

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA

HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

NGUYỄN THỊ THU TRÀ

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

Chuyên ngành : Báo chí học

Mã ngành : 9320101

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ BÁO CHÍ HỌC

HÀ NỘI - 2026

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

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

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

Phản biện 1: PGS, TS. Đinh Thị Thúy Hằng

Phản biện 2: PGS, TS. Đỗ Chí Nghĩa

Phản biện 3: PGS, TS. Hà Huy Phụng

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

Có thể tìm hiểu luận án tại:

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

MỞ ĐẦU

1. Lý do lựa chọn đề tài

Chuyển đổi số đang làm thay đổi sâu sắc đời sống kinh tế - xã hội trên phạm vi toàn cầu cũng như ở Việt Nam. Đối với lĩnh vực báo chí, chuyển đổi số không chỉ là quá trình số hóa dữ liệu hay ứng dụng công nghệ mới, mà là sự chuyển đổi toàn diện về tư duy, mô hình tổ chức, quy trình tác nghiệp, phương thức sản xuất, phân phối nội dung và quan hệ với công chúng. Trong bối cảnh đó, báo chí truyền hình là loại hình chịu tác động đặc biệt mạnh, bởi đây là lĩnh vực vừa mang đặc trưng của báo chí truyền thống, vừa phải thích ứng nhanh với môi trường truyền thông đa nền tảng, đa thiết bị và đa định dạng.

Từ mô hình phát sóng tuyến tính truyền thống, truyền hình hiện nay đang dịch chuyển sang mô hình sản xuất và phân phối nội dung trên nhiều nền tảng số khác nhau. Sự thay đổi này làm biến đổi trực tiếp yêu cầu nghề nghiệp đối với nhà báo truyền hình. Nếu trước đây năng lực nghề nghiệp chủ yếu được xác định bởi khả năng phát hiện đề tài, thu thập thông tin, viết kịch bản, quay phim, dựng hình và biên tập phát sóng, thì hiện nay nhà báo truyền hình còn phải có khả năng sử dụng công nghệ số, dữ liệu và nền tảng số trong toàn bộ quá trình tác nghiệp; biết sáng tạo nội dung đa nền tảng, tương tác với công chúng số, ứng dụng công nghệ mới, đồng thời bảo đảm an toàn, an ninh thông tin và tuân thủ các chuẩn mực pháp lý, đạo đức trong môi trường số. Điều đó cho thấy năng lực số không còn là năng lực bổ trợ, mà đã trở thành một thành tố cốt lõi của năng lực nghề nghiệp nhà báo truyền hình.

Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy năng lực số của nhà báo truyền hình ở Việt Nam hiện nay còn chưa đồng đều. Trong khi một bộ phận nhà báo đã chủ động thích ứng với công nghệ và môi trường tác nghiệp mới, một bộ phận khác vẫn gặp khó khăn trước tốc độ thay đổi của công nghệ, còn hạn chế về khả năng ứng dụng các công cụ số vào hoạt động nghề nghiệp. Đặc biệt, nhiều năng lực chuyên sâu như báo chí dữ liệu, kiểm chứng thông tin số, phân tích công chúng, tối ưu hóa nội dung trên nền tảng số, bảo đảm an toàn số và ứng dụng công nghệ mới trong sản xuất truyền hình vẫn còn là những khoảng trống đáng chú ý. Thực trạng đó đặt ra yêu cầu cần nghiên cứu một cách hệ thống về năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí hiện nay.

Về phương diện nghiên cứu, trên thế giới đã có nhiều công trình đề cập đến năng lực số, các khung năng lực số và bước đầu tiếp cận năng lực số của nhà báo. Tuy nhiên, số lượng nghiên cứu xây dựng khung năng lực số chuyên biệt cho nhà báo truyền hình còn chưa nhiều. Tại Việt Nam, các nghiên cứu hiện có chủ yếu tập trung vào chuyển đổi số báo chí ở các bình diện như mô hình tổ chức, công nghệ, nội dung, kinh tế báo chí hoặc đào tạo nguồn nhân lực báo chí nói chung; trong khi năng lực số của nhà báo truyền hình chưa được nghiên cứu một cách hệ thống, có khung tiêu chí chuyên biệt và có kiểm chứng thực chứng đủ sâu. Đây là khoảng trống nghiên cứu cần được bổ sung cả về lý luận và thực tiễn.

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

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích

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

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

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

- Tổng thuật tài liệu, phân loại và đánh giá các công trình nghiên cứu liên quan ở trong nước và quốc tế, chỉ ra khoảng trống nghiên cứu.
- Trên cơ sở nghiên cứu lý luận, luận án đề xuất các tiêu chí đánh giá năng lực số của nhà báo truyền hình phù hợp bối cảnh Việt Nam.
- Khảo sát các yếu tố có ảnh hưởng đáng kể đến năng lực số của nhà báo truyền hình: các yếu tố cá nhân, yếu tố tổ chức và yếu tố xã hội. Đồng thời thực hiện khảo sát, phỏng vấn sâu và phân tích dữ liệu để đánh giá thực trạng năng lực số của nhà báo truyền hình ở Việt Nam.
- Đề xuất hệ thống giải pháp và khuyến nghị nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

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

3.2. Phạm vi nghiên cứu

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

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

- Phạm vi về thời gian: năm 2025.

4. Câu hỏi nghiên cứu của luận án

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

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

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

5. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

5.1. Cơ sở lý luận

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

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

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

5.2. Phương pháp nghiên cứu

Luận án sử dụng những phương pháp cụ thể sau:

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

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

Chọn mẫu: Phân tầng có chủ đích, trong đó các tầng mẫu được xác định theo cơ quan công tác của nhà báo truyền hình với các chức danh: phóng viên, biên tập viên, dẫn chương trình, quay phim, đạo diễn truyền hình, biên tập viên phụ trách nền tảng số. Các mẫu khảo sát

ở mỗi khu vực được tiến hành thực hiện ở cả Đài Trung ương và địa phương, tổng kết quả các mẫu khảo sát thu được là 517. Cụ thể như sau:

