

MỘT SỐ XU HƯỚNG TÁC ĐỘNG TỚI KỸ NĂNG NGHỀ NGHIỆP CỦA NHÀ BÁO TRONG MÔI TRƯỜNG TRUYỀN THÔNG SỐ

ThS. NGUYỄN THU HÀ

Đài Truyền hình Việt Nam

● **Tóm tắt:** Bài viết phân tích những biến đổi căn bản của môi trường truyền thông số và tác động trực tiếp của chúng tới hệ kỹ năng nghề nghiệp của nhà báo, đặc biệt là đội ngũ nhà báo chính luận truyền hình. Trên cơ sở nhận diện các xu hướng chủ đạo như báo chí đa nền tảng, báo chí di động, báo chí dữ liệu, trí tuệ nhân tạo (AI), sự nổi lên của công chúng số và sự chi phối của thuật toán, bài viết luận giải rằng kỹ năng nghề nghiệp truyền thống không còn đủ để đáp ứng yêu cầu tác nghiệp mới. Trong bối cảnh đó, nhà báo phải làm chủ công nghệ, dữ liệu, phát triển tư duy đa phương tiện, nâng cao năng lực kiểm chứng trong môi trường số, đồng thời tăng cường khả năng tương tác, định hướng dư luận trên các nền tảng mạng xã hội. Do đó, việc tái cấu trúc hệ kỹ năng là điều kiện tất yếu để tăng sức thuyết phục của lĩnh vực chính luận, củng cố niềm tin của công chúng và bảo đảm vai trò định hướng xã hội của báo chí trong kỷ nguyên số.

● **Từ khóa:** Môi trường truyền thông số; Kỹ năng nghề nghiệp; Nhà báo; Mạng xã hội; Công chúng số.



Công nghệ số đã kiến tạo nên một môi trường truyền thông hoàn toàn mới, môi trường truyền thông số (digital media environment). Môi trường truyền thông số đang tạo nên những tác động trực tiếp và vô cùng to lớn đối với hệ thống truyền thông đại chúng, nhất là báo chí - bộ phận giữ vai trò trung tâm trong cấu trúc truyền thông hiện đại. Đồng thời, môi trường truyền thông số tạo nên tầng kỹ thuật và công nghệ, mở rộng khả năng kết nối và môi trường thông tin - giao tiếp ở mọi cấp độ, giúp con người hiểu chính bản thân hơn và kết nối cộng đồng

đa dạng hơn. Trên cơ sở đó, các vòng xoáy, các tầng nấc quan hệ được kết nối và thâm nhập tạo thành các “vía tầng” thông tin cho phép con người hình thành siêu khám phá trong siêu liên kết hay siêu kết nối¹. Theo dòng chảy đó, môi trường truyền thông số đã và đang làm thay đổi mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, điều này đặt ra yêu cầu báo chí phải nhanh chóng thay đổi theo hướng kết nối xã hội để lấy lại vị thế chủ đạo, thu hút công chúng, khách hàng, tăng hiệu quả hơn nhiệm vụ tuyên truyền². Hơn ai hết, nhà báo cần hiểu rõ và tận dụng các tính năng siêu

việt của công nghệ số mang lại, nhưng cũng cần chủ động ứng phó với những tác động không mong muốn để hạn chế tối đa những nguy cơ và rủi ro có thể gặp phải trong môi trường truyền thông số. Việc luận giải một cách khoa học về bản chất, cấu trúc và các thuộc tính của môi trường truyền thông số không chỉ là một yêu cầu lý luận, mà còn là cơ sở để nhận diện và phân tích sự biến đổi sâu sắc của hệ thống kỹ năng nghề nghiệp của nhà báo.

