động để triển khai việc truyền hình trực tiếp ngay tại hiện trường. Tại VTV, trong 2 năm 2024 - 2025, rất nhiều chương trình truyền hình trực tiếp trên sóng truyền hình, nền tảng truyền hình số quốc gia và các mạng xã hội đã được thực hiện theo cách này. Bằng sự cơ động và kỹ năng số thuần thục của NB, các thông tin về bão lũ, thiên tai, các sự kiện chính trị, văn hóa, giải trí đã được chuyển tới khán giả 1 cách nhanh chóng, đa chiều và chân thực nhất.

Câu 2: Theo anh, đâu là những cơ hội và thách thức đối với nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS hiện nay là gì?

Môi trường CDS và các công nghệ mới thực sự là 1 trải nghiệm thú vị cho những NB như tôi. Và tôi nghĩ nhiều NB khác cũng có chung suy nghĩ như vậy. Công việc của 1 nhà báo về cơ bản là nhận ra những cái mới, những hiện tượng, vấn đề mới trong xã hội. Chính việc tiếp cận với công nghệ và CDS là 1 trải nghiệm như vậy. CDS giờ đây không chỉ là 1 xu hướng mà đã là 1 tất yếu trên mọi lĩnh vực, không riêng với báo chí hay truyền hình. Nhà báo không những phải CDS bản thân, công việc thường ngày của mình, mà còn là 1 đại sứ cho tiến trình CDS chung của quốc gia. Do vậy, việc chủ động làm chủ các công nghệ mới, các phương thức sản xuất mới không chỉ giúp cho nhà báo nâng cao được hiệu quả

công việc của mình mà còn giúp họ tự thẩm thấu các vấn đề mới của xã hội, thế giới hiện đại. Từ đó giúp họ trưởng thành hơn cả về nghiệp vụ, cả về tri thức xã hội, đáp ứng các đòi hỏi của nghề báo trong bối cảnh hiện nay.

Câu 3: Anh có cảm thấy áp lực khi phải thích ứng với những thay đổi của công nghệ và môi trường làm việc số không? Anh/chị đã đối phó với áp lực đó như thế nào?

Đây rõ ràng là 1 áp lực không nhỏ với số đông các nhà báo truyền thống. Thứ nhất, về tài chính họ sẽ phải đầu tư nhiều hơn về phương tiện sản xuất, trang thiết bị công nghệ đáp ứng yêu cầu làm việc; chi phí cho việc học tập, cho tài liệu nghiên cứu để chủ động sớm bắt nhịp với xu hướng này. Thứ hai, việc phá vỡ các quán tính cũ trong mô hình làm việc truyền thống để chuyển đổi sang một mô hình làm việc mới có cường độ làm việc cao hơn, thời gian làm việc lớn hơn. Nói cách khác CDS cho phép nhà báo có thể tác nghiệp, làm việc ở bất cứ đâu và bất cứ thời điểm nào. Ngược lại, nó cũng đòi hỏi nhà báo phải sẵn sàng với công việc ở bất cứ đâu và bất cứ thời điểm nào. Việc này có thể dẫn đến xáo trộn các thói quen sinh hoạt, làm việc cũ của nhiều NB, và đòi hỏi 1 năng lực tổ chức, sắp xếp, vận hành khoa học hơn.

Câu 4: Theo anh, năng lực số có tầm quan trọng như thế nào đối với công việc hiện tại của mình?

Theo tôi, NLS là một đòi hỏi không phải chỉ quan trọng, mà là đòi hỏi thiết yếu với NBTH hiện đại. Nó không còn là tiêu chí ưu tiên khi đánh giá 1 nhà báo mà đang trở thành 1 tiêu chuẩn bắt buộc của 1 nhà báo hiện đại. Dưới góc nhìn của tôi, từ 3-5 năm nữa, những nhà báo không có NLS cao tương đồng, tương thích với các mô hình CDS sẽ bị đào thải, hoặc bị phụ thuộc vào các nhóm cộng sự. Họ sẽ khó có cơ hội để nâng cao hiệu quả công việc, đáp ứng các đòi hỏi của cơ quan báo chí hiện đại, và bị tụt hậu. CDS báo chí hiện nay có mối quan hệ mật thiết với kinh tế báo chí, nó vừa giúp tạo ra một mô hình kinh doanh mới hiệu quả hơn, giúp nâng cao năng lực tự chủ của Cơ quan báo chí (CQBC), của các đài truyền hình, nhưng nó cũng chính là 1 bộ lọc để sàng lọc những nhân sự không phù hợp trong lĩnh vực này. Một nhà báo không thích nghi được với CDS sẽ không

thể tạo ra hiệu quả kinh tế đủ tốt. CDS báo chí cũng tạo ra 1 không gian minh bạch hơn về thông tin, tác quyền, về năng lực nghiệp vụ của nhà báo dựa trên các sản phẩm đã xuất bản. Và đây cũng chính là động lực, vừa là áp lực để các nhà báo phải nâng cấp bản thân mình.

Câu 5: Trong quy trình tác nghiệp cũng như làm việc tại đơn vị truyền hình hiện nay, anh ứng dụng các năng lực số ở từng công việc như thế nào?

Tại đơn vị, các năng lực số đang được vận dụng thường xuyên trong mọi hoạt động nghiệp vụ, trong mọi quy trình tác nghiệp, trong việc thu thập, quản lý và xử lý thông tin. Việc điều hành sản xuất, xây dựng kế hoạch, điều phối và xử lý công việc về cơ bản đã được thực hiện toàn trình trên môi trường số, từ đăng ký đề tài, sản xuất nội dung, duyệt thành phẩm cho tới khi phát sóng. Đội ngũ nhà báo (Phóng viên, biên tập viên, quay phim...) về cơ bản đã sử dụng các kỹ năng số, công cụ số hàng ngày. Đài THVN có hệ thống lưu trữ dữ liệu, nội dung đủ lớn để đáp ứng nhu cầu sao lưu, khai thác, phát triển các định dạng nội dung. Tuy nhiên hệ thống này vẫn chưa thực sự hoàn chỉnh và chưa đáp ứng được kỳ vọng của người lao động. Hiện nay các nhà báo tại VTV Digital đã sử dụng internet, công cụ tìm kiếm và AI để thu thập, khai thác thông tin hàng ngày. Điều này cũng đòi hỏi các nhà báo phải có năng lực nghiên cứu, đánh giá, phân tích dữ liệu ở mức cao. Các nhà báo cũng đã sử dụng các phương tiện số để duy trì việc kết nối với nguồn tin 1 cách hiệu quả. Từ đó có được thông tin sớm, đúng, đủ, sâu.

Bản thân các bộ phận trong đơn vị đã thường xuyên cập nhật những xu hướng nội dung số mới, các mô hình vận hành, các nền tảng phân phối nội dung. Trên cơ sở đó xây dựng quy trình tác nghiệp phù hợp và có hiệu quả cao nhất, đảm bảo việc không chỉ phân phối nhanh chóng nội dung tới khán giả, mà còn đáp ứng ở mức cao việc đánh giá, tổng kết, báo cáo cũng như xử lý các tình huống xảy ra (trong đó có khủng hoảng truyền thông).

Với các mô hình truyền thống, nhà báo truyền hình thường chỉ có 1 phần mềm làm việc duy nhất, đòi hỏi sử dụng thành thạo phần mềm tác nghiệp đó. Với nhà báo truyền hình số đòi hỏi không chỉ sử dụng thành thạo mà còn phải phối hợp nhuần nhuyễn nhiều phần mềm ứng dụng khác nhau để tạo ra thành phẩm

cuối cùng. Trong đó có các phần mềm được cài đặt theo phương thức truyền thống. Nhưng cũng có những phần mềm được xử dụng như 1 dịch vụ trên đám mây (cloud). Phổ biến nhất hiện nay là các phần mềm như Adobe CC, Capcut, FinalCut, Canva ...

Thay vì sản phẩm chỉ phát sóng trên truyền hình, giờ đây NBTH phải có tư duy đa nền tảng trong sản xuất nội dung. Khi 1 nguồn dữ liệu thông tin thu thập được phải có khả năng phát triển thành nhiều định dạng khác nhau, từ bài viết, ảnh, âm thanh, video cho tới đa dạng hình thức tương tác khác. Điều này tạo nên một mạng lưới thông tin bao trùm giúp tiếp cận một tập khán giả lớn hơn, trong nhiều điều kiện hoàn cảnh khác nhau. Ngược lại, công chúng cũng có nhiều cơ hội để chủ động lựa chọn phương thức, thời gian, không gian để tiếp cận thông tin đã được xuất bản.

Dưới góc độ an toàn thông tin, việc ứng dụng CDS giúp hoạt động lưu trữ, khai thác thuận tiện hơn. Nhưng cũng mang đến nhiều nguy cơ hơn trong việc bảo vệ bản quyền, bảo vệ dữ liệu và thông tin. Các phiên bản số của nội dung thường dễ bị sao chép, chỉnh sửa và phái sinh với nhiều mục đích khác nhau mà tác giả đôi khi không thể kiểm soát hết. Có không ít thông tin trong đó có nguy cơ tạo ra các biến thể với nội dung hoàn toàn khác so với sự thật ở bản gốc và trở thành tin giả. Hiện VTV Digital có nhiều tuyến nội dung để cảnh báo tình trạng này. Việc bảo vệ dữ liệu, tài nguyên, bản quyền vẫn đang là một thách thức lớn với các nhà báo nói riêng và cơ quan báo chí nói chung, khi mà hầu hết nền tảng phân phối nội dung số lớn do các tổ chức nước ngoài làm chủ. Bên cạnh đó việc đầu tư cho ATTT một cách hoàn thiện cũng là một con số không hề nhỏ.

Câu 6: Đối chiếu 5 miền năng lực số, anh đánh giá thực trạng năng lực số của mình hiện nay như thế nào? Anh thấy mình mạnh và yếu ở những năng lực số cụ thể nào?

Nếu tự đánh giá một cách khách quan dựa trên 5 miền năng lực số, tôi cho rằng mình đang ở mức khá tốt, khoảng 4 trên 5 điểm

Về Thông tin & Dữ liệu: Tôi đã sử dụng các công cụ tìm kiếm, mạng xã hội và AI để thu thập thông tin. Tuy nhiên, để thực sự đi sâu vào việc phân tích dữ

liệu lớn (big data) để tìm ra xu hướng của công chúng, hay sử dụng các công cụ kiểm chứng thông tin (fact-check) một cách chuyên sâu và hệ thống thì tôi nhận thấy mình vẫn còn không gian để cải thiện.

Về Giao tiếp & Hợp tác: Môi trường làm việc tại VTV Digital đòi hỏi sự phối hợp liên tục trên không gian số. Chúng tôi sử dụng các nền tảng chung để điều hành sản xuất, trao đổi ý tưởng, duyệt kịch bản và gửi file. Việc này giúp guồng máy vận hành trôi chảy dù các thành viên trong ê-kíp không phải lúc nào cũng ngồi cùng một chỗ.

Về Sáng tạo nội dung số: Đây là công việc hàng ngày của tôi. Tôi đã thành thạo việc sử dụng các công cụ từ quay dựng bằng thiết bị di động, biên tập video trên các phần mềm chuyên dụng như Adobe Premiere, Capcut, cho đến thiết kế đồ họa đơn giản bằng Canva để tạo ra các sản phẩm đa định dạng (video ngắn, infographic, long-form video) cho nhiều nền tảng khác nhau.

Về An toàn: Dù tôi có ý thức cao về việc bảo vệ tài khoản, dữ liệu cá nhân và bản quyền tác phẩm, nhưng thế giới số luôn tiềm ẩn những rủi ro mới như deepfake, lừa đảo tinh vi, hay các lỗ hổng bảo mật. Việc cập nhật kiến thức và kỹ năng để phòng chống một cách toàn diện là một thách thức không nhỏ và đòi hỏi sự học hỏi không ngừng.

Về Giải quyết vấn đề: Tôi xem công nghệ là công cụ để giải quyết các thách thức trong nghiệp vụ. Ví dụ, khi cần truyền hình trực tiếp từ một địa điểm không có hạ tầng chuyên nghiệp, tôi sẽ chủ động tìm hiểu và sử dụng các giải pháp livestream qua mạng 4G/5G, kết hợp các phần mềm để đảm bảo chất lượng hình ảnh và âm thanh tốt nhất có thể.

Câu 7: Động lực lớn nhất thúc đẩy anh nâng cao năng lực số, học hỏi các kỹ năng số mới là gì?

Động lực của tôi đến từ sự giao thoa của nhiều yếu tố, nhưng có thể gói gọn trong ba chữ: đam mê, Tầm nhìn, và Thực tiễn.

Trước hết, với tôi đó là đam mê. Bản chất của nghề báo là khám phá cái mới, kể những câu chuyện mới bằng những cách thức mới. Công nghệ số và CDS chính là "cái mới" lớn nhất của thời đại chúng ta. Việc học một kỹ năng số mới

đối với tôi không chỉ là một nhiệm vụ, mà còn là một trải nghiệm khám phá, giống như việc tìm ra một góc máy đẹp hay một cách kể chuyện hấp dẫn.

Thứ hai, đó là tầm nhìn chiến lược về nghề nghiệp. Tôi nhận thức sâu sắc rằng CDS không phải là một lựa chọn, mà là một xu thế tất yếu. Một nhà báo không có năng lực số trong 3-5 năm tới sẽ giống như một người thợ mộc không biết dùng cưa máy. Do đó, việc nâng cao năng lực số không chỉ là nỗi sợ bị tụt hậu, mà là khát khao được làm chủ tương lai của chính mình, để luôn ở vị thế sẵn sàng đón nhận những cơ hội lớn hơn và không bị phụ thuộc hay đào thải.

Cuối cùng, không thể không nhắc đến yếu tố thực tiễn từ yêu cầu công việc và thu nhập. Tại VTV Digital, hiệu quả công việc gắn liền với hiệu quả kinh doanh nội dung số. Một sản phẩm có chất lượng tốt, ứng dụng công nghệ mới, tiếp cận được nhiều khán giả hơn sẽ mang lại doanh thu tốt hơn, và điều đó ảnh hưởng trực tiếp đến thu nhập của người làm ra nó. Đây là một cơ chế rất công bằng và là một cú hích thực tế, biến những đam mê và tầm nhìn ở trên thành những hành động cụ thể, quyết liệt hàng ngày.

Đam mê cho tôi sự hứng khởi, tầm nhìn cho tôi định hướng, và thực tiễn công việc cho tôi lý do để hành động.

Câu 8: Anh đã gặp những rào cản hoặc khó khăn nào khi nâng cao năng lực số, ứng dụng các công nghệ số vào công việc?

Vấn đề lớn nhất của việc CDS nói chung nằm ở người đứng đầu của CQBC. Khi người đứng đầu không có sự đánh giá coi trọng dành cho CDS sẽ không bao giờ có kết quả. Bản thân nhà báo muốn thúc đẩy công tác CDS trong công việc, họ cần nhận được sự ủng hộ của người đứng đầu, lãnh đạo đơn vị bằng những chính sách, phương thức, điều kiện tác nghiệp cụ thể. Người lãnh đạo có thể không cung cấp được thiết bị, họ có thể mở ra cho mình ghi nhận nỗ lực làm việc, tạo ra các guồng, bộ máy, quy trình làm việc tương thích được với cách tác nghiệp CDS. Ví dụ nhà báo đi làm bằng di động, nhưng lãnh đạo cho rằng tác phẩm không làm bằng thiết bị chuyên nghiệp, không đáp ứng yêu cầu. Hoặc không có chính sách ghi nhận sản phẩm được quay bằng thiết bị di động, không có quay phim, chỉ coi là tác phẩm biên tập, định mức thấp hơn.

Về cơ bản, giữa những độ tuổi, giới tính, điều kiện kinh tế khác nhau cũng tạo ra khả năng thích nghi khác nhau. Ví dụ nam giới hơn nữ giới ở khả năng làm chủ thiết bị công nghệ. Các nhà báo lớn tuổi có thể khó thích nghi với công nghệ số hơn NB trẻ tuổi, vì khả năng tự mày mò, tìm hiểu các ứng dụng không nhanh, để làm hiệu quả cần có 1 nhóm cùng sở thích để nghiên cứu, phát triển. Một điểm nữa, nhóm nhà báo tầm trung tuổi khó thích nghi CDS (35-45 tuổi) vì có 1 số vấn đề: quỹ thời gian thích nghi thay đổi của họ không nhiều, họ ở độ tuổi vàng lao động, dành nhiều thời gian cho những công việc chính, có những áp lực về gia đình, nhiều khoản chi tiêu nên bỏ tiền ra việc mua thiết bị cũng sẽ có cân nhắc hơn. Họ có thể ở nhóm lãnh đạo cấp phòng, chưa quyết định được sự thay đổi của cả hệ thống, không chịu áp lực trực tiếp của hoạt động sản xuất, họ tương đối ỳ.

Câu 9: Đơn vị của anh có những chính sách như thế nào trong việc nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình?

Bản thân VTV Digital là đơn vị vừa sản xuất truyền hình truyền thống, vừa sản xuất nội dung số nên việc thúc đẩy hoạt động số, năng lực số là điều bắt buộc từ nhiều năm. Bên cạnh việc khuyến khích mọi người tích lũy các tri thức, năng lực số. Tại đơn vị cũng có những chương trình đào tạo ngắn hạn để khuyến khích nâng cao năng lực số của mình. Tuy nhiên tôi nghĩ điều quan trọng nhất để tạo nên sự thay đổi lớn cho việc thích nghi số tại VTV Digital là bởi chúng tôi chịu áp lực về việc kinh doanh nội dung số. Hiện nay thu nhập của nhà báo tại VTV Digital có 1 phần căn cứ theo hiệu quả từ hoạt động sản xuất và kinh doanh nội dung số. Chúng tôi có 2 mô hình khoán doanh thu trên các nền tảng số khác nhau, nhưng về cơ bản đều được thực hiện theo hướng thu nhập được tính tỉ lệ thuận với hiệu quả doanh thu từ sản phẩm nội dung số. Chính điều này tạo nên động lực để đội ngũ phải chủ động hoàn thiện NLS của mình để đạt được hiệu quả cao nhất. Đánh giá và trả lương theo KPI.

Câu 10: Anh thường học hỏi, nâng cao năng lực số, các kỹ năng số qua kênh kênh: từ các buổi đào tạo chính thức của đơn vị, từ sự hướng dẫn, chia sẻ trực tiếp của đồng nghiệp/lãnh đạo, hay tự tìm hiểu trên mạng? Kênh nào anh cảm thấy hiệu quả và đáng tin cậy nhất?

Tôi thường tự tìm hiểu, nghiên cứu thông tin và các xu hướng mới trên

internet vì tôi có thể chủ động tìm kiếm và tiếp cận được được những kiến thức, kỹ năng đúng với mong muốn và yêu cầu cụ thể của công việc. Bên cạnh đó, tôi cũng thường xuyên trao đổi, chia sẻ các kỹ năng và kinh nghiệm của mình với đồng nghiệp, tạo ra một môi trường học hỏi lẫn nhau trong đơn vị.

Câu 11: Đơn vị của anh có tổ chức các chương trình đào tạo và bồi dưỡng nâng cao năng lực số cho nhà báo không? Anh đã tham gia những chương trình nào? Anh đánh giá chất lượng và tính hữu ích của các chương trình đào tạo này như thế nào đối với nhu cầu công việc của mình?

Tôi có tham gia một số chương trình đào tạo và bồi dưỡng về nâng cao năng lực số. Tôi đánh giá các chương trình này khá tốt và hữu ích, có hiệu quả thiết thực trong việc hỗ trợ công việc, giúp nhà báo có được cái nhìn tổng quan, hệ thống về bối cảnh CDS nói chung và trong lĩnh vực báo chí - truyền hình nói riêng. Từ đó, mỗi cá nhân có thể tự đưa ra định hướng cụ thể hơn cho mình trong việc thích nghi với các mô hình sản xuất và phân phối nội dung mới trong giai đoạn hiện nay.

Câu 12: Anh đánh giá thế nào về sự hỗ trợ của lãnh đạo và các chính sách, chương trình đào tạo của đơn vị trong việc giúp anh/chị nâng cao năng lực số?

Tôi đánh giá rất cao sự hỗ trợ từ phía lãnh đạo. Lãnh đạo từ cấp Đài đến cấp trung tâm đều có tư duy và tầm nhìn rất rõ ràng về CDS, luôn sẵn sàng tạo điều kiện thuận lợi để các nhà báo có động lực học hỏi, thích nghi và nâng cao năng lực số của mình. Một minh chứng cụ thể và thiết thực cho sự hỗ trợ này là chính sách khen thưởng bằng tiền được duy trì hàng tháng, nhằm ghi nhận và động viên kịp thời các nhà báo có sản phẩm nội dung số đạt hiệu quả tốt, có sức lan tỏa cao.

Câu 13: Theo anh, đơn vị cần có những hỗ trợ gì thêm để giúp nhà báo nâng cao năng lực số hiệu quả hơn?

Theo tôi, để giúp nhà báo nâng cao năng lực số một cách hiệu quả hơn, đơn vị cần tiếp tục tăng cường đầu tư vào công nghệ và các công cụ tác nghiệp. Điều quan trọng là việc đầu tư này cần phải sát với thực tiễn và xuất phát từ nhu cầu thực tế của nhà báo, nhằm cung cấp những công cụ hỗ trợ thiết thực nhất, giúp họ đáp ứng tốt hơn các yêu cầu của công việc trong môi trường số.

Câu 14: Theo anh, những giải pháp nào là quan trọng nhất để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo truyền hình trong hiện tại và tương lai?

Theo tôi, có hai giải pháp quan trọng nhất.

Thứ nhất, cần xây dựng một cơ chế đầu tư cho CDS một cách chiến lược, đảm bảo nguồn lực được phân bổ đúng mức, đúng nơi, đúng chỗ và quan trọng nhất là phải đáp ứng đúng nhu cầu của thực tiễn sản xuất.

Thứ hai, cần tạo ra một cơ chế động lực đủ mạnh, thông qua các chính sách khen thưởng, đãi ngộ cụ thể để khuyến khích các nhà báo chủ động thích nghi, sẵn sàng dấn thân vào quá trình CDS. Khi có động lực, sự thay đổi sẽ diễn ra một cách tự nhiên và bền vững, từ đó tạo ra một “dòng chảy” CDS hiệu quả trong toàn đơn vị.

Xin cảm ơn anh đã dành thời gian cho cuộc phỏng vấn này.

Biên bản 9. Mã PVS 9

Người trả lời phỏng vấn: Nam; phóng viên Trung tâm Tin tức - Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội

Hình thức phỏng vấn: Trực tiếp

Thời gian phỏng vấn: 15h, 31/10/2025

Địa điểm: Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội, Mễ Trì, Hà Nội

Câu 1: Theo anh, CDS đã và đang ảnh hưởng như thế nào đến công việc của một nhà báo truyền hình?

CDS ảnh hưởng rất nhiều đến công việc của chúng tôi, bao gồm cả những mặt tích cực và thách thức.

Về mặt tích cực, CDS mang lại cơ hội cho người làm báo nói chung và nhà báo truyền hình nói riêng. Chúng tôi có khả năng tiếp cận khán giả một cách rộng rãi và đa dạng hơn. Trước đây, sóng truyền hình bị giới hạn về địa lý và thời gian, nhưng hiện nay, CDS và mạng xã hội đã xóa nhòa mọi ranh giới, cho phép chúng tôi tiếp cận công chúng mọi lúc, mọi nơi.

Điều này cũng buộc những người làm nội dung như chúng tôi phải thay đổi cách làm, cách sáng tạo để sản phẩm vừa đáp ứng tiêu chí của báo chí chính thống, vừa phải có tính hấp dẫn cao. Quá trình CDS cũng làm tăng tính cạnh tranh giữa các tòa soạn. Cơ quan báo chí nào quyết liệt đầu tư và đẩy nhanh quá trình này sẽ tạo được chỗ đứng vững chắc hơn trong lòng khán giả.

Câu 2: Theo anh, đâu là những cơ hội và thách thức đối với nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS hiện nay là gì?

Cơ hội lớn nhất là chúng tôi có thể trở thành những nhà báo đa phương tiện. Trước đây, một nhà báo truyền hình có thể không cần kỹ năng tác nghiệp nhanh như báo mạng, nhưng bây giờ, chúng tôi phải hội tụ tất cả các kỹ năng: vừa phải biết dẫn hiện trường, dựng hình, làm podcast, rồi từ một sự kiện sản xuất ra nhiều sản phẩm để phát trên các hạ tầng khác nhau, đa phương tiện, đa nền tảng. Chúng tôi được làm thêm nhiều loại hình báo chí khác như reels, TikTok, vốn đòi hỏi cách thể hiện ngắn gọn, súc tích. Thời lượng của các dạng video ngắn trong 30

giây - 1 phút cũng làm thay đổi các kỹ năng làm sản phẩm số của chúng tôi, buộc các nhà báo truyền hình phải tìm hiểu, thích nghi, học hỏi. Điều này làm thay đổi và bổ sung rất nhiều kỹ năng cho một nhà báo, thời gian dành cho công việc cũng tăng lên.

Câu 3: Anh có cảm thấy áp lực khi phải thích ứng với những thay đổi của công nghệ và môi trường làm việc số không? Anh đã đối phó với áp lực đó như thế nào?

Chắc chắn là có áp lực. Những năm đầu tiên khi chúng tôi bắt đầu làm các sản phẩm cho nền tảng số như website, fanpage, TikTok, chúng tôi đã rất loay hoay vì chỉ quen làm các sản phẩm truyền hình truyền thống. Năm đầu tiên, chúng tôi chỉ làm được khoảng 50% yêu cầu, tức là từ một sự kiện chỉ sản xuất được một sản phẩm cho TV và một bài cho website. Sang năm thứ hai, chúng tôi làm thêm được một sản phẩm cho Facebook. Đến năm thứ ba, một phóng viên của Đài Hà Nội đã có thể tự tin sản xuất 4 sản phẩm cho 4 môi trường khác nhau từ một sự kiện.

