

TÁC ĐỘNG CỦA TRÍ TUỆ NHÂN TẠO ĐẾN SỰ BIẾN ĐỔI CỦA BÁO CHÍ - TRUYỀN THÔNG

★ TS PHAN VĂN KIÊN

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn,
Đại học Quốc gia Hà Nội

- **Tóm tắt:** Trí tuệ nhân tạo đang trở thành một nhân tố có ý nghĩa chiến lược đối với báo chí - truyền thông hiện đại khi vừa mở rộng năng lực kỹ thuật của hoạt động làm báo, vừa đặt ra những thách thức căn bản đối với vai trò giá trị nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội của báo chí. Bài viết phân tích tác động của trí tuệ nhân tạo đối với báo chí - truyền thông Việt Nam, đề xuất các giải pháp nhằm bảo đảm vai trò xã hội của báo chí trong tiến trình chuyển đổi số.
- **Từ khóa:** trí tuệ nhân tạo; báo chí - truyền thông; xã hội thông tin.

The impact of artificial intelligence on the transformation of journalism and media in the information society

- **Abstract:** Artificial intelligence is becoming a strategically significant factor for modern journalism and media, expanding the technical capabilities of journalistic activities while posing fundamental challenges to the professional value and social responsibility of journalism. This article analyzes the impact of artificial intelligence on Vietnamese journalism and media, and proposes solutions to ensure the social role of journalism in the digital transformation process.
- **Keywords:** artificial intelligence; journalism and media; information society.

1. Mở đầu

Sự phát triển của trí tuệ nhân tạo (AI) trong những thập niên gần đây đã tạo ra những biến đổi sâu sắc đối với cấu trúc của truyền thông đại chúng và hoạt động báo chí hiện đại. Từ chỗ chủ yếu đóng vai trò hỗ trợ xử lý dữ liệu, AI đã trở thành thành tố can dự trực tiếp vào quá trình sản xuất, phân phối và kiến tạo nội dung truyền thông. Trong bối cảnh đó, báo chí vừa đối diện với thay đổi về mặt kỹ thuật, vừa đứng trước những thách thức mang tính nhận thức luận và

chuẩn mực liên quan đến vai trò của con người và trách nhiệm xã hội của truyền thông.

Nhiều nghiên cứu quốc tế cho thấy AI đang làm mờ ranh giới truyền thông giữa chủ thể con người và công cụ kỹ thuật trong hoạt động báo chí. Diakopoulos chỉ ra rằng các hệ thống thuật toán không chỉ tự động hóa những thao tác lặp lại, mà còn “can thiệp trực tiếp vào các quyết định biên tập, từ việc lựa chọn chủ đề, sắp xếp mức độ ưu tiên đến cách thức trình bày thông tin”⁽¹⁾. Khi các quyết định trên các nền tảng

truyền thông ngày càng chịu sự chi phối của thuật toán, báo chí đứng trước câu hỏi: liệu đây còn là một hoạt động xã hội dựa trên phán đoán nghề nghiệp và trách nhiệm đạo đức của con người hay không.

Trong xã hội thông tin, dữ liệu trở thành nguồn lực trung tâm và tốc độ lưu chuyển thông tin ngày càng gia tăng, AI thường được xem là giải pháp giúp báo chí thích ứng với môi trường cạnh tranh khốc liệt. Các hệ thống gợi ý nội dung, tự động viết tin,

phân tích xu hướng công chúng hay cá nhân hóa thông điệp được triển khai rộng rãi tại nhiều tòa soạn. Tuy nhiên, như Lewis, Guzman và Schmidt nhấn mạnh, việc áp dụng AI trong báo chí không diễn ra trong một “không gian trung tính”⁽²⁾, mà luôn gắn với những giả định xã hội và

giá trị nhất định về hiệu quả, sự chú ý và hành vi công chúng. Vì vậy, AI được xem như một cơ chế góp phần tái cấu trúc các ưu tiên và logic vận hành của báo chí hiện đại, thay vì chỉ là công nghệ hỗ trợ.

