

PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC TRUYỀN THÔNG SỐ CỦA PHÓNG VIÊN VÀ CÔNG CHÚNG

★ TS TRẦN THỊ HẢI LÝ

Trường Đại học Văn Lang

● **Tóm tắt:** Trong kỷ nguyên phát triển mới của dân tộc, khi báo chí và truyền thông số trở thành nền tảng của xã hội tri thức, mỗi công dân đều là một “tác nhân thông tin” tham gia kiến tạo thực tại truyền thông. Sự lan tỏa của nền tảng số và trí tuệ nhân tạo không chỉ thay đổi cách con người tiếp nhận và phân tích tin tức, mà còn đặt ra yêu cầu cấp bách về năng lực truyền thông số, khả năng tiếp cận, đánh giá và phản hồi thông tin một cách trách nhiệm, sáng tạo và nhân văn. Trên cơ sở khung lý thuyết của UNESCO, NAMLE và Hobbs (năm 2020), bài viết phân tích năng lực truyền thông số của công chúng Việt Nam; nhận diện các thách thức đặc thù và đề xuất nhóm giải pháp phát triển năng lực này nhằm hướng tới một xã hội thông tin minh bạch, nhân văn và bền vững.

● **Từ khóa:** báo chí số; công dân số; năng lực truyền thông; xã hội thông tin.

Developing digital communication capabilities of journalists and the public

● **Abstract:** In the new era of national development, as digital journalism and media become the platform of a knowledge-based society, every citizen is an "information agent" participating in shaping media reality. The spread of digital platforms and artificial intelligence not only changes how people receive and analyze news, but also creates an urgent need for digital communication capabilities - the ability to access, evaluate, and respond to information responsibly, creatively, and humanely. Based on the theoretical frameworks of UNESCO, NAMLE, and Hobbs (2020), this article analyzes the digital communication capabilities of the Vietnamese public; identifies specific challenges and proposes a group of solutions to develop these capabilities towards a transparent, humane, and sustainable information society.

● **Keywords:** digital journalism; digital citizen; communication capabilities; information society.

1. Mở đầu

Trong kỷ nguyên phát triển mới của dân tộc, phát triển năng lực truyền thông số trở thành yêu cầu quan trọng trong xây dựng xã hội thông tin định hướng xã hội chủ nghĩa, bảo đảm mỗi công

dân không chỉ là người thụ hưởng mà còn là chủ thể tích cực kiến tạo, lan tỏa các giá trị chân, thiện, mỹ trong truyền thông. Sự lãnh đạo của Đảng và quản lý của Nhà nước trong lĩnh vực báo chí, truyền thông là nền tảng chính trị bảo

đảm thông tin đúng định hướng, củng cố niềm tin xã hội, phòng ngừa rối loạn thông tin và góp phần xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.

Quá trình chuyển đổi số toàn diện không chỉ định hình lại cấu trúc kinh tế mà còn làm thay đổi cách con người sống, học, làm việc và tham gia vào đời sống xã hội. Trong bối cảnh đó, báo chí và truyền thông số giữ vai trò then chốt: vừa phản ánh tiến trình phát triển quốc gia, vừa là không gian kiến tạo tri thức, niềm tin và bản sắc dân tộc.

Sự lan tỏa của công nghệ số, dữ liệu lớn và trí tuệ nhân tạo đã tái định hình chu trình thông tin. Mỗi cá nhân không còn là người tiếp nhận thụ động mà đồng thời là người sáng tạo, phân phối và diễn giải thông tin. Khái niệm

“công chúng truyền thông” vì thế mở rộng thành “công chúng chủ động” - những công dân có khả năng tác động đến dư luận và định hình giá trị xã hội thông qua hành động truyền thông.

Trong kỷ nguyên phát triển mới, năng lực số trở thành điều kiện nền tảng để cả người làm báo và công chúng tiếp cận, phân tích và kiến tạo thông tin có trách nhiệm, sáng tạo và nhân văn. Môi trường truyền thông số mở ra cơ hội dân chủ hóa tri thức, song cũng đi kèm thách thức về tin giả, thao túng cảm xúc và thuật toán cá nhân hóa.

2. Nội dung

2.1. Cơ sở lý luận và tính tất yếu phát triển năng lực truyền thông số

Từ góc nhìn chính trị - xã hội học truyền

thông, năng lực truyền thông số không chỉ là tập hợp kỹ năng, kỹ thuật, mà là biểu hiện của năng lực chính trị - văn hóa công dân trong đời sống thông tin. Trên phương diện quốc gia, đây còn là năng lực mềm của hệ thống chính trị nhằm củng cố, thống nhất nhận thức, tạo đồng thuận xã hội và phát huy quyền làm chủ của nhân dân trong không gian truyền thông số.

