

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA
HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

VŨ TRUNG DUY

**CHUYỂN ĐỔI NỘI DUNG SỐ
TRONG CÁC TẠP CHÍ CỦA VIỆT NAM HIỆN NAY**

Mã số: 9 32 01 01

LUẬN ÁN TIẾN SĨ BÁO CHÍ HỌC

Người hướng dẫn khoa học: **PGS, TS. HÀ HUY PHƯỢNG**



HÀ NỘI - 2025

Luận án đã được chỉnh sửa theo khuyến nghị của Hội đồng chấm luận án cấp Học viện./.

Hà Nội, ngày 5 tháng 8 năm 2025

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG

PGS, TS. Nguyễn Thị Trường Giang

LỜI CAM ĐOAN

Luận án “**Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay**” là công trình nghiên cứu của riêng tôi, dưới sự hướng dẫn của PGS, TS Hà Huy Phụng. Các tài liệu sử dụng tham khảo, trích dẫn trong luận án đều bảo đảm rõ nguồn gốc, chính xác. Các số liệu thống kê, kết quả nghiên cứu và phát hiện mới, các kết luận là trung thực, chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình của những tác giả khác.

Tôi xin cam đoan điều này là đúng sự thật. Nếu sai tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm.

Hà Nội, ngày 5 tháng 8 năm 2025

Tác giả luận án

Vũ Trung Duy

LỜI CẢM ƠN

Sau một thời gian học tập và nghiên cứu chuyên ngành Báo chí học tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền, đến nay tôi đã hoàn thành bản luận án tốt nghiệp đề bảo vệ cấp Học viện.

Để đạt kết quả này, trước hết, tôi xin được bày tỏ lòng biết ơn chân thành tới thầy hướng dẫn khoa học PGS, TS. Hà Huy Phương đã hướng dẫn, định hướng cho tôi về đề tài, phương pháp nghiên cứu và hoàn thiện luận án. Đồng thời, tôi trân trọng cảm ơn các nhà khoa học tham gia hội đồng chuyên đề, hội đồng cơ sở, phản biện kín, hội đồng cấp học viện đã đóng góp nhiều ý kiến quý báu để tôi có thể hoàn thiện luận án.

Trân trọng cảm ơn các thầy, cô đã trực tiếp giảng dạy, cung cấp cho tôi hệ thống kiến thức lý luận và thực tiễn đáng quý! Những kiến thức này đã và sẽ giúp ích cho tôi trong quá trình học tập, nghiên cứu, công tác hiện tại cũng như trong tương lai.

Trân trọng cảm ơn các thầy, cô Viện Báo chí - Truyền thông, Ban Quản lý đào tạo, bồi dưỡng đã tận tâm giúp đỡ và hướng dẫn cho tôi trong suốt quá trình học tập, nghiên cứu tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền!

Tôi cũng xin chân thành cảm ơn lãnh đạo cơ quan chủ quản và các đồng nghiệp, người thân, bạn bè đã ủng hộ và tạo điều kiện giúp tôi hoàn thành luận án này.

Hà Nội, ngày 5 tháng 8 năm 2025

Tác giả luận án

Vũ Trung Duy

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU.....	1
TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN	
ĐỀ TÀI.....	13
1. Khái quát tình hình nghiên cứu.....	13
2. Nhận xét, đánh giá, những khoảng trống cần tiếp tục nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án.....	39
Chương 1: CHUYỂN ĐỔI NỘI DUNG SỐ TRONG CÁC TẠP CHÍ - NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN	43
1.1. Các khái niệm liên quan.....	43
1.2. Vai trò, đặc điểm của chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí.....	69
1.3. Cơ sở chính trị - pháp lý của chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí ở Việt Nam hiện nay.....	73
1.4. Chủ thể, khách thể, nội dung, phương thức, những nguyên tắc và yêu cầu đối với chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí.....	78
Chương 2: THỰC TRẠNG CHUYỂN ĐỔI NỘI DUNG SỐ TRONG CÁC TẠP CHÍ CỦA VIỆT NAM HIỆN NAY.....	92
2.1. Giới thiệu về các tạp chí chọn mẫu khảo sát.....	92
2.2. Khảo sát thực trạng chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay.....	95
2.3. Đánh giá kết quả khảo sát chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay.....	124
2.4. Những nguyên nhân ảnh hưởng đến chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay.....	131
Chương 3: NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA, GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY CHUYỂN ĐỔI NỘI DUNG SỐ TRONG CÁC TẠP CHÍ Ở VIỆT NAM.....	138
3.1. Bối cảnh phát triển báo chí và tác động đến quá trình chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam trong thời gian tới.....	138
3.2. Giải pháp chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam thời gian tới.....	160
3.3. Một số khuyến nghị.....	171
KẾT LUẬN.....	179
DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ LUẬN ÁN CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN...	184
MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	185
PHỤ LỤC.....	199

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

AI	:	Trí tuệ nhân tạo
BBT	:	Ban Biên tập
BTv	:	Biên tập viên
CMCNLT4	:	Cách mạng công nghiệp lần thứ tư
CQBC	:	Cơ quan báo chí
CTV	:	Cộng tác viên
QLBC	:	Quản lý báo chí
PV	:	Phóng viên
HSTK	:	Họa sĩ thiết kế
IOT	:	Internet vạn vật
KTV	:	Kỹ thuật viên
SPBC	:	Sản phẩm báo chí
TPBC	:	Tác phẩm báo chí
TBT	:	Tổng biên tập

DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1:	Các nền tảng công nghệ số.....	56
Hình 1.2:	Các bước cơ bản của chuyển đổi số.....	61
Hình 1.3:	Mô hình năm giai đoạn của chuyển đổi số.....	62
Hình 1.4:	Khung năng lực số.....	67
Hình 2.1:	Năng lực số của Ban Biên tập các tạp chí.....	95
Hình 2.2:	Nguồn nhân lực các cơ quan tạp chí khảo sát.....	98
Hình 2.3:	Năng lực số của nguồn nhân lực các tạp chí.....	99
Hình 2.4:	Giao diện Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam điện tử.	100
Hình 2.5:	Giao diện Tạp chí Cộng sản điện tử.....	101
Hình 2.6:	Chuyên mục Mega Story của Tạp chí Cộng sản điện tử...	102
Hình 2.7:	Giao diện Tạp chí Ngày Nay điện tử.....	103
Hình 2.8:	Tạp chí Ngày Nay điện tử phân phối nội dung trên mạng xã hội.....	104
Hình 2.9:	Giao diện Tạp chí điện tử Tri thức.....	105
Hình 2.10:	Giao diện các chuyên mục Lens, Vodcast của Tạp chí Tri thức.....	106
Hình 2.11:	Ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung trong các tạp chí khảo sát.....	106
Hình 2.12:	Tạp chí Ngày Nay đã tiên phong gắn chip định danh Nomion lên 300 ấn phẩm Xuân Giáp Thìn.....	107
Hình 2.13:	Tạp chí Ngày Nay sử dụng ChatGPT để tạo minh họa bài viết	108
Hình 2.14:	PV, BTV Tạp chí Cộng sản điện tử sử dụng công nghệ AI để hỗ trợ tìm kiếm, xác định thông tin và sử dụng AI tích hợp lên hệ thống quản trị nội dung Tạp chí Cộng sản điện tử.....	108
Hình 2.15:	Ứng dụng công nghệ số trong phân phối nội dung.....	109
Hình 2.16:	Ứng dụng công nghệ số trong quản lý và khai thác dữ liệu độc giả.....	110
Hình 2.17:	Giao diện công cụ phân tích website Tạp chí Cộng sản điện tử của Google analytics.....	110

Hình 2.18:	Sáng tạo loại hình truyền thông mới.....	111
Hình 2.19:	Lượt truy cập các tạp chí thông qua công cụ đo lường kỹ thuật số Similarweb.....	112
Hình 2.20:	Lượt truy cập các tạp chí theo thời gian.....	113
Hình 2.21:	Trung bình lượt truy cập các tạp chí theo thời gian.....	114
Hình 2.22:	Nguồn lưu lượng truy cập của người dùng.....	115
Hình 2.23:	Nguồn lưu lượng truy cập thông qua thiết bị truy cập.....	115
Hình 2.24:	Nguồn lưu lượng truy cập từ các phương tiện truyền thông xã hội.....	116
Hình 2.25:	Nguồn lưu lượng truy cập theo giới tính.....	117
Hình 2.26:	Nhân khẩu học người dùng theo nhóm tuổi.....	118
Hình 2.27:	Giao diện tòa soạn hội tụ của của Công ty cổ phần Neko cung cấp cho Tạp chí Cộng sản (dùng cho tạp chí in và tạp chí điện tử).....	119
Hình 2.28:	Giao diện hệ thống quản trị nội dung của Tạp chí Cộng sản điện tử do Tập đoàn Viettel phát triển.....	120
Hình 2.29:	Đánh giá mức độ trưởng thành chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí.....	122
Hình 3.1:	Mô hình phổ quát tạp chí số.....	170

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Thế giới đương đại đang ở trong thời đại số (Digital age), hay còn được gọi là kỷ nguyên số (Digital era). Kỷ nguyên số là thời kỳ mà ở đó có sự truy cập, chia sẻ và sử dụng thông tin ở dạng điện tử rộng rãi, sẵn sàng và dễ dàng. Kỷ nguyên số bắt đầu vào những năm 1970 với sự xuất hiện của máy tính, internet và sự khởi đầu của quá trình số hóa (digitization), cũng là thời điểm bắt đầu của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ ba. Với sự –xuất hiện của máy tính tốc độ cao, internet băng thông rộng (4G, 5G); cùng với các thiết bị cầm tay, thông minh, nhỏ, gọn, giá thành rẻ; quá trình chuyển đổi số tăng tốc trên phạm vi toàn cầu đã tạo ra sự kết nối ngày càng chặt chẽ giữa thế giới thực (real world) với không gian số (cyber space). Đặc biệt là sự xuất hiện của trí tuệ nhân tạo (AI) và một số công nghệ số mang tính đột phá khác giúp chuyển từ sản xuất tự động sang sản xuất thông minh đang tạo nên cấu phần cốt lõi của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCNLT4) có tác động mạnh mẽ đến thế giới đương đại [94].

Internet băng thông rộng thế hệ mới với công nghệ số và đổi mới sáng tạo đã làm bùng nổ cuộc cách mạng sản xuất nội dung, phân phối nội dung, mở ra cách thức, phương tiện truyền thông mới làm thay đổi hoàn toàn thói quen tiếp nhận thông tin của con người. Mạng xã hội ngày càng chiếm ưu thế và là phương tiện truyền thông rộng rãi và nhanh nhất thế giới hiện nay trong môi trường số với lượng người dùng đông đảo, tính tương tác cao. Cá thể hóa nội dung, ứng dụng công nghệ số để cải thiện trải nghiệm của người dùng sẽ là xu thế chủ đạo [94].

Hiện nay, phương thức sản xuất báo chí trên thế giới đang trải qua sự chuyển đổi mạnh mẽ nhờ ứng dụng công nghệ số. Các tập đoàn báo chí - truyền thông lớn trên thế giới đang đẩy mạnh sử dụng các nền tảng công nghệ số để tăng cường sản xuất và phân phối nội dung số. Xu hướng này bao gồm việc áp dụng báo chí đa phương tiện và báo chí sáng tạo, đặc biệt là “báo chí tự động” sử dụng AI để thu thập và xử lý thông tin. Sự chuyển đổi này nhằm mục đích tăng cường hiệu quả, tính sáng tạo và khả năng tiếp cận của báo chí

với công chúng trong thời đại số. Đây là xu thế tất yếu trong tiến trình phát triển của báo chí trong cuộc CMCNLT4.

Ở Việt Nam, trong những năm gần đây, Đảng và Nhà nước ta đã ban hành nhiều chủ trương, chính sách để chủ động tham gia cuộc CMCNLT4, như Nghị quyết số 52-NQ/TW, ngày 27-9-2019, về một số chủ trương chính sách, chủ động tham gia cuộc CMCNLT4; Quyết định số 749/QĐ-TTg, ngày 3-6-2020 của Thủ tướng Chính phủ Phê duyệt Chương trình “Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”; Nghị quyết số 57-NQ/TW, ngày 22-12-2024, của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia, trong đó khẳng định: “Phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số đang là yếu tố quyết định phát triển của các quốc gia; là điều kiện tiên quyết, thời cơ tốt nhất để nước ta phát triển giàu mạnh, hùng cường trong kỷ nguyên mới - kỷ nguyên vươn mình của dân tộc” [65]. Đảng và Nhà nước ta đã xác định rõ “Chuyển đổi số không đơn thuần là việc ứng dụng công nghệ số vào các hoạt động kinh tế - xã hội, mà còn là quá trình xác lập một phương thức sản xuất mới tiên tiến, hiện đại - “phương thức sản xuất số”” [48]. Để thực hiện được mục tiêu này, nhiệm vụ bức thiết đặt ra là phải đẩy nhanh chuyển đổi phương thức sản xuất truyền thống sang phương thức sản xuất số.

Trong lĩnh vực báo chí, Quyết định số 362/QĐ-TTg, ngày 3-4-2019, của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc đến năm 2025 là văn bản pháp lý có tính nền tảng cho việc đổi mới mô hình và tổ chức, quản lý nền báo chí nhằm phát triển xã hội thông tin ở Việt Nam. Việc triển khai thực hiện Quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc giúp phát triển báo chí đi đôi với quản lý tốt, theo hướng cách mạng, chuyên nghiệp, hiện đại, chất lượng, hiệu quả đáp ứng nhu cầu thông tin của nhân dân, tuyên truyền đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, đoàn kết tập hợp quần chúng, tạo đồng thuận trong xã hội, định hướng tư tưởng và thẩm mỹ, góp phần nâng cao dân trí, phát triển văn hóa và con người Việt Nam; phát triển báo chí phù hợp với xu thế phát triển khoa học - công nghệ và thông tin, truyền thông thế giới.

Trong Chiến lược “Chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” chỉ rõ: “Báo chí phát triển theo hướng đa nền tảng, đa phương tiện, đa dịch vụ; phát triển các sản phẩm báo chí số, các nền tảng phân phối

nội dung số, làm chủ nền tảng phân phối nội dung trên không gian mạng. Người dân, tổ chức, doanh nghiệp được tiếp cận thông tin trên môi trường số theo nhu cầu, mọi lúc, mọi nơi, không bị hạn chế về không gian, thời gian, vị trí địa lý. Trong đó, mục tiêu đến năm 2025 có 50% cơ quan báo chí điện tử chuyển đổi cơ chế hoạt động theo mô hình tòa soạn hội tụ, đa phương tiện, sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số: Cá nhân hóa nội dung, đa nền tảng, báo chí di động, báo chí xã hội, báo chí dữ liệu... đến năm 2030 có 100% cơ quan báo chí điện tử chuyển đổi cơ chế hoạt động theo mô hình tòa soạn hội tụ, đa phương tiện, sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số: Cá nhân hóa nội dung, đa nền tảng, báo chí di động, báo chí xã hội, báo chí dữ liệu...” [72]

Hiện nay, thực hiện tổng kết Nghị quyết số 18-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII “Một số vấn đề về tiếp tục đổi mới sắp xếp tổ chức bộ máy của hệ thống chính trị tinh gọn, hoạt động hiệu lực hiệu quả”, theo đó, kết thúc hoạt động của các tạp chí các ban Đảng Trung ương, chuyển chức năng, nhiệm vụ liên quan về Tạp chí Cộng sản; với báo, tạp chí, các bộ, cơ quan ngang bộ thực hiện phương án sắp xếp các đơn vị bảo đảm mỗi bộ, cơ quan ngang bộ chỉ có 1 cơ quan báo (gồm: báo in, báo điện tử và cổng thông tin điện tử của bộ, ngành) và 1 tạp chí khoa học chuyên ngành (chỉ duy trì đối với các tạp chí có uy tín về khoa học trên thế giới và trong nước) [142]. Rà soát, sắp xếp lại các cơ quan báo, tạp chí trực thuộc Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội, các hội quần chúng do Đảng, Nhà nước giao nhiệm vụ theo hướng sáp nhập, kết thúc hoạt động của một số báo, tạp chí không thực sự cần thiết [141].

Do đó, để đáp ứng yêu cầu bức thiết chuyển đổi phương thức sản xuất truyền thống sang phương thức sản xuất số; yêu cầu, nhiệm vụ của các cơ quan báo chí trong bối cảnh sắp xếp tổ chức bộ máy tinh gọn, hoạt động hiệu lực, hiệu quả, đòi hỏi các tạp chí phải đổi mới toàn diện mô hình tổ chức, hoạt động theo hướng tinh gọn, hiện đại, chất lượng, hiệu quả, phù hợp với xu thế phát triển của báo chí trong nước và thế giới. Đặc biệt, cần tập trung đổi mới toàn diện cả về nội dung, hình thức, công nghệ phù hợp với nhu cầu, thói quen công chúng thời đại công nghệ 4.0, góp phần “xây dựng nền báo chí, truyền thông chuyên nghiệp, nhân văn và hiện đại” [18, t.I, tr.145] theo tinh thần Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng.

Trong bối cảnh mới đặt ra hiện nay, để các tạp chí ở Việt Nam tập trung đổi mới toàn diện một cách hiệu quả cần phải dựa trên những căn cứ khoa học và thực tiễn hoạt động báo chí ở Việt Nam hiện nay. Đây là những lý do cho thấy sự cấp thiết cả về mặt lý luận và thực tiễn của việc lựa chọn đề tài: ***“Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay”*** mà nghiên cứu sinh nghiên cứu.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích nghiên cứu

Mục đích của luận án này là nghiên cứu những vấn đề về lý luận và thực tiễn chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay, nhận diện các vấn đề đặt ra từ thực tiễn và đề xuất các giải pháp tổng thể; chất lọc nhưng khuyến nghị chính sách với các ban, bộ, ngành và các cơ quan tạp chí, các cơ sở đào tạo để đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí nói riêng và chuyển đổi số ngành báo chí nói chung. Đồng thời, bước đầu xây dựng khung lý thuyết về chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Nghiên cứu đề tài ***“Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay”*** nghiên cứu sinh thực hiện những nhiệm vụ nghiên cứu sau:

Thứ nhất, thông qua tổng quan các công trình nghiên cứu, trên cơ sở kế thừa và phân các kết quả nghiên cứu của những nhà nghiên cứu đi trước, luận án tìm ra những khoảng trống chưa đề cập, những vấn đề luận án cần tập trung nghiên cứu.

Thứ hai, luận án hệ thống hóa, bổ sung và làm rõ nhận thức về chuyển đổi số, chuyển đổi số tạp chí, chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam, những yếu tố ảnh hưởng đến chuyển đổi nội dung số.

Thứ ba, khảo sát, phân tích thực trạng chuyển đổi nội dung số ở các tạp chí của Việt Nam hiện nay, thành công, hạn chế và những vấn đề đặt ra trong tiến trình chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí.

Thứ tư, đề xuất, kiến nghị những giải pháp để thúc đẩy tiến trình chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài luận án là hoạt động chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam.

3.2. Đối tượng khảo sát và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng khảo sát: Luận án khảo sát, đánh giá thực trạng chuyển đổi nội dung số ở các tạp chí của Việt Nam hiện nay, gồm: Tạp chí Cộng sản - tạp chí lý luận chính trị (Cơ quan lý luận chính trị của Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam); Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam (Cơ quan ngôn luận - lý luận của Bộ Khoa học và Công nghệ) - tạp chí khoa học chuyên ngành (cấp bộ); Tạp chí Ngày nay - tạp chí giải trí (Cơ quan ngôn luận của Liên hiệp các Hội UNESCO Việt Nam); Tạp chí điện tử Tri thức - tạp chí thông tin chỉ dẫn (Hội Xuất bản Việt Nam).

Phạm vi khảo sát: Luận án tập trung vào khảo sát quá trình chuyển đổi nội dung số trong sản xuất và phân phối nội dung số trên các nền tảng số của tạp chí. Thời gian khảo sát từ ngày 6-4-2023 đến 30-12-2024 (20 tháng). Lý do tác giả chọn mốc thời gian này vì ngày 6-4-2023 Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 348/QĐ-TTg Phê duyệt Chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 với những mục tiêu cụ thể đến năm 2025 và định hướng đến năm 2030. Luận án lựa chọn nghiên cứu khoảng thời gian đến năm 2025 trong chiến lược để phân tích, đánh giá thực trạng chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam. Bên cạnh đó, ngày 30-12-2024 nước ta tiến hành sắp xếp tổ chức bộ máy của hệ thống chính trị tinh gọn, hoạt động hiệu lực, hiệu quả, trong đó sáp nhập 6 tạp chí các ban Đảng Trung ương về Tạp chí Cộng sản để xây dựng Tạp chí Cộng sản trở thành tạp chí duy nhất làm nhiệm vụ, nghiên cứu, tuyên truyền lý luận chính trị của Đảng Cộng sản Việt Nam. Đồng thời nghiên cứu phương án sáp nhập tất cả các tạp chí của bộ, ngành, các tổ chức chính trị - xã hội theo hướng chỉ giữ lại những tạp chí thực sự cần thiết và các tạp chí khoa học chuyên ngành có uy tín về khoa học trong và ngoài nước.

4. Câu hỏi nghiên cứu và khung phân tích

4.1. Câu hỏi nghiên cứu

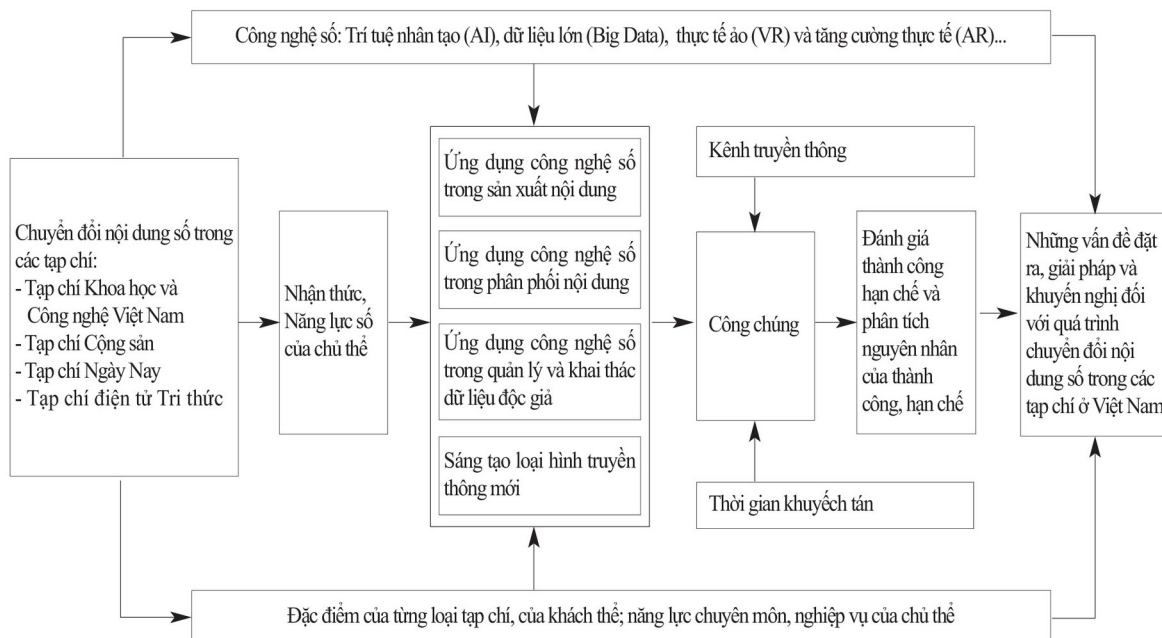
Việc nghiên cứu đề tài nhằm trả lời những câu hỏi sau:

- Những khoảng trống nào trong các nghiên cứu đã công bố về chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí chưa đề cập, cần tiếp tục được nghiên cứu?
- Nhận thức và năng lực số của ban biên tập và đội ngũ nhân sự ảnh hưởng như thế nào đến mức độ ứng dụng công nghệ số trong quá trình sản xuất và phân phối nội dung của các tạp chí ở Việt Nam hiện nay?
- Ứng dụng công nghệ số trong sản xuất, phân phối, sáng tạo nội dung,

quản lý và khai thác dữ liệu công chúng ảnh hưởng như thế nào đến hiệu lực, hiệu quả tuyên truyền của tạp chí ở Việt Nam hiện nay?

- Những vấn đề đặt ra và cần những giải pháp nào để chuyển đổi nội dung số thành công trong các tạp chí của Việt Nam thời gian tới?

4.2. Khung phân tích



4.3. Giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết thứ nhất: Trong kỷ nguyên số, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học - công nghệ, phương thức sản xuất, phân phối nội dung tạp chí trên thế giới đang chuyển đổi mạnh mẽ từ in ấn sang kỹ thuật số thông qua ứng dụng công nghệ số. Tuy nhiên, hiện nay còn thiếu căn cứ khoa học - thực tiễn về chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí để nhận diện các yếu tố ảnh hưởng và xác lập nguyên tắc và phương thức chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí.

Giả thuyết thứ hai: Mức độ nhận thức và năng lực số của ban biên tập tạp chí và đội ngũ tham gia trực tiếp vào chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí tỷ lệ thuận với mức độ và hiệu quả ứng dụng công nghệ số trong quá trình sản xuất và phân phối nội dung số.

Giả thuyết thứ ba: Mức độ chuyển đổi nội dung số thông qua ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung; phân phối nội dung (cá nhân hóa nội dung, đa nền tảng); quản lý và khai thác dữ liệu công chúng; sáng tạo các tác phẩm báo chí, sản phẩm báo chí (báo chí di động, báo chí xã hội, báo chí dữ liệu...) tỷ lệ thuận với việc tiếp nhận nội dung của tạp chí đến công chúng, trước những thay đổi mạnh mẽ về nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng số, để thực hiện tốt hơn sứ mệnh của mình và để tồn tại và phát triển.

Giả thuyết thứ tư: Báo chí trong kỷ nguyên số mang tính đại chúng, quốc tế, không biên giới, vì vậy, việc ban hành, sửa đổi bổ sung một số luật, chính sách phù hợp với bối cảnh phát triển mạnh mẽ khoa học - công nghệ, truyền thông hiện đại trên thế giới; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, năng lực số của nguồn nhân lực trong các cơ quan tạp chí; ưu tiên, đầu tư nguồn lực tài chính cho chuyển đổi nội dung số; thiết lập mô hình tạp chí số mang tính phổ quát cho các tạp chí có vai trò quyết định đến chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam trong thời gian tới.

5. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

5.1. Cơ sở lý luận

Luận án được nghiên cứu trên cơ sở nhận thức những vấn đề lý luận của chủ nghĩa Mác - Lê-nin, tư tưởng Hồ Chí Minh và quan điểm, chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước về báo chí.

Đồng thời, tác giả sử dụng một số lý thuyết truyền thông hiện đại làm cơ sở lý luận cho luận án. Cụ thể:

Lý thuyết xã hội thông tin (Information Society Theory): Lý thuyết xã hội thông tin được phát triển bởi nhiều học giả, tiêu biểu nhất là Frank Webster (1995) [135], nghiên cứu về tác động của công nghệ truyền thông đến xã hội. Lý thuyết này cho rằng, xã hội thông tin là một xã hội mà trong đó việc sản xuất, phân phối và tiêu thụ thông tin đóng vai trò chủ đạo trong nền kinh tế và đời sống xã hội. Những điểm chính trong lý thuyết này bao gồm: 1- *Tác động của công nghệ thông tin*. Công nghệ thông tin là yếu tố cốt lõi, tạo ra sự thay đổi trong mô hình tổ chức và giao tiếp, từ đó định hình lại cách con người làm việc và sinh hoạt. 2- *Thay đổi trong cấu trúc xã hội*. Lý thuyết cho rằng có sự chuyển dịch từ các xã hội công nghiệp (dựa vào sản xuất vật chất) sang xã hội thông tin, nơi mà tri thức và thông tin trở thành tài sản chính. 3- *Phân loại người sử dụng thông tin*. Theo lý thuyết, xã hội thông tin có thể được chia thành các nhóm dựa trên khả năng truy cập và sử dụng thông tin, bao gồm người tiêu thụ, người sản xuất và người quản lý thông tin. 4- *Tác động của toàn cầu hóa*. Sự gia tăng kết nối và thông tin toàn cầu đã thúc đẩy sự phát triển của xã hội thông tin, làm cho thông tin trở thành hàng hóa và nguồn lực toàn cầu.

Tóm lại, Lý thuyết xã hội thông tin được tác giả sử dụng làm cơ sở lý luận để phân tích sự thay đổi trong cấu trúc và chức năng của xã hội trong kỷ nguyên số. Bên cạnh đó, lý thuyết là nền tảng quan trọng để xây dựng chiến lược chuyển đổi nội dung số thành công. Các tạp chí cần nghiên cứu và ứng dụng lý thuyết

này để tận dụng tối đa tiềm năng mà công nghệ thông tin mang lại.

Lý thuyết hội tụ truyền thông (Media Convergence Theory): Lý thuyết hội tụ truyền thông là kết quả của nhiều nhà nghiên cứu khác nhau trong lĩnh vực truyền thông, văn hóa và công nghệ. Tuy nhiên, một trong những người có ảnh hưởng lớn trong việc phát triển lý thuyết này là Henry Jenkins (2006). Lý thuyết nhấn mạnh rằng, hội tụ không chỉ là sự thay đổi công nghệ mà còn là cách mà người tiêu dùng tương tác với nội dung trên các nền tảng khác nhau, làm tăng vai trò của họ trong quá trình tạo ra và phân phối thông tin [117].

Hội tụ truyền thông tích hợp các loại truyền thông mới và truyền thông truyền thống, cung cấp cho công chúng nhiều cơ hội lựa chọn cách tiếp cận. Các loại phương tiện truyền thông tích hợp với nhau. Trong môi trường hội tụ truyền thông, người làm truyền thông sử dụng mọi phương tiện để chuyển tải nội dung truyền thông và công chúng được tự do lựa chọn cách tiếp cận nội dung thông tin. Lý thuyết truyền thông này được dùng để phân tích các mô hình tổ chức, sản xuất các sản phẩm báo chí đa nền tảng, đa phương tiện.

Lý thuyết Khuếch tán đổi mới (Diffusion Of Innovations Theory): Lý thuyết về sự lan truyền của những đổi mới của Everette M. Rogers (1962) [102]. Rogers phân tích quá trình mà một sự đổi mới được truyền đạt qua các kênh nhất định theo thời gian giữa các thành viên của một hệ thống xã hội, được trình bày dưới dạng một chuỗi các giai đoạn, được dán nhãn là nhận thức, quan tâm, thuyết phục, quyết định, chấp nhận và xác nhận. Chuỗi liên tục của sự đổi mới được chia thành 5 loại người áp dụng (người đổi mới, người áp dụng sớm, đa số sớm, đa số muộn và người tụt hậu) dựa trên các quan sát về thực tế và được thiết kế để có thể so sánh. Lý thuyết của Rogers cung cấp một khuôn khổ hữu ích để hiểu cách thức các đổi mới được triển khai trong các tổ chức. Mô hình của Rogers đã được sử dụng rộng rãi trong các nghiên cứu về truyền thông, quản lý, sức khỏe và giáo dục.

Lý thuyết Khuếch tán đổi mới dùng làm khung lý thuyết trong luận án đề: *1- Xác định đối tượng mục tiêu*. Lý thuyết giúp xác định và phân loại các nhóm người tiếp nhận (nhà sáng tạo, người tiên phong, số đông sớm, số đông muộn, người lạc hậu) dựa trên sự sẵn sàng chấp nhận sáng kiến mới, giúp điều chỉnh thông điệp sao cho phù hợp với từng nhóm. *2- Thiết kế thông điệp*. Thông điệp cần được điều chỉnh sao cho phù hợp với nhu cầu và giá trị của người tiếp nhận, đồng thời dễ hiểu và dễ áp dụng. Ví dụ, có thể sử dụng ngôn ngữ, hình ảnh, âm thanh khi truyền tải sáng kiến cho những nhóm có trình độ

hiệu biết thấp hơn. 3- *Chọn kênh truyền thông*. Khi xác định kênh truyền thông, lý thuyết nhấn mạnh tầm quan trọng của việc sử dụng các phương tiện mà đối tượng mục tiêu ưa thích và dễ tiếp cận. Ví dụ, mạng xã hội có thể là kênh hiệu quả để tiếp cận người trẻ, trong khi email có thể được ưa chuộng hơn ở những người lớn tuổi. 4- *Thời gian khuếch tán*. Lập kế hoạch thời gian phù hợp để giới thiệu sáng kiến. Việc này giúp tăng cường sự nhận thức và thuyết phục các nhóm người tiếp nhận khác nhau ở thời điểm thích hợp. 5- *Khuyến khích thử nghiệm*. Cho phép người dùng thử nghiệm sản phẩm hoặc dịch vụ mới có thể tăng cường mức độ chấp nhận. Theo lý thuyết, nếu các cá nhân có thể trải nghiệm sản phẩm trực tiếp, họ sẽ có thể dễ dàng chấp nhận hơn. 6- *Tăng cường quan sát*. Sử dụng các chiến lược truyền thông để tăng cường khả năng quan sát những lợi ích của sáng kiến. 7- *Phản hồi và điều chỉnh thông điệp*. Sau khi thực hiện truyền thông, cần thu thập phản hồi từ đối tượng để điều chỉnh thông điệp và các chiến lược truyền thông tương lai. Điều này giúp cải thiện hiệu quả và khả năng tiếp cận của chiến dịch.

Tóm lại, Lý thuyết Khuếch tán đổi mới cung cấp một khung lý thuyết chắc chắn giúp tác giả luận án đánh giá thực trạng, xây dựng nhóm giải pháp căn cơ, hiệu quả thúc đẩy chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam.

5.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp tổng hợp và phân tích tài liệu: Luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu tài liệu để xây dựng cơ sở dữ liệu cho đề tài nghiên cứu thông qua sưu tầm, nghiên cứu các tài liệu. Trong phạm vi của đề tài, nghiên cứu sinh đã chọn lọc, hệ thống các quan điểm của Đảng, Nhà nước về báo chí, quy hoạch báo chí, chuyển đổi số quốc gia, Chiến lược “Chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”; tổng hợp và phân tích tài liệu bao gồm sách, bài báo, hội thảo khoa học, đề tài nghiên cứu khoa học, luận án tiến sĩ, các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước về chuyển đổi số, về báo chí, truyền thông,... Thông qua phân tích từ các vấn đề lớn chia ra các vấn đề nhỏ hơn để đánh giá, nhận định được những cơ hội, thách thức của vấn đề. Sau đó tiến hành tổng hợp vấn đề đã phân tích để có cái nhìn toàn diện, tránh sự nhận thức phiến diện, thiếu khách quan.

Phương pháp khảo sát công chúng bằng công cụ kỹ thuật số: Nghiên cứu sinh sử dụng phương pháp này dùng để đo lường nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng các tạp chí khảo sát bằng các công cụ nền tảng kỹ thuật số phổ dụng nhất hiện nay để làm căn cứ tổ chức sản xuất nội dung số phù hợp với công chúng đích. Cụ thể:

- Công cụ Similarweb: Phân tích dữ liệu về xếp hạng, mức độ tương tác của người dùng và lưu lượng truy cập của website; hỗ trợ phân tích dữ liệu website khác; đo lường và thống kê hiệu quả các vấn đề liên quan đến lưu lượng truy cập, trạng thái lập chỉ mục, tình trạng link liên kết và thứ hạng truy vấn trên trang; hỗ trợ tối ưu SEO hiệu quả cho website khảo sát. Đây là công cụ online miễn phí hoặc trả phí (với nhiều tính năng cao cấp), không cần đăng ký tài khoản và không cần cài đặt, kết quả phân tích của Similarweb chỉ mang tính chất tương đối.

- Công cụ Google Analytics: Là công cụ phân tích dữ liệu website chính xác, nhanh chóng; giao diện đơn giản, dễ sử dụng; có thể đo lường và thống kê nhiều chỉ số quan trọng liên quan đến lưu lượng truy cập của website, tỷ lệ chuyển đổi và hiệu quả của các chiến dịch truyền thông.

Phương pháp sử dụng nguồn tài liệu thứ cấp: Nghiên cứu sinh sử dụng nguồn tài liệu thứ cấp của Viện Báo chí Mỹ, viện nghiên cứu Reuter, viện nghiên cứu báo chí học Poynter về các xu hướng và dự báo về báo chí, truyền thông và công nghệ.

Phương pháp phỏng vấn sâu (phỏng vấn chuyên gia): Phỏng vấn tổng số 20 trường hợp là lãnh đạo một số tạp chí, cơ quan quản lý báo chí (QLBC), chuyên gia công nghệ có kinh nghiệm về hoạt động chuyển đổi số của một số tập đoàn công nghệ viễn thông, phóng viên (PV), biên tập viên (BTV), họa sĩ thiết kế (HSTK), kỹ thuật viên (KTV) của một số tạp chí. Thông qua phỏng vấn sâu làm rõ: nội hàm về chuyển đổi nội dung số trong tạp chí; đánh giá thực trạng công tác chuyển đổi nội dung số trong một số tờ báo, tạp chí; phân tích sự khác nhau giữa chuyển đổi nội dung số giữa báo và tạp chí; gợi ý một số giải pháp để thực hiện chuyển đổi nội dung số thành công. Cụ thể, phỏng vấn sâu 20 trường hợp, thuộc các nhóm: Nhóm 1 (4 trường hợp): Lãnh đạo một số cơ quan QLBC của các ban, bộ, ngành trung ương. Nhóm 2 (4 trường hợp): Lãnh đạo một số tạp chí. Nhóm 3 (8 trường hợp): PV, BTV, HSTK, KTV tham gia sản xuất nội dung trong các tạp chí. Nhóm 4 (4 trường hợp): Chuyên gia trong lĩnh vực báo chí - truyền thông [Phụ lục 4].

Phương pháp tọa đàm, thảo luận nhóm: Thực hiện tọa đàm, thảo luận nhóm giữa lãnh đạo các CQBC, cơ quan QLBC, cơ sở đào tạo, PV, BTV, HSTK, KTV, chuyên gia công nghệ về chuyển đổi nội dung số trong tạp chí của Việt Nam hiện nay [Phụ lục 5].

Phương pháp nghiên cứu trường hợp: Nghiên cứu cụ thể hoạt động chuyển đổi nội dung số của một số tạp chí mang tính đại diện; khảo sát nguồn nhân lực - hạ tầng kỹ thuật và mức độ trưởng thành chuyển đổi nội dung số

của các tạp chí đại diện (thông qua bảng hỏi, đánh giá mức độ trưởng thành chuyển đổi nội dung số theo bộ tiêu chí mà tác giả luận án đề xuất, với số lượng 4 mẫu, dành cho đại diện lãnh đạo tạp chí điện khảo sát) [Phụ lục 2], [Phụ lục 3], từ đó đánh giá, phân tích, rút ra những ưu điểm và hạn chế, đề ra những giải pháp cụ thể để chuyển đổi nội dung số thành công. Cụ thể:

- Tạp chí Cộng sản - Tạp chí lý luận chính trị (đơn vị chủ quản: Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam - cấp trung ương. Đây là tạp chí duy nhất có nhiệm vụ tuyên truyền lý luận chính trị của Đảng Cộng sản Việt Nam, có truyền thống lịch sử 95 năm (1930 - 2025). Mặt khác, Tạp chí Cộng sản cũng đồng thời là tạp chí khoa học lý luận chính trị [18, t.I, tr.64]. Công chúng đích: cán bộ, đảng viên, các nhà nghiên cứu lý luận chính trị, nhà khoa học, giảng viên, sinh viên và công chúng quan tâm).

- Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam - tạp chí khoa học đa ngành, liên ngành (đơn vị chủ quản: Bộ Khoa học và Công nghệ - là tạp chí khoa học đa ngành, đa lĩnh vực: Khoa học tự nhiên; khoa học kỹ thuật và công nghệ; khoa học y dược; khoa học nông nghiệp; khoa học xã hội và nhân văn. Công chúng đích: các nhà nghiên cứu, nhà khoa học, giảng viên, sinh viên và công chúng quan tâm). Tạp chí được đã chấp nhận tham gia một số cơ sở dữ liệu khu vực và quốc tế, như cơ sở dữ liệu khu vực Đông Nam Á (ACI), cơ sở dữ liệu quốc tế DOAJ (Directory of Open Access Journals).

- Tạp chí Ngày Nay - tạp chí thông tin chỉ dẫn (đơn vị chủ quản: Liên hiệp các Hội UNESCO Việt Nam - cấp liên hiệp hội). Công chúng đích: hội viên và công chúng quan tâm). Đây là tạp chí điện tử đầu tiên của Việt Nam triển khai mô hình chuyên mục thu phí từ tháng 3-2021 [145] và ứng dụng công nghệ số trong sáng tạo sản phẩm báo chí mới [149].

- Tạp chí điện tử Tri thức - tạp chí giải trí (đơn vị chủ quản: Hội Xuất bản Việt Nam - cấp hội). Công chúng đích: chủ yếu là thế hệ trẻ và công chúng quan tâm. Đây là tạp chí chỉ xuất duy nhất phiên bản điện tử và là tạp chí có lượng công chúng lớn nhất hiện nay.

6. Điểm mới của luận án

Luận án nghiên cứu “Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay” có những phát hiện mới về khoa học, không trùng lặp với các công trình nghiên cứu khác, cụ thể:

Một là, luận án là công trình đầu tiên nghiên cứu một cách hệ thống, bài bản, chuyên sâu về lý luận và thực tiễn về chuyển đổi nội dung số trong tạp chí.

Hai là, luận án hệ thống hóa các vấn đề lý luận về chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí; vai trò, đặc điểm, yếu tố tác động đến chuyển đổi nội dung số.

Ba là, kết quả khảo sát, phân tích, đánh giá, những kết luận khoa học về

chuyển đổi nội dung số qua 4 tạp chí được khảo sát là những căn cứ khoa học hoàn toàn mới, xác thực, được tác giả luận án tổng hợp, khái quát từ kết quả nghiên cứu thực tiễn hiện nay.

Bốn là, luận án đã chỉ ra được những vấn đề đặt ra có tác động đến chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí; đề xuất những giải pháp tổng thể để các tạp chí nghiên cứu, áp dụng trong chuyển đổi nội dung số, đáp ứng yêu cầu tiếp cận thông tin trên môi trường số theo nhu cầu, mọi lúc, mọi nơi, không bị hạn chế về không gian và thời gian.

7. Ý nghĩa lý luận và giá trị thực tiễn của đề tài

7.1. Ý nghĩa lý luận

Luận án góp phần xây dựng cơ sở lý luận, phát triển khung lý thuyết về tạp chí, phân loại các nhóm tạp chí và chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam.

Luận án góp phần nâng cao nhận thức cán bộ QLBC; lãnh đạo, PV, BTV các tạp chí ở trung ương và địa phương về vai trò quan trọng và sự cấp thiết phải chuyển đổi nội dung số tạp chí đồng bộ và phù hợp với chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025 và định hướng đến năm 2030.

Luận án là tài liệu tham khảo cho các hoạt động nghiên cứu về những vấn đề liên quan đến tạp chí, chuyển đổi số trong các tạp chí và chuyển đổi số báo chí nói chung.

7.2. Giá trị thực tiễn

Luận án là tài liệu để các tạp chí tham khảo, để đưa ra những quyết sách phù hợp trong thực hiện các giải pháp nhằm chuyển đổi nội dung số thành công trong các tạp chí của Việt Nam; đáp ứng mục tiêu đến năm 2030, có 90% số cơ quan báo chí đổi mới toàn diện hệ thống sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số: Cá nhân hóa nội dung, đa nền tảng, báo chí di động, báo chí xã hội, báo chí dữ liệu, báo chí sáng tạo, siêu tác phẩm báo chí.

Là tài liệu tham khảo cho các cơ quan QLBC, các tạp chí; các cơ sở đào tạo báo chí - truyền thông.

8. Kết cấu của luận án

Luận án gồm: Phần mở đầu, tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, đề tài nghiên cứu gồm 3 chương, cụ thể:

Chương 1: Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí - những vấn đề lý luận cơ bản.

Chương 2: Thực trạng chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay.

Chương 3: Những vấn đề đặt ra, giải pháp thúc đẩy chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam.

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI

1. Khái quát tình hình nghiên cứu

Nghiên cứu sinh tập hợp những công trình nghiên cứu liên quan đến luận án từ các nguồn: Công trình nghiên cứu là những tài liệu nguyên gốc và tài liệu nước ngoài (bản PDF hoặc bài viết) tham khảo trên internet có nguồn gốc uy tín; các tài liệu là sách được dịch và xuất bản tại Việt Nam; các công trình nghiên cứu là các đề tài nghiên cứu khoa học, luận án tiến sĩ...

1.1. Các tài liệu nghiên cứu liên quan đến tạp chí

Tài liệu bằng tiếng nước ngoài

Từ điển Bách khoa Britannica online [140] đã khái quát tổng thể lịch sử xuất bản tạp chí trên thế giới từ thế kỷ thứ XVII đến thế kỷ XX giúp tác giả có cái nhìn tổng thể về sự hình thành, phát triển và cách phân loại các loại tạp chí khác nhau trên thế giới qua các thời kỳ.

Công trình nghiên cứu “*How to Launch a Magazine in this Digital Age*” (Tạm dịch: *Làm thế nào để ra mắt một tạp chí trong thời đại kỹ thuật số*) của tác giả Hogarth (2013) đã chỉ cách xuất bản tạp chí trong thời đại kỹ thuật số. Sử dụng các nghiên cứu tình huống, hiểu biết lý thuyết/phê bình và các bài kiểm tra/bài tập, đây là hướng dẫn đầu tiên về cách áp dụng công nghệ kỹ thuật số, bao gồm trang website đi kèm với hỗ trợ bổ sung với podcast, liên kết website, diễn đàn và trò chuyện trực tiếp. Chìa khóa của thành công là khả năng bao quát toàn bộ quy trình. Bắt đầu với ý tưởng ban đầu và theo dõi quy trình cho đến khi phát triển kế hoạch kinh doanh, cũng như thiết lập chiến lược biên tập để đạt được và duy trì lượng công chúng trong thời đại kỹ thuật số - nơi các định dạng in ấn truyền thống phải đối mặt với tương lai không chắc chắn. Nó bao gồm danh sách kiểm tra và khung thời gian thực tế để sản xuất tạp chí kỹ thuật số/in, dành cho cả chuyên gia và sinh viên [113].

Công trình nghiên cứu *“Singapore’s Magazine and Digital Media Industry. An Analysis of Key Market Forces and Competitive Dynamics”* (Tạm dịch: Ngành công nghiệp tạp chí và phương tiện truyền thông kỹ thuật số của Singapore. Phân tích các lực lượng thị trường chính và động lực cạnh tranh) của tác giả Tan Kwan Hong (2016) thảo luận về một số khía cạnh cấu trúc của ngành công nghiệp tạp chí và phương tiện truyền thông kỹ thuật số tại Singapore. Đặc biệt, nghiên cứu đi sâu vào phân tích phía cầu (sở thích của người tiêu dùng và mô hình tiêu thụ tạp chí và phương tiện truyền thông kỹ thuật số tại Singapore), phân tích phía cung (phân tích đối thủ cạnh tranh và động lực cạnh tranh chính), phân tích về xu hướng tăng trưởng của phương tiện truyền thông in so với phương tiện truyền thông kỹ thuật số [114].

Trong công trình nghiên cứu *“The effects of the integration of external and internal communication features in digital magazines on consumers’ magazine attitude”* (Tạm dịch: Tác động của việc tích hợp các tính năng truyền thông bên ngoài và bên trong trong tạp chí kỹ thuật số đến thái độ của người tiêu dùng đối với tạp chí) của nhóm tác giả Rauwers, Fabienne, Voorveld, Hilde, Neijens, Peter (2016) đã chỉ ra tác động của các tính năng giao tiếp bên ngoài và bên trong đến thái độ của người đọc đối với tạp chí kỹ thuật số và các quá trình (tức là tương tác được nhận thức và sự hiện diện xã hội) cơ bản cho những tác động này. Kết quả nghiên cứu cho thấy các tạp chí kỹ thuật số có các tính năng giao tiếp bên ngoài hoặc bên trong được coi là tương tác hơn, điều này có ảnh hưởng tích cực đến thái độ của người đọc đối với tạp chí kỹ thuật số. Các nghiên cứu cũng chỉ ra, giao tiếp nội bộ có khả năng tăng cường cảm giác hiện diện xã hội, tác động tích cực tới tạp chí kỹ thuật số. Do đó, các tính năng giao tiếp nội bộ cải thiện thái độ đối với tạp chí kỹ thuật số của người đọc thông qua hai con đường (tương tác được nhận thức và hiện diện xã hội) [124].

Trong nghiên cứu *“Editorial Policy of Gadis Magazine in Creating Digital Content”* (Tạm dịch: Chính sách biên tập của Tạp chí Gadis trong việc tạo nội dung số) của Larasaty, Past (2018) đã chỉ ra, tạp chí là một trong những phương tiện truyền thông đại chúng cũng được hưởng lợi từ sự phát triển của công nghệ và kết nối internet, vì nó có thể sản xuất phiên bản trực tuyến hoặc kỹ thuật số. Internet cung cấp khả năng truy cập dễ dàng hơn vào phương tiện truyền thông đại chúng, tính tương tác và giảm chi phí sản xuất

và phân phối. Tuy nhiên, cũng có một số rủi ro và tác dụng phụ của sự phổ biến của phương tiện truyền thông đại chúng trực tuyến. Nghiên cứu này phân tích nội dung kỹ thuật số của tạp chí GADIS và phỏng vấn các BTV của tạp chí. Nghiên cứu này phân tích các bước và cân nhắc của tạp chí trong việc xuất bản nội dung kỹ thuật số trong quá trình ứng phó với rủi ro sử dụng công nghệ, chủ yếu đối với tạp chí kỹ thuật số hoặc trực tuyến [115].

Trong cuốn *“Transforming Magazines Rethinking the Medium in the Digital Age”* (Tạm dịch: *Tạp chí chuyển đổi: Suy nghĩ lại về phương tiện truyền thông trong thời đại số*) của các tác giả Cardoso, Carla Rodrigues Cardoso, Tim Holmes (2022). Công trình này là một đóng góp quan trọng cho sự phát triển của nghiên cứu tạp chí. Nó cho thấy nhu cầu cấp thiết tìm ra giải pháp cho những thách thức mà tạp chí phải đối mặt khi chuyển sang định dạng kỹ thuật số. Tinh thần của tạp chí là tạo ra các cộng đồng và mối liên kết giữa con người, và sức hấp dẫn toàn cầu của chủ đề này được thể hiện qua các đóng góp của 19 tác giả từ 4 châu lục và 10 quốc gia khác nhau. Cuốn sách phổ biến nghiên cứu mới vào nhiều loại tạp chí khác nhau và tài liệu hữu ích của các học giả về báo chí và truyền thông, cũng như các nhà sử học, phương tiện truyền thông kỹ thuật số và các nhà nghiên cứu thị giác [104].

Trong bài viết *“Magazines currently: a matter of virtualisation”* (Tạm dịch: *Tạp chí hiện nay: Một vấn đề ảo hóa*) của các tác giả Pedro Eduardo Ribeiro, Giselle andrade Costa (2024) cho rằng, tạp chí ngày càng trực tuyến và ảo, đồng thời sản xuất ít tài liệu hơn do các xu hướng khác nhau đang diễn ra trong ngành tạp chí Bồ Đào Nha. Kết hợp những đóng góp từ nghiên cứu truyền thông tổ chức và khái niệm tổ chức ảo với nghiên cứu tạp chí, có thể đặt câu hỏi: ảo hóa các tổ chức truyền thông ảnh hưởng như thế nào đến việc sản xuất, phát hành và phổ biến tạp chí? Câu trả lời chủ yếu đề cập đến sự gia tăng ảo hóa tạp chí. Sau đó, nó chỉ ra sự đa dạng của các xu hướng tạp chí: sự sẵn có của báo chí trong các ấn bản kỹ thuật số, sự xuất hiện của các tạp chí gốc kỹ thuật số, sự tăng cường động lực truyền thông cùng với sự phát triển của công nghệ kỹ thuật số hoặc sự sẵn có của các trang web của các ấn phẩm dựa trên ấn bản báo chí. Xuất phát từ bối cảnh quốc tế và đặc điểm riêng của tạp chí, sự ảo hóa của chúng và các hiện tượng tạp chí trên phạm vi rộng hơn đang được thảo luận trong bài viết này, cũng như những thách thức đề cập đến thời điểm hiện tại và tương lai [125].

Tài liệu bằng tiếng Việt

Bài viết “*Đôi điều suy nghĩ về làm tạp chí lý luận chính trị của Đảng*”, của tác giả Nguyễn Phú Trọng trên Tạp chí Cộng sản số 22+23, tháng 8-2003, đã chỉ rõ, mỗi tờ báo có một tôn chỉ, mục đích, một đối tượng độc giả, một chức năng nhiệm vụ và có yêu cầu riêng, phong cách riêng. “Tạp chí Cộng sản là tạp chí lý luận chính trị; hơn nữa là tạp chí lý luận chính trị của Trung ương Đảng. Người làm ở tạp chí phải hiểu tính chất, chức năng, nhiệm vụ của tạp chí là gì? Tạp chí khác báo hằng ngày ở chỗ nào? Khác với tạp chí khác ở chỗ nào? Đối tượng của Tạp chí là những ai? Tạp chí sử dụng thể loại gì? Nội dung và hình thức thể hiện ra sao? Do đó nhà báo trước hết phải hiểu đúng và nắm rất vững chức năng, nhiệm vụ của tờ báo mình phụng sự công tác” [92, tr.24]. Đây là chỉ dẫn cho đội ngũ nhưng người làm tạp chí lý luận chính trị. Bài viết là tư liệu hữu ích trong quá trình thực hiện nghiên cứu của mình.

Cuốn sách “*Quan điểm của C.Mác, PH. Ăngghen, V.I. Lê-nin, Hồ Chí Minh và Đảng Cộng sản Việt Nam về báo chí*” của nhóm tác giả Lê Văn Toan, Ngô Kim Ngân, Nguyễn Thị Phương Thảo (2011) gồm 4 phần, đã nghiên cứu lựa chọn, trích lục các câu nói, đoạn văn, bài viết của Mác, Ăngghen, V.I Lê-nin, Hồ Chí Minh và các văn kiện của Đảng và Nhà nước về báo chí, tập trung làm rõ các vấn đề như: vai trò, chức năng, nhiệm vụ của báo chí cách mạng; nguyên tắc và phương pháp viết báo; cách thức tổ chức tờ báo; vấn đề xuất bản và phát hành báo chí; vai trò của nhà báo... Đây là những tư liệu tra cứu, có giá trị, giúp người làm báo nắm vững bản chất cách mạng và khoa học của chủ nghĩa Mác - Lê-nin, nắm vững đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước, vận dụng đúng đắn, sáng tạo những nguyên lý và lý luận đó vào công tác làm báo, tạp chí [85].

Cuốn “*Đổi mới phương thức lãnh đạo của Đảng đối với báo chí trong giai đoạn hiện nay*” của tác giả Lưu Đình Phúc (2016) đi sâu vào nghiên cứu các phương thức lãnh đạo của Đảng đối với báo chí, tính tất yếu phải đổi mới phương thức lãnh đạo của Đảng đối với báo chí; những vấn đề đặt ra, đồng thời đưa ra một số quan điểm, giải pháp nhằm đổi mới phương thức lãnh đạo của Đảng đối với báo chí, bảo đảm sự phát triển của nền báo chí Việt Nam trong giai đoạn mới [69].

Cuốn “*Những kiến thức cơ bản về tạp chí*” của tác giả Nguyễn Quang Hòa (2019) là một công trình nghiên cứu về tạp chí khá toàn diện, khi hệ

thống hóa các khái niệm liên quan về tạp chí; lịch sử ra đời và phát triển của tạp chí trên thế giới và Việt Nam; sự khác biệt giữa báo và tạp chí và đã chỉ ra các phân loại tạp chí trên thế giới và ở Việt Nam [41]. Đây là 1 trong số ít cuốn sách bàn về tạp chí, rất hữu ích đối với tác giả nghiên cứu, tham khảo phục vụ cho công trình nghiên cứu của mình.

Trong “*Báo chí, truyền thông hiện đại: Thực tiễn, vấn đề, nhận định*” của tác giả Tạ Ngọc Tấn (2020) đã phân tích và làm rõ, bước vào kỷ nguyên số, với sự phát triển của công nghệ truyền thông mới, báo chí chịu sự tác động mạnh mẽ. “Sự tiến bộ của khoa học - công nghệ đã cung cấp cho ngành báo chí, truyền thông hiện đại các công cụ và phương thức truyền thông tin tiên tiến vượt trội. Các phương tiện truyền thông mới được truyền phát thông qua mạng internet tạo ra không gian rộng rãi hơn cho cuộc “cách mạng” của báo chí, truyền thông hiện đại. Sự chuyển đổi từ kỷ nguyên in ấn sang thời đại số khiến hoạt động cạnh tranh của báo chí, truyền thông không chỉ bó hẹp trong phạm vi thu thập, đưa tin, mà còn thông qua tích hợp các sản phẩm truyền thông để nâng cao chất lượng và giá trị thông tin, rút ngắn thời gian, từ đó tạo ra sản phẩm truyền thông mới, hình thành các chuỗi sản phẩm và chuỗi giá trị trong các cơ quan báo chí, truyền thông” [81, tr.6]. Cuốn sách rất hữu ích cho các nhà nghiên cứu, nhà hoạch định chính sách, giảng viên, PV, BTV trong các CQBC, truyền thông.

Cuốn “*Tạp chí Cộng sản - Những chặng đường phát triển*” (2020) phác họa lại quá trình phát triển của tạp chí lý luận của Đảng. Cuốn sách do một nhóm cán bộ đã nhiều năm gắn bó với tạp chí biên soạn, dưới sự chỉ đạo trực tiếp của Ban Biên tập Tạp chí Cộng sản. Cuốn sách “trình bày một cách hệ thống lịch sử tạp chí lý luận của Đảng, đồng thời cho thấy những nét lớn của đường lối cách mạng Việt Nam dưới sự lãnh đạo của Đảng, phản ánh được phần nào bước phát triển của công tác lý luận của Đảng và quá trình Đảng ta vận dụng chủ nghĩa Mác - Lê-nin và tư tưởng Hồ Chí Minh vào thực tiễn cách mạng nước ta” [9, tr.12]. Cuốn sách đã giúp đội ngũ CTV và cán bộ trong Bộ Biên tập hiểu thêm truyền thống, mặt mạnh, mặt yếu và những kinh nghiệm chủ yếu của tạp chí qua các thời kỳ phát triển, từ đó nâng cao lòng tự hào, ý thức trách nhiệm, xác định được phương hướng phấn đấu để tiếp tục nâng cao chất lượng tạp chí lý luận của Đảng.

Bài viết “*Tạp chí Cộng sản - Kiên định và sáng tạo trên nền tảng truyền thống vẻ vang 90 năm, xứng đáng là ngọn cờ tư tưởng, lý luận của Đảng Cộng sản Việt Nam*” của tác giả Đoàn Minh Huân đăng trên Tạp chí Cộng sản số 947, tháng 8-2020, đã khái quát lại lịch sử vẻ vang 90 năm của Tạp chí và định hướng các mặt công tác cơ bản của tạp chí trong giai đoạn tiếp theo, trong đó lưu ý “cán bộ biên tập của tạp chí phải luôn nhạy bén về chính trị khi thực hiện nhiệm vụ tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị; biết chọn lọc nội dung nào tuyên truyền trên tạp chí, còn nội dung nào để các báo, tạp chí khác thông tin sẽ phù hợp hơn; biết thời điểm nào thì đưa các vấn đề lên mặt tạp chí bảo đảm hiệu quả tuyên truyền, nếu sớm hơn sẽ thiếu độ chín cần thiết, nếu chậm sẽ mất đi ý nghĩa hiệu ứng truyền thông. “Tính hiệu quả tuyên truyền đòi hỏi phải nắm bắt và vận dụng tốt các quy luật truyền thông, ngày nay gồm cả ứng dụng phương tiện kỹ thuật số”” [43].

1.2. Các tài liệu nghiên cứu liên quan đến kỹ thuật số, số hóa và chuyển đổi số

Tài liệu bằng tiếng nước ngoài

Trong cuốn “*Communication in history: Technology, culture, society*” (Tạm dịch: *Lịch sử truyền thông: Công nghệ, văn hoá, xã hội*) do tác giả David J.Cnowley và Paul Heyer biên soạn (2010), phác họa cách phương tiện truyền thông có ảnh hưởng như thế nào trong việc duy trì trật tự xã hội và là tác nhân mạnh mẽ của sự thay đổi. Tuyển tập về lịch sử truyền thông đại chúng này giới thiệu cho độc giả một nghiên cứu mở rộng về mối quan hệ giữa lịch sử loài người và lịch sử truyền thông [105].

Trong nghiên cứu “*Mobile news - A review and model of journalism in an age of mobile media*” (tạm dịch: *Tin di động - Đánh giá và mô hình báo chí trong thời đại truyền thông di động*) của Oscar Westlund (2012) đã nghiên cứu việc sản xuất tin tức di động, bằng cách thảo luận và tổng hợp những phát hiện của tài liệu đương đại được tìm thấy trong mối quan hệ của báo chí và phương tiện di động. Nó đặt ra một mô hình báo chí tập trung vào vai trò của con người và công nghệ trong các hoạt động được đặc trưng bởi việc tùy chỉnh hoặc tái sử dụng. Bài báo cũng trình bày một chương trình nghiên cứu tập trung vào việc sản xuất tin tức di động [136].

Trong công trình nghiên cứu “*Fundamentals for the Transformation of Media Companies in the Digital Age*” (tạm dịch: *Nguyên tắc cơ bản cho sự*

chuyển đổi của các công ty truyền thông trong thời đại kỹ thuật số) của tác giả Francisco J. Pérez-Latre và Alfonso Sánchez-Tabernero (2015) đã phân tích quá trình chuyển đổi phương tiện kỹ thuật số đang diễn ra đòi hỏi các doanh nghiệp truyền thông phải tư duy mới, các chiến lược tiếp thị khác nhau và khả năng lãnh đạo. Trong bối cảnh chuyển đổi số, các phương tiện truyền thông phải tìm ra sản phẩm mới với nội dung mới, chiến lược định giá mới, cách thức mới để kết nối với công chúng [120].

Trong cuốn *“The New World of Transitioned Media: Digital Realignment and Industry Transformation”* (Tạm dịch: *Thế giới mới của truyền thông chuyển tiếp: Tái tổ chức kỹ thuật số và chuyển đổi ngành*) của tác giả Gali Einav (2015) phân tích ngành công nghiệp truyền thông đang trải qua một tốc độ thay đổi nhanh chóng, phần lớn được thúc đẩy bởi sự phổ biến của các nền tảng kỹ thuật số. Trong nhiều trường hợp, tốc độ áp dụng đã vượt quá khả năng xử lý tác động của những thay đổi này đối với các cá nhân và xã hội nói chung. Cuốn sách này cung cấp cái nhìn “hậu trường” về quá trình chuyển đổi của ngành truyền thông sang kỷ nguyên kỹ thuật số và xem xét tác động của nó đối với hoạt động tiếp thị, quảng cáo, đổi mới cũng như các hoạt động kinh tế - xã hội khác. Cuốn sách này kết hợp các nhà lãnh đạo ngành truyền thông và các học giả để khám phá các xu hướng và vấn đề chuyển đổi khác nhau. Các chủ đề bao gồm đo lường hành vi đa nền tảng, trí tuệ nhân tạo trong báo chí, sự phát triển của trò chơi điện tử, phương tiện kỹ thuật số và không gian vật lý, xu hướng sử dụng điện thoại di động, mạng xã hội và thế giới doanh nghiệp, những thay đổi trong kinh doanh truyền hình và báo chí cũng như mối quan hệ đang phát triển giữa nhà quảng cáo và công chúng mục tiêu. Nền tảng đa dạng của những người đóng góp và mảng chủ đề tạo nên một quan điểm độc đáo và sâu sắc [110].

“Digital Transformation and Global Society - Second International Conference, DTGS 2017, St. Petersburg, Russia, June 21–23, 2017, Revised Selected Papers” (Tạm dịch: *Chuyển đổi số và xã hội toàn cầu - Hội nghị quốc tế lần thứ hai, DTGS 2017, St. Petersburg, Nga, ngày 21-23 tháng 6 năm 2017*) gồm 34 bài viết được chọn lọc từ 134 bài viết tham dự Hội nghị quốc tế lần thứ hai về chuyển đổi số và xã hội toàn cầu, DTGS 2017 được tổ chức tại St. Petersburg, Nga, vào tháng 6-2017. Các bài viết được sắp xếp theo các chuyên đề về các lĩnh vực của xã hội điện tử, như: phân tích phương

tiện truyền thông xã hội; công nghệ thông tin trong giáo dục và khoa học; các vấn đề pháp lý, bảo mật và khả năng sử dụng; quản trị điện tử và tham gia điện tử; chính trị của không gian mạng; quy hoạch đô thị và thành phố thông minh; công nghệ thông tin trong quản lý y tế công cộng; tài chính và quản lý kiến thức. Cuốn sách đã phác họa quá trình chuyển đổi số trên các lĩnh vực của đời sống xã hội trong kỷ nguyên số [97].

Công trình nghiên cứu *“Nerd Journalism: How Data and Digital Technology Transformed News Graphics”* (*Nerd Journalism: Dữ liệu và Công nghệ số đã biến đổi như thế nào đồ họa tin tức*) của tác giả Alberto Cairo Tourino (2017) khám phá những biến đổi sâu sắc mà đồ họa báo chí - số liệu thống kê, bản đồ, sơ đồ trong các ấn phẩm tin tức - đã trải qua trong hai mươi năm qua. Tác giả mô tả sự xuất hiện của các công cụ và công nghệ dữ liệu số đã ảnh hưởng như thế nào đến việc hình thành các bộ phận đồ họa, các loại đồ họa mà các bộ phận này sản xuất và cách họ nhìn thấy sự hiện diện của chúng trong báo chí hiện đại... [99].

Trong cuốn *“The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies”* (Tạm dịch: *Sổ tay Routledge về sự phát triển trong nghiên cứu báo chí kỹ thuật*) (2018) cung cấp một bộ sưu tập các bài viết, báo cáo giải quyết các vấn đề quan trọng và các cuộc tranh luận trọng tâm định hình lĩnh vực nghiên cứu báo chí kỹ thuật số sáng tạo. Trong thời gian ngắn lĩnh vực này phát triển, các khía cạnh của báo chí đã chuyển từ ngách kỹ thuật số sang trụ cột kỹ thuật số. Các cải tiến kỹ thuật số đã được “bình thường hóa” thành hoạt động báo chí hằng ngày. Những chu kỳ gián đoạn và bình thường hóa này góp phần khẳng định rằng, chúng ta đang chứng kiến sự xuất hiện của các nghiên cứu báo chí kỹ thuật số như một lĩnh vực học thuật riêng biệt [132].

Cuốn sách *“Digital Transformation in Journalism and News Media Media Management, Media Convergence and Globalization”* (Tạm dịch: *Chuyển đổi kỹ thuật số trong báo chí và tin tức, quản lý phương tiện truyền thông hội tụ và toàn cầu*) của tác giả Mike Friedrichsen và Yahya Kamalipour (2018) đã phân tích các quá trình chuyển đổi kỹ thuật số khác nhau trong báo chí và truyền thông tin tức. Thông qua phân tích toàn bộ quy trình kích thích sự đổi mới sáng tạo, đề xuất các mô hình, chiến lược kinh doanh và truyền thông mới trong bối cảnh quốc tế hóa thông tin. Cuốn sách giúp các nhà báo

và các học viên làm việc trong lĩnh vực truyền thông tin tức xác định các phương pháp hay nhất và khám phá các loại luồng thông tin mới trong bối cảnh truyền thông tin tức đang thay đổi nhanh chóng [119].

Phân tích mối quan hệ biện chứng của truyền thông kỹ thuật số và chuyển đổi của chính trị, trong cuốn *“Digital Media and the Politics of Transformation in the Arab World and Asia”* (Tạm dịch: *Truyền thông kỹ thuật số và chính trị của chuyển đổi trong thế giới Ả Rập và châu Á*), các tác giả Carola Richter, Anna Antonakis và Cilja Harders (2018) sử dụng quan điểm lấy người tham gia làm trung tâm để làm sáng tỏ các trường hợp chuyển đổi chính trị và xã hội hiện nay ở thế giới Ả Rập và các nước châu Á. Bằng cách tiếp cận dựa trên quốc gia (trường hợp của các nước, như: Tunisia, Ai Cập, Hồng Kông (Trung Quốc), Malaysia,...) các tác giả tìm hiểu và phân tích quá trình kết nối và phương thức sử dụng phương tiện kỹ thuật số (vai trò của mạng truyền thông và phương tiện kết hợp) trong các phong trào đấu tranh, phản kháng đặt trong bối cảnh của các hệ thống truyền thông bị hạn chế và các lĩnh vực công cộng do nhà nước thống trị [103].

Trong công trình nghiên cứu *“Digital journalism: 25 years of research. Review article”* (tạm dịch: *Báo chí kỹ thuật số: 25 năm nghiên cứu. Đánh giá bài viết*) của tác giả Ramón Salaverría (2019) phân tích, năm 1994, các phương tiện truyền thông trực tuyến trên website đầu tiên được giới thiệu ở một số quốc gia trên thế giới. 25 năm sau (năm 2019), báo chí kỹ thuật số hoặc trực tuyến là một thực thể đã được khẳng định và là thông lệ trong giới chuyên môn và học thuật. Dựa trên một đánh giá thư mục mở rộng, tác giả xem xét các lĩnh vực nghiên cứu học thuật chính liên quan đến truyền thông kỹ thuật số ở cấp độ toàn cầu trong một phần tư thế kỷ qua. Nó cho thấy các dòng nghiên cứu về lịch sử báo chí trên internet, các hình thức truyền thông kỹ thuật số, ngôn ngữ của chúng và những thách thức kinh tế. Nó cũng xem xét các lý thuyết và phương pháp nghiên cứu phổ biến nhất. Phân tích xác nhận rằng nghiên cứu về báo chí kỹ thuật số là một lĩnh vực đang diễn ra mạnh mẽ, mặc dù thực tế là một số thách thức về phương pháp luận và chủ đề sẽ cần được giải quyết trong những năm tiếp theo [126].

Trong cuốn *“Managing digital transformation”* (Tạm dịch: *Quản lý chuyển đổi kỹ thuật số*), của các tác giả Per Andersson, Staffan Movin, Magnus Mähring, Robin Teigland, and Karl Wennberg (2018) biên soạn gồm

4 phần: Số hóa: Những góc nhìn khác nhau; khách hàng kỹ thuật số; mô hình kinh doanh và hệ sinh thái; triển vọng tới tương lai. Cuốn sách bắt đầu với phần tổng quan về số hóa, sau đó chuyển sang tìm hiểu về khách hàng kỹ thuật số mới và kết thúc bằng việc khám phá các tác động tái tổ chức, mô hình kinh doanh và hệ sinh thái. Trong cuốn “*Journalistic Metamorphosis: Media Transformation in the Digital Age*” (Tạm dịch: *Hình thái báo chí: Biến đổi truyền thông trong kỷ nguyên số*), của các tác giả [Jorge Vázquez Herrero](#), [Sabela Direito-Rebollal](#), [Alba Silva-Rodríguez](#), [Xosé López García](#) (2020) phản ánh báo chí đã thay đổi trong những năm gần đây thông qua các quan điểm khác nhau liên quan đến tác động của công nghệ, cấu hình lại hệ sinh thái truyền thông, chuyển đổi mô hình kinh doanh, sản xuất và nghề nghiệp, cũng như ảnh hưởng của kể chuyện kỹ thuật số, thiết bị di động và tham gia trong bối cảnh thông tin toàn cầu. Đổi mới báo chí ngụ ý những thay đổi về kỹ thuật, công nghệ, quy trình, ngôn ngữ, định dạng và thiết bị nhằm tăng cường sản xuất và tiêu thụ thông tin báo chí. Cuốn sách này trở thành một nguồn tài nguyên thú vị cho các nhà nghiên cứu và các chuyên gia làm việc trong lĩnh vực truyền thông tin tức để xác định các phương pháp hay nhất và khám phá các loại luồng thông tin mới trong bối cảnh truyền thông tin tức đang thay đổi nhanh chóng [134].