Cùng với truyền thông số có rất nhiều xu hướng mới xuất hiện và ngày càng phổ biến trong lĩnh vực báo chí, truyền thông. Trong khuôn khổ bài viết, tác giả đề cập tới một số xu hướng tác động trực tiếp tới lĩnh vực chính luận truyền hình, bao gồm:

Báo chí đa phương tiện: Thuật ngữ này xuất phát từ từ “multimedia” trong Từ điển Oxford nghĩa là “sử dụng nhiều hơn một loại phương tiện để truyền thông”. Theo đó, đa phương tiện là sự kết hợp của nhiều loại phương tiện: Văn bản (text), hình ảnh tĩnh (still image), hình ảnh động (animation), đồ họa (graphic), âm thanh tổng hợp (audio), video và chương trình tương tác (interactive program) nhằm gây sự chú ý, tăng độ hấp dẫn, bảo đảm độ tin cậy, chân thực, khách quan và nâng cao tính thuyết phục trong truyền tải thông điệp³. Báo chí đa phương tiện là loại hình báo chí có chứa các sản phẩm báo chí sử dụng đồng thời nhiều hình thức như: Văn bản, các loại hình ảnh, âm thanh tổng hợp, video, đồ họa, và các chương trình tương tác để chuyển tải thông tin⁴. Để làm tốt nhất nhiệm vụ định hướng dư luận, các nhà báo chính luận truyền hình cần nắm vững các kỹ năng làm báo đa phương tiện. Bên cạnh năng lực sản xuất video, họ còn phải thành thạo kỹ năng viết báo, sử dụng ảnh, âm thanh, đồ họa, và các nội dung tương tác trên các nền tảng số.

Báo chí đa nền tảng (multiplatform journalism): Đây là hình thức mà nội dung báo chí không chỉ được sản xuất theo hướng đa phương tiện, mà còn được phân phối trên nhiều nền tảng khác nhau như: Báo giấy, báo mạng, phát thanh, truyền hình, ứng dụng điện thoại di động, các mạng xã hội... Mục đích là tiếp cận được tối đa công chúng, bảo đảm công chúng có thể tiếp cận thông tin ở bất cứ nơi đâu, vào bất cứ lúc nào và trên bất cứ nền tảng nào mà họ có. Sự lên ngôi của các nền tảng mạng xã hội và thiết bị di động đã buộc các nhà báo nói chung và các nhà báo chính luận truyền hình nói riêng phải thay đổi mạnh mẽ, phải nắm vững kiến thức và kỹ năng tác nghiệp phù hợp với yêu cầu đa nền tảng thay vì chỉ hướng tới một nền tảng truyền thông là truyền hình. Mục tiêu là tác phẩm chính luận phải tìm được con đường đến với công chúng nhanh nhất, hiệu quả nhất. Vì vậy, trong toàn bộ quy trình tác nghiệp - từ khâu lên ý tưởng, viết kịch bản, xử lý hình ảnh, cho đến dẫn chương trình và tương tác với công chúng - nhà báo chính luận truyền hình phải xác định rằng, tác phẩm của mình sẽ tiếp cận công chúng trên nhiều nền tảng, đặc biệt là nền tảng mạng xã hội và ứng dụng trên thiết bị di động.

Mạng xã hội: Công nghệ số đã nhanh chóng làm xuất hiện các nền tảng trực tuyến hoặc ứng dụng cho phép người dùng có thể kết nối và tương tác với nhau qua internet. Các nền tảng xuyên biên giới như Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, TikTok... đã thu hút hàng tỷ người dùng trên toàn cầu, trong đó có hơn 70 triệu người dùng tại Việt Nam⁵. Truyền thông xã hội dựa trên công nghệ số ngày càng phát triển nhiều tính năng vượt trội như: Chứa đựng lượng thông tin khổng lồ, phong phú, đa dạng, nhiều chiều, cập nhật trực tiếp, đặc