Khái niệm và nội hàm năng lực truyền thông số

Khái niệm hiểu biết truyền thông (media literacy) ra đời từ thập niên 1970 gắn với UNESCO và Len Masterman, với mục tiêu giúp công chúng hiểu cách thức truyền thông tác động đến nhận thức và hành vi xã hội. Trong kỷ nguyên số, khái niệm này phát triển thành năng lực truyền

thông số (digital media literacy), là sự kết hợp giữa kỹ năng công nghệ, tư duy phản biện và đạo đức thông tin.

Theo UNESCO (năm 2023), năng lực truyền thông và thông tin (MIL) gồm ba trụ cột: quyền được biết, năng lực hiểu và trách nhiệm hành động, giúp cá nhân truy cập, đánh giá và sáng tạo thông tin có ý thức. NAMLE (năm 2021) bổ sung, hiểu biết truyền thông là quá trình nhận thức cách truyền thông kiến tạo ý nghĩa và phân bổ quyền lực, qua đó mỗi người không chỉ “đọc” thông tin mà còn “đọc” được ý đồ và quyền lực đằng sau thông tin.

Hobbs (năm 2020) xem đây là “năng lực văn hóa mới” - khả năng đọc, viết và phản biện thông tin trong không gian kỹ thuật số, Potter

(năm 2016) nhấn mạnh năng lực kiến tạo tri thức giúp con người chủ động định hình ý nghĩa thay vì bị động hấp thụ nội dung.

Từ đó, có thể hiểu năng lực truyền thông số là tổng hòa của ba nhóm năng lực:

Năng lực kỹ thuật (Technical Literacy): khả năng sử dụng công cụ, nền tảng và dữ liệu số để truy cập và sản xuất thông tin.

(2) Năng lực phản biện (Critical Literacy): khả năng phân tích, đánh giá, so sánh, nhận diện định kiến, thiên lệch và ý đồ ẩn sau thông tin.

(3) Năng lực đạo đức - xã hội (Ethical Literacy): khả năng hành động, sáng tạo và phản hồi có trách nhiệm, tôn trọng quyền riêng tư, sự thật và giá trị nhân văn.

Các năng lực này không tồn tại tách rời mà đan xen trong mọi hoạt động truyền thông, từ sáng tạo đến tiếp nhận, từ nhà báo đến độc giả.

Vai trò của phóng viên trong hỗ trợ và định hướng công chúng

Trong hệ sinh thái truyền thông số, phóng viên không chỉ là người sản xuất tin tức, mà còn giữ vai trò định hướng và hỗ trợ công chúng phát triển năng lực truyền thông. Năng lực truyền thông số của phóng viên thể hiện ở khả năng xác thực, kiến tạo ngữ cảnh và hướng dẫn công chúng đọc hiểu thông tin, chứ không chỉ ở kỹ năng sử dụng công nghệ. Khi tòa soạn minh bạch hóa quy trình kiểm chứng, công khai nguồn và sử dụng công cụ số một cách có trách nhiệm, họ giúp công chúng học được cách tiếp cận và đánh giá thông tin một cách khoa học.

Nếu phóng viên thiếu sự tỉnh táo, thông tin chưa xác minh có thể trở thành “sự thật” trong mắt công chúng, sẽ làm tổn hại niềm tin xã hội đối với báo chí. Ngược lại, khi phóng viên thể hiện văn hóa trách nhiệm và phản hồi minh bạch, họ góp phần củng cố niềm tin và năng lực

phản biện của công chúng. Như vậy, năng lực truyền thông số của phóng viên có ý nghĩa hỗ trợ, định hướng công chúng trong tiếp cận, phân tích và lan tỏa thông tin có trách nhiệm, thay vì trở thành một nhóm chủ thể song song.

Năng lực truyền thông số của công chúng

Trong môi trường truyền thông số, công chúng vừa là người tiếp nhận, vừa là tác nhân lan tỏa thông tin. Với hơn 78 triệu người dùng Internet (theo We Are Social, năm 2025), Việt Nam thuộc nhóm quốc gia có tỷ lệ sử dụng mạng xã hội cao nhất khu vực. Mỗi công dân trở thành người kiến tạo thông tin, có thể chia sẻ, bình luận và tác động đến dư luận xã hội.