Đặc điểm	Số lượng	%
Đơn vị công tác		
(1) Đài Truyền hình Việt Nam	104	20,1
(2) Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội	85	16,4
(3) Báo và Phát thanh – Truyền hình Đà Nẵng	80	15,5
(4) Trung tâm Truyền hình Việt Nam khu vực Miền Trung - Tây Nguyên.	80	15,5
(5) Đài Phát thanh và Truyền hình TP. Hồ Chí Minh	88	17,0
(6) Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại TP. Hồ Chí Minh	80	15,5
Giới tính		
Nam	240	46,4
Nữ	277	53,6
Độ tuổi		
Từ 25 - 34 tuổi	158	30,6
Từ 35 - 42 tuổi	188	36,4
Trên 43 tuổi	171	33
Trình độ học vấn		
Đại học	398	77
Sau Đại học	119	23
Chức danh/ Vị trí công việc		
Phóng viên	155	30
Biên tập viên	239	46,2
Các chức danh khác (dẫn chương trình, quay phim & đạo diễn, biên tập viên phụ trách nền tảng số)	123	23,8
Thâm niên nghề nghiệp		
Dưới 11 năm	157	30,4
Từ 11 - 20 năm	188	26,4
Trên 20 năm	172	33,2

Luận án sử dụng phần mềm xử lý số liệu SPSS 20.0 để xử lý số liệu định lượng nhằm thống kê, mô tả, kiểm định các giả thuyết nghiên cứu, tìm ra mối quan hệ giữa các biến số. Dữ liệu sau khi làm sạch, được tiến hành: (1) Thống kê mô tả (tần suất, tỷ lệ %, giá trị trung bình và

độ lệch chuẩn) cho các biến nhân khẩu học và cho từng tiêu chí, từng miền năng lực số; (2) Kiểm định độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha; (3) Phân tích tương quan Spearman giữa năng lực số tổng hợp với một số đặc điểm cá nhân - nghề nghiệp của nhà báo; (4) Phân tích so sánh và kiểm định giả thuyết bằng ANOVA một nhân tố và hậu kiểm giữa các nhóm (theo đơn vị công tác, nhóm tuổi, thâm niên...). Trên cơ sở đó, luận án xây dựng các biến tổng hợp để phục vụ phân tích chuyên sâu ở Chương 3.

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

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

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

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

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

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

6. Đóng góp mới của luận án

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

7. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn

7.1. Ý nghĩa lý luận

Luận án tiếp cận và nghiên cứu một cách có hệ thống vấn đề năng lực số của nhà báo truyền hình tại Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí, hướng nghiên cứu còn chưa được khai thác đầy đủ trong lý luận báo chí hiện nay. Trên cơ sở vận dụng các quan điểm lý luận của Chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, các lý thuyết liên ngành hiện đại về

năng lực số và chấp nhận công nghệ, luận án góp phần bổ sung và làm rõ cơ sở lý luận về năng lực nghề nghiệp của nhà báo trong môi trường truyền thông số. Kết quả nghiên cứu góp phần mở rộng cách tiếp cận lý luận về phát triển nguồn nhân lực báo chí, đặc biệt là đội ngũ nhà báo truyền hình, phù hợp với yêu cầu đổi mới và chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay.

7.2. Ý nghĩa thực tiễn

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

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

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

8. Kết cấu của luận án

Ngoài các phần Mở đầu, Kết luận, Danh mục các công trình nghiên cứu của tác giả, Danh mục tài liệu tham khảo và Phụ lục, nội dung luận án có kết cấu 4 chương:

Chương 1: Tổng quan tình hình nghiên cứu

Chương 2: Cơ sở lý luận về năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam

Chương 3: Thực trạng năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay

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

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

1.1. Khái quát tình hình nghiên cứu

1.1.1. Các công trình nghiên cứu về chuyển đổi số và chuyển đổi số báo chí

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

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

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

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

Áp dụng vào lĩnh vực báo chí, một số công trình của các tác giả Carmen Marta Lazo, Jorge M. Rodríguez, Sheila Peñalva (2020); Salvador Reyes-de-Cózar, Marta Pérez-Escolar, Pablo Navazo-Ostúa (2022); Pauline Gidget Estella (2021); Vladimir F. Oleshko, Evgeny V. Oleshko (2024); Amparo López-Meri, Hugo Doménech Fabregat, Silvia Marcos García (2024)... bắt đầu nhận diện năng lực số nhà báo như một cấu phần cốt lõi của năng lực nghề báo trong kỷ nguyên số. Các tác giả đã xác định các nhóm năng lực số mà nhà báo cần có: sử dụng công cụ kỹ thuật số, sản xuất nội dung đa phương tiện, quản lý và khai thác mạng xã hội, tiếp cận và xử lý dữ liệu, thực hành báo chí dữ liệu, kiểm chứng thông tin số, bảo vệ an toàn số, ứng xử có đạo đức trên môi trường mạng... Các nghiên cứu của Dragana Pavlović, Ilija Milosavljević (2017);

Antonina Hryvko, Olexii Sytnyk, Yurii Zhuk (2020); Trung tâm Báo chí quốc tế ICFJ (2019)... đã khảo sát sinh viên báo chí, nhà báo trẻ hoặc lãnh đạo tòa soạn để đánh giá khoảng cách giữa yêu cầu thị trường - chương trình đào tạo - năng lực thực tế. Các nghiên cứu của nhóm tác giả Job OI (2017), García-Avilés (2018); Anne Parkatti (2022); Ali El Takach (2022); Alfani (2026); Hidayat (2026)... đã phân tích tác động của bối cảnh tổ chức, văn hóa tòa soạn, thái độ với công nghệ, chính sách đào tạo... đến việc hình thành và phát triển năng lực số của nhà báo

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

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

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

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

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

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

Một số nghiên cứu khu vực như nghiên cứu của nhóm tác giả Andrey Vyrkovsky (Nga); Ali El Takach (Lebanon); Kamolrat Intaratat (Thái Lan)... đề cập yêu cầu năng lực số đối với các vị trí cụ thể như người dẫn chương trình, phóng viên thể thao, nhà báo tại các đài địa phương trong bối cảnh chuyển đổi số, song chủ yếu dừng ở mô tả yêu cầu kỹ năng, chưa xây dựng được khung năng lực số đo lường được với cấu trúc miền năng lực - tiêu chí - mức độ thành thạo.

Nhìn chung, nhiều nghiên cứu đã thừa nhận: nhà báo truyền hình hiện đại phải đa năng, đa nhiệm, có khả năng sản xuất đa nền tảng, có năng lực số cao, vừa nắm vững nghiệp vụ truyền hình truyền thống, vừa làm chủ công nghệ số. Tuy nhiên, hầu như chưa có công trình nào xây dựng khung năng lực số chuyên biệt cho nhà báo truyền hình, gắn với các miền năng lực số và đặc thù quy trình sản xuất truyền hình. Tại Việt Nam, vấn đề năng lực số của nhà báo truyền hình

gần như là khoảng trống nghiên cứu: chưa có khảo sát định lượng quy mô, chưa có khung tiêu chí đánh giá, chưa có phân tích hệ thống về các yếu tố ảnh hưởng trong bối cảnh thực hiện Chiến lược chuyển đổi số báo chí. Chính các khoảng trống đó là căn cứ để luận án lựa chọn đề tài, xây dựng khung lý luận, khảo sát thực trạng và đề xuất giải pháp nâng cao năng lực số cho nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay.

