

ĐẠO ĐỨC NGƯỜI LÀM BÁO TRONG THỜI ĐẠI TRÍ TUỆ NHÂN TẠO VÀ CÔNG NGHỆ SỐ

PGS, TS. NGUYỄN THỊ TRƯỜNG GIANG

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

● **Tóm tắt:** Trong bối cảnh trí tuệ nhân tạo (AI) và công nghệ số đang ngày càng chi phối mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, báo chí với vai trò là cầu nối thông tin giữa Nhà nước và Nhân dân cũng đang trải qua cuộc chuyển đổi sâu sắc về phương thức tác nghiệp, sản xuất và lan tỏa nội dung. Các công cụ như AI, phân tích dữ liệu lớn (big data), nền tảng số và mạng xã hội đã và đang hỗ trợ đắc lực cho người làm báo trong việc tiếp cận thông tin, phản ánh kịp thời và đa chiều các vấn đề của xã hội. Tuy nhiên, chính sự bùng nổ của công nghệ cũng đặt ra nhiều thách thức chưa từng có về đạo đức nghề nghiệp. Điều này đòi hỏi người làm báo không chỉ vững vàng về nghiệp vụ mà còn phải có bản lĩnh chính trị và nền tảng đạo đức kiên định. Bài viết tập trung phân tích những yêu cầu đạo đức đặt ra cho người làm báo trong thời đại AI và công nghệ số; nhận diện những vấn đề đạo đức mới nảy sinh và đề xuất một số giải pháp đồng bộ nhằm nâng cao trách nhiệm xã hội, tính chuyên nghiệp và đạo đức nghề nghiệp của người làm báo hiện đại.

● **Từ khóa:** Đạo đức người làm báo; Trí tuệ nhân tạo; Công nghệ số.



1. Bối cảnh chuyển đổi công nghệ trong ngành báo chí

Trong bối cảnh toàn cầu đang bước vào kỷ nguyên của AI và công nghệ số, ngành báo chí cũng không nằm ngoài “vòng xoáy” chuyển đổi mạnh mẽ về cả phương thức hoạt động lẫn vai trò xã hội. Những tiến bộ vượt bậc của công nghệ đã tạo điều kiện để báo chí tăng tốc sản xuất, cá nhân hóa trải nghiệm của công chúng và nâng cao hiệu quả quản trị nội dung. Theo khảo sát của Ringier Axel Springer, năm 2025, 96% các nhà xuất bản đã ưu tiên tự động hóa hậu kỳ bằng AI, 80% tập trung vào cá nhân hóa nội dung, 77% áp dụng AI để sáng tạo nội

dung và 73% sử dụng AI trong quá trình thu thập tin tức¹. Những số liệu này cho thấy rõ quy mô và tốc độ thâm nhập của AI vào từng công đoạn trong quy trình làm báo hiện đại.

Không chỉ ở các nước phát triển, làn sóng này cũng đang lan rộng tại Việt Nam. Một số cơ quan báo chí lớn đã bước đầu tích hợp AI vào hoạt động biên tập, phân tích dữ liệu hành vi công chúng để tối ưu hóa việc đề xuất nội dung. Đồng thời, các hệ thống chatbot hỗ trợ phản hồi nhanh chóng với độc giả cũng đang được thử nghiệm. Bối cảnh này mở ra nhiều cơ hội mới cho người làm báo. Trước hết, AI cho phép tự động hóa những công việc mang

tính kỹ thuật như kiểm tra lỗi chính tả, ngữ pháp, lên lịch xuất bản..., giúp người làm báo có nhiều thời gian hơn để tập trung cho những nhiệm vụ mang tính sáng tạo và phân tích chuyên sâu. Bên cạnh đó, AI và các nền tảng phân tích dữ liệu lớn cho phép các tòa soạn nắm bắt xu hướng dư luận xã hội theo thời gian thực, từ đó điều chỉnh nội dung phù hợp và kịp thời hơn, nâng cao vai trò giám sát, phản biện xã hội của báo chí.

Tuy nhiên, song hành với những cơ hội là hàng loạt thách thức đáng lo ngại. Nổi cộm nhất là vấn đề liên quan đến tin giả và thông tin sai lệch do AI tạo ra. Các công cụ như Chat-GPT hay các mô hình ngôn ngữ lớn (LLMs) có khả năng tạo ra những văn bản với độ chính xác về hình thức rất cao nhưng nội dung lại có thể hoàn toàn bịa đặt, đặc biệt nếu không được kiểm soát chặt chẽ. Năm 2024, báo chí Mỹ đã chứng kiến một sự cố nghiêm trọng khi danh sách mùa Hè do AI tổng hợp được đăng tải trên hai tờ báo lớn là Chicago Sun-Times và Philadelphia Inquirer lại bao gồm cả những tác phẩm không hề tồn tại, dẫn đến khủng hoảng uy tín cho cả hai tờ báo². Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết về việc xác minh nguồn gốc nội dung cũng như đảm bảo tính minh bạch trong toàn bộ quy trình ứng dụng AI.

