

BỘ GIÁO DỤC ĐÀO TẠO

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA

HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

HỒ XUÂN NGỌC

**HIỆU QUẢ TIẾP NHẬN THÔNG điệp VỀ
BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU TRÊN TRUYỀN HÌNH CỦA
NÔNG DÂN ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG HIỆN NAY**

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**

Tập thể hướng dẫn khoa học:

- 1. PGS, TS. Lương Khắc Hiếu**
- 2. TS. Đinh Thị Xuân Hòa**

Chủ tịch Hội đồng : PGS, TS. Nguyễn Thị Trường Giang

Phản biện 1 : PGS, TS. Đỗ Chí Nghĩa

Phản biện 2 : PGS, TS. Bùi Chí Trung

Phản biện 3 : PGS, TS. Đinh Thị Thu Hằng

Luận án được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án cấp Học viện
Họp tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền
vào hồi giờ..... ngày tháng..... năm 2026

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. Tính cấp thiết của đề tài

Trong hệ thống truyền thông đại chúng, truyền hình vẫn là kênh thông tin có độ tin cậy cao và khả năng tác động mạnh đến nhận thức, thái độ và hành vi của công chúng. Đối với những vấn đề mang tính toàn cầu như biến đổi khí hậu (BĐKH), truyền hình không chỉ cung cấp thông tin mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng dư luận và thúc đẩy hành vi thích ứng của xã hội.

Về mặt lý luận, hiện nay còn thiếu các nghiên cứu chuyên sâu về hiệu quả tiếp nhận thông điệp BĐKH trên truyền hình đối với nhóm nông dân ở Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL). Theo cách tiếp cận của lý thuyết Mã hóa/Giải mã, thông điệp từ cơ quan truyền thông thường được mã hóa theo ngôn ngữ khoa học – chính trị, trong khi nông dân tiếp nhận và giải mã dựa trên kinh nghiệm sản xuất và tri thức bản địa. Sự khác biệt này có thể khiến lượng thông tin về BĐKH ngày càng nhiều nhưng chưa chuyển hóa hiệu quả thành hành vi thích ứng. Vì vậy, cần có nghiên cứu làm rõ cơ chế tiếp nhận, các rào cản và yếu tố trung gian ảnh hưởng đến hiệu quả tiếp nhận thông điệp.

Về mặt thực tiễn, ĐBSCL là khu vực chịu tác động nghiêm trọng của BĐKH, đe dọa trực tiếp đến sản xuất nông nghiệp và sinh kế của hàng triệu nông hộ, đồng thời ảnh hưởng đến an ninh lương thực quốc gia. Trong bối cảnh đó, truyền thông đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao nhận thức và thúc đẩy thích ứng của người dân. Mặc dù xu hướng truyền thông đa nền tảng ngày càng phát triển, truyền hình vẫn là kênh thông tin phổ biến và đáng tin cậy đối với nông dân ở khu vực này. Tuy nhiên, hiệu quả tiếp nhận thông điệp còn chịu ảnh hưởng mạnh bởi đặc điểm văn hóa – xã hội và nhu cầu thông tin mang tính thực tiễn của nông dân ĐBSCL, trong khi nhiều nghiên cứu trước đây chưa chú ý đầy đủ đến yếu tố này.

Từ những lý do trên, việc nghiên cứu *“Hiệu quả tiếp nhận thông điệp về biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân Đồng bằng sông Cửu Long hiện nay”* là cần thiết nhằm bổ sung cơ sở lý luận và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả tiếp nhận thông điệp về BĐKH cho nông dân trong thời gian tới.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích nghiên cứu

Trên cơ sở xây dựng hệ thống lý luận về hiệu quả tiếp nhận thông điệp BĐKH dưới góc độ báo chí học; khảo sát, đánh giá thực trạng hiệu quả tiếp nhận thông điệp BĐKH của công chúng nông dân vùng ĐBSCL; luận án đề xuất và luận giải cơ sở khoa học cho các giải pháp nâng cao hiệu quả tiếp nhận thông điệp truyền thông BĐKH trên truyền hình của nông dân ĐBSCL trong thời gian tới.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Thứ nhất, tổng quan tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến thông điệp báo chí về BĐKH và hiệu quả tiếp nhận thông điệp truyền hình của công chúng; trên cơ sở đó, xác nhận những khoảng trống tri thức làm tiền đề cho việc xác định mục đích nghiên cứu của luận án.

Thứ hai, xây dựng cơ sở lý luận của đề tài dưới góc độ Báo chí học; hệ thống hóa các khái niệm khán giả nông dân, thông điệp BDKH trên truyền hình; đề xuất khung phân tích và hệ tiêu chí đánh giá hiệu quả tiếp nhận thông điệp BDKH trên truyền hình của công chúng nông dân.

Thứ ba, khảo sát, phân tích và đánh giá thực trạng hiệu quả tiếp nhận thông điệp BDKH trên truyền hình của nông dân ĐBSCL; làm rõ mối liên hệ giữa đặc điểm tác phẩm truyền hình (nội dung, thể loại, ngôn ngữ thể hiện) với mức độ chuyển biến trong nhận thức, thái độ và hành vi của công chúng; xác định các nguyên nhân cốt lõi dẫn đến hạn chế trong thực tế tiếp nhận.

Thứ tư, khái quát những vấn đề đặt ra và đề xuất, luận giải cơ sở khoa học của hệ thống giải pháp đồng bộ nhằm nâng cao hiệu quả tiếp nhận thông điệp BDKH trên truyền hình của nông dân ĐBSCL trong bối cảnh truyền thông hiện đại hiện nay.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là hiệu quả tiếp nhận thông điệp BDKH trên truyền hình của nông dân ĐBSCL hiện nay.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

3.2.1. Phạm vi các kênh truyền hình khảo sát thông điệp

Luận án lựa chọn đại diện kênh truyền hình và chương trình khảo sát trong giai đoạn 2023 - 2024 theo tiêu chí: i) Mức độ phổ biến và sự tin cậy đối với khán giả nông dân ĐBSCL ; ii) Các đại diện đài truyền hình từ cấp quốc gia đến cấp tỉnh nhằm so sánh sự khác biệt trong cách mã hóa thông điệp BDKH trên truyền hình. iii) Tính chuyên biệt và chiều sâu của nội dung: Mẫu khảo sát tập trung vào các kênh/chương trình có thời lượng ưu tiên cho vấn đề nông nghiệp, nông thôn và dự báo khí tượng thủy văn có khung giờ phát sóng phù hợp với lịch trình sinh hoạt của nông dân. Cụ thể,: 1) *Kênh VTV Cần Thơ, thuộc Trung tâm Truyền hình Việt Nam, khu vực Tây Nam Bộ, Đài Truyền hình Việt Nam*; 2) *Kênh THTPCT (Đài PTTH Thành phố Cần Thơ)* ; 3) *Kênh HGTV (Đài PTTH tỉnh Hậu Giang)* ; 4) *Kênh CTV (Đài PTTH tỉnh Cà Mau)*.

3.2.2. Phạm vi đối tượng tiếp nhận thông điệp

Khán giả nông dân của thông điệp về BDKH trên truyền hình tại ĐBSCL là toàn bộ các lao động trong lĩnh vực nông nghiệp hiện đang sinh sống tại khu vực này. Để bảo đảm tính khách quan, tính đại diện và khả năng so sánh liên vùng sinh thái, nghiên cứu tiến hành khảo sát tại 03 tỉnh/thành phố thuộc ĐBSCL, gồm: Cần Thơ, Hậu Giang và Cà Mau. Cụ thể:

1) *Xã Nhơn Ái (Thành phố Cần Thơ)* – đại diện cho vùng sinh thái nước ngọt nội đồng, nơi nông dân thâm canh cây ăn trái và lúa gạo, nhưng thường xuyên phải đối mặt với hiện tượng sạt lở bờ sông, biến động thất thường của thời tiết ảnh hưởng đến các vùng chuyên canh cây ăn trái;

2) *Xã Lương Tâm (Tỉnh Hậu Giang)* – đại diện cho vùng sinh thái nước lợ (vùng giáp ranh mặn – ngọt), là khu vực chịu tác động rõ nét của xâm nhập mặn và thiếu nước ngọt

vào mùa khô;

3) *Xã Đất Mũi (Tỉnh Cà Mau)* – đại diện cho vùng sinh thái nước mặn ven biển, khu vực Cực Nam của Tổ quốc, nơi sinh kế phụ thuộc chủ yếu vào nuôi trồng thủy sản và chịu tác động trực tiếp, nghiêm trọng của nước biển dâng, xâm nhập mặn, sạt lở bờ biển và suy thoái rừng ngập mặn.

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên thuận tiện kết hợp phân tầng theo địa bàn cư trú, độ tuổi, giới tính, trình độ học vấn, tình trạng hôn nhân, dân tộc, tôn giáo và thu nhập.

3.2.3. Phạm vi về thời gian nghiên cứu

- Thứ nhất, khảo sát nội dung 205 tác phẩm truyền hình từ 01/01/2023 – 31/12/2024 ;

- Thứ hai, khảo sát thực địa 03 tỉnh ĐBSCL từ 04/2024 – 12/2024 :

+ Thử nghiệm và hoàn thiện công cụ nghiên cứu từ 14–16/10/2023.

+ Huấn luyện 5 điều tra viên tại Hậu Giang vào 08/12/2023.

+ Khảo sát chính thức được thực hiện tại Cần Thơ, Hậu Giang và Cà Mau từ tháng 4/2024 đến tháng 12/2024 với 529 nông dân.

+ 02 cuộc thảo luận nhóm được thực hiện từ 14/5 – 15/5/2024.

+ 22 cuộc phỏng vấn sâu được thực hiện từ tháng 10–12/2024.

4. Câu hỏi, giả thuyết và hệ thống các biến số

4.1. Câu hỏi nghiên cứu

1. Hiệu quả tiếp nhận thông điệp BDKH trên truyền hình của nông dân được khái niệm hóa và đo lường như thế nào?

2. Thông điệp về BDKH trên truyền hình tại khu vực ĐBSCL hiện nay có những đặc điểm gì về nội dung và hình thức thể hiện?

3. Hiệu quả tiếp nhận thông điệp BDKH trên truyền hình của nông dân ĐBSCL hiện nay ở các phương diện nhận thức, thái độ và hành vi ra sao ?

4. Những yếu tố nào đang tác động đến hiệu quả tiếp nhận đó?

5. Cần đề xuất những giải pháp nào nhằm nâng cao hiệu quả tiếp nhận thông điệp BDKH trên truyền hình của nông dân ĐBSCL trong thời gian tới?

4.2. Giả thuyết nghiên cứu

1. Thông điệp BDKH trên truyền hình khu vực ĐBSCL hiện nay mang đặc điểm của mô hình sản xuất phụ thuộc lớn vào nguồn dữ liệu khí tượng thủy văn và tính thời sự của thiên tai; dòng chảy thông tin bị suy giảm tính hệ thống và tính liên tục do rào cản về tần suất và quy hoạch khung giờ phát sóng; nội dung có xu hướng chuyển dịch mạnh theo hướng bình dân hóa ngôn ngữ, trực quan hóa dữ liệu và gắn kết trực tiếp với thực tiễn sinh kế của địa phương.

2. Hiệu quả tiếp nhận thông điệp BDKH trên truyền hình của nông dân chịu sự chi phối đáng kể bởi nhịp sinh hoạt nông nghiệp và thói quen sử dụng thiết bị truyền thông; trong đó tivi truyền thống và các khung giờ cố định vẫn giữ vai trò trung tâm trong tiếp nhận thông điệp BDKH.

3. Quá trình tiếp nhận thông điệp BDKH trên truyền hình tham gia vào việc hình thành

nhận thức, thái độ và ý định hành động của nông dân; tuy nhiên, sự chuyển hóa từ nhận thức sang hành vi thích ứng dài hạn còn bị hạn chế bởi yếu tố nguồn lực kinh tế, năng lực kỹ thuật và chi phí thực hiện.

4. Các yếu tố gây nhiễu trong quá trình tiếp nhận (nhiều kỹ thuật, nhiều ngữ nghĩa, nhiều tâm lý và môi trường xem) có ảnh hưởng đến hiệu quả tiếp nhận thông điệp BDKH trên truyền hình của nông dân ĐBSCL.

4.3. Khung phân tích và các biến số

4.3.1. Khung phân tích

Khung phân tích của luận án được xây dựng theo mô hình truyền thông hai chiều của Shannon, trong đó hiệu quả tiếp nhận thông điệp BDKH trên truyền hình được xem là kết quả của sự tương tác giữa đặc điểm thông điệp, bối cảnh tiếp nhận của nông dân và các yếu tố gây nhiễu, thông qua chuỗi chuyển hóa nhận thức – thái độ – hành vi.