Khó khăn là điều đương nhiên, nhưng đây là sự thay đổi mà chúng tôi buộc phải học hỏi và vượt qua. Đối với chúng tôi bây giờ, thách thức về công nghệ không còn quá lớn, mà thách thức lớn nhất là tạo ra sự khác biệt về nội dung trước sức ép về tốc độ và sự cạnh tranh thông tin.

Câu 4: Theo anh, năng lực số có tầm quan trọng như thế nào đối với công việc hiện tại của mình?

Tôi cho rằng năng lực số nếu không muốn nói là tối quan trọng thì cũng là cực kỳ quan trọng đối với một nhà báo truyền hình hiện nay. Nếu một nhà báo có năng lực số toàn diện, họ có thể tạo ra nhiều sản phẩm với nội dung và hình thức đa dạng trong thời gian ngắn, đáp ứng được yêu cầu của một tòa soạn hội tụ. Họ sẽ trở thành một phóng viên "đa-zi-năng". Nếu một đài truyền hình sở hữu được nhiều nhà báo có năng lực số tốt, họ sẽ trở thành một đơn vị rất mạnh về mảng số, bên cạnh nội dung cốt lõi truyền thống.

Câu 5: Trong quy trình tác nghiệp cũng như làm việc tại đơn vị truyền hình hiện nay, anh ứng dụng các năng lực số ở từng công việc như thế nào?

Tại đơn vị chúng tôi, việc ứng dụng năng lực số đã được tích hợp sâu rộng

vào quy trình tác nghiệp hàng ngày và được chuẩn hóa một cách bài bản. Chúng tôi đã trang bị cho mỗi phóng viên một bộ "Cẩm nang tác nghiệp trên môi trường số", trong đó hướng dẫn chi tiết cách một phóng viên cần triển khai công việc như thế nào khi tác nghiệp tại một sự kiện để có thể sản xuất nội dung cho đa nền tảng. Ví dụ trong kỳ họp Quốc hội đang diễn ra. Chúng tôi có 3 phóng viên tác nghiệp, trong đó 2 người phụ trách mảng truyền hình và phát thanh, 1 người chuyên trách mảng số. Từ một sự kiện, chúng tôi có thể sản xuất ra một bản tin 3 phút cho truyền hình, 5 phút cho phát thanh, đồng thời cắt các ý kiến đại biểu dưới 30 giây để đăng TikTok, và làm các video ngắn cho YouTube. Ngoài ra, một phóng viên ảnh sẽ chuyên chụp các khoảnh khắc đắt giá để làm bài tường thuật ảnh.

Để hỗ trợ phóng viên, chúng tôi có một bộ phận duyệt chuyên trách việc xử lý, kiểm tra và kiểm soát các vấn đề về bản quyền, tiêu chuẩn cộng đồng trên các nền tảng mạng xã hội trước khi xuất bản. Bên cạnh đó, một đội ngũ chuyên về xuất bản và quản trị kênh sẽ giúp các sản phẩm của phóng viên được lan tỏa hiệu quả, từ đó giúp tăng trưởng cho từng sản phẩm và phát triển các kênh có thể tạo ra doanh thu như YouTube. Song song, chúng tôi cũng tập trung xây dựng một mạng lưới độc giả trung thành trên fanpage của Đài Hà Nội, vừa để tuyên truyền các chủ trương của Thành phố, vừa quảng bá sản phẩm của Đài và xây dựng một cộng đồng người xem văn minh.

Chúng tôi nhận thấy các phóng viên, do mải mê sáng tạo nội dung, đôi khi có thể quên đi những yêu cầu quan trọng như vấn đề bản quyền, bảo vệ thông tin cá nhân, hay sử dụng âm nhạc không phù hợp. Để khắc phục điều này, chúng tôi tổ chức các buổi tập huấn định kỳ hàng tuần, sử dụng chính những sản phẩm vi phạm trên YouTube làm tình huống nghiên cứu thực tế. Chúng tôi cũng xây dựng một kho dữ liệu an toàn, làm việc với các đơn vị cung cấp hình ảnh như Thông tấn xã Việt Nam để chia sẻ quyền lợi khi khai thác hình ảnh của họ trên mạng xã hội, hay tự sáng tác nhạc riêng cho các chương trình hòa nhạc để không vi phạm bản quyền.

Hiện nay, 95% phóng viên của Đài Hà Nội được yêu cầu phải sản xuất nhiều hơn một sản phẩm từ một sự kiện trong ngày, ít nhất là một tin cho nền tảng online và một tin cho truyền hình. Với các sự kiện chính trị, chúng tôi không yêu

cầu phóng viên sáng tạo quá nhiều vì có những nguyên tắc riêng. Nhưng với các sự kiện dân sinh, chúng tôi luôn yêu cầu phóng viên phải tiếp cận bài bản cho truyền hình, đồng thời phải có một sản phẩm cho nền tảng số với cách tiếp cận hấp dẫn, nhanh, trực diện và có những chi tiết đắt giá hơn. Ví dụ, với một vụ cháy, truyền hình sẽ đưa tin đơn thuần về vụ việc, thiệt hại và công tác ứng cứu. Nhưng trên TikTok, chúng tôi sẽ khai thác những góc độ cảm xúc của nạn nhân, sự vất vả của lực lượng cứu hộ, hoặc làm đồ họa (graphic) về bản đồ khu vực cháy để cung cấp thông tin một cách trực quan và dễ hiểu hơn cho khán giả số.

Câu 6: Đối chiếu 5 miền năng lực số, anh đánh giá thực trạng năng lực số của mình hiện nay như thế nào? Anh thấy mình mạnh và yếu ở những năng lực số cụ thể nào?

Với năng lực Thông tin và Dữ liệu: Đây là kỹ năng cơ bản của nhà báo, bởi vậy chúng tôi đáp ứng tốt.

Năng lực Giao tiếp và Hợp tác: Chúng tôi làm tốt năng lực này, với các hoạt động giao tiếp và tương tác hàng ngày trên môi trường số.

Năng lực Sáng tạo nội dung số: Tôi đánh giá ở mức độ trung bình. Do độ tuổi trung bình của lực lượng nhà báo không còn trẻ, nên việc tiếp cận các xu hướng mới trên nền tảng số chỉ tập trung ở một số ít nhà báo. Một số nhà báo có kỹ năng tác nghiệp tương đối tốt. Để đáp ứng yêu cầu này, kỹ năng tác nghiệp với các phần mềm dựng phim ngay trên điện thoại và khả năng dẫn hiện trường đã trở thành yêu cầu bắt buộc đối với nhà báo truyền hình. Chúng tôi cũng nhận thấy rằng việc trang bị thêm các bộ đọc lưu động hay máy dựng chuyên dụng sẽ là một lợi thế lớn, giúp nhà báo tác nghiệp nhanh và hiệu quả hơn rất nhiều ngay tại hiện trường. Với các sự kiện đột xuất như tắc đường, mưa ngập hay cháy nổ, việc tổ chức các buổi phát sóng trực tiếp (livestream) trên YouTube và Facebook cũng là một hình thức được chúng tôi ưu tiên để đưa thông tin đến khán giả một cách nhanh chóng và chân thực nhất.

Năng lực An toàn: Đây là năng lực đang ở mức thấp. Đa phần nhà báo khi mải mê sáng tạo nội dung thường không để ý đến các quy tắc về bản quyền hay tiêu chuẩn cộng đồng, dẫn đến vi phạm.

Năng lực Giải quyết vấn đề: Chúng tôi làm khá tốt năng lực này. Khi một sản phẩm bị nền tảng mạng xã hội thông báo vi phạm, chúng tôi sẽ tìm cách gỡ và rút kinh nghiệm. Chúng tôi cũng ứng dụng nhiều công nghệ kỹ thuật số vào tác nghiệp như VR, AI, video 360 độ.

Chúng tôi trong sản xuất ndung ko dùng AI nhiều, với chúng tôi AI có thể là công cụ triệt tiêu sự sáng tạo. Nhưng ở khâu hậu kỳ chúng tôi sử dụng AI (ứng dụng De vinci, 360, công cụ tự động đọc lời bình ...) để hỗ trợ công việc cũng như nâng cao sự sáng tạo trong sản phẩm.

Câu 7: Động lực lớn nhất thúc đẩy anh nâng cao năng lực số, học hỏi các kỹ năng số mới là gì?

Động lực lớn nhất đến từ cấp trên, từ tư duy và yêu cầu đổi mới của lãnh đạo. Bên cạnh đó là nỗi sợ bị tụt hậu, bị bỏ lại phía sau trong cuộc chơi thông tin và dòng chảy công nghệ. Nếu không thay đổi, chúng tôi sẽ không thể cạnh tranh, không mang lại doanh thu và ảnh hưởng trực tiếp đến thu nhập.

Câu 8: Anh đã gặp những rào cản hoặc khó khăn nào khi nâng cao năng lực số, ứng dụng các công nghệ số vào công việc?

Rào cản lớn nhất của tôi cũng như các đồng nghiệp là thời gian. Chúng tôi không có nhiều thời gian để cập nhật và bắt kịp với tất cả các trào lưu, công cụ mới. Ví dụ có nhiều công cụ AI hay nhưng chúng tôi có thời gian để theo kịp và cập nhật nhiều công cụ mới.

Rào cản thứ hai là về tuổi tác, khi nhà báo lớn tuổi có thể ngại tiếp cận cái mới, trong khi nhà báo trẻ có thể còn ít kinh nghiệm để sáng tạo tác phẩm có chất lượng.

Cuối cùng là kinh phí, chúng tôi không có nhiều ngân sách để mở các lớp tập huấn chuyên sâu. Các nhà báo có thể tự đầu tư thiết bị cá nhân phù hợp với công việc và nâng cao chất lượng công việc, tuy nhiên việc đầu tư của 1 cơ quan là điều cần thiết.

Câu 9: Đơn vị của anh có những chính sách như thế nào trong việc nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình?

Trung tâm Nội dung số của chúng tôi mỗi tuần đều tổ chức một buổi tập huấn, trao đổi định kỳ vào thứ 6 cuối cùng của tháng về các kỹ năng như sử dụng

CMS, sản xuất video ngắn, phát triển fanpage... Chúng tôi mời cả chuyên gia nội bộ và chuyên gia bên ngoài về giảng dạy (chuyên gia tập huấn về nội dung số từ VTV, chuyên gia về mạng xã hội từ FPT, chuyên gia công nghệ từ công ty công nghệ HD Vietnam...)

Ngoài ra, đơn vị có chính sách khen thưởng cho các video đạt triệu view trên fanpage hoặc trăm triệu view trên YouTube, cùng các cuộc thi hàng tuần như "Ngôi sao triển vọng" để khuyến khích sự sáng tạo.

Câu 10: Anh thường học hỏi, nâng cao năng lực số, các kỹ năng số qua kênh kênh: từ các buổi đào tạo chính thức của đơn vị, từ sự hướng dẫn, chia sẻ trực tiếp của đồng nghiệp/lãnh đạo, hay tự tìm hiểu trên mạng? Kênh nào anh cảm thấy hiệu quả và đáng tin cậy nhất?

Tôi học hỏi từ nhiều nguồn: các buổi đào tạo của đơn vị, sự chia sẻ của đồng nghiệp, và tự tìm hiểu trên mạng. Kênh hiệu quả nhất đối với tôi là các buổi đào tạo chính thức và chia sẻ từ đồng nghiệp, vì nó có tính hệ thống và thực tiễn cao. Tự học trên mạng giúp giải quyết các vấn đề tức thời nhưng đôi khi thiếu định hướng.

Câu 11: Đơn vị của anh có tổ chức các chương trình đào tạo và bồi dưỡng nâng cao năng lực số cho nhà báo không? Anh đã tham gia những chương trình nào? Anh đánh giá chất lượng và tính hữu ích của các chương trình đào tạo này như thế nào đối với nhu cầu công việc của mình?

Có, đơn vị chúng tôi có tổ chức. Tôi đánh giá các chương trình này rất hữu ích, đặc biệt là các buổi training hàng tuần của Trung tâm Nội dung số. Chúng tôi sử dụng chính những sản phẩm bị vi phạm trên YouTube để làm case study, giúp mọi người học hỏi và rút kinh nghiệm trực tiếp. Điều này rất thực tế và hiệu quả.

Câu 12: Anh đánh giá thế nào về sự hỗ trợ của lãnh đạo và các chính sách, chương trình đào tạo của đơn vị trong việc giúp anh nâng cao năng lực số?

Sự hỗ trợ của lãnh đạo là yếu tố quyết định. Tư duy đổi mới và quyết tâm của lãnh đạo đã tạo ra môi trường và áp lực cần thiết để chúng tôi phải thay đổi. Các chính sách khen thưởng và chương trình đào tạo thường xuyên đã giúp ích rất nhiều trong việc nâng cao năng lực số cho đội ngũ.

Câu 13: Theo anh, đơn vị cần có những hỗ trợ gì thêm để giúp nhà báo nâng cao năng lực số hiệu quả hơn?

Chúng tôi cần thêm nguồn kinh phí để đầu tư cả về kiến thức và phương tiện, thiết bị, giúp chúng tôi có điều kiện cập nhật các xu thế mới. Ngoài ra, nếu có các buổi chia sẻ, họp mặt giữa các Đài truyền hình, các cơ quan thông tấn khác nhau để trao đổi kinh nghiệm làm số thì cũng sẽ rất hay và hiệu quả.

Câu 14: Theo anh, những giải pháp nào là quan trọng nhất để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo truyền hình trong hiện tại và tương lai?

Giải pháp quan trọng nhất vẫn là đầu tư vào con người và tạo ra một cơ chế thúc đẩy hiệu quả. Cần có nguồn kinh phí đủ mạnh để tổ chức các chương trình đào tạo chuyên sâu cập nhật xu thế, trào lưu mới và đầu tư vào phương tiện, thiết bị công nghệ. Tổ chức nhiều cuộc trao đổi giữa các đài truyền hình, cơ quan báo chí - truyền thông để chia sẻ về các xu hướng số mới. Làm việc với các đối tác công nghệ, giải pháp để tăng cường hệ thống nền tảng công nghệ. Đồng thời, phải có cơ chế khen thưởng, đãi ngộ xứng đáng để tạo động lực cho nhà báo không ngừng sáng tạo và cống hiến trên môi trường số.

Xin cảm ơn anh đã dành thời gian cho cuộc phỏng vấn này.

Biên bản 10. Mã PVS 10

Người trả lời phỏng vấn: Nam; biên tập viên Trung tâm Nội dung số - Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội

Hình thức phỏng vấn: Trực tiếp

Thời gian phỏng vấn: 18/11/2025

Địa điểm: Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội, 3-5 Huỳnh Thúc Kháng, Hà Nội

Câu hỏi 1: Theo anh, CDS đã và đang ảnh hưởng như thế nào đến công việc của một nhà báo truyền hình?

Theo tôi, công cuộc CDS trước hết là một cơ hội lớn, bởi nó thay đổi hoàn toàn cách thức tư duy và tác nghiệp truyền thông của một nhà báo. Trước đây, chúng tôi chủ yếu làm việc dựa trên tư duy nội dung, tức là tự mình phát triển ý tưởng và đề tài. Tuy nhiên, CDS đã mở ra một câu chuyện hoàn toàn khác, đó là câu chuyện của dữ liệu.

Một sự thay đổi cốt lõi mà nhiều cơ quan báo chí thường bỏ qua đó là vai trò của dữ liệu. Nếu như trước kia, dữ liệu thường chỉ đóng vai trò minh họa cho một tác phẩm, thì hiện nay, dữ liệu đã trở thành nền tảng cốt lõi, là sự thật của vấn đề. Khi có dữ liệu trong tay, nhà báo không chỉ có căn cứ cụ thể mà còn hình thành một lối tư duy mới, chuyển từ định tính sang định lượng. Bên cạnh đó, công cụ tác nghiệp của chúng tôi cũng đã thay đổi. Thay vì bộ ba bất ly thân là máy ảnh, sổ và bút, giờ đây chúng tôi có hàng loạt công cụ số để truy xuất, lọc và xác minh thông tin. Ví dụ, để tìm thông tin về một kỳ Đại hội Đảng, trước đây, chúng tôi phải mất rất nhiều công sức ở thư viện, nhưng bây giờ việc đó chỉ mất khoảng 30 giây với các công cụ số, thậm chí thông tin còn được trực quan hóa để dễ hiểu hơn.

Sự thay đổi này cũng đòi hỏi nhà báo truyền hình phải hình thành những kỹ năng và tri thức mới. Nếu trước đây, họ chỉ cần tư duy về nội dung, còn việc quay phim và dựng phim đã có người khác lo, thì bây giờ họ bắt buộc phải có kỹ năng kể chuyện (storytelling) hiện đại. Người nhà báo phải có tư duy tổng thể, phải hình dung được mình cần những hình ảnh gì, dựng phim ra sao để kể câu chuyện một cách hấp dẫn nhất trên các nền tảng khác nhau. Tư duy của nhà báo phải được

kích hoạt ngay từ khâu lên ý tưởng, chứ không phải chỉ đến một hội nghị, ghi chép rồi về làm tin một cách thụ động như trước.

Câu hỏi 2: Theo anh, đâu là những cơ hội và thách thức đối với nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS hiện nay?

Thách thức lớn nhất đến từ chính đội ngũ nhân sự. Đối với các nhà báo lớn tuổi, giàu kinh nghiệm, họ thường có lối mòn trong tư duy và rất khó để thay đổi quy trình làm việc đã quen thuộc. Nhưng những kiến thức nghề báo đó chỉ đảm bảo cho các nhà báo làm việc trong môi trường báo chí cũ, còn không đáp ứng được với môi trường số. Chỉ một tỷ lệ rất nhỏ trong số họ có thể vượt qua được rào cản từ kinh nghiệm cũ. Ngược lại, các bạn nhà báo trẻ dù nhanh nhạy với công nghệ nhưng lại thiếu kinh nghiệm làm báo. Chương trình đào tạo trong một số trường đào tạo báo chí hiện nay vẫn chưa đáp ứng hết được yêu cầu thay đổi của môi trường số, dẫn đến việc quá trình đào tạo lại tại đơn vị mất rất nhiều thời gian.

Một thách thức mang tính quyết định nữa là sự thiếu quyết tâm từ lãnh đạo. Quá trình chuyển đổi chỉ có thể thành công khi người lãnh đạo cao nhất có tầm nhìn và sự quyết liệt. Tôi lấy ví dụ từ kinh nghiệm khi còn ở báo Lao Động, Tổng biên tập đã ra yêu cầu đào tạo lại toàn bộ nhà báo dưới 45 tuổi. Sau khóa đào tạo có một cuộc sát hạch, ai không đạt điểm yêu cầu sẽ bị hạ bậc lương. Việc "đánh vào thu nhập" như vậy đã tạo ra một áp lực bắt buộc các nhà báo phải thay đổi.

Câu hỏi 3: Anh có cảm thấy áp lực khi phải thích ứng với những thay đổi của công nghệ và môi trường làm việc số không? Anh đã đối phó với áp lực đó như thế nào?

Bản thân tôi có sự đam mê, và cố gắng tiếp cận sự đổi mới. Mặc dù ở khi làm việc trong bối cảnh CDS, thực hiện mảng nội dung số, thời gian làm việc của tôi kéo dài hơn rất nhiều, tuy nhiên tôi vẫn có thể thích nghi và sắp xếp để vượt qua những khó khăn này. Áp lực lớn nhất mà cá nhân tôi cảm thấy khi triển khai CDS chính là sức ỳ và sự phản kháng từ số đông. Từ năm 2017-2018, nhiều cơ quan báo chí vẫn nghĩ đơn giản rằng CDS chỉ là đầu tư một gói thiết bị mới. Nhưng từ năm 2020 trở đi, khái niệm này mới thực sự "ngấm". Khi chúng tôi bắt đầu thay đổi quy trình, câu hỏi thường gặp nhất là "Từ trước đến nay chúng tôi vẫn quen

làm như thế, tại sao phải thay đổi?". Đây là rào cản tâm lý rất lớn, và để vượt qua, chúng tôi phải chứng minh bằng hiệu quả, bằng những con số đo đếm được.

Câu hỏi 4: Theo anh, năng lực số có tầm quan trọng như thế nào đối với công việc hiện tại của mình?

Tại Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội, năng lực số có tầm quan trọng sống còn. Trong hai năm liên tiếp, Đài được đánh giá xuất sắc về mức độ trưởng thành số, điều này cho thấy sự chuyển đổi mạnh mẽ và quyết liệt, xuất phát từ việc lãnh đạo cao nhất của Đài rất am hiểu cả về nội dung và kỹ thuật. Ngay khi triển khai, yêu cầu tiên quyết của lãnh đạo là phải xây dựng một hệ thống dữ liệu tập trung. Điều này giúp tối ưu chi phí, thời gian, và quan trọng là đo đếm được mức độ hoàn thành công việc của từng nhân sự.

Tại Trung tâm Nội dung số, ngoài việc sử dụng các công cụ số để tác nghiệp hàng ngày, chúng tôi còn có một hệ thống phân tích dữ liệu theo thời gian thực. Hệ thống này rất cần thiết trong việc xác định nội dung nào đang thu hút, đang cần cho việc phát triển nội dung trên nền tảng số. Nó cho biết bao nhiêu người đang tiếp cận, truy cập nội dung của Đài, thói quen của họ, họ thích xem như thế nào. Có cả chỉ số theo dõi các đơn vị "đối thủ"... từ đó hình thành ra sự so sánh và chiến thuật cạnh tranh. Từ bảng phân tích dữ liệu, thư ký tòa soạn có thể đưa ra chiến thuật nội dung phù hợp thay vì làm việc cảm tính.

Năng lực số không chỉ phục vụ tác nghiệp mà còn giúp chúng tôi thay đổi tư duy để hướng đến hệ sinh thái số hoàn toàn. Như vậy nếu không có năng lực số tốt, các nhà báo sẽ khó có thể tiếp cận với những yêu cầu mới trong công việc.

Câu 5: Trong quy trình tác nghiệp cũng như làm việc tại đơn vị truyền hình hiện nay, anh ứng dụng các năng lực số ở từng công việc như thế nào?

Tại Đài Hà Nội, Trung tâm Nội dung số phụ trách toàn bộ nội dung phát hành trên các nền tảng số. Nhưng như vậy sẽ không đủ, hoặc sẽ bị chồng chéo khi phóng viên nhiều ban cùng tham gia. Chúng tôi tổ chức hoạt động theo mô hình Thư ký tòa soạn làm trung tâm để điều phối hoạt động sản xuất trên đa nền tảng. Có những nội dung sẽ do Trung tâm Nội dung số thực hiện, có những nội dung do các đơn vị sản xuất khác thực hiện. Hàng ngày, vào lúc 7h30 sáng, Hội đồng biên

tập (bao gồm lãnh đạo các ban, đơn vị sản xuất, Thư ký tòa soạn và Trung tâm Nội dung số) sẽ họp sản xuất toàn Đài. Chúng tôi dựa trên dữ liệu, chỉ số để phân tích và đưa ra "đơn đặt hàng" nội dung số cho các đơn vị. Khi được đặt hàng sản xuất, các đơn vị sẽ sản xuất ưu tiên sản phẩm số và chuyển nội dung cho kênh online trước. Đối với tin tức nóng, có tính thời sự cao, nội dung sẽ được phát hành ngay lập tức trên mạng xã hội, sau đó là website, rồi mới được khai thác cho các chương trình trên sóng phát thanh và truyền hình. Với các vấn đề cần khai thác chiều sâu, chúng tôi sẽ phát triển thành các sản phẩm dài hơi hơn.

Khác với nhiều đơn vị có sử dụng AI, nhưng ở Đài Hà Nội chúng tôi không khuyến khích sử dụng AI để tạo nội dung, mà chỉ dùng để hỗ trợ tư duy. Khi lên nền tảng số, chúng tôi có phần mềm có thể phát hiện được nội dung nào do AI tạo ra. Với một nhà báo truyền hình thông thường, AI là công cụ hỗ trợ một phần, nhưng có nhiều yếu tố khác ảnh hưởng đến tác nghiệp. Thay vào đó, chúng tôi tập trung vào việc thay đổi kỹ năng và tư duy của chính nhà báo. Tôi lấy ví dụ, trước đây một nhà báo sẽ phó mặc việc quay phim cho quay phim chuyên nghiệp. Nhưng chúng tôi đã chứng minh và tạo động lực để họ tự thay đổi. Một nữ phóng viên của Trung tâm tin tức, trong quá trình tác nghiệp khi đi cùng đoàn kiểm tra vệ sinh thực phẩm, đã dùng điện thoại chủ động quay một đoạn video hơn 1 phút về vụ "lòng xe điều" và chuyển về cho trung tâm nội dung số phát hành trước. Nội dung này đã đạt 3 triệu lượt xem chỉ sau 3 tiếng. Điều đó tạo ra động lực rất lớn, và lần sau khi tác nghiệp, phóng viên đó chủ động quay những hình ảnh có thể phát hành nhanh trên nền tảng số, bên cạnh việc quay phim chuyên nghiệp. Tương tự, hiệu quả của các tin nóng (breaking news) về vụ cháy ở Khương Hạ hay việc các nhà báo tình nguyện sang Myanmar tác nghiệp về động đất đã chứng minh sức mạnh của cách tiếp cận "digital-first"..