Theo NAMLE (năm 2021), năng lực truyền thông số của công chúng gồm 5 nhóm: truy cập nguồn tin đáng tin cậy; phân tích cấu trúc thông điệp và kỹ thuật cảm xúc; đánh giá động cơ của thông tin; phản hồi có căn cứ; lan tỏa có trách nhiệm. Tuy nhiên, một nghiên cứu của Viện Báo chí Quốc tế (IPI) cho thấy: “75% tin giả trên mạng xã hội được chia sẻ lại mà người dùng không kiểm chứng, tạo thành vòng xoáy độc hại trong môi trường truyền thông toàn cầu”⁽¹⁾. Điều này phản ánh khoảng trống năng lực phản biện và đạo đức truyền thông, đó là công chúng tiếp cận nhanh nhưng ít kiểm chứng, dễ bị chi phối bởi cảm xúc và thuật toán gợi ý.

Từ góc nhìn xã hội học truyền thông, thực trạng này cho thấy công chúng Việt Nam đang ở giai đoạn chuyển tiếp: có kỹ năng truy cập cao nhưng thiếu khả năng đánh giá và phản hồi có trách nhiệm, những phẩm chất cốt lõi của công dân truyền thông trong kỷ nguyên số.

Mối quan hệ tương tác hai chiều: cùng kiến tạo năng lực truyền thông số

Năng lực truyền thông số của phóng viên và công chúng tồn tại trong chu trình tương hỗ liên tục: báo chí định hướng nhận thức xã hội qua

sản phẩm tin tức, còn công chúng phản hồi bằng tiếp nhận, bình luận và chia sẻ. Trong mô hình truyền thông mở, mỗi bên vừa là “nguồn”, vừa là “người nhận”, cùng chịu trách nhiệm về độ tin cậy của thông tin. Sự phát triển năng lực truyền thông số vì thế cần cam kết hai chiều: tòa soạn công khai quy trình xác minh, công chúng chia sẻ ghi rõ nguồn và sẵn sàng đính chính nếu có sai lệch. Khi báo chí thiếu kiểm chứng và sáng tạo không có trách nhiệm, công chúng sẽ bị dẫn dắt bởi thông tin sai lệch. Ngược lại, nếu công chúng thiếu tư duy phản biện và đạo đức thông tin, họ trở thành tác nhân lan truyền nội dung sai, khiến môi trường truyền thông trở nên hỗn loạn.

Do đó, phát triển năng lực truyền thông số phải song hành ở cả hai chủ thể, năng lực kiến tạo có trách nhiệm của người làm báo và năng lực tiếp nhận, phản hồi nhân văn của công chúng. Đây là năng lực công dân trong kỷ nguyên phát triển mới, góp phần xây dựng xã hội tri thức minh bạch và nhân văn, nơi thông tin trở thành nguồn lực chung cho phát triển bền vững quốc gia.

2.2. Những thách thức đặt ra đối với các chủ thể truyền thông trong quá trình chuyển đổi số quốc gia

Quá trình chuyển đổi số quốc gia đặt ra yêu cầu vừa phát huy quyền tiếp cận và phản biện của công dân, vừa bảo đảm an toàn thông tin, giữ vững định hướng tư tưởng và văn hóa của Đảng. Đây không chỉ là vấn đề kỹ thuật, công nghệ, mà còn là thách thức chiến lược trong bảo vệ nền tảng tư tưởng và chủ quyền thông tin quốc gia.

Trong bối cảnh đó, nền tảng truyền thông số đã trở thành không gian sống thứ hai của xã hội hiện đại. Ở đó, mọi công dân đều đồng thời là người tiếp nhận, sáng tạo và lan tỏa thông tin,

còn báo chí, thay vì giữ vai trò độc quyền “gác cổng”, nay chia sẻ quyền lực thông tin với hàng triệu người dùng mạng Internet. Sự mở rộng này mang lại cơ hội dân chủ hóa thông tin, nhưng đồng thời đặt ra những thách thức lớn đối với năng lực truyền thông số của công chúng và những người làm báo phải thích ứng với hành vi tiếp nhận mới của công chúng.

Thách thức về tiếp cận và chọn lọc thông tin

Thuật toán đề xuất đang ngày càng chi phối dòng chảy thông tin, trở thành “người gác cổng vô hình” trong xã hội số. Mỗi cá nhân bị bao quanh bởi “vòng lặp thông tin” (information bubble), nơi họ chỉ nhìn thấy những nội dung phù hợp với sở thích, niềm tin và cảm xúc sẵn có.