4.3.2. Hệ thống các biến số

- Biến độc lập: Đặc điểm thông điệp BDKH trên truyền hình; Bối cảnh sinh hoạt và tiếp nhận của nông dân; Các yếu tố gây nhiễu trong quá trình tiếp nhận.

- Biến trung gian: Mức độ tiếp cận thông điệp; Nhận thức của nông dân về BDKH sau khi xem truyền hình; Thái độ đối với việc ứng phó với BDKH

- Biến phụ thuộc: Hiệu quả hành vi ứng phó ngắn hạn (tức thời, tình huống); Hiệu quả hành vi thích ứng dài hạn (thay đổi sinh kế, chuyển đổi cơ cấu cây trồng/vật nuôi ...).

- Biến can thiệp: Năng lực tiếp nhận của nông dân (nguồn lực kinh tế, trình độ học vấn/năng lực kỹ thuật); Chi phí tiếp nhận.

5. Cơ sở lý luận và các lý thuyết áp dụng

5.1. Cơ sở lý luận

Luận án được triển khai trên cơ sở thế giới quan và phương pháp luận của chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh; đồng thời quán triệt các quan điểm, chủ trương của Đảng và Nhà nước về phát triển bền vững, ứng phó với BDKH và vai trò của truyền thông trong định hướng dư luận xã hội. Đây là nền tảng định hướng phương pháp luận chung cho toàn bộ quá trình nghiên cứu. Luận án cũng dựa vào các lý thuyết truyền thông đại chúng, đặc biệt là lý luận về truyền hình như một loại hình báo chí có tính trực quan cao, khả năng lan tỏa rộng và tác động mạnh đến nhận thức và hành vi công chúng. Các quan điểm về chức năng thông tin, giáo dục và định hướng của truyền hình được sử dụng để phân tích vai trò của loại hình này trong truyền thông về BDKH tại khu vực nông thôn.

Bên cạnh đó, luận án phát triển dựa trên cách tiếp cận coi công chúng là chủ thể tích cực trong quá trình giải mã thông điệp; truyền thông thay đổi nhận thức – thái độ – hành vi; các nghiên cứu về truyền thông BDKH và nông dân. Trên cơ sở đó, tác giả xây dựng khung phân tích về hiệu quả tiếp nhận thông điệp BDKH trên truyền hình, xem đây là kết quả của sự tương tác giữa đặc điểm thông điệp, bối cảnh tiếp nhận và năng lực của nông dân

Ngoài ra, luận án tham khảo các Nghị quyết, chương trình hành động của Chính phủ và các cam kết quốc tế về BDKH mà Việt Nam tham gia, nhằm đặt nghiên cứu trong bối cảnh chính sách cụ thể và bảo đảm tính thực tiễn của các đề xuất.

5.2. Các lý thuyết áp dụng

Luận án vận dụng ba lý thuyết truyền thông : 1) Lý thuyết Đóng khung của Erving Goffman để làm rõ cách các đài truyền hình lựa chọn và nhấn mạnh những khía cạnh biểu hiện khác nhau của BĐKH ; 2) Lý thuyết Sử dụng và Hải lòng của Denis McQuail và cộng sự để giải thích động cơ và hành vi tiếp nhận thông tin của nông dân, nhấn mạnh vai trò chủ động của họ trong việc lựa chọn nội dung truyền hình nhằm đáp ứng nhu cầu sinh kế, tìm kiếm tri thức sản xuất và ứng phó rủi ro khí hậu; và 3) Lý thuyết Mã hóa/Giải mã của Stuart Hall để phân tích sự khác biệt giữa quá trình mã hóa thông điệp của cơ quan truyền hình và cách nông dân giải mã dựa trên kinh nghiệm canh tác và bối cảnh sinh kế.

6. Phương pháp nghiên cứu

6.1. Phương pháp diễn dịch và quy nạp

- Phương pháp diễn dịch được vận dụng trong chương 1 tổng quan và chương 2 cơ sở lý luận để hệ thống hóa các quan điểm, mô hình và lý thuyết về hiệu quả truyền thông và hiệu quả tiếp nhận. Trên cơ sở đó, luận án xây dựng khung phân tích, mô hình nghiên cứu và hệ tiêu chí đánh giá hiệu quả tiếp nhận thông điệp biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân ĐBSCL, đồng thời làm căn cứ thiết kế công cụ khảo sát.

- Phương pháp quy nạp được sử dụng trong chương 3 và chương 4 tìm hiểu thực trạng, đánh giá những vấn đề đặt ra và đề xuất giải pháp. Từ dữ liệu thu thập qua điều tra bảng hỏi, phỏng vấn sâu và thảo luận nhóm, luận án phân tích, tổng hợp để rút ra các nhận định khái quát về thực trạng tiếp nhận, chỉ ra hạn chế và nguyên nhân. Trên cơ sở đó, các giải pháp được đề xuất theo hướng bám sát thực tiễn, góp phần nâng cao hiệu quả tiếp nhận thông điệp BĐKH trên truyền hình cho nông dân trong thời gian tới.

6.2. Phương pháp phân tích nội dung

Luận án sử dụng phương pháp phân tích nội dung kết hợp định lượng và định tính thông qua bảng mã hóa nội dung (Phụ lục 1.1). Tổng cộng 205 tác phẩm truyền hình đã được lựa chọn theo phương pháp chọn mẫu có chủ đích, gồm các chương trình chính luận phát sóng trong giai đoạn 01/01/2023–31/12/2024 (24 tháng) trên bốn kênh truyền hình khu vực ĐBSCL. Cụ thể: VTV Cần Thơ với các chương trình *Thời sự Miền Tây hôm nay*, *Biến đổi khí hậu*, *Bản tin nông nghiệp*, *Tọa đàm khoa học* có 49 tác phẩm (24%); THPTCT với các chương trình *Tây Đô ngày mới*, *Thời sự địa phương* và *chuyên đề liên quan đến biến đổi khí hậu* có 59 tác phẩm (29%); HGTV với các chương trình *Nhịp sống ngày mới*, *Chuyển động Đông Tây*, *Thời sự Hậu Giang*, *Bản tin phòng chống thiên tai* có 48 tác phẩm (23%); và CTV với các chương trình *Chuyển động ngày mới*, *Bạn nhà nông*, *Thời sự Cà Mau*, *Chuyên đề khoa học và công nghệ* có 49 tác phẩm (24%). Tỷ lệ phân bổ mẫu tương đối đồng đều giữa kênh trung ương đặt tại khu vực và các đài địa phương nhằm bảo đảm khả năng so sánh. Dữ liệu được thu thập bằng cách tìm kiếm các từ khóa liên quan đến BĐKH và thiên tai (như BĐKH, hạn hán, xâm nhập mặn, sạt lở, phòng chống thiên tai, thích ứng khí hậu, chuyển đổi cây trồng, nông nghiệp bền vững...) trên website chính thức của các đài và các nền tảng lưu trữ trực tuyến như YouTube, Facebook, đồng thời rà soát theo chuyên mục và các khung giờ phát sóng 6h00–6h30, 11h30–12h00 và 17h55–18h30 để hạn chế bỏ sót dữ liệu. Mỗi tác phẩm được lưu trữ đường dẫn gốc, ghi nhận thông tin cơ bản (thời lượng, thể loại, vị trí phát sóng, chủ đề chính) và tiến hành mã hóa theo hệ thống biến số xác định trước; sau đó dữ liệu được

tổng hợp, phân tích theo tần suất, xu hướng và so sánh giữa nhóm đại trung ương và địa phương nhằm bảo đảm tính nhất quán và độ tin cậy của kết quả nghiên cứu.

6.3. Phương pháp điều tra định lượng bằng bảng hỏi

Phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi định lượng kết hợp phỏng vấn sâu được sử dụng nhằm tìm hiểu đặc điểm nhân khẩu học của nông dân, mục đích và hành vi tiếp nhận thông điệp BDKH trên truyền hình, cũng như mức độ nhận thức, thái độ và hành vi thích ứng của họ sau khi tiếp nhận thông tin. Nghiên cứu khảo sát 529 nông dân có nhận thức về khái niệm BDKH, tiêu mẫu đi sâu vào 286 nông dân có tiếp xúc với truyền hình tại ba địa phương Nhơn Ái (Cần Thơ), Lương Tâm (Hậu Giang) và Đất Mũi (Cà Mau), được lựa chọn theo phương pháp chọn mẫu phi xác suất theo hạn ngạch kết hợp thuận tiện nhằm bảo đảm sự đa dạng về giới tính, độ tuổi và loại hình sản xuất.

6.4. Thảo luận nhóm

Nghiên cứu tổ chức 02 cuộc thảo luận nhóm vào tháng 5/2024 với sự tham gia của đại diện cơ quan báo chí, nhà quản lý truyền thông và lãnh đạo các sở, ban, ngành tại địa phương, cùng đội ngũ trực tiếp sản xuất chương trình truyền hình. Hoạt động này nhằm đối chiếu giữa mục tiêu truyền thông của chủ thể sản xuất nội dung với thực trạng tiếp nhận của công chúng, đồng thời làm rõ các tiêu chí xây dựng thông điệp, những khó khăn trong việc sản xuất nội dung các chương trình BDKH, cũng như cơ chế phối hợp giữa các cơ quan trong việc cung cấp dữ liệu và triển khai truyền thông về BDKH.

6.5. Phỏng vấn sâu

Nghiên cứu thực hiện phỏng vấn 22 khách thể được lựa chọn theo phương pháp chọn mẫu có mục đích, bao gồm: nhóm chủ thể sản xuất nội dung truyền hình (4 phóng viên, biên tập viên, kỹ thuật viên) để tìm hiểu quy trình sản xuất và những thách thức trong truyền tải thông điệp BDKH; nhóm nhân tố trung gian và chuyên gia (2 cán bộ khuyến nông, 01 nhà khoa học khí hậu) nhằm đánh giá tính chính xác khoa học và vai trò kết nối thông tin tại cơ sở; và nhóm khán giả nông dân (15 nông dân tại các địa bàn khảo sát) để khai thác sâu trải nghiệm tiếp nhận, mức độ hài lòng và các rào cản trong việc chuyển hóa thông điệp thành hành vi thích ứng. Kết quả phỏng vấn giúp bổ sung và giải thích sâu hơn cho các dữ liệu định lượng của nghiên cứu.

6.6. Phương pháp xử lý thông tin

Công cụ thu thập dữ liệu từ nông dân bằng bảng hỏi trực tuyến trên nền tảng KobotoolBox. Các dữ liệu sau khi được xuất định dạng chuẩn (CSV, XLS) được làm sạch và kiểm tra tính hợp lệ trước khi đưa vào phân tích. Quá trình xử lý và phân tích định lượng được thực hiện bằng phần mềm SPSS v26. Dựa trên các số liệu thu thập được, tác giả luận án thống kê mô tả số liệu dưới dạng tần suất, tỉ lệ và tương quan để khái quát hóa kết quả nghiên cứu. Các câu hỏi mở trong bảng hỏi và nội dung các cuộc thảo luận nhóm, phỏng vấn sâu được ghi chép, phân tích theo nhóm để thấy được những phát hiện nổi trội và sử dụng làm ví dụ để phân tích cho một số trường hợp cần luận cứ để chứng minh.

7. Điểm mới của luận án

- Về mặt lý luận, luận án bổ sung cách tiếp cận đánh giá hiệu quả truyền thông theo hướng đa chiều, kết hợp nhận thức – thái độ – hành vi với tiêu chí chi phí tiếp nhận. Đồng thời, vận dụng và kết hợp các lý thuyết Đóng khung, Mã hóa/Giải mã và Sử dụng và Hài lòng để phân tích hiệu quả tiếp nhận thông điệp BDKH của nông dân ĐBSCL.

- *Về mặt thực tiễn*, luận án cung cấp một bộ dữ liệu khảo sát về nội dung truyền hình và khán giả nông dân tại ĐBSCL có thể sử dụng làm tài liệu tham khảo cho nghiên cứu và giảng dạy trong lĩnh vực báo chí và truyền thông BDKH ; làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả tiếp nhận thông điệp BDKH của nông dân ĐBSCL, đề xuất hệ thống giải pháp liên quan đến chủ thể sản xuất, kênh truyền tải và công chúng tiếp nhận nhằm nâng cao hiệu quả tiếp nhận thông điệp về BDKH trên truyền hình trong thời gian tới..

8. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận án

- *Về mặt lý luận*, luận án góp phần bổ sung và làm phong phú cơ sở lý luận của chuyên ngành Báo chí học, đặc biệt trong lĩnh vực truyền hình và truyền thông BDKH. Nghiên cứu hệ thống hóa và làm rõ khái niệm hiệu quả tiếp nhận thông điệp BDKH trên truyền hình ĐBSCL, đồng thời đề xuất một khung phân tích đa chiều kết hợp giữa phân tích nội dung thông điệp và đánh giá hiệu quả tiếp nhận từ khán giả.

- *Về mặt thực tiễn*, luận án cung cấp bộ dữ liệu thực chứng xác thực về nông dân ĐBSCL, giúp nhận diện chính xác các rào cản và yếu tố nhiễu trong quy trình truyền thông; đây là cơ sở khoa học để đề xuất hệ thống giải pháp khả thi nhằm chuyển hóa thông tin trên truyền hình thành hành động thích ứng bền vững.

9. Kết cấu của luận án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục luận án gồm 4 chương.

Chương 1. Tổng quan các nghiên cứu có liên quan đến luận án;

Chương 2. Những vấn đề lý luận về hiệu quả tiếp nhận thông điệp về biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân;

Chương 3. Đánh giá hiệu quả tiếp nhận thông điệp biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân Đồng bằng sông Cửu Long;

Chương 4. Những vấn đề đặt ra và giải pháp nâng cao hiệu quả truyền thông về biến đổi khí hậu trên truyền hình cho nông dân Đồng bằng sông Cửu Long trong thời gian tới.

Chương 1

TỔNG QUAN CÁC NGHIÊN CỨU CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1.1. Hướng nghiên cứu về hiệu quả truyền thông và hiệu quả tiếp nhận

1.1.1. Các nghiên cứu trên thế giới

Các nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy hiệu quả truyền thông, đặc biệt là hiệu quả tiếp nhận của công chúng có thể chia thành ba giai đoạn phát triển chính: giai đoạn 2000–2010 tập trung vào đo lường hiệu quả truyền thông trong giáo dục và truyền thông xã hội (E.P. Prokhôrốp, 2004; Elizabeth Johnson Avery, 2010); giai đoạn 2010–2020 chú trọng chuẩn hóa thang đo và đánh giá hiệu quả từ góc nhìn công chúng (Macnamara, 2017); và từ 2020 đến nay mở rộng sang các hướng tiếp cận liên ngành, kết hợp công nghệ số, trí tuệ nhân tạo và tiếp thị thần kinh trong nghiên cứu hiệu quả truyền thông (Casado-Aranda và cộng sự, 2023).

Về lý luận, E.P. Prokhôrốp (2004) khẳng định hiệu quả báo chí phải được đặt trong bối cảnh xã hội và nhu cầu công chúng. Các nghiên cứu sau đó chuyển mạnh sang cách tiếp cận dựa trên người tiếp nhận, nhấn mạnh vai trò của bối cảnh và cảm nhận của công chúng đối với thông điệp (Avery và cộng sự, 2010). Macnamara (2017) tiếp tục phát triển mô hình Integrated Evaluation Framework (IEF), đề xuất đánh giá hiệu quả truyền thông qua các cấp độ đầu vào, đầu ra, kết quả xã hội và tác động dài hạn. Đồng thời, các mô hình như IDEA (Sellnow và cộng sự, 2014) và các thang đo hiệu quả cảm nhận thông điệp (Muszynska, 2018; Baig và cộng sự, 2019; Zhao và cộng sự, 2022) khẳng định vai trò của chuỗi nhận thức – thái độ – hành vi trong quá trình tiếp nhận. Gần đây, các phương pháp đo lường thần kinh và phân tích dữ liệu số tiếp tục mở rộng khả năng nghiên cứu phản ứng của công chúng đối với thông điệp (Casado-Aranda và cộng sự, 2023; Bazhenov, 2024). Nhìn chung, các nghiên cứu đề cho thấy xu hướng chuyển dịch từ đo lường quy mô truyền bá sang phân tích chiều sâu tiếp nhận của công chúng.

1.1.2. Các nghiên cứu tại Việt Nam

Tại Việt Nam, các nghiên cứu về hiệu quả truyền thông kế thừa khá nhất quán nền tảng lý luận quốc tế, đồng thời mở rộng về đối tượng, loại hình truyền thông và phương pháp đo lường. Tạ Ngọc Tấn (2001) xác định ba mức độ hiệu quả truyền thông gồm hiệu quả tiếp nhận, hiệu ứng xã hội và hiệu quả thực tế, trong đó hiệu quả tiếp nhận giữ vai trò nền tảng. Các nghiên cứu tiếp theo của Dương Xuân Sơn, Đinh Văn Hường, Trần Quang (2007) và Nguyễn Văn Dũng (2011) nhấn mạnh mối quan hệ giữa mục tiêu truyền thông với kết quả đạt được và chuỗi chuyển hóa nhận thức – thái độ – hành vi của công chúng. Những công trình sau này tiếp tục hoàn thiện tiêu chí đo lường và chỉ ra vai trò của điều kiện tiếp nhận, tương tác và đặc điểm văn hóa công chúng (Nguyễn Đình Hậu, 2016; Lương Khắc Hiếu, 2017; Phạm Hương Trà, 2012; Triệu Thanh Lê, 2015). Trong bối cảnh truyền thông số, nhiều nghiên cứu cũng nhấn mạnh sự chuyển dịch từ công chúng thụ động sang chủ động, đòi hỏi phương pháp đo lường dựa trên dữ liệu tương tác trực tuyến (Nguyễn Thành Lợi, 2016; Phan

Hoàng Long và cộng sự, 2022; Trần Ngọc Trang Ninh, 2022; Tôn Đức Sáu, Võ Thị Thu Diệu, 2025). Nhìn chung, các nghiên cứu tại Việt Nam ngày càng coi hiệu quả tiếp nhận và khả năng thay đổi hành vi của công chúng là trung tâm trong đánh giá hiệu quả truyền thông.

1.2. Hướng nghiên cứu về truyền thông biến đổi khí hậu và thông điệp biến đổi khí hậu

1.2.1. Các nghiên cứu trên thế giới

BĐKH được IPCC xác định là sự thay đổi dài hạn của hệ thống khí hậu do tác động kết hợp giữa tự nhiên và con người. Truyền thông BĐKH vì vậy đóng vai trò trung gian giữa tri thức khoa học và hành động xã hội, định hướng nhận thức, thái độ và hành vi của công chúng. Các nghiên cứu quốc tế cho thấy xu hướng chuyển từ mô hình cung cấp thông tin sang cách tiếp cận lấy công chúng làm trung tâm. Corner và Clarke (2017), Andrade (2018) và Egan và Mullin (2017) nhấn mạnh vai trò của bối cảnh xã hội, khoảng cách tâm lý và cách công chúng giải mã thông điệp khí hậu. Đồng thời, Buonocore và cộng sự (2023) cho rằng sự hợp tác giữa nhà khoa học và chuyên gia truyền thông giúp chuyển hóa dữ liệu khí hậu thành nội dung dễ tiếp cận. Các nghiên cứu cũng đề cao địa phương hóa thông điệp và đa dạng hóa hình thức truyền tải (Lekshmi, 2012; Ballantyne, 2018). Trong bối cảnh số hóa, truyền thông đa nền tảng và AI vừa mở rộng khả năng cá nhân hóa thông điệp, vừa đặt ra thách thức về thông tin sai lệch (Storani và cộng sự, 2025; Tamang và Zheng, 2025). Nhìn chung, hiệu quả truyền thông BĐKH phụ thuộc vào cách thiết kế và tiếp nhận thông điệp trong bối cảnh xã hội cụ thể.

1.2.2. Các nghiên cứu tại Việt Nam

Tại Việt Nam, truyền thông BĐKH chủ yếu gắn với định hướng chính sách và vai trò lãnh đạo của Đảng, Nhà nước, thể hiện mô hình truyền thông “từ trên xuống”. Nguyễn Văn Dũng và Hồ Thị Thanh Bạch (2021) cho rằng báo chí thường nhấn mạnh các cam kết quốc tế của Việt Nam về giảm phát thải, trong khi Trần Thị Hoa Mai (2023) ghi nhận sự tập trung phản ánh chỉ đạo của chính quyền địa phương. Nghiên cứu của Nguyễn Đức Anh (2025) trên 1.135 tác phẩm báo chí cho thấy nội dung chủ yếu xoay quanh giải pháp thích ứng, tác động BĐKH và chính sách nhà nước. Một số nghiên cứu về công chúng (Nguyễn Quỳnh Anh và cộng sự, 2019; Trần Phương Uyên, 2021; Đinh Thị Xuân Hòa, 2024) cho thấy thông điệp khí hậu còn thiên về tường thuật thiệt hại, thiếu gắn kết với đời sống cộng đồng. Do đó, nhiều học giả đề xuất đổi mới truyền thông theo hướng đa phương tiện, số hóa và tăng tương tác công chúng (Nguyễn Đức Kha, 2019; Phan Thùy Linh, Tạ Văn Việt, 2025; Ngô Thị Minh Hiếu, Phạm Thu Hằng, 2025), qua đó nâng cao hiệu quả tiếp nhận và thúc đẩy hành động xã hội.

1.3. Hướng nghiên cứu về truyền hình và hành vi tiếp nhận truyền hình

1.3.1. Các nghiên cứu về truyền hình

Trong hệ thống truyền thông đại chúng, truyền hình được xem là loại hình kết hợp hình ảnh động và âm thanh, tạo cơ chế tiếp nhận đa giác quan và tác động mạnh đến công chúng. *Các nghiên cứu quốc tế* phân biệt truyền hình như một phương tiện kỹ thuật – văn hóa với báo truyền hình như một loại hình báo chí chuyên biệt. Alexander B. Magoun (2007), Jostein Gripsrud (2015) và Marc C-Scott (2019) cho rằng truyền hình là định chế truyền thông quan trọng có khả năng định hình nhận thức xã hội, trong khi G.V. Cudonhetxốp và cộng sự (2004)

nhấn mạnh ưu thế của báo truyền hình ở tính trực quan và tính thời điểm của thông tin. Gần đây, nhiều nghiên cứu chỉ ra sự chuyển dịch sang mô hình truyền hình đa nền tảng (Borges, 2024; Sen và cộng sự, 2024; Thoer và cộng sự, 2025). *Tại Việt Nam*, các nghiên cứu cũng ghi nhận xu hướng hội tụ và tương tác công chúng, từ hiện tượng “màn hình thứ hai” (Lê Thu Hà, 2015) đến truyền hình lai kỹ thuật số và cá nhân hóa nội dung (Nguyễn Thế Lãm, 2023; Nguyễn Dương Chân, 2023, 2025; Lương Đông Sơn, 2024). Nhìn chung, truyền hình đang chuyển từ mô hình phát sóng một chiều sang hệ sinh thái truyền thông đa nền tảng với sự tham gia tích cực của khán giả.

1.3.2. Các nghiên cứu về hành vi tiếp nhận truyền hình của khán giả

Các nghiên cứu quốc tế và trong nước cho thấy hành vi tiếp nhận truyền hình chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố xã hội, nhân khẩu học và thói quen sinh hoạt. Francis L.F. Lee (2010) và Qianyin Xu, Ruoh-Nan Yan (2011) chỉ ra rằng truyền hình vẫn duy trì vai trò gắn kết gia đình và tạo cảm giác kết nối cộng đồng giữa các khán giả. Ở góc độ quản trị nội dung, Fulian Yin và cộng sự (2015) và Jontes (2012) nhấn mạnh việc phân tích dữ liệu hành vi khán giả và sự phân tầng xã hội trong thị hiếu truyền hình. Các nghiên cứu gần đây tiếp tục khẳng định ảnh hưởng của thói quen và môi trường công nghệ đối với lựa chọn nội dung (Chun Shao, 2023, 2024; Catherine Johnson và cộng sự, 2025; Prochniak Agnieszka, 2018). Tại Việt Nam, truyền hình vẫn là nguồn thông tin quan trọng (Trần Bảo Khánh, 2007; Trần Bá Dung, 2022), song công chúng ngày càng chủ động tương tác và tham gia lan tỏa nội dung trong môi trường số (Bùi Chí Trung, Nguyễn Đình Hậu, 2024; Nguyễn Thị Quỳnh Nga, 2025). Nhìn chung, công chúng truyền hình hiện đại vừa là người tiếp nhận vừa là chủ thể định hình sự phát triển của truyền hình.

