

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN**

LÃ THUYẾT LINH

**XU HƯỚNG SÁNG TẠO NỘI DUNG ĐA PHƯƠNG TIỆN TRÊN
BÁO ĐIỆN TỬ VIỆT NAM HIỆN NAY**

Chuyên ngành: Báo chí học
Mã số: 9320101.01

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ BÁO CHÍ HỌC

Hà Nội - 2024

Công trình được hoàn thành tại: Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn – Đại học Quốc gia Hà Nội

Người hướng dẫn khoa học :

1. PGS.TS. Đinh Thị Thuý Hằng
2. TS. Nguyễn Cẩm Ngọc

Phản biện:

Phản biện:

Phản biện:

Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng cấp Đại học Quốc gia chấm luận án tiến sĩ họp tại
vào hồi giờ ngày tháng năm

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam
- Trung tâm Thông tin - Thư viện, Đại học Quốc gia Hà Nội

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài luận án

Trong bối cảnh toàn cầu hoá và công nghệ thông tin phát triển như vũ bão, chuyển đổi số đã trở thành xu hướng tất yếu và là yêu cầu bắt buộc để tối ưu hoá quy trình làm việc, nâng cao hiệu suất lao động và lợi thế cạnh tranh, hạn chế sự lãng phí các nguồn lực tài chính, thời gian và con người. Cùng với đó, “Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” theo Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 của Chính phủ đã trở thành một trong những ưu tiên hàng đầu của Việt Nam. Chương trình này đóng vai trò nền tảng và là bước đi quan trọng thúc đẩy quá trình chuyển đổi số một cách toàn diện và hệ thống tại nước ta.

Đối với lĩnh vực báo chí, chuyển đổi số còn mang đến những cơ hội sáng tạo mới, những cách thức sản xuất tin bài hiện đại, tạo ra nhiều tác phẩm báo chí có nội dung và hình thức đáp ứng tốt hơn nhu cầu “sử dụng và hài lòng” của công chúng. Đặc biệt, nhờ khả năng tiếp cận công chúng không giới hạn về thời gian và không gian, BĐT có thể tận dụng sức mạnh loại hình, đẩy mạnh đầu tư các ứng dụng công nghệ trong hoạt động sáng tạo nội dung ĐPT để mang đến nhiều trải nghiệm có ý nghĩa cho công chúng.

Công nghệ không chỉ giúp quy trình sáng tạo nội dung đa phương tiện trở nên tối ưu hơn mà còn mở ra “cơ hội sáng tạo không giới hạn” cho nhà báo. Công nghệ cho phép tích hợp các yếu tố ĐPT từ video, đồ họa, hình ảnh, chương trình tương tác... vào trong cùng một bài báo. Tuy nhiên, sự phát triển công nghệ cũng đặt ra những thách thức lớn đối với tòa soạn BĐT Việt Nam trong tiếp cận và làm chủ công nghệ, sở hữu đội ngũ nhà báo có năng lực ứng dụng công nghệ mới và có trách nhiệm trong sáng tạo nội dung.

Một lý do khác để thực hiện đề tài luận án chính là bối cảnh sụt giảm doanh thu quảng cáo nghiêm trọng do sự cạnh tranh của các nền tảng công nghệ lớn như Google, Facebook và Youtube... Áp lực kinh tế buộc các tòa soạn phải tìm kiếm mô hình kinh doanh mới và đa dạng hóa các nguồn thu. Trong bối cảnh đó, quá trình chuyển đổi số có thể hỗ trợ các mô hình kinh doanh báo chí hoạt động hiệu quả hơn, góp phần đa dạng hóa nguồn thu, giảm sự phụ thuộc vào doanh thu quảng cáo và giữ vững các giá trị cốt lõi của nghề. Trong đó, sáng tạo nội dung ĐPT là một trong những chìa khoá cốt lõi để thúc đẩy mô hình thu phí người đọc, từ đó gia tăng các dịch vụ quảng cáo tích hợp đem lại nguồn thu cho tòa soạn.

Một lý do nữa chính bởi sự thay đổi thói quen tiếp nhận thông tin của công chúng. Có thể thấy, công chúng ngày nay dễ dàng tiếp cận với mọi chủ đề thông tin mà họ cần và cũng có thể bị quá tải bởi lượng thông tin khổng lồ xuất hiện tính theo từng giây, từng phút trên các nền tảng truy cập. Nếu tòa soạn BĐT chỉ quan tâm đến tốc độ đưa tin mà không chú trọng đầu tư vào chất lượng và hình thức thể hiện thông tin, công chúng có thể từ chối tin tức và khó quay trở lại ở những lần tiếp theo do sự sắp xếp của các thuật toán tìm kiếm trong không gian mạng.

Với đặc trưng sáng tạo trong lao động nghề nghiệp và thế mạnh ĐPT của loại hình, BĐT có nhiều thuận lợi để áp dụng công nghệ vào hoạt động sản xuất tin tức, tạo ra những phương thức sáng tạo khác biệt. Công nghệ còn cho phép toà soạn BĐT cá nhân hóa nội dung theo nhu cầu riêng của từng nhóm đối tượng. Việc phân hoá này không chỉ thu hút các nhóm độc giả mới mà còn giữ chân độc giả trung thành, đồng thời giúp toà soạn tăng trưởng doanh thu qua những tệp “khách hàng” rộng lớn.

Tuy nhiên, nếu nhà báo thiếu tư duy ĐPT, thiếu năng lực sáng tạo, hạn chế về khả năng sử dụng công nghệ cũng như “thấu hiểu” công chúng, nội dung ĐPT dễ trở nên nhàm chán, lồi mòn, rập khuôn và kém hấp dẫn. Thay vì sáng tạo để thông tin trở nên phong phú và sinh động, nhà báo lại vô tình làm phức tạp hóa hình thức thể hiện của nội dung ĐPT. Kết quả là quá trình khai thác các yếu tố ĐPT trở nên kém hiệu quả, làm lãng phí các nguồn lực của toà soạn.

Chính vì những lý do nêu trên, nghiên cứu sinh đã lựa chọn đề tài “Xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử Việt Nam hiện nay” là đề tài nghiên cứu cho luận án này.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của luận án

2.1. Mục đích nghiên cứu

Trên nền tảng cơ sở lý luận và thực tiễn liên quan đến xu hướng, xu hướng sáng tạo, nội dung đa phương tiện và báo điện tử; luận án nghiên cứu, phân tích và đánh giá các biểu hiện của xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam hiện nay. Từ đó, luận án nhận định các vấn đề, dự báo xu hướng và đề xuất giải pháp góp phần nâng cao hiệu quả sáng tạo và thúc đẩy xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam trong thời gian tới.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để đạt được mục đích trên, luận án xác định những nhiệm vụ nghiên cứu sau đây:

Một là, hệ thống hoá, thao tác hoá các khái niệm công cụ liên quan đến đề tài để làm cơ sở lý luận và thực tiễn nghiên cứu xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT.

Hai là, khảo sát, thống kê, phân tích và đánh giá các biểu hiện của xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử Việt Nam hiện nay.

Ba là, nhận định các vấn đề trong sự vận động và phát triển của xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT, từ đó, đưa ra dự báo, đề xuất các giải pháp góp phần nâng cao hiệu quả sáng tạo và thúc đẩy xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam trong thời gian tới.

3. Câu hỏi nghiên cứu

Luận án tập trung trả lời các câu hỏi nghiên cứu sau:

Câu hỏi 1: Có xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên BĐT hiện nay không? Nếu có, xu hướng đó chịu tác động bởi những yếu tố nào?

Câu hỏi 2: Xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam hiện nay có biểu hiện như thế nào?

Câu hỏi 3: Công chúng đánh giá xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam hiện nay như thế nào?

Câu hỏi 4: Cần những giải pháp gì để thúc đẩy xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam trong thời gian tới?

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là “*xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử Việt Nam*”.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi nghiên cứu của luận án là nghiên cứu các biểu hiện của xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam để từ đó có cái nhìn toàn diện về đối tượng này thông qua bốn BĐT hàng đầu là VnExpress, Vietnamnet, Dân trí và Vietnamplus trong khoảng thời gian 03 năm, từ tháng 01 năm 2021 đến tháng 12 năm 2023.

5. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

5.1. Cơ sở lý luận và lý thuyết tiếp cận

Luận án dựa trên cơ sở phương pháp luận của chủ nghĩa Mác – Lênin (sử dụng phép duy vật biện chứng và duy vật lịch sử, cập phạm trù nội dung và hình thức, quy luật thống nhất và đấu tranh của các mặt đối lập (quy luật mâu thuẫn); lý luận chung về báo chí và truyền thông (quan điểm, đường lối, chính sách pháp luật của Đảng và Nhà nước; sáng tạo nội dung, đa phương tiện và báo điện tử).

Luận án tiếp cận các lý thuyết sau: lý thuyết sử dụng và hài lòng, lý thuyết mô hình chấp nhận công nghệ (TAM), lý thuyết các thứ bậc ảnh hưởng.

5.2. Phương pháp nghiên cứu

- *Phương pháp nghiên cứu chung:* Đề tài áp dụng một loạt các phương pháp nghiên cứu chung, bao gồm quan sát, phân tích – tổng hợp, logic – lịch sử, mô hình hóa – khái quát hóa và quy nạp – diễn dịch.

- *Phương pháp nghiên cứu cụ thể:*

+ Phương pháp nghiên cứu, phân tích tài liệu: được thực hiện bằng cách lựa chọn các công trình nghiên cứu, tác phẩm của các tác giả trong và ngoài nước có liên quan, các trang web của các tờ báo thuộc diện khảo sát và các trang web của các tổ chức nghiên cứu...

+ Phương pháp phỏng vấn sâu:

Luận án đã thực hiện 20 cuộc phỏng vấn sâu với 20 đối tượng thuộc ba nhóm sau:

Nhóm 1 (4 đối tượng): Bao gồm những người đảm nhận công tác lãnh đạo, quản lý tại các cơ quan báo điện tử.

Nhóm 2 (12 đối tượng): Bao gồm 1 biên tập viên, 10 phóng viên và 1 nhân viên thiết kế (designer).

Nhóm 3 (4 đối tượng): Bao gồm các chuyên gia trong lĩnh vực báo chí – truyền thông, những người có kiến thức chuyên sâu về đề tài.