Trong cuốn “*Shifts towards Image-centricity in Contemporary Multimodal Practices*” (tạm dịch: *Chuyển đổi theo hướng tập trung vào hình ảnh trong thực tiễn đa phương thức đương đại*) của các tác giả Hartmut Stöckl, Helen Caple, Jana Pflaeging (2019) được xây dựng dựa trên nghiên cứu đa phương thức hiện tại để giới thiệu các phương pháp lấy hình ảnh làm trung tâm trong các phương tiện truyền thông đương đại, mở ra mức độ ngày càng tăng mà hình ảnh đóng vai trò chính trong giao tiếp hiện đại. Cuốn sách bắt đầu bằng cách cung cấp một cái nhìn tổng quan ngắn gọn về lịch sử và sự phát triển của nghiên cứu đa phương thức liên quan đến việc lấy hình ảnh làm trung tâm, với các chương tiếp theo xem xét cách lấy hình ảnh làm trung tâm xuất hiện theo thời gian, mở ra mối quan hệ với ngôn ngữ và các tính năng khác trong chiến lược thiết kế toàn cầu. Tập hợp những đóng góp của cả các nhà nghiên cứu lâu đời và mới nổi về đa phương thức và ký hiệu học xã hội, cuốn sách trình bày các nghiên cứu điển hình về nhiều thể loại và lĩnh vực tập trung vào hình ảnh, bao gồm tạp chí, diễn ngôn quảng cáo, kể chuyện đa

phương tiện và nền tảng truyền thông xã hội. Mục đích của cuốn sách là thăm vãn các thể loại, mối quan hệ, hình thức phân tích và phương pháp sản xuất đa phương thức mới xuất hiện từ sự phụ thuộc nhiều hơn vào các thành phần trực quan. Tinh chỉnh và mở rộng những hiểu biết hiện tại về lấy hình ảnh làm trung tâm trong lĩnh vực truyền thông ngày nay, cuốn sách là tài liệu tham khảo rất hữu ích của các học giả và sinh viên về đa phương thức, ký hiệu học xã hội, ngôn ngữ học ứng dụng, ngôn ngữ và phương tiện truyền thông, và phân tích diễn ngôn [127].

Trong cuốn *“Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism”* (tạm dịch: *Người đưa tin: Trí tuệ nhân tạo và tương lai của báo chí*) của tác giả Francesco Marconi (2020) - người lãnh đạo và tiên phong trong việc sử dụng AI trong báo chí của Associated Press và Wall Street Journal - đưa ra một quan điểm mới về tiềm năng của những công nghệ này. Marconi phân tích những thách thức và cơ hội của AI thông qua các nghiên cứu điển hình, từ các ấn phẩm tài chính sử dụng thuật toán để viết báo cáo thu nhập cho các PV điều tra phân tích các tập dữ liệu lớn đến các cửa hàng xác định việc phân phối tin tức trên mạng xã hội. Các nhà sản xuất tin tức cho rằng AI có thể tăng cường chứ không phải tự động hóa ngành công nghiệp, cho phép các nhà báo đưa ra nhiều tin tức nhanh hơn, đồng thời giải phóng thời gian của họ để phân tích sâu hơn. Marconi nhấn mạnh nhu cầu tiếp tục giám sát của BBT và thể chế. Người đưa tin vạch ra những câu hỏi quan trọng mà các nhà báo và tổ chức truyền thông nên cân nhắc khi tích hợp AI và thuật toán vào quy trình làm việc của họ. Đối với sinh viên báo chí cũng như các chuyên gia truyền thông dày dặn kinh nghiệm, những hiểu biết sâu sắc của Marconi giúp hiểu rõ lộ trình thực tế về cách thức AI có thể phục vụ báo chí tốt nhất [112].

Trong bài viết *“The digital transformation of journalism during the COVID-19 pandemic”* (Tạm dịch: *Sự chuyển đổi kỹ thuật số của báo chí trong đại dịch COVID-19*) của các tác giả Tea Kvarantan Soldatić, Nika Đuho, Matea Škomrlj (2021) đã chỉ ra những thách thức và khả năng biến đổi của báo chí thông qua: (1) khám phá tình hình hiện tại (điểm mạnh, hạn chế, cơ hội và thách thức) trong báo chí kỹ thuật số bằng cách đánh giá các ví dụ cụ thể về nội dung đó; (2) khám phá tác động của đại dịch COVID-19 đối với

quá trình chuyển đổi kỹ thuật số của báo chí và (3) khám phá các hình thức chuyển đổi mong muốn của nó [128].

Trong cuốn *“Digital Convergence in Contemporary Newsrooms Media Innovation, Content Adaptation, Digital Transformation, and Cyber Journalism”* (tạm dịch: *Hội tụ kỹ thuật số trong các tòa soạn đương đại đổi mới phương tiện, Thích ứng nội dung, Chuyển đổi kỹ thuật số và Báo chí điện tử*) của các tác giả Benedito Medeiros Neto, Inês Amaral, [Gheorghita Ghinea](#) (2022). Cuốn sách khám phá bối cảnh năng động trong các tòa soạn báo đương đại trên ba châu lục bằng cách điều tra tác động của các quy trình tìm kiếm, xử lý và phân phối dữ liệu và thông tin cũng như việc sử dụng dữ liệu lớn, với khả năng truy xuất thông tin an toàn, tự động và nhanh chóng. Các tổ chức báo chí đã trải qua quá trình chuyển đổi số và chỉ những tổ chức thực hiện chuyển đổi chính xác mới tồn tại. Cuốn sách đề cập đến các lĩnh vực truyền thông điện tử, khoa học máy tính và khoa học thông tin cũng như các lĩnh vực chuyên môn khác của tác giả. Năm chương đầu tiên tập trung vào các quy trình và luồng sản xuất của tòa soạn các tờ báo lớn từ Brazil, Costa Rica và Anh. Các chương còn lại xem xét rằng các quy trình sản xuất tin tức là hợp tác và phân phối, đồng thời cần được quản lý từ các góc độ khác nhau để hỗ trợ sự hội tụ của phương tiện truyền thông kỹ thuật số. Cuối cùng cuốn sách xác định, với sự kết nối ngày càng tăng từ các phương tiện truyền thông mới kết hợp với xu hướng phát triển của các hoạt động kinh tế kỹ thuật số là những yếu tố quan trọng trong bối cảnh mới của báo chí kỹ thuật số [118].

Công trình nghiên cứu *“Innovation in journalism: How technology affects the news media, publication formats, and the journalist profession”* (Tạm dịch: *Đổi mới trong báo chí: Công nghệ ảnh hưởng như thế nào đến các phương tiện truyền thông tin tức, định dạng xuất bản và nghề nhà báo*) của các tác giả Leen d’Haenens, Wai Han Lo và Martin Moorecho (2022) cho rằng công nghệ ảnh hưởng đến lĩnh vực truyền thông qua việc giúp các nhà báo thực hiện công việc; trao quyền cho công chúng, cấp họ quyền truy cập vào nội dung có liên quan và cho phép đóng góp vào quy trình sản xuất nội dung; và giúp các doanh nghiệp truyền thông, báo chí sản xuất, chỉnh sửa và quảng bá nội dung cũng như tạo doanh thu. Đồng thời cũng chỉ rõ những nguy cơ khi các doanh nghiệp truyền thông phụ thuộc quá mức về công nghệ

- tài chính vào các doanh nghiệp công nghệ khổng lồ, như Google, Facebook... [106].

Trong bài báo nghiên cứu *“New Objects, New Boundaries: How the “Journalism of Things” Reconfigures Collaborative Arrangements, Audience Relations and Knowledge-Based Empowerment”* (tạm dịch: *Đối tượng mới, ranh giới mới: Làm thế nào “Báo chí vạn vật” cấu hình lại các thỏa thuận hợp tác, quan hệ khán giả và trao quyền dựa trên tri thức*) của tác giả Andrea Hamm (2022) đưa ra định nghĩa về báo chí về vạn vật (IoT), đây là một mô hình mới trong báo chí kỹ thuật số, nơi các nhà báo đồng sáng tạo công nghệ cảm biến với công dân, nhà khoa học và nhà thiết kế để tạo ra các loại hiểu biết mới dựa trên dữ liệu và hướng đến cộng đồng để cung cấp một quan điểm mới về các vấn đề quan tâm chung [100].

Cũng trong bài viết *“Information Competition in Disruptive Media Markets: Investigating Competition and User Selection on Google”* (tạm dịch: *Cạnh tranh thông tin trong thị trường truyền thông đột phá: Điều tra cạnh tranh và lựa chọn của người dùng trên Google*) đăng trên Tạp chí Digital Journalism của các tác giả Rafael Schwab, Isabelle Krebs và Philipp Bachmann (2022) đã chỉ ra, do số hóa, các thương hiệu truyền thông truyền thống đang phải đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt. Trước hết, các phương tiện truyền thông cung cấp nội dung báo chí không còn chỉ cạnh tranh với nhau mà còn cạnh tranh với tất cả các loại nội dung từ nhiều nguồn khác nhau. Điều này đặc biệt áp dụng cho không gian thông tin do Google và các công cụ tìm kiếm khác cung cấp. Điều này dẫn đến câu hỏi làm thế nào các thương hiệu truyền thông truyền thống chiếm ưu thế trong không gian thông tin này? Các thương hiệu truyền thông truyền thống có lợi thế cạnh tranh vì người dùng nhận thấy nội dung báo chí của họ có giá trị hơn về độ tin cậy và danh tiếng? Theo đó, nghiên cứu này điều tra sự cạnh tranh và lựa chọn của người dùng trên Google. Dựa trên một nghiên cứu lựa chọn thử nghiệm, đại diện của dân số Thụy Sĩ nói tiếng Đức, hành vi lựa chọn công cụ tìm kiếm đã được điều tra. Kết quả cho thấy rằng, sở thích lựa chọn không khác nhau giữa các thương hiệu truyền thông truyền thống và các đối thủ cạnh tranh khác, chẳng hạn như các nhà xuất bản của doanh nghiệp. Điều này đặt ra thách thức lớn cho các thương hiệu truyền thông. Tuy nhiên, uy tín và danh tiếng ảnh hưởng đáng kể đến sở thích lựa chọn. Vì vậy, các nhà quản lý truyền thông

nên tập trung vào các hoạt động xây dựng thương hiệu hiệu quả để duy trì vị trí vững chắc trên thị trường thông tin kỹ thuật số [122].

Trong nghiên cứu *“Uneasy Bedfellows: AI in the News, Platform Companies and the Issue of Journalistic Autonomy”* (tạm dịch: *Bạn đồng hành khó chịu: AI trong tin tức, công ty nền tảng và vấn đề tự chủ báo chí*) của tác giả Felix M. Simon (2022) cho rằng các doanh nghiệp nền tảng như Google, Amazon và Microsoft đóng một vai trò quan trọng trong việc sản xuất và phân phối tin tức. Bài viết này phân tích vai trò và các câu hỏi về quyền kiểm soát, sự phụ thuộc và quyền tự chủ của “con sói AI” trên tin tức. Tác giả cho rằng, việc đưa AI vào tin tức có nguy cơ mất quyền kiểm soát và làm tăng sự phụ thuộc của ngành tin tức vào các doanh nghiệp nền tảng. Mặc dù quyền lực của các doanh nghiệp nền tảng đối với các tổ chức sản xuất tin tức cho đến nay chủ yếu đến từ quyền kiểm soát của họ đối với các kênh phân phối. Nhưng AI có khả năng cho phép họ mở rộng quyền kiểm soát này sang các phương tiện sản xuất khi công nghệ ngày càng thâm nhập vào tất cả các giai đoạn của quy trình sản xuất nội dung. Do đó, các tổ chức sản xuất tin tức có nguy cơ bị ràng buộc nhiều hơn vào các doanh nghiệp nền tảng trong thời gian dài, có khả năng hạn chế quyền tự chủ của họ [111].

Theo Viện Nghiên cứu Báo chí Reuters (Dự báo và Xu hướng Báo chí, Truyền thông và Công nghệ năm 2023, phát hành tháng 1-2023), Viện nghiên cứu Future Today (Báo cáo Xu hướng Công nghệ 2023, phát hành tháng 3-2023) và WAN-IFRA (Báo cáo Triển vọng Báo chí Thế giới 2022-2023, phát hành tháng 3-2023) triển vọng xu hướng báo chí và công nghệ toàn cầu năm 2023 dự báo: 1- sự bất ổn do chiến sự cùng sự bấp bênh về kinh tế khiến cho nguồn tài chính dành cho báo chí càng trở nên khan hiếm. “Chính vì vậy, những tờ báo còn lệ thuộc quá nhiều vào phát hành báo in hoặc doanh thu quảng cáo sẽ vô cùng khó khăn” [144]. 2- Do doanh thu quảng cáo gặp nhiều khó khăn, các cơ quan báo chí mạnh về nền tảng báo in đang đặt hy vọng vào việc tiếp tục đạt tăng trưởng về trả phí nội dung digital, phí thành viên và tài trợ, vốn mang lại thành công cho một số tập đoàn báo chí. “3- Thời gian sử dụng internet trung bình đã giảm 13%, sau khi đạt mức cao kỷ lục trong thời gian cách ly do đại dịch COVID-19. Một mặt, đó là sự thay đổi tự nhiên khi thị trường bão hòa, mặt khác nó cũng phản ánh sự lo ngại của công chúng khi sử dụng internet và truyền thông xã hội. 4- Một trong những xu hướng quan

trọng trong digital là sự bùng nổ các format và các kênh mà cơ quan báo chí có thể sử dụng để tiếp cận người dùng. Website giờ đây chỉ là một trong nhiều cách thức tương tác với độc giả” [144]. 5- Năm 2023 là năm đột phá về trí tuệ nhân tạo và ứng dụng trong báo chí.

“Năm 2024, Viện Nghiên cứu Báo chí Reuters đã công bố dự báo xu thế báo chí, truyền thông và công nghệ thường niên. Sức mạnh đột phá và ảnh hưởng của trí tuệ nhân tạo lên báo chí sẽ là điểm đáng lưu ý nhất trong báo cáo năm nay. Ngoài ra, sự xuất hiện của nhiều thiết bị điện tử mới sẽ là đòn bẩy cho những định dạng mới của báo chí, đặc biệt là video, audio và thực tế ảo tăng cường” [137].

Tài liệu bằng tiếng Việt

Đối với nhóm sách xuất bản bằng tiếng Việt có những tác giả và tác phẩm đáng chú ý như sau:

Cuốn “*Những yếu tố của báo chí*” của Bill Kovach và Tom Rosenstiel (2013), cung cấp cho người đọc kiến thức quan trọng là nền tảng của báo chí; về những thách thức to lớn mà khoa học - công nghệ, kinh tế tài chính tạo ra đối với các giá trị truyền thống của báo chí; vai trò, đạo đức, nguyên tắc, kỹ năng nghề nghiệp, sự nhạy cảm và lương tâm của người làm báo [13].

Đề cập về khái niệm mạng xã hội và báo chí, phân tích mối quan hệ giữa báo chí với mạng xã hội và tác động qua lại giữa báo chí với mạng xã hội phải kể đến các công trình nghiên cứu của các tác giả, như: “*Báo chí truyền thông và kinh tế văn hóa xã hội*”, Lê Thanh Bình (2005); “*Báo chí truyền thông hiện đại*”, Nguyễn Văn Dũng (2011); “*Báo mạng điện tử: Những vấn đề cơ bản*”, Nguyễn Thị Trường Giang (2014); “*Báo chí và mạng xã hội*” của Đỗ Chí Nghĩa (chủ biên), Đinh Thị Thu Hằng (2014). Đặc biệt, cuốn “*Báo chí và mạng xã hội*” của Đỗ Đình Tấn (2017) giới thiệu về mạng xã hội, ảnh hưởng của mạng xã hội đến báo chí - truyền thông, mặt tích cực, tiêu cực của mạng xã hội và hướng tới hệ sinh thái truyền thông an toàn, lành mạnh. Các khái niệm về mạng xã hội, phương thức báo chí truyền thông hoạt động đã mở không gian và công việc của nhà báo ra sao. Tuy nhiên, khái niệm về hệ sinh thái truyền thông mới chỉ được nhắc đến chứ chưa được hệ thống hóa và đưa ra một khái niệm cụ thể.

Trong cuốn “*Báo chí và truyền thông đa phương tiện*” của tác giả Nguyễn Thị Trường Giang (2017) đã “trình bày và lý giải những vấn đề căn

bản về lý thuyết và thực tiễn của báo chí và truyền thông đa phương tiện như: đặc trưng của báo chí đa phương tiện, truyền thông đa phương tiện và ảnh hưởng xã hội của chúng; xu thế phát triển của báo chí trong kỷ nguyên kỹ thuật số; đặc điểm của hội tụ truyền thông hay mô hình tòa soạn hội tụ; yêu cầu đối với một nhà báo đa phương tiện; ảnh hưởng của xu hướng báo chí và truyền thông đa phương tiện với các tờ báo, các tòa soạn” [29, tr.16]. Tuy vậy, quan niệm về xu hướng phát triển mới của báo chí và truyền thông chưa có sự thống nhất; chưa đề cập đến hệ sinh thái truyền thông trong điều kiện hiện tại và những ảnh hưởng của nó đối với công tác quản lý báo chí ở Việt Nam.

Trong Luận án tiến sĩ *“Xu hướng sử dụng gói tin tức đa phương tiện trên báo mạng điện tử hiện nay”* của tác giả Ngô Bích Ngọc (2019) nghiên cứu chuyên sâu về một hình thức mới của SPBC điện tử, đó là gói tin tức đa phương tiện. Luận án đi sâu phân tích một số trường hợp gói tin tức của các tờ báo hàng đầu về đa phương tiện trên thế giới hiện nay, từ đó dự báo được xu hướng sử dụng gói tin tức trên báo mạng điện tử trong thời gian tới, đó là cá thể hóa nội dung tin tức; cá thể hóa trải nghiệm tin tức; cá thể hóa dịch vụ tin tức [55]. Bàn về việc *“Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (Visual storytelling) trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử”* trong luận án tiến sĩ của tác giả Phạm Thị Mai Liên (2024) cho rằng, phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là một phương pháp hoạt động thực tiễn của nhà báo; dùng ảnh tĩnh, ảnh động, video, đồ họa máy tính, hình vẽ minh họa/bảng biểu... và các kỹ thuật truyền thông khác để kể một chuỗi các sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết một cách đầy đủ, có chiều sâu với mục đích tạo ra một câu chuyện trực quan, sống động, có khả năng khơi gợi cảm xúc của người tiếp nhận [49]. Đây là những công trình để tác giả tham khảo khi nghiên cứu sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số: cá nhân hóa nội dung... trên các tạp chí điện tử.

Cuốn sách: *“12 Xu hướng công nghệ trong thời đại 4.0”* của tác giả Kevin Kelly (2019), cho rằng công nghệ hiện đại đang khiến thế giới thay đổi từng ngày, thậm chí là thay đổi theo từng giờ, từng phút. “Trung tâm của những biến đổi này có lẽ chính là công nghệ. Công nghệ là nhân tố gia tốc của loài người. Nhờ có công nghệ, mọi thứ chúng ta làm ra đều nằm trong quá trình “trở thành”. Mọi thứ đều đang được cải tiến để trở thành một thứ khác, khi ta nói nó “có thể là” và dần chuyển nó thành “đích thực là” cái gì mới. Mọi thứ đều vận

động. Không có gì đã kết thúc, cũng không có gì đã hoàn thành. Sự biến đổi không hồi kết này chính là trục xoay then chốt của thế giới hiện đại” [47, tr.16].

Trong “*Hỏi đáp về chuyển đổi số*” của các tác giả Hồ Tú Bảo, Nguyễn Huy Dũng, Nguyễn Nhật Quang (2020) là một nỗ lực chia sẻ nhận thức và kinh nghiệm ban đầu về chuyển đổi số, được viết dưới dạng những câu hỏi và câu trả lời. “Mỗi câu hỏi đề cập đến một vấn đề hay một khía cạnh của chuyển đổi số và trả lời của tác giả. Cuốn sách được chia làm 5 phần, gồm các câu hỏi chung về chuyển đổi số, đột phá của AI và các công nghệ số, chính phủ số, kinh tế số. Câu hỏi trong mỗi phần lại được gộp theo nhóm các vấn đề chuyển đổi số đặt ra là gì, tại sao, thế nào, bao giờ, ai liên quan,”... [4, tr.18]. Bộ Thông tin và truyền thông (2021). *Cẩm nang chuyển đổi số*, (Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội, 2021) đã đưa ra những khái lược cơ bản về chuyển đổi số, chuyển đổi số trong xã hội, doanh nghiệp, các cơ quan nhà nước và Chính phủ.

Trong cuốn “*Việt Nam thời chuyển đổi số*” (2020) của nhóm THINK TANK VINASA đã tập trung vào các nhóm vấn đề, như: “1- phát triển hạ tầng số thông minh, an toàn tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình chuyển đổi số và tạo môi trường sống mới cho con người; 2- trí tuệ nhân tạo là công nghệ số trọng tâm để thực hiện CMCNLT4 của Việt Nam; 3- phát triển nền kinh tế số là cơ sở để Việt Nam bắt kịp và tiến cùng thời đại; 4- vấn đề văn hóa, xã hội trong thời chuyển đổi số; 5- xây dựng đô thị thông minh để nâng cao chất lượng sống và tạo dựng môi trường sáng tạo; 6- nguồn nhân lực số và kỹ năng lao động mới; 7- thúc đẩy khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo; 8- cải cách thể chế, xây dựng nhà nước pháp quyền, hiệu lực hiệu quả; 9- thực hành chuyển đổi số doanh nghiệp” [83, tr.8] để trả lời câu hỏi mang tính thời đại: Việt Nam cần phải làm gì để trở thành một quốc gia hùng cường trong kỷ nguyên số?

Nicolas Windpassinger (2020), trong “*Internet vạn vật (IoT): chuyển đổi số hay là chết*” cho rằng “Chuyển đổi số tạo ra sự đổi mới căn bản, toàn diện hoạt động quản lý, điều hành của Chính phủ, hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp, phương thức sống, làm việc của người dân và toàn xã hội”[61, tr.3]. “Nêu bật giá trị của IoT và việc chuyển đổi số: đã và đang làm thay đổi rất nhiều thị trường và doanh nghiệp, giúp cho các nhà lãnh đạo nhận thức được thay đổi này, hiểu và tận dụng lợi thế của chúng để phát triển và vượt lên đối thủ cạnh tranh. Nếu doanh nghiệp hay tổ chức chưa có kế hoạch tham gia vào thế giới mới này, bạn sẽ đánh mất cơ hội dẫn đầu trong

chính thì trường của mình” [61, tr.3]. Cuốn sách góp phần để các tổ chức, doanh nghiệp của Việt Nam nhận diện được thời cơ trong chuyển đổi số. Đây là tài liệu có giá trị tham khảo tốt với đề tài của luận án.

Trong cuốn *“Chuyển đổi số: 5 giai đoạn triển khai công nghệ số cho doanh nghiệp”* của tác giả Lindsay Herbert (2020), chỉ ra rằng có rất nhiều cuốn sách cùng lời bàn về chuyển đổi số, về những gì doanh nghiệp cần phải làm ngay trong kỷ nguyên số và vai trò tối trọng của dữ liệu trong việc nâng cao cạnh tranh, sự đột phá, cũng như hiệu quả trong doanh nghiệp. Chúng ta đặt ra nhiều câu hỏi và bài toán cho doanh nghiệp trong chuyển đổi số. Làm sao để quản lý được hành trình của khách hàng? Làm sao để phát triển năng lực của nhân viên nhằm phục vụ cho việc phát triển kinh doanh? Làm sao để các quy trình nội bộ được đo lường và liên tục cải tiến? Làm sao để tối đa hóa lợi nhuận bằng việc tăng trưởng doanh thu và giảm chi phí vận hành? [50]. Cuốn sách chính là chìa khóa cho rất nhiều câu hỏi: Tại sao, cái gì, khi nào, làm thế nào... Lindsay Herbert đã khắc họa chân thực về hệ thống những việc một doanh nghiệp cần nhận định lại, thiết kế lại và bắt tay vào thực tế số hóa tổ chức.

Thông qua *“Chuyển đổi số đến cốt lõi: Nâng tầm năng lực lãnh đạo cho ngành nghề, doanh nghiệp và chính bản thân bạn”*, các tác giả Mark Raskino, Graham Waller (2020) cho rằng, “để chuyển đổi số thành công, mỗi doanh nghiệp và đội ngũ lãnh đạo cần tự làm mới mình, bắt đầu bằng việc xác định các chiến lược tổng thể chủ đạo, sau đó dẫn dắt tổ chức của họ ở ba cấp độ: ngành nghề, doanh nghiệp và bản thân. Ba cấp độ này được trình bày cụ thể” [58, tr.iii] trong 10 chương của cuốn sách.

Cuốn *“Hơn cả tin tức - tương lai của báo chí”* của Mitchell Stephens (2020) là một nghiên cứu về sự phát triển và vận hành của báo chí đương đại, từ báo giấy đến báo mạng. Tác giả đưa ra những dẫn chứng, phân tích để cùng người đọc đi vào một thế giới báo chí sôi động của kỷ nguyên internet. Tác giả đưa ra những góc nhìn độc đáo về phương tiện truyền thông, mạng xã hội đối với cuộc sống xã hội, con người hiện đại; đồng thời cảnh báo những mối nguy hại mà mạng xã hội đem đến cho con người [59].

Phân tích sâu về chuyển đổi số của Thomas M. Siebel (2021) trong cuốn *“Chuyển đổi số: Sóng số và bút phá trong kỷ nguyên sụp đổ hàng loạt”* mô tả cách mà các công nghệ đột phá như AI, điện toán đám mây, dữ liệu lớn và IOT đang thúc đẩy những thay đổi lớn trong các quốc gia, ngành công nghiệp và

các tập đoàn hoạt động. Tác giả đã giải thích rõ ràng về bản chất cụ thể của tác động có tính đột phá đối với thương mại và chính phủ. Cuốn sách là tài liệu cần thiết cho những nghiên cứu về những thay đổi kỹ thuật mang tính cách mạng đang chuyển đổi thế giới hiện nay. Cũng bàn về chuyển đổi số, David L. Rogers (2024), trong cuốn *“Tóm lược Chuyển đổi số: Chiến lược & Lộ trình”* đã cung cấp cho người đọc “những chiến lược có thể hành động và lộ trình rõ ràng, phù hợp với các giai đoạn khác nhau của quá trình chuyển đổi số, tầm quan trọng của việc thích ứng những chiến lược trong các bối cảnh tổ chức khác nhau, đồng thời duy trì sự linh hoạt trong thực thi” [19, tr.6].

“Chuyển đổi số - Kinh nghiệm quốc tế và lộ trình cho Việt Nam” của các tác giả Bùi Quang Tuấn, Hà Huy Ngọc (2022) gồm 7 chương. Trên cơ sở trình bày cụ thể những vấn đề cơ bản của chuyển đổi số, các tác giả tập trung phân tích về thực trạng chuyển đổi số ở Việt Nam hiện nay để thấy được vị trí của Việt Nam so với các nước trên thế giới qua các trụ cột: Chính phủ số, kinh tế số, xã hội số. Quá trình chuyển đổi số ở Việt Nam trong thời gian qua đã đạt được những thành tựu quan trọng, nắm vững vị trí tốt nhưng chưa đồng bộ để trở thành cường quốc số trên thế giới. Để rút ra những bài học kinh nghiệm cho Việt Nam trong công cuộc tiến hành chuyển đổi số quốc gia, trong cuốn sách, các tác giả nghiên cứu và phân tích mô hình chuyển đổi số của một số nước, như Singapore, Thái Lan, Hàn Quốc, Đan Mạch và Israel; từ đó đưa ra những khuyến nghị chính sách nhằm đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số ở cấp độ quốc gia và những khuyến nghị chính sách đối với các trụ cột của chuyển đổi số, hoàn thành những mục tiêu mà Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 đề ra [94, tr 6].

Trong cuốn *“25 xu hướng công nghệ định hình cuộc cách mạng công nghiệp 4.0”*, Bernard Marr (2023) giới thiệu 25 xu hướng công nghệ cốt lõi cùng các doanh nghiệp đi đầu trong các công nghệ mới, như: AI; IOT; dữ liệu lớn; chuỗi khối; điện toán đám mây.... Những công nghệ mới này có thể được ứng dụng, phát triển kinh tế, mô hình kinh doanh một cách hiệu quả [6].

Trong cuốn *“Quản lý toàn soạn hội tụ”* (2023) của tác giả Nguyễn Thị Trường Giang chỉ rõ vai trò quản lý toàn soạn hội tụ tốt “sẽ khai thác được tối đa những ưu thế của công nghệ trong sản xuất, quản lý linh hoạt mọi nguồn lực; sẽ có đội ngũ cán bộ phóng viên nhiệt huyết, đa năng với những sản

phẩm mang tính thời sự, chất lượng, đúng nguyên tắc, đáp ứng được nhu cầu của công chúng hiện đại, phù hợp với xu thế truyền thông” [30, tr. 9].

Luận án tiến sĩ *“Xu hướng phát triển của báo chí dữ liệu tại Việt Nam (khảo sát báo VnExpress, Vietnamplus, Vietnamnet năm 2017, 2018)”* của tác giả Nguyễn Thị Thu Hương (2023) đã hệ thống hóa những vấn đề lý luận cơ bản về báo chí dữ liệu, xu hướng vận động chung của báo chí dữ liệu thế giới; những đặc điểm, ưu điểm, hạn chế của báo chí dữ liệu; dự đoán xu hướng của báo chí dữ liệu tại Việt Nam. Công trình có ý nghĩa quan trọng, gợi mở một số hướng hoạch định chính sách phát triển báo chí - truyền thông cho đội ngũ lãnh đạo các cơ quan quản lý báo chí, cơ quan báo chí trong bối cảnh mới [46].

Trong *“Câu chuyện chuyển đổi số”* (2024), giới thiệu các câu chuyện, bài viết về chuyển đổi số với các chủ đề: Vai trò dẫn dắt của ngành thông tin và truyền thông trong chuyển đổi số quốc gia; biệt phái cán bộ trung ương về địa phương để giúp các địa phương chuyển đổi số hiệu quả; chuyển đổi số ở các bộ ngành, doanh nghiệp và khai thác dữ liệu... Mỗi câu chuyện, bài viết đều đưa ra và phân tích sự cần thiết, cách thực hiện, kinh nghiệm, giải pháp và hiệu quả mà chuyển đổi số mang lại. Qua đó, mỗi cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp, bộ, ngành nghiên cứu vận dụng [96].

Theo các tác giả Ngô Quang Sơn, Đỗ Thị Thanh Minh (2024), *“Chuyển đổi số đối với các tạp chí khoa học và công nghệ là quá trình ứng dụng tích cực công nghệ số vào tất cả các hoạt động của tạp chí khoa học và công nghệ, từ sản xuất, phân phối đến tiêu thụ nội dung. Mục tiêu của chuyển đổi số đối với Tạp chí Khoa học và Công nghệ là nâng cao được chất lượng, hiệu quả, tính cạnh tranh của Tạp chí Khoa học và Công nghệ trong bối cảnh kỷ nguyên số, thay đổi cách tòa soạn hoạt động nhằm cung cấp những giá trị lớn hơn cho độc giả mà tòa soạn đang phục vụ. Bài viết phân tích sâu sắc thực trạng, cơ hội, thách thức của việc chuyển đổi số, từ đó đề xuất hệ thống giải pháp chuyển đổi số đối với các tạp chí khoa học và công nghệ của Việt Nam, trong giai đoạn hiện nay”* [77, tr.29]. Công trình là tài liệu tham khảo rất hữu dụng liên quan trực tiếp đến đề tài mà nghiên cứu sinh nghiên cứu.

1.3. Các tài liệu nghiên cứu liên quan đến nội dung số và chuyển đổi nội dung số tạp chí

Tài liệu bằng tiếng nước ngoài

Bài viết “*Print Magazines: Linking to the Digital World*” (tạm dịch: *Tạp chí in: Liên kết với thế giới kỹ thuật số*) của tác giả Swartzlander, Stephanie (2011) chỉ ra cách các tạp chí và nhà quảng cáo của họ đang sử dụng bản in như thế nào để đưa độc giả của họ đến các nguồn thông tin kỹ thuật số. Đặt URL, mã QR, quảng cáo Facebook/Twitter và ứng dụng di động/iPad đang trở thành những cách rất phổ biến để quảng cáo sản phẩm và dịch vụ. Các tạp chí in đang tận dụng những xu hướng này để liên kết độc giả của họ từ báo in với thế giới kỹ thuật số và đang gặt hái những lợi ích. Khi nghiên cứu các xu hướng từ năm 2008 đến năm 2011, rõ ràng là các tạp chí và nhà quảng cáo của họ muốn người đọc mở rộng phạm vi kiến thức của họ bằng cách truy cập các đối tác kỹ thuật số của họ để biết thêm thông tin. Mặc dù URL đã phổ biến trong nhiều năm, nhưng năm 2010 cho thấy sự ra đời của ứng dụng dành cho thiết bị di động và phương tiện truyền thông xã hội, và năm 2011 cho thấy sự bùng nổ gần đây của mã QR. Bằng cách cung cấp cho người đọc nhiều nền tảng để xem nội dung, trải nghiệm tương tác độc đáo được tạo ra. Ngày nay, rất hiếm khi tìm thấy một quảng cáo không có bất kỳ loại liên kết nào đến nền tảng kỹ thuật số. Người ta cũng mong đợi sẽ thấy nhiều mã QR hơn, nhiều tài liệu tham khảo hơn về tài khoản Facebook và Twitter và nhiều quảng cáo ứng dụng di động hơn trên các tạp chí trong tương lai [129].

Trong cuốn “*The Routledge Handbook of Magazine Research The Future of the Magazine Form*” (tạm dịch: *Sổ tay nghiên cứu tạp chí của Routledge: Tương lai của hình thức tạp chí*) của các tác giả David Abrahamson, Marcia R. Prior-Miller (2017) đã chỉ ra rằng, trong hai thập kỷ qua, sự tham gia của giới học thuật vào hình thức tạp chí đã cung cấp nhiều công trình nghiên cứu có giá trị. Được biên soạn bởi các chuyên gia học thuật hàng đầu trong lĩnh vực nghiên cứu tạp chí, các chương trong Sổ tay nghiên cứu tạp chí Routledge không chỉ hình thành một kiến trúc để tổ chức và lưu trữ lĩnh vực nghiên cứu tạp chí đang phát triển mà còn gợi ý những hướng nghiên cứu mới trong tương lai. Việc khám phá những thách thức và cơ hội kỹ thuật số hiện đang phải đối mặt với thế giới tạp chí được đan xen trong suốt cuốn sách, giúp độc giả hiểu sâu hơn về hình thức tạp chí cũng như xã hội [131].

“*The Handbook of Magazine Studie*” (2020) (tạm dịch: *Sổ tay nghiên cứu tạp chí*) là một nghiên cứu sâu rộng về cách thức mà nền kinh tế, chính trị của tạp chí đã thay đổi đáng kể trong những năm gần đây và tiếp tục thay đổi với tốc độ nhanh chóng. Các bài viết từ các học giả khám phá chức năng văn

hóa của tạp chí dưới góc độ những thay đổi đáng kể về nội dung, định dạng và đối tượng độc giả. Tập sách này kết hợp kỳ thi học thuật với thảo luận thực dụng để khám phá các hoạt động tổ chức, nội dung và tác động văn hóa đương đại [133].

Trong bài viết *“Print magazines in the digital environment: editorial and positioning strategies”* (tạm dịch: *Tạp chí in trong môi trường kỹ thuật số: chiến lược biên tập và định vị*) của tác giả Dora Santos Silva (2022) đã xem xét tạp chí đang đổi mới như thế nào trong môi trường kỹ thuật số, về quy trình biên tập và định vị thương hiệu truyền thông. Trọng tâm là việc tạp chí với nền tảng in ấn đã mở rộng sang kỹ thuật số. Với ý nghĩ đó, ba câu hỏi nghiên cứu được giải quyết: (1) Đây là phần mở rộng thương hiệu tạp chí chính trong môi trường kỹ thuật số và làm thế nào chúng có thể liên quan đến sản phẩm in ấn? (2) Sự khác biệt chính về biên tập giữa tạp chí in và ấn bản kỹ thuật số của tạp chí là gì? (3) Các chiến lược chính để giữ cho tạp chí phù hợp, cả trong thế giới báo in và kỹ thuật số, đồng thời củng cố bản sắc của thương hiệu truyền thông là gì? Để trả lời những câu hỏi này, tác giả đã tiến hành phân tích nội dung của ba tạp chí đặc biệt được quan tâm hằng tháng là The Atlantic (Mỹ), Monocle (Anh), Forbes (Mỹ) [130].

Trong bài viết *“Optimizing Creative Digital Content Among Magazine Publishing Company in Malaysia During Pandemic Covid-19”* (tạm dịch: *Tối ưu hóa nội dung kỹ thuật số sáng tạo giữa các công ty xuất bản tạp chí ở Malaysia trong đại dịch Covid-19*) của các tác giả Siti Aishah Shah Bani (2023) điều tra tác động của COVID-19 đối với ngành xuất bản tạp chí ở Malaysia. Do đó, các công ty xuất bản phải tối ưu hóa nội dung kỹ thuật số sáng tạo của họ thông qua các phương tiện mới và cân nhắc rằng khán giả tiềm năng của họ dành vài giờ mỗi ngày để sử dụng phương tiện này trên nhiều nền tảng khác nhau. Mục tiêu của nghiên cứu này là xác định tầm quan trọng của các nền tảng nội dung kỹ thuật số sáng tạo được công ty xuất bản sử dụng để tiếp cận thị trường mục tiêu của họ và khám phá lý do chính của nhà xuất bản tạp chí trong việc tạo ra nội dung kỹ thuật số sáng tạo trong cuộc khủng hoảng COVID-19. Để hiểu hiệu quả của nội dung kỹ thuật số sáng tạo cho tạp chí do nhà xuất bản sản xuất, nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và tiến hành phỏng vấn sâu những người/nhà xuất bản/người viết nội dung và đơn vị biên tập. Do đó, nghiên cứu này chỉ ra rằng không có gì ngạc nhiên khi các công ty xuất bản sẽ coi nội dung kỹ thuật số

sáng tạo là một trong những chiến lược tiếp thị kỹ thuật số của họ, có tính đến tiềm năng cao của khán giả sẽ dành phần lớn thời gian của họ để sử dụng phương tiện truyền thông xã hội trên nhiều nền tảng khác nhau. Kết quả tổng thể của nghiên cứu cho thấy rằng phát triển nội dung kỹ thuật số sáng tạo sở hữu tiềm năng được nhận thức mạnh mẽ để nâng cao tương tác của người dùng trên các khía cạnh của nó [101].

Trong bài viết “*An Analysis of the Structure and Composition Factors of Domestic Magazine Industry from an Ecosystem Perspective*” (Tạm dịch: “*Phân tích cấu trúc và các yếu tố cấu thành của ngành tạp chí trong nước từ góc độ hệ sinh thái*”) của các tác giả Yong Jun Lee và Won Je Kim (2023). Nghiên cứu này khám phá các cách để làm cho hệ sinh thái ngành tạp chí bền vững bằng cách xem xét tình trạng của các thành phần hệ sinh thái tạp chí và những hạn chế của chúng bằng cách phân tích thị trường tạp chí từ góc độ hệ sinh thái. Hệ sinh thái tạp chí đề cập đến một hệ thống các chuỗi giá trị được thiết lập bởi các bên liên quan liên quan đến sản xuất, phân phối và sử dụng nội dung tạp chí. Do đó, để phân tích hệ sinh thái ngành tạp chí, các yếu tố khác nhau cấu thành hệ sinh thái được chẩn đoán theo vòng đời của “sản xuất - phân phối/dịch vụ - tiêu thụ/tái sản xuất”. Theo kết quả phân tích, ngành tạp chí trong nước được đánh giá là chưa thiết lập được cấu trúc chu kỳ đạo đức mặc dù có nhiều chiến lược thích ứng và chính sách hỗ trợ và tiềm năng tăng trưởng bền vững trong tương lai là yếu do hệ sinh thái tạp chí đang hoạt động trong tình trạng không lành mạnh. Các nhiệm vụ chính sách công nghiệp nhằm xây dựng một chu kỳ đạo đức của ngành tạp chí thông qua kích hoạt lẫn nhau của các thành phần của hệ sinh thái tạp chí nên được xem xét [116].

Tài liệu bằng tiếng Việt

Trong cuốn “*Tác nghiệp báo chí trong môi trường truyền thông hiện đại*” của tác giả Nguyễn Thành Lợi (2014) đã giới thiệu những kỹ năng trong viết báo đa phương tiện, thông qua cách viết ngắn gọn dễ hiểu với những ví dụ minh họa sinh động của các hãng truyền thông nổi tiếng trên thế giới. Những nghiên cứu của tác giả được thực hiện từ năm 2014 đến nay có nhiều điểm đã trở nên lỗi thời, không còn phù hợp, nhưng vẫn là nguồn tham khảo hữu ích cho nghiên cứu sinh [51].

Đề tài khoa học cấp bộ (2020): “*Ứng dụng công nghệ mới trong lĩnh vực báo chí tuyên truyền*” do tác giả Bùi Thị Vân Anh làm chủ nhiệm. Đề tài khảo sát kinh nghiệm ứng dụng các công nghệ mới tại các hãng tin, các cơ quan báo

chí trên thế giới và ở Việt Nam là hết sức cần thiết cho việc đánh giá tác động của các công nghệ này đối với lĩnh vực báo chí, báo chí tuyên truyền, đồng thời đề tài cũng phân tích sự phát triển của các công nghệ mới ở Việt Nam hiện nay làm cơ sở thực tiễn quan trọng cho các đề xuất các công nghệ mới mang tính khả thi khi ứng dụng trong lĩnh vực báo chí tuyên truyền cũng như các tiêu chí, điều kiện cần thiết để thúc đẩy khả năng ứng dụng tại Việt Nam [1].

Cuốn sách *“Cảm nang báo chí trực tuyến: Kỹ năng sinh tồn và lớn mạnh trong kỷ nguyên số”* của tác giả Paul Bradshaw (2020) tập trung vào bốn vai trò của báo chí đang ngày càng được coi trọng trong thời đại kết nối mạng, đó là: Vai trò cho người không có tiếng nói được có tiếng nói thông qua khả năng số hóa các câu chuyện trên không gian mạng; vai trò thứ hai là khiến thứ bị ẩn có thể thấy được thông qua công cụ tìm kiếm và báo chí dữ liệu; vai trò kết nối các cộng đồng thông qua các thuật toán của công cụ tìm kiếm và mạng xã hội giúp việc tìm kiếm thông tin trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết; vai trò thứ tư tập trung vào việc xác minh và vạch trần các nội dung tuyên truyền lừa đảo, tin giả [57].

Trong *“Tin tức kiến tạo”* của nhà báo Ulrik Hageerup (2020) “trình bày cơ chế hoạt động của hệ thống truyền thông - tin tức toàn cầu đương thời, với nền dân chủ truyền thông phương tây như một điển hình được phân tích, mô tả bằng những quan sát nghề nghiệp thấu đáo cùng hàng loạt dẫn chứng thực tế sinh động. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất một “cách làm truyền thông mới” để cải thiện tình hình, thông qua việc thiết lập lại một nền truyền thông trung thực, đa chiều, được xây dựng trên hạt nhân căn bản là “tin tức kiến tạo”” [95, tr.ix]. Cuốn sách là tài liệu nghề nghiệp hữu ích, trực tiếp phục vụ công việc của lãnh đạo cơ quan QLBC, lãnh đạo tạp chí và đội ngũ PV, BTV, HSTK.

Trong cuốn *“Chuyển đổi số báo chí Việt Nam: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn”*, là tập hợp những bài viết được trình bày trong Hội thảo Chuyển đổi số báo chí Việt Nam - Một số vấn đề lý luận và thực tiễn do Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Bộ Thông tin và Truyền thông (2022) tổ chức đã trình bày những vấn đề lý luận về chuyển đổi số trong báo chí ở Việt Nam hiện nay và một số kinh nghiệm, mô hình, cách tiếp cận, hướng chuyển đổi số ở một số cơ quan báo chí hiện nay [91].

Trong bài viết *“Chiến lược chuyển đổi số để phát triển Báo Nhân Dân thành cơ quan báo chí đa phương tiện chủ lực”* (2022) và “Trí tuệ nhân tạo

và báo chí” (2023) của tác giả Lê Quốc Minh đã chỉ ra một số thách thức trong quá trình chuyển đổi số ở lĩnh vực báo chí như: *Thách thức đầu tiên* đến từ mức độ sẵn sàng chuyển đổi số. “Không phải cơ quan báo chí - truyền thông nào cũng đủ nguồn lực để đầu tư vào hạ tầng, trang thiết bị hiện đại” [138]. *Thách thức thứ hai*, là nguồn nhân lực cho chuyển đổi số. “*Thách thức thứ ba*, được đánh giá là thử thách cốt lõi trong ngành báo chí, là năng lực chuyển đổi số trong sáng tạo nội dung báo chí” [138] và đề ra một số giải pháp để chuyển đổi số và xây dựng Báo Nhân dân trở thành cơ quan báo chí đa phương tiện chủ lực, như đổi mới và phát triển theo mô hình “cơ quan báo chí - công nghệ” (media-tech); cơ cấu hoạt động như một cơ quan sản xuất và phân phối nội dung đa nền tảng, đa phương tiện; sử dụng các công cụ đo lường và phân tích nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng. Bên cạnh đó, đẩy mạnh ứng dụng AI và báo chí tự động (robot journalism) vào sản xuất nội dung số. Công trình nghiên cứu này rất hữu ích đối với nghiên cứu sinh trong nghiên cứu chuyển đổi nội dung số.

Trong tham luận “*Ứng dụng AI trong sáng tạo nội dung báo chí số*” tại Hội thảo “*AI và quản trị sáng tạo nội dung trong tòa soạn*” của tác giả Đỗ Thị Thu Hằng (2022) chỉ ra rằng, bản chất của báo chí số là sử dụng công nghệ số vận hành đồng thời sáng tạo nội dung, sản xuất các dòng sản phẩm số, kinh doanh, phát hành trên các nền tảng số, trong một hệ sinh thái số. “Chuyển đổi số báo chí thực chất là chuyển đổi từ báo chí đơn loại hình sang nền báo chí lấy báo mạng điện tử làm trung tâm, ứng dụng công nghệ số trong toàn bộ hoạt động của tòa soạn hội tụ” [146]. Chính vì vậy “Các cơ quan báo chí cần chủ động xây dựng chiến lược chuyển đổi số, trong đó đẩy mạnh ứng dụng AI trong tòa soạn” [146]. Tuy nhiên, cần lưu ý là “không có kịch bản chung cho việc ứng dụng AI trong quản trị sáng tạo nội dung báo chí. Với các CQBC đang ở bước cơ bản trong chuyển đổi số, cần tập trung các ứng dụng AI trong sáng tạo nội dung và tổ chức sản xuất, nghiên cứu và phân khúc công chúng trên phiên bản báo điện tử, chú trọng an toàn và an ninh thông tin” [146].

Trong “*Nhà báo toàn cầu*” của David Randall (2022) cho rằng, toàn cầu hóa không còn là câu chuyện mới mẻ ngày hôm nay nữa, mà nó thực sự là “thế giới phẳng” theo nhiều nghĩa. Chưa khi nào trong lịch sử loài người, chúng ta lại có thể tiếp cận thông tin dễ dàng đến vậy; và mặt trái của nó, cũng chưa khi nào mà mối hoài nghi về độ xác thực của tin tức lại trở thành

vấn đề lớn đến vậy [20]. Trong “*Hướng dẫn sử dụng tin tức: Tin và đầu trong một thế giới ngập tràn tin giả*” của Alan Rusbridger (2023) như cuốn “cẩm nang” hướng dẫn “cách nắm bắt thông tin, phân biệt sự thật và những điều hư cấu, khiến những người nắm trong tay quyền lực phải có trách nhiệm về thông tin. Từ AI đến robot, từ khủng hoảng khí hậu đến tin tức giả mạo, từ “mỗi câu view” đến “chiêu bài gây sự”, Alan Rusbridger luôn đặt người đọc trong một sự thôi thúc suy nghĩ và đặt câu hỏi - một câu hỏi mang tính sống còn: “Tin vào điều gì?” [2, tr.8]. Thông qua hai tài liệu này, góp phần trang bị một hệ thống lý thuyết nền tảng về báo chí thời hiện đại.

Twitter, Facebook, Instagram - những nền tảng và ứng dụng truyền thông xã hội làm thay đổi cách nhà báo làm nghề và cách mọi người tiếp nhận thông tin. Báo chí ngày nay chịu ảnh hưởng to lớn của các thiết bị di động và nền tảng truyền thông xã hội. Cả hai nhân tố này đang làm thay đổi đáng kể trách nhiệm của các nhà báo và cách thức tổ chức sản xuất tin tức và cung cấp nội dung. Đây chính là lý do cuốn sách này ra đời, “*Báo chí trên thiết bị di động và nền tảng truyền thông xã hội*” của tác giả Anthony Adornado (2023) trang bị cho các nhà báo thế hệ mới cách sử dụng thiết bị di động và nền tảng truyền thông xã hội như những nhà báo chuyên nghiệp trên 3 phương diện: thu thập tin tức, phân bổ nội dung và tương tác công chúng.

Một số hội thảo, như: Hội thảo: Diễn đàn báo chí tháng sáu: Chuyển đổi số báo chí Việt Nam - Một số vấn đề lý luận và thực tiễn (tháng 6-2022); Hội thảo “AI và quản trị sáng tạo nội dung trong tòa soạn” (tháng 6-2022); Hội thảo quốc gia: Chuyển đổi số báo chí, xuất bản - Lý luận và thực tiễn (tháng 11-2023); Hội thảo báo chí quốc tế: Quản trị tòa soạn số báo chí số: Lý luận, kinh nghiệm, thực tiễn tại khu vực ASEAN (tháng 12-2023); Hội thảo quốc tế: Kinh tế báo chí truyền thông trong bối cảnh kinh tế số (tháng 6-2024); Hội thảo khoa học: Đào tạo báo chí - truyền thông trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay (tháng 6-2024)... Các tham luận đã tập trung phân tích xu hướng không thể đảo ngược của chuyển đổi số trong lĩnh vực báo chí, các vấn đề đặt ra đối với các CQBC trong quá trình chuyển đổi số.

Bài viết “*Chuyển đổi số đối với tạp chí khoa học và công nghệ ở Việt Nam*”, của các tác giả Trần Đắc Hiến, Lê Thị Hoa, Tạp chí Thông tin và Tư liệu, số tháng 1-2022 đã phân tích sự tác động của chuyển đổi số với tạp chí khoa học được thể hiện qua quy trình xuất bản nhanh hơn, phạm vi tiếp cận

rộng hơn, truy xuất thông tin được tùy chỉnh dễ dàng hơn nhờ các công cụ AI; quản lý trích dẫn tốt hơn, phát hiện đạo văn nhanh chóng; giao tiếp thông tin đa phương thức, nội dung tương tác và truy cập mở. Đánh giá thực trạng các tạp chí khoa học và công nghệ và đề xuất một số giải pháp để chuyển đổi số các tạp chí khoa học và công nghệ ở Việt Nam [37].

Trong bài viết “*Quy trình, tiêu chí đánh giá tạp chí khoa học của một số cơ sở dữ liệu quốc tế và đề xuất cho Việt Nam*” của tác giả Lê Quốc Hội đăng trên Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam số 11-2023 đã trình bày các tiêu chí và cách thức đánh giá, xét duyệt tạp chí khoa học của một số cơ sở dữ liệu quốc tế, từ đó đề xuất các tiêu chí và cách thức đánh giá, xếp loại tạp chí khoa học ở Việt Nam [42].

“*Cẩm nang chuyển đổi số báo chí*” do Cục Báo chí, Bộ Thông tin và Truyền thông (2023) biên soạn đã cung cấp những thông tin, kiến thức hướng dẫn CQBC thực hiện đo lường, đánh giá mức độ trưởng thành chuyển đổi số báo chí; ứng dụng, khai thác công nghệ số trong báo chí; quy trình chuyển đổi số báo chí và những kết quả bước đầu trong triển khai thực hiện Chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030. Bên cạnh đó cuốn sách cũng chỉ ra, thực hiện chuyển đổi số báo chí là sẵn sàng chấp nhận thách, thử nghiệm cái mới và có thể là khó khăn để tham gia vào cuộc chiến trên không gian mạng, đem đến cho độc giả những nội dung chất lượng, chính xác, khách quan và chân thực. Chuyển đổi số báo chí có thể bắt đầu những việc nhỏ, nhưng tư duy định hướng phải là tư duy đổi mới tổng thể và toàn diện [11].

Trong bài viết “*Chuyển đổi số tại Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam điện tử: Thực trạng và giải pháp*” (2024) của nhóm tác giả Vũ Văn Hưng, Chu Anh Trà đăng trên Tạp chí Thông tin và Truyền thông điện tử tập trung phân tích thực trạng, những vấn đề đặt ra và đề xuất các giải pháp cụ thể về công nghệ, nội dung và quản trị để nâng cao chất lượng và hiệu quả của Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam điện tử [150]. Bài viết này liên quan trực tiếp đến đối tượng khảo sát của luận án - Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam - nhóm tạp chí khoa học. Đây là tài liệu rất có giá trị cho nghiên cứu sinh trong quá trình khảo sát thực trạng chuyển đổi nội dung số của Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam hiện nay.

2. Nhận xét, đánh giá, những khoảng trống cần tiếp tục nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án

2.1. Kết quả đạt được của các nghiên cứu bằng tiếng nước ngoài và tiếng Việt đã công bố liên quan đến đề tài

Qua khảo cứu các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến đề tài nghiên cứu từ nhiều nguồn khác nhau cho thấy một số kết quả đã đạt được như sau:

Về nhóm các công trình nghiên cứu liên quan đến tạp chí

Một là, các công trình nghiên cứu đã hệ thống hóa quá trình ra đời và phát triển các loại hình tạp chí, từ tạp chí in đến tạp chí kỹ thuật số. Đồng thời chỉ rõ, xuất bản tạp chí kỹ thuật số là một xu thế không thể đảo ngược, đặc biệt trong bối cảnh thế giới đối mặt với đại dịch COVID-19; là giải pháp cho những thách thức mà tạp chí in phải đối mặt trong kỷ nguyên số. Với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học - công nghệ, công nghệ truyền thông mới đã hình thành phương thức sản xuất, xuất bản hiện đại - công nghệ số. Tuy nhiên, “thời đại số khiến hoạt động cạnh tranh của báo chí, truyền thông không chỉ bó hẹp trong phạm vi thu thập, đưa tin, mà còn thông qua tích hợp các sản phẩm truyền thông để nâng cao chất lượng và giá trị thông tin, rút ngắn thời gian, từ đó tạo ra sản phẩm truyền thông mới, hình thành các chuỗi sản phẩm và chuỗi giá trị trong các cơ quan báo chí, truyền thông” [81, tr.6].

Hai là, các nghiên cứu cũng chỉ ra, tạp chí là một trong những phương tiện truyền thông đại chúng cũng được hưởng lợi từ sự phát triển của công nghệ và kết nối internet, vì nó có thể sản xuất phiên bản trực tuyến hoặc kỹ thuật số, dễ tương tác với công chúng và tối giản chi phí sản xuất và phân phối tạp chí trên các nền tảng, hướng tới mọi đối tượng công chúng.

Về nhóm các công trình nghiên cứu liên quan đến kỹ thuật số, số hóa, chuyển đổi số

Một là, các nghiên cứu đưa ra một số xu thế phát triển của báo chí trong kỷ nguyên kỹ thuật số, đó là: báo chí đa nền tảng, báo chí di động, báo chí xã hội, báo chí dữ liệu, báo chí đồ họa, báo chí sáng tạo... Tuy vậy, quan niệm về xu hướng phát triển mới của báo chí và truyền thông chưa có sự thống nhất; chưa đề cập đến hệ sinh thái truyền thông trong điều kiện hiện tại và những ảnh hưởng của nó đối với công tác QLBC ở Việt Nam.

Hai là, các công trình nghiên cứu hệ thống hóa quan điểm, cách tiếp cận cùng những kiến giải về những vấn đề cấp thiết thực hiện trong công cuộc chuyển đổi số ở Việt Nam, tập trung vào các nhóm vấn đề, như: 1- Phát triển hạ tầng số thông minh, an toàn tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình chuyển đổi số và tạo môi trường sống mới cho con người; 2- AI - công nghệ số nền tảng để

thực hiện CMCNLT4 của Việt Nam; 3- Phát triển nền kinh tế số, xã hội số, Chính phủ số là cơ sở để Việt Nam bắt kịp và tiến cùng thời đại.

Ba là, một số nghiên cứu chỉ ra cách mà các công nghệ đột phá như AI, điện toán đám mây, dữ liệu lớn và kết nối vạn vật đang thúc đẩy những thay đổi lớn trong các quốc gia, ngành công nghiệp và các tập đoàn hoạt động trong kỷ nguyên số.

Về nhóm các công trình nghiên cứu liên quan đến nội dung số, chuyển đổi nội dung số tạp chí

Một số công trình nghiên cứu việc tối ưu hóa nội dung kỹ thuật số trong đại dịch COVID-19 của tạp chí, và việc định vị thương hiệu tạp chí trong môi trường kỹ thuật số; sự khác biệt chính về biên tập giữa tạp chí in và ấn bản kỹ thuật số của tạp chí; chiến lược để giữ cho tạp chí phù hợp, bảo đảm tôn chỉ, mục đích, củng cố bản sắc của thương hiệu tạp chí trong kỷ nguyên số. Một số công trình chỉ ra rằng, “bản chất của báo chí số là sử dụng công nghệ số vận hành đồng thời sáng tạo nội dung, sản xuất các dòng sản phẩm số, kinh doanh, phát hành trên các nền tảng số, trong một hệ sinh thái số. Chuyển đổi số báo chí thực chất là chuyển đổi từ báo chí đơn loại hình sang nền báo chí lấy báo mạng điện tử làm trung tâm, ứng dụng công nghệ số trong toàn bộ hoạt động của toà soạn hội tụ” [146].

Tóm lại, những kết quả đạt được của các nghiên cứu bằng tiếng nước ngoài và tiếng Việt đã công bố liên quan đến đề tài đã tập trung phân tích về xu hướng công nghệ mới, như AI, IOT, dữ liệu lớn...; kinh nghiệm chuyển đổi số trên thế giới và Việt Nam; chuyển đổi số báo chí trong bối cảnh khoa học - công nghệ, công nghệ báo chí - truyền thông phát triển mạnh mẽ hiện nay. Đây là những công trình nghiên cứu sâu về chuyển đổi số trong lĩnh vực báo chí - xuất bản, rất có giá trị tham khảo đối với nghiên cứu sinh.

2.2. Những khoảng trống mà các nghiên cứu bằng tiếng nước ngoài và tiếng Việt đã công bố liên quan đến đề tài chưa đề cập, cần tiếp tục được nghiên cứu

Các công trình nghiên cứu đã tập trung nghiên cứu về cách chuyển đổi tạo chí in sang tạp chí kỹ thuật số; phương thức xuất bản các tạp chí kỹ thuật số ở một số nước giúp tác giả có căn cứ khoa học, thực tiễn để hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn về chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí ở Việt Nam hiện nay mà tác giả luận án nghiên cứu. Tuy nhiên, qua các công trình nghiên cứu đã khảo cứu ở trên, chưa có một công trình nghiên cứu nào nghiên cứu chuyên sâu và toàn diện về lý luận và thực tiễn về *chuyển đổi nội dung số*

trong các cơ quan tạp chí - đây là nhóm cơ quan báo chí có số lượng đông đảo với nội dung chuyên sâu, chuyên biệt, phục vụ nhóm công chúng đích riêng. Đây là khoảng trống mà tác giả luận án tiếp tục nghiên cứu. Cụ thể:

Về mặt lý luận, cần xây dựng cơ sở lý luận để nghiên cứu vấn đề chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay: 1- Hệ thống hóa các khái niệm liên quan; 2- Tiếp cận, phân tích, đưa ra quan điểm nghiên cứu mới và kế thừa các lý thuyết, công trình nghiên cứu đã có để nghiên cứu đặc điểm, vai trò của chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí; 3- Nhận diện yếu tố ảnh hưởng đến chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí; 4 - Xây dựng các nguyên tắc chuyển đổi nội dung số của tạp chí.

Về mặt thực tiễn, khảo sát, phân tích, đánh giá thực trạng chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí bằng nhiều phương pháp, như phỏng vấn chuyên gia, phân tích bằng công cụ kỹ thuật số, tọa đàm, thảo luận nhóm... Trên cơ sở đánh giá khoa học về thực trạng chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí, trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự phát triển mạnh mẽ của khoa học - công nghệ, luận án đánh giá những thành công, hạn chế, nguyên nhân của hạn chế và xác lập các vấn đề đặt ra.

Trên cơ sở xây dựng khung lý thuyết khoa học, thực tiễn khảo sát thực trạng, luận án đề xuất những giải pháp và khuyến nghị phù hợp để thúc đẩy tiến trình chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam.

Tiểu kết Tổng quan tình hình nghiên cứu

Tổng quan tình hình nghiên cứu trong nước và ngoài nước tập trung vào 3 nhóm vấn đề chính: 1- nhóm các công trình nghiên cứu liên quan đến tạp chí; 2- nhóm các công trình nghiên cứu liên quan đến kỹ thuật số, số hóa, chuyển đổi số; 3- nhóm các công trình nghiên cứu liên quan đến nội dung số, chuyển đổi nội dung số tạp chí. Qua các công trình nghiên cứu 3 nhóm vấn đề này, tác giả rút ra những đánh giá: Chuyển đổi số tạp chí đã được khá nhiều công trình nghiên cứu, khảo cứu thực tiễn chuyển đổi số, chuyển đổi số tạp chí ở nhiều nước trên thế giới, như Singapore, Malaysia, Anh, các nước Ả rập.... Tuy nhiên, ở Việt Nam, hiện chưa có công trình nghiên cứu nào chuyên sâu về chuyển đổi nội dung số tạp chí.

Như vậy, nghiên cứu chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí là một đề tài rất mới, cấp thiết đối với các tạp chí của Việt Nam hiện nay. Đề tài “Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay” đề cập đến thực trạng chuyển đổi nội dung số trong các dòng tạp chí diện khảo sát; các vấn đề đặt ra đối với các cơ quan tạp chí để chuyển đổi nội dung số. Từ đó, đề

xuất giải pháp chuyển đổi nội dung số cho các tạp chí để cơ quan tạp chí hoạt động, vận hành theo mô hình tòa soạn số và các mô hình phù hợp với sự phát triển của khoa học, công nghệ tiên tiến trên thế giới, sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số, đáp ứng yêu cầu tâm lý, thói quen của công chúng số.

Chương 1:

CHUYỂN ĐỔI NỘI DUNG SỐ TRONG CÁC TẠP CHÍ – NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN

1.1. Các khái niệm liên quan

1.1.1. Khái niệm tạp chí

1.1.1.1. Khái niệm tạp chí

Theo Từ điển Bách khoa Britannica online, “tạp chí ra đời sau khi phát minh ra máy in ở phương Tây. Tạp chí bắt nguồn từ một loạt các tập sách mỏng, tờ rơi, niên giám mà máy in tạo ra. Những sản phẩm này dần dần được chuyển thành các ấn phẩm xuất hiện thường xuyên” [140].

Trong quá trình phát triển, thể loại tạp chí dần được hình thành, đáp ứng nhu cầu của một bộ phận công chúng nhất định. Cụ thể: Một trong những tạp chí đầu tiên là Erbauliche Monaths-Unterredungen (Các cuộc thảo luận hằng tháng mang tính giáo dục) của Đức, được phát hành định kỳ từ năm 1663 - 1668. Các tạp chí học thuật khác sớm xuất hiện ở Pháp, Anh, Italia. Đầu những năm 1670, các tạp chí nhẹ nhàng và giải trí hơn xuất hiện, bắt đầu tại Pháp với Le Mercure Galant (1672), sau đó đổi tên thành Mercure de France. Vào đầu thế kỷ XVIII, Joseph Addison và Richard Steele đã xuất bản tạp chí Tatler (1709 - 1711; xuất bản ba lần một tuần) và The Spectator (1711 - 1712, 1714; xuất bản hằng ngày). Những tạp chí có ảnh hưởng lớn này chứa các bài viết về các vấn đề chính trị và thời sự.

Các bài phê bình đề cập đến các vấn đề văn học và chính trị cũng bắt đầu xuất hiện vào giữa những năm 1700 trên khắp Tây Âu, và vào cuối thế kỷ, các tạp chí chuyên ngành bắt đầu xuất hiện, dành riêng cho các lĩnh vực cụ thể mà tầng lớp trí thức quan tâm, như khảo cổ học, thực vật học, triết học...

Năm 1731, Edward Cave xuất bản số đầu tiên của Tạp chí The Gentleman's, tạp chí đầu tiên kết hợp giữa thể loại thông tin và giải trí và là tạp chí đầu tiên tự gọi mình là “tạp chí”. Một trong những tạp chí có ảnh hưởng nhất xuất hiện trong những năm đầu của lịch sử tạp chí cho đến nay là National Geo-graphic (xuất bản năm 1899), với phần lớn thông qua các bài tiểu luận ảnh chất lượng cao mà tạp chí tiên phong, ấn phẩm này đã mở ra những góc nhìn mới về nhận thức và hiểu biết văn hóa. Khi Chiến tranh thế giới lần thứ nhất nổ ra, các tạp chí bắt đầu đăng các bài viết về các vấn đề chính trị quốc tế. Với sự quan tâm ngày càng tăng đối với các sự kiện thế giới - một loạt các tạp chí dành riêng cho tin tức ra đời, tiêu biểu như tạp chí Time (xuất bản năm 1923), Newsweek (xuất bản năm 1933) của Mỹ. Từ năm 2002 trở lại đây, các tạp chí này dần chuyển từ đưa tin sang tập trung vào các bài viết phân tích chuyên sâu [140]. Qua dòng chảy lịch sử phát triển tạp chí cho thấy, trong quá trình phát triển, tùy theo bối cảnh chính trị, kinh tế - xã hội của từng giai đoạn phát triển, nội dung xuất bản, tạp chí được phân chia thành nhiều phân hệ khác nhau, như tạp chí chuyên về các vấn đề chính trị, văn hóa, văn học, thông tin giải trí, khoa học, tôn giáo... phục vụ cho nhóm đối tượng chuyên biệt hoặc phổ biến.

Như vậy, trên thế giới, theo dòng lịch sử phát triển của tạp chí, tùy theo nhu cầu, sở thích của từng nhóm công chúng trong xã hội, các nhóm tạp chí hình thành và phát triển theo từng lĩnh vực phục vụ cho từng nhóm công chúng đó, như tạp chí văn hóa - giáo dục (Erbauliche Monats-Unterredungen), tạp chí giải trí (Mercure de France), tạp chí chính trị (Time), tạp chí khoa học chuyên ngành...

Ở Việt Nam, “tờ tạp chí xuất bản đầu tiên là Đông Dương tạp chí, là phụ trương của tờ Lục tỉnh tân văn, xuất bản hằng tuần, số ra đầu tiên ngày 15-5-1913, chủ bút đầu tiên là Nguyễn Văn Vĩnh. Tạp chí quy tụ được nhiều cây viết tham gia là các nhà văn, nhà thơ, nhà nghiên cứu khoa học, nghiên cứu chính trị. Đây là tờ tạp chí được đánh giá có công lớn trong việc phổ biến những tư tưởng tiến bộ chính trị, kinh tế, văn hóa, đạo đức của phương Đông và phương Tây. Tiếp theo là Tạp chí Nam Phong (xuất bản năm 1917 - 1934)” [41, tr.18-19].

“Ngày 3-2-1930, tại Hội nghị thành lập Đảng Cộng sản Việt Nam, dưới sự chủ trì của đồng chí Nguyễn Ái Quốc, đã quyết định xuất bản một tạp

chí lý luận chung cho toàn Đảng và ba tờ báo tuyên truyền ở ba xứ” [9, tr.10]. Thực hiện quyết định đó, Tạp chí Đỏ (nay là Tạp chí Cộng sản) ra số đầu tiên vào ngày 5-8-1930. Người sáng lập và Chủ bút đầu tiên của tạp chí là Chủ tịch Hồ Chí Minh.

“Từ đó đến nay, qua các giai đoạn cách mạng, tạp chí lý luận của Đảng đã nối tiếp nhau ra mắt bạn đọc. Từ năm 1930 đến 1945, sau Tạp chí Đỏ là Tạp chí Cộng sản (năm 1931), Tạp chí Bônsovic, rồi đến Tạp chí Cộng sản (năm 1941) và Tạp chí Cộng sản (năm 1943). Trong những năm kháng chiến chống thực dân Pháp, tạp chí có tên là Sinh hoạt nội bộ (năm 1947 - 1950) và Tạp chí Cộng sản (năm 1950). Sau khi hòa bình được lập lại ở miền Bắc, Tạp chí Học tập ra đời tháng 12-1955 và xuất bản đều kỳ hằng tháng. Từ ngày 5-1-1977, Tạp chí Học tập được đổi tên là Tạp chí Cộng sản, và tiếp tục ra đều kỳ hằng tháng. Ở miền Nam, trong công cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp, Trung ương cục miền Nam đã xuất bản Tạp chí Nghiên cứu và trong những năm chống Mỹ, cứu nước đã xuất bản Tạp chí Tiền phong” [9, tr.10].

Tại Hội thảo bàn về tạp chí của Ủy ban Khoa học Xã hội (nay là Trung tâm Khoa học Xã hội và Nhân văn quốc gia) năm 1986, “trên cơ sở lịch sử phát triển của tạp chí ở Việt Nam và nhân định của V.I. Lê-nin khi bàn về tạp chí có nêu: *“Tạp chí chủ yếu làm công tác tuyên truyền, báo hằng ngày làm công tác cổ động”*, các nhà nghiên cứu, các nhà quản lý, các nhà báo lão thành đa số thống nhất quan niệm: *“Đặc trưng cơ bản của tạp chí là chức năng tuyên truyền, nghiên cứu lý luận và hoạt động khoa học”*” [41, tr.22].

Tính đến nay, “cả nước có 884 CQBC, trong đó có 675 tạp chí, trong đó có 323 tạp chí khoa học, 275 tạp chí thuộc tổ chức hội, 77 tạp chí thuộc cơ quan khác (bộ, ngành, tôn giáo) [12, tr.6].

Theo từ điển Từ điển tiếng Anh Oxford: “Tạp chí là một ấn phẩm định kỳ có chứa các bài viết của nhiều tác giả khác nhau; đặc biệt là bài viết có truyện, bài viết về các chủ đề chung,... và minh họa bằng hình ảnh, hoặc một ấn phẩm tương tự dành cho độc giả có sở thích đặc biệt” [143].