1.4. Hướng nghiên cứu về nông dân Đồng bằng sông Cửu Long

1.4.1. Các nghiên cứu về nông dân ĐBSCL như một chủ thể sản xuất nông nghiệp trong bối cảnh BĐKH

Các nghiên cứu về nông dân tại ĐBSCL cho thấy xu hướng chuyển dịch từ mô hình lúa thâm canh sang hệ thống canh tác bền vững dưới tác động của BĐKH. David Dapice và Võ Tòng Xuân (2012) chỉ ra rằng việc ưu tiên sản lượng lúa trong thời gian dài đã làm suy thoái hệ sinh thái và gia tăng rủi ro cho nông dân. Nhiều nghiên cứu nhấn mạnh động lực kinh tế là yếu tố quan trọng thúc đẩy chuyển đổi sản xuất (Le Canh Bích Tho, 2018; Takeo Matsubara và cộng sự, 2020). Đồng thời, các nghiên cứu sinh thái cho thấy tác động ngày càng rõ của xâm nhập mặn, hạn hán và biến động nguồn nước, buộc nông dân phải điều chỉnh mùa vụ và mô hình canh tác (Nguyen Van Lap và cộng sự, 2021; Keo Sa Rate Thach, 2023; Le Y.T và cộng sự, 2024). Ở góc độ hành vi, quyết định thích ứng của nông dân chịu ảnh hưởng đồng thời của rủi ro môi trường, lợi ích kinh tế, nguồn lực hộ gia đình và chính sách hỗ trợ (Edmund Peeler và cộng sự, 2023; Le Thi Ha Lien và cộng sự, 2024), dù việc hạn chế tiếp cận tín dụng vẫn là rào cản đáng kể (Le Khuong Ninh, 2024).

1.4.2. Các nghiên cứu về nông dân ĐBSCL như một đối tượng tiếp nhận trong truyền thông BĐKH

Các nghiên cứu về truyền thông nông nghiệp tại ĐBSCL cho thấy truyền hình giữ vai

trò quan trọng trong lan tỏa tri thức và thúc đẩy thay đổi hành vi của nông dân. Nguyen Huu Huan và cộng sự (2008) cho thấy truyền hình, đặc biệt qua hình thức kịch truyền hình, có khả năng tiếp cận nông dân cao hơn so với tờ rơi hay truyền thanh. Bên cạnh đó, các nghiên cứu nhấn mạnh vai trò của mạng lưới xã hội và “nông dân nòng cốt” như những người môi giới tri thức, giúp chuyển hóa thông tin kỹ thuật thành thực hành địa phương (Nguyen Quy Hanh và Hans Dieter Evers, 2011; Vo Ha Van và cộng sự, 2013). Các tiếp cận giải trí – giáo dục cũng chứng minh hiệu quả trong thay đổi niềm tin và thái độ của nông dân (K.L. Heong và cộng sự, 2014). Đồng thời, nhận thức và hành vi thích ứng với BĐKH chịu ảnh hưởng của trải nghiệm thực tế và quá trình học tập xã hội giữa nông dân, nhà khoa học và chính quyền (Ho Thanh Tam và Fumikazu Ubukata, 2017; Thong Anh Tran và Romina Rodela, 2019). Nhìn chung, nhiều nghiên cứu khẳng định khả năng tiếp cận thông tin, đặc biệt qua truyền hình và các mạng lưới cộng đồng, có ý nghĩa quan trọng đối với hiệu quả sản xuất và thích ứng của nông dân (Truong Tuan Linh và cộng sự, 2023; Pham Cong Nghiep, 2018).

1.5. Nhận định về các công trình nghiên cứu đã tổng quan và các hướng nghiên cứu tiếp theo

Tổng quan các nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy lĩnh vực truyền thông biến đổi khí hậu đã có nền tảng lý luận khá vững chắc, với xu hướng chuyển từ mô hình truyền thông một chiều sang tiếp cận đa chiều, nhấn mạnh vai trò chủ động của công chúng. Truyền hình được khẳng định là kênh quan trọng trong định hướng nhận thức, song còn hạn chế về tính tương tác và chiều sâu nội dung. Tại Việt Nam và ĐBSCL, các nghiên cứu bước đầu làm rõ đặc điểm thông điệp và công chúng nông dân, nhưng vẫn thiên về cách tiếp cận “từ trên xuống” và thiếu gắn kết với nhu cầu thực tiễn.

Tuy nhiên, vẫn tồn tại những khoảng trống đáng kể: thiếu bộ tiêu chí đánh giá hiệu quả tiếp nhận mang tính thực chứng; thiếu nghiên cứu chuyên sâu về vai trò riêng của truyền hình đối với nông dân ĐBSCL; và hạn chế trong cách tiếp cận lấy người tiếp nhận làm trung tâm.

Trên cơ sở đó, luận án xác định bốn hướng nghiên cứu: (1) xây dựng cơ sở lý luận và khung phân tích; (2) phân tích nội dung và hình thức thông điệp truyền hình; (3) đánh giá hiệu quả tiếp nhận theo chuỗi nhận thức – thái độ – hành vi; và (4) đề xuất giải pháp đồng bộ nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông biến đổi khí hậu đối với nông dân ĐBSCL.

Tiểu kết Chương 1

Chương 1 hệ thống hóa nền tảng lý luận về truyền thông BĐKH và đặc thù nông dân ĐBSCL, đồng thời nhận diện khoảng trống tri thức cốt yếu: sự thiếu vắng các nghiên cứu chuyên sâu về bối cảnh địa phương và đo lường hiệu quả tiếp nhận thực tế. Đây là tiền đề khoa học để xác lập khung lý thuyết và định hướng triển khai logic các chương tiếp theo (Cơ sở lý luận, Thực trạng, Giải pháp) của luận án.

Chương 2

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ TIẾP NHẬN THÔNG ĐIỆP BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU TRÊN TRUYỀN HÌNH CỦA NÔNG DÂN

2.1. Thông điệp và thông điệp biến đổi khí hậu

2.1.1. Thông điệp và thông điệp báo chí

2.1.1.1. Thông điệp

Thông điệp là nội dung thông tin được mã hóa bằng các hệ thống ký hiệu và truyền tải qua các phương tiện truyền thông nhằm truyền đạt ý nghĩa, định hướng, nhận thức và tác động đến thái độ, hành vi của công chúng tiếp nhận.

2.1.1.2. Thông điệp báo chí

Thông điệp báo chí là nội dung thông tin cốt lõi được chủ thể truyền thông lựa chọn và mã hóa bằng các hệ thống ký hiệu, được truyền tải qua các phương tiện báo chí nhằm định hướng nhận thức, thái độ và hành vi của công chúng tiếp nhận.

2.1.2. Biến đổi khí hậu và thông điệp về biến đổi khí hậu

2.1.2.1. Biến đổi khí hậu

BĐKH là sự thay đổi lâu dài (thường tính trong chu kỳ tối thiểu 30 năm) của các đặc trưng khí hậu trung bình của Trái Đất hoặc từng khu vực, do tác động tổng hợp của các yếu tố tự nhiên và hoạt động của con người, biểu hiện qua sự nóng lên toàn cầu, mực nước biển dâng và sự gia tăng các hiện tượng khí tượng – thủy văn cực đoan.

2.1.2.2. Thông điệp về biến đổi khí hậu

Thông điệp về biến đổi khí hậu là hệ thống các nội dung thông tin về BĐKH được chủ thể truyền thông lựa chọn và chuyển tải đến công chúng thông qua các phương tiện truyền thông nhằm nâng cao nhận thức, hình thành thái độ tích cực và thúc đẩy hành động ứng phó với biến đổi khí hậu.

2.2. Truyền hình và thông điệp về biến đổi khí hậu trên truyền hình

2.2.1. Truyền hình

Truyền hình là loại hình báo chí sử dụng hình ảnh là chủ yếu, kết hợp tiếng nói, âm thanh, chữ viết, được truyền dẫn, phát sóng trên các hạ tầng kỹ thuật ứng dụng công nghệ khác nhau và trên không gian mạng.

Trong khuôn khổ luận án, khái niệm “truyền hình” được sử dụng chủ yếu theo nghĩa truyền hình phát sóng truyền thống, với đặc trưng là nội dung được sản xuất và phân phối theo lịch phát sóng tuyến tính, tiếp nhận chủ yếu qua thiết bị tivi. Cách tiếp cận này bảo đảm tính tập trung của phương pháp nghiên cứu và thực tiễn tiếp nhận của công chúng, đồng thời giúp luận án tập trung phân tích sâu hiệu quả tiếp nhận thông điệp BĐKH trên truyền hình của nông dân ĐBSCL hiện nay.

2.2.2. Thông điệp về biến đổi khí hậu trên truyền hình

2.2.2.1. Định nghĩa Thông điệp về biến đổi khí hậu trên truyền hình

Thông điệp về BĐKH trên truyền hình là nội dung thông tin về BĐKH được lựa chọn và tổ chức trong các chương trình hoặc tác phẩm truyền hình, được thể hiện thông qua sự kết hợp của hình ảnh, âm thanh và lời bình nhằm truyền tải ý nghĩa, nâng cao nhận thức và định hướng hành động của công chúng trước vấn đề BĐKH.

2.2.2.2. Phân loại thông điệp biến đổi khí hậu trên truyền hình

Trên cơ sở tổng hợp các kết quả nghiên cứu, thông điệp biến đổi khí hậu trên truyền hình được chia thành bốn nhóm chính: (1) thông điệp về tác động của biến đổi khí hậu, giúp nhận diện rủi ro; (2) thông điệp về giải pháp ứng phó và thích ứng, định hướng hành động; (3) thông điệp về chủ trương, chính sách, tạo cơ sở định hướng và niềm tin; và (4) thông điệp về khía cạnh xã hội, nhấn mạnh tác động đến các nhóm dễ bị tổn thương.

2.3. Hiệu quả tiếp nhận thông điệp về biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân

2.3.1. Hiệu quả và hiệu quả tiếp nhận thông điệp báo chí

2.3.1.1. Khái niệm hiệu quả

Hiệu quả là mức độ tương quan giữa kết quả thực tế đạt được với mục tiêu đặt ra, được đo lường trong mối quan hệ với chi phí thời gian, công sức và nguồn lực bỏ ra, đồng thời thể hiện ở khả năng tạo ra sự thay đổi nhận thức, niềm tin và hành động của đối tượng trong những điều kiện xã hội cụ thể

2.3.1.2. Hiệu quả tiếp nhận thông điệp báo chí

Hiệu quả tiếp nhận thông điệp báo chí là mức độ mà thông điệp báo chí đến được với công chúng mục tiêu, được công chúng tiếp nhận, hiểu đúng và tạo ra những chuyển biến tích cực về nhận thức, thái độ và hành vi, phù hợp với mục tiêu mà chủ thể truyền thông đặt ra.

2.3.2. Nông dân và hiệu quả tiếp nhận thông điệp biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân

2.3.2.1. Nông dân như một đối tượng khán giả của truyền thông khí hậu

Khán giả nông dân của truyền hình về BĐKH là những người trực tiếp tham gia hoạt động sản xuất nông nghiệp, sinh sống trong không gian kinh tế – xã hội nông thôn, thường xuyên hoặc định kỳ tiếp cận các chương trình truyền hình liên quan đến BĐKH và tiếp nhận thông điệp truyền thông thông qua sự chi phối đồng thời của trải nghiệm sản xuất – sinh kế, mạng lưới xã hội địa phương, tri thức bản địa và bối cảnh chính sách.

2.3.2.2. Hiệu quả tiếp nhận thông điệp về biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân

Hiệu quả tiếp nhận thông điệp BĐKH trên truyền hình của nông dân là mức độ mà các thông điệp về BĐKH do truyền hình chuyển tải tiếp cận được nông dân, được họ chú ý, tiếp nhận, hiểu đúng và tin tưởng, từ đó hình thành những chuyển biến tích cực về nhận thức, thái độ và định hướng hành vi thích ứng với BĐKH trong thực tiễn sản xuất và sinh kế, phù hợp với mục tiêu truyền thông và bối cảnh kinh tế – xã hội cụ thể của vùng, đồng thời được xem xét trong mối tương quan hợp lý với các nguồn lực xã hội đã bỏ ra.

Hiệu quả tiếp nhận thông điệp được thể hiện trên ba bình diện gắn kết chặt chẽ: (1) tiếp cận; (2) nhận thức, phản ánh mức độ tiếp cận, chú ý và hiểu thông điệp; (3) thái độ, thể hiện ở việc hình thành hiểu biết, niềm tin và sự đồng thuận, chịu ảnh hưởng của kinh nghiệm địa phương và mạng lưới xã hội; và (4) hành vi, phản ánh khả năng chuyển hóa thông điệp thành hành động thích ứng trong thực tiễn sản xuất và đời sống trong tương quan với chi phí tiếp nhận thông điệp.

