

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

NGUYỄN THỊ THU TRÀ

**NĂNG LỰC SỐ CỦA NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH
TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ BÁO CHÍ
Ở VIỆT NAM HIỆN NAY**

Chuyên ngành : Báo chí học

Mã ngành : 9320101

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ BÁO CHÍ HỌC

HÀ NỘI - 2026

Công trình được hoàn thành tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền
Công trình được hoàn thành tại:
Học viện Báo chí và Tuyên truyền

**Người hướng dẫn khoa học: PGS,TS. Đinh Thị Thu Hằng;
TS. Nguyễn Thị Tuyết Minh**

Chủ tịch Hội đồng:

Phản biện 1:

Phản biện 2:

Phản biện 3:

Luận án được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án cấp Học viện
hợp tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền
vào hồi giờ ngày tháng năm 202...

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia, Hà Nội
- Trung tâm Thông tin - Thư viện, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

MỞ ĐẦU

1. Lý do lựa chọn đề tài

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang làm thay đổi sâu sắc ngành báo chí - truyền hình không chỉ đứng trước thách thức đổi mới về công nghệ, mà còn phải tái cấu trúc toàn diện về tư duy, tổ chức và nguồn nhân lực. Những tiến bộ vượt bậc về công nghệ thông tin, sự phát triển mạnh mẽ của trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, truyền thông đa phương tiện, cùng sự ra đời của các nền tảng mạng xã hội xuyên biên giới đã làm thay đổi tận gốc phương thức sản xuất, phân phối, tiêu thụ và tiếp nhận thông tin. Sự phát triển nhanh chóng của các nền tảng số, phương thức sản xuất - phân phối nội dung mới và yêu cầu khắt khe của công chúng hiện đại đã đặt ra đòi hỏi cấp thiết về việc nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo truyền hình.

Tuy nhiên, trên thực tế, năng lực số của nhà báo truyền hình vẫn còn là một khái niệm tương đối mới, chưa được nhận diện đầy đủ về nội hàm, cấu trúc và các tiêu chí đánh giá cụ thể. Đa số các nghiên cứu, chính sách hiện nay mới chỉ dừng lại ở việc nhấn mạnh vai trò của công nghệ, kỹ năng sử dụng thiết bị, phần mềm, mà chưa quan tâm đúng mức đến các thành tố mang tính tổng hợp như tư duy phản biện, khả năng sáng tạo nội dung đa nền tảng, năng lực tương tác số, bảo mật thông tin, hay năng lực thích ứng liên tục với những biến chuyển của môi trường số. Thêm vào đó, các tài liệu, khung năng lực quốc tế dù đã có nhiều đóng góp quan trọng, song khi áp dụng vào thực tiễn Việt Nam, đặc biệt là lĩnh vực báo chí truyền hình, vẫn còn nhiều điểm chưa tương thích do khác biệt về văn hóa, bối cảnh tổ chức và đặc thù nghề nghiệp.

Chính vì vậy, việc nghiên cứu về năng lực số nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam là một nhiệm vụ vừa cấp bách, vừa mang tính nền tảng, nhằm bổ sung khoảng trống lý luận, hệ thống hóa các khái niệm, mô hình, tiếp cận quốc tế và thực tiễn Việt Nam về năng lực số; đồng thời nhận diện rõ các nhóm tiêu chí, năng lực thành phần đặc thù đối với nhà báo truyền hình hiện đại, làm cơ sở cho việc xây dựng khung năng lực số chuyên biệt cho nhà báo truyền hình.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích

Trên cơ sở nghiên cứu những vấn đề lý luận và thực tiễn, luận án tiến hành khảo sát thực trạng và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực số của nhà báo truyền hình, từ đó đề xuất các giải pháp, khuyến nghị nhằm nâng cao năng lực số cho nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để thực hiện mục đích trên, luận án phải thực hiện những nhiệm vụ sau:

- Tổng thuật tài liệu, phân loại và đánh giá các công trình nghiên cứu liên quan ở trong nước và quốc tế, chỉ ra khoảng trống nghiên cứu.
- Hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn về năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí, từ đó xây dựng tiêu chí đánh giá năng lực số của nhà báo truyền hình phù hợp bối cảnh Việt Nam.
- Khảo sát, phỏng vấn sâu, phân tích thực trạng năng lực số của nhà báo truyền hình tại một số cơ quan báo chí truyền hình tiêu biểu.
- Phân tích các yếu tố cá nhân, tổ chức và xã hội ảnh hưởng đến năng lực số của nhà báo truyền hình.
- Đề xuất hệ thống giải pháp và khuyến nghị nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay. Cụ thể, luận án tập trung vào 5 miền năng lực số chính: (1) Năng lực Thông tin và Dữ liệu; (2) Năng lực Giao tiếp và Hợp tác; (3) Năng lực Sáng tạo nội dung số; (4) Năng lực An toàn; (5) Năng lực Giải quyết vấn đề

3.2. Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi về không gian: nghiên cứu của đề tài được giới hạn trong phạm vi tại Việt Nam. Luận án khảo sát thực tế 6 đơn vị truyền hình tại 3 địa điểm tương ứng với 3 miền: Hà Nội, Đà Nẵng, Thành phố Hồ Chí Minh. Cụ thể: Đài Truyền hình Việt Nam (VTV), Đài PT-TH Hà Nội, Báo và PT-TH Đà Nẵng, Trung tâm THVN khu vực miền Trung – Tây Nguyên, Đài PT-TH TP. Hồ Chí Minh (HTV), Trung tâm THVN tại TP. Hồ Chí Minh.

- Đây là những đơn vị truyền hình lớn tại trung ương và địa phương đại diện cho 3 miền có uy tín ở trong nước, thu hút được lượng công chúng đông đảo.

- Phạm vi về thời gian: năm 2025.

3. Câu hỏi nghiên cứu của luận án

- Thực trạng năng lực số của nhà báo truyền hình tại Việt Nam hiện nay được biểu hiện như thế nào, xét trên các miền năng lực: Thông tin và dữ liệu, Giao tiếp và hợp tác, Sáng tạo nội dung số, An toàn, và Giải quyết vấn đề?

- Các yếu tố (đặc điểm cá nhân, yếu tố tổ chức, yếu tố xã hội) ảnh hưởng đến năng lực số của nhà báo truyền hình ở Việt Nam?

- Cần có những giải pháp chiến lược nào để nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo truyền hình đáp ứng yêu cầu của bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay?

5. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

5.1. Cơ sở lý luận

Cơ sở phương pháp luận của việc nghiên cứu đề tài này là chủ nghĩa Mác – Lê-nin ; tư tưởng Hồ Chí Minh về báo chí và người làm báo; các quan điểm, đường lối, chính sách của Đảng và nhà nước Việt Nam về quản lý báo chí, chuyển đổi số báo chí và phát triển nguồn nhân lực; lao động nhà báo

Trong luận án này, nghiên cứu sinh cũng sử dụng các lý thuyết làm cơ sở lý luận:

- Khung năng lực số DigComp của Liên minh châu Âu
- Lý thuyết Khuếch tán sự đổi mới (Diffusion of Innovations - DOI) để giải thích quá trình tiếp nhận và lan tỏa công nghệ số ở cấp độ tổ chức và nghề nghiệp.
- Lý thuyết Chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model - TAM) để phân tích vai trò của nhận thức về tính hữu ích và tính dễ sử dụng trong việc hình thành thái độ, ý định và hành vi sử dụng công nghệ của nhà báo..

5.2. Phương pháp nghiên cứu

Luận án sử dụng những phương pháp cụ thể sau:

- *Phương pháp nghiên cứu tài liệu*: Được sử dụng để khảo sát các văn bản, các sách chuyên khảo, các tài liệu có liên quan đến đề tài, trong đó có các nguồn tài liệu thứ cấp về năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số làm cơ sở để làm rõ các vấn đề lý luận của đề tài. Từ đó có căn cứ để đánh giá các kết quả khảo sát, tìm ra được các vấn đề đặt ra trong nghiên cứu.

- *Phương pháp phỏng vấn bằng bảng hỏi anket*: Nghiên cứu sinh sử dụng hình thức phát phiếu khảo sát tới các nhà báo truyền hình tại 6 đơn vị truyền hình.

Chọn mẫu: Phân tầng có chủ đích, trong đó các tầng mẫu được xác định theo cơ quan công tác của nhà báo truyền hình với các chức danh: phóng viên, biên tập viên, dẫn chương trình, quay phim, đạo diễn truyền hình, biên tập viên số. Các mẫu khảo sát ở mỗi khu vực được tiến hành thực hiện ở cả Đài Trung ương và địa phương, tổng kết quả các mẫu khảo sát thu được là 517. Cụ thể như sau:

Đặc điểm	Số lượng	%
Đơn vị công tác		
(1) Đài Truyền hình Việt Nam	104	20,1
(2) Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội	85	16,4
(3) Báo và Phát thanh – Truyền hình Đà Nẵng	80	15,5
(4) Trung tâm Truyền hình Việt Nam khu vực Miền Trung - Tây Nguyên.	80	15,5

(5) Đài Phát thanh và Truyền hình TP. Hồ Chí Minh	88	17,0
(6) Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại TP. Hồ Chí Minh	80	15,5
Giới tính		
Nam	240	46,4
Nữ	277	53,6
Độ tuổi		
Từ 25 - 34 tuổi	158	30,6
Từ 35 - 42 tuổi	188	36,4
Trên 43 tuổi	171	33
Trình độ học vấn		
Đại học	398	77
Sau Đại học	119	23
Chức danh/ Vị trí công việc		
Phóng viên	155	30
Biên tập viên	239	46,2
Các chức danh khác	123	23,8
Thâm niên nghề nghiệp		
Dưới 11 năm	157	30,4
Từ 11 - 20 năm	188	26,4
Trên 20 năm	172	33,2

- *Phương pháp phỏng vấn sâu*: Phương pháp thu thập thông tin này sử dụng để thực hiện phỏng vấn 14 trường hợp: vị trí lãnh đạo, vị trí nhà báo, bao gồm yếu tố nam, nữ; yếu tố trung ương, địa phương; các khoảng tuổi; nhằm thu thập các đánh giá, nhận định về thực trạng năng lực số của nhà báo truyền hình ở Việt Nam hiện nay, các yếu tố ảnh hưởng và đề xuất giải pháp nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình ở Việt Nam.:

+ Nhóm 1: 7 lãnh đạo từ 6 đơn vị khảo sát

+ Nhóm 2: 7 nhà báo từ 6 đơn vị khảo sát

Tất cả những người tham gia phỏng vấn sâu đều được mã hoá để đảm bảo bảo mật thông tin cá nhân.