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

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

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

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

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

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

CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NĂNG LỰC SỐ CỦA NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ BÁO CHÍ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

2.1. Khái niệm

2.1.1. Báo chí, báo truyền hình

2.1.1.1. Báo chí

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

2.1.1.2. Báo truyền hình

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

2.2.1. Chuyển đổi số, chuyển đổi số báo chí

2.2.1.1. Chuyển đổi số

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

2.2.1.2. Chuyển đổi số báo chí

Chuyển đổi số báo chí là quá trình tái cấu trúc toàn diện hoạt động báo chí trên cơ sở dữ liệu và công nghệ số, bao gồm đổi mới mô hình tổ chức, quy trình tác nghiệp, sản xuất - phân phối sản phẩm, dịch vụ báo chí, quan hệ với công chúng và mô hình kinh tế báo chí, nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động, chất lượng phục vụ công chúng và khả năng phát triển của cơ quan báo chí trong môi trường số.

2.1.3. Nhà báo, nhà báo truyền hình

2.1.3.1. Nhà báo

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

2.1.3.2. Nhà báo truyền hình

Nhà báo truyền hình là người hoạt động báo chí chuyên nghiệp trong lĩnh vực truyền hình và được cấp thẻ nhà báo. Họ có trách nhiệm tìm kiếm, thu thập, xác minh, xử lý và trình bày thông tin dưới dạng hình ảnh và âm thanh, chữ viết và đồ họa phù hợp với đặc thù của truyền hình để sản xuất và phát sóng các chương trình trên truyền hình và các nền tảng số.

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

2.1.4.1. Năng lực

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

2.1.4.2. Năng lực của nhà báo

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

2.1.4.3. Năng lực của nhà báo truyền hình

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

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

2.1.5.1. Năng lực số

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

2.1.5.2. Năng lực số của nhà báo

Năng lực số của nhà báo là tập hợp kiến thức, kỹ năng, thái độ cho phép nhà báo chủ động, thành thạo, hiệu quả và có trách nhiệm sử dụng công nghệ số, dữ liệu và nền tảng số trong toàn bộ quá trình hoạt động nghề nghiệp, thu thập, xử lý, sản xuất, phân phối nội dung báo chí và tương tác với công chúng trong môi trường truyền thông số.

2.1.5.3. Năng lực số của nhà báo truyền hình

Năng lực số của nhà báo truyền hình là tập hợp kiến thức, kỹ năng, thái độ cho phép nhà báo truyền hình sử dụng chủ động, thành thạo, hiệu quả và có trách nhiệm công nghệ số, dữ liệu và nền tảng số đặc thù truyền hình trong toàn bộ quá trình thu thập, xử lý, sản xuất, phân phối nội dung truyền hình đa nền tảng và tương tác với công chúng trên môi trường số.

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

Năng lực số của nhà báo truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí là tập hợp kiến thức, kỹ năng, thái độ và khả năng thích ứng nghề nghiệp giúp nhà báo truyền hình sử dụng hiệu quả, an toàn và có trách nhiệm công nghệ số, dữ liệu và nền tảng số trong toàn bộ quá trình tác nghiệp, bao gồm thu thập, kiểm chứng, xử lý thông tin, sản xuất, biên tập, phân phối nội dung và tương tác với công chúng, đồng thời bảo đảm an toàn số, tuân thủ pháp luật và đạo đức nghề nghiệp, nhằm đáp ứng yêu cầu đổi mới của báo chí trong môi trường số.

2.2. Các lý thuyết áp dụng trong nghiên cứu

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

Khung NLS DigComp là khung năng lực toàn diện và có ảnh hưởng nhất, bao gồm 5 lĩnh vực: (1) Thông tin và dữ liệu, (2) Giao tiếp và hợp tác, (3) Sáng tạo nội dung số, (4) An toàn, và (5) Giải quyết vấn đề. DigComp không chỉ tập trung vào kỹ năng kỹ thuật mà còn nhấn mạnh tư duy phản biện, an toàn và đạo đức số. Do tính toàn diện, cập nhật và linh hoạt,

tác giả đã chọn khung này làm nền tảng chính để xây dựng khung năng lực cho nhà báo truyền hình. Đây là khung năng lực phù hợp nhất để làm cơ sở nghiên cứu vì nó hội tụ đầy đủ các yếu tố cần thiết cho nghề báo hiện đại như kỹ năng thông tin, sáng tạo, an toàn và đạo đức trong môi trường số.

2.2.2. Lý thuyết Khuếch tán sự đổi mới

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

2.2.3. Lý thuyết Chấp nhận công nghệ

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

2.3. Cơ sở chính trị, pháp lý về chuyển đổi số, chuyển đổi số báo chí và yêu cầu với nhà báo trong chuyển đổi số báo chí

2.3.1. Cơ sở chính trị

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

2.3.2. Cơ sở pháp lý

Luật Công nghệ thông tin 2006, các bộ luật mới được thông qua như Luật Báo chí 2025, Luật Chuyển đổi số, Luật An ninh mạng, Chiến lược chuyển đổi số quốc gia, các chương trình chuyển đổi số báo chí của Chính phủ và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đặt ra yêu cầu cụ thể về hạ tầng, tổ chức, nhân lực, trong đó năng lực số của nhà báo là yếu tố then chốt.

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

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

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

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

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

Thứ nhất, quy trình sản xuất và phân phối nội dung truyền hình chuyển từ mô hình tuyến tính truyền thống sang mô hình đa nền tảng, tích hợp, dựa trên Internet, OTT, mạng xã hội và các thiết bị di động. Sự xuất hiện và ứng dụng sâu của AI, Big Data, Cloud, IoT, Blockchain, VR/AR... khiến nhà báo không thể chỉ dừng ở kỹ năng nghiệp vụ truyền hình truyền thống, mà buộc phải làm quen, vận hành và khai thác hiệu quả các công cụ, phần mềm, hệ thống

dữ liệu mới, đồng thời đối diện với các yêu cầu về đạo đức, minh bạch và trách nhiệm trong môi trường số.