Theo từ điển Tiếng Việt của Nxb. Khoa học xã hội (năm 1994), tạp chí được coi là “xuất bản phẩm định kỳ, đăng nhiều bài, do nhiều người viết đóng thành, thường có khổ nhỏ hơn báo” [67].

Theo tác giả Đinh Văn Hường cho rằng: “Tạp chí thường là cơ sở lý luận, học thuật chuyên sâu về lĩnh vực nào đó phục vụ người trong ngành.

Tính định kỳ của tạp chí dài (tháng, quý,...). Dung lượng của tạp chí lớn để truyền tải được tác phẩm lớn. Tạp chí thường có hai loại, tạp chí mang tính tuyên truyền phổ biến và tạp chí mang tính chuyên ngành” [45, tr.14].

Theo tác giả Tạ Ngọc Tấn định nghĩa tạp chí trong tổng thể báo in. Theo đó, “báo in là những ấn phẩm định kỳ chuyển tải một số nội dung thông tin mang tính thời sự và được phát hành rộng rãi trong xã hội. Trong trường hợp này, thuật ngữ báo in dùng để chỉ hai bộ phận: báo và tạp chí” [80, tr.20]. Căn cứ theo tiêu chí định kỳ và tính chất nội dung thông tin, tác giả đã chỉ ra các đặc trưng của tạp chí:

Tính định kỳ: Định kỳ xuất bản của tạp chí có thể là tuần, nửa tháng, một tháng, hai tháng và cũng có tạp chí xuất bản không theo định kỳ, nhằm mục đích cân đối và điều phối thông tin, tạo điều kiện thuận lợi cho độc giả.

Giới hạn công chúng hẹp: Đối tượng đọc của tạp chí chọn lọc nhiều hơn so với nhật báo và báo thư kỳ. Có những tạp chí thông tin về những lĩnh vực nghiên cứu hẹp chỉ xuất bản 500 - 600 bản trong một kỳ [80, tr.30]. Cũng chính từ các đặc trưng về nội dung thông tin nên đối tượng công chúng của báo và tạp chí khác nhau. Nếu như có thể nói tất cả các tờ báo đều cùng hướng tới công chúng là đông đảo nhân dân thì các tờ tạp chí thường hướng tới công chúng chuyên biệt trong một lĩnh vực, ngành nghề nào đó.

Nội dung chuyên sâu: Nội dung của tạp chí là những thông tin chuyên sâu, như những công trình công trình khoa học, nghiên cứu tổng kết kinh nghiệm, những tài liệu phân tích, đánh giá các vấn đề, sự kiện, những bài viết dự đoán và chiều hướng vận động, phát triển của các hiện tượng xã hội hay trong tự nhiên,... đây là điểm khác biệt lớn nhất giữa báo và tạp chí.

Với nội dung chính là những thông tin về lý luận, khoa học, nghiên cứu, tổng kết kinh nghiệm, phân tích, đánh giá có lớp lang các vấn đề, chuỗi sự kiện; những bài viết dự báo chiều hướng vận động, phát triển, quy luật, tính quy luật của các sự vật, hiện tượng trong tự nhiên và xã hội. Theo tôn chỉ, mục đích và nội dung của tạp chí được chia thành các nhóm khác nhau, gồm: Nhóm tạp chí lý luận chính trị, nhóm tạp chí khoa học và nhóm tạp chí phổ thông. Trong mỗi loại hình tạp chí lại có các phân hệ tạp chí khác nhau: 1- Tạp chí lý luận chính trị gồm: Tạp chí lý luận chính trị (Tạp chí Cộng sản của Ban Chấp hành Trung ương), tạp chí chính trị chuyên ngành (tạp chí các đơn vị, vụ, viện, học viện trực thuộc các đơn vị sự nghiệp ở Trung ương); 2- Tạp

chí khoa học gồm: Tạp chí khoa học thông tin lý luận, tạp chí khoa học chuyên ngành và tạp chí khoa học ứng dụng mang tính đại chúng (tạp chí chính trị học, kinh tế học, xã hội học, luật học, triết học, y học...); 3- Tạp chí phổ thông gồm: Tạp chí thông tin - chỉ dẫn, tạp chí giải trí (tạp chí Thông tin và Truyền thông, tạp chí Ngày Nay, tạp chí Du lịch, tạp chí Mốt, tạp chí Văn nghệ,...). Đối tượng công chúng của tạp chí thường chọn lọc và khu biệt hơn nhật báo, ở từng nhóm công chúng đích nhất định, đơn cử: nhóm tạp chí lý luận chính trị là cán bộ, đảng viên, bạn đọc quan tâm; nhóm tạp chí khoa học chuyên ngành là các chuyên gia, nhà khoa học, học giả, sinh viên,... Đối với nhóm tạp chí lý luận chính trị và tạp chí khoa học chuyên ngành chủ yếu sử dụng các loại thể chính luận (gồm xã luận, bình luận, chuyên luận), bài báo khoa học và một số thể loại báo chí thứ yếu khác, như điều tra khoa học, thông tin khoa học, phỏng vấn chuyên gia. Đối với nhóm tạp chí phổ thông, loại thể gần với nhật báo. Có những tạp chí là sự giao thoa giữa tạp chí lý luận chính trị và tạp chí khoa học chuyên ngành; giữa tạp chí khoa học chuyên ngành và tạp chí phổ thông.

Cần phân biệt tạp chí chuyên ngành và tạp chí có độ mở về công chúng (tạm gọi là tạp chí phổ thông). Tạp chí chuyên ngành chỉ phục vụ một đối tượng độc giả hẹp nhất định, mang tính chất nghiên cứu học thuật. Trong khi đó, tạp chí phổ thông có đối tượng độc giả rộng hơn về diện, lượng và nội dung khá đa dạng, phong phú, vừa mang tính chất nghiên cứu, chuyên sâu, vừa giúp công chúng lĩnh hội những kiến thức nền căn bản. Tạp chí dạng thức trên có những giới hạn nhất định về độ dài bài viết, các quy định về cách thức thể hiện, trình bày, loại thể báo chí sử dụng..., để phù hợp với nhu cầu đa dạng của công chúng báo chí.

Ưu điểm của tạp chí là độ chuyên sâu trong thông tin, phân tích, giải thích và giải đáp những vấn đề phức tạp của đời sống xã hội một cách có hệ thống, sâu sắc. Độ lùi thời gian và đặc trưng nhìn nhận sự việc ở tầm khái quát cho phép các bài viết có điều kiện nhận thức một cách toàn diện, đầy đủ, chính xác và đi vào bản chất hơn các sự kiện, vấn đề. Tất nhiên, tính chuyên sâu này các tạp chí khoa học thường biểu hiện rõ nét hơn các tạp chí phổ thông. Tạp chí cũng có ưu điểm về tính lưu trữ tư liệu và sự chủ động trong việc tiếp nhận ấn phẩm (thời gian, địa điểm, cách thức đọc...).

Tuy nhiên, so với các phương tiện thông tin đại chúng khác nói chung, báo hằng ngày nói riêng, thì tạp chí lại có độ trễ về thời gian. Mặc dù tính thời sự không phải là đặc trưng ở tạp chí, song với tốc độ thông tin như hiện nay, độc giả của tạp chí cũng đòi hỏi thông tin mang tính cập nhật hơn và điều này tạo nên một số hạn chế nhất định đối với tạp chí. Loại thể và thể loại báo chí sử dụng ở tạp chí cũng ít phong phú hơn nhật báo, trong đó loại thể chính luận là chủ yếu. Nếu sử dụng loại thể này đồng loạt mà không linh hoạt, sáng tạo, bài viết chất lượng hạn chế, có thể tạo nên sự khô cứng, gây cảm giác nặng nề đối với người đọc, nhất là với các tạp chí có đối tượng công chúng mở, đa dạng.

Hiện nay, tạp chí là loại hình báo chí có sức bền thậm chí còn lớn hơn báo hằng ngày trong cuộc cạnh tranh với các phương tiện thông tin đại chúng hiện đại khác, nhất là internet, truyền hình, truyền thông đa phương tiện. Mặc dù có sự suy giảm, cùng với sự suy giảm của báo in nói chung, song với lợi thế về độ sâu thông tin, tính lưu trữ thông tin và một số lợi thế khác, tạp chí được dự báo sẽ vẫn có chỗ đứng vững chắc trong tương lai, gắn liền với văn hóa đọc của công chúng.

“Hình thức đơn giản: Việc trình bày các tạp chí đơn giản và khuôn khổ tạp chí cũng tương đối nhỏ, thuận lợi cho mục đích đọc nghiên cứu” [80, tr.30]. Tuy nhiên, quan niệm cho rằng tạp chí có hình thức đơn giản chỉ đúng với một số tạp chí khoa học chuyên ngành. Hiện nay, với sự phát triển của công nghệ in đã xuất bản những tạp chí có chất lượng in rất đẹp.

Từ các quan niệm về tạp chí, tác giả luận án đưa ra định nghĩa chung nhất về tạp chí như sau: *Tạp chí là một ấn phẩm định kỳ, có nội dung chuyên sâu, chuyên ngành. Theo tôn chỉ, mục đích và nội dung của tạp chí được chia thành các nhóm khác nhau. Tạp chí hướng tới nhóm công chúng chuyên biệt.*

1.1.1.2. Khái niệm tạp chí điện tử

“Tạp chí điện tử là sản phẩm báo chí (SPBC) xuất bản định kỳ, đăng tin, bài có tính chất chuyên ngành, được truyền dẫn trên môi trường mạng” [52]. Tuy nhiên, trong bối cảnh toàn cầu hóa thông tin và những thành tựu khoa học - công nghệ như hiện nay, đối với việc xuất bản của các tạp chí điện tử, tính “định kỳ” không còn phù hợp. Mặt khác, tạp chí điện tử xuất bản trên internet không giới hạn và số trang, chuyên mục, định kỳ và cách thức công chúng tiếp nhận như tạp chí in. Cùng với sự phát triển rất nhanh của khoa học - công nghệ, hình thức trình bày, giao diện của tạp chí điện tử hiện nay rất ấn

tượng, hiện đại, tiện ích và tùy biến trên tất cả các thiết bị thông minh (điện thoại di động, máy tính bảng, máy tính để bàn...). Do đó, tác giả luận án đưa ra quan điểm về tạp chí điện tử như sau: *“Tạp chí điện tử là sản phẩm báo chí xuất bản và cập nhật thông tin nhanh chóng, đăng tin, bài có tính chất chuyên ngành, được truyền dẫn trên môi trường mạng”*.

Theo Quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc đến năm 2025, “các tạp chí in được khuyến khích có phiên bản điện tử và chuyển dần từ hình thức tạp chí in sang tạp chí điện tử” [75, tr.2]... “Tạp chí điện tử phải thể hiện đúng tính chất tạp chí, không được sử dụng giấy phép xuất bản tạp chí điện tử để xuất bản báo điện tử” [75, tr.5]. “Các báo điện tử hiện có cơ quan chủ quản là các tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp, doanh nghiệp nhà nước thì thực hiện chuyển đổi cơ quan chủ quản hoặc chuyển thành tạp chí” [75, tr.5]. Như vậy, trong bối cảnh toàn cầu hóa và Cuộc CMCNLT4, xu thế chuyển đổi phương thức xuất bản, xuất bản từ tạp chí in sang tạp chí điện tử là quy luật mang tính tất yếu.

1.1.1.3. Phân loại các loại tạp chí

Như đã phân tích ở phần 1.1.1.1, theo tôn chỉ mục đích và nội dung xuất bản tạp chí được chia thành các nhóm các lĩnh vực, phục vụ các nhóm công chúng khác nhau gồm: Tạp chí lý luận chính trị, tạp chí khoa học, tạp chí thông tin chỉ dẫn và giải trí.

Tạp chí lý luận chính trị

Theo tác giả Nguyễn Phú Trọng, Tạp chí lý luận chính trị là tạp chí tuyên truyền, giải thích những vấn đề lý luận và chính trị. “Tính lý luận của tạp chí thể hiện ở chỗ, nó luôn vận dụng chủ nghĩa Mác - Lê-nin, tư tưởng Hồ Chí Minh để phân tích, làm sáng tỏ nhiệm vụ chính trị của Đảng Cộng sản Việt Nam; đồng thời góp phần tổng kết thực tiễn, bổ sung phát triển lý luận Mác - Lê-nin, tư tưởng Hồ Chí Minh, từng bước hoàn thiện chủ trương, đường lối của Đảng; đấu tranh chống các trào lưu lý luận sai trái, bảo vệ sự trong sáng của chủ nghĩa Mác - Lê-nin, tư tưởng Hồ Chí Minh, bảo vệ đường lối, quan điểm đúng đắn của Đảng” [92, tr.24]. Tính chính trị là “luôn luôn lấy việc tuyên truyền, giải thích đường lối quan điểm của Đảng, phục vụ cho nhiệm vụ chính trị là mục đích” [92, tr.25]. Tạp chí lý luận chính trị “không phải là một diễn đàn thảo luận các vấn đề mang tính học thuật thuần túy, hay thảo luận những ý kiến, những quan điểm khác nhau, nhất là những ý kiến trái

ngược với quan điểm của Đảng. Nếu có thảo luận, có tranh luận, có giới thiệu những ý kiến khác nhau thì cũng là nhằm sáng tỏ quan điểm, đường lối của Đảng, gợi mở những suy nghĩ, tìm tòi, bổ sung, hoàn thiện quan điểm đường lối của Đảng” [92, tr.25].

Tạp chí lý luận chính trị đề cập tới những vấn đề lý luận gắn với đường lối chính trị; hoặc tuyên truyền cho đường lối chính trị một cách có lý luận. “Hai mặt lý luận và chính trị có quan hệ chặt chẽ với nhau, xoắn xức vào nhau, gắn bó và tác động vào nhau, cái này là tiền đề cho cái kia. Lý luận là cơ sở của chính trị, đến lượt nó chính trị là chính trị là linh hồn của lý luận” [92, tr.25].

“Lý luận chính trị được phân biệt với lý luận học thuật phản ánh nhu cầu nhận thức của cá nhân (hoặc trường phái) hoặc lý luận ngành phản ánh một phân hệ - lĩnh vực cụ thể của đời sống. Tính chất lý luận chính trị quy định phương hướng, nhiệm vụ nghiên cứu, tuyên truyền, giáo dục lý luận của tạp chí xuất phát từ mục tiêu chính trị, phục vụ cho nhiệm vụ chính trị của Đảng. Nói cách khác, chính thực tiễn đề ra phương hướng cho nghiên cứu, tuyên truyền, giáo dục lý luận chính trị, được Đảng tổng kết thành những nhiệm vụ cụ thể cho công tác tạp chí, đến lượt nó, kết quả nghiên cứu, tuyên truyền, giáo dục lý luận quay trở lại cải tạo thực tiễn. Lý luận chính trị không đặt ra nhu cầu trả lời các câu hỏi nghiên cứu, tuyên truyền, giáo dục của từng cá nhân, của các trường phái học thuật, mà giải đáp những vấn đề nhận thức lý luận của đảng cầm quyền, sâu xa là những bài toán thực tiễn đòi hỏi sự can thiệp đúng đắn, kịp thời của công tác lý luận” [43].

Tạp chí khoa học

Theo Luật Báo chí 2016, “Tạp chí khoa học là sản phẩm báo chí xuất bản định kỳ để công bố kết quả nghiên cứu khoa học, thông tin về hoạt động khoa học chuyên ngành” [52]

“Một tạp chí khoa học (scientific journal) hay thường gọi là tạp chí học thuật (scholarly/academic journal) hoặc tạp chí có bình duyệt (peer reviewed journal) là tạp chí xuất bản định kỳ (periodical) có các bài báo được viết bởi các chuyên gia trong một lĩnh vực nghiên cứu cụ thể. Các bài báo trong tạp chí khoa học thường phức tạp và có cấu trúc chặt chẽ hơn nhiều so với các bài báo trong các tạp chí thông thường (general magazine). Độc giả của các tạp chí khoa học thường cũng là các chuyên gia, các học giả hoặc sinh viên trong lĩnh vực liên quan” [15, tr.9].

“Tập chí khoa học là một tạp chí xuất bản định kỳ xuất bản những bài báo nghiên cứu gốc (original research) trong các số báo (issue). Một tạp chí có thể xuất bản từ 1 cho đến 52 số trong một năm và mỗi số có thể có từ 4 đến 20 bài viết. Ngoài việc đăng các bài viết nghiên cứu thì trong mỗi số tạp chí cũng đăng các bài bình luận, bài điểm sách, thư phản hồi độc giả. Một tạp chí xuất bản các bài báo nghiên cứu về một hoặc nhiều chuyên ngành hoặc lĩnh vực” [15, tr.9].

Tạp chí khoa học là một trong những kênh truyền thông khoa học quan trọng nhất trong hoạt động khoa học và công nghệ và là nơi thể hiện kết quả nghiên cứu đầu ra cuối cùng của các nhà khoa học. Tạp chí khoa học cũng là nguyên liệu đầu vào cho hoạt động nghiên cứu khoa học bởi không có hoạt động nghiên cứu khoa học nào được tiến hành mà không có sự tham khảo các công trình nghiên cứu được đăng tải trên các tạp chí khoa học trước đó. Tạp chí khoa học cũng cho phép đánh giá hiệu suất và năng suất của nhà nghiên cứu thông qua xem xét số lượng công bố của họ và nơi công bố các bài báo. Đây cũng là nơi có thể đánh giá chất lượng, tầm quan trọng của công trình nghiên cứu của nhà khoa học thông qua đánh giá mức độ trích dẫn của các bài báo được đăng tải trên tạp chí.

Cho đến cuối thế kỷ XX, “tạp chí khoa học chủ yếu được xuất bản một cách truyền thống trên giấy và cung cấp các bài báo bên trong nó cho người đọc. Quy trình xuất bản tạp chí khoa học gần như không thay đổi nhiều từ khi chúng được xuất bản lần đầu tiên cho đến thời gian gần đây. Với sự phát triển của công nghệ số, mô hình xuất bản tạp chí khoa học đang biến đổi, xuất hiện những nền tảng xuất bản điện tử cho các tạp chí điện tử/số. Ngày nay, gần như toàn bộ các tạp chí khoa học hàng đầu trên thế giới đều được xuất bản và phổ biến ở dạng số/điện tử do việc triển khai mạnh mẽ chuyển đổi số trong hoạt động xuất bản tạp chí khoa học” [37, tr.5].

“Các tạp chí khoa học đều thực hiện quy trình bình duyệt (peer review), một cơ chế kiểm soát chất lượng bài báo khoa học, trong đó có từ 1 đến 4 nhà khoa học là chuyên gia trong lĩnh vực thực hiện đánh giá bài báo. Những người bình duyệt này (còn được gọi là người phản biện) xác định những bất cập, hạn chế và sai sót trong các bài báo và đưa ra các khuyến nghị để tác giả chỉnh sửa, cải thiện bài báo. Những người bình duyệt có vai trò hỗ trợ tổng biên tập tạp chí đưa ra quyết định về giá trị của bản thảo bài báo” [15, tr.9].

“Một tạp chí khoa học thường có các thành viên và các ban sau: tổng biên tập (editor), thư ký tòa soạn (managing director), ban biên tập (editorial

board) và ban cố vấn (advisory board). Tổng biên tập tạp chí chịu trách nhiệm định hướng và bảo đảm các quy trình trí tuệ của tạp chí. Thư ký tòa soạn quản lý hậu cần xuất bản tạp chí. Các thành viên ban biên tập đồng ý bình duyệt một số lượng nhất định các bài báo mỗi năm. Ban cố vấn là những người có uy tín trong ngành đồng ý để tên tuổi uy tín của họ gắn với tạp chí” [15, tr.9], tham gia góp ý khi ban biên tập đề nghị góp ý.

Đối với tạp chí khoa học, tổng biên tập giỏi cố gắng “đảm bảo tạp chí có thời gian xem xét ngắn (khoảng thời gian từ khi tác giả gửi bản thảo bài báo đến khi tạp chí quyết định chấp nhận hoặc từ chối) và tồn đọng ít (thời gian từ khi ban biên tập quyết định chấp nhận bài báo và ngày xuất bản thực tế, đôi khi được gọi là trễ xuất bản, vì nó phụ thuộc vào số lượng bài báo mà tạp chí đã chấp nhận xuất bản và nằm trong danh sách chờ). Hiện tại việc tồn đọng xuất bản bài báo cơ bản đã không còn vì nhiều tạp chí đã thực hiện xuất bản trực tuyến trước (online first). Đây là cách mà một bài báo được xuất bản trước khi được in ấn sau khi đã hoàn thành khâu đọc rà soát (proofread), khâu đọc để kiểm tra cuối cùng. Thông thường mỗi bài báo sẽ được gán một mã định danh vĩnh viễn DOI (Digital Object Identifiers). Những bài báo xuất bản trực tuyến trước này sẽ được sắp xếp để đưa vào các số phù hợp của tạp chí” [16].

Theo tác giả Trương Vũ Bằng Giang “các tạp chí khoa học được xem là đại diện tiêu biểu nhất cho nền khoa học toàn cầu nói chung và ở mỗi quốc gia nói riêng. Đây là nơi để phổ biến, giới thiệu và công bố các kết quả nghiên cứu chuyên ngành, liên ngành, đa ngành hay xuyên ngành. Tác giả của những bài báo khoa học không phải là các phóng viên mà thường là những nhà khoa học, nhà nghiên cứu chuyên nghiệp. Để một bài báo được chấp nhận xuất bản trên tạp chí khoa học thì phải trải qua một quy trình bình duyệt chặt chẽ, được kiểm soát chất lượng bởi hội đồng biên tập bao gồm các chuyên gia có uy tín cao trong học thuật, am hiểu sâu sắc về lĩnh vực nghiên cứu. Giờ đây, công bố quốc tế được coi như thước đo năng lực nghiên cứu và khả năng hội nhập khoa học của quốc gia. Do đó, tạp chí khoa học chính là đại diện và công cụ đo lường sự tiến bộ của nền khoa học.” [32, tr.31].

Tạp chí thông tin chỉ dẫn - giải trí

Theo tác giả Nguyễn Quang Hòa, “dòng tạp chí chỉ dẫn - giải trí thuộc hệ thống tạp chí mang đầy đủ chức năng cơ bản của báo chí, trong đó thông tin mang chức năng: giáo dục, khai sáng giải trí, giám sát và phản biện xã hội,

quảng cáo và dịch vụ kinh tế báo chí là nền tảng định hướng cho sự tồn tại và phát triển” [41, tr.100]. Nội dung của nó cung cấp thông tin chỉ dẫn, tri thức cho bạn đọc về các lĩnh vực khác nhau của đời sống, đáp ứng nhu cầu giải trí của bạn đọc bằng nội dung thông tin hấp dẫn và hình thức đẹp mắt.

Tạp chí giải trí là dòng tạp chí nhằm cung cấp những thông tin chuyên biệt về một đề tài hay một nhóm đề tài thuộc các lĩnh vực, như nghệ thuật, văn học, điện ảnh, âm nhạc, kiến trúc, du lịch, thời trang,... Những thông tin này mang tính chỉ dẫn và tính giải trí cao.

Tạp chí giải trí phải đáp ứng được hai yêu cầu, *thứ nhất*, nó phải cung cấp được thông tin phục vụ nhu cầu giải trí cho bạn đọc, *thứ hai*, bản thân việc đọc tờ tạp chí phải trở thành một hình thức giải trí của bạn đọc, đáp ứng nhu cầu giải trí, thỏa mãn khoái cảm thẩm mỹ của độc giả, bởi dòng tạp chí giải trí song hành cùng nhiệm vụ đáp ứng nhu cầu giải trí cho bạn đọc, nó còn mang thêm nhiều trọng trách trong hệ thống các chức năng cơ bản của báo chí truyền thông. Đối tượng công chúng mà các tạp chí này hướng đến là giới trẻ, lớp công chúng phổ thông.

Tóm lại, từ các quan niệm phân loại trên, trong luận án này, nghiên cứu sinh phân loại tạp chí thành 4 nhóm: 1- Tạp chí lý luận chính trị; 2- tạp chí khoa học; 3- tạp chí thông tin chỉ dẫn; 4- tạp chí giải trí.

1.1.2. Khái niệm kỹ thuật số, số hóa, chuyển đổi số, nội dung số, chuyển đổi nội dung số và chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

1.1.2.1. Khái niệm kỹ thuật số

Co thể hiểu “Kỹ thuật số (digital) mô tả quá trình sử dụng các con số và máy tính để xử lý thông tin. Nó liên quan đến việc biểu diễn, lưu trữ, xử lý và truyền thông tin bằng cách sử dụng các con số hoặc các biểu tượng tương tự”[147]. “Kỹ thuật số đã thay đổi cách chúng ta làm việc với thông tin, từ việc giao tiếp, lưu trữ dữ liệu, xem phim, nghe nhạc, đọc sách, tìm kiếm thông tin trên internet,... Các thiết bị kỹ thuật số (digital devices) như máy tính, điện thoại di động, máy tính bảng và các thiết bị điện tử sử dụng hệ thống số nhị phân để xử lý thông tin. Trong hệ thống số nhị phân, thông tin được biểu diễn bằng cách sử dụng hai ký tự số 0 và 1. Các tín hiệu điện tử trong máy tính được mã hóa thành các dãy các số 0 và 1, gọi là bit (ví dụ: 01010101). Các bit này được nhóm lại với nhau thành byte để biểu thị dữ liệu như số, chữ cái, hình ảnh hoặc âm thanh” [147].

Kỹ thuật số bao gồm nhiều lĩnh vực, như máy tính, mạng internet, điện thoại di động, thiết bị điện tử, và các phương tiện truyền thông số, như video, âm thanh, và hình ảnh. Các đặc điểm chính của kỹ thuật số bao gồm: 1- Chuyển đổi thông tin: Thông tin analog (như âm thanh, hình ảnh) được chuyển đổi thành dạng số, giúp việc lưu trữ và truyền tải trở nên dễ dàng và hiệu quả hơn; 2- Xử lý dữ liệu: Các thiết bị kỹ thuật số có khả năng xử lý và phân tích dữ liệu nhanh chóng, cho phép các ứng dụng và phần mềm hoạt động linh hoạt; 3- Kết nối: Kỹ thuật số cho phép kết nối giữa các thiết bị và người dùng qua internet và mạng không dây, tạo ra một mạng lưới thông tin rộng lớn; 4- Tính tương tác: Người dùng có thể tương tác với các thiết bị và nội dung số một cách dễ dàng, từ việc lướt web đến tham gia các trò chơi trực tuyến. Kỹ thuật số đã đóng vai trò quan trọng trong việc biến đổi cách mà con người sống, làm việc và giao tiếp trong xã hội hiện đại.

Công nghệ số, hay công nghệ kỹ thuật số (digital technology) là thuật ngữ dùng để chỉ các công nghệ sử dụng tín hiệu số để xử lý, lưu trữ và truyền tải thông tin [147].

Trong Cẩm nang chuyển đổi số, “trong môi trường số, các thiết bị tính toán giao tiếp với nhau bằng tín hiệu số, biểu diễn dưới dạng tín hiệu nhị phân là 0 và 1. Công nghệ số, hiểu theo nghĩa rộng, là công nghệ xử lý tín hiệu số, hay công nghệ thông tin” [10, tr.24].

Xét trong bối cảnh cuộc CMCNLT4, “công nghệ số, hiểu theo nghĩa hẹp, là một bước phát triển cao hơn, là bước phát triển tiếp theo của công nghệ thông tin, cho phép tính toán nhanh hơn, xử lý dữ liệu nhiều hơn, truyền tải dung lượng lớn hơn, với chi phí rẻ hơn. Còn hiểu theo nghĩa rộng, công nghệ số là một trong các nhóm công nghệ lõi của cuộc CMCNLT4, với đại diện là công nghệ điện toán đám mây, dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo, chuỗi khối, thực tế ảo...” [10, tr.24]. Chính vì vậy, công nghệ số hiểu theo nghĩa rộng phổ biến hơn.

Trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence - AI) và học máy (Machine Learning): “Con người nỗ lực làm cho máy móc có những năng lực trí tuệ của con người và gọi đó là trí tuệ nhân tạo” [10, tr.30]... “Máy học là một nhánh của trí tuệ nhân tạo, có mục tiêu làm cho máy móc có khả năng học tập như con người. Biết học là sẽ tự có được kiến thức mới. Máy học dựa trên dữ liệu. Do dữ liệu ngày càng nhiều, năng lực tính toán ngày càng mạnh, nên đã tạo ra những phát triển đột phá trong máy học. Học sâu là một hướng phát triển lớn, đột phá, quan trọng của máy học. Học sâu dựa trên mô phỏng cấu trúc mạng

neuron và hoạt động của bộ não con người để xử lý, phân tích dữ liệu lớn, bao gồm cả dữ liệu cấu trúc và phi cấu trúc” [10, tr.31]. AI và học máy là các công nghệ lõi quan trọng trong cuộc CMCNLT4. Các công nghệ này giúp máy tính và các hệ thống tự động hóa có khả năng tự học hỏi, nhận biết và đưa ra quyết định dựa trên dữ liệu và thông tin.

Internet vạn vật (IoT): “Internet vạn vật đề cập đến số lượng ngày càng tăng các thiết bị và đồ vật hằng ngày được kết nối với internet và có khả năng thu thập, truyền dữ liệu” [6, tr.19]. “Nếu như internet là mạng lưới kết nối các thiết bị, như máy tính, điện thoại thông minh... với nhau để trao đổi, chia sẻ dữ liệu, internet vạn vật là mạng lưới kết nối vạn vật với nhau để làm việc tương tự. Nhờ có các cảm biến thông minh và kết nối mạng, lần đầu tiên trong lịch sử nhân loại, những vật vô tri vô giác, vật dụng gia đình, như chiếc quạt điện, lò vi sóng, hay cảnh cây, ngọn cỏ “cất tiếng nói” và giao tiếp với nhau và với con người. Internet vạn vật đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối giữa môi trường thực và môi trường số.” [10, tr.31-32].

Chuỗi khối (Blockchain): Chuỗi khối “là một chuỗi dữ liệu phân tán trên mạng, gồm các khối thông tin được liên kết với nhau bằng mã hóa và mở rộng theo thời gian. Vì mã hóa nên bảo mật, vì phân tán nên không ai có thể kiểm soát toàn bộ, vì liên kết nên bất cứ sự sửa đổi nào để lại dấu vết, chống chối bỏ. Vì tất cả yếu tố như vậy, nên bảo đảm sự an toàn, tin cậy và minh bạch” [10, tr.36], đóng vai trò quan trọng trong việc xác thực, bảo mật và quản lý dữ liệu.

Thực tế ảo (Virtual Reality - VR) và tăng cường thực tế (Augmented Reality - AR): Công nghệ thực tế ảo và công nghệ tăng cường thực tế đóng vai trò quan trọng trong việc cải thiện trải nghiệm người dùng và tạo ra môi trường tương tác số hóa. Chúng được sử dụng rộng rãi trong lĩnh vực giáo dục, giải trí và thiết kế.

Điện toán đám mây (Cloud Computing): “Điện toán đám mây là công nghệ cho phép năng lực tính toán nằm ở các máy chủ ảo, gọi là đám mây trên internet của các nhà cung cấp dịch vụ thay vì trên các máy tính của các cá nhân, các tổ chức, để mọi người kết nối, sử dụng như là dịch vụ khi họ cần” [10, tr.32].

Dữ liệu lớn (Big Data): Dữ liệu lớn cung cấp khả năng lưu trữ và xử lý dữ liệu lớn, giúp các doanh nghiệp và tổ chức khai thác và phân tích thông tin quan trọng từ dữ liệu để đưa ra quyết định và cải thiện hiệu suất. “Nếu công

nghệ trước đây cần một thời gian rất dài để xử lý dữ liệu như vậy thì công nghệ số hiện nay cho phép xử lý, phân tích trong khoảng thời gian ngắn hơn rất nhiều để trích rút ra thông tin, tri thức hoặc đưa ra quyết định một cách phù hợp” [10, tr.32].

Nền tảng kỹ thuật số

Thuật ngữ ““nền tảng” (platform) đã được dùng từ lâu trong lĩnh vực công nghệ thông tin với nghĩa khá rộng. Nghĩa chung nhất của “nền tảng” là “cái trên đó người dùng có thể xây dựng giải pháp của mình”. Nói “nền tảng” như thường nghe nói gần đây là nói tắt của “nền tảng số” hay “nền tảng kỹ thuật số” (digital platform) và liên quan đến các mô hình kinh doanh nền tảng (platform business models)” [4, tr.67].

Có nhiều loại nền tảng phổ biến, như nền tảng giao dịch, nền tảng đổi mới sáng tạo, nền tảng đầu tư, nền tảng tích hợp... trong đó nền tảng giao dịch, nền tảng đổi mới sáng tạo là phổ biến. Nền tảng tạo ra giá trị theo hai cách chính. Cách đầu tiên tương ứng với nền tảng giao dịch (transaction platform) tạo điều kiện thuận lợi cho giao dịch giữa các cá nhân khác nhau và các tổ chức mà nếu không có chúng họ sẽ không tìm thấy nhau. Ví dụ: Uber, công cụ tìm kiếm Google, Amazon Marketplace và eBay.

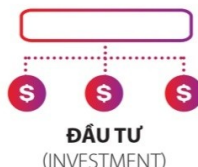
Cách thứ hai tương ứng với các nền tảng đổi mới sáng tạo (innovation platform) bao gồm các khối công nghệ cơ bản, mà trên đó nhiều người có thể phát triển các dịch vụ hoặc sản phẩm mới. Những người này có thể là bất cứ ai, ở bất kỳ đâu trên thế giới và cùng nhau tạo thành hệ sinh thái đổi mới sáng tạo sử dụng nền tảng.

Công nghệ, sản phẩm hoặc dịch vụ làm “cầu nối” cho việc trao đổi hoặc giao dịch giữa những người, hoặc nhóm người khác nhau.

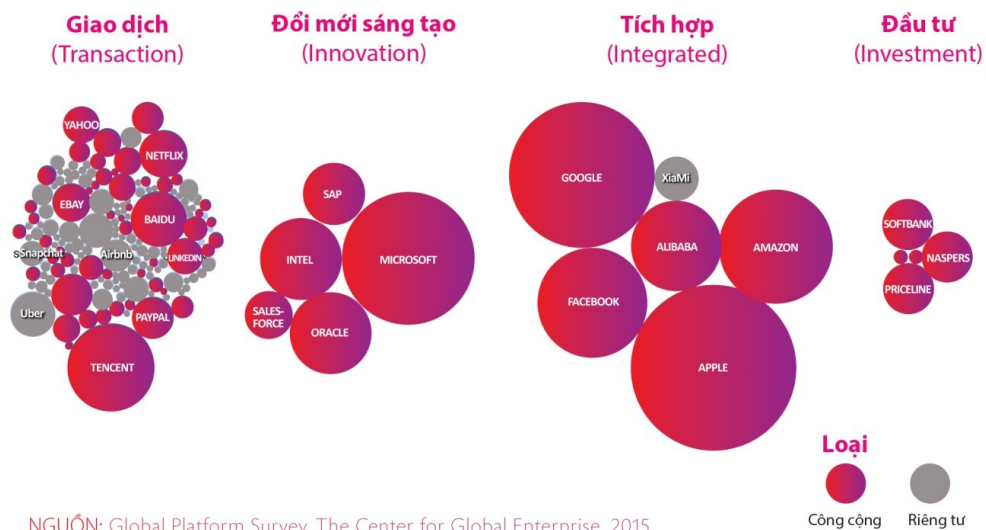


Công nghệ, sản phẩm hoặc dịch vụ đóng vai trò là nền tảng, trên đó các công ty khác phát triển các công nghệ, sản phẩm hoặc dịch vụ bổ sung.

Gồm các công ty đã phát triển chiến lược danh mục đầu tư nền tảng và hoạt động như một công ty mẹ hoặc nhà đầu tư nền tảng tích cực hoặc cả hai.



Công nghệ, sản phẩm hoặc dịch vụ là nền tảng vừa giao dịch, vừa đổi mới. Apple có App Store và hệ sinh thái hỗ trợ người khác tạo nội dung mới.



Hình 1.1: Các nền tảng công nghệ số

Nhìn chung, có thể định nghĩa chung nhất về nền tảng kỹ thuật số (Digital Platform) như sau: Nền tảng kỹ thuật số là một giải pháp phần mềm hỗ trợ người dùng cung cấp sản phẩm, dịch vụ của mình thông qua các doanh nghiệp trực tuyến.

1.1.2.2. Khái niệm số hóa (digitization)

Theo khoản 18, Điều 4, Luật Công nghệ thông tin số 67/2006/QH11, quy định: “Số hóa là việc biến đổi các loại hình thông tin sang thông tin số” [53].

Các *thực thể* (đối tượng, vạn vật) trong môi trường thực con người đang sống thường ở dạng tự nhiên (dòng sông, cánh đồng, doanh nghiệp) hay dạng tín hiệu liên tục (dòng điện, tiếng nói con người). Tuy nhiên, ta không thể tính toán và làm việc bằng máy tính với các thực thể khi chúng ở các dạng tự nhiên hoặc liên tục, mà chỉ có thể làm vậy khi các thực thể được biểu diễn bằng các con số trong máy tính. “Số hóa là việc tạo ra các con số để mô tả và biểu diễn các thực thể, tức là tạo ra *dữ liệu* hay *phiên bản số* của các thực thể” [4, tr.32].

Theo tác giả Caroline Carruthers và Peter Jackson: “số hóa là việc biến đổi thông tin ở dạng analog (tương tự) sang dạng digital (kỹ thuật số). Một ví dụ là chuyển đổi một bức ảnh vật lý thành hình ảnh kỹ thuật số bằng cách scan (quét) hoặc chụp lại bức ảnh đó bằng máy ảnh kỹ thuật số. Do đó, số hóa có lẽ là điểm khởi đầu trên hành trình kỹ thuật số. không có bất kỳ thay đổi nào thực sự diễn ra nhưng nó tái hiện lại một quá trình, hành động hoặc hình ảnh vật lý trong thế giới kỹ thuật số” [17].

“Số hóa (digitization) là việc biến đổi các thực thể (đối tượng, vạn vật) từ dạng tự nhiên, dạng vật lý (analog) sang dạng số, tức tạo ra phiên bản số của các thực thể. Bản chất của cấp độ số hóa là biến đổi (conversion). Việc số hóa đã bắt đầu từ khi có máy tính, vì mọi thứ muốn đưa vào máy tính đều phải ở dạng số. Số hóa và các công nghệ số đã và đang tạo ra các cơ hội số cho mọi người. Số hóa thay đổi rất nhanh gần đây do những tiến bộ của công nghệ số hóa, của internet vạn vật...” [4, tr.5]

“Số hóa là quá trình chuyển đổi thông tin từ dạng vật lý (analog) sang dạng kỹ thuật số, được mã hóa dưới dạng các bit (binary digits), biểu diễn bởi các dãy số nhị phân 0 và 1. Đây là ngôn ngữ cơ bản mà các hệ thống máy tính và thiết bị kỹ thuật số sử dụng để xử lý, lưu trữ và truyền tải thông tin. Quá trình này bao gồm việc chuyển đổi dữ liệu, tài liệu, hình ảnh, âm thanh và video thành định dạng số, giúp chúng có thể được xử lý, lưu trữ và truyền qua mạng internet một cách hiệu quả” [148].

Tóm lại, số hóa là quá trình chuyển đổi từ dạng tự nhiên, vật lý sang dạng kỹ thuật số. Là hình thức chuyển đổi các thực thể sang thực thể dạng số (phiên bản số) giúp chúng có thể được xử lý, lưu trữ và truyền qua mạng internet một cách hiệu quả.

Ví dụ: Chuyển đổi tài liệu vật lý thành định dạng số, bằng cách quét tài liệu, hình ảnh trên giấy thành các tệp kỹ thuật số (như PDF, JPEG). Tuy nhiên, có những thực thể cần số hóa đa dạng và rất phức tạp như Trái đất được số hóa với bản đồ số khổng lồ Google maps. Ngày nay, con người tham gia vào quá trình số hóa chính mình, thường là vô thức, với nhiều phiên bản số như các trao đổi trên facebook, hồ sơ sức khỏe điện tử, các giao dịch điện tử mỗi ngày. Sau khi thông tin đã được số hóa, dữ liệu cần được lưu trữ trên các hệ thống máy chủ (server) hoặc đám mây (cloud) để dễ dàng truy xuất, quản lý và chia sẻ.

Vì vậy, “Số hoá tác động rất lớn đến nhiều lĩnh vực trong cuộc sống, bao gồm viễn thông, giải trí, tài chính, y tế, giáo dục,... Nó cho phép dữ liệu được xử lý nhanh chóng, dễ dàng chia sẻ và truyền tải qua mạng, tạo ra các tiện ích và ứng dụng mới mà trước đây không thể có được với thông tin vật lý” [148]

1.1.2.3. Khái niệm chuyển đổi số (Digital Transformation)

Theo tác giả Thomas M. Siebel “Chuyển đổi số là gì? Nó bắt nguồn từ sự giao thoa giữa điện toán đám mây (Cloud computing), dữ liệu lớn (Big Data), internet vạn vật (IoT) và trí tuệ nhân tạo (AI)” [84, tr.37].

Theo tác giả Bùi Quang Tuấn, Hà Huy Ngọc, chuyển đổi số bao gồm những nội hàm chính như sau: “1- Chuyển đổi số đề cập đến các chuyển đổi được kích hoạt bởi việc áp dụng rộng rãi công nghệ số trong việc tạo ra, xử lý, chia sẻ và truyền tải thông tin. 2- Chuyển đổi số được xây dựng dựa trên sự phát triển của nhiều công nghệ: Mạng viễn thông (mạng di động hoặc cố định), công nghệ máy tính (máy tính/laptop, thiết bị không dây/máy tính bảng), công nghệ phần mềm (hệ điều hành, máy học, trí thông minh nhân tạo) và hiệu ứng lan tỏa từ việc sử dụng chúng (nền tảng chung cho phát triển ứng dụng, các dịch vụ trực tuyến của Chính phủ, thương mại điện tử, mạng xã hội và tính sẵn có của thông tin trực tuyến). 3- Các nỗ lực chuyển đổi số đều tập trung vào việc tận dụng những lợi ích của công nghệ thông tin và truyền thông trong các lĩnh vực kinh tế - xã hội, nhằm cải thiện chất lượng sống của người dân, tăng tốc độ phát triển kinh tế, thúc đẩy đất nước phát triển” [94, tr.39].

“Khái niệm chuyển đổi số ra đời trong thời đại internet bùng nổ và ngày càng trở lên phổ biến. Nó mô tả việc ứng dụng công nghệ số, hay còn gọi là số hóa vào tất cả các khía cạnh của doanh nghiệp /tổ chức. Nếu áp dụng thành công, các doanh nghiệp /tổ chức sẽ thay đổi toàn diện cách thức thực hiện, tăng hiệu quả hợp tác, tối ưu hóa hiệu suất và mang lại giá trị cho khách hàng” [50, tr.35]. “Chuyển đổi số là quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện các cá nhân và tổ chức về cách sống, cách làm việc và phương thức sản xuất trên môi trường số với các công nghệ số” [4, tr.19].

Theo Tony Saldanha, để có được định nghĩa mạnh mẽ hơn cho thuật ngữ “chuyển đổi số”, cần định hình nó trong bối cảnh thay đổi rộng lớn hơn ảnh hưởng đến cuộc sống của chúng ta, thông qua khái niệm các cuộc cách mạng công nghiệp:

Cuộc cách mạng công nghiệp thứ nhất: Sự phát triển của xã hội trong thế kỷ XVIII và XIX là về nông nghiệp đến công nghiệp và đô thị hóa, chủ yếu được thúc đẩy bởi những đổi mới về cơ học như động cơ hơi nước.

Cuộc cách mạng công nghiệp thứ hai: Sự phát triển bùng nổ của các ngành công nghiệp từ cuối thế kỷ XIX đến Chiến tranh thế giới lần thứ nhất.

Điều này được thúc đẩy bởi các kỹ thuật sản xuất hàng loạt, năng lượng điện và động cơ đốt trong.

Cuộc cách mạng công nghiệp thứ ba: Sự thay đổi rộng rãi bắt đầu từ những năm 1980 do các công nghệ điện tử mới, với máy tính cá nhân và mạng internet.

Cuộc cách mạng công nghiệp thứ tư: Sự pha trộn của thế giới vật lý, kỹ thuật số và sinh học ngày nay. Cái thúc đẩy chính của cuộc cách mạng này là khả năng tính toán khổng lồ với chi phí không đáng kể và còn tiếp tục giảm mạnh. Do đó, những gì từng thuộc về vật lý (ví dụ: cửa hàng bán lẻ) có thể trở thành kỹ thuật số (ví dụ: mua sắm trực tuyến); hoặc những gì từng thuộc về sinh học thuần túy (ví dụ: y học truyền thống) có thể trở thành công nghệ sinh học (ví dụ: thuốc di truyền học được cá nhân hóa).

Trong bối cảnh này, thuật ngữ “đột phá kỹ thuật số” (digital disruption) và “chuyển đổi số” (digital transformation) trở nên dễ dàng phân định hơn.

Đột phá kỹ thuật số: Hiệu quả hay ảnh hưởng của cuộc CMCNLT4 trong môi trường doanh nghiệp và hành chính công. Công nghệ kỹ thuật số ngày càng phổ biến và có chi phí thấp, tạo ra sự thay đổi rộng rãi về công nghiệp, kinh tế và xã hội. Sự thay đổi bùng nổ này mới chỉ xảy ra trong một hoặc hai thập kỷ gần đây.

Chuyển đổi số: Sự chuyển dịch của các doanh nghiệp và xã hội, từ thời kỳ cách mạng công nghiệp thứ ba đến thứ tư. Đối với các doanh nghiệp, tổ chức, điều này có nghĩa là công nghệ kỹ thuật số trở thành xương sống của các sản phẩm và dịch vụ mới, cách thức hoạt động mới và các mô hình kinh doanh mới [86, tr.30-31].

Bắt đầu từ năm 2015, chuyển đổi số bắt đầu được nhắc đến trên bình diện thế giới. Còn ở Việt Nam, từ năm 2018 chuyển đổi số bắt đầu được nhắc đến nhiều.

“Chuyển đổi số là bước phát triển tiếp theo của tin học hóa, có được nhờ sự tiến bộ vượt bậc của những công nghệ mới mang tính đột phá, nhất là công nghệ số. Chuyển đổi số là quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện của các cá nhân, tổ chức về cách sống, cách làm việc và phương thức sản xuất dựa trên môi trường số với các công nghệ số” [10, tr.21].

Có thể thấy các khái niệm trên có ba ý cơ bản của chuyển đổi số. “Một là chuyển đổi số là một quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện. Hai là,

chuyển đổi số thay đổi về cách sống (thường về cá nhân con người), cách làm việc và phương thức sản xuất (thường về các tổ chức và doanh nghiệp) để thích ứng với môi trường số. *Ba là, sự thay đổi trong chuyển đổi số dựa vào các công nghệ số*” [4, tr.29].

Chuyển đổi số là một quá trình lâu dài, phức tạp và thường được nhìn theo ba cấp độ: (1) số hóa; (2) khai thác cơ hội số; (3) chuyển đổi số.

Số hóa (digitization) “là việc biến đổi các thực thể (đối tượng, vạn vật) từ dạng tự nhiên, dạng vật lý (analog) sang dạng số, tức tạo ra phiên bản số của các thực thể. Bản chất của cấp độ số hóa là biến đổi. Việc số hóa bắt đầu từ khi có máy tính, vì mọi thứ muốn đưa vào máy tính đều phải ở dạng số. Số hóa và các công nghệ số đã và đang tạo ra các cơ hội số cho mọi người” [4, tr.30].

Khai thác cơ hội số (digitalization) - “còn được gọi là “số hóa quá trình”, “số hóa tổ chức” hay “số hóa doanh nghiệp” - là cấp độ dùng các công nghệ số và dữ liệu vào quy trình hoạt động của tổ chức hay doanh nghiệp. Đây chính là việc ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động của các tổ chức và doanh nghiệp khi các cơ hội số ngày càng nhiều. Bản chất của cấp độ này là thích ứng. Để khai thác hiệu quả cơ hội số, các tổ chức hay doanh nghiệp luôn cần đổi mới sáng tạo mô hình hoạt động hoặc mô hình kinh doanh” [4, tr.30-31].

Chuyển đổi số “là quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện của các cá nhân, tổ chức về cách sống, cách làm việc và phương thức sản xuất dựa trên môi trường số với các công nghệ số. Các mô hình và quá trình kinh doanh số sẽ tái cấu trúc nền kinh tế. Xã hội sẽ thay đổi khi mọi người tích hợp công nghệ số vào cuộc sống của mình. Chuyển đổi số là quá trình chuyển đổi ở cấp độ hệ thống nhằm thay đổi hành vi trên quy mô lớn. Bản chất của chuyển đổi số là sáng tạo” [4, tr.31].

Như vậy, xét ở góc độ bao quát nhất, tác giả đưa ra khái niệm chuyển đổi số như sau: *Chuyển đổi số là việc sử dụng công nghệ số để thay đổi một cách tổng thể và toàn diện tất cả các khía cạnh của đời sống kinh tế - xã hội, tái định hình cách con người sống, làm việc và giao tiếp với nhau. Chuyển đổi số là quá trình chuyển đổi ở cấp độ hệ thống nhằm thay đổi hành vi trên quy mô lớn. Bản chất của chuyển đổi số là sáng tạo.*

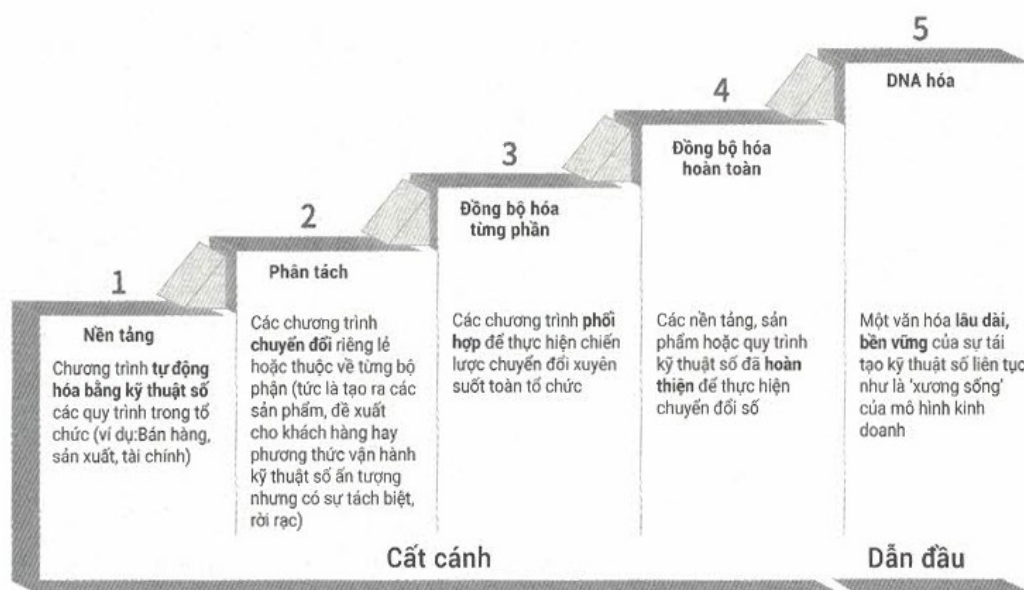
Theo các tác giả Hồ Tú Bảo, Nguyễn Huy Dũng, Nguyễn Nhật Quang thì quá trình chuyển đổi số có 6 bước:



Hình 1.2: Các bước cơ bản của chuyển đổi số

Bước 1: Xác định thực trạng và mục tiêu. Đánh giá thực trạng của tổ chức liên quan đến chuyển đổi số và xác định rõ mục tiêu. Người lãnh đạo tổ chức đó cần truyền cảm hứng, khát vọng và quyết tâm thay đổi tới các thành viên. Đồng thời nâng cao nhận thức về chuyển đổi số cho các thành viên trong tổ chức. **Bước 2:** Xây dựng được chiến lược, mô hình hoạt động và lộ trình chuyển đổi số. Lộ trình cần có các giai đoạn hợp lý và kế hoạch thực hiện từng giai đoạn với nội dung cụ thể và các cột mốc cần đạt. **Bước 3:** Xây dựng năng lực số của tổ chức, gồm hạ tầng thiết bị và dữ liệu, đào tạo nhân lực số, xây dựng văn hóa đổi mới trong tổ chức. **Bước 4:** Xác định công nghệ số chủ yếu cần thiết trong lĩnh vực hoạt động cũng như các nền tảng cần có để thực hiện chuyển đổi số của tổ chức. **Bước 5:** Xác định bộ tiêu chí đánh giá sự tiến bộ của tổ chức trong chuyển đổi số. **Bước 6:** Thực hiện chuyển đổi tổ chức với từng cột mốc cụ thể, sau mỗi cột mốc cần đánh giá và rút kinh nghiệm.

Theo tác giả Tony Saldanha thì chuyển đổi số có 5 giai đoạn (xem hình):



Hình 1.3: Mô hình năm giai đoạn của chuyển đổi số

Giai đoạn 1 là Nền tảng (Foundation). Đây là giai đoạn các doanh nghiệp, tổ chức tích cực tự động hóa các quy trình nội bộ. Việc này thiên về tự động hóa (số hóa) hơn là chuyển đổi, nhưng nó cung cấp nền tảng số hóa cần thiết cho quá trình chuyển đổi trong tương lai. Tự động hóa các quy trình sử dụng các nền tảng kỹ thuật số là điều cần thiết để chuyển đổi những nỗ lực thủ công vào cơ sở dữ liệu.

Giai đoạn 2 là Phân tách (Siloed). Giai đoạn này từng bộ phận chức năng, hoặc đơn vị, tổ chức riêng biệt bắt đầu sử dụng các công nghệ đột phá để tạo ra các mô hình kinh doanh mới. Chẳng hạn như chức năng sản xuất đã đạt được tiến bộ trong việc sử dụng internet vạn vật (IoT) để thúc đẩy những thay đổi lớn trong cách sản xuất hoặc quản lý hậu cần, hoặc người quản lý tài chính có thể đã nghe nói về một cơ sở dữ liệu phân tán (blockchain) và đã chuyển đổi cách thực hiện công việc kế toán liên công ty trên khắp thế giới.

Giai đoạn 3 là Chuyển đổi Đồng bộ hóa từng phần (Partially Synchronized transformation). Nhà lãnh đạo doanh nghiệp, chủ sở hữu hoặc CEO, đã nhận ra sức mạnh đột phá của công nghệ kỹ thuật số và xác định một trạng thái tương lai kỹ thuật số cho doanh nghiệp. Ở giai đoạn 3, tổ chức đã bắt đầu chèo lái theo hướng tương tự. Tuy nhiên, doanh nghiệp vẫn chưa hoàn thành việc chuyển đổi sang mô hình xương sống của kỹ thuật số hoặc các mô hình kinh doanh mới, cũng như văn hóa đổi mới, nhanh nhạy trở nên bền vững.

Giai đoạn 4, Đồng bộ hóa hoàn toàn (Fully Synchronized), đánh dấu thời điểm mà nền tảng kỹ thuật số toàn doanh nghiệp hoặc mô hình kinh doanh mới đã hoàn toàn bén rễ. Tuy nhiên, đây mới chỉ là sự chuyển đổi một lần, là việc thay đổi một công nghệ duy nhất (hoặc mô hình kinh doanh) để tránh khỏi nguy cơ bị gián đoạn bởi sự đột phá. Cách duy nhất để tồn tại trong các mối đe dọa của sự gián đoạn liên tục là làm cho năng lực kỹ thuật số và văn hóa đổi mới nhanh nhạy trở thành một phần không thể thiếu của doanh nghiệp.

Giai đoạn 5, hay còn gọi là DNA Hóa (Living DNA) là bước tiến tới sự chuyển đổi không ngừng. Khả năng duy trì và dẫn đầu xu hướng của ngành là do bạn tuân thủ kỷ luật trong việc đổi mới liên tục và thiết lập các xu hướng.

Như vậy, có thể hiểu, *chuyển đổi số là một quá trình đa dạng, không có con đường và hình mẫu chung cho tất cả và do vậy, từng tổ chức, cá nhân cần xác định các bước của kế hoạch chuyển đổi số cho phù hợp.*

1.1.2.4. Khái niệm nội dung số

Theo từ điển tiếng Việt: “nội dung là mặt bên trong của sự vật, cái được hình thức chứa đựng hoặc biểu hiện” [88, tr.506].

Theo quan điểm của chủ nghĩa Mác - Lê-nin: “nội dung là tổng hợp tất cả những mặt, những yếu tố, những quá trình tạo nên sự vật. Còn hình thức là phương thức tồn tại và phát triển của sự vật, là hệ thống các mối liên hệ tương đối bền vững giữa các yếu tố của sự vật đó.... Nội dung và hình thức luôn gắn bó chặt chẽ với nhau trong một thể thống nhất. Không có hình thức nào tồn tại thuần túy không chứa đựng nội dung, ngược lại không có nội dung nào lại không tồn tại trong một hình thức xác định. Nội dung nào có hình thức đó”. [33, tr.244-245].

Tiếp cận dưới góc độ báo chí học: *Nội dung* thường được hiểu là ý nghĩa, thông điệp hoặc thông tin mà một TPBC hoặc SPBC truyền tải, trong khi *hình thức* là cách thức mà nội dung đó được thể hiện, bao gồm cấu trúc, phong cách, và các yếu tố thẩm mỹ khác. *Nội dung* là phần cốt lõi của một TPBC hay SPBC, bao gồm các ý tưởng, cảm xúc, và thông điệp mà tác giả muốn truyền đạt. Nội dung có thể phản ánh các vấn đề chính trị, văn hóa, xã hội hoặc tâm lý của con người. *Hình thức* là cách mà nội dung được trình bày thông qua ngôn ngữ, cấu trúc câu, thể loại văn học, bố cục, màu sắc, âm thanh, và các yếu tố nghệ thuật khác. Hình thức không chỉ làm cho nội dung

trở nên hấp dẫn hơn mà còn có thể ảnh hưởng đến cách mà người đọc hoặc người xem hiểu và cảm nhận nội dung.

Nội dung và hình thức là mối quan hệ tương hỗ, không thể tách rời. Hình thức có thể làm nổi bật hoặc làm mờ đi nội dung. Một hình thức mạnh mẽ có thể giúp truyền tải nội dung một cách hiệu quả hơn, trong khi một hình thức kém có thể làm cho nội dung trở nên khó hiểu hoặc không hấp dẫn. Ngược lại, nội dung sâu sắc có thể yêu cầu một hình thức phù hợp để thể hiện trọn vẹn ý nghĩa của nó.

Trên thế giới, một số nghiên cứu của tác giả Pallavi Priyadarshini và Mark Stamp (2009) định nghĩa nội dung số: “nội dung số bao gồm hàng hóa (như nhạc, video, phần mềm, sách và tài liệu) đã được chuyển đổi sang định dạng điện tử (số hóa) để sử dụng trên máy tính và được phân phối qua mạng máy tính” [121]. Còn các tác giả Emine Nazlı Aytuna, Zindan Çakıcı và Alparslan Ergün Özkaya (2024) định nghĩa: “Nội dung số liên quan đến mảng tài liệu văn bản, âm thanh, hình ảnh và đa phương tiện được tạo ra, phổ biến hoặc tiêu thụ trong môi trường điện tử” [109].

Ở Việt Nam, tại Điều 3, khoản 11 Nghị định số 71/2007/NĐ-CP, ngày 3-5-2007, của Chính phủ Quy định chi tiết và hướng dẫn thực hiện một số điều của luật công nghệ thông tin về công nghiệp công nghệ thông tin, quy định: “Sản phẩm nội dung thông tin số là sản phẩm nội dung, thông tin bao gồm văn bản, dữ liệu, hình ảnh, âm thanh được thể hiện dưới dạng số, được lưu giữ, truyền đưa trên môi trường mạng” [62].

Theo Điều 2, khoản 13 Thông tư số 02/2025/TT-BGĐT, ngày 24-1-2025, của Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định: “Nội dung số là nội dung tồn tại dưới dạng dữ liệu số được mã hóa ở định dạng kỹ thuật số có thể đọc được và có thể được tạo, xem, phân phối, sửa đổi và lưu trữ bằng máy tính và công nghệ kỹ thuật số” [89].

Các quan niệm của các nhà nghiên cứu trên thế giới và trong văn bản quy phạm pháp luật của Việt Nam đều cho rằng, nội dung số là một dạng sản phẩm tồn tại dưới dạng số và được phân phối trên môi trường mạng.

Như vậy, tác giả có thể đưa ra khái niệm nội dung số tiếp cận góc độ báo chí học như sau: *Nội dung số (digital content) có thể hiểu là TPBC, SPBC được thể hiện dưới dạng số hóa được lưu trữ và truyền tải trên môi trường mạng, có thể được xem, nghe, đọc hoặc tương tác thông qua các thiết bị điện*

tử như máy tính, điện thoại thông minh, máy tính bảng và các phương tiện khác. Nội dung số đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp thông tin, giải trí và giáo dục cho người dùng trong thế giới kỹ thuật số hiện đại.

1.1.2.5. Khái niệm chuyển đổi nội dung số

Khái quát từ khái niệm chuyển đổi số và nội dung số, tác giả rút ra khái niệm chuyển đổi nội dung số như sau: *Chuyển đổi nội dung số là ứng dụng công nghệ số trong quá trình sáng tạo, sản xuất các tác phẩm báo chí số, sản phẩm báo chí số và phân phối trên các nền tảng số.*

Tóm lại, trong tiến trình chuyển đổi số báo chí, gồm ba cấp độ: (1) số hóa; (2) khai thác cơ hội số; (3) chuyển đổi số), thì *nội dung số được hiểu là kết quả của quá trình số hóa*. Không chuyển đổi số, không thể có nội dung số. Vì vậy, có thể hiểu rằng **“chuyển đổi nội dung số”** là cấp độ thứ 2 và thứ 3 của của tiến trình chuyển đổi số trong báo chí - cấp khai thác cơ hội số và chuyển đổi số - là cấp độ dùng các công nghệ số và dữ liệu vào quy trình sáng tạo các TPBC số, SPBC số, phân phối trên các nền tảng số. Trong phạm vi nghiên cứu của luận án, tác giả tập trung vào nghiên cứu và khảo sát *chuyển đổi nội dung số*.

1.1.2.6. Khái niệm chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

Qua hệ thống hóa các khái niệm về nội dung số, chuyển đổi số, chuyển đổi nội dung số, tạp chí, tạp chí điện tử,... tác giả rút ra khái niệm về chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí như sau: *Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí là ứng dụng công nghệ số trong quá trình sáng tạo, sản xuất các tác phẩm báo chí số, sản phẩm báo chí số và phân phối trên các nền tảng số phù hợp với đặc điểm, tính chất và công chúng đích của tạp chí.*

Hoạt động sáng tạo, sản xuất nội dung là hoạt động cốt lõi của một tạp chí. Vì vậy, chuyển đổi nội dung số là phần cốt lõi, quyết định thành bại của toàn bộ tiến trình chuyển đổi số tạp chí.

1.1.3. Yếu tố ảnh hưởng đến chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

Có 5 yếu tố cơ bản quyết định thành công của chuyển đổi nội dung số:

Thứ nhất, hạ tầng cơ sở kỹ thuật số: Là điều kiện cần và quyết định chất lượng của chuyển đổi nội dung số. Yếu tố công nghệ ở đây bao gồm hạ tầng số, các nền tảng số, các công nghệ chuyên dụng cho từng lĩnh vực cụ thể. Theo đó, “hạ tầng số gồm ba thành phần: Hạ tầng kỹ thuật với máy chủ, mạng

internet, thiết bị lưu trữ; hạ tầng dữ liệu là nguồn tài nguyên cốt lõi, chứa đựng thông tin và tri thức cần thiết cho mọi hoạt động sản xuất; và hạ tầng công nghệ với các công nghệ phi vật chất, đóng vai trò như công cụ trí tuệ, hỗ trợ khai thác, xử lý và chuyển đổi dữ liệu thành thông tin và tri thức cần cho sản xuất. Xây dựng hạ tầng số chính là xác lập đối tượng và công cụ sản xuất số của lực lượng sản xuất, và sở hữu tư liệu sản xuất số” [5].

Thứ hai, năng lực số và chất lượng nguồn nhân lực. Đây là yếu tố quan trọng và quyết định thành bại của chuyển đổi nội dung số. Vấn đề chính của con người trong chuyển đổi nội dung số là năng lực số.

Năng lực số “là khả năng sử dụng công nghệ số để hoàn thành nhiệm vụ cụ thể hoặc để giải quyết vấn đề trong thực tiễn” [89]. “Muốn khai thác được hạ tầng số phải có những con người với đủ năng lực số - tức là phải có kiến thức, kỹ năng và thái độ - cần thiết ở những cấp độ khác nhau của sản xuất tại mỗi tổ chức”[5]. Theo tác giả Đỗ Văn Hùng, “Khung năng lực số phân chia thành 7 nhóm năng lực: 1- Vận hành thiết bị và phần mềm; 2- Khai thác thông tin và dữ liệu; 3- Giao tiếp và hợp tác trong môi trường số; 4- An toàn và an sinh số; 5- Sáng tạo nội dung số; 6- Học tập và phát triển kỹ năng số; 7- Sử dụng năng lực số cho nghề nghiệp” [38, tr.59].



Hình 1.4: Cấu trúc khung năng lực số

Chất lượng nguồn nhân lực trong sáng tạo, sản xuất nội dung số đòi hỏi đội ngũ PV, BTV, HSTK, KTV phải sử dụng thành thạo các công nghệ số, nhất là sử dụng các công cụ AI. “Những năng lực số của đội ngũ này từ mức cơ bản đến các mức cao hơn, chỉ có được qua đào tạo và rèn luyện, qua trải nghiệm thực tế sản xuất. Nếu như kiến thức và kỹ năng số có thể học tập và rèn luyện, thì thái độ cần xây dựng qua văn hóa số, văn hóa đổi mới sáng tạo, tức không học, không đổi mới thì không làm việc được trong bối cảnh hiện nay” [5]. Phát triển nguồn nhân lực số chính là xác lập sức lao động số. Để thúc đẩy chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí, cần nâng cao chất lượng thông qua đào tạo, bồi dưỡng, thường xuyên cập nhật kỹ năng số cho đội ngũ trực tiếp tham gia quy trình sáng tạo và sản xuất các TPBC, SPBC trong các tạp chí.

Thứ ba, yếu tố thể chế. Chuyển đổi nội dung số là những thay đổi diễn ra trong khuôn khổ của thể chế. Một hệ thống thể chế phù hợp và hỗ trợ chuyển đổi số có vai trò nền tảng và cần được xây dựng, bổ sung.

Trong bối cảnh phát triển mạnh mẽ khoa học - công nghệ, truyền thông hiện đại, một số quy định của Luật Báo chí đã bộc lộ hạn chế, bất cập, chưa đáp ứng được thực tiễn hoạt động báo chí. Do đó, cần sửa đổi, bổ sung quy định rõ các loại hình tạp chí, phân định rõ báo điện tử và tạp chí điện tử trong

Luật Báo chí, tạo cơ sở pháp lý cho sự phát triển của tạp chí; bổ sung các quy định về hoạt động báo chí trên môi trường số, trong đó xác định nền tảng số là phương tiện truyền dẫn thông tin; khuyến khích, tạo điều kiện để báo chí hoạt động, lan toả thông tin trên nền tảng số.

Sửa đổi, bổ sung quy định về tiền bản quyền đối với sáng tạo tác phẩm tạp chí trong dự thảo nghị định mới (thay thế Nghị định số 18/2014/NĐ-CP quy định về tiền bản quyền trong lĩnh vực báo chí, xuất bản) để cơ quan sử dụng ngân sách nhà nước đặt hàng, giao nhiệm vụ, đấu thầu chi trả tiền bản quyền cho cơ quan tạp chí sáng tạo tác phẩm theo đơn giá được xây dựng trên cơ sở quy định pháp luật về giá, định mức kinh tế - kỹ thuật. Xây dựng cơ chế hỗ trợ phát triển một số tạp chí chủ lực có lượng công chúng lớn, tính tương tác cao, phong phú về nội dung, hình thức, có khả năng định hướng tư tưởng, nhất là trước các vấn đề, sự kiện quan trọng, phức tạp, nhạy cảm để phục vụ nhiệm vụ chính trị trở thành công cụ hữu hiệu định hướng tư tưởng trên không gian mạng.

Thứ tư, dữ liệu số. Không thể phủ nhận vai trò rất quan trọng của dữ liệu, nếu không có dữ liệu số, không có chuyển đổi nội dung số. Dữ liệu số chính là đầu vào, khởi tạo ra các giá trị “cốt lõi” mới mẻ cho các TPBC, SPBC.

Ở Việt Nam dữ liệu số được hình thành từ nhiều nguồn và thuộc sở hữu, quản lý của Nhà nước, các tổ chức, doanh nghiệp,.. Cụ thể: “1- Dữ liệu do nhà nước sở hữu, là dữ liệu của các bộ, ngành trong các lĩnh vực kinh tế - xã hội; dữ liệu địa phương thu thập ở cấp tỉnh, cấp huyện; dữ liệu từ các cơ quan thống kê quốc gia; dữ liệu của các doanh nghiệp nhà nước về sản xuất, kinh doanh, tài chính và dữ liệu về thuế và tài chính của các doanh nghiệp tư nhân...”[5]; 2- Dữ liệu do các doanh nghiệp sở hữu, là toàn bộ thông tin các nhân sự, tổ chức hoạt động của doanh nghiệp, của khách hàng, các đối tác liên kết, hợp tác, phương thức hợp tác, qua trình sản xuất... Nói chung tất cả các dữ liệu liên quan đến doanh nghiệp đó được số hóa. “3- Dữ liệu sinh ra và thu thập ở Việt Nam nhưng do các doanh nghiệp và tổ chức nước ngoài sở hữu: Dữ liệu người dùng trên nền tảng các phương tiện truyền thông xã hội, như Google, Facebook, TikTok; các ứng dụng di động, như Google Maps, Grab; các sàn thương mại điện tử quốc tế. 4- Dữ liệu tạo ra từ các nguồn khác: các thiết bị IoT và cảm biến, từ các cơ sở nghiên cứu khoa học và giáo dục, từ các tổ chức xã hội, phi chính phủ... có sự đa dạng về quyền sở hữu, tùy thuộc vào người hoặc tổ chức tạo ra, các thỏa thuận pháp lý và quy định địa phương” [5]. Quyền sở hữu và khai thác tuân thủ theo quy định pháp luật của Việt Nam và quy ước, quy định quốc tế được nội luật hóa.

Thứ năm, công chúng số. Đây vừa là đối tượng tác động, đối tượng thuyết phục, đối tượng phản ánh, đối tượng phục vụ và là khách hàng của các tạp chí. Việc nắm rõ tính chất, đặc điểm và nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng là một trong những yếu tố quan trọng để bảo đảm hiệu lực, hiệu quả truyền thông, đặc biệt là trong bối cảnh của truyền thông số và chuyển đổi số hiện nay.