Về phương diện lý luận, sự can dự ngày càng sâu của AI buộc các nghiên cứu báo chí phải xem xét lại khái niệm quyền lực truyền thông. Nếu trong mô hình báo chí truyền thống, quyền lực này gắn với những chủ thể có thể nhận diện như nhà báo hoặc cơ quan báo chí, thì trong bối cảnh AI, quyền lực có xu hướng phân tán và ẩn vào các hệ thống vận hành mang tính kỹ thuật, khó quan sát. Gillespie cho rằng các thuật toán hoạt động như những “cơ chế quản trị vô

hình”⁽³⁾, định hình những gì được nhìn thấy và được coi là có ý nghĩa trong không gian công cộng. Khi đó, quyền lực truyền thông không biến mất mà chuyển hóa hình thức, trở nên khó nhận diện và khó xác định trách nhiệm hơn.

Đối với các quốc gia đang trong quá trình chuyển đổi số như Việt Nam, tác động của AI đối với báo chí - truyền thông càng thể hiện rõ tính đa chiều. Báo chí Việt Nam thực hiện chức năng thông tin, đồng thời gắn với nhiệm vụ định

hướng dư luận và ổn định xã hội. Vì vậy, việc

AI tham gia vào quá trình kiến tạo nội dung không thể chỉ được xem xét trên phương diện hiệu quả kỹ thuật, mà cần được đặt trong mối quan hệ với các giá trị chính trị - xã hội và các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp. Từ đó, nghiên cứu về AI và báo chí nhằm vượt ra khỏi

Trong lịch sử phát triển của báo chí và truyền thông hiện đại, mỗi bước tiến công nghệ đều gắn với những biến đổi sâu sắc trong cách xã hội tổ chức đời sống thông tin và kiến tạo thực tại xã hội. Sự xuất hiện của AI đánh dấu một bước ngoặt đặc thù, khi công nghệ lần đầu tiên vừa mở rộng năng lực truyền tải, vừa can dự trực tiếp vào các thao tác nhận thức vốn được xem là thuộc về con người.

việc mô tả một xu hướng công nghệ, qua đó làm rõ những chuyển dịch sâu sắc trong cấu trúc và chức năng xã hội của báo chí đương đại.

2. Nội dung

2.1. Tác động của trí tuệ nhân tạo đối với báo chí - truyền thông

Trí tuệ nhân tạo như một “tác nhân truyền thông” mới trong xã hội thông tin

Trong lịch sử phát triển của báo chí và truyền thông hiện đại, mỗi bước tiến công nghệ đều gắn với những biến đổi sâu sắc trong cách xã hội tổ chức đời sống thông tin và kiến tạo thực tại xã hội. Sự xuất hiện của AI đánh dấu một bước ngoặt đặc thù, khi công nghệ lần đầu tiên vừa mở rộng năng lực truyền tải, vừa can dự trực tiếp

vào các thao tác nhận thức vốn được xem là thuộc về con người. Trong xã hội thông tin, việc tiếp cận AI như một tác nhân truyền thông trở thành một yêu cầu phân tích mang tính lý luận, thay vì chỉ dừng ở mô tả hiện tượng kỹ thuật.

Một là, AI cần được đặt trong mạch vận động lịch sử của truyền thông như một biến cố làm thay đổi bản chất quan hệ giữa công nghệ và nhận thức xã hội. Các lý thuyết truyền thông kinh điển đều khẳng định công nghệ không mang tính trung tính, mà có khả năng định hình cách con người cảm nhận và tổ chức xã hội. Marshall McLuhan từng nhấn mạnh “bản thân phương tiện chính là thông điệp”⁽⁴⁾, bởi hình thức của phương tiện tác động trực tiếp đến cấu trúc nhận thức và quan hệ xã hội. Nếu báo in, phát thanh hay truyền hình chủ yếu mở rộng giác quan và năng lực tiếp nhận thông tin, thì AI lại tác động trực tiếp vào các thao tác tư duy như tổng hợp, lựa chọn và diễn giải dữ liệu.