Thêm vào đó, công nghệ AI không chỉ là một công cụ hỗ trợ mà còn là một “hộp đen” khó kiểm soát. Tính thiếu minh bạch trong cách thuật toán AI đưa ra quyết định, từ việc chọn lọc nội dung đến đề xuất bài viết, gây ra những lo ngại về thiên kiến thuật toán và nguy cơ mất kiểm soát về mặt đạo đức³. Bên cạnh đó, theo kết quả khảo sát do Quỹ Thomson Reuters công bố, gần 80% nhà báo tại các nước đang phát triển đã sử dụng AI vào công việc hằng ngày, song chỉ khoảng 20% trong số đó làm

việc tại các tòa soạn có chính sách hướng dẫn sử dụng AI rõ ràng và mang tính quy chuẩn⁴.

Về phương diện nghề nghiệp, sự phát triển của công nghệ số đã và đang làm thay đổi vai trò truyền thống của người làm báo. Họ không còn đơn thuần là người đưa tin mà đang dần trở thành những người giám sát nội dung số, kiểm chứng thông tin do máy móc tạo ra, và giữ vai trò điều hướng dư luận trong môi trường thông tin đa chiều. Mặc dù AI có thể hỗ trợ tạo ra nội dung nhanh chóng, song việc sản xuất các bài viết mang tính nhân văn, có chiều sâu tư duy, đặt trong bối cảnh văn hóa - xã hội cụ thể vẫn là công việc không thể thay thế của con người. Đó cũng là lý do vì sao yếu tố đạo đức, kỹ năng phân tích và bản lĩnh chính trị của người làm báo càng trở nên quan trọng trong thời đại mới.

Như vậy, có thể thấy rằng, chuyển đổi công nghệ là một xu thế tất yếu trong ngành báo chí, mang lại nhiều lợi ích to lớn nhưng cũng tiềm ẩn những rủi ro về đạo đức và xã hội. Việc thích ứng một cách có chọn lọc, có chiến lược và dựa trên nền tảng đạo đức nghề nghiệp vững vàng chính là yếu tố quyết định để người làm báo giữ vững vai trò định hướng dư luận và bảo vệ giá trị cốt lõi của báo chí trong xã hội số.

2. Những yêu cầu đạo đức truyền thống của người làm báo

Trong suốt chiều dài lịch sử phát triển của báo chí, đạo đức nghề nghiệp luôn được xem là nền tảng cốt lõi, định hình bản sắc và uy tín của người làm báo. Những nguyên tắc đạo đức này không chỉ là kim chỉ nam cho hoạt động tác nghiệp mà còn là cam kết của người làm báo với công chúng trong việc cung cấp thông tin trung thực, khách quan và có trách nhiệm. Trong bối cảnh hiện đại, khi AI và

công nghệ số ngày càng len lỏi vào mọi góc ngách của đời sống, việc giữ vững và phát huy những giá trị đạo đức truyền thống trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết.

Một là, tìm kiếm sự thật và đưa tin chính xác. Điều này đòi hỏi người làm báo phải trung thực và dũng cảm trong việc thu thập, kiểm chứng thông tin từ nhiều nguồn đáng tin cậy, tránh việc đưa tin sai lệch hoặc thiếu chính xác, đồng thời sẵn sàng sửa chữa, khắc phục sai sót một cách minh bạch khi phát hiện.

Hai là, tính độc lập và khách quan. Người làm báo cần giữ sự trung lập với các nguồn tin, tổ chức hoặc cá nhân có thể ảnh hưởng đến tính khách quan của bài viết. Việc tránh xung đột lợi ích và không để các yếu tố bên ngoài chi phối nội dung thông tin là điều kiện tiên quyết để duy trì lòng tin của công chúng.

Ba là, tôn trọng quyền riêng tư và phẩm giá của con người. Người làm báo cần cân nhắc kỹ lưỡng giữa quyền được biết của công chúng và quyền riêng tư của cá nhân, đặc biệt trong các trường hợp liên quan đến nạn nhân của những hoạt động tội phạm, trẻ em hoặc các nhóm dễ bị tổn thương. Việc đưa tin một cách nhân văn, tránh gây tổn thương không cần thiết thể hiện sự tôn trọng đối với đối tượng được đưa tin và góp phần xây dựng một nền báo chí có trách nhiệm xã hội.