Theo thống kê, tính đến hết tháng 1-2024, tại Việt Nam có 78,44 triệu người dùng internet, chiếm 79,1% tổng dân số, 96,6% người dùng internet qua thiết bị cầm tay. Thời gian người dùng từ 16 đến 64 tuổi sử dụng internet hằng ngày trên tất cả các thiết bị là hơn 6 giờ/ngày. Trong đó, thời gian sử dụng internet trên điện thoại di động 3 giờ 30 phút, trên máy tính và máy tính bảng 2 giờ 47 phút. Tỷ lệ thời gian sử dụng điện thoại di động trên internet hằng ngày chiếm 55,7%. Mục đích sử dụng internet để tìm kiếm thông tin chiếm 63,7%; cập nhật tin tức, sự kiện chiếm 59,6%. Các phương tiện truyền thông xã hội được sử dụng nhiều nhất theo thứ tự tại Việt Nam là Facebook, Zalo, Tiktok, Facebook Messenger, Instagram, Telegram,...; mục đích chính sử dụng mạng xã hội để cập nhật tin tức, sự kiện chiếm 48,5% [108]. Thống kê cho thấy, phần lớn người dân Việt Nam sử dụng internet vào các mục đích khác nhau, như tìm kiếm thông tin, tin tức và giải trí... Điều này đặt ra vấn đề đo lường nhu cầu, tâm lý, thói quen của người dùng nhằm tối ưu hóa hiệu quả, trải nghiệm trên các thiết bị di động là yêu cầu bắt buộc đối với các tạp chí khi tương tác với công chúng.

1.2. Vai trò, đặc điểm của chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

1.2.1. Vai trò của chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

1.2.1.1. Đối với nền báo chí của quốc gia

Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí góp phần xây dựng các tạp chí theo hướng chuyên nghiệp, nhân văn, hiện đại; làm tốt sứ mệnh thông tin tuyên truyền phục vụ sự nghiệp cách mạng của Đảng, sự nghiệp đổi mới của đất nước; đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp thông tin, giám sát, phản biện xã hội; góp phần quan trọng vào việc xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc; “bảo đảm vai trò dẫn dắt, định hướng dư luận xã hội, giữ vững chủ quyền thông tin trên không gian mạng; đổi mới hiệu quả trải nghiệm của độc giả; tạo nguồn thu mới; thúc đẩy phát triển ngành công nghiệp nội dung số” [72].

Bên cạnh đó, thông qua chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí góp phần bảo đảm quyền tiếp cận thông tin của người dân, phù hợp với sự phát

triển kinh tế - xã hội của đất nước, ngang tầm với trình độ phát triển khoa học - công nghệ và công nghệ thông tin của các nước trong khu vực và thế giới. Đồng thời, chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí góp phần hoàn thành việc sắp xếp hệ thống tạp chí theo quy hoạch báo chí quốc gia gắn với đổi mới mô hình tổ chức, nâng cao hiệu quả lãnh đạo, quản lý để phát triển hệ thống tạp chí điện tử theo hướng hiện đại, chất lượng, hiệu quả, phù hợp với xu thế phát triển của báo chí - truyền thông thế giới.

Chuyển đổi nội dung số góp phần xây dựng và hình thành hệ sinh thái dữ liệu báo chí dùng chung - là nguồn “tài nguyên” để xây dựng và hình thành chính phủ số, xã hội số, phát triển kinh tế số, thiết lập xã hội số, văn hóa số. Có thể nói, chuyển đổi nội dung số - dữ liệu số là “linh hồn” của các công nghệ số, như AI... [PVS7].

1.2.1.2. Đối với cơ quan chủ quản tạp chí

Chuyển đổi nội dung số tạp chí có vai trò truyền bá, lan tỏa tri thức của lĩnh vực, ngành của cơ quan chủ quản tạp chí đó trên không gian mạng. Là diễn đàn để tương tác, thảo luận các vấn đề thuộc ngành, lĩnh vực cơ quan chủ quản tạp chí. Đồng thời, giúp cơ quan QLBC quản lý kiểm tra hoạt động của các tạp chí, tránh xa rời tôn chỉ, mục đích, không để xảy ra tình trạng “báo hóa” tạp chí điện tử; xác định rõ trách nhiệm lãnh đạo, quản lý tạp chí của các cơ quan chủ quản tạp chí và tạp chí [PVS1]. Mặt khác, chuyển đổi nội dung số là phần cốt lõi đóng vai trò quyết định đến chuyển đổi số tạp chí, vì nội dung là “linh hồn” của bất kỳ tạp chí nào.

1.2.1.3. Đối với cơ quan tạp chí và đội ngũ nhà báo

Chuyển đổi nội dung số không chỉ góp phần không nhỏ vào việc cắt giảm chi phí vận hành, tối ưu hóa năng suất lao động, làm việc mà còn vô cùng thuận tiện và linh hoạt, giúp đội ngũ PV, BTV có thể khắc phục khoảng cách địa lý, bảo đảm hoàn thành tốt nhiệm vụ, đặc biệt trong đại dịch COVID-19 vừa qua và những biến động địa - chính trị trong khu vực và quốc tế. Bên cạnh đó, chuyển đổi nội dung số cho phép hình thành quy trình sản xuất nội dung mới trong sáng tạo TPBC chất lượng cao và dịch vụ với các dữ liệu đã được số hóa toàn bộ để đáp ứng nhu cầu của công chúng, đồng thời tạo ra nhu cầu mới đối với thị trường, tính năng tương tác giữa người làm tạp chí với công chúng.

Chuyển đổi nội dung số là “chìa khóa”, “đòn bẩy” thúc đẩy các tạp chí tiếp cận nhiều công chúng hơn. Đồng thời tăng tính tương tác giữa người làm tạp chí với công chúng, sáng tạo các SPBC dữ liệu, báo chí thị giác, đầy mạnh

cá nhân hóa đến từng cá nhân với nhu cầu khác nhau để tăng lưu lượng người dùng; tối ưu hóa trải nghiệm của công chúng trong kỷ nguyên số.

Chuyển đổi nội dung số góp phần không nhỏ trong việc hình thành quy trình, mô hình cũng như phương thức hoạt động của các tạp chí. Với nguồn lực được số hóa đồng bộ và quy trình hoạt động sáng tạo, hiệu quả hoạt động của tạp chí cũng như nguồn vốn sẽ được sử dụng hiệu quả hơn.

1.2.1.4. Đối với công chúng

Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí giúp cho các tạp chí nâng cao chất lượng nội dung, sáng tạo ra nhiều SPBC mới với hình thức truyền tải hấp dẫn, như megastory, long form, infographics, podcast, video,... đáp ứng nhu cầu, tâm lý, thói quen và cách thức tiếp nhận thông tin của công chúng. Bên cạnh đó, tăng tính tương tác giữa tạp chí với công chúng. Trước đây, công chúng tiếp nhận thông tin một chiều được xuất bản trên các loại hình báo chí truyền thống, thì nay, với sự phát triển của công nghệ số, nền tảng truyền thông số, công chúng ngày càng trở thành một phần quan trọng trong quy trình sản xuất nội dung, xuất bản và tiếp nhận thông tin phản hồi. “Công chúng tạp chí có thể tương tác trực tiếp thông qua việc sáng tạo, bình luận, chia sẻ và chủ động nêu ra ý kiến và quan điểm cá nhân. Điều này tạo ra một môi trường thông tin phong phú hơn, mọi người có cái nhìn đa chiều và cũng là nơi công chúng có thể thảo luận, chia sẻ ý kiến và tham gia vào các cuộc thảo luận” [31].

Với tư cách vừa là khách hàng trực tiếp, vừa là người tiếp nhận thông tin, tri thức, công chúng được trao quyền để lựa chọn những nội dung phù hợp với nhu cầu, tâm lý, thói quen. Ở chiều ngược lại, công chúng trở thành “người sản xuất nội dung - người đọc có thể truyền đi bất cứ thông tin, thông điệp gì, với tư cách là các thành viên của xã hội được thực hiện vai trò chủ động của mình trong quá trình thu thập, tường thuật, phân tích, phát tán tin tức và thông tin. Nội dung do người dùng tạo ra (user-generated content) càng ngày càng chiếm số lượng lớn với sự tham gia của nhiều cây viết có năng lực, thu hút được sự quan tâm và chinh phục được niềm tin của công chúng” [56]. Như vậy, chuyển đổi nội dung số giúp công chúng “đảo vai”, tham gia sâu vào hoạt động sản xuất nội dung.

1.2.2. Đặc điểm của chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

1.2.2.1. Đặc điểm chung

Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí là hoạt động sáng tạo nội dung số; thông qua ứng dụng công nghệ số để phân tích, biến đổi các dữ liệu số tạo ra các giá trị mới hơn. Bên cạnh đó, thông qua các công cụ kỹ thuật số

phân tích nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng số để sáng tạo, sản xuất và phân phối nội dung số trên các nền tảng số phù hợp nhằm tối ưu hóa hiệu quả tuyên truyền, truyền thông của tạp chí.

1.2.2.2. Đặc điểm cụ thể của chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

Thứ nhất, chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí là một mô hình tổ chức sản xuất nội dung trên sự phát triển của khoa học - kỹ thuật: khai thác thông tin số, tri thức số, dữ liệu số như là yếu tố sản xuất chính; sử dụng không gian mạng làm không gian hoạt động chính; sử dụng công nghệ số, nền tảng số để tăng năng suất, gia tăng giá trị TPBC, SPBC.

Thứ hai, chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí là quá trình ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung, sáng tạo loại hình truyền thông mới thông qua việc khai thác 5G (sản xuất bài viết dạng storytelling, kết hợp VR và AR), tạo báo nhúng bằng ứng dụng công nghệ XR, bảo vệ bản quyền và thu phí bằng công nghệ blockchain nhằm gia tăng trải nghiệm của công chúng, góp phần tối ưu hóa hiệu quả tuyển truyền, truyền thông, gia tăng giá trị kinh tế của các SPBC phù hợp với đặc điểm nội dung của các tạp chí, đó là bài viết dài có dung lượng lớn, nội dung tập chung phân tích, luận giải có lớp lang các vấn đề - sự kiện; là các công trình khoa học, nặng về học thuật; bài viết tổng kết kinh nghiệm - thực tiễn; bài viết dự đoán và chiều hướng, xu thế vận động, phát triển xã hội... Đặc điểm của chuyển đổi nội dung số từng nhóm tạp chí còn phụ thuộc vào chức năng, nhiệm vụ, tôn chỉ, mục đích và lĩnh vực của từng nhóm tạp chí.

Thứ ba, phân tích dữ liệu công chúng bằng công nghệ kỹ thuật số là căn cứ để sản xuất nội dung phù hợp với nhu cầu, tâm lý, thói quen của bạn đọc. Phân tích dữ liệu (analytics) là một thuật ngữ được sử dụng phổ biến trong ngành truyền thông để chỉ quá trình đo lường đánh giá hành vi của người dùng thông qua các tiêu chí, như: phân tích tương tác theo thời gian thực, số lần xem trang (pageviews), lưu lượng truy cập (traffic), người dùng (visitor), thời gian trên trang (time on site), vị trí địa lý người dùng, được chia sẻ trên các nền tảng số nào, từ khóa tìm kiếm,... và sử dụng các tiêu chí đó để nâng cao hiệu quả của tổ chức [57, tr.60]. Hiện nay, có nhiều công cụ hỗ trợ phân tích dữ liệu hiệu quả, bao gồm cả các công cụ miễn phí và trả phí, như: Google Analytics, Google Search Console, Similarweb, SentimentBuilder, Reputa (Viettel)...; các công cụ AI sử dụng để theo dõi và phân tích thái độ, hành vi của người dùng thông qua các “dấu vết” mà người dùng lưu lại các nền tảng truyền thông xã hội qua các dòng trạng thái, các bình luận, đánh giá, chia sẻ, như: Kissmetrics, Crazy Egg, Optimizely ClickTale... hoặc các công cụ do cơ quan báo chí tự phát triển phân tích theo các tiêu chí đặc thù cơ quan báo chí [50].

Thứ tư, phương thức phân phối nội dung. Thông qua phân tích dữ liệu công chúng, nội dung được sản xuất và phân phối phù hợp với nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng thông qua các kênh phân phối, như mạng xã hội (facebook, YouTube,...), các ứng dụng OTT (Zalo, Telegram, Viber...), các nền tảng số (trang web, ứng dụng trên mobile, tablet, smartTV), các thiết bị kỹ thuật số.

1.3. Cơ sở chính trị - pháp lý của chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí ở Việt Nam hiện nay

1.3.1. Cơ sở chính trị

1.3.1.1. Các văn kiện, nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc của Đảng Cộng sản Việt Nam liên quan đến chuyển đổi số và chuyển đổi số trong lĩnh vực báo chí

Trong những năm qua, Đảng Cộng sản Việt Nam đã ban hành nhiều nghị quyết định hướng, chỉ đạo về đẩy mạnh phát triển khoa học - công nghệ; chủ động tham gia cuộc CMCNLT4, cụ thể:

Nghị quyết số 36-NQ/TW, ngày 1-7-2014 của Bộ Chính trị khoá XI “*Về đẩy mạnh ứng dụng, phát triển công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững và hội nhập quốc tế*”. Nghị quyết định hướng và vạch rõ mục tiêu đến năm 2020: “ứng dụng công nghệ thông tin phải hướng tới 6 mục tiêu cụ thể: (1) Ứng dụng công nghệ thông tin góp phần quan trọng thực hiện ba đột phá chiến lược; (2) Xây dựng hạ tầng thông tin quốc gia hiện đại, chuẩn hóa, đồng bộ, liên thông; (3) Khuyến khích, thúc đẩy các tổ chức, doanh nghiệp ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý, điều hành, nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động; (4) Phát triển công nghiệp công nghệ thông tin thành ngành kinh tế - kỹ thuật tăng trưởng nhanh và bền vững, có vai trò dẫn dắt, tạo nền tảng phát triển kinh tế tri thức; (5) Phát triển nguồn nhân lực công nghệ thông tin đạt chuẩn quốc tế; (6) Nâng cao năng lực nghiên cứu, ứng dụng, tiếp thu, làm chủ và sáng tạo về công nghệ thông tin.” [64].

Để nắm bắt thời cơ cũng như hạn chế những tác động tiêu cực của cuộc CMCNLT4, ngày 27-9-2019, Bộ Chính trị khóa XII đã ban hành Nghị quyết số 52-NQ/TW “*Về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư*”, trong đó xác định nội dung cốt lõi của chính sách chủ động tham gia cuộc CMCNLT4 ở nước ta là thúc đẩy phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo trên tất cả các ngành, lĩnh vực và thúc đẩy chuyển đổi số quốc gia.

Dự báo tình hình thế giới trong những năm tới, Văn kiện Đại hội XIII

của Đảng đã xác định: “Cạnh tranh kinh tế, chiến tranh thương mại, tranh giành thị trường, các nguồn tài nguyên, công nghệ, nhân lực chất lượng cao giữa các nước ngày càng quyết liệt, tác động mạnh đến chuỗi sản xuất và phân phối toàn cầu. Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, nhất là công nghệ số phát triển mạnh mẽ, tạo đột phá trên nhiều lĩnh vực, tạo ra cả thời cơ và thách thức đối với mọi quốc gia, dân tộc” [18, t.I, tr.106]. Quan điểm chỉ đạo trong Văn kiện cũng chỉ rõ “ứng dụng mạnh mẽ khoa học và công nghệ, nhất là những thành tựu của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, thúc đẩy đổi mới sáng tạo, tạo động lực mới cho phát triển nhanh và bền vững đất nước” [18, t.I, tr.110].

Trên cơ sở đánh giá, phân tích thực tiễn, nhận thức đúng thời cơ, vai trò quan trọng của CMCNLT4 đối với sự nghiệp đổi mới. Văn kiện Đại hội XIII của Đảng xác định thúc đẩy mạnh mẽ chuyển đổi số là một trong những trọng tâm chính của nhiệm kỳ tiếp theo: “Đẩy mạnh nghiên cứu, chuyển giao, ứng dụng tiến bộ khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo, nhất là những thành tựu của cách mạng công nghệ 4.0 để khoa học - công nghệ thực sự là động lực chính của tăng trưởng kinh tế. Thúc đẩy mạnh mẽ chuyển đổi số để tạo bứt phá về nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả, sức cạnh tranh của nền kinh tế” [18, t.I, tr.46]. “Chuyển đổi số quốc gia nhằm mục tiêu kép là vừa phát triển Chính phủ số, kinh tế số, xã hội số” [71, t.2].

Về định hướng phát triển đất nước giai đoạn 2021 - 2030, Văn kiện Đại hội XIII chỉ rõ: “đẩy mạnh chuyển đổi số quốc gia; phát triển kinh tế số trên nền tảng khoa học và công nghệ, đổi mới sáng tạo” [18, t.I, tr.115]. Đồng thời, Văn kiện cũng vạch rõ hướng phát triển nền báo chí cách mạng Việt Nam “Xây dựng nền báo chí, truyền thông chuyên nghiệp, nhân văn và hiện đại. Thực hiện tốt quy hoạch, phát triển hệ thống báo chí, truyền thông... Tăng cường quản lý và phát triển các loại hình truyền thông, thông tin trên internet”. [18, t.I, tr.146]

Trong bài viết “Chuyển đổi số - Động lực quan trọng phát triển lực lượng sản xuất, hoàn thiện quan hệ sản xuất đưa đất nước bước vào kỷ nguyên mới”, Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm chỉ rõ: “Chúng ta đang đứng trước yêu cầu phải có một cuộc cách mạng với những cải cách mạnh mẽ, toàn diện để điều chỉnh quan hệ sản xuất, tạo động lực mới cho phát triển. Đó là cuộc cách mạng chuyển đổi số, ứng dụng khoa học - công nghệ nhằm tái cấu trúc quan hệ sản xuất phù hợp với sự tiến bộ vượt bậc của lực lượng sản xuất. *Chuyển đổi số không đơn thuần là việc ứng dụng công nghệ số vào*

các hoạt động kinh tế - xã hội, mà còn là quá trình xác lập một phương thức sản xuất mới tiên tiến, hiện đại - “phương thức sản xuất số”” [48].

Ngày 22-12-2024, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 57-NQ/TW “*về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia*” với nhiều mục tiêu lớn, trong đó có mục tiêu cụ thể là “phát triển hạ tầng, nhất là hạ tầng số, công nghệ số trên nguyên tắc “hiện đại, đồng bộ, an ninh, an toàn, hiệu quả, tránh lãng phí”; làm giàu, khai thác tối đa tiềm năng của dữ liệu, đưa dữ liệu thành tư liệu sản xuất chính, thúc đẩy phát triển nhanh cơ sở dữ liệu lớn, công nghiệp dữ liệu, kinh tế dữ liệu” [65].

1.3.1.2. Các chỉ thị, quyết định, hướng dẫn của Đảng, Nhà nước liên quan đến chuyển đổi số và chuyển đổi số trong lĩnh vực báo chí

Ngày 15-04-2015, Chính phủ ban hành Nghị quyết số 26/NQ-CP Ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 36-NQ/TW của Bộ Chính trị Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam “*về đẩy mạnh ứng dụng, phát triển công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững và hội nhập quốc tế*” nhằm thực hiện thành công Đề án đưa Việt Nam sớm trở thành nước mạnh về công nghệ thông tin và truyền thông.

Ngày 08-11-2018, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1497/QĐ-TTg Phê duyệt Chiến lược phát triển công nghệ thông tin và truyền thông quốc gia đến năm 2025, tầm nhìn 2030, chỉ rõ: “Phát triển nhanh, mạnh, vững chắc với cơ cấu, quy mô hợp lý các loại hình thông tin theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, chất lượng, hiệu quả, phù hợp xu thế phát triển khoa học và công nghệ, thông tin, truyền thông thế giới, đáp ứng quyền tiếp cận thông tin của nhân dân, phù hợp với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, ngang tầm khả năng và trình độ phát triển thông tin của các nước trong khu vực và thế giới” [74, tr.2].

Ngày 04-03-2019, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 362/QĐ-TTg về Phê duyệt quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc đến năm 2025 với mục tiêu “phát triển báo chí phù hợp với xu thế phát triển khoa học - công nghệ và thông tin, truyền thông thế giới. Kết hợp chặt chẽ các loại hình báo chí đồng thời phát huy lợi thế của các phương tiện, dịch vụ thông tin internet nhằm chủ động cung cấp thông tin chính thống, có định hướng, tăng diện bao phủ trong nước và quốc tế; hạn chế ảnh hưởng tiêu cực và bảo đảm an toàn, an ninh thông tin mạng” [75, tr.2].

Ngày 17-04-2020, Chính phủ ban hành Nghị quyết số 50/NQ-CP Ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 52-NQ/TW của Bộ Chính trị khóa XII về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, với mục tiêu: xác định rõ các nội dung chủ yếu cụ thể để Chính phủ và các bộ, ngành, địa phương tập trung chỉ đạo thực hiện thắng lợi các mục tiêu mà Nghị quyết số 52-NQ/TW đề ra.

Trong “Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 3-6-2020 khẳng định: “Chuyển đổi số trước tiên là chuyển đổi nhận thức. Một cơ quan, tổ chức có thể tiến hành chuyển đổi số ngay thông qua việc sử dụng nguồn lực, hệ thống kỹ thuật sẵn có để số hóa toàn bộ tài sản thông tin của mình, tái cấu trúc quy trình nghiệp vụ, cơ cấu tổ chức và chuyển đổi các mối quan hệ từ môi trường truyền thống sang môi trường số. Mỗi cơ quan, tổ chức và cả quốc gia cần tận dụng tối đa cơ hội để phát triển Chính phủ số, kinh tế số, xã hội số, trong đó, việc xác định sớm lộ trình và đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi số trong từng ngành, từng lĩnh vực” [71, tr.4].

Thời gian qua, triển khai các nghị quyết của Chính phủ, quyết định của Thủ tướng Chính phủ về phát triển công nghệ thông tin, truyền thông và chuyển đổi số,... đã đạt những kết quả bước đầu, như đã đầu tư xây dựng hạ tầng kỹ thuật cơ bản; cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư, cơ sở dữ liệu quốc gia về đăng ký doanh nghiệp,... đáp ứng được nhu cầu, được khai thác, sử dụng.

Ngày 6-4-2022, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 348/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, với mục tiêu “xây dựng các cơ quan báo chí theo hướng chuyên nghiệp, nhân văn, hiện đại; làm tốt sứ mệnh thông tin tuyên truyền phục vụ sự nghiệp cách mạng của Đảng, sự nghiệp đổi mới của đất nước; bảo đảm vai trò dẫn dắt, định hướng dư luận xã hội, giữ vững chủ quyền thông tin trên không gian mạng; đổi mới hiệu quả trải nghiệm của độc giả; tạo nguồn thu mới; thúc đẩy phát triển ngành công nghiệp nội dung số” [72, tr.1]. Ngày 22-4-2022, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số [505/QĐ-TTg](#) về Ngày Chuyển đổi số quốc gia, lấy ngày 10-10 hằng năm là Ngày Chuyển đổi số quốc gia. Tiếp theo, ngày 16-9-2024, Thủ tướng Chính phủ ban hành Chỉ thị số 34/CT-TTg về việc xây dựng đề án chuyển đổi số của các bộ, ngành, địa phương.

1.3.2. Cơ sở pháp lý

1.3.2.1. Các nội dung của Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam liên quan đến báo chí, kỹ thuật - công nghệ.

Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2013) quy định:

Về văn hóa - xã hội: Tại khoản 2, Điều 60 quy định: “Nhà nước, xã hội phát triển văn học, nghệ thuật nhằm đáp ứng nhu cầu tinh thần đa dạng và lành mạnh của nhân dân; phát triển các phương tiện thông tin đại chúng nhằm đáp ứng nhu cầu thông tin của nhân dân, phục vụ sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc” [40, tr.12].

- *Về khoa học - công nghệ:* Điều 62 quy định: “1- Phát triển khoa học và công nghệ là quốc sách hàng đầu, giữ vai trò then chốt trong sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. 2- Nhà nước ưu tiên đầu tư và khuyến khích tổ chức, cá nhân đầu tư nghiên cứu, phát triển, chuyển giao, ứng dụng có hiệu quả thành tựu khoa học và công nghệ; bảo đảm quyền nghiên cứu khoa học và công nghệ; bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ. 3- Nhà nước tạo điều kiện để mọi người tham gia và được thụ hưởng lợi ích từ các hoạt động khoa học và công nghệ” [40, tr.13].

1.3.2.2. Nội dung của các luật, văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến báo chí, kỹ thuật - công nghệ.

Luật Khoa học và công nghệ số 29/2013/QH13 ngày 18-6-2013 của Quốc hội, có hiệu lực kể từ ngày 1-1-2014, được sửa đổi, bổ sung bởi: 1- Luật số 28/2018/QH14 ngày 15-6-2018 của Quốc hội sửa đổi, bổ sung một số điều của 11 luật có liên quan đến quy hoạch, có hiệu lực kể từ ngày 1-1-2019; 2- Luật số 07/2022/QH15 ngày 16-6-2022 của Quốc hội sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ, có hiệu lực kể từ ngày 1-1-2023.

Luật Báo chí năm 2016 được Quốc hội khóa XIII thông qua ngày 5-4-2016, thay thế Luật Báo chí năm 1999, gồm 6 chương, 61 điều, trong đó có 32 điều mới, 29 điều sửa đổi, bổ sung. Điểm đáng lưu ý, Luật báo chí (sửa đổi) quy định cụ thể về quyền tự do báo chí, quyền tự do ngôn luận trên báo chí của công dân theo những tư tưởng tiến bộ về tôn trọng bảo đảm nhân quyền trong Hiến pháp. Luật cũng tăng cường bảo vệ những người hoạt động báo chí, tạo ra hành lang pháp lý đồng bộ để cơ quan báo chí, nhà báo tác nghiệp.

Luật Công nghệ thông tin được Quốc hội khóa XI thông qua ngày 29-6-2006, “Luật này quy định về hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin, các biện pháp bảo đảm ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin,

quyền và nghĩa vụ của cơ quan, tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin” [54, tr.1]. Ngay sau đó 1 năm, Chính phủ ban hành Nghị định số 71/2007/NĐ-CQ, ngày 3-5-2007, Quy định chi tiết và hướng dẫn thực hiện một số điều của Luật công nghệ thông tin về công nghiệp công nghệ thông tin.

Các luật của Quốc hội ban hành như: Luật sở hữu trí tuệ số 50/2005/QH11 được Quốc hội khóa XI ban hành, Luật số 36/2009/QH12 sửa đổi bổ sung một số điều của luật Sở hữu trí tuệ, tiếp tục được sửa đổi, bổ sung tại Luật số 42/2019/QH14 và Luật số 07/2022/QH15. Qua 3 lần sửa đổi, bổ sung, luật quy định chi tiết quyền và lợi ích hợp pháp của tác giả, đồng tác giả đối với tác phẩm sở hữu bản quyền sát với thực tiễn. Đây là những sửa đổi bổ sung rất kịp thời trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ, khắc phục, hạn chế tình trạng vi phạm bản quyền tác giả trên không gian mạng hiện nay.

Nghị định số 18/2014/NĐ-CP được Chính phủ ban hành quy định chi tiết về chế độ nhuận bút cho tác giả, chủ sở hữu quyền tác giả đối với TPBC (gồm báo in, báo nói, báo hình, báo điện tử); thù lao cho người tham gia thực hiện các công việc liên quan đến TPBC, xuất bản phẩm, người sưu tầm tài liệu, cung cấp thông tin phục vụ cho việc sáng tạo TPBC, xuất bản phẩm. Đối tượng áp dụng của nghị định này cho các tác giả, chủ sở hữu quyền tác giả, nhà báo, PV, BTV, CQBC, tổ chức, cá nhân liên quan đến TPBC, xuất bản phẩm. Tuy nhiên, sau hơn 10 năm Nghị định số 18/2014/NĐ-CP có hiệu lực, đã bộc lộ hạn chế, bất cập, chưa đáp ứng yêu cầu thực tiễn của lĩnh vực báo chí trong kỷ nguyên số. Cụ thể, như nghị định chưa có quy định tính nhuận bút, thù lao cho các trường hợp tác phẩm ứng dụng thành tựu khoa học - công nghệ, TPBC được CQBC sản xuất, đăng, phát trên các nền tảng số, có sự lan tỏa đến nhiều người đọc... Do đó, trong thời gian tới Chính phủ nghiên cứu ban hành nghị định mới về chế độ nhuận bút trong lĩnh vực báo chí, xuất bản phù hợp với thực tiễn hoạt động báo chí trong giai đoạn hiện nay.

Ngày 14-6-2024, Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành Thông tư số 05/2024/TT-BTTTT Hướng dẫn xây dựng, thẩm định, ban hành định mức kinh tế - kỹ thuật dịch vụ sự nghiệp công sử dụng ngân sách nhà nước trong lĩnh vực báo chí thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Thông tin và Truyền thông. Thông tư này áp dụng đối với cơ quan tổ chức, cá nhân liên quan đến việc quản lý, thực hiện định mức kinh tế - kỹ thuật dịch vụ sự nghiệp công sử dụng ngân sách nhà nước trong lĩnh vực báo chí. Đây là căn cứ để xây dựng

và thực hiện kế hoạch, quản lý kinh tế, tài chính và quản lý chất lượng trong hoạt động sản xuất, cung cấp dịch vụ nghiệp công sử dụng ngân sách nhà nước trong lĩnh vực báo chí.

1.4. Chủ thể, khách thể, nội dung, phương thức, những nguyên tắc và yêu cầu đối với chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

1.4.1. Chủ thể, khách thể, nội dung, phương thức chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

1.4.1.1. Chủ thể, khách thể chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

Chủ thể chuyển đổi nội dung số

Chủ thể trong chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí gồm 2 cấp độ, cấp vĩ mô (đội ngũ lãnh đạo, quản lý, quản trị) và cấp vi mô (PV, BTV, KTV, HSTK và đội ngũ cộng tác viên (CTV) là các chuyên gia, nhà khoa học, công chúng có năng lực chuyên môn được mời tham gia vào sản xuất nội dung,...).

Đối với cấp vĩ mô: Đây là đội ngũ lãnh đạo, quản lý, điều hành tạp chí, quyết định trực tiếp vấn đề chuyển đổi. Đó là tổng biên tập (TBT), thường trực ban biên tập, ban biên tập (BBT); trưởng, phó cán bộ chuyên môn, ban phụ trách ấn phẩm (đối với các tạp chí tổ chức theo mô hình cấp bộ, như Tạp chí Cộng sản) hay hội đồng biên tập, BBT, thư ký tòa soạn, trưởng ban/trưởng phòng các ấn phẩm, ban chuyên môn, lĩnh vực đối với các tạp chí cấp viện, vụ, cục, hiệp hội, trường... Tùy theo vị trí, chức vụ sẽ được cấp quyền quản trị tương ứng trong hệ thống, tổ chức của tạp chí.

BBT là “bộ não” của bất kỳ tạp chí nào - có nhiệm vụ xây dựng phương hướng, chiến lược phát triển tạp chí trong từng giai đoạn. Số lượng, thành viên BBT do cơ quan chủ quản tạp chí quyết định, căn cứ trên mô hình, tổ chức, chức năng, nhiệm vụ. TBT là người đứng đầu, chịu trách nhiệm toàn diện trước quy định của pháp luật về hoạt động báo chí - xuất bản và cơ quan chủ quản, các ủy viên BBT chịu trách nhiệm trước TBT về lĩnh vực được phân công, phụ trách. Các vị trí thư ký tòa soạn, trưởng, phó ban chuyên môn tổ chức triển khai sản xuất nội dung theo kế hoạch đã được TBT, BBT phê duyệt. Trong chuyển đổi nội dung số tạp chí, BBT có vai trò định hướng, xây dựng chiến lược, tổ chức thực hiện.

Đối với cấp vi mô: Đây là đội ngũ PV, BTV, CTV, KTV, các chuyên gia, nhà khoa học của tạp chí. Đây là lực lượng nòng cốt, trực tiếp thực hiện công việc sáng tạo TPBC, SPBC, phân phối trên các nền tảng. Căn cứ theo từng vị trí công tác, chuyên môn, nhiệm vụ, BBT tạp chí bố trí, sắp xếp trong quy trình sản

xuất nội dung. Chuyển đổi nội dung số phải bảo đảm phát huy tối đa năng lực của đội ngũ này và phù hợp với định hướng, chiến lược phát triển của tạp chí.

Để chuyển đổi nội dung số thành công, chủ thể phải có năng lực số phù hợp với từng vị trí. Cụ thể: Phải đáp ứng được nhóm năng lực nhóm số 3 (giao tiếp và hợp tác trong môi trường số), nghĩa là phải có khả năng “tương tác và giao tiếp thông qua công nghệ số và thực hành vai trò công dân số. Quản lý định danh và uy tín số của bản thân trong môi trường số. Sử dụng công cụ và công nghệ số để hợp tác, cùng thiết kế, tạo lập các nguồn tin và tri thức” [38, tr.16] để định hướng, lãnh đạo, chỉ đạo công tác chuyển đổi nội dung số.

Đối với nhóm chủ thể là đội ngũ PV, BTV phải đáp ứng tối thiểu được nhóm năng lực nhóm số 3, tối ưu là nhóm số 5 (sáng tạo nội dung số), nghĩa là “tạo lập và biên tập nội dung số. Chuyển đổi, kết hợp thông tin và nội dung số vào vốn tri thức sẵn có. Hiểu rõ về hệ thống giấy phép và bản quyền liên quan đến quá trình sáng tạo nội dung số” [38, tr.16]. Đối với nhóm chủ thể là HSTK, KTV phải đáp ứng tối thiểu được nhóm năng lực số 3 tối ưu nhất là số 7 (sử dụng năng lực số cho nghề nghiệp), nghĩa là “vận hành các công nghệ số trong các bối cảnh nghề nghiệp đặc thù. Hiểu, phân tích và đánh giá dữ liệu, thông tin và nội dung số đặc thù trong hoạt động nghề nghiệp. Thực hành đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp trong môi trường số” [38, tr.17].

Như vậy, xét theo khung năng lực số này, đối với đội ngũ PV, BTV, ngoài việc bảo đảm các yêu cầu về chuyên môn, nghiệp vụ còn phải biết ứng dụng AI và các công nghệ số khác trong sản xuất nội dung, tăng tốc sản xuất nội dung, và sáng tạo các sản phẩm truyền thông mới. Nếu năng lực số của đội ngũ này không đáp ứng được sẽ ảnh hưởng đến tiến trình chuyển đổi nội dung số của tạp chí. Đối với đội ngũ HSTK, KTV phải bảo đảm sử dụng các thiết bị phần cứng và ứng dụng phần mềm để nhận diện, xử lý dữ liệu. Có kỹ năng sử dụng và khai thác các công cụ, thiết bị máy ảnh, máy quay, các chương trình phần mềm thiết kế chuyên dụng để sáng tạo các TPBC, SPBC số, như báo chí dữ liệu, số hóa nội dung, đa nền tảng, báo chí di động, báo chí thị giác, siêu tác phẩm báo chí,...

Như vậy, để chuyển đổi nội dung số thành công, đội ngũ lãnh đạo, quản lý, PV, BTV, HSTK, KTV, CTV của tạp chí phải luôn luôn tự ý thức nâng cao trình độ, kỹ năng. Đồng thời, tạp chí thường xuyên tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ cả về năng lực chuyên môn, nghiệp vụ và năng lực số.

Khách thể chuyển đổi nội dung số

Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí là ứng dụng công nghệ số trong quá trình sáng tạo, sản xuất các TPBC số, SPBC số. Do đó, khách thể chuyển đổi nội dung số trong tạp chí là các TPBC số, SPBC số. “Tác phẩm báo chí là: Sản phẩm tư duy của nhà báo, lấy hiện thực khách quan (mang tính thời điểm) làm đối tượng nghiên cứu và phản ánh; có hình thức tương ứng với nội dung thông tin; được đăng tải trên các phương tiện thông tin đại chúng và là một bộ phận cấu thành một sản phẩm báo chí; có giá trị sử dụng: Tạo dư luận xã hội (tức thời) và làm thay đổi hành vi tiếp nhận thông tin; được luật pháp bảo hộ quyền tác giả và được trả tiền” [87, tr.11]. Một TPBC dù có hay đến đâu, chất lượng thông tin cao thế nào cũng không có ý nghĩa nếu nó không được chuyển tải đến công chúng qua SPBC hoàn chỉnh [79]. SPBC là tập hợp các TPBC trong một tổng thể hoàn chỉnh (chuyên mục, chuyên trang của tạp chí điện tử...).

Tóm lại, trong phạm vi nghiên cứu của luận án, đối với khách thể chuyển đổi nội dung số tác giả khảo sát thông qua phân tích đánh giá trong phần nội dung chuyển đổi số trong từng TPBC số, SPBC số cụ thể.

1.4.1.2. Nội dung, phương thức chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

Nội dung

Chuyển đổi nội dung số trong tạp chí là ứng dụng công nghệ số trong tổ chức, sản xuất, phân phối nội dung; quản lý và khai thác dữ liệu độc giả và sáng tạo các sản phẩm truyền thông mới trong tạp chí. Cụ thể:

Thứ nhất, ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung:

Ứng dụng AI hỗ trợ tìm kiếm, phát hiện đề tài, thu thập xử lý thông tin để theo dõi vấn đề - sự kiện và xác định xu hướng. Các chức năng được AI hỗ trợ phổ biến gồm:

Phát hiện tự động các chủ đề đang được quan tâm và thông báo. Người dùng sẽ nhận được thông tin mới nhất từ các từ khoá đã được bạn cài đặt với các chủ đề từ vấn đề kinh tế - chính trị, văn hóa - xã hội đến thể thao, chứng khoán... thông qua email hoặc tin nhắn.

Tự động quét website và tải dữ liệu xuống (crawl). Tự động quét dữ liệu từ một website bất kỳ, phân tích mã nguồn HTML để bóc tách thông tin dữ liệu theo yêu cầu người dùng.

Khai thác thông tin từ các trang mạng xã hội. AI hỗ trợ phát hiện các vấn đề - sự kiện thông qua khai thác thông tin mạng xã hội. Thực hiện hoàn toàn tự động qua các bộ lọc đặt theo từ khóa.

Tìm kiếm, khai thác nội dung sẵn có trong kho dữ liệu. Tự động hệ thống hóa dữ liệu, phân loại, sắp xếp và trích xuất thông tin từ văn bản để xác định nguồn trích dẫn, mối quan hệ giữa các văn bản (dựa trên từ khóa), tóm tắt nội dung văn bản.

Tìm và kiểm tra nội dung, xác định trùng lặp. Tự động quét văn bản, kiểm tra trùng lặp, so sánh các nội dung được lựa chọn với các nội dung đã có.

Nhận dạng từ hình ảnh. Phân tích giới tính, tuổi, trạng thái và xác định nhân vật trong các bức ảnh. “Các phần mềm này sử dụng nền tảng công nghệ nhận dạng mẫu từ các thông tin hữu ích thu được về một đối tượng như con người, động vật, đồ vật... thông qua các phương pháp thu thập, xử lý, phân tích hình ảnh hoặc video (thuộc lĩnh vực khoa học gọi là thị giác máy tính - Computer vision). Sau đó máy tính sẽ kết hợp với AI để phỏng đoán các đối tượng, các thực thể có mặt trong một khung cảnh được yêu cầu, đặt tên chính xác cho từng đối tượng và đưa ra các quyết định xử lý phù hợp với mỗi loại đối tượng” [11, tr.71].

Xác định nội dung phù hợp với khán giả dựa vào việc phân tích thái độ, cảm xúc của người dùng. Công cụ này thường tích hợp được vào các trang website của tạp chí. Thông qua thu thập dữ liệu người dùng truy cập vào website, giúp tạp chí dễ dàng đánh giá mức độ quan tâm của công chúng thông qua “lưu vết” trên trang). Tự động phân tích và gán thẻ cho các bài viết theo chủ đề hoặc từ khóa định sẵn, tạo kho dữ liệu.

Thứ hai, ứng dụng AI để tăng tốc sản xuất nội dung:

Ứng dụng AI hỗ trợ quá trình viết bài, biên tập, thẩm định nội dung để gia tăng tốc độ sản xuất nội dung. Cụ thể:

Tự động viết các nội dung. Tự động sản xuất các nội dung tin, bài có cấu trúc lặp lại.

Nhập văn bản bằng giọng nói. Chuyển trực tiếp từ giọng nói hoặc chuyển đổi file âm thanh thành dạng văn bản (text) một cách nhanh chóng, dễ dàng và ngược lại.

Chuyển văn bản thành giọng nói (Text to Speech). Sử dụng phần mềm tự động chuyển các tin bài dưới dạng văn bản thành tập tin âm thanh. Công nghệ AI sẽ tự động xuất bản bài viết kèm âm thanh mà không cần qua bất kỳ bước thu âm hay xử lý âm thanh nào khác. “Nhờ sử dụng công nghệ học sâu (deep learning) tiên tiến thay vì áp dụng các kỹ thuật truyền thống như HMM (Hidden Markov Model) hay ghép nối các từ... giúp cho giọng đọc tự nhiên, diễn cảm và có thể lựa chọn theo vùng miền” [11, tr.73].

Phiên dịch nội dung. Tự động dịch văn bản sang ngôn ngữ khác, giúp tiết kiệm được thời gian và chi phí.

Hỗ trợ kiểm chứng thông tin độc lập (fact-checking), tự động xác định các yêu cầu từ độc giả. “Fact check” nghĩa là kiểm tra tính thực tế, xác minh tính chính xác của thông tin đã công bố trước đó.

Hỗ trợ tổ chức các thông tin và gợi ý liên kết giữa các chủ đề. “Phần mềm thực hiện chức năng quản lý và lưu trữ thông tin văn bản/ số liệu/ bảng tính (dữ liệu). Phần mềm này có thể tích hợp tính năng gợi ý liên kết giữa các văn bản trong hệ thống thông qua các từ khóa được đặt khi lưu trữ dữ liệu, hoặc dựa vào các từ khóa có tần suất xuất hiện cao nhất trong văn bản” [11, tr.75].

Thứ ba, ứng dụng công nghệ số trong thiết kế đồ họa:

Tạo tin, bài và trực quan hóa từ dữ liệu có sẵn. Sử dụng các công cụ AI để thiết kế các sản phẩm đồ họa, infographic tĩnh và động từ các dữ liệu có sẵn. Những công cụ này là “cộng sự” đắc lực cho HSTK, trình bày.

Phân tích hình ảnh và nhận dạng. Các công cụ này thường được sử dụng để phỏng đoán các đối tượng, các thực thể có mặt trong một khung cảnh được yêu cầu; gợi ý tên hoặc nhận dạng từng đối tượng dựa trên cơ sở dữ liệu ảnh nhận dạng sẵn có của tòa soạn.

Thứ tư, ứng dụng công nghệ số trong phân phối nội dung:

Trong phân phối, xuất bản nội dung, công nghệ số được ứng dụng để đa dạng hóa việc phân phối/xuất bản tin, bài, theo dõi bình luận của công chúng, cá nhân hóa thông tin và quảng bá nội dung. Cụ thể:

Giúp tòa soạn đến gần hơn với công chúng. Thông qua các công cụ chatbot. Công cụ được lập trình, tự động hóa việc tương tác và trả lời bạn đọc.

Kiểm soát thông tin phản hồi từ công chúng. Kiểm soát các bình luận dựa trên các thuật toán, sau đó gửi cảnh báo đến người điều hành. Các phần mềm này thường tích hợp được vào các website của tạp chí. Sau đó, phát hiện và đánh dấu những bình luận xấu, thông báo để BBT đưa ra quyết định xử lý cuối cùng.

Cá nhân hóa nội dung. “Công cụ AI còn được sử dụng để theo dõi và phân tích thái độ, hành vi của người dùng thông qua các “dấu vết” mà người dùng để lại các trang mạng xã hội, như các dòng trạng thái, các bình luận, đánh giá, chia sẻ,... Tính năng này giúp các tòa soạn hiểu hơn công chúng của mình và suy nghĩ, nhận xét của họ về nội dung bài viết, qua đó có những hành động để nâng cao chất lượng nội dung” [11, tr.79].

Xác định loại nội dung phù hợp cho từng nền tảng. Đánh giá mức độ hiệu quả của nội dung website, đánh giá mức thu hút của website và đưa ra những dự báo về xu hướng nội dung trong tương lai.

Nâng thứ hạng của trang web (SEO). Nâng cao thứ hạng của trang web trên các trang kết quả của công cụ tìm kiếm. Việc nâng thứ hạng thường phải kết hợp với một số phân tích và tối ưu như tối ưu về mặt kỹ thuật, phân tích và tối ưu trang website, theo dõi thứ hạng của trang, phân tích và tối ưu nội dung, nghiên cứu từ khóa... [11, tr.79]

Thứ năm, sáng tạo loại hình truyền thông mới:

Tạo ra trải nghiệm báo chí mới nhờ khai thác mạng 5G. “Mạng 5G có những tác động tích cực đến lĩnh vực báo chí về cả cách thu thập lẫn xuất bản tin bài, ví dụ như tạo ra các trải nghiệm báo chí mới. Do tốc độ truyền tải của mạng 5G có thể lên tới 10Gb/s, việc nhúng các sản phẩm thực tế ảo, thực tế tăng cường, mô hình 3D, video độ phân giải cao trong các bài viết trở nên khả thi. Tạo cơ hội để độc giả được trải nghiệm việc tiếp nhận thông tin bằng cả cơ quan xúc giác và cảm xúc của mình, bởi họ như được tham gia chính vào thời điểm xảy ra sự kiện trong không gian ảo 3 chiều hay 4 chiều, do thông tin trên tạp chí có thể tái hiện, mô phỏng lại sự kiện, các nhân vật, âm thanh, tiếng động theo đúng như ở hiện trường. Cho phép các tổ chức tin tức hoạt động hiệu quả mà không cần phụ thuộc vào một tòa soạn báo vật lý, trung tâm bằng cách hỗ trợ chia sẻ tệp internet tốc độ cao...” [11, tr.92-93].

Ứng dụng công nghệ AR (Augmented Reality - Thực tế tăng cường). “Công nghệ dựa trên kỹ thuật nhận dạng hình ảnh thực từ đó đưa thêm thông tin bổ trợ như âm thanh, hình ảnh 2D/3D/video... trên không gian thực, nơi người dùng đang xem hoặc chứng kiến, giúp người dùng có thêm thông tin đầy đủ, chi tiết. Có hai dạng sản phẩm của AR: 1- sử dụng kính đặc biệt; 2- sử dụng thiết bị di động thông minh. Trường hợp sử dụng kính đặc biệt như Google Class, Vuzix M100 Smart Glass... cho phép người dùng nhìn vào một hình ảnh (thiết bị, môi trường xung quanh...) một màn hình nhỏ trong kính sẽ hiển thị các thông tin liên quan giúp người đeo kính có thông tin đầy đủ và chi tiết hơn. Trường hợp sử dụng thiết bị di động thông minh, người dùng sẽ sử dụng camera của thiết bị soi vào hình ảnh từ đó các thông tin bổ trợ sẽ xuất hiện dưới dạng text, âm thanh, video và cả hình ảnh 2D/3D. Để có được các thông tin bổ trợ hấp dẫn cho công nghệ AR cần phải có sự hỗ trợ kỹ thuật lập trình và kỹ thuật đồ họa” [11, tr.96].

Ứng dụng công nghệ VR (Virtual Reality - Công nghệ thực tế ảo). “VR là công nghệ tạo ra một môi trường không gian 3 chiều được giả lập bằng máy tính nhằm mô phỏng lại thế giới thực, trong môi trường đó con người có thể quan sát, cảm nhận và tương tác như đang đứng giữa bối cảnh thật. VR được ứng dụng trong nghiệp vụ sáng tạo TPBC nhằm tạo nên các tác phẩm thú vị hơn, độc đáo hơn, qua đó tăng cường trải nghiệm cho công chúng. Các tác phẩm được sáng tạo dựa trên công nghệ VR được gọi là “báo nhúng” (Immersive Journalism) hay “báo chí nhập vai”. Báo nhúng với sự hỗ trợ của công nghệ VR cho phép khán giả đến gần với tin tức hơn bất kỳ dạng thức kể chuyện nào trước đây. Công chúng có thể tiếp nhận thông tin bằng cơ quan xúc giác như sờ, nắm vật thể ảo, và cao cấp hơn có thể cảm nhận được bằng vị giác, khứu giác... Video 360, lập thể, cùng các thiết bị hỗ trợ như headset, găng tay cảm ứng... và mang đến cho công chúng cảm giác như được tham gia chính vào thời điểm đang xảy ra sự kiện” [11, tr.96-97].

Tạo báo nhúng bằng ứng dụng công nghệ XR. Thuật ngữ “báo nhúng” chỉ tên gọi các TPBC ứng dụng AR và VR (thường được gọi chung là XR). Tuy nhiên, để tạo ra một TPBC nhúng phải có sự hỗ trợ kỹ thuật lập trình và kỹ thuật đồ họa và mất nhiều thời gian để hoàn thành.

Thứ sáu, thu thập, phân tích và quản lý khai thác dữ liệu công chúng:

Việc nắm rõ tính chất, đặc điểm và nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng thông qua phân tích dữ liệu bạn đọc bằng công nghệ số là một trong những yếu tố quan trọng để tạp chí xây dựng kế hoạch biên tập, sản xuất nội dung số phù hợp với nhu cầu, tâm lý thói quen của công chúng số.

Dữ liệu của một tạp chí thu thập “gồm 3 loại: Dữ liệu bên thứ nhất, dữ liệu bên thứ hai và dữ liệu bên thứ ba (hay còn gọi là dữ liệu độc lập). *Dữ liệu bên thứ nhất* chính là dữ liệu công chúng. *Dữ liệu bên thứ hai* là thông tin mà CQBC không tự thu thập - hay nói một cách khác, CQBC đang sử dụng một cách gián tiếp. Dữ liệu này thường được sử dụng giữa các đối tác đáng tin cậy hoặc CQBC có được thỏa thuận chia sẻ thông tin với đối tác bên ngoài. *Dữ liệu bên thứ ba* (hay là dữ liệu độc lập) là bất kỳ dữ liệu nào được thu thập bởi một doanh nghiệp hoặc thực thể khác mà không có bất kỳ liên hệ trực tiếp nào với độc giả của CQBC. Dữ liệu của bên thứ ba thường được thu thập, tổng hợp và bán cho các công ty để giúp họ xây dựng chiến lược quảng cáo và quảng bá hiệu quả” [11, tr.83].

Phương thức

“Chuyển đổi số không đơn thuần là việc ứng dụng công nghệ số vào các hoạt động kinh tế - xã hội, mà còn là quá trình xác lập một phương thức sản xuất mới tiên tiến, hiện đại - “phương thức sản xuất số”, trong đó đặc trưng của lực lượng sản xuất là sự kết hợp hài hòa giữa con người và trí tuệ nhân tạo; dữ liệu trở thành một tài nguyên, trở thành tư liệu sản xuất quan trọng; đồng thời quan hệ sản xuất cũng có những biến đổi sâu sắc, đặc biệt là trong hình thức sở hữu và phân phối tư liệu sản xuất số” [48].

Theo tác giả Hồ Tú Bảo “phương thức sản xuất số là phương thức sản xuất trong cuộc CMCNLT4, khi môi trường sống đã trở nên một môi trường thực - số. Môi trường thực - số là môi trường vật lý và xã hội ta đang sống trên đó mỗi thực thể (đối tượng, hệ thống, quá trình sản xuất,...) được số hóa tạo ra bản sao số (dữ liệu), liên tục được cập nhật và phản ánh trạng thái, hoạt động, và hiệu suất của thực thể đó. Nhờ tích hợp sâu của các công nghệ số vào môi trường này, các bản sao số được dùng để mô phỏng, theo dõi, phân tích, và tối ưu hiệu suất của các thực thể. Mọi thực thể vật lý và xã hội có thể kết nối được với nhau qua mạng internet nhờ các bản sao số của mình (internet vạn vật)” [5].

Như vậy, có thể hiểu rằng, để chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí cần tổ chức, sản xuất theo phương thức sản xuất số. Để sản xuất nội dung theo phương thức sản xuất số cần xây dựng, vận hành mô hình tòa soạn số.

Hiện nay, thuật ngữ “tòa soạn số” hiện chưa có sự thống nhất. Theo tác giả Đồng Mạnh Hùng (2023): “Tòa soạn số được hiểu là việc vận hành tòa soạn trên nền tảng số, trong đó có các ứng dụng để tối ưu hóa việc chỉ đạo, trao đổi thông tin, sản xuất sản phẩm, tương tác trong quá trình sản xuất, sử dụng sản phẩm và đặc biệt là việc phân phối sản phẩm đầu ra trên các nền tảng, trong đó có nền tảng số” [44, tr.46]. Tác giả Trần Quang Diệu (2023) cho rằng, “Tòa soạn số dựa trên hội tụ công nghệ và nội dung là hệ quả của sự ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực báo chí - truyền thông nhằm thống nhất về xây dựng cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật để cung cấp tiện ích tốt nhất cho công chúng và độc giả” [21, tr.20-30]. Tác giả Đỗ Thị Thu Hằng (2023), xác định rõ các thành tố của mô hình tòa soạn số, theo đó, “Mô hình tòa soạn số ứng dụng các thành tựu công nghệ số, báo chí dữ liệu và truyền thông đa phương tiện được mô tả với các thành tố sau đây: (1) Chủ thể truyền thông; (2) Dữ liệu đa phương tiện; (3) Chương trình tương tác; (4) Thành tựu cách mạng công nghệ; (5) Sản phẩm - kênh – nền tảng truyền thông đa

phương tiện; (6) Công chúng truyền thông đa phương tiện; (7) Dự án Phát triển và ứng dụng truyền thông đa phương tiện; (8) Truyền dẫn và Hệ thống điều khiển”[36, tr.15]. Tác giả Lê Xuân Trung (2023): “Tòa soạn số là mô hình hoàn chỉnh từ khâu đầu vào đến đầu ra trong một hệ thống quản trị nội dung được ứng dụng công nghệ tương thích với quy mô, tính chất và mục tiêu của một cơ quan báo chí đa phương tiện, đa nền tảng” [93, tr.46].

Khái quát quan điểm về tòa soạn số của các nhà nghiên cứu, tác giả luận án đưa ra khái niệm tòa soạn số tạp chí: *Tòa soạn số tạp chí là mô hình vận hành tòa soạn trên nền tảng số, được ứng dụng các thành tựu công nghệ số phù hợp với quy mô, tính chất, mục tiêu của tạp chí.*

Như vậy, việc vận hành tòa soạn số được ứng dụng các công nghệ số phù hợp với chức năng, nhiệm vụ, tôn chỉ, mục đích của từng loại tạp chí là phương thức tối ưu, hiệu quả trong chuyển đổi nội dung số. Bởi vì:

Thứ nhất, Tòa soạn số lấy công nghệ làm trung tâm của quá trình chuyển đổi nội dung số, toàn bộ nghiệp vụ của một tòa soạn từ tác nghiệp, điều hành, xuất bản nội dung đều được thực hiện trên một phần mềm duy nhất. BBT chỉ đạo sự hợp tác giữa các đơn vị để sáng tạo ra những TPBC, SPBC chất lượng cao, như emagazine, megastory, longform, podcast... phù hợp với từng nền tảng và có sự hỗ trợ lẫn nhau (công chúng đọc trên tạp chí điện tử và sẽ tìm kiếm bài chuyên sâu trên tạp in hoặc đang đọc tạp chí in có thể sử dụng điện thoại để quét mã, xem, nghe các nội dung đa phương tiện trên tạp chí điện tử). Bên cạnh đó, tòa soạn số dễ dàng phân phối nội dung đa nền tảng, như các nền tảng báo chí trong nước (baomoi.com); các phương tiện truyền thông xã hội (Facebook, YouTube, Tiktok...) và các ứng dụng trên các thiết bị cầm tay thông minh.

Thứ hai, tòa soạn số sẽ giúp các tạp chí tiếp cận và triển khai hình thức cá nhân hóa và tùy biến các SPBC. “Khi tạp chí dựa trên internet và công nghệ số, công chúng có khả năng tiếp cận dễ dàng và nhanh chóng. Ranh giới về địa lý, hành chính quốc gia trên không gian mạng bị “xóa mờ”, quá trình thông tin và tiếp nhận thông tin của công chúng được thực hiện liên tục, thông qua quy mô rộng lớn. Việc thông tin tự tìm đến với công chúng làm cho vấn đề cá nhân hóa và tùy biến để đáp ứng cho nhu cầu của từng công chúng ngày càng hiện hữu” [22]. Việc vận hành tòa soạn số giúp tối ưu hóa việc phối phối nội dung theo yêu cầu, cá nhân hóa giao diện, cá nhân hóa cách tiếp cận thông tin.

Thứ ba, tòa soạn số hỗ trợ hoạt động phát triển kinh tế báo chí trên đa nền tảng thông qua các hoạt động quảng cáo trực tuyến, hội viên trả phí, mua và bán tạp chí... một cách nhanh chóng, thuận lợi. Đồng thời giúp tạp chí tăng nguồn thu nhập và duy trì hoạt động trong thời đại số, tăng khả năng cạnh tranh với các nền tảng mạng xã hội.

Thứ tư, việc tập trung xây dựng kết cấu hạ tầng - kỹ thuật báo chí số quốc gia trên cơ sở xây dựng mô hình tòa soạn số “điển hình” phù hợp với từng nhóm, loại tạp chí, sau đó phổ biến đến toàn bộ hệ thống báo chí, từ đó hình thành hệ sinh thái nền tảng số cho hệ thống các tạp chí của Việt Nam và hình thành ngân hàng dữ liệu số báo chí dùng chung cho các tạp chí.

1.4.2. Những nguyên tắc, yêu cầu và tiêu chí đánh giá mức độ trưởng thành chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

1.4.2.1. Những nguyên tắc đối với chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

Một là, Bảo đảm phù hợp với chức năng, nhiệm vụ, tôn chỉ, mục đích của từng tạp chí. Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí phải bảo đảm đúng tôn chỉ, mục đích của từng tạp chí tránh lạm dụng thái quá công nghệ trong sáng tạo, sản xuất, xuất bản các sản phẩm tạp chí. Mặt khác, tránh “báo hóa” tạp chí, đồng thời giữ vững bản chất, đặc điểm của tạp chí điện tử có vai trò rất quan trọng.

Hai là, bảo đảm phù hợp với nhóm công chúng của từng dòng tạp chí. Công chúng luôn giữ vai trò quan trọng trong quá trình truyền tải, tiếp nhận và phản hồi thông tin báo chí. Để tạo ra tác động và tương tác với công chúng, các tạp chí cần xác định rõ đối tượng công chúng. Công chúng của tạp chí lý luận chính trị khác với công chúng của tạp chí khoa học chuyên ngành và càng khác biệt so với tạp chí thông tin, chỉ dẫn và giải trí. Các yếu tố cần cân nhắc bao gồm lứa tuổi, giới tính, sở thích, hành vi, và nhu cầu tiếp nhận thông tin; nghiên cứu thị trường để hiểu rõ mong muốn và xu hướng của công chúng; dùng các công cụ phân tích dữ liệu để thu thập thông tin chi tiết về công chúng mục tiêu.

Ba là, bảo đảm an toàn thông tin. Đây là nguyên tắc bắt buộc bảo đảm chuyển đổi nội dung số cũng như chuyển đổi nội dung số của các tạp chí thành công. Đồng thời là phần xuyên suốt, không thể tách rời của tiến trình chuyển đổi số tạp chí. Mọi thiết bị, sản phẩm, phần mềm, hệ thống thông tin, dữ liệu phải bảo đảm về an toàn, an ninh.

1.4.2.2. Yêu cầu đối với chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

Thứ nhất, cơ quan chủ quản và BBT tạp chí có chủ trương, định hướng,

mục tiêu, lộ trình chuyển đổi nội dung số cụ thể, khoa học. Để chuyển đổi nội dung số, đòi hỏi vai trò của cơ quan chủ quản, của BBT tạp chí. Đây là những chủ thể có vai trò quan trọng.

Với các tạp chí, nguồn ngân sách chủ yếu dựa vào cơ quan chủ quản. Trong khi, để chuyển đổi nội dung số, cơ quan chủ quản phải có kinh phí. Hơn nữa, cơ quan chủ quản tạp chí phải có chủ trương, định hướng, chính sách cụ thể, khoa học về vấn đề chuyển đổi nội dung số tạp chí. Trên cơ sở đồng thuận về chủ trương, định hướng, chính sách của cơ quan chủ quản, BBT tạp chí phải xây dựng được đề án chuyển đổi nội dung số, hoặc chiến lược chuyển đổi nội dung số, trong đó xác định rõ: 1- Mục tiêu chuyển đổi nội dung số; 2- Nội dung chuyển đổi nội dung số (chuyển đổi nội dung số những hoạt động/lĩnh vực gì); 3- Phương thức chuyển đổi nội dung số (thời gian, địa điểm, cách thức cụ thể); 4- Điều kiện chuyển đổi nội dung số (các điều kiện về nhân lực, vật lực); 5- Lộ trình chuyển đổi nội dung số; 6- Cá nhân, tổ chức chịu trách nhiệm; cá nhân, tổ chức phối hợp, hỗ trợ...

Đề án và kế hoạch chuyển đổi nội dung số của tạp chí có vai trò quan trọng trong việc thực hiện chuyển đổi này. Khi xây dựng kế hoạch, tạp chí cần gắn kết tiến trình này với kế hoạch phát triển tổng thể của ngành báo chí. Trong kế hoạch, cần lưu ý đến các yêu cầu cụ thể của quá trình chuyển đổi nội dung số và chỉ ra mối liên hệ, tác động giữa chuyển đổi nội dung số với các hoạt động khác trong kế hoạch chung. Để lập đề án, kế hoạch và đặt mục tiêu, cần dựa vào thực tế để đạt được các tiêu chí đã đề ra. Đây cũng là cơ sở cho việc kiểm soát và đánh giá các hoạt động trong tương lai.

Thứ hai, xây dựng hệ thống quy định, quy chế quản lý vấn đề chuyển đổi nội dung số chặt chẽ. Để thực hiện tốt vấn đề chuyển đổi nội dung số tạp chí, BBT phải chú trọng xây dựng hệ thống quy định, quy chế cho quy trình chuyển đổi, bảo đảm có căn cứ, cơ sở để cấp trên quản lý tốt việc thực hiện vấn đề chuyển đổi nội dung số, đồng thời, cấp dưới triển khai chuyển đổi nội dung số đúng yêu cầu, kế hoạch, đúng quy chế. Chỉ có như vậy mới bảo đảm được chất lượng vấn đề chuyển đổi nội dung số. Quy định, quy chế đó chính là cụ thể hóa đề án, chiến lược, kế hoạch vấn đề chuyển đổi nội dung số mà cơ quan chủ quản và BBT đã ban hành.

Thứ ba, có kinh phí giải quyết vấn đề chuyển đổi nội dung số tạp chí. Cần có kinh phí để giải quyết vấn đề chuyển đổi nội dung số. Ba trụ cột chính của quá trình chuyển đổi số này là kinh tế, công nghệ và con người. Việc bảo

đảm các điều kiện kinh tế là rất quan trọng. Điều này bao gồm: thù lao cho việc xây dựng đề án chuyển đổi nội dung số tạp chí, mua sắm thiết bị, kinh phí đăng ký và duy trì tên miền khi xuất bản lên internet, kinh phí thuê KTV lập trình, thiết kế hệ thống - giao diện và bảo trì phần mềm cùng các thiết bị kỹ thuật, và kinh phí bảo trì đường truyền internet.

Thứ tư, nguồn nhân lực chất lượng cao. Chuyển đổi nội dung số tạp chí không đơn thuần chỉ là công nghệ và kinh phí, mà quan trọng là con người. Từ người lãnh đạo, quản lý đến người cán bộ, PV, BTV, KTV, nhân viên. BBT phải là những người có năng lực lãnh đạo chuyển đổi nội dung số, có tư duy, tầm nhìn chuyển đổi nội dung số. Ngoài ra, cần tuyển dụng được nhân lực chất lượng cao. Đó là những người không chỉ giỏi về chuyên môn nghiệp vụ, có khả năng viết bài báo khoa học, mà còn là những người thành thạo về công nghệ, biết thao tác quy trình sản xuất báo chí trên môi trường số.

1.4.2.3. Tiêu chí đánh giá mức độ trưởng thành chuyển đổi nội dung số

Ngày 24-10-2024, Bộ Thông tin và Truyền thông đã ban hành Quyết định số 1827/QĐ-BTTTT ban hành Bộ Chỉ số đánh giá, đo lường mức độ trưởng thành chuyển đổi số báo chí” với mục tiêu “Ban hành thống nhất Bộ Chỉ số đánh giá, đo lường mức độ trưởng thành chuyển đổi số báo chí làm thước đo đánh giá thực chất, khách quan và công bằng, nhằm giúp mỗi CQBC tự định vị đang ở giai đoạn nào trong tiến trình chuyển đổi số và làm căn cứ xây dựng chương trình, kế hoạch, lộ trình cụ thể, giải pháp đồng bộ, phù hợp, giúp CQBC phát triển nhanh, bền vững.

Bộ tiêu chí này gồm “Mô hình đánh giá, đo lường mức độ trưởng thành chuyển đổi số của các cơ quan báo chí là bảng bao gồm 43 tiêu chí được chia thành 10 chỉ số thành phần và nhóm thành 5 trụ cột của chuyển đổi số báo chí, bao gồm: (1) Chiến lược, (2) Hạ tầng số, nền tảng số và an toàn thông tin, (3) Sự đồng nhất về tổ chức và chuyên môn, (4) Độc giả, khán giả, thính giả và (5) Mức độ ứng dụng công nghệ số. Trong mỗi trụ cột có các chỉ số thành phần, trong mỗi chỉ số thành phần có các tiêu chí (10 chỉ số thành phần và 43 tiêu chí)” [76]. Tổng thang điểm đánh giá đạt tối đa của “chỉ số đo lường mức độ trưởng thành chuyển đổi số báo chí của các cơ quan báo chí là 100 điểm (Mức 1: dưới 50 điểm - ở mức yếu; Mức 2: từ 50 đến dưới 60 điểm - ở mức trung bình; Mức 3: từ 60 đến dưới 75 điểm - ở mức khá; Mức 4: từ 75 đến dưới 90 điểm - ở mức tốt; Mức 5: từ 90 điểm trở lên - ở mức xuất sắc), được chia cho 5 trụ cột, trong đó thang điểm tối đa của các trụ cột như sau: (1)

Chiến lược: 18 điểm (2) Hạ tầng số, nền tảng số và an toàn thông tin: 24 điểm (3) Sự đồng nhất về tổ chức và chuyên môn: 20 điểm (4) Độc giả, khán giả, thính giả: 23 điểm (5) Mức độ ứng dụng công nghệ số: 15 điểm” [76].

Căn cứ theo Bộ chỉ số đánh giá, đo lường có tính chất phổ quát về mức độ trưởng thành chuyển đổi số cho tất cả các CQBC (bao gồm báo, tạp chí, đài phát thanh và truyền hình); căn cứ vào phạm vi nghiên cứu của luận án là “*chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí*” - phần cốt lõi của chuyển đổi số tạp chí; sự khác biệt về nội dung, nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng đích giữa báo và tạp chí; sự khác biệt về hạ tầng kỹ thuật - công nghệ giữa báo và tạp chí, tác giả luận án lựa chọn các tiêu chí để đưa ra bộ tiêu chí đánh giá, đo lường chính xác mức độ trưởng thành chuyển đổi nội dung số của mỗi tạp chí thông qua mức điểm đạt được của trụ cột: Hạ tầng số, nền tảng số, sự đồng nhất về tổ chức và chuyên môn, độc giả, bao gồm 19 tiêu chí, với tổng số 40 điểm, với các mức: Mức 1: dưới 20 điểm (yếu); mức 2: từ 20 đến dưới 25 điểm (trung bình); mức 3: từ 25 đến dưới 30 điểm (khá); mức 4: từ 30 đến dưới 35 điểm (tốt); mức 5: từ 35 điểm trở lên (xuất sắc) [Phụ lục 1].

Tiểu kết chương 1

Trên cơ sở kế thừa những kết quả nhưng nghiên cứu trước và bổ sung, phát triển những nghiên cứu về chuyển đổi số, chuyển đổi số báo chí... tác giả đã hệ thống hóa, bổ sung và có cách tiếp cận mới về chuyển đổi nội dung số trong tạp chí, đó là: *Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí là ứng dụng công nghệ số trong quá trình sáng tạo, sản xuất các TPBC số, SPBC số và phân phối trên các nền tảng số phù hợp với đặc điểm, tính chất và công chúng đích của tạp chí.*

Trong chương này, tác giả đã chỉ ra chủ thể và khách thể, các yếu tố tác động đến chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí, đó là hạ tầng số, năng lực số, dữ liệu số, công chúng số...; phương thức để chuyển đổi nội dung số, đó là xây dựng, vận hành mô hình tòa soạn số. Đồng thời, tác giả đã xây dựng bộ tiêu chí đánh giá, đo lường mức độ trưởng thành chuyển đổi nội dung số đối với các tạp chí.

Tóm lại, tác giả đã hình thành và xác lập được khung phân tích nghiên cứu thực trạng chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam, làm căn cứ khoa học để tiến hành khảo sát thực trạng chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay.

Chương 2:

THỰC TRẠNG CHUYỂN ĐỔI NỘI DUNG SỐ TRONG CÁC TẠP CHÍ CỦA VIỆT NAM HIỆN NAY

2.1. Giới thiệu về các tạp chí chọn mẫu khảo sát

2.1.1. Sơ lược về lịch sử phát triển

2.1.1.1. Tạp chí Cộng sản

Tạp chí Cộng sản (tiền thân là Tạp chí Đỏ), xuất bản số đầu ngày 5-8-1930 do lãnh tụ Nguyễn Ái Quốc sáng lập và làm Chủ nhiệm đầu tiên. Từ đó đến nay, trải qua các thời kỳ cách mạng, với nhiều hoàn cảnh khác nhau, tạp chí lý luận chính trị nối tiếp nhau được xuất bản, trở thành một bộ phận nòng cốt trong công tác tư tưởng, lý luận của Đảng. Từ năm 1930 đến năm 1945, sau Tạp chí Đỏ là: Tạp chí Cộng sản (1930), Tạp chí Bôn-sơ-vic, rồi đến Tạp chí Cộng sản (1941, 1943), Sinh hoạt nội bộ (1947 - 1950) và Tạp chí Cộng sản (1950), Tạp chí Học tập ra đời tháng 12-1955 và xuất bản đều kỳ hằng tháng. Từ ngày 5-1-1977, Tạp chí Học tập được đổi tên thành Tạp chí Cộng sản và tiếp tục ra đều kỳ hằng tháng. Từ ngày 3-2-2002, Tạp chí Cộng sản điện tử chính thức phát trên internet; ngày 1-1-2007 xuất bản chuyên san Hồ sơ sự kiện. Từ ngày 1-1-2025 Tạp chí Cộng sản tiếp nhận chức năng nhiệm vụ của 6 tạp chí của các ban Đảng Trung ương. Công chúng đích của Tạp chí Cộng sản là cán bộ, đảng viên và bạn đọc quan tâm.

Tạp chí Cộng sản là cơ quan lý luận chính trị của Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam, đặt dưới sự lãnh đạo trực tiếp và thường xuyên của Bộ Chính trị, Ban Bí thư, có chức năng nghiên cứu lý luận, tuyên truyền, phổ biến, giáo dục lý luận chính trị của Đảng và nghiệp vụ công tác Đảng.

2.1.1.2. Tạp chí Khoa học Công nghệ Việt Nam

Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam là cơ quan ngôn luận - lý luận của Bộ Khoa học và Công nghệ, xuất bản số đầu tiên năm 1959 với tên Tin tức hoạt động khoa học.

Từ số tháng 1-1971 đổi tên thành Tạp chí Hoạt động khoa học với chức năng là cơ quan ngôn luận, lý luận của Ủy ban Khoa học và Kỹ thuật Nhà nước. Nhiều bài viết mang tính lý luận về các vấn đề khoa học và kỹ thuật của Nước nhà đã được đăng tải trong giai đoạn này.