- *Phương pháp quan sát không tham dự*: Phương pháp được sử dụng để thu thập thông tin trực quan về kĩ năng, thao tác của nhà báo truyền hình tại các đài và đơn vị sản xuất truyền hình, từ đó đánh giá các nhà báo truyền hình thực hiện năng lực số trong công việc.

- *Phương pháp thảo luận nhóm*: Phương pháp này dùng để hiểu sâu về thực trạng năng

lực số và các yếu tố ảnh hưởng tới năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay. Buổi thảo luận nhóm được tổ chức vào ngày 7/11/2025 tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền với sự tham gia của 02 nhà báo, 01 cán bộ từ Cục báo chí - Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và 01 chuyên gia công nghệ hỗ trợ chuyển đổi số báo chí.

6. Đóng góp mới của luận án

Đây là công trình khoa học đầu tiên ở cấp độ tiến sĩ hệ thống hóa một cách chuyên sâu những vấn đề lý luận cơ bản về năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay. Từ đó, xây dựng tiêu chí đánh giá năng lực số của nhà báo truyền hình gồm 5 miền năng lực với các thang đo cụ thể. Dựa trên kết quả khảo sát, tác giả luận án phát hiện, phân tích thực trạng của năng lực số của nhà báo truyền hình tại các đơn vị và các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực số, gắn với các lý thuyết DOI và TAM; Những đề xuất các giải pháp và kiến nghị dựa trên các bằng chứng khoa học và cơ sở thực tiễn có thể làm căn cứ cho việc nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình, hoạch định chiến lược phát triển năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay.

7. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn

7.1. Ý nghĩa lý luận

Luận án tiếp cận và nghiên cứu một cách có hệ thống vấn đề năng lực số của nhà báo truyền hình tại Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí, hướng nghiên cứu còn chưa được khai thác đầy đủ trong lý luận báo chí hiện nay. Trên cơ sở vận dụng các quan điểm lý luận của Chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, các lý thuyết liên ngành hiện đại về năng lực số và chấp nhận công nghệ, luận án góp phần bổ sung và làm rõ cơ sở lý luận về năng lực nghề nghiệp của nhà báo trong môi trường truyền thông số. Kết quả nghiên cứu góp phần mở rộng cách tiếp cận lý luận về phát triển nguồn nhân lực báo chí, đặc biệt là đội ngũ nhà báo truyền hình, phù hợp với yêu cầu đổi mới và chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay.

7.2. Ý nghĩa thực tiễn

Một là, các kết quả nghiên cứu của luận án kỳ vọng cung cấp căn cứ thực tiễn và bằng chứng khoa học phục vụ cho công tác quản lý báo chí, hoạch định chính sách và xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực tại các cơ quan báo chí, đài truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số.

Hai là, kết quả nghiên cứu giúp đội ngũ nhà báo truyền hình có cái nhìn toàn diện và sâu sắc hơn về thực trạng năng lực số của bản thân, qua đó định hướng việc bồi dưỡng, rèn luyện và nâng cao năng lực số nhằm đáp ứng yêu cầu thay đổi nhanh chóng của môi trường truyền thông số hiện nay.

Ba là, kết quả nghiên cứu của luận án có thể được sử dụng làm tài liệu tham khảo cho hoạt động giảng dạy, nghiên cứu báo chí - truyền thông, đặc biệt trong đào tạo đại học và sau đại học, góp phần hoàn thiện chương trình đào tạo, nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực báo chí ở Việt Nam.

8. Kết cấu của luận án

Ngoài các phần Mở đầu, Tổng quan, Kết luận, Phụ lục và Danh mục tài liệu tham khảo, nội dung luận án có kết cấu 4 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận và thực tiễn về năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam

Chương 2: Thực trạng năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay

Chương 3: Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay

Chương 4: Những vấn đề đặt ra và các giải pháp, khuyến nghị nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam.

TỔNG QUAN VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU

1. Khái quát tình hình nghiên cứu

1.1. Tình hình nghiên cứu về bối cảnh chuyển đổi số và chuyển đổi số báo chí

Các nghiên cứu trong và ngoài nước thống nhất nhìn nhận: chuyển đổi số (digital transformation) là quá trình thay đổi toàn diện, không chỉ là số hóa dữ liệu hay quy trình, mà là tái cấu trúc mô hình hoạt động, mô hình kinh doanh, cách tổ chức, văn hóa và tư duy chiến lược dựa trên công nghệ số, dữ liệu lớn, điện toán đám mây, IoT, AI... Các tác giả quốc tế như Thomas M. Siebel (2018); nhóm tác giả Emily Henriette (2015); David L. Rogers (2016); Cheng Gong, Vincent Ribiere (2021)... đã phân tích bản chất, động lực và các mô hình chiến lược của chuyển đổi số trong doanh nghiệp và xã hội. Ở Việt Nam, nhiều công trình của Bộ Thông tin và Truyền thông (2021); Viện Chiến lược Chuyển đổi số (2023); Bùi Quang Tuấn, Hà Huy Ngọc (2022); Đỗ Văn Hùng (2022)... đã phân tích ba trụ cột Chính phủ số - Kinh tế số - Xã hội số, và khẳng định chuyển đổi số là yêu cầu tất yếu để nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia.

Về chuyển đổi số báo chí, các tác giả quốc tế như Terry Flew (2012); Scott Eldridge II & Bob Franklin (2016); Sue Robinson, Seth C. Lewis, Matt Carlson (2019); Mike Friedrichsen, Yahya Kamalipour (2017); Ruslan Yu. Novikov, Eva P. Zohrabyan (2023); Lunqiang Chen (2024); Xinyang Li & Kunpeng Sun (2024)... tập trung làm rõ: báo chí đang chuyển từ mô hình sản xuất - phân phối - tiêu thụ tuyến tính sang mô hình đa nền tảng, đa phương tiện, dựa trên dữ liệu và tương tác với công chúng. Các nghiên cứu quốc tế và trong nước đề cập nhiều đến: tòa soạn hội tụ, nội dung đa nền tảng, mô hình kinh doanh mới, cạnh tranh với nền tảng số, vai trò dữ liệu lớn, AI, cùng những cơ hội và thách thức (khủng hoảng mô hình báo in, thay đổi hành vi công chúng, tin giả, đạo đức báo chí...). Ở Việt Nam, các tác giả Bùi Chí Trung, Phan Văn Kiên, Nguyễn Bá (2022); Nguyễn Thị Trường Giang (2025); Trương Thị Kiên (2022)... khi nhắc đến chuyển đổi số báo chí có nhấn mạnh yếu tố con người là then chốt, nhưng chủ yếu dừng ở mức nêu “cần phát triển nguồn nhân lực số”, chưa cụ thể hóa thành khung năng lực số nghề nghiệp, nhất là cho từng loại hình như truyền hình.

1.2. Các công trình nghiên cứu về năng lực số của nhà báo

Trên thế giới, khái niệm “năng lực số” và các khung năng lực số đã được xây dựng và phổ biến như DigComp của Liên minh Châu Âu, khung năng lực số DLGF của ... Các khung này coi năng lực số là tập hợp kiến thức, kỹ năng, thái độ cần thiết để sử dụng công nghệ số một cách hiệu quả, an toàn, có trách nhiệm trong học tập, lao động và đời sống.

Áp dụng vào lĩnh vực báo chí, một số công trình của các tác giả Carmen Marta Lazo, Jorge M. Rodríguez, Sheila Peñalva (2020); Salvador Reyes-de-Cózar, Marta Pérez-Escolar, Pablo Navazo-Ostúa (2022); Pauline Gidget Estella (2021); Vladimir F. Oleshko, Evgeny V. Oleshko (2024); Amparo López-Meri, Hugo Doménech Fabregat, Silvia Marcos García (2024)... bắt đầu nhận diện năng lực số nhà báo như một cấu phần cốt lõi của năng lực nghề báo trong kỷ

nguyên số. Các tác giả đã xác định các nhóm năng lực số mà nhà báo cần có: sử dụng công cụ kỹ thuật số, sản xuất nội dung đa phương tiện, quản lý và khai thác mạng xã hội, tiếp cận và xử lý dữ liệu, thực hành báo chí dữ liệu, kiểm chứng thông tin số, bảo vệ an toàn số, ứng xử có đạo đức trên môi trường mạng... Các nghiên cứu của Dragana Pavlović, Ilija Milosavljević (2017); Antonina Hryvko, Olexii Sytnyk, Yurii Zhuk (2020); Trung tâm Báo chí quốc tế ICFJ (2019)... đã khảo sát sinh viên báo chí, nhà báo trẻ hoặc lãnh đạo tòa soạn để đánh giá khoảng cách giữa yêu cầu thị trường - chương trình đào tạo - năng lực thực tế. Các nghiên cứu của Arne H. Krumsvik (2014); nhóm tác giả Anne Parkatti (2022); Ali El Takach (2022); Job OI (2017)... đã phân tích tác động của bối cảnh tổ chức, văn hóa tòa soạn, thái độ với công nghệ, chính sách đào tạo... đến việc hình thành và phát triển năng lực số của nhà báo

Tuy nhiên, mới có 1 số ít công trình xây dựng khung năng lực số cho nhà báo nói chung, đa số công trình dừng ở mức liệt kê các kỹ năng rời rạc; chưa gắn chặt năng lực số với giá trị nghề nghiệp và đặc thù quy trình tác nghiệp từng loại hình.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu về năng lực số của nhà báo còn rất hạn chế; một số tác giả đề cập đến yêu cầu nhà báo phải có kỹ năng tác nghiệp trong môi trường số nhưng chưa có khảo sát định lượng quy mô, khung lý luận và công cụ đo lường cụ thể dành riêng cho năng lực số của nhà báo.