Bốn là, trách nhiệm giải trình và minh bạch. Người làm báo cần sẵn sàng chịu trách nhiệm về nội dung mình đưa tin, đồng thời minh bạch về quy trình thu thập và xử lý thông tin. Việc công khai nguồn tin (trừ những trường hợp cần bảo vệ danh tính) và giải thích rõ ràng về các quyết định biên tập giúp tăng cường sự tin tưởng của công chúng đối với báo chí.

Năm là, tôn trọng sự đa dạng và công bằng. Người làm báo cần nỗ lực phản ánh đầy

đủ và công bằng các quan điểm khác nhau trong xã hội, tránh việc thiên vị hoặc bỏ qua các nhóm yếu thế. Việc thúc đẩy sự đa dạng trong nội dung và nguồn tin không chỉ giúp báo chí phản ánh chân thực hơn về xã hội mà còn góp phần xây dựng một môi trường thông tin toàn diện và bao trùm.

Bên cạnh những nguyên tắc đạo đức phổ quát trong nghề báo, ở Việt Nam, báo chí được xác định là tiếng nói của Đảng, Nhà nước và diễn đàn của Nhân dân. Vì vậy, người làm báo còn phải tuân thủ những yêu cầu đạo đức đặc thù, gắn với *trách nhiệm xã hội và nghĩa vụ công dân*. Đây là hai chuẩn mực quan trọng, được nhấn mạnh trong Luật Báo chí (năm 2016) cũng như trong các văn kiện của Đảng về công tác tư tưởng và truyền thông.

Trách nhiệm xã hội của người làm báo thể hiện ở việc phản ánh trung thực đời sống xã hội, bảo vệ lợi ích chính đáng của Nhân dân, góp phần phát hiện, cổ vũ cái tốt, cái đúng, đồng thời đấu tranh với cái xấu, cái sai. Báo chí không chỉ đơn thuần là phương tiện truyền tải thông tin mà còn là công cụ giáo dục, định hướng dư luận và thúc đẩy tiến bộ xã hội. Trong bối cảnh thông tin đa chiều, phức tạp như hiện nay, người làm báo càng cần thể hiện bản lĩnh chính trị vững vàng, không để bị cuốn vào các trào lưu lệch chuẩn hay tiếp tay cho các thế lực lợi dụng báo chí để gây nhiễu loạn xã hội.

Nghĩa vụ công dân của người làm báo được thể hiện ở sự tuân thủ pháp luật, đạo đức xã hội và các quy định nghề nghiệp, đồng thời gắn bó mật thiết với lợi ích của cộng đồng, quốc gia, dân tộc. Vì vậy, người làm báo cần đặt lợi ích chung lên trên lợi ích cá nhân, hành động vì mục tiêu xây dựng nền báo chí “nhân văn, hiện đại, chuyên nghiệp”

như Nghị quyết Trung ương đã nhiều lần khẳng định. Đây không chỉ là trách nhiệm nghề nghiệp, mà còn là một nghĩa vụ công dân, là biểu hiện của lòng yêu nước, tinh thần phụng sự Tổ quốc và Nhân dân.

Việc duy trì và phát huy những giá trị đạo đức truyền thống không chỉ giúp người làm báo thực hiện tốt vai trò của mình mà còn góp phần bảo vệ uy tín và sự tin cậy của báo chí trong xã hội. Trong thời đại mà thông tin tràn ngập và dễ bị thao túng, một nền báo chí vững vàng về đạo đức chính là chỗ dựa đáng tin cậy cho công chúng trong việc tìm kiếm sự thật và hiểu biết về thế giới xung quanh.

3. Những vấn đề đạo đức mới đặt ra trong thời đại AI và công nghệ số

Thứ nhất, trách nhiệm đạo đức của người làm báo trước tin giả và thông tin sai lệch do AI tạo ra.

Trong lịch sử phát triển của báo chí, chưa bao giờ ranh giới giữa “thật” và “giả” lại trở nên mong manh như trong thời đại AI. Với khả năng tạo lập ngôn ngữ một cách tự nhiên, liền mạch và thuyết phục, các mô hình AI hiện nay có thể tạo ra vô số nội dung văn bản, hình ảnh và thậm chí cả video mà con người khó có thể phân biệt tính xác thực bằng trực giác thông thường. Sự xuất hiện của những công cụ này đã làm bùng nổ hiện tượng tin giả và thông tin sai lệch, chúng không chỉ bị thao túng có chủ đích mà còn được phát tán một cách thụ động, ngoài tầm kiểm soát trên các nền tảng số.