Các cuộc phỏng vấn sâu được thực hiện thông qua các cuộc trao đổi trực tiếp tại nơi làm việc và các cuộc trao đổi gián tiếp qua điện thoại, email, Facebook Messenger hoặc Zalo trong 2 đợt:

- Đợt 1: Thực hiện 8 phỏng vấn sâu từ tháng 3 đến tháng 6 năm 2023

- Đợt 2: Thực hiện 12 phỏng vấn sâu từ tháng 9 năm 2023 đến tháng 01 năm 2024.

Các đối tượng thuộc nhóm lãnh đạo, quản lý cơ quan BĐT được mã hoá từ PVS-L1 đến PVS-L4 (PVS-L1, PVS-L2, PVS-L3, PVS-L4); các đối tượng thuộc nhóm biên tập viên, phóng viên, thiết kế BĐT được mã hoá từ PVS-P1 đến PVS-P11 (PVS-P1, PVS-P2, PVS-P3, PVS-P4, PVS-P5, PVS-P6, PVS-P7, PVS-P8, PVS-P9, PVS-P10, PVS-P11 và PVS-P12); các đối tượng thuộc nhóm chuyên gia được mã hoá từ PVS-C1 đến PVS-C4 (PVS-C1, PVS-C2, PVS-C3, PVS-C4).

Nội dung phỏng vấn thu thập được qua các cuộc trao đổi trực tiếp; qua cuộc gọi bằng điện thoại, Zalo, nền tảng Google Meet. Một số đối tượng phỏng vấn gửi nội dung trả lời bằng văn bản qua Email hoặc Zalo. Sau đó, các tệp phỏng vấn âm thanh được chuyển đổi sang văn bản thông qua phần mềm Otter hoặc được nghe và ghi chép lại bằng phương pháp thủ công.

+ Phương pháp khảo sát nội dung:

Phương pháp này được sử dụng để làm sáng tỏ biểu hiện của xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên các BĐT thuộc diện khảo sát. Việc thu thập dữ liệu phục vụ khảo sát được thực hiện từ tháng 1 năm 2021 đến tháng 12 năm 2023. Để đạt tính đồng nhất, các mẫu nghiên cứu tiêu biểu được lấy từ các tin bài nằm trong các trang chuyên mục Thời sự, Xã hội, Chính trị, Kinh doanh, Văn hoá, Giải trí, Sức khỏe, Giáo dục, Thể thao, Thế giới trên các báo điện tử VnExpress, Dân trí, VietNamNet và VietnamPlus.

+ Phương pháp điều tra xã hội học:

Mục tiêu của phương pháp này là để tìm hiểu sở thích, thói quen và mong muốn tiếp nhận xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT ở một số tỉnh, thành phố trong diện khảo sát.

❖ Mẫu và thu thập dữ liệu

Một bảng hỏi (Ankét) gồm 15 câu hỏi được phát cho người trên 18 tuổi chủ yếu ở các địa phương là Thái Nguyên, Hải Phòng, Hà Nội và Đà Nẵng. Bảng hỏi được xây dựng trên link Google được gửi online tới các đối tượng khảo sát qua Zalo, Email và tin nhắn Facebook trong khoảng thời gian từ ngày 01 tháng 11 năm 2023 đến ngày 31 tháng 12 năm 2023.

Trong bảng hỏi, 3 câu hỏi điều tra liên quan đến thông tin cơ bản (độ tuổi, giới tính và địa phương sinh sống), các câu hỏi còn lại trực tiếp liên quan đến nhu cầu “sử dụng và hài lòng” của công chúng trong tiếp nhận xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam hiện nay.

❖ Phương pháp chọn mẫu và xử lý dữ liệu

Khảo sát công chúng được thực hiện bằng việc kết hợp phương pháp chọn mẫu vệt dầu loang (snowball sampling) và mẫu thuận tiện (convenience

sampling) để thu thập dữ liệu. Số phiếu khảo sát online phát ra là 550 phiếu, kết quả thu về là 531 phiếu, trong đó có 2 phiếu không hợp lệ. Do đó, số mẫu hợp lệ phục vụ điều tra công chúng trong luận án là 529 mẫu. Trong 529 mẫu hợp lệ, có 6 mẫu dừng khảo sát sau câu hỏi đầu tiên nên số mẫu cuối cùng phục vụ nghiên cứu là 523 mẫu. Sau khi làm sạch, dữ liệu nghiên cứu được phân tích bằng phần mềm thống kê SPSS 26.

6. Điểm mới của luận án

Luận án là công trình nghiên cứu một cách hệ thống, bài bản và chuyên sâu về xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam hiện nay. Luận án sử dụng hệ thống lý luận về xu hướng, xu hướng sáng tạo, nội dung ĐPT và BĐT để làm sáng tỏ các biểu hiện của xu hướng này. Đồng thời, dựa trên các lý thuyết tiếp cận, luận án đã ban đầu tìm hiểu sự đón nhận của công chúng đối với xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT; các yếu tố tác động đến xu hướng này trên 2 phương diện – thúc đẩy và cản trở.

Nghiên cứu về nội dung NĐT và nghiên cứu về BĐT tuy đã phổ biến tại Việt Nam nhưng cho đến thời điểm thực hiện luận án này, nghiên cứu về những hướng đi và cách làm mới, sự vận động và phát triển của xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam vẫn là hướng nghiên cứu còn chưa được khai thác nhiều. Do đó, luận án có thể mở ra các góc tiếp cận mới cho các nhà nghiên cứu trong thời gian tới về xu hướng sáng tạo, ứng dụng công nghệ trong sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT và trên các nền tảng truyền thông khác tại Việt Nam.

Về tính thực tiễn, luận án kết hợp nhiều phương pháp nghiên cứu hiện đại, từ đó, kết quả nghiên cứu trong luận án không chỉ cung cấp cho cơ quan báo chí và nhà báo những vấn đề, góc nhìn trong xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT mà còn dự báo, đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả sáng tạo và thúc đẩy xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên BĐT Việt Nam trong thời gian tới. Đồng thời, luận án còn mở ra khả năng giải quyết một số thách thức và rào cản liên quan đến xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT hiện nay như lợi ích kinh tế và công chúng, công nghệ và con người, nguồn lực đáp ứng đổi mới công nghệ, khoảng cách thế hệ giữa các nhà báo và áp lực sáng tạo...

7. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn

7.1. Ý nghĩa lý luận

Trong tình hình còn thiếu những nghiên cứu có hệ thống lý luận về các vấn đề liên quan đến xu hướng sáng tạo và xu hướng nội dung báo chí nói chung cũng như xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT nói riêng, luận án có những đóng góp quan trọng trong việc xây dựng và hoàn thiện cơ sở khoa học và lý luận về lĩnh vực này.

Đồng thời, luận án còn cung cấp góc nhìn khái quát về các yếu tố tác động đến xu hướng sáng tạo, nhận diện yếu tố có thể thúc đẩy hoặc cản trở xu hướng đó. Từ đó, luận án chỉ ra các vấn đề, dự báo và đề xuất giải pháp góp phần nâng cao hiệu quả sáng tạo và thúc đẩy xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam trong thời gian tới.

7.2. Ý nghĩa thực tiễn

Kết quả nghiên cứu của luận án góp phần nhận định và đánh giá các biểu hiện của xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT đang diễn ra mạnh mẽ trên BĐT Việt Nam. Đồng thời, luận án là cơ sở, tài liệu tham khảo có tính ứng dụng cao cho hoạt động sáng tạo nội dung ĐPT nói riêng, hoạt động sáng tạo nội dung báo chí nói chung cũng như cho hoạt động tác nghiệp của đội ngũ làm báo ĐPT.

Việc dự báo xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam trong thời gian tới, nhất là các biểu hiện về ứng dụng công nghệ trong lĩnh vực báo chí mà luận án chỉ ra góp phần gợi mở những hướng nghiên cứu đang còn nhiều khoảng trống.

8. Kết cấu của luận án

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Tài liệu tham khảo và Phụ lục, luận án có 4 chương:

Chương 1. Tổng quan nghiên cứu về đề tài

Chương 2. Cơ sở lý luận và thực tiễn về xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử

Chương 3. Biểu hiện của xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử Việt Nam hiện nay

Chương 4. Những vấn đề đặt ra, dự báo và đề xuất giải pháp thúc đẩy xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử Việt Nam

Chương 1.

TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ ĐỀ TÀI

1.1. Tình hình nghiên cứu về xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử trên thế giới

1.1.1. Nhóm vấn đề về xu hướng sáng tạo trong báo chí

Xu hướng sáng tạo trong báo chí là chủ đề thu hút sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu trong lĩnh vực báo chí và truyền thông. Nhóm vấn đề này được hệ thống trên các góc tiếp cận sau: quan điểm về sáng tạo và các yếu tố ảnh hưởng đến sáng tạo, cách thức và quy trình sáng tạo, hành vi thông tin của nhà báo trong quá trình sáng tạo, xu hướng sáng tạo nội dung báo chí.

1.1.2. Nhóm vấn đề về xu hướng ứng dụng đa phương tiện trong sáng tạo nội dung trên báo điện tử

Nghiên cứu về xu hướng ứng dụng ĐPT trong sáng tạo nội dung trên BĐT đã thu hút sự quan tâm của nhiều học giả và nhà nghiên cứu trong lĩnh vực báo chí - truyền thông. Các công trình nghiên cứu từ Anh, Tây Ban Nha, Bỉ, Romania, Trung Quốc... đã cung cấp những góc nhìn đa chiều về cách thức khai thác và tối ưu hoá các yếu tố ĐPT trên BĐT. Các góc tiếp cận để hệ thống công trình nghiên cứu trong nhóm vấn đề này là khai thác các yếu tố ĐPT trên BĐT, xu hướng nội dung ĐPT, sản xuất câu chuyện ĐPT và kể chuyện ĐPT.

1.1.3. Nhóm vấn đề về tác động của công nghệ số và những yêu cầu tác nghiệp của nhà báo trong sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử

Nhiều công trình nghiên cứu gần đây đã tập trung phân tích mối liên hệ giữa công nghệ số và hoạt động sáng tạo nội dung tin tức, đồng thời xem xét các yêu cầu tác nghiệp ĐPT đối với nhà báo trong môi trường truyền thông số. Chẳng hạn, Özen Çatal (2017) tại Bắc Síp tập trung vào vai trò của báo chí trực tuyến và tác động của công nghệ Internet đến quá trình sản xuất và tiêu thụ tin tức. Sundar (2000), Malmelin và Virta (2016), Oliveira và Angeluci (2019) cùng với Martínez-García và Bosch (2019) đã giải thích tác động của các yếu tố ĐPT và khả năng sáng tạo trong bối cảnh báo chí kỹ thuật số...