1.3. Các công trình nghiên cứu về năng lực số của nhà báo truyền hình

Đây là mảng nghiên cứu hẹp và còn khá mới. Trong bối cảnh chuyển đổi số, quy trình sản xuất tin tức truyền hình đã thay đổi mạnh: phóng viên đa năng (quay - dựng - viết - dẫn - phân phối đa nền tảng - sử dụng mạng xã hội), ưu tiên nền tảng số (digital-first), sản xuất nội dung cho nhiều kênh phân phối cùng lúc; Nhu cầu về những năng lực mới: sản xuất đa phương tiện, khai thác và phân tích dữ liệu khán giả, vận hành nội dung trên mạng xã hội, livestream, sử dụng thiết bị di động, ứng dụng các công nghệ mới (VR/AR, AI...) trong sản xuất sản phẩm truyền hình.

Các tác giả Lei Guo, Yong Volz (2021) xây dựng khung năng lực nghề nghiệp cho nhà báo phát thanh - truyền hình tại Mỹ, dựa trên mô hình năng lực của Cheetham & Chivers, đề xuất bốn nhóm năng lực: nhận thức, chức năng, cá nhân/hành vi và giá trị/đạo đức; đồng thời khẳng định năng lực số đã trở thành yếu tố không thể tách rời trong cấu trúc năng lực của nhà báo truyền hình hiện đại.

Tác giả Faith Sidlow, Kim Stephens (2022) trong cuốn “Broadcast News in the Digital Age” mô tả chi tiết quá trình tác nghiệp mới của phóng viên, biên tập viên, dẫn chương trình truyền hình trong môi trường số, nhấn mạnh yêu cầu chiếm lĩnh nhiều công cụ và nền tảng số cùng lúc.

Một số nghiên cứu khu vực như nghiên cứu của nhóm tác giả Andrey Vyrkovsky (Nga); Ali El Takach (Lebanon); Kamolrat Intaratat (Thái Lan)... đề cập yêu cầu năng lực số đối với các vị trí cụ thể như người dẫn chương trình, phóng viên thể thao, nhà báo tại các đài

địa phương trong bối cảnh chuyển đổi số, song chủ yếu dừng ở mô tả yêu cầu kỹ năng, chưa xây dựng được khung năng lực số đo lường được với cấu trúc miền năng lực - tiêu chí - mức độ thành thạo.

Nhìn chung, nhiều nghiên cứu đã thừa nhận: nhà báo truyền hình hiện đại phải đa năng, đa nhiệm, có khả năng sản xuất đa nền tảng, có năng lực số cao, vừa nắm vững nghiệp vụ truyền hình truyền thống, vừa làm chủ công nghệ số. Tuy nhiên, hầu như chưa có công trình nào xây dựng khung năng lực số chuyên biệt cho nhà báo truyền hình, gắn với các miền năng lực số và đặc thù quy trình sản xuất truyền hình. Tại Việt Nam, vấn đề năng lực số của nhà báo truyền hình gần như là khoảng trống nghiên cứu: chưa có khảo sát định lượng quy mô, chưa có khung tiêu chí đánh giá, chưa có phân tích hệ thống về các yếu tố ảnh hưởng trong bối cảnh thực hiện Chiến lược chuyển đổi số báo chí. Chính các khoảng trống đó là căn cứ để luận án lựa chọn đề tài, xây dựng khung lý luận, khảo sát thực trạng và đề xuất giải pháp nâng cao năng lực số cho nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay.

2. Đánh giá khái quát về các công trình nghiên cứu trong tổng quan nghiên cứu và những vấn đề cần giải quyết trong luận án

2.1. Những nội dung đã nghiên cứu và khoảng trống trong nghiên cứu

Đã có nhiều công trình phân tích bối cảnh chuyển đổi số, chuyển đổi số báo chí và nhu cầu đổi mới năng lực số của nhà báo. Một số khung năng lực số chung đã được đề xuất ở quốc tế và bước đầu vận dụng để đánh giá năng lực số của nhà báo. Tuy nhiên các nghiên cứu vẫn còn các khoảng trống:

- Thiếu định nghĩa và khung lý luận, các tiêu chí đánh giá năng lực số chuyên biệt cho nhà báo truyền hình.
- Thiếu khảo sát thực nghiệm quy mô lớn về năng lực số nhà báo truyền hình
- Thiếu phân tích hệ thống về các yếu tố ảnh hưởng ở nhiều cấp độ.
- Thiếu hệ thống giải pháp, khuyến nghị mang tính tổng thể, phù hợp với đặc thù truyền hình và bối cảnh Việt Nam.

2.2. Những nội dung luận án cần tập trung nghiên cứu

- Xây dựng khung lý luận và tiêu chí đánh giá năng lực số cho nhà báo truyền hình.
- Đánh giá thực trạng năng lực số nhà báo truyền hình theo các miền năng lực.
- Phân tích các yếu tố cá nhân, tổ chức, xã hội ảnh hưởng đến năng lực số.
- Đề xuất hệ thống giải pháp và khuyến nghị nâng cao năng lực số nhà báo truyền hình.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ NĂNG LỰC SỐ CỦA NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ BÁO CHÍ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

1.1. Khái niệm

1.1.1. Báo chí, báo truyền hình

1.1.1.1. Báo chí

Báo chí báo chí được hiểu theo nghĩa rộng, bao gồm báo in, báo phát thanh, báo truyền hình và báo mạng điện tử; trong đó các đặc tính “tính định kỳ, tính chính thống, tính tổ chức và đại diện, tính công khai, tính định hướng, tính gián tiếp trong giao tiếp, tính phong phú, đa dạng và nhiều chiều, tính tương tác và tính đa nền tảng, tính đa phương tiện.

1.1.1.2. Báo truyền hình

Báo truyền hình là một loại hình báo chí có khả năng truyền tải thông tin bằng hình ảnh động và âm thanh cùng các yếu tố đa phương tiện khác, được sản xuất và phân phối trên các hạ tầng phát sóng truyền hình và các nền tảng internet.

1.2.1. Chuyển đổi số, chuyển đổi số báo chí

1.2.1.1. Chuyển đổi số

Chuyển đổi số được định nghĩa là quá trình ứng dụng dữ liệu và công nghệ số để thay đổi một cách tổng thể và toàn diện phương thức, quy trình hoạt động, mô hình kinh doanh và năng lực tổ chức, con người, nhằm tạo ra những giá trị mới, nâng cao năng lực cạnh tranh và khả năng thích ứng trong môi trường số.

1.2.1.2. Chuyển đổi số báo chí

Chuyển đổi số báo chí là việc sử dụng các công cụ, giải pháp công nghệ số để đổi mới mô hình, cách thức tác nghiệp, sản xuất và phân phối sản phẩm và dịch vụ báo chí theo hướng tối ưu hóa mô hình tổ chức hoạt động của các cơ quan báo chí, từ đó cung cấp các giá trị mới cho công chúng và tạo ra những nguồn thu trong hoạt động kinh tế báo chí

1.1.3. Nhà báo, nhà báo truyền hình

1.1.3.1. Nhà báo

Nhà báo là những người hoạt động chuyên nghiệp trong một cơ quan báo chí, được cấp thẻ nhà báo, có nhiệm vụ thu thập, xử lý thông tin cũng như sáng tạo tác phẩm báo chí hướng tới đáp ứng nhu cầu thông tin của công chúng và tuyên truyền, hướng dẫn, định hướng dư luận xã hội.

1.1.3.2. Nhà báo truyền hình

Nhà báo truyền hình là người hoạt động báo chí chuyên nghiệp trong lĩnh vực truyền hình và được cấp thẻ nhà báo. Họ có trách nhiệm tìm kiếm, thu thập, xác minh, xử lý và trình bày

thông tin dưới dạng hình ảnh và âm thanh, chữ viết và độ họa phù hợp với đặc thù của truyền hình để sản xuất và phát sóng các chương trình trên truyền hình và các nền tảng số.

1.1.4. Năng lực, năng lực của nhà báo, năng lực của nhà báo truyền hình

1.1.4.1. Năng lực

Năng lực được xác định là tập hợp kiến thức, kỹ năng, thái độ và những phẩm chất khác (động lực, mong muốn của bản thân ...) mà mỗi người cần có để thực hiện một hoạt động, giải quyết một vấn đề trong những bối cảnh cụ thể để đạt được các mục tiêu trong học tập và làm việc.

1.1.4.2. Năng lực của nhà báo

Năng lực nhà báo là tập hợp toàn diện các kiến thức (lý luận nền tảng, chuyên môn sâu, hiểu biết xã hội), kỹ năng (tư duy phản biện, tác nghiệp đa phương tiện, ứng dụng công nghệ, tương tác xã hội) và thái độ, phẩm chất (bản lĩnh chính trị, đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm xã hội), được nhà báo vận dụng một cách sáng tạo, linh hoạt để thực hiện hiệu quả các chức năng xã hội của báo chí, tạo ra các sản phẩm thông tin có giá trị, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của công chúng.