Quá trình thay đổi tư duy này bao giờ cũng gặp phải xung đột. Nhà báo truyền hình sẽ băn khoăn: "Tôi còn phải làm bản tin truyền hình, tại sao lại phải làm thêm sản phẩm cho số?". Khi đó nếu người lãnh đạo cao nhất của CQBC không có biện pháp và tư duy quyết liệt sẽ không đảm bảo được. Trước đây nhà báo truyền hình chỉ nhìn thấy tác phẩm phẩm của mình trên TV, hiện nay khi được

phát hành trên nền tảng số sẽ có nhiều người theo dõi hơn. Các chỉ số này sẽ tạo thành động lực để các nhà báo tham gia chuyển đổi.

Chúng tôi cũng triển khai hình thức KPI bắt buộc: một tháng một nhà báo, hay đơn vị phải có số lượng sản phẩm nội dung số nhất định. Nếu vượt chỉ tiêu sẽ được cộng KPI, tạo động lực tài chính cho các nhà báo. Bên cạnh đó còn có các hình thức khen thưởng đột xuất, giúp tạo ra một cơ chế khuyến khích rõ ràng và hiệu quả.

Câu hỏi 6: Đối chiếu 5 miền năng lực số, anh đánh giá thực trạng năng lực số của nhà báo tại Đài hiện nay như thế nào?

Trong hai năm vừa qua, năng lực số của các nhà báo tại Đài đã có sự thay đổi rõ rệt.

Về Thông tin và dữ liệu: Chúng tôi có nhiều hệ thống dữ liệu. Một là dữ liệu sản xuất của toàn đài, bao gồm toàn bộ nội dung các nhà báo đi quay về. Chúng tôi có quy trình luân chuyển dữ liệu, tập trung trên máy chủ (server) của Đài. Dữ liệu đi quay về được nhập vào hệ thống, phân quyền ai được truy cập đến đâu. Điều này tránh việc phân tán dữ liệu. Khi dữ liệu ở trên hệ thống tập trung và được đánh chỉ mục, nó giảm thiểu thời gian tìm kiếm rất nhiều. Việc chuẩn hóa và gắn chỉ mục dữ liệu metadata là bước cực kỳ quan trọng. Để hệ thống có thể quản lý và truy xuất hiệu quả kho dữ liệu lên tới hàng nghìn, hàng vạn tệp, chúng tôi đã xây dựng các quy định rất cụ thể. Mỗi tệp dữ liệu khi nhập liệu đều phải tuân thủ quy tắc đặt tên file thống nhất, được gắn các thông tin dữ liệu chi tiết, và phải ở định dạng chuẩn để máy tính có thể "hiểu" và xử lý tự động. Lúc đầu nhiều phóng viên không thích vì họ cho rằng đó là dữ liệu và mảng thông tin họ phụ trách, nhưng dần dần mọi thứ đã đi vào quy củ. Các nhà báo cũng dần học được kỹ năng quản lý dữ liệu khoa học. Hệ thống dữ liệu thứ hai là dữ liệu người dùng trên các nền tảng, các kênh phát hành của Đài. Khi có được dữ liệu tập trung, với một nội dung, chúng tôi có thể xác định phân phối vào tập công chúng, khán giả nào của Đài để tập trung hơn.

Về Giao tiếp và Hợp tác: Ở bất kỳ CQBC nào trước đây, việc giao tiếp qua văn bản, qua chat, Zalo... sẽ bị phân tán. Yêu cầu của Tổng giám đốc Đài là dùng

email nội bộ để truy cập và triển khai công việc, thông báo lịch họp. Điều này tạo ra một môi trường làm việc minh bạch, chuyên nghiệp và buộc mọi người phải luôn cập nhật hệ thống. Những quy ước, thuật ngữ trên môi trường số cũng được thống nhất, tạo ra sự nhất quán cho toàn bộ nhân sự trong Đài.

Về năng lực Sáng tạo nội dung số: Trước đây, NLS của các nhà báo chỉ là viết tin tức cho truyền hình. Sau khoảng 6 tháng, cách viết trên nền tảng số đã thay đổi. Các nhà báo đã dần có những tiếp cận, hình thành tư duy số và sáng tạo các nội dung trên nền tảng số. Khi phát hành trên số, các sản phẩm này tạo ra lượng truy cập nhất định. Trước đây viết cho nền tảng số có nhiều rào cản, nhưng hiện tại khoảng 70% các NBTH đã thay đổi cách thức viết. Viết cho số không có các câu đặt mệnh đề lên đầu, mà phải ngắn gọn, trực diện. Họ đã thay đổi tư duy trên môi trường số.

Về năng lực An toàn: Điều này rất quan trọng với bất cứ tổ chức nào. Chúng tôi có quy định chung toàn Đài, có bộ quy tắc về bảo mật thông tin được cập nhật thường xuyên. Có một loạt quy định: hệ thống quản trị website trên máy tính phải được bảo mật, vì các thao tác xuất bản nếu bị lộ ra ngoài sẽ có rủi ro cao. Máy tính là máy nghiệp vụ của cơ quan, không được cài bất kỳ ứng dụng lạ nào. Khi vào các trình duyệt như Chrome phải dùng chế độ ẩn danh. Phải qua xác thực 3 lớp mới vào được trang quản trị. Không được phép dùng wifi công cộng bên ngoài để truy cập. Quản trị các nền tảng cũng có thể bảo mật riêng. Tuy nhiên, với bất cứ CQBC nào, vấn đề an toàn thông tin không thể bảo mật 100%. Luôn phải xây dựng kịch bản ứng phó. Ví dụ với MXH, chúng tôi có đầu mối làm việc với cơ quan của các nền tảng để được hỗ trợ trực tiếp, và có những quy trình ứng phó. Một kênh YouTube của CQBC nếu không tuân thủ quy định, đăng nhập thoải mái, có thể mất tài khoản ngay lập tức. Về bản quyền, trước đây chúng tôi bị các cá nhân bên ngoài lấy các nội dung Đài sản xuất để đăng tải lại và có lượt xem cao hơn của chúng tôi. Tuy nhiên hiện nay trên hệ thống quản lý nội dung số của chúng tôi có hiển thị các cá nhân, tổ chức vi phạm bản quyền và chúng tôi có thể đánh bản quyền họ. Về cơ bản đã không chế được tình trạng vi phạm bản quyền trên các nền tảng MXH.

Về Giải quyết vấn đề: Trên môi trường số, có nhiều tình huống hàng ngày mà các đơn vị phải đối diện, như phát tán nội dung không hợp lý, vi phạm bản quyền... Điều này bắt buộc phải trở thành phản xạ của từng nhà báo, của bộ phận xử lý nền tảng. Từ đó nảy sinh ra kiến thức liên ngành, không chỉ kiến thức báo chí. Ví dụ trong đợt kỷ niệm Quốc khánh 2/9, khi chúng tôi làm việc với Quân chủng Phòng không - Không quân, khi có thể được đặt các thiết bị, tiếp cận được buồng lái của máy bay Su-30, chúng tôi lại có những ý tưởng mới. Chúng tôi phải giải quyết các vấn đề: đặt thiết bị chuyên dụng trong máy bay có an toàn không, có đảm bảo không, có gây nên sự cố gì không, có bị lộ thông tin trên máy bay không được phép công bố không...

Câu 7: Động lực lớn nhất thúc đẩy anh nâng cao năng lực số, học hỏi các kỹ năng số mới là gì?

Với cá nhân tôi, có hai yếu tố chính. Thứ nhất là sự đam mê và sở thích chinh phục những điều mới mẻ. Mặc dù tôi không được đào tạo báo chí từ đầu nhưng lại có "máu" chinh phục công nghệ. Thứ hai, đó là áp lực phải tồn tại. Công nghệ và xu hướng thay đổi liên tục, nếu mình không cập nhật thì chắc chắn sẽ bị tụt hậu và đào thải. Việc phải liên tục học hỏi dù mệt nhưng là điều bắt buộc để có thể tồn tại và phát triển trong nghề.

Câu 8: Anh đã gặp những rào cản hoặc khó khăn nào khi nâng cao năng lực số, ứng dụng các công nghệ số vào công việc?

Bản thân tôi không gặp nhiều khó khăn để nâng cao NLS, ứng dụng công nghệ số vào công việc. Tuy nhiên theo quan sát, có một số rào cản, khó khăn với các đồng nghiệp của tôi. Thứ nhất, rào cản lớn nhất đến từ sự chênh lệch về tư duy và kỹ năng trong nội bộ. Luôn có một "độ chênh" rõ rệt giữa đội ngũ chuyên trách làm nội dung số và các nhà báo ở các ban sản xuất nội dung truyền hình truyền thống. Ở các đơn vị đã có bộ phận chuyên biệt về số, họ có thể tạo ra một guồng quay công việc riêng, nhưng chính điều này đôi khi lại tạo ra khoảng cách. Rào cản này xuất phát từ lối mòn tư duy và tâm lý ngại thay đổi của một bộ phận nhà báo đã có kinh nghiệm, họ thường đặt câu hỏi "Tại sao phải thay đổi khi cách làm cũ vẫn đang hiệu quả?". Điều này dẫn đến những xung đột ban đầu khi triển khai, ví dụ

như một nhà báo truyền hình có thể cảm thấy bị quá tải hoặc không hiểu tại sao phải ưu tiên sản xuất cho nền tảng số trong khi còn phải lo cho các bản tin phát sóng.

Thứ hai là khó khăn về bài toán nguồn nhân lực phát triển nội dung số. Hiện nay, đa phần các cơ quan báo chí đang rất thiếu đội ngũ nhân sự giỏi cho mảng số. Nguồn nhân lực thường đến từ hai hướng và cả hai đều có những hạn chế riêng:

1) Đào tạo lại từ đội ngũ hiện có: Việc đào tạo lại các phóng viên, biên tập viên từ môi trường truyền thống sang làm số mất rất nhiều thời gian, đặc biệt là quá trình thay đổi tư duy và thói quen làm việc.

2) Tuyển dụng mới cũng gặp nhiều thách thức. Nhân sự từ các công ty truyền thông, chuyên làm nội dung mạng xã hội có kỹ năng số tốt nhưng lại thường thiếu nền tảng báo chí. Họ có xu hướng làm việc theo thiên hướng của mạng xã hội, cần phải đào tạo lại từ đầu về nghiệp vụ và thường chỉ gắn bó được một thời gian ngắn (khoảng 3-6 tháng). Còn với sinh viên mới ra trường từ các trường báo chí thì ngược lại, có thể có tư duy lý thuyết báo chí nhưng lại yếu về tư duy kỹ thuật và các kỹ năng thực chiến trên môi trường số. Họ cũng cần một khoảng thời gian để đào tạo thêm mới có thể bắt kịp yêu cầu công việc.

Cả hai nguồn nhân lực này đều chưa thể đáp ứng ngay lập tức, khiến việc xây dựng một đội ngũ làm số vừa có chuyên môn báo chí vững chắc, vừa có kỹ năng số thành thạo trở thành một thách thức lớn cho các cơ quan báo chí hiện nay.

Câu 9: Đơn vị của anh có những chính sách như thế nào trong việc nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình?

Thứ nhất, về quy trình đào tạo và cập nhật kiến thức: Chúng tôi đã xây dựng một quy trình đào tạo và cập nhật kiến thức rất bài bản và có tính bắt buộc.

- Xây dựng bộ tài liệu nội bộ: Đơn vị có các bộ tài liệu đào tạo do chính đội ngũ trực tiếp biên soạn và triển khai. Các tài liệu này được cập nhật liên tục theo các phiên bản.

- Cập nhật định kỳ và đột xuất: Định kỳ khoảng 1 tháng/lần, hoặc ngay lập tức khi có những thay đổi quan trọng, phiên bản tài liệu mới sẽ được ban hành.

- Kiểm tra và đánh giá bắt buộc: Sau mỗi lần cập nhật, toàn bộ nhân sự trong các phòng chuyên trách (như phòng Mạng xã hội, phòng Thông tin điện tử)

bắt buộc phải nghiên cứu tài liệu và hoàn thành một bài kiểm tra. Việc vượt qua bài kiểm tra là điều kiện để xác nhận nhân sự đã nắm vững các nguyên tắc mới và có thể tiếp tục triển khai công việc một cách thống nhất.

Thứ hai, về chiến lược sản xuất nội dung dựa trên dữ liệu:

Chúng tôi vận hành quy trình sản xuất nội dung dựa trên một hệ thống phân tích dữ liệu chuyên sâu như Phân tích xu hướng. Hệ thống này cho phép truy xuất và theo dõi các dòng thông tin, xu hướng trên không gian mạng theo thời gian thực. Dựa trên dữ liệu này, Hội đồng biên tập sẽ họp hàng ngày để đưa ra quyết định chiến lược: nội dung nào sẽ được ưu tiên triển khai trên nền tảng số trước, mức độ khai thác sâu đến đâu, và thời điểm nào sẽ chuyển giao vai trò cho các nền tảng khác như truyền hình. Đây là cách chúng tôi đảm bảo tính phối hợp và tối ưu hóa hiệu quả trên đa nền tảng.

Thứ ba, về việc ứng dụng và tự phát triển công cụ AI. Chúng tôi không chỉ dừng lại ở việc sử dụng các công cụ AI phổ biến như ChatGPT hay Gemini dưới dạng chatbot thông thường. Thay vào đó, chúng tôi khai thác qua API, truy cập thẳng trực tiếp vào nền tảng xử lý thông tin của họ để mình đặt ra các yêu cầu khác nhau, đi theo hướng tự phát triển các công cụ chuyên biệt phục vụ cho nghiệp vụ báo chí. Từ đó giúp tạo ra những bộ công cụ truy vấn thông tin tốt nhất mà các công cụ có sẵn không đáp ứng được. Nhưng điều này đòi hỏi các nhà báo phải có cả kỹ năng lập trình.

Câu 10: Anh thường học hỏi, nâng cao năng lực số, các kỹ năng số qua kênh nào? Kênh nào anh cảm thấy hiệu quả và đáng tin cậy nhất?

Với cá nhân tôi, chủ yếu là tự học, do tôi cũng có khoảng thời gian dài làm việc trong môi trường đa phương tiện. Do sở thích và cũng vì tôi tham gia vào một mạng lưới gồm các bạn bè, chuyên gia trong và ngoài nước. Tôi cũng tham gia vào các đề tài nghiên cứu và trước đây có thời gian giảng dạy tại trường Đại học. Đồng thời tôi cũng là người thường đào tạo, cập nhật năng lực số cho các đồng nghiệp tại đơn vị. Đó là động lực và là cách để tôi duy trì đam mê, cập nhật kiến thức trong lĩnh vực này.

Tôi cũng có thói quen thường xuyên duy trì cập nhật xu hướng hàng tuần.

Nếu trước đây các nền tảng số như MXH thay đổi thuật toán 3 tháng một lần và có báo trước, thì hiện nay họ có thể thay đổi bất cứ lúc nào mà không báo trước. Nếu không cập nhật xu hướng thì sẽ không theo kịp với những thay đổi.

Câu 11: Đơn vị của anh có tổ chức các chương trình đào tạo không? Anh đánh giá chất lượng và tính hữu ích của các chương trình này như thế nào?

Những năm gần đây có rất nhiều chương trình đào tạo của Hội Nhà báo hoặc các đơn vị khác tổ chức nâng cao năng lực số của nhà báo. Tuy nhiên, theo quan điểm cá nhân của tôi, nội dung đào tạo của những chương trình đó chưa hoàn toàn đưa đến hiệu quả, bước đầu đã giới thiệu về các công cụ số, công nghệ làm báo mới cho các nhà báo.

Một số chương trình đào tạo của Google News Initiative khá hay và hiệu quả. Ngoài ra, tôi thường xuyên tham gia các khóa học trên Coursera, hoặc các khóa miễn phí của Google, Facebook. Quan trọng nhất là mình xác định được những thứ mình cần cho công việc và tự tham gia. Các buổi hội thảo (workshop) chuyên sâu trong các network chuyên gia theo từng lĩnh vực cũng rất hữu ích.

Công tác đào tạo cần đi từ thực tiễn của chính đơn vị, khuyến khích tinh thần tự học của mỗi nhà báo. Đồng thời, cần có sự kết hợp chặt chẽ hơn giữa các tòa soạn và cơ sở đào tạo báo chí để rút ngắn khoảng cách giữa lý thuyết và thực tiễn, giúp sinh viên ra trường có thể nhanh chóng bắt kịp với yêu cầu công việc.

Câu 12: Anh đánh giá thế nào về sự hỗ trợ của lãnh đạo và các chính sách của đơn vị trong việc giúp anh nâng cao năng lực số?

Nếu không có sự quyết tâm của lãnh đạo cao nhất thì không cơ quan nào triển khai được thành công CDS báo chí. Một ví dụ đơn giản là ở Đài Hà Nội Hội đồng biên tập họp hàng ngày, khi trung tâm nội dung số đặt hàng các ban khác, họ không được phép từ chối. Đó là một sự hỗ trợ cực kỳ cao của lãnh đạo.

Hay như câu chuyện sản xuất phim tại Đài Hà Nội, nếu trước đây đơn vị sản xuất chỉ biết làm xong rồi phát sóng, thì bây giờ, lãnh đạo yêu cầu tất cả nội dung muốn phát hành trên nền tảng số phải đảm bảo câu chuyện bản quyền âm nhạc. Điều này buộc tất cả các ban, đơn vị phải tuân theo.

Sự hỗ trợ quan trọng nhất của lãnh đạo không chỉ là trang bị công nghệ,

thiết bị, mà là tư duy . Họ tạo ra một guồng công việc, một phương pháp tư duy để tất cả các bộ phận bám vào đó mà triển khai.

Câu 13: Theo anh, đơn vị cần có những hỗ trợ gì thêm để giúp nhà báo nâng cao năng lực số hiệu quả hơn?

Dựa trên những khó khăn đã nêu, tôi nghĩ đơn vị cần tiếp tục đầu tư vào con người. Cần có chiến lược đào tạo lại bài bản hơn nữa cho đội ngũ hiện có, đồng thời có cơ chế tuyển dụng và bồi dưỡng nền tảng báo chí cho các nhân sự mới có kỹ năng số tốt để họ có thể gắn bó và phát triển lâu dài. Việc xây dựng một đội ngũ kỹ thuật mạnh ngay trong nội bộ để tự phát triển các công cụ chuyên biệt theo nghiệp vụ cũng là một hướng đi chiến lược.

Câu 14: Theo anh, những giải pháp nào là quan trọng nhất để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo truyền hình trong hiện tại và tương lai?

Quan trọng nhất là tạo ra một văn hóa số. Để CDS thành công, ngoài việc thay đổi tư duy, đào tạo lại, thì cần tạo ra một bầu không khí trong cơ quan để mọi người cảm thấy tự nguyện tham gia và cảm thấy họ tạo ra được giá trị khi tham gia vào đó.

Từ đó, hướng tới việc xây dựng một hệ sinh thái số. Khái niệm hệ sinh thái mà các cơ quan báo chí mình đang tư duy thường chỉ là các kênh phát hành (Facebook, YouTube...). Nhưng tôi quan niệm khác. Hệ sinh thái số phải là cơ chế vận hành, là các dòng sản phẩm, là một "mảnh đất" mà mỗi cá nhân trong tổ chức cắm vào đều có thể phát triển, tạo ra giá trị, và các đối tác bên ngoài tham gia vào cũng có thể cùng phát triển. Từ đó, mọi người sẽ tự nguyện tham gia thay vì bị ép buộc. Đó mới là cái đích cần hướng tới.

Xin cảm ơn anh đã dành thời gian cho cuộc phỏng vấn này.

Biên bản 11. Mã PVS 11

Người trả lời phỏng vấn: Nam; biên tập viên Trung tâm Truyền hình Việt Nam khu vực miền Trung - Tây Nguyên

Hình thức phỏng vấn: Qua điện thoại

Thời gian phỏng vấn: 9/11/2025

Câu 1: Theo anh/chị, CDS đã và đang ảnh hưởng như thế nào đến công việc của một nhà báo truyền hình?

Trong thời đại CDS, không chỉ VTV8 mà tất cả các cơ quan báo chí đều đang trải qua một sự thay đổi toàn diện để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khán giả. Đây không còn là quá trình chuẩn bị nữa, mà đã trở thành một yếu tố sống còn. Nếu một cơ quan báo chí không thay đổi, họ sẽ đối mặt với nguy cơ bị đào thải, đánh mất khán giả, sản phẩm không được tiêu thụ, từ đó ảnh hưởng nghiêm trọng đến thương hiệu và hoạt động kinh doanh. Việc xây dựng và thực thi các chiến lược CDS bài bản, dài hạn là điều bắt buộc nếu muốn duy trì vị thế và phát triển bền vững.

Sự ảnh hưởng này thể hiện rõ rệt ở mọi khía cạnh. Về tổng thể, các cơ quan báo chí buộc phải thay đổi tư duy, không chỉ tập trung vào kênh truyền hình truyền thống mà phải quan tâm sâu sắc đến các nền tảng số, công nghệ mới và đối tượng khán giả trên không gian mạng. Quy trình sản xuất đã chuyển từ mô hình cũ "sản xuất mà không quan tâm đến sức tiêu thụ" sang một quy trình linh hoạt, lấy khán giả làm trung tâm. Đối với bản thân nhà báo, sự thay đổi cũng tạo ra một sự phân hóa rõ rệt. Nhiều nhà báo lâu năm, giàu kinh nghiệm nhưng lớn tuổi cảm thấy lạc lõng, gặp khó khăn trong việc thích ứng với công nghệ và xu hướng sản xuất mới so với các bạn trẻ. Tại VTV8, đội ngũ nhà báo trẻ rất chủ động tự học hỏi, mày mò và tiếp cận cái mới, đồng thời lãnh đạo cũng rất quan tâm đến việc đào tạo họ trở thành những nhà báo đa năng, đa nhiệm, có thể vừa viết, biên tập, vừa tự cầm máy quay phim và dựng phim.

CDS cũng kéo theo sự thay đổi về phương tiện, hạ tầng tác nghiệp. Nếu trước đây, một chương trình cần sự phối hợp của cả ekip, thì nay một nhà báo có thể tác

nghiệp độc lập nhờ các thiết bị nhỏ gọn, hiện đại, giúp tiết kiệm nhân lực và tăng hiệu quả sản xuất. Điều này đòi hỏi sự đầu tư vào hạ tầng, công cụ mới, và các phần mềm chuyên dụng như AI. Dù cơ chế tài chính cho các hạng mục này chưa thực sự rõ ràng, nhiều nhà báo đã tự đầu tư thiết bị cá nhân để phục vụ tốt hơn cho công việc. Quy trình làm việc tại VTV8 cũng đã thay đổi, bên cạnh việc sản xuất cho truyền hình, đội phụ trách nền tảng số với nhiệm vụ phát triển, hoặc tận dụng lại các sản phẩm, dữ liệu hiện có để biên tập và xuất bản riêng cho nền tảng số. Nội dung số vừa giúp thu hút khán giả trẻ, vừa là cách để kéo khán giả quay lại với truyền hình truyền thống trong bối cảnh nguồn thu từ số chưa thực sự ổn định.

Đặc biệt, phương thức tác nghiệp bằng điện thoại di động ngày càng trở nên phổ biến vì tính nhanh nhạy, linh hoạt. Trong các sự kiện đột xuất như tai nạn, việc điều một ekip công kênh là bất khả thi, khi đó điện thoại chính là công cụ tác nghiệp hiệu quả nhất. Ngay cả khi đi cùng ekip, nhiều nhà báo vẫn tự quay bằng điện thoại để có những góc máy riêng, độc đáo, đặc biệt với các chương trình du lịch trải nghiệm. Hiện tại, một số chương trình như "Việt Nam thức giấc" hay các nội dung hậu trường, quảng bá tại VTV8 đã sử dụng điện thoại làm thiết bị quay chính để tạo ra những sản phẩm gọn nhẹ, linh hoạt và độc đáo.

Câu 2: Theo anh/chị, đâu là những cơ hội và thách thức đối với nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS hiện nay?

Bối cảnh CDS mang đến cả cơ hội và thách thức song hành cho nhà báo truyền hình, nhưng tôi tin rằng cơ hội luôn lớn hơn. Về cơ hội, đầu tiên và rõ ràng nhất là khả năng tiếp cận một lượng khán giả khổng lồ, đa dạng và không bị giới hạn bởi không gian hay thời gian như truyền hình truyền thống. Chúng tôi có thể đưa sản phẩm của mình đến với thể hệ khán giả trẻ qua các nền tảng mạng xã hội mà họ yêu thích. Thứ hai, đây là cơ hội tuyệt vời để nhà báo thể hiện sự sáng tạo và cá tính. Môi trường số cho phép chúng tôi thoát khỏi những khuôn mẫu, quy chuẩn đôi khi cứng nhắc của truyền hình để thử nghiệm những cách kể chuyện mới mẻ, táo bạo hơn. Thứ ba, chúng tôi có thể tương tác trực tiếp và tức thì với khán giả, nhận được phản hồi ngay lập tức để cải thiện sản phẩm, đồng thời xây dựng được cộng đồng và thương hiệu cá nhân cho chính mình.

Tuy nhiên, thách thức cũng không hề nhỏ. Áp lực lớn nhất là phải trở thành một người đa năng, đa nhiệm, có khả năng sản xuất nội dung cho nhiều nền tảng khác nhau trong khi nguồn lực và thời gian có hạn. Tốc độ của tin tức trên môi trường số cũng tạo ra một cuộc cạnh tranh khốc liệt, đòi hỏi nhà báo phải vừa nhanh nhạy nhưng vẫn phải đảm bảo tính chính xác. Thêm vào đó, chúng tôi phải đối mặt với sự cạnh tranh không chỉ từ các đồng nghiệp ở cơ quan báo chí khác mà còn từ vô số những người sáng tạo nội dung, những người có ảnh hưởng trên mạng xã hội. Cuối cùng, một thách thức và cũng là trách nhiệm nặng nề là phải đối phó với vấn nạn tin giả. Trong một môi trường thông tin hỗn loạn, vai trò của nhà báo trong việc kiểm chứng, cung cấp thông tin xác thực và đáng tin cậy trở nên quan trọng hơn bao giờ hết.