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

Thứ ba, sự thay đổi trong công việc của nhà báo truyền hình. Họ phải trở thành các nhà báo đa nhiệm: vừa phóng viên, biên tập, quay - dựng, vừa là nhà sản xuất nội dung số, quản lý mạng xã hội, phân tích dữ liệu, xây dựng thương hiệu cá nhân và quảng bá sản phẩm. Kỹ năng viết cho nền tảng số, sản xuất video trên thiết bị di động, sử dụng công cụ phân tích dữ liệu, tối ưu nội dung theo thuật toán trở thành những thành tố cốt lõi của năng lực số. Cùng với đó là áp lực tốc độ, tần suất, cạnh tranh với mạng xã hội và các nền tảng số, khiến yêu cầu cân bằng giữa “nhanh” và “chuẩn xác, có chiều sâu” trở thành thách thức trung tâm trong phát triển năng lực số của nhà báo truyền hình hiện nay.

CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG NĂNG LỰC SỐ CỦA NHÀ BÁO TRUYỀN HÌNH TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ BÁO CHÍ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

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

3.1.1. Đài Truyền hình Việt Nam

Đài Truyền hình Việt Nam là đơn vị sự nghiệp công lập của Ban Chấp hành Trung ương Đảng, là đài truyền hình quốc gia, cơ quan báo chí, truyền thông chủ lực đa phương tiện, đa ngôn ngữ của Đảng, Nhà nước. Cơ cấu tổ chức của VTV gồm 23 đơn vị. VTV vận hành hệ thống kênh quảng bá và phân phối nội dung trên nhiều hạ tầng: truyền hình mặt đất, vệ tinh, cáp, OTT (VTVGo), báo điện tử và mạng xã hội. VTVGo là nền tảng trung tâm trong hệ sinh thái số của Đài.

Chiến lược chuyển đổi số của VTV đến năm 2025, định hướng 2030, tập trung vào ba trụ cột: nội dung, công nghệ và dữ liệu khán giả; đồng thời hướng tới phát triển cơ quan số, kinh tế số và hệ sinh thái số lấy VTVGo làm nền tảng phân phối trọng tâm. Năm 2023, 2024 và 2025, VTV đều nằm trong nhóm 10 cơ quan báo chí có mức trưởng thành chuyển đổi số xuất sắc.

3.1.2. Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội

Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội là cơ quan báo chí chủ lực của Thủ đô, có quá trình phát triển từ phát thanh sang truyền hình và từng mở rộng quy mô sau khi hợp nhất với Đài Phát thanh - Truyền hình Hà Tây năm 2008.

Đài là một trong những đơn vị sớm số hóa quy trình sản xuất, trường quay và phát sóng. Năm 2024, nền tảng HANOI ON chính thức ra mắt, trở thành hạ tầng phân phối nội dung đa thiết bị và là hạt nhân trong chiến lược nội dung số của Đài.

Đài Hà Nội xác định chuyển đổi số là quá trình tái cấu trúc toàn diện từ tư duy, con người, quy trình vận hành đến mô hình kinh doanh; hướng tới mô hình tổ hợp truyền thông đa phương tiện, hội tụ, lấy công chúng làm trung tâm. Đơn vị đã phát triển hệ sinh thái số với các sản phẩm video, livestream, podcast, breaking news và chương trình tương tác trực tuyến.

Năm 2023 và 2024, Đài nằm trong Top 10 cơ quan báo chí chuyển đổi số xuất sắc toàn quốc; từ ngày 5/2/2026, đơn vị sáp nhập cùng các cơ quan báo chí khác của thành phố để hình thành Cơ quan Báo và phát thanh, truyền hình Hà Nội..

3.1.3. Báo và Phát thanh - Truyền hình Đà Nẵng

Theo Quyết định số 04 ngày 1/7/2025 của Ban Thường vụ Thành ủy Đà Nẵng, Báo và Phát thanh - Truyền hình Đà Nẵng là đơn vị sự nghiệp công lập trực thuộc Thành ủy, được hình thành trên cơ sở các đợt sáp nhập, hợp nhất cơ quan báo chí - phát thanh truyền hình tại Đà Nẵng và Quảng Nam. Đơn vị hiện vận hành đồng thời báo in, báo điện tử, phát thanh, truyền hình và các nền tảng số, hướng tới mô hình cơ quan truyền thông đa phương tiện của khu vực miền Trung.

Chiến lược chuyển đổi số đến năm 2025, định hướng 2030 của đơn vị nhấn mạnh việc phát triển tòa soạn hội tụ, đa nền tảng, đa phương tiện; ứng dụng công nghệ số trong sản xuất, phân phối, quản trị và kinh doanh nội dung; đồng thời chú trọng đào tạo đội ngũ và bảo đảm an toàn thông tin. Năm 2025, đơn vị được xếp trong nhóm 10 cơ quan báo chí khối Phát thanh - Truyền hình có mức chuyển đổi số xuất sắc toàn quốc.

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

Trung tâm Truyền hình Việt Nam khu vực miền Trung - Tây Nguyên được hình thành trên cơ sở hợp nhất các trung tâm THVN tại Đà Nẵng, Huế và Phú Yên, là một trong các đơn vị chính thức của Đài Truyền hình Việt Nam theo Nghị định số 47/2025/NĐ-CP ngày 28/02/2025. Trung tâm chịu trách nhiệm sản xuất chương trình cho kênh VTV8.

VTV8 là kênh quảng bá phục vụ khu vực Trung Bộ và Tây Nguyên, đồng thời được phân phối trên nền tảng số của VTV. Đây là đơn vị có ý nghĩa khảo sát vì phản ánh đặc điểm của mô hình trung tâm khu vực trong hệ thống truyền hình quốc gia, nơi năng lực số của nhà báo chịu tác động đồng thời từ yêu cầu nội dung khu vực và điều kiện tổ chức phụ thuộc tuyến trung ương.

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

Đài Phát thanh và Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh được hình thành trên cơ sở hợp nhất HTV, VOH, BTV và BRT, do Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh quản lý. Nòng cốt của mô hình hợp nhất là HTV - đài truyền hình lớn của khu vực phía Nam và là một trong những đơn vị truyền hình có quy mô lớn trong cả nước.

Đài phát sóng trên nhiều hạ tầng và phát triển đồng thời các nền tảng trực tuyến như website, ứng dụng HTVm và mạng xã hội. Trong những năm gần đây, đơn vị đẩy mạnh chuyển đổi số ở các khâu sản xuất, phân phối và tương tác nội dung; đồng thời ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo trong một số hoạt động sản xuất chương trình. Năm 2025, Đài nằm trong nhóm 10 cơ quan báo chí khối Phát thanh - Truyền hình có mức chuyển đổi số xuất sắc toàn quốc.

