

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH  
HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

LƯƠNG ĐÔNG SƠN

**TỔ CHỨC SẢN XUẤT VÀ SÁNG TẠO NỘI DUNG  
TRUYỀN HÌNH ĐA NỀN TẢNG**

*Ngành : Báo chí học*

*Mã số : 9 32 01 01*

**TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ BÁO CHÍ HỌC**

**HÀ NỘI - 2024**

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

***Người hướng dẫn khoa học:* 1. PGS,TS. Đinh Thị Thúy Hằng  
2. TS. Vũ Tuấn Anh**

***Phản biện 1:***

***Phản biện 2:***

***Phản biện 3:***

**Luận án được bảo vệ tại Hội đồng chấm luận án cấp Học viện, họp tại  
Học viện Báo chí và Tuyên truyền**

Vào hồi ....., ngày ..... tháng ..... năm 2024.

**Có thể tìm hiểu luận án tại Thư viện Quốc gia  
và Thư viện Học viện Báo chí và Tuyên truyền**

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong kỷ nguyên số, báo chí nói chung và truyền hình nói riêng đang trải qua một quá trình chuyển đổi mạnh mẽ, với sự thay đổi toàn diện trong cách thức sản xuất, phân phối và tiếp cận nội dung. Các nền tảng trực tuyến, mạng xã hội và ứng dụng di động đã tạo ra những tác động sâu sắc lên ngành truyền hình, buộc các cơ quan báo chí và đài truyền hình phải điều chỉnh để thích ứng với môi trường truyền thông đa nền tảng.

Quá trình chuyển đổi này bắt nguồn từ sự phát triển mạnh mẽ của internet và công nghệ số từ cuối thập niên 1990, mở ra các kênh phân phối mới, làm thay đổi cách tiếp cận thông tin của công chúng. Khi Web 2.0 xuất hiện và nay là Web 3.0, với nội dung do người dùng tạo ra và sự bùng nổ của mạng xã hội, khả năng kiểm soát phân phối nội dung của các đài truyền hình truyền thống dần suy yếu. Cùng với đó, sự ra đời của điện thoại thông minh và máy tính bảng đã mang đến khả năng truy cập nội dung truyền hình ở mọi nơi, mọi lúc, làm cho việc tiêu thụ nội dung trở nên cá nhân hóa hơn. Đồng thời, các dịch vụ phát trực tuyến như Netflix hay Amazon Prime đã đáp ứng nhu cầu đa dạng của khán giả, khiến lượng người xem truyền hình truyền thống giảm sút đáng kể.

Sự chuyển đổi này không chỉ phản ánh xu hướng phát triển công nghệ mà còn thể hiện sự thay đổi trong cách người dùng tiếp cận và tương tác với nội dung báo chí, từ thụ động sang chủ động, từ một chiều sang đa chiều.

Theo nghiên cứu của Statista, năm 2021, khoảng 60,5 triệu người tại Việt Nam xem tivi, chiếm 65,8% dân số. Tuy nhiên, dự kiến số người xem truyền hình sẽ giảm dần do sự tăng trưởng của các dịch vụ streaming. Năm 2022, có khoảng 46,5 triệu người Việt Nam sử dụng các dịch vụ streaming, tương đương với 51% dân số và con số này dự kiến sẽ tăng lên 58,5 triệu vào năm 2025, tương đương với 64% dân số. [113] Điều này phản ánh xu hướng toàn cầu khi số lượng thuê bao phát trực tuyến dự kiến vượt 1,5 tỷ hộ gia đình vào năm 2025.

Hành vi tiếp nhận nội dung của khán giả, đặc biệt là giới trẻ, cũng đang thay đổi đáng kể. Họ ưu tiên khả năng tùy chỉnh nội dung và tính di động khi tiếp nhận nội dung. Trong năm 2022, chỉ có 39% người trẻ từ 10 đến 20 tuổi xem TV ít nhất 1 giờ mỗi ngày, giảm 20% so với năm 2021. Ngược lại, thời gian xem video trực tuyến của họ tăng lên 3,2 giờ mỗi

ngày [84]. Những thay đổi này đã thúc đẩy các đài truyền hình hàng đầu thế giới đầu tư vào đa nền tảng, như NBCUniversal với mục tiêu làm cho nội dung của mình có thể truy cập trên mọi thiết bị và BBC đã cải tổ mô hình đặt hàng theo hướng "đặt hàng 360", tích hợp trực tuyến, di động và phát sóng.

Tại Việt Nam, ngành truyền hình đang phải đối mặt với những thách thức từ sự bùng nổ của các dịch vụ truyền hình trên internet (OTT TV) và các nền tảng số khác. Điều này đặt ra yêu cầu cấp bách cho các đài truyền hình, đặc biệt là VTV, trong việc chuyển đổi và tái cấu trúc tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung nhằm thích ứng với môi trường truyền thông mới. VTV, với vai trò là đài truyền hình quốc gia, có một kho nội dung phong phú đã được lưu trữ qua nhiều năm, đồng thời xây dựng được thương hiệu gắn liền với các giá trị văn hóa và xã hội. Tuy nhiên, sự cạnh tranh ngày càng gay gắt từ các đối thủ như Viettel, VNPT và các dịch vụ OTT quốc tế, cùng với sự thay đổi trong hành vi tiếp nhận của khán giả, đặc biệt là thế hệ trẻ, đã đặt ra những thách thức mới.

Một trong những thách thức lớn của VTV là thiếu một chiến lược rõ ràng và một bộ phận chuyên trách về truyền thông số. Dù đã có những bước đi đầu tiên như phát triển thành công ứng dụng VTGo và Báo điện tử VTV News, hay có một kho dữ liệu hàng chục ngàn giờ đã được số hoá nhưng doanh thu của VTV vẫn suy giảm hàng năm.

Trước những thách thức và cơ hội này, việc nghiên cứu về **"Tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng"** tại Việt Nam nói chung và VTV nói riêng trở nên cấp thiết. Luận án sẽ hệ thống hoá và phát triển lý thuyết, lý luận về tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng. Đồng thời, luận án nghiên cứu và đánh giá thực trạng tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng ở Việt Nam, từ đó đề xuất định hướng, giải pháp tối ưu hóa và nâng cao chất lượng tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng ở Việt Nam trong thời gian tới.

Nghiên cứu này không chỉ có ý nghĩa đối với VTV mà còn đóng góp quan trọng vào lĩnh vực truyền hình tại Việt Nam, khi cung cấp các mô hình và phương pháp luận mới cho việc tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung trong môi trường đa nền tảng. Đồng thời, kết quả nghiên cứu cũng có thể trở thành tài liệu tham khảo hữu ích cho các đài truyền hình khác, các cơ quan quản lý báo chí và các cơ sở đào tạo, nghiên cứu.

## **2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu**

### **2.1. Mục đích**

Nghiên cứu những vấn đề lý luận và thực tiễn về tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng, từ đó đề xuất định hướng, giải pháp tối ưu hóa tổ chức sản xuất nội dung truyền hình đa nền tảng tại

Đài Truyền hình Việt Nam nói riêng và các đài truyền hình tại Việt Nam nói chung.

## **2.2. Nhiệm vụ**

*Một là*, tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan đến luận án, từ đó đưa ra những nhận định về kết quả đã đạt được, kế thừa các giá trị của những công trình này và chỉ ra các vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu.

*Hai là*, phân tích và làm rõ những vấn đề lý luận về tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng.

*Ba là*, phân tích thực trạng, khái quát những vấn đề đặt ra đối với tổ chức và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng trong bối cảnh hiện nay tại Đài Truyền hình Việt Nam.

*Bốn là*, đề xuất và luận giải cơ sở khoa học cho các định hướng và giải pháp nhằm tối ưu hóa việc tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng trong giai đoạn hiện nay.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

### **3.1. Đối tượng nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu của luận án là tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng của Đài Truyền hình Việt Nam trong việc thích ứng với môi trường truyền thông kỹ thuật số đa nền tảng ngày càng phát triển hiện nay.

### **3.2. Phạm vi nghiên cứu**

#### **3.2.1. Về nội dung, không gian nghiên cứu**

Nghiên cứu tập trung vào quá trình tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung tại Đài Truyền hình Việt Nam, với trọng tâm là những bước, những giai đoạn của quá trình tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung trên đa nền tảng.

#### **3.2.2. Về thời gian nghiên cứu**

Thời gian nghiên cứu từ năm 2020 đến năm 2024 vì đây là thời điểm đánh dấu sự chuyển đổi mạnh mẽ của VTV trong việc ứng dụng công nghệ số và phát triển các nền tảng truyền hình đa dạng. Các giải pháp đề xuất trong nghiên cứu có ý nghĩa vận dụng đến năm 2030.

## **4. Câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu của luận án**

### **4.1. Câu hỏi nghiên cứu**

**Câu hỏi 1:** Tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng là gì?

1.1. Khái niệm truyền hình, đa nền tảng, truyền hình đa nền tảng và tổ chức sản xuất truyền hình đa nền tảng được định nghĩa và phân biệt ra sao?