1.1.4.3. Năng lực của nhà báo truyền hình

Năng lực của nhà báo truyền hình bao là tập hợp toàn diện kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp, thái độ, phẩm chất (bản lĩnh, khả năng làm việc dưới áp lực và khả năng sáng tạo) được các nhà báo truyền hình vận dụng để thích ứng với môi trường làm việc đa dạng và thách thức trong lĩnh vực truyền hình.

1.1.5. Năng lực số, năng lực số của nhà báo, năng lực số của nhà báo truyền hình

1.1.5.1. Năng lực số

Năng lực số được hiểu là tập hợp kiến thức, kỹ năng, thái độ, khả năng, chiến lược và nhận thức cần thiết để sử dụng CNTT và phương tiện kỹ thuật số một cách hiệu quả và có đạo đức.

1.1.5.2. Năng lực số của nhà báo

Năng lực số của nhà báo là tập hợp kiến thức, kỹ năng, thái độ cho phép nhà báo chủ động, tự tin và có trách nhiệm trong việc sử dụng công nghệ số để thu thập, xử lý, sản xuất, phân phối nội dung và tương tác với công chúng trên các nền tảng và môi trường truyền thông số.

1.1.5.3. Năng lực số của nhà báo truyền hình

Năng lực số của nhà báo truyền hình là tập hợp kiến thức, kỹ năng, thái độ cho phép nhà báo truyền hình chủ động, hiệu quả và có trách nhiệm trong việc sử dụng các công nghệ, thiết bị và nền tảng số để thu thập, xử lý, sáng tạo, biên tập và phân phối nội dung truyền hình, cũng như tương tác với công chúng trên môi trường số.

1.1.6. Năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí

Năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí là tập hợp kiến thức, kỹ năng, thái độ cho phép nhà báo truyền hình chủ động ứng dụng, khai thác và sáng tạo hiệu quả các công nghệ số, nền tảng truyền thông hiện đại trong toàn bộ quá trình xử lý thông tin, sản xuất, phân phối và tương tác nội dung đa nền tảng; đồng thời đảm bảo tuân thủ pháp luật, quy tắc ứng xử nghề nghiệp, chuẩn mực đạo đức và trách nhiệm xã hội trên môi trường số, để thực hiện hiệu quả chức năng xã hội của báo chí trong bối cảnh chuyển đổi số.

1.2. Các lý thuyết áp dụng trong nghiên cứu

1.2.1. Khung năng lực số cho công dân (European Digital Competence Framework for Citizens - DigComp) của Hội đồng châu Âu

Khung NLS DigComp là khung năng lực toàn diện và có ảnh hưởng nhất, bao gồm 5 lĩnh vực: (1) Thông tin và dữ liệu, (2) Giao tiếp và hợp tác, (3) Sáng tạo nội dung số, (4) An toàn, và (5) Giải quyết vấn đề. DigComp không chỉ tập trung vào kỹ năng kỹ thuật mà còn nhấn mạnh tư duy phản biện, an toàn và đạo đức số. Do tính toàn diện, cập nhật và linh hoạt, tác giả đã chọn khung này làm nền tảng chính để xây dựng khung năng lực cho nhà báo truyền hình. Đây là khung năng lực phù hợp nhất để làm cơ sở nghiên cứu vì nó hội tụ đầy đủ các yếu tố cần thiết cho nghề báo hiện đại như kỹ năng thông tin, sáng tạo, an toàn và đạo đức trong môi trường số.

1.2.2. Lý thuyết Khuếch tán sự đổi mới

Được sử dụng để lý giải cách thức công nghệ số được tiếp nhận, thử nghiệm, chấp nhận và lan tỏa trong các cơ quan báo chí truyền hình, vai trò của lãnh đạo, chuẩn mực tổ chức và mạng lưới xã hội trong việc hình thành năng lực số.

1.2.3. Lý thuyết Chấp nhận công nghệ

Được sử dụng để lý giải cách thức công nghệ số được tiếp nhận, thử nghiệm, chấp nhận và lan tỏa trong các cơ quan báo chí truyền hình, vai trò của lãnh đạo, chuẩn mực tổ chức và mạng lưới xã hội trong việc hình thành năng lực số.

1.3. Cơ sở chính trị, pháp lý có liên quan

1.3.1. Quan điểm, chủ trương của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước về chuyển đổi số, chuyển đổi số báo chí và yêu cầu với nhà báo trong chuyển đổi số báo chí=

Các nghị quyết, chỉ thị của Đảng về xây dựng và phát triển báo chí, về chuyển đổi số quốc gia, kinh tế số, xã hội số xác định rõ yêu cầu nâng cao chất lượng đội ngũ nhà báo, xây dựng nền báo chí chuyên nghiệp, hiện đại.

Luật Công nghệ thông tin 2006, các bộ luật mới được thông qua Luật Báo chí 2025, Luật Chuyển đổi số, Luật An ninh mạng, Chiến lược chuyển đổi số quốc gia, các chương trình chuyển

đổi số báo chí của Chính phủ và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đặt ra yêu cầu cụ thể về hạ tầng, tổ chức, nhân lực, trong đó năng lực số của nhà báo là yếu tố then chốt.

1.3.2. Chiến lược chuyển đổi số của một số đài truyền hình tại Việt Nam

Chiến lược chuyển đổi số của Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội, Báo và Phát thanh - Truyền hình Đà Nẵng, Đài Phát thanh và Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh đều thể hiện nhận thức khá thống nhất: chuyển đổi số không chỉ là trang bị công nghệ mà là quá trình tái cấu trúc toàn diện cơ quan truyền thông theo hướng cơ quan số, tòa soạn hội tụ, đa nền tảng, lấy dữ liệu và công chúng làm trung tâm. Các đơn vị đã chú trọng xây dựng hạ tầng số, ứng dụng các công nghệ chủ chốt, mô hình sản xuất đa nền tảng, đồng thời nhấn mạnh đào tạo, tái đào tạo năng lực số cho đội ngũ. Điểm mạnh chung là đã bước đầu hình thành tầm nhìn dài hạn, có chỉ tiêu cụ thể, coi dữ liệu và nội dung số là tài sản chiến lược, xem chuyển đổi số là nhiệm vụ trọng tâm. Tuy vậy, các chiến lược hiện mới thiên về thiết kế cấu trúc, mục tiêu và giải pháp ở tầm vĩ mô; chưa thật sự cụ thể hóa thành các khung năng lực số nghề nghiệp chi tiết cho từng vị trí, đặc biệt là nhà báo truyền hình, cũng như chưa nêu rõ cơ chế đo lường, đánh giá mức độ làm chủ năng lực số của đội ngũ trong từng giai đoạn.

1.4. Những tác động của chuyển đổi số báo chí đến năng lực số của nhà báo truyền hình ở Việt Nam hiện nay

Chuyển đổi số báo chí đang tạo ra những biến đổi sâu rộng đối với năng lực số của nhà báo truyền hình Việt Nam trên ba phương diện chính.

Thứ nhất, quy trình sản xuất và phân phối nội dung truyền hình chuyển từ mô hình tuyến tính truyền thống sang mô hình đa nền tảng, tích hợp, dựa trên Internet, OTT, mạng xã hội và các thiết bị di động. Sự xuất hiện và ứng dụng sâu của AI, Big Data, Cloud, IoT, Blockchain, VR/AR... khiến nhà báo không thể chỉ dừng ở kỹ năng nghiệp vụ truyền hình truyền thống, mà buộc phải làm quen, vận hành và khai thác hiệu quả các công cụ, phần mềm, hệ thống dữ liệu mới, đồng thời đối diện với các yêu cầu về đạo đức, minh bạch và trách nhiệm trong môi trường số.

Thứ hai, sự thay đổi mạnh mẽ trong hành vi tiếp nhận thông tin của công chúng - xem mọi lúc, mọi nơi, trên nhiều thiết bị, ưa chuộng nội dung ngắn, tương tác cao, cá nhân hóa - làm gia tăng áp lực cạnh tranh và phân mảnh khán giả. Nhà báo truyền hình phải hiểu sâu hành vi người xem trên từng nền tảng, biết cách xây dựng, duy trì cộng đồng, tương tác hai chiều và xử lý, kiểm chứng nguồn tin do công chúng tạo ra, đồng thời vẫn giữ vững độ tin cậy và chiều sâu thông tin.

Thứ ba, sự thay đổi trong công việc của nhà báo truyền hình. Họ phải trở thành các nhà báo đa nhiệm: vừa phóng viên, biên tập, quay - dựng, vừa là nhà sản xuất nội dung số, quản lý mạng xã hội, phân tích dữ liệu, xây dựng thương hiệu cá nhân và quảng bá sản phẩm. Kỹ năng viết cho nền tảng số, sản xuất video trên thiết bị di động, sử dụng công cụ phân tích dữ liệu, tối ưu nội dung theo thuật toán trở thành những thành tố cốt lõi của năng lực số. Cùng với đó là áp

lực tốc độ, tần suất, cạnh tranh với mạng xã hội và các nền tảng số, khiến yêu cầu cân bằng giữa “nhanh” và “chính xác, có chiều sâu” trở thành thách thức trung tâm trong phát triển năng lực số của nhà báo truyền hình hiện nay.