Từ ngày 20/6/2026, Đài trực thuộc Báo và Phát thanh, Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh.

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

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

Nam. Trung tâm đồng thời đảm nhiệm quản lý nội dung và khai thác quảng cáo trên kênh, thể hiện vai trò vừa là đơn vị sản xuất chương trình, vừa là chủ thể vận hành thương mại trong hệ thống truyền hình quốc gia.

3.2. Khảo sát các yếu tố tác động đến năng lực số của nhà báo truyền hình ở Việt Nam hiện nay

Chương 3 vận dụng trực tiếp hai khung lý thuyết nền tảng là Khuếch tán sự đổi mới và Chấp nhận công nghệ để phân tích các nhóm yếu tố ảnh hưởng đến năng lực số của nhà báo truyền hình: cá nhân, tổ chức và xã hội. Dữ liệu nghiên cứu gồm khảo sát định lượng 517 nhà báo tại 6 đơn vị truyền hình, kết hợp phỏng vấn sâu và thảo luận nhóm.

Biến phụ thuộc của mô hình là năng lực số tổng hợp, được cấu thành từ 5 miền năng lực với 50 tiêu chí quan sát. Các biến độc lập được tổ chức thành ba nhóm: yếu tố cá nhân, yếu tố tổ chức và yếu tố xã hội. Phân tích sử dụng tương quan Spearman, Chi-square, ANOVA và hồi quy tuyến tính đa biến để xác định mức độ và cơ chế tác động của từng nhóm biến.

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

3.2.1.1. Đặc điểm nhân khẩu - nghề nghiệp

Yếu tố độ tuổi: các nhà báo truyền hình trẻ tuổi có xu hướng có mức năng lực số đáp ứng cao hơn, nhà báo càng lớn tuổi thì mức năng lực số tổng hợp có xu hướng đáp ứng thấp hơn. Cụ thể, nhóm nhà báo dưới 34 tuổi tập trung chủ yếu ở năng lực số mức “khá” và “tốt”, trong khi nhóm từ 43 tuổi trở lên có tỷ lệ “trung bình” và “yếu” cao hơn rõ rệt. Nhóm 35 - 42 tuổi thể hiện cấu trúc chuyển tiếp.

Yếu tố thâm niên nghề nghiệp: các nhà báo truyền hình có số năm làm nghề càng cao thì năng lực số càng có xu hướng giảm. Cụ thể, nhóm nhà báo thâm niên 10 năm trở xuống tập trung nhiều ở mức “khá” và “tốt”; ngược lại, nhóm từ 20 năm trở lên có tỷ lệ “trung bình” và “yếu” cao hơn đáng kể.

Yếu tố giới tính: năng lực số của nhà báo nữ tập trung nhiều hơn ở mức “khá”, trong khi nam nhà báo có tỷ lệ “tốt” cao hơn. Tuy nhiên yếu tố giới tính không có cường độ liên hệ mạnh với năng lực số tổng hợp, bởi vậy đây chỉ là yếu tố giải thích hạn chế và không mang tính quyết định đối với năng lực số.

Yếu tố trình độ học vấn: Cơ cấu mẫu cho thấy nhóm trình độ đại học chiếm 77,0%, sau đại học chiếm 23,0%. Biến này chủ yếu được sử dụng như biến kiểm soát nhằm bổ sung bối cảnh phân tích, hơn là làm căn cứ cho suy luận mạnh về khác biệt năng lực số giữa các nhóm học vấn.

Yếu tố vị trí công việc: không có mối liên hệ có ý nghĩa thống kê với năng lực số tổng hợp. Sự khác biệt giữa phóng viên, biên tập viên và nhóm vị trí khác chủ yếu mang tính mô tả, chưa đủ mạnh để khẳng định vị trí công việc là yếu tố quyết định. Điều này cho thấy năng lực số của nhà báo truyền hình là dạng năng lực mang tính xuyên vị trí, chịu ảnh hưởng nhiều hơn từ đặc điểm cá nhân, điều kiện tổ chức và môi trường công nghệ.

3.2.1.2. Ảnh hưởng của nhận thức và động lực đến năng lực số của nhà báo truyền hình

Về nhận thức: mặt bằng nhận thức của các nhà báo truyền hình trong diện khảo sát tương đối cao. Kết quả cho thấy 78,0% nhà báo có mức nhận thức cao hoặc rất cao; chỉ 4,1% ở mức thấp và rất thấp. Như vậy đa số nhà báo đã ý thức rõ năng lực số là yêu cầu trọng yếu

của nghề nghiệp trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí. Đây là điều kiện quan trọng để chuyển hóa thành thái độ tích cực và hành vi nghề nghiệp.

Về động lực: Động lực phát triển năng lực số chủ yếu xuất phát từ hai nguồn: yêu cầu nghề nghiệp và mong muốn nâng cao hiệu quả công việc. Dữ liệu định tính cho thấy nhiều nhà báo coi việc học hỏi công nghệ mới là điều kiện để duy trì chất lượng nghề nghiệp, tránh tụt hậu và bảo đảm vị trí trong môi trường cạnh tranh. Hai động lực nổi bật nhất là: năng lực số giúp làm việc tốt hơn, hiệu quả hơn (33,8%) và nhận thức rõ sự cần thiết của năng lực số đối với nghề báo hiện nay (30,9%).

Tuy nhiên, nhà báo cũng gặp hai rào cản lớn nhất là thiếu thời gian do áp lực công việc (22,1%) và công nghệ thay đổi quá nhanh (19,7%).

Như vậy, nhận thức và động lực cá nhân nhìn chung là tích cực; song để chuyển hóa thành năng lực số bền vững, vẫn cần điều kiện hỗ trợ từ môi trường tổ chức.

3.2.1.3. Thái độ với công nghệ của nhà báo truyền hình

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

Tóm lại, các yếu tố cá nhân như độ tuổi, thâm niên, nhận thức, động lực và thái độ với đổi mới đều có ảnh hưởng đáng kể đến năng lực số của nhà báo truyền hình

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

3.2.2.1. Vai trò của người lãnh đạo

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

Luận án sử dụng một chỉ số tổng hợp dựa trên các chỉ báo phản ánh mức độ: Lãnh đạo tiên phong và khuyến khích, động viên áp dụng công nghệ mới, ủng hộ sáng kiến, tạo điều kiện nâng cao năng lực số nhà báo... Trên cơ sở phân bố thực tế của dữ liệu, chỉ số vai trò lãnh đạo được chia thành ba mức: thấp (26,1%), trung bình (34,2%) và cao (39,7%). Ở nhóm lãnh đạo được đánh giá ở mức cao, tỷ lệ nhà báo đạt năng lực số tốt là 36,1% và hầu như không còn trường hợp rất yếu; ngược lại, nhóm lãnh đạo mức thấp chủ yếu tập trung ở trung bình và khá, tỷ lệ đạt tốt chỉ 5,9%. Các bằng chứng định lượng này khẳng định vai trò lãnh đạo đơn vị là yếu tố tổ chức có liên quan chặt chẽ và tác động đáng kể tới sự khác biệt về năng lực số của nhà báo truyền hình.