1.2. Những vai trò, đặc điểm và nguyên tắc cơ bản nào chi phối tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung trong môi trường truyền hình đa nền tảng?

1.3. Quy trình tổ chức sản xuất truyền hình đa nền tảng đòi hỏi các yếu tố nào về mô hình tổ chức, nguồn nhân lực, hạ tầng kỹ thuật và kế hoạch tài chính?

1.4. Trong quy trình sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng, các hoạt động sản xuất, chuyển đổi, phân phối và tương tác với khán giả được thực hiện như thế nào?)

**Câu hỏi 2:** Những thách thức và cơ hội trong việc sáng tạo nội dung truyền hình trên nhiều nền tảng tại Đài Truyền hình Việt Nam hiện nay là gì?

(2.1. Bộ máy tổ chức theo mô hình truyền thống tại VTV hiện nay tác động như thế nào đến khả năng sản xuất và sáng tạo nội dung đa nền tảng?

2.2. Đài Truyền hình Việt Nam đang đối mặt với những khó khăn nào về bộ máy tổ chức và nguồn nhân lực trong việc sản xuất nội dung đa nền tảng?

2.3. Những hạn chế về công nghệ và kỹ thuật hiện nay ảnh hưởng như thế nào đến chất lượng sản xuất nội dung truyền hình đa nền tảng của VTV?)

**Câu hỏi 3:** Những giải pháp nào giúp nâng cao chất lượng và hiệu quả của quá trình sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng tại Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế và cạnh tranh ngày càng gay gắt?

(3.1. Những xu hướng phát triển chính của truyền hình đa nền tảng trên thế giới và Việt Nam trong thời gian tới là gì? 3.2. Các định hướng cần thiết nào về nghiên cứu phát triển nội dung, cơ sở hạ tầng kỹ thuật số và khung pháp lý để tối ưu hóa sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng?

3.3. Các cơ quan báo chí cần thực hiện những giải pháp gì về tổ chức bộ máy, hạ tầng kỹ thuật, nguồn nhân lực và hợp tác phát triển để nâng cao hiệu quả sản xuất nội dung đa nền tảng? 3.4. Nhà báo, phóng viên cần những giải pháp nào để nâng cao năng lực sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng trong bối cảnh số hóa?)

## **4.2. Giả thiết nghiên cứu của luận án**

### **Giả thuyết 1:**

Tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng là quá trình lập kế hoạch, điều phối và quản lý hoạt động sản xuất nội dung để phân phối trên nhiều nền tảng khác nhau. Hoạt động này mang vai trò quan trọng trong việc đáp ứng nhu cầu thông tin đa dạng của công chúng, tăng hiệu quả kinh tế và xây dựng cộng đồng người dùng, với các đặc điểm về tính thời sự, lan truyền thông tin nhanh, đa dạng nội dung và tương tác cao. Quy trình tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung đòi hỏi sự kết hợp đồng bộ của các yếu tố về mô hình, nguồn nhân lực đa kỹ năng, cơ sở hạ tầng hiện đại và kế hoạch tài chính hiệu quả, cùng với việc thực hiện chuỗi hoạt động từ sản xuất, chuyển đổi, phân phối đến tương tác với khán giả, nhằm tối ưu hóa nội dung cho từng nền tảng cụ thể.

**Giả thuyết 2:** Các thách thức trong việc sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng tại VTV hiện nay bao gồm bộ máy tổ chức vẫn còn mang tính truyền thống với quy trình phê duyệt phức tạp, nguồn nhân lực chưa đáp ứng đủ yêu cầu về nghiệp vụ báo chí và kỹ năng công nghệ, cùng việc sử dụng

thiết bị cũ lạc hậu và thiếu đồng bộ trong quản lý kỹ thuật. Tuy nhiên, VTV cũng có những cơ hội lớn khi đã xây dựng được hệ thống truyền thông đa nền tảng với lượng người dùng đáng kể. Nếu tận dụng tốt những cơ hội này, cùng với việc cải tiến mô hình tổ chức theo hướng tinh gọn, đầu tư phát triển nguồn nhân lực đa kỹ năng và hiện đại hóa hệ thống công nghệ, VTV có thể nâng cao hiệu quả sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khán giả trong thời đại số.

**Giả thuyết 3:** Để nâng cao chất lượng và hiệu quả sản xuất, sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng tại Việt Nam cần thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp dựa trên xu hướng phát triển của ngành trong nước và quốc tế. Các giải pháp này bao gồm việc hoàn thiện định hướng về nghiên cứu phát triển nội dung sáng tạo, nâng cấp cơ sở hạ tầng kỹ thuật số và hoàn thiện khung pháp lý. Đồng thời, các cơ quan báo chí cần tập trung vào tổ chức bộ máy tinh gọn, hiện đại hóa hạ tầng kỹ thuật, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và đẩy mạnh hợp tác với các đối tác công nghệ. Song song với đó, đội ngũ nhà báo, phóng viên cần không ngừng nâng cao kỹ năng công nghệ, sáng tạo nội dung chất lượng và tăng cường tương tác với công chúng. Sự kết hợp này sẽ giúp nâng cao năng lực cạnh tranh của truyền hình Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

## **5. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu**

### **5.1. Cơ sở lý luận**

Luận án dựa trên quan điểm của chủ nghĩa Mác – Lê nin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, quan điểm của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về phát triển báo chí nói chung, truyền hình và truyền hình đa nền tảng, tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng nói riêng.

Luận án tiếp cận mục tiêu và các nội dung nghiên cứu dựa trên lý luận báo chí về đặc điểm, vai trò, nguyên tắc của tổ chức sản xuất cho truyền hình và truyền hình đa nền tảng. Trong đó, lý thuyết về tổ chức sản xuất, truyền hình đa nền tảng và tổ chức sản xuất cho truyền hình đa nền tảng được nhấn mạnh, đòi hỏi các chủ thể tham gia tại các cơ quan báo chí truyền hình phải xây dựng và tuân thủ. Ba nhóm lý thuyết nền tảng mà luận án sử dụng để triển khai khung lý thuyết bao gồm: lý thuyết về báo chí truyền hình, lý thuyết tổ chức sản xuất, lý thuyết tổ chức sản xuất cho truyền hình đa nền tảng.

### **5.2. Phương pháp nghiên cứu**

Trong quá trình nghiên cứu, luận án sử dụng các phương pháp nghiên cứu chủ yếu sau:

#### **5.2.1. Phương pháp nghiên cứu định tính**

Để đảm bảo tính toàn diện và chiều sâu của nghiên cứu, luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính với hai kỹ thuật chính là phỏng vấn sâu và

quan sát tham dự. Việc kết hợp hai kỹ thuật này giúp thu thập dữ liệu đa chiều, vừa có được thông tin chi tiết từ góc nhìn của người trong cuộc, vừa có cái nhìn thực tế về hoạt động sản xuất nội dung đa nền tảng tại VTV.

#### *5.2.1.1. Phỏng vấn sâu*

Nghiên cứu tiến hành phỏng vấn sâu 10 đối tượng, bao gồm 5 lãnh đạo cấp trưởng/phó các đơn vị sản xuất nội dung số và 5 phóng viên sản xuất nội dung. Việc lựa chọn đối tượng phỏng vấn dựa trên các tiêu chí: có ít nhất 5 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực truyền hình đa nền tảng, đang đảm nhiệm vị trí quản lý hoặc chuyên môn cao, và có đóng góp quan trọng trong quá trình chuyển đổi số của VTV.

Nội dung phỏng vấn tập trung vào ba nhóm vấn đề chính: (1) Đánh giá thực trạng tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung đa nền tảng, (2) Phân tích khó khăn, thách thức trong quá trình chuyển đổi số, và (3) Đề xuất định hướng phát triển và giải pháp. Mỗi nhóm vấn đề được thiết kế các câu hỏi mở, cho phép người được phỏng vấn tự do bày tỏ quan điểm và chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn.

Các cuộc phỏng vấn được thực hiện trong khoảng thời gian từ tháng 3/2024 đến tháng 8/2024, với hình thức linh hoạt có thể là trực tiếp hoặc online tùy theo điều kiện của người được phỏng vấn. Mỗi cuộc phỏng vấn kéo dài từ 45 đến 60 phút, được ghi âm (với sự đồng ý của người được phỏng vấn) và sau đó được biên tập thành văn bản để phân tích.

#### *5.2.1.2. Quan sát tham dự*

Nghiên cứu sinh tiến hành quan sát tham dự tại các đơn vị sản xuất nội dung của VTV trong thời gian 6 tháng, từ tháng 9/2023 đến tháng 3/2024. Đối tượng quan sát bao gồm ba khía cạnh chính: quy trình sản xuất nội dung đa nền tảng, hoạt động của các phòng/ban liên quan đến sản xuất nội dung số, và cách thức vận hành các nền tảng số như VTGo, VTV News.

Trong quá trình quan sát, nghiên cứu sinh tham gia trực tiếp vào các hoạt động sản xuất nội dung, từ đó có thể ghi nhận chi tiết về quy trình làm việc, cách thức phối hợp giữa các bộ phận, và những khó khăn thách thức trong thực tế. Việc ghi chép được thực hiện thường xuyên và chi tiết thông qua nhật ký quan sát, trong đó mô tả cụ thể các hoạt động, tình huống và phản ứng của các bên liên quan.