Câu 3: Anh có cảm thấy áp lực khi phải thích ứng với những thay đổi của công nghệ và môi trường làm việc số không? Anh đã đối phó với áp lực đó như thế nào?

Áp lực là cảm giác chung của rất nhiều nhà báo, đặc biệt là các đồng nghiệp thuộc thế hệ đi trước. Họ cảm thấy lo lắng về nguy cơ mất khán giả của kênh truyền hình truyền thống, áp lực vì công nghệ thay đổi liên tục và cơ quan ngày càng có nhiều yêu cầu mới. Dù rất cố gắng để thích nghi, không phải ai cũng theo kịp, thậm chí có người cảm thấy nản lòng và muốn buông xuôi. Tuy nhiên, phần lớn mọi người đều nhận thức được sự thay đổi tất yếu này và đang nỗ lực để không bị tụt lại phía sau.

Đối với cá nhân tôi, bên cạnh áp lực, tôi cảm thấy một sự hào hứng và tò mò lớn. Tôi xem đây là cơ hội để đưa mình ra khỏi những khuôn mẫu quen thuộc của truyền hình. Môi trường số mang đến một không gian sáng tạo rộng lớn, cho phép tôi thể hiện cá tính nhiều hơn, thử nghiệm những ý tưởng táo bạo mà không bị giới hạn bởi các quy chuẩn khắt khe. Đối với một người làm nghề báo, việc liên tục làm mới bản thân và công việc là điều vô cùng quan trọng để không trở nên nhàm chán, và CDS đã mang lại cho tôi cảm giác đó. Cảm xúc của tôi là một sự tổng hòa: vừa có chút áp lực, lo lắng khi phải liên tục cập nhật, nhưng đồng thời là sự hào hứng, thôi thúc sáng tạo và khám phá những điều mới mẻ.

Để đối phó với những áp lực và bất kịp xu hướng, tôi chọn cách chủ động thích nghi. Tôi tự trau dồi, học hỏi mỗi ngày để không bị tụt hậu so với sự phát triển của công nghệ. Bên cạnh đó, xuất phát từ đam mê và mong muốn có những sản phẩm tốt nhất, tôi sẵn sàng tự đầu tư các thiết bị công nghệ cần thiết cho công việc. Tôi hiểu rằng đây không phải là giải pháp bền vững về lâu dài và các cơ quan báo chí cần có kế hoạch đầu tư bài bản hơn. Tuy nhiên, ở thời điểm hiện tại, việc tự trang bị giúp tôi chủ động hơn trong công việc và tạo ra những sản phẩm đúng với mong muốn của mình.

Câu hỏi 4: Theo anh, năng lực số có tầm quan trọng như thế nào đối với công việc hiện tại của mình?

Tôi nghĩ rằng hiện nay năng lực số gần như quyết định đến việc một nhà báo có thể tồn tại và phát triển trong môi trường truyền thông hiện đại, trong bối cảnh CDS. Có thể xem năng lực số đứng ngang hàng với các kỹ năng truyền thống của nhà báo truyền hình như quay, viết, dựng.

Trước hết, năng lực số giúp mình tìm kiếm dữ liệu nhanh hơn, chuẩn hơn. Thứ hai, nó hỗ trợ rất nhiều trong việc dựng video, tối ưu sản phẩm cho từng nền tảng khác nhau. Thứ ba, nó giúp mình quản lý, sử dụng hiệu quả các công cụ tương tác với khán giả.

Nếu không có năng lực số, nhà báo sẽ rất dễ bị lạc hậu, không bắt kịp xu hướng chung, chậm hơn người khác trong việc tìm kiếm thông tin, ứng dụng công nghệ trong sản xuất, tiếp cận khán giả và xác định nhóm khán giả phù hợp cho từng chương trình. Ngược lại, khi nắm tốt năng lực số, ngoài việc tìm đề tài tốt hơn, mình có thể ứng dụng công nghệ vào toàn bộ quy trình sản xuất – từ thiết bị, máy móc đi quay, đến khâu hậu kỳ – theo hướng sáng tạo, mới mẻ, hợp thời, “bắt trend”, phù hợp xu hướng hơn.

Ví dụ, sử dụng AI có thể tạo ra các video đồ họa, video minh họa cho những nội dung mà mình không quay được, hoặc cần minh họa cho những khái niệm, vấn đề trừu tượng. Với những tin, bài mang tính biên tập, không nhất thiết phải sản xuất theo cách truyền thống, việc ứng dụng công nghệ, AI có thể giúp tiết kiệm rất nhiều công sức và kinh phí so với sản xuất truyền thống.

Một khía cạnh nữa là nếu không có năng lực số, mình khó tiếp cận được các công cụ đo lường, phân tích sản phẩm. Trước đây, làm truyền hình theo kiểu: mình sản xuất, phát sóng trên tivi, “ai xem thì xem”, gần như không đo được sâu phản hồi. Còn khi có năng lực số, cùng một tác phẩm, mình có thể biến thành nhiều phiên bản khác nhau trên nhiều nền tảng. Thông qua các chỉ số đo lường, mình hiểu rõ hơn thị hiếu và nhu cầu khán giả, từ đó tạo ra các chương trình khác nhau, khu biệt nhóm khán giả sâu và sát hơn, đa dạng hóa sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của từng nhóm đối tượng.

Trước đây có giai đoạn trung tâm thành lập một “tổ số” chuyên sản xuất và phân phối sản phẩm trên các nền tảng số, trực thuộc phòng Chương trình, nhân sự chỉ khoảng ba người. Khi đó, phần lớn công việc là đưa lại tin, bài đã phát sóng trên truyền hình lên các nền tảng số, và thực hiện thêm một số chương trình, sự kiện livestream quan trọng vừa trên sóng truyền hình, vừa trên nền tảng số. Hiện nay, mảng số được giao cho hai nhóm: tổ số cũ và một nhóm ở phòng Thời sự. Phòng Thời sự đảm nhận việc sản xuất, cập nhật tin, bài mảng thời sự trên các nền tảng số. Tổ số chuyên sản xuất và cập nhật nội dung cho các chương trình khác (chuyên đề, du lịch, chương trình dài...) và làm thêm nhiệm vụ quảng bá.

Câu 5: Trong quy trình tác nghiệp cũng như làm việc tại đơn vị truyền hình hiện nay, anh ứng dụng các năng lực số ở từng công việc như thế nào?

Trong công việc hằng ngày tại VTV8, tôi phải sử dụng năng lực số ở hầu như mọi khâu.

Về tìm kiếm đề tài, thông tin: Ngoài các nguồn tin truyền thống, mạng xã hội hiện là nguồn thông tin phong phú, nhanh, nhạy, kịp thời. Bên cạnh đó, có thể sử dụng các công cụ lọc tin, phân tích dữ liệu số để biết trong ngày, trong tuần, trong tháng, những chủ đề, sự kiện nào đang thu hút, được công chúng quan tâm. Từ đó, mình chọn đề tài phù hợp với sự quan tâm của công chúng. Tại VTV8 hiện có chương trình “Không gian mạng”. Mỗi tuần một số, chương trình dựa trên các báo cáo chung của VTV về những chủ đề đang được bàn luận sôi nổi trên mạng xã hội để lựa chọn, xây dựng nội dung. Đây cũng là một ví dụ về ứng dụng năng lực số trong khâu chọn đề tài.

Về tác nghiệp hiện trường (quay, thu thập tư liệu): Trước đây, đi tác nghiệp thường phải mang theo cả ê-kíp và thiết bị khá cồng kềnh. Bây giờ, phóng viên có thể quay bằng điện thoại di động, không chỉ cho những tin đột xuất hay tình huống bất gặp trên đường, mà cả cho các tin thời sự, chuyên đề, thậm chí chương trình dài. Trong nhiều trường hợp, ngoài quay phim chính với máy chuyên dụng, phóng viên vẫn chủ động quay thêm bằng điện thoại để ghi lại những góc hình linh hoạt hơn. Trong quá trình sản xuất chương trình “Việt Nam thức giấc”, nhiều lần tôi cũng sử dụng điện thoại để quay. Chất lượng hình ảnh từ điện thoại hiện nay đạt HD, 4K) đã đủ để phát sóng, đồng thời quay điện thoại có ưu thế về độ linh hoạt, cả ở góc máy và động tác máy. Có những góc rất thấp, sát mặt đất hoặc sát đối tượng mà máy chuyên dụng khó xử lý, nhưng điện thoại lại làm rất tốt.

Về ứng dụng AI trong xử lý nội dung, tôi thường dùng AI như Memobot để bóc tách âm thanh. Ví dụ tôi ghi âm toàn bộ phần phát biểu ở hội nghị, sự kiện (đặc biệt khi diễn giả không có sẵn văn bản). Sau đó dùng Memobot chuyển âm thanh thành văn bản, thay vì phải xin bản in hoặc tự chép tay. Từ đó tôi xác định nhanh đoạn nào dùng làm tiếng phỏng vấn, đoạn nào chuyển thành lời bình. So với việc nghe lại thủ công từng câu, cách này tiết kiệm rất nhiều thời gian và vẫn đảm bảo tính chính xác. Ngoài ra tôi cũng dùng các công cụ AI tạo sinh như ChatGPT, Gemini để hỗ trợ xây dựng lời bình, cấu trúc kịch bản, hay tạo ảnh, video bằng AI cho những nội dung khó quay, hoặc mang tính minh họa, đồ họa. Dĩ nhiên, nội dung báo chí vẫn phải do nhà báo chịu trách nhiệm biên tập, kiểm chứng, nhưng các công cụ này giúp tiết kiệm thời gian, tăng tính trực quan.

Tôi cũng sử dụng năng lực số trong việc sản xuất đa nền tảng, tư duy trong việc khi tác nghiệp cần có những khung hình ngang cho truyền hình, YouTube.; khung hình quay dọc cho TikTok, Facebook Reels... Điều này cần nghĩ trước từ khâu tiền kỳ, cùng một nội dung, mình cần những phiên bản nào, kết cấu hình ảnh, text, sub ra sao để phù hợp từng nền tảng.

Đồng thời khi có năng lực số tốt, tôi có thể thực hiện 1 số đồ họa thông tin, thiết kế nội dung số bằng các công cụ đơn giản như Canva để thiết kế ảnh, poster, infographic cho bài đăng trên các trang điện tử, mạng xã hội của VTV8, hỗ trợ việc sáng tạo nội dung.

Năng lực số cũng giúp nhà báo có khả năng lưu trữ và quản lý dữ liệu. HIện VTV8 đã phân công những cá nhân, bộ phận chuyên trách quản lý, lưu trữ dữ liệu. Việc đặt tên file, gắn metadata, mã hóa theo đúng quy định rất quan trọng để hệ thống có thể đồng bộ, quản lý và truy xuất hiệu quả. Chẳng hạn, mã file trong phần mềm đăng ký phát sóng phải trùng khớp với mã file video lưu trên hệ thống, nếu không sẽ không thể lên sóng hoặc không đồng bộ được.

Ngoài ra năng lực số cũng giúp tôi và đồng nghiệp có thể ứng dụng và triển khai nhiều chương trình livestream, truyền hình trực tiếp chỉ bằng điện thoại. Trước đây, làm truyền hình trực tiếp phải có xe màu, thiết bị rất lớn tới tận hiện trường. Bây giờ, quay phim, kỹ thuật vẫn tham gia như trước, nhưng toàn bộ thiết bị thu phát chủ yếu là điện thoại và bộ giải pháp di động, không cần xe màu, tiết kiệm rất nhiều chi phí. Ví dụ một số chương trình chúng tôi đã thực livestream về bão lũ, chương trình “Ngày hội bình yên”... Chất lượng hình ảnh, âm thanh thực tế khá tốt. Trong đợt bão lũ, mỗi phóng viên có thể chủ động livestream, kết nối trực tiếp với bộ phận phát sóng, cho thấy năng lực số đã đi vào rất sâu trong khâu tác nghiệp hiện trường.

Câu hỏi 6: Đối chiếu 5 miền năng lực số, anh đánh giá thực trạng năng lực số của nhà báo tại Đài hiện nay như thế nào?

Theo 5 miền năng lực số, tôi tự đánh giá bản thân như sau:

Về năng lực Thông tin và dữ liệu: tương đối mạnh. Tôi có khả năng lọc và kiểm chứng thông tin khá nhanh, nhờ kinh nghiệm nhiều năm làm Thời sự. Hiện nay, dù không trực tiếp làm Thời sự nữa, em vẫn ứng dụng tốt các kỹ năng này trên môi trường số, mạng xã hội: biết cách đối chiếu nguồn, kiểm chứng, hạn chế tin giả.

Về năng lực giao tiếp và hợp tác: tôi thường xuyên làm việc trực tuyến, trao đổi trực tuyến với đồng nghiệp. Tuy nhiên về việc sử dụng các công cụ quản lý công chúng, mình cũng có biết về các chỉ số đo lường, tương tác khán giả thông qua các khóa đào tạo, tuy vậy, trong công việc hiện tại, vì không phải là người trực tiếp chịu trách nhiệm tối ưu tương tác, đọc sâu các báo cáo dữ liệu nên việc sử dụng thường xuyên các công cụ đo lường chưa nhiều. Kiến thức có, nhưng mức độ ứng dụng thực tế trong vai trò cá nhân vẫn còn hạn chế.

Về năng lực Sáng tạo nội dung số, mình có kinh nghiệm trong biên tập, dựng video và tối ưu clip cho nhiều nền tảng khác nhau. Có thời gian VTV8 quy định phóng viên đi sản xuất phải làm thêm một phiên bản cho mạng xã hội. Tuy nhiên do khối lượng công việc lớn và đơn vị chưa thật sự quyết liệt nên nhiều nhà báo vẫn ưu tiên bản phát trên truyền hình, ít làm cho nội dung số. Tuy nhiên về kỹ năng, mình và đa số phóng viên trẻ hiện nay, đều làm được công việc này. Nếu có một đội ngũ chuyên sản xuất nội dung cho nền tảng số, họ sẽ phát huy năng lực và sự toàn tâm tốt hơn, thay vì vừa phải lo sản phẩm cho truyền hình, vừa kiêm nhiệm sản phẩm số.

Về năng lực An toàn có lẽ đây còn là điểm yếu, cần cải thiện. Tôi có biết những nguyên tắc cơ bản về an toàn số, bảo mật dữ liệu, mã hóa ở mức đơn giản, nhưng việc hiểu biết về chống rò rỉ dữ liệu, bảo mật ở mức chuyên sâu còn rất mơ hồ. Không phải nhà báo cũng quan tâm đầy đủ hoặc có đủ kiến thức chuyên môn về an toàn số. Đồng thời khi gặp tình huống phức tạp về bảo mật, hệ thống, thường vẫn phải nhờ bộ phận kỹ thuật. Đây là mảng mà tôi nghĩ bản thân và nhiều phóng viên truyền hình hiện nay đều cần được đào tạo, hỗ trợ thêm.

Ở năng lực Giải quyết vấn đề, nhất là ở mảng công nghệ, kỹ thuật chưa phải điểm mạnh của tôi. Với những vấn đề kỹ thuật phức tạp như lỗi hệ thống, tối ưu phần mềm, xử lý trục trặc về đường truyền, lưu trữ chúng tôi phải nhờ đến bộ phận kỹ thuật hỗ trợ.

Câu 7: Động lực lớn nhất thúc đẩy anh nâng cao năng lực số, học hỏi các kỹ năng số mới là gì?

Động lực lớn nhất với tôi là tâm thế sơ bị lạc hậu, sợ thua kém đồng nghiệp, thua các đơn vị khác. Với vị thế là một đơn vị thuộc Đài Truyền hình Việt Nam, việc đi đầu, tiên phong trong ứng dụng công nghệ số vào sản xuất là điều kiện tiên quyết để phát triển. Đồng thời Xu thế truyền hình hiện đại thay đổi liên tục, nếu mình dừng lại, gần như ngay lập tức bị tụt hậu.

Bên cạnh đó, khi học được kỹ năng mới, ứng dụng công nghệ, tôi cũng cảm thấy vui và hứng thú hơn với công việc. Việc sáng tạo ra những sản phẩm mới mẻ khiến mình không bị nhàm chán, lặp lại. Truyền hình muốn phát triển phải liên tục

làm mới chính mình, và từng cá nhân trong đó cũng phải tự làm mới. Điều này tạo động lực để gắn bó lâu dài, bền bỉ với nghề.

Câu 8: Anh đã gặp những rào cản hoặc khó khăn nào khi nâng cao năng lực số, ứng dụng các công nghệ số vào công việc?

Mình thấy rằng ở một số nhà báo, tâm lý e ngại thay đổi, choáng ngợp trước cái mới là rào cản lớn nhất. Công nghệ thay đổi rất nhanh. Nhiều khi vừa học xong một công cụ, chưa kịp ứng dụng sâu thì đã xuất hiện công cụ mới hơn. Điều này dễ tạo cảm giác quá tải, khiến một số nhà báo, nhất là thế hệ trước, ngại thay đổi hoặc thấy đuối trước tốc độ phát triển.

Thứ hai, khoảng cách thế hệ và tư duy: Giới trẻ thường sẵn sàng thử cái mới, ít ngại thay đổi. nhưng một số nhà báo lớn tuổi thì không phải ai cũng có cùng tâm thế đó. Trong giai đoạn “giao thoa thế hệ”, sự khác biệt về tư duy, thói quen cũng là một rào cản đối với việc ứng dụng công nghệ rộng rãi.

Bên cạnh đó hạn chế về thiết bị, phần mềm, cơ chế cũng là một rào cản. Mặc dù đơn vị có nhận thức rõ về tầm quan trọng của công nghệ, có chủ trương thay đổi, nhưng khả năng đáp ứng về thiết bị, phần mềm, bản quyền... vẫn có giới hạn. Nhiều phần mềm, công cụ hữu ích ở mức “cá nhân hóa” (ví dụ Memobot, các gói AI, ChatGPT trả phí...) thì phóng viên hầu hết phải tự bỏ tiền túi. Về phía Đài, đơn vị sẽ đầu tư cho các hệ thống, phần mềm phục vụ sản xuất chung như phần mềm dựng, hệ thống lưu trữ, phần mềm quản lý chung, thiết bị kỹ thuật... Còn các tài khoản phục vụ nhu cầu, phong cách làm việc cá nhân thì rất khó để cơ quan bao cấp, vì liên quan đến quản lý tài khoản, tài chính, bảo mật...

Nhìn chung, tôi thấy rằng nhận thức về CDS và nhu cầu thay đổi đều có, một số cá nhân sẵn sàng tự đầu tư nếu họ thấy cần cho công việc. Nhưng để tạo được động lực đủ lớn ở quy mô toàn đơn vị, vẫn cần thêm cơ chế, chính sách, đầu tư đồng bộ hơn.

Câu 9: Đơn vị của anh có những chính sách như thế nào trong việc nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình?

Tôi nhận thấy vai trò, tư duy, chủ trương của lãnh đạo ở VTV8 rất quyết liệt. Dù nhiều lãnh đạo là nhà báo thế hệ trước, nhưng lãnh đạo ở đơn vị rất chịu khó

thay đổi, tiếp cận công nghệ. Giám đốc trung tâm là người tiếp cận công nghệ rất tốt, tư duy hiện đại, thường xuyên thúc đẩy đổi mới, ứng dụng số trong sản xuất.

Về đào tạo, tập huấn chính thức, VTV8 thường xuyên tổ chức các khóa học, lớp tập huấn. Nhiều lớp mang tính thực chiến, giảng viên “cầm tay chỉ việc”, học xong phải làm được sản phẩm cụ thể. Thông qua các khóa này, các nhà báo trong đơn vị cũng tiếp cận được những gói ưu đãi của các ứng dụng, phần mềm đang sử dụng, giảm chi phí cá nhân.

Đơn vị cũng xây dựng hệ thống lưu trữ, quản lý dữ liệu, phân công người phụ trách, từng bước hoàn thiện quy trình quản lý dữ liệu số.

Đơn vị cũng có cơ chế khuyến khích sản phẩm số: Thời gian trước đây VTV8 có chính sách chi trả định mức cho sản phẩm số cao hơn sản phẩm phát trên tivi, nhằm khuyến khích phóng viên, biên tập viên chú ý hơn đến nội dung đa nền tảng. Lãnh đạo cũng thường xuyên nhắc đến vai trò của số trong các cuộc họp toàn cơ quan, hội nghị, giao ban, qua đó tạo thêm động lực tinh thần cho các nhà báo.

Câu 10: Anh thường học hỏi, nâng cao năng lực số, các kỹ năng số qua kênh nào? Kênh nào anh cảm thấy hiệu quả và đáng tin cậy nhất?

Bản thân tôi thấy có 2 kênh chính: Các khóa đào tạo chính thức của đơn vị và tự mày mò, tự học trên mạng. Nhờ các lớp do VTV8 tổ chức (hoặc phối hợp tổ chức), tôi được tiếp cận bài bản với nhiều công cụ, công nghệ, quy trình mới. Ưu điểm là có giảng viên hướng dẫn trực tiếp, có thể hỏi - đáp, thực hành ngay. Sau đó, tôi thường tiếp tục tự tìm hiểu sâu hơn qua tài liệu online, video hướng dẫn, cộng đồng sử dụng công cụ đó. Quá trình mày mò giúp mình linh hoạt hơn, biết nhiều mẹo, cách ứng dụng sáng tạo. Hai kênh này bổ trợ cho nhau, cả hai đều hữu ích và có thể áp dụng thực tế vào công việc.

Câu 11: Đơn vị của anh có tổ chức các chương trình đào tạo không? Anh đánh giá chất lượng và tính hữu ích của các chương trình này như thế nào?

Đơn vị có tổ chức và cử chúng tôi tham gia một số chương trình đào tạo: AI, các công nghệ mới; Sản xuất đa nền tảng; Sản xuất video, livestream, sản xuất chương trình trực tiếp bằng điện thoại; Ứng dụng sản xuất đồ họa cho phóng viên, biên tập viên; Đào tạo về dựng hậu kỳ với thiết bị, phần mềm mới.

Câu 12: Anh đánh giá thế nào về sự hỗ trợ của lãnh đạo và các chính sách của đơn vị trong việc giúp anh nâng cao năng lực số?

Tôi đánh giá khá cao về lãnh đạo, có tư tưởng, định hướng rõ ràng, thường xuyên nhắc đến CDS, khuyến khích đổi mới. Điều này tạo động lực rất quan trọng cho anh em phóng viên, biên tập viên. Về chương trình đào tạo được thiết kế thực tế, nội dung cập nhật, có tác dụng kích thích sự quan tâm của nhà báo với công nghệ mới.

Câu 13: Theo anh, đơn vị cần có những hỗ trợ gì thêm để giúp nhà báo nâng cao năng lực số hiệu quả hơn?

Theo tôi, đơn vị nên tiếp tục tổ chức đều đặn các lớp đào tạo mang tính “thực chiến”, trong đó giảng viên trực tiếp hướng dẫn, “cầm tay chỉ việc” để học viên có thể áp dụng ngay sau khi học. Thực tế các khóa gần đây cho thấy số lượng người đăng ký rất đông, chứng tỏ nhu cầu và sự quan tâm của đội ngũ nhà báo đối với việc nâng cao năng lực số là rất lớn, vì vậy việc duy trì thường xuyên những lớp học như vậy là rất cần thiết.

Bên cạnh đó, đơn vị cần đầu tư bài bản hơn về thiết bị, phần mềm và các tài khoản bản quyền dùng chung. Nếu phóng viên, biên tập viên được trang bị những công cụ tốt, đặc biệt là các phần mềm, ứng dụng liên quan tới AI, đồ họa, phân tích dữ liệu, thì mỗi người sẽ giảm được gánh nặng chi phí cá nhân, từ đó có thêm động lực để chủ động ứng dụng công nghệ số vào công việc hằng ngày.

Tôi cũng cho rằng cần có cơ chế khuyến khích và khen thưởng rõ ràng đối với những người chủ động ứng dụng công nghệ số trong sản xuất chương trình. Cùng một sản phẩm, nếu việc áp dụng công nghệ số giúp nâng cao chất lượng nội dung, tăng tương tác với khán giả, tối ưu chi phí và nguồn lực, thì những nỗ lực đó nên được ghi nhận bằng các tiêu chí đánh giá cụ thể và chế độ khen thưởng tương xứng.

Ngoài ra, đơn vị nên khuyến khích mạnh mẽ việc xây dựng những chương trình, format được thiết kế riêng cho nền tảng số, như các chương trình livestream, các nội dung có tính tương tác trực tiếp với khán giả, thay vì chỉ dừng lại ở việc “phái sinh” sản phẩm từ bản phát sóng truyền hình. Thực tế những chương trình

livestream về bão lũ hay các chương trình chỉ phát trên nền tảng số đã cho thấy hiệu quả tương tác rất tốt. Tuy vậy, theo tôi, vẫn cần giữ sự gắn kết chặt chẽ với truyền hình truyền thống: phát triển mạnh trên nền tảng số nhưng không tách rời mục tiêu xây dựng thương hiệu, giữ vững giá trị của kênh truyền hình và thu hút khán giả về với các nền tảng chính thức như VTV Go và các kênh sóng của Đài.

Câu 14: Theo anh, những giải pháp nào là quan trọng nhất để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo truyền hình trong hiện tại và tương lai?