1.2. Tình hình nghiên cứu về xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử ở Việt Nam

Vào thời điểm năm 2021 khi bắt đầu nghiên cứu đề tài luận án này, chưa có bất kỳ công trình nghiên cứu trực diện nào về xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT được công bố tại Việt Nam.

1.2.1. Nhóm vấn đề về xu hướng sáng tạo nội dung báo chí

Các công trình nghiên cứu được hệ thống đã chỉ ra rằng sáng tạo nội dung báo chí là một quá trình phức tạp từ tâm lý sáng tạo, phương pháp và công cụ sáng tạo cùng với sự ảnh hưởng của các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo AI. Đỗ Thị Thu Hằng (2013) đề cập đến các vấn đề chung về tâm lý học báo chí và các ứng dụng của nó trong lĩnh vực báo chí. Nguyễn Thị Trường Giang (2015) hệ thống hóa các nguyên tắc và kỹ năng cơ bản trong sáng tạo báo mạng điện tử. Đinh Thị Thu Hằng (2023); Lê Vũ Điệp và Trần Hoàng Dương (2023) đã đề xuất các giải pháp và mô hình quản trị sáng tạo nội dung báo chí với sự tham gia của AI...

1.2.2. Nhóm vấn đề về báo điện tử, truyền thông đa phương tiện và xu hướng ứng dụng đa phương tiện trong sáng tạo nội dung

Các công trình khoa học được hệ thống đề cập đến vai trò, đặc điểm, xu hướng phát triển của báo điện tử, truyền thông ĐPT cũng như những cách thức ứng dụng ĐPT trong sáng tạo nội dung trên BĐT trong bối cảnh truyền thông số hiện nay. Chẳng hạn, Đinh Thị Thúy Hằng (2008) với cuốn *Báo chí thế giới và xu hướng phát triển*, Nguyễn Thị Trường Giang (2011, 2015, 2021) với các tác phẩm về báo mạng điện tử và truyền thông ĐPT, Nguyễn Văn Dũng (2013) với *Cơ sở lý luận báo chí – truyền thông*, Lê Đắc Nhường và Nguyễn Gia Như (2016) với *Truyền thông đa phương tiện*, Trần Vũ Thị Giang Lam (2020) về xu hướng phát triển của báo mạng điện tử Việt Nam, Đỗ Thị Thu Hằng (2022) với giáo trình *Nhập môn truyền thông đa phương tiện*, Ngô Bích Ngọc (2019) với luận án về gói tin tức ĐPT, Nguyễn Đình Hậu (2023) với nghiên cứu về video clip trên BĐT...

1.2.3. Nhóm vấn đề về yêu cầu và kỹ năng đối với nhà báo đa phương tiện

Các cuốn sách chuyên khảo xuất bản bằng tiếng Việt liên quan đến nhóm vấn đề về yêu cầu và kỹ năng đối với nhà báo ĐPT được hệ thống như: Cuốn Giáo trình nhập môn truyền thông đa phương tiện (2022) của Đỗ Thị Thu Hằng trình bày yêu cầu về kiến thức và kỹ năng cho nhà truyền thông ĐPT, bao gồm kiến thức về truyền thông, mỹ thuật, công nghệ và kỹ năng sáng tạo, tổ chức sản xuất sản phẩm ĐPT. Cuốn Nhà báo toàn cầu (2022) của David Randall, dịch bởi Cao Việt và Nguyễn Duy, cung cấp hướng dẫn về thực hành báo chí và sự thay đổi trong cách đưa tin trong kỷ nguyên mạng xã hội...

1.3. Những vấn đề đặt ra cho luận án tiếp tục giải quyết

Các nghiên cứu đã giải quyết được một số vấn đề về lý luận và thực tiễn liên quan đến đề tài, gợi ý một số chỉ dẫn hữu ích trong cách thiết kế nghiên cứu phục vụ cho luận án. Những khoảng trống nghiên cứu còn bỏ ngỏ là:

- Về xu hướng sáng tạo nội dung báo chí: sáng tạo câu chuyện báo chí mới chỉ khai thác trong một chủ đề cụ thể mà chưa có nghiên cứu so sánh sự biến đổi của hoạt động sáng tạo nội dung trong cùng một chủ đề hoặc giữa các chủ đề khác nhau; chưa có nhiều công trình nghiên cứu xu thế vận động của hoạt động sáng tạo nội dung thông qua những cách làm mới; các yếu tố thúc đẩy hoặc cản trở xu hướng sáng tạo nội dung báo chí...

- Về xu hướng ứng dụng ĐPT trong sáng tạo nội dung trên BĐT: chưa có nhiều nghiên cứu làm rõ cách thức khai thác các yếu tố ĐPT trong sáng tạo nội dung trên BĐT trong một khoảng thời gian nhất định giữa các BĐT cùng một quốc gia hoặc giữa các quốc gia khác nhau; chưa có nhiều nghiên cứu làm rõ nhu cầu và mong muốn của công chúng trong đón nhận xu hướng ứng dụng ĐPT trong sáng tạo nội dung...

- Về xu hướng tác nghiệp của nhà báo ĐPT: nhu cầu đào tạo đáp ứng những yêu cầu sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT trong bối cảnh truyền thông số; những mâu thuẫn nội tại về nhu cầu sáng tạo nội dung ĐPT có ứng dụng công nghệ so với năng lực/mong muốn của đội ngũ sáng tạo... còn chưa được khai thác sâu.

Như vậy, có thể khẳng định, cho đến hiện tại, mặc dù đã có nhiều công trình trên thế giới và ở Việt Nam nghiên cứu về sáng tạo nội dung, nội dung đa phương tiện trên BĐT, ứng dụng công nghệ trong sáng tạo nội dung, kỹ năng và tác nghiệp của nhà báo ĐPT, tuy nhiên luận án vẫn là công trình nghiên cứu trực diện và toàn diện về xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT tại Việt Nam.

Những khoảng trống nghiên cứu mà luận án mong muốn giải quyết là xây dựng hệ thống lý luận về xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT, nhận diện các yếu tố tác động (thúc đẩy/cản trở) xu hướng, làm rõ các biểu hiện của xu hướng. Những kết quả nghiên cứu được rút ra là cơ sở để nhận định các vấn đề, dự báo và đề xuất các giải pháp góp phần nâng cao hiệu quả sáng tạo và thúc đẩy xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam trong thời gian tới.

Tiểu kết chương 1

Trong bối cảnh cạnh tranh tin tức, sự phát triển như vũ bão của công nghệ, hiện tượng né tránh tin tức của độc giả..., nghiên cứu về xu hướng sáng tạo nội

dung ĐPT trên BĐT luôn cần thiết và vẫn là một đề tài mang tính thời sự ở thời điểm hiện tại. Các công trình nghiên cứu liên quan đến xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT trong tổng quan nghiên cứu được hệ thống và phân tích theo các nhóm vấn đề lớn trên thế giới và ở Việt Nam. Các nhóm vấn đề này cho thấy những mảnh ghép khác nhau trong bức tranh tổng thể về lý luận và thực tiễn về xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT nhưng nhìn chung, khoảng trống nghiên cứu đề cập đến cách làm mới, hướng đi mới, sự vận động và phát triển của hoạt động sáng tạo này vẫn còn tương đối nhiều và cần được lấp đầy.

Từ tình hình nghiên cứu đó, luận án sẽ tiếp tục giải quyết một số khoảng trống nghiên cứu chưa được đề cập hoặc được đề cập nhưng chưa cụ thể và chưa thấu đáo như biểu hiện của xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam, các yếu tố tác động (thúc đẩy/cản trở) xu hướng này, sự đón nhận xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT của công chúng và toà soạn BĐT...

Chương 2.

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ XU HƯỚNG SÁNG TẠO NỘI DUNG ĐA PHƯƠNG TIỆN TRÊN BÁO ĐIỆN TỬ

2.1. Các khái niệm cơ bản liên quan đến đề tài

2.1.1. Xu hướng sáng tạo

2.1.1.1. Xu hướng

Xu hướng giống như dòng chảy của thời gian. Trên dòng chảy đó, nếu quá khứ nảy sinh xu hướng thì hiện tại là biểu hiện của xu hướng, còn tương lai là chiều hướng và triển vọng của xu hướng. Trong lĩnh vực báo chí, “xu hướng” có thể hiểu là “xu thế thiên về một chiều hướng nào đó của báo chí” [36] hoặc “xu hướng là sự thay đổi hoặc một hướng đi của các chủ thể có mục đích chung trong một thời gian lâu dài” [28].

Trong luận án này, xu hướng có thể hiểu là những hướng đi, cách làm mới và xu thế vận động trong lĩnh vực báo chí – truyền thông. Xu hướng có những đặc tính nổi bật gồm tính khách quan, tính tất yếu, tính kế thừa và tính phát triển. Nắm bắt và đánh giá đúng các xu hướng có thể giúp cơ quan báo chí điều chỉnh chiến lược phát triển, định hướng nội dung và phương thức sản xuất... bắt kịp những tiến bộ công nghệ cũng như các đáp ứng được các yêu cầu của chuyển đổi số và những thay đổi trong “sử dụng và hài lòng” của công chúng hiện đại.

2.1.1.2. Xu hướng sáng tạo

Sáng tạo là năng lực đặc biệt của con người, thể hiện sức mạnh vượt trội so với thế giới động vật. Sáng tạo đóng vai trò quan trọng trong lao động của nhà báo, từ việc lên ý tưởng và tạo cảm hứng cho câu chuyện; cách thức sáng tạo trong nghiên cứu, thu thập và lựa chọn dữ liệu, xác minh thông tin; thể hiện tác phẩm dưới những hình thức hấp dẫn; hay sáng tạo trong những trải nghiệm tiếp nhận nội dung dành cho độc giả...

Trong luận án, nghiên cứu xu hướng sáng tạo là nghiên cứu những hướng đi, cách làm mới và xu thế vận động trong hoạt động báo chí xuất phát từ động

cơ và mục đích sáng tạo của toà soạn và của đội ngũ làm báo. Những hướng đi, cách làm mới và xu thế vận động mới này gắn liền với các ứng dụng công nghệ đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số. Đồng thời, hướng đi, cách làm và xu thế này đã có một khoảng thời gian phát triển nhất định. Chúng đã được định hình và đã có những biểu hiện rõ rệt. Những biểu hiện này có thể được nhận diện thông qua quản trị toà soạn, ứng dụng công nghệ, quy trình sáng tạo hay đặc điểm về nội dung và hình thức thể hiện của tin bài...