Kết quả thu được từ hai kỹ thuật nghiên cứu định tính này sẽ được phân tích một cách có hệ thống theo các chủ đề nghiên cứu của luận án.

#### *5.2.2. Phương pháp nghiên cứu định lượng*

Để bổ trợ cho phương pháp nghiên cứu định tính và tăng tính khách quan, tin cậy của kết quả nghiên cứu, luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng thông qua việc điều tra bằng bảng hỏi và phân tích dữ liệu thống kê. Hai hình thức này giúp thu thập và xử lý dữ liệu một cách có hệ



thống, từ đó đưa ra những kết luận mang tính định lượng về thực trạng tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng tại VTV.

#### *5.2.2.1. Điều tra bằng bảng hỏi*

Nghiên cứu tiến hành khảo sát với quy mô mẫu là 200 người, tập trung vào đối tượng là phóng viên và biên tập viên đang làm việc tại các đơn vị khác nhau của VTV. Việc lựa chọn đối tượng khảo sát này xuất phát từ vai trò quan trọng của họ trong quá trình sản xuất và sáng tạo nội dung, đồng thời họ cũng là những người trực tiếp trải nghiệm và chịu tác động của quá trình chuyển đổi số trong hoạt động báo chí.

Nội dung khảo sát được thiết kế bao quát bốn khía cạnh chính: đánh giá về mô hình tổ chức sản xuất hiện tại, thực trạng ứng dụng công nghệ trong sản xuất nội dung, khó khăn và thách thức trong sản xuất nội dung đa nền tảng, cũng như nhu cầu đào tạo và phát triển kỹ năng. Các câu hỏi được xây dựng theo thang đo Likert 5 mức độ, giúp đo lường chính xác mức độ đánh giá của người được khảo sát về từng vấn đề.

Khảo sát được thực hiện thông qua hình thức online sử dụng Google Forms, tạo thuận lợi cho việc thu thập và tổng hợp dữ liệu. Kết quả khảo sát sau đó được xử lý bằng các phương pháp toán thống kê để đưa ra những nhận định khách quan về thực trạng nghiên cứu.

#### *5.2.2.2. Phân tích dữ liệu thống kê*

Song song với điều tra bằng bảng hỏi, nghiên cứu tiến hành thu thập và phân tích các dữ liệu thống kê từ nhiều nguồn khác nhau. Cụ thể, nghiên cứu tập trung vào ba nhóm dữ liệu chính: báo cáo tài chính của VTV giai đoạn 2018-2023, các số liệu về hoạt động trên không gian số tại Việt Nam, và các báo cáo dự báo xu hướng phát triển của truyền hình đa nền tảng trên thế giới và Việt Nam.

Việc xử lý dữ liệu được thực hiện thông qua ba phương pháp chính: thống kê mô tả để có cái nhìn tổng quan về các chỉ số, phân tích xu hướng để dự báo sự phát triển trong tương lai, và so sánh đánh giá để đưa ra những nhận định về mức độ phát triển của VTV trong bối cảnh chung của ngành truyền hình.

Kết quả từ phương pháp nghiên cứu định lượng sẽ được tổng hợp và phân tích cùng với kết quả nghiên cứu định tính, tạo nên bức tranh toàn diện về thực trạng tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng tại VTV. Từ đó, luận án có cơ sở khoa học vững chắc để đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm tối ưu hóa hoạt động này trong thời gian tới.

### **5.2.3. Phương pháp nghiên cứu lý thuyết**

#### *5.2.3.1 Nghiên cứu tài liệu*

Được sử dụng để phân tích, tổng hợp, hệ thống hóa, khái quát hóa các tài liệu khoa học, các văn bản của Đảng và Nhà nước làm cơ sở lý luận cho

việc nghiên cứu của luận án. Kỹ thuật nghiên cứu tài liệu còn được sử dụng khi nghiên cứu các tài liệu khoa học nhằm tổng quan tình hình nghiên cứu và những vấn đề lý luận của đề tài luận án.

#### 5.2.3.2. Phân tích và tổng hợp

Được sử dụng trong phân tích các tài liệu lý luận về các chủ đề liên quan với đề tài luận án dưới những cách tiếp cận khác nhau, trên cơ sở đó tổng hợp vấn đề để xây dựng khung lý thuyết làm công cụ cho việc triển khai đề tài luận án. Kỹ thuật này còn được sử dụng để phân tích các số liệu điều tra bằng bảng hỏi, qua đó nhận biết về thực trạng tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng tại các cơ sở được chọn làm mẫu nghiên cứu.

#### 5.2.3.3. Lịch sử và logic

Kỹ thuật logic được sử dụng để phát hiện ra những vấn đề mang tính phổ quát, tính qui luật, tính nguyên tắc của quá trình tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng. Kỹ thuật lịch sử được sử dụng khi tổng quan tình hình nghiên cứu hay khi nghiên cứu quá trình phát triển của truyền hình đa nền tảng cũng như quá trình tổ chức sản xuất, sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng.

5.2.3.4. Quy nạp và diễn dịch: được sử dụng để liên kết những quan điểm, quan niệm riêng lẻ, rời rạc, độc lập, ngẫu nhiên về những vấn đề có liên quan đến đề tài luận án, từ đó đưa ra các khái niệm, quan niệm chung, tổng thể phù hợp với đề tài nghiên cứu.

Kết quả phỏng vấn sâu sẽ được mã hoá và tổng hợp thành báo cáo trong phần phụ lục của Luận án.

### 6. Đóng góp mới về khoa học của luận án

*Một là*, tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan đến luận án, đưa ra nhận định về các kết quả nghiên cứu, kế thừa giá trị từ các công trình này và chỉ ra những vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu.

*Hai là*, phân tích và làm rõ các khái niệm cơ bản liên quan đến truyền hình đa nền tảng, tổ chức sản xuất, sáng tạo nội dung, tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng; phân tích vai trò, đặc điểm, nguyên tắc của tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng, các điều kiện cần thiết để thực hiện quá trình này.

*Ba là*, phân tích thực trạng và khái quát những vấn đề đặt ra đối với việc tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng tại các cơ quan báo chí truyền hình.

*Bốn là*, đề xuất và luận giải cơ sở khoa học cho các định hướng, giải pháp nhằm tối ưu hóa tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng trong thời gian tới.

### 7. Ý nghĩa của luận án

### **7.1. Ý nghĩa lý luận**

Luận án cung cấp một cái nhìn toàn diện về quá trình chuyển đổi của ngành truyền hình. Đặc biệt, các kết quả nghiên cứu của luận án giải thích cách truyền hình đã phát triển từ hình thức truyền thống, tập trung vào phát sóng qua các kênh cố định, đến hình thức đa nền tảng hiện đại, nơi người dùng có thể tiếp nhận nội dung trên nhiều thiết bị và dịch vụ.

Luận án còn đề cập đến các yêu cầu cần thiết đáp ứng yêu cầu của thị trường truyền hình đa nền tảng trong bối cảnh phát triển nhanh chóng của công nghệ số. Điều này bao gồm việc tổ chức quy trình làm việc, tổ chức cơ sở hạ tầng và việc tận dụng các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo (AI), đám mây và tổ chức nội dung phù hợp với môi trường đa nền tảng.

### **7.2. Ý nghĩa thực tiễn**

- Kết quả nghiên cứu của đề tài luận án là tài liệu tham khảo hữu ích cho các đài truyền hình, đặc biệt là Đài Truyền hình Việt Nam, trong việc hoạch định chiến lược sản xuất nội dung đa nền tảng nhằm thu hút và phục vụ công chúng một cách tốt nhất trong bối cảnh truyền thông kỹ thuật số đang phát triển với tốc độ chóng mặt tại Việt Nam.

- Luận án là tài liệu tham khảo có giá trị cho các nhà hoạch định chính sách nhằm nâng cao tính bền vững và khả năng cạnh tranh của các đài truyền hình trong thị trường truyền thông số hiện nay.

- Luận án cung cấp thông tin cần thiết cho việc thay đổi chiến lược đào tạo và phát triển kỹ năng cần thiết trong việc tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình cho các Đài truyền hình và cơ sở đào tạo báo chí.

- Luận án đề xuất việc tích hợp các tiến bộ công nghệ vào quá trình sản xuất, giúp tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng trở nên tiên tiến và hiệu quả hơn trong bối cảnh sự cạnh tranh càng khốc liệt của ngành truyền thông hiện đại.

## **8. Kết cấu của luận án**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, phụ lục và danh mục tài liệu tham khảo, nội dung của luận án được kết cấu thành 4 chương, 12 tiết.

### **Chương 1**

## **TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU CÓ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN**

### **1.1. Những công trình nghiên cứu về truyền hình, truyền thông đa nền tảng, truyền hình đa nền tảng**

#### **1.1.1. Các công trình nghiên cứu về truyền hình**

Một là, các nghiên cứu về truyền hình đã cung cấp kiến thức và kỹ năng cần thiết trong lĩnh vực này, với các kỹ thuật cơ bản về viết kịch bản, quay phim, chỉnh sửa, và biên tập.