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

Về môi trường làm việc, môi trường làm việc khuyến khích đổi mới, sáng tạo có tác động thuận chiều và có ý nghĩa thống kê đến năng lực số của nhà báo truyền hình. Nhóm nhà báo đánh giá môi trường làm việc ở mức cao, 38,4% đạt năng lực số “tốt”, 46,3% “khá”, rất ít trường hợp ở mức “yếu”; trong khi nhóm nhà báo đánh giá môi trường làm việc ở mức thấp chỉ có 3,5% đạt “tốt”, 37,4% ở mức “trung bình” và phần còn lại “khá”.

Về chính sách đào tạo, bồi dưỡng: Nhà báo truyền hình trong mẫu khảo sát có mức đào tạo năng lực số cao tập trung tỷ lệ lớn hơn ở các mức năng lực khá khá (48,7%) và năng lực tốt

(40.4%), trong khi nhóm đào tạo thấp chủ yếu rơi vào các mức năng lực trung bình trở xuống. Điều này khẳng định đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng số là yếu tố có liên quan chặt chẽ tới sự khác biệt về năng lực số trong mẫu khảo sát.

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

Hạ tầng công nghệ, thiết bị và hệ thống hỗ trợ kỹ thuật của đơn vị truyền hình là điều kiện vật chất mang tính quyết định đối với việc phát triển năng lực số của nhà báo truyền hình. Kết quả khảo sát cho thấy có mối tương quan rất rõ: ở những đơn vị được đánh giá có hạ tầng công nghệ cao, tỷ lệ nhà báo đạt năng lực số mức “tốt” (47%) và “khá” (42,4%) chiếm đại đa số, trong khi các mức “trung bình” (9,3%), “yếu” (1,3%) gần như không đáng kể; ngược lại, tại các đơn vị có hạ tầng thấp, năng lực số của nhà báo chủ yếu chỉ dừng ở mức trung bình (39,4%) - khá (48%) và rất ít trường hợp đạt mức tốt. Điều này khẳng định môi trường vật chất - kỹ thuật (trường quay, phòng dựng, hệ thống sản xuất, phát sóng số, phần mềm, thiết bị di động, kết nối mạng...) có vai trò then chốt, hoặc tạo cơ hội, hoặc trở thành rào cản đối với việc cập nhật, thực hành và nâng cao năng lực số của nhà báo truyền hình.

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

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

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

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

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

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

Mức độ ứng dụng công nghệ mới có tương quan thuận khá mạnh với năng lực số tổng hợp. Điều này cho thấy khi công nghệ số ngày càng được sử dụng rộng rãi trong xã hội, nhà báo truyền hình cũng buộc phải thích ứng nhanh hơn để đáp ứng yêu cầu nghề nghiệp mới.

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

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

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

Bên cạnh đó, đánh giá tích cực về hành lang pháp lý và chính sách vĩ mô đối với chuyển

đổi số báo chí cũng có tương quan thuận với năng lực số tổng hợp của nhà báo truyền hình. Điều này cho thấy khi cơ chế, chính sách và định hướng quản lý nhà nước tạo ra môi trường thuận lợi hơn cho chuyển đổi số, nhà báo và cơ quan báo chí cũng có điều kiện tốt hơn để đầu tư, học tập và ứng dụng công nghệ.

Từ các kết quả trên có thể thấy yếu tố xã hội tạo nên bối cảnh bên ngoài nhưng có sức chi phối mạnh đến quá trình hình thành và phát triển năng lực số của nhà báo truyền hình. Năng lực số vì thế không chỉ là vấn đề cá nhân hay nội bộ cơ quan báo chí, mà còn là kết quả của sự tương tác giữa nhà báo với môi trường công nghệ, công chúng và thể chế trong xã hội số.

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

Để đánh giá thực trạng năng lực số của nhà báo truyền hình tại các đơn vị khảo sát, luận án sử dụng khảo sát định lượng bằng bảng hỏi cấu trúc, được xây dựng trên cơ sở khung 5 miền năng lực và 50 tiêu chí cụ thể tại chương 2. Bảng hỏi dùng thang đo Likert 5 mức (1 điểm - rất yếu, 5 điểm - tốt) cho phép người trả lời tự đánh giá mức độ đáp ứng của bản thân đối với từng tiêu chí năng lực số.

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

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

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

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

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

Đây là miền năng lực trung tâm, có điểm trung bình khoảng 3,43. Nhà báo truyền hình tương đối thành thạo các kỹ năng sản xuất cơ bản: quay tin/phóng sự bằng máy quay hoặc điện thoại, dựng video - âm thanh trên phần mềm chuyên dụng, tuân thủ bản quyền khi dùng tư liệu số và biên tập lại sản phẩm truyền hình để đưa lên nhiều nền tảng. Tuy nhiên, năng lực sáng tạo thuần số còn hạn chế: ít format thiết kế riêng cho mạng xã hội, kỹ năng sử dụng công cụ đồ họa/infographic, tối ưu hóa nội dung cho thuật toán từng nền tảng (YouTube, TikTok...) và ứng

dụng công nghệ mới (AI, VR/AR, Big Data) trong sản xuất còn thấp. Phần lớn nội dung số hiện nay vẫn mang tính “phái sinh” từ chương trình truyền hình, chưa khai thác hết tiềm năng sáng tạo của môi trường số.

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

Điểm trung bình miền năng lực này khoảng 3,37. Nhà báo có ý thức khá tốt về đạo đức và an toàn trong bảo vệ nguồn tin, nhân vật, quyền riêng tư; nhận thức được một phần tác động của công nghệ số tới sức khỏe, môi trường và có cố gắng cân bằng thời gian sử dụng thiết bị. Tuy vậy, các kỹ năng bảo mật kỹ thuật còn yếu: cài đặt và sử dụng phần mềm bảo mật, thiết lập quyền truy cập an toàn cho hệ thống lưu trữ, nhận diện – xử lý sự cố an ninh mạng, ứng phó với hành vi quấy rối, tấn công trên mạng. Trong bối cảnh tấn công mạng, đánh cắp tài khoản, vi phạm bản quyền và thao túng thông tin gia tăng, đây là “khoảng trống” đáng lo ngại trong năng lực số của nhiều nhà báo truyền hình.