biệt là dễ dàng tương tác, chia sẻ và lan tỏa, mang tính cá nhân cao... Mạng xã hội và truyền thông xã hội cũng làm xuất hiện những thế lực truyền thông mới. Đó là những người có tầm ảnh hưởng trên mạng xã hội hay còn gọi là các KOL (key opinion leader), hay KOC (key opinion consumer). Các KOL và KOC đã phát huy tối đa đặc tính của truyền thông số là cá nhân hóa và tương tác cao, qua đó trở thành những đối thủ cạnh tranh đáng gờm đối với các cơ quan báo chí và tổ chức truyền thông khác. Tuy nhiên, thông tin trên mạng xã hội thường không được kiểm chứng, thiếu chính xác và thiếu tính khách quan chân thật, ẩn chứa nhiều nguy cơ như lừa đảo, vi phạm quyền riêng tư, thu thập và theo dõi trái phép thông tin của cá nhân và cộng đồng, cũng như các dạng thức tội phạm mạng nguy hiểm khác. Mạng xã hội cũng là môi trường mà vấn nạn tin giả (fake news), thông tin sai sự thật (disinformation), thông tin xuyên tạc (misinformation) ngày càng phổ biến⁶. Trong điều kiện mới với xu thế phát triển nhanh của mạng xã hội và các nền tảng mạng xã hội xuyên biên giới, các thế lực thù địch ngày càng tăng cường lợi dụng không gian số để tung tin giả với nhiều chiêu trò, cách thức tinh vi, thậm chí rất khó nhận diện, đấu tranh, đẩy lùi⁷. Trong bối cảnh đó, các nhà báo chính luận truyền hình cần cập nhật một số kỹ năng như: Tìm chủ đề trùng và đúng với sự quan tâm của công chúng trên mạng xã hội, tìm kiếm và thẩm định thông tin từ nguồn mạng xã hội, quảng bá chương trình và tương tác với công chúng trên các nền tảng này, đồng thời có thể hoạt động tích cực trên nền tảng mạng xã hội như các KOL để tham gia định hướng thông tin. Mặt khác, các nhà báo chính luận truyền hình còn được coi là lực lượng nòng cốt để thực hiện các hoạt động trong khuôn

khô Ban Chỉ đạo 35 nhằm bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch trong tình hình mới. Các chương trình chính luận trên truyền hình chính là một diễn đàn quan trọng để đấu tranh với nạn tin giả, tin sai sự thật tràn lan trên mạng xã hội, góp phần định hướng dư luận xã hội một cách kịp thời và hiệu quả.

Báo chí di động: Trong một thập kỷ gần đây, công nghệ di động đã chiếm ưu thế nổi bật trong làn sóng các công nghệ số. Công nghệ này cho phép người dùng có thể tiếp cận thông tin trực tuyến và tương tác dễ dàng, thậm chí tham gia sản xuất nội dung chỉ bằng những thiết bị nhỏ gọn như điện thoại thông minh. Theo tác giả Nguyễn Thị Trường Giang, thiết bị di động đang trở thành nền tảng tiếp cận thông tin báo chí số một, đồng thời làm thay đổi cách thức sản xuất và phân phối thông tin của các cơ quan báo chí. Từ đó xuất hiện khái niệm báo chí di động, nghĩa là “báo chí sử dụng các thiết bị di động làm công cụ tác nghiệp”⁸. Hiện nay, ngày càng nhiều nhà báo nắm vững kỹ năng này và trở thành các nhà báo di động hay còn gọi là MOJO (mobile journalist). Họ thành thạo công nghệ để có thể sử dụng điện thoại di động để tác nghiệp và xuất bản tin tức với mức độ phức tạp, chất lượng ngày càng cao và dễ dàng hơn. Các nhà báo, trong đó có các nhà báo chính luận truyền hình, cần nắm được một số kỹ năng cơ bản của báo chí di động, như: Ghi âm, chụp ảnh, ghi hình, phỏng vấn, xử lý video bằng các phần mềm trên điện thoại di động.