Tác động của tin giả do AI tạo ra không chỉ dừng lại ở việc làm rối loạn nhận thức cá nhân mà còn lan rộng ra các cấp độ xã hội, chính trị và văn hóa. Khi thông tin giả được sản xuất với tốc độ lớn và tính xác thực bề ngoài cao, nó không chỉ thách thức hệ thống kiểm chứng truyền thống của báo chí mà còn

làm xói mòn nghiêm trọng niềm tin của công chúng vào truyền thông chính thống.

Từ góc nhìn đạo đức, người làm báo đối mặt với trách nhiệm kép trước vấn nạn tin giả do AI tạo ra. *Một mặt*, họ phải từ chối tiếp tay cho các nội dung không được xác thực rõ ràng, ngay cả khi chúng được tạo ra bởi các công cụ kỹ thuật có vẻ “trung lập”. *Mặt khác*, họ cần chủ động phát hiện và cảnh báo cộng đồng về các hình thức giả mạo đang ngày càng tinh vi hơn, điều mà chỉ những người có chuyên môn báo chí và ý thức đạo đức nghề nghiệp cao mới có thể thực hiện một cách chính xác và có trách nhiệm. Đồng thời, người làm báo phải chống lại thông tin sai lệch bằng cách cung cấp những kiến thức chính xác, kịp thời và có sức thuyết phục. Đây không phải là lựa chọn mang tính chiến thuật, mà là sự khẳng định bản chất của nghề báo - một nghề được sinh ra để phục vụ sự thật và lợi ích công chúng.

Trong bối cảnh AI có thể được lập trình để thao túng hoặc củng cố các định kiến xã hội, việc phát hiện và xử lý thông tin sai lệch cũng đòi hỏi người làm báo có năng lực phản biện và nhận diện những thiên kiến vô thức trong cả nội dung lẫn quy trình sản xuất. Điều này đặt ra yêu cầu cao hơn đối với nền tảng đạo đức nghề nghiệp: Người làm báo không chỉ cần “biết đúng - sai”, mà còn phải hiểu được “vì sao đúng, vì sao sai” và hành xử phù hợp với chuẩn mực giá trị, bất kể công nghệ đang hỗ trợ hay dẫn dắt họ theo hướng nào.

Thứ hai, trách nhiệm đạo đức của người làm báo khi sử dụng AI trong quy trình sản xuất tin tức.

Trước hết, việc sử dụng AI đặt ra câu hỏi về tính minh bạch trong sản xuất thông tin. Nếu một nội dung được tạo bởi máy móc mà không được gắn nhãn rõ ràng hoặc không

công bố nguồn gốc, công chúng sẽ khó phân biệt được đâu là sản phẩm do con người tạo ra, đâu là sản phẩm do thuật toán tổng hợp. Điều này có thể làm suy giảm lòng tin vào báo chí, một ngành vốn dĩ được xây dựng trên sự tin cậy, xác minh và trách nhiệm. Do đó, người làm báo cần ý thức rằng, AI không thể thay thế hoàn toàn quy trình biên tập chuyên môn, và càng không được lẫn lộn vai trò giữa người làm báo với công cụ kỹ thuật.

Tiếp theo là trách nhiệm giải trình về nội dung do AI hỗ trợ tạo ra. Khi một nội dung báo chí mang tính sai lệch, thiếu chính xác hoặc thiên lệch do AI đề xuất hoặc trực tiếp sản xuất, câu hỏi sẽ được đặt ra là: Ai sẽ chịu trách nhiệm? Câu trả lời đạo đức không thể là “máy móc”, mà phải là con người, cụ thể là người làm báo hoặc cơ quan báo chí. Trách nhiệm này không chỉ đơn thuần mang tính pháp lý, mà còn là nghĩa vụ đạo đức đối với công chúng, đòi hỏi người làm báo phải kiểm tra, hiệu đính và xác minh bất kỳ nội dung nào, dù được viết bởi AI hay đồng nghiệp.

Việc sử dụng AI còn có nguy cơ làm xói mòn năng lực nghiệp vụ và tư duy phản biện của người làm báo nếu không có sự kiểm soát chặt chẽ. Khi phụ thuộc quá mức vào công cụ thuật toán để xác định xu hướng, biên tập nội dung, thậm chí ra quyết định biên tập, người làm báo sẽ dần đánh mất khả năng phân tích độc lập, nhạy bén xã hội - những yếu tố then chốt làm nên bản sắc nghề báo. Đây là mối nguy tiềm ẩn nhưng không kém phần nghiêm trọng, bởi nó không chỉ ảnh hưởng đến chất lượng nội dung mà còn làm lu mờ vai trò của báo chí như một thiết chế phản biện xã hội có ý thức.