Từ số 1-2013 đến nay đổi tên thành Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam. Từ tháng 1-2015 xuất bản Khoa học và Công nghệ Việt Nam bản B, chuyên đăng tải các bài nghiên cứu khoa học (research article) và bài nghiên cứu tổng quan (review article) bằng tiếng Việt có chất lượng tốt, nổi bật trong các lĩnh vực khoa học (được phản biện kín). Các lĩnh vực cụ thể: 1- Khoa học tự nhiên; 2- Khoa học kỹ thuật và công nghệ; 3- Khoa học y dược; 4- Khoa học nông nghiệp; 5- Khoa học xã hội và nhân văn.

Năm 2017, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam bản C (Vietnam Journal of Science, Technology and Engineering) được xuất bản, đăng tải các nghiên cứu khoa học bằng tiếng Anh trong các lĩnh vực khoa học tự nhiên, công nghệ và kỹ thuật.

Năm 2022, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam bản D (VMOST Journal of Social Sciences and Humanities) xuất bản, đăng tải các bài báo khoa học bằng tiếng Anh trong các lĩnh vực khoa học xã hội và nhân văn.

Năm 2019 xuất bản Tạp chí điện tử Khoa học và Công nghệ Việt Nam (vjst.vn) trên internet với các bản A, B, C, D.

2.1.1.3. Tạp chí điện tử Tri thức

Tạp chí điện tử Tri thức (Znews.vn) - cơ quan thông tin, tuyên truyền của Hội Xuất bản Việt Nam được thành lập năm 2008 dưới hình thức trang thông tin điện tử. Đến năm 2013, Báo điện tử Tri thức trực tuyến xuất bản theo Giấy phép số 236/GP-BTT-TT của Bộ thông tin và Truyền thông. Thực hiện Quyết định số 362 - QĐ/TTg của Thủ tướng Chính phủ Phê duyệt Quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc đến năm 2025, ngày 26-2-2020, Báo điện tử Tri thức trực tuyến chính thức được chuyển sang mô hình tạp chí và trở thành tạp chí điện tử Tri thức trực tuyến.

“Tạp chí là một trong những cơ quan báo chí có số lượng độc giả truy cập nhiều (12-14 triệu lượt truy cập/ngày). Nội dung đăng tải trên Tạp chí có sức ảnh hưởng, tác động nhất định trong xã hội, đặc biệt là đối tượng thanh thiếu niên, tầng lớp độc giả trẻ. Tạp chí là một trong những cơ quan tạp chí có nhiều nỗ lực trong việc ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động báo chí,

từ quá trình thu thập thông tin, phân tích dữ liệu cho đến sản xuất nội dung và xuất bản tin, bài” [90]. Tuy nhiên, trong quá trình hoạt động, Tạp chí điện tử Tri thức trực tuyến đã để xảy ra tình trạng hoạt động không đúng tôn chỉ, mục đích; có dấu hiệu “báo hóa” tạp chí điện tử,... Tháng 7-2023, thực hiện kết luận thanh tra của Thanh tra Bộ Thông tin và Truyền thông và quyết định của Hội Xuất bản Việt Nam, Tạp chí điện tử Tri thức ra thông báo tạm dừng hoạt động 3 tháng, kể từ ngày 14-7-2023 để tập trung khắc phục, chấn chỉnh triệt để các hạn chế trong hoạt động.

Ngày 4-12-2023, *Tạp chí điện tử Tri thức trực tuyến* đổi tên thành *Tạp chí điện tử Tri thức* xuất bản trở lại với bộ nhận diện và giao diện mới. Tạp chí điện tử Tri thức (Znews) tiếp tục phát huy bản sắc “Thông tin uy tín, hình ảnh chất lượng”, đồng thời làm mới mình bằng những nội dung hướng đến bạn đọc trẻ (đặc biệt là thế hệ GenZ).

2.1.1.3. *Tạp chí Ngày Nay*

Tạp chí Ngày Nay được thành lập theo Giấy phép số 512/GP-BVHTT, do Bộ trưởng Bộ Văn hoá - Thông tin ký ngày 25-11-2002. Tạp chí Ngày Nay là cơ quan ngôn luận chính thức của Liên hiệp các Hội UNESCO Việt Nam, phát hành mỗi tháng 2 kỳ, kỳ một (phát hành đầu tháng) lấy tên chuyên đề là “Giao lưu Văn hoá”, kỳ hai (phát hành cuối tháng) lấy tên chuyên đề là “Phong cách Việt”.

Đến tháng 11-06-2024, Tạp chí Ngày Nay được cấp Giấy phép xuất bản số 160/GP-BTTTT với tôn chỉ, mục đích thông tin hoạt động của Liên hiệp các Hội UNESCO Việt Nam; định kỳ theo kỳ xuất bản (đối với loại hình tạp chí in), định kỳ cập nhật thông tin theo quy định của pháp luật (đối với loại hình tạp chí điện tử) để thông tin chuyên sâu, chuyên ngành; giới thiệu về khoa học, giáo dục, văn hoá và thông tin truyền thông, là những lĩnh vực hoạt động chuyên môn của UNESCO, nhằm góp phần nâng cao dân trí, phát triển đất nước, tăng cường hữu nghị và hợp tác giữa các dân tộc, các quốc gia, bảo vệ hòa bình và an ninh thế giới.

Tạp chí Ngày Nay bản in là ấn phẩm miễn phí duy nhất tại Việt Nam, được phát hành đến tận tay bạn đọc hằng tuần. Với hệ thống phát hành miễn phí, Ngày Nay đến được tận tay mọi tầng lớp trong xã hội, các khu vực dân cư đông đúc, để mang thông tin tới cho mọi người; trở thành cầu nối thành

công cho các tổ chức, doanh nghiệp, cơ quan... giới thiệu các hoạt động, các sản phẩm của mình tới được công chúng đích.

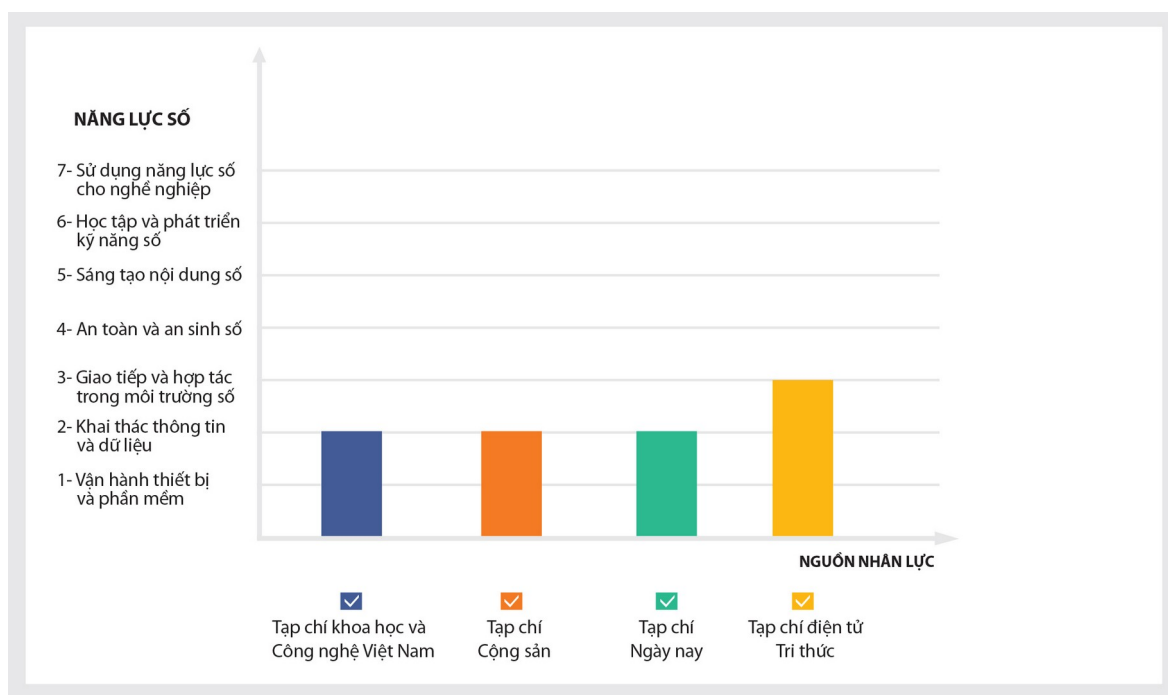
Ngày Nay Online (<https://ngaynay.vn>) với các thông tin chuyên sâu, riêng biệt nhưng cũng không thiếu tính thời sự, được đông đảo bạn đọc quan tâm, đánh giá cao.

2.2. Khảo sát thực trạng chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay

2.2.1. Chủ thể chuyển đổi nội dung số

2.2.1.1. Chủ thể vĩ mô chuyển đổi nội dung số

Chủ thể vĩ mô chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí là BBT (gồm TBT, các phó TBT, và các ủy viên ban biên tập) - đây là ban chịu trách nhiệm lãnh đạo, chỉ đạo, đề ra phương hướng, kế hoạch, lộ trình chuyển đổi nội dung số của cơ quan tạp chí. Đồng thời, kiểm tra, giám sát việc thực hiện chuyển đổi nội dung số. Số lượng thành viên BBT tùy theo mô hình, cơ cấu, tổ chức của tạp chí đó. Cụ thể: BBT của: Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam gồm: 2 người (1 TBT, 1 Phó TBT), trình độ chuyên môn: 1 TS; 1 ThS chuyên ngành khoa học xã hội; Tạp chí Cộng sản gồm 6 người (1 TBT, 2 Phó TBT, 3 Ủy viên BBT), trình độ chuyên môn, nghiệp vụ: 2 PG,TS; 4 TS chuyên ngành khoa học xã hội; Tạp chí Ngày Nay gồm: 4 người (1 TBT, 3 Phó TBT), trình độ chuyên môn, nghiệp vụ: 1 ThS, 3 CN; Tạp chí điện tử Tri Thức gồm: 5 người (1 Phó TBT phụ trách, 3 Ủy viên BBT), trình độ chuyên môn, nghiệp vụ: 1 ThS, 3 CN.



Hình 2.1: Năng lực số của Ban Biên tập các tạp chí

Thông qua khảo sát năng lực số của BBT các tạp chí có thể nhận thấy: Ban lãnh đạo Tạp chí điện tử Trí thức có trình độ học hàm, học vị thấp nhất trong 4 tạp chí, nhưng có năng lực số cao nhất, đạt mức 3 (giao tiếp và hợp tác trong môi trường số). Còn lại các tạp chí: Cộng sản, Khoa học và Công nghệ Việt Nam, Ngày Nay đạt mức 2 (mức khai thác thông tin và dữ liệu). Như vậy, năng lực số của BBT có vai trò quyết định đến công tác chỉ đạo, điều hành các hoạt động sản xuất nội dung số trong các tạp chí.

BBT Tạp chí Ngày Nay đã xây dựng và ban hành chiến lược chuyển đổi nội dung số trong tổng thể chuyển đổi số tạp chí, trong đó chú trọng vào ứng dụng công nghệ số trong sáng tạo, sản xuất các TPBC, SPBC. Tuy nhiên, tạp chí chưa cụ thể hóa, chi tiết hóa những thành những mục tiêu rõ ràng, hằng năm và có định lượng cụ thể bằng con số [PVS 6].

BBT Tạp chí Cộng sản đã thành lập Ban Chỉ đạo chuyển đổi số (gồm toàn bộ thành viên BBT); Tổ Triển khai thực hiện chuyển đổi số (gồm 23 thành viên: 1 Phó TBT làm tổ trưởng, 1 Ủy viên BBT kiêm Trưởng Ban Tạp chí Cộng sản điện tử làm tổ phó, lãnh đạo các ban chuyên môn, ban ấn phẩm, và các ban phục vụ xuất bản); đã xây dựng và ban hành Chương trình chiến lược chuyển đổi số tổng thể (năm 2023). Tuy nhiên, chiến lược lại chủ yếu tập trung trọng tâm vào việc số hóa tổ chức: số hóa dữ liệu, quy trình xuất

bản, hoạt động chỉ đạo, điều hành tạp chí mà không đặt trọng tâm vào chuyển đổi nội dung số. Do đó, Tạp chí Cộng sản chưa có chiến lược chuyển đổi nội dung số với mục tiêu rõ ràng, cụ thể và lượng hóa bằng con số mà “giao khoán” chủ yếu do Ban Tạp chí Cộng sản điện tử - đơn vị chịu trách nhiệm sản xuất nội dung xuất bản trên internet.

Đối với Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam và Tạp chí điện tử Tri thức đều đã xây dựng chiến lược chuyển đổi nội dung số trong tổng thể chiến lược chuyển đổi số tạp chí, có mục tiêu rõ ràng và có định lượng cụ thể bằng con số và có yếu tố quản trị rủi ro.

Như vậy, qua phân tích chủ thể chuyển đổi số của các tạp chí có thể thấy, lãnh đạo các tạp chí có nhận thức đúng, đầy đủ về tầm vai trò, tầm quan trọng của chuyển đổi nội dung số thông qua việc xây dựng và ban hành kế hoạch, chương trình, lộ trình và phân công đầu mối cụ thể chịu trách nhiệm việc chuyển đổi nội dung số. Đội ngũ này có đủ năng lực số để dẫn dắt đội ngũ chủ thể vi mô trong tiến trình chuyển đổi nội dung số.

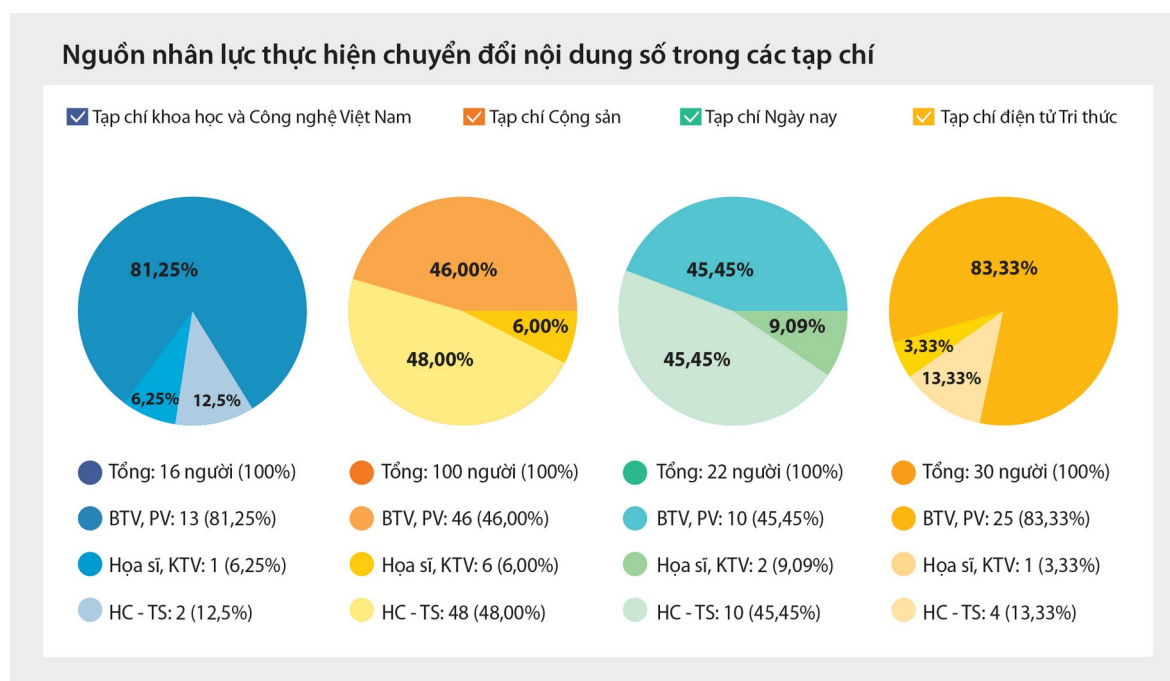
2.2.1.2. Chủ thể vi mô chuyển đổi nội dung số

Về nguồn nhân lực: Trong 4 tạp chí khảo sát: Tạp chí Cộng sản (cấp trung ương - sử dụng nguồn ngân sách Đảng và các nguồn thu từ hoạt động kinh tế báo chí chi trả lương và kinh phí chi thường xuyên, như nhuận bút, thuê hạ tầng công nghệ thông tin...) có tổng số 100 người; Tạp chí Ngày Nay (liên hiệp hội - tự chủ toàn bộ kinh phí trả lương, in ấn, thuê hạ tầng công nghệ thông tin...) có tổng số 22 người; Tạp chí Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam (sử dụng ngân sách nhà nước chi trả lương, nhuận bút, in ấn,...) có tổng số 16 người. Cả 3 tạp chí này đều xuất bản cả tạp chí in và tạp chí điện tử. Riêng Tạp chí điện tử Tri thức (cấp hội - tự chủ toàn bộ kinh phí lương, nhuận bút,...) với tổng số 30 người chỉ xuất bản tạp chí điện tử.

Quan khảo sát cho thấy, nguồn nhân lực thực hiện chính trong chuyển đổi nội dung số các tạp chí là đội ngũ PV, BTV (bao gồm TBT và các thành viên BBT), đội ngũ HSTK và kỹ sư công nghệ thông tin. Trong đó, đội ngũ HSTK và đội ngũ kỹ thuật viên (KTV) là nòng cốt (chiếm tỷ lệ rất nhỏ trong tổng số nhân sự của tạp chí) phối hợp với đội ngũ PV, BTV sáng tạo ra các TPBC, SPBC mới (đa phương tiện, video, audio, infographic, báo nhúng...) xuất bản và phân phối trên nhiều nền tảng khác nhau. Hiện nay, đội ngũ này

phần lớn được đào tạo chủ yếu từ các chuyên ngành khoa học xã hội nhân văn (báo chí, văn hóa, triết học, chính trị học,...) không hiểu sâu về công nghệ thông tin. Do đó, đây là một “lực cản” đối với công tác chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí hiện nay [PVS 7]. Cụ thể:

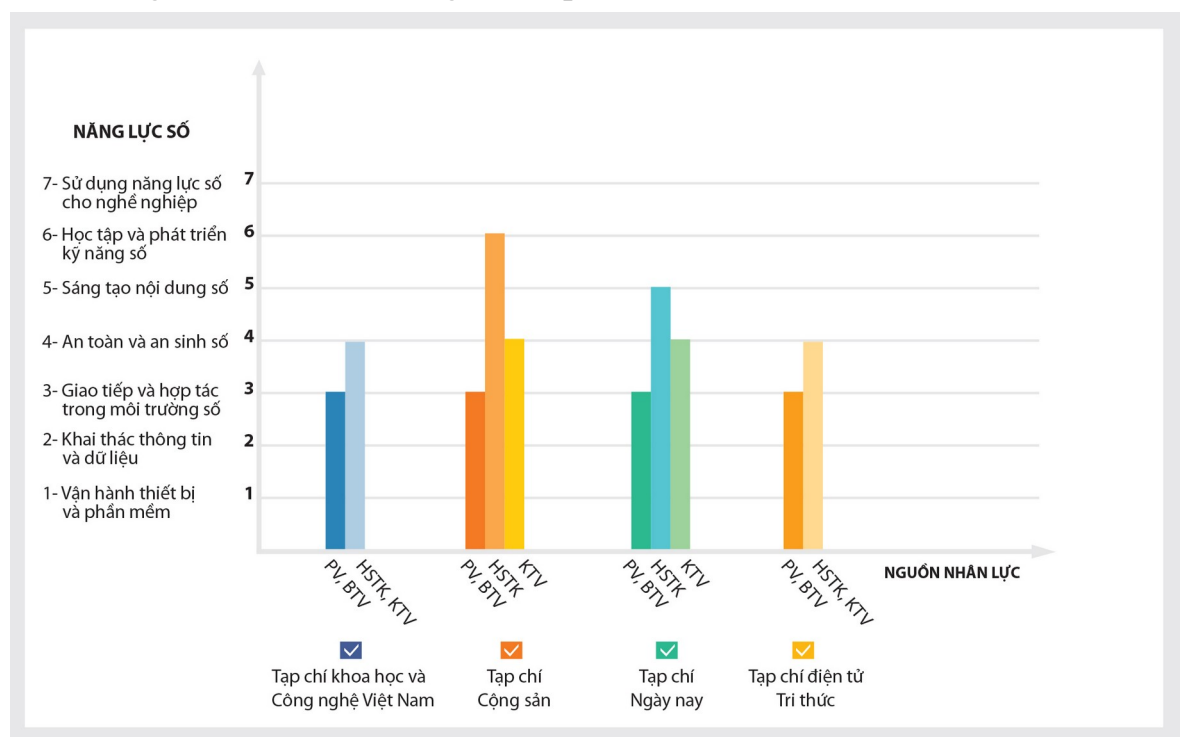
Về cơ cấu đội ngũ PV, BTV, HSTK, KTV: Tạp chí điện tử Tri Thức có 86,66% là đội ngũ PV, BTV, KTV chiếm phần lớn nhân sự tạp chí so với 45,45% nhân sự làm nội dung của Tạp chí Ngày Nay. Trong khi đó, đội ngũ làm nội dung ở Tạp chí Cộng sản chỉ chiếm 46%, phần nhiều nhân sự tập trung ở nhóm phục vụ nội dung, không tham gia trực tiếp vào tổ chức sản xuất TPBC và SPBC (nhóm hành chính - trị sự chiếm 48%) [PVS 7]. Đối với nhân sự nhóm mỹ thuật - kỹ thuật cả 4 tạp chí khảo sát đều rất hạn chế. Riêng Tạp chí điện tử Tri thức không có nhân sự làm thiết kế mỹ thuật - đồ họa mà chỉ có duy nhất 1 nhân sự công nghệ thông tin vận hành hệ thống quản trị nội dung (CMS) của tạp chí, toàn bộ mảng công việc thiết kế - đồ họa tạp chí ký hợp đồng với 1 doanh nghiệp chuyên về thiết kế đồ họa báo chí [PVS 5]. Nhân sự thiết kế - đồ họa - kỹ thuật của Tạp chí Cộng sản tập trung chủ yếu ở Ban Tạp chí Cộng sản điện tử (chiếm 6%) - đơn vị được “giao khoán” sản xuất nội dung số xuất bản trên các nền tảng số.



Hình 2.2: Nguồn nhân lực các tạp chí khảo sát

Về trình độ chuyên môn: Tạp chí Cộng sản có tổng số 100 người, trong đó có: học hàm phó giáo sư, tiến sĩ 7 người (7%), 20 tiến sĩ (20%), 39 thạc sĩ (39%), 25 cử nhân (25%), 9 trung cấp, đào tạo nghề (9%). Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam tổng số 16 người, trong đó có: 1 tiến sĩ (6,25%), 2 thạc sĩ (12,5%), 13 cử nhân, kỹ sư (81,25%). Tạp chí Ngày Nay có 22 người, trong đó có: 1 thạc sĩ (4,54%), 21 cử nhân, kỹ sư (95,45%). Tạp chí điện tử Tri thức, có tổng số 30 người, trong đó có: 3 thạc sĩ (10%), 27 cử nhân, kỹ sư (90%). Như vậy, trình độ chuyên môn của cả 4 tạp chí đều được đào tạo rất bài bản. Riêng đội ngũ nhân sự làm nội dung của Tạp chí Cộng sản có học hàm học vị rất cao, và đều là các nhà nghiên cứu - nhà khoa học - nhà báo, bởi vì Tạp chí Cộng sản là cơ quan nghiên cứu lý luận chính trị chuyên sâu, bài viết đăng trên tạp chí có hàm lượng lý luận chính trị cao [PVS 7]. Trong khi đó, đội ngũ làm nội dung của Tạp chí điện tử Tri thức phần nhiều là PV viết tin, bài.

Tóm lại, nhân sự làm nội dung được tuyển dụng phù hợp tùy theo vị trí, chức năng, nhiệm vụ của từng loại tạp chí.



Hình 2.3: Năng lực số của nguồn nhân lực các tạp chí

Về Năng lực số: Đội ngũ PV, BTV của 4 tạp chí khảo sát đều có khung năng lực số đạt cấp độ 3 (giao tiếp và hợp tác trong môi trường số). Đội ngũ nhân sự làm kỹ thuật công nghệ thông tin đều đạt cấp độ 4 (an toàn và an sinh

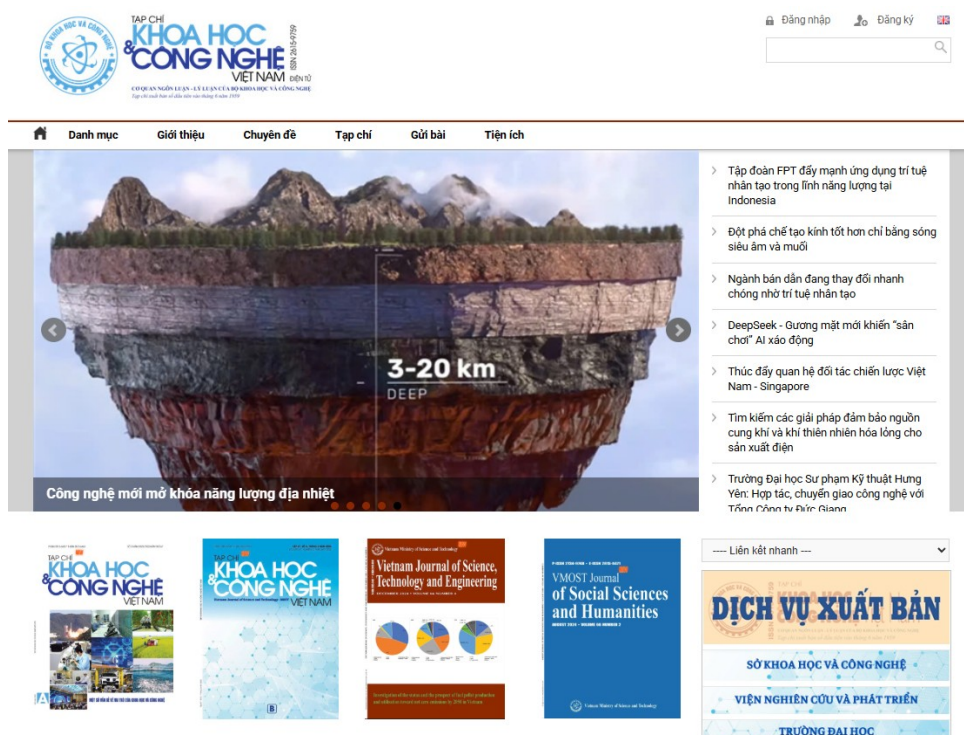
số). Riêng đội ngũ HSTK của Tạp chí Cộng sản đạt cấp độ 6 (học tập và phát triển kỹ năng số); của Tạp chí Ngày Nay đạt cấp độ 5 (sáng tạo nội dung số).

Như vậy, về tổng thể chủ thể chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí đều được đào tạo bài bản, có năng lực chuyên môn và năng lực số (đạt mức trung bình) cơ bản ứng dụng được công nghệ số trong sáng tạo TPBC, SPBC, phân phối trên đa nền tảng.

2.2.2. Nội dung, phương thức chuyển đổi nội dung số

2.2.2.1. Nội dung chuyển đổi nội dung số

Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam gồm hệ thống các SPBC: Tạp chí in: Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam bản B, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam bản C (Vietnam Journal of Science, Technology and Engineering), Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam bản D (VMOST Journal of Social Sciences and Humanities) và Tạp chí điện tử Khoa học và Công nghệ Việt Nam (vjst.vn) trên internet với các bản A, B, C, D.



Hình 2.4: Giao diện Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam điện tử

Tạp chí điện tử Khoa học và Công nghệ Việt Nam ngoài xuất bản toàn bộ bài viết từ 4 bản A, B, C, D còn có các chuyên mục: Dẫn đầu khoa học và công nghệ, Khoa học - Công nghệ và Đổi mới sáng tạo, Khoa học và công nghệ địa phương, Khoa học và công nghệ nước ngoài, Công nghệ, sản phẩm

và đời sống và chuyên mục thông tin chuyên đề và các vấn đề: Chuyển đổi số, khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo, sở hữu trí tuệ, chương trình KX. Trung bình hằng năm tạp chí xuất bản gần 1.000 bài, tin/năm.

Tạp chí Cộng sản, mô hình tổ chức các SPBC gồm: 1- Tạp chí Cộng sản truyền thống (bản in) xuất bản ngày 1 và 15 hằng tháng; 2- Tạp chí Cộng sản điện tử, xuất bản hằng ngày. Ngoài xuất bản bằng tiếng Việt Nam, còn xuất bản 4 ngôn ngữ khác, gồm: Anh, Lào, Trung Quốc, Tây Ban Nha. 3- Tạp chí Cộng sản chuyên đề, xuất bản quý/số. 4- Chuyên san Hồ sơ sự kiện, ấn phẩm của Bộ Biên tập Tạp chí Cộng sản, xuất ngày 10 và 25 hằng tháng, đối tượng dành cho cán bộ, đảng viên và bạn đọc quan tâm.

Mô hình tổ chức sản xuất nội dung của Tạp chí Cộng sản gồm:

Khối các ban chuyên môn: (Ban Chính trị, xây dựng Đảng, kinh tế, văn hóa - xã hội, quốc tế, Cơ quan thường trực miền Trung - Tây Nguyên, Cơ quan thường trực miền Nam): Chịu trách nhiệm viết bài, đặt bài cộng tác viên là các đồng chí lãnh đạo Đảng, Nhà nước, các đồng chí Ủy viên Trung ương, lãnh đạo các ban, bộ, ngành và các nhà khoa học đầu ngành trong cả nước.

Khối các ban ấn phẩm: Ban Thư ký, chịu trách nhiệm tổ chức sản xuất ấn phẩm Tạp chí Cộng sản truyền thống ra ngày 1 và 15 hằng tháng); Ban Tạp chí Cộng sản điện tử, chịu trách nhiệm tổ chức sản xuất nội dung xuất bản trên Tạp chí Cộng sản điện tử; Ban chuyên đề - chuyên san, chịu trách nhiệm tổ chức sản xuất nội dung chuyên san Hồ sơ sự kiện, công tác trị sự xuất bản ấn phẩm Tạp chí Cộng sản chuyên đề.



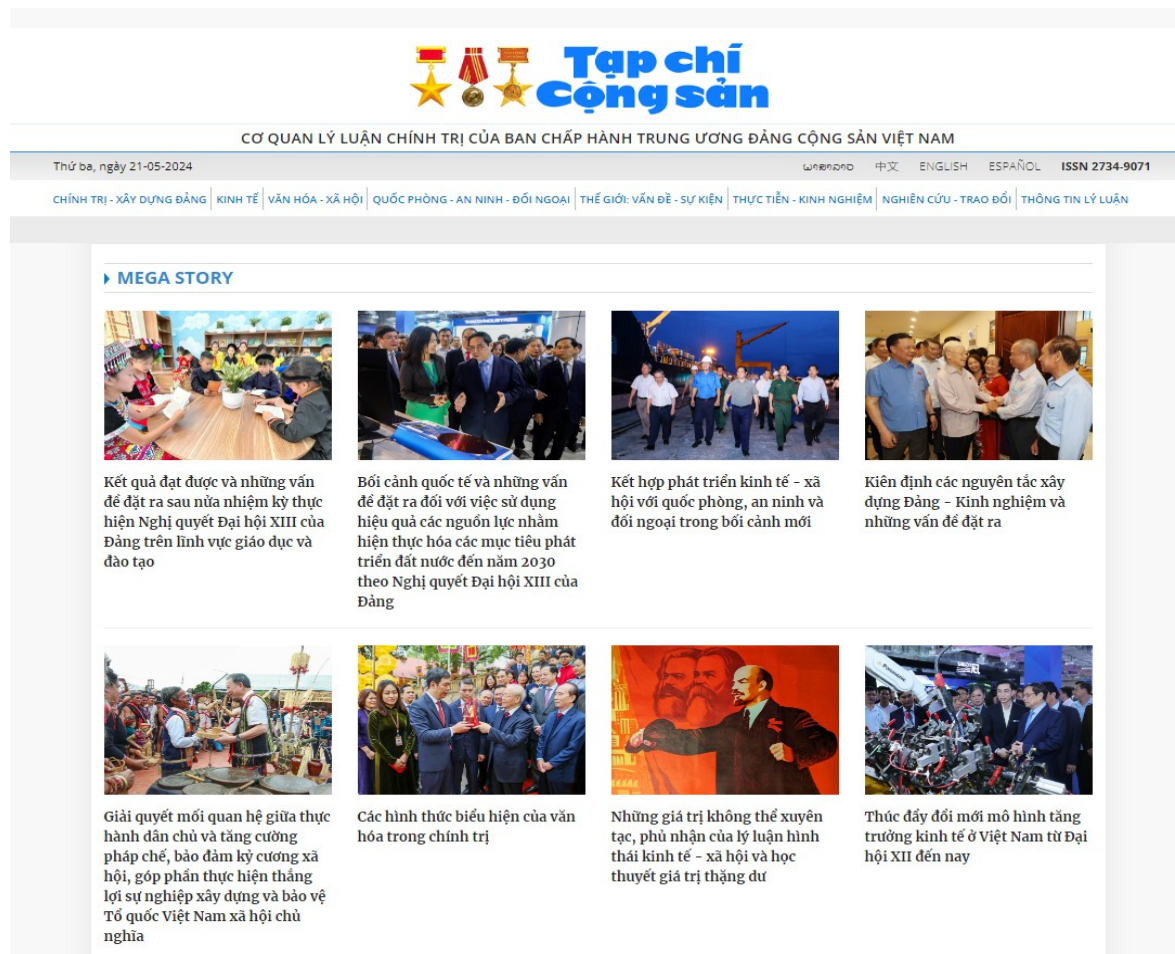
Hình 2.5: Giao diện Tạp chí Cộng sản điện tử

Khởi các ban phục vụ ấn phẩm: Văn phòng, Thông tin khoa học – công nghệ, Công ty TNHH MTV in Tạp chí Cộng sản chịu trách nhiệm bảo đảm trang thiết bị, đường truyền internet, thanh quyết toán nhuận bút và in các ấn phẩm của Tạp chí Cộng sản.

Hiện nay, quy trình xuất bản của các ấn phẩm không đồng nhất, mỗi ấn phẩm một quy trình riêng, có ấn phẩm sử dụng quy trình duyệt, xuất bản điện tử, có ấn phẩm vẫn duyệt theo phương thức truyền thống.

Đối tượng khảo sát của luận án là Tạp chí Cộng sản điện tử, chính thức xuất bản ngày 3-2-2002, với tên miền là: <https://tapchicongsan.org.vn>. Từ khi ra đời chính thức đến nay, Tạp chí Cộng sản điện tử đã trải qua 2 lần đổi mới giao diện (năm 2007 và 2010), giúp Tạp chí có những bước phát triển quan

trọng. Ngày 15-10-2019, Tạp chí Cộng sản điện tử ra mắt thành công phiên bản mới và đến nay đã đi vào vận hành ổn định, song song với việc tối ưu hóa hệ thống, bắt kịp các xu hướng báo chí, công nghệ hiện đại, như công nghệ giọng đọc AI vào tất cả các bài báo, nhúng video, đồ họa và chuyên mục Mega Story vào việc phục vụ nhu cầu của công chúng, hướng đến trở thành một tạp chí lý luận chính trị điện tử có chỗ đứng vững chắc trong hệ thống báo chí điện tử của Việt Nam.

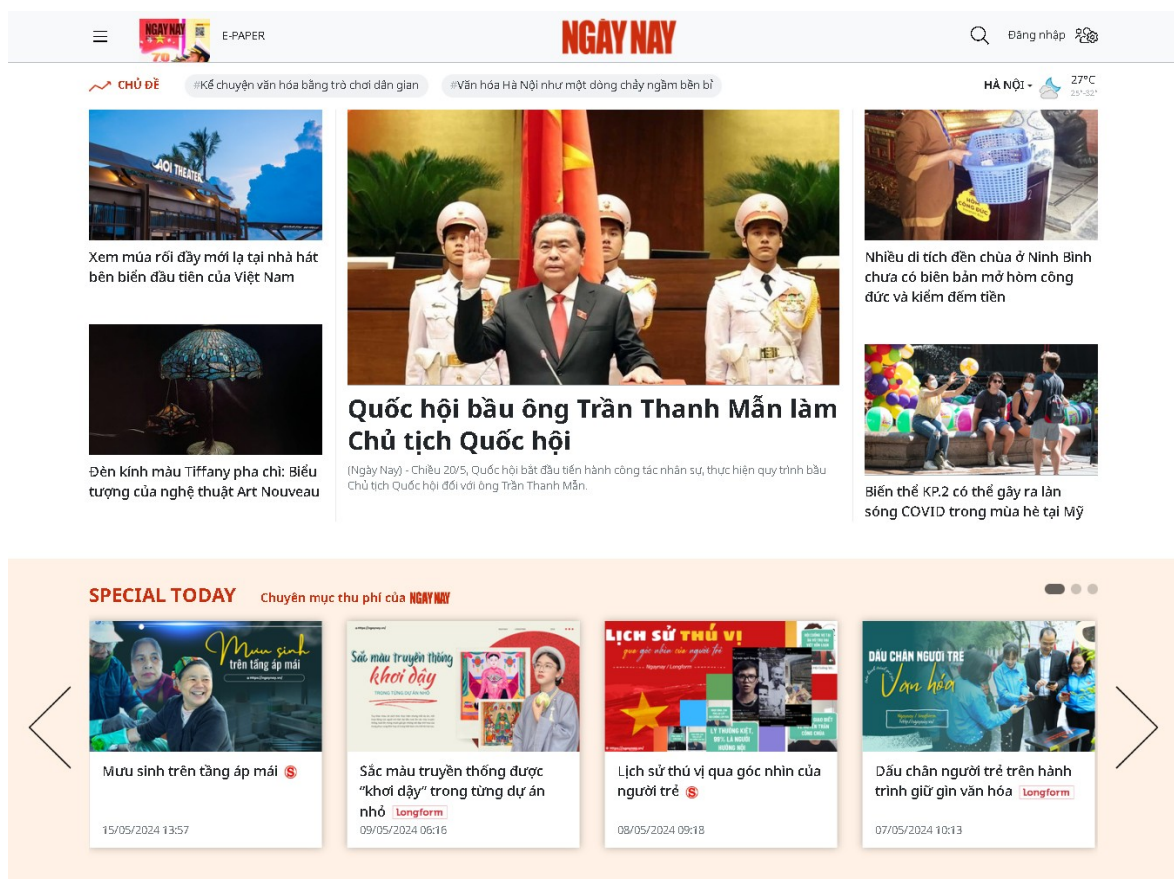


Hình 2.6: Chuyên mục Mega Story của Tạp chí Cộng sản điện tử

Các chuyên mục chính trên Tạp chí Cộng sản điện tử, gồm: Tiêu điểm, Chính trị - xây dựng Đảng, Nhận diện về các luận điệu sai trái, thù địch, kinh tế, văn hóa - xã hội, quốc phòng - an ninh - đối ngoại, thế giới: vấn đề sự kiện, bình luận, thực tiễn - kinh nghiệm, nghiên cứu - trao đổi, thông tin lý luận, sinh hoạt tư tưởng, hoạt động lãnh đạo Đảng và Nhà nước (chỉ đưa tin tổng hợp của 4 đồng chí lãnh đạo chủ chốt của Đảng và Nhà nước) và Truyền thông đa phương tiện (bao gồm: Mega Story, video, phóng sự ảnh)

Tạp chí Cộng sản điện tử xuất bản hơn 2.000 tin, bài/năm. Bài viết xuất bản trên Tạp chí Cộng sản điện tử từ nguồn Tạp chí Cộng sản in chiếm khoảng 50%, 30% từ các ban chuyên môn chuyển về Ban Tạp chí Cộng sản điện tử, 20% do BTV của Ban Tạp chí Cộng sản điện tử tổ chức sản xuất. Nguồn bài viết trên tạp chí chủ yếu do đội ngũ CTV là các chuyên gia, nhà khoa học.

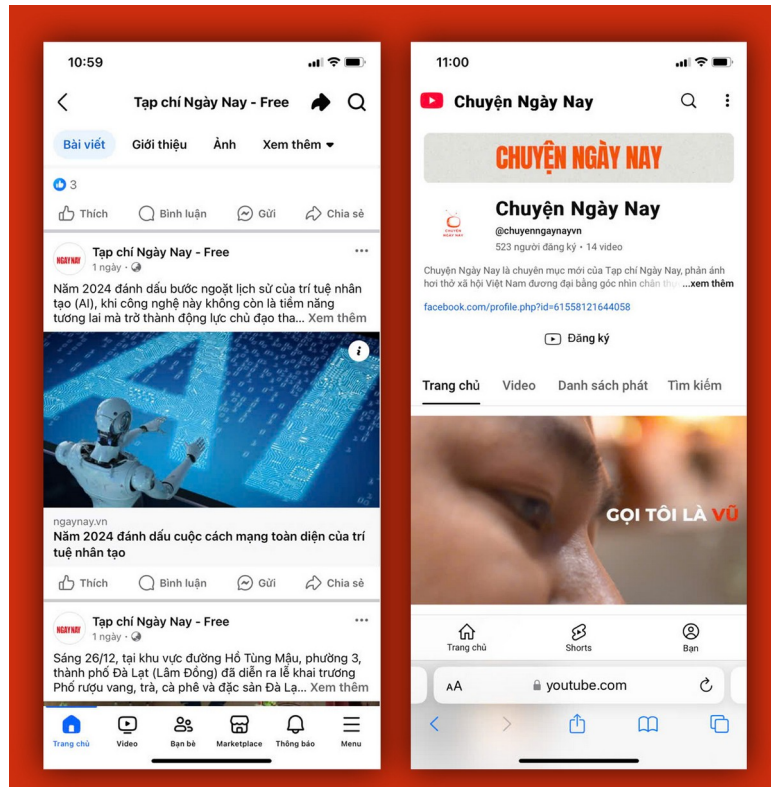
Tạp chí Ngày Nay hiện đang xuất bản các SPBC gồm: Tạp chí Ngày Nay bản in, xuất bản 1 kỳ/1 tuần. Tạp chí điện tử Ngày Nay (<https://ngaynay.vn>). Mô hình tổ chức tòa soạn tạp chí in kết hợp với điện tử.



Hình 2.7: Giao diện Tạp chí Ngày Nay điện tử

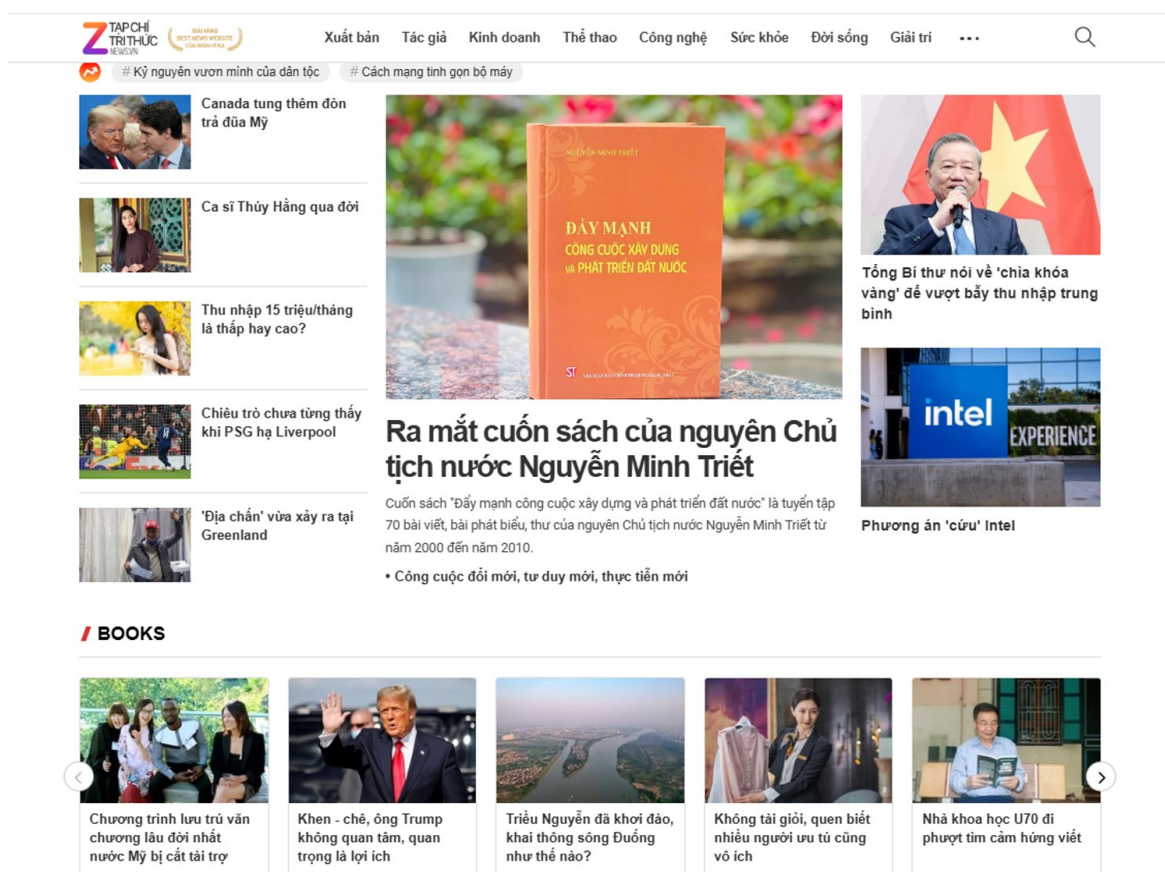
Tổ chức các chuyên mục trên tạp chí điện tử gồm 18 chuyên mục: Special Today, Longform, Văn hóa, Giáo dục, Khoa học, Di sản, Sức khỏe, Tầm nhìn UNESCO, Du lịch, Đất nước - Con người, Thế giới, Đối thoại, Văn hóa doanh nghiệp, Không gian sống, Phát triển bền vững, Xu hướng, Xe và Công nghệ, Phật giáo. Số lượng bài viết xuất bản trung bình mỗi ngày 10 tin, bài mỗi chuyên mục, gần 60.000 tin bài/năm, với 100% tin bài tính thời sự. Tạp chí điện tử Ngày nay có 1 chuyên mục thu phí, đó là Special Today. Tạp

chí điện tử Ngày Nay là tạp chí điện tử đầu tiên ở Việt Nam triển khai mô hình chuyên mục thu phí từ tháng 3-2021. Hiện đang thu phí: gói 1 tuần là 10 nghìn đồng, 1 tháng là 25 nghìn đồng, 6 tháng là 100 nghìn đồng, 1 năm là 180 nghìn đồng. Tạp chí Ngày Nay điện tử phân phối nội dung trên mạng xã hội, cụ thể: trên mạng xã hội facebook có fanpage “Tạp chí Ngày Nay miễn phí” và kênh Youtube “Chuyện Ngày Nay”.



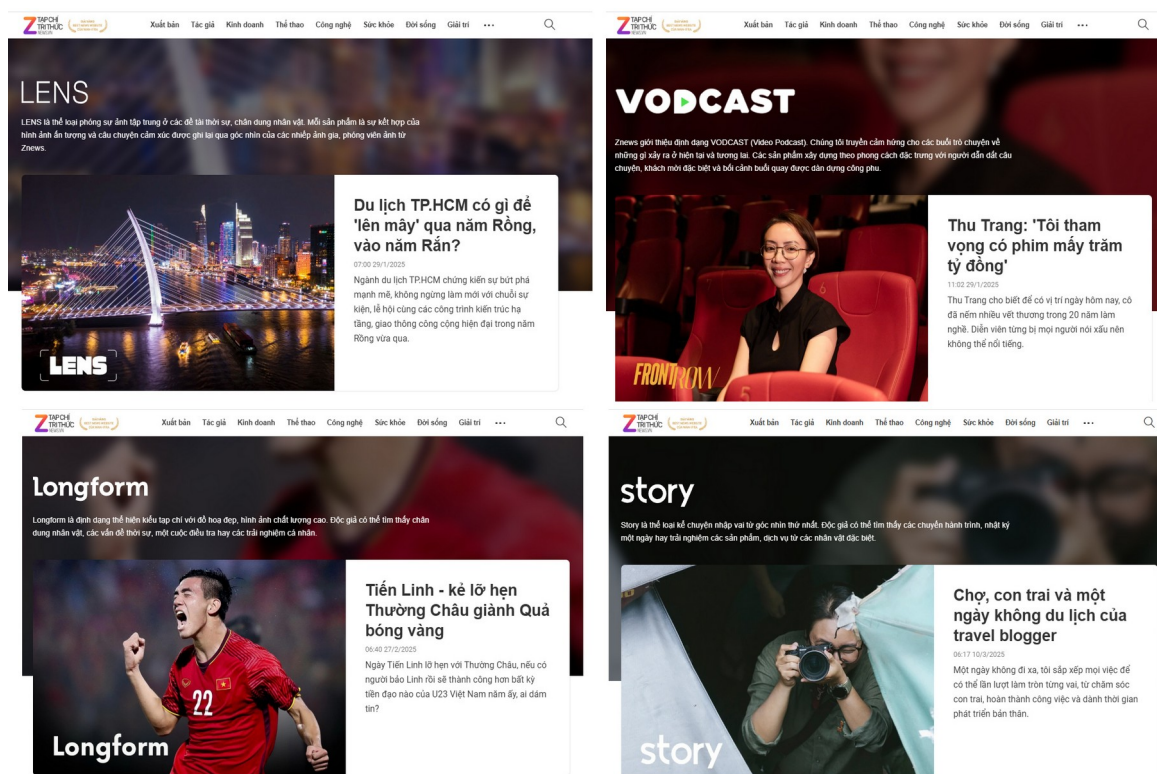
Hình 2.8: Tạp chí Ngày Nay điện tử phân phối nội dung trên mạng xã hội

Tạp chí điện tử Tri thức hiện nay xuất bản duy nhất bản điện tử, gồm 20 chuyên mục chính: Xuất bản, tác giả, thế giới sách, nghiên cứu xuất bản, văn hóa đọc, kinh doanh, công nghệ, đời sống, giải trí. Số lượng xuất bản gần 10.000 tin/bài năm.



Hình 2.9: Giao diện Tạp chí điện tử Tri thức

Chuyên mục làm lên thương hiệu bản sắc “Thông tin uy tín, hình ảnh chất lượng” của Tạp chí Tri thức là các TPBC, SPBC đa phương tiện: PODCAST (Video Podcast - Các sản phẩm xây dựng theo phong cách đặc trưng với người dẫn dắt câu chuyện, khách mời đặc biệt và bối cảnh buổi quay được dàn dựng công phu), Longform (định dạng thể hiện kiểu tạp chí với đồ họa đẹp, hình ảnh chất lượng cao. Công chúng có thể tìm thấy chân dung nhân vật, các vấn đề thời sự, một cuộc điều tra hay các trải nghiệm cá nhân.), Story (thể loại kể chuyện nhập vai từ góc nhìn thứ nhất. Công chúng có thể tìm thấy các chuyến hành trình, nhật ký một ngày hay trải nghiệm các sản phẩm, dịch vụ từ các nhân vật đặc biệt), Lens (thể loại phóng sự ảnh tập trung ở các đề tài thời sự, chân dung nhân vật. Mỗi sản phẩm là sự kết hợp của hình ảnh ấn tượng và câu chuyện cảm xúc được ghi lại qua góc nhìn của các nhiếp ảnh gia, phóng viên ảnh từ Znews).



Hình 2.10: Giao diện các chuyên mục Lens, Vodcast của Tạp chí Tri thức

Khảo sát ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung, cho thấy: Tất cả các tạp chí khảo sát đều ứng dụng AI trong tìm kiếm, xác định thông tin trong sản xuất nội dung, như tra cứu nội dung, tìm kiếm, xác định thông tin và hỗ trợ viết bài, thẩm định nội dung bài viết.

Ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung				
Ứng dụng công nghệ số				
AI hỗ trợ tìm kiếm, xác định thông tin	ứng dụng	ứng dụng	ứng dụng	ứng dụng
AI hỗ trợ viết bài, kiểm duyệt nội dung	ứng dụng	ứng dụng	ứng dụng	ứng dụng
AI tạo ảnh minh họa, đồ họa, infographic	không	ứng dụng	ứng dụng	ứng dụng
AI trong đọc tự động (audio)	không	ứng dụng	ứng dụng	ứng dụng
Thực tế tăng cường AR, thực tế ảo VR	không	không	không	không
☒ Tạp chí khoa học và Công nghệ Việt Nam ☒ Tạp chí Cộng sản ☒ Tạp chí Ngày nay ☒ Tạp chí điện tử Tri thức				

Hình 2.11: Ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung trong các tạp chí khảo sát

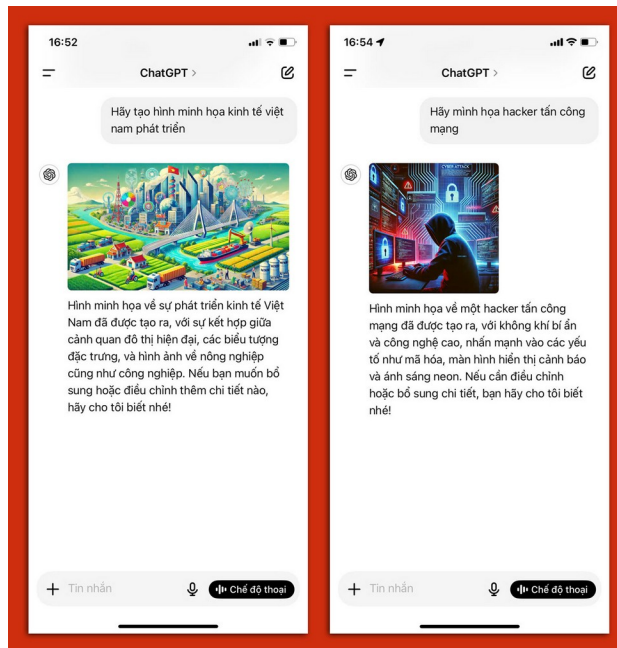
Tạp chí Ngày Nay ứng dụng nhiều công nghệ AI trong sản xuất nội dung: 1- Sử dụng ChatGPT hoặc bất cứ công cụ viết nào để tham khảo thông tin cho bài viết, hỗ trợ viết bài, thẩm định nội dung; 2- Sử dụng AI trong đọc tự động (trên mỗi bài báo điện tử có sử dụng AI đọc, với giọng đọc 3 miền khác nhau); 3- Sử dụng AI để tạo ảnh minh họa, đồ họa, infographic...

Tạp chí in Ngày Nay là một trong những tờ báo giấy đầu tiên sử dụng AI hỗ trợ vẽ ảnh bìa, ảnh minh họa cho bài viết. Số báo Tết năm 2024, Tạp chí Ngày Nay đã tiên phong gắn chip định danh Nomion lên 300 ấn phẩm Xuân Giáp Thìn đánh số từ 001 đến 300.



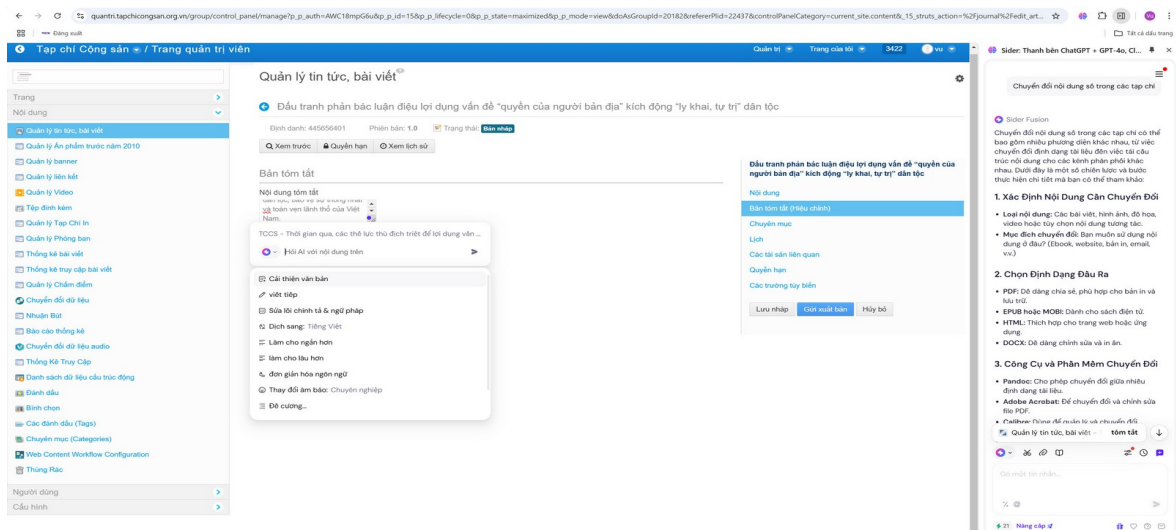
Hình 2.12: Tạp chí Ngày Nay đã tiên phong gắn chip định danh Nomion lên 300 ấn phẩm Xuân Giáp Thìn

“Công nghệ định danh số vạn vật Nomion của Phygital Labs, công ty tiên phong trong lĩnh vực vật lý số tại Việt Nam tạo ra một danh tính số duy nhất cho mỗi sản phẩm vật lý bằng công nghệ RFID (Radio Frequency Identification - Nhận dạng đối tượng bằng sóng vô tuyến) và công nghệ chuỗi khối Blockchain, bảo đảm tính minh bạch, độc bản của sản phẩm trên cả không gian thực và số” [145]. Tạp chí Ngày Nay là cơ quan tạp chí đầu tiên tại Việt Nam thực hiện việc gắn chip định danh số lên ấn phẩm báo chí, thực hiện kết nối với thế giới số để gia tăng giá trị tờ báo, từ đó đóng góp vào nền kinh tế số.



Hình 2.13: Tạp chí Ngày Nay sử dụng ChatGPT để tạo minh họa bài viết

Đối với Tạp chí Công sản: Trong quy trình sản xuất nội dung hiện nay, PV, BTV sử dụng ChatGPT để hỗ trợ tìm kiếm, xác định thông tin và sử dụng AI tích hợp lên hệ thống CMS để soát lỗi morat bài viết (ứng dụng này vẫn trong quá trình thử nghiệm). Năm 2023, Tạp chí Công sản điện tử đã dùng ứng dụng công nghệ giọng đọc AI vào tất cả các bài viết (do hệ thống hạ tầng công nghệ - kỹ thuật hệ thống sau 1 thời gian đã tới hạn sử dụng thiết bị, dẫn đến hệ thống thường bị treo, chậm).



Hình 2.14: PV, BTV Tạp chí Công sản điện tử sử dụng công nghệ AI để hỗ trợ tìm kiếm, xác định thông tin và sử dụng AI tích hợp lên hệ thống quản trị nội dung Tạp chí Công sản điện tử

Đối với Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam mới chỉ ứng dụng ChatGPT để hỗ trợ tìm kiếm thông tin, quét trùng lặp, đạo văn đối với những bài viết do cộng tác viên gửi, không sử dụng AI trong sản xuất nội dung.

Ứng dụng công nghệ số trong phân phối nội dung				
Ứng dụng công nghệ số				
Ứng dụng chatbot	không	không	không	không
Kiểm soát thông tin phản hồi từ công chúng	không	không	ứng dụng	ứng dụng
Cá nhân hóa nội dung	không	không	ứng dụng	ứng dụng
Phân tích website, SEO	ứng dụng	ứng dụng	ứng dụng	ứng dụng
☒ Tạp chí khoa học và Công nghệ Việt Nam ☒ Tạp chí Cộng sản ☒ Tạp chí Ngày nay ☒ Tạp chí điện tử Tri thức				

Hình 2.15: Ứng dụng công nghệ số trong phân phối nội dung

Trong các tạp chí diện khảo sát, Tạp chí Ngày Nay là tạp chí có các kênh xuất bản đa dạng nhất, gồm: xuất bản trên internet, trên phương tiện truyền thông xã hội (trang Facebook “Tạp chí Ngày Nay miễn phí” và kênh Youtube “Chuyện Ngày Nay”. Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam xuất bản trên internet và xuất bản trên một số nền tảng cơ sở dữ liệu trong và ngoài nước, như nền tảng Tạp chí Khoa học trực tuyến Việt Nam; Tạp chí bản C tham gia vào cơ sở dữ liệu quốc tế DOAJ (Directory of Open Access Journals), từ tháng 7-2024, Tạp chí bản D đã có mặt trong cơ sở dữ liệu Đông Nam Á (ACI). Tạp chí Cộng sản ngoài xuất bản trên internet đã xây dựng ứng dụng đọc Tạp chí Cộng sản điện tử trên điện thoại di động (app Tạp chí Cộng sản) trên cả 2 nền tảng Apple và Androi, tích hợp lên App Store và Google Play, nhằm đáp ứng nhu cầu đọc trên điện thoại di động ngày càng tăng của công chúng.

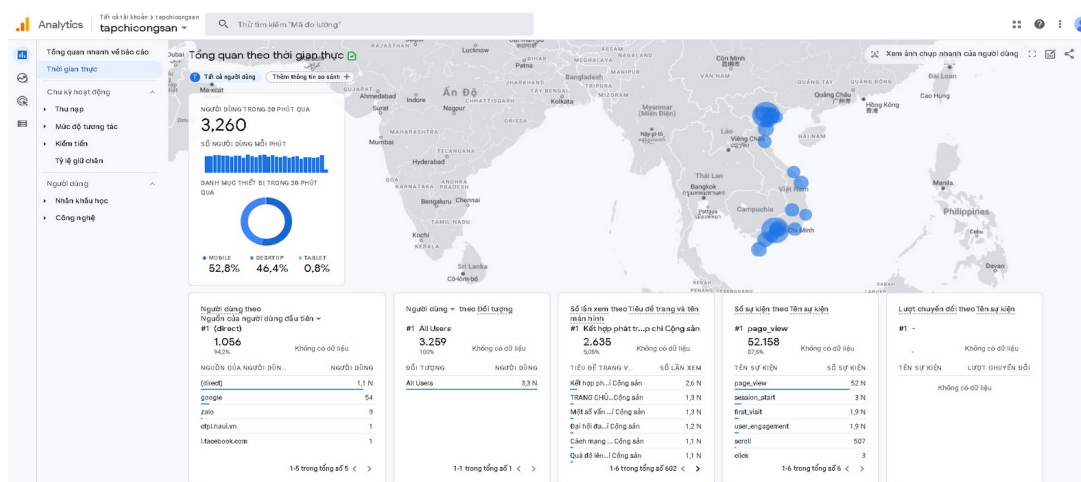
Các tạp chí không sử dụng ứng dụng chatbot, ứng dụng thu phí bằng công nghệ blockchain; không bật tính năng tương tác và kiểm soát thông tin phản hồi từ công chúng. Riêng đối với Tạp chí điện tử Tri thức đã kết với các đối tác công nghệ để cá nhân hóa nội dung người dùng.

Ứng dụng công nghệ số trong quản lý và khai thác dữ liệu độc giả				
Ứng dụng công nghệ số				
Thu thập dữ liệu độc giả trực tuyến (ứng dụng cài trên mã nguồn của tạp chí)	ứng dụng	ứng dụng	ứng dụng	ứng dụng
Thu thập dữ liệu độc giả ngoại tuyến (thông qua khảo sát, dữ liệu phản hồi từ độc giả, phỏng vấn)	ứng dụng	ứng dụng	ứng dụng	ứng dụng
☒ Tạp chí khoa học và Công nghệ Việt Nam ☒ Tạp chí Cộng sản ☒ Tạp chí Ngày nay ☒ Tạp chí điện tử Tri thức				

Hình 2.16: Ứng dụng công nghệ số trong quản lý và khai thác dữ liệu độc giả

Về ứng dụng công nghệ số trong quản lý và khai thác dữ liệu công chúng, các tạp chí đều sử dụng công cụ phân tích website của Google analytics (cài đặt công cụ phân tích website của Google analytics vào mã nguồn hệ thống), similarweb (dữ liệu bên thứ 3) để đo lường xu hướng, nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng. Tuy nhiên, tất cả các tạp chí dùng bản miễn phí, chỉ có thể đo được các số liệu cơ bản của các tạp chí ứng dụng. Bên cạnh đó, các tạp chí đều sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu độc giả ngoại tuyến thông qua khảo sát, dữ liệu phản hồi từ công chúng, phỏng vấn thông qua các phần mềm ứng dụng khảo sát hoặc trực tiếp.

Về ứng dụng công nghệ số trong quản lý và khai thác dữ liệu công chúng, Tạp chí Cộng sản điện tử cài đặt công cụ phân tích website của Google analytics vào mã nguồn hệ thống nhằm thu thập dữ liệu độc giả, như khu vực, vùng, miền truy cập vào đọc Tạp chí Cộng sản:



Hình 2.17: Giao diện công cụ phân tích website Tạp chí Cộng sản điện tử của Google analytics

Về sáng tạo loại hình truyền thông mới, các tạp chí mới chủ yếu sản xuất bài viết dạng storytelling đơn giản, đây thường là chuyên mục “đỉnh” của các tạp chí. Trong các bài viết chuyên lục Mega Story chủ yếu sử dụng hình ảnh tràn nền, hình ảnh cỡ trung bình có độ nét và tính thẩm mỹ cao kết hợp với đồ họa, infographic, video clip nhúng vào bài viết.

Ứng dụng công nghệ số sáng tạo loại hình truyền thông mới				
Ứng dụng công nghệ số				
Sản xuất bài dạng storytelling, kết hợp VR và AR	Không	Không	Không	ứng dụng
Tạo báo nhúng bằng ứng dụng công nghệ xR	Không	Không	ứng dụng	Không
Bảo vệ bản quyền và thu phí	Không	Không	ứng dụng	Không
☒ Tạp chí khoa học và Công nghệ Việt Nam ☒ Tạp chí Cộng sản ☒ Tạp chí Ngày nay ☒ Tạp chí điện tử Trí thức				

Hình 2.18: Sáng tạo loại hình truyền thông mới

Các tạp chí sản xuất rất ít bài viết dạng storytelling, kết hợp với VR và AR, tạo báo nhúng bằng ứng dụng xR, ứng dụng thu phí bằng công nghệ blockchain, không sử dụng ứng dụng chatbot. Nói chung, đối với các tạp chí việc trải nghiệm báo chí mới nhờ ứng dụng công nghệ 5G và sáng tạo các loại hình truyền thông mới vẫn mang tính chất thử nghiệm, điểm nhân (đối với một số sản phẩm báo chí sáng tạo của Tạp chí Ngày Nay, như tám bưu thiếp chúc mừng Xuân Ất Tỵ 2025 có gắn chip định danh, được tích hợp trí tuệ nhân tạo); đối với các tạp chí khác còn tồn tại trên lý thuyết và “ý tưởng thực hiện”.

Như vậy, Khảo sát ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung, cho thấy: Tất cả các tạp chí khảo sát đều ứng dụng AI, tuy theo tôn chỉ, chức năng nhiệm vụ, đặc thù của từng loại tạp chí mà ứng dụng có sự chọn lọc cho phù hợp. Đối với Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam sử dụng công nghệ AI để quét trùng lặp, đạo văn của các bài viết gửi đăng tạp chí - đây là nhiệm vụ rất quan trọng đến uy tín vị thế của 1 tạp chí khoa học [PVS 10]. Đối với Tạp chí Cộng sản sử dụng AI chủ yếu trong việc tóm tắt tài liệu, rà soát morat nội dung, kiểm tra trích dẫn bài viết, nguồn gốc ảnh thông qua các công cụ AI tích hợp trên các trình duyệt web, như Genimi, Poe, chat GPT... Bên cạnh đó, đội ngũ HSTK sử dụng một số phần mềm ứng dụng tích hợp công nghệ AI trong chỉnh sửa hình ảnh, thiết kế đồ họa, dựng video clip,... [PVS 14] Ở một

mức độ ứng dụng cao hơn, Tạp chí Ngày Nay sử dụng AI để vẽ minh họa bìa, bài viết, sử dụng công nghệ định danh số vạn vật Nomion và chuỗi khối để tạo ra các sản phẩm độc bản trên cả không gian thực và không gian số và truy xuất nguồn gốc bài viết. Tuy nhiên, những sản phẩm ứng dụng công nghệ “hàm lượng cao” này của Tạp chí Ngày Nay không nhiều, chỉ mang tính chất điểm nhất trong những TPBS, SPBC xuất bản vào những sự kiện đặc biệt [PVS 6].

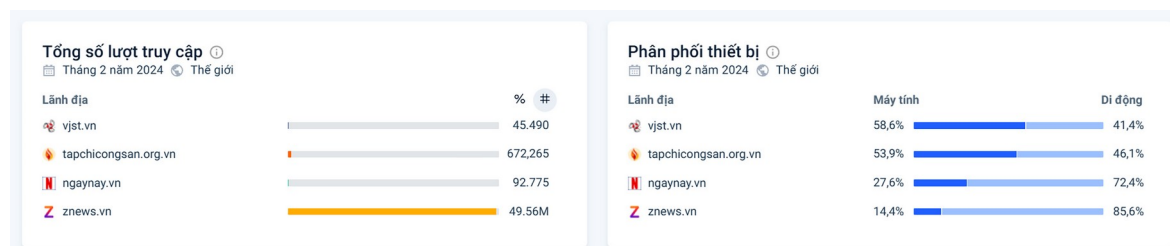
Đối với Tạp chí điện tử Tri thức việc ứng dụng AI tập trung chủ yếu trong sáng tạo các TPBC dạng storytelling, như dùng AI tích hợp trong photoshop để chỉnh sửa hình ảnh, sử dụng AI để tạo ra những bức ảnh minh họa; sử dụng để thiết kế các sản phẩm infographic, ứng dụng trong sản xuất podcast xuất bản trên các chuyên mục thương hiệu của tạp chí.

Tóm lại, tùy theo nội dung, thể loại, lĩnh vực mà các tạp chí ứng dụng công nghệ AI trong sản xuất nội dung. Đây là một công cụ rất hữu ích và là xu thế của thời đại công nghệ số.

2.2.2.2. Phương thức chuyển đổi nội dung số

2.2.2.2.1. Phương thức chuyển đổi nội dung số thông qua phân tích dữ liệu công chúng bằng công cụ kỹ thuật số

Phân tích dữ liệu để đo lường đánh giá hành vi của công chúng thông qua các tiêu chí, như: Tích tương tác theo thời gian thực, số lần xem trang (pageviews), lưu lượng truy cập (traffic), người dùng (visitor), thời gian trên trang (time on site), vị trí địa lý người dùng, được chia sẻ trên các nền tảng số nào, từ khóa tìm kiếm,... và sử dụng các tiêu chí đó để nâng cao hiệu quả của tổ chức. Hiện nay, có nhiều công cụ hỗ trợ phân tích dữ liệu hiệu quả, bao gồm cả các công cụ miễn phí và trả phí. Phần khảo sát này, tác giả luận án sử dụng công cụ Similarweb và Google Analytics để phân tích dữ liệu các tạp chí trong khoảng thời gian 1 tháng (tháng 2-2024):



Hình 2.19: Lướt truy cập các tạp chí thông qua công cụ đo lường kỹ thuật số Similarweb (tính trung bình tháng)

Khảo sát 4 tạp chí trong khoảng thời gian 1 tháng, trong đó:

Tổng số lượt truy cập (page views) của Tạp chí Cộng sản điện tử với 672.265 lượt, trong đó 53,9% truy cập bằng điện thoại di động, 46,1% truy cập bằng máy tính để bàn; Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam 45.490 lượt, trong đó 32,3% truy cập bằng điện thoại di động, 67,7% truy cập bằng máy tính để bàn; Tạp chí Ngày Nay điện tử với 92.775 lượt, trong đó 72,4% truy cập bằng điện thoại di động, 27,6% truy cập bằng máy tính để bàn; Tạp chí điện tử Tri thức với 49.56 triệu lượt, trong đó 85,6% truy cập bằng điện thoại di động, 14,4% truy cập bằng máy tính để bàn.