2.3.2.3. Các yếu tố tác động đến hiệu quả tiếp nhận thông điệp biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân đồng bằng sông Cửu Long

Hiệu quả tiếp nhận thông điệp BĐKH trên truyền hình của nông dân chịu tác động bởi hệ thống các nhân tố biện chứng. Nhóm khách quan gồm điều kiện tự nhiên và bối cảnh kinh

tế - văn hóa - xã hội vùng sông nước. Nhóm chủ quan đóng vai trò then chốt, bao gồm 5 yếu tố: năng lực chủ thể truyền thông; chất lượng thông điệp; đặc điểm tâm lý - hành vi nông dân; môi trường truyền thông và hạ tầng kỹ thuật - tài chính. Luận án tập trung tối ưu hóa nhóm yếu tố chủ quan này nhằm hỗ trợ nông dân chuyển hóa nhận thức thành hành động thích ứng bền vững..

2.3.3. Tiêu chí đánh giá hiệu quả tiếp nhận thông điệp về biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân đồng bằng sông Cửu Long

Hệ tiêu chí đánh giá hiệu quả tiếp nhận được xây dựng trên cơ sở kết hợp lý luận truyền thông, dữ liệu thực tiễn và mục tiêu truyền thông theo chuỗi Nhận thức – Thái độ – Hành vi và bổ sung yếu tố Chi phí tiếp nhận. Việc đo lường sử dụng kết hợp thang Likert (đánh giá mức độ đồng thuận) và thang Bloom (đánh giá chiều sâu nhận thức), bảo đảm phản ánh cả chiều rộng và chiều sâu của quá trình tiếp nhận. Cụ thể : 1) hiệu quả tiếp cận được đo qua tần suất, động cơ, mức độ phù hợp nội dung và rào cản tiếp nhận; 2) hiệu quả nhận thức phản ánh khả năng hiểu, nhận diện rủi ro và nắm bắt giải pháp thích ứng; 3) hiệu quả thái độ thể hiện ở mức độ tin tưởng, sẵn sàng tiếp nhận và lan tỏa thông điệp; 4) hiệu quả hành vi được đánh giá qua hành động ứng phó ngắn hạn và thích ứng dài hạn; và 5) hiệu quả chi phí xem xét tương quan giữa chi phí tiếp nhận (tài chính, hạ tầng, thời gian) với lợi ích nhận thức và hành vi.

Tiểu kết chương 2

Chương 2 đã hoàn thiện khung lý thuyết và hệ thống tiêu chí đánh giá hiệu quả tiếp nhận dựa trên Kiến thức – Thái độ - Hành vi, đồng thời đóng góp mới về lý luận với tiêu chí hiệu quả chi phí tiếp nhận. Đây là công cụ khảo sát và kiểm chứng thực nghiệm tại Chương 3.

Chương 3

THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ TIẾP NHẬN THÔNG ĐIỆP BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU TRÊN TRUYỀN HÌNH CỦA NÔNG DÂN ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG HIỆN NAY

3.1. Đặc điểm hành vi tiếp nhận thông điệp về biến đổi khí hậu qua truyền hình của nông dân Đồng bằng sông Cửu Long

3.1.1. Nguồn tin và vị thế của truyền hình đối với khán giả nông dân Đồng bằng sông Cửu Long

Hành vi tiếp nhận thông điệp BĐKH của nông dân ĐBSCL mang tính đặc thù, gắn liền với nhịp sinh hoạt nông nghiệp và sự kết hợp giữa truyền thông đại chúng với các kênh liên cá nhân. Ba nguồn tin chính được nông dân tiếp cận nhiều nhất là: bạn bè/người thân (55,77%), truyền hình (54,06%) và đài phát thanh (49,15%). Truyền hình giữ vị thế là phương tiện truyền thông đại chúng chủ đạo, đóng vai trò “trục xương sống” định hướng nhận thức về môi trường nhờ khả năng tiếp cận rộng rãi và uy tín chính thống cao. Dù mạng xã hội (37,81%) đang gia tăng ảnh hưởng, truyền hình vẫn duy trì vai trò hạt nhân trong hệ thống truyền thông đa phương tiện phục vụ sinh kế của nông dân.

3.1.2. Sự lựa chọn kênh và thiết bị xem truyền hình của nông dân Đồng bằng sông Cửu Long

Nông dân ĐBSCL thể hiện xu hướng tập trung hóa rõ rệt vào hệ thống truyền hình quốc gia và các thiết bị truyền thông trong việc tiếp nhận thông tin (mục 3.1.2).

Về lựa chọn kênh (3.1.2.1), VTV Cần Thơ giữ vị thế chi phối tuyệt đối với 63,29% tỷ lệ lựa chọn, nhờ ưu thế về hạ tầng truyền dẫn ổn định và khả năng kết hợp giữa tính chính luận quốc gia với nội dung bản sắc Nam Bộ (mục 3.1.2.1). Các đài truyền hình địa phương chỉ ghi nhận tỷ lệ tiếp cận khiêm tốn (6,99%) do rào cản về công nghệ sản xuất đơn điệu và tín hiệu sóng thường bị nhiễu khi có thời tiết cực đoan (mục 3.1.2.1).

Về thiết bị (3.1.2.2), tivi truyền thống chiếm ưu thế tuyệt đối với 69,58%, theo sau là tivi thông minh (20,28%) (mục 3.1.2.2). Tổng cộng có tới 89,86% nông dân sử dụng tivi các loại để xem truyền hình, trong khi các thiết bị di động và máy tính chiếm tỷ lệ rất thấp (dưới 11%) (mục 3.1.2.2). Thực trạng này khẳng định tivi truyền thống và kênh VTV Cần Thơ là “tổ hợp vàng” để tối ưu hóa hiệu quả truyền thông khí hậu tại khu vực (mục 3.1.2.2).

3.2. Thực trạng hiệu quả tiếp nhận thông điệp biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân Đồng bằng sông Cửu Long

3.2.1. Hiệu quả tiếp cận thông điệp biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân Đồng bằng sông Cửu Long

Về hiệu quả tiếp cận, tỷ lệ nông dân tiếp xúc thông tin đạt mức cao với 83,92% tần suất thỉnh thoảng hoặc thường xuyên (mục 3.2.1.1). Hình thức tiếp nhận chủ yếu qua tivi truyền thống (69,58%) vào “khung giờ vàng” 18h-21h (76,92%) (mục 3.1.2.2, 3.2.1.1). Động cơ tiếp nhận mang tính thực dụng (65,39% xem để bảo vệ sản xuất), ưu tiên thể loại phóng sự nông nghiệp (52,45%) (mục 3.2.1.2, 3.2.1.3). Tuy nhiên, đa số đánh giá chất lượng ở mức “bình thường” (77,27%) (mục 3.2.1.4). Rào cản lớn nhất là nhiều ngữ nghĩa (41,61% thấy khó hiểu) cùng các nhiễu về kỹ thuật, tâm lý và môi trường (mục 3.2.1.5). Thực trạng cho thấy truyền hình đã thành công trong việc đưa thông điệp đến đúng thời điểm nhưng chưa tối ưu trong việc kiến tạo năng lực thích ứng thực tế (mục 3.2.1.5).

3.2.2. Hiệu quả về mặt nhận thức thông điệp biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân Đồng bằng sông Cửu Long

Hiệu quả nhận thức của nông dân ĐBSCL về thông điệp BĐKH hiện đạt mức trung bình (mục 3.2.2). Dù 54,63% nông dân “đã từng nghe” về BĐKH (tỉ lệ này gần như trùng khớp với mức độ tiếp cận truyền hình), nhận thức chủ yếu dừng ở việc nhận diện hiện tượng bề mặt (mục 3.2.2.1). Nông dân hiểu rất rõ các biểu hiện trực quan gắn với sinh kế như hạn hán (67,49%), xâm nhập mặn (62,57%) và giông lốc (63,89%) (mục 3.2.2.2). Ngược lại, kiến thức về bản chất khoa học còn rất yếu, điển hình là khái niệm phát thải khí nhà kính (chỉ 11,91% hiểu rõ) (mục 3.2.2.2). Về hệ quả kinh tế, tuyệt đa số ý thức được việc giảm thu nhập (91,01%) và tăng chi phí sinh hoạt (95,83%) (mục 3.2.2.3). Tuy nhiên, tồn tại một “điểm gãy” lớn: 65,7% nông dân tin rằng các mô hình thích ứng mang lại cơ hội nhưng chỉ 1,3% thực sự vận dụng vào thực tế (mục 3.2.2.4). Điều này cho thấy truyền hình mới dừng ở mức phổ biến khái niệm, chưa chuyển hóa được tri thức thành năng lực hành động cụ thể cho công chúng (mục 3.2.2.4).

3.2.3. Hiệu quả về mặt thái độ với thông điệp biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân Đồng bằng sông Cửu Long

Hiệu quả về thái độ của nông dân ĐBSCL đối với thông điệp BĐKH đạt mức cao nhưng còn mang tính dè dặt (mục 3.2.3). Về mức độ chủ động (TĐ1), 65,39% nông dân chủ động tiếp nhận thông tin vì áp lực sinh tồn và bảo vệ sản xuất (mục 3.2.3.1). Truyền hình duy

trì uy tín rất lớn với 97,2% nông dân bày tỏ sự tin tưởng (TĐ2), mặc dù đa số chỉ dừng ở mức “tin một phần” (70,28%) (mục 3.2.3.2). Các hình thức thể hiện trực quan như ảnh thực địa, flycam và âm thanh hiện trường đóng vai trò “bảo chứng”, giúp mềm hóa tri thức khô khan và kiến tạo niềm tin vào các giải pháp thích ứng (mục 3.2.3.2). Về sự sẵn sàng lan tỏa (TĐ3), 43,36% nông dân có hành vi tìm kiếm hoặc chia sẻ thông tin sau tiếp nhận (mục 3.2.3.3). Tuy nhiên, có sự phân hóa rõ rệt: nhóm trẻ (18–24 tuổi) tích cực nhất (67,65%), trong khi nhóm không biết chữ hoàn toàn đứng ngoài dòng chảy lan tỏa (mục 3.2.3.3). Thực trạng phản ánh thái độ tích cực nhưng niềm tin vẫn mang tính cảm tính, chưa đủ sức mạnh để phá vỡ các rào cản thực tiễn (mục 3.2.3.3).

3.2.4. Hiệu quả về mặt hành vi tiếp nhận thông điệp về biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân Đồng bằng sông Cửu Long

Hiệu quả về hành vi của nông dân ĐBSCL bộc lộ khoảng cách lớn giữa ý định và thực thi thực tế (mục 3.2.4). Về hành vi ứng phó trước mắt (HV1), 52,45% nông dân nhận thấy “cần hành động” sau khi xem truyền hình, thể hiện qua các việc làm cụ thể như điều chỉnh lịch thời vụ, gia cố nhà cửa, chuồng trại hoặc chủ động kiểm chứng lại thông tin khí hậu trên mạng (mục 3.2.4.1). Tuy nhiên, vẫn còn 33,22% ở trạng thái “không chắc”, phản ánh sự thiếu hụt tri thức cụ thể để chuyển hóa nhận thức thành hành động (mục 3.2.4.1). Về hành vi thích ứng lâu dài (HV2), các hành động phổ biến nhất là tái cấu trúc cây trồng, vật nuôi (49,65%) và tiết kiệm tài nguyên (35,31%) (mục 3.2.4.2). Nghịch lý nghiêm trọng tồn tại khi tỷ lệ thực sự vận dụng các mô hình bền vững vào thực tế chỉ đạt 1,3% (mục 3.2.2.4, 4.1.3.3). Rào cản chính ngăn trở hành động là thiếu vốn (83,57%) và thiếu kiến thức kỹ thuật (67,48%) (mục 3.2.4.2). Thực trạng này khẳng định truyền hình mới thành công ở mức khơi gợi sự quan tâm nhưng chưa đủ sức mạnh kiến tạo năng lực hành động thực tế cho công chúng (mục 3.2.4.2).