*Hai là*, các công trình nghiên cứu đã đề cập đến việc áp dụng công nghệ hiện đại trong sản xuất chương trình truyền hình, nâng cao chất lượng nội dung.

*Ba là*, những vấn đề về đạo đức và chuyên môn trong báo chí truyền hình đã được xem xét, đặc biệt là vai trò của truyền hình trong hệ thống truyền thông đại chúng.

*Bốn là*, các nghiên cứu đã đi sâu vào các thể loại báo chí truyền hình, quy trình sản xuất chương trình và cách thức tiếp cận khán giả.

### **1.1.2. Các công trình nghiên cứu về truyền thông đa nền tảng**

*Một là*, sự phát triển của công nghệ số và Internet đã thay đổi sâu sắc ngành truyền thông, với xu hướng hội tụ truyền thông được nghiên cứu từ cuối thế kỷ XX.

*Hai là*, vào những năm 2000, các nghiên cứu bắt đầu tập trung vào việc sử dụng công nghệ đa phương tiện trong ngành truyền thông, mở ra những chiến lược tích hợp nội dung trên nhiều nền tảng khác nhau.

*Ba là*, các nghiên cứu gần đây đã xem xét sự tương tác giữa khán giả và nội dung truyền hình qua các nền tảng, bao gồm sự tác động của truyền hình xã hội (Social TV).

### **1.1.3. Các công trình nghiên cứu về truyền hình đa nền tảng**

*Một là*, các nghiên cứu cho thấy sự chuyển dịch từ truyền hình truyền thống sang mô hình truyền hình đa nền tảng đã thay đổi cách thức sản xuất và phân phối nội dung, tạo ra sự tương tác mạnh mẽ hơn giữa nhà sản xuất và khán giả.

*Hai là*, các nghiên cứu tiêu biểu đã tập trung vào việc phân tích khái niệm “truyền hình đa nền tảng,” từ việc kết nối khán giả thông qua Internet đến sự tham gia của họ trong quá trình sản xuất nội dung.

## **1.2. Các công trình nghiên cứu về tổ chức sản xuất truyền hình đa nền tảng**

*Một là*, các nghiên cứu đã chỉ ra rằng việc tổ chức sản xuất đa nền tảng đòi hỏi sự linh hoạt trong ứng dụng công nghệ mới và phát triển kỹ năng làm việc trên nhiều nền tảng.

*Hai là*, các công trình nghiên cứu về các tổ chức truyền hình lớn như BBC đã chỉ ra những chiến lược để chuyển đổi sang mô hình sản xuất đa nền tảng thành công.

## **1.3. Các công trình nghiên cứu về sáng tạo nội dung truyền hình và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng**

*Một là*, các nghiên cứu về kỹ thuật kể chuyện và sáng tạo nội dung đã tạo nền tảng cho việc phát triển nội dung truyền hình đa nền tảng, nhấn mạnh vai trò của câu chuyện trong việc thu hút khán giả.

*Hai là*, các công trình nghiên cứu đã chỉ ra rằng sự kết hợp giữa truyền hình truyền thống và mạng xã hội có thể tạo ra trải nghiệm tương tác sâu hơn cho khán giả, thúc đẩy sự tham gia của họ.

#### **1.4. Nhận định về kết quả của các công trình nghiên cứu đã tổng quan và các hướng nghiên cứu tiếp theo**

Các nghiên cứu đã cho thấy sự phát triển mạnh mẽ của truyền hình đa nền tảng, từ tác động của công nghệ, cách tiếp cận khán giả, đến việc phát triển các nền tảng truyền thông mới. Tổng quan các nghiên cứu chỉ ra rằng còn nhiều khoảng trống trong lĩnh vực này, đặc biệt là ứng dụng trí tuệ nhân tạo, vấn đề bảo mật trong môi trường truyền thông tích hợp.

Có thể xác định các hướng nghiên cứu tiếp theo của vấn đề này như sau:

*Một là*, tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng tại Đài Truyền hình Việt Nam: Nghiên cứu này sẽ đi sâu vào từng giai đoạn của quy trình sản xuất, bao gồm cách thức tổ chức mô hình sản xuất, tổ chức nguồn nhân lực, thiết bị hỗ trợ và tổ chức kế hoạch tài chính, lên ý tưởng, tiêu chí lựa chọn nội dung, phương pháp sản xuất và chiến lược phân phối trên nhiều nền tảng khác nhau như truyền hình truyền thống, trực tuyến và mạng xã hội.

*Hai là*, ảnh hưởng của truyền hình đa nền tảng đến hoạt động của Đài Truyền hình Việt Nam: Đánh giá cách truyền hình đa nền tảng tác động đến cấu trúc tổ chức, quy trình làm việc và quản lý nội dung. Nghiên cứu này sẽ khám phá sự thay đổi trong việc tương tác với khán giả, chiến lược tiếp thị nội dung qua mạng xã hội và ảnh hưởng đến nguồn thu từ quảng cáo và đối tác.

*Ba là*, mối quan hệ giữa truyền hình đa nền tảng và khán giả: Tìm hiểu làm thế nào các nền tảng truyền hình đa dạng ảnh hưởng đến lựa chọn và hành vi xem truyền hình của khán giả. Nghiên cứu này sẽ đánh giá mức độ hài lòng của khán giả và tác động của truyền hình đa nền tảng đến thói quen xem truyền hình, cũng như sự tham gia của họ trên các kênh truyền thông xã hội.

*Bốn là*, xu hướng công nghệ và ứng dụng mới trong truyền hình đa nền tảng: Phân tích công nghệ mới như thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR) và truyền hình 2K/4K có thể giúp nâng cao chất lượng và hiệu quả của tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng.

*Năm là*, vai trò của dữ liệu lớn và phân tích dữ liệu trong hoạch định chiến lược sản xuất: Việc thu thập và phân tích dữ liệu từ khán giả như phân

tích hành vi xem truyền hình, nội dung ưa thích và phản ứng trên mạng xã hội,... sẽ giúp các đài truyền hình đưa ra quyết định sản xuất nội dung chính xác hơn.

*Sáu là*, thực trạng, vấn đề đặt ra, định hướng, giải pháp nâng cao chất lượng và tối ưu hóa quy trình sản xuất, sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng ở VTV.

## **Chương 2**

### **NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ TỔ CHỨC SẢN XUẤT VÀ SÁNG TẠO NỘI DUNG TRUYỀN HÌNH ĐA NỀN TẢNG**

#### **2.1. Các khái niệm liên quan**

##### ***2.1.1. Khái niệm truyền hình, đa nền tảng và truyền hình đa nền tảng***

###### ***2.1.1.1. Khái niệm truyền hình***

Truyền hình được định nghĩa là phương tiện truyền thông đại chúng sử dụng công nghệ để truyền tải hình ảnh động và âm thanh. Đặc trưng nổi bật của truyền hình là sự kết hợp sống động giữa âm thanh và hình ảnh động, tạo ra trải nghiệm tương tác mạnh mẽ cho người xem. Trong thời đại hiện nay, truyền hình đã phát triển vượt bậc với nhiều phương thức truyền dẫn như mặt đất, vệ tinh và internet, mở rộng khả năng tiếp cận và tương tác với khán giả.

###### ***2.1.1.2. Khái niệm đa nền tảng***

Đa nền tảng là khái niệm chỉ việc phân phối nội dung trên nhiều nền tảng khác nhau, bao gồm các phương tiện truyền thông, web, thiết bị di động và mạng xã hội. Điều này cho phép khán giả tiếp cận nội dung qua nhiều phương tiện, tạo ra trải nghiệm đa dạng và phong phú. Các nền tảng phổ biến hiện nay bao gồm truyền thông, trang web, ứng dụng di động, mạng xã hội, nền tảng phát trực tiếp, nền tảng thuê bao và nền tảng nội dung ngắn.

###### ***2.1.1.3. Khái niệm truyền hình đa nền tảng***

Truyền hình đa nền tảng là mô hình phân phối nội dung truyền hình trên nhiều thiết bị và nền tảng khác nhau, kết hợp giữa truyền hình truyền thống và các nền tảng số. Mô hình này mở rộng phạm vi tiếp cận, tạo ra trải nghiệm xem đa dạng và tương tác hơn cho người dùng. Truyền hình đa nền tảng cho phép khán giả xem nội dung theo yêu cầu, trực tiếp và tương tác, phá vỡ giới hạn về thời gian và không gian của truyền hình truyền thống. Điều này đòi hỏi các nhà sản xuất phải thích nghi với công nghệ mới và thay đổi cách tiếp cận trong việc tạo ra, phân phối nội dung.