Với công chúng, đây là thách thức đầu tiên của năng lực truyền thông số, đó là khả năng đọc, lọc và hiểu dòng thông tin, đồng thời nhận thức được rằng không phải mọi thứ được lan truyền rộng rãi đều đáng tin. Thách thức này không chỉ nằm ở kỹ thuật, mà sâu xa hơn là công dân số cần hiểu rằng quyền tiếp cận thông tin phải đi đôi với trách nhiệm chọn lọc và đánh giá.

Đối với phóng viên, áp lực lớn hơn khi phải cạnh tranh với thuật toán và mạng xã hội trong khi cần bảo đảm tính xác thực và chiều sâu thông tin. Nếu chỉ chạy theo “tính nhanh” và xu hướng, báo chí sẽ đánh mất vai trò định hướng tư tưởng. Người làm báo vì thế cần nâng cao năng lực định vị, kiểm chứng và làm giàu ngữ cảnh, giúp công chúng “hiểu sâu thay vì biết nhanh.”

Thách thức này phản ánh sự mất cân bằng giữa áp lực thời gian và độ tin cậy, giữa “tốc độ đưa tin” và “trách nhiệm xác minh.” Do đó, cần xây dựng cơ chế giáo dục và kiểm chứng xã hội, trong đó giáo dục truyền thông, tòa soạn và các tổ chức chính trị - xã hội cùng tham gia, để bảo đảm dòng thông tin phục vụ phát triển bền vững, đúng định hướng.

Thách thức trong phân tích và phản biện thông tin

Bên cạnh thách thức tiếp cận, sự trỗi dậy của cảm xúc đám đông trong truyền thông số đang làm suy giảm khả năng phản biện xã hội. Thông tin được chia sẻ, yêu thích hoặc tẩy chay không dựa trên giá trị dữ kiện, mà dựa trên mức độ khơi gợi cảm xúc. Công chúng ngày càng có xu hướng “tin - chia sẻ - quên”, trong khi quy trình kiểm chứng bị rút ngắn. Thói quen tiêu thụ thông tin theo cảm xúc khiến công chúng dễ trở thành “người lan truyền vô thức” của tin sai lệch và nội dung thao túng.

Đối với người làm báo, đây cũng là thách thức về bản lĩnh nghề nghiệp và chính trị. Trong môi trường số “nội dung cảm xúc thắng lý trí”, báo chí phải kiên định với sự thật và giá trị nhân văn, tránh xu hướng thương mại hóa hay chạy theo đám đông để tăng lượt đọc. Khi đó, họ có nguy cơ trở thành “người kể lại cảm xúc” thay vì “người kiến tạo tri thức.”

Do đó, phát triển năng lực phản biện thông tin cần được nhìn nhận như nhiệm vụ chính trị - văn hóa của cả hai chủ thể truyền thông. Công chúng phải học cách phản hồi có căn cứ, còn báo chí cần khẳng định vai trò “người dẫn đường” trong không gian thông tin. Chỉ khi đó, báo chí cách mạng Việt Nam mới thực sự phát huy vai trò định hướng dư luận, củng cố niềm tin xã hội và bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trong kỷ nguyên số.

Thách thức trong phản hồi và lan tỏa thông tin

Không gian số mở ra cơ hội để công chúng tham gia đối thoại với báo chí, nhưng cũng khiến việc phản hồi trở nên dễ dãi và cảm tính. Bình luận, chia sẻ, tẩy chay, ủng hộ..., tất cả diễn ra chỉ trong vài giây. Sự dễ dàng đó biến truyền thông số thành một trường cảm xúc tập thể, nơi các hành động truyền thông không còn

trung lập, mà phản ánh trực tiếp tâm lý xã hội.

Với công chúng, thách thức lớn là quản trị hành vi truyền thông cá nhân, biết khi nào nên chia sẻ, phản bác, hay giữ im lặng; hiểu rằng mỗi hành động trên mạng đều có hậu quả thật. Đây là yêu cầu của năng lực đạo đức truyền thông (ethical literacy - biết chịu trách nhiệm với lời nói, hành vi và tác động lan tỏa).

Với phóng viên, phản hồi từ công chúng là “áp lực ngược”. Nhiều trường hợp làn sóng phản ứng từ dư luận khiến tòa soạn phải gỡ bài, xin lỗi. Khi đó, năng lực truyền thông số của người làm báo không chỉ nằm ở kiểm chứng thông tin, mà còn ở cách ứng xử với phản hồi của công chúng một cách minh bạch, kịp thời, nhưng không cảm tính.