Nhìn ở góc độ rộng hơn, không chỉ trong phạm vi VTV8, tôi cho rằng trước hết cần tạo ra sự thay đổi mang tính đột phá về tư duy và nhận thức đối với năng lực số, cả ở cấp lãnh đạo lẫn đội ngũ nhà báo. Lãnh đạo phải là những người truyền cảm hứng, tạo động lực và dẫn dắt để mọi người sẵn sàng thay đổi, chấp nhận cái mới, coi việc ứng dụng công nghệ số là một phần tất yếu của nghề báo truyền hình hiện đại.

Tiếp theo, cần đưa năng lực số trở thành một tiêu chí nghề nghiệp bắt buộc trong đánh giá nhà báo truyền hình. Những người có khả năng sản xuất các sản phẩm số ở một “đẳng cấp mới”, tương xứng với yêu cầu của thời kỳ truyền hình hiện đại, cần được nhìn nhận và đánh giá đúng mức. Điều này không chỉ tạo động lực cho cá nhân mà còn góp phần định hình chuẩn mực nghề nghiệp mới trong bối cảnh CDS.

Ngay từ khâu tuyển dụng, theo tôi, đơn vị cần đặt ra những tiêu chí rõ ràng về năng lực số đối với nguồn nhân lực mới. Lực lượng phóng viên, biên tập viên trẻ được đào tạo bài bản về báo chí số tại các trường đại học hiện nay sẽ là nguồn nhân lực quan trọng, giúp các cơ quan truyền hình đẩy nhanh quá trình chuyển đổi, miễn là các tiêu chí này được áp dụng nghiêm túc ngay từ đầu.

Về đào tạo, cần tiếp tục tổ chức các chương trình bồi dưỡng theo hướng liên tục và chuyên sâu hơn, đồng thời khu biệt rõ đối tượng để nội dung sát với nhu cầu của từng nhóm. Chẳng hạn, có thể tổ chức lớp riêng cho phóng viên, lớp riêng cho biên tập viên, lớp riêng cho kỹ thuật, với yêu cầu là mỗi khóa học phải gắn với việc tạo ra những sản phẩm cụ thể phục vụ trực tiếp cho đơn vị, chứ không dừng lại ở việc giới thiệu công cụ một cách chung chung. Đồng thời cần bảo đảm

thời gian và điều kiện cho nhà báo học tập, nâng cao trình độ. Trong bối cảnh áp lực sản xuất rất lớn, nếu chỉ trông chờ vào việc nhà báo tranh thủ học ngoài giờ làm việc thì rất khó nâng cao năng lực số một cách bài bản. Cần xem thời gian học tập, tham gia đào tạo về công nghệ và năng lực số là một phần trong công việc chính thức, có kế hoạch và phân bổ hợp lý. Các chương trình đào tạo nên mời kết hợp cả chuyên gia công nghệ và những nhà báo, người làm nghề có kinh nghiệm thực tiễn trong ứng dụng số, từ VTV cũng như các đơn vị khác. Sự kết hợp giữa kiến thức kỹ thuật cập nhật và kinh nghiệm làm báo thực tiễn sẽ giúp nội dung đào tạo vừa hiện đại, vừa bám sát yêu cầu nghề nghiệp, từ đó nâng cao hiệu quả trong việc phát triển năng lực số cho đội ngũ nhà báo truyền hình.

Một nội dung rất quan trọng nhưng hiện nay còn chưa được quan tâm đúng mức là đào tạo về an toàn số và bảo mật dữ liệu. Các kỹ năng về bảo mật, phòng chống rò rỉ dữ liệu cần được xem là một phần bắt buộc trong năng lực nghề nghiệp của nhà báo, bởi chúng liên quan trực tiếp đến uy tín cá nhân, uy tín cơ quan báo chí và sự an toàn của nguồn tin.

Song song với đó, cần khuyến khích mạnh mẽ việc sản xuất các sản phẩm báo chí mới, hiện đại, ứng dụng những công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo, thực tế tăng cường. Những người tiên phong trong việc áp dụng các công nghệ này cần có cơ chế ưu tiên và khen thưởng rõ ràng, để từ đó tạo ra hiệu ứng lan tỏa trong toàn bộ đội ngũ.

Biên bản 12. Mã PVS 12

Người trả lời phỏng vấn: Nam; phóng viên Báo và Phát thanh - Truyền hình Đà Nẵng

Hình thức phỏng vấn: Trực tiếp

Thời gian phỏng vấn: 15h, 23/10/2025

Địa điểm: Báo và Phát thanh - Truyền hình Đà Nẵng, 525 Đường Trần Hưng Đạo, Đà Nẵng.

Câu 1: Theo anh, CDS đã và đang ảnh hưởng như thế nào đến công việc của một nhà báo truyền hình?

Theo tôi, CDS đã và đang ảnh hưởng sâu sắc đến mọi mặt công việc của một nhà báo truyền hình. Trước hết, nó giúp quá trình thu thập và xử lý tin tức nhanh hơn, từ đó nâng cao chất lượng chương trình. Việc phân phối tin tức đến khán giả cũng nhanh chóng hơn rất nhiều, đồng thời chúng tôi dễ dàng nhận được phản hồi và tương tác trực tiếp. Khoảng 10 năm trước, việc tương tác với khán giả truyền hình, phát thanh rất khó khăn, gần như chỉ có thể thực hiện khi làm chương trình trực tiếp. Hiện nay, với các nền tảng mạng xã hội, chúng tôi có thể livestream và tương tác theo thời gian thực, qua đó nắm bắt được thái độ và thị hiếu của khán giả. Đây là một lợi thế rất lớn.

Về mặt tác nghiệp, CDS giúp xử lý tin tức nhanh hơn một cách đáng kể. Ngày trước, sau khi quay xong, chúng tôi phải tháo băng, chuyển phát nhanh về trụ sở. Bây giờ, phóng viên có thể chuyển file về cơ quan ngay lập tức sau khi tác nghiệp xong, hoặc gửi thẳng cho phòng Nội dung số để khai thác. Xu hướng hiện nay là nhà báo truyền hình không chỉ sử dụng các thiết bị chuyên dụng mà còn có thể tác nghiệp bằng các thiết bị nhỏ gọn hơn như điện thoại trên nhiều nền tảng khác nhau. Một ví dụ điển hình là để thực hiện một chương trình truyền hình trực tiếp, trước đây cần một ekip 20-30 người, nhưng hiện tại một đội livestream chỉ cần 3-4 người là có thể vận hành hiệu quả.

Câu 2: Theo anh, đâu là những cơ hội và thách thức đối với nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS hiện nay là gì?

Về cơ hội: CDS mang lại nhiều cơ hội. Thứ nhất, nó giúp việc khai thác và xử lý dữ liệu, thông tin nhanh hơn, từ đó quy trình sản xuất được điều chỉnh linh

hoạt và chất lượng chương trình tốt hơn. Thứ hai, sự phát triển của công nghệ thông tin và CDS giúp công việc của nhà báo trở nên nhẹ nhàng hơn. Ví dụ, ngày xưa để viết một kịch bản phim tài liệu phức tạp, nhà báo phải đầu tư rất nhiều thời gian. Hiện nay, với sự hỗ trợ của các công cụ số và Trí tuệ nhân tạo (AI), việc viết kịch bản nhanh hơn, giúp nhà báo tiết kiệm thời gian để tập trung vào việc phát triển ý tưởng và chiều sâu chương trình. AI có thể đóng vai trò như một trợ lý, hỗ trợ nhà báo khai thác các chi tiết. Tại đơn vị chúng tôi, AI đã được áp dụng trong việc khai thác thông tin, biên tập nội dung, và sản xuất chương trình, ví dụ như đọc lời bình hoặc sử dụng MC ảo trong các chương trình của phòng Nội dung số. Phòng Truyền hình hiện tại mỗi tháng sản xuất gần 100 chương trình, chuyên mục, khối lượng công việc lớn, bởi vậy sự hỗ trợ của AI khá hiệu quả. Lãnh đạo cũng khuyến khích các nhà báo sử dụng AI trong công việc.

Về thách thức: Thách thức lớn nhất là việc quản lý dữ liệu và xây dựng hạ tầng công nghệ. Công nghệ thay đổi quá nhanh cũng tạo ra áp lực lớn, đòi hỏi nhà báo phải liên tục cập nhật. Việc học hỏi về CDS hiện nay phần lớn vẫn mang tính tự phát theo nhu cầu cá nhân, nếu không chủ động thích nghi, nhà báo sẽ rất dễ bị tụt hậu. Một thách thức nữa đến từ chính nội tại, đó là sự chậm thay đổi trong tư duy và thói quen làm việc của một bộ phận nhà báo, đặc biệt là những người lớn tuổi. Độ tuổi trung bình của nhà báo truyền hình tại đơn vị chúng tôi là khoảng 39-45 tuổi, trong khi đội ngũ nội dung số thì trẻ hơn. Đây là một áp lực thực tế, đòi hỏi mỗi người phải tìm cách học hỏi để không bị loại khỏi dòng chảy chung. Cá nhân tôi mặc dù cũng là nhà báo ở độ tuổi trung bình, tôi nhận thấy kỹ năng tác nghiệp, cũng như khả năng thích nghi với những thay đổi, tiếp cận công nghệ của mình khá tốt.

Câu 3: Anh có cảm thấy áp lực khi phải thích ứng với những thay đổi của công nghệ và môi trường làm việc số không? Anh/chị đã đối phó với áp lực đó như thế nào?

Áp lực trong ngành báo chí là điều không thể tránh khỏi. Tại đơn vị, áp lực chủ yếu đến từ việc phải đảm bảo chất lượng chương trình và thời lượng phát sóng. Việc phải áp dụng các thiết bị, phần mềm mới không phải ai cũng làm được

ngay, đó vừa là áp lực nhưng cũng chính là động lực để nhà báo phải thích nghi và vượt qua.

Ở một đài địa phương như chúng tôi, dù chưa thể chuyên nghiệp như VTV, nhưng yêu cầu công việc ngày càng cao hơn. Các nhà báo truyền hình phải kết hợp với phòng Nội dung số, định hướng sản xuất các chương trình có khả năng tương tác cao để phát hành đa nền tảng. Khi một chương trình được xác định không chỉ phát trên truyền hình mà còn trên các nền tảng số, cách thức sản xuất cũng phải thay đổi để đáp ứng thị hiếu khán giả. Sự chuyển dịch khán giả là xu hướng chung, nhưng ở Đà Nẵng, người dân địa phương vẫn tập trung xem đài địa phương rất nhiều, điều này càng tạo ra áp lực lớn hơn cho chúng tôi phải làm tốt hơn nữa. Con số rating cũng như nguồn thu cũng là áp lực với đơn vị.

Câu 4: Theo anh, năng lực số có tầm quan trọng như thế nào đối với công việc hiện tại của mình?

Năng lực số là cực kỳ quan trọng đối với một nhà báo truyền hình hiện nay. Nó vừa là yêu cầu bắt buộc của công việc, vừa là nhu cầu tự thân của mỗi nhà báo. Nếu thiếu năng lực số, năng lực làm việc chung chắc chắn sẽ yếu đi, dễ bị tụt hậu. Ngược lại, việc trang bị năng lực số sẽ giúp cải thiện quy trình sản xuất, nâng cao chất lượng chương trình. CDS tác động trực tiếp đến các thiết bị, phần mềm trong quá trình tác nghiệp. Nhờ có sự hỗ trợ của chúng, chất lượng và hiệu quả công việc của nhà báo được nâng cao rõ rệt.

Câu 5: Trong quy trình tác nghiệp cũng như làm việc tại đơn vị truyền hình hiện nay, anh ứng dụng các năng lực số ở từng công việc như thế nào?

Trong 5 miền năng lực số, tôi tự đánh giá mình làm khá ổn ở ba năng lực đầu tiên là: Năng lực thông tin và dữ liệu, Giao tiếp và cộng tác, và Sáng tạo nội dung số. Tuy nhiên, năng lực yếu nhất của tôi là An toàn. Tôi mới chỉ nắm được các kiến thức ở mức độ cơ bản chứ chưa có hiểu biết chuyên sâu về lĩnh vực này.

Câu 6: Đối chiếu 5 miền năng lực số, anh đánh giá thực trạng năng lực số của mình hiện nay như thế nào? Anh thấy mình mạnh và yếu ở những năng lực số cụ thể nào?

Về Thông tin và Dữ liệu: Tôi tự tin về khả năng tìm kiếm thông tin, sử dụng

các bộ lọc phổ biến và khai thác thông tin từ mạng xã hội. Tôi cũng đã thiết lập được các mảng phụ trách riêng và có kỹ năng kiểm chứng tin giả, chủ yếu bằng phương pháp kiểm chứng chéo theo quy trình sản xuất của Đài. Đơn vị cũng có quy định cụ thể về việc quản lý, đặt tên file và lưu trữ dữ liệu.

Về Giao tiếp và Hợp tác: Việc giao tiếp và tương tác trên mạng xã hội chủ yếu do phòng Nội dung số phụ trách. Các nhà báo truyền hình như chúng tôi tham gia vào mảng số với những chương trình được đánh giá có tiềm năng tương tác cao.

Về Sáng tạo nội dung số: Chúng tôi có khả năng tự quay nhưng không thường xuyên, chủ yếu trong các trường hợp đột xuất. Việc sử dụng đồ họa thông tin còn ít, nếu đơn giản tôi có thể tự làm. Chúng tôi cũng đã bắt đầu ứng dụng livestream, ví dụ như nhà báo Thoại Nguyên đã ứng dụng công nghệ này khi truyền hình trực tiếp các sự kiện thể thao.

Về An toàn: Đây là năng lực tôi còn yếu.

Về Giải quyết vấn đề: Tôi có khả năng xử lý các vấn đề kỹ thuật cơ bản và luôn chủ động tìm tòi, học hỏi để thích ứng với các công nghệ mới.

Câu 7: Động lực lớn nhất thúc đẩy anh nâng cao năng lực số, học hỏi các kỹ năng số mới là gì?

Động lực lớn nhất của tôi đến từ hai phía: một là để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của công việc, hai là từ sự gắn bó và đam mê với nghề, luôn muốn làm thế nào để công việc của mình tốt hơn. Những áp lực từ sự thay đổi của môi trường báo chí lại chính là yếu tố kích thích tôi phải làm tốt hơn mỗi ngày.

Câu 8: Anh đã gặp những rào cản hoặc khó khăn nào khi nâng cao năng lực số, ứng dụng các công nghệ số vào công việc?

Rào cản lớn nhất là kinh phí. Thực chất, chúng tôi có thể làm nhiều hơn và tốt hơn, nhưng còn nhiều rào cản về công nghệ do thiếu vốn đầu tư. Ví dụ, nền tảng lưu trữ của Đài chưa có sự đồng bộ nên việc khai thác dữ liệu giữa các phòng ban chưa thông suốt, hay hệ thống CMS cho tòa soạn hội tụ cần kinh phí rất lớn để đầu tư. Lãnh đạo cũng nhận thấy điều này và đang từng bước tháo gỡ.

Một khó khăn khác là phần lớn các nhà báo chủ động tự đầu tư thiết bị cá nhân như máy tính cấu hình cao để dựng phim, gimbal, flycam, hay thậm chí mua

các phần mềm AI để đáp ứng công việc. Bên cạnh máy móc, thiết bị của cơ quan, chúng tôi tự trang bị và chủ động các thiết bị cần thiết. Máy móc tại đơn vị đôi khi không tương thích với các phần mềm mới nhất, nên việc tự trang bị giúp chúng tôi chủ động hơn, có thể dựng và hoàn thành tác phẩm ngay tại hiện trường.

Thu nhập cơ bản của các nhà báo tại đơn vị có thể đáp ứng đời sống hiện tại.

Câu 9: Đơn vị của anh có những chính sách như thế nào trong việc nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình?

Đơn vị chúng tôi có một số chính sách và hành động cụ thể.

Thứ nhất là xây dựng định hướng, chiến lược rõ ràng thông qua Đề án CDS.

Thứ hai là thường xuyên mở các lớp đào tạo, tập huấn để nâng cao nghiệp vụ cho nhà báo. Đơn vị mở lớp tập huấn nâng cao kỹ năng, nhận thức của cán bộ, viên chức về tầm quan trọng của CDS. Chúng tôi được tham gia khá nhiều lớp tập huấn, một số lớp do chính đơn vị mở, 1 số lớp do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch mở, các lớp học do Thành phố hay Hội nhà báo cũng giúp ích khá nhiều cho chúng tôi nâng cao năng lực số. Trung bình 2-3 tháng có 1 lớp tập huấn.

Thứ ba là từng bước đầu tư vào thiết bị, phần mềm và các ứng dụng mới như đề án sử dụng phần mềm CMS với báo in, báo mạng, Truyền hình ..., dự án đầu tư khâu hậu kỳ phục vụ cho CDS báo chí, tòa soạn hội tụ ... dự kiến triển khai thực hiện vào đầu năm 2026.

Cuối cùng, lãnh đạo Đài luôn khuyến khích, tạo ra một môi trường làm việc để mọi người có thể thực hành trên không gian số, khuyến khích phóng viên tác nghiệp, vận dụng, khai thác những ứng dụng mới phát triển trong sản xuất. Đơn vị có các hình thức khen thưởng cuối năm để ghi nhận các cá nhân, tập thể có đóng góp tích cực cho CDS.

Câu 10: Anh thường học hỏi, nâng cao năng lực số, các kỹ năng số qua kênh kênh: từ các buổi đào tạo chính thức của đơn vị, từ sự hướng dẫn, chia sẻ trực tiếp của đồng nghiệp/lãnh đạo, hay tự tìm hiểu trên mạng? Kênh nào anh cảm thấy hiệu quả và đáng tin cậy nhất?

Tôi học hỏi qua nhiều kênh khác nhau. Các buổi đào tạo chính thức của đơn vị giúp tôi có cái nhìn hệ thống. Việc học hỏi, chia sẻ từ đồng nghiệp và lãnh đạo

giúp giải quyết các vấn đề cụ thể trong công việc hàng ngày. Ngoài ra, tôi cũng chủ động tự tìm hiểu trên mạng để cập nhật các xu hướng và công cụ mới. Tôi cho rằng kênh hiệu quả nhất là sự kết hợp của cả ba, trong đó việc tự học và thực hành liên tục là yếu tố quyết định.

Câu 11: Đơn vị của anh có tổ chức các chương trình đào tạo và bồi dưỡng nâng cao năng lực số cho nhà báo không? Anh đã tham gia những chương trình nào? Anh đánh giá chất lượng và tính hữu ích của các chương trình đào tạo này như thế nào đối với nhu cầu công việc của mình?

Đơn vị chúng tôi thường xuyên cử người đi học hoặc tổ chức các lớp tập huấn. Tôi cho rằng các chương trình này rất hữu ích và cần thiết, đặc biệt trong việc trang bị kiến thức nền tảng và nâng cao nhận thức chung. Chúng giúp các nhà báo, nhất là những người chưa quen với công nghệ, có cơ hội tiếp cận và không còn cảm thấy xa lạ. Tuy nhiên, để thực sự chuyên sâu, chúng tôi cần những khóa học mang tính hệ thống và thực hành nhiều hơn, thay vì chỉ dừng lại ở mức giới thiệu.

Câu 12: Anh đánh giá thế nào về sự hỗ trợ của lãnh đạo và các chính sách, chương trình đào tạo của đơn vị trong việc giúp anh nâng cao năng lực số?

Sự hỗ trợ của lãnh đạo và các chương trình đào tạo của đơn vị đã giúp chúng tôi nâng cao năng lực số, đáp ứng được một phần quan trọng yêu cầu công việc. Việc mở các lớp đào tạo, bồi dưỡng cho thấy sự quan tâm của lãnh đạo đến việc phát triển con người, đó là điều rất đáng quý.

Câu 13: Theo anh, đơn vị cần có những hỗ trợ gì thêm để giúp nhà báo nâng cao năng lực số hiệu quả hơn?

Theo tôi, đơn vị cần tiếp tục hỗ trợ mở các lớp tập huấn chuyên sâu hơn. Quan trọng không kém là nâng cao điều kiện tác nghiệp thông qua việc đầu tư vào thiết bị máy móc, phần mềm hiện đại. Và điều cốt lõi là tạo dựng được một môi trường làm việc nơi đồng nghiệp sẵn sàng hỗ trợ lẫn nhau, có điều kiện để thực hành và thử nghiệm cái mới. Các chính sách như "Ngày hội ý tưởng" của đơn vị là một sáng kiến rất hay, cần được phát huy để kích thích sự sáng tạo, đặc biệt là các ý tưởng về CDS.

Hỗ trợ mở lớp tập huấn, nâng cao điều kiện tác nghiệp (thiết bị máy móc, phần mềm) và điều quan trọng tạo được môi trường làm việc đồng nghiệp hỗ trợ, điều kiện thực hành ...

Câu 14: Theo anh, những giải pháp nào là quan trọng nhất để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo truyền hình trong hiện tại và tương lai?

Tôi cho rằng giải pháp quan trọng nhất vẫn là tập trung vào con người, cụ thể là đào tạo và nâng cao kỹ năng. Bên cạnh việc đầu tư thiết bị và ứng dụng, con người vẫn là yếu tố quyết định. Cần xây dựng một môi trường báo chí ngày càng chuyên nghiệp, nơi mọi người đều hiểu rằng muốn có sản phẩm chất lượng tốt thì bản thân phải không ngừng học hỏi. Ngoài ra, vấn đề an toàn, an ninh mạng cũng cần được chú trọng. Cơ quan cần xây dựng những nguyên tắc, quy trình cụ thể và hướng dẫn cho nhà báo cách thức làm việc an toàn trên môi trường số. Cuối cùng, yếu tố nhận thức của mỗi cá nhân vẫn là quan trọng nhất. Hiện nay tại đơn vị, một số nhà báo còn tâm lý chủ quan, không cẩn thận khi thao tác trên số, hay có kỹ năng bảo mật tốt máy tính cá nhân.

Xin cảm ơn anh đã dành thời gian cho cuộc phỏng vấn này.

Biên bản 13. Mã PVS 13

Người trả lời phỏng vấn: Nữ; phóng viên Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại Thành phố Hồ Chí Minh

Hình thức phỏng vấn: Trực tiếp

Thời gian phỏng vấn: 14h, 4/11/2025

Địa điểm: Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại Thành phố Hồ Chí Minh, số 7 Nguyễn Thị Minh Khai, TP. Hồ Chí Minh

Câu 1: Theo chị, CDS đã và đang ảnh hưởng như thế nào đến công việc của một nhà báo truyền hình?

Theo tôi, CDS mang đến cả tác động tích cực và tiêu cực đối với công việc của một nhà báo truyền hình.

Về mặt tích cực: CDS hỗ trợ rất nhiều cho công việc. Về mặt tổ chức, chúng tôi có một nền tảng phần mềm quản lý công việc tập trung, giúp hệ thống hóa cấu trúc công việc và tương tác với đồng nghiệp một cách hiệu quả, thay vì phải sử dụng các ứng dụng liên lạc cá nhân như Zalo, Messenger. Về công việc chuyên môn của nhà báo, Trí tuệ nhân tạo (AI) đã trở thành một công cụ hỗ trợ đắc lực. Ví dụ, khi sử dụng các câu lệnh phù hợp, AI có thể giúp quét tin, tổng hợp thông tin và biên tập tin tức nhanh hơn đáng kể. Trước đây, việc biên tập một bản tin có thể mất 10-15 phút, nhưng hiện nay với sự hỗ trợ của AI, thời gian này có thể rút ngắn xuống chỉ còn khoảng 5 phút.

Về mặt tiêu cực và thách thức: Bản thân tôi đã trực tiếp trở thành nạn nhân của mặt trái của AI. Một bản tin do tôi dẫn hiện trường từ năm 2018 về một sự kiện của Amazon đã bị sử dụng lại. Cách đây khoảng một tháng, tôi nhận được một video do AI tạo ra, sử dụng hình ảnh và giả mạo giọng nói của tôi để truyền tải một nội dung hoàn toàn không chính xác. Điều này gây ra sự tò mò và nhiều câu hỏi từ khán giả, và không phải ai cũng đủ khả năng nhận diện đó là tin giả.

Đây là một thách thức lớn cho nhà báo truyền hình. Hiện nay, với sự phổ biến của điện thoại thông minh và các thiết bị ghi hình hiện đại, có rất nhiều cá nhân có thể sản xuất nội dung, thậm chí với chất lượng hình ảnh đẹp và chuyên

nghiệp hơn cả nhà báo. Họ nhanh nhạy trong việc nắm bắt xu hướng và thị hiếu của khán giả trên không gian số. Việc sản xuất nội dung đúng thị hiếu đã khó, nay chúng tôi còn phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt này. Một khó khăn nữa là chúng tôi thường sản xuất tin tức dựa trên bản năng và kinh nghiệm, phán đoán những gì khán giả có thể thích, nhưng lại thiếu dữ liệu sâu (insight) để biết khán giả thực sự quan tâm điều gì, họ tiêu thụ loại thông tin nào. Chúng tôi chỉ có thể thấy các số liệu tương tác bề mặt, chứ chưa có công cụ để phân tích và nghiên cứu sâu hơn.

Câu 2: Theo chị, đâu là những cơ hội và thách thức đối với nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS hiện nay là gì?

Từ những ảnh hưởng đã nêu, tôi nhận thấy cơ hội và thách thức luôn song hành. Thách thức đến từ áp lực cạnh tranh với các nhà sáng tạo nội dung số, nguy cơ từ tin giả và công nghệ deepfake, cũng như đòi hỏi phải liên tục cập nhật công nghệ.

Tuy nhiên, tôi nhìn nhận đây là cơ hội nhiều hơn. CDS cho phép chúng tôi tiếp cận khán giả trên nhiều nền tảng hơn, tương tác trực tiếp và hiểu họ hơn (nếu có công cụ phù hợp). Thay vì xem đây là một cuộc cạnh tranh thuần túy, tôi nghĩ đây là cơ hội để nhà báo khẳng định vai trò của mình, giúp khán giả nâng cao nhận thức, trang bị cho họ kỹ năng "tiêu thụ tin tức" một cách thông thái, biết cách phân biệt thông tin thật - giả trong một thế giới số hỗn loạn.