Sự khác biệt này khiến AI không thể được hiểu đơn thuần như một công cụ hỗ trợ truyền thông. Trong khi các phương tiện trước đây mở rộng khả năng biểu đạt của con người, AI bắt đầu đảm nhiệm những chức năng từng được coi là đặc quyền của chủ thể truyền thông. Điều đó làm mờ ranh giới giữa công cụ và chủ thể, đồng thời đặt ra câu hỏi về vị trí trung tâm của con người trong quá trình kiến tạo thông tin. AI vì thế không chỉ là một bước tiến kỹ thuật, mà trở thành một biến cố làm thay đổi cách xã hội hiểu về việc ai đang nói, nói bằng cách nào.

Hai là, AI mang những đặc trưng căn bản của một tác nhân truyền thông mới trong xã hội thông tin. Khác với các công nghệ truyền thông trước đây, AI không chỉ tham gia phân phối thông tin mà còn trực tiếp ảnh hưởng đến việc lựa chọn chủ đề, cấu trúc nội dung và khung diễn giải. Diakopoulos cho rằng các hệ thống

thuật toán trong báo chí hiện nay “không chỉ tự động hóa thao tác kỹ thuật, mà còn định hình các quyết định biên tập”⁽⁵⁾. Khi các hệ thống có khả năng viết văn bản, đề xuất cách diễn giải và điều chỉnh thông điệp theo từng nhóm công chúng, chúng đã tham gia trực tiếp vào quá trình sản xuất.

Sự can dự này kéo theo những hệ quả quan trọng đối với truyền thông. Trong xã hội thông tin, nơi sự chú ý trở thành nguồn lực khan hiếm, khả năng quyết định điều gì được nhìn thấy và được lặp lại mang ý nghĩa đặc biệt quan trọng. Gillespie mô tả các thuật toán như những cơ chế “quản lý khả năng hiển thị”⁽⁶⁾, giữ vai trò trung gian trong việc định hình không gian. Trong bối cảnh đó, AI trở thành một tác nhân tham gia vào quá trình hình thành thực tại xã hội thông qua thông tin.

Việc coi AI như một “tác nhân truyền thông” không nhằm nhân cách hóa công nghệ, mà nhằm nhấn mạnh rằng nó đã trở thành một lực lượng có khả năng ảnh hưởng đến cách xã hội hiểu về sự thật, thông tin và vai trò của báo chí. Khi việc diễn giải không còn gắn với một chủ thể duy nhất là con người, báo chí buộc phải đối diện với một thách thức mang tính cấu trúc: xác định lại giá trị xã hội của mình trong môi trường truyền thông, nơi công nghệ không còn chỉ là phương tiện mà đã trực tiếp tham gia vào quá trình kiến tạo.

Đối với báo chí - truyền thông Việt Nam, sự xuất hiện của AI như một tác nhân truyền thông mới đang làm thay đổi cách hiểu truyền thống về chủ thể phát ngôn và thông tin. Trong khi báo chí Việt Nam vẫn giữ vai trò quan trọng trong định hướng dư luận xã hội, sự can dự của AI vào quá trình kiến tạo nội dung đòi hỏi phải xác lập rõ ranh giới giữa phát ngôn của con người và sản phẩm của hệ thống tự động. Nếu không

được nhận diện và kiểm soát phù hợp, AI có thể làm suy giảm tính minh bạch của thông tin báo chí và làm mờ vai trò của nhà báo trong việc bảo đảm tính định hướng và trách nhiệm xã hội của thông tin.

Trí tuệ nhân tạo và sự biến đổi căn bản của quy trình làm báo hiện đại

Trong lịch sử phát triển của báo chí hiện đại, quy trình làm báo luôn gắn với những điều kiện vật chất, kỹ thuật và tổ chức cụ thể. Như Michael Schudson chỉ ra, báo chí là một thực hành xã hội “được định hình bởi các bối cảnh lịch sử, công nghệ và thể chế mà trong đó nó vận hành”⁽⁷⁾. Từ báo in đến phát thanh, truyền hình và báo điện tử, dù nhịp độ sản xuất thông tin ngày càng nhanh, con người vẫn giữ vai trò trung tâm trong các khâu thu thập, xác minh và diễn giải thông tin. Sự xuất hiện của AI đã làm cho nền tảng đó lung lay một cách căn bản.

AI làm lung lay quan niệm truyền thống, coi con người là trung tâm không thể thay thế của quy trình làm báo. Ngay cả trong giai đoạn internet và báo điện tử phát triển mạnh, khi thông tin được cập nhật gần như theo thời gian thực, các khâu cốt lõi của nghề báo vẫn dựa trên năng lực quan sát và phán đoán của con người. Pablo Boczkowski nhận định rằng số hóa “làm thay đổi hình thức và nhịp độ sản xuất tin tức, nhưng không xóa bỏ vai trò trung tâm của các thực hành nghề nghiệp truyền thống”⁽⁸⁾. Trái lại, AI can dự trực tiếp vào những thao tác từng được coi là đặc quyền của nhà báo, từ tổng hợp thông tin, viết tin đến đề xuất khung diễn giải, qua đó làm lung lay vị thế trung tâm của con người trong quy trình làm báo.

Dưới tác động của AI, quy trình làm báo trở thành không gian tương tác phức hợp giữa sáng tạo xã hội và vận hành kỹ thuật. Khi nhiều thao tác nghề nghiệp được tự động hóa hoặc chuẩn

hóa, quy trình làm báo không còn chỉ là chuỗi hoạt động kỹ thuật, mà là nơi va chạm giữa tư duy sáng tạo và logic lặp lại. Diakopoulos cho rằng các hệ thống tự động “tham gia định hình những gì được coi là tin tức và cách tin tức đó được trình bày”⁽⁹⁾. Nghề báo vì thế đứng trước một nghịch lý rõ rệt: các tòa soạn sở hữu nhiều công cụ hỗ trợ hơn bao giờ hết, nhưng câu hỏi về giá trị cốt lõi của nhà báo lại trở nên cấp bách, nhất là khi không gian phân tích và phản biện cũng chịu tác động của tự động hóa.

AI tái cấu trúc các quyết định biên tập và làm dịch chuyển logic nghề nghiệp từ phán đoán xã hội sang tối ưu hóa dữ liệu. Trong thực tiễn, AI thường được tiếp nhận như giải pháp cho những áp lực quen thuộc của tòa soạn, từ thiếu nhân lực đến nhu cầu cá nhân hóa nội dung. Tuy nhiên, cách tiếp cận này dần tái cấu trúc quy trình làm báo từ bên trong. Lewis, Guzman và Schmidt chỉ ra rằng “tự động hóa trong báo chí có xu hướng chuyển quyền ra quyết định từ phán đoán nghề nghiệp sang các tiêu chí rút ra từ dữ liệu quá khứ”⁽¹⁰⁾. Khi các mô hình có sẵn chi phối lựa chọn nội dung, không gian của sự bất định - điều kiện để phát hiện vấn đề mới và thực hiện phản biện xã hội - bị thu hẹp đáng kể.

AI làm mờ ranh giới trách nhiệm và tái cấu trúc quyền lực trong tòa soạn, đồng thời đặt ra yêu cầu tái định vị vai trò của nhà báo. Trong mô hình truyền thống, trách nhiệm nghề nghiệp gắn với những chủ thể có thể xác định rõ ràng. Khi quy trình làm báo được phân chia cho cả con người và hệ thống tự động, ranh giới trách nhiệm trở nên khó nhận diện. Gillespie mô tả các thuật toán như những “cơ chế quyền lực khó quan sát nhưng có ảnh hưởng sâu rộng đến đời sống công cộng”⁽¹¹⁾.

Tuy nhiên, chính trong sự biến đổi này cũng mở ra khả năng để báo chí tái định vị mình. Khi

các thao tác lặp lại được tự động hóa, nhà báo có điều kiện tập trung hơn vào những nhiệm vụ đòi hỏi tư duy độc lập, khả năng phán đoán và trách nhiệm xã hội. Vấn đề cốt lõi nằm ở năng lực phản tư và tầm nhìn của các tòa soạn trong việc sử dụng AI như một công cụ phục vụ con người, thay vì để quy trình làm báo bị chi phối bởi các logic vận hành thuần kỹ thuật.

Trong xã hội thông tin đương đại, nơi niềm tin công chúng liên tục bị thử thách, quy trình làm báo không thể được đánh giá chỉ bằng tốc độ hay hiệu suất. Việc AI làm biến đổi căn bản quy trình này buộc báo chí phải đối diện với câu hỏi về bản chất nhân văn và trách nhiệm xã hội của nghề nghiệp trong bối cảnh tự động hóa ngày càng sâu rộng.

Trí tuệ nhân tạo, công chúng và sự tái cấu trúc của nhận thức xã hội

Trong xã hội thông tin hiện nay, báo chí và truyền thông không còn vận hành như một chiếc gương phản chiếu hiện thực xã hội theo nghĩa đơn tuyến. Sự can dự ngày càng sâu của các cơ chế trung gian kỹ thuật, đặc biệt là AI, khiến quá trình tiếp nhận và diễn giải thông tin của công chúng được tổ chức lại trên những nền tảng mới. Với tư cách là một tác nhân truyền thông, AI tham gia sản xuất nội dung và tác động trực tiếp đến cách công chúng hình thành nhận thức về thế giới, về sự thật và về chính mình.

AI làm suy yếu nền tảng nhận thức chung vốn được hình thành trong mô hình truyền thông đại chúng truyền thống. Trong các xã hội trước đây, nhận thức xã hội của công chúng được hình thành thông qua những trải nghiệm truyền thông tương đối đồng nhất. Jürgen Habermas cho rằng chính sự chia sẻ này đã tạo lập “không gian công, nơi các vấn đề xã hội được thảo luận trên những cơ sở nhận thức tương đối chung”⁽¹²⁾. Internet và mạng xã hội từng bước làm đứt gãy

không gian đó, nhưng sự xuất hiện của AI đã đẩy quá trình này lên một cấp độ mới, khi việc lựa chọn và sắp xếp thông tin không còn chủ yếu dựa vào ý thức của công chúng, mà được dẫn dắt bởi các cơ chế tự động khó nhận diện.

AI cá nhân hóa sâu sắc trải nghiệm thông tin và tái cấu trúc nhận thức xã hội theo hướng phân mảnh. Trong môi trường truyền thông được hỗ trợ bởi AI, công chúng tiếp cận thông tin thông qua những không gian nhận thức được thiết kế riêng cho từng cá nhân. Những nội dung được tiếp xúc phản ánh không chỉ sở thích cá nhân mà còn các dự đoán thuật toán về hành vi và cảm xúc. Eli Pariser mô tả hiện tượng này như một “bong bóng lọc”⁽¹³⁾, trong đó cá nhân bị bao quanh bởi những thông tin phù hợp với hệ niềm tin sẵn có. Hệ quả là nhận thức xã hội ngày càng bị cá nhân hóa, trong khi ý thức về tính toàn thể của đời sống xã hội suy giảm, làm hạn chế khả năng đối thoại và kiểm chứng lẫn nhau.

AI khuếch đại cảm xúc rủi ro và tái định hình tâm lý đám đông trong xã hội thông tin. Ulrich Beck cho rằng, xã hội hiện đại là một “xã hội nguy cơ”⁽¹⁴⁾, nơi các mối đe dọa khó nhận diện, khiến công chúng đặc biệt nhạy cảm với thông tin về bất trắc. AI thông qua việc ưu tiên hóa các nội dung gây chú ý và có cường độ cảm xúc cao, góp phần làm gia tăng trạng thái bất an này. Khi thông tin về nguy cơ được cá nhân hóa và lặp lại trong không gian nhận thức riêng, nỗi sợ trở thành trải nghiệm cá nhân, khó được điều chỉnh bằng lý trí tập thể. Trong bối cảnh đó, có thể nhận thấy sự giao thoa giữa AI và các “quy luật tâm lý đám đông”⁽¹⁵⁾ mà Gustave Le Bon từng phân tích, với một hình thức đám đông mới: phân tán về không gian nhưng đồng dạng về khuôn mẫu nhận thức.

Đồng thời, AI làm suy yếu vai trò trung gian của báo chí và đặt lại vấn đề trách nhiệm nhận

thức của công chúng. Trong mô hình truyền thông, báo chí giúp công chúng định vị mình trong xã hội. Khi AI can dự sâu vào quá trình kiến tạo và phân phối nội dung, vai trò này bị chia sẻ với các cơ chế mà báo chí không hoàn toàn kiểm soát. Công chúng có thể tiếp cận thông tin trực tiếp từ các hệ thống gợi ý hoặc thông qua những khung diễn giải đã được thuật toán định hình sẵn. Nick Couldry và Andreas Hepp cho rằng truyền thông hiện đại tham gia trực tiếp vào việc kiến tạo thực tại xã hội thông qua các “quá trình trung gian hóa ngày càng sâu rộng”⁽¹⁶⁾. Trong bối cảnh đó, công chúng vừa là đối tượng tiếp nhận, vừa là chủ thể tái sản xuất các khuôn mẫu nhận thức khi AI học từ chính hành vi của họ.

Ở Việt Nam, nơi tư duy cảm tính, tin đồn và tâm lý đám đông còn khá phổ biến, sự tái cấu trúc nhận thức này có thể diễn ra sâu sắc hơn. Vấn đề không nằm ở việc phủ nhận vai trò của AI, mà ở cách báo chí chủ động kiến tạo những không gian thông tin giúp công chúng phục hồi năng lực tư duy phản biện và nhận thức toàn thể. Trong xã hội thông tin được hỗ trợ bởi AI, thách thức trung tâm của báo chí không còn ở tốc độ đưa tin, mà ở khả năng giúp công chúng hiểu và tự hiểu mình trong một thế giới ngày càng phức tạp và bất định.

Trí tuệ nhân tạo và vấn đề đạo đức báo chí hiện đại

Sự xuất hiện của AI đã làm biến đổi sâu sắc cách truyền thông được tổ chức và vận hành, từ đó đặt ra những vấn đề căn bản về đạo đức báo chí.

Một là, sự trung gian hóa bằng AI làm suy yếu vai trò “người gác cổng” truyền thống và tái cấu trúc quyền lực biên tập trong tòa soạn. Báo chí hiện đại được xây dựng trên vai trò trung tâm của nhà báo trong việc kiểm soát

dòng chảy thông tin. Khi AI tham gia đề xuất chủ đề, xếp hạng nội dung và tối ưu hóa khả năng tiếp cận công chúng, vai trò biên tập không còn tập trung vào các chủ thể nghề nghiệp có thể xác định, mà được phân tán vào các hệ thống vận hành tự động. Gillespie mô tả các thuật toán như những cơ chế “quản lý khả năng hiển thị”, quyết định điều gì xuất hiện trước công chúng và điều gì bị che khuất⁽¹⁷⁾. Hệ quả là công chúng ngày càng khó xác định chủ thể thực sự đứng sau các thông điệp truyền thông, trong khi báo chí cũng mất dần khả năng kiểm soát trọn vẹn các quyết định biên tập của mình.

Hai là, AI làm phức tạp hóa nền tảng đạo đức báo chí và làm mờ ranh giới trách nhiệm xã hội. Đạo đức báo chí hiện đại được xây dựng trên giả định rằng các quyết định nghề nghiệp là kết quả của phán đoán con người và gắn với trách nhiệm cá nhân hoặc tập thể cụ thể. Khi AI can dự sâu vào quy trình làm báo, giả định này bị thách thức. Các khuyến nghị quốc tế của UNESCO nhấn mạnh rằng việc phát triển và sử dụng các hệ thống AI cần được đặt trong những khuôn khổ đạo đức và quản trị rõ ràng nhằm bảo đảm khả năng quy trách nhiệm và kiểm soát xã hội. Trong báo chí, nguy cơ này thể hiện ở chỗ các quyết định truyền thông có thể được hợp thức hóa như kết quả của các mô hình dữ liệu, qua đó làm suy giảm khả năng quy trách nhiệm đạo đức và khiến các chủ thể liên quan khó bị chất vấn trong không gian công. Khi đó, vấn đề không nằm ở việc loại bỏ hay phủ nhận vai trò của AI, mà ở cách báo chí đặt AI trong khuôn khổ giá trị nào.

Đối với báo chí Việt Nam, báo chí thực hiện đồng thời chức năng thông tin và các mục tiêu chính trị - xã hội, yêu cầu này càng trở nên cấp thiết. Khi các quyết định biên tập ngày càng

được trung gian hóa bởi hệ thống thuật toán, nguy cơ “phi nhân hóa” trách nhiệm nghề nghiệp trở nên rõ nét. Điều đó đặt ra yêu cầu sớm xây dựng các chuẩn mực đạo đức và cơ chế quản trị AI phù hợp với đặc thù của hệ thống báo chí Việt Nam.

2.2. Giải pháp nhằm bảo đảm vai trò xã hội cũng như định hướng chính trị của báo chí Việt Nam trong chuyển đổi số

Những phân tích ở các phần trên cho thấy AI không đơn thuần là một công nghệ mới được bổ sung vào hệ sinh thái báo chí, mà là một biến cố có khả năng làm thay đổi cách báo chí vận hành, cách công chúng hình thành nhận thức và cách truyền thông được tổ chức trong xã hội thông tin. Đối với báo chí Việt Nam, vấn đề trung tâm vì thế không nằm ở việc có ứng dụng AI hay không, mà ở cách báo chí bước vào kỷ nguyên mới với những định hướng giá trị và mức độ tự chủ nào.

Một là, cần nhận diện AI như một vấn đề mang tính xã hội - truyền thông, thay vì tiếp cận nó như một giải pháp kỹ thuật thuần túy. Trong bối cảnh báo chí đang chịu nhiều áp lực về nguồn lực, tốc độ và sự cạnh tranh của các nền tảng số, AI thường được nhìn nhận như một công cụ giúp tối ưu hóa quy trình sản xuất nội dung. Tuy nhiên, cách tiếp cận này tiềm ẩn nguy cơ giản lược AI thành một vấn đề kỹ thuật, trong khi bỏ qua những hệ quả sâu xa của nó đối với cấu trúc truyền thông và đời sống xã hội. Nick Couldry cho rằng, truyền thông hiện đại cần được phân tích như một hạ tầng xã hội có khả năng tổ chức cách con người hiểu và tham gia vào thế giới chung. Đặt trong cách tiếp cận đó, AI không chỉ tác động đến hiệu quả làm báo, mà còn can dự trực tiếp vào cách báo chí thực hiện vai trò xã hội của mình tại Việt Nam.

Hai là, thách thức lớn nhất đối với báo chí Việt Nam nằm ở nguy cơ làm mờ vai trò chủ thể của nhà báo trong quá trình tự động hóa. Khi AI tham gia ngày càng sâu vào các khâu của quy trình làm báo, nhà báo có nguy cơ bị đẩy vào vị trí người vận hành hệ thống thay vì là chủ thể sáng tạo và định hướng nội dung. Mark Deuze cảnh báo rằng, trong môi trường truyền thông số, báo chí có thể đánh mất bản sắc nghề nghiệp nếu nhà báo không còn kiểm soát được các điều kiện sản xuất nội dung của chính mình.

Đối với một nền báo chí mang chức năng chính trị - xã hội như ở Việt Nam, sự suy giảm vai trò chủ thể này không chỉ là vấn đề nghề nghiệp, mà còn ảnh hưởng đến chất lượng không gian công và khả năng định hướng dư luận.

Ba là, định hướng cốt lõi cho báo chí Việt Nam trong kỷ nguyên AI là tái khẳng định vai trò của con người, đạo đức nghề nghiệp và chức năng kiến tạo không gian thông tin. Việc ứng dụng AI chỉ thực sự có ý nghĩa khi được đặt dưới sự giám sát của các giá trị nhân văn và trách nhiệm xã hội. Các công cụ AI cần được phát triển và sử dụng theo hướng bảo đảm quyền con người, tính minh bạch và khả năng quy trách nhiệm.

Đối với báo chí Việt Nam, điều này đòi hỏi không chỉ các quy định kỹ thuật, mà còn một tầm nhìn quản trị truyền thông coi báo chí là thiết chế trung gian giữa Nhà nước, xã hội và công chúng. Trong bối cảnh thông tin ngày càng phân mảnh và tự động hóa, việc báo chí chủ động kiến tạo những không gian đối thoại chung, hình thành tư duy phản biện và ý thức công dân trở thành tiêu chí quan trọng để phân biệt báo chí với các hình thức sản xuất nội dung khác.

Từ góc độ đó, thảo luận về AI và báo chí Việt Nam không phải là tìm kiếm một mô hình ứng

dụng công nghệ tối ưu về mặt kỹ thuật, mà nhằm xác định những giới hạn giá trị trong việc sử dụng công nghệ. Cách báo chí Việt Nam đối diện với AI sẽ quyết định liệu báo chí có thể chuyển hóa thách thức thành động lực đổi mới, hay sẽ bị cuốn vào những logic vận hành xa rời sứ mệnh xã hội của mình trong xã hội thông tin đương đại.

3. Kết luận

Những phân tích trong bài viết cho thấy AI không còn được nhìn nhận đơn thuần như một công nghệ hỗ trợ, mà trở thành một yếu tố cấu trúc có khả năng làm biến đổi sâu sắc cách thông tin được sản xuất, phân phối và tiếp nhận trong xã hội. Khi AI can dự trực tiếp vào quá trình kiến tạo, các quan niệm nền tảng của báo chí hiện đại đều bị đặt lại vấn đề.

Trong hoạt động nghề nghiệp, AI làm dịch chuyển các quyết định biên tập từ phán đoán xã hội của nhà báo sang các logic vận hành dựa trên dữ liệu và tự động hóa, qua đó tạo áp lực đối với bản sắc nghề nghiệp và làm mờ ranh giới trách nhiệm. Ở bình diện xã hội, AI góp phần phân mảnh không gian nhận thức chung, cá nhân hóa trải nghiệm thông tin và khuếch đại các trạng thái cảm xúc, làm suy yếu vai trò trung gian của báo chí trong việc tổ chức đối thoại và định hướng nhận thức công chúng.

Đối với báo chí Việt Nam vừa thực hiện chức năng thông tin, vừa gắn với nhiệm vụ định hướng dư luận xã hội, việc ứng dụng AI không thể chỉ được tiếp cận như một giải pháp kỹ thuật nhằm nâng cao hiệu suất.

Vì vậy, yêu cầu cốt lõi đối với báo chí Việt Nam không nằm ở việc chạy theo hiệu quả công nghệ, mà ở việc đặt AI trong một khuôn khổ giá trị nhân văn, tái khẳng định vai trò trung tâm của con người trong hoạt động báo chí và củng cố các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp. Cách báo

chí Việt Nam đối diện và quản trị AI vì thế không chỉ quyết định tương lai của nghề báo, mà còn ảnh hưởng lâu dài đến chất lượng đời sống xã hội thông tin đương đại □

Ngày nhận bài: 01-01-2026;

Ngày bình duyệt: 23-01-2026;

Ngày duyệt đăng: 27-01-2026.

Email tác giả: kienpv@vnu.edu.vn

(1), (5), (9) Diakopoulos, N.: *Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media*, Harvard University Press, 2019, p.4, 5, 6.

(2), (10) Lewis, S. C., Guzman, A. L., & Schmidt, T. R.: “Automation, Journalism, and Human-Machine Communication”, *Digital Journalism*, 7(4), 2019, p.409, 418.

(3), (6), (11), (17) Gillespie, T.: *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*, Yale University Press, 2018, p.9, 1, 9, 19.

(4) McLuhan, M.: *Understanding Media: The Extensions of Man*, McGraw-Hill, 1964, p.7.

(7) Schudson, M.: *The Sociology of News*, W.W. Norton & Company, 2003, p.11.

(8) Boczkowski, P. J.: *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*, MIT Press, 2005, p.54

(12) Habermas, J.: *The Structural Transformation of the Public Sphere*, MIT Press, 1989, p.27.

(13) Pariser, E.: *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, Penguin Press, 2011, p.9.

(14) Beck, U.: *Risk Society: Towards a New Modernity*. Sage Publications, 1992, p.21.

(15) Le Bon, G.: *The Crowd: A Study of the Popular Mind*, Ernest Benn, 1985, p.35.

(16) Couldry, N.: *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*, Polity Press, 2012, p.15.