1.5. Các tiêu chí đánh giá năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay

Luận án đề xuất khung năng lực số dựa trên khung năng lực DigComp 2.2 với những căn cứ phù hợp với công việc của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số ở Việt Nam, gồm 5 miền năng lực chính với 50 năng lực thành phần

- Năng lực thông tin và dữ liệu
- Năng lực giao tiếp và hợp tác
- Năng lực sáng tạo nội dung số
- Năng lực an toàn
- Năng lực giải quyết vấn đề

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG NĂNG LỰC SỐ CỦA NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ BÁO CHÍ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

2.1. Giới thiệu về các cơ quan báo chí truyền hình khảo sát

2.1.1. Đài Truyền hình Việt Nam

Đài Truyền hình Việt Nam (VTV) là đài truyền hình quốc gia, cơ quan truyền thông chủ lực đa phương tiện trực thuộc Chính phủ, có chức năng thông tin, tuyên truyền đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước, góp phần giáo dục, nâng cao dân trí và phục vụ đời sống tinh thần nhân dân. Với 22 đơn vị trực thuộc, 12 kênh truyền hình quảng bá và mạng lưới cơ quan thường trú trong và ngoài nước, VTV giữ vai trò nòng cốt trên mặt trận tư tưởng, đồng thời tiên phong trong đổi mới nội dung, hình thức thể hiện và ứng dụng công nghệ hiện đại. Những năm gần đây, VTV đẩy mạnh chuyển đổi số, xây dựng hệ sinh thái nội dung trên nhiều nền tảng (VTVGo, mạng xã hội...), phủ sóng rộng khắp trong nước và ra thế giới, đặc biệt tiếp cận hiệu quả nhóm khán giả trẻ trên môi trường số.

2.1.2. Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội

Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội là cơ quan truyền thông chủ lực của Thủ đô, hình thành từ nền tảng phát thanh năm 1954 và phát sóng truyền hình từ năm 1979. Đài Hà Nội giữ vai trò quan trọng trong tuyên truyền chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước và Thành phố Hà Nội, đồng thời sản xuất nhiều chương trình văn hóa, giải trí phục vụ đời sống tinh thần người dân Thủ đô. Những năm gần đây, Đài là một trong những đơn vị đi đầu trong số hóa quy trình sản xuất, xây dựng tòa soạn hội tụ và phát triển hệ sinh thái báo chí số HANOI ON, từng bước trở thành tổ hợp truyền thông đa phương tiện hiện đại.

2.1.3. Báo và Phát thanh – Truyền hình Đà Nẵng

Báo và Phát thanh – Truyền hình Đà Nẵng là đơn vị sự nghiệp công lập trực thuộc Thành ủy Đà Nẵng, hình thành trên cơ sở sáp nhập nhiều cơ quan báo, đài phát thanh & truyền hình của Đà Nẵng và Quảng Nam. Sau hợp nhất, Báo và PT-TH Đà Nẵng sở hữu cơ cấu tổ chức đa phòng ban từ nội dung, kỹ thuật, tài chính đến báo in, báo điện tử – nội dung số, phát thanh, truyền hình..., cho phép vận hành mô hình tòa soạn hội tụ. Đơn vị đóng vai trò kênh thông tin chính thống, là cầu nối giữa Đảng bộ, chính quyền với nhân dân, đồng thời từng bước chuyển đổi sang mô hình truyền thông đa nền tảng trong bối cảnh đô thị thông minh của thành phố.

2.1.4. Trung tâm truyền hình Việt Nam khu vực miền Trung - Tây Nguyên

Trung tâm Truyền hình Việt Nam khu vực miền Trung – Tây Nguyên được hợp nhất từ các trung tâm THVN tại Đà Nẵng, Huế và Phú Yên, là một đơn vị trực thuộc VTV, đảm nhiệm sản xuất chương trình cho kênh VTV8. Ra mắt từ năm 2016, VTV8 là kênh quảng bá quốc gia của VTV, tập trung phản ánh đời sống chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, an ninh – quốc phòng của khu vực miền Trung - Tây Nguyên, đồng thời chuyển tải các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước đến đồng bào khu vực này. Với thời lượng phát sóng 18 giờ mỗi ngày, hệ thống bản tin thời sự, phim truyện, gameshow, chương trình chuyên đề phong phú và được phát trên nhiều nền tảng (truyền hình quảng bá, trực tuyến, VTVGo), VTV8 ngày càng khẳng định vị thế là kênh thông tin quan trọng, gắn bó với khán giả miền Trung - Tây Nguyên.

2.1.5. Đài Phát thanh và Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh

Đài Phát thanh và Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh được hình thành trên cơ sở hợp nhất Đài Truyền hình TP.HCM (HTV), Đài Tiếng nói Nhân dân TP.HCM (VOH), Đài PT-TH Bình Dương (BTV) và Đài PT-TH Bà Rịa – Vũng Tàu (BRT), do UBND TP.HCM quản lý. Trụ cột và nòng cốt của mô hình là HTV – đài truyền hình lớn thứ hai cả nước, với hệ thống kênh quảng bá và trả tiền phong phú, nội dung đa dạng, hạ tầng kỹ thuật hiện đại, phát sóng trên nhiều hạ tầng và nền tảng số (htv.com.vn, HTVm, mạng xã hội). Sự hợp nhất với BTV, BRT và VOH tạo ra một hệ sinh thái truyền thông quy mô lớn, kết hợp thế mạnh truyền hình, phát thanh và nội dung số, cho phép Đài vận hành mô hình sản xuất đa phương tiện, đa nền tảng; vừa thực hiện tốt nhiệm vụ chính trị – tuyên truyền, vừa đáp ứng nhu cầu thông tin, giải trí ngày càng cao của công chúng Nam Bộ và cả nước.

2.1.6. Trung tâm truyền hình Việt Nam tại Thành phố Hồ Chí Minh

Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại TP. Hồ Chí Minh, phụ trách kênh VTV9, được hình thành từ Cơ quan thường trú của VTV tại TP.HCM (1988) và chính thức trở thành Trung tâm theo Quyết định 904/QĐ-THVN năm 2003. VTV9 là một trong các kênh quảng bá quốc gia của VTV, có nhiệm vụ sản xuất và phát sóng các chương trình phản ánh toàn diện đời sống chính trị,

kinh tế, văn hóa, xã hội, thể thao, giải trí của TP.HCM, miền Đông Nam Bộ và khu vực phía Nam. Trung tâm đồng thời đảm nhiệm quản lý nội dung và khai thác quảng cáo trên kênh, thể hiện vai trò vừa là đơn vị sản xuất chương trình, vừa là chủ thể vận hành thương mại trong hệ thống truyền hình quốc gia.

2.2. Khảo sát năng lực số của nhà báo truyền hình

2.2.1. Khảo sát năng lực thông tin và dữ liệu của nhà báo truyền hình

Nhà báo truyền hình trong khảo sát có nền tảng khá tốt về các kỹ năng cơ bản: tìm kiếm thông tin trên Google, khai thác mạng xã hội để tìm đề tài, sử dụng bộ lọc tìm kiếm và quản lý tư liệu số ở mức chấp nhận được. Điểm trung bình miền năng lực này đạt khoảng 3,55. Tuy nhiên, các năng lực chuyên sâu còn yếu: sử dụng công cụ kiểm chứng hình ảnh, video (InVID, Google Lens...), thiết lập cảnh báo tin tức theo chủ đề, tổ chức kho dữ liệu khoa học và đặc biệt là ứng dụng báo chí dữ liệu (data journalism). Nhà báo chủ yếu mạnh ở khâu “tìm” thông tin, nhưng còn hạn chế ở khâu “phân tích - kể chuyện bằng dữ liệu” trong bối cảnh tin giả, deepfake và nội dung do AI tạo ra ngày càng phức tạp..

2.2.2 Khảo sát năng lực giao tiếp và hợp tác của nhà báo truyền hình

Miền năng lực này có điểm trung bình khoảng 3,46. Các kỹ năng giao tiếp, phối hợp nội bộ qua môi trường số (nhóm Zalo, email, họp online, phân công sản xuất từ xa...) được đánh giá cao; tuân thủ đạo đức và quy tắc ứng xử khi giao tiếp trên mạng cũng là điểm mạnh. Tuy nhiên, nhà báo còn yếu ở các năng lực gắn với công chúng số: xây dựng và quản trị fanpage/kênh YouTube/TikTok, tổ chức tương tác trực tuyến, phân tích phản hồi khán giả bằng các công cụ phân tích (Meta Business Suite, Analytics...), xử lý khủng hoảng truyền thông trên nền tảng số. Nhìn chung, họ sử dụng tốt công cụ để “trao đổi trong tòa soạn” hơn là để “quản trị cộng đồng khán giả” trên không gian số.

2.2.3. Khảo sát năng lực sáng tạo nội dung số của nhà báo truyền hình

Đây là miền năng lực trung tâm, có điểm trung bình khoảng 3,43. Nhà báo truyền hình tương đối thành thạo các kỹ năng sản xuất cơ bản: quay tin/phóng sự bằng máy quay hoặc điện thoại, dựng video – âm thanh trên phần mềm chuyên dụng, tuân thủ bản quyền khi dùng tư liệu số và biên tập lại sản phẩm truyền hình để đưa lên nhiều nền tảng. Tuy nhiên, năng lực sáng tạo thuần số còn hạn chế: ít format thiết kế riêng cho mạng xã hội, kỹ năng sử dụng công cụ đồ họa/infographic, tối ưu hóa nội dung cho thuật toán từng nền tảng (YouTube, TikTok...) và ứng dụng công nghệ mới (AI, VR/AR, Big Data) trong sản xuất còn thấp. Phần lớn nội dung số hiện nay vẫn mang tính “phái sinh” từ chương trình truyền hình, chưa khai thác hết tiềm năng sáng tạo của môi trường số.