3.2.5. Hiệu quả về chi phí tiếp nhận thông điệp biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân Đồng bằng sông Cửu Long

Hiệu quả về chi phí tiếp nhận cho thấy việc tiếp nhận thông tin không miễn phí mà đòi hỏi sự đầu tư đáng kể về nguồn lực từ phía nông dân (mục 3.2.5). Tổng chi phí tiếp nhận (bao gồm tài chính, hạ tầng và thời gian) ước tính khoảng 975.000 đồng/tháng, chiếm tới 7,8% tổng thu nhập hộ gia đình (mục 3.2.5.3, 4.1.3.4). Trong đó, chi phí thời gian là gánh nặng lớn nhất, chiếm hơn 60% tổng chi phí quy đổi (trung bình nông dân dành 1,63 giờ/ngày để xem truyền hình) (mục 3.2.5.3). Chi phí tài chính trực tiếp và hạ tầng bình quân mỗi hộ lần lượt là 145.000 đồng và 232.500 đồng/tháng (mục 3.2.5.1, 3.2.5.2).

Nghiên cứu chỉ ra nghịch lý: dù đầu tư nguồn lực lớn nhưng hiệu quả thu hồi tri thức để thay đổi sinh kế chưa tương xứng, khi tỷ lệ vận dụng thực tế chỉ đạt 1,3% (mục 4.1.3.3, 4.1.3.4). Thực trạng này đòi hỏi truyền hình phải gia tăng tính thực dụng của thông điệp để tối ưu hóa “chi phí cơ hội” của người dân (mục 3.2.5.3).

Tiểu kết chương 3

Chương 3 đã hệ thống hóa các kết quả thực chứng từ việc phân tích 205 tác phẩm truyền hình và khảo sát 529 nông dân để kiểm định 04 giả thuyết nghiên cứu với các nội dung trọng tâm sau:

Xác nhận xu hướng “bình dân hóa” nhưng tồn tại đứt gãy nội dung: Truyền hình khu vực đã thực hiện tốt việc địa phương hóa thông điệp, sử dụng hình ảnh trực quan (flycam, đồ

họa) và khung giờ phát sóng phù hợp với nhịp sinh hoạt nông nghiệp Tuy nhiên, cấu trúc nội dung bị mất cân đối khi nhóm thông điệp phản ánh tác động/rủi ro chiếm ưu thế (47,1%), nhóm giải pháp thích ứng (37,4%) so với nhóm thông điệp khí hậu cho các nhóm yếu thế, cùng với việc bố trí tin tức ở cuối bản tin đã làm suy giảm sự chú ý của công chúng.

Sự chi phối tuyệt đối của nhịp sinh hoạt và thói quen truyền thông: Truyền hình giữ vị thế là kênh truyền thông đại chúng chủ đạo (54,06%). Hiệu quả tiếp cận gắn chặt với chu kỳ lao động – nghỉ ngơi của nông dân, thể hiện qua việc 76,92% lựa chọn xem trong khung giờ 18h–21h và 69,58% vẫn duy trì sử dụng tivi truyền thông như một thiết bị “mặc định” trong gia đình. Nghịch lý giữa nhận thức và hành vi (Điểm gãy truyền thông): Luận án chỉ ra một khoảng cách lớn trong chuỗi chuyển hóa: mặc dù 65,7% nông dân tin vào cơ hội từ các mô hình thích ứng, nhưng tỷ lệ thực sự vận dụng vào thực tế sản xuất chỉ đạt mức khiêm tốn 1,3%. Nông dân đang rơi vào trạng thái “niềm tin vượt trước tri thức” và bị rào cản bởi chi phí tiếp nhận cao (chiếm 7,8% thu nhập hộ gia đình), trong khi hiệu quả thu hồi tri thức để thay đổi sinh kế chưa tương xứng. Tác động tiêu cực của các yếu tố gây nhiễu: Hiệu quả tiếp nhận bị suy giảm bởi sự cộng hưởng của 04 loại nhiễu: nhiễu ngữ nghĩa (41,61% thấy khó hiểu do thuật ngữ hàn lâm); nhiễu kỹ thuật (mất sóng, mất điện); nhiễu tâm lý (tin vào kinh nghiệm cũ, lo âu trước tin thảm họa) và nhiễu môi trường (tiếng ồn, xem đa nhiệm)

Như vậy, Truyền hình ĐBSCL đã thành công trong việc phổ biến thông tin và củng cố niềm tin, nhưng chưa đạt hiệu quả trong việc kiến tạo năng lực hành động. Đây là cơ sở thực tiễn để luận án đề xuất dịch chuyển từ mô hình “truyền thông thảm họa” sang “báo chí giải pháp” tại Chương 4 nhằm hiện thực hóa tư duy chiến lược của Đại hội XIV

Chương 4

NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ TIẾP NHẬN THÔNG ĐIỆP VỀ BIẾN ĐỔI KHÍ HẬU TRÊN TRUYỀN HÌNH CHO NÔNG DÂN ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG TRONG THỜI GIAN TỚI

4.1. Những vấn đề đặt ra từ thực trạng hiệu quả tiếp nhận thông điệp biến đổi khí hậu trên truyền hình của nông dân đồng bằng sông Cửu Long hiện nay

4.1.1. Những vấn đề đặt ra với chủ thể lãnh đạo, quản lý truyền thông điệp biến đổi khí hậu trên truyền hình

Kết quả nghiên cứu chỉ ra ở cấp độ lãnh đạo và quản lý thiếu vắng một chiến lược truyền thông ĐDKH chuyên biệt, dài hạn và theo vùng sinh thái; cơ chế phối hợp liên ngành và chia sẻ dữ liệu khí hậu còn rời rạc; thiếu bộ tiêu chí đánh giá hiệu quả tiếp nhận và định mức kinh tế – kỹ thuật phù hợp cho sản xuất nội dung khí hậu; cùng với đó là thách thức quản lý thông tin trong bối cảnh truyền thông số và tin giả lan nhanh hơn năng lực phản ứng của cơ quan quản lý. Ở cấp độ cơ quan báo chí truyền hình, các vấn đề nổi lên bao gồm sự lạc hậu của hạ tầng kỹ thuật, quy trình sản xuất vẫn nặng tính một chiều, thiếu tương tác; năng lực chuyên môn và tư duy quản trị của đội ngũ làm báo môi trường chưa đáp ứng yêu cầu của truyền thông khoa học và báo chí giải pháp, dẫn đến thông điệp dễ rơi vào tình trạng hàn lâm, khó hiểu đối với nông dân. Đặc biệt, đội ngũ nhân sự bậc lõm điểm còn hạn chế về kiến thức chuyên sâu và kỹ năng diễn giải, khiến 41,61% nông dân đánh giá thông điệp là “khó hiểu,

hiệu từ chuyên môn phức tạp”, tạo ra rào cản lớn trong việc chuyển tải tri thức khoa học đến cộng đồng.

4.1.2. Những vấn đề đặt ra với thông điệp về biến đổi khí hậu trên truyền hình tại Đồng bằng sông Cửu Long hiện nay

Mặc dù truyền hình vùng ĐBSCL đã đạt được những kết quả nhất định trong truyền thông về BĐKH, kết quả nghiên cứu cho thấy vẫn tồn tại bốn vấn đề cốt lõi ảnh hưởng đến hiệu quả tiếp nhận thông điệp của nông dân. *Thứ nhất*, thông điệp BĐKH thường được bố trí ở cuối các bản tin thời sự của VTV Cần Thơ và CTV, làm giảm tính ưu tiên và hiệu ứng thiết lập chương trình nghị sự. *Thứ hai*, chiến lược sản xuất nội dung chuyên sâu còn thiếu tính ổn định; nhiều chuyên mục không duy trì được tần suất phát sóng định kỳ, khiến dòng thông tin về BĐKH bị gián đoạn. *Thứ ba*, năng lực ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo giữa các đài còn phân hóa rõ rệt; trong khi HGTV đã thử nghiệm các hình thức sáng tạo nội dung mới dựa trên công nghệ, nhiều đài vẫn chủ yếu sử dụng phương thức sản xuất truyền thống, làm giảm tính trực quan của thông điệp. *Thứ tư*, hệ sinh thái số thiếu đồng bộ, tiềm ẩn nguy cơ thất lạc dữ liệu sau sáp nhập và phụ thuộc vào các nền tảng mạng xã hội quốc tế. Đáng chú ý, nhóm thông điệp phản ánh tác động thiên tai chiếm tới 47,1%, trong khi thông điệp về công bằng xã hội và hỗ trợ thích ứng chỉ chiếm 5,4%, cho thấy truyền hình khu vực vẫn thiên về truyền thông thảm họa hơn là định hướng giải pháp và phát triển sinh kế bền vững.

4.1.3. Những vấn đề đặt ra với đối tượng tiếp nhận thông điệp là khán giả nông dân đồng bằng sông Cửu Long

Thứ nhất, hạn chế về năng lực giải mã tri thức khoa học. Tồn tại một độ lệch nghiêm trọng giữa quy trình mã hóa thông điệp của nhà đài và khả năng giải mã của nông dân, khi có tới 42,35% nông dân không biết chữ hoặc chỉ học hết tiểu học. Do thiếu hụt nền tảng kiến thức khoa học, có tới 41,61% người được hỏi phản hồi rằng thông điệp trên truyền hình “khó hiểu, nhiều từ chuyên môn phức tạp”, dẫn đến việc họ chỉ nhận diện được hiện tượng bề mặt mà không hiểu được bản chất của BĐKH.

Thứ hai, mâu thuẫn giữa nhu cầu sinh kế và nội dung thiếu giải pháp. Mặc dù 65,39% nông dân xem truyền hình với động cơ thực dụng là bảo vệ sản xuất và sinh tồn, nhưng nội dung truyền hình hiện nay đang gây ra sự bão hòa về tin tức thảm họa mà thiếu vắng các mô hình sinh kế có chiều sâu. Thực tế chỉ có 10,14% nông dân đánh giá nội dung là “rất sát thực tiễn”, trong khi 33,92% cho rằng chương trình chưa đề cập thỏa đáng đến các nguyên nhân và giải pháp cụ thể, làm suy giảm động lực chủ động tìm kiếm thông tin của người dân.

Thứ ba, khoảng cách giữa nhận thức và hành vi rất rõ: dù hơn 50% nhận thấy cần hành động, chỉ 1,3% áp dụng mô hình bền vững, do thiếu vốn (83,57%) và kỹ thuật (67,48%).

Thứ tư, rào cản bất bình đẳng số, chi phí tiếp nhận và tâm lý bất lực tiếp tục hạn chế hiệu quả truyền thông, đặc biệt ở nhóm yếu thế. Điều này đặt ra yêu cầu phải đơn giản hóa thông điệp, giảm chi phí tiếp cận và tăng tính truyền cảm hứng.

4.1.4. Những vấn đề đặt ra với cơ sở vật chất, kỹ thuật công nghệ và tài chính

Thứ nhất, hạ tầng truyền dẫn còn thiếu độ bền trước diễn biến khí hậu, dễ bị gián đoạn trong điều kiện thời tiết cực đoan. Mưa lớn, gió mạnh và mất điện khiến tín hiệu truyền hình không ổn định, làm suy giảm hiệu quả cảnh báo sớm đúng vào thời điểm quan trọng nhất.

Thứ hai, tồn tại khoảng cách giữa yêu cầu nội dung và năng lực công nghệ sản xuất. Việc

thể hiện các hiện tượng BĐKH phức tạp đòi hỏi đồ họa, mô phỏng hiện đại nhưng nhiều đài địa phương còn hạn chế về kỹ thuật và chi phí, dẫn đến nội dung kém trực quan. Đồng thời, sự chênh lệch giữa chất lượng phát sóng và thiết bị tiếp nhận (tivi cũ, môi trường ồn) làm giảm khả năng giải mã thông tin của nông dân, đặt ra yêu cầu thiết kế nội dung phù hợp hơn.

Thứ ba, cơ chế tài chính bộc lộ mâu thuẫn giữa nhiệm vụ chính trị và áp lực tự chủ. Sản xuất chương trình BĐKH có chi phí cao nhưng khó thu hút quảng cáo, trong khi nguồn lực các đài địa phương hạn chế, dẫn đến khó duy trì các chuyên mục chuyên sâu.