Đặc biệt, AI không phải là một thực thể trung lập về mặt đạo đức. Các thuật toán học

máy vốn được huấn luyện trên dữ liệu có sẵn, trong đó ẩn chứa nhiều thiên kiến văn hóa, định kiến xã hội hoặc thông tin lịch sử bị bóp méo. Việc để AI “gợi ý” thông tin mà không có sự giám sát về mặt đạo đức sẽ làm tăng nguy cơ tái sản xuất các nội dung lệch chuẩn, thậm chí vô tình hợp thức hóa các quan điểm phản khoa học, phân biệt đối xử hoặc phi nhân văn. Vì vậy, vai trò của người làm báo không chỉ là “người sử dụng công nghệ”, mà còn là “người canh giữ giá trị”, đảm bảo rằng nội dung báo chí, dù được hỗ trợ bởi AI vẫn phải tuân thủ nguyên tắc nhân văn, khách quan và trung thực.

Thứ ba, trách nhiệm đạo đức của người làm báo trong bối cảnh “bong bóng thông tin” và thiên kiến thuật toán.

Một trong những thách thức đạo đức nổi bật của báo chí trong thời đại AI và công nghệ số chính là sự hình thành và khuếch đại của hiện tượng “bong bóng thông tin” và “buồng vang”. Đây là những cấu trúc truyền thông khép kín, nơi con người chỉ tiếp cận các thông tin phù hợp với định kiến sẵn có, trong khi các quan điểm trái chiều bị loại trừ có hệ thống. AI, khi vận hành trên nền tảng của các thuật toán đề xuất cá nhân hóa, đã và đang trở thành yếu tố làm trầm trọng thêm xu hướng này.

Từ góc độ đạo đức nghề báo, vấn đề không nằm ở chính công nghệ, mà ở cách thức nó can thiệp vào tiến trình tiếp nhận và xử lý thông tin của công chúng. Khi người đọc chỉ được “phục vụ” những nội dung mà họ vốn đã đồng thuận, họ không có xu hướng tiếp nhận sự đa dạng quan điểm, một điều kiện cần thiết để hình thành tư duy phản biện và năng lực phán đoán thông tin. Điều này đặt ra trách nhiệm đặc biệt cho báo chí, đó là: Không chỉ đưa thông tin đúng, mà còn phải chủ động

thúc đẩy sự đa chiều, mở rộng không gian nhận thức và đảm bảo tính toàn vẹn cho đời sống thông tin công cộng.

Trách nhiệm đạo đức của người làm báo trong bối cảnh này là phải nhận diện được sự can thiệp ngày càng sâu của thuật toán vào vòng đời thông tin, từ khâu sản xuất, phân phối đến tiêu thụ. Họ cần có năng lực “giải thuật”, tức là hiểu được cách thức thuật toán vận hành, từ đó đánh giá và điều chỉnh chiến lược nội dung sao cho không bị cuốn theo “vòng xoáy” tìm kiếm lượng truy cập đơn thuần, mà vẫn bảo vệ được vai trò giáo dục, phản biện và khai sáng của báo chí trong xã hội dân chủ.

Quan trọng hơn, người làm báo cần giữ vững bản lĩnh để tránh bị cuốn vào những định hướng dư luận dễ dãi được tạo nên bởi thuật toán. Trong khi công nghệ ngày càng tinh vi trong việc “biết công chúng muốn gì”, thì người làm báo cần luôn đặt ra câu hỏi: “Điều gì công chúng cần biết?”. Chính câu hỏi này mới là “la bàn đạo đức” thực sự của báo chí, dẫn dắt từ thông tin đến hiểu biết, từ chiều rộng dữ liệu đến chiều sâu của sự thật.

Thứ tư, trách nhiệm của người làm báo trong việc thích ứng với chuẩn mực đạo đức mới thời đại AI.

Sự trỗi dậy của AI không chỉ làm thay đổi cách thức tác nghiệp báo chí, mà còn thúc đẩy quá trình định hình lại hệ thống chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp vốn có. Những quy tắc đạo đức truyền thống vốn được xây dựng dựa trên môi trường truyền thông một chiều, dòng thông tin tuyến tính và tác giả cá nhân đang dần bộc lộ sự bất cập khi áp dụng vào không gian truyền thông mới, nơi mà ranh giới giữa người viết và người đọc, giữa thật và giả, giữa con người và máy móc ngày càng trở nên mờ nhạt.

Điểm khởi đầu của quá trình thích ứng này là sự nhận diện đúng đắn rằng, công nghệ, dù trung tính về mặt thiết kế, lại không trung tính trong cách vận hành thực tế. Mỗi quyết định liên quan đến việc sử dụng AI, từ lựa chọn dữ liệu huấn luyện, áp dụng thuật toán đến việc phân phối nội dung đều mang trong mình hàm lượng giá trị và định hướng xã hội nhất định. Nếu người làm báo không đủ khả năng phân tích và phản tỉnh trước các hiện tượng công nghệ, thì việc mặc nhiên sử dụng chúng sẽ tiềm ẩn nguy cơ tiếp tay cho các sai lệch nhận thức, không công bằng trong xử lý thông tin hoặc định kiến vô thức mà công nghệ có thể khuếch đại.