##### ***2.1.2. Khái niệm tổ chức sản xuất truyền hình, tổ chức sản xuất truyền hình đa nền tảng***

###### ***2.1.2.1. Khái niệm tổ chức sản xuất***

Tổ chức sản xuất là quá trình xây dựng hệ thống quản lý, phân phối quyền hạn và nguồn lực, đồng thời tối ưu hóa quy trình làm việc. Khái niệm

này bao gồm nhiều khía cạnh như cấu trúc tổ chức, quy trình sản xuất, quản lý nguồn lực, hệ thống và quy trình, văn hóa tổ chức. Mục tiêu chính của tổ chức sản xuất là nâng cao hiệu quả sản xuất và chất lượng sản phẩm. Trong bối cảnh truyền thông hiện đại, tổ chức sản xuất đòi hỏi sự linh hoạt và khả năng thích ứng nhanh với những thay đổi của công nghệ và thị trường.

#### *2.1.2.2. Khái niệm tổ chức sản xuất truyền hình đa nền tảng*

Tổ chức sản xuất truyền hình đa nền tảng là quá trình lập kế hoạch, điều phối và quản lý hoạt động sản xuất nội dung truyền hình để phân phối trên nhiều nền tảng khác nhau. Khái niệm này bao gồm việc quản lý nguồn lực, thiết bị, nhân sự, giám sát sản xuất trong môi trường đa nền tảng.

#### *2.1.3. Khái niệm sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng*

Sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng là quá trình tạo ra nội dung truyền hình có thể phân phối trên nhiều nền tảng khác nhau. Khái niệm này đòi hỏi sự linh hoạt và sáng tạo để tạo ra nội dung phù hợp với từng nền tảng cụ thể như tối ưu hóa nội dung cho từng nền tảng, từ độ dài, định dạng đến phong cách trình bày.

### **2.2. Vai trò, đặc điểm, nguyên tắc của tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng**

#### *2.2.1. Vai trò*

*2.2.1.1. Đáp ứng sự thay đổi về nhu cầu, thị hiếu của công chúng truyền hình*

Đáp ứng nhu cầu cá nhân hóa và trải nghiệm đa dạng của khán giả qua nhiều nền tảng khác nhau, từ truyền hình truyền thống đến mạng xã hội và ứng dụng di động.

*2.2.1.2. Tăng lợi nhuận từ việc khai thác hiệu quả nguồn tài nguyên và mở rộng thị trường quảng cáo*

Tối ưu hóa quá trình sản xuất và phân phối nội dung, đồng thời áp dụng các hình thức quảng cáo sáng tạo cho từng nền tảng để mở rộng nguồn thu.

*2.2.1.3. Thúc đẩy và xây dựng cộng đồng người sử dụng các dịch vụ của đài truyền hình*

Tăng cường tương tác và tạo dựng lòng trung thành của khán giả thông qua các nền tảng số, từ đó xây dựng cộng đồng người dùng trung thành.

#### *2.2.2. Đặc điểm*

##### *2.2.2.1. Tính thời sự, cập nhật*

Cung cấp thông tin nhanh chóng, liên tục trên nhiều nền tảng, đáp ứng nhu cầu tiếp cận thông tin tức thì.

##### *2.2.2.2. Khả năng lan truyền thông tin nhanh và mạnh*

Nội dung dễ dàng được chia sẻ và lan truyền trên mạng xã hội, giúp mở rộng tầm ảnh hưởng nhanh chóng.

##### *2.2.2.3. Tính đa dạng thông tin*

Cung cấp nhiều loại nội dung khác nhau, từ tin tức ngắn trên mạng xã hội đến chương trình dài trên các nền tảng OTT.

#### *2.2.2.4. Tính tương tác*

Tăng cường khả năng tham gia và tương tác của khán giả qua bình luận, chia sẻ và phản hồi trên các nền tảng.

#### *2.2.2.5. Tính quản lý và lưu trữ*

Sử dụng công nghệ số để quản lý, lưu trữ và tái sử dụng nội dung hiệu quả hơn, tiết kiệm chi phí.

#### *2.2.2.6. Tính ứng dụng các công nghệ và kỹ thuật sản xuất mới*

Áp dụng công nghệ tiên tiến như AI, VR, AR vào quá trình sản xuất và phân phối nội dung, tạo ra trải nghiệm mới lạ và hấp dẫn hơn.

### **2.2.3. Nguyên tắc**

#### *2.2.3.1. Đảm bảo nguyên tắc thông tin của cơ quan báo chí*

Đảm bảo tính xác thực, chính xác, minh bạch và tuân thủ đạo đức báo chí trong mọi nội dung.

#### *2.2.3.2. Sản xuất song hành cùng với sự phát triển của công nghệ*

Cập nhật và áp dụng các công nghệ mới trong quy trình sản xuất để duy trì khả năng cạnh tranh.

*2.2.3.3. Phát triển đa dạng các nền tảng, không lệ thuộc vào duy nhất một nền tảng*

Tối ưu hóa nội dung cho từng nền tảng để đảm bảo tính linh hoạt, giảm thiểu rủi ro và tăng khả năng tiếp cận khán giả.

**2.3. Quy trình tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng**

#### **2.3.1. Quy trình tổ chức sản xuất truyền hình đa nền tảng**

##### *2.3.1.1. Tổ chức mô hình sản xuất*

Mô hình phân mảnh: Mỗi nền tảng có một đội ngũ riêng, giúp tối ưu hóa nội dung nhưng dễ dẫn đến lãng phí nguồn lực và thiếu nhất quán trong thông điệp truyền thông.

Mô hình thống nhất: Sử dụng một đội ngũ duy nhất cho tất cả các nền tảng, đảm bảo tính nhất quán nhưng thiếu chuyên môn hóa cho từng nền tảng cụ thể.

Mô hình lai: Kết hợp ưu điểm của cả hai mô hình trên, với một đội ngũ cốt lõi phụ trách chiến lược tổng thể và các đội ngũ riêng cho từng nền tảng để điều chỉnh và tối ưu hóa nội dung.

##### *2.3.1.2. Tổ chức nguồn nhân lực*

Đòi hỏi sự linh hoạt và đa kỹ năng. Cần tuyển dụng, đào tạo và phát triển kỹ năng số, sản xuất đa nền tảng, phân tích dữ liệu và hiểu biết về hành vi người dùng. Xây dựng môi trường làm việc sáng tạo và khuyến khích sự hợp tác giữa các bộ phận khác nhau.



### *2.3.1.3. Tổ chức cơ sở hạ tầng và công nghệ*

Yêu cầu đầu tư vào hệ thống mạng mạnh mẽ, lưu trữ đám mây, và hệ thống quản lý nội dung số (MAM). Áp dụng công nghệ AI và tự động hóa trong sản xuất, bao gồm biên tập video, tạo phụ đề tự động và phân tích dữ liệu người xem để tối ưu hóa nội dung.

### *2.3.1.4. Xây dựng kế hoạch tài chính*

Phân bổ ngân sách bao gồm sản xuất nội dung, đầu tư công nghệ và marketing. Cân lập quỹ dự phòng và thiết lập các KPI tài chính cụ thể để đánh giá hiệu quả đầu tư và điều chỉnh chiến lược khi cần thiết.

## **2.3.2. Quy trình sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng**

### *2.3.2.1. Sản xuất nội dung*

Quy trình bắt đầu từ lên ý tưởng, viết kịch bản, quay phim, dựng phim và kiểm duyệt. Quá trình cần tính đến đặc thù của từng nền tảng, tạo ra phiên bản nội dung phù hợp cho mạng xã hội, OTT, hoặc nền tảng trực tuyến.

### *2.3.2.2. Chuyển đổi và phân phối nội dung*

Nội dung cần được tối ưu hóa cho từng nền tảng với định dạng, độ phân giải, và cấu trúc phù hợp. Áp dụng chiến lược phân phối đa kênh và công nghệ CDN để đảm bảo chất lượng phát sóng và trải nghiệm người dùng.

### *2.3.2.3. Tương tác, nghiên cứu phản hồi và nghiên cứu thực tiễn*

Xây dựng hệ thống thu thập và phân tích phản hồi từ khán giả trên tất cả các nền tảng, bao gồm theo dõi bình luận, phân tích dữ liệu xem trực tuyến và khảo sát. Điều chỉnh chiến lược sản xuất và phân phối dựa trên các phản hồi để đảm bảo hiệu quả tiếp cận và tương tác cao nhất.

Tóm lại, chương này tập trung vào việc làm rõ những vấn đề lý luận về tổ chức mô hình sản xuất, quản lý nguồn nhân lực, đầu tư cơ sở hạ tầng và tài chính, quy trình sáng tạo, chuyển đổi, phân phối nội dung nhằm tối ưu hóa cho từng nền tảng khác nhau trong môi trường truyền hình đa nền tảng.

## **Chương 3**

# **THỰC TRẠNG VÀ VẤN ĐỀ ĐẶT RA TRONG TỔ CHỨC SẢN XUẤT VÀ SÁNG TẠO NỘI DUNG TRUYỀN HÌNH ĐA NỀN TẢNG TẠI ĐÀI TRUYỀN HÌNH VIỆT NAM**

## **3.1. Khái quát về Đài Truyền hình Việt Nam và quá trình phát triển truyền hình đa nền tảng**

### *3.1.1. Khái quát về Đài Truyền hình Việt Nam*

Đài Truyền hình Việt Nam (VTV) là cơ quan truyền thông chủ lực đa phương tiện của Việt Nam, chịu sự quản lý của Chính phủ và Bộ Thông tin và Truyền thông. Với 28 đơn vị và hệ thống phủ sóng toàn quốc gồm 11 kênh quảng bá và kênh cáp đa dạng, VTV đã khẳng định vị thế là đài truyền hình quốc gia hàng đầu ở Việt Nam.