2.2.4. Khảo sát năng lực an toàn của nhà báo truyền hình

Điểm trung bình miền năng lực này khoảng 3,37. Nhà báo có ý thức khá tốt về đạo đức và an toàn trong bảo vệ nguồn tin, nhân vật, quyền riêng tư; nhận thức được một phần tác động

của công nghệ số tới sức khỏe, môi trường và có cố gắng cân bằng thời gian sử dụng thiết bị. Tuy vậy, các kỹ năng bảo mật kỹ thuật còn yếu: cài đặt và sử dụng phần mềm bảo mật, thiết lập quyền truy cập an toàn cho hệ thống lưu trữ, nhận diện – xử lý sự cố an ninh mạng, ứng phó với hành vi quấy rối, tấn công trên mạng. Trong bối cảnh tấn công mạng, đánh cắp tài khoản, vi phạm bản quyền và thao túng thông tin gia tăng, đây là “khoảng trống” đáng lo ngại trong năng lực số của nhiều nhà báo truyền hình.

2.2.5. Khảo sát năng lực giải quyết vấn đề của nhà báo truyền hình

Miền này có điểm trung bình khoảng 3,3. Nhà báo có khả năng lựa chọn và sử dụng phần mềm phù hợp, tìm hướng dẫn trực tuyến (Google, YouTube...) để khắc phục lỗi kỹ thuật và có ý thức nhất định trong việc tự đánh giá hạn chế, nhu cầu học tập. Tuy nhiên, năng lực giải quyết vấn đề theo hướng chủ động, sáng tạo còn yếu: ít thử nghiệm, ứng dụng công nghệ mới (AI, VR/AR...), kỹ năng cải tiến quy trình, tối ưu hóa công cụ cho phù hợp với workflow của bản thân và ê-kíp còn hạn chế; việc tham gia các khóa học, hội thảo nâng cao kỹ năng số chưa thật sự thường xuyên. Nói cách khác, phần đông nhà báo đang dừng ở mức “xử lý sự cố khi xảy ra”, hơn là chủ động “dự phòng, cải tiến và dẫn dắt thay đổi” trong môi trường số.

2.3. Đánh giá năng lực số của nhà báo truyền hình tại các đơn vị khảo sát

2.3.1. Ưu điểm

Khảo sát cho thấy năng lực số của nhà báo truyền hình nhìn chung ở mức trung bình - khá (3,3–3,55), đa số đạt mức “khá” - “tốt” ở các nhóm năng lực gắn với quy trình tác nghiệp truyền hình, song có sự phân hóa rõ giữa năng lực cơ bản và năng lực nâng cao.

Về ưu điểm, nền tảng năng lực số cơ bản đã hình thành tương đối vững: nhà báo sử dụng thành thạo internet, mạng xã hội để tìm kiếm thông tin, phát hiện đề tài, theo dõi dư luận; quen thuộc với quay - dựng - biên tập video, xử lý âm thanh, tác nghiệp bằng điện thoại, sản xuất trực tiếp, tường thuật hiện trường trên nền tảng số. Năng lực giao tiếp và phối hợp trên môi trường số trở thành thói quen nghề nghiệp, giúp duy trì sản xuất ngay cả khi làm việc phân tán. Ở các đơn vị đi đầu về chuyển đổi số đã xuất hiện lực lượng nhà báo tác nghiệp đa nền tảng, biết điều chỉnh định dạng, cách kể chuyện theo từng nền tảng. Thái độ đối với năng lực số nhìn chung tích cực: nhiều nhà báo ý thức đây là điều kiện sống còn, chủ động tự học, tham gia tập huấn, chia sẻ kinh nghiệm, tự đầu tư thiết bị.

2.3.2. Hạn chế

Các nhà báo truyền hình hạn chế ở các năng lực đòi hỏi chiều sâu: khoảng cách lớn giữa kỹ năng cơ bản (tìm kiếm thông tin, quay, dựng) và năng lực nâng cao như khai thác, phân tích dữ liệu, báo chí dữ liệu, trực quan hóa, kiểm chứng chuyên sâu, tối ưu nội dung theo thuật toán nền tảng; việc ứng dụng công cụ mới nhiều khi chỉ ở mức thử nghiệm. Năng lực quản trị cộng đồng số và tương tác với khán giả (thiết kế nội dung thuần số, đọc số liệu phân tích người dùng, điều phối tương tác, xử lý bình luận tiêu cực, nhận diện khủng hoảng) còn

yếu. Kỹ năng bảo đảm an toàn, an ninh số và bảo vệ bản quyền nội dung chưa đồng đều, trong khi rủi ro tin giả, deepfake, tấn công mạng, đánh cắp nội dung ngày càng gia tăng. Năng lực giải quyết vấn đề và thích ứng với đổi mới công nghệ chủ yếu dừng ở mức xử lý sự cố kỹ thuật thường ngày; khả năng chủ động đề xuất, thử nghiệm giải pháp mới còn hạn chế do áp lực khối lượng và thời gian.

CHƯƠNG 3. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NĂNG LỰC SỐ CỦA NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ BÁO CHÍ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

3.1. Ảnh hưởng của các yếu tố cá nhân đến năng lực số của nhà báo truyền hình ở Việt Nam hiện nay

3.1.1. Đặc điểm nhân khẩu - nghề nghiệp

Độ tuổi và thâm niên công tác: các nhà báo truyền hình trẻ tuổi và có thâm niên nghề nghiệp thấp hơn có xu hướng có mức năng lực số đáp ứng cao hơn, nhà báo càng lớn tuổi thì mức năng lực số tổng hợp có xu hướng đáp ứng thấp hơn.

Giới tính, trình độ học vấn và vị trí công việc: không cho thấy mối tương quan có ý nghĩa thống kê với năng lực số tổng hợp.

Như vậy, đặc điểm nhân khẩu học tạo ra sự phân hóa rõ rệt về năng lực số; nhóm trẻ, học vấn cao, làm việc gắn với nền tảng số có lợi thế hơn.

3.1.2. Nhận thức và động lực của nhà báo truyền hình

Về nhận thức, đa số nhà báo truyền hình nhóm nhận thức ở mức cao và rất cao, chiếm 78.0%. Điều này cho phép nhận định rằng nhận thức về năng lực số trong nghề báo truyền hình đã hình thành khá rõ ở đa số người trả lời, đây là điều kiện cần để chuyển hóa sang năng lực thái độ và đặc biệt là hành vi (5 miền năng lực số).

Về động lực, đa số nhà báo nhận thức rõ tính tất yếu và lợi ích của năng lực số: 33,8% nhà báo coi đó là cách “giúp làm việc tốt hơn và hiệu quả hơn”, 30,9% nhà báo thấy “cần thiết với nghề báo hiện nay”. Động lực chính đến từ: yêu cầu công việc, mong muốn không bị tụt hậu, giữ được vị thế nghề nghiệp - hơn là do “mệnh lệnh hành chính”.

Rào cản chủ yếu liên quan đến nhận thức về tính “khó sử dụng” của công nghệ: công nghệ thay đổi quá nhanh (19,7%), thiếu thời gian vì quá tải việc (22,1%), cộng với “sức ỉ”, tâm lý ngại thay đổi ở một bộ phận nhà báo, nhất là thế hệ lớn tuổi.

Như vậy, thái độ tích cực và nhận thức rõ ích lợi thúc đẩy nhà báo chủ động học có tác động tích cực đến năng lực số của nhà báo truyền hình; ngược lại, cảm giác “khó - nhanh lỗi thời - quá tải” làm giảm động lực nâng cao năng lực số.

3.1.3. Thái độ với công nghệ

Những nhà báo áp dụng công nghệ/kỹ năng mới sớm có xu hướng đạt mức năng lực số cao hơn. Ở nhóm “áp dụng sớm”, tỷ lệ “năng lực đáp ứng” và “hoàn toàn đáp ứng” chiếm tới khoảng 82,5%, trong đó riêng mức “hoàn toàn đáp ứng” đạt 29,2%. Trong khi đó, ở nhóm “áp dụng chậm”, tỷ lệ tỷ lệ “năng lực đáp ứng” và “hoàn toàn đáp ứng” chỉ khoảng 69,0%, đồng thời tỷ lệ “yếu” và “trung bình” cao hơn rõ rệt.

3.2. Ảnh hưởng của đơn vị và môi trường làm việc đến năng lực số của nhà báo truyền hình

3.2.1. Vai trò của người lãnh đạo

Lãnh đạo được nhìn nhận là yếu tố quyết định: “lãnh đạo nào, phong trào đó”. Lãnh đạo là “tác nhân đổi mới” then chốt, tạo tầm nhìn, áp lực thay đổi và không gian hỗ trợ để nhà báo phát triển năng lực số

Khảo sát cho thấy 68,7% nhà báo đánh giá cao việc lãnh đạo tiên phong, động viên áp dụng công nghệ mới; 76,6% cho rằng lãnh đạo khuyến khích và tạo điều kiện nâng cao năng lực số. Nơi lãnh đạo có tư duy số, đặt chuyển đổi số là ưu tiên chiến lược, có KPI và cơ chế thưởng cho sản phẩm số... thì năng lực số của đội ngũ tăng nhanh, sức ì giảm.

3.2.2. Chính sách, cơ chế, mô hình tổ chức

Về chính sách đào tạo, bồi dưỡng: Nhà báo truyền hình trong mẫu khảo sát có mức đào tạo năng lực số cao tập trung tỷ lệ lớn hơn ở các mức năng lực khá và năng lực tốt, trong khi nhóm đào tạo thấp chủ yếu rơi vào các mức năng lực trung bình trở xuống. Điều này khẳng định đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng số là yếu tố có liên quan chặt chẽ tới sự khác biệt về năng lực số trong mẫu khảo sát.