Như vậy, so sách lượt truy cập cho thấy, Tạp chí điện tử Tri thức (tạp chí giải trí) có lượt truy cập rất lớn so với 3 tạp chí còn lại. Thiết bị truy cập cũng chiếm hơn 85% phản ánh rất rõ đối tượng độc giả nội dung của tạp chí, tập trung nhóm đối tượng phổ thông và giới trẻ. Ở chiều ngược lại, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam có lượt xem thấp nhất trong 4 tạp chí, thiết bị truy cập bằng máy tính để bàn chiếm 58,6% cho thấy, phân khúc đối tượng bạn đọc rất hẹp, nội dung rất kén người đọc.



Hình 2.20: Lượt truy cập các tạp chí theo thời gian (tính trong 1 ngày)

Tổng số lưu lượng truy cập, Tạp chí Cộng sản điện tử có lượt trung bình lớn nhất với 675.808 lượt, thời gian đọc 1 phút 44 giây, số trang xem mỗi lượt trung bình là 1,52, tỉ lệ thoát 73,22%; Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam có lượt truy cập thấp nhất với 45.490 lượt, thời gian đọc 1 phút, số trang xem mỗi lượt trung bình là 2,14, tỉ lệ thoát 54,22%; Tạp chí Ngày Nay với 92.775 lượt, tuy nhiên, thời gian đọc rất cao, đạt 7 phút 01

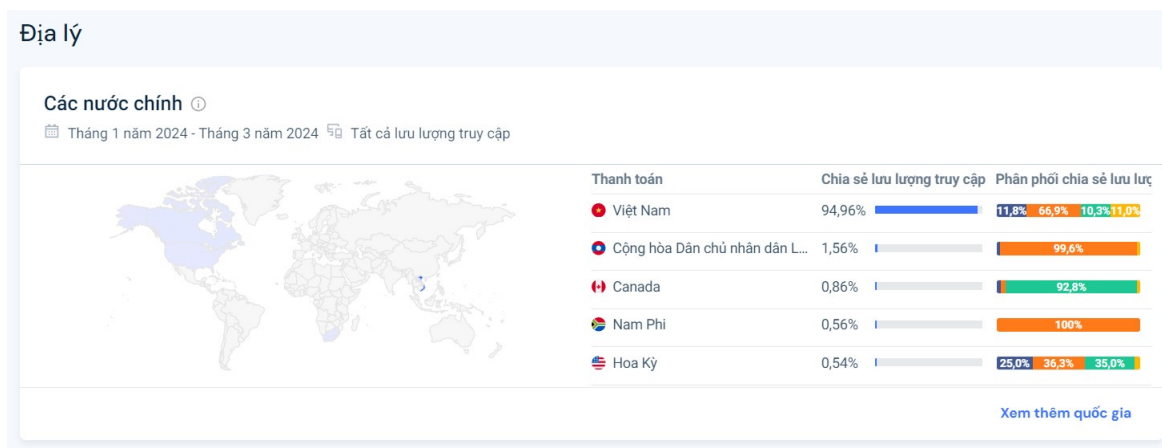
giây, số trang xem mỗi lượt trung bình là 1,88, tỷ lệ thoát 45,38% . Tạp chí điện tử Tri thức có lượt truy cập lớn nhất với hơn 49,56 triệu lượt, thời gian đọc 3 phút 33 giây, tỷ lệ thoát 44,48%.

Lưu lượng truy cập				
Hệ mét	● vjst.vn	● tapchicongsan.org.vn	● ngaynay.vn	● znews.vn
📅 Thăm viếng hàng tháng	45.490	672,265	92.775	49.56M 📈
👤 Số lượng khách truy cập duy nhất hàng tháng	Không có	Không có	Không có	Không có
👤 Lượt truy cập / Khách truy cập duy nhất	Không có	Không có	Không có	Không có
🕒 Thời gian của một chuyến thăm	00:01:00	00:01:44	00:07:01 📈	00:03:33
📄 Số trang mỗi lần truy cập	2,14	1,52	1,88	2,54 📈
📈 Tỷ lệ thoát	54,22%	73,22%	45,38%	44,48% 📈
📄 Lượt xem trang	97.141	1.021 triệu	174.545	125,7 triệu 📈
🔄 Đối tượng bị loại bỏ trùng lặp BETA Truy cập vào nhiều thông tin chi tiết hơn NÂNG CẤP				

Hình 2.21: Lượt truy cập các tạp chí theo thời gian

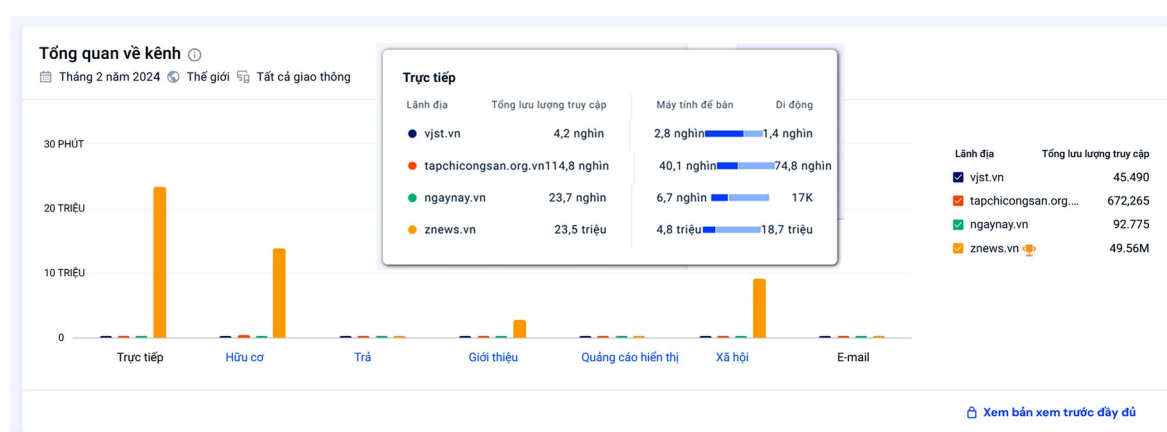
So sánh các thông số lưu lượng truy cập cho thấy, số lượng người đọc và chất lượng đọc của công chúng đối với từng loại tạp chí rất khác nhau. Với Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam và Tạp chí Cộng sản có nội dung bài viết hàm lượng khoa học, lý luận cao, kén người đọc, nhưng thời gian đọc không quá 2 phút 1 bài với dung lượng trung bình hơn 3000 chữ/1 bài cho thấy rằng, công chúng chỉ “xem lướt” 1 lượt rồi thoát. Bạn đọc chỉ đọc tạp chí khi cần tra cứu, tìm kiếm nội dung chuyên sâu nào đó cho 1 lĩnh vực đang quan tâm. Ngược lại, tạp chí Ngày Nay và Tạp chí điện tử Tri thức chất lượng đọc “rất sâu”, đọc đi đọc lại nhiều lượt. Điều này có nghĩa là, công chúng thường xuyên xem nội dung cập nhật, nội dung mới của tạp chí. Do đó, đối sánh thời gian đọc của các tạp chí khảo sát, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam và Tạp chí Cộng sản cần phải có giải pháp để nâng cao chất lượng đọc tạp chí của công chúng.

Nguồn lưu lượng truy cập của người dùng (location): Cả 4 tạp chí khảo sát người dùng chủ yếu từ Việt Nam (chiếm 94,96%), Lào (chiếm 1,56%), Canada (chiếm 0,86%), Mỹ (chiếm 0,54%).



Hình 2.22: Nguồn lưu lượng truy cập của người dùng

Về lưu lượng truy cập: Với Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam: Trong tổng số 45.490 người truy cập có đến 4,2 nghìn người dùng truy cập trực tiếp vào website và không thông qua các kênh trung gian nào khác, trong đó có 68,86% truy cập qua máy tính để bàn, 31,14% truy cập qua điện thoại di động; qua các công cụ tìm kiếm (google, yahoo, bing,..) có 76,85%, trong đó có 66,82% truy cập qua máy tính để bàn, 33,18% truy cập qua điện thoại di động; qua mạng xã hội có 1,76% trong đó có 80,85% truy cập qua máy tính để bàn, 19,15% truy cập qua điện thoại di động. Trong đó có 65,28% đọc qua cổng ResearchGate; qua các phương tiện truyền thông xã hội khác chiếm 34,72%.

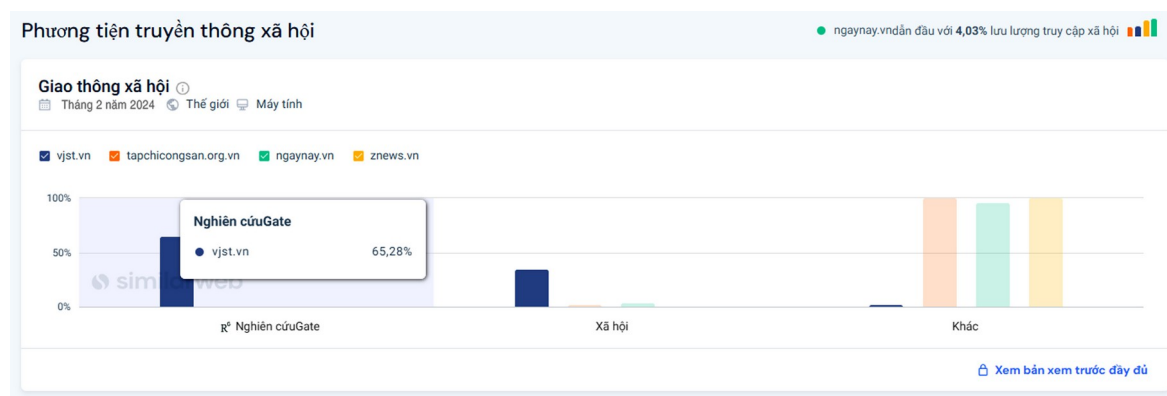


Hình 2.23: Nguồn lưu lượng truy cập thông qua thiết bị truy cập

Với Tạp chí Cộng sản: Trong tổng số 672.265 người dùng có 17,08% người dùng truy cập trực tiếp vào website và không thông qua các kênh trung

gian nào khác, trong đó có 39,23% truy cập qua máy tính để bàn, 60,77% truy cập qua điện thoại di động; qua các công cụ tìm kiếm (google, yahoo, bing,..) có 71,17%, trong đó có 49,40% truy cập qua máy tính để bàn, 50,60% truy cập qua điện thoại di động; qua mạng xã hội có 1,49% trong đó có 10,76% truy cập qua máy tính để bàn, 89,24% truy cập qua điện thoại di động. Trong các phương tiện truyền thông xã hội, có 74,2% qua Facebook, 19,23% qua tin nhắn Facebook và 6,57% qua các phương tiện truyền thông xã hội khác; qua các kênh/website giới thiệu khác (không phải là mạng xã hội) và các kênh không xác định có 1,48%, trong đó 25,49% truy cập qua máy tính để bàn, 69,03% truy cập qua điện thoại di động; lưu lượng truy cập qua email không đáng kể, chiếm 0,02%.

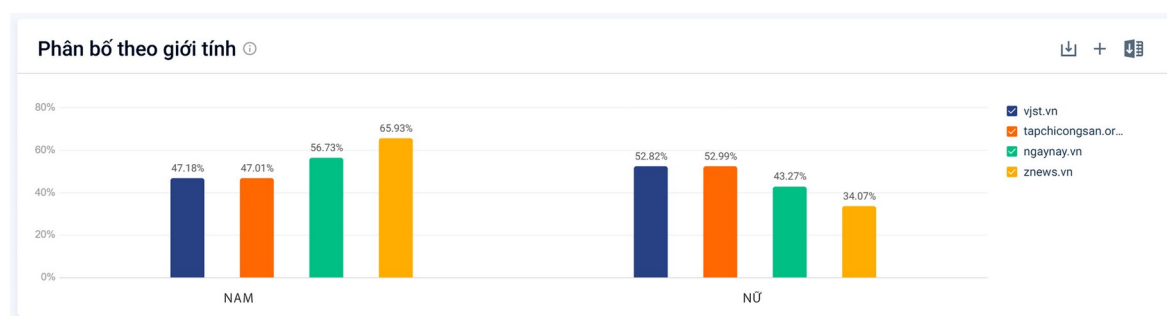
Với Tạp chí Ngày Nay: Trong tổng số 92.775 người dùng có 23,56% người dùng truy cập trực tiếp vào website và không thông qua các kênh trung gian nào khác, trong đó có 24,65% truy cập qua máy tính để bàn, 75,35% truy cập qua điện thoại di động; qua các công cụ tìm kiếm (google, yahoo, bing,..) có 71,17%, trong đó có 49,40% truy cập qua máy tính để bàn, 50,60% truy cập qua điện thoại di động; qua mạng xã hội có 1,49%, trong đó có 10,76% truy cập qua máy tính để bàn, 89,24% truy cập qua điện thoại di động. Trong các phương tiện truyền thông xã hội, có 90,72% qua Facebook, 4,21% qua Youtube, 5,06% qua các phương tiện truyền thông xã hội khác; qua các kênh/website giới thiệu khác (không phải là mạng xã hội) và các kênh không xác định có 2,67%, trong đó 22,92% truy cập qua máy tính để bàn, 70,08% truy cập qua điện thoại di động; không có truy cập qua email.



Hình 2.24: Nguồn lưu lượng truy cập từ các phương tiện truyền thông xã hội

Với Tạp chí điện tử Tri thức: Trong tổng số 49,56 triệu người dùng có 47,46% người dùng truy cập trực tiếp vào website và không thông qua các kênh trung gian nào khác, trong đó có 20,55% truy cập qua máy tính để bàn, 79,45% truy cập qua điện thoại di động; qua các công cụ tìm kiếm (google, yahoo, bing,..) có 28,12%, trong đó có 10,99% truy cập qua máy tính để bàn, 89,01% truy cập qua điện thoại di động; qua mạng xã hội có 18,68% trong đó có 2,52% truy cập qua máy tính để bàn, 97,48% truy cập qua điện thoại di động. Trong các phương tiện truyền thông xã hội, có 93,08% qua Facebook, 6,2% qua Linkedin; qua các kênh/website giới thiệu khác (không phải là mạng xã hội) và các kênh không xác định có 5,70%, trong đó 18,14% truy cập qua máy tính để bàn, 81,86% truy cập qua điện thoại di động; lưu lượng truy cập qua email không đáng kể, chiếm 0,01%.

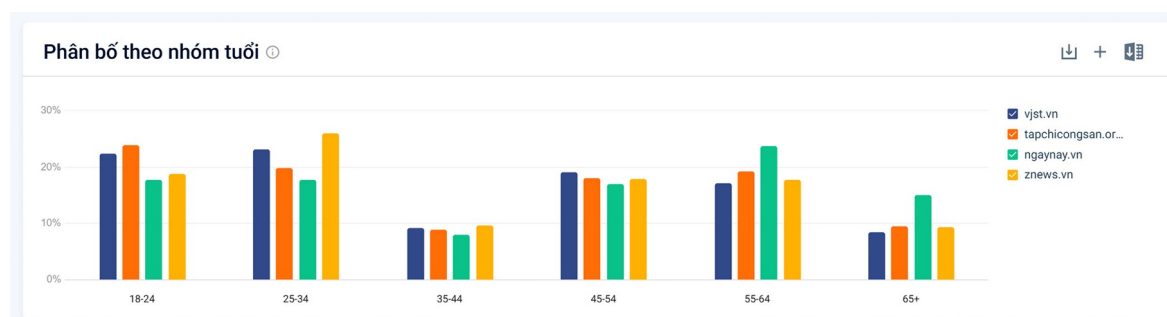
Về nhân khẩu học: Phân bố người theo giới tính: Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam: 47,18% nam, 52,82% nữ; Tạp chí Cộng sản: 47,01% nam, 52,99% nữ; Tạp chí Ngày Nay: 56,73% nam, 43,27% nữ; Tạp chí Tri thức: 65,93% nam, 34,07% nữ.



Hình 2.25: Nguồn lưu lượng truy cập theo giới tính

Phân bố người theo nhóm tuổi: Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam: 22,31% (độ tuổi từ 18 - 24), 24,31 (độ tuổi từ 25 - 34), 11,28 (độ tuổi từ 35 - 44), 20,82 (độ tuổi từ 45 - 54), 15,33 (độ tuổi từ 55 - 64), 5,94% (độ tuổi từ 65 tuổi trở lên); Tạp chí Cộng sản: 25,32% (độ tuổi từ 18 - 24), 23,39 (độ tuổi từ 25 - 34), 9,98 (độ tuổi từ 35 - 44), 18,34 (độ tuổi từ 45 - 54), 16,20 (độ tuổi từ 55 - 64), 6,7% (độ tuổi từ 65 tuổi trở lên); Tạp chí Ngày Nay: 17,37% (độ tuổi từ 18 - 24), 21,27 (độ tuổi từ 25 - 34), 8,63 (độ tuổi từ 35 - 44), 18,92 (độ tuổi từ 45 - 54), 26,27 (độ tuổi từ 55 - 64), 7,54% (độ tuổi từ 65 tuổi trở

lên); Tạp chí Tri thức: 16,81% (độ tuổi từ 18 - 24), 33,08 (độ tuổi từ 25 - 34), 12,62 (độ tuổi từ 35 - 44), 19% (độ tuổi từ 45 - 54), 13,68 (độ tuổi từ 55 - 64), 4,82% (độ tuổi từ 65 tuổi trở lên).



Hình 2.26: Nhân khẩu học người dùng theo nhóm tuổi

Như vậy, thông qua phân tích dữ liệu công chúng các tạp chí khảo sát cho thấy rằng, mỗi loại tạp chí có đặc thù riêng, cách thức tiếp nhận và đọc cũng rất khác nhau, phân phối trên các nền tảng số khác nhau, do đó, ứng dụng công nghệ số để sản xuất nội dung cũng rất khác nhau. Với loại tạp chí rất kén người đọc như Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam sẽ có cách thức, phương thức, tiến trình chuyển đổi nội dung số sẽ rất khác với chuyển đổi nội dung số của loại tạp chí thông tin chỉ dẫn và giải trí như Tạp chí Ngày Nay và Tạp chí điện tử Tri thức. Công nghệ số sẽ giúp tạo sinh các TPBC, SPBC chất lượng cao. Nhưng nếu quá lạm dụng công nghệ số thay chất lượng nội dung sẽ gây hiệu ứng ngược với công chúng và lãng phí nguồn lực tài chính của tạp chí.

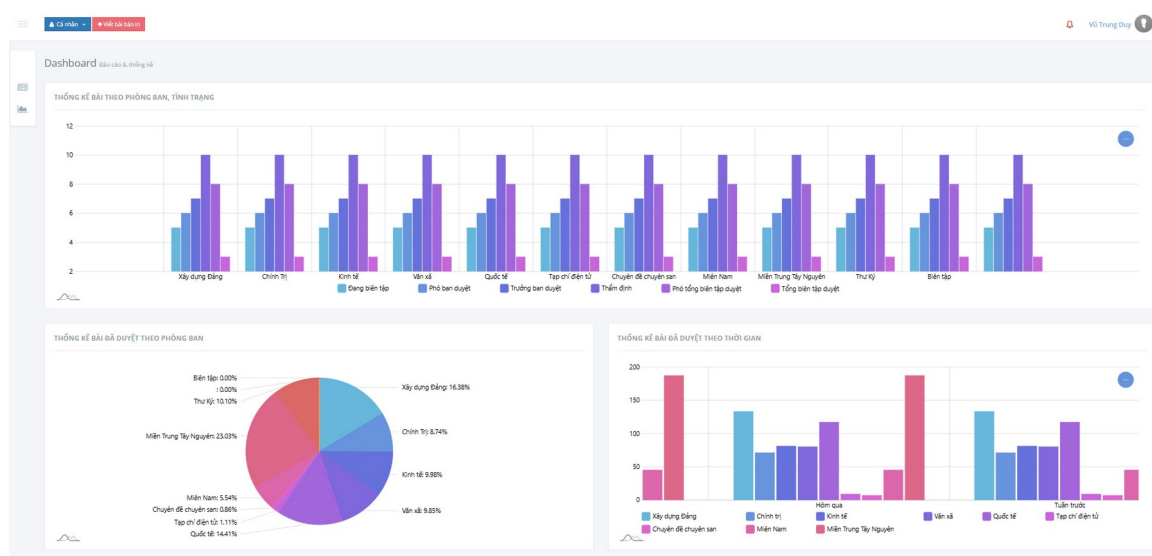
Tóm lại, trong kỷ nguyên số, thông qua phân tích sâu dữ liệu công chúng bằng công cụ kỹ thuật số để đo lường được chính xác nhu cầu, hành vi, thói quen, thiết bị truy cập, địa lý đến tâm lý thói quen có ý nghĩa rất quan trọng, mang tính chất nền tảng để các tạp chí xây dựng kho dữ liệu công chúng số tạp chí, đồng thời xây dựng kế hoạch, thiết lập mô hình, tổ chức, ứng dụng công nghệ số phù hợp với từng nhóm, loại tạp chí, nhóm công chúng đích để sản xuất nội dung báo chí số, sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số: cá nhân hóa nội dung, đa nền tảng, báo chí di động, báo chí dữ liệu, báo chí thị giác, siêu tác phẩm báo chí,... phù hợp với công chúng đích. Tuy nhiên, các tạp chí cũng tránh lạm dụng các công nghệ số, lấy công

nghe số thay chất lượng nội dung; và tuyệt đối tránh “báo hóa” các tạp chí điện tử.

2.2.2.2.2. Phương thức sản xuất và phân phối thông qua mô hình tổ chức, sản xuất sản phẩm báo chí số theo mô hình tòa soạn số

Trong các tạp chí khảo sát, Tạp chí điện tử Tri thức sử dụng nền tảng tòa soạn hội tụ trong tổ chức sản xuất, xuất bản nội dung. Tạp chí Ngày Nay sử dụng Hệ thống quản trị nội dung (CMS) dành cho tạp chí điện tử kết hợp phương thức sản xuất truyền thống trong sản xuất tạp chí in.

Riêng Tạp chí Cộng sản sử dụng nhiều nền tảng số trong đó cũng sử dụng nền tảng tòa soạn hội tụ của Công ty cổ phần Neko để thẩm định duyệt bài của Tạp chí Cộng sản số in; Tạp chí Cộng sản điện tử tác nghiệp trên CMS Tạp chí Cộng sản điện tử do Tập đoàn Công nghệ - Viễn Thông Quân đội (Viettel) phát triển. Do đó, để điều hành sản xuất nội dung, lãnh đạo tạp chí phải đăng nhập vào các phần mềm khác nhau...



Hình 2.27: Giao diện tòa soạn hội tụ của của Công ty cổ phần Neko cung cấp cho Tạp chí Cộng sản (dùng cho tạp chí in và tạp chí điện tử)

Đối với Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam, Các bài báo khoa học lấy từ tạp chí in chuyển sang định dạng PDF. Tất cả các bài viết đều ứng dụng số định danh DOI đối với bài báo khoa học xuất bản trên mạng internet. Từ năm 2023, Tạp chí bản C và bản D đã thực hiện quy trình xuất bản trực tuyến bằng hệ thống ScholarOne Manuscripts. Đây là hệ thống xuất bản quốc

tế chuyên nghiệp nhất, được nhiều tạp chí khoa học hàng đầu thế giới sử dụng.

The screenshot displays the homepage of the Tap chí Cộng sản website. At the top, there is a header with the site's name in Vietnamese and English, along with navigation links for various topics like Politics, Economy, and Culture. Below the header, there is a login section with fields for 'Tên hiển thị' (Display Name) and 'Mật khẩu' (Password), a checkbox for 'Lưu mật khẩu' (Remember password), and a CAPTCHA image showing the number '2447'. A 'Đăng nhập' (Login) button is located below the password field. To the right of the login form, there is a sidebar with contact information for the editorial board and the publishing house. The footer contains legal notices and copyright information.

Hình 2.28: Giao diện hệ thống quản trị nội dung của Tạp chí Cộng sản điện tử do Tập đoàn Viettel phát triển

2.2.3. Đánh giá tổng thể mức độ trưởng thành chuyển đổi nội dung số của các tạp chí điện khảo sát

Căn cứ theo Bộ chỉ số đánh giá mức độ trưởng thành chuyển đổi nội dung số do tác giả luận án đề xuất, tổng số điểm đo lường mức độ trưởng thành chuyển đổi nội dung số của mỗi tạp chí thông qua mức điểm đạt được của trụ cột: Hạ tầng số (4 điểm); nền tảng số (10 điểm); sự đồng nhất về tổ chức và chuyên môn, độc giả (3 điểm); quảng lý trải nghiệm của độc giả (11 điểm); trải nghiệm của độc giả (12 điểm), với tổng số 40 điểm, mức độ trưởng thành các tạp chí khảo sát đạt: Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam đạt 22 điểm (trung bình); Tạp chí Cộng sản đạt 26 điểm (khá); Tạp chí Ngày Nay đạt 31,5 điểm (tốt); Tạp chí điện tử Tri thức đạt 32,5 điểm (tốt). Cụ thể:

Về hạ tầng số: Các tạp chí đều đạt điểm tối đa (4 điểm) các tiêu chí này (xây dựng kho lưu trữ dữ liệu chung để kết nối, chia sẻ và khai thác dữ liệu số của cơ quan tạp chí (video, hình ảnh và âm thanh,...). Tạp chí có kết nối

internet băng rộng cáp quang, sử dụng mạng 4G, 5G; tạp chí sử dụng hạ tầng áp dụng công nghệ điện toán đám mây (Cloud Computing). Theo khảo sát, hiện nay, các tạp chí đều sử dụng dịch vụ hạ tầng công nghệ thông tin của các tập đoàn, doanh nghiệp công nghệ thông tin lớn ở Việt Nam:

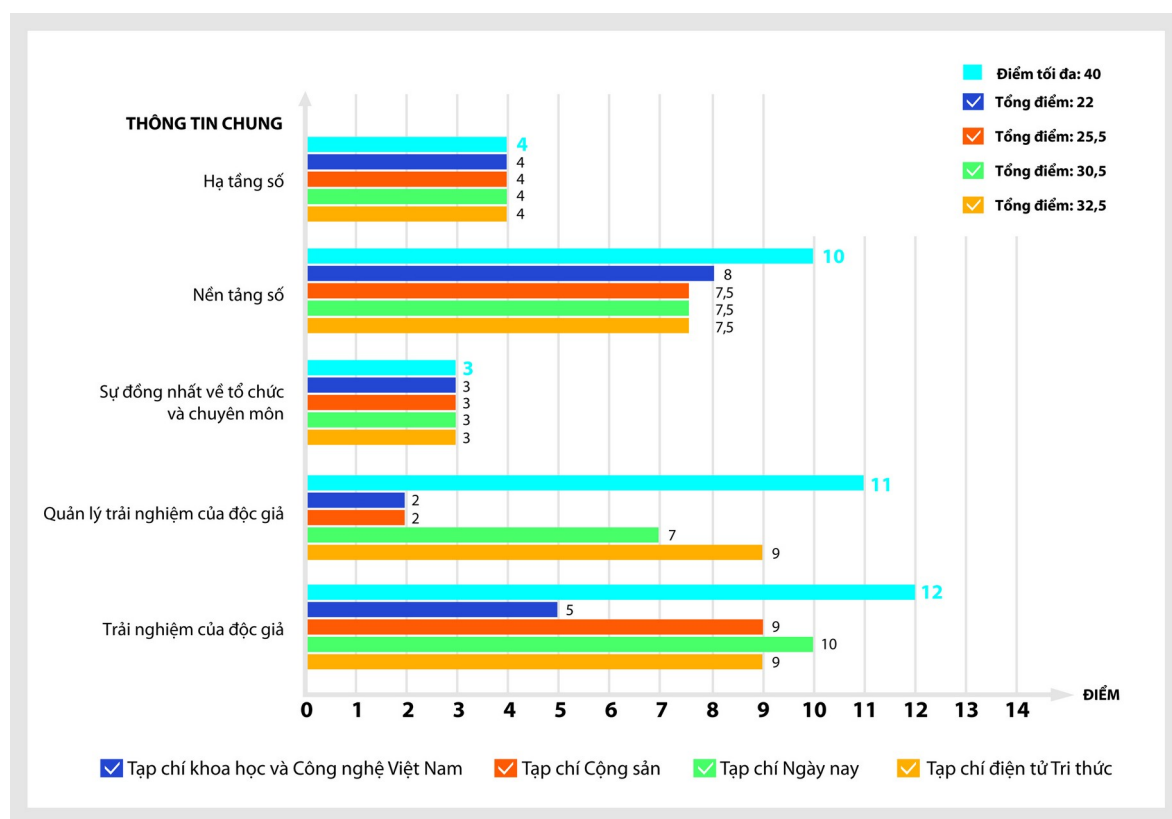
Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam (cơ quan thuộc Bộ Khoa học và Công nghệ) vận hành do Trung tâm Công nghệ thông tin của Bộ chủ quản vận hành, bảo trì hệ thống. Đây là đơn vị chuyên trách triển khai ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số, bảo đảm an toàn thông tin và an ninh mạng, thực hiện các dịch vụ công trong lĩnh vực công nghệ mở (phần mềm nguồn mở, kết nối và chia sẻ dữ liệu...) [PVS 8].

Tạp chí Cộng sản đang đặt hệ thống máy chủ tại Trung tâm dữ liệu IDC Hòa Lạc của Tập đoàn Công nghiệp Viễn thông Quân đội (Viettel) từ năm 2017 đến nay. Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) là đơn vị cung cấp dịch vụ kết nối 4G, 5G. Tạp chí Cộng sản thuê dịch vụ công nghệ thông tin (Quy mô gồm: Thuê hạ tầng máy chủ; thuê dịch vụ vận hành; thuê dịch vụ bảo trì hệ thống; thuê dịch vụ bảo vệ an toàn thông tin cho website quảng bá ra internet). Ngoài ra, tạp chí còn thuê hệ thống cloud server của Viettel để lưu trữ dữ liệu số (video, hình ảnh và âm thanh,...). Trong quá trình vận hành, Tạp chí giao 1 nhân sự (Phó trưởng Ban Tạp chí Cộng sản điện tử) làm đầu mối chịu trách nhiệm phối hợp vận hành hệ thống và quản trị nội dung CMS 24/7.

Tạp chí Ngày Nay thuê toàn bộ hạ tầng máy chủ, vận hành hệ thống - giao diện, an toàn, an ninh hệ thống với Công ty Cổ phần VNG (Công ty công nghệ Việt Nam) - đơn vị có thế mạnh về điện toán đám mây, AI và là đơn vị phát triển và đang vận hành ứng dụng - mạng xã hội phổ biến nhất ở Việt Nam hiện nay - ứng dụng Zalo.

Hiện nay, Tạp chí điện tử Tri thức thuê toàn bộ hạ tầng máy chủ, vận hành, an toàn, an ninh mạng của Tập đoàn FPT. Tạp chí chỉ có 1 nhân sự là kỹ sư công nghệ thông tin chịu trách nhiệm vận hành hệ thống quản trị nội dung (CMS) do Công ty cổ phần Công nghệ EPI phát triển. Đây cũng là đơn vị phát triển và vận hành nền tảng báo chí Baomoi.com hiện nay.

Như vậy, cả 4 tạp chí đều thu hẹp hạ tầng công nghệ thông tin của các tập đoàn lớn, có thương hiệu, uy tín ở Việt Nam hiện nay, có kết nối internet băng thông rộng cáp quang, bảo đảm an ninh, an toàn hệ thống trong quá trình hoạt động.



Hình 2.29: Đánh giá mức độ trưởng thành chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí (theo bộ tiêu chí của tác giả luận án đề xuất)

Về nền tảng số: Các tạp chí đều đạt điểm gần tối đa ở các tiêu chí:

1- Ứng dụng các phần mềm để nâng cao tốc độ biên tập, sản xuất nội dung, hoạt động theo mô hình tòa soạn số giúp PV, BTV dễ dàng xử lý thông tin mọi lúc, mọi nơi: Có 3 tạp chí đều vận hành theo mô hình toàn soạn số (cả ấn phẩm in và điện tử). Riêng Tạp chí điện tử Tri thức chỉ xuất bản duy nhất điện tử, nên PV, BTV vận hành tác nghiệp 24/7 trên nền tảng số.

2- Phân phối nội dung trên các nền tảng sẵn có: Đối với Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam hiện đang được đưa vào cơ sở dữ liệu khoa học Đông Nam Á (ASEAN Citation Index), cơ sở dữ liệu quốc tế DOAJ (Directory of Open Access Journals), đưa lên nền tảng Tạp chí khoa học Việt Nam trực tuyến (<https://vjol.info.vn>). Đối với Tạp chí Ngày Nam, Tạp chí điện tử Tri thức đều phân phối nội dung trên các nền tảng mạng xã hội, như

Facebook, TikTok, YouTube; tham gia vào các nền tảng báo chí trong nước như Baomoi.com. Đối với Tạp chí Cộng sản, mới chỉ phân phối nội dung trên ứng dụng trên mobile (App).

3- Tất cả các tạp chí đều áp dụng hệ thống quản trị nội dung (CMS) trong quá trình sản xuất, phân phối nội dung theo từng lĩnh vực, nền tảng. Tính hợp các công cụ AI (chat GPT, Genimi, Poe) vào trình duyệt, hệ thống quản trị nội dung để tối ưu hóa sáng tạo nội dung và các hoạt động sản xuất nội dung. Bên cạnh đó, các tạp chí đều đổi mới toàn diện hệ thống sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số: cá nhân hóa nội dung/ đa nền tảng/ báo chí di động/ báo chí xã hội/ báo chí dữ liệu/ báo chí sáng tạo/ báo chí thị giác/ siêu tác phẩm báo chí...

4- Các tạp chí Ngày Nay, Tri thức có các kênh thông tin riêng, đăng tải, cập nhật nội dung thường xuyên trên các phương tiện truyền thông xã hội như: Facebook, TikTok, YouTube,...: Các tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam, Tạp chí Cộng sản không tạo lập kênh riêng trên các mạng xã hội.

5- Đối với ứng dụng nền tảng trực tuyến có tường phí hoạt động (áp dụng mô hình thu phí với những nội dung trải nghiệm được cá nhân hóa, quyền lựa chọn nguồn tin để theo dõi, giới thiệu nội dung theo thị hiếu cá nhân) thì chỉ duy nhất có Tạp chí Ngày Nay áp dụng đối với các bài viết chuyên sâu được đầu tư công phu, bài bản đăng trên chuyên mục Special Today.

6- Đối với ứng dụng công nghệ để phát hiện, hỗ trợ ngăn chặn vi phạm bản quyền thì Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam và Tạp chí Cộng sản chủ yếu sử dụng các phần mềm chống đạo văn quét, rà soát nội dung trước khi đưa vào quy trình biên tập xuất bản 1 bài báo nghiên cứu khoa học (như phần mềm iThenticate).

Về sự đồng nhất về tổ chức và chuyên môn: Cả 4 tạp chí đều đạt điểm tối đa. Các tạp chí đều có cơ chế hoạt động theo mô hình tòa soạn hội tụ (hội tụ nội dung, hội tụ công nghệ)/ đa phương tiện/ sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số: cá nhân hóa nội dung/ đa nền tảng/ báo chí di động/ báo chí xã hội/ báo chí dữ liệu...

Về quản lý trải nghiệm của công chúng: Các tạp chí đều sử dụng các công cụ phân tích công chúng được tích hợp trên hệ thống quản trị nội dung. Ngoài ra, cả 4 tạp chí đều dùng công cụ phân tích, quản lý trải nghiệm công

chúng bằng các công cụ bên thứ ba, miễn phí và trả phí như Similarweb, Google Analytics, Google Search Console, , SentimentBuilder, Reputa (Viettel)...

Về trải nghiệm của độc giả: Các tạp chí thực hiện đo tỷ lệ công chúng trung thành và tỷ lệ độc giả trung thành năm đánh giá tăng so với năm trước. Bên cạnh đó, thường xuyên phân tích đánh giá nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng. Nhất là đối với Tạp chí điện tử Tri thức, việc đánh giá trải nghiệm, mức độ tương tác của bạn đọc làm căn cứ xếp loại nhuận bút cho tác giả (trả nhuận bút theo lượt xem và tương tác).

2.3. Đánh giá kết quả khảo sát chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay

2.3.1. Những kết quả đạt được

2.3.1.1. Đối với chủ thể chuyển đổi nội dung số

BBT mà đứng đầu là TBT các tạp chí đã nhận thức được đầy đủ vai trò của chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam góp phần:

Một là, tuyên truyền, phổ biến, giáo dục quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; đấu tranh phản bác các luận điệu sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng; góp phần ổn định chính trị, phát triển kinh tế - xã hội, định hướng tư tưởng và thẩm mỹ, phổ biến tri thức, nâng cao dân trí, đáp ứng nhu cầu văn hóa lành mạnh của nhân dân, bảo vệ và phát huy truyền thống tốt đẹp của dân tộc, xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc; xây dựng hệ giá trị quốc gia, hệ giá trị văn hóa, chuẩn mực con người Việt Nam trong thời kỳ mới; góp phần bảo đảm vai trò dẫn dắt, định hướng dư luận xã hội, giữ vững chủ quyền thông tin trên không gian mạng.

Hai là, thúc đẩy quá trình chuyển đổi từ tạp chí in sang tạp chí điện tử, hình thành phương thức sản xuất số phù hợp với xu thế sản xuất báo chí - truyền thông hiện đại, xu thế phát triển khoa học - công nghệ. Chuyển đổi nội dung số góp phần phát triển các sản phẩm báo chí số, như báo chí dữ liệu, báo chí thị giác với các hình thức truyền tải hấp dẫn, như megastory, long form, infographics, podcast, video,...; thiết kế, sáng tạo các mô hình sản phẩm thông tin mới trên các nền tảng khác nhau để tăng độ tương tác, phân phối nội

dung trên các nền tảng số, nhanh hơn, rộng hơn, phù hợp, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của công chúng.

Ba là, chuyển đổi nội dung số là phương thức quốc tế hóa trên không gian mạng các công trình nghiên cứu khoa học của các nhà khoa học Việt Nam; xây dựng cơ sở dữ liệu chỉ dẫn trích dẫn Việt Nam, đưa tạp chí khoa học của Việt Nam vào cơ sở dữ liệu quốc tế; góp phần xây dựng nền khoa học - công nghệ hiện đại, phát triển, ngang tầm với thế giới.

Bốn là, tăng tính tương tác giữa tạp chí với công chúng, thúc đẩy các tạp chí tăng diện bao phủ, tiếp cận nhiều nhóm công chúng hơn. Hiện nay, công chúng trở thành một phần quan trọng trong quy trình sản xuất nội dung, phân phối nội dung và tiếp nhận, phản hồi thông tin.

Năm là, thúc đẩy ngành kinh tế truyền thông số, ngành công nghiệp nội dung số phát triển. Kinh tế truyền thông số đang trong tiến trình phát triển mạnh mẽ và đang dần từng bước trở thành một lĩnh vực quan trọng trong nền kinh tế số. Ngành kinh tế truyền thông số là ngành kinh tế dựa trên các công nghệ kỹ thuật số, với sự sáng tạo các sản phẩm nội dung ở đó các hoạt động kinh tế có sử dụng thông tin số, tri thức số như là yếu tố sản xuất chính. Trong kỷ nguyên số, chuyển đổi nội dung số là đầu vào của ngành kinh tế truyền thông có nhiều tiềm năng phát triển, đem lại giá trị gia tăng cao, thúc đẩy sự phát triển của xã hội thông tin và kinh tế tri thức, góp phần phát triển ngành công nghiệp nội dung số thành một ngành kinh tế trọng điểm, tạo điều kiện thuận lợi cho các tầng lớp nhân dân tiếp cận các sản phẩm nội dung thông tin số.

Trên cơ sở nhận thức đó, TBT, BBT các tạp chí đã chú trọng xây dựng chiến lược chuyển đổi số tổng thể, trong đó xác định chuyển đổi nội dung số là phần cốt lõi, quyết định thành bại của tiến trình chuyển đổi số tạp chí với lộ trình cụ thể, mục tiêu đạt được trong từng quá trình. Bên cạnh đó, truyền cảm hứng, quyết tâm thực hiện chiến lược và ý thức tự nâng cao năng lực số của đội ngũ PV, BTV, KTV, HSTK trong tạp chí.

Đội ngũ những người tham gia trực tiếp vào quy trình sản xuất nội dung đã nhận thức rõ vai trò và trách nhiệm thực hiện tiến trình chuyển đổi số. Bên cạnh đó, nguồn nhân lực của tạp chí tự ý thức trong học tập và nâng cao trình độ để đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình mới; trở thành những PV, BTV đa năng, sử dụng thành thạo các phương tiện kỹ thuật số để cùng lúc thực

hiện sản xuất nội dung số cho các loại hình báo chí khác nhau. Một nhà báo có thể vừa thu thập thông tin, vừa quay phim, chụp ảnh, độc lập sản xuất những SPBC đa phương tiện. Đội ngũ nhà báo ngày càng được trẻ hóa, đặc biệt là đội ngũ lãnh đạo các tạp chí trong toàn hệ thống. Đây là điều cần thiết, quyết định đến thành công của công cuộc chuyển đổi nội dung số của tạp chí.

Các tạp chí hiện nay đã chú trọng đầu tư tài chính nhiều hơn trước để tăng cường cơ sở vật chất, đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, thay đổi cách thức sản xuất nội dung, trở thành những kênh thông tin quan trọng trên các nền tảng, loại hình khác nhau, đáp ứng nhanh nhất nhu cầu thông tin của công chúng.

2.3.1.2. Đối với nội dung chuyển đổi nội dung số

Thông qua khảo sát có thể đánh giá tổng thể: Mức độ chuyển đổi số và chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay còn khá khiêm tốn, mới chỉ tập trung vào một số hoạt động sau:

Thứ nhất, các tạp chí đã chú trọng tập trung sản xuất nội dung đa phương tiện phù hợp với nhu cầu, tâm lý thói quen công chúng. Một số tạp chí đã sản xuất nội dung đa phương tiện (text, ảnh, video, audio) với các thể loại báo chí đặc trưng của tạp chí (E-magazine), phù hợp với thiết bị công nghệ của công chúng.

Thứ hai, một số tạp chí đã ứng dụng công nghệ, như AI trong đọc tự động, sản xuất podcast; sử dụng AI trong hỗ trợ sáng tạo các TPBC, SPBC; AI minh họa hình ảnh, đám mây (cloud), tự động hóa (automation), máy học (learning machine), bảo vệ bản quyền và thu phí bằng công nghệ blockchain. Nhờ đó, tạp chí có thể tiếp cận công chúng nhanh chóng, dễ dàng.

Thứ hai, tạp chí đã chú trọng xuất bản nội dung trên các nền tảng truyền thông xã hội, như Facebook, YouTube, TikTok... nhằm lan tỏa đối với nhiều đối tượng công chúng khác nhau. Một số tạp chí đã xây dựng ứng dụng đọc tạp chí trên điện thoại di động (APP) và đưa ứng dụng lên Google Play (đối với điện thoại dùng hệ điều hành Android) và App Store (đối với hệ điều hành iOS). Và tiếp tục xây dựng, nâng cấp những tính năng nâng cao (đọc tạp chí in trực tuyến, kho dữ liệu, phát hành tạp chí in trên tạp chí điện tử...).

2.3.1.3. Đối với phương thức chuyển đổi số

Thứ nhất, các tạp chí đều sử dụng phần mềm tòa soạn hội tụ (hội tụ về nội dung, hội tụ về công nghệ) trong quản trị quy trình sản xuất nội dung, bao gồm cả tạp chí in và tạp chí điện tử. Các tạp chí có phiên bản điện tử sử dụng nền tảng kỹ thuật của các doanh nghiệp trong nước cung cấp, như: Hệ thống quản trị nội dung (CMS) của Viettel, FPT, VDC, Vccorp, VNPT...; hệ thống an toàn thông tin đi theo đơn vị cung cấp CMS; hệ thống lưu trữ đám mây,... đã tạo điều kiện tập hợp, thống nhất các nguồn lực vào một mạng lưới trung tâm, hỗ trợ sản xuất nội dung và hoạt động kinh doanh. Tuy hội tụ các loại hình báo chí trong một tòa soạn nhưng việc tổ chức sản xuất, xuất bản thông tin không hề có sự chồng chéo, lãng phí nguồn nhân lực hoặc tài nguyên thông tin. Các nhánh thông tin của một tạp chí được phân bổ khoa học, tập trung và thống nhất, thường là những vấn đề thông tin mang tính chất thông tấn, thời sự sẽ dành cho tạp chí điện tử; thông tin chuyên sâu, chuyên biệt, bày tỏ quan điểm, chính kiến, bình luận sẽ dành cho tạp chí in, sau đó mới tiếp tục xuất bản trên điện tử...

Thứ hai, các tạp chí đều sử dụng công cụ phân tích kỹ thuật số để đo lường nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng. Các tạp chí điện khảo sát chủ yếu sử dụng các công cụ phân tích website miễn phí, như Google Analysis, Similarweb,.. Phân tích dữ liệu công chúng bằng công cụ kỹ thuật số là phương thức lượng hóa bằng các con số cụ thể thông qua các tiêu chí, như lượt xem, lượt tương tác, lưu lượng truy cập, thời gian, vị trí, phương tiện của bạn đọc, lĩnh vực quan tâm trên website. Trên cơ sở nhưng dữ liệu này, tạp chí tối ưu hóa hoạt động, tổ chức sản xuất nội dung xuất bản trên các nền tảng, các phương tiện truyền thông xã hội, các thiết bị phù hợp với nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng, góp phần tối ưu hóa hiệu quả tuyên truyền, truyền thông trên không gian mạng.

Qua các công cụ kỹ thuật số cung cấp các dữ liệu mở giúp tạp chí dễ dàng khai thác và tận dụng. Nhờ đó, sẽ hiểu hơn về nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng tạp chí để sản xuất ra các sản phẩm báo chí/dịch vụ phù hợp. Ngoài ra, nền tảng kỹ thuật số còn cho phép theo dõi hành vi người dùng trên quy mô lớn. Tất cả người tham gia đều có quyền truy cập dữ liệu. Đồng thời, chúng có khả năng quản lý dữ liệu một cách an toàn và hiệu quả nhất. Những công nghệ hiện đại được tích hợp trên các nền tảng kỹ thuật số có sự đồng bộ

nhất định. Vì vậy, chúng không chỉ hỗ trợ các tạp chí cải tiến quy trình xuất bản mà còn mang lại những trải nghiệm hiệu quả cho công chúng.

Nền tảng này giúp quản lý, lưu trữ, tổng hợp và phân tích thông tin công chúng. Sau khi thu thập được dữ liệu quan trọng, có thể đánh giá được hành vi của người dùng để nhanh chóng cung cấp nội dung đang tìm kiếm. Việc này giúp duy trì được mối quan hệ với người dùng và tạo ra lượng công chúng trung thành. Nền tảng kỹ thuật số giúp các tạp chí nâng cao trải nghiệm người dùng để thu hút công chúng mới. Sự phát triển của các công nghệ tiên tiến như internet vạn vật, AI, dữ liệu lớn và nghiên cứu hành vi công chúng đang đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển thị trường nền tảng kỹ thuật số.

2.3.2. Những hạn chế

2.3.2.1. Đối với chủ thể chuyển đổi nội dung số

Thứ nhất, BBT các tạp chí không bố trí đủ nguồn lực tài chính, hoặc không có nguồn lực tài chính, nên việc đầu tư mới dừng ở các hệ thống máy tính cơ bản, hoặc các hệ thống quản trị nội dung (CMS) cơ bản nhất để vận hành tạp chí điện tử. Không phải tạp chí nào cũng có điều kiện về nguồn lực để đầu tư vào chuyển đổi nội dung số, như đầu tư CMS riêng, hạ tầng công nghệ thông tin, an toàn thông tin, cloud server, mua bản quyền phần mềm chuyên dụng dành cho thiết kế đồ họa, infographic, video... cho nên, số tạp chí tự phát triển được CMS còn khá ít. Đa phần các hệ thống thông tin do tạp chí đang vận hành khai thác chưa được xác định cấp độ an toàn thông tin, việc bố trí, dành nguồn lực đầu tư cho hoạt động bảo đảm an toàn thông tin cũng chưa kịp đáp ứng nhiệm vụ trong tình hình mới.

Mỗi tạp chí cần nhận thức chuyển đổi nội dung số là một quá trình, nó là sự dịch chuyển về tư duy quản trị, về đầu tư công nghệ và nhân lực. Chuyển đổi nội dung số không thể không diễn ra, nhưng sẽ không thành công nếu chỉ là những mệnh lệnh sáo rỗng từ nhà quản trị tạp chí hay chuyển đổi nội dung số theo kiểu phong trào. Xét từ góc độ chuyên môn, chuyển đổi nội dung số phải có lộ trình, có chọn lọc, không phải “dàn hàng ngang” bê tất cả nội dung và hình thức của các SPBC ở các loại hình đang có “quảng” lên internet. Hiện nay, nhiều tạp chí đưa nguyên văn các TPBC, SPBC đã xuất bản như ở kênh phát thanh, tạp chí in, kênh truyền hình... lên các nền tảng số và coi đó là nội dung số. Cách làm này chưa phù hợp. Các TPBC, SPBC cần

được biên tập, dàn dựng một cách công phu, thậm chí viết lại hoàn toàn cho phù hợp với công chúng số, những người có nhu cầu khai thác thông tin theo nhiều chiều, với nhiều cách thức linh hoạt, phù hợp với cách tiếp cận thông tin của từng cá nhân.

Chuyển đổi nội dung số đòi hỏi sự chuyên nghiệp trong tổ chức sản xuất nội dung phù hợp với đặc thù kênh truyền thông và nền tảng truyền thông cụ thể. Mỗi tạp chí, khi chuyển đổi nội dung số, trước khi đưa sản phẩm của mình lên nền tảng truyền thông nào thì cần phải hiểu đặc thù công chúng ở nền tảng đó, từ đó hiểu công chúng mục tiêu của mình, chọn sản phẩm và tìm cách tiếp cận cho phù hợp.

Thứ hai, nguồn nhân lực để thực hiện chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí còn thiếu và yếu, đặc biệt là lực lượng PV, BTV, HSTK có kiến thức về công nghệ số, năng lực số còn thấp. Việc đào tạo và đào tạo lại về nghề nghiệp ở các tạp chí có lúc, có nơi không được coi trọng, thường xuyên, liên tục, cho nên, kiến thức mới, kiến thức về công nghệ số của đội ngũ những người làm tạp chí cũng không được cập nhật. Khi buộc phải chuyển đổi số trong từng tạp chí, sự thiếu hụt về nhân lực có tri thức, có kinh nghiệm về công nghệ số mới thực sự bộc lộ rõ rệt [PVS 7]. Có thể xem đây là một trong những nguyên nhân cơ bản dẫn đến việc chậm ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung hiện nay.

Thứ ba, hạn chế về kiến thức công nghệ của nhà báo. Một đặc thù của chuyển đổi nội dung số là sự sáng tạo trên nền tảng công nghệ số. Do vậy, đội ngũ cán bộ làm tạp chí phải am tường công nghệ, kỹ thuật và thực sự giàu sáng tạo. Chuyển đổi nội dung số thách thức nhà báo phải làm được nhiều điều khác biệt. Công nghệ chỉ là đòn bẩy, còn làm thế nào để tạo được dấu ấn, để mỗi tờ tạp chí mang bản sắc riêng, không đi theo “một hàng” trong hệ thống mới là cơ bản. Do đó, để tác nghiệp được trong kỷ nguyên số, nhà báo phải “chuyển đổi số toàn diện”, nghĩa là đạt được nhiều phẩm chất, kỹ năng: Kỹ năng sử dụng công nghệ làm tạp chí kỹ thuật số; kỹ năng khai thác, kiểm chứng thông tin số; kỹ năng sáng tạo và tổ chức TPBC, SPBC đa phương tiện; kỹ năng hợp tác liên ngành; kỹ năng khai thác, xử lý tài nguyên dữ liệu số; kỹ năng bảo mật thông tin số; kỹ năng làm việc với AI, ChatGPT; có văn hóa và đạo đức phù hợp với tác nghiệp trong môi trường số. Những phẩm chất, kỹ năng này tự học, tự mày mò là rất khó, nhất là khi thu nhập của các nhà báo

cũng rất hạn hẹp, nên khó phát huy mọi tiềm năng và tâm huyết của họ, do đó, đòi hỏi Nhà nước, cơ quan chủ quản, tạp chí phải có trách nhiệm hỗ trợ.

2.3.2.2. Đối với nội dung chuyển đổi nội dung số

Thứ nhất, đối với nhóm tạp chí khoa học và tạp chí lý luận chính trị, ứng dụng công nghệ trong sản xuất nội dung số còn rất hạn chế, mới chỉ dừng ở mức ứng dụng các công cụ AI tích hợp trên điện thoại cầm tay và trình duyệt web để tìm kiếm, phát hiện đề tài, thu thập xử lý thông tin để theo dõi sự kiện, trích xuất thông tin và xác định xu hướng thông qua các phần mềm miễn phí (Googel trend, Meltwater, Tubular Labs); sử dụng phần mềm miễn phí hỗ trợ quá trình viết bài, biên tập, kiểm duyệt nội dung để gia tăng tốc độ sản xuất tin bài, các tòa soạn báo (ChatGPT, Voice AI Text To Speech,...). Rất hạn chế sử dụng công nghệ AI để minh họa hình ảnh cho các bài viết. Chưa ứng dụng các công nghệ số, như tạo báo nhúng bằng ứng dụng công nghệ xR, AR, VR... trong sáng tạo siêu tác phẩm báo chí. Nội dung đa phương tiện (text, ảnh, video, audio) mới chỉ dừng mức đơn giản, hình thức trình bày theo lối mòn...

Thứ hai, trong phân phối, xuất bản nội dung các tạp chí lý luận chính trị và tạp chí thông tin chỉ dẫn - giải trí mới chỉ thực hiện phân phối nội dung trên các nền tảng sẵn có (trang web, mạng xã hội, ứng dụng trên mobile). Tuy nhiên, nhóm tạp chí khoa học mới chỉ phân phối duy nhất trên nền tảng web.

2.3.2.3. Đối với phương thức chuyển đổi số

Tất cả các tạp chí đều thực hiện tổ chức sản xuất, phân phối nội dung, cũng như phân tích dữ liệu công chúng trên nền tảng CMS theo hướng hội tụ giữa công nghệ và nội dung, đồng thời hoạt động theo mô hình tòa soạn số. Việc hội tụ công nghệ và nội dung nhằm mục đích tập trung hóa cách quản lý và tổ chức quy trình sản xuất các SPBC, kết hợp nhiều phương tiện truyền thông để cung cấp một nền tảng nhất quán tại các cơ quan truyền thông. Tuy nhiên, hầu hết các nền tảng mà các tạp chí sử dụng chủ yếu là loại dành riêng cho các CQBC, dẫn đến việc giao diện của tạp chí điện tử bị “báo hóa”. Mặt khác, các tạp chí hiện tại lại thiếu tính tự chủ về mặt công nghệ. Tình trạng thiếu tự chủ này là thách thức lớn cho quá trình chuyển đổi nội dung số. Số lượng các tạp chí tự phát triển CMS còn khá ít, rất ít đơn vị có thể hoàn toàn tự chủ về máy chủ, CMS, bảo mật hoặc dịch vụ đám mây, do những yêu cầu

về chi phí cao và đội ngũ nhân lực để quản lý và vận hành. Hiện tại, hầu hết hệ thống của tạp chí chưa đạt đến cấp độ an toàn thông tin cần thiết.

Mặt khác, các tạp chí tự xây dựng hệ thống dữ liệu riêng nên chưa thể tận dụng dữ liệu người dùng (first-party data) và không thể liên thông để hình thành một cơ sở dữ liệu người dùng có quy mô lớn. Hiện nay, các nền tảng nội dung trực tuyến toàn cầu như Facebook, Google và YouTube đang đe dọa nguồn thu của các tạp chí. Điều này tạo ra tình trạng chú trọng vào số lượng truy cập, từ đó làm giảm chất lượng nội dung, không còn đáp ứng đúng với tôn chỉ và mục đích ban đầu. Những nền tảng này kiểm soát và chi phối thuật toán hiển thị nội dung cũng như quảng cáo, đồng thời yêu cầu người dùng tuân theo các quy tắc của họ, mang lại lợi ích lớn về doanh thu và dữ liệu.

2.4. Những nguyên nhân ảnh hưởng đến chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay

Có ba yếu tố cơ bản quyết định thành công của chuyển đổi nội dung số tạp chí: 1- Yếu tố con người: Chuyển đổi nội dung số là việc chuyển đổi của con người, nên đây là yếu tố quan trọng và quyết định. Hai vấn đề chính trong chuyển đổi nội dung số là nhận thức và năng lực của người đứng đầu cơ quan chủ quản tạp chí, tạp chí; của đội ngũ PV, BTV, HSTK, KTV, CTV tham gia vào quy trình sản xuất, phân phối nội dung; 2- Yếu tố thể chế: Chuyển đổi nội dung số là những thay đổi diễn ra trong khuôn khổ của thể chế. Một hệ thống thể chế phù hợp và hỗ trợ chuyển đổi nội dung số có vai trò nền tảng và cần được xây dựng, bổ sung; 3- Yếu tố công nghệ: Là điều kiện cần và quyết định chất lượng của chuyển đổi nội dung số. Yếu tố công nghệ ở đây bao gồm hạ tầng số, nền tảng số, công nghệ chuyên dụng cho từng lĩnh vực cụ thể [10].

2.4.1. Những nguyên nhân chủ quan

2.4.1.1. Do năng lực lãnh đạo, chỉ đạo, tổ chức triển khai, thực hiện chuyển đổi số nói chung, chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam nói riêng của những người làm công tác lãnh đạo, quản lý báo chí.

Thứ nhất, nguyên nhân dẫn đến chậm chuyển đổi nội dung số báo chí nói chung và chuyển đổi nội dung số tạp chí nói riêng là do lãnh đạo các cơ quan chủ quản tạp chí, lãnh đạo các tạp chí chưa nhận thức đầy đủ về tính cấp thiết của chuyển đổi nội dung số; chưa chú trọng xây dựng chiến lược, chương trình chuyển đổi số tổng thể, từng giai đoạn và hằng năm với mục tiêu

rõ ràng và có định lượng cụ thể bằng con số và tổ chức thực hiện nghiêm túc, bài bản. Trên thực tế, tiến trình chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam còn chậm, hơn một nửa mới bắt đầu ở giai đoạn ứng dụng công nghệ thông tin trong quy trình tác nghiệp, chưa có những sản phẩm báo chí truyền thông mới. Tại một số tạp chí, công tác lãnh đạo, chỉ đạo của BBT có thời điểm chưa quyết liệt trong việc đổi mới, nâng cao toàn diện chất lượng các SPBC của tạp chí.

2.4.1.2. Do nhận thức chưa đầy đủ của những người thực hiện các nhiệm vụ, công việc nghề nghiệp báo chí cụ thể về vai trò, giá trị của chuyển đổi số nói chung, chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam.

Để thúc đẩy tiến trình chuyển đổi nội dung số, nhận thức của những người thực hiện các nhiệm vụ, công việc nghề nghiệp báo chí cụ thể đóng vai trò quan trọng. Khi đội ngũ này có nhận thức đầy đủ về vai trò, giá trị của chuyển đổi số nói chung, chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam nói riêng sẽ giúp tiến trình chuyển đổi nội dung số được thúc đẩy mạnh.

Để chuyển đổi nội dung số thành công, không chỉ cần đội ngũ PV, BTV, HSTK, KTV có chuyên môn nghiệp vụ giỏi, mà còn cần hiểu biết về công nghệ mới. Hiện nay, chất lượng đào tạo ngành công nghệ thông tin nhìn chung còn khá thấp, chỉ có khoảng 30% số sinh viên tốt nghiệp công nghệ thông tin đáp ứng được yêu cầu của các doanh nghiệp trong chuyển đổi số. Đội ngũ nhân sự của một số tạp chí chưa được đào tạo, tập huấn lại để thích ứng với môi trường truyền thông số, từ việc thiết kế thông điệp báo chí đa nền tảng, báo chí - truyền thông số cho đến kiến thức và kỹ năng khai thác dữ liệu lớn hướng tới phục vụ công chúng, xã hội, đáp ứng nhu cầu và thị hiếu khách hàng, thị trường [PVS 20].

2.4.2. Những nguyên nhân khách quan

2.4.2.1. Do tác động của bối cảnh chuyển đổi số nói chung, chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam nói riêng.

Thứ nhất, do cơ sở pháp lý cho chuyển đổi số báo chí chưa được bổ sung kịp thời, chưa đáp ứng được hoạt động thực tiễn đang nảy sinh những vấn đề bất cập, cần phải xử lý. Việc thể chế hóa đường lối, chính sách thành các quy định cụ thể trong các hoạt động thực tiễn diễn ra chậm, không đáp ứng yêu cầu đặt ra [PVS 2]. Ví dụ: cơ chế tài chính chưa đổi mới nên không ít

doanh nghiệp dù có tiềm lực vẫn không thể chi; thiếu quy định về các vấn đề tài sản, đầu tư để khuyến khích doanh nghiệp số phát triển.

Mặt khác, cơ chế chính sách quy định về nguồn tài nguyên là dữ liệu chưa được rõ ràng. Dữ liệu nào thì được kinh doanh, dữ liệu nào thì là bí mật không được kinh doanh hay công bố, các dữ liệu nào thuộc về tài sản trí tuệ cần được bảo hộ và giám hộ, dữ liệu nào được khai thác và sử dụng, bảo vệ bản quyền tài nguyên số của từng cơ quan, doanh nghiệp ra sao; việc chia sẻ dữ liệu hay liên kết khai thác dữ liệu giữa các cơ quan, ban ngành, doanh nghiệp,... rất cần được quy định công khai, minh bạch. Cho nên, chuyển đổi số có được nhanh và hiệu quả hay không lại phụ thuộc rất nhiều vào việc ra đời, bổ sung, hoàn thiện cơ chế chính sách về lĩnh vực này.

Việc quản lý báo chí - truyền thông số ở nước ta hiện nay cũng đang gặp nhiều thách thức. Trên không gian “mở” nhưng “ảo”, thông tin tuôn chảy ào ạt theo “các dòng” khác nhau trên toàn cầu, không phân biệt ranh giới địa lý hay địa chính trị, chính thống, phi chính thống; đối nghịch nhau về quan điểm, hoặc quyền lợi,... Chính vì vậy, quản lý “không gian mở” đó như thế nào cho hiệu quả là một vấn đề khó khăn không chỉ ở nước ta, mà hầu hết các nước trên thế giới, kể cả những nước có nền tảng khoa học - công nghệ tiên tiến. Hiện nay, vấn đề về an ninh truyền thông, an ninh quốc gia trong truyền thông, vấn đề hacker, các loại tội phạm sử dụng công nghệ thông tin đặc biệt nguy hiểm, đánh cắp thông tin cá nhân, tấn công chiếm dụng dữ liệu người dùng,... vẫn đang hiện hữu nhức nhối.

Thứ hai, trong những năm gần đây, các phương tiện truyền thông xã hội được người dân sử dụng phổ biến, ảnh hưởng không nhỏ đến thị trường báo chí và truyền thông trong nước, đặt ra nguy cơ báo chí và truyền thông Việt Nam có thể bị loại ra khỏi thị trường của chính mình, dẫn đến việc mất nguồn thu từ quảng cáo hoặc một lượng lớn công chúng truy cập vào các báo điện tử. Theo số liệu từ SimilarWeb, trong 6 tháng gần nhất (tính từ tháng 6 đến hết tháng 12-2023), lượng truy cập của các trang báo điện tử Việt Nam đã giảm trung bình 11%. Theo thống kê từ các cơ quan chức năng, hiện nay, 85% thị phần quảng cáo trên cả nước thuộc về các nền tảng mạng xã hội, trong khi chỉ có 15% là dành cho báo chí. Đây là một trong những nguyên nhân khiến nhiều báo điện tử đã xa rời tôn chỉ và mục đích ban đầu, buộc phải

khai thác những nội dung giật gân, ấn tượng hoặc những câu chuyện về giới showbiz để thu hút lượt xem và giữ chân công chúng.

Các nền tảng xuyên biên giới gần như nắm giữ toàn quyền kiểm soát và thao túng thuật toán hiển thị nội dung lẫn quảng cáo, khiến cho người dùng nền tảng này buộc phải tuân thủ theo quy định của họ, mang lại lợi ích cho họ (về doanh thu và dữ liệu) mà không phục vụ cho lợi ích quốc gia của Việt Nam. Tuy nhiên, trong lĩnh vực công nghệ, các doanh nghiệp công nghệ lớn thường không mặn mà với việc hợp tác với báo chí hoặc đưa ra mức giá cao không hợp lý. Hiện tại, ở Việt Nam không có thị trường công nghệ phục vụ riêng cho việc chuyển đổi số báo chí, do doanh thu từ lĩnh vực này không cao.

Thứ ba, việc sản xuất nội dung đa nền tảng tại các tạp chí của Việt Nam đang phải đối mặt với nhiều thử thách và khó khăn. Trên thực tế, nhiều tạp chí phải đối diện với tình trạng thiếu tự chủ về công nghệ, phải phụ thuộc vào công nghệ của bên thứ ba và sử dụng nền tảng kỹ thuật, như máy chủ và CMS từ các nhà cung cấp như ePi, VCCorp, 24h, FPT, Netlink... cùng với hệ thống bảo mật thông tin đi kèm phía nhà cung cấp CMS và hệ thống lưu trữ đám mây. Điều này dẫn đến việc các tạp chí bị phụ thuộc và có thể bị ảnh hưởng về nội dung, cũng như lợi ích từ các doanh nghiệp công nghệ [PVS 17].

Đặc biệt, hiện nay, việc xác minh các nguồn tin cũng như xác định các xu hướng trên không gian mạng rất khó khăn, thậm chí là bất khả thi nếu không có các công cụ thích hợp. Điều đó khiến cho các tạp chí khi hoạt động đa nền tảng cũng bị ảnh hưởng nhiều bởi thông tin trên mạng xã hội, có nguy cơ bị dẫn dắt bởi tin tức giả mạo, thiếu kiểm chứng... Xu hướng cá nhân hóa trong tiếp nhận thông tin ngày càng cao khiến cho việc tiếp cận thông tin báo chí của cá nhân trở nên ít đi, bị lấn át bởi các thông tin trên mạng xã hội, dẫn đến tình trạng dòng thông tin báo chí có thể bị chèn lấp bởi các nội dung khác, nếu nội dung báo chí không chất lượng, không đáp ứng được nhu cầu thông tin của cá nhân trong xã hội. Trong bối cảnh các tạp chí đang chịu sự cạnh tranh quyết liệt của các phương tiện truyền thông xã hội với đặc điểm dễ tiếp cận, dễ chia sẻ, thông tin nhanh, đa dạng, thì các tạp chí bắt buộc phải đẩy nhanh chuyển đổi nội dung số [PVS 1].

Theo Báo cáo của Bộ Thông tin và Truyền thông, tháng 12-2023, Đối với khối báo - tạp chí, có 36% số cơ quan báo, tạp chí tự bảo đảm một phần;

39% tự bảo đảm chi thường xuyên và chi đầu tư, hoặc tự bảo đảm chi thường xuyên; 25% ngân sách bảo đảm chi thường xuyên. Như vậy, số cơ quan báo, tạp chí tự lo trang trải và đầu tư phát triển không nhiều, chủ yếu được hỗ trợ từ ngân sách. Những khó khăn trong nguồn thu ảnh hưởng trực tiếp đến đầu tư đổi mới hạ tầng công nghệ thông tin, các giải pháp kỹ thuật và thực hiện chuyển đổi số. Nhiều đơn vị báo chí, truyền thông chưa làm chủ được những công nghệ cốt lõi của chuyển đổi số. Trong khi đó, năng lực công nghệ của nền kinh tế nói chung, của các đơn vị báo chí, truyền thông nói riêng vẫn chưa cao.

Thứ tư, mặt trái của chuyển đổi số. Chuyển đổi số không phải là đích đến. Chuyển đổi số là một quá trình lâu dài, đòi hỏi sự nhạy bén và tính bền bỉ. Vì quá trình chuyển đổi số cũng có những mặt trái mà nổi bật nhất là vấn đề an ninh thông tin. Đây là rào cản khó tránh khỏi, xuất phát từ sự thay đổi trong nhận thức, khi dữ liệu trở thành một tài sản quan trọng của các cơ quan, doanh nghiệp. Trong quá trình lưu trữ và bảo mật thông tin, sự rò rỉ, mất mát dữ liệu là khó tránh khỏi. Điều này có thể tạo ra những hậu quả lớn chưa lường hết được. Vấn đề giả mạo, fake news cũng cần được quan tâm, nhất là khi những phần mềm AI, như Chat GPT, Bing, BARD,... đang ngày càng phát triển và học tập với tốc độ vượt trội, cho phép người dùng “tạo” thông tin chỉ sau vài giây đặt lệnh. Công nghệ thay đổi nhanh khiến cho người dùng mất khả năng kiểm soát. Hành lang pháp lý chưa theo kịp guồng quay chuyển đổi số, một số vấn nạn, hiện tượng có diễn tiến xấu, khó lường.

Thứ năm, sự ảnh hưởng từ các phương tiện truyền thông xã hội. Các CQBC hoạt động trên nhiều nền tảng cũng chịu tác động lớn từ thông tin trên mạng xã hội. Có nguy cơ rơi vào tình trạng bị dẫn dắt bởi tin tức giả mạo và những thông tin thiếu kiểm chứng. Việc xác thực nguồn tin và định hình xu hướng trên không gian mạng trở nên rất khó khăn, thậm chí là không khả thi nếu không có các công cụ phù hợp. Bên cạnh đó, xu hướng cá nhân hóa trong việc tiếp nhận thông tin ngày càng gia tăng, làm giảm khả năng tiếp cận các thông tin báo chí đối với từng cá nhân. Điều này có thể dẫn đến tình trạng thông tin báo chí bị chèn lấn và bị lấn át bởi các thông tin khác.

Thứ sáu, tình trạng vi phạm bản quyền. Các CQBC thường xuyên gặp phải tình trạng bị xâm phạm bản quyền nội dung mà chưa tìm được giải pháp ngăn chặn hiệu quả. Việc sản xuất những SPBC công phu thường đòi hỏi đầu

tư lớn về nhân lực, tài chính và thời gian để phục vụ công chúng và xây dựng thương hiệu. Tuy nhiên, chỉ trong vài phút sau khi xuất bản, nhiều trang web, trang tin tức tổng hợp, cũng như các hội, nhóm trên mạng xã hội đã sao chép và đăng tải nội dung mà không có sự cho phép hoặc không dẫn nguồn. Đôi khi tự ý biến đổi, chỉnh sửa nội dung theo cách riêng của mình, gây ra sự hiểu lầm và ảnh hưởng tiêu cực đến cộng đồng và xã hội.

Mặc dù pháp luật về sở hữu trí tuệ đã có nhiều quy định, và Bộ Thông tin và Truyền thông cùng Hội Nhà báo Việt Nam đã cung cấp hỗ trợ, một số tạp chí... Tuy nhiên, hiệu quả vẫn còn hạn chế, nguồn lực bị tiêu tốn nhiều và tình trạng này vẫn kéo không biết đến khi nào mới chấm dứt.