Ngoài ra, xu hướng sáng tạo còn chịu ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực từ môi trường sáng tạo. Tích cực khi những yếu tố trong môi trường sáng tạo có thể thúc đẩy hoạt động sáng tạo, hỗ trợ chủ thể sáng tạo, đem lại hiệu quả cao cho quá trình sáng tạo của chủ thể. Tiêu cực khi những yếu tố trong môi trường sáng tạo có thể cản trở hoạt động sáng tạo, không tạo điều kiện thuận lợi cho sáng tạo đạt hiệu quả. Do vậy, khi nghiên cứu xu hướng sáng tạo, ngoài nhận diện biểu hiện của xu hướng qua hướng đi, cách làm mới, xu thế vận động mới, cần chỉ ra những yếu tố tác động đến xu hướng trên phương diện thúc đẩy và cản trở.

2.1.2. Nội dung đa phương tiện

2.1.2.1. Nội dung

Trong lĩnh vực báo chí, mặc dù có nhiều quan điểm về vai trò quan trọng của nội dung nhưng ít có nghiên cứu khoa học tập trung vào khái niệm này. Theo tác giả Nguyễn Thị Trường Giang, nội dung bao gồm các yếu tố là đề tài, chi tiết và quan điểm. Trong đó, “đề tài phản ánh mọi vận động có ý nghĩa trong xã hội như các sự kiện, vấn đề thời sự, con người tiêu biểu với những hành động, việc làm được nhiều người quan tâm” [18, tr. 333]. Derek Wilding và các cộng sự đưa ra quan điểm về nội dung báo chí đi cùng với tin tức và định nghĩa như sau: “Một loạt các nội dung thông tin đa dạng về các vấn đề quan trọng có thể được xác định bằng các đặc tính như tính kịp thời” [128, tr. 18].

Như vậy, nội dung là phần lõi và phần hồn hay chính là tất cả các khía cạnh, yếu tố và quá trình tạo nên sự vật. Trong báo chí, nội dung và hình thức luôn thống nhất để tạo nên một tác phẩm độc lập. Nội dung báo chí thường được phân loại theo các chủ đề như chính trị, xã hội, kinh doanh, văn hóa, giải trí, thể thao, khoa học và công nghệ, giáo dục...

2.1.2.2. Đa phương tiện

Ở luận án này, ĐPT được dùng theo cách hiểu từ nghĩa hẹp. Nội dung ĐPT là loại nội dung được thể hiện bằng các yếu tố ĐPT như 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) để truyền tải thông tin. Một bài báo trên BĐT được xem là nội dung ĐPT khi bài báo đó có sự kết hợp từ ba yếu tố ĐPT trở lên. Trong sáng tạo nội dung ĐPT, nội dung (thông tin, câu chuyện, dữ liệu) và hình thức (cách thức trình bày qua các yếu tố ĐPT như ảnh, video, đồ họa...) cần gắn bó chặt chẽ.

2.1.3. Báo điện tử

Trong phạm vi luận án, NCS sử dụng khái niệm BĐT được dẫn theo khái niệm của tác giả Nguyễn Thị Trường Giang trong cuốn “Báo mạng điện tử - Những vấn đề cơ bản” như sau “BĐT là một yếu tố báo chí được xây dựng dưới hình thức của một trang web và phát hành trên mạng internet” [15].

2.2. Các lý thuyết tiếp cận nghiên cứu

2.2.1. Lý thuyết sử dụng và hài lòng

Luận án sử dụng Lý thuyết sử dụng và hài lòng để tìm hiểu ban đầu một số biểu hiện trong tiếp nhận xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT dựa trên bảng khảo sát ý kiến của công chúng qua hình thức online. Dựa trên cơ sở của “sử dụng và hài lòng”, luận án có thể đưa ra một số giải pháp phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả sáng tạo và thúc đẩy xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT. Đồng thời, một số vấn đề trong sự vận động và phát triển của xu hướng sáng tạo này được làm sáng tỏ như mối quan hệ giữa lợi nhuận của toà soạn và các giá trị nhận được của công chúng; năng lực đáp ứng sáng tạo nội dung ĐPT của đội ngũ PV so với nhu cầu của độc giả...

2.2.2. Lý thuyết mô hình chấp nhận công nghệ

Mô hình chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model - TAM) là một trong những lý thuyết phổ biến nhất được áp dụng trong nghiên cứu về hành vi người dùng công nghệ. Trong luận án này, lý thuyết mô hình chấp nhận công nghệ (TAM 1 và 2) được sử dụng để trả lời cho 2 câu hỏi sau:

- Các toà soạn BĐT có đón nhận và có năng lực ứng dụng công nghệ trong xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT hiện nay không?
- Công chúng BĐT có đón nhận việc ứng dụng công nghệ trong xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT hiện nay không?

2.2.3. Lý thuyết về các thứ bậc ảnh hưởng

Lý thuyết các thứ bậc ảnh hưởng được sử dụng để xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT. Các yếu tố tác động đến môi trường sáng tạo và các cấp độ ảnh hưởng lên nội dung ĐPT được nhìn nhận xuất phát từ hệ thống xã hội đương đại với các tiến bộ công nghệ, nhu cầu của công chúng...; chủ trương và chiến lược quốc gia về phát triển báo chí – truyền thông; chiến lược phát triển của mỗi toà soạn BĐT; quy trình sáng tạo nội dung ĐPT; các yếu tố nội tại của cá nhân nhà báo.

Có thể thấy, những yếu tố bên ngoài toà soạn (hệ thống xã hội đương đại với các tiến bộ công nghệ, nhu cầu của công chúng...; chủ trương và chiến lược quốc gia về phát triển báo chí – truyền thông) là những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến sự điều chỉnh các yếu tố bên trong toà soạn (chiến lược phát triển của mỗi toà soạn BĐT; quy trình sáng tạo nội dung ĐPT; các yếu tố nội tại của cá nhân nhà báo) trong hoạt động sáng tạo nội dung ĐPT. Ngoài ra, dựa trên nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT theo 5 cấp độ ảnh hưởng của mô hình HOI, luận án có thể đề xuất một số giải pháp thúc đẩy xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trong thời gian tới.

2.3. Các yếu tố đa phương tiện trong sáng tạo nội dung trên báo điện tử

2.3.1. Văn bản (text)

Văn bản là hình thức giao tiếp viết cơ bản. Nó bao gồm các ký tự như bảng chữ cái; số; dấu chấm câu; và các ký hiệu đặc biệt như *, &, ^, %... Các ký tự này được ghép thành từ, câu, đoạn văn để truyền tải thông tin ĐPT cơ bản.

2.3.2. Hình ảnh tĩnh (Still Image)

Hình ảnh tĩnh bao gồm ảnh chụp và hình họa. Đây là thành phần được dùng nhiều và đóng vai trò quan trọng vào thành công của một tác phẩm báo chí. Một hình ảnh được chụp đúng thời điểm, đúng khoảnh khắc sẽ tạo được hiệu ứng thông tin ngoài mong đợi, làm bật lên cảm xúc, nhấn mạnh nội dung thông tin quan trọng cho độc giả. Bên cạnh đó, việc tiếp nhận thông tin thông qua hình ảnh sẽ nhanh chóng, dễ dàng và hấp dẫn hơn so với chữ viết.

2.3.3. Hình ảnh động (Animation)

Hình ảnh động là một trong các thành phần của yếu tố ĐPT trên BĐT và thường được sử dụng với hai hình thức là trình diễn ảnh (slideshow), hình hoạt họa (animation). Hình thức trình diễn ảnh là cách sắp xếp nhiều ảnh khác nhau theo một ý đồ nhất định của phẩm, nhằm cung cấp đầy đủ thông tin đến với độc giả.

2.3.4. Đồ họa

Trong khuôn khổ nghiên cứu của đề tài, đồ họa trên BĐT chính là một trong những công cụ đưa tin có khả năng biến khối dữ liệu khổng lồ thành các hình ảnh ở mọi chủ đề thông tin được công chúng quan tâm. Nó không chỉ đóng vai trò hỗ trợ mà còn có thể đứng độc lập như một tác phẩm hoàn chỉnh.

Theo tiếp cận trong luận án, đồ họa trên BĐT gồm hai loại – đồ họa truyền thống và đồ họa hiện đại. Đồ họa truyền thống: Đây là những hình ảnh được thể hiện trong không gian hai chiều. Nó không có khả năng chuyển động nên còn được gọi là đồ họa tĩnh. Đồ họa hiện đại gồm đồ họa tương tác và video đồ họa. Biểu đồ, đồ thị, bản đồ, sơ đồ, bảng, hình ảnh minh họa là những hình thức thể hiện của dạng đồ họa truyền thống và đồ họa hiện đại.

2.3.5. Audio (Âm thanh)

Âm thanh là yếu tố ĐPT trên BĐT có tác dụng tạo nên sự gần gũi hơn đối với người tiếp nhận thông tin, khi mà độc giả có thể vừa được đọc, vừa có thể nghe. Âm thanh sử dụng trên BĐT có nhiều hình thức như tiếng động, âm nhạc, lời nói, lời bình, các chương trình phát thanh dành riêng cho web, các chương trình phát thanh phát lại từ Đài truyền thanh...

2.3.6. Video

Trong luận án này, video được tiếp cận từ phương thức thể hiện nội dung - video độc lập và video kết hợp. Nhờ tích hợp video trong sáng tạo nội dung ĐPT, BĐT đã khai thác được toàn bộ những phương tiện ưu việt của tất cả các loại hình báo chí. Hơn thế, video có thể kể câu chuyện mà không cần giải thích quá dài dòng. Công chúng không cần mất nhiều thời gian để đọc những bài dài mà chỉ cần xem video để nắm bắt đầy đủ thông tin.

2.3.7. Chương trình tương tác (Interactive program)

Ngày nay, các chương trình tương tác trên BĐT ngày càng đa dạng, phong phú, thu hút được sự qua tâm của độc giả. Có nhiều hình thức thể hiện của chương trình tương tác trên nền tảng BĐT là giao lưu trực tuyến, trả lời thắc nghiệm, giải đố, bình chọn, thao tác trên các lớp dữ liệu...

2.4. Quy trình sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử

2.4.1. Nhận hoặc đề xuất đề tài có triển khai đa phương tiện

PV có thể đề xuất đề tài hoặc nhận đề tài từ Ban biên tập. Đề tài này sẽ được xem xét có phù hợp cho việc triển khai ĐPT không? Điều kiện kỹ thuật và nhân lực của toà soạn đáp ứng việc triển khai ĐPT như thế nào? Chẳng hạn như, nếu được triển khai ĐPT, nội dung đề tài sẽ được thực hiện dưới dạng text, ảnh, video hay kèm theo cả đồ hoạ, các yếu tố tương tác...