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

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

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

3.4.1. Ưu điểm

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

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

3.4.2. Hạn chế

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

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

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

4.1. Những vấn đề đặt ra

4.1.1. Sự chênh lệch giữa yêu cầu kiểm định thông tin dựa trên dữ liệu và nền tảng năng lực thông tin - dữ liệu còn hạn chế của nhà báo truyền hình

Môi trường số làm gia tăng tin giả, thông tin sai lệch, deepfake và nội dung do AI tạo ra, đòi hỏi nhà báo truyền hình phải nâng cao năng lực kiểm định thông tin dựa trên dữ liệu. Tuy nhiên, khảo sát cho thấy nhà báo mạnh ở tìm kiếm thông tin trực tuyến nhưng còn hạn chế ở kiểm chứng hình ảnh, video, phân tích và khai thác dữ liệu. Điều này cho thấy còn khoảng cách giữa yêu cầu tác nghiệp số và năng lực thông tin - dữ liệu hiện có.

4.1.2. Thách thức quản trị tương tác và cộng đồng số đối với nhà báo truyền hình trong hệ sinh thái đa nền tảng

Trong hệ sinh thái truyền thông đa nền tảng, nhà báo truyền hình không chỉ truyền tải thông tin mà còn phải đối thoại, quản trị tương tác và duy trì quan hệ với công chúng số. Kết quả nghiên cứu cho thấy nhà báo tương đối tốt trong phối hợp nội bộ qua công cụ số, nhưng còn hạn chế ở quản trị fanpage, kênh số, phân tích phản hồi khán giả và xử lý khủng hoảng truyền thông. Đây là thách thức lớn trong quá trình phát triển quan hệ bền vững với công chúng trên môi trường số.

4.1.3. Áp lực của nhà báo truyền hình giữa sáng tạo nội dung theo thuật toán các nền tảng và yêu cầu giữ vững tính chân thực, chiều sâu, bản sắc báo chí

Áp lực từ thuật toán nền tảng buộc nhà báo truyền hình phải sản xuất nội dung ngắn, nhanh, hấp dẫn và phù hợp thói quen tiếp nhận mới của công chúng. Tuy nhiên, nếu thiếu năng lực sáng tạo nội dung số chuyên biệt, quá trình này dễ dẫn tới xu hướng cắt ghép, phái sinh từ sản phẩm truyền hình truyền thống, làm giảm chiều sâu và bản sắc báo chí. Vì vậy, yêu cầu đặt ra là phải nâng cao năng lực sản xuất nội dung số gốc, phù hợp nền tảng nhưng vẫn bảo đảm chất lượng thông tin.

4.1.4. Thách thức bảo đảm an toàn, an ninh số và bảo vệ bản quyền trong môi trường truyền thông số

Quá trình chuyển đổi số làm gia tăng các rủi ro về an ninh mạng, rò rỉ dữ liệu, giả mạo danh tính và xâm phạm bản quyền nội dung báo chí. Khảo sát cho thấy nhà báo truyền hình đã có nhận thức nhất định về bảo vệ nguồn tin và nhân vật, nhưng còn thiếu kỹ năng an ninh số và hiểu biết pháp lý liên quan đến bản quyền trên môi trường số. Điều này đòi hỏi phải tăng cường cả năng lực cá nhân lẫn cơ chế tổ chức để bảo vệ an toàn thông tin và giá trị kinh tế của sản phẩm báo chí.

4.1.5. Khoảng cách giữa đào tạo và thực tiễn tác nghiệp trước tốc độ đổi mới công nghệ và chuyển đổi số trong lĩnh vực truyền hình

Sự thay đổi nhanh của công nghệ và nền tảng số đang làm lộ rõ khoảng cách giữa đào tạo và thực tiễn tác nghiệp của nhà báo truyền hình. Nhà báo có thể tự xử lý một số vấn đề kỹ thuật cụ thể, nhưng còn hạn chế trong thử nghiệm công nghệ mới, học tập nâng cao và tham gia đổi mới có tính hệ thống. Vấn đề đặt ra là phải xây dựng cơ chế đào tạo liên tục, tạo môi trường thử nghiệm và có chính sách khuyến khích phù hợp để biến học tập thành năng lực thực hành bền vững.

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

4.2.1. Nhóm giải pháp đối với nhà báo truyền hình

Nhà báo truyền hình là chủ thể trung tâm của quá trình nâng cao năng lực số. Vì vậy, mỗi nhà báo cần chuyển đổi nhận thức, coi năng lực số là năng lực cốt lõi của nghề nghiệp trong kỷ nguyên số; đồng thời xây dựng lộ trình học tập suốt đời, chủ động cập nhật công nghệ, nền tảng và xu hướng làm báo mới.

Bên cạnh đó, nhà báo cần làm chủ các công cụ tác nghiệp đa nền tảng; nâng cao năng lực tìm kiếm, kiểm chứng thông tin, khai thác dữ liệu và ứng dụng công nghệ mới, trong đó có AI, vào các khâu phù hợp của quy trình sản xuất. Đồng thời, cần phát triển tư duy số, tư duy nội dung đa nền tảng, kỹ năng kể chuyện số, xây dựng thương hiệu cá nhân gắn với đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm pháp lý và quy tắc ứng xử trên không gian mạng. Việc tham gia các mạng lưới nghề nghiệp cũng là giải pháp cần thiết để tăng cường học hỏi và chia sẻ kinh nghiệm.

4.2.2. Nhóm giải pháp đối với cơ quan báo chí truyền hình

Các cơ quan báo chí truyền hình có vai trò quyết định trong việc tạo lập môi trường và điều kiện phát triển năng lực số cho đội ngũ nhà báo. Trước hết, cần xây dựng chiến lược chuyển đổi số toàn diện, lấy phát triển nguồn nhân lực số làm trung tâm; đồng thời tái cấu trúc tổ chức và quy trình tác nghiệp theo hướng hội tụ, đa nền tảng.

Cùng với đó, cần xây dựng chương trình đào tạo, bồi dưỡng năng lực số có hệ thống, phù hợp với từng vị trí việc làm; đầu tư hạ tầng, thiết bị, phần mềm, hệ thống quản trị nội dung, lưu trữ và phân tích dữ liệu để hỗ trợ tác nghiệp số. Bên cạnh đó, cần hoàn thiện cơ chế, chính sách nội bộ theo hướng đổi mới đánh giá, nhuận bút, khen thưởng và đãi ngộ gắn với hiệu quả sản phẩm số; đồng thời xây dựng văn hóa tổ chức khuyến khích đổi mới, thử nghiệm và chia sẻ tri thức.