Làm báo với AI: Thời gian qua, AI đã bắt đầu được ứng dụng rộng rãi trong lĩnh vực báo chí, truyền thông. Đặc biệt, sự xuất hiện của ChatGPT và các phần mềm tương tự có khả năng trả lời các câu hỏi và thực hiện nhiều nhiệm vụ do con người đặt ra thông

qua ngôn ngữ tự nhiên đã tạo ra bước đột phá lớn. Tiếp đó, hàng loạt công cụ AI khác liên tục ra đời, hỗ trợ người dùng thực hiện các thao tác như thiết kế đồ họa, tạo hình ảnh, dựng video, dịch thuật, tạo phụ đề, lồng tiếng... chỉ trong thời gian rất ngắn. Tác giả Đỗ Thị Thu Hằng gọi AI là trợ lý ảo đắc lực cho nhà báo, giúp nhà báo tăng năng suất trong mọi công đoạn từ thu thập thông tin, tìm ý tưởng, sản xuất tin, bài cho đến việc tối ưu hóa quá trình phân phối tin tức tới công chúng. Điển hình như Báo Nhân dân đã sử dụng Chartbeat (công cụ được các cơ quan báo chí lớn trên toàn cầu sử dụng) để thực hiện đo lường độc giả theo thời gian thực và dùng AI để tự động đề xuất nội dung tương thích cho độc giả theo hướng cá nhân hóa⁹. Đài Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh đã thử nghiệm sử dụng ChatGPT để xây dựng kịch bản chương trình phóng sự¹⁰... Các phóng viên được yêu cầu trang bị kiến thức và kỹ năng sử dụng AI trong sản xuất chương trình. Tuy nhiên, AI cũng đặt ra nhiều thách thức đối với báo chí, khi dữ liệu và thông tin do AI tạo ra có thể thiếu chính xác, thiếu nhân văn, không bảo đảm trách nhiệm xã hội và dễ vi phạm chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp. Vì vậy, khi sử dụng AI như một công cụ hỗ trợ, các nhà báo chính luận truyền hình cần nắm rõ điểm yếu, điểm mạnh của AI, bảo đảm AI hỗ trợ hiệu quả thay vì gây ra sai sót trong quá trình sản xuất chương trình.

Báo chí dữ liệu: Trong dòng chảy thông tin ngày càng không lờ ở môi trường truyền thông số, các nhà báo giờ đây cần tìm một cách thức mới để chuyển tải thông tin. Theo đó, báo chí dữ liệu với sự kết hợp của những thao tác thu thập, phân tích, sàng lọc, và trực quan hóa những thông tin thu thập được giúp các nhà báo thực hiện điều này¹¹. Đó là việc tìm kiếm câu chuyện trong các dữ liệu, sử

dụng dữ liệu để giải thích các vấn đề phức tạp, hay nói một cách đơn giản là xây dựng tác phẩm báo chí dựa trên những con số. Báo chí dữ liệu có nhiều cấp độ khác nhau, song xu hướng này đều có tác động tới các nhà báo, trong đó có các nhà báo chính luận truyền hình. Các nhà báo chính luận truyền hình cần hiểu rõ vai trò của dữ liệu trong các tác phẩm chính luận truyền hình, nắm vững kỹ năng phân tích, tổng hợp dữ liệu, tính thuyết phục của dữ liệu đối với công chúng, cũng như cách trình bày dữ liệu thông qua các hình thức thể hiện trực quan như biểu đồ, bản đồ, đồ thị, đồ họa.

Công chúng số: Công chúng của báo chí ngày nay phần nhiều là công chúng số, là nhóm đối tượng có năng lực sử dụng kỹ thuật và công nghệ, các nền tảng số, chủ động trong tiếp cận và tiếp nhận thông tin, có khả năng cao hơn trong tham gia và tương tác truyền thông với nhiều nhóm đối tượng, ở nhiều mức độ, cấp độ, nhiều hình thức biểu hiện khác nhau. Công chúng số là người tiếp nhận tác phẩm báo chí số, đồng thời có thể chính là nguồn phát - người tạo nội dung báo chí số¹². Mặt khác, lớp công chúng này đòi hỏi các loại hình báo chí, truyền thông và các phương tiện truyền thông phải thay đổi để đáp ứng được yêu cầu thông tin cũng như yêu cầu chuyển tải thông tin¹³. Trên cơ sở đó, đòi hỏi nhà báo phải có kênh nắm bắt được dư luận trên các nền tảng số, đồng thời phải nghĩ về báo chí như “một cuộc trò chuyện và tương tác hơn là một bài giảng”. Đây là lý do khiến các nhà báo chính luận truyền hình cần thay đổi kỹ năng để tiếp cận công chúng hiệu quả hơn. Điều này đòi hỏi họ phải dẫn dắt và bình luận bằng ngôn ngữ trò chuyện nhiều hơn là sử dụng ngôn ngữ chính luận truyền thống. Ngoài ra, họ cũng cần có kỹ năng tương tác với công chúng trước, trong và