2.4.2. Tìm hiểu đề tài và thu thập dữ liệu

Sau khi được duyệt đề tài có triển khai ĐPT, PV thực hiện nội dung ĐPT theo phân công. Tùy theo mức độ triển khai ĐPT và quy mô của sự kiện, PV có thể thực hiện cá nhân hoặc trao đổi giữa các PV với nhau để thống nhất phương thực hiện, phần việc của từng người sẽ làm. Các phương án thu thập dữ liệu “là quá trình đòi hỏi nhà báo phải có kỹ năng nghiệp vụ tinh thông để có thể khai thác thông tin một cách chính xác và đầy đủ nhất” [24, tr.353].

2.4.3. Xây dựng kịch bản cho “câu chuyện” đa phương tiện

Nhà báo cần chia câu chuyện thành các phần nội dung hợp lý, chặt chẽ, lôgic. Kịch bản thường gồm 3 phần với kết cấu: Bắt đầu (với nhân vật hoặc sự kiện), Diễn biến (với xung đột hoặc thay đổi), Kết thúc (với giải pháp hoặc kết quả). Trong đó, phần “Diễn biến” (chuyện gì xảy ra – thay đổi và xung đột) là quan trọng nhất trong nội dung tác phẩm.

Ba phương thức phổ biến để sáng tạo nội dung ĐPT là kể chuyện bằng các yếu tố thị giác (Visual Storytelling), kể chuyện bằng âm thanh (Audio Storytelling) và kể chuyện tương tác (Interactive Storytelling). Các phương thức kể chuyện này có thể đứng độc lập hoặc được kết hợp với nhau để tạo nên nghệ thuật sáng tạo nội dung khai thác nhuần nhuyễn các yếu tố ĐPT và công nghệ.

2.4.4. Hoàn thiện nội dung đa phương tiện và xử lý hậu kỳ

Bước hoàn thiện nội dung xuất phát từ việc kết nối các yếu tố ĐPT để tạo ra một bức tranh tổng thể. ĐPT có thể tồn tại độc lập hoặc được tích hợp vào bài viết, tùy thuộc vào yêu cầu và mục tiêu của đề tài.

2.4.5. Gửi duyệt xuất bản

Sau khi hoàn thiện nội dung ĐPT, nhà báo gửi tác phẩm đó lên hệ thống quản trị nội dung CMS (Content Management System). Trên CMS, PV thực hiện một loạt các thao tác gồm dán text vào phần nội dung, dán text vào phần mô tả, chèn ảnh, ghi chú thích, tạo box thông tin, đánh từ khoá, chọn vị trí đăng... rồi nhấn nút “Gửi chờ phê duyệt”.

2.4.6. Tiếp nhận, theo dõi và xử lý phản hồi

Đánh giá, đo lường phản hồi và theo dõi tương tác của độc giả là một quá trình quan trọng để đánh giá hiệu quả của xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT.

2.5. Các yếu tố tác động đến xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử Việt Nam

2.5.1. Chủ trương và chiến lược của tòa soạn

Khi lãnh đạo tòa soạn xác định rõ mục tiêu phát triển bám sát nhiệm vụ chuyển đổi số và tích cực cập nhật các xu hướng phát triển của báo chí thế giới, tòa soạn sẽ có cơ hội để đổi mới và áp dụng công nghệ vào quy trình sáng tạo nội dung ĐPT. Ngược lại, nếu thiếu định hướng cụ thể và chủ trương ủng hộ từ lãnh đạo, xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT có thể gặp những cản trở và khó khăn trong ứng dụng công nghệ vào hoạt động sáng tạo và khai thác các yếu tố ĐPT.

2.5.2. Nguồn lực của tòa soạn

Yếu tố nguồn lực tòa soạn (tài chính, công nghệ và năng lực đội ngũ làm báo) có tác động mạnh mẽ đến xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT.

2.5.3. Nhu cầu của công chúng

Công chúng đang cảm thấy áp lực với số lượng tin tức, định dạng hiện có [101]. Trước đó, báo cáo năm 2023 của Viện Reuters cũng đã chỉ ra bằng chứng về việc hầu hết các tòa soạn (72%) đều lo lắng về hiện tượng né tránh tin tức của độc giả đặc biệt là các chủ đề quan trọng nhưng thường gây cảm giác tiêu cực [100].

2.5.4. Công nghệ

"Thế giới mà chúng ta sống đang được dẫn dắt bởi công nghệ và dữ liệu" [70]. Điều này đồng nghĩa với việc mọi ngành công nghiệp cần phải thích nghi và chấp nhận những tiên bộ công nghệ để đảm bảo sự phát triển bền vững trong tương lai. Ngành tin tức cũng không ngoại lệ, vì "tương lai của báo chí và các mô hình kinh doanh của nó dường như phụ thuộc vào mức độ triển khai công nghệ" [71].

Tiểu kết Chương 2

Chương 2 đã giải quyết các khái niệm liên quan đến đề tài nghiên cứu như xu hướng, sáng tạo, nội dung ĐPT, xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT, báo điện tử; làm rõ các yếu tố đa phương tiện (văn bản, hình ảnh tĩnh, hình ảnh động, đồ họa, âm thanh, video, chương trình tương tác), quy trình sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT; các yếu tố tác động đến xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT này. Đồng thời, Chương 2 cũng làm rõ các lý thuyết được sử dụng trong tiếp cận nghiên cứu gồm lý thuyết sử dụng và hài lòng, lý thuyết mô hình chấp nhận công nghệ, lý thuyết về các thứ bậc ảnh hưởng. Những kết quả đạt được sẽ là nền tảng cơ sở cho việc khảo sát, phân tích và đánh giá xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử Việt Nam ở Chương tiếp theo.

Chương 3.

BIỂU HIỆN CỦA XU HƯỚNG SÁNG TẠO NỘI DUNG ĐA PHƯƠNG TIỆN TRÊN BÁO ĐIỆN TỬ VIỆT NAM HIỆN NAY

3.1. Giới thiệu khái quát về về các báo điện tử VnExpress, Dân trí, VietnamPlus và VietNamNet

3.1.1. Sơ lược về BĐT VnExpress

3.1.2. Sơ lược về báo điện tử Dân Trí

3.1.3. Sơ lược về báo điện tử Vietnamplus (Thông tấn xã Việt Nam)

3.1.4. Sơ lược về báo điện tử VietNamNet

3.2. Biểu hiện của xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên các báo điện tử diện khảo sát

3.2.1. Ứng dụng công nghệ hiện đại

3.2.1.1. Xây dựng chiến lược ứng dụng công nghệ

Trong những năm gần đây, các BĐT diện khảo sát tích cực đẩy mạnh đầu tư phát triển công nghệ với mục đích nâng cao hiệu quả sáng tạo nội dung ĐPT, hỗ trợ hoạt động sản xuất thông tin và gia tăng các trải nghiệm có giá trị cho độc giả.

3.2.1.2. Tối ưu hoá hệ thống quản trị nội dung CMS

Với chiến lược ưu tiên phát triển công nghệ, các toà soạn BĐT trong diện được khảo sát thường xuyên nâng cấp và phát triển thêm các bộ công cụ hỗ trợ tích hợp trên CMS, Editor. Thậm chí, một số toà soạn BĐT còn sáng tạo các công cụ theo “đơn đặt hàng” của PV.

3.2.1.3. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ AI

Các BĐT diện khảo sát đều đẩy mạnh ứng dụng AI vào sản xuất những nội dung có chung định dạng, sử dụng nhiều dữ liệu trong không gian số. Những ứng dụng phổ biến của AI trong sáng tạo nội dung ĐPT tại các BĐT diện khảo sát là tổng hợp tin tức tự động, tự động hoá sản xuất tin bài và hỗ trợ biên tập, thu thập dữ liệu và cá nhân hoá nội dung người dùng, kiểm duyệt và lọc bình luận.

3.2.2. Cải tiến quy trình sáng tạo

Nhờ sự hỗ trợ của công nghệ và các công cụ trực tuyến hiện đại, cải tiến quy trình sáng tạo là biểu hiện đặc trưng trong xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên các BĐT diện khảo sát.

3.2.2.1. Nhận và đề xuất đề tài có triển khai đa phương tiện

Ở bước đầu tiên trong quy trình sáng tạo nội dung ĐPT, đa phần các BĐT thuộc diện khảo sát đều triển khai theo 2 phương thức – giao đề tài hoặc đề xuất đề tài.

3.2.2.2. Tìm hiểu, thu thập dữ liệu và xây dựng kịch bản nội dung đa phương tiện

Sau khi đề tài được định hướng triển khai ĐPT, Trưởng khối hoặc Trưởng ban (tuỳ theo từng toà soạn) phân công PV hoặc nhóm PV thực hiện đề tài. Ngày nay, trong thời đại phát triển IoT, công nghệ Big data và AI, các PV có thể chỉ mất vài phút hoặc vài giây để tìm kiếm và thẩm định dữ liệu (con số, hình ảnh,

thông tin, file âm thanh, video...) mà họ cần. Thay vì trước đó, PV có thể mất hàng giờ tìm kiếm trong các chồng tài liệu hoặc trong kho dữ liệu cá nhân trên máy tính hoặc mất vài ngày hay thậm chí vài tuần để thu thập đủ thông tin cần thiết qua các chuyến thực tế.

3.2.2.3. *Xử lý hậu kỳ và hoàn thiện nội dung*

Tại BĐT VietnamPlus, họa sỹ thiết kế dùng các công cụ, kỹ năng để sản xuất thành sản phẩm hoàn chỉnh (lên trang) thành bài Mega Story gồm text, chùm ảnh, video, đồ họa tương tác (biểu đồ, infographics...), đồ họa mỹ thuật [PVS-P10]. Tại VietNamNet, có hai cách: Cách thứ nhất là tạo E-Magazine đơn giản với định dạng sẵn; cách thứ hai yêu cầu thiết kế riêng và do bộ phận thiết kế thực hiện. Còn tại VnExpress, “nếu là bài chữ thì sẽ phải biên tập lại thành bài, còn nếu là tệp hình ảnh sẽ biên tập thành bài ảnh; còn nếu là video, các đoạn clip thì mình sẽ biên tập thành phóng sự truyền hình” [PVS-P4].