Điều này cho thấy, trong môi trường nền tảng số, phản hồi của công chúng và phản ứng của báo chí là hai mắt xích trong cùng một chuỗi truyền thông. Nếu công chúng thiếu trách nhiệm, còn phóng viên thiếu bản lĩnh chính trị và nghề nghiệp, truyền thông số dễ rơi vào trạng thái “hành động trước, suy nghĩ sau”, làm xói mòn niềm tin xã hội.

Tác động hai chiều và yêu cầu phát triển năng lực xã hội thông tin

Các thách thức trên không tồn tại riêng lẻ mà đan xen và khuếch đại lẫn nhau. Mỗi hành vi tiếp nhận, phản hồi của công chúng đều tác động đến cách báo chí vận hành và ngược lại. Khi công chúng phản ứng cảm tính, báo chí dễ cuốn vào xu hướng giật tít; khi báo chí thiếu thẩm định, công chúng mất niềm tin vào nguồn tin. Do đó, phát triển năng lực truyền thông số cần được xem là nhiệm vụ của một xã hội học tập, nơi mỗi công dân, mỗi tòa soạn đều học cách hành xử có trách nhiệm trên nền tảng số. Báo chí phải nâng cao năng lực kiểm chứng, minh bạch hóa quy trình tác nghiệp,

phản hồi công chúng bằng dữ kiện thay vì cảm xúc. Công chúng phải rèn luyện năng lực phân tích, phản biện và lan tỏa nhân văn, trở thành người đồng kiến tạo không gian truyền thông bền vững.

Thách thức truyền thông số, vì thế không chỉ là vấn đề kỹ năng, mà là vấn đề nhận thức và trách nhiệm xã hội. Nhìn nhận các “rủi ro” như “thách thức” giúp chuyển hướng từ kiểm soát sang kiến tạo, từ phòng ngừa sang phát triển năng lực.

Chỉ khi báo chí và công chúng cùng nâng cao năng lực truyền thông số, môi trường thông tin Việt Nam mới có thể vận hành minh bạch, trách nhiệm và nhân văn, đúng tinh thần báo chí cách mạng vì con người, vì chân lý, vì phát triển bền vững của dân tộc.

2.3. Xu hướng phát triển năng lực truyền thông số trong tiến trình xây dựng xã hội thông tin định hướng xã hội chủ nghĩa

Việc phát triển năng lực truyền thông số ở Việt Nam phải gắn liền với mục tiêu xây dựng xã hội học tập, xã hội thông tin nhân văn và dân chủ theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Đây không chỉ là yêu cầu của thời đại số, mà còn là nhiệm vụ chính trị - văn hóa nhằm củng cố niềm tin, tạo đồng thuận xã hội và bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng trong không gian truyền thông mới.

Trong bối cảnh báo chí số đang tái định hình quyền lực thông tin, hiểu biết truyền thông không dừng ở khả năng “phòng vệ trước tin giả”, mà chuyển sang năng lực kiến tạo và tham gia có trách nhiệm trong không gian công cộng số.

Thứ nhất, mở rộng từ “hiểu biết truyền thông” sang “hiểu biết về trí tuệ nhân tạo”. Sự phát triển của AI tạo sinh (Generative AI) đang thay đổi cách sản xuất và tiếp nhận tin tức. Công dân cần hiểu cơ chế vận hành và hiểu cách AI tạo ra thông tin, phát hiện thiên kiến xác nhận

(confirmation bias), phân biệt giữa nội dung người viết và máy viết. Hiểu biết truyền thông trong giai đoạn mới, vì vậy sẽ bao gồm cả năng lực nhận diện, sử dụng và kiểm chứng nội dung do AI tạo ra, góp phần xây dựng niềm tin có cơ sở trong xã hội số.

Thứ hai, cá nhân hóa có trách nhiệm. Khi thuật toán chỉ phối luồng thông tin, người dùng phải tự quản trị trải nghiệm, chọn lọc nguồn tin và chủ động tiếp cận quan điểm đa chiều. Hiểu thuật toán là điều kiện để khôi phục quyền tự chủ trong tiếp nhận thông tin, thay vì bị dẫn dắt bởi cảm xúc và cơ chế lan truyền.

Thứ ba, gắn kết với năng lực dữ liệu. Công dân trong xã hội thông tin không chỉ đọc văn bản, mà phải đọc - hiểu - phản biện bằng số liệu. Báo chí dữ liệu, trực quan hóa thông tin và tư duy thống kê cần được lồng ghép trong giáo dục phổ thông và đại học, giúp công dân biết phản biện bằng chứng, hạn chế nguy cơ biến và tăng niềm tin dựa trên dữ kiện.