### **3.1.2. Nhận thức và chuẩn bị cho sự chuyển đổi đa nền tảng**

#### **3.1.2.1. Nhận thức về xu hướng chuyển đổi công nghệ**

VTV thành lập VTV Digital vào năm 2014 để thích ứng với sự thay đổi nhanh chóng của ngành, dựa trên nghiên cứu và khảo sát kỹ lưỡng về xu thế phát triển truyền hình số và hành vi người dùng.

#### **3.1.2.2. Đầu tư vào cơ sở vật chất và hạ tầng công nghệ**

Đầu tư vào các trường quay hiện đại, trang thiết bị đạt chuẩn HD và UHD, cùng hạ tầng điện toán đám mây, giúp tối ưu hóa lưu trữ và xử lý dữ liệu.

#### **3.1.2.3. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực**

Tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu, nâng cao kỹ năng chuyên môn và mềm cho nhân viên. Đội ngũ kỹ sư được đào tạo để phát triển và vận hành các nền tảng số như VTVGo.

### **3.1.3. Phát triển các nền tảng số chính**

#### **3.1.3.1. Ứng dụng VTVGo**

Ra mắt năm 2015, VTVGo cho phép người dùng xem truyền hình mọi lúc, mọi nơi, với 26,5 triệu lượt cài đặt và 7 triệu người dùng thường xuyên vào năm 2021.

#### **3.1.3.2. Báo điện tử VTV News**

Thành lập năm 2012, cung cấp thông tin toàn diện và đóng vai trò quan trọng trong việc quảng bá các chương trình của VTV.

#### **3.1.3.3. Các nền tảng mạng xã hội**

Phát triển mạnh trên YouTube, Facebook, Instagram, với hàng triệu lượt theo dõi và tương tác, tạo kênh truyền thông trực tiếp với khán giả.

### **3.1.4. Chuyển đổi mô hình sản xuất**

Áp dụng mô hình tòa soạn hội tụ từ năm 2019, tối ưu hóa quy trình sản xuất, đảm bảo cập nhật thông tin nhanh chóng trên nhiều nền tảng.

## **3.2. Thực trạng hoạt động tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng tại cơ quan báo chí thuộc diện khảo sát**

### **3.2.1. Hoạt động tổ chức sản xuất**

#### **3.2.1.1. Về mô hình sản xuất**

VTV áp dụng mô hình lai ghép, kết hợp giữa mô hình phân biệt và mô hình thống nhất, giúp tối ưu hóa quy trình sản xuất nhưng vẫn còn sự không đồng nhất giữa các đơn vị.

#### **3.2.1.2. Về tổ chức nguồn nhân lực**

VTV có đội ngũ nhân sự trình độ cao (73,9% có bằng đại học, 26,1% sau đại học) nhưng thiếu nhân sự chuyên môn trong lĩnh vực công nghệ số và truyền thông trực tuyến.

#### **3.2.1.3. Về cơ sở hạ tầng và công nghệ**

Đầu tư vào hệ thống điện toán đám mây và hệ thống lưu trữ NAS, nhưng vẫn còn hạn chế trong đồng bộ hóa và tối ưu hóa giữa các đơn vị.

#### *3.2.1.4. Về kế hoạch tài chính*

Đa dạng hóa nguồn thu và xây dựng chiến lược quảng cáo hiệu quả, nhưng gặp khó khăn trong việc cân đối đầu tư và kiểm soát chi phí.

### **3.2.2. Hoạt động sáng tạo nội dung**

#### *3.2.2.1. Về sản xuất nội dung*

Đa dạng hóa nội dung và định dạng, từ video ngắn đến phóng sự điều tra, nhưng vẫn hạn chế trong tối ưu hóa cho từng nền tảng cụ thể.

#### *3.2.2.2. Chuyển đổi và phân phối nội dung*

Mở rộng sang các nền tảng như VTVGo, mạng xã hội và các ứng dụng trực tuyến, đồng thời ứng dụng trí tuệ nhân tạo để nâng cao hiệu quả phân phối.

VTV cũng ứng dụng công nghệ Blockchain để bảo vệ bản quyền nội dung số, giúp theo dõi và xác thực quyền sở hữu của từng nội dung, ngăn chặn việc sao chép và phân phối trái phép. Tuy nhiên, VTV vẫn đang gặp khó khăn trong việc tối ưu hóa nội dung cho từng nền tảng cụ thể, đặc biệt là trong việc điều chỉnh tỷ lệ khung hình và định dạng video cho phù hợp với các nền tảng mạng xã hội.

#### *3.2.2.3. Tương tác và nghiên cứu phản hồi, nghiên cứu thực tiễn*

VTV đã tổ chức các hoạt động tương tác trực tuyến như bình chọn, chấm điểm và bình luận chia sẻ trực tiếp, giúp thu hút sự chú ý và tham gia của khán giả. Phóng viên của VTV đã hình thành thói quen thường xuyên theo dõi và phân tích phản ứng của khán giả thông qua các chỉ số tương tác trên mạng xã hội. Tuy nhiên, việc khai thác các tính năng tương tác trên nền tảng số vẫn chưa được tối ưu, với nhiều tính năng quan trọng như bình luận/comment trên các nền tảng số của VTV thường bị khóa hoặc hạn chế. Ngoài ra, phương pháp nghiên cứu phản hồi chuyên sâu và có hệ thống như khảo sát và phỏng vấn sâu chưa được áp dụng rộng rãi.

### **3.3. Một số vấn đề đặt ra đối với tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng ở Việt Nam hiện nay**

#### ***3.3.1. Truyền hình đa nền tảng đòi hỏi bộ máy tinh gọn, hợp tác chặt chẽ, năng động, hiện đại trong khi mô hình tổ chức hiện vẫn còn thiết kế, xây dựng theo lối truyền thống, hoạt động chưa thật hiệu quả***

Bộ máy tổ chức hiện tại ở VTV vẫn còn mang nặng tính truyền thống, với cấu trúc tổ chức còn phân tầng và nhiều quy trình phê duyệt phức tạp. Các bộ phận chuyên trách như nội dung, kỹ thuật số và mạng xã hội thường hoạt động độc lập, dẫn đến tình trạng thiếu sự phối hợp và liên kết trong việc phát triển và phân phối nội dung. Điều này làm giảm tính đồng bộ và khả năng đáp ứng nhanh với các yêu cầu sáng tạo mới của thị trường.

**3.3.2. Tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng đòi hỏi nguồn lực thành thạo không chỉ về nghiệp vụ báo chí truyền hình mà còn tinh thông về sử dụng công nghệ sản xuất nội dung nhưng trên thực tế nguồn nhân lực hiện nay vẫn chưa có đầy đủ hai yếu tố này**

VTV đang đối mặt với sự thiếu hụt nguồn nhân lực đáp ứng đủ yêu cầu về cả nghiệp vụ báo chí truyền hình truyền thông và kỹ năng công nghệ sản xuất nội dung hiện đại. Nhiều nhân viên, đặc biệt là những người lớn tuổi, chưa có nhiều kinh nghiệm làm việc và thích nghi trong môi trường kỹ thuật số phức tạp. Điều này dẫn đến việc sản xuất nội dung trên nhiều nền tảng khác nhau trở nên khó khăn và tốn thời gian.

**3.3.3. Tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng đòi hỏi phải ứng dụng triệt để, hiệu quả các công nghệ tiên tiến, các phương tiện kỹ thuật hiện đại, trong khi truyền hình Việt Nam còn sử dụng nhiều thiết bị cũ, thiếu đồng bộ, phương pháp quản lý thiếu tập trung**

VTV vẫn đang sử dụng nhiều thiết bị cũ, lạc hậu, không đáp ứng được yêu cầu sản xuất nội dung đa nền tảng chất lượng cao. Việc ứng dụng các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo, học máy, dữ liệu lớn trong sản xuất và phân phối nội dung còn hạn chế. Hệ thống lưu trữ và quản lý dữ liệu cũng còn nhiều bất cập, việc lưu trữ dữ liệu còn phân tán và thiếu hệ thống quản lý tập trung.

**3.3.4. Truyền hình đa nền tảng đòi hỏi nội dung ngày càng đa dạng, hấp dẫn, trong khi các đài truyền hình hiện chưa có nhiều nội dung truyền hình đa nền tảng chất lượng cao, gây ấn tượng mạnh với khán giả trong nước và quốc tế**

VTV đang đối mặt với thách thức trong việc sản xuất nội dung chất lượng cao, đặc biệt là các sản phẩm gốc (original content). Nhiều nền tảng cung cấp nội dung hiện nay chủ yếu dựa vào việc tái sử dụng các chương trình truyền hình truyền thống hoặc các nội dung phổ biến có sẵn, thay vì đầu tư vào việc sản xuất các sản phẩm gốc có chất lượng cao và độc đáo. Tính cạnh tranh của nội dung trong nước vẫn còn thấp khi so sánh với các nền tảng quốc tế.