2.4.2.2. Sự bùng nổ, phát triển nhanh chóng của báo chí, truyền thông xã hội và khoa học, công nghệ.

Thế giới đang chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ của các công nghệ tiên tiến như AI, internet vạn vật, dữ liệu lớn, và điện toán đám mây. Những gì diễn ra đã và đang làm thay đổi sâu sắc tư duy, nhận thức, sản xuất, sinh hoạt của các quốc gia, cộng đồng và của mỗi cá nhân. Sự thay đổi này mang lại cả cơ hội và thách thức, khi chúng ta phải nắm bắt thời cơ để đẩy nhanh tốc độ phát triển, tránh nguy cơ tụt hậu so với các nước trong khu vực và thế giới. Thời cơ lớn cũng đi kèm với những thách thức tác động mạnh mẽ đến sự phát triển của báo chí - truyền thông.

Sự bùng nổ mạnh mẽ của khoa học - công nghệ cùng với nhiều xu hướng báo chí - truyền thông hiện đại và những công nghệ mới đang tạo áp lực buộc các CQBC cần liên tục đổi mới và cập nhật các xu hướng cũng như công nghệ hiện đại. Thêm vào đó, sự xuất hiện của nhiều thiết bị điện tử mới sẽ là động lực thúc đẩy cho những định dạng mới của báo chí, đặc biệt là video, audio và các công nghệ thực tế ảo (VR) và thực tế ảo tăng cường (AR). Cụ thể, công nghệ VR được ứng dụng trong việc sáng tạo các SPBC nhằm mang đến những tác phẩm thú vị và độc đáo hơn, giúp nâng cao trải nghiệm cho công chúng báo chí. Tất cả những công nghệ này đều yêu cầu một nguồn lực tài chính và nhân lực kỹ thuật cao. Trong một thời gian dài, các CQBC chủ yếu phụ thuộc vào ngân sách nhà nước để hoạt động. Tuy nhiên, khi phải “tự hoạch toán kinh doanh”, với mức chi phí “đắt đỏ” để theo đuổi công nghệ

hiện đại, những khó khăn và hạn chế trong nguồn lực đầu tư đang trở thành thách thức lớn nhất trong quá trình chuyển đổi nội dung số của các tạp chí.

Tiểu kết Chương 2

Hiện nay, chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí đối diện với nhiều thách thức. *Thứ nhất*, các tạp chí phải cạnh tranh với trang tin tức trực tuyến và mạng xã hội để thu hút công chúng. *Thứ hai*, sử dụng công nghệ số để sáng tạo nội dung, quản lý dữ liệu và tương tác với công chúng một cách thông minh đòi hỏi đầu tư nguồn lực tài chính lớn. *Thứ ba*, các tạp chí phải đối mặt với các thách thức pháp lý, đạo đức và quản lý dữ liệu trong thời đại số. Để thành công trong chuyển đổi nội dung số, các tạp chí cần phải đầu tư nguồn lực lớn, thích nghi nhanh; sáng tạo nội dung độc đáo, bảo đảm tính minh bạch và đạo đức, và bảo đảm an toàn dữ liệu cá nhân của công chúng. Mặt khác, cách thức và quá trình chuyển đổi nội dung số không có một công thức chung, đòi hỏi các tạp chí phải đề ra chiến lược, giải pháp và lộ trình chuyển đổi nội dung số phù hợp với tôn chỉ, mục đích, đặc điểm và công chúng đích của từng loại tạp chí.

Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam mở ra nhiều cơ hội quan trọng như mở rộng tầm ảnh hưởng và tương tác với công chúng, đa dạng hóa nội dung và thu hút công chúng toàn cầu. Tuy nhiên, thách thức lớn với tạp chí là sự cạnh tranh trực tuyến khốc liệt, sự thay đổi mô hình kinh doanh với sự suy giảm của doanh thu quảng cáo truyền thống và sự xuất hiện của tự động hóa, AI đã ảnh hưởng tới vai trò của con người trong sản xuất nội dung tạp chí, thêm vào đó là các vấn đề pháp lý và đạo đức, bảo vệ dữ liệu cá nhân của công chúng, đòi hỏi các tạp chí cần đầu tư vào nội dung chất lượng, sử dụng công nghệ một cách thông minh, tuân thủ quy định pháp lý và bảo đảm dữ liệu cá nhân để duy trì uy tín và phát triển bền vững.

Chương 3:
NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA, GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY CHUYỂN ĐỔI
NỘI DUNG SỐ TRONG CÁC TẠP CHÍ CỦA VIỆT NAM

3.1. Bối cảnh phát triển báo chí và tác động đến quá trình chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam trong thời gian tới

3.1.1. Những vấn đề chung

3.1.1.1. Bối cảnh toàn cầu hóa và toàn cầu hóa thông tin tác động tích cực và những ảnh hưởng bởi mặt trái đối với báo chí, trong đó có các tạp chí

Toàn cầu hóa đã và đang diễn ra mạnh mẽ, tác động sâu sắc đến nhiều lĩnh vực, như kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội, quốc phòng, an ninh..., đặt các quốc gia trên thế giới trước những thời cơ và thách thức lớn.

Khái niệm “toàn cầu hóa” xuất hiện từ những năm 60 thế kỷ XX với nhiều cách hiểu, trong đó theo cách hiểu phổ biến nhất, “toàn cầu hóa là một tình trạng xã hội có những mối liên kết trên phạm vi khắp hành tinh về kinh tế, văn hóa, chính trị, xã hội, môi trường và các luồng phân lưu làm thu hẹp các khoảng không gian và lu mờ các đường biên giới quốc gia. Ở một phương diện khác, toàn cầu hóa là sự thay đổi xã hội, sự liên thông ngày càng tăng giữa các xã hội và các yếu tố của nó do quá trình đan xen văn hóa kết hợp với sự gia tăng bùng nổ của giao thông và các công nghệ truyền thông góp phần thúc đẩy kinh tế quốc tế và giao lưu văn hóa” [82. tr.25]. Về bản chất, toàn cầu hóa chính là quá trình gia tăng những mối liên hệ, những ảnh hưởng tác động qua lại, phụ thuộc lẫn nhau giữa các quốc gia, dân tộc, các chủ thể của quá trình này [7]. “Toàn cầu hóa mang tính tất yếu (do sự phát triển của lực lượng sản xuất, của kinh tế thị trường, của các tập đoàn xuyên quốc gia...), diễn ra với tốc độ nhanh, nhiều tầng nấc, tác động đa chiều” [27].

Đầu tiên, “quá trình toàn cầu hóa liên quan tới sự xuất hiện và nhân rộng của các mạng lưới liên kết ở cấp độ toàn cầu, thách thức các đường biên

giới địa lý, văn hóa, kinh tế, chính trị truyền thống. Sự phát triển của khoa học - công nghệ trên nhiều lĩnh vực, trong đó có truyền thông (cả truyền thông đại chúng và truyền thông xã hội) đã khiến cho thông tin được truyền tải nhanh chóng trên phạm vi toàn cầu. Sự ra đời của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới hiện nay đã thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa, thu hút các nước tham gia, vừa hợp tác, vừa cạnh tranh (thậm chí đấu tranh với nhau), đặt mỗi quốc gia, nhất là những nước đang phát triển, trước những thời cơ và cả những thách thức to lớn” [27].

“Quá trình toàn cầu hóa, Cách mạng công nghiệp 4.0 đã làm thay đổi hình thức, nội dung, cách thức, vai trò của truyền thông đại chúng và ngược lại truyền thông đại chúng,... và ngược lại chính các lĩnh vực này như là tác nhân quan trọng, là động lực thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa và Cách mạng công nghiệp 4.0” [7, tr.127]. Nhờ đó, toàn cầu hóa thông tin sẽ ngày càng rõ nét và tác động trở lại tích cực. “Quá trình truyền thông ở các quốc gia trên thế giới diễn ra nhanh chóng, phong phú, dễ dàng, đa chiều, đa cấp, đa tầng, liên tục đến lớp công chúng toàn cầu. Không chỉ có truyền thông quốc gia, truyền thông công, tư, truyền thông cá nhân, truyền thông nhóm, mà truyền thông của các tổ chức truyền thông đa quốc gia hoạt động nhộn nhịp, tùy theo chức năng, mục tiêu, sự hiện đại của phương tiện truyền thông mà mình có đã tham gia vào hệ sinh thái truyền thông ngày càng mang màu sắc, dấu ấn của toàn cầu hóa và công nghiệp 4.0” [7, tr.127].

Ở khía cạnh tích cực, toàn cầu hóa cùng với cuộc CMCNLT4 đang tạo ra những thay đổi to lớn trong phương thức sản xuất, tiêu dùng, lối sống, văn hóa..., đem lại những lợi ích khổng lồ về sản xuất, tiêu thụ, thông tin, tri thức..., giúp các nước có cơ hội tranh thủ vốn, công nghệ, thị trường, kinh nghiệm quản lý, góp phần phát triển sức sản xuất, thúc đẩy sự phát triển kinh tế, thương mại toàn cầu. Đặc biệt hiện nay, với sự hỗ trợ đắc lực của các phương tiện truyền thông và sự bùng nổ của các ngành công nghiệp sáng tạo, toàn cầu hóa trên lĩnh vực văn hóa đã và đang mở ra nhiều cơ hội mới cho sự học hỏi, hiểu biết lẫn nhau giữa các dân tộc, chia sẻ giá trị văn hóa, để văn hóa các dân tộc có thể được quảng bá rộng rãi ra nước ngoài và hiện diện trên bản đồ văn hóa thế giới. Như vậy, giao lưu văn hóa tích cực trong điều kiện bùng nổ của cách mạng khoa học - công nghệ sẽ làm thay đổi nhận thức của

con người về vấn đề dân tộc và bản sắc, sẽ tạo ra các bản sắc văn hóa đa tầng và mềm dẻo.

Tuy nhiên, toàn cầu hóa hiện nay có những diễn biến, phát triển mới cùng với cuộc CMCNLT4 đã thúc đẩy quá trình hình thành xã hội thông tin và kinh tế tri thức; đẩy nhanh cuộc chạy đua gay gắt về kinh tế và khoa học - công nghệ, tạo điều kiện cho “chiến tranh mềm”, “chiến tranh thông tin” phát triển; khoảng cách giữa các nước giàu và nước nghèo ngày càng lớn, các thách thức an ninh phi truyền thống tiếp tục gia tăng... tác động sâu sắc đến an ninh quốc gia, khu vực và thế giới.

Truyền thông trong bối cảnh của toàn cầu hoá cũng đang thay đổi và phát triển một cách mạnh mẽ. Truyền thông đang ngày càng mang tính chính trị, kinh tế, văn hoá, xã hội, định hướng giá trị về tư tưởng, đạo đức và nhân cách sâu sắc. Sức mạnh của truyền thông được ví như sức mạnh của những cơn sóng thần, có thể cuốn hút sự tham gia của hàng triệu con người, trở thành một thứ vũ khí hiện đại trong việc tổ chức và định hướng cho các hoạt động sống của con người.

Truyền thông trong cuộc cách mạng thông tin đang phát triển mạnh mẽ và không ngừng. Cơ sở vật chất cùng công nghệ phục vụ cho các hoạt động truyền thông ngày càng mở rộng và hiện đại, hệ thống phương tiện truyền thông cũng ngày càng phong phú đi kèm với sự phát triển của internet và các công nghệ trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, như AI, dữ liệu lớn, và internet vạn vật.... Không gian mạng đã trở thành một phần thiết yếu trong cuộc sống hàng ngày của con người. Đặc biệt, ngày nay, truyền thông đã trở thành một chiến trường cho các cuộc đấu tranh chính trị, kinh tế và văn hóa toàn cầu. Nó là công cụ mà các quốc gia mạnh dùng để đối phó và thống trị các nước nhỏ hơn. Ngoài ra, truyền thông còn là phương tiện giúp các tập đoàn kinh tế lớn quảng bá và duy trì ưu thế của mình trong các cuộc cạnh tranh toàn cầu. Trong bối cảnh này, việc khai thác sức mạnh của truyền thông để xây dựng và phát triển đã trở thành mục tiêu chiến lược cho hầu hết các quốc gia trên thế giới. Vì vậy, toàn cầu hóa thông tin đã tạo ra những áp lực mạnh mẽ trong quá trình truyền tải thông tin đến công chúng, tạo sự cạnh tranh khốc liệt giữa các loại hình truyền thông mới và cũ. Cụ thể:

Giữa báo chí và mạng xã hội. “Mạng xã hội là hệ thống thông tin được thiết lập trên nền tảng trang thông tin điện tử hoặc ứng dụng trên mạng, cung

cấp các dịch vụ, công cụ cho phép người sử dụng dịch vụ cung cấp, trao đổi, tương tác, chia sẻ thông tin với nhau” [63]. Đơn cử như mạng xã hội Facebook, “Để có được 50 triệu độc giả, báo in cần quãng đường 100 năm, radio cần 38 năm, tivi cần 14 năm, internet cần 4 năm và Facebook chỉ cần đến 2 năm” [39]. Do đó, báo chí muốn giữ vững vị thế thì cần làm khác mạng xã hội, tập trung vào những giá trị cốt lõi của báo chí, như tính chính xác, khách quan, có trách nhiệm giải trình, phân tích, luận giải các vấn đề, sự kiện trên căn cứ khoa học, thực tiễn, đạo đức nghề nghiệp. Thay vì đưa tin, báo chí cần phân tích chiều sâu bản chất, đánh giá, đưa ra giải pháp, dẫn dắt, định hướng xã hội. Báo chí cần nâng cao chất lượng nội dung, để thông tin trên báo chí mang tính chất dẫn dắt dư luận trên mạng xã hội [23]. Tuy nhiên, không thể phủ nhận rằng, hiện nay, các trang mạng xã hội tác động mạnh mẽ đến đời sống thông tin toàn cầu.

Giữa các loại hình báo chí. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, để đáp ứng nhu cầu cập nhật thông tin nhanh nhất của bạn đọc, các CQBC tìm nhiều phương thức để đẩy nhanh nhất tốc độ truyền tải thông tin đến công chúng. Các CQBC đều thành lập các trang báo, tạp chí điện tử, để gia tăng sự cạnh tranh về tốc độ thông tin. Loại hình báo chí phát thanh gia tăng nhiều các chương trình tương tác trực tiếp, cập nhật thông tin 24/24 giờ, áp dụng công nghệ để rút ngắn thời gian tạo nên tác phẩm, thực hiện nhiều tin tức trực tiếp từ hiện trường về trường quay. Loại hình báo, tạp chí điện tử, với lợi thế của internet, cũng thể hiện tốc độ nhanh chóng trong việc sản xuất và truyền tải thông tin. Tuy nhiên, hiện nay, loại hình phát thanh và báo, tạp chí điện tử vẫn đang chiếm thế thượng phong trong quá trình cạnh tranh về tốc độ thông tin. Nhưng tương lai, truyền hình cũng có thể là một “đối thủ” cạnh tranh mạnh mẽ với hai loại hình trên.

Giữa các tòa soạn báo, tạp chí. Thông tin trung thực, chính xác và khách quan luôn là tiêu chí hàng đầu trong hoạt động của các CQBC. Nhưng bên cạnh những tiêu chí đó, các CQBC vẫn luôn coi trọng tốc độ truyền tải thông tin đến công chúng, đặc biệt là các tòa soạn báo. Tuy nhiên, thế mạnh của tạp chí là chiều sâu của thông tin, là sự phân tích, nhận định, bình luận, đánh giá, dự báo... Do đó, trong bối cảnh toàn cầu hóa, muốn khẳng định được vị trí, vai trò các tạp chí cũng phải cạnh tranh với các nhật báo và các phương tiện truyền thông xã hội khác về tốc độ truyền tải nội dung đến công chúng.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, tạp chí cũng không đứng ngoài dòng chảy thông tin, tham gia tích cực và góp phần thúc đẩy quá trình hình thành xã hội thông tin và kinh tế tri thức. Tuy nhiên, mặt trái của toàn cầu hóa thông tin hiện nay là tình trạng “báo hóa” tạp chí điện tử đang diễn ra khá phổ biến. Về nội dung, không ít tạp chí điện tử vắng bóng các bài viết chuyên luận, bài báo khoa học chuyên sâu có chiều sâu lý luận, tri thức khoa học, mà sa đà vào những nội dung thời sự hằng ngày, đưa quá nhiều thông tin liên quan đến vấn đề tiêu cực, mặt trái của xã hội, diện phản ánh quá rộng, vượt khỏi phạm vi giới hạn của tôn chỉ, mục đích. “Báo hóa” tạp chí gây nhiều hệ lụy tiêu cực, như dẫn tới hiện tượng thương mại hóa báo chí, cổ xúy cho cách làm báo dễ dãi, tùy tiện, làm suy giảm niềm tin của công chúng vào hệ thống báo chí, gây khó khăn cho công tác lãnh đạo, QLBC... Do đó, việc khắc phục hiện tượng trên đi liền với việc giữ vững bản chất, đặc điểm của tạp chí trong bối cảnh toàn cầu hóa thông tin có vai trò rất quan trọng.

3.1.1.2. Bối cảnh quốc tế hóa báo chí

Với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học - công nghệ, nhất là sự bùng nổ của viễn thông, internet, không gian mạng trở thành môi trường đặc biệt để các quốc gia khai thác, phục vụ phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh, giữ vững ổn định chính trị - xã hội, bảo vệ chủ quyền, lợi ích quốc gia - dân tộc. Do đó, báo chí trong kỷ nguyên số mang tính đại chúng, quốc tế, không biên giới.

Theo báo cáo kỹ thuật số toàn cầu, tính đến hết tháng 1-2024, Hiện có 8,08 tỷ người đang sống trên Trái đất. Số lượng người dùng điện thoại di động đạt 5,61 tỷ. Tổng số người sử dụng internet toàn cầu là 5,35 tỷ, chiếm hơn 66% dân số trên Trái đất [108]. Tại Việt Nam có 78,44 triệu người dùng internet, chiếm 79,1% tổng dân số. Thời gian người dùng từ 16 đến 64 tuổi sử dụng internet hằng ngày trên tất cả các thiết bị là hơn 6 giờ/ngày. Trong đó, thời gian sử dụng internet trên điện thoại di động 3 giờ 30 phút, trên máy tính và máy tính bảng 2 giờ 47 phút. Tỷ lệ thời gian sử dụng điện thoại di động trên internet hằng ngày chiếm 55,7%. Mục đích sử dụng internet để cập nhật tin tức, sự kiện chiếm 59,6%. Các phương tiện truyền thông xã hội được sử dụng nhiều nhất theo thứ tự tại Việt Nam là Facebook, Zalo, Tiktok, Facebook Messenger, Instagram, Telegram,... Mục đích sử dụng mạng xã hội để cập nhật tin tức, sự kiện chiếm 48,5% [108]. Thống kê này cho thấy, người

dùng độ tuổi từ 16 đến 64 dành hơn nửa thời gian sử dụng internet để cập nhật tin tức, sự kiện thông qua báo chí và các nền tảng truyền thông xã hội.

Như vậy, các vấn đề - sự kiện xảy ra ở bất kỳ khu vực nào trên thế giới, như bầu cử tổng thống Mỹ 2024, cuộc chiến Nga - Ukraine chỉ sau vài phút, thông qua internet, qua các phương tiện truyền thông xã hội, thông tin đã lan truyền trên toàn thế giới. Tác động ngay đến các vấn đề chính trị, kinh tế, xã hội ở một quốc gia nào đó cách rất xa nơi xảy ra sự kiện.

3.1.1.3. Sự phát triển như vũ bão của khoa học - công nghệ

Thế giới hiện nay đang ở trong kỷ nguyên số, đánh dấu một giai đoạn chuyển tiếp từ nền kinh tế công nghiệp sang nền kinh tế dựa trên khoa học và công nghệ. Sự xuất hiện của máy tính tốc độ cao, internet băng thông rộng qua các thế hệ mới như 4G và 5G, cùng với thiết bị cầm tay và cảm biến nhỏ gọn giá thành thấp, đã thúc đẩy quá trình chuyển đổi số mạnh mẽ trên toàn cầu và trong mỗi quốc gia, tạo ra sự kết nối ngày càng sâu sắc giữa thế giới thực và không gian số. Đặc biệt, sự phát triển của AI cùng các công nghệ đột phá khác đã giúp chuyển từ sản xuất tự động sang sản xuất thông minh, trở thành cốt lõi của cuộc CMCNLT4, ảnh hưởng lớn đến thế giới hiện đại.

Xu hướng chủ đạo của báo chí toàn cầu hiện nay là coi công nghệ như trụ cột trong việc sáng tạo các SPBC đa dạng và hiện đại, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của công chúng. Trong bối cảnh đó, các công nghệ như AI, điện toán đám mây, dữ liệu lớn, internet vạn vật, chuỗi khối và vũ trụ ảo đang dần có ảnh hưởng sâu sắc đến báo chí, tạo ra môi trường phát triển. Công nghệ số không chỉ giúp sản xuất và phân phối nội dung nhanh chóng mà còn mở rộng phạm vi cung cấp thông tin và tiết kiệm chi phí in ấn, vận chuyển. Đồng thời, nó còn tạo ra nhiều cơ hội kinh doanh mới như quảng cáo trực tuyến và dịch vụ liên quan đến nội dung số.

Báo chí đã trải qua nhiều biến đổi lớn cùng sự phát triển của công nghệ, dẫn đến sự thay đổi toàn bộ hệ sinh thái thông tin. Sự thay đổi này có thể thấy qua ba xu hướng nổi bật. *Thứ nhất*, xu hướng chuyển sang trực tuyến từ hơn 20 năm trước khi hầu hết các tổ chức tin tức ra mắt website. *Thứ hai*, sự chuyển dịch sang mạng xã hội đã dẫn đến sự thay đổi về loại hình báo chí và cách tương tác với độc giả. *Thứ ba*, sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin và truyền thông đã làm thay đổi các phương tiện truyền thông, thói quen của công chúng cũng như các quy trình sản xuất và phân phối thông tin.

Các CQBC lớn trên thế giới luôn xem công nghệ là yếu tố thiết yếu cho sự phát triển của tòa soạn, đồng thời chú trọng đến công nghệ mới. Điều này

trở thành một chiến lược cần thiết nhằm đáp ứng ngày càng tốt hơn các yêu cầu về nội dung phong phú từ công chúng. Một trong những công nghệ mới nổi bật là AI, được đánh giá là một trong những bước chuyển lớn, hứa hẹn mang lại sự thay đổi rõ rệt cho các CQBC.

AI đóng vai trò quan trọng và đang dần thay đổi cách thức hoạt động của các CQBC. Một ứng dụng tiêu biểu của AI là ChatGPT, công cụ hữu ích cho biên tập viên trong tòa soạn. ChatGPT có thể hỗ trợ rất tốt trong việc phát triển ý tưởng cho các chủ đề báo chí, tóm tắt và tối ưu hóa nội dung bài viết. Thời gian tiết kiệm nhờ ChatGPT giúp PV và BTV có cơ hội nghiên cứu tin tức và nội dung có chất lượng hơn. Ngoài ra, AI cũng hỗ trợ các tòa soạn trong việc kiểm duyệt bình luận của công chúng dễ dàng hơn, tự động phê duyệt nội dung hợp lệ và đánh dấu những bình luận vi phạm quy định. Ở một cấp độ cao hơn, AI còn có thể tạo ra nhà báo robot, tự động viết bài cho một số lĩnh vực như kinh tế và thể thao.

Bên cạnh AI, công nghệ Blockchain cũng đang được một số hãng tin và tòa báo như New York Times, Forbes, AP, Time, và Economic thử nghiệm để xác thực nội dung. Công nghệ này cho phép lưu trữ dữ liệu_metadata như thời gian và địa điểm của các hoạt động, như chụp ảnh, quay video, đăng bài và chỉnh sửa, qua đó tăng cường sự minh bạch về quyền tác giả và xây dựng lòng tin từ phía công chúng.

Một công nghệ mới đang được chú ý trong thời gian gần đây và được dự báo phát triển mạnh mẽ trong tương lai chính là Metaverse. Những sự kiện ảo, chương trình ảo và buổi biểu diễn ảo trở nên phổ biến trong thời kỳ giãn cách do đại dịch COVID-19. Trong báo cáo về xu hướng báo chí, truyền thông và công nghệ năm 2023 của Viện Nghiên cứu Báo chí Reuters, có một số điểm nhấn quan trọng về chiến lược phát triển báo chí số của các tòa soạn báo hàng đầu trên thế giới. Theo đó, dự báo các công nghệ như Metaverse sẽ là xu hướng nổi bật trong thời gian tới đối với hoạt động số hóa báo chí.

3.1.1.4. Bối cảnh công chúng số phát triển mạnh

Động lực và mục tiêu cho hoạt động của các tạp chí chính là công chúng. Việc nghiên cứu và chú trọng đến nhu cầu của công chúng giúp cho các tạp chí xây dựng được chiến lược phù hợp. Khi thói quen và cách tiếp cận của công chúng đã thay đổi, tạp chí không thể làm như trước mà cần phải điều chỉnh để phục vụ một cách hiệu quả hơn. Một số khảo sát gần đây về xu

hướng báo chí toàn cầu cho thấy 44% người tham gia khảo sát khẳng định rằng việc thúc đẩy chiến lược chuyển đổi nội dung số là yếu tố quan trọng nhất và cần xem công chúng là trung tâm của mọi hoạt động.

Trước đây, công chúng tiếp nhận thông tin, tri thức trên các tạp chí in truyền thống, thì nay, với sự phát triển của khoa học - công nghệ, công chúng tiếp nhận thông tin, tri thức thông qua các phương tiện kỹ thuật số, tương tác trực tiếp với tạp chí thông qua việc bình luận, chia sẻ và chủ động nêu ra ý kiến và quan điểm cá nhân. Hiện nay, công chúng trở thành một phần quan trọng trong quy trình sản xuất nội dung, phân phối nội dung và tiếp nhận, phản hồi thông tin. Bên cạnh đó, sự chuyển dịch phương thức tiếp cận thông tin của công chúng, nghe, xem trực tiếp đang ngày càng phổ biến, các tạp chí dùng AI để định hướng, dẫn dắt công chúng là xu thế tất yếu, để làm được việc này đòi hỏi các tạp chí phải có chiến lược tổ chức, vận hành, quản lý, chuyển đổi nội dung số theo mô hình đa nền tảng mới có thể đáp ứng nhu cầu đa dạng của công chúng. Nói cách khác, tạp chí muốn giữ chân công chúng, muốn tồn tại và tạo nguồn thu mới để nuôi sống chính mình cần phải chuyển đổi nội dung số.

Chuyển đổi nội dung số sẽ tạo ra nội dung đa dạng và tương tác hơn, bao gồm video, hình ảnh động, podcast và các tính năng tương tác khác để thu hút công chúng và giữ họ ở lại lâu hơn. Bằng cách sử dụng công nghệ AI và phân tích dữ liệu thông minh, các tạp chí có thể hiểu rõ hơn về sở thích của công chúng và tạo nội dung phù hợp hơn với họ. Tạp chí có cơ hội và lợi thế tạo ra nội dung trả phí, chất lượng cao và độc đáo, mà công chúng sẵn sàng trả phí để truy cập, tạo nguồn doanh thu ổn định. Bên cạnh đó, chuyển đổi nội dung số mang lại nhiều lợi ích cho các tạp chí, bao gồm: tăng khả năng tiếp cận với công chúng; nâng cao chất lượng nội dung; thúc đẩy tương tác và tham gia; nâng cao hiệu quả hoạt động; tạo ra các mô hình kinh doanh mới...

Về khả năng tiếp cận công chúng, chuyển đổi nội dung số giúp các tạp chí tiếp cận công chúng qua nhiều nền tảng khác nhau, như website, mạng xã hội, ứng dụng di động, cho phép thông tin đến với lượng công chúng lớn hơn. Nhờ internet, các nội dung có thể được phân phối trực tiếp đến người đọc trên toàn cầu. Điều này mở ra cơ hội tiếp cận với một lượng công chúng rộng lớn mà không bị rào cản về địa lý, tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển và tăng cường khả năng lan tỏa thông tin [PVS2].

Việc nâng cao chất lượng nội dung, chuyển đổi nội dung số cho phép cải thiện chất lượng thông qua việc sử dụng công nghệ mới để tạo ra nội dung hấp dẫn và phù hợp với nhu cầu của công chúng, chẳng hạn như sử dụng AI để sản xuất hình ảnh minh họa, đồ họa, infographics, viết bài theo dạng storytelling, kết hợp với ứng dụng thực tế tăng cường AR, thực tế ảo VR, và tạo báo nhúng bằng công nghệ XR. Thông qua phân tích dữ liệu và công nghệ tiên tiến, các nền tảng trực tuyến có khả năng cung cấp nội dung tùy chỉnh dựa trên sở thích và thói quen đọc của người dùng, từ đó nâng cao trải nghiệm đọc báo và giúp công chúng tiếp cận thông tin hiệu quả hơn.

Về khả năng tương tác và tham gia, các nền tảng số hóa tạp chí tạo ra cơ hội để người đọc tương tác và tham gia, tạo môi trường giao tiếp hai chiều, cho phép người dùng bình luận, bày tỏ ý kiến và tương tác với tác giả cũng như những độc giả khác. Điều này tạo ra sự tương tác đa chiều, nâng cao sự kết nối giữa người viết và công chúng.

3.1.2. Những vấn đề cụ thể đối với chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay

3.1.2.1. Đối với chủ thể chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

Với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học - công nghệ, ứng dụng công nghệ số cho phép người làm tạp chí sáng tạo thêm nhiều hình thức truyền thông hấp dẫn như: Megastory, infographics, long form, data journalism, media, lens, podcast, video... Bên cạnh đó, chuyển đổi nội dung số tạp chí giúp lãnh đạo các tạp chí thay đổi phương thức sản xuất nội dung, quản trị dữ liệu, quản trị tương tác công chúng... dựa trên công cụ kỹ thuật số mang lại hiệu quả cao trong kỷ nguyên số [8].

Để triển khai hiệu quả các mô hình sáng tạo, sản xuất nội dung gắn với ứng dụng công nghệ số, điều kiện tiên quyết là người đứng đầu tạp chí phải quyết liệt đổi mới, trực tiếp chỉ đạo hoạt động chuyển đổi nội dung số, ứng dụng công nghệ số vào sản xuất nội dung. Các tạp chí cần phải xây dựng chiến lược, ứng dụng công nghệ số và đổi mới sáng tạo với những mục tiêu, sứ mệnh rõ ràng, kèm theo những kế hoạch cụ thể về những việc cần làm trong ngắn hạn, dài hạn.

Đối với chủ thể. Người đứng đầu - TBT có vai trò quyết định và chịu trách nhiệm trực tiếp về chuyển đổi nội dung số trong tạp chí. Chuyển đổi nội dung số là vấn đề cấp thiết đặt ra với chính mỗi tạp chí trong bối cảnh hiện

nay. Việc này xuất phát từ chính nhận thức, từ quyết tâm và nắm rõ nhu cầu tâm lý, thói quen của công chúng tạp chí. Mỗi tạp chí có những đặc thù khác nhau, do đó cần phải có những chiến lược khác nhau. Sự phát triển của chiến lược chuyển đổi nội dung số nhất quán được hậu thuẫn mạnh mẽ từ một tầm nhìn chiến lược (hoặc định hướng) cho toàn bộ tiến trình chuyển đổi số của một cơ quan - tổ chức. Với tầm nhìn chiến lược, giúp hình thành một số ưu tiên, mục tiêu chính của chuyển đổi nội dung số.

Ngoài ra, BBT các tạp chí phải nhận thức đầy đủ về vai trò, tầm quan trọng, tính cấp thiết của chuyển đổi nội dung số; tập trung trí tuệ xây dựng chiến lược, chương trình chuyển đổi nội dung số tổng thể, từng giai đoạn và hằng năm với mục tiêu rõ ràng và có định lượng cụ thể bằng con số; là hạt nhân lan tỏa tinh thần, ý thức, quyết tâm thực hiện thành công chuyển đổi nội dung số đến đội ngũ cán bộ, PV, BTV, HSTK, KTV của tạp chí.

Năng lực số và chất lượng nguồn nhân lực quyết định đến thành công của chuyển đổi nội dung số tạp chí. Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí phụ thuộc vào đội ngũ lãnh đạo, quản lý, BTV, PV, HSTK, kỹ sư công nghệ, KTV - đây là “nhân tố” - những mắt xích quan trọng trong hoạt động sản xuất nội dung số. Nếu một mắt xích bị lỗi, cỗ máy sẽ vận hành kém hiệu quả, thậm chí không thể hoạt động. Hiện nay, trình độ, năng lực số của đội ngũ người làm tạp chí tại Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế, mới chỉ đáp ứng được 3/7 của khung năng lực số, Do đó, mới cơ bản đáp ứng được yêu cầu chuyển đổi nội dung số. Nhiều tạp chí hiện nay thiếu nguồn lực chất lượng, nhất là nguồn nhân lực công nghệ thông tin để triển khai, vận hành và quản lý hiệu quả các nền tảng truyền thông số. Chuyển đổi nội dung số sẽ hướng đến mục tiêu đào tạo đội ngũ nhà báo đa năng, đa nhiệm (All-in-one). Điều này đồng nghĩa với việc trong tương lai đội ngũ nhà báo phải đảm đương đa nhiệm các công việc liên quan đến nghiệp vụ báo chí, như: phát hiện vấn đề, chủ đề; xử lý thông tin, viết bài, thiết kế nội dung, quay phim, ghi hình kỹ thuật số, phân tích dữ liệu, tiếp nhận các phản hồi từ công chúng...

Nguồn nhân lực được cho là công cụ quan trọng nhất để nâng cao năng lực cạnh tranh giữa các tạp chí Việt Nam với tạp chí các nước và tạp chí với các phương tiện truyền thông khác... Theo số liệu thống kê, tính đến 31-12-2022, có tới gần 41.000 lao động hoạt động trong lĩnh vực báo chí, 19.356 người được cấp thẻ nhà báo. Đây là lực lượng lao động dồi dào và tạo ra lợi

thế với báo chí Việt Nam trước cuộc CMCNLT4 và các nền tảng mạng xã hội hiện hữu [8].

Thách thức và là một điểm nghẽn nữa là số lượng, chất lượng nguồn nhân lực cho chuyển đổi nội dung số. Nguồn nhân lực công nghệ chất lượng cao có ý nghĩa rất quan trọng, có tính quyết định trong chuyển đổi nội dung số. Tuy nhiên trên thực tế, cả số lượng và chất lượng nhìn chung chưa đáp ứng yêu cầu (năm 2020, Việt Nam thiếu 400.000 nhân sự ngành công nghệ thông tin; năm 2021 khoảng 500.000; năm 2022 , 2023 trở đi con số này vào khoảng 600 - 700.000; chất lượng đào tạo ngành công nghệ thông tin cũng khá thấp, chỉ có 30% số sinh viên tốt nghiệp đáp ứng được yêu cầu của các doanh nghiệp trong chuyển đổi số). Ở các tạp chí, tình hình nguồn nhân lực cho chuyển đổi nội dung số rất thiếu, và chưa được coi trọng đúng mức. Bên cạnh đó, đội ngũ lãnh đạo, PV, BTV, KTV ngoài trình độ chuyên môn, nghiệp vụ mà năng lực, kỹ năng sử dụng công nghệ mới chưa đáp ứng hoặc không đáp ứng thì “điểm nghẽn” đó sẽ chưa được khơi thông.

3.1.2.2. Đối với nội dung, phương thức chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

Nội dung

Vấn đề đặt ra cụ thể trong chuyển đổi số nội dung trong các tạp chí là tầm nhìn, chiến lược, vai trò chuyển đổi nội dung số như thế nào? Sử dụng dụng công nghệ số, nền tảng số nào? Công đoạn nào? Khâu nào trong toàn bộ quá trình sản xuất, phân phối nội dung số. Vì vậy, các tạp chí cần xác định rõ chuyển đổi nội dung số là ứng dụng công nghệ số trong sáng tạo, sản xuất nội dung, phân phối nội dung. Cụ thể gồm:

Một là, ứng dụng AI và dữ liệu lớn. Trong thời gian qua, ứng dụng AI và dữ liệu lớn vào hoạt động sáng tạo, sản xuất TPBC, SPBC đã và đang mang lại nhiều ích lợi cho các tạp chí, nhưng cũng còn đó các mặt trái và tác động không tốt cho các tạp chí cũng như các cơ quan quản lý nhà nước và sự tiếp nhận của công chúng, bởi khác với con người, nếu sử dụng không phù hợp, thì AI không có nhạy cảm chính trị, không có lý tưởng, không có tính nhân văn, hoàn toàn không có trách nhiệm xã hội và đạo đức báo chí. Do đó, để làm chủ và sử dụng tốt các hệ thống ứng dụng AI, mỗi tạp chí cần căn cứ theo tôn chỉ, mục đích cần ứng dụng một cách phù hợp, không quá lạm dụng và phải làm chủ

công nghệ, chủ động đổi mới phương thức chuyển tải, mang đến những trải nghiệm mới cho công chúng thông qua các ứng dụng công nghệ số.

Đối với ứng dụng AI cần tập trung chủ yếu vào một số khâu, cụ thể:

Tự động hóa quá trình sản xuất nội dung tạp chí: Việc viết và biên tập nội dung cho tạp chí thường mất nhiều thời gian và nguồn lực. ChatGPT có thể hỗ trợ quá trình này bằng cách tự động biên tập, tóm tắt các bài viết dài. ChatGPT có thể rút gọn, chỉnh sửa văn phong hoặc kiểm tra lỗi ngữ pháp, tra cứu nguồn trong bài viết. ChatGPT có thể rút gọn bài viết 5.000 từ xuống còn 3.000 từ.

Phân tích dữ liệu và xu hướng công chúng: Tạp chí hiện đại cần dựa trên dữ liệu để phân tích xu hướng đọc và phát triển nội dung phù hợp với công chúng. ChatGPT có thể giúp phân tích dữ liệu và gợi ý các chiến lược nội dung phù hợp dựa trên dữ liệu phân tích. Ví dụ: “Gợi ý nội dung cho tạp chí điện tử về kinh tế hướng đến người đọc trẻ”. ChatGPT có thể hỗ trợ trong việc phân tích bình luận, phản hồi từ độc giả để tìm ra nhu cầu, mong muốn của họ. Ví dụ: “Phân tích 100 phản hồi của độc giả về bài viết về biến đổi khí hậu”. Bên cạnh đó, AI sẽ cung cấp các thông tin, như sự gia tăng của việc đọc tạp chí trên thiết bị di động, sự chuyển đổi từ tạp chí in tạp chí điện tử, và xu hướng người đọc tương tác với các nội dung số.

Hỗ trợ BTV và PV: BTV và PV cần sự trợ giúp trong việc nghiên cứu nhanh, kiểm tra thông tin, và chuẩn bị câu hỏi phỏng vấn. ChatGPT có thể trở thành một trợ lý ảo giúp họ làm việc hiệu quả hơn. Ví dụ: ChatGPT thống kê và kiểm tra về các sự kiện, số liệu quan trọng trước khi viết bài hoặc đi phỏng vấn, như “Cung cấp các sự kiện nổi bật về kinh tế Việt Nam trong năm 2023”; sử dụng ChatGPT để tóm tắt các tài liệu dài, giúp phóng viên có được cái nhìn tổng quan trước khi bắt tay vào viết bài.

Phân tích và tối ưu hóa nội dung theo thuật toán SEO: Để tăng cường khả năng tiếp cận của các bài báo trên các công cụ tìm kiếm, việc tối ưu hóa SEO là rất quan trọng. ChatGPT có thể hỗ trợ việc cải thiện từ khóa, cấu trúc bài viết, và tối ưu hóa tiêu đề để nâng cao hiệu suất SEO. Ví dụ: Yêu cầu ChatGPT đề xuất từ khóa SEO dựa trên nội dung bài viết: “Đề xuất từ khóa SEO cho một bài viết về xu hướng chuyển đổi nội dung số trong tạp chí”. ChatGPT có thể đề xuất cấu trúc bài viết để bảo đảm các yếu tố như từ khóa, đoạn mở đầu hấp dẫn, và liên kết nội bộ được tối ưu hóa. Cung cấp một số từ khóa, như “AI trong báo chí”,

“chuyển đổi nội dung số báo chí”, và các tiêu đề gợi ý, như “Công nghệ tiên tiến đang thay đổi diện mạo ngành báo chí thế nào?”

Ngoài ra, dữ liệu lớn đóng vai trò quan trọng đối với các tạp chí, đặc biệt là tạp chí khoa học trong việc thực hiện chức năng minh bạch thông tin. Thông qua dữ liệu lớn, các cơ quan truyền thông và người dùng có khả năng tập hợp, phân tích, đánh giá và truy xuất thông tin, tìm hiểu mối liên hệ giữa nhiều dòng chảy thông tin, nhất là thông tin trên không gian mạng. Điều này cho phép trích xuất những giá trị mới từ các tư liệu và tổ chức sản xuất, sáng tạo các SPBC chất lượng.

Hơn nữa, phát triển nội dung số, đặc biệt là ứng dụng công nghệ số vào việc xây dựng sản phẩm tạp chí điện tử, sẽ làm thay đổi cách thức tổ chức sản xuất nội dung và nâng cao trải nghiệm cho công chúng. Nhờ đó, người dùng có thể tiếp cận thông tin trên nền tảng số một cách linh hoạt, không bị ràng buộc bởi không gian, thời gian hay vị trí địa lý. Dưới ảnh hưởng của công nghệ, ngành công nghiệp nội dung số đã và đang trở thành một lĩnh vực kinh tế chủ lực, có giá trị trí tuệ cao và là phương tiện thực hiện xã hội thông tin cũng như xã hội tri thức. Nội dung số cũng cho phép sáng tạo và thể hiện các SPBC trên nhiều nền tảng khác nhau nhằm gia tăng sự tương tác với nhiều công chúng khác nhau. Đồng thời, nó giúp phân phối và triển khai nội dung một cách nhanh chóng, rộng rãi và chính xác hơn theo yêu cầu của công chúng. Cần đẩy nhanh tiến trình thực hiện chiến lược đa nền tảng và xu hướng ưu tiên phát thông tin lên mạng xã hội. Thông tin nên hiện diện ở bất kỳ nơi nào có công chúng, chủ động đưa tin đến với họ thay vì chỉ để công chúng tìm kiếm thông tin. Không chỉ dừng lại ở một fanpage duy nhất, cần có fanpage cho mỗi chuyên mục hoặc chương trình trên các mạng xã hội như Facebook, YouTube, TikTok để mở rộng thông tin và tiếp cận công chúng mới.

Ba là, ứng dụng công nghệ 5G. 5G là thế hệ thứ 5 của công nghệ mạng không dây, là mạng có tốc độ truyền tải rất nhanh, kết nối ổn định và dung lượng được cải tiến nhiều so với phiên bản tiền nhiệm. Cụ thể, điểm mạnh và khác biệt của 5G so với 3G và 4G là có tốc độ cao và nhanh hơn gấp 10 lần so với 4G; và với độ trễ thấp hơn 4G. Ngoài ra, 5G giúp những ứng dụng ít giật “lag” hơn với những trình duyệt nặng.

Khi thế giới đang thay đổi liên tục, vấn đề - sự kiện liên tục diễn ra trên thế giới, yêu cầu thông tin phải luôn nóng hổi, phân tích, bình luận kịp thời để

thu hút công chúng. Do đó, tốc độ đường truyền cao đi đôi với công nghệ mới sẽ là một trợ thủ đắc lực cho đội ngũ PV, BTV truyền tải thông tin kịp thời đến với bạn đọc. 5G là một công nghệ hiện đại có thể hỗ trợ các tòa soạn cũng như các đơn vị sản xuất nội dung hoạt động độc lập ở bất cứ thời gian, địa điểm nào để truyền tải thông tin một cách nhanh nhất. Ngoài sự vượt trội về tốc độ, các thiết bị hỗ trợ 5G ngày càng tối tân đã trở thành những công cụ đắc lực cho các nhà báo.

Hiện nay, công chúng tiếp nhận thông tin qua nhiều phương tiện khác nhau (báo, tạp chí in, phát thanh, truyền hình, báo, tạp chí điện tử...), và bằng nhiều cách thức khác nhau. Sự phát triển một số công nghệ số như VR, AR trong lĩnh vực báo chí giúp công chúng có thể tiếp nhận nội dung qua nhiều giác quan hơn. Yêu cầu của các công nghệ mới này là cần một hạ tầng truyền tải tốt, thậm chí là mạnh mẽ và xuất sắc để đáp ứng sự vận chuyển những tài nguyên lớn. Vì thế các tạp chí đang dần thay đổi cách tổ chức và truyền phát, chuyển từ đơn loại hình sang đa loại hình, từ đơn ấn phẩm sang đa ấn phẩm nhằm thích ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của công chúng. Sử dụng công nghệ 5G, công chúng và tạp chí có thể kết nối dễ dàng và hiệu quả hơn. Đồng thời, 5G cũng tạo ra những “con đường” mới cho sản xuất nội dung số, mở ra cơ hội để công chúng tiếp nhận những TPBC trước đây khó tiếp cận. Khi 5G được triển khai rộng rãi, công chúng không những có thể trải nghiệm phiên bản chi tiết và chân thực hơn, mà còn có thể khám phá các bối cảnh không gian ba chiều ở chế độ 3D, từ đó có được sự trải nghiệm chủ động, mang tính tương tác và hấp dẫn hơn.

Tại Việt Nam, một nghiên cứu của Viện Chiến lược Thông tin và Truyền thông đã đề xuất lộ trình và chính sách triển khai 5G sau khi đánh giá rằng mạng này có sự cải tiến vượt bậc về tốc độ kết nối di động băng thông rộng, là hạ tầng tiềm năng cho các kết nối ở độ trễ siêu thấp, hỗ trợ giao tiếp giữa người - người, người - máy và máy - máy với số lượng lớn. Trên thế giới, sự phát triển của 5G tạo cơ hội cho nhiều hình thức báo chí mới. Kết nối tốc độ cao cho phép truyền phát nội dung có độ phân giải cao liền mạch, trong khi độ trễ thấp cho phép con người có thể tương tác theo thời gian thực khi chơi trò chơi trực tuyến.

Phương thức

“Chuyển đổi nội dung số không đơn thuần là việc ứng dụng công nghệ số vào các hoạt sản xuất nội dung, mà còn là quá trình xác lập một phương thức sản xuất mới tiên tiến, hiện đại - “phương thức sản xuất số”, trong đó đặc trưng của lực lượng sản xuất là sự kết hợp hài hòa giữa con người và AI; dữ liệu trở thành một tài nguyên, trở thành tư liệu sản xuất quan trọng; đồng thời quan hệ sản xuất cũng có những biến đổi sâu sắc, đặc biệt là trong hình thức sở hữu và phân phối tư liệu sản xuất số. Trong phương thức sản xuất số, “tổ chức và quản lý sản xuất có những đặc trưng và yếu tố quan trọng nổi bật như sau: 1- Dữ liệu phải được coi là yếu tố sản xuất cốt lõi, quyết định hiệu quả và khả năng tối ưu hóa quy trình và việc quản lý cần dựa trên phân tích dữ liệu thời gian thực; 2- AI và các công nghệ số liên quan cần được sử dụng để tổ chức sản xuất hợp lý và hiệu quả. Các quyết định cần được hỗ trợ và đánh giá bởi các mô hình AI; 3- Cần kết nối và tích hợp các hệ thống, các bộ phận của sản xuất, chẳng hạn qua IoT để bảo đảm giao tiếp liên tục giữa các thành phần; 4- Chú trọng tính linh hoạt và cá nhân hóa, điều chỉnh sản xuất theo nhu cầu thị trường nhờ các hệ thống sản xuất linh hoạt, tạo khả năng cung cấp sản phẩm và dịch vụ cá nhân hóa với chi phí thấp; 5- Chú trọng khai thác các đặc điểm của môi trường thực - số, tổ chức mọi công việc trên các nền tảng số, với công cụ hỗ trợ như phần mềm quản lý sản xuất, làm việc từ xa và hệ thống cộng tác số. Tóm lại, việc tổ chức và quản lý sản xuất phải lấy dữ liệu làm trung tâm, kết hợp công nghệ số và AI để bảo đảm tính linh hoạt, đáp ứng nhanh chóng với thị trường” [5]. Vì vậy, phương thức chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí cần tập trung vào những cách thức sau:

Thứ nhất, xây dựng hạ tầng số. “Khi dữ liệu và tri thức là đối tượng sản xuất chủ đạo, các công nghệ số và AI là công cụ sản xuất tiêu biểu thì việc đầu tiên là phải xây dựng được hạ tầng số” [5]. Đó là hạ tầng số của các tạp chí, CQBC, của mọi tổ chức. Theo đó, “hạ tầng số gồm ba thành phần: Hạ tầng kỹ thuật với máy chủ, mạng internet, thiết bị lưu trữ; hạ tầng dữ liệu là nguồn tài nguyên cốt lõi, chứa đựng thông tin và tri thức cần thiết cho mọi hoạt động sản xuất; và hạ tầng công nghệ với các công nghệ phi vật chất, đóng vai trò như công cụ trí tuệ, hỗ trợ khai thác, xử lý và chuyển đổi dữ liệu thành thông tin và tri thức cần cho sản xuất” [4]. Xây dựng hạ tầng số chính là xác lập đối tượng và công cụ sản xuất số của lực lượng sản xuất, và sở hữu tư liệu sản xuất số.

Thứ hai, xây dựng tòa soạn số theo hướng hội tụ công nghệ và nội dung. Hội tụ công nghệ và nội dung hướng tới việc tập trung cách thức quản lý, cách thức tổ chức sản xuất các TPBC, SPBC và sự kết hợp các phương tiện truyền thông nhằm cung cấp một nền tảng thống nhất từ chức năng, phương thức phân phối, quyền sở hữu, hình thái tổ chức... Hội tụ công nghệ và nội dung cho phép xây dựng một nền tảng công nghệ hiện đại, đưa toàn bộ hoạt động nghiệp vụ lên môi trường số nhằm giúp các tạp chí nắm bắt kịp thời thông tin, nhu cầu thông tin của công chúng, từ đó xây dựng các chuỗi thông tin, hệ bài viết đáp ứng các nhu cầu, đúng thời điểm của công chúng, đồng thời bảo vệ hoạt động của tạp chí trên môi trường số.

Thứ ba, cá nhân hóa và tùy biến các SPBC để đáp ứng tốt nhất nhu cầu thông tin của công chúng. Khi các tạp chí dựa vào internet và công nghệ số, công chúng có khả năng tiếp cận dễ dàng và nhanh chóng hơn đến những vấn đề và sự kiện nổi bật, làm mờ đi “biên giới” trong hệ thống truyền thông. Ranh giới về địa lý, cũng như hành chính quốc gia trên không gian mạng trở nên mờ nhạt, giúp quá trình thông tin và tiếp nhận thông tin của công chúng diễn ra liên tục và trên quy mô rộng lớn. Việc thông tin tự động tìm đến công chúng thúc đẩy nhu cầu cá nhân hóa và tùy biến để phục vụ từng đối tượng khác nhau. Khách hàng muốn SPBC theo yêu cầu, cá nhân hóa giao diện và cách tiếp cận thông tin đã mở ra một không gian mới cho các tạp chí. Nếu trong mô hình truyền thống, công chúng phải chủ động tìm kiếm thông tin, thì giờ đây, thông tin và tri thức tìm đến công chúng thông qua công nghệ, kỹ thuật và thói quen của họ. Vì vậy, các tạp chí cần phải nhận thức rằng, việc chuyển đổi nội dung số là một xu hướng không thể tránh khỏi, nếu không muốn bị tụt lại phía sau, mất đi công chúng và sự tồn tại.

Thứ tư, đa nền tảng, đa dịch vụ và đa phương tiện. Công nghệ truyền thông số cung cấp cơ hội cho các tạp chí áp dụng công nghệ thông tin mạnh mẽ trong tổ chức, sản xuất và phát hành các SPBC tới công chúng. Nhờ vào báo chí đa nền tảng, đa dịch vụ và đa phương tiện, công chúng có thể tiếp cận nội dung số qua nhiều nền tảng kỹ thuật số khác nhau như truyền thông đại chúng, truyền thông internet, và mạng xã hội... Đặc biệt trong bối cảnh hiện tại, khi hầu hết các giải pháp kỹ thuật, công nghệ đều dựa trên nhiều nền tảng khác nhau để hỗ trợ hoạt động của các tạp chí, nhằm khai thác tối đa tài nguyên cho công chúng một cách hiệu quả nhất. Khi internet ngày càng phát

triển và có tác động lớn đến các tạp chí, nhiều nghiên cứu về xu thế báo chí đa nền tảng bắt đầu dựa vào hành vi của công chúng. Ban đầu, nội dung website được ưu tiên (web-first), sau đó là nội dung số (digital first) thể hiện chiến lược số hóa cho các tòa soạn. Gần đây, thiết bị di động lại được đưa lên hàng đầu (mobile first) và cũng ưu tiên phát thông tin cho mạng xã hội (social first), nhằm sản xuất các SPBC phù hợp với các thiết bị di động và khả năng nhanh nhạy của truyền thông xã hội, hướng đến mô hình công chúng được đặt lên hàng đầu (audience first).

Khi áp dụng công nghệ đa nền tảng, thông tin tự động tìm đến công chúng, thay vì công chúng phải tìm kiếm. Chỉ với một thiết bị công nghệ số, công chúng có thể thỏa mãn nhu cầu từ việc tiếp nhận thông tin đến giao tiếp xã hội, giải trí và thực hiện các nhu cầu cá nhân. Bên cạnh đó, công nghệ đa nền tảng cũng giúp các tạp chí triển khai nội dung phù hợp hơn với các thiết bị mà công chúng sử dụng. Do đặc điểm của từng nền tảng, nội dung và hình thức trình bày cần phải khác nhau; ví dụ, việc hiển thị thông tin trên Facebook, Youtube... sẽ có sự khác biệt khi sử dụng các thiết bị khác nhau. Chính vì lý do này, các tạp chí cần đổi mới phong cách viết, cách trình bày và hình thức thể hiện... để phù hợp và đáp ứng đúng đối tượng công chúng của mình.

3.1.2.3. Đối với môi trường chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay

Môi trường chính trị

Trong những năm qua, Đảng và Nhà nước đã ban hành nhiều nghị quyết chỉ đạo, định hướng về đẩy mạnh phát triển khoa học - công nghệ; chủ động tham gia cuộc CMCNLT4, cụ thể: Nghị quyết số 36-NQ/TW, ngày 1-7-2014, của Bộ Chính trị khoá XI “Về đẩy mạnh ứng dụng, phát triển công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững và hội nhập quốc tế”. Nghị quyết số 52-NQ/TW “Về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư”, xác định nội dung cốt lõi là thúc đẩy phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo trên tất cả các ngành, lĩnh vực và thúc đẩy chuyển đổi số quốc gia.

Đảng và Nhà nước cũng xác định rõ vai trò của chuyển đổi số là động lực quan trọng phát triển lực lượng sản xuất, hoàn thiện quan hệ sản xuất đưa đất nước bước vào kỷ nguyên mới, kỷ nguyên vươn mình của dân tộc Việt Nam và khẳng định “Việt Nam nhất định sẽ thực hiện thành công cuộc chuyển đổi số, tạo ra bước đột phá trong phát triển lực lượng sản xuất và hoàn thiện quan hệ sản xuất, đưa đất nước ta, dân tộc ta vươn mình vượt bậc trong

kỷ nguyên mới, kỷ nguyên của tiên tiến, văn minh, hiện đại” [48]. Để thực hiện được mục tiêu này, nhiệm vụ bức thiết đặt ra đối các cấp, các ngành là phải đẩy nhanh chuyển đổi phương thức sản xuất truyền thống sang phương thức sản xuất số.

Về định hướng phát triển đất nước giai đoạn 2021 - 2030, văn kiện Đại hội XIII chỉ rõ: “đẩy mạnh chuyển đổi số quốc gia; phát triển kinh tế số trên nền tảng khoa học và công nghệ, đổi mới sáng tạo” [18, t.I. tr.145]. Đồng thời, văn kiện cũng vạch rõ hướng phát triển nền báo chí cách mạng Việt Nam “Xây dựng nền báo chí, truyền thông chuyên nghiệp, nhân văn và hiện đại. Thực hiện tốt quy hoạch, phát triển hệ thống báo chí, truyền thông... Tăng cường quản lý và phát triển các loại hình truyền thông, thông tin trên internet” [18, t.I. tr.239].

Trong lĩnh vực báo chí, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành: Quyết định số 362/QĐ-TTg, ngày 4-3-2019, về Phê duyệt quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc đến năm 2025 với mục tiêu phát triển báo chí phù hợp với xu thế phát triển khoa học - công nghệ và thông tin, truyền thông thế giới. Quyết định số 749/QĐ-TTg, ngày 3-6-2020, phê duyệt Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 nhằm mục tiêu kép là vừa phát triển Chính phủ số, kinh tế số, xã hội số, vừa hình thành các doanh nghiệp công nghệ số Việt Nam có năng lực đi ra toàn cầu; Quyết định số 348/QĐ-TTg, ngày 6-3-2023, Phê duyệt Chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 xác lập “mục tiêu cụ thể 2025: 70% cơ quan báo chí đưa nội dung lên các nền tảng số (ưu tiên các nền tảng số trong nước); 50% cơ quan báo chí sử dụng nền tảng phân tích, xử lý dữ liệu tổng hợp tập trung, ứng dụng AI để tối ưu hóa hoạt động; 80% cơ quan báo chí hoạt động, vận hành mô hình tòa soạn hội tụ, phù hợp với sự phát triển của khoa học, công nghệ tiên tiến trên thế giới, sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số... Đến 2030, 100% cơ quan báo chí đưa nội dung lên các nền tảng số (ưu tiên các nền tảng số trong nước); 100% cơ quan báo chí hoạt động, vận hành mô hình tòa soạn hội tụ và các mô hình phù hợp với sự phát triển của khoa học, công nghệ tiên tiến trên thế giới, sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số” [72].

Môi trường pháp lý

Trong bối cảnh phát triển mạnh mẽ, nhanh chóng của khoa học, công nghệ, truyền thông hiện đại, một số quy định của Luật Báo chí đã bộc lộ bất cập, chưa đáp ứng được thực tiễn hoạt động báo chí. Các tạp chí hiện chiếm 39,43% tổng số CQBC, mang tính đặc thù hơn so với các SPBC thông thường khác. Tuy nhiên, các quy định hiện hành trong Luật Báo chí năm 2016 về tạp chí nói chung, các loại hình tạp chí còn chưa đầy đủ để tạo cơ sở cho sự phát triển của sản phẩm này; chưa quy định về tiêu chí và điều kiện bảo đảm chất lượng khoa học, chưa quy định trách nhiệm của cơ quan chủ quản trong việc bảo đảm chất lượng khoa học...; bổ sung quy định về hoạt động báo chí trên môi trường số, trong đó xác định nền tảng số là phương tiện truyền dẫn thông tin. Nhà nước thừa nhận, khuyến khích, tạo điều kiện để báo chí hoạt động, lan toả thông tin trên nền tảng số. Thúc đẩy chuyển đổi số báo chí, hình thành và phát triển nền tảng số cho các tạp chí thực hiện phân phối nội dung, chia sẻ dữ liệu và các nền tảng số quốc gia khác cho báo chí. Quy định rõ báo điện tử và tạp chí điện tử và quy định cụ thể thế nào là định kỳ, xuất bản định kỳ là trong khoảng thời gian bao lâu. Quy định chưa rõ ràng, chưa phân định cụ thể giữa báo và tạp chí dẫn tới tình trạng tạp chí lợi dụng chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn nói chung của báo chí để hoạt động như cơ quan báo, không phù hợp với tính chất của tạp chí.

Chuyển đổi nội dung số là một xu hướng tất yếu trong tổ chức sản xuất, xuất bản của các CQTC trong kỷ nguyên số thông qua công nghệ số trong sáng tạo TPBC, SPBC mới mang lại nhiều lợi ích, tuy nhiên, cũng đặt ra thách thức và vấn đề về vấn đề bản quyền, sở hữu trí tuệ của các SPBC.

Ngày nay, hoạt động hội nhập quốc tế đã và đang trở thành xu thế tất yếu, chính vì thế, vấn đề bảo vệ quyền tác giả, quyền sở hữu trí tuệ trở thành nội dung được nhiều quốc gia quan tâm. Thông qua các công ước, hiệp định, hiệp ước về quyền tác giả, các quốc gia đã từng bước triển khai các hoạt động bảo vệ quyền tài sản và quyền nhân thân cho các sáng tạo của người dân mỗi quốc gia, trong đó có lĩnh vực báo chí - truyền thông.

Hiện nay, hành vi vi phạm bản quyền và sở hữu trí tuệ trên môi trường truyền thông số đang trở thành vấn đề mang trong mình nhiều khó khăn, phức tạp. Với sự phát triển mạnh mẽ internet, không gian số đã tạo nên một môi trường thúc đẩy các hoạt động lan truyền và quảng bá các SPBC một cách nhanh chóng, mạnh mẽ và không giới hạn về không, thời gian. Công nghệ số

cũng đã tạo nên các mô hình báo chí mới, đồng thời cũng thúc đẩy và tạo điều kiện thuận lợi cho hành vi vi phạm bản quyền thông qua nhiều hình thức khác nhau, như sao chép, chia sẻ và sử dụng trái phép các nội dung mà họ chưa được phép. Hành vi mạo danh tác giả, sao chép tác phẩm, trích dẫn lại, sử dụng lại các SPBC đã gây nhiều thiệt hại cho các tạp chí như gây thiệt hại về tài chính, giảm giá trị sản phẩm, gây mất uy tín của cơ quan chủ quản...

Việc sao chép và phân phối nội dung trở nên dễ dàng hơn trong thời đại số hóa. Điều này đặt ra vấn đề về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ của tác giả và của tạp chí. Cần có các giải pháp pháp lý và kỹ thuật để bảo đảm rằng nội dung được bảo vệ khỏi việc sao chép và phân phối trái phép.

Môi trường khoa học - công nghệ và đổi mới sáng tạo

Sự phát triển như vũ bão của khoa học - công nghệ ngày càng tác động mạnh mẽ đến mọi mặt của đời sống nhân loại, đóng góp trực tiếp vào quá trình khám phá và phát minh những thành tựu quan trọng. Hiện nay, nguồn nhân lực chất lượng cao cùng với khoa học - công nghệ và đổi mới sáng tạo trở thành yếu tố đầu vào quan trọng nhất của lực lượng sản xuất hiện đại.

Ở Việt Nam, trong Chiến lược phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo đến năm 2030 chỉ rõ: “Phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo là quốc sách hàng đầu, đóng vai trò đột phá chiến lược trong giai đoạn mới; là động lực chính để thúc đẩy tăng trưởng, tạo bứt phá về năng suất, chất lượng, hiệu quả” [73]. Chiến lược cũng định hướng phát triển, ứng dụng rộng rãi công nghệ thông tin và truyền thông, tập trung vào công nghệ số, cùng với xây dựng và hình thành các cơ sở dữ liệu lớn làm nòng cốt thúc đẩy chuyển đổi số.

Bên cạnh đó, Chiến lược đã xác định giải pháp quan trọng “để phát triển hệ thống tạp chí khoa học và công nghệ trong nước đạt trình độ quốc tế là đầu tư thỏa đáng hệ thống tạp chí trong nước trên cơ sở cân đối giữa các lĩnh vực khoa học và công nghệ, các đối tượng phục vụ, khuyến khích áp dụng công nghệ số, liên kết với các nhà xuất bản, tạp chí có uy tín trên thế giới. Nâng cao trình độ của đội ngũ biên tập, tăng tính đa dạng quốc tế của hội đồng biên tập; thu hút, khuyến khích các nhà khoa học trong và ngoài nước đăng tải các bài báo có chất lượng ở tạp chí trong nước. Có các quy định bắt buộc các đề tài từ ngân sách nhà nước phải có công bố trên các tạp chí trong nước” [73].

Nghị quyết số 57-NQ/TW, ngày 22-12-2024, khẳng định: “Phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia là đột phá quan trọng hàng đầu, là động lực chính để phát triển nhanh lực lượng sản xuất hiện đại, hoàn thiện quan hệ sản xuất, đổi mới phương thức quản trị quốc gia, phát triển kinh tế - xã hội, ngăn chặn nguy cơ tụt hậu, đưa đất nước phát triển bứt phá, giàu mạnh trong kỷ nguyên mới” [65]. Trong đó, xác định mục tiêu đến năm 2030, xây dựng “hạ tầng công nghệ số tiên tiến, hiện đại, dung lượng siêu lớn, băng thông siêu rộng ngang tầm các nước tiên tiến; từng bước làm chủ một số công nghệ chiến lược, công nghệ số, như AI, internet vạn vật, dữ liệu lớn, điện toán đám mây, chuỗi khối, bán dẫn, công nghệ lượng tử, nano, thông tin di động 5G, 6G, thông tin vệ tinh và một số công nghệ mới nổi. Phủ sóng 5G toàn quốc” [65].

Hiện nay, công nghệ số nói chung và AI nói riêng đang trở thành yếu tố then chốt quyết định sự phát triển của báo chí. Chúng ta đang sống trong một thời đại mà thông tin, tri thức không chỉ được sản xuất với tốc độ nhanh, mà còn được phân phối qua nhiều nền tảng và phương thức khác nhau. Điều này mở ra cả cơ hội lẫn thách thức cho các tạp chí, đặc biệt là trong việc làm chủ công nghệ số, ứng dụng AI để tạo ra những TPBC, SPBC có chất lượng cao và đáp ứng nhu cầu đa dạng của công chúng. Các tạp chí có thể tận dụng những tiến bộ trong công nghệ số để phát triển các hình thức truyền tải nội dung mới mẻ và hiệu quả hơn. AI là đòn bẩy cho sự phát triển của tạp chí, đơn giản hóa hoạt động của nhà báo và mang lại cho công chúng những trải nghiệm mới mẻ hơn.

Môi trường văn hóa

Những biến đổi lớn trong khuôn khổ kinh tế - xã hội và khoa học - công nghệ đã tạo ra động lực cũng như điều kiện thuận lợi cho các tạp chí phát triển theo hướng chuyên nghiệp và mở rộng hơn. Tuy nhiên, sự phát triển mạnh mẽ của khoa học - công nghệ cũng mang đến không ít thách thức, hệ lụy, và mặt trái đối với báo chí cách mạng Việt Nam. Điểm đáng lưu ý là sự bùng nổ của mạng xã hội và các phương tiện truyền thông mới đã làm nhiều cơ quan báo chí - truyền thông chịu thiệt hại về thị phần; không ít cơ quan báo chí đã rời xa tôn chỉ, mục đích ban đầu, chạy theo những thị hiếu tầm thường, sản xuất nội dung chủ yếu để thu hút nhiều lượt truy cập, thỏa hiệp với tính chính xác, khách quan nhằm đạt được lợi ích kinh tế...

Việc xây dựng môi trường văn hóa tại các cơ quan báo chí - truyền thông đã được tích cực hưởng ứng và thực hiện hiệu quả từ các cấp hội nhà báo ở địa phương. Phong trào này đã giúp nâng cao nhận thức và trách nhiệm về tầm quan trọng của văn hóa trong sự phát triển của đất nước cũng như các cơ quan báo chí - truyền thông. Giá trị của SPBC, danh dự và uy tín của những người làm tạp chí được nâng cao khi phong trào đã thực sự thấm sâu vào nhịp sống nghề nghiệp. Các tiêu chí trong văn hóa báo chí luôn nhắc nhở từng nhà báo thực hiện tốt các “Quy định về đạo đức nghề nghiệp của người làm báo Việt Nam”, tạo ra SPBC trung thực, khách quan, lan tỏa những giá trị tích cực và góp phần ngăn chặn thông tin xấu độc. Phong trào cũng tạo điều kiện cho mỗi nhà báo nhận diện rõ hơn trách nhiệm trong việc bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc.

Môi trường an toàn thông tin

An toàn và an ninh thông tin trong chuyển đổi số hiện là một trong những thách thức lớn nhất hiện nay và trong tương lai. Những năm gần đây, các nền tảng nội dung xuyên biên giới đã làm giảm nguồn thu của báo chí trong nước và ảnh hưởng đến vị thế của báo chí về mặt thông tin. Sự giảm sút vai trò của báo chí trong không gian mạng (đồng nghĩa với sự thống trị của các nền tảng quốc tế) còn kéo theo những hệ lụy xã hội đáng lo ngại khác. YouTube, Facebook, Zalo, Twitter, TikTok... đã trở thành những diễn đàn cho các phong trào phản ứng có tổ chức, đấu tranh chính trị, tư tưởng, trong khi các hiện tượng như lăng mạ, phỉ báng, “bóc phốt”, và tấn công cá nhân lãnh địa mạng trở nên phổ biến, thu hút nhiều người theo dõi và làm lu mờ những thông tin chính thống quan trọng. Điều này trở thành thách thức cho thể chế và an ninh thông tin, khi một lượng lớn người có thể quay sang “tấn công” các cơ quan nhà nước và các CQBC. Theo luật pháp quốc tế, mỗi quốc gia đều có chủ quyền đối với lãnh thổ, biển cả và cả không gian mạng. Chuyển đổi nội dung số chính là giải pháp sáng tạo để vượt qua thách thức từ các nền tảng quốc tế, giảm bớt sự phụ thuộc trong việc phân phối nội dung, đồng thời bảo vệ chủ quyền quốc gia trong không gian mạng.

Môi trường kinh tế

Khó khăn và thách thức lớn đối với các tạp chí trong chuyển đổi nội dung số là nguồn lực tài chính. Việc thiếu hụt ngân sách đầu tư cho tạp chí là một trong những trở ngại chính trong quá trình chuyển đổi nội dung số. Trong

khoảng thời gian dài, các tạp chí chủ yếu sống nhờ vào nguồn ngân sách nhà nước. Giờ đây, xu hướng chung là hướng tới tự chủ tài chính (trừ một số cơ quan thực hiện nhiệm vụ chính trị theo đặt hàng, được cấp kinh phí từ nhà nước). Trong những năm qua, nguồn thu từ quảng cáo sụt giảm đến 60 - 70%, gây khó khăn trong việc bảo đảm nguồn thu để vừa tiếp tục sản xuất nội dung, tuyên truyền chính trị, vừa có khả năng tạo ra các chương trình chất lượng nhằm thu hút quảng cáo.

Những thách thức khó khăn này cũng tạo cơ hội để các tạp chí nhạy bén trong việc nắm bắt sự thay đổi, cải tiến và làm mới mình nhằm theo kịp các xu hướng mới, tìm ra lối đi đúng đắn cho kinh tế báo chí. Đây là thời điểm thích hợp để cải thiện quy trình sản xuất sản phẩm, nâng cao chất lượng thông qua việc ứng dụng công nghệ số. Đồng thời, đây cũng là cơ hội để nâng cao trình độ của đội ngũ làm tạp chí, yêu cầu họ phải liên tục học tập để trở thành nhà báo đa năng, có khả năng tạo ra sản phẩm cho nhiều loại hình và xuất bản trên các nền tảng kỹ thuật hiện đại. Những người này cần là những PV, BTV có năng lực và phẩm chất nổi bật, chuyên gia trong lĩnh vực nội dung mà họ phụ trách, qua đó đóng góp vào việc xây dựng thương hiệu. Thách thức này còn đem đến cơ hội cho các tạp chí lựa chọn mô hình kinh doanh hiệu quả hơn. Để gia tăng sức cạnh tranh trong bối cảnh truyền thông đa dạng, các tạp chí cần lập kế hoạch phát triển phù hợp với tôn chỉ, mục đích của mình; tập trung vào những lĩnh vực có thế mạnh để đầu tư. Điều này phù hợp với nền kinh tế thị trường, đồng thời giúp tinh gọn các tạp chí, xây dựng đội ngũ chất lượng, vừa thực hiện tốt nhiệm vụ chính trị, vừa có khả năng tự chủ trong việc tạo ra nguồn thu ổn định.

3.2. Giải pháp chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam thời gian tới

3.2.1. Giải pháp đối với chủ thể, khách thể chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

3.2.1.1. Đối với chủ thể chuyển đổi nội dung số

Thứ nhất, cần nâng cao nhận thức đội ngũ lãnh đạo các tạp chí. Việc chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí Việt Nam chủ yếu bắt đầu từ sự thay đổi về tư duy. Quá trình này có thể ảnh hưởng đến toàn bộ tổ chức và cơ quan tạp chí, do đó chuyển đổi số cần khởi động từ việc thay đổi tư duy của lãnh đạo, quản lý từ cách nghĩ truyền thống sang chiến lược sản xuất công nghệ số

hiệu quả. Vì vậy, việc nâng cao hơn nữa nhận thức cho đội ngũ lãnh đạo của tạp chí là yếu tố quyết định trong chuyển đổi số.

Thứ hai, cần tăng cường nhận thức về vai trò và tính chất hoạt động của tạp chí; chú trọng đến thông tin chuyên sâu, chuyên ngành, bảo đảm chất lượng và nội dung học thuật, phân tích, lý luận sâu sắc và bám sát tôn chỉ, mục đích. Đẩy mạnh việc nghiên cứu và ứng dụng công nghệ tiên tiến trong sản xuất nội dung số, chú trọng đầu tư, nâng cấp trang thiết bị, cơ sở vật chất và thường xuyên đổi mới, sáng tạo trong quy trình sản xuất nội dung.

Thứ ba, cần xây dựng quy trình điện tử hóa sản xuất cho cả tạp chí in và điện tử, giúp tập trung nguồn lực sản xuất tin, bài của PV và BTV, đồng thời cải thiện chỉ đạo, định hướng và tổ chức triển khai nội dung tại tòa soạn. Điều này sẽ mang lại hiệu quả trong việc khai thác và xử lý thông tin, từng bước giảm thiểu thời gian và chi phí giấy tờ. Giải pháp này không chỉ nâng cao hiệu quả và chất lượng nội dung mà còn tạo sự kết nối, hỗ trợ giữa các loại hình trong cùng một tòa soạn, giúp sử dụng nhân lực và tài chính của tạp chí một cách khoa học và hiệu quả hơn. Hơn nữa, tòa soạn hội tụ số sẽ giúp minh bạch hóa trách nhiệm ở từng khâu trong quy trình biên tập và xuất bản, từ đó làm căn cứ đánh giá chính xác cán bộ, giảm thiểu tình trạng đùn đẩy trách nhiệm giữa các bộ phận, đồng thời xây dựng hệ thống dữ liệu số phục vụ cho việc tra cứu nội bộ, góp phần nâng cao hiệu quả cho công tác nghiên cứu khoa học và biên tập.

Thứ tư, nâng cao nhận thức của đội ngũ tham gia vào quy trình sản xuất nội dung. Đội ngũ PV, BTV, KTV tạp chí là nhân tố mang tính quyết định, do đó, tiếp tục đẩy mạnh tuyên truyền nâng cao nhận thức về vai trò quan trọng và tính bức thiết phải đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi nội dung số trong giai đoạn hiện nay, giúp đội ngũ này nhận thức đầy đủ, thống nhất, có trách nhiệm và quyết tâm thực hiện. Cụ thể: 1- Tâm thế số: Tư duy, cách tiếp cận xử lý vấn đề vô cùng quan trọng đối với quá trình chuyển đổi nội dung số thành công hay thất bại. Với một tư duy không chấp nhận cái mới thì rất khó để có thể chuyển đổi nội dung số thành công. Do đó phương thức tư duy, tiếp cận và xử lý vấn đề tạo ra tâm thế số đối với mỗi tạp chí. 2- Kỹ năng số: Các kiến thức, kỹ năng về an ninh mạng; kỹ năng về sử dụng các chương trình phần mềm trong sản xuất các TPBC mới; kỹ năng tương tác, làm việc trên môi trường số và các kỹ năng truyền thông trên môi trường số,

như phối hợp không gian ảo, giao tiếp qua công cụ và thiết bị số, tạo lập và biên tập nội dung số. Chuyển đổi, kết hợp thông tin và nội dung số vào vốn tri thức sẵn có. Hiểu rõ về hệ thống giấy phép và bản quyền liên quan đến quá trình sáng tạo nội dung số. 3- Tri thức nền tảng công nghệ số mới: các tri thức như điện toán đám mây, IoT, AI, dữ liệu lớn... 4- Các tri thức chuyên ngành: các tri thức chuyên ngành truyền thống thay đổi dưới tác động công nghệ, ví dụ như quản trị thông minh, tòa soạn thông minh, tòa soạn hội tụ..., các kiến thức mới này cần được thường xuyên tích lũy, cập nhật hằng ngày [PVS 7].

Thứ năm, đào tạo, bồi dưỡng, cập nhật kiến thức về công nghệ số và ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung cho đội ngũ tham gia trực tiếp vào hoạt động sản xuất nội dung. Các tạp chí tổ chức đào tạo, cập nhật kiến thức về các xu hướng công nghệ số trong sản xuất nội dung số; về báo chí cộng nghệ. Đào tạo, cập nhật kiến thức về AI, cách thức sử dụng ChatGPT một cách hiệu quả. Điều này bao gồm việc làm quen với giao diện ChatGPT, học cách đưa ra yêu cầu rõ ràng và kiểm tra lại kết quả mà AI tạo ra. Xây dựng được đội ngũ PV, BTV có kinh nghiệm, có trình độ chuyên môn, am hiểu công nghệ và có mối quan hệ chặt chẽ với CTV...

Thứ sáu, củng cố đội ngũ CVT nòng cốt, gắn bó lâu năm; mở rộng, đa dạng hóa đội ngũ CTV, chú trọng những CVT có hoạt động nghiên cứu và trải nghiệm thực tiễn. Do tính chất đặc thù về tính khoa học, tính lý luận... nên bài trên tạp chí chủ yếu do tác giả bên ngoài tạp chí viết. Vì thế, mở rộng, đa dạng đội ngũ CTV, nhất là đội ngũ CTV trẻ có năng lực chuyên môn, kỹ năng ứng dụng và sử dụng thành thạo các công nghệ số có vai trò đặc biệt quan trọng để nâng cao chất lượng của tạp chí, mang lại sự phong phú, sức hấp dẫn, tươi mới trong các bài viết. Tăng cường tọa đàm chuyên môn, mời đội ngũ CTV gắn bó, có nhiều đóng góp, nhiệt tình tham gia sẽ đóng góp những thông tin, gợi ý, ý tưởng, đề xuất rất đáng quý để trên cơ sở đó xây dựng kế hoạch biên tập, nâng cao hiệu quả, tính khả thi của kế hoạch biên tập.

Xây dựng kế hoạch biên tập, đặt bài thật sát với thực tiễn, khả thi trong thực hiện và phù hợp với nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng tạp chí. Tập trung nguồn lực tổ chức những tuyển bài, hệ bài chất lượng theo các sự kiện chính trị trọng đại của đất nước, vấn đề - sự kiện quốc tế. Đồng thời song hành xây dựng kế hoạch truyền thông, tuyên truyền một cách bài bản, chuyên

nghiệp. Lựa chọn một số PV, BTV có tố chất, năng lực nổi trội để tập trung đào tạo, bồi dưỡng xây dựng thành những cây bút có uy lực, ảnh hưởng lớn trong xã hội, tạo thương hiệu cho tạp chí.

3.2.2. Giải pháp đối với nội dung, phương thức chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

3.2.2.1. Đối với nội dung chuyển đổi nội dung số

Để tiến trình chuyển đổi nội dung số tạp chí diễn ra mạnh mẽ, các SPBC số cần được chú trọng trong việc đa dạng hoá về nội dung, hình thức. Thiết kế, sáng tạo các mô hình SPBC mới trên các nền tảng khác nhau để tăng độ tương tác với công chúng, phân phối nội dung số nhanh hơn, rộng hơn và chính xác hơn theo nhu cầu công chúng. “Phát triển các SPBC số chất lượng cao, đổi mới hiệu quả trải nghiệm của độc giả; xây dựng các gói sản phẩm và dịch vụ phù hợp với từng nhóm đối tượng độc giả. Ứng dụng các thành tựu khoa học - công nghệ trong việc tự động hóa để thúc đẩy quá trình sản xuất nội dung” [72].

Đối với tạp chí lý luận chính trị

Về nội dung: Giữ sự chuẩn mực trong phong cách của một tạp chí lý luận. Công việc quan trọng bậc nhất trong thiết kế, xây dựng một hệ thống tạp chí điện tử là *định hình rõ phong cách, sắc thái riêng có*, dựa vào tôn chỉ, mục đích, nhiệm vụ của chính cơ quan tạp chí đó. Phong cách và sắc thái riêng này phải được phản chiếu qua toàn bộ các yếu tố liên quan của giao diện, hình thức thể hiện, nội dung. Một tạp chí lý luận chính trị sẽ khác so với một tạp chí khoa học chuyên ngành, lại càng khác so với tạp chí giải trí. Sự tinh tế, sang trọng, khoa học, chiều sâu của giao diện, hình thức thể hiện phải được toát lên. Tạp chí lý luận chính trị điện tử dù có nhiều đổi mới nhưng thần thái, cốt cách đều toát lên đặc thù riêng riêng có của một tạp chí lý luận chính trị.

Về tính khoa học, chuyên sâu về lý luận chính trị: Tính chất chuyên sâu về lý luận chính trị, gắn với dạng bài chủ đạo là chuyên luận, tuyệt đối tránh các hiện tượng “báo hóa” tạp chí. Hạn chế sử dụng những dạng tin, bài phản ánh, phóng sự,... Giao diện không ôm đồm quá nhiều chuyên mục, không lạm dụng màu sắc, công nghệ - kỹ thuật. Các chuyên mục được sắp xếp, bố trí khoa học, hài hòa, trong đó trung tâm của giao diện là các bài chuyên luận; bài viết hiển thị tên tác giả, đơn vị công tác dưới tiêu đề để thể hiện sự công phu của tác phẩm, nâng cao tinh thần trách nhiệm của người viết, gắn với

thương hiệu của cây bút - điều này thể hiện rõ đặc thù của tạp chí, khác với bài viết của các báo...

Về hình thức: Đổi mới tổng thể, toàn diện giao diện, hệ thống tạp chí, định hình rõ phong cách, sắc thái riêng có, dựa vào tôn chỉ, mục đích, nhiệm vụ và công chúng đích của tạp chí sao cho phù hợp, trang trọng nhưng phải hiện đại. Đẩy mạnh việc ứng dụng các công nghệ - kỹ thuật trong hình thức thể hiện, tuy nhiên, cũng tránh tình trạng sử dụng công nghệ thái quá làm giảm hấp dẫn, khó theo dõi bài viết. Bên cạnh đó, tập trung xây dựng giao diện tạp chí điện tử bản dành cho thiết bị cầm tay thân thiện, dễ sử dụng; tối ưu hóa tính năng tra cứu, công cụ tìm kiếm trên các nền tảng công nghệ; đầu tư xây dựng ứng dụng (App) dùng cho mobile chạy trên các nền tảng khác nhau, như IOS và android. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ mới trong thể hiện các TPBC. Kết nối với các nền tảng truyền thông xã hội khác, như Facebook, YouTube, góp phần lan tỏa bài viết trên tạp chí, nâng cao hiệu lực, hiệu quả tuyên truyền.

Giao diện bảo đảm sự hài hòa, cân xứng, tinh tế trong tổng thể, từng bộ cục, màu sắc, các lớp giao diện, phù hợp với xu hướng trình bày của các tạp chí chính trị lớn trên thế giới, song vẫn giữ được bản sắc riêng có của tạp chí lý luận chính trị. Hình ảnh được sử dụng trong từng bài có sự chọn lọc kỹ lưỡng, không chỉ bảo đảm về tính chính trị, mà còn bảo đảm về tính thẩm mỹ, độ sắc nét để tôn lên nội dung, tạo ấn tượng về thị giác đối với độc giả. Tăng cường sử dụng video, đồ họa thông tin và ứng dụng các công nghệ mới trong sáng tạo TPBC... Tuy nhiên, tạp chí lý luận chính trị không lạm dụng thái quá tính năng đa phương tiện – công nghệ, mà dùng vừa phải, có chọn lọc, tinh tế, tập trung sử dụng trình bày một số “bài đỉnh” tạo điểm nhấn từng số tạp chí.

Thường xuyên đổi mới, nâng cao chất lượng, sức hấp dẫn, cách tiếp cận, hiệu quả của nội dung; xử lý tốt mối quan hệ giữa việc đáp ứng yêu cầu thông tin ngày càng cao của công chúng với bảo đảm định hướng chính trị, tư tưởng. Tiếp tục tìm hướng đi phù hợp để giữ vững vai trò, chức năng định hướng dư luận trong không gian mạng internet. “Xây dựng kế hoạch, tổ chức tuyên truyền theo chuỗi vấn đề, sự kiện... gắn với các sự kiện chính trị của đất nước, đồng thời khai thác hiệu quả những vấn đề, sự kiện quốc tế để thông tin, tuyên truyền, định hướng dư luận xã hội trước những sự kiện quan trọng, phức tạp và nhạy cảm. Chú trọng xây dựng hệ bài chuyên luận, chuyên sâu làm trung tâm, linh hồn, rường cột. “Tạp chí chuyên tải thông tin chủ yếu

bằng loại thể chính luận, gồm thể loại xã luận, bình luận và chuyên luận, trong đó chuyên luận là chủ đạo. Hệ bài chuyên luận lý luận là đặc trưng riêng, thể mạnh nổi trội; là linh hồn trong mọi hoạt động chuyên môn xuyên suốt, cũng như tác nghiệp hằng ngày của tạp chí” [34].

Nội dung chính là yếu tố cốt lõi của các SPBC số. Vì vậy, những người làm tạp chí cần chú trọng đến việc phát triển nội dung, đặc biệt là việc liên tục làm mới để thu hút công chúng. Với sự hỗ trợ của công nghệ số, việc phân tích các số liệu liên quan đến tâm lý và thói quen của công chúng sẽ giúp họ xây dựng dần ý cho nội dung của mỗi sản phẩm. Tuy nhiên, nếu chỉ tập trung quá mức vào một loại nội dung nhất định, điều này có thể khiến độc giả mất hứng thú. Do đó, việc đa dạng hóa nội dung là cần thiết để phát triển sự phong phú và đặc sắc cho mỗi sản phẩm báo chí trực tuyến, đồng thời góp phần vào quá trình chuyển đổi nội dung số của các tạp chí nói chung.

Để làm phong phú các SPBC số, cần có định hướng rõ ràng cho nội dung và hình thức. Chính vì vậy, những người thực hiện tạp chí cần nghiên cứu kỹ về loại hình trước khi bắt tay vào quá trình thực hiện, cũng như tìm hiểu đối tượng độc giả mục tiêu để có phương hướng thích hợp trong việc viết tin bài. Hơn nữa, họ nên chú trọng đến các nền tảng hay ứng dụng để đăng tải bài viết. Từ đó, có thể xác định nội dung cũng như thể loại sao cho phù hợp và đáp ứng được nhu cầu của công chúng.

Về công nghệ - kỹ thuật: Xây dựng hệ thống CMS mới, hiện đại, tối ưu hóa công cụ tìm kiếm; tích hợp hiệu quả hệ thống quản trị nội dung; đầu tư mới hệ thống máy chủ, mua sắm trang thiết bị, phương tiện sản xuất các sản phẩm báo chí hiện đại. Đây là yếu tố quan trọng góp phần nâng cao chất lượng, hiệu lực, hiệu quả tuyên truyền của tạp chí. Đẩy mạnh đầu tư nghiên cứu, phát triển các công cụ, giải pháp kỹ thuật để tăng diện bao phủ thông tin. Đồng thời cũng cần đầu tư trang thiết bị hiện đại, phần mềm chuyên dụng để sàng lọc bài viết có nội dung sao chép, vi phạm bản quyền, kiểm tra trích dẫn,... hỗ trợ biên tập viên trong quá trình biên tập bài viết.

Với tính chất là một tạp chí lý luận chính trị, không chạy theo các xu thế công nghệ thức thời như nhật báo, song cũng không thể nằm ngoài dòng chảy chủ lưu của các công nghệ, xu hướng báo chí, dù phát hành định kỳ, có độ trễ. Hệ thống tích hợp những công nghệ, xu thế báo, tạp chí điện tử hiện đại, được xây dựng dựa trên nền tảng số hiện đại, tích hợp nhiều công nghệ, tính năng quản trị nội dung hiện đại, mở, như ứng dụng trí tuệ nhân tạo; trình bày dạng bài phi

tuyến tính, nhúng ảnh, video, audio độ phân giải cao; tùy biến trên đa dạng thiết bị desktop, mobile, ipad; độ bảo mật cao...

Về phát hành đa nền tảng

Việc đa dạng hóa các tin bài trực tuyến cần phải kết hợp với tính linh hoạt trong việc phát hành trên các nền tảng số. Để thực hiện hiệu quả điều này, những người làm báo cần khai thác triệt để các lợi ích mà các công cụ hỗ trợ thuật toán mang lại. Họ cần nắm bắt tốt các xu hướng tin tức được công chúng quan tâm và hành vi sử dụng nền tảng công nghệ để tiếp cận thông tin từ người đọc, từ đó có những phương án phù hợp cho việc đăng tải các SPBC. Bên cạnh đó, các SPBC số cũng cần được phát hành dưới nhiều hình thức khác nhau nhằm phục vụ công chúng trên tất cả nền tảng, tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận thông tin số hiệu quả đến mọi đối tượng công chúng.

Xúc tiến chuyển đổi nội dung số báo chí đang trở thành nhiệm vụ cần thiết trong bối cảnh hiện tại khi internet ngày càng mở rộng. Tăng cường phát triển tính đa dạng trong từng TPBC trực tuyến chính là cách để tiến hành quá trình chuyển đổi số báo chí nhanh chóng hơn bao giờ hết. Điều này yêu cầu sự đóng góp và hỗ trợ hiệu quả từ những người làm báo. Đặc biệt, cần có những chiến lược phù hợp để triển khai các loại hình báo chí số. Hơn nữa, sức hút từ công chúng là yếu tố không thể thiếu, nhất là khi nội dung luôn giàu phong phú. Hơn thế nữa, việc làm đa dạng hóa các SPBC số cần phải dễ dàng tiếp cận bằng cách phân phối các sản phẩm đó trên nhiều nền tảng số khác nhau.

Cần đầu tư phát triển mạnh mẽ hơn nữa cho tạp chí điện tử, coi đây là kênh truyền tải chủ yếu để cung cấp các bài viết chất lượng cao đến bạn đọc trong nước và quốc tế. Điểm mạnh của tạp chí chính là chiều sâu thông tin, bao gồm phân tích, nhận định, bình luận, đánh giá, dự báo,... được phát hành bằng nhiều ngôn ngữ, đến khắp nơi trên thế giới. Cần hiện đại hóa tạp chí điện tử nhằm tối ưu hóa hiệu quả tuyên truyền, đặc biệt là thực hiện những chức năng mà ấn phẩm in gặp giới hạn, chẳng hạn như công bố các dữ liệu lớn, loại bài viết phát huy tính hữu ích kỹ thuật số trên nhiều nền tảng (video, hình ảnh, âm thanh...).

Tạp chí khoa học chuyên ngành

Tạp chí khoa học đóng vai trò là một trong những kênh truyền thông khoa học quan trọng nhất trong lĩnh vực nghiên cứu và công nghệ, đồng thời là nơi phản ánh kết quả cuối cùng của các nghiên cứu mà các nhà khoa học thực hiện. Tạp chí khoa học cũng cung cấp dữ liệu đầu vào cho quá trình nghiên cứu, do không có bất kỳ hoạt động nghiên cứu nào diễn ra mà không tham khảo các công trình đã được công bố trên các tạp chí khoa học trước đó.

Ngoài ra, tạp chí còn cho phép đánh giá hiệu suất cũng như năng suất của các nhà nghiên cứu dựa vào số lượng công bố của họ và nơi họ công bố các bài báo. Đây cũng là nơi có thể đánh giá chất lượng và mức độ quan trọng của công trình nghiên cứu trải qua việc xem xét số lần trích dẫn của các bài báo đã được công bố trên tạp chí. Do đó, cần thực hiện một số giải pháp như sau:

Thứ nhất, cần áp dụng mã định danh tài liệu số DOI cho các bài viết trên tạp chí khoa học. DOI (Digital Object Identifier) được hiểu là “định danh số của một đối tượng”. Mã này tạo ra một đường dẫn cố định cho các tài nguyên thông tin trên internet. Nếu địa chỉ URL của tài liệu thay đổi, người dùng vẫn có thể được chuyển hướng đến địa chỉ mới thông qua DOI. DOI rất quan trọng trong việc trích dẫn học thuật vì tính bền vững hơn so với URL, bảo đảm rằng người dùng có thể truy cập nguồn thông tin một cách hiệu quả. Hiện nay, việc đăng ký và áp dụng hệ thống DOI cho các bài báo trực tuyến được coi là một tiêu chí quan trọng để đánh giá tính uy tín của các tạp chí khoa học trực tuyến. Hiện tại, số lượng tạp chí khoa học của Việt Nam áp dụng DOI vẫn còn hạn chế, chủ yếu tập trung ở hai tổ chức lớn là Đại học Quốc gia Hà Nội và Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam.

Thứ hai, tạp chí khoa học có vai trò thiết yếu trong nghiên cứu. Nội dung trên các tạp chí vừa là nguồn đầu vào rất quan trọng cho hoạt động nghiên cứu, đồng thời cũng là một đầu ra của các hoạt động đó. Chuyển đổi nội dung số đã có ảnh hưởng lớn đến việc xuất bản tạp chí khoa học toàn cầu, giúp tăng cường chất lượng, đáp ứng tốt hơn nhu cầu sử dụng từ công chúng. Quá trình chuyển đổi số này cần không ngừng chú trọng vào việc phát triển xuất bản tạp chí trực tuyến, sử dụng các phần mềm xuất bản mở và tuân thủ các tiêu chuẩn đã được công nhận; đồng thời tăng cường ứng dụng DOI cho tạp chí trực tuyến và xây dựng cơ sở dữ liệu trích dẫn Việt Nam [PVS 8].

Thứ ba, cần tăng cường áp dụng công nghệ vào các tạp chí khoa học. Trong kỷ nguyên số, việc áp dụng công nghệ và kỹ thuật đã trở thành điều không thể thiếu đối với các cơ quan xuất bản và các tạp chí khoa học. Các ứng dụng công nghệ có thể được triển khai thông qua các phần mềm quản lý bài viết, phần mềm hỗ trợ hiệu đính ngôn ngữ, thiết kế và quảng bá truyền thông, cũng như các công cụ thiết kế chuyên dụng (như Canva), hệ thống gửi email tự động, và các kênh truyền thông xã hội như Facebook, Zalo, Tiktok. Điều này sẽ góp phần tăng cường nội lực khoa học và công nghệ cho các tạp chí khoa học, đáp ứng nhu cầu hội nhập của các nhà khoa học trong nước.

Tạp chí thông tin chỉ dẫn và giải trí

Về nội dung, đây là nhóm tạp chí có công chúng đích phổ rộng hơn, do đó, ngoài nội dung chuyên sâu, chuyên biệt, nhóm đối tượng này ứng dụng tối đa những nền tảng công nghệ trong sản xuất nội dung, như ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung; ứng dụng công nghệ số trong quản lý và khai thác dữ liệu công chúng; thu thập dữ liệu độc giả trực tuyến bằng các công cụ đo lường kỹ thuật số (ứng dụng cài trên mã nguồn của tạp chí); sáng tạo loại hình truyền thông mới thông qua việc khai thác 5G (sản xuất bài viết dạng storytelling, kết hợp VR và AR), tạo báo nhúng bằng ứng dụng công nghệ xR, bảo vệ bản quyền và thu phí bằng công nghệ blockchain nhằm tối ưu hóa hiệu quả thông tin, truyền thông.

Chuyển đổi nội dung số là xu thế tất yếu trong bối cảnh của cuộc CMCNLT4 hiện nay, tạp chí càng không nằm ngoài xu thế này. Vì vậy, các tạp chí cần tập trung sản xuất các SPBC số phù hợp với từng loại tạp chí, cụ thể:

Sản xuất nội dung trực tuyến: Sản xuất nội dung trực tuyến là cốt lõi của chuyển đổi số, cho phép cung cấp thông tin một cách nhanh chóng và hiệu quả trên nhiều nền tảng khác nhau. Điều này bao gồm việc viết bài, thực hiện phỏng vấn, sản xuất video và podcast trực tuyến với nhiều hình thức nội dung khác.

Nội dung đa phương tiện: Việc tạo nội dung đa dạng đã trở thành một phần quan trọng của chuyển đổi nội dung số. Tạp chí phải sản xuất video, hình ảnh động, podcast và nhiều định dạng đa phương tiện khác để thu hút một lượng công chúng đa dạng và duy trì họ trên các nền tảng trực tuyến. Nội dung đa phương tiện cung cấp trải nghiệm đa chiều cho công chúng.

Phân tích dữ liệu thông minh: Công nghệ phân tích dữ liệu cho phép hiểu rõ hơn về công chúng của họ. Phân tích dữ liệu thông minh có thể cung cấp thông tin về sở thích, hành vi đọc báo và các thông tin cần thiết khác. Dựa trên những thông tin này, tạp chí có thể điều chỉnh nội dung và chiến lược để đáp ứng nhu cầu của công chúng một cách tốt hơn.

Tạo nền tảng trực tuyến: Xây dựng và duy trì trang web, ứng dụng di động và các nền tảng trực tuyến khác là quan trọng để cung cấp thông tin cho công chúng. Nền tảng trực tuyến là nơi mọi người tìm kiếm tin tức và thông tin, do đó chất lượng và trải nghiệm người dùng của nền tảng này rất quan trọng.

Quản lý dữ liệu: Với sự gia tăng về quy định bảo mật dữ liệu cá nhân, việc quản lý dữ liệu trở nên cực kỳ quan trọng. Tạp chí cần bảo đảm thông tin cá nhân của độc giả được bảo vệ và sử dụng đúng cách, điều này đòi hỏi tuân thủ các quy định về bảo vệ dữ liệu.

Tích hợp AI: Sử dụng AI để tạo nội dung tự động, cá nhân hóa trải nghiệm độc giả, đồng thời phân tích dữ liệu dựa trên máy học. AI có khả năng

giúp tối ưu hóa quy trình sản xuất nội dung và cung cấp thông tin một cách nhanh chóng.

Mở rộng tầm ảnh hưởng qua mạng xã hội: Mạng xã hội trở thành một nền tảng quan trọng cho chia sẻ nội dung và tương tác với công chúng. Tạp chí cần tận dụng mạng xã hội để tiếp cận lượng lớn người dùng, xây dựng cộng đồng trực tuyến và thúc đẩy tương tác.

Phát triển nội dung trả phí: Một trong những nguồn doanh thu quan trọng trong chuyên đổi nội dung số là nội dung trả phí. Tạp chí với lợi thế có thể tạo ra nội dung đặc sắc và giá trị cao để thu hút người đọc trả phí, đảm bảo nguồn doanh thu ổn định.

Hợp tác với các nền tảng trực tuyến: Hợp tác với các doanh nghiệp công nghệ và nền tảng trực tuyến có thể giúp tạp chí tận dụng các công cụ và tài nguyên mà họ không có. Các hợp tác này có thể liên quan đến quảng cáo, phân phối nội dung hoặc phát triển công nghệ, phát triển ứng dụng di động để cung cấp nội dung và trải nghiệm độc giả tốt trên các thiết bị di động. Ứng dụng di động đang trở thành một kênh quan trọng để tiếp cận độc giả trên các thiết bị cầm tay. Những hoạt động này đòi hỏi sự đầu tư, thích nghi nhanh và khả năng sáng tạo để cung cấp nội dung hấp dẫn và duy trì tầm ảnh hưởng trong môi trường số hóa ngày càng cạnh tranh.

3.2.2.2. Đối với phương thức chuyển nội dung đổi số

Để chuyển đổi nội dung số thành công, các tạp chí phải lựa chọn, xây dựng mô hình tòa soạn tạp chí số phù hợp với từng nhóm tạp chí theo hướng theo hướng đa nền tảng, đa dịch vụ, đa phương tiện, đóng vai trò trung tâm trong tổ chức sản xuất nội dung, định hướng thông tin và định hướng dư luận xã hội trong tình hình mới. Tòa soạn tạp chí số là mô hình vận hành tòa soạn trên nền tảng số, được ứng dụng công nghệ số phù hợp với quy mô, tính chất mục tiêu của tạp chí trong đó tập trung vào một số vấn đề trọng tâm sau đây:

Thứ nhất, tổ chức và quản lý sản xuất số. Trong đó, dữ liệu là yếu tố sản xuất cốt lõi, quyết định chất lượng SPBC; AI và các công nghệ số được sử dụng một cách phù hợp với từng dạng, loại SPBC và được tích hợp vào các công đoạn quan trọng trong tổ chức và sản xuất nội dung; chú trọng tính linh hoạt và cá nhân hóa; tổ chức sản xuất trên các nền tảng số với công cụ hỗ trợ như phần mềm quản lý sản xuất, phần mềm hỗ trợ thiết kế đồ họa, ảnh, infographic, video, audio và hệ thống cộng tác số [PVS 18].

Thứ hai, phân phối sản phẩm số. Tối ưu hóa dựa trên khai thác dữ liệu lớn sử dụng AI để đo lường nhu cầu, tâm lý thói quen của công chúng theo thời gian thực, đồng thời dựa vào thông tin từ hệ thống SPBC để tối ưu hóa

phân phối nội dung, tối ưu hóa hiệu lực, hiệu quả tuyên truyền - truyền thông trên các nền tảng số. Bên cạnh đó, cá nhân hóa trải nghiệm công chúng nhờ phân phối sản phẩm nội dung số theo nhu cầu và sở thích cá nhân.

Như vậy, mô hình tòa soạn tạp chí số mang tính phổ quát dành cho các tạp chí, được tổ chức theo mô hình hội tụ nội dung và công nghệ, gồm các khối:

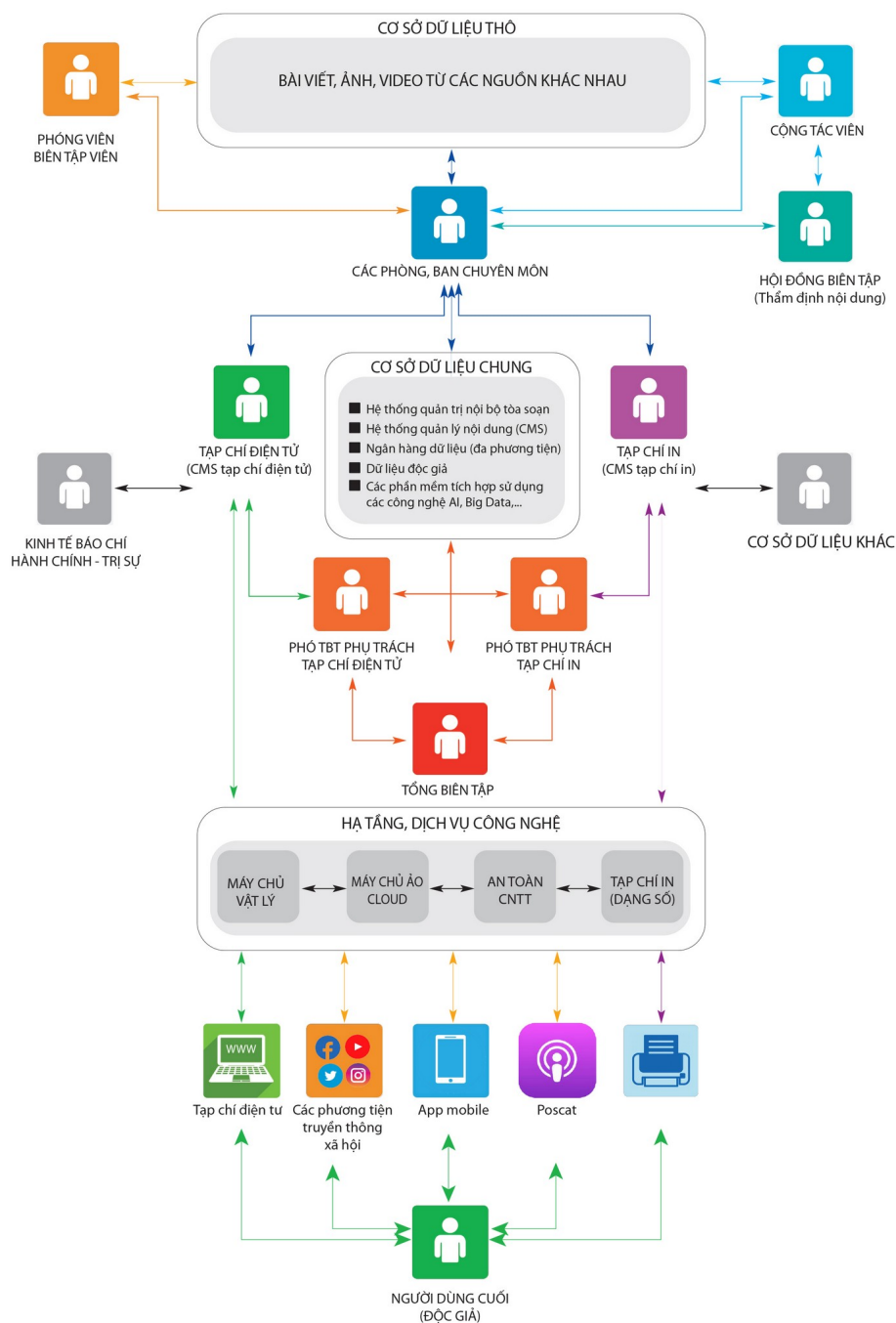
1- Khối sản xuất nội dung: Khối này gồm đội ngũ PV, BTV, CTV, lãnh đạo các ban chuyên môn trong tạp chí, đồng thời là thành viên hội đồng biên tập. Đây là đội ngũ sản xuất nội dung của tạp chí.

2 - Khối tổ chức sản xuất nội dung: Khối này gồm đội ngũ PV, BTV, HSTK, KTV, lãnh đạo, quản lý thực hiện công tác sản xuất nội dung thông qua lớp ứng dụng và cơ sở dữ liệu gồm: Hệ thống quản trị nội bộ tòa soạn; hệ thống quản lý nội dung (CMS) chung hoặc riêng cho từng loại hình xuất bản; ngân hàng dữ liệu (Kho thông tin đa phương tiện; kho thông tin lưu trữ; dữ liệu bạn đọc...); các phần mềm tích hợp khác, như phần mềm phân tích dữ liệu công chúng (sử dụng các công nghệ AI, dữ liệu lớn, tìm kiếm thông minh); các hệ thống thu thập thông tin...

3- Lớp hạ tầng công nghệ thông tin và kênh phân phối: Khối này đội ngũ chủ yếu là KTV, thực hiện kỹ thuật trong xuất bản nội dung của tòa soạn tạp chí số.

4- Người dùng cuối: Công chúng đọc tạp chí trên các nền tảng khác nhau

MÔ HÌNH TÒA SOẠN TẠP CHÍ SỐ



Hình 3.1: Mô hình phổ quát Tòa soạn tạp chí số

Thông qua mô hình này, có thể phát triển nền tảng hỗ trợ chuyển đổi nội dung số dùng chung cho các tạp chí. Mỗi nhóm tạp chí có đặc điểm và quy trình sản xuất, xuất bản riêng, do đó, Nhà nước cần đầu tư ban đầu như là “vốn môi” để phát triển nền tảng hỗ trợ chuyển đổi nội dung số phù hợp cho từng nhóm tạp chí, như hệ thống quản trị nội dung (CMS); nền tảng phân tích thông tin, dư luận trên mạng xã hội; nền tảng quản lý dữ liệu; hệ thống các công cụ phần mềm tích hợp công nghệ số.

3.3. Một số khuyến nghị

3.3.1. Đối với cơ quan xây dựng ban hành chính sách, pháp luật

3.3.2.1 Đối mới cơ chế, chính sách bảo đảm chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí

Thứ nhất, về thể chế. Trong bối cảnh phát triển mạnh mẽ khoa học - công nghệ, truyền thông hiện đại, một số quy định của Luật Báo chí đã bộc lộ hạn chế, bất cập, chưa đáp ứng được thực tiễn hoạt động báo chí. Do đó, cần sửa đổi, bổ sung quy định rõ các loại hình tạp chí, phân định rõ báo điện tử và tạp chí điện tử trong Luật Báo chí, tạo cơ pháp lý cho sự phát triển của tạp chí; bổ sung các quy định về hoạt động báo chí trên môi trường số, trong đó xác định nền tảng số là phương tiện truyền dẫn thông tin; khuyến khích, tạo điều kiện để báo chí hoạt động, lan toả thông tin trên nền tảng số.

Sửa đổi, bổ sung Luật Báo chí, Luật Sở hữu trí tuệ bảo đảm sát với thực tiễn. “Cần điều chỉnh và bổ sung khái niệm để tách bạch và phân biệt rõ chức năng, nhiệm vụ giữa tạp chí in và tạp chí điện tử;...; có quy định cụ thể đối với tạp chí khoa học, chuyên ngành và các tạp chí khác; bổ sung cơ chế, chính sách khuyến khích phát triển các nền tảng công nghệ số trong nước, phân phối nội dung thông tin báo chí, cũng như các vấn đề về bảo đảm quyền sở hữu trí tuệ, dữ liệu độc giả và trải nghiệm của người sử dụng.” [68]

Sửa đổi, bổ sung quy định về tiền bản quyền đối với sáng tạo tác phẩm tạp chí trong dự thảo dự thảo nghị định mới (thay thế Nghị định số 18/2014/NĐ-CP quy định về tiền bản quyền trong lĩnh vực báo chí, xuất bản) để cơ quan sử dụng ngân sách nhà nước đặt hàng, giao nhiệm vụ, đấu thầu chi trả tiền bản quyền cho tạp chí sáng tạo tác phẩm theo đơn giá được xây dựng trên cơ sở quy định pháp luật về giá, định mức kinh tế - kỹ thuật. Xây dựng cơ chế hỗ trợ phát triển một số tạp chí chủ lực có lượng bạn đọc lớn, tính tương tác cao, phong phú về nội dung, hình thức, có khả năng định hướng tư tưởng, nhất là trước các vấn đề sự kiện, vấn đề quan trọng, phức tạp, nhạy cảm để phục vụ nhiệm vụ chính trị trở thành công cụ hữu hiệu định hướng tư tưởng trên không gian mạng.

Trong bối cảnh chuyển đổi nội dung số của các cơ quan báo chí, để xây dựng và phát triển bền vững, đặc biệt là hoạt động kinh tế báo chí - truyền thông đang ngày càng sôi động và trở thành xu thế tất yếu của các cơ quan báo chí truyền thông. Để triển khai bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với các SPBC của các cơ quan báo chí hiện nay cần thực hiện hoàn thiện hành lang

pháp lý về sở hữu trí tuệ, quyền tác giả. Cần có các văn bản quy phạm pháp luật hướng dẫn chi tiết về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, quyền tác giả đối với các SPBC, đặc biệt trong bối cảnh công nghệ số hiện nay.

Nghiên cứu bổ sung các quy định pháp lý đồng thời xây dựng các thể chế quản lý cần thiết cho việc định hướng, hỗ trợ và kiểm soát xu hướng phát triển của tạp chí điện tử. Điều này bao gồm phát triển các chuyên trang media, video, chuyên trang phát thanh (radio podcast), sản xuất các bản tin/chuyên đề, xây dựng các ứng dụng (app), tự phân phối nội dung qua internet, hoặc mở thêm kênh phân phối nội dung trên các nền tảng mạng xã hội ở trong nước và xuyên biên giới (như mở kênh trên YouTube, TikTok, hoặc xây dựng fanpage trên Facebook, Zalo,...). Những quy định này sẽ giúp xử lý các sai sót, tranh chấp, vi phạm và những vấn đề chưa tuân thủ theo pháp luật Việt Nam trên các nền tảng lưu trữ xuyên quốc gia. Đồng thời, quá trình chuyển đổi nội dung số của các tạp chí cũng yêu cầu việc đổi mới hệ thống công nghệ báo chí, và việc này cần được dựa vào các quy định của pháp luật liên quan đến công nghệ. Chính vì vậy, cần khẩn trương thúc đẩy tiến trình sửa đổi Luật Viễn thông và đẩy nhanh xây dựng Luật Công nghiệp công nghệ số. Bên cạnh đó, cần nghiên cứu và hoàn thiện cơ sở lý luận để phân loại rõ ràng các loại hình CQBC và tạp chí, xác định phù hợp với tính chất hoạt động của chúng cũng như các cơ chế, chính sách cần thiết cho từng loại [PVS 2].

Thứ hai, tổ chức, sắp xếp lại hệ thống các tạp chí. Tiếp tục đổi mới, sắp xếp, cơ cấu tổ chức hoạt động theo hướng tinh - gọn - mạnh - hiệu năng - hiệu lực - hiệu quả trên cơ sở tổng kết, đánh ra kết quả thực hiện Quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc đến năm 2025; đẩy mạnh việc sáp nhập các tạp chí có chức năng nhiệm vụ tương đồng, trùng lặp trong từng phân hệ, từng nhóm. Tái cơ cấu hoặc cho giải thể đối với các tạp chí vi phạm pháp luật nhiều lần trong quá trình hoạt động, chấn chỉnh tình trạng “báo hóa” tạp chí [PVS 4]. Đổi mới công tác quản lý các tạp chí khoa học, chuyển chức năng quản lý nhà nước các tạp chí khoa học về Bộ khoa học và Công nghệ và các cơ quan chuyên ngành quản lý các tạp chí khoa học. Bên cạnh đó, xây dựng đề án Quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc đến năm 2030, tầm nhìn 2050 bảo đảm thực chất, khả thi, phù hợp với xu thế phát triển.

3.3.2. Đối với các cơ quan quản lý báo chí

Thứ nhất, quản lý thông tin trên các nền tảng truyền thông xã hội. Hiện nay, trong quá trình chuyển đổi số, cùng với các chỉ đạo của Đảng và chính

sách, pháp luật của Nhà nước, các đơn vị quản lý tạp chí đã xây dựng và ban hành Chiến lược chuyển đổi số, trong đó bao gồm việc chuyển đổi số cho các CQBC. Các CQBC đã đề ra mục tiêu chuyển tải nội dung lên các nền tảng số (ưu tiên nền tảng trong nước); ứng dụng các công cụ phân tích và xử lý dữ liệu tổng hợp, sử dụng AI để tối ưu hóa hoạt động; triển khai mô hình tòa soạn hội tụ - đa phương tiện để phù hợp với sự phát triển công nghệ tiên tiến toàn cầu, đồng thời sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số. Xây dựng kế hoạch nhằm tối ưu hóa nguồn thu, trong đó chú trọng gia tăng doanh thu; 100% lãnh đạo, cán bộ, PV, BTV các CQBC được đào tạo nâng cao kiến thức và kỹ năng về chuyển đổi số báo chí; tất cả các CQBC chuyển đổi sang mô hình quản trị số với các giải pháp bảo đảm an toàn, an ninh thông tin.

Cần đẩy mạnh công tác thông tin và tuyên truyền, cơ quan QLBC cần chú trọng, tạo điều kiện để ban hành các chính sách phù hợp giúp tạp chí nâng cấp cơ sở vật chất và trang thiết bị đây; thực hiện việc đặt hàng, giao nhiệm vụ hằng năm để tăng cường số lượng tin, bài sản xuất mới liên quan đến thông tin thiết yếu và truyền thông chính sách.

Áp dụng các chính sách tương thích để các CQBC tăng cường sản xuất sản phẩm số trên các nền tảng, từ đó nâng cao lượng tương tác với công chúng, phân phối thông tin một cách nhanh chóng và chính xác hơn; phát triển tạp chí điện tử thành các ấn phẩm chủ lực có chất lượng cao, đổi mới hiệu quả trải nghiệm của độc giả; xây dựng các gói dịch vụ và sản phẩm phù hợp cho từng đối tượng công chúng khác nhau. Ứng dụng các thành tựu công nghệ vào tự động hóa nhằm thúc đẩy quá trình sản xuất nội dung. Nên chú trọng tới việc thiết kế và sáng tạo các mô hình SPBC mới trên đa nền tảng nhằm gia tăng sự tương tác, phân phối thông tin nhanh và chính xác hơn theo nhu cầu của công chúng.

Tổ chức các buổi tập huấn cho cán bộ quản lý thông tin, lãnh đạo báo chí về những kỹ năng căn bản cần thiết cho chuyển đổi nội dung số tạp chí. Đào tạo, nâng cao kiến thức và kỹ năng trong lĩnh vực công nghệ thông tin, an toàn thông tin mạng; thu thập, xử lý, phân tích dữ liệu để đổi mới sản xuất và phân phối nội dung, giám sát cũng như đánh giá chất lượng.

Tăng cường kỷ luật và kỷ cương trong công tác QLBC, xử lý nghiêm các vi phạm trong hoạt động báo chí, giải quyết những tồn tại hiện có; nâng cao giám sát bằng công nghệ nhằm kịp thời nhắc nhở và điều chỉnh các cơ quan báo chí thực hiện đúng quy định của pháp luật [PVS4]. Giám sát trách

nhiệm của người chịu trách nhiệm tại các CQBC trong việc quản lý hoạt động theo đúng quy định của pháp luật, hoàn thiện quy chế và quy trình quản lý tòa soạn, cùng các quy trình tác nghiệp của PV, BTV. Chỉ đạo và định hướng cho các CQBC tuyên truyền, phổ biến các chủ trương của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước; bảo đảm an ninh quốc gia, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác lại những quan điểm sai trái; thông tin các sự kiện quan trọng của đất nước, địa phương và ngành.

Các bộ, ngành liên quan tham mưu cho Chính phủ bố trí ngân sách để thực hiện kế hoạch theo phân cấp ngân sách hiện hành. Các cơ quan chủ quản tạp chí phê duyệt và chỉ đạo triển khai các kế hoạch chuyển đổi nội dung số của các đơn vị trực thuộc; nâng cao trách nhiệm của các cơ quan chủ quản trong việc tạo điều kiện về cơ sở vật chất và tài chính cho các tạp chí thực hiện chuyển đổi nội dung số; nâng cao nhận thức và kiến thức cho lãnh đạo của các tạp chí, BTV và PV về chuyển đổi số nội dung.

Ban Tuyên giáo và Dân vận Trung ương chỉ đạo và định hướng thông tin cho các CQBC và tạp chí, góp phần thực hiện Chiến lược chuyển đổi số và phát triển báo chí quốc gia. Tham mưu Bộ Chính trị Ban Chấp hành Trung ương Đảng chỉ đạo định hướng Chính phủ kiện toàn, ban hành các chính sách, chiến lược phát triển báo chí quốc gia triển khai các nội dung chuyển đổi số báo chí thành công.

Thứ hai, hoàn thiện hạ tầng công nghệ thông tin bảo đảm chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí. Bộ Khoa học và Công nghệ hỗ trợ xây dựng nền tảng quản lý tòa soạn điện tử dành cho các tạp chí. Nền tảng này cho phép xây dựng tòa soạn hội tụ nội dung - công nghệ, đưa toàn bộ nghiệp vụ tạp chí lên môi trường số, bao gồm các hoạt động quản lý quy trình xuất bản, hoạt động quản trị nội bộ tòa soạn, hoạt động tương tác 2 chiều với công chúng, đo lường số lượng công chúng, ứng dụng công nghệ số sản xuất nội dung và sẵn sàng cho một mô hình thu phí của tạp chí điện tử. Xây dựng cơ chế thuê hạ tầng công nghệ thông tin và chính sách miễn phí sử dụng năm đầu tiên cho các tạp chí toàn bộ dịch vụ hạ tầng, như máy chủ, đường truyền và phân phối nội dung trên toàn quốc [PVS 6].

Phát triển nền tảng số hỗ trợ chuyển đổi nội dung số dùng chung cho các tạp chí. Mỗi nhóm tạp chí có đặc điểm và quy trình sản xuất, xuất bản riêng, do đó, Nhà nước cần đầu tư ban đầu, như “vốn môi” để phát triển nền

tăng số hỗ trợ chuyển đổi nội dung số dùng chung, phù hợp cho từng nhóm tạp chí, như hệ thống quản trị, phân phối nội dung (CMS); nền tảng phân tích thông tin, dư luận trên mạng xã hội; nền tảng quản lý dữ liệu...[PVS 4] Khuyến khích, hỗ trợ CQTC có đủ tiềm lực về công nghệ, tài chính xây dựng nền tảng riêng đáp ứng yêu cầu chuyển đổi nội dung số.

3.3.3. Đối với các tạp chí

Một là, xác định rõ đối tượng và mục tiêu, để có chiến lược, kế hoạch, nội dung tuyên truyền phù hợp, đúng thời điểm, bảo đảm tính nguyên tắc, tính thống nhất, tính chính trị. Các tạp chí của Đảng phải luôn nhạy bén về chính trị khi thực hiện nhiệm vụ tuyên truyền lý luận chính trị; lựa chọn nội dung phù hợp tuyên truyền trên tạp chí, biết thời điểm nào thì đưa các vấn đề lên mặt tạp chí bảo đảm hiệu quả tuyên truyền, nếu sớm hơn sẽ thiếu độ chín cần thiết, nếu chậm sẽ mất đi ý nghĩa hiệu ứng truyền thông. Tuyên truyền lý luận chính trị đòi hỏi sự trầm tĩnh, tinh táo, sâu lắng trước mọi sự kiện khi đưa ra các phân tích, bình luận, đánh giá. Tính hiệu quả tuyên truyền đòi hỏi phải nắm bắt và vận dụng tốt các quy luật truyền thông, ứng dụng phương tiện kỹ thuật số [43]. Xây dựng kế hoạch tuyên truyền gắn với thực tiễn đời sống chính trị - xã hội của đất nước và thế giới. Kế hoạch tuyên truyền phải thật chi tiết, cụ thể, rõ mục đích, yêu cầu theo từng quý, từng năm. Kế hoạch là “xương sống”, “kim chỉ nam” để triển khai hệ bài, tuyệt bài đúng, trúng vấn đề. Bên cạnh đó, bám sát những vấn đề, sự kiện mới, phức tạp và nhạy cảm để thông tin, tuyên truyền, định hướng dư luận xã hội kịp thời.

Hai là, đổi mới nội dung, hình thức, phương thức tuyên truyền: Về nội dung, tập trung nâng cao chất lượng bài viết, các bài viết phải gắn với yêu cầu nâng cao tính thuyết phục, tính chiến đấu, tính hiệu quả của nhiệm vụ tuyên truyền. Gia tăng hàm lượng, chất lượng lý luận của các SPBC. Tính hiệu quả của tuyên truyền đặt ra yêu cầu lựa chọn cách viết, cách trình bày sao cho dễ hiểu, dễ nhớ, dễ làm, tránh lối “tư biện” sáo rỗng. Về hình thức, đầu tư mới, nâng cấp tổng thể, toàn diện hệ thống - giao diện tạp chí điện tử, định hình rõ phong cách, sắc thái riêng có, dựa vào tôn chỉ, mục đích, nhiệm vụ và công chúng đích của từng loại tạp chí sao cho phù hợp, trang trọng nhưng phải hiện đại. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số, nhất là AI trong hỗ trợ viết bài, biên tập, sáng tạo và thiết kế, trình bày các TPBC, SPBC. Đa dạng hóa các hình thức thể hiện sáng tạo các SPBC. Về phương thức, đổi mới toàn diện hệ thống sản xuất, phân phối nội dung theo các xu hướng báo chí số: cá nhân hóa nội

dung, đa nền tảng, báo chí di động, báo chí xã hội, báo chí dữ liệu, siêu tác phẩm báo chí,... Đồng thời, ứng dụng công nghệ số để đo lường hiệu lực, hiệu quả tuyên truyền sau mỗi chiến dịch, sự kiện, hằng quý, hằng năm làm căn cứ để tổng kết, rút kinh nghiệm, xây dựng kế hoạch phù hợp với xu thế.

Ba là, nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ gắn với đổi mới công tác cộng tác viên. Cần xây dựng đội ngũ cán bộ đủ về số lượng, bảo đảm về chất lượng, đồng bộ về cơ cấu, độ tuổi là nhiệm vụ có ý nghĩa quyết định cho cả trước mắt và lâu dài. Từng bước chuẩn hóa các mặt trình độ và kỹ năng, từ lý luận chính trị, chuyên môn - nghiệp vụ, ngoại ngữ đến công nghệ thông tin; từ kỹ năng nghiên cứu khoa học, tổng kết thực tiễn đến kỹ năng tác nghiệp, biên tập, sản xuất TPBC đa phương tiện. Sử dụng thành thạo các công cụ nền tảng kỹ thuật số.

Đội ngũ nhà báo cần liên tục nâng cao chuyên môn, cải thiện khả năng viết lách, giữ vững đạo đức nghề nghiệp, đồng thời đổi mới tư duy và các phương pháp hoạt động. Họ cũng phải nỗ lực sáng tạo và trang bị cho bản thân kiến thức cùng kỹ năng công nghệ để có thể thực hiện công việc báo chí đa phương tiện, vừa chuyên sâu vừa toàn diện. Mục tiêu là tạo ra ngày càng nhiều sản phẩm chất lượng cao, hấp dẫn, định hướng dư luận một cách đúng đắn và kịp thời, qua đó góp phần thực hiện sứ mệnh cao quý của báo chí. Đặc biệt, để giữ vững và phát triển trước sức ép từ các phương tiện truyền thông xã hội, tạp chí cần xây dựng niềm tin từ công chúng dựa vào thế mạnh chất lượng thông tin của mình, bảo đảm tính chính xác, tính khoa học, giá trị nhân văn và sự trách nhiệm cao đối với xã hội.

Thế mạnh của tạp chí là chiều sâu của thông tin, là sự phân tích, nhận định, bình luận, đánh giá, dự báo, đề xuất giải pháp... và đặc biệt là uy tín và vị thế của tạp chí kết hợp với công nghệ số sẽ góp phần tối ưu hóa hiệu quả tuyên truyền lý luận chính trị trên không gian mạng trong thời gian tới.

3.3.4. Đối với các cơ sở nghiên cứu, đào tạo, bồi dưỡng báo chí - truyền thông

Bối cảnh chuyển đổi nội dung số mạnh mẽ trong lĩnh vực báo chí - truyền thông yêu cầu có sự thay đổi trong hoạt động đào tạo, bồi dưỡng và phát triển nguồn nhân lực chuyên môn để thích ứng với những thách thức và cơ hội mới. Trong đó, cần chú trọng vào những nội dung quan trọng như sau:

Thứ nhất, xây dựng các chương trình đào tạo linh hoạt, cung cấp cho người học kiến thức phong phú, đa dạng, nhất là về tạp chí; về khoa học - công

nghệ và kỹ thuật mới; về ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung, chẳng hạn như AI, dữ liệu lớn,... Đồng thời, để đáp ứng yêu cầu mới, các chuyên ngành cần được nghiên cứu, điều chỉnh và bổ sung liên tục.

Thứ hai, đội ngũ giảng viên cần thường xuyên cập nhật kiến thức về công nghệ và xu hướng trong báo chí, truyền thông mới để phục vụ cho công tác giảng dạy. Giảng viên phải hướng dẫn và áp dụng công nghệ kỹ thuật mới để truyền đạt tới sinh viên. Ngoài ra, giảng viên cũng nên mở rộng các lớp học thành cơ hội giao lưu giữa sinh viên với PV, BTV và những người có hoạt động nghề nghiệp phong phú tại các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp,... Nhờ vậy, sinh viên có cơ hội lắng nghe chia sẻ thông tin và thực hành kỹ năng dưới sự hướng dẫn của những cán bộ báo chí - truyền thông giỏi chuyên môn và có nhiều kinh nghiệm.

Thứ ba, đối với các cơ sở đào tạo, việc thiết lập mối quan hệ hợp tác chặt chẽ với các cơ quan báo chí - truyền thông - nơi sử dụng lao động có vai trò rất quan trọng nhằm bảo đảm rằng chất lượng đầu ra của chương trình đào tạo phù hợp với yêu cầu của thị trường lao động. Cần đầu tư cho cơ sở vật chất, hệ thống phòng thực hành, tạo điều kiện để giảng viên và sinh viên tham gia vào các dự án phát triển chương trình đào tạo tương thích với sự phát triển của môi trường truyền thông hiện đại. Cụ thể, các cơ sở đào tạo báo chí - truyền thông cần được trang bị đầy đủ các thiết bị phục vụ thực hành như: studio truyền hình, studio phát thanh, studio nhiếp ảnh, phòng biên tập video, thiết kế đồ họa,... Điều này tạo cơ hội cho sinh viên thực hành kỹ năng ngay trong trường học. Đồng thời, cũng cần chú trọng đến việc mở rộng cơ hội thực tập trong các môi trường làm việc thực tế, chuyên nghiệp cho sinh viên thông qua việc kết nối với các cơ quan báo chí - truyền thông trên toàn quốc.

Thứ tư, cần liên kết đào tạo nghề nghiệp với thực tiễn ngay từ đầu. Để thực hiện điều này, cần có sự định hướng đúng đắn và kịp thời từ các chuyên gia trong lĩnh vực đào tạo báo chí - truyền thông để thích ứng với thực tế hoạt động. Nên tập trung nhiều hơn vào việc rèn luyện kỹ năng nghề nghiệp bên cạnh các kiến thức lý thuyết cơ bản. Sinh viên cần được trang bị các kỹ năng như sáng tạo nội dung, quản lý dự án và sử dụng các công cụ kỹ thuật hiện đại.

Tiểu kết Chương 3

Trong thời đại số, việc chuyển đổi nội dung số của các tạp chí tại Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong việc tuyên truyền, giáo dục các quan điểm, chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách và pháp luật của Nhà nước, cũng như thành tựu của đất nước; đồng thời đấu tranh phản bác những luận điệu sai

trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng; phổ biến kiến thức, đóng góp vào việc nâng cao dân trí và phát triển văn hóa, con người Việt Nam trong không gian mạng. Không chỉ vậy, điều này còn hỗ trợ xây dựng một nền báo chí, truyền thông hiện đại, chuyên nghiệp và nhân văn.

Quá trình chuyển đổi nội dung số ở các tạp chí cần phải bắt đầu từ những nhu cầu thực tiễn và khả năng nội tại của từng tạp chí, từ định hướng, chiến lược cho đến mức độ đầu tư và quy mô tổ chức. Các tạp chí của Việt Nam đã và đang nỗ lực phát triển để phù hợp với xu hướng công nghệ, thông tin và truyền thông, đồng thời kết hợp chặt chẽ nhiều hình thức và phương tiện, mở rộng độ bao phủ cả trong và ngoài nước, nhằm đáp ứng những yêu cầu và nhiệm vụ về thông tin, truyền thông trong bối cảnh mới.

Kỷ nguyên số - một thời đại mới cho báo chí điện tử, công nghệ số, hội tụ công nghệ và hội tụ nội dung đã xuất hiện và đang phát triển mạnh mẽ. Sự hội tụ nội dung kết hợp với hội tụ công nghệ tạo thành một phương thức sản xuất mới - phương thức sản xuất số - là chìa khóa để mở ra con đường mới cho các nhà báo và các tòa soạn hiện đại. Vì vậy, việc “tích hợp” và “hội tụ” về nội dung, hình thức, phương thức xuất bản của từng tạp chí là hết sức cần thiết, với mô hình tòa soạn tạp chí số trở thành xu thế không thể đảo ngược.

Để chuyển đổi từ mô hình tòa soạn truyền thống sang tòa soạn tạp chí số, mỗi tạp chí cần nhận thức rõ mô hình này chính là mục tiêu của quá trình chuyển đổi nội dung số. Mô hình tòa soạn tạp chí số cần đáp ứng sự hội tụ gồm: Nội dung số - Công nghệ số - Công chúng số - Hệ sinh thái số. Mô hình hội tụ bốn phần của tòa soạn tạp chí số sẽ bao gồm: 1- Khối sản xuất nội dung; 2 - Khối tổ chức sản xuất; 3 - Hệ thống hạ tầng công nghệ thông tin và kênh phân phối; 4 - Người tiêu dùng cuối: bạn đọc với các nền tảng khác nhau.

KẾT LUẬN

1. Việc cần thiết nghiên cứu đề tài của luận án:

Sự phát triển của khoa học - công nghệ, nhất là những thành tựu của cuộc CMCNLT4, toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế đã mở ra những cơ hội để báo chí nước ta tiếp nhận những phương thức sản xuất báo chí tiên tiến, hiện đại trên thế giới để đáp ứng nhu cầu thông tin, tri thức ngày càng đa dạng của

công chúng. Công nghệ mạng viễn thông 4G, 5G kết hợp với công nghệ số, như AI, dữ liệu lớn, internet vạn vật,... và đổi mới sáng tạo đã làm bùng nổ cuộc cách mạng sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số: cá nhân hóa nội dung, báo chí di động, báo chí xã hội, đa nền tảng, báo chí dữ liệu, báo chí sáng tạo, báo chí thị giác, siêu tác phẩm báo chí,... và phân phối trên đa nền tảng.

Để đáp ứng yêu cầu trong giai đoạn cách mạng khoa học - kỹ thuật bùng nổ như hiện nay, đòi hỏi các tạp chí của Việt Nam phải đổi mới toàn diện mô hình tổ chức, hoạt động theo hướng tinh gọn, hiện đại, chất lượng, hiệu quả, phù hợp với xu thế phát triển của báo chí trong nước và thế giới. Đặc biệt, cần tập trung đổi mới toàn diện cả về nội dung, hình thức, công nghệ phù hợp với nhu cầu, thói quen công chúng thời đại công nghệ 4.0. Do đó, chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí mang tính tất yếu.

Chuyển đổi nội dung trong các tạp chí góp phần xây dựng các tạp chí “theo hướng chuyên nghiệp, nhân văn, hiện đại; làm tốt sứ mệnh thông tin tuyên truyền phục vụ sự nghiệp cách mạng của Đảng, sự nghiệp đổi mới của đất nước; bảo đảm vai trò dẫn dắt, định hướng dư luận xã hội, giữ vững chủ quyền thông tin trên không gian mạng; đổi mới hiệu quả trải nghiệm của độc giả; tạo nguồn thu mới; thúc đẩy phát triển ngành công nghiệp nội dung số” [72]. Bên cạnh đó, chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí góp phần xây dựng và hình thành hệ sinh thái dữ liệu báo chí dùng chung. Dữ liệu số là “hòn cốt” - là yếu tố cốt tử của các công nghệ mới, như AI. Chuyển đổi nội dung số là “chìa khóa”, “đòn bẩy” thúc đẩy các tạp chí tiếp cận nhiều công chúng hơn. Đồng thời, tăng tính tương tác giữa tạp chí với công chúng; sáng tạo các SPBC dữ liệu, báo chí thị giác, đẩy mạnh cá nhân hóa đến từng bạn đọc với nhu cầu khác nhau để tăng lưu lượng người dùng. Điều này đáp ứng nhu cầu đa dạng và tiện lợi của công chúng; gia tăng trải nghiệm người dùng.

Chuyển đổi nội dung số góp phần không nhỏ trong việc hình thành quy trình, mô hình cũng như phương thức hoạt động của các tạp chí. Với nguồn lực được số hóa đồng bộ và quy trình hoạt động sáng tạo, hiệu quả hoạt động của tạp chí cũng như nguồn vốn sẽ được sử dụng hiệu quả hơn.

Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí là hoạt động sáng tạo nội dung số; thông qua ứng dụng công nghệ số để phân tích, biến đổi các dữ liệu số tạo ra các giá trị mới hơn. Bên cạnh đó, thông qua các công cụ kỹ thuật số

phân tích nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng số để sáng tạo, sản xuất và phân phối nội dung số trên các nền tảng số phù hợp nhằm tối ưu hóa hiệu quả tuyên truyền, truyền thông của tạp chí:

Thứ nhất, chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí là một mô hình tổ chức sản xuất nội dung trên sự phát triển của khoa học - kỹ thuật: khai thác thông tin số, tri thức số, dữ liệu số như là yếu tố sản xuất chính; sử dụng không gian mạng làm không gian hoạt động chính; sử dụng công nghệ số, nền tảng số để tăng năng suất, gia tăng giá trị TPBC, SPBC.

Thứ hai, chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí là quá trình ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung, sáng tạo loại hình truyền thông mới thông qua việc khai thác 5G (sản xuất bài viết dạng storytelling, kết hợp VR và AR), tạo báo nhúng bằng ứng dụng công nghệ XR, bảo vệ bản quyền và thu phí bằng công nghệ blockchain nhằm gia tăng trải nghiệm của công chúng, góp phần tối ưu hóa hiệu quả truyền thông, gia tăng giá trị kinh tế của các SPBC phù hợp với đặc điểm nội dung của các tạp chí. Nội dung của tạp chí là: Những công trình nghiên cứu khoa học, những vấn đề - sự kiện được luận giải, phân tích chuyên sâu, những bài viết nghiên cứu tổng kết kinh nghiệm - thực tiễn, những bài viết mang tính chất dự đoán chiều hướng vận động của các hiện tượng xã hội hay trong tự nhiên với dung lượng chữ lớn... Mặt khác, chuyển đổi nội dung số từng nhóm tạp chí còn phụ thuộc vào chức năng, nhiệm vụ, tôn chỉ, mục đích và lĩnh vực và công chúng đích của từng nhóm tạp chí.

2. Luận án đã đạt được những kết quả:

Thứ nhất, luận án đã tổng hợp và nghiên cứu rất nhiều công trình nghiên cứu là cuốn sách, chương sách, bài báo khoa học của nhiều tác giả trong nước và quốc tế được xuất bản bởi những nhà xuất bản, tạp chí có uy tín ở trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, tác giả luận án cũng nghiên cứu các công trình nghiên cứu khoa học là những đề tài khoa học cấp nhà nước, cấp bộ, luận án tiến sĩ, theo 3 hướng nghiên cứu chính: 1- Hướng nghiên cứu liên quan đến tạp chí; 2- Hướng nghiên cứu liên quan đến kỹ thuật số, số hóa và chuyển đổi số; 3- Hướng liên quan đến nội dung số và chuyển đổi nội dung số tạp chí. Qua nghiên cứu tổng quan tác giả rút ra đánh giá: Chuyển đổi số tạp chí đã được khá nhiều công trình nghiên cứu, khảo cứu thực tiễn chuyển đổi số, chuyển đổi số tạp chí ở nhiều nước trên thế giới, như Singapore, Malaysia,

Anh, các nước Ả rập.... Tuy nhiên, ở Việt Nam, hiện chưa có công trình nghiên cứu nào chuyên sâu ở tầm luận án tiến sĩ về chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí, do đó, đề tài của luận án là mới, không trùng lặp với những công trình đã nghiên cứu trong những năm gần đây.

Thứ hai, kế thừa và phát triển những nghiên cứu trước về chuyển đổi số, chuyển đổi số tạp chí. Trên quan điểm của chủ nghĩa Mác - lê-nin và của Đảng Cộng sản Việt Nam về báo chí; trên cơ sở lý luận báo chí - truyền thông; bám sát khung lý thuyết truyền thông... luận án đã hệ thống hóa, bổ sung và có cách tiếp cận mới về chuyển đổi nội dung số trong tạp chí; xác lập các tiêu chí nghiên cứu thực trạng chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí ở Việt Nam. Từ đó, tác giả rút ra kết luận: *Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí là ứng dụng công nghệ số trong quá trình sáng tạo, sản xuất các tác phẩm báo chí số, sản phẩm báo chí số và phân phối trên các nền tảng số phù hợp với đặc điểm, tính chất và công chúng đích của tạp chí*. Việc chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí ở Việt Nam phải bảo đảm những nguyên tắc và yêu cầu của tạp chí.

Thứ ba, trên cơ sở lý luận kết hợp với phương pháp nghiên cứu phù hợp, tác giả luận án đã nghiên cứu và đánh giá khác quan, khoa học thực trạng chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí ở Việt Nam hiện nay, thông qua khảo sát 4 cơ quan tạp chí đại diện cho 4 nhóm tạp chí: 1- Tạp chí lý luận chính trị; 2- Tạp chí khoa học; 3- tạp chí thông tin - chỉ dẫn; 4- tạp chí giải trí trong 20 năm (2023 - 2024). Từ kết quả nghiên cứu thực trạng, tác giả luận án đi đến nhận định rằng: *Thành công và hạn chế chủ yếu do cả yếu tố chủ quan và khách quan. Trong đó, yếu tố chủ quan là yếu tố quyết định đến thành công của tiến trình chuyển đổi số tạp chí*.

Thứ tư, căn cứ vào kết quả nghiên cứu thực trạng chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam; tóm lược những ý kiến tọa đàm và phỏng vấn sâu lãnh đạo cơ quan QLBC, lãnh đạo tạp chí, đội ngũ PV, BTV, HSTK, KTV... tham gia quy trình sản xuất nội dung, luận án đã chỉ ra được những vấn đề đặt ra và đề xuất 2 nhóm giải pháp cùng những kiến nghị khoa học đến cơ quan ban hành chính sách, luật; cơ quan QLBC; cơ quan tạp chí; cơ quan nghiên cứu, đào tạo, bồi dưỡng báo chí - truyền thông nhằm thúc đẩy tiến trình chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam trong thời gian tới.

Nhìn chung, luận án nghiên cứu về đề tài “Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay” đã đưa ra được những luận điểm, luận chứng có giá trị về mặt tư liệu khoa học, về lý luận và thực tiễn làm tiền đề để những nghiên cứu tiếp theo. Toàn bộ kết quả nghiên cứu của luận án là trung thực, trình dẫn được dẫn nguồn, trên cơ sở xây dựng khung lý thuyết khoa học, thực tiễn khảo sát thực trạng, luận án đề xuất những giải pháp và khuyến nghị phù hợp để thúc đẩy tiến trình chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam.

Tóm lại, căn cứ trên những kết quả nghiên cứu, có thể đưa ra kết luận: Luận án đã hoàn thành toàn bộ mục tiêu và các nhiệm vụ đề ra.

3. Các kết quả nghiên cứu đã trả lời các câu hỏi nghiên cứu dựa trên cơ sở khoa học, phù hợp với thực tiễn:

Câu hỏi 1: Đã được trả lời. Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án đã chỉ ra: Chưa có một công trình nghiên cứu nào nghiên cứu chuyên sâu và toàn diện về lý luận - thực tiễn *chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí*. Đây là chính là khoảng trống mà luận án tập trung nghiên cứu.

Câu hỏi 2: Đã được trả lời. Mức độ nhận thức và năng lực số của BBT tạp chí và đội ngũ tham gia trực tiếp vào chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí tỷ lệ thuận với mức độ và hiệu quả ứng dụng công nghệ số trong quá trình sản xuất và phân phối nội dung số. Trong bối cảnh khoa học - công nghệ phát triển mạnh mẽ, cùng thành tựu của cuộc CMCNLT4, “*Chuyển đổi số không đơn thuần là việc ứng dụng công nghệ số vào các hoạt động kinh tế - xã hội, mà còn là quá trình xác lập một phương thức sản xuất mới tiên tiến, hiện đại - “phương thức sản xuất số”,* trong đó đặc trưng của lực lượng sản xuất là sự kết hợp hài hòa giữa con người và trí tuệ nhân tạo” [48]. Khi đó, mức độ nhận thức và năng lực số của lực lượng sản xuất - BBT tạp chí và đội ngũ tham gia trực tiếp vào chuyển đổi nội dung số càng cao thì hiệu quả ứng dụng công nghệ số (AI, big data,...) - tư liệu sản xuất quan trọng càng cao. Vì vậy, nhận thức và năng lực số càng cao tỷ lệ thuận với hiệu quả ứng dụng công nghệ số và ngược lại.

Câu hỏi 3: Đã được