4.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả tiếp nhận thông điệp về biến đổi khí hậu trên truyền hình cho nông dân đồng bằng sông Cửu Long trong thời gian tới

4.2.1. Yêu cầu mới về tính cấp thiết của việc nâng cao hiệu quả tiếp nhận thông điệp biến đổi khí hậu cho nông dân Đồng bằng sông Cửu Long

Yêu cầu nâng cao hiệu quả tiếp nhận thông điệp BĐKH của nông dân ĐBSCL đang trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết dưới tác động của những thay đổi căn bản trong cơ chế, chính sách. Định hướng chiến lược từ Đại hội XIV của Đảng đã nâng tầm bảo vệ môi trường lên vị trí trung tâm của mô hình phát triển, song hành cùng tăng trưởng xanh và kinh tế tuần hoàn. Trong bối cảnh đó, truyền hình không còn dừng lại ở vai trò đưa tin đơn thuần mà phải trở thành chủ thể kiến tạo nhận thức, chuyển hóa các quyết sách vĩ mô thành hành động tự giác của người dân nhằm hình thành văn hóa sinh thái và ứng phó với các thách thức an ninh phi truyền thống. Sự kế thừa từ Nghị quyết 120/NQ-CP và Luật Bảo vệ Môi trường 2020 đã tạo hành lang pháp lý vững chắc, định hướng dòng thông tin theo tinh thần thuận thiên tự nhiên, bảo đảm tính xây dựng và ổn định tâm lý xã hội. Đồng thời, các chủ trương mới mở ra không gian rộng lớn để chuyển dịch phương thức truyền thông: từ cung cấp thông tin rời rạc, hàn lâm sang hệ thống hóa tri thức khoa học dễ tiếp cận; từ phản ánh tác hại đơn lẻ sang kiến tạo giải pháp thích ứng bền vững. Đặc biệt, trong kỷ nguyên số với thách thức từ tin giả, vai trò quản trị và định hướng dữ liệu của Nhà nước đóng vai trò then chốt, biến truyền thông BĐKH tại ĐBSCL thành cầu nối đưa chính sách sinh thái vào thực tiễn đời sống nông thôn.

4.2.2. Nhóm giải pháp về chủ thể lãnh đạo, quản lý truyền hình về biến đổi khí hậu

4.2.2.1. Hoàn thiện chiến lược và cơ chế điều phối thông tin về biến đổi khí hậu liên ngành

- Xây dựng Cổng dữ liệu khí hậu mở quốc gia
- Xác lập Bộ chuẩn mực truyền thông khí hậu quốc gia
- Cơ chế kiểm chứng thông tin 2 bước : Đầu vào – đầu ra của dữ liệu.

4.2.2.2. Xác định kênh truyền hình hạt nhân truyền thông về biến đổi khí hậu là kênh

VTV10 – Kênh truyền hình Quốc gia về Nông nghiệp, Nông thôn và Tăng trưởng xanh

- Đài Truyền hình Việt Nam đã chính thức nâng cấp VTV Cần Thơ thành VTV10 – Kênh truyền hình Quốc gia về Nông nghiệp, Nông thôn và Tăng trưởng xanh từ ngày 30/03/2026. Đây là trục nội dung thống nhất, khắc phục tình trạng thông tin bị phân tán hiện nay.

- Đặt trung tâm sản xuất nội dung tại ĐBSCL – tuyển đầu phòng chống thiên tai và BĐKH – để biến nơi đây thành phòng thí nghiệm sống, kể câu chuyện khí hậu từ thực tiễn địa phương mang giá trị quốc gia.

- Dịch chuyển mô hình thông tin về truyền thông tham họa, sang cung cấp các bằng chứng thực tiễn và hướng dẫn hành động cụ thể để nông dân vượt qua tâm lý e ngại rủi ro.

- Cơ chế tài chính bền vững bằng việc thực hiện cơ chế đặt hàng truyền thông chính sách từ ngân hàng nhà nước, kết hợp mô hình hợp tác công – tư (PPP) và tài trợ chiến lược từ các tổ chức quốc tế (FAO, WB, UNDP).

4.2.2.3. Xây dựng hệ thống đánh giá hiệu quả tiếp nhận của công chúng

Xây dựng bộ tiêu chí đánh giá toàn diện hiệu quả tiếp nhận dựa trên chuỗi tiếp cận – nhận thức – thái độ - hành vi trong mối liên hệ với chi phí tiếp nhận của nông dân thay vì chỉ quan tâm đến tỷ suất người xem hay tổng lượt thống kê từ các tương tác và thời gian xem trên các nền tảng số.

4.2.3. Nhóm giải pháp nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ lãnh đạo quản lý và nhà báo môi trường tại các cơ quan báo chí

4.2.3.1. Đổi mới tư duy quản trị báo chí chiến lược cho đội ngũ lãnh đạo và quản lý cấp cao

Nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông BĐKH sau sáp nhập báo chí, đội ngũ lãnh đạo cấp cao cần đổi mới tư duy chiến lược qua ba phương diện: chuyển từ đưa tin thụ động sang quản trị chính sách phát triển bền vững; tiên phong ứng dụng công nghệ số và dữ liệu lớn; nâng cao năng lực ngoại giao để đa dạng hóa nguồn tài chính.

4.2.2.2. Đào tạo và bồi dưỡng nguồn nhân lực báo chí môi trường theo hướng liên ngành

Thiết lập hệ thống đào tạo đại học/sau đại học dựa trên ba trụ cột (Báo chí – Khoa học môi trường – Chính sách xã hội) phối hợp liên ngành với các bộ, viện chuyên ngành. Đồng thời, hiện đại hóa học liệu số (OER, Big Data, AI) và đổi mới các chương trình bồi dưỡng sau sáp nhập tập trung vào kỹ năng “báo chí xanh 4.0”, kiến thức địa phương hóa và công cụ kiểm chứng dữ liệu.

4.2.2.3. Tái cấu trúc đội ngũ nhân lực báo chí môi trường theo hướng ứng dụng chuyển đổi số tại các tòa soạn hội tụ

Chuyên môn hóa các vị trí nhân sự số (phóng viên đa phương tiện, phân tích viên dữ liệu môi trường, chuyên gia CMS) và xây dựng mạng lưới cố vấn liên ngành (Báo chí - Khoa học - Quản lý) qua việc thành lập Trung tâm hỗ trợ tác nghiệp báo chí môi trường tại ĐBSCL; kết hợp với các cơ chế hợp tác quốc tế và mô hình hỗ trợ tâm lý sau sang chấn cho phóng viên vùng thiên tai.

4.2.3.3. Nâng cao đạo đức nghề nghiệp cho nhà báo môi trường và khí hậu trong kỷ nguyên số

Trang bị năng lực chống “tẩy xanh”, xác thực thông tin bằng công nghệ AI, minh bạch thuật toán dữ liệu, và duy trì tôn chỉ báo chí nhân văn – báo chí giải pháp nhằm thúc đẩy hành động xanh, tránh khuynh hướng thăm kích hóa các vấn đề khí hậu.

4.2.4. Nhóm giải pháp nâng cao chất lượng thông điệp về biến đổi khí hậu trên truyền hình

4.2.4.1. Đối với Kênh truyền hình quốc gia đặt tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long (VTV10)

- Thứ nhất, phát triển nội dung chuyên sâu, lấy giải pháp thích ứng làm trung tâm: Chuyển trọng tâm từ phản ánh hiện tượng sang phân tích nguyên nhân, tác động và các giải pháp thích ứng đã được kiểm chứng; cung cấp kiến thức có thể chuyển hóa thành hành động trong sản xuất và đời sống.

- *Thứ hai, tổ chức thông điệp theo chuỗi giá trị:* Xây dựng các tuyến nội dung có tính hệ thống theo ba chuỗi chính: (1) chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp; (2) chuỗi chính sách; và (3) chuỗi phát triển xanh; đồng thời phát triển các dải chương trình chuyên đề như Chính sách vào ruộng, Nông nghiệp Net Zero, Tọa đàm Tăng trưởng xanh.

- *Thứ ba, mở rộng góc nhìn liên vùng và liên kết hệ thống:* Khai thác lợi thế của hệ thống Đài Truyền hình Việt Nam để so sánh, chia sẻ kinh nghiệm thích ứng giữa ĐBSCL với các vùng sinh thái khác, góp phần nhân rộng các mô hình hiệu quả.

- *Thứ tư, nâng cao tính khoa học và độ tin cậy của thông điệp:* Thiết lập cơ chế cố vấn chuyên môn, ưu tiên nguồn tin và chuyên gia uy tín, chuẩn hóa quy trình kiểm chứng đối với các nội dung kỹ thuật và khuyến nghị chính sách.

- *Thứ năm, đổi mới quy trình sản xuất theo mô hình truyền thông hội tụ, đa nền tảng:* Thiết kế nội dung ngay từ đầu cho nhiều nền tảng (truyền hình, báo điện tử, mạng xã hội, video ngắn, podcast...) nhằm mở rộng phạm vi tiếp cận và đáp ứng xu hướng tiếp nhận thông tin của công chúng.

- *Thứ sáu, mở rộng hợp tác nhưng bảo đảm tính độc lập của nội dung:* Tăng cường phối hợp với các cơ quan quản lý, tổ chức khoa học, doanh nghiệp và tổ chức quốc tế trên nguyên tắc minh bạch, phục vụ lợi ích công và tách bạch giữa nội dung báo chí với nội dung tài trợ.

- *Thứ bảy, thiết lập cơ chế đánh giá hiệu quả truyền thông dựa trên dữ liệu:* Xây dựng hệ thống chỉ số đánh giá (KPI) về mức độ tiếp cận, ghi nhớ, khả năng vận dụng thông tin và sự thay đổi nhận thức, hành vi của công chúng để làm cơ sở điều chỉnh và nâng cao chất lượng chương trình.

4.2.4.2. Đối với các kênh truyền hình địa phương

- *Thứ nhất, tăng cường tính địa phương hóa và tính thực hành của thông điệp:* Chuyển tải thông điệp bằng ngôn ngữ sinh kể, sử dụng cách diễn đạt gần gũi, gắn với đặc điểm tự nhiên, sản xuất và văn hóa của từng địa phương; ưu tiên các mô hình thích ứng thực tiễn thay cho các khái niệm học thuật.

- *Thứ hai, đổi mới hình thức thể hiện theo hướng kể chuyện và lấy cộng đồng làm trung tâm:* Phát triển các chuyên mục dạng ký sự, phim tài liệu ngắn, phóng sự nhân vật, chương trình trải nghiệm; áp dụng phương pháp kể chuyện dựa vào cộng đồng nhằm tái hiện trải nghiệm thích ứng của người dân, tăng tính đồng cảm và khả năng thay đổi hành vi.

- *Thứ ba, duy trì các chuyên mục thường xuyên kết hợp cảnh báo và tư vấn:* Xây dựng các chuyên mục định kỳ về BĐKH gắn với dự báo khí tượng thủy văn, độ mặn, mực nước, nguy cơ sạt lở, sâu bệnh và các khuyến nghị sản xuất theo thời gian thực để hỗ trợ nông dân chủ động ứng phó.

- *Thứ tư, tăng cường tương tác và sự tham gia của cộng đồng:* Mở rộng các hình thức đối thoại, hỏi – đáp, tư vấn trực tuyến, tiếp nhận phản ánh của người dân; huy động sự tham gia của nhà khoa học, cán bộ khuyến nông, chính quyền cơ sở và nông dân điển hình nhằm nâng cao tính khoa học và tính thực tiễn của thông điệp.

- *Thứ năm, đẩy mạnh chuyển đổi số và sản xuất đa nền tảng:* Tổ chức sản xuất theo mô hình hội tụ, phát triển đồng thời nhiều định dạng nội dung (video ngắn, infographic, podcast, bản đồ dữ liệu, bài viết đa phương tiện...) trên truyền hình, báo điện tử và các nền

tăng mạng xã hội để mở rộng phạm vi tiếp cận và tăng hiệu quả truyền thông.

Như vậy, VTV10 giữ vai trò chuẩn hóa tri thức và định hướng chiến lược; các đài địa phương đảm nhiệm chức năng bản địa hóa, cá thể hóa và lan tỏa thông điệp phù hợp với điều kiện sinh thái, sinh kế và văn hóa từng địa phương, góp phần nâng cao hiệu quả tiếp nhận thông điệp về BĐKH của nông dân vùng ĐBSCL

4.2.5. Nhóm giải pháp về phía đối tượng tiếp nhận thông điệp là nông dân đồng bằng sông Cửu Long

4.2.5.1. Nâng cao năng lực truyền thông và kỹ năng xử lý thông tin cho nông dân đồng bằng sông Cửu Long

- Bình dân hóa tri thức: Phối hợp với hệ thống khuyến nông lồng ghép giáo dục kỹ năng (đọc biểu đồ, nhận biết tin giả, tra cứu app thời tiết) vào sinh hoạt chi hội.
- Tài liệu “Cầm nang bỏ túi”: Biên soạn Infographic giải thích thuật ngữ chuyên môn bằng ngôn ngữ địa phương.
- Mô hình “Nông dân số”: Đào tạo nhóm nông dân nòng cốt khai thác dữ liệu mở để trở thành tuyên truyền viên cộng đồng.