Thứ tư, chuyển từ phòng thủ sang kiến tạo. Giai đoạn mới không chỉ “chống tin giả” mà hướng đến bồi dưỡng công dân sáng tạo có trách nhiệm, biết sản xuất và lan tỏa nội dung chính xác, nhân văn. Kinh nghiệm quốc tế, như Phần Lan, cho thấy kết hợp dạy đọc, viết truyền thông với thực hành sản xuất nội dung xác thực đem lại hiệu quả bền vững.

Thứ năm, tăng cường hợp tác giữa báo chí - giáo dục - cộng đồng. Báo chí hiện đại không chỉ sản xuất tin tức mà còn là “người thầy truyền thông”, công khai quy trình xác minh, hướng dẫn công chúng cách đọc, kiểm chứng và chia sẻ có trách nhiệm.

Ở nước ta, mô hình hợp tác giữa một số cơ sở báo chí và trường đại học đã mở ra hướng tiếp cận mới trong giáo dục truyền thông gắn với thực tiễn nghề nghiệp. Sự kết nối giữa nhà

trường và tòa soạn thể hiện bước tiến trong đào tạo truyền thông thực hành, góp phần hình thành thể hệ công dân truyền thông có tri thức, trách nhiệm và bản lĩnh chính trị, đồng thời củng cố niềm tin xã hội và khẳng định vai trò định hướng của báo chí cách mạng Việt Nam.

Thứ sáu, hình thành bộ chỉ số quốc gia về hiểu biết truyền thông. Theo khuyến nghị của UNESCO (năm 2023), việc đo lường trình độ hiểu biết truyền thông thông qua các chỉ số như mức độ tin tưởng vào báo chí, tỷ lệ kiểm chứng thông tin, hành vi chia sẻ có trách nhiệm là cần thiết để đánh giá “sức khỏe thông tin” của xã hội. Việt Nam có thể phát triển bộ chỉ số này trong giai đoạn 2026 -2030 như công cụ hoạch định chính sách truyền thông số quốc gia.

Trong thập niên tới, năng lực truyền thông số sẽ phát triển theo hướng tích hợp kỹ năng công nghệ, tư duy phản biện và đạo đức xã hội số. Khi công dân không chỉ “biết đọc truyền thông” mà còn “biết đọc dữ liệu”, “đọc thuật toán” và “biết phản biện nhân văn”, họ sẽ trở thành trung tâm kiến tạo niềm tin xã hội - nền tảng để báo chí Việt Nam phát triển bền vững, minh bạch và nhân văn, góp phần xây dựng xã hội thông tin định hướng xã hội chủ nghĩa trong kỷ nguyên mới.

2.4. Định hướng và giải pháp phát triển năng lực truyền thông số

Đảng ta xác định nhiệm vụ trọng tâm là “phát triển con người toàn diện và xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc”⁽²⁾, trong đó báo chí và truyền thông giữ vai trò đi trước mở đường, định hướng nhận thức, củng cố niềm tin xã hội. Vì vậy, nâng cao năng lực truyền thông số của phóng viên và công chúng cần được đặt trong chiến lược phát triển con người Việt Nam thời kỳ chuyển đổi số, hướng đến xây dựng hệ giá trị, chuẩn mực hành

vi truyền thông phù hợp với định hướng xã hội chủ nghĩa.

Sự tương tác hai chiều giữa phóng viên và công chúng khiến mỗi bên vừa là nguyên nhân, vừa là kết quả của chất lượng thông tin xã hội. Do đó, phát triển năng lực truyền thông số ở Việt Nam phải đặt trong mối quan hệ “song hành, đồng kiến tạo” giữa báo chí và công chúng. Trên cơ sở khung lý thuyết của UNESCO (năm 2023), NAMLE (năm 2021) và Hobbs (năm 2020), xác định bốn hướng chủ đạo:

Thứ nhất, hoàn thiện thể chế và chính sách truyền thông số

Thể chế là nền tảng để phát triển năng lực truyền thông số bền vững. Nhà nước cần tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý và chuẩn mực đạo đức trong báo chí số, bảo đảm quyền tiếp cận và chia sẻ thông tin của công dân gắn với trách nhiệm thông tin chính xác, phát huy vai trò định hướng của báo chí cách mạng và ngăn chặn thông tin xấu, độc, sai sự thật. Đồng thời, xây dựng cơ chế pháp lý bảo đảm quyền thông tin gắn với trách nhiệm công dân, tạo hành lang cho đổi mới sáng tạo báo chí, quy định rõ trách nhiệm của các nền tảng xuyên biên giới nhằm bảo vệ chủ quyền thông tin quốc gia.