3.2.2.4. *Gửi duyệt xuất bản; tiếp nhận, theo dõi và xử lý phản hồi*

Các BĐT diện khảo sát đều áp dụng hệ thống CMS tiên tiến giúp tối ưu hóa việc xuất bản và đo lường phản hồi của công chúng, tăng cường tính tương tác và trải nghiệm người dùng.

3.2.3. **Khai thác các yếu tố đa phương tiện**

3.2.3.1. *Kết hợp các yếu tố đa phương tiện*

Ở Biểu đồ 3.1, nổi bật nhất là kết hợp ba yếu tố ĐPT trong thể hiện nội dung (chiếm tỷ lệ 77,5%). Tiếp theo đó, các bài viết kết hợp bốn yếu tố ĐPT cũng chiếm một phần đáng kể với tỷ lệ 20,8%. Mặc dù chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ (1,7%), các bài viết có nội dung được thể hiện bằng năm yếu tố ĐPT trở lên đại diện cho những tiếp cận đa chiều trong cách thức truyền tải thông tin tới độc giả.

3.2.3.2. *Hình thức và chủ đề nội dung*

Qua khảo sát 2.452 tin bài, xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên các BĐT VnExpress, Dân trí, VietNamNet, VietnamPlus có những biểu hiện nổi bật về hình thức và chủ đề nội dung như sau:

- Chính trị - Thời sự - Xã hội: Với 369 tin bài được khảo sát trên các chuyên mục Chính trị - Thời sự và Xã hội, xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT ở chủ đề này chủ yếu sử dụng các yếu tố ĐPT bao gồm văn bản, ảnh tĩnh, đồ họa và video. Video bám sát các dòng sự kiện chính trị nổi bật. Đồ họa định danh vị trí, trực quan hoá các thông tin/vấn đề thời sự - xã hội.

- Văn hoá – Giải trí: Qua khảo sát 552 tin bài trên các chuyên mục Văn hoá – Giải trí, trên 90% nội dung ĐPT được thể hiện bằng 3 yếu tố gồm văn bản, ảnh tĩnh và video.

- Kinh doanh: Đa phần nội dung ĐPT được khảo sát trong chuyên mục kinh doanh trên các BĐT diện khảo sát kết hợp văn bản, ảnh tĩnh và đồ họa để thể hiện nội dung (311/369 tin bài chiếm tỷ lệ trên 84%).

- Giáo dục: Qua khảo sát 221 tin bài trong chuyên mục Giáo dục, xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT được thể hiện rất rõ nét với nhiều hình thức kết hợp ĐPT.

Đồ hoạ được sử dụng nhiều với biểu đồ, bảng và hình ảnh minh hoạ trong vai trò thống kê số liệu. Video sử dụng với thời lượng trung bình ngắn (2 – 3 phút)...

- Sức khoẻ - Y tế: Nội dung ĐPT về chủ đề này thường được thể hiện bằng các yếu tố ĐPT gồm văn bản, ảnh tĩnh, đồ hoạ và video. Trong đó, hình thức thể hiện bằng văn bản, ảnh tĩnh và đồ hoạ phổ biến nhất với tần suất sử dụng hơn 65%. Tiếp theo là hình thức thể hiện gồm văn bản, ảnh tĩnh và video với tần suất khoảng 21%.

- Thế giới: Qua khảo sát 309 tin bài trên chuyên mục Thế giới, nội dung ĐPT thường được thể hiện theo 3 hình thức với tỷ lệ lần lượt là: (1) văn bản, ảnh tĩnh và đồ hoạ với tần suất 47,2%; (2) văn bản, ảnh tĩnh và video tới tần suất 39,2%; (3) văn bản, ảnh tĩnh, đồ hoạ và video với tần suất 13,6%.

- Thể thao: Hình thức thể hiện được ưa chuộng nhất là văn bản kết hợp cùng ảnh tĩnh và video với tần suất xuất hiện trên 45%. Tiếp theo là hình thức kết hợp văn bản, ảnh tĩnh và đồ hoạ với tần suất xuất hiện khoảng 27%.

3.3. Biểu hiện tiếp nhận và phản hồi xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử của công chúng

3.3.1. Thói quen của công chúng

3.3.1.1. Khoảng thời gian truy cập

Với thời lượng truy cập ngắn, xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT phù hợp với khoảng thời gian mà công chúng có thể dành mỗi ngày để truy cập BĐT.

3.3.1.2. Chuyên mục hay truy cập

Chuyên mục thu hút công chúng theo dõi nhiều nhất là Văn hoá – Giải trí (tỷ lệ công chúng lựa chọn là 60,3%). Tiếp theo, ở vị trí thứ hai và thứ ba là các chuyên mục Thời sự (51,1%) và Chính trị - Xã hội (47,1%). Đối chiếu với kết quả khảo sát ở mục 3.4.2, những chuyên mục được nêu trên đều là những chuyên mục có nội dung ĐPT được kết hợp thường xuyên nhất từ 3 yếu tố gồm văn bản, ảnh tĩnh và video.

3.3.1.3. Khung giờ truy cập

51,2% người tham gia khảo sát lựa chọn khung giờ buổi tối (20h – 22h) với 268/523 lựa chọn. Khung giờ thứ hai là vào đầu buổi sáng (8h – 9h) với 18,7% lựa chọn. Các khung giờ tiếp theo lần lượt giảm dần về số lượng người truy cập BĐT là khung giờ trưa (11h – 13h) với tỷ lệ 13%, khung giờ ban đêm (22h – 24h) với 9,8% và cuối cùng là khung giờ chiều (15h – 17h) với tỷ lệ 7,3%.

3.3.1.4. Báo điện tử hay truy cập

Hai báo điện tử được truy cập thường xuyên nhất là VnExpress (65,4%) và Dân trí (57,7%). Từ số liệu thống kê ở Bảng 3.1 về khai thác các yếu tố ĐPT cho thấy có mối tương quan giữa BĐT được truy cập nhiều nhất với BĐT khai thác đa dạng và phong phú nhất các yếu tố ĐPT trong sáng tạo nội dung.

3.3.2. Sự hài lòng, quan điểm và mong muốn của công chúng

3.3.2.1. Các yếu tố đa phương tiện được ưa chuộng

Ba yếu tố ĐPT được ưa chuộng nhất trong tiếp nhận nội dung ĐPT của công chúng là video (61,9%), văn bản (60,7%), hình ảnh tĩnh (36,2%). Ba yếu tố ĐPT

này cũng chính là những yếu tố được khai thác và kết hợp thường xuyên nhất trong sáng tạo nội dung ĐPT ở các chuyên mục được công chúng theo dõi nhiều nhất theo kết quả phân tích ở mục 3.5.1.

3.3.2.2. Quan điểm của công chúng

Bảng điều tra công chúng đã thăm dò sự đồng tình và ủng hộ của công chúng cho một số quan điểm được đưa ra liên quan đến xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT từ C7.1 đến C7.8 (xem thêm kết quả khảo sát C7, Phụ lục 2).

3.3.2.3. Sự hài lòng về giao diện tiếp nhận

Giá trị trung bình 3,9 điểm theo thang đo Anket 5 điểm phản ánh mức độ hài lòng khá cao của công chúng về giao diện tiếp nhận nội dung ĐPT trên BĐT (C8).

3.3.2.4. Mong muốn tiếp nhận nội dung đa phương tiện (dạng bài dài, được đầu tư thiết kế) theo nhóm tuổi

Kết quả kiểm định ở bảng 3.4 thể hiện xu hướng gia tăng mức độ hào hứng trong tiếp nhận nội dung ĐPT (dạng bài dài, được đầu tư thiết kế) từ nhóm trẻ (18 – 25 tuổi) đến nhóm tuổi lớn hơn.

3.3.2.5. Thời lượng video

Đa số người tham gia khảo sát có nhu cầu xem video ngắn (dưới 1 phút) với tỷ lệ 58,2%.

3.3.3. Hành vi sau tiếp nhận

3.3.3.1. Tiếp nhận nội dung đa phương tiện và tương tác

Hệ số tương quan Pearson giữa hai biến là 0.289 (> 0) chứng tỏ rằng, mặc dù có sự liên hệ giữa hai yếu tố được kiểm định nhưng mức độ ảnh hưởng của mong muốn tiếp nhận nội dung đến hành vi tương tác sau đó là không mạnh mẽ.

3.3.3.2. Mức độ sẵn sàng trả phí

40,2% người tham gia sẵn sàng trả phí cho nội dung ĐPT hấp dẫn và được đầu tư kỹ lưỡng trên BĐT, trong khi 59,8% còn lại chưa sẵn sàng trả phí.

3.4. Đánh giá

3.4.1. Thành công

Sáng tạo nội dung ĐPT là xu hướng không thể thiếu trong sự vận động và phát triển của BĐT. Xu hướng này đã đem đến rất nhiều thành công cho các BĐT thuộc diện khảo sát thông qua sự chú trọng đầu tư công nghệ và khai thác đa dạng các yếu tố ĐPT, bao gồm: Tạo ra nhiều nội dung đa phương tiện hấp dẫn và trực quan hơn; Nâng cấp và tự động hoá một phần quy trình sáng tạo; Tăng tương tác và tạo ra nhiều trải nghiệm có giá trị cho độc giả; Tiếp thêm động lực sáng tạo cho nhà báo; Nâng cao năng lực cạnh tranh và tạo dựng những giá trị bản sắc riêng biệt.

3.4.2. Hạn chế

Bên cạnh những thành công, xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT còn tồn tại một số hạn chế cần được các toà soạn BĐT khắc phục trong thời gian tới, như: kiểm soát các nguồn thông tin mạng; rào cản thời gian, tài chính và nguồn nhân lực công nghệ cao; hiệu quả sáng tạo phụ thuộc vào nguồn dữ liệu đầu vào; khai

thác quá nhiều yếu tố ĐPT nhưng chưa đảm bảo tính hấp dẫn, độc đáo và sáng tạo.

Tiểu kết chương 3

Kết quả khảo sát trong Chương 3 đã làm sáng tỏ các biểu hiện của xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên các BĐT VnExpress, VietNamNet, Dân trí và VietnamPlus. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các BĐT thuộc diện khảo sát đã đạt được nhiều thành công trong xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT. Điều đó được thể hiện qua chiến lược phát triển công nghệ; phương thức sáng tạo ứng dụng công nghệ hiện đại (tối ưu hoá hệ thống quản trị nội dung CMS, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ AI); cải tiến quy trình sáng tạo; khai thác đa dạng, linh hoạt và hiệu quả các yếu tố ĐPT. Ngoài ra, Chương 3 cũng làm rõ những đặc điểm về thói quen, nhu cầu, sở thích, quan điểm, sự hài lòng và hành vi của công chúng trong tiếp nhận xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT.