Do đó, đạo đức báo chí trong thời đại AI không chỉ dừng lại ở cấp độ hành vi cá nhân (không làm sai, không đưa tin giả, không xâm phạm đời tư...), mà phải mở rộng ra cấp độ hệ thống. Người làm báo cần tự nhận thức mình đang tác nghiệp trong một môi trường mà các nguyên tắc kiểm soát, phân phối, truy cập và lưu giữ thông tin đều có sự can thiệp sâu của kỹ thuật số. Vì thế, việc duy trì bản sắc nghề nghiệp không chỉ là một lựa chọn cá nhân, mà còn là một hành động phản kháng mang tính cấu trúc trước những áp lực đồng hóa do tự động hóa và thuật toán hóa quy trình truyền thông gây ra.

Trong một thế giới nơi con người phải chia sẻ không gian sản xuất tri thức với máy móc, khái niệm về “tác giả” và “trách nhiệm đạo đức” cũng cần được tái định hình. Khi một bài viết có sự tham gia của AI trong quá trình gợi ý, tổng hợp, hoặc sắp xếp thông tin, thì người làm báo không còn là “người sáng tạo đơn độc”, mà trở thành người điều phối một hệ sinh thái thông tin lai ghép giữa con người và máy móc. Trong vai trò đó, đạo đức nghề

ng nghiệp của người làm báo không thể chỉ còn là sự trung thực về nội dung, mà còn là sự trung thực trong quá trình, tức là minh bạch về vai trò của công nghệ và chịu trách nhiệm toàn diện với sản phẩm cuối cùng, bất kể ai (hay cái gì) đã tham gia tạo dựng.

Người làm báo trong kỷ nguyên AI còn phải đối mặt với áp lực của tốc độ và số lượng. Trong một môi trường truyền thông được tối ưu hóa theo logic “càng nhanh, càng nhiều, càng thu hút”, nguy cơ đánh đổi chiều sâu thông tin để lấy hiệu quả truyền dẫn là rất lớn. Điều này càng khiến cho năng lực phán đoán đạo đức, biết dừng lại để kiểm tra, biết nói không với xu hướng dễ dãi trở thành một phẩm chất cốt lõi mới mà không công nghệ nào có thể thay thế được. Chính trong khả năng tự chủ này, người làm báo xác lập vai trò của mình như một chủ thể đạo đức độc lập, không bị “cuốn trôi” bởi nhịp vận hành vô cảm của máy móc.

4. Giải pháp đồng bộ nhằm nâng cao đạo đức nghề nghiệp của người làm báo trong thời đại mới

Việc nâng cao đạo đức nghề nghiệp trong kỷ nguyên số không còn là vấn đề nội bộ của mỗi người làm báo hay tòa soạn, mà phải là nỗ lực tổng thể của toàn ngành, đòi hỏi sự tham gia chủ động, có trách nhiệm của nhiều chủ thể: Người làm báo, cơ quan báo chí, cơ sở đào tạo, các tổ chức quản lý và cả công chúng. Mỗi bên cần thực hiện những yêu cầu cụ thể, đồng bộ và có hệ thống để bảo vệ những giá trị cốt lõi của nghề báo, đồng thời thích ứng với những chuẩn mực đạo đức mới do công nghệ đặt ra.

Đối với cá nhân người làm báo, yêu cầu trước hết là cần nâng cao năng lực nhận thức và tư duy đạo đức trong môi trường truyền

thông đầy biến động. Điều này đòi hỏi mỗi người làm báo không chỉ nắm vững các nguyên tắc truyền thông như trung thực, khách quan, tôn trọng sự thật, mà còn phải hiểu rõ các nguy cơ đạo đức mới như thao túng bằng thuật toán, sử dụng AI thiếu minh bạch, hoặc tiếp nhận thông tin sai lệch từ nguồn máy học. Để đáp ứng yêu cầu này, người làm báo cần tự trang bị kiến thức về công nghệ, hiểu biết về quy trình tạo lập nội dung do AI hỗ trợ, cũng như kỹ năng phân tích dữ liệu, xác minh nguồn và đánh giá độ tin cậy của thông tin được tạo ra từ hệ thống kỹ thuật số.