Câu 3: Chị có cảm thấy áp lực khi phải thích ứng với những thay đổi của công nghệ và môi trường làm việc số không? ChịG đã đối phó với áp lực đó như thế nào?

Thực sự tôi không cảm thấy quá áp lực, nếu chấm trên thang điểm 10 thì mức độ áp lực chỉ khoảng 5/10. Lý do là vì tôi đang nhìn thấy cơ hội nhiều hơn là thách thức.

Một yếu tố khác là do đặc thù của đơn vị. Tôi đang sản xuất nội dung truyền hình truyền thống cho kênh VTV9 và VTV1. Chúng tôi có một đội ngũ riêng chuyên trách mảng số để đưa các nội dung truyền hình lên nền tảng số. So với VTV Digital, mức độ CDS tại VTV9 vẫn còn thấp, và tư duy sản xuất vẫn tập

trung chủ yếu vào truyền hình. Do đó, tôi chưa thực sự phải đối mặt với áp lực phải làm tốt "cả sóng cả số" một cách trực tiếp. Các chỉ số đo lường hiệu quả trên truyền hình như rating cũng không rõ ràng và tức thời như lượt xem (view), lượt tương tác (react) trên nền tảng số.

Câu 4: Theo chị, năng lực số có tầm quan trọng như thế nào đối với công việc hiện tại của mình?

Đối với tôi, năng lực số có tầm quan trọng tuyệt đối, ở mức 10/10. Công nghệ số đang và sẽ giúp ích rất nhiều cho công việc của một nhà báo truyền hình. Khi được trang bị tốt năng lực số, nhà báo sẽ tự tin hơn trong việc tìm kiếm, kiểm chứng thông tin trên mạng. Càng biết nhiều công cụ, họ càng có khả năng tối ưu hóa công việc của mình, giúp quy trình tác nghiệp trở nên hiệu quả hơn.

Câu 5: Trong quy trình tác nghiệp cũng như làm việc tại đơn vị truyền hình hiện nay, chị ứng dụng các năng lực số ở từng công việc như thế nào?

Thẳng thắn mà nói, mức độ ứng dụng năng lực số của tôi trong công việc còn chưa cao. Việc ứng dụng công nghệ số trong công việc hiện tại chủ yếu mang tính tự phát, phụ thuộc vào kỹ năng cá nhân của từng nhà báo. Ai có kỹ năng gì thì tự ứng dụng kỹ năng đó. Chúng tôi chưa có một quy trình chuẩn hay một bộ công cụ chung được áp dụng một cách hệ thống trong toàn bộ quy trình sản xuất tin bài.

Câu 6: Đối chiếu 5 miền năng lực số, chị đánh giá thực trạng năng lực số của mình hiện nay như thế nào? Chị thấy mình mạnh và yếu ở những năng lực số cụ thể nào?

Tôi tự đánh giá năng lực số của mình ở các miền như sau:

Năng lực Thông tin & Dữ liệu (4/5): Tôi khá tự tin ở mảng này. Tôi thành thạo việc sử dụng các nền tảng mạng xã hội để tìm kiếm thông tin và có kỹ năng kiểm chứng thông tin (fact-check) tốt. Tôi tin rằng hầu hết các nhà báo tại VTV9 đều làm tốt kỹ năng này.

Năng lực Giao tiếp & Hợp tác (3/5): Tôi có thể sử dụng các công cụ giao tiếp số cơ bản tốt, nhưng còn yếu ở các kỹ năng nâng cao như phân tích phản hồi của khán giả trên nền tảng số, xử lý khủng hoảng truyền thông số và đặc biệt là xây dựng thương hiệu cá nhân. Tôi thấy nhiều nhà báo bên ngoài

làm rất tốt việc xây dựng thương hiệu cá nhân, nhưng bản thân tôi chưa làm tốt việc này.

Năng lực Sáng tạo nội dung số (3/5): Đây là một thách thức lớn. Mặc dù tôi có thể và đang làm, nhưng cảm giác như "đang đi trong đường hầm", không biết sản phẩm mình làm ra có đúng hướng không, có tiếp cận được khán giả mục tiêu không. Hầu hết vẫn là làm theo bản năng do thiếu dữ liệu. Về kỹ năng biên tập và phân phối nội dung đa nền tảng, tôi có thể làm được (4/5), nhưng về sử dụng các công cụ thiết kế thông tin đồ họa thì còn hạn chế (3/5). Tôi tin rằng nếu đây là một yêu cầu bắt buộc hoặc được đưa vào KPI, các nhà báo sẽ nỗ lực học hỏi để đáp ứng.

Năng lực An toàn (3/5): Tôi chưa có kiến thức về cách ứng phó với các sự cố an ninh mạng. Tuy nhiên, tôi có kỹ năng tốt trong việc bảo vệ quyền riêng tư cho nhân vật, đặc biệt khi sản xuất các tin bài về y tế, trẻ em, hoặc phỏng vấn những người có vấn đề tâm lý, bị bạo hành. Tôi cũng hiểu biết về các vấn đề bản quyền. Trên môi trường số, tôi nhận thức được việc phải tránh các từ ngữ liên quan đến bạo lực, tự tử để không vi phạm tiêu chuẩn cộng đồng và bị giảm tương tác, nhưng chưa có nhiều kinh nghiệm thực chiến.

Năng lực Giải quyết vấn đề (4/5): Tôi có khả năng sử dụng các công cụ số để giải quyết các vấn đề phát sinh trong công việc, ví dụ như dùng AI để tạo ảnh minh họa.

Trong đó tôi nghĩ rằng điểm mạnh nhất của mình là Thông tin và Dữ liệu số. Điểm yếu nhất cần cải thiện là Sáng tạo nội dung số, chủ yếu do thiếu dữ liệu và hiểu biết sâu sắc về cách sản xuất nội dung hấp dẫn cho từng nền tảng.

Câu 7: Động lực lớn nhất thúc đẩy chị nâng cao năng lực số, học hỏi các kỹ năng số mới là gì?

Tôi cũng có 1 số động lực để nâng cao năng lực số, đặc biệt là muốn cải thiện năng lực bản thân và có thể tăng thêm thu nhập. Nếu công việc đòi hỏi và mang lại thu nhập tốt hơn, tôi sẽ sẵn sàng đầu tư thời gian và tiền bạc để học hỏi, thậm chí trả phí cho các công cụ, khóa học để làm việc hiệu quả hơn. Hiện tại, động lực từ môi trường đồng nghiệp chưa lớn, vì mặt bằng chung về năng lực số chưa có sự chênh lệch quá xa.

Câu 8: Chị đã gặp những rào cản hoặc khó khăn nào khi nâng cao năng lực số, ứng dụng các công nghệ số vào công việc?

Thử thách lớn nhất đối với tôi không phải là việc tiếp cận công nghệ, mà là tìm kiếm sự đồng bộ giữa việc phát triển kỹ năng cá nhân và các cơ hội ứng dụng trong công việc hàng ngày. Tôi có mong muốn học hỏi và nâng cao năng lực của mình. Tuy nhiên, đôi khi các nhiệm vụ trước mắt chưa đòi hỏi yêu cầu thay đổi ở mức cao. Do đó, thách thức đối với tôi là làm thế nào để chủ động tìm kiếm hoặc tạo ra cơ hội để áp dụng những kỹ năng nâng cao đó, nhằm mang lại hiệu quả tốt hơn cho công việc và chứng minh giá trị của chúng.

Câu 9: Đơn vị của chị có những chính sách như thế nào trong việc nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình?

Hiện tại, đơn vị chưa có một chính sách cụ thể, rõ ràng về việc này. Sự hỗ trợ chủ yếu mang tính khuyến khích cá nhân, ví dụ như trao giải thưởng cho các sản phẩm số có sức lan tỏa, có chỉ số tiếp cận khán giả cao, hoặc khuyến khích các sáng kiến, chương trình mới.

Câu 10: Chị thường học hỏi, nâng cao năng lực số, các kỹ năng số qua kênh kênh: từ các buổi đào tạo chính thức của đơn vị, từ sự hướng dẫn, chia sẻ trực tiếp của đồng nghiệp/lãnh đạo, hay tự tìm hiểu trên mạng? Kênh nào chị cảm thấy hiệu quả và đáng tin cậy nhất?

Kênh học hỏi chính và hiệu quả nhất của tôi là tự tìm hiểu trên mạng. Khi gặp một vấn đề cụ thể, tôi sẽ lên mạng tìm cách giải quyết. Tôi cũng chủ động tìm kiếm các khóa học, tham gia các hội thảo do các bên tổ chức. Tôi sẵn sàng trả phí cho những khóa học thực sự cần thiết cho công việc của mình.

Đơn vị cũng có tổ chức các lớp đào tạo và cho nhà báo đăng ký. Tuy nhiên, do đặc thù công việc của phóng viên rất bận rộn, việc sắp xếp thời gian để theo học đầy đủ là rất khó khăn.

Câu 11: Đơn vị của chị có tổ chức các chương trình đào tạo và bồi dưỡng nâng cao năng lực số cho nhà báo không? Chị đã tham gia những chương trình nào? Chị đánh giá chất lượng và tính hữu ích của các chương trình đào tạo này như thế nào đối với nhu cầu công việc của mình?

Như đã đề cập, đơn vị có tổ chức các lớp học. Tuy nhiên, tính hữu ích và hiệu quả của chúng đối với cá nhân tôi chưa cao, chủ yếu do khó khăn trong việc sắp xếp thời gian tham gia một cách trọn vẹn.

Câu 12: Chi đánh giá thế nào về sự hỗ trợ của lãnh đạo và các chính sách, chương trình đào tạo của đơn vị trong việc giúp các nhà báo nâng cao năng lực số?

Về phía lãnh đạo, tôi nhận thấy có sự hỗ trợ về mặt tinh thần. Lãnh đạo luôn khuyến khích và tạo điều kiện để nhà báo áp dụng cái mới, đổi mới, sáng tạo. Tuy nhiên, các chính sách cụ thể để thúc đẩy thì chưa thực sự hữu ích. Các chương trình đào tạo tuy có nhưng vẫn còn những hạn chế như đã nêu.

Câu 13: Theo chị, đơn vị cần có những hỗ trợ gì thêm để giúp nhà báo nâng cao năng lực số hiệu quả hơn?

Tôi cho rằng đơn vị cần có hai hỗ trợ cụ thể:

Thứ nhất, hỗ trợ về công cụ: Giúp nhà báo tiếp cận các nguồn tài nguyên, các công cụ chuyên nghiệp có bản quyền, trả phí. Điều này sẽ giúp nâng cao chất lượng và hiệu quả công việc.

Thứ hai, hỗ trợ về tài chính: Tăng lương hoặc có cơ chế thu nhập rõ ràng cho các sản phẩm số. Khi có thu nhập tốt hơn, nhà báo sẽ có động lực và khả năng tái đầu tư vào bản thân, ví dụ như tham gia các khóa học trả phí. Tôi có năng lực, có khả năng, nhưng cần có động lực tài chính để phát huy.

Câu 14: Theo chị, những giải pháp nào là quan trọng nhất để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo truyền hình trong hiện tại và tương lai?

Tôi nghĩ giải pháp phải xuất phát từ nhận thức về áp lực cạnh tranh và sự sống còn của nghề báo. Khi nhìn từ góc độ cá nhân, có thể không thấy hết. Nhưng nếu nhìn từ góc độ toàn ngành, truyền hình đang chịu sự cạnh tranh rất lớn từ các nền tảng khác. Đã có hiện tượng các nhãn hàng (brand) ưu tiên mời KOL/KOC hơn là hợp tác với nhà báo từ các đơn vị báo chí chính thống vì cho rằng hiệu quả thấp hơn.

Sự đe dọa đến công việc, thu nhập của các nhà báo cũng sẽ là động lực chuyển đổi mạnh mẽ nhất. Khi đơn vị và từng nhà báo cảm nhận được áp lực cạnh tranh này là mang tính sống còn, việc nâng cao năng lực số sẽ trở thành một yêu cầu tự thân. Khán giả hiện nay đã rất chủ động trong việc tìm kiếm và lựa chọn

thông tin, vì vậy nhà báo cũng phải trở nên chủ động hơn bao giờ hết.

Biên bản 14. Mã PVS 14

Người trả lời phỏng vấn: Nam; Trung tâm tin tức - Đài Phát thanh và Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh

Hình thức phỏng vấn: Trực tiếp

Thời gian phỏng vấn: 11h15, 4/11/2025

Địa điểm: Đài Phát thanh và Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh, số 9 Nguyễn Thị Minh Khai, TP. Hồ Chí Minh

Câu 1: Theo anh, CDS đã và đang ảnh hưởng như thế nào đến công việc của một nhà báo truyền hình?

Theo tôi, CDS không còn là một công cụ nữa, mà nó đã trở thành bản chất của một nhà báo hiện đại, của một người làm truyền hình hiện đại. Trong bối cảnh tinh gọn bộ máy hiện nay, ai không thích nghi được với CDS sẽ bị đào thải. Điều này tạo ra một áp lực nhưng cũng là một chuẩn mực mới. Tại HTV, chúng tôi đánh giá hiệu quả công việc (KPI) của nhà báo dựa rất nhiều vào năng lực và hiệu suất trên các nền tảng số, các công cụ CDS, chứ không chỉ dựa vào năng lực báo chí nói chung.

Công việc của nhà báo truyền hình hiện nay nếu không biết sử dụng công cụ số sẽ đi sau rất nhiều, và dần bị loại ra khỏi guồng máy. Một nhà báo có năng lực số tốt có thể đạt năng suất làm việc gấp 4 lần người bình thường. Tại Trung tâm Tin tức HTV, chúng tôi đang thí điểm mô hình "đi 1 về 3" với nhóm NewsZ. Tức là từ một tin tức, phóng viên phải mang về 3 sản phẩm không trùng lặp: một sản phẩm cho truyền hình truyền thống (phát sóng cho các bản tin thời sự, chính trị, yêu cầu sự chẵn chu, trang trọng), một sản phẩm cho website (tối ưu hóa cho công cụ tìm kiếm (SEO), có đầy đủ chữ, hình ảnh, phục vụ độc giả có thói quen đọc), và một sản phẩm cho mạng xã hội (nội dung được sáng tạo riêng để phù hợp với đặc tính của từng nền tảng như Facebook, TikTok, YouTube). Để làm được điều này, nhà báo phải trở thành người "đa nhân cách", đa nền tảng. Chúng tôi khuyến khích và đào tạo để phóng viên, biên tập viên có thể chủ động dùng AI để

tạo ra các nội dung khác nhau cho từng nền tảng. Không phải đề tài nào chúng tôi cũng yêu cầu phải có đủ 3 sản phẩm cho các nền tảng. Khi họp giao ban đề tài, nhóm truyền hình và nhóm nội dung số sẽ có những trao đổi để đưa ra những mục tiêu và yêu cầu sản phẩm đa nền tảng cho từng đề tài. Ví dụ với tin thuộc lĩnh vực chính trị, các nhà báo sẽ làm 1 sản phẩm cho sóng và cho website.

Để thúc đẩy quá trình này, HTV áp dụng cả cơ chế KPI và thù lao. Ngoài nhuận bút cho sản phẩm truyền hình, nếu sản phẩm trên website đạt 2.000-3.000 lượt xem, hay sản phẩm trên MXH có lượt xem, tương tác cao, nhà báo sẽ có thêm thu nhập. Đây là cách để họ có thể sống được bằng chính năng lực số của mình. Nếu không trau dồi năng lực số, họ sẽ không còn tương thích với định hướng của Đài và xu thế của ngành. Hàng tháng, chúng tôi có khen thưởng 2 nhà báo có bài đạt hiệu quả tốt nhất và nhắc nhở 2 nhà báo có tin bài không đạt hiệu quả. Áp lực KPI với các nhà báo truyền hình tại đơn vị chúng tôi là có thật, sau vài lần nhắc nhở sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến thu nhập.

Để hỗ trợ, nhóm NewsZ có bộ phận chuyên đề xuất các ý tưởng triển khai trên nền tảng số. Mô hình này giúp tối ưu hiệu quả, không làm phình to nhân sự mà mỗi người đều có khả năng làm việc đa nhiệm. Tôi cũng trực tiếp truyền cảm hứng và đào tạo về năng lực số, AI, bắt đầu từ các anh chị lớn tuổi. Ví dụ trong đơn vị cũng có rất nhiều nhà báo mặc dù lớn tuổi nhưng rất nỗ lực trong việc tích cực học tập và sử dụng AI để hỗ trợ làm kịch bản cho tin bài. Khi những nhà báo kỳ cựu thay đổi, họ sẽ trở thành động lực lớn nhất cho các nhà báo trẻ.

Câu 2: Theo anh, đâu là những cơ hội và thách thức đối với nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS hiện nay là gì?

Một trong những thách thức hàng đầu đối với nhà báo truyền hình trong quá trình CDS là áp lực về thời gian và khối lượng sản xuất. Yêu cầu một nhà báo phải sản xuất đồng thời ba loại hình sản phẩm riêng biệt cho các nền tảng khác nhau trong một ngày làm việc đòi hỏi họ phải có kỹ năng tối ưu hóa và tái sử dụng tài nguyên. Cụ thể, họ cần khai thác hiệu quả các tư liệu (cảnh quay, thông tin) chưa được phát sóng để sáng tạo nội dung độc lập cho không gian số.

Bên cạnh đó, việc tích hợp và làm chủ các công nghệ mới, điển hình là Trí

tuệ nhân tạo (AI), cũng là một thách thức đáng kể. Tuy nhiên, thách thức này đồng thời mở ra cơ hội phát triển, đặc biệt khi nhận được sự ủng hộ từ một ban lãnh đạo có tầm nhìn chiến lược và quyết tâm đổi mới công nghệ. Tại HTV, khi quyết định triển khai AI, bước đi đầu tiên mang tính nền tảng là xây dựng và ban hành một bộ quy chế sử dụng nội bộ. Quy trình này bao gồm giai đoạn thử nghiệm, đánh giá các công cụ AI, từ đó đưa ra các khuyến nghị cụ thể cho đội ngũ nhà báo về phương pháp ứng dụng hiệu quả và an toàn. Ví dụ, qua quá trình kiểm tra, chúng tôi khuyến nghị ưu tiên sử dụng công cụ Gemini của Google do nền tảng này có tính năng trích dẫn nguồn, một yếu tố quan trọng giúp tăng cường khả năng kiểm chứng và đảm bảo tính xác thực của thông tin.

Câu 3: Anh có cảm thấy áp lực khi phải thích ứng với những thay đổi của công nghệ và môi trường làm việc số không? Anh đã đối phó với áp lực đó như thế nào?

Mặc dù áp lực trong quá trình CDS là không thể tránh khỏi, một thành tựu quan trọng về mặt văn hóa tổ chức tại HTV, đặc biệt với mô hình sản xuất "đi 1 về 3", là sự đồng thuận và cam kết tuyệt đối từ đội ngũ nhân sự. Tất cả nhà báo tại đơn vị đều có nhận thức chung rằng đây là một yêu cầu bắt buộc và tất yếu trong bối cảnh truyền thông hiện đại.

Mặc dù xuất phát điểm của chúng tôi có phần muộn hơn so với một số đơn vị khác trong lĩnh vực CDS, tuy nhiên chiến lược của HTV được xác định là phải đẩy nhanh tốc độ, tiên phong ứng dụng công nghệ và đón đầu các xu hướng mới. Tổ chức đã chủ động định hình tư duy hướng tới vai trò tiên phong, thể hiện qua việc là một trong những đơn vị đầu tiên triển khai mô hình sản xuất "đi 1 về 3" và ứng dụng AI vào quy trình sản xuất tác phẩm.

Tuy nhiên vai trò tiên phong luôn song hành với rủi ro. Khi đề xuất sản xuất phóng sự đầu tiên có sự hỗ trợ của AI trong khâu kịch bản, ban lãnh đạo đã tiến hành một quá trình đánh giá rủi ro cẩn trọng, đặc biệt là các yếu tố nhạy cảm về phương diện chính trị. Để giảm thiểu rủi ro, một giải pháp đã được đưa ra: lựa chọn đề tài "Đánh giá việc sử dụng AI tại Việt Nam" thuộc lĩnh vực công nghệ và phát sóng trong một chuyên mục chuyên biệt thay vì các chương trình thời sự chính luận. Chiến lược này đã chứng minh hiệu quả khi sản phẩm vừa đạt được hiệu ứng truyền thông tích cực, vừa đảm bảo an toàn về mặt nội dung.

Phương châm hoạt động của chúng tôi là kết hợp giữa năng lực số và chấp

nhận rủi ro có kiểm soát, nếu không thì không thể áp dụng cái mới, không thể đi trước, và chúng tôi có thể sẽ luôn bị đi sau. Nhưng chúng tôi luôn cân nhắc tính toán khi áp dụng cái mới (như New Zi), vừa làm vừa sửa, tính toán thù lao, khó khăn công nghệ sẽ có đội hỗ trợ công nghệ cho các nhà báo. Văn hóa làm việc được xây dựng đặc trưng bởi tư duy định hướng giải pháp, thay vì từ chối nhiệm vụ, các thành viên tập trung thảo luận phương án thực hiện. Quy trình này được củng cố bằng các buổi họp đánh giá định kỳ hàng quý, phân tích đánh giá các chỉ số hiệu suất (ví dụ: lượt xem). Nếu không đạt mục tiêu, tập thể sẽ cùng thảo luận để tìm kiếm giải pháp cải tiến.

Câu 4: Theo anh, năng lực số có tầm quan trọng như thế nào đối với công việc hiện tại của mình?

Năng lực số là yếu tố sống còn. Nó không chỉ giúp tôi hoàn thành công việc mà còn định hình lại vai trò của người nhà báo. Thay vì chỉ làm một việc, chúng tôi phải là người quản lý một quy trình sản xuất đa nền tảng. Năng lực số, đặc biệt là kỹ năng sử dụng AI, giúp giải phóng sức lao động khỏi các công việc lặp đi lặp lại, để nhà báo có thể tập trung vào phần cốt lõi là tư duy, sáng tạo và kiểm chứng thông tin. Nếu không có năng lực số, một nhà báo không thể tồn tại trong môi trường làm việc hiện nay.

Câu 5: Trong quy trình tác nghiệp cũng như làm việc tại đơn vị truyền hình hiện nay, anh ứng dụng các năng lực số ở từng công việc như thế nào?

Chúng tôi áp dụng công nghệ số và AI vào mọi khâu của quy trình sản xuất, dựa trên một nền tảng đã có từ 20 năm trước là "tòa soạn không giấy".

Trong giai đoạn tiền kỳ, ở khâu kịch bản các nhà báo có sử dụng AI (trong đó chúng tôi khuyến nghị sử dụng Gemini, ngoài ra các nhà báo đã quen với AI có thể dùng GPT, Grok) để xây dựng ý tưởng, cấu trúc tác phẩm và viết lời bình. AI còn có thể đề xuất các câu hỏi phỏng vấn sâu sắc hơn. Chúng tôi có thể dùng AI để đề xuất góc máy, cụm hình ảnh giúp thống nhất ý tưởng giữa phóng viên và quay phim. Bên cạnh đó, chúng tôi dùng AI để tạo hình ảnh minh họa cho các bài báo điện tử. Chúng tôi cũng sử dụng các công cụ AI tạo nhạc (như phần mềm Suno) để có nhạc nền độc đáo, có bản quyền cho các sản phẩm, ví dụ như bản tin thời tiết đăng trên nền tảng số.

Trong giai đoạn hậu kỳ, chúng tôi sử dụng AI để bóc băng, gỡ băng, sử dụng phần mềm Memobot (một sản phẩm của Việt Nam) để chuyển giọng nói

thành văn bản một cách nhanh chóng. Trong khâu dựng phim, chúng tôi dùng Adobe Premier dựng hậu kỳ các chương trình lớn, và dùng CapCut cho các sản phẩm số cần sự nhanh nhạy. CapCut hiện nay tích hợp rất nhiều công cụ AI mạnh mẽ như chống rung, lọc tiếng ồn, tạo phụ đề tự động.

Về mặt chính sách, hiện chưa có nghị định cụ thể để các đài mua bản quyền AI, nên chúng tôi có quy chế rõ ràng: khuyến nghị sử dụng các công cụ đã được kiểm duyệt và nhà báo phải chịu trách nhiệm về bản quyền và tính xác thực của thông tin khi sử dụng AI.

Tư duy ở HTV rất cởi mở. Chúng tôi cổ vũ việc dùng AI, khi duyệt bài câu hỏi của lãnh đạo tại đơn vị không phải là "Bài này có dùng AI không?" mà là "Bài này đã dùng AI như thế nào?". AI được xem như một người đồng nghiệp, một trợ lý đắc lực. Nhà báo chỉ cần viết ra những ý chính, những thông tin cốt lõi, sau đó đưa cho AI hoàn thiện. Điều này giúp họ có thể sản xuất tin bài mọi lúc mọi nơi, từ trên xe về đài đã có thể xong lời bình, đảm bảo tốc độ mà không sợ lỗi chính tả. Tuy nhiên các nhà báo cũng cần lưu ý về cảm dỗ thông tin sai lệch khi dùng AI.

Việc tập huấn cho các nhà báo sử dụng AI trong sản xuất tác phẩm, dùng Capcut dựng, có thể viết bài mọi lúc mọi nơi, trong thời gian di chuyển từ nơi tác nghiệp hiện trường tới Đài nhà báo đã có thể xong nội dung lời bình, hoặc hoàn thiện tác phẩm để duyệt phát sóng.