Chương 4.

NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA, DỰ BÁO VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY XU HƯỚNG SÁNG TẠO NỘI DUNG ĐA PHƯƠNG TIỆN TRÊN BÁO ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

4.1. Những vấn đề đặt ra

4.1.1. Lợi ích kinh tế và công chúng

- Để tăng doanh thu quảng cáo và thu hút công chúng, BĐT cần hiểu rõ độc giả, phát triển nội dung ĐPT hấp dẫn nhằm kéo dài thời gian truy cập và cải thiện trải nghiệm, từ đó thu hút quảng cáo và đáp ứng nhu cầu của công chúng tốt hơn.

- Xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT giúp gia tăng lợi nhuận và nâng cao lợi thế cạnh tranh cho các tòa soạn nhưng cần cân bằng giữa tối ưu hóa giá trị thương mại và cung cấp những trải nghiệm có ý nghĩa, chiều sâu cho công chúng.

- Mâu thuẫn giữa nhu cầu thu phí của các tòa soạn và thói quen tiêu thụ nội dung miễn phí của độc giả đòi hỏi các BĐT cần có chiến lược sáng tạo nội dung ĐPT khác biệt để thu hút người đọc trả phí.

4.1.2. Công nghệ và con người

- Công nghệ chỉ nên xem là công cụ hỗ trợ, là “trợ thủ” đắc lực cho PV và BTV.

- Nếu tòa soạn chỉ chú trọng chạy theo công nghệ để tối ưu tốc độ khai thác ĐPT, tối ưu tốc độ sáng tạo nội dung ĐPT với những khuôn mẫu và công thức, bản sắc thương hiệu và dấu ấn sáng tạo cá nhân có thể bị mờ nhạt.

- Trong không gian mạng, nguy cơ xâm phạm quyền riêng tư và rò rỉ thông tin cá nhân rất dễ xảy ra.

4.1.3. Nguồn lực đáp ứng đổi mới công nghệ

- Những tòa soạn BĐT lớn có khả năng đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ có thể dẫn đầu trong cuộc đua sáng tạo nội dung trong khi các tòa soạn nhỏ hơn phải đối mặt với nguy cơ bị bỏ lại phía sau.

- Đổi mới phương thức sáng tạo không chỉ yêu cầu ứng dụng công nghệ hiện đại mà còn cần ý chí, sự quyết tâm, ý chí và năng lực đáp ứng của đội ngũ PV/BTV.

- Sử dụng hiệu quả các nguồn lực là thách thức lớn đối với nhiều tòa soạn khi phải cân bằng giữa sáng tạo nội dung, tối ưu hóa hạ tầng phân phối và đảm bảo hiệu quả kinh tế, đồng thời tránh lãng phí tài nguyên nếu không tận dụng tốt công nghệ hoặc nhân lực.

4.1.4. Khoảng cách thể hệ và áp lực sáng tạo

Xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT đặt ra những thách thức về khoảng cách chênh lệch giữa các thế hệ giữa các nhà báo trong tiếp cận và ứng dụng công nghệ cũng như một tập hợp các áp lực về thời gian, tốc độ cạnh tranh, chất lượng nội dung cho cả tòa soạn và đội ngũ PV/BTV.

4.2. Dự báo xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử Việt Nam trong thời gian tới

4.2.1. Ứng dụng mạnh mẽ công nghệ hiện đại

- Công nghệ AI, đặc biệt là AI tạo sinh tham gia ngày càng sâu hơn vào quy trình sáng tạo nội dung ĐPT từ thu thập thông tin, sản xuất nội dung đến cá nhân hóa trải nghiệm người đọc, từ đó giúp tối ưu hóa quy trình và nâng cao chất lượng báo chí.

- Ngoài AI, các công nghệ tiên tiến như VR và IoT sẽ được ứng dụng rộng rãi hơn với mục đích mang đến cho độc giả những trải nghiệm nhập vai và tương tác độc đáo.

4.2.2. Tăng cường sáng tạo nội dung sâu, đa chiều và tích cực

Xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT sẽ tập trung vào các câu chuyện chuyên sâu, tích cực và mang tính nhân văn, kết hợp video ngắn và đồ họa tương tác để truyền tải nội dung hấp dẫn, trực quan và tạo động lực cho độc giả trong bối cảnh thông tin tiêu cực lan tràn trên các nền tảng truyền thông.

4.2.3. Đẩy mạnh cá nhân hoá nội dung người dùng và thu phí bạn đọc

Xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện sẽ tập trung cá nhân hóa trải nghiệm người dùng dựa trên công nghệ AI và dữ liệu lớn, đồng thời đẩy mạnh mô hình thu phí độc giả thông qua các nội dung chất lượng, độc quyền và chuyên sâu.

4.3. Giải pháp nâng cao hiệu quả sáng tạo và thúc đẩy xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử Việt Nam trong thời gian tới

4.3.1. Đối với các cơ quan quản lý

Các cơ quan quản lý nhà nước đóng vai trò quan trọng trong hỗ trợ chính sách và nâng cao nhận thức của tòa soạn và nhà báo về vai trò quan trọng của công nghệ gắn với Chiến lược Chuyển đổi số báo chí của Chính phủ.

4.3.2. Đối với cơ sở đào tạo báo chí

- *Đổi mới chương trình và hình thức đào tạo*

Bên cạnh khôi kiến thức cơ sở lý luận báo chí không thể thiếu, chương trình đào tạo cần có tính mở với việc cập nhật thường xuyên các học phần trang bị kiến

thức và kỹ năng để sinh viên có thể thích ứng tốt với môi trường làm báo hiện đại.

- *Nâng cao chất lượng giảng dạy và đội ngũ tham gia đào tạo*

Để nâng cao chất lượng giảng dạy, các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực báo chí cần kết hợp nhiều giải pháp như đẩy mạnh hợp tác với các cơ quan báo chí, các công ty/tập đoàn công nghệ; bồi dưỡng và nâng cao năng lực chuyên môn, nghiệp vụ thường xuyên cho đội ngũ giảng viên.

4.3.3. Đối với toà soạn báo điện tử

- *Tinh thần nêu gương của đội ngũ lãnh đạo*

Đội ngũ lãnh đạo toà soạn phải có tư duy tốt về ĐPT cũng như có những đường hướng cụ thể và khả thi để đẩy mạnh ĐPT trong toà soạn. Lãnh đạo cũng phải nêu gương, là hình mẫu về tư duy ĐPT cũng như năng lực sáng tạo nội dung ĐPT nếu cần, luôn truyền cảm hứng, tiên phong ứng dụng công nghệ và sử dụng triệt để các yếu tố ĐPT trong hoạt động tác nghiệp.

- *Đầu tư cho công nghệ*

Các toà soạn cần cập nhật và đầu tư vào các công cụ và phần mềm hiện đại hỗ trợ hoạt động sáng tạo nội dung ĐPT, cải thiện giao diện và nâng cấp hạ tầng công nghệ thông tin, phát triển các bộ công cụ hỗ trợ tích hợp trên Editor và CMS theo “đặt hàng” của PV, tối ưu hoá các công cụ tìm kiếm (SEO), tăng cường ứng dụng AI...

- *Tạo động lực sáng tạo và phát triển đội ngũ làm báo*

Lãnh đạo toà soạn cần quan tâm tới việc tạo động lực cho đội ngũ làm báo, có cơ chế khuyến khích hoạt động sáng tạo nội dung ĐPT; giúp nhà báo nhận thức được những giá trị khi đưa ĐPT vào nội dung bài viết.

- *Xây dựng quy trình tác nghiệp đa phương tiện và kế hoạch “chăm sóc” độc giả*

Các toà soạn cần xây dựng quy chuẩn riêng và các chiến lược nội dung tốt để phát huy thế mạnh của từng yếu tố ĐPT trong sáng tạo nội dung. Đồng thời, toà soạn cũng cần chú trọng tới việc thu thập dữ liệu và đổi mới cách thức “chăm sóc” độc giả.

4.3.4. Đối với đội ngũ làm báo

- *Đổi mới tư duy làm báo từ truyền thống sang ĐPT*

- *Cập nhật công nghệ và trang bị các kỹ năng làm báo đa phương tiện*

Để làm tốt ĐPT, nhà báo cần thành thạo sử dụng công nghệ, nhất là các phần mềm sáng tạo nội dung, phát triển kỹ năng kể chuyện ĐPT bằng cách kết hợp hiệu quả các yếu tố như văn bản, hình ảnh, âm thanh, đồ họa, video...

Tiểu kết chương 4

Chương 4 đã giải quyết đầy đủ nhiệm vụ nghiên cứu “nhận định các vấn đề trong sự vận động và phát triển của xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT, từ đó, đưa ra dự báo, đề xuất các giải pháp thúc đẩy xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam trong thời gian tới” của luận án. Dựa trên kết quả phỏng vấn sâu, Chương

4 đã phân tích các vấn đề đặt ra đối với xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam hiện nay.

Từ những vấn đề đặt ra đó, xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam trong thời gian tới được dự báo sẽ tập trung đẩy mạnh ứng dụng công nghệ AI; tăng cường các nội dung sâu, đa chiều và có giá trị nhân văn; kết hợp video ngắn và đồ họa tương tác thường xuyên hơn. Ngoài ra, cá nhân hóa nội dung ĐPT theo dữ liệu người dùng ngày càng trở nên phổ biến. Các toà soạn cũng tăng cường mô hình thu phí và phát triển các công nghệ VR, IoT để tăng trải nghiệm độc đáo, sống động cho độc giả. Trên cơ sở đó, luận án đề xuất giải pháp góp phần nâng cao hiệu quả sáng tạo và thúc đẩy xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam trong thời gian tới đối với 4 nhóm đối tượng gồm cơ quan quản lý, cơ sở đào tạo báo chí, toà soạn và đội ngũ làm báo.

KẾT LUẬN

Ngày nay, dưới sự phát triển như vũ bão của Internet cùng những thành tựu to lớn của cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0, đời sống báo chí hiện đại trở nên sôi động hơn bao giờ hết. Diện mạo báo chí thay đổi liên tục cùng với sự phát triển của công nghệ, đặc biệt là hình thức truyền tải thông tin. Một tin, bài không còn là vài trăm đến vài nghìn từ kèm theo hình ảnh minh họa hoặc gắn cùng một đoạn âm thanh hay video hỗ trợ mà còn kết hợp tất cả những gì có thể để trình bày hấp dẫn, dễ hiểu, tăng tương tác và những trải nghiệm có giá trị sao cho phù hợp với thói quen và sự chủ động tiếp nhận thông tin của công chúng.