Đối với các cơ quan báo chí, trách nhiệm then chốt là thiết lập và duy trì một cơ chế quản trị đạo đức rõ ràng, có thể kiểm chứng được. Trước sự gia tăng ứng dụng AI vào quy trình biên tập, cơ quan báo chí cần ban hành các quy định nội bộ về việc sử dụng công nghệ, như: AI được sử dụng ở công đoạn nào, có giới hạn ra sao, và phải có sự kiểm duyệt của ai. Mỗi nội dung được AI hỗ trợ cần được gắn nhãn rõ ràng, phân biệt với nội dung do con người sáng tạo hoàn toàn, nhằm đảm bảo quyền được biết và quyền đánh giá thông tin của công chúng. Đồng thời, các tòa soạn cần xây dựng bộ quy tắc đạo đức nội bộ có cập nhật nội dung liên quan đến đạo đức công nghệ, kết hợp với cơ chế giám sát chặt chẽ việc tuân thủ, xử lý minh bạch những vi phạm nếu có.

Đối với các trường đào tạo báo chí và truyền thông, cần cải tiến nội dung chương trình giảng dạy theo hướng tích hợp đạo đức công nghệ, đạo đức truyền thông số và lý luận về tác động xã hội của AI. Sinh viên báo chí cần được tiếp cận sớm với các tình huống đạo đức mới, chẳng hạn như: Xử lý nội dung được viết bằng mô hình ngôn ngữ lớn, xác định độ xác thực của dữ liệu do AI tổng hợp, hoặc phản

biện sản phẩm truyền thông bị thao túng bởi thuật toán gợi ý. Không chỉ là kiến thức chuyên môn, điều cốt lõi là giúp người học phát triển năng lực phản biện, biết tự đặt câu hỏi đạo đức, nhận diện được bối cảnh và hành xử có trách nhiệm trong từng tình huống cụ thể.

Đối với các cơ quan quản lý báo chí và thông tin, cần xây dựng hành lang pháp lý linh hoạt hiệu lực để điều tiết mối quan hệ giữa báo chí, công nghệ và công chúng. Trong đó, cần quy định rõ trách nhiệm pháp lý đối với việc sử dụng AI trong hoạt động báo chí, bao gồm việc kiểm soát nội dung do máy sinh ra, đảm bảo quyền riêng tư dữ liệu khi AI được tích hợp vào các nền tảng nội dung, và cơ chế xử lý vi phạm đạo đức thông tin. Bên cạnh chế tài, các cơ quan quản lý cũng cần khuyến khích và hỗ trợ việc ban hành các bộ quy chuẩn đạo đức nghề nghiệp ở cấp ngành, tạo điều kiện để các tòa soạn và hiệp hội nghề nghiệp tự giám sát và nâng cao đạo đức nội sinh.

Đối với công chúng, cần thúc đẩy mạnh mẽ giáo dục truyền thông và nâng cao năng lực tiếp nhận thông tin có trách nhiệm. Trong môi trường số, nơi mà tin giả, thông tin sai lệch và nội dung do AI tạo ra xuất hiện dày đặc, công chúng không thể giữ vai trò thụ động. Cần trang bị cho người dân khả năng nhận diện nguồn tin, phân biệt thật, giả, xác định dấu hiệu của thao túng thuật toán, và biết cách đặt câu hỏi với thông tin tiếp nhận. Khi công chúng có đủ năng lực thẩm định, họ sẽ đóng vai trò giám sát, phản biện xã hội hiệu quả, buộc báo chí phải tuân thủ chuẩn mực và nâng cao chất lượng thông tin.

Cuối cùng, để các giải pháp trên phát huy hiệu lực, cần thiết lập một cơ chế hợp tác liên ngành giữa các tổ chức báo chí, đơn vị công nghệ, trường đại học và tổ chức xã hội dân sự.

Việc hình thành các liên minh báo chí đạo đức, mạng lưới kiểm chứng thông tin, hoặc diễn đàn đối thoại giữa báo chí và nền tảng số là những hướng đi khả thi nhằm tạo ra một hệ sinh thái truyền thông minh bạch, có trách nhiệm và lấy đạo đức làm nền tảng bền vững.

5. Kết luận

Trong hành trình phát triển của báo chí, chưa bao giờ các giá trị đạo đức nghề nghiệp lại đứng trước nhiều thách thức căn bản như hiện nay. Sự bùng nổ của AI và công nghệ số không chỉ làm thay đổi công cụ và môi trường tác nghiệp, mà còn tái cấu trúc cách con người tạo ra, tiếp cận và đánh giá thông tin. Khi ranh giới giữa thật và giả trở nên mong manh, giữa tác giả là con người và tác giả là máy móc trở nên nhập nhòa, thì việc bảo vệ và nâng cao đạo đức nghề báo trở thành một yêu cầu “sống còn”. Điều này không chỉ vì uy tín của ngành báo, mà còn vì sự bền vững của đời sống dân chủ, văn hóa và tinh thần trong xã hội.