Với phóng viên và cơ quan báo chí, chuẩn hóa quy trình kiểm chứng nguồn tin số, minh bạch hóa việc sử dụng dữ liệu và trí tuệ nhân tạo trong sản xuất nội dung, khẳng định vai trò “trung tâm xác thực thông tin” của báo chí.

Đối với công chúng, thể chế cần khuyến khích quyền được biết và quyền phản hồi, đồng thời tích hợp giáo dục hiểu biết truyền thông, đạo đức số, tư duy phản biện vào chương trình giáo dục công dân số quốc gia trong hệ thống giáo dục phổ thông và đại học. Kinh nghiệm của UNESCO cho thấy, các quốc gia có chính

sách tích hợp hiểu biết truyền thông trong mọi môn học thường đạt mức nhận thức thông tin cao hơn và ít bị ảnh hưởng bởi tin giả.

Thứ hai, tăng cường giáo dục và đào tạo năng lực truyền thông số cho hai nhóm chủ thể

Giáo dục là giải pháp trọng tâm để hình thành năng lực truyền thông số.

Đối với phóng viên và cơ quan báo chí, cần bồi dưỡng năng lực phản biện thông tin số (kiểm chứng, phát hiện thao túng, nhận diện deepfake), năng lực phân tích dữ liệu xã hội (hiểu hành vi công chúng, phân tích tương tác) và kỹ năng truyền thông đa nền tảng (thiết kế thông điệp phù hợp, giữ nguyên ngữ cảnh). Mỗi phóng viên cần nhận thức rằng đăng tải thông tin là hành động công dân gắn với trách nhiệm xã hội. Song song đó, các cơ quan báo chí cần hình thành văn hóa tòa soạn số, nơi mỗi phóng viên đều ý thức rằng đăng tải thông tin là hành động công dân, chứ không chỉ là thao tác nghề nghiệp.

Đối với công chúng, cần phát triển năm năng lực cốt lõi của NAMLE (Access - Analyze - Evaluate - Respond - Act), chuyển hóa thành hành vi cụ thể, đó là biết phân biệt nguồn tin chính thống, đọc hiểu cấu trúc cảm xúc của thông điệp, phản hồi có căn cứ, lan tỏa thông tin xác thực.

Các chương trình như “Giáo dục số cộng đồng” nên được triển khai qua trường học, tổ chức xã hội, doanh nghiệp công nghệ, kết hợp workshop, video ngắn và công cụ tự học trực tuyến. Đây là bước thiết yếu để hình thành thể hệ công dân số có bản lĩnh chính trị, tinh thần phản biện và đạo đức nhân văn.

Thứ ba, thúc đẩy văn hóa truyền thông nhân văn và trách nhiệm

Nếu thể chế là khung, giáo dục là công cụ, thì văn hóa truyền thông nhân văn chính là linh hồn của xã hội thông tin.

Với phóng viên, văn hóa nhân văn thể hiện ở việc lựa chọn ngôn từ, hình ảnh và bối cảnh phù hợp, tránh khơi gợi định kiến, tôn trọng nhân phẩm và sự thật. Việc ứng dụng AI cần gắn với nguyên tắc “trách nhiệm con người, trách nhiệm xã hội”. Điều này thể hiện ở cách lựa chọn ngôn từ, hình ảnh và bối cảnh, tránh làm tổn thương nhân vật hoặc khơi gợi định kiến xã hội.

Với công chúng, văn hóa truyền thông bắt đầu từ nhận thức về hậu quả xã hội của mỗi hành vi lan tỏa thông tin. Một lượt chia sẻ hay bình luận đều mang tác động thật. Do đó, hiểu biết truyền thông không chỉ giúp công chúng “tự bảo vệ mình” trước tin giả, mà còn giúp họ trở thành người kiến tạo môi trường thông tin tích cực.

Khi nhà báo phản ứng chuyên nghiệp và công chúng phản hồi có trách nhiệm, truyền thông số mới thực sự trở thành nền tảng cho sự phát triển bền vững, minh bạch và nhân văn, đúng tinh thần của xã hội thông tin.

Thứ tư, định hướng phát triển năng lực truyền thông số trong tương lai

Trong giai đoạn tới, Việt Nam cần xây dựng “hệ sinh thái năng lực truyền thông số”, nơi mọi chủ thể cùng tham gia và cùng học hỏi. Nhà nước đóng vai trò điều tiết và kiến tạo khung chính sách. Báo chí giữ vai trò trung tâm xác thực và lan tỏa tri thức truyền thông số. Trường học và tổ chức xã hội làm cầu nối giáo dục, phổ cập kiến thức hiểu biết truyền thông số. Công chúng trở thành đối tác đồng kiến tạo.