**3.3.5. Hạ tầng công nghệ - kỹ thuật của Việt Nam đầu tư cho phát triển truyền hình đa nền tảng còn nhiều hạn chế gây khó khăn trong việc mở rộng phạm vi chuyển tải và tiếp cận người xem**

Việt Nam vẫn còn tồn tại sự bất bình đẳng lớn trong khả năng tiếp cận các dịch vụ truyền hình đa nền tảng giữa các khu vực. Tại nhiều vùng nông thôn, mạng internet băng thông rộng vẫn còn chậm và không ổn định. Đầu tư cho nghiên cứu và phát triển công nghệ trong lĩnh vực truyền hình đa nền tảng vẫn còn hạn chế so với các quốc gia phát triển.

**3.3.6. Truyền hình đa nền tảng đòi hỏi môi trường pháp lý chặt chẽ, đồng bộ với sự phát triển của công nghệ nhưng trên thực tế khung khổ pháp lý và chế tài còn bất cập**

Khung pháp lý hiện hành thiếu tính hệ thống và chưa kịp thời cập nhật với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và xu hướng truyền thông hiện đại. Các quy định về quyền sở hữu trí tuệ trong môi trường đa nền tảng còn nhiều vướng mắc. Cơ chế quản lý nhà nước đối với truyền hình đa nền tảng còn thiếu linh hoạt, chưa tạo điều kiện thuận lợi cho sự đổi mới và phát triển của các doanh nghiệp trong lĩnh vực này.

## **Chương 4**

### **DỰ BÁO XU HƯỚNG VÀ ĐỊNH HƯỚNG, GIẢI PHÁP TỐI ƯU HÓA TỔ CHỨC SẢN XUẤT TRUYỀN HÌNH ĐA NỀN TẢNG TRONG THỜI GIAN TỚI**

#### **4.1. Dự báo xu hướng phát triển của truyền hình đa nền tảng trong những năm tới**

##### **4.1.1. Xu hướng phát triển truyền hình đa nền tảng trên thế giới:**

Một là, quy mô thị trường sáng tạo nội dung số và OTT tiếp tục dự báo được tăng trưởng mạnh mẽ.

Hai là, chuyển đổi sang nền tảng điện toán đám mây và ứng dụng công nghệ AI.

Ba là, phát triển thiết bị phát trực tuyến (streaming) với nhiều loại thiết bị mới.

Bốn là, đa dạng hóa mô hình kinh doanh và chiến lược phát triển nội dung.

Năm là, tăng cường hợp tác giữa nhà cung cấp OTT và công ty viễn thông.

Sáu là, đầu tư phát triển thị trường châu Á - Thái Bình Dương.

##### **4.1.2. Một số xu hướng chủ yếu trong phát triển truyền hình đa nền tảng ở Việt Nam**

Một là, sự trỗi dậy của các dịch vụ OTT nội địa.

Hai là, nội dung địa phương được ưa chuộng.

Ba là, tăng trưởng người dùng di động.

Bốn là, xu hướng xem truyền hình trực tuyến.

Năm là, thích ứng với hạ tầng mạng và thiết bị.

Sáu là, phát triển thanh toán trực tuyến và viễn thông.

Bảy là, cạnh tranh và hợp tác giữa các nhà cung cấp.

#### **4.2. Định hướng tối ưu hóa tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng trong thời gian tới**

#### **4.2.1. Định hướng thúc đẩy nghiên cứu và phát triển nội dung truyền hình sáng tạo**

##### **4.2.1.1. Khuyến khích nghiên cứu khoa học và sáng tạo nội dung đa dạng**

Một là, xây dựng hệ thống nghiên cứu thị trường và phân tích dữ liệu khán giả.

Hai là, thúc đẩy hợp tác giữa nhà sản xuất nội dung, chuyên gia công nghệ và nhà nghiên cứu.

##### **4.2.1.2. Thành lập quỹ hỗ trợ và chương trình khuyến khích sáng tạo nội dung**

Một là, thiết lập quỹ đầu tư cho sáng tạo nội dung đa nền tảng.

Hai là, triển khai chương trình ươm tạo và tăng tốc cho dự án nội dung sáng tạo.

Ba là, xây dựng hệ thống giải thưởng và công nhận cho sản phẩm nội dung xuất sắc.

#### **4.2.2. Định hướng phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật số và công nghệ truyền thông**

##### **4.2.2.1. Đầu tư và nâng cấp hạ tầng kỹ thuật số**

Một là, nâng cấp và mở rộng mạng lưới truyền dẫn băng thông rộng.

Hai là, hiện đại hóa cơ sở hạ tầng sản xuất và phát sóng.

Ba là, phát triển hạ tầng cho dịch vụ truyền hình tương tác và cá nhân hóa.

##### **4.2.2.2. Thúc đẩy hợp tác giữa cơ quan báo chí và doanh nghiệp công nghệ**

Một là, xây dựng cơ chế hợp tác chiến lược.

Hai là, triển khai dự án thí điểm áp dụng công nghệ mới.

Ba là, phát triển hệ sinh thái startup trong công nghệ truyền thông.

##### **4.2.2.3. Phát triển nền tảng công nghệ hiện đại nội địa và tăng cường hợp tác quốc tế**

Một là, phát triển nền tảng công nghệ nội địa.

Hai là, tăng cường hợp tác quốc tế trong sử dụng nền tảng kỹ thuật và mạng xã hội.

#### **4.2.3. Định hướng hoàn thiện khung pháp lý và chính sách**

##### **4.2.3.1. Hoàn thiện hệ thống pháp luật về truyền hình đa nền tảng**

Một là, cập nhật và mở rộng định nghĩa pháp lý.

Hai là, tăng cường quy định về bảo vệ người dung, dữ liệu cá nhân.

Ba là, xây dựng cơ chế giám sát và xử lý vi phạm hiệu quả.

##### **4.2.3.2. Tăng cường hiệu quả quản lý nhà nước trong giám sát nội dung**

Một là, hoàn thiện khung pháp lý và cơ chế quản lý.

Hai là, ứng dụng công nghệ tiên tiến trong giám sát, quản lý nội dung.

Ba là, tăng cường sự tham gia của cộng đồng trong giám sát.

*4.2.3.3. Xây dựng chính sách hỗ trợ cơ quan báo chí áp dụng công nghệ mới*

Một là, chính sách ưu đãi tài chính và thuế.

Hai là, thúc đẩy hợp tác giữa cơ quan báo chí và doanh nghiệp công nghệ.

Ba là, đẩy mạnh đào tạo và phát triển nguồn nhân lực công nghệ.

*4.2.3.4. Điều chỉnh quy định về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và bản quyền nội dung số*

Một là, cập nhật và mở rộng phạm vi bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ trong môi trường số.

Hai là, tăng cường trách nhiệm của các nền tảng truyền thông số và mạng xã hội.

Ba là, tăng cường các biện pháp thực thi và xử phạt đối với hành vi vi phạm.

**4.3. Giải pháp tối ưu hóa tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng trong thời gian tới**

*4.3.1. Giải pháp đối với các cơ quan báo chí*

*4.3.1.1. Tổ chức bộ máy theo hướng tinh gọn, hoạt động hiệu quả*

Một là, tổ chức mô hình sản xuất linh hoạt và tinh gọn.

Hai là, đổi mới quy trình sản xuất theo hướng "digital-first" và tăng tính tương tác.

Ba là, xác định rõ trách nhiệm của mỗi bộ phận và cá nhân.

*4.3.1.2. Đầu tư và nâng cấp hạ tầng kỹ thuật số*

Một là, đầu tư hệ thống lưu trữ và xử lý dữ liệu lớn.

Hai là, nâng cấp hạ tầng truyền tải nội dung.

Ba là, hiện đại hóa trang thiết bị sản xuất nội dung.

Bốn là, ứng dụng công nghệ vào quản lý và phân phối nội dung.

Năm là, xây dựng hệ thống bảo mật thông tin mạnh mẽ.

*4.3.1.3. Tái cấu trúc nhân sự, tuyển dụng và đào tạo cán bộ*

Một là, tái cấu trúc nhân sự để đáp ứng yêu cầu sản xuất nội dung đa nền tảng.

Hai là, tập trung thu hút và phát triển chuyên gia công nghệ.

Ba là, xây dựng văn hóa "khởi nghiệp" trong tổ chức.

Bốn là, đầu tư mạnh mẽ vào đào tạo và phát triển nhân sự.

Năm là, chú trọng phát triển kỹ năng ngoại ngữ.

Sáu là, xây dựng môi trường làm việc hấp dẫn.

*4.3.1.4. Hợp tác và chia sẻ nguồn lực với đối tác công nghệ*

Một là, tăng cường hợp tác với công ty công nghệ hàng đầu.

Hai là, xây dựng liên minh chiến lược với startup công nghệ truyền thông.

Ba là, thúc đẩy chia sẻ dữ liệu và tài nguyên số.

Bốn là, phát triển dự án R&D chung với đối tác công nghệ.