Câu 6: Đối chiếu 5 miền năng lực số, anh đánh giá thực trạng năng lực số của mình hiện nay như thế nào? Anh thấy mình mạnh và yếu ở những năng lực số cụ thể nào?

Các nhà báo tại HTV đang thực hành và phát triển mạnh mẽ ở cả 5 miền năng lực này.

Ở miền năng lực sáng tạo nội dung số: Chúng tôi không chỉ làm video thông thường mà đã bắt đầu ứng dụng cả công nghệ AR (thực tế tăng cường), VR (thực tế ảo) vào sản phẩm.

Ở năng lực Thông tin & Dữ liệu: Chúng tôi sử dụng Google Trends để phân tích xu hướng, đánh giá hiệu quả bài viết và đang hướng tới việc xây dựng hệ thống dữ liệu tùy chỉnh (custom data) để định danh khán giả HTV. Mục tiêu là

phải biết khán giả trên TV của mình là ai để chăm sóc họ tốt hơn, kéo họ từ nền tảng sóng truyền thống qua nền tảng số. Chương trình "60 giây" chính là một "hot selling point" của chúng tôi trên không gian số.

Ở miền năng lực sáng tạo nội dung số: Chúng tôi không chỉ làm video thông thường mà đã bắt đầu ứng dụng cả công nghệ AR (thực tế tăng cường), VR (thực tế ảo) vào sản phẩm.

Ở năng lực Giao tiếp & Hợp tác, An toàn, Giải quyết vấn đề: Toàn bộ mô hình "đi 1 về 3", quy chế sử dụng AI, và văn hóa "chỉ bàn làm sao" chính là minh chứng cho việc chúng tôi liên tục hợp tác, giải quyết các vấn đề phát sinh và đảm bảo an toàn trong môi trường số.

Câu 7: Động lực lớn nhất thúc đẩy anh nâng cao năng lực số, học hỏi các kỹ năng số mới là gì?

Động lực lớn nhất của tôi đến từ hai phía. Về cá nhân, đó là mong muốn được truyền cảm hứng cho đồng nghiệp và thể hiện tốt nhất năng lực của mình trong công việc. Nhưng động lực lớn hơn, mang tính sống còn, là trách nhiệm bảo vệ và phát triển cộng đồng khán giả của HTV.

Chúng tôi cũng đã có sự dịch chuyển, đồng hành cùng cộng đồng khán giả từ sóng qua số. Bởi vì, cộng đồng còn thì tổ chức còn, tổ chức còn thì nhà báo còn. Việc bảo vệ bản thân, bảo vệ công việc của mình chính là bảo vệ và phát triển cộng đồng khán giả trên cả hai không gian.

Câu 8: Anh đã gặp những rào cản hoặc khó khăn nào khi nâng cao năng lực số, ứng dụng các công nghệ số vào công việc?

Khó khăn lớn nhất là thời gian và quy mô. Để đào tạo, lan tỏa tinh thần và truyền động lực cho toàn bộ 800 con người ở Đài với nhiều bộ phận khác nhau là một câu chuyện cần rất nhiều thời gian.

Thứ hai, công nghệ thay đổi quá nhanh, đòi hỏi mọi người phải liên tục cập nhật, thích nghi.

Thứ ba là rào cản về cơ chế tài chính. Cơ cấu tài chính của một đơn vị sự nghiệp công lập như Đài không có sẵn các hạng mục để chi cho những công nghệ mới, những thử nghiệm mới. Đây là một vướng mắc về thể chế.

Cuối cùng là thiếu thốn về thiết bị. Nhiều khi nhà báo phải tự đầu tư thiết bị cá nhân để đáp ứng yêu cầu công việc. Ví dụ, việc chúng tôi training nội bộ, thực hiện các dự án số gần như là "đầu tư 0 đồng", chủ yếu dựa vào nhiệt huyết và nguồn lực sẵn có.

Câu 9: Đơn vị của anh có những chính sách như thế nào trong việc nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình?

Đơn vị chúng tôi đã và đang triển khai một hệ thống chính sách đồng bộ và quyết liệt để thúc đẩy năng lực số trong đội ngũ nhà báo. Trước hết, năng lực số và hiệu quả của các sản phẩm số đã được đưa vào tiêu chí đánh giá công việc (KPI) chính thức, việc không hoàn thành KPI này có thể ảnh hưởng trực tiếp đến thu nhập sau vài lần nhắc nhở. Song song đó, chúng tôi xây dựng một cơ chế thù lao kép, nghĩa là ngoài nhuận bút cho sản phẩm truyền hình truyền thống, nhà báo sẽ nhận thêm thu nhập nếu sản phẩm số trên website hay mạng xã hội đạt được lượt xem cao, và còn có khen thưởng hàng tháng cho những cá nhân có sản phẩm đạt traffic tốt nhất. Để hiện thực hóa các chính sách này, Đài đã áp dụng mô hình làm việc mới "đi 1 về 3" như một yêu cầu bắt buộc, thúc đẩy nhà báo phải làm việc đa nhiệm và đa nền tảng. Quan trọng hơn cả là vai trò của lãnh đạo trong việc xây dựng văn hóa làm việc "không bàn lùi, chỉ hỏi làm thế nào", tạo ra một môi trường khuyến khích thử nghiệm, chấp nhận rủi ro có tính toán và trực tiếp truyền cảm hứng để tạo động lực chung cho toàn đơn vị.

Câu 10: Anh thường học hỏi, nâng cao năng lực số, các kỹ năng số qua kênh nào: từ các buổi đào tạo chính thức của đơn vị, từ sự hướng dẫn, chia sẻ trực tiếp của đồng nghiệp/lãnh đạo, hay tự tìm hiểu trên mạng? Kênh nào anh cảm thấy hiệu quả và đáng tin cậy nhất?

Tôi học hỏi và nâng cao năng lực số qua nhiều kênh khác nhau. Kênh đầu tiên là các chương trình đào tạo chính thức do Đài hoặc Đoàn Thanh niên tổ chức, với các chuyên gia được mời về giảng dạy. Kênh thứ hai là học hỏi từ sự hướng dẫn, chia sẻ trực tiếp của lãnh đạo và đồng nghiệp, tạo ra một môi trường học hỏi lẫn nhau ngay trong quá trình làm việc. Tuy nhiên, kênh mà tôi cảm thấy hiệu quả và quan trọng nhất chính là tự học hỏi, tự tìm tòi trên mạng. Trong bối cảnh công

nghệ thay đổi liên tục, việc chủ động theo dõi các nền tảng mạng xã hội như TikTok để nắm bắt xu hướng, học hỏi cách dựng phim, cách kể chuyện mới mẻ của các bạn trẻ và áp dụng vào sản phẩm của mình là kỹ năng bắt buộc. Việc tự cập nhật kiến thức giúp tôi không bị tụt hậu và luôn có những ý tưởng sáng tạo phù hợp với môi trường số năng động.

Câu 11: Đơn vị của anh có tổ chức các chương trình đào tạo và bồi dưỡng nâng cao năng lực số cho nhà báo không? Anh đã tham gia những chương trình nào? Anh đánh giá chất lượng và tính hữu ích của các chương trình đào tạo này như thế nào đối với nhu cầu công việc của mình?

Về đào tạo, Đài và Đoàn Thanh niên có tổ chức các lớp học, mời chuyên gia về giảng dạy không chỉ cho phóng viên trẻ mà còn cho cả các bạn sinh viên báo chí. Tuy nhiên, kênh học hỏi hiệu quả và nhanh nhất chính là tự học. Chúng tôi buộc phải tự tìm hiểu, xem mạng xã hội mỗi ngày để biết khán giả đang quan tâm gì, các trend dựng phim của TikTok ra sao để học hỏi và áp dụng.

Câu 12: Anh đánh giá thế nào về sự hỗ trợ của lãnh đạo và các chính sách, chương trình đào tạo của đơn vị trong việc giúp anh nâng cao năng lực số?

Tôi đánh giá rất cao sự hỗ trợ từ ban lãnh đạo, và có thể nói đây là yếu tố tiên quyết, mang tính quyết định cho sự thành công của quá trình CDS tại HTV. Lãnh đạo của chúng tôi có một tư duy rất quyết liệt, am hiểu công nghệ và không ngại "liều" một cách có tính toán. Sự hỗ trợ này không chỉ dừng lại ở lời nói mà được thể hiện qua những hành động cụ thể, như việc sẵn sàng chấp nhận rủi ro để thử nghiệm những cái mới, điển hình là dự án sản xuất phóng sự bằng AI. Chính tầm nhìn và sự quyết đoán của lãnh đạo đã tạo ra một môi trường làm việc nơi mọi người không sợ sai, dám thử nghiệm và buộc phải thay đổi. Hơn nữa, việc xây dựng văn hóa "chỉ bàn làm" cùng các cơ chế KPI và thù lao rõ ràng để khuyến khích đã biến sự hỗ trợ của lãnh đạo thành động lực thực tế, thúc đẩy mỗi nhà báo phải tự mình nâng cao năng lực số.

Câu 13: Theo anh, đơn vị cần có những hỗ trợ gì thêm để giúp nhà báo nâng cao năng lực số hiệu quả hơn?

Mặc dù đơn vị đã có nhiều nỗ lực, chúng tôi vẫn cần thêm sự hỗ trợ ở một

số mǎng chính để quá trình nâng cao năng lực số được hiệu quả hơn. Đầu tiên và quan trọng nhất là cần có sự thay đổi ở tầm vĩ mô về cơ chế tài chính, cho phép Đài xây dựng các hạng mục ngân sách dành riêng cho CDS, ví dụ như chi phí mua bản quyền các phần mềm, công cụ AI chuyên nghiệp, thay vì để nhà báo phải tự xoay xở hoặc sử dụng các phiên bản miễn phí còn hạn chế. Thứ hai là cần có chính sách đầu tư, trang bị các thiết bị tác nghiệp hiện đại và nhỏ gọn như điện thoại cấu hình tốt, gimbal, micro chuyên dụng cho phóng viên, giúp họ có thể sản xuất nội dung số chất lượng cao mà không phải tự bỏ tiền túi. Cuối cùng, đơn vị cần bố trí thêm thời gian và nguồn lực để các chương trình đào tạo được tổ chức một cách bài bản và sâu rộng hơn, đảm bảo tất cả mọi người đều có cơ hội tham gia và thực hành đầy đủ.

Câu 14: Theo anh, những giải pháp nào là quan trọng nhất để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo truyền hình trong hiện tại và tương lai?

Theo tôi, có ba nhóm giải pháp quan trọng nhất để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo truyền hình. Giải pháp nền tảng đầu tiên là phải thay đổi tư duy và văn hóa trong toàn bộ tổ chức, xây dựng bằng được tư duy "digital-first", tức là mọi sản phẩm phải được ưu tiên suy nghĩ cho nền tảng số trước tiên. Văn hóa dám thử, dám sai và không bàn lùi phải trở thành quyết tâm của đơn vị.

Giải pháp thứ hai là tiếp tục hoàn thiện mô hình tổ chức và quy trình làm việc, ví dụ như tối ưu hóa mô hình "đi 1 về 3" và xây dựng các đội chuyên trách về nội dung số để dẫn dắt, hỗ trợ các phóng viên khác.

Giải pháp thứ ba, cũng là giải pháp mang tính quyết định, là phải có cơ chế đầu tư rõ ràng cho cả con người và công nghệ. Về con người, đó là đào tạo liên tục và có cơ chế đãi ngộ xứng đáng cho các sản phẩm số. Về công nghệ, đó là việc mạnh dạn đầu tư mua sắm công cụ, bản quyền AI và các thiết bị hiện đại. Nhà báo cần được trang bị thiết bị tốt nhất thì mới có thể chiến đấu hiệu quả trên mặt trận số đầy cạnh tranh.

PHỤ LỤC 7
BIÊN BẢN THẢO LUẬN NHÓM
NÂNG CAO NĂNG LỰC SỐ CHO NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH TRONG
BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ BÁO CHÍ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

I. Khách mời tham gia thảo luận

1. ThS. Hoàng Thị Bích Hạnh - Phó Giám đốc Trung tâm Lưu trữ dữ liệu truyền thông số quốc gia, Thường trực Trung tâm Hỗ trợ CDS báo chí, Cục Báo chí, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

2. Ông Hoàng Nguyên Vân - Thành viên Hội đồng Quản lý, Phó Viện trưởng Viện Sáng tạo và Chuyển đổi số;

3. Nhà báo Nguyễn Trường Sơn - Trung tâm Sản xuất và Phát triển Nội dung số, Đài Truyền hình Việt Nam;

4. Nhà báo Nguyễn Nhật Minh - Trung tâm Tin tức, Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội.

II. Nội dung thảo luận nhóm

1. Tác động của CDS báo chí tới các đơn vị và nhà báo truyền hình

- **ThS Hoàng Thị Bích Hạnh:** Năm nay là năm thứ ba triển khai công cuộc CDS trong lĩnh vực báo chí, trong đó khối phát thanh - truyền hình tiếp tục thể hiện rõ những bước tiến vững chắc. Trong ba năm vừa qua, các cơ quan báo chí nói chung và các đơn vị truyền hình nói riêng đã cơ bản bám sát Bộ tiêu chí đánh giá mức độ trưởng thành CDS báo chí, gồm 43 tiêu chí cụ thể do Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành. Kết quả đánh giá trong hai năm gần đây cho thấy đa số cơ quan báo chí đã đạt được những kết quả khả quan, phản ánh nỗ lực đồng bộ trong việc chuyển đổi từ quy trình sản xuất truyền thống sang môi trường số. Hiện nay, các cơ quan báo chí đang tự đánh giá mức độ trưởng thành CDS của đơn vị mình, với hạn hoàn thành vào ngày 6/10/2025, đồng thời tổ chức các khóa tập huấn chuyên sâu nhằm nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ phụ trách. Theo kết quả sơ bộ, khối truyền hình thường đạt điểm cao ở các trụ cột như khán giả và sản xuất nội

dung truyền hình, vốn là thế mạnh đặc trưng của loại hình báo chí này. Dự kiến, vào ngày 4/12/2025, trong khuôn khổ Hội Báo toàn quốc, Hội đồng thẩm định sẽ công bố kết quả đánh giá chính thức, qua đó phác họa bức tranh toàn cảnh về mức độ CDS của báo chí Việt Nam, đặc biệt là ở khối phát thanh - truyền hình, nơi đang dẫn đầu trong quá trình chuyển mình sang môi trường số hóa.

- Chuyên gia Hoàng Nguyên Vân: Thách thức lớn nhất hiện nay đối với các cơ quan báo chí chính là sự cạnh tranh của các thể lực thông tin, truyền thông mới, đặc biệt là mạng xã hội, buộc báo chí phải liên tục thích ứng và chạy theo xu hướng truyền thông hiện đại. Vấn đề đặt ra là làm thế nào để đào tạo kỹ năng số, nâng cao năng lực số cho đội ngũ làm báo trong tương lai, những người biết khai thác và phân tích dữ liệu, định hướng xu hướng khán giả, đánh giá tác động truyền thông toàn diện, từ đó định vị lại nội dung, tái đào tạo nhân sự và đầu tư hiệu quả vào hạ tầng công nghệ nhằm giữ vững vai trò và sức hút của báo chí trong kỷ nguyên số.

- Nhà báo Nguyễn Trường Sơn: Có thể thấy rõ, cách tác nghiệp của chúng tôi tại VTV hiện nay đã thay đổi rất nhiều so với trước đây. Nếu như trước kia, phóng viên chỉ ra hiện trường để sản xuất tin, bài phục vụ phát sóng truyền hình, thì bây giờ, cùng một nguồn tin, chúng tôi còn phải biên tập và đăng tải trên các nền tảng số như Facebook, TikTok hay YouTube. Một phóng viên giờ đây phải đảm nhận gần như toàn bộ quy trình, từ ghi hình, dựng, biên tập đến phát hành nội dung đa nền tảng, nên tư duy sản xuất cũng như cách tiếp cận khán giả buộc phải thay đổi hoàn toàn. Chẳng hạn, trong những đợt tác nghiệp về bão lũ gần đây, chúng tôi luôn phải tự học hỏi, trao đổi và hoàn thiện kỹ năng lẫn nhau để mỗi sản phẩm khi phát sóng không chỉ đảm bảo tính chính xác, mà còn đủ hấp dẫn, thu hút lượng lớn khán giả trên nhiều kênh khác nhau. Việc lan tỏa thông tin nhanh, rộng và hiệu quả nhất đến công chúng vừa là thách thức, vừa là cơ hội để các đài truyền hình khẳng định vị thế của mình trong thời đại số.

- Nhà báo Nguyễn Nhật Minh: Tại Đài PT-TH Hà Nội, công cuộc CDS mới thực sự được đẩy mạnh trong khoảng ba năm trở lại đây. Trước đây, khi tác nghiệp, chúng tôi chủ yếu sản xuất nội dung phục vụ cho phát thanh và truyền hình truyền

thống. Tuy nhiên, hiện nay, mỗi sản phẩm báo chí đều cần có phiên bản số hóa, từ bài viết đăng trên website, clip ngắn (short video) cho mạng xã hội, cho tới những nội dung tương tác phù hợp với công chúng trẻ.

Có thể nói, một tin tức giờ không chỉ dừng lại ở sóng phát thanh hay truyền hình, mà phải được lan tỏa trên nhiều nền tảng khác nhau để tiếp cận khán giả nhanh và hiệu quả nhất. Tôi hoàn toàn đồng tình với quan điểm rằng, ngày nay phóng viên phải “đa nhiệm” hơn bao giờ hết - vừa là người viết, người quay, người dựng, vừa là người kể chuyện sáng tạo trên không gian số.

2. Vai trò của năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS báo chí tại Việt Nam hiện nay.

- ThS Hoàng Thị Bích Hạnh: Theo đánh giá, Đài Truyền hình Việt Nam và Đài Phát thanh - Truyền hình Hà Nội hiện là hai cơ quan báo chí tiêu biểu trong công cuộc CDS, không chỉ đổi mới về nội dung mà còn chú trọng nâng cao năng lực và kỹ năng của đội ngũ làm báo. Tuy nhiên, quá trình này cũng đặt ra nhiều thách thức mới. Trong môi trường truyền thông số, người làm báo không chỉ cần giỏi nghiệp vụ mà còn phải am hiểu nền tảng số, công nghệ mới và các ứng dụng kỹ thuật số. Đây là yêu cầu không dễ đáp ứng, bởi không phải nhà báo nào cũng có thể cùng lúc vừa tác nghiệp, vừa học hỏi, cập nhật công nghệ. Do đó, các cơ quan báo chí cần tổ chức thường xuyên các lớp đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn chuyên sâu để hỗ trợ đội ngũ phóng viên, biên tập viên. Dù vậy, việc đảm bảo mọi nhà báo đều có thể tham gia đầy đủ các khóa học vẫn là điều khó thực hiện, nên tinh thần tự học và chủ động nghiên cứu công cụ phù hợp với công việc là yếu tố rất quan trọng trong giai đoạn hiện nay.

Trong Bộ chỉ số đánh giá mức độ trưởng thành CDS báo chí, gồm 43 tiêu chí, tiêu chí đầu tiên ở trụ cột nhân lực nhấn mạnh rằng: người đứng đầu cơ quan báo chí phải có sự quan tâm và hiểu biết về CDS. Chính sự định hướng và hỗ trợ từ lãnh đạo sẽ tạo điều kiện để đội ngũ cán bộ, phóng viên, biên tập viên được đào tạo và phát huy năng lực số của mình.

Bên cạnh đó, một trong những trụ cột quan trọng khác là khả năng đo lường và phân tích hành vi khán giả. Việc nắm bắt được mức độ quan tâm và phản hồi

của công chúng sẽ giúp cơ quan báo chí điều chỉnh nội dung, xác định đúng đối tượng trọng tâm, từ đó phát triển sản phẩm truyền thông hiệu quả hơn trong môi trường số.

Như vậy, CDS không chỉ là câu chuyện của công nghệ, mà trước hết là câu chuyện của con người - của những người làm báo biết thích ứng, học hỏi và đổi mới tư duy để cùng đưa báo chí Việt Nam tiến xa hơn trong kỷ nguyên số.”

- Chuyên gia Hoàng Nguyên Vân: Điều quan trọng hiện nay không chỉ là làm báo, mà là biết vận hành, quản trị và đo lường hiệu quả truyền thông. Các đài truyền hình cần hiểu rõ khán giả, theo dõi hành vi, nắm được hành vi người xem và hiệu quả phân phối nội dung, từ đó gắn liền với bài toán doanh thu và khả năng thương mại hóa sản phẩm báo chí. Kỹ năng chủ chốt của người làm báo truyền hình bây giờ không chỉ là kỹ năng nghiệp vụ, mà còn là khả năng “bán” được nội dung, tức là biết cách tạo ra sản phẩm thu hút, có giá trị và mang lại lợi ích kinh tế. Hiện nay, các Ban Thời sự đã tích hợp hệ thống sản xuất, phát sóng, đồ họa và ứng dụng trí tuệ nhân tạo để sàng lọc thông tin, lập lịch và phân công công việc hiệu quả hơn. Mỗi quy trình, mỗi thao tác đều cần được chuyển đổi và đo lường bằng dữ liệu, để đảm bảo rằng toàn bộ hệ thống hoạt động tối ưu trong môi trường số.

3. Thực trạng năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh CDS báo chí ở Việt Nam hiện nay

- Nhà báo Nguyễn Trường Sơn: Như nhiều khán giả có thể thấy, hiện nay các sản phẩm của VTV đã xuất hiện trên rất nhiều nền tảng số khác nhau. Trước đây, khi đi tác nghiệp, chúng tôi chỉ cần mang tư liệu về dựng và phát sóng trên truyền hình, nhưng bây giờ, cùng một đề tài, phóng viên phải sản xuất nội dung cho nhiều nền tảng như TikTok, Facebook hay YouTube. Thời gian đầu, thực sự chúng tôi khá e ngại với cách làm “đi một, về ba”, vì khối lượng công việc tăng gấp nhiều lần. Tuy nhiên, khi nhìn lại các sản phẩm trên nền tảng số, chúng tôi nhận ra rằng dù sáng tạo đến đâu, nội dung của đài truyền hình vẫn cần giữ vững tính chính thống và đại diện cho uy tín của cơ quan báo chí quốc gia. Chính vì vậy, chúng tôi quyết định phải chủ động tham gia, vừa học, vừa làm để thích nghi. Và khi thực hiện, chúng tôi nhận ra nội dung số cũng có rất nhiều lợi thế, bởi có thể

đăng tải linh hoạt, tiếp cận khán giả mọi lúc, mọi nơi. Tôi nhớ có lần tác nghiệp tại làng Nủ, một khu vực hẻo lánh, gần như không có sóng điện thoại, việc di chuyển vô cùng khó khăn và không thể kết nối trực tiếp với trường quay. Trong điều kiện như vậy, chúng tôi buộc phải xử lý, dựng và đăng tải trực tuyến bằng mọi cách để kịp thời đưa thông tin đến khán giả. Những trải nghiệm ấy cho thấy, CDS không chỉ là xu hướng, mà là yêu cầu thực tế trong từng khoảnh khắc tác nghiệp của người làm truyền hình hôm nay.

- **Nhà báo Nguyễn Nhật Minh:** Tác nghiệp bằng điện thoại di động mang lại nhiều thuận lợi nhưng cũng không ít khó khăn cho phóng viên truyền hình. Không phải ai cũng có thiết bị đủ mạnh để đáp ứng yêu cầu sản xuất nội dung chất lượng cao. Tuy nhiên, tại Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội, gần như 99% phóng viên đã được trang bị điện thoại có khả năng ghi hình, dựng và sản xuất tin bài ngay trên thiết bị di động. Các phần mềm như CapCut hay những ứng dụng dựng cơ bản được sử dụng thường xuyên, giúp phóng viên xử lý nhanh, linh hoạt và đảm bảo tin tức luôn cập nhật kịp thời.

Bên cạnh đó, việc tác nghiệp bằng điện thoại cũng giúp phóng viên thể hiện sự có mặt trực tiếp tại hiện trường, tạo cảm giác gần gũi, chân thực hơn với khán giả. Đồng thời, nhờ khả năng kết nối tức thì, các tin tức có thể phát sóng trực tiếp, nhận phản hồi ngay từ công chúng, qua đó giúp đội ngũ biên tập viên hoàn thiện nội dung nhanh hơn và sát thực tế hơn. Một ví dụ tiêu biểu là trong cơn bão Yagi vừa qua, Đài PT-TH Hà Nội đã thực hiện livestream liên tục suốt 17 tiếng, với 7 MC luân phiên dẫn chương trình, cập nhật diễn biến trực tiếp tại hiện trường. Chương trình đã đạt giải xuất sắc tại hạng mục sự kiện truyền hình trực tiếp tại Lễ trao giải thưởng Phát thanh Truyền hình châu Á - Thái Bình Dương năm 2025, trở thành động lực lớn thúc đẩy đội ngũ trẻ chuyên mình mạnh mẽ trong CDS.

Không chỉ dừng lại ở đó, nhiều phóng viên trẻ còn sáng tạo các sản phẩm đa nền tảng, tiêu biểu như tác phẩm “Kín trời phơi phơi vàng son” – một sản phẩm tích hợp nhiều loại hình báo chí, kết hợp với kính thực tế ảo (VR). Những kết quả ấy cho thấy, khi dám thay đổi và nỗ lực thích nghi với công nghệ, người làm báo sẽ luôn gặt hái được thành quả xứng đáng.