4.2.5.2. Thúc đẩy mô hình “Học tập cộng đồng” để vượt qua rào cản tâm lý và rủi ro khí hậu cho nông dân đồng bằng sông Cửu Long

- Thành lập “Tổ hợp tác cùng xem truyền hình”: Tổ chức thảo luận nhóm sau các bản tin trọng điểm để phân tích tính khả thi và chia sẻ kinh nghiệm.
- Lớp học đảo ngược “Trường quay – Thực tiễn”: Kết hợp lý thuyết trên TV với thực hành trên đồng ruộng dưới sự hỗ trợ của cán bộ khuyến nông để kiểm chứng giải pháp.
- Tôn vinh “Thủ lĩnh khí hậu”: Xây dựng các phóng sự về tấm gương nông dân tiên phong để tạo chuẩn mực xã hội tích cực.

4.2.5.3. Thiết lập “Cơ chế phản hồi ngược” và trao quyền sáng tạo nội dung truyền hình cho nông dân đồng bằng sông Cửu Long

- Kênh tương tác đa chiều: Mở rộng Hotline, Zalo OA để nông dân gửi video/phản ánh từ hiện trường.
- Chuyên mục “Góc nhìn nhà nông”: Phát sóng các video do chính nông dân thực hiện để khơi dậy niềm tự hào và sự chủ động.
- Cuộc thi sáng tạo nội dung số: Tổ chức thi làm video ngắn về thích ứng BĐKH để thu thập tư liệu thực tiễn và khuyến khích sáng tạo.

4.2.5.4. Đa dạng hóa kênh tiếp cận và giảm thiểu gánh nặng chi phí tiếp nhận cho nông dân đồng bằng sông Cửu Long

- Chiến lược “Đa nền tảng”: Biên tập lại chương trình thành định dạng ngắn (Shorts, Podcast) phát trên MXH để nông dân xem mọi lúc mọi nơi, giảm chi phí thời gian.
- Hỗ trợ tiếp cận số: Cung cấp gói cước Data giá rẻ/miễn phí cho các ứng dụng khí hậu; duy trì loa truyền thanh cơ sở cho hộ nghèo/vùng sâu.

4.2.6. Nhóm giải pháp về tạo lập môi trường và bối cảnh trong truyền thông điệp về biến đổi khí hậu trên truyền hình

4.2.6.1. Phát triển hạ tầng kỹ thuật tương thích và đa nền tảng

Phát triển hạ tầng kỹ thuật tương thích và đa nền tảng đòi hỏi chiến lược đầu tư đồng bộ, phân cấp giữa kênh quốc gia và các đài địa phương sau sáp nhập:

- *Đối với Kênh truyền hình Quốc gia VTV10*: Tập trung nâng cấp công nghệ theo lộ trình cuốn chiếu nhằm giữ vai trò hạt nhân điều phối. Cụ thể: mở rộng hệ thống Quản lý tài sản truyền thông (MAM) có cổng API chia sẻ dữ liệu thực địa thời gian thực; ứng dụng công nghệ trường quay ảo (3D/XR) để mô phỏng trực quan kịch bản thiên tai; và chuẩn hóa chuỗi sản xuất số 4K kết hợp tự động hóa xuất bản đa nền tảng.

- *Đối với các kênh truyền hình địa phương sau sáp nhập*: Hướng tới sự tinh gọn, hội tụ để khắc phục tình trạng phân mảnh hạ tầng. Giải pháp trọng tâm gồm: xây dựng Hệ thống quản trị nội dung hội tụ (Converged CMS) để phân tách một dữ liệu thô sang đa định dạng báo chí; đồng bộ chuẩn mã hóa tương thích với hệ thống MAM của VTV10 để thông suốt dòng dữ liệu liên vùng; và trang bị công cụ tác nghiệp di động linh hoạt (Mojo) giúp báo cáo hiện trường khẩn cấp nhanh chóng, tối ưu chi phí.

4.2.6.2. Xây dựng và thực hiện cơ chế tài chính đặc thù và xã hội hóa nguồn lực trong sản xuất thông điệp về biến đổi khí hậu trên truyền hình đồng bằng sông Cửu Long

Xây dựng cơ chế tài chính đặc thù và xã hội hóa nguồn lực đòi hỏi sự chuyển dịch từ phụ thuộc quảng cáo thương mại sang mô hình đa nguồn, bền vững, phân cấp theo hai nhóm đơn vị:

- *Đối với Kênh truyền hình Quốc gia VTV10 (Trực điều phối vĩ mô)*: Tối đa hóa dòng vốn ngân sách từ Trung ương thông qua các dự án đặt hàng truyền thông chính sách dài hạn; thí điểm mô hình hợp tác công - tư (PPP) và gói tài trợ chiến lược tích hợp thương hiệu xanh với các tập đoàn, tổ chức quốc tế (FAO, UNDP, WB); đồng thời thương mại hóa bản quyền nội dung số đa nền tảng và tổ chức các sự kiện, diễn đàn khí hậu lớn.

- *Đối với các kênh truyền hình địa phương (Đơn vị thực thi bản địa)*: Khai thác nguồn ngân sách đặt hàng từ quỹ phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh gắn với xúc tiến thương mại nông sản thích ứng; vận hành cơ chế “hội tụ nội dung” (sản xuất tích hợp một đề tài ra nhiều định dạng báo chí) để tối ưu hóa chi phí; và áp dụng mô hình liên kết “Trực - Vệ tinh” với VTV10 để chia sẻ chất liệu thực địa nhằm giảm gánh nặng tài chính, tránh cục bộ vùng miền

Tiểu kết chương 4

Chương 4 đã hoàn thành mục tiêu đề xuất hệ thống giải pháp nâng cao hiệu quả tiếp nhận thông điệp biến đổi khí hậu trên truyền hình đối với nông dân Đồng bằng sông Cửu Long. Trên cơ sở định hướng của Đảng về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững, nghiên cứu khẳng định vai trò của truyền thông khí hậu như một công cụ quan trọng trong quản trị quốc gia và xây dựng văn hóa sinh thái. Luận án đề xuất mô hình tổ chức truyền thông theo hướng liên kết, lấy VTV10 làm trung tâm nội dung chiến lược về nông nghiệp, nông thôn và tăng trưởng xanh; đồng thời đổi mới phương thức sản xuất nội dung theo hướng “báo chí giải pháp”, sử dụng ngôn ngữ gần gũi, phù hợp với nhu cầu và lợi ích của nông dân. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng đưa ra các giải pháp về cơ chế tài chính, hợp tác công – tư, huy động nguồn lực quốc tế và đầu tư hạ tầng công nghệ hiện đại nhằm bảo đảm tính bền vững và hiệu quả của hoạt động truyền thông biến đổi khí hậu trong giai đoạn mới.

KẾT LUẬN

Nghiên cứu cho thấy, dù truyền hình ĐBSCL đã có nhiều đổi mới, hiệu quả tiếp nhận thông điệp BDKH của nông dân vẫn còn khoảng cách so với nhu cầu thực tiễn. Luận án đã xây dựng khung lý luận về hiệu quả tiếp nhận theo chuỗi nhận thức – thái độ – hành vi, đồng thời chỉ ra các yếu tố tác động trong bối cảnh đặc thù của nông dân ĐBSCL.

Kết quả phân tích nội dung cho thấy thông điệp BDKH vẫn thiên về tin tức, cảnh báo rủi ro, thiếu giải pháp cụ thể và chưa đồng đều về hình thức thể hiện, dẫn đến khó chuyển hóa thành hành động. Khảo sát thực nghiệm cũng chỉ ra: nông dân nhận thức tốt các hiện tượng trực quan nhưng hạn chế ở nội dung khoa học; có thái độ quan tâm nhưng đôi khi xuất hiện tâm lý bất lực; và đặc biệt tồn tại khoảng cách rõ giữa nhận thức và hành vi do rào cản sinh kế và điều kiện thực tiễn.

Trên cơ sở đó, luận án xác định các hạn chế cốt lõi như thiếu chiến lược dài hạn, thông điệp một chiều, chưa đặt nông dân làm trung tâm và hạn chế về nguồn lực. Từ đó đề xuất 5 nhóm giải pháp đồng bộ nhằm chuyển từ truyền thông tuyên truyền sang truyền thông kiến tạo, tăng khả năng chuyển hóa nhận thức thành hành vi thích ứng.

Bên cạnh đóng góp, nghiên cứu còn hạn chế về phạm vi mẫu, cách tiếp cận nội dung và mức độ lượng hóa tác động. Do đó, các hướng nghiên cứu tiếp theo được gợi mở theo hướng đa nền tảng, liên ngành và theo dõi dài hạn. Nhìn chung, luận án khẳng định vai trò của truyền hình như một công cụ quan trọng trong nâng cao năng lực thích ứng BDKH, với điều kiện thông điệp được thiết kế phù hợp và lấy nông dân làm trung tâm.

DANH MỤC
CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ
CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

I. Bài báo khoa học đăng trên tạp chí

1. Hồ Xuân Ngọc. (2026). *Tổng quan các hướng nghiên cứu về hiệu quả truyền thông và hàm ý cho các nghiên cứu thực nghiệm trong bối cảnh hội tụ truyền thông hiện nay*. Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông, Chuyên đề 1, 88–92.
2. Hồ Xuân Ngọc. (2025). *Mô hình 4 lớp ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong cá nhân hóa sản xuất nội dung truyền hình về biến đổi khí hậu*. Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông, Chuyên đề 4, 139–143.
3. Hồ Xuân Ngọc. (2025). *Phân tích khung nội dung và hình thức thể hiện thông điệp về biến đổi khí hậu trên truyền hình khu vực đồng bằng sông Cửu Long*. Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông, Chuyên đề 3, 156–161.
4. Hồ Xuân Ngọc. (2025). *Khung lý thuyết mô hình truyền thông tăng cường nhận thức nhằm thích ứng với biến đổi khí hậu thông qua ứng dụng thành tựu khoa học và công nghệ*. Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông, Chuyên đề 2, 133–137.
5. Hồ Xuân Ngọc. (2024). *Lý thuyết học tập theo kinh nghiệm của John Dewey và ứng dụng trong truyền thông về biến đổi khí hậu trên truyền hình cho nông dân đồng bằng sông Cửu Long*. Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông, Chuyên đề 2, 122–125.
6. Hồ Xuân Ngọc. (2024). *Ứng dụng mô hình xử lý thông tin trong truyền thông nâng cao nhận thức về biến đổi khí hậu cho nông dân đồng bằng sông Cửu Long*. Tạp chí Người Làm Báo, 486, 58–61.

II. Báo cáo tại hội nghị, hội thảo khoa học

7. Hồ Xuân Ngọc. (2025). *Cơ sở lý thuyết của truyền thông truyền hình ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong bối cảnh biến đổi khí hậu tại đồng bằng sông Cửu Long*. Trong Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc gia: Truyền thông trong kỷ nguyên Trí tuệ nhân tạo (tr. 55–63). Trường Đại học Thăng Long. ISBN: 978-632-623-117-5.
8. Hồ Xuân Ngọc. (2025). *Đào tạo nhân lực Báo chí Môi trường trong kỷ nguyên mới: Kinh nghiệm quốc tế và gợi mở cho Việt Nam*. Trong Kỷ yếu Hội thảo Khoa học cấp Bộ: Đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ báo chí – truyền thông trong kỷ nguyên mới (tr. 653–662). Học viện Báo chí và Tuyên truyền.
9. Hồ Xuân Ngọc. (2025). *Trí tuệ nhân tạo và truyền hình cá nhân hóa: Giải pháp truyền thông về biến đổi khí hậu cho nông dân đồng bằng sông Cửu Long*. Trong Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc tế: Báo chí – truyền thông trong bối cảnh AI phát triển (Quyển 2, tr. 185–194). Học viện Báo chí và Tuyên truyền và KOICA.
10. Ho, X. N. (2024, November 19). International communication on climate change and its impact on sustainable development policies in the Mekong Delta of Vietnam in the context of a multipolar world [Paper presentation]. In *15th All-Russian Scientific and Practical Conference “Mass Media in a Multipolar World: Problems and Prospects”* (Vol.2, pp. 372-378). Moscow, Russia. ISBN: 978-5-209-12728-4.
11. Tran, X. Q., & Ho, X. N. (2026). Rural women and the communication of food security: A non-traditional security approach amid climate change in Vietnam. In *International conference proceedings Herasia 2025: Gender equality and the role of women in sustainable development in Asia* (Vol. 2, pp. 429–442). Social Sciences Publishing House. ISBN: 978-632-607-766-7.