Về môi trường làm việc, môi trường làm việc khuyến khích đổi mới, sáng tạo có tác động thuận chiều và có ý nghĩa thống kê đến năng lực số của nhà báo truyền hình. Nhà báo làm việc trong môi trường được trao quyền đề xuất ý tưởng, được lãnh đạo ủng hộ sáng kiến, có cơ chế ghi nhận và khuyến khích thử nghiệm các phương thức làm việc mới, thì mức độ năng lực số của họ có xu hướng cao hơn. Ngược lại, ở nhóm môi trường đánh giá thấp, phần lớn nhà báo tập trung ở mức năng lực số trung bình hoặc khá, rất ít trường hợp đạt mức tốt.

Chính sách - cơ chế là cầu nối giữa “chiến lược” và “hành vi”: nếu không gắn công việc số với đánh giá, thu nhập và cơ hội nghề nghiệp, năng lực số khó được đầu tư lâu dài.

3.2.3. Hạ tầng công nghệ, thiết bị của đơn vị

Hạ tầng công nghệ, thiết bị và hệ thống hỗ trợ kỹ thuật của đơn vị truyền hình là điều kiện vật chất mang tính quyết định đối với việc phát triển năng lực số của nhà báo truyền hình. Kết quả khảo sát cho thấy có mối tương quan rất rõ: ở những đơn vị được đánh giá có hạ tầng công nghệ cao, tỷ lệ nhà báo đạt năng lực số mức “tốt” và “khá” chiếm tuyệt đại đa số, trong khi các

mức “trung bình”, “yếu” gần như không đáng kể; ngược lại, tại các đơn vị có hạ tầng thấp, năng lực số chủ yếu chỉ dừng ở mức trung bình - khá và rất ít trường hợp đạt mức tốt. Điều này khẳng định môi trường vật chất - kỹ thuật (trường quay, phòng dựng, hệ thống sản xuất, phát sóng số, phần mềm, thiết bị di động, kết nối mạng...) có vai trò then chốt, hoặc tạo cơ hội, hoặc trở thành rào cản đối với việc cập nhật, thực hành và nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình.

3.2.4. Sự khác biệt năng lực số giữa các đơn vị

Năng lực số của nhà báo truyền hình có sự khác biệt do ảnh hưởng từ các đơn vị. Các đài trung ương và đô thị lớn như Đài TP.HCM, Đài THVN, Đài Hà Nội, Báo và PT-TH Đà Nẵng có mức năng lực số trung bình cao hơn hẳn so với các Trung tâm THVN khu vực miền Trung - Tây Nguyên và TP.HCM. Nguyên nhân xuất phát từ mức độ trưởng thành chuyển đổi số ở cấp tổ chức: chiến lược số rõ ràng, hạ tầng - dữ liệu đồng bộ, mô hình tòa soạn hội tụ, cơ chế KPI - đãi ngộ gắn với sản phẩm số, môi trường khuyến khích đổi mới và chia sẻ kinh nghiệm. Trong khi đó, các trung tâm khu vực hạn chế hơn về nguồn lực, hạ tầng, cơ chế tài chính và chính sách cho sản phẩm số, khiến dù một bộ phận nhà báo có động lực cá nhân cao, năng lực số tổng thể vẫn khó đạt mức cao và phát triển bền vững.

3.3. Ảnh hưởng của các yếu tố xã hội đến năng lực số của nhà báo truyền hình

3.3.1. Nhận thức của nhà báo truyền hình về xu hướng công nghệ mới

Các yếu tố xã hội có tác động đáng kể đến năng lực số của nhà báo truyền hình.

Nhận thức của nhà báo truyền hình về xu hướng công nghệ mới có tương quan thuận rất mạnh với năng lực số, đây là nhân tố tác động mạnh nhất, đồng thời mức độ ứng dụng công nghệ mới trong công việc cũng góp phần nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình.

3.3.2. Nhận thức của nhà báo truyền hình về và sự thay đổi trong hành vi và kỳ vọng của công chúng

Nhận thức về sự thay đổi hành vi và kỳ vọng của công chúng số có tương quan thuận ở mức trung bình với năng lực số, cho thấy càng hiểu rõ công chúng chủ động, tương tác đa nền tảng, nhà báo càng phải nâng cao năng lực số trong sáng tạo nội dung, tương tác và quản trị cộng đồng số.

3.3.3. Đánh giá của nhà báo truyền hình về hành lang pháp lý, chính sách vĩ mô trong báo chí số

Đánh giá tích cực về hành lang pháp lý và chính sách vĩ mô trong báo chí số cũng có liên hệ thuận ở mức trung bình - khá với năng lực số của nhà báo truyền hình: hệ thống pháp luật rõ ràng, cập nhật, khả thi giúp giảm rủi ro, tăng động lực đổi mới và tạo điều kiện cho nhà báo mạnh dạn ứng dụng công nghệ.

Tổng hợp lại, môi trường xã hội vừa định hình không gian hành nghề, vừa trực tiếp và gián tiếp thúc đẩy hoặc kìm hãm quá trình hình thành, phát triển năng lực số của nhà báo truyền hình.

CHƯƠNG 4: NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ CÁC GIẢI PHÁP, KHUYẾN NGHỊ NÂNG CAO NĂNG LỰC SỐ CỦA NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ BÁO CHÍ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

4.1. Những vấn đề đặt ra

Luận án chỉ ra 5 nhóm vấn đề lớn tương ứng với 5 miền năng lực số:

Hạn chế về năng lực thông tin và dữ liệu trước thách thức tin giả và xu hướng báo chí dữ liệu: Nhà báo mạnh ở kỹ năng tìm kiếm (Google, mạng xã hội) nhưng yếu ở khâu phân tích, trực quan hóa dữ liệu, báo chí dữ liệu và kiểm chứng chuyên sâu trong bối cảnh tin giả, deepfake, nội dung do AI tạo ra.

Hạn chế về năng lực giao tiếp, hợp tác và quản trị cộng đồng trên nền tảng mạng xã hội: Giao tiếp nội bộ qua môi trường số tốt, nhưng giao tiếp hai chiều với công chúng số, quản trị cộng đồng, phân tích phản hồi, xử lý khủng hoảng trên nền tảng số còn hạn chế.

Hạn chế trong năng lực sáng tạo nội dung số đa nền tảng: Nắm vững kỹ năng quay – dựng cơ bản, song phần lớn nội dung số vẫn là “phái sinh” từ truyền hình; thiếu format thuần số, tối ưu thuật toán nền tảng, ứng dụng AI, VR/AR, Big Data.

Hạn chế ở năng lực bảo đảm an toàn, an ninh số và bảo vệ bản quyền trong môi trường truyền thông số: Ý thức đạo đức, bảo vệ nhân vật – nguồn tin tương đối tốt, nhưng kỹ năng bảo mật kỹ thuật, bảo vệ dữ liệu, xử lý tấn công mạng, vi phạm bản quyền số còn yếu.

Hạn chế trong năng lực giải quyết vấn đề và thích ứng với đổi mới công nghệ, chuyển đổi số trong các đơn vị truyền hình: Nhà báo chủ yếu chưa phản ứng nhanh khi gặp sự cố kỹ thuật, ít chủ động thử nghiệm, cải tiến quy trình, ứng dụng công nghệ mới, thiếu tư duy dẫn dắt thay đổi.

Những hạn chế này không chỉ do cá nhân mà còn bắt nguồn từ yếu tố tổ chức (chiến lược, cơ chế, hạ tầng) và thể chế (kinh tế báo chí số, pháp lý, chính sách hỗ trợ).

4.2. Những giải pháp nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay

4.2.1. Đối với nhà báo truyền hình

Xây dựng tư duy học tập suốt đời, coi cập nhật công nghệ là nhiệm vụ thường xuyên. Tự xây dựng kế hoạch phát triển năng lực số cá nhân dựa trên 5 miền năng lực (thông tin – dữ liệu, giao tiếp số, sáng tạo nội dung, an toàn, giải quyết vấn đề). Chủ động học và thực hành các công cụ mới (Mobile journalism, phần mềm dựng, đồ họa, công cụ fact-check, AI hỗ trợ nội dung...) và rèn tư duy kể chuyện đa nền tảng. Xây dựng thương hiệu cá nhân chuyên nghiệp, có trách nhiệm trên mạng xã hội, gắn với uy tín cơ quan báo chí.

4.2.2. Đối với cơ quan báo chí truyền hình

Xây dựng chiến lược chuyển đổi số lấy con người làm trung tâm, năng lực số là trụ cột

ngang với hạ tầng công nghệ. Tái cấu trúc tòa soạn theo mô hình hội tụ, tổ chức sản xuất “một nguồn - nhiều định dạng - đa nền tảng”; làm rõ vai trò, trách nhiệm, đường đi của sản phẩm số. Thiết kế chương trình đào tạo - bồi dưỡng nội bộ có hệ thống, phân tầng theo đối tượng (phóng viên, biên tập viên, lãnh đạo); chú trọng nội dung báo chí dữ liệu, quản trị nền tảng số, an toàn số. Hoàn thiện cơ chế đãi ngộ, KPI, nhuận bút riêng cho sản phẩm số, gắn hiệu quả nội dung số với đánh giá, thu nhập, cơ hội thăng tiến; khuyến khích sáng tạo format thuần số.

4.2.3. Đối với cơ sở đào tạo, bồi dưỡng báo chí

Điều chỉnh chương trình & phương pháp giảng dạy theo khung năng lực số; tích hợp kỹ năng số vào hầu hết học phần chuyên ngành. Nâng cao năng lực số cho giảng viên thông qua tập huấn, thực tế tại tòa soạn, hợp tác với doanh nghiệp công nghệ. Tăng cường hợp tác với cơ quan báo chí: đồng thiết kế học phần, tổ chức thực tập, thực hành thực chất, mời nhà báo và nhà quản lý từ các cơ quan báo chí tham gia giảng dạy.