sau khi thực hiện chương trình nhằm tăng cường sự tham gia chủ động của công chúng thông qua việc cung cấp thông tin, đề xuất ý tưởng, đặt câu hỏi, chia sẻ và bình luận về nội dung chương trình.

Như vậy, làm chủ công nghệ số là đặc điểm của nhà báo thế hệ mới, đánh dấu sự hội tụ giữa khoa học báo chí, khoa học dữ liệu và công nghệ số. Đây không còn là những đòi hỏi xa vời mà đang dần trở thành yêu cầu cơ bản để tồn tại và phát triển trong

môi trường cạnh tranh. Việc trang bị những kỹ năng này không chỉ giúp nâng cao hiệu quả, tốc độ và độ chính xác trong tác nghiệp, mà quan trọng hơn còn mở ra những “chân trời mới” trong việc kiến tạo những tác phẩm chính luận truyền hình có chiều sâu, có cơ sở khoa học vững chắc, đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao của công chúng và phục vụ đắc lực cho sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc trong kỷ nguyên số ■

¹ Xem: PGS, TS. Nguyễn Văn Dũng, *Hướng đi nào cho báo chí trong môi trường truyền thông số (Nhìn từ trường hợp báo chí Việt Nam)*, <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn>, ngày 24-12-2020.

² Xem: Hoa Quỳnh, *Báo chí trong môi trường truyền thông số: Cần một lối đi riêng*, <https://congthuong.vn>, ngày 23-15-2018.

^{3, 4, 6, 11} Xem: PGS, TS. Nguyễn Thị Trường Giang (Chủ biên), *Báo chí và Truyền thông đa phương tiện*, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội, 2017, tr.20, 21, 480, 42.

⁵ Xem: Nguyễn Tâm, *Khoảng 70 triệu người dùng Việt Nam sử dụng Tiktok mỗi tháng*, <https://www.vietnamplus.vn>, ngày 29-10-2025.

⁷ Xem: Nguyễn Tấn Tuân, *Tin giả - sự nguy hại và phương cách ngăn chặn*, <https://www.qdnd.vn>, ngày 22-1-2024.

⁸ Wolfgang Blau, *What is Mobile Journalism?*, <https://en.ejo.ch>, May 20, 2015.

^{9, 10} Xem: Trần Thị Vân Anh, *Lịch sử ra đời và phát triển của trí tuệ nhân tạo trong lĩnh vực báo chí*, <https://www.tapchicongsan.org.vn>, ngày 29-8-2025.

¹² PGS, TS. Đỗ Thị Thu Hằng, *Báo chí số: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, <https://fcwj.huc.edu.vn>, ngày 1-12-2023.

¹³ Xem: Trần Quang Diệu, *Công nghệ truyền thông số*, Nxb. Lý luận chính trị, Hà Nội, 2023, tr.24.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. GS, TS. Tạ Ngọc Tấn, *Báo chí truyền thông hiện đại: Thực tiễn, vấn đề, nhận định*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2020.
2. PGS, TS. Nguyễn Thế Kỷ, *Báo chí, Truyền thông Việt Nam: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội, 2020.
3. PGS, TS. Nguyễn Thị Trường Giang (Chủ biên), *Báo chí và Truyền thông đa phương tiện*, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội, 2017.
4. PGS, TS. Đỗ Thị Thu Hằng, *Báo chí số: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, <https://fcwj.huc.edu.vn>, ngày 1-12-2023.