*4.3.1.5. Mở rộng tìm kiếm, hợp tác với nhà sản xuất, sáng tạo nội dung*

Một là, xây dựng nền tảng hợp tác mở.

Hai là, tổ chức cuộc thi và hackathon sáng tạo nội dung.

Ba là, thiết lập chương trình đào tạo và mentoring.

Bốn là, xây dựng cơ chế hợp tác linh hoạt và hấp dẫn.

Năm là, tạo điều kiện tiếp cận công nghệ mới.

Sáu là, xây dựng cộng đồng và mạng lưới nhà sản xuất, sáng tạo nội dung.

*4.3.1.6. Nâng cao nhận thức, kỹ năng, tầm nhìn chiến lược của nhà quản lý*

Một là, tăng cường đào tạo và cập nhật kiến thức liên tục.

Hai là, học hỏi từ các mô hình thành công quốc tế.

Ba là, phát triển tư duy chiến lược dài hạn.

Bốn là, thúc đẩy tư duy đổi mới sáng tạo.

Năm là, tăng cường phân tích dữ liệu khán giả.

Sáu là, nâng cao kỹ năng lãnh đạo.

**4.3.2. Giải pháp đối với các nhà báo, phóng viên**

*4.3.2.1. Nâng cao kỹ năng công nghệ và kỹ thuật số*

Một là, đào tạo sử dụng công cụ và phần mềm kỹ thuật số hiện đại.

Hai là, nâng cao kiến thức về nền tảng phân phối nội dung số và mạng xã hội.

Ba là, phát triển kỹ năng phân tích dữ liệu và sử dụng công cụ phân tích.

Bốn là, tăng cường kỹ năng sản xuất nội dung đa phương tiện.

Năm là, phát triển kỹ năng làm việc với công nghệ mới nổi.

*4.3.2.2. Thúc đẩy sáng tạo nội dung chất lượng cao*

Một là, chủ động nắm bắt và ứng dụng công nghệ mới.

Hai là, rèn luyện kỹ năng kể chuyện đa nền tảng.

Ba là, đào sâu chuyên môn và xây dựng mạng lưới nguồn tin.

Bốn là, không ngừng thử nghiệm format mới.

*4.3.2.3. Tăng cường kỹ năng phân tích và nghiên cứu khán giả*

Một là, làm chủ công cụ phân tích dữ liệu số.

Hai là, đào sâu nghiên cứu định tính và xây dựng bản đồ phân khúc khán giả.

Ba là, nâng cao kỹ năng dự báo xu hướng và phân tích đối thủ cạnh tranh.



#### 4.3.2.4. Xây dựng thương hiệu cá nhân và phát triển tương tác với công chúng

Một là, xác định và phát triển chuyên môn riêng biệt.

Hai là, tạo lập sự hiện diện mạnh mẽ trên các nền tảng số.

Ba là, phát triển kỹ năng kể chuyện đa phương tiện.

Bốn là, tăng cường tương tác trực tiếp với khán giả.

Năm là, xây dựng mạng lưới quan hệ chuyên nghiệp.

### KẾT LUẬN

Luận án “Tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng” đã giải quyết thành công các câu hỏi nghiên cứu chính, đồng thời cung cấp những đóng góp quan trọng về mặt lý thuyết và thực tiễn cho lĩnh vực báo chí và truyền hình trong kỷ nguyên số.

Trước hết, luận án đã làm rõ và giải thích sâu sắc về khái niệm tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng, từ đó giúp hệ thống hóa các lý thuyết liên quan. Nghiên cứu đã cung cấp cái nhìn tổng quan về cách các đài truyền hình tại Việt Nam, đặc biệt là Đài Truyền hình Việt Nam (VTV), chuyển đổi từ mô hình truyền hình truyền thống sang mô hình đa nền tảng. Những yếu tố chính ảnh hưởng đến quá trình tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung bao gồm sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số, sự thay đổi trong hành vi tiếp nhận nội dung của khán giả và áp lực cạnh tranh từ các dịch vụ truyền hình trực tuyến (OTT) quốc tế.

Một trong những đóng góp lớn của luận án là việc xây dựng khung lý thuyết về tổ chức sản xuất truyền hình đa nền tảng, trong đó bao gồm các mô hình tổ chức sản xuất, cách phân bổ nguồn lực, và phương pháp sáng tạo nội dung phù hợp với từng nền tảng khác nhau. Những phát hiện quan trọng cho thấy rằng để thành công trong môi trường truyền thông đa nền tảng, các đài truyền hình cần linh hoạt trong cách tổ chức sản xuất, tối ưu hóa nguồn lực và sử dụng hiệu quả các công nghệ hiện đại như trí tuệ nhân tạo (AI) và dữ liệu lớn (big data). Những công nghệ này giúp nâng cao hiệu quả sản xuất, tăng cường khả năng tương tác với khán giả và cải thiện chất lượng nội dung.

Về mặt thực tiễn, nghiên cứu đã phân tích sâu thực trạng tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung tại VTV, chỉ ra các vấn đề lớn mà đài truyền hình này đang đối mặt, bao gồm sự thiếu hụt về nguồn nhân lực có kỹ năng công nghệ số và chiến lược phát triển nội dung phù hợp với các nền tảng số. Mặc dù VTV đã có những nỗ lực quan trọng như phát triển ứng dụng VTVGo và các nền tảng số khác, song nghiên cứu cho thấy vẫn còn nhiều thách thức trong việc đảm bảo tính tương thích và đồng bộ giữa các nền tảng, đặc biệt là việc tối ưu hóa nội dung cho các nền tảng mạng xã hội và ứng dụng di động.

Nghiên cứu cũng đưa ra các giải pháp thiết thực nhằm tối ưu hóa quy trình tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng tại Việt Nam. Một trong những giải pháp quan trọng là việc đầu tư mạnh mẽ vào phát triển nguồn nhân lực, tập trung vào việc nâng cao kỹ năng về công nghệ số và quản lý dữ liệu cho đội ngũ phóng viên, biên tập viên. Điều này giúp tăng cường sự linh hoạt trong sản xuất và tạo ra các sản phẩm nội dung chất lượng cao, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khán giả hiện đại. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của việc phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật số hiện đại, đặc biệt là hệ thống lưu trữ đám mây và hệ thống quản lý nội dung số, nhằm nâng cao khả năng xử lý và phân phối nội dung trên nhiều nền tảng.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng thừa nhận một số hạn chế. Phạm vi nghiên cứu chủ yếu tập trung vào VTV và một số đài truyền hình lớn khác, chưa bao quát hết được tình hình tại các đài truyền hình địa phương và nhỏ hơn. Điều này có thể làm giảm tính khái quát của kết quả nghiên cứu khi áp dụng cho toàn bộ ngành truyền hình Việt Nam. Hơn nữa, do sự phát triển của công nghệ diễn ra rất nhanh chóng, một số kết quả của nghiên cứu có thể sẽ trở nên lỗi thời nếu không được cập nhật thường xuyên.

Về hướng phát triển trong tương lai, nghiên cứu đề xuất mở rộng phạm vi nghiên cứu đến các đài truyền hình nhỏ và địa phương, cũng như nghiên cứu sâu hơn về tác động của các công nghệ tiên tiến như thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR), và 5G đối với quá trình sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình. Ngoài ra, việc phát triển chiến lược nội dung phù hợp với từng nhóm đối tượng khán giả, từ trẻ em đến người già, cũng là một trong những hướng nghiên cứu quan trọng trong thời gian tới.

Tóm lại, luận án đã thành công trong việc giải quyết các câu hỏi nghiên cứu đặt ra, đồng thời cung cấp những đóng góp quan trọng về mặt lý thuyết và thực tiễn cho lĩnh vực truyền hình đa nền tảng. Những phát hiện và đề xuất từ nghiên cứu không chỉ giúp các đài truyền hình tại Việt Nam, đặc biệt là VTV, tối ưu hóa quy trình sản xuất và sáng tạo nội dung, mà còn mở ra các hướng đi mới cho sự phát triển của ngành truyền hình trong bối cảnh số hóa và cạnh tranh quốc tế ngày càng gia tăng.

## DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI

1. Lương Đông Sơn (2024), “Mô hình sản xuất truyền hình đa nền tảng trong kỷ nguyên số”, *Tạp chí Lý luận chính trị*, Link truy cập: <https://lyluanchinhtri.vn/mo-hinh-san-xuat-truyen-hinh-da-nen-tang-trong-ky-nguyen-so-6296.html?gidzl=HOIKPYM9r0z7c9PW99JJ0K6Obse-mzrM2iYRQZxFZLCEmCewQfxQLbcKa6jppj822SMGR3HHFtDO9OxN2W>, tháng 8 năm 2024.
2. Lương Đông Sơn (2024), “Vai trò của sản xuất truyền hình đa nền tảng trong việc thúc đẩy chuyển đổi số ngành truyền hình Việt Nam”, *Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông*, (Số chuyên đề II).
3. Lương Đông Sơn (2024), “Giải pháp tối ưu hoá tổ chức sản xuất và sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng ở Việt Nam hiện nay”, *Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông*, (8).