4.2.4. Đối với cơ quan quản lý nhà nước

Xây dựng chuẩn năng lực số quốc gia cho nhà báo, làm khung tham chiếu cho tuyển dụng, đánh giá, đào tạo, bồi dưỡng. Hoàn thiện cơ chế kinh tế và pháp lý cho báo chí số: cơ chế tài chính cho sản phẩm số, bảo vệ bản quyền nội dung báo chí trên mạng, luật hóa trách nhiệm nền tảng. Tổ chức chương trình bồi dưỡng năng lực số quy mô quốc gia cho nhà báo, đặc biệt về báo chí dữ liệu, AI, an toàn số, quản trị nền tảng.

4.3. Một số khuyến nghị về nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay

4.3.1. Đối với cơ quan báo chí truyền hình

Xây dựng lộ trình nâng cao năng lực số gắn với từng vị trí việc làm (phóng viên, BTV, quay phim, đạo diễn, BTV số...).

Với từng đơn vị khảo sát (VTV, HTV, Đài Hà Nội, Báo & PT-TH Đà Nẵng, VTV8, VTV9...), luận án khuyến nghị cụ thể về: Ưu tiên đào tạo báo chí dữ liệu, AI, quản trị nền tảng; Hoàn thiện tổ chức tòa soạn hội tụ, nhóm hạt nhân số; Đầu tư hạ tầng lưu trữ – phân tích dữ liệu, CMS/MAM, thiết bị sản xuất báo chí di động; Cơ chế KPI, nhuận bút riêng cho sản phẩm số.

4.3.2. Đối với cơ sở đào tạo

Xây dựng hoặc củng cố các học phần/chuyên ngành về: Báo chí số, báo chí dữ liệu; Sản xuất video đa nền tảng, báo chí di động, Quản trị nội dung và phân tích dữ liệu khán giả; Áp dụng mô hình tòa soạn hội tụ, tổ chức các dự án thực hành trên nền tảng.

4.3.3. Đối với cơ quan quản lý nhà nước

Hoàn thiện chính sách hỗ trợ chuyển đổi số báo chí (Đơn giản hóa thủ tục đầu tư công nghệ; Chuẩn hóa năng lực số đội ngũ nhà báo thông qua: chuẩn nghề nghiệp, yêu cầu bồi dưỡng thường xuyên, liên thông kết quả bồi dưỡng vào công tác bổ nhiệm, thi nâng ngạch, xét danh hiệu.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ, báo chí truyền hình đứng trước cả cơ hội và thách thức. Công nghệ số làm thay đổi cách sản xuất, phân phối, kinh doanh nội dung và buộc phải xác lập lại chuẩn năng lực nghề nghiệp. Nhà báo truyền hình không thể chỉ dựa vào quy trình truyền thống mà phải sở hữu năng lực số toàn diện để tồn tại và phát triển trong môi trường truyền thông đa nền tảng, cạnh tranh gay gắt. Luận án “Năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay” được thực hiện nhằm lý giải có hệ thống vấn đề này và đề xuất giải pháp nâng cao năng lực số cho đội ngũ nhà báo truyền hình.

Về lý luận, luận án: Làm rõ các khái niệm then chốt, kế thừa các khung năng lực số quốc tế (đặc biệt DigComp) và đề xuất các tiêu chí đánh giá năng lực số cho nhà báo truyền hình Việt Nam với 5 miền: Thông tin & Dữ liệu, Giao tiếp & Hợp tác, Sáng tạo nội dung số, An toàn, Giải quyết vấn đề, gồm 50 tiêu chí thành phần; Vận dụng kết hợp hai lý thuyết Khuếch tán sự đổi mới (DOI) và Chấp nhận công nghệ (TAM) để phân tích năng lực số trong quan hệ giữa cá nhân - tổ chức - môi trường xã hội.

Về thực tiễn, từ khảo sát tại 6 cơ quan truyền hình và phỏng vấn sâu, kết quả khảo sát cho thấy năng lực số của nhà báo truyền hình ở mức khá nhưng phân hóa rõ: Kỹ năng cơ bản (tìm kiếm thông tin, dùng mạng xã hội, quay - dựng) khá tốt; Năng lực chuyên sâu (báo chí dữ liệu, kiểm chứng nâng cao, phân tích khán giả số, sáng tạo format thuần số) còn hạn chế; Nhà báo mạnh ở “tìm” nhưng yếu ở “kể chuyện bằng dữ liệu”, giao tiếp nội bộ tốt nhưng còn lúng túng với công chúng số, ít chủ động thử nghiệm công nghệ mới;

Các yếu tố ảnh hưởng được chỉ ra ở ba cấp độ: (1) Cá nhân: tuổi, thâm niên nghề nghiệp, thái độ, thói quen tự học. (2) Tổ chức: chiến lược, văn hóa, cơ chế, hạ tầng. (3) Xã hội: công nghệ, hành vi công chúng, pháp lý, kinh tế báo chí.

Trên cơ sở đó, luận án đề xuất hệ thống giải pháp và khuyến nghị:

Đối với nhà báo: xây dựng tư duy số, coi năng lực số là năng lực cốt lõi, hình thành thói quen học tập suốt đời, chủ động cập nhật công nghệ, nâng cao đủ 5 miền năng lực.

Đối với cơ quan báo chí truyền hình: xây dựng chiến lược chuyển đổi số lấy con người làm trung tâm, tái cấu trúc tòa soạn hội tụ, đầu tư đào tạo nội bộ, tạo văn hóa đổi mới, áp dụng KPI và đãi ngộ gắn với sản phẩm số.

Đối với cơ sở đào tạo báo chí: đổi mới chương trình theo hướng tích hợp sâu năng lực số, nâng cao năng lực số cho giảng viên, tăng hợp tác thực chất với tòa soạn.

Đối với cơ quan quản lý nhà nước: xây dựng chuẩn năng lực số quốc gia cho nhà báo, hoàn thiện pháp lý và cơ chế tài chính cho báo chí số, tổ chức các chương trình bồi dưỡng năng lực số quy mô quốc gia.

Luận án có những đóng góp nhất định về cơ sở lý luận (khung khái niệm, khung năng lực) và thực tiễn (thực trạng năng lực số của các nhà báo truyền hình, yếu tố tác động, hệ thống giải pháp). Tuy nhiên, luận án cũng có những giới hạn: phạm vi khảo sát mới tập trung ở một số đài lớn (Hà Nội, Đà Nẵng, TP.HCM), đo lường chủ yếu bằng tự đánh giá, chưa kết hợp sâu với kiểm tra thực hành và phân tích sản phẩm; bối cảnh công nghệ thay đổi nhanh, có thể tạo ra yêu cầu năng lực mới mà luận án chưa bao quát hết. Từ đó mở ra các hướng nghiên cứu tiếp theo về mở rộng đối tượng khảo sát, xây dựng bộ công cụ đánh giá năng lực kết hợp lý thuyết - thực hành - sản phẩm, và nghiên cứu chuyên sâu hơn về tác động của AI đối với nghề báo truyền hình.

Kết luận, luận án khẳng định: nâng cao năng lực số cho nhà báo truyền hình là điều kiện tiên quyết để báo chí truyền hình Việt Nam không chỉ thích ứng mà còn có thể dẫn dắt trong kỷ nguyên số. Năng lực số không chỉ là “biết dùng công nghệ”, mà là cơ hội mở rộng biên độ sáng tạo, tăng ảnh hưởng xã hội và làm mới các giá trị nghề báo truyền thống. Để hiện thực hóa các khuyến nghị, cần sự vào cuộc đồng bộ, lâu dài, có chiến lược của Nhà nước, cơ quan báo chí, cơ sở đào tạo và từng nhà báo, hướng tới một nền báo chí truyền hình hiện đại, nhân văn, cạnh tranh cao trong thời đại số.

**DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ
LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI**

1. Nguyễn Thị Thu Trà (2022), *Hoạt động quảng bá chương trình truyền hình*, Tạp chí Lý luận chính trị và truyền thông, số tháng 11-2022.
2. Nguyễn Thị Thu Trà (2024), *Sử dụng mạng xã hội để thực hiện bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trong bối cảnh chuyển đổi số ở Việt Nam hiện nay*, Hội thảo Quốc gia Chuyển đổi số trong công tác tư tưởng, lý luận, do Học viện Báo chí và Tuyên truyền, NXB Chính trị Quốc gia Sự thật, Học viện Cảnh sát Nhân dân.
3. Nguyễn Thị Thu Trà (2024), *Sử dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo trong sản xuất chương trình truyền hình*, tháng 10-2024
4. Đinh Thị Thu Hằng - Nguyễn Thị Thu Trà (2025), *Bản lĩnh của nhà báo trong đấu tranh chống tin giả, thông tin xấu độc, góp phần bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng*, Tạp chí Lý luận chính trị và truyền thông, số tháng 2-2025.
5. Nguyễn Thị Thu Trà (2025), *Nâng cao năng lực số của nhà báo - lực lượng nòng cốt trên mặt trận tư tưởng, lý luận trong bối cảnh chuyển đổi số*, Hội thảo khoa học cấp Bộ Đổi mới công tác tư tưởng, lý luận trong bối cảnh chuyển đổi số, Học viện Báo chí và Tuyên truyền
6. Nguyễn Thị Thu Trà (2025), *Tiếp cận nghiên cứu quốc tế về năng lực số của nhà báo*, Tạp chí Lý luận chính trị, số tháng 11-2025
7. Nguyễn Thị Thu Trà (2025), *Những biểu hiện của chuyển đổi số báo chí và yêu cầu nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình ở Việt Nam hiện nay*, Tạp chí điện tử Lý luận chính trị và truyền thông, tháng 12-2025.
8. Nguyễn Thị Thu Trà (2026), *Vai trò của năng lực số đối với nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí*, Tạp chí điện tử Lý luận chính trị, tháng 2-2026.