Định hướng lâu dài là chuyển từ “xã hội tiêu thụ thông tin” sang “xã hội hiểu biết thông tin”, nơi mỗi hành động truyền thông, dù là đăng, đọc hay chia sẻ đều được đặt trong khuôn khổ đạo đức, phản biện và sáng tạo.

3. Kết luận

Phát triển năng lực truyền thông số không phải là nhiệm vụ riêng của báo chí, giáo dục

hay công chúng, mà là quá trình cộng hưởng của toàn xã hội. Một nền báo chí phát triển chỉ có thể tồn tại khi đi cùng công chúng hiểu biết - những người có khả năng tiếp nhận, phản biện và lan tỏa thông tin một cách nhân văn và có trách nhiệm. Ngược lại, công chúng chỉ thật sự trở thành “người đồng kiến tạo” khi báo chí hiện đại hóa năng lực sáng tạo, giữ vững đạo đức nghề nghiệp và minh bạch trong truyền thông.

Giữa phóng viên và công chúng tồn tại mối quan hệ hai chiều: báo chí định hướng nhận thức xã hội, công chúng phản hồi và lan tỏa giá trị thông tin. Khi năng lực sáng tạo có trách nhiệm của người làm báo và năng lực phản biện, chia sẻ nhân văn của công chúng gặp nhau, môi trường truyền thông số Việt Nam sẽ chuyển từ “phản ứng theo cảm xúc” sang “đôi thoại tri thức”, từ tiêu thụ sang kiến tạo thông tin. Đây là nền tảng quan trọng để hình thành một xã hội thông tin bền vững, minh bạch và nhân văn.

Năng lực truyền thông số trong kỷ nguyên báo chí số không chỉ là kỹ năng cá nhân, mà là năng lực chính trị - văn hóa của công dân Việt Nam hiện đại. Nó giúp mỗi người tự bảo vệ trước rối loạn thông tin, đồng thời chủ động tham gia kiến tạo niềm tin xã hội trên nền tảng số. Vì vậy, phát triển năng lực truyền thông số cần được nhìn nhận như một chiến lược quốc gia dài hạn, kết nối bốn trụ cột: thể chế - giáo dục - nghề nghiệp - cộng đồng. Thể chế bảo đảm quyền tiếp cận thông tin và trách nhiệm truyền thông. Giáo dục trang bị tư duy phản biện và đạo đức số. Báo chí hiện đại hóa năng lực sáng tạo có trách nhiệm. Cộng đồng lan tỏa các giá trị nhân văn và văn hóa thông tin.

Khi năng lực truyền thông số trở thành nền tảng chung của cả phóng viên và công chúng,

Việt Nam sẽ tiến gần hơn tới mục tiêu minh bạch, nhân văn, dân chủ trong truyền thông số, góp phần củng cố niềm tin xã hội và thúc đẩy phát triển bền vững trong kỷ nguyên phát triển mới của dân tộc □

Ngày nhận bài: 29-10-2025;

Ngày bình duyệt: 18-12-2025;

Ngày duyệt đăng: 22-12-2025.

Email: ly.tth@vlu.edu.vn

(1) Vũ Văn Quốc, Lê Anh Kiệt: “Chia sẻ tin giả - Ngộ nhận hay vô trách nhiệm công dân”, *Báo Quân đội nhân dân điện tử*, <https://qdnd.vn>, ngày 29-10-2025.

(2) ĐCSVN: *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, t.I, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2021, tr.115.

Tài liệu tham khảo:

1. Castells, M. (2009). *Communication power*, Oxford University Press.
2. European Commission. (2022). *A European approach to media literacy in the digital age*, Publications Office of the European Union.
3. Hobbs, R. (2020). *Media literacy in action: Questioning the media*, Rowman & Littlefield.
4. NAMLE - National Association for Media Literacy Education. (2021), *Core principles of media literacy education in the United States*. <https://namle.net>
5. OECD. (2023). *Data literacy for a digital society: Building resilience and informed citizenship*. OECD Publishing.
6. UNESCO. (2024). *Media and information literacy curriculum for educators and learners (2nd ed.)*, UNESCO Publishing.
7. We Are Social; Kepios; Meltwater. (2025). *Digital 2025: Vietnam*, DataReportal, <https://datareportal.com>.