4.2.3. Nhóm giải pháp đối với cơ sở đào tạo, bồi dưỡng báo chí

Các cơ sở đào tạo, bồi dưỡng báo chí cần đổi mới chương trình theo hướng tích hợp sâu năng lực số vào các học phần chuyên ngành, đồng thời tăng cường các nội dung như báo chí dữ liệu, trí tuệ nhân tạo, sản xuất nội dung đa nền tảng, quản trị truyền thông xã hội, an ninh số và đạo đức số.

Bên cạnh đó, cần nâng cao năng lực số cho giảng viên, đầu tư môi trường thực hành hiện đại, tăng cường hợp tác với cơ quan báo chí và đổi mới phương pháp giảng dạy theo hướng học qua dự án, học qua trải nghiệm. Qua đó, góp phần thu hẹp khoảng cách giữa đào tạo và thực tiễn

tác nghiệp, hình thành tư duy sản phẩm và năng lực thích ứng cho người học.

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

4.3.1. Khuyến nghị đối với các cơ quan báo chí truyền hình

4.3.1.1. Khuyến nghị chung:

Luận án khuyến nghị các cơ quan báo chí truyền hình cần cụ thể hóa chiến lược chuyển đổi số gắn với phát triển nguồn nhân lực số, coi năng lực số là yêu cầu bắt buộc đối với đội ngũ nhà báo. Trên cơ sở đó, cần xây dựng kế hoạch đào tạo hằng năm phù hợp với từng nhóm nhà báo, bảo đảm tính phổ cập trong toàn đơn vị và tránh tình trạng năng lực số chỉ tập trung ở một nhóm nhỏ.

Đồng thời, cần quan tâm nhiều hơn đến nhóm nhà báo lớn tuổi thông qua các hình thức đào tạo phù hợp và cơ chế hỗ trợ cần thiết; ưu tiên đầu tư hạ tầng số, hệ thống quản trị nội dung, kho dữ liệu, công cụ phân tích khán giả và thiết bị tác nghiệp, gắn với quy trình sử dụng và đào tạo hiệu quả.

4.3.1.2. Khuyến nghị với từng đơn vị truyền hình thực hiện khảo sát

Đối với các đơn vị khảo sát, luận án đề xuất khuyến nghị theo đặc điểm của từng đơn vị.

Với Đài Truyền hình Việt Nam, cần tiếp tục hoàn thiện mô hình hội tụ, phát triển nội dung thuần số, tăng cường đào tạo chuyên sâu về dữ liệu và AI, đồng thời thu hẹp khoảng cách năng lực giữa các đơn vị.

Với Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội, cần nâng cao năng lực phân tích dữ liệu, hoàn thiện cơ chế đánh giá sản phẩm số và tăng cường phối hợp giữa bộ phận nội dung số với các đơn vị sản xuất truyền thống.

Với Báo và Đài Phát thanh - Truyền hình Đà Nẵng, cần hoàn thiện mô hình tổ chức, phát triển nội dung định danh trên nền tảng số và tăng cường đào tạo công nghệ mới.

Với Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại miền Trung - Tây Nguyên, cần xây dựng nhóm hạt nhân số, tăng cường đãi ngộ cho sản phẩm số và phát triển nội dung mang bản sắc khu vực. Với Đài Phát thanh và Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh, cần tiếp tục đầu tư cho lực lượng nòng cốt, mở rộng cơ chế thử nghiệm sáng tạo và gắn nội dung số với hoạt động kinh doanh.

Với Trung tâm Truyền hình Việt Nam tại Thành phố Hồ Chí Minh, cần phát triển các sản phẩm số đặc trưng, tăng cường phối hợp với VTV Digital và thí điểm cơ chế đánh giá, đãi ngộ theo hiệu quả sản phẩm số.

4.3.2. Khuyến nghị đối với các cơ quan quản lý nhà nước

Luận án khuyến nghị các cơ quan quản lý nhà nước sớm xây dựng và ban hành khung năng lực số chuẩn quốc gia cho nhà báo Việt Nam, làm căn cứ cho đào tạo, tuyển dụng, đánh giá và bồi dưỡng. Đồng thời, cần hoàn thiện cơ chế, chính sách kinh tế cho báo chí số và tiếp tục hoàn thiện hành lang pháp lý liên quan đến báo chí số, bản quyền, bảo vệ dữ liệu, an toàn thông tin và phòng, chống tin giả.

Bên cạnh đó, cần đơn giản hóa thủ tục đầu tư công nghệ, hỗ trợ chuyển giao kỹ thuật số cho các cơ quan báo chí, phát triển các chương trình bồi dưỡng năng lực số cấp quốc gia và tăng cường hợp tác quốc tế trong đào tạo báo chí số. Đây là những điều kiện quan trọng để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực báo chí truyền hình trong tiến trình chuyển đổi số ở Việt Nam.

KẾT LUẬN

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

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

Về thực tiễn, từ khảo sát tại 6 cơ quan truyền hình và phỏng vấn sâu, kết quả khảo sát cho thấy năng lực số của nhà báo truyền hình chịu tác động bởi các yếu tố ở ba cấp độ: (1) Ở yếu tố cá nhân: tuổi, thâm niên nghề nghiệp, thái độ với đổi mới, thái độ với đổi mới, mức độ chủ động tự học. (2) Tổ chức: lãnh đạo đơn vị tiên phong, môi trường đơn vị khuyến khích đổi mới sáng tạo, có chính sách đào tạo, bồi dưỡng tốt; hạ tầng công nghệ, hỗ trợ kỹ thuật có. (3) Xã hội: xu hướng công nghệ, hành vi công chúng, hành lang pháp lý, là những yếu tố có tác động tích cực đến phát triển năng lực số của nhà báo truyền hình. Kết quả đánh giá năng lực số của nhà báo truyền hình trong diện khảo sát hiện ở mức trung bình khá, nhưng phát triển chưa đồng đều giữa các nhóm năng lực. Các năng lực số cơ bản (tìm kiếm thông tin, dùng mạng xã hội, quay - dựng) khá tốt, trong khi đó các năng lực số chuyên sâu (báo chí dữ liệu, kiểm chứng nâng cao, phân tích khán giả số, sáng tạo format thuần số) còn hạn chế; Nhà báo truyền hình giao tiếp nội bộ tốt nhưng còn lúng túng với công chúng số, ít chủ động thử nghiệm công nghệ mới;

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

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

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

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

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

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

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

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

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