- **Chuyên gia Hoàng Nguyên Vân:** Hiện nay, phóng viên được trang bị ngày càng nhiều kỹ năng và nghiệp vụ để phân biệt giữa tin chính thống và tin giả, nhất là trong bối cảnh mạng xã hội phát triển mạnh mẽ, thông tin lan truyền với tốc độ chóng mặt. Tin giả thường xuất hiện quanh các chủ đề “nóng” như người nổi tiếng, chính trị, kinh tế, chứng khoán hay blockchain – được xây dựng theo hướng giật gân, câu view, thậm chí bóp méo sự thật, khiến người đọc dễ nhầm lẫn.

Nhiều cá nhân hiện nay sản xuất nội dung mà thiếu hiểu biết chuyên môn và đạo đức nghề nghiệp, tạo ra những “bản tin” được viết theo góc nhìn người bán hàng, chỉ nhằm thu hút lượt xem, thay vì phản ánh trung thực sự kiện. Ở Trung Quốc, để làm tin trong các lĩnh vực như giáo dục hay tài chính, người viết bắt buộc phải có chứng chỉ hành nghề và chuyên môn phù hợp, qua đó giúp kiểm soát chất lượng và tính xác thực của thông tin. Tuy nhiên, tại nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam, việc quản lý và kiểm chứng ranh giới giữa tin thật và tin giả vẫn là thách thức lớn đối với cơ quan báo chí và người làm nghề.”

- **Nhà báo Nguyễn Nhật Minh:** Về năng lực sử dụng AI của các nhà báo truyền hình hiện nay, ChatGPT hay Gemini là những công cụ quen thuộc mà chúng tôi thường sử dụng trong quá trình tác nghiệp. Tuy nhiên, chúng tôi không bao giờ tuyệt đối tin vào mọi thông tin do AI cung cấp, mà luôn đối chiếu, kiểm chứng từ nhiều nguồn khác nhau để đảm bảo tính chính xác và khách quan. AI được xem như một kênh hỗ trợ tìm kiếm và xử lý thông tin, chứ không phải nguồn dữ liệu tuyệt đối.

Tại Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội, công nghệ AI cũng được ứng dụng rộng rãi trong các khâu tác nghiệp, đặc biệt là bóc băng, tổng hợp và sắp xếp dữ liệu, giúp rút ngắn thời gian xử lý tin tức. Dù vậy, chúng tôi luôn quan niệm rằng AI chỉ là công cụ hỗ trợ, còn linh hồn của báo chí phải đến từ con người - từ tư duy sáng tạo, khả năng phân tích, đến cảm xúc và trách nhiệm nghề nghiệp. AI có thể giúp hoàn thiện tác phẩm, nhưng chính con người mới là yếu tố quyết định tạo nên giá trị thật của sản phẩm báo chí

- **Nhà báo Nguyễn Trường Sơn:** Các nhà báo truyền hình tại VTV đang nâng cao năng lực sử dụng các công nghệ mới như camera 360, VR, AR trong một số dự án

gần đây. Trong dịp Kỷ niệm 80 năm Quốc khánh nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam vừa qua, tại gian trưng bày của Đài Truyền hình Việt Nam - Triển lãm Thành tựu đất nước, khán giả có cơ hội trải nghiệm thú vị với chương trình “Đi cùng điều binh”, đây là một dự án đặc biệt nằm trong chuỗi phóng sự chuyên đề có sự phối hợp của nhiều đơn vị. Toàn bộ các cảnh quay đều được thực hiện bằng hệ thống camera 360 độ, với sự hỗ trợ kỹ thuật từ VTV và Bộ Công an, huy động nhiều phương tiện đặc biệt như xe tăng, xe thiết giáp, máy bay Su-30 và được dựng hậu kỳ bằng công nghệ A80.

Quá trình sản xuất gặp không ít khó khăn, đặc biệt là ở khâu dựng hình với chất lượng 8K, đòi hỏi yêu cầu kỹ thuật cao hơn rất nhiều so với định dạng HD hay 4K thông thường. Tuy vậy, khi tác phẩm được công chiếu tại triển lãm, gian trưng bày của ê-kíp đã thu hút đông đảo khách tham quan, trở thành điểm nhấn nổi bật của sự kiện và minh chứng cho nỗ lực không ngừng của đội ngũ trong việc ứng dụng công nghệ hiện đại vào sản xuất báo chí.

4. Giải pháp nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình

CDS báo chí nói chung và với ngành truyền hình nói riêng đang đòi hỏi các nhà báo truyền hình năng lực mới: làm chủ nền tảng số, ứng dụng AI, tối ưu sản xuất - phân phối nội dung, đồng thời đảm bảo an toàn và xử lý khủng hoảng truyền thông. Sự chuyển đổi mạnh mẽ của công nghệ số mang đến nhiều lợi ích nhưng cũng kèm theo nhiều thách thức.

- Th.S Hoàng Thị Bích Hạnh: Ở góc độ đánh giá của một cơ quan truyền thông số quốc gia, có những tiêu chí nhất định để đánh giá. Theo mốc công bố vào năm nay tại Hội nghị Báo chí toàn quốc, công tác triển khai mức độ đánh giá báo chí đang được các cơ quan báo chí quan tâm đặc biệt và sát sao, điều này cho thấy các cơ quan báo chí cũng luôn trau dồi, phát triển liên tục theo sự thay đổi của thời đại số.

Bản thân tôi nhận thấy năng lực số quan trọng mà nhà báo nói chung, nhà báo truyền hình nói riêng cần ưu tiên chính là sự chủ động áp dụng những ứng dụng và chọn lọc những ứng dụng trong công tác. Trí tuệ nhân tạo giúp chúng ta phát nhiều nhưng nếu lạm dụng sẽ rất nguy hiểm. Trong một số đề tài nhạy cảm, rất

khó để nhà báo ứng dụng trí tuệ nhân tạo vì năng lực số của nhà báo đôi khi không đủ để đánh giá, chọn lọc nội dung đưa vào sản phẩm. Ngược lại, với những số liệu chính xác, AI lại phân tích rất tốt. Nhà báo ngoài ra cần ưu tiên vấn đề đạo đức nhà báo trong ứng dụng trí tuệ nhân tạo hay công nghệ, cần áp dụng một cách minh bạch để dễ tiếp cận đến nhưng cũng phải trong sạch. Tóm lại, năng lực số nhà báo cần ưu tiên chính là nâng cao năng lực trong nhận biết, chọn lọc ứng dụng cũng như nội dung để đưa vào sản phẩm một cách thông minh.

- Chuyên gia Hoàng Nguyên Vân: Rào cản lớn nhất của nhà báo chính là cơ hội được đào tạo. Từ khâu sản xuất, điều hành, đăng tải đến ứng dụng phần mềm công nghệ xuyên suốt như trong trường quay, biên tập, làm tin trực tiếp, ví dụ ở những khu vực quốc tế hay khu vực có chiến tranh, thiên tai. Ngoài ra, rào cản tiếp theo là kinh phí để trang bị đầy đủ và cần thiết những công nghệ hiện đại. Tiếp theo là công cụ để đánh giá những chỉ số đo lường hiệu quả từ khán giả chương trình tới chính những cán bộ nhân viên, phóng viên của cơ quan báo chí. Có đủ 3 yếu tố như vậy, dù là nhà báo trong độ tuổi nào cũng sẽ có thể học tập, trau dồi những kiến thức về năng lực số, công nghệ số và đủ khả năng để phát triển mạnh mẽ trong thời đại mới.

- Nhà báo Nguyễn Trường Sơn: Rào cản lớn của nhà báo hiện nay không gì ngoài sự sáng tạo. Giữa vô vàn nội dung sáng tạo đến từ con người và trí tuệ nhân tạo, làm thế nào để nhà báo nổi bật nhưng vẫn giữ được tính nguyên tắc, đạo đức của báo chí. Điều đó đòi hỏi năng lực sáng tạo của chính những người làm báo.

- Th.S Hoàng Thị Bích Hạnh: Về giải pháp nâng cao năng lực số cho các nhà báo truyền hình, tôi nghĩ rằng các khóa tập huấn, buổi bồi dưỡng sẽ không bao giờ theo kịp xu hướng thay đổi của báo chí, vậy nên các nhà báo cần chủ động trong công tác trau dồi kiến thức, kinh nghiệm làm việc. Và nhà báo cần tận dụng mọi cơ hội để học hỏi, phát triển năng lực số.

- Nhà báo Nguyễn Nhật Minh: Tôi rất quan tâm tới tiêu chí tổng hợp dữ liệu, làm chủ dữ liệu. Hiện nay, ai làm chủ được dữ liệu và có khả năng khai thác dữ liệu trong môi trường số sẽ vô cùng hữu ích. Ngày nay có AI và rất nhiều công cụ để tìm kiếm tài liệu. Vậy nên, hiện nay nếu sinh viên chủ động, có ý thức tìm kiếm,

tổng hợp, so sánh, đối chiếu, chọn lọc dữ liệu là vô cùng quan trọng.

Chính những kỹ năng này sẽ là chìa khóa dẫn đến thành công trong tương lai của nhà báo. Sáng tạo nội dung đang trở thành câu chuyện chung của tất cả mọi người, vậy nên quan trọng chính là sự chủ động cập nhật. Nhà báo hiện nay nếu không chủ động cập nhật công nghệ, nâng cao năng lực sẽ bị thụt lùi và không có chỗ đứng trong một thời đại mọi thứ đều thay đổi, phát triển nhanh chóng.

- Ông Hoàng Nguyên Văn: Phải có ít nhất 6% cơ quan báo chí không có sự đầu tư về công nghệ, đào tạo, chuyển từ sản xuất truyền thống sang công nghệ số trong mọi khâu như tích hợp hệ thống sản xuất, phát sóng và trữ dữ liệu, ứng dụng AI. Vậy nên các cơ quan phải đầu tư về thiết bị ông nghệ cho các cán bộ nhân viên, phóng viên, nhà báo của cơ quan báo chí. Thứ hai là sự đào tạo đồng đều về năng lực số, và ứng dụng công nghệ, thiết bị trong sản xuất để phát triển, nâng cao kết quả của nhà báo.

- Nhà báo Nguyễn Trường Sơn: Với các sinh viên báo chí truyền hình - các nhà báo tương lai may mắn hơn chúng tôi trước đây đi học rất nhiều. Ngoài những thiết bị chuyên dụng được nhà trường trang bị, hầu như ai cũng có trong tay một chiếc điện thoại di động, một công cụ tuyệt vời để tự sản xuất tin ngắn, quay clip sáng tạo hay chia sẻ nội dung trên mạng xã hội, thậm chí là trên chính trang cá nhân của mình. Khi những sản phẩm ấy được lan tỏa, chúng sẽ tạo nên hiệu ứng tích cực, khơi gợi thêm ý tưởng và động lực sáng tạo cho chính các bạn.

Tuy nhiên, điều tôi nhận thấy nhiều sinh viên báo chí hiện nay còn thiếu chính là kỹ năng thực chiến. Khi đến thực tập tại các cơ quan báo chí, không ít bạn vẫn còn nặng lý thuyết, còn ngỡ ngàng khi ra hiện trường tác nghiệp. Vì vậy, tôi muốn nhấn nhủ rằng: hãy tận dụng mọi cơ hội để trải nghiệm thực tế, thực hành nhiều nhất có thể, bởi chỉ qua va chạm nghề nghiệp, các bạn mới có thể tích lũy kinh nghiệm, rèn luyện bản lĩnh, và tự tin hơn khi bước vào con đường làm báo chuyên nghiệp sau này.

- Chuyên gia Hoàng Nguyên Vân: Một số giải pháp nâng cao năng lực số cho nhà báo truyền hình chính là việc nâng cao năng lực số cho chính các sinh viên báo chí, truyền hình từ trong trường Đại học. Điều cơ bản nhất mà mỗi sinh viên

báo chí cần làm được là thành thạo các công cụ văn phòng như Office 365, đó là nền tảng tối thiểu để làm việc chuyên nghiệp. Hiện nay, các bạn có điều kiện thuận lợi khi nhiều nền tảng AI đã ra đời, hỗ trợ mạnh mẽ trong quá trình sản xuất nội dung.

Nếu muốn làm tin, các bạn cần biết sử dụng các công cụ CMS (hệ thống quản trị nội dung) hay các nền tảng tích hợp lập trình cơ bản, bởi chúng có thể hỗ trợ tự động gợi ý câu chữ, đề xuất tiêu đề, hay thậm chí là phân tích bối cảnh và gợi ý kịch bản video thông qua AI. Tuy nhiên, cần nhớ rằng AI chỉ là công cụ, còn yếu tố quyết định vẫn là năng lực sáng tạo, tư duy nội dung và bản lĩnh nghề nghiệp của chính người làm báo.

Vì vậy, bên cạnh việc tận dụng công nghệ, các bạn phải liên tục trau dồi kỹ năng nghiệp vụ, kiến thức chuyên sâu, và quan trọng hơn hết là tham gia thực tế nhiều hơn, học hỏi từ những người đi trước để không ngừng nâng cấp bản thân, đó mới là con đường giúp các bạn vững vàng trong nghề báo hiện đại.

Trong bối cảnh hiện nay, AI đã trở thành công cụ hỗ trợ đắc lực cho người làm báo, tuy nhiên, điều quan trọng là biết cách sử dụng hiệu quả. Các bạn cần đặt câu lệnh đúng, kết hợp với kiến thức chuyên môn và nghiệp vụ báo chí để chọn lọc, phân tích và nhận diện đâu là tin thật, đâu là tin giả, bởi bản chất của AI chỉ là công cụ tổng hợp dữ liệu từ Internet và cung cấp lại thông tin, chứ không có khả năng kiểm chứng.

Đó là ở khâu xây dựng và xử lý kịch bản, còn với tin tức truyền hình, quy trình sản xuất vẫn đòi hỏi đầy đủ các yếu tố như trường quay, studio, phân cảnh, đồ họa và phát sóng. Trong khi đó, với tin tức trên mạng xã hội, mọi thứ trở nên linh hoạt hơn, chỉ cần một chiếc điện thoại và micro, các bạn đã có thể tự sản xuất, biên tập và đăng tải nội dung.

Hiện nay, một số nền tảng AI như Veo3 còn hỗ trợ tự động hóa việc dựng và tái hiện video, giúp tiết kiệm đáng kể thời gian, nhân lực và chi phí sản xuất. Việc ứng dụng AI đúng cách sẽ giúp người làm báo nâng cao hiệu quả sáng tạo, đặc biệt trong những dự án cần đầu tư kỹ thuật cao nhưng hạn chế về nguồn lực.

- Nhà báo Nguyễn Trường Sơn: Trước đây, làm truyền hình truyền thống đúng

là một công việc đầy khó khăn và phức tạp. Nhưng trong thời đại số hiện nay, mọi thứ đã thay đổi hoàn toàn nhờ sự tích hợp của công nghệ multimedia.

Giờ đây, chỉ với một chiếc điện thoại di động, các phóng viên đã có thể tác nghiệp và sản xuất trọn vẹn một bản tin, từ khâu đăng ký đề tài, kiểm tra lịch quay, ghi hình tại hiện trường, cho đến dựng, duyệt và phát sóng. Tất cả các bước đều có thể thực hiện ngay trên cùng một thiết bị.

Tuy nhiên, công nghệ chỉ là công cụ hỗ trợ. Điều quan trọng nhất vẫn là ý tưởng sáng tạo và nội dung phong phú. Nếu có tư duy tốt, biết tận dụng công nghệ một cách thông minh, mỗi phóng viên hoàn toàn có thể tự tạo ra những sản phẩm truyền hình chất lượng cao chỉ bằng chiếc điện thoại của mình.

PHỤ LỤC 8

TỔNG HỢP TIÊU CHÍ NĂNG LỰC NHÀ BÁO, NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH TỪ CÁC NGHIÊN CỨU ĐÃ TỔNG QUAN TRONG LUẬN ÁN

Tiêu chí	Nguồn
Kiến thức	
Kiến thức về tìm kiếm thông tin và dữ liệu số (Hiểu nguyên tắc, chiến lược tìm kiếm trên web, cơ sở dữ liệu, hồ sơ công khai; sử dụng tìm kiếm nâng cao, hiểu sự khác biệt giữa các loại nguồn thông tin)	Arne H. Krumsvik (2014); ICFJ (2019); Amparo López-Meri (2024); Jovanka Matić (2021); Reyes-de-Cózar (2022)
Kiến thức về đánh giá, kiểm chứng thông tin số (fact-checking)	ICFJ (2019); Jovanka Matić (2021); Reyes-de-Cózar (2022); Digital Competences of Journalists; Anna Kustermann (2022); Amparo López-Meri (2024)
Kiến thức về báo chí dữ liệu, dữ liệu lớn và phân tích dữ liệu	Arne H. Krumsvik (2014); Elena L. Vartanova (2014); Jovanka Matić (2021); Reyes-de-Cózar (2022)
Kiến thức kỹ thuật số và công nghệ sản xuất - phát sóng (Hiểu về thiết bị, phần mềm, hệ thống sản xuất, phát sóng: camera, phần mềm dựng, hệ thống phòng tin tức, kỹ thuật live, CMS).	Dragana Pavlović (2017); Jovanka Matić (2021); Faith Sidlow (2022); Lei Guo (2021).
Kiến thức về nền tảng số, mạng xã hội, hành vi và thuật toán khán giả (Hiểu cách vận hành, thuật toán phân phối nội dung, logic tương tác của mạng xã hội; hiểu phân tích công chúng)	Arne H. Krumsvik (2014); ICFJ (2019); Jovanka Matić (2021); Anna Kustermann (2022).
Kiến thức về quản lý, bảo mật dữ liệu số (Hiểu nguyên tắc bảo mật, backup, phân quyền truy cập, lưu trữ đám mây; hiểu các mối đe dọa an ninh mạng, biện pháp cơ bản để bảo vệ dữ liệu)	ICFJ (2019); Jovanka Matić (2021); Reyes-de-Cózar (2022).
Kiến thức về quyền riêng tư, an toàn cá nhân và pháp luật số (Hiểu quyền riêng tư, bảo vệ danh tính cá nhân/nguồn tin/nhân vật; các khung pháp lý liên quan tới dữ liệu cá nhân, phát ngôn thù ghét, bôi nhọ; hiểu rủi ro bắt nạt, quấy rối,	ICFJ (2019); Jovanka Matić (2021); Amparo López-Meri (2024).

theo dõi trên mạng)	
Kiến thức về bản quyền số, quyền sử dụng và tài nguyên mở	ICFJ (2019); Jovanka Matic (2021); Reyes-de-Cózar (2022).
Kiến thức về sản xuất nội dung đa phương tiện, đa nền tảng (biết đặc điểm các định dạng nội dung cho TV, web, mạng xã hội, podcast, VR/360; hiểu nguyên tắc kể chuyện đa phương tiện, phái sinh nội dung)	Dragana Pavlović (2017); Elena L. Vartanova (2014); Jovanka Matic (2021); Reyes-de-Cózar (2022); Anna Kustermann (2022)
Kiến thức thương hiệu, chiến lược nội dung và mô hình kinh doanh số	Elena L. Vartanova (2014); Jovanka Matic (2021); Anna Kustermann (2022); Vladimir F. Oleshko (2024)
Kiến thức về vai trò xã hội, đạo đức và giá trị nghề báo trong môi trường số	Elena L. Vartanova (2014); Faith Sidlow (2022); Anna Kustermann (2022); Amparo López-Meri (2024)
Kiến thức về tác động của công nghệ số tới sức khỏe tinh thần và môi trường	Jovanka Matic (2021)
Kỹ năng	
Kỹ năng tìm kiếm, thu thập và lọc thông tin số (trên web, cơ sở dữ liệu, mạng xã hội; dùng tìm kiếm nâng cao, bộ lọc; sử dụng Google Alerts, theo dõi chủ đề và nguồn tin trên nền tảng số).	Arne H. Krumsvik (2014); Jovanka Matic (2021); Reyes-de-Cózar (2022); Amparo López-Meri (2024)
Kỹ năng đánh giá và kiểm chứng thông tin, hình ảnh, video (Sử dụng thành thạo Google Images, TinEye, Yandex, InVid, Google Maps/Earth, công cụ fact-checking... để xác thực nội dung; phát hiện hình ảnh, video và tin giả)	ICFJ (2019); Jovanka Matic (2021); Amparo López-Meri (2024).
Kỹ năng quản lý, lưu trữ, tổ chức và chia sẻ dữ liệu số an toàn (quản lý dữ liệu trên hệ thống lưu trữ cloud, máy chủ, MAM; gắn nhãn, phân loại, backup; chia sẻ dữ liệu với phân quyền truy cập rõ ràng)	ICFJ (2019); Jovanka Matic (2021); Reyes-de-Cózar (2022).
Kỹ năng phân tích và sử dụng dữ liệu (Thu thập, làm sạch, xử lý dữ liệu qua Excel, Google Sheets, công cụ chuyên dụng; đọc và phân tích dữ liệu khán giả để phát hiện đề tài, tối ưu nội dung)	Arne H. Krumsvik (2014); Elena L. Vartanova (2014); ICFJ (2019); Jovanka Matic (2021).

Kỹ năng giao tiếp trên môi trường số (Trao đổi công việc, phỏng vấn, phối hợp qua email, ứng dụng nhắn tin, công cụ gọi/ họp trực tuyến một cách hiệu quả, lịch sự, chuyên nghiệp)	Jovanka Matic (2021); Reyes-de-Cózar (2022); Anna Kustermann (2022).
Kỹ năng hợp tác và làm việc nhóm trên nền tảng số (Sử dụng công cụ cộng tác để phân công, chia sẻ tài liệu, điều phối nhóm; làm việc nhóm)	Elena L. Vartanova (2014); Jovanka Matic (2021); Reyes-de-Cózar (2022).
Kỹ năng sử dụng mạng xã hội cho công việc (Chia sẻ, cập nhật nội dung; bình luận, tương tác với khán giả; xây dựng cộng đồng, theo dõi và phân tích phản ứng của công chúng trên mạng xã hội)	Arne H. Krumsvik (2014); Dragana Pavlović (2017); ICFJ (2019); Jovanka Matic (2021).
Kỹ năng sản xuất nội dung đa phương tiện (Quay, dựng video; ghi âm, biên tập audio; chụp, xử lý ảnh số; thiết kế đồ họa/infographic; sản xuất podcast; ứng dụng VR/360)	Dragana Pavlović (2017); ICFJ (2019); Jovanka Matic (2021); Faith Sidlow (2022).
Kỹ năng xuất bản, phân phối và tối ưu hóa nội dung số (Sử dụng CMS để tổ chức, đăng tải nội dung; sản xuất nội dung cho nhiều nền tảng; tối ưu SEO; xuất bản video cho YouTube, TikTok)	Dragana Pavlović (2017); ICFJ (2019); Jovanka Matic (2021); Anna Kustermann (2022).
Kỹ năng dẫn hiện trường, livestream và tường thuật trực tiếp trên nền tảng số	ICFJ (2019); Jovanka Matic (2021); Faith Sidlow (2022).
Kỹ năng thiết kế, quản trị và vận hành sản phẩm số (Thiết kế website tin tức; sử dụng CMS; cơ bản về lập trình hoặc để vận hành sản phẩm số)	Elena L. Vartanova (2014); Dragana Pavlović (2017); ICFJ (2019); Jovanka Matic (2021);
Kỹ năng bảo mật thiết bị, tài khoản, nhận diện và xử lý cơ bản các nguy cơ an ninh	ICFJ (2019); Jovanka Matic (2021); Reyes-de-Cózar (2022).
Kỹ năng bảo vệ dữ liệu, nguồn tin và quyền riêng tư	ICFJ (2019); Jovanka Matic (2021); Reyes-de-Cózar (2022).
Kỹ năng ứng phó với quấy rối, tấn công và khủng hoảng trên môi trường số	ICFJ (2019); Jovanka Matic (2021)
Kỹ năng giải quyết sự cố kỹ thuật số	ICFJ (2019); Jovanka Matic (2021); Reyes-de-Cózar (2022).
Kỹ năng lựa chọn, cài đặt công cụ số phù hợp cho công việc	Jovanka Matic (2021); Reyes-de-Cózar (2022).

Kỹ năng sử dụng sáng tạo công nghệ mới (AI, AR/VR, dữ liệu lớn...)	Jovanka Matić (2021); Vladimir F. Oleshko (2024).
Kỹ năng tự đánh giá năng lực, học tập suốt đời và tổ chức học tập qua môi trường số	Elena L. Vartanova (2014); Reyes-de-Cózar (2022)
Thái độ	
Thái độ tôn trọng đạo đức và pháp luật, kiểm chứng thông tin trong môi trường số	Elena L. Vartanova (2014); ICFJ (2019); Anna Kustermann (2022); Faith Sidlow (2022); Reyes-de-Cózar (2022), Amparo López-Meri (2024).
Thái độ tôn trọng quyền riêng tư, an toàn của nguồn tin/nhân vật và cộng đồng	ICFJ (2019); Jovanka Matić (2021).
Thái độ chủ động, có trách nhiệm trong bảo vệ an toàn số	ICFJ (2019); Jovanka Matić (2021); Reyes-de-Cózar (2022).
Thái độ hợp tác, chia sẻ trong làm việc nhóm và cộng đồng số	Elena L. Vartanova (2014); Reyes-de-Cózar (2022); Anna Kustermann (2022).
Thái độ tôn trọng, xây dựng đối thoại với công chúng trên nền tảng số	ICFJ (2019); Jovanka Matić (2021); Reyes-de-Cózar (2022).
Thái độ sáng tạo, dám thử nghiệm và chấp nhận đổi mới	Elena L. Vartanova (2014); Anna Kustermann (2022); Reyes-de-Cózar (2022).
Thái độ học tập suốt đời và chủ động phát triển năng lực số	Elena L. Vartanova (2014); ICFJ (2019); Reyes-de-Cózar (2022).
Thái độ quan tâm tới sức khỏe tinh thần và tác động của công nghệ tới môi trường	Jovanka Matić (2021).