Các vấn đề đạo đức mới này không chỉ mang tính kỹ thuật hay cá biệt, mà đã trở thành những thách thức có tính hệ thống: Từ tin giả do AI tạo ra đến thiên kiến thuật toán; từ thiếu minh bạch trong quy trình sản xuất thông tin đến khủng hoảng trong xác lập giá trị sự thật. Những hiện tượng này đòi hỏi sự tái tư duy toàn diện về đạo đức báo chí, không còn là một bộ quy tắc áp dụng cho từng hành vi, mà là hệ giá trị thích ứng, linh hoạt và có khả năng dẫn dắt nghề nghiệp trong môi trường truyền thông biến đổi liên tục.

Đề đối mặt với những biến động ấy, không một cá nhân hay tổ chức đơn lẻ nào có thể đảm đương trọn vẹn. Việc nâng cao đạo đức nghề báo trong thời đại mới đòi hỏi sự tham gia đồng bộ của các chủ thể, từ người làm báo, cơ

quan báo chí, cơ sở đào tạo, cơ quan quản lý đến công chúng - những người vừa là đối tượng phục vụ, vừa là người giám sát báo chí. Chỉ khi các bên cùng chia sẻ trách nhiệm, cùng nâng cao năng lực đạo đức và xây dựng những cơ chế phối hợp thực chất, thì nghề báo mới có thể giữ vững bản lĩnh trong “con sóng dữ” của công nghệ, tiếp tục thực hiện sứ mệnh của mình như một lực lượng kiến tạo tri thức, gìn giữ sự thật và thúc đẩy tiến bộ xã hội.

Trong thời đại mà thông tin có thể được tạo ra tức thì bởi những cỗ máy không mang ý thức, thì chính con người, với tư duy sáng tạo và khả năng phản biện, lựa chọn và chịu trách nhiệm mới là điểm tựa cuối cùng cho giá trị đạo đức của báo chí. Đó cũng là lời nhắc nhở sâu sắc rằng, dù công nghệ có thể hỗ trợ báo chí phát triển nhanh hơn, hiệu quả hơn, nhưng chỉ có đạo đức mới giúp báo chí phát triển đúng hướng và bền vững ■

- ¹ Xem: Ring Publishing, *AI in Journalism: Adoption and Impact across 2023, 2024 and 2025*, <https://ringpublishing.com/blog/media-trends/trends-in-ai-adoption-in-journalism/lkcjbc0>
- ² Xem: Washington Post, *Two major newspapers published fake AI-generated books*, May 20, 2024.
- ³ Xem: Saltzis & Dickinson, *Inside the Changing Newsroom: Journalists' Responses to Media Convergence*, Aslib Proceedings, vol. 60, no.3, 2008, pp.216-228.
- ⁴ Xem: Damian Radcliffe, *Journalism in the AI era: Opportunities and challenges in the Global South and emerging economies*, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5229014



GIỚI THIỆU SÁCH

HỒ CHÍ MINH: ĐỔI MỚI - HỘI NHẬP - PHÁT TRIỂN

TÁC GIẢ: PGS, TS. BÙI ĐÌNH PHONG (Chủ biên)

Nxb. Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh

Năm xuất bản: 2023

Số trang: 339

Tư tưởng Hồ Chí Minh là một hệ thống quan điểm toàn diện và sâu sắc về những vấn đề cơ bản của cách mạng Việt Nam mà cốt lõi là độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội; là lý luận về cách mạng giải phóng dân tộc ở các nước thuộc địa, để lại một dấu ấn trong quá trình phát triển của nhân loại, góp phần vào cuộc đấu tranh chung của các dân tộc vì hòa bình, độc lập dân tộc, dân chủ và tiến bộ xã hội.

Dưới ánh sáng Đại hội XIII của Đảng, tiếp thu chọn lọc, kế thừa, phát triển thành quả của các nghiên cứu đi trước, cuốn sách *Hồ Chí Minh: Đổi mới - Hội nhập - Phát triển* khẳng định: Tư tưởng Hồ Chí Minh về đổi mới, hội nhập và phát triển có mối quan hệ mật thiết với nhau, vện nguyên giá trị, mở đường đổi mới, soi sáng tương lai, trường tồn cùng dân tộc và nhân loại; Đảng Cộng sản Việt Nam kiên định, vận dụng và phát triển sáng tạo tư tưởng Hồ Chí Minh về đổi mới, hội nhập và phát triển trong suốt quá trình lãnh đạo cách mạng, đặc biệt trong công cuộc đổi mới, đem lại những thành tựu to lớn, có ý nghĩa lịch sử ■

NGUYỄN PHƯƠNG giới thiệu