Trong bối cảnh đó, tại Việt Nam, chuyên đổi số báo chí với đặc thù sáng tạo trên nền tảng công nghệ đã trở thành nhiệm vụ bắt buộc đối với mọi cơ quan báo chí và nhà báo. Những tiến bộ về công nghệ, nhất là công nghệ AI đã làm thay đổi mạnh mẽ phương thức sáng tạo của đội ngũ PV/BTV. Đặc biệt, báo điện tử với những thế mạnh sẵn có loại hình dễ dàng phát triển nội dung số và thuận lợi tích hợp cùng lúc 3 – 4 yếu tố ĐPT trở lên vào trong một bài viết.

Tuy nhiên, công nghệ cũng đặt ra những thách thức lớn cho các toà soạn BĐT về khả năng tiếp cận và năng lực ứng dụng nó trong hoạt động sáng tạo nội dung ĐPT. Đồng thời, toà soạn BĐT cũng phải đối mặt với áp lực kinh tế do sụt giảm nguồn thu quảng cáo và những thay đổi trong thói quen tiếp nhận thông tin của công chúng thời đại đó. Do vậy, để đáp ứng nhiệm vụ chuyển đổi số của Chính phủ, thu hút và giữ chân công chúng, gia tăng các nguồn thu cho toà soạn đến từ hoạt động thu phí độc giả, điều cốt lõi nhất vẫn là nội dung hay, độc đáo, hấp dẫn, có chiều sâu và chi tiết, tích hợp hiệu quả các yếu tố ĐPT.

Chính vì vậy, luận án đã lựa chọn “xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam” làm đối tượng nghiên cứu. Để thực hiện đề tài này, luận án sử dụng các lý thuyết tiếp cận gồm lý thuyết Sử dụng và Hải lòng, lý thuyết Mô hình chấp nhận công nghệ và lý thuyết Các thứ bậc ảnh hưởng. Luận án sử dụng các phương pháp nghiên cứu định tính (phân tích tài liệu, phỏng vấn sâu) và định lượng (khảo sát nội dung và điều tra xã hội học). Những kết quả nghiên cứu chính trong luận án là:

1. Sáng tạo gắn liền với lao động báo chí và đa phương tiện là đặc trưng của báo điện tử. Tuy nhiên, trong bối cảnh chuyển đổi số như một nhiệm vụ bắt buộc, sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT liên tục cập nhật những cách làm mới, phương pháp mới nhờ ứng dụng công nghệ. Do đó, nghiên cứu xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT chính là nghiên cứu những hướng đi, cách làm mới và xu thế vận động trong hoạt động sáng tạo nội dung trên BĐT. Những hướng đi, cách làm và xu thế vận động mới này đã được định hình và đã có những biểu hiện rõ rệt.

Có bốn yếu tố tác động đến xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam là: (1) chủ trương và chiến lược phát triển của toà soạn; (2) nguồn lực của toà soạn; (3) nhu cầu của công chúng và (4) công nghệ. Áp dụng lý thuyết Các thứ bậc ảnh hưởng, những yếu tố bên ngoài toà soạn (nhu cầu của công chúng và công nghệ) sẽ là động lực gián tiếp thúc đẩy xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT và những yếu tố bên trong toà soạn (chủ trương và chiến lược phát triển của toà soạn, nguồn lực của toà soạn) có thể thúc đẩy/cản trở trực tiếp xu hướng sáng tạo đó. Dù được thúc đẩy hay cản trở, xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT vẫn diễn ra với đầy đủ tính chất của một xu hướng nói chung (tính khách quan, tính tất yếu, tính kế thừa và tính phát triển).

2. Qua khảo sát bốn báo điện tử VnExpress, Dân trí, VietNamNet và VietnamPlus, luận án đã làm rõ những biểu hiện của xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT được thể hiện trên các phương diện chiến lược phát triển công nghệ; phương thức sáng tạo ứng dụng công nghệ hiện đại (tối ưu hoá hệ thống quản trị nội dung CMS, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ AI); cải tiến quy trình sáng tạo; khai thác đa dạng, linh hoạt và hiệu quả các yếu tố đa phương tiện.

Chẳng hạn, các BĐT điện khảo sát đã tập trung cải tiến hệ thống quản trị nội dung CMS và ứng dụng công nghệ tiên tiến như AI để nâng cao chất lượng nội dung, cải thiện trải nghiệm người dùng và đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số. Đồng thời, quy trình sáng tạo nội dung ĐPT liên tục được nâng cấp để đảm bảo tính đồng bộ, tích hợp ngày càng nhiều công cụ hỗ trợ “trộn” nhiều yếu tố ĐPT... Có thể thấy, nhờ đón nhận xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT từ rất sớm và không ngừng thúc đẩy xu hướng này, các BĐT điện khảo sát đã chứng tỏ năng lực làm chủ công nghệ, thích ứng nhanh chóng với những cách làm mới và phương thức sáng tạo mới để thu hút công chúng.

3. Dựa trên lý thuyết Sử dụng và Hải lòng, lý thuyết Mô hình chấp nhận công nghệ TAM, nhu cầu, sở thích, thói quen cũng như mong muốn tiếp nhận, phản hồi và tương tác của công chúng đối với nội dung ĐPT đã phản ánh sự chấp nhận ứng dụng công nghệ và sự đón nhận tích cực của công chúng đối với xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT. Kết quả khảo sát cho thấy, công chúng đánh giá khá cao các yếu tố trực quan như video và đồ họa. Dù 59,8% công chúng chưa sẵn sàng trả phí cho nội dung ĐPT nhưng mô hình thu phí bạn đọc thông qua thúc đẩy xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT có rất nhiều triển vọng phát triển.

4. Trên cơ sở phân tích và đánh giá các biểu hiện của xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên bốn BĐT điện khảo sát, luận án đã nhận định các vấn đề đặt ra đối

với xu hướng này gồm lợi ích kinh tế và công chúng, công nghệ và con người, nguồn lực đáp ứng đổi mới công nghệ, khoảng cách thể hệ giữa các nhà báo và áp lực sáng tạo trong không gian số. Những vấn đề nêu ra là những thách thức và rào cản mà xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT phải đối diện và vượt qua trong thời gian tới.

Đồng thời, luận án đã đưa ra dự báo về xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam thông qua các biểu hiện như ứng dụng mạnh mẽ công nghệ hiện đại (nhất là AI tạo sinh); tăng cường sáng tạo nội dung sâu, đa chiều và tích cực; đẩy mạnh cá nhân hoá nội dung người dùng và thu phí bạn đọc. Từ những vấn đề và dự báo trên, vận dụng lý thuyết Các thứ bậc ảnh hưởng, các nhóm giải pháp được đề xuất từ cấp vĩ mô đến cấp vi mô, gồm 4 nhóm đối tượng là cơ quan quản lý nhà nước, cơ sở đào tạo báo chí, toà soạn BĐT và đội ngũ làm báo.

Cuối cùng, đối chiếu các kết quả nghiên cứu chính trong luận án với các câu hỏi được đặt ra cho thấy, luận án đã trả lời đầy đủ các bốn câu hỏi nghiên cứu ở Lời mở đầu.

5. Với tinh thần trách nhiệm và thái độ cầu thị, NCS đã chỉ ra được các yếu tố thúc đẩy hoặc cản trở xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam và làm rõ biểu hiện của xu hướng đó qua khảo sát bốn BĐT (VnExpress, Dân trí, VietNamNet và VietnamPlus) và khảo sát công chúng. Từ đó, NCS đã nhận định một số vấn đề và đưa ra dự báo, đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả sáng tạo và thúc đẩy xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT Việt Nam trong thời gian tới.

Tuy nhiên, phạm vi khảo sát mới chỉ dừng lại ở bốn BĐT lớn tại Việt Nam và điều tra khảo sát công chúng với phương pháp chọn mẫu vệt dầu loang và chọn mẫu thuận tiện nên các kết quả nghiên cứu đưa ra mới chỉ là bước đầu. NCS nhận thấy vẫn còn những hạn chế, thiếu sót và khoảng trống nghiên cứu cần tiếp tục triển khai ở những công trình tiếp theo.

Các chủ đề cần tiếp tục nghiên cứu trong thời gian tới có thể đề xuất như sau: xu hướng sáng tạo nội dung ĐPT trên BĐT thế giới và gợi ý cho Việt Nam; quản trị nội dung ĐPT trên BĐT; xu hướng sáng tạo nội dung trên các nền tảng truyền thông khác; nghệ thuật kể chuyện đa phương tiện; ứng dụng công nghệ trong sáng tạo nội dung báo chí... NCS hy vọng những kết quả nghiên cứu bước đầu của luận án sẽ đặt ra nền móng cần thiết cho những nghiên cứu khoa học trong thời gian tới.

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN

1. La Thuy Linh (2022), “Impacts of the Industrial Revolution 4.0 on the Process of Creating Journalistic Works”, *Proceedings of the series of interdisciplinary scientific conferences DAAS 2022 in International Conference on Creative Industries: Past, Present and Future*, National University of Hanoi Publishing House, pp. 243-256.
2. Lã Thuỳ Linh, Dương Thị Thuý Nga (2022), “Xu hướng thể hiện thông tin đồ hoạ trên báo điện tử”, *Tạp chí Người làm báo* (12), tr. 17-22.
3. La Thuy Linh (2023), “Creating journalistic content in the Context of Industrial Revolution 4.0 – Opportunities and Challenges”, *Proceedings of ICSEED 2023 Socio-Economic and Environment Issues in Development*, Finance Publishing House, pp. 2258-2267.
4. Lã Thuỳ Linh (2023), “Chiến lược ứng dụng trí tuệ nhân tạo cho báo chí ở Việt Nam”, *Báo chí truyền thông – Những vấn đề trọng yếu* (3), NXB. Thông tin và truyền thông, tr. 134-149.
5. Lã Thuỳ Linh (2023), “Quy trình sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử”, *Tạp chí Người làm báo* (11), tr. 22-24.
6. Nguyen Thanh Loi, La Thuy Linh (2024), “Skills and professional ethics required for journalists in creative work in the digital age”, *Proceedings of International DAAS 2023 - International Conference on The Role of Multimedia Intelligent Systems in Digital Communication*, National University of Hanoi Publishing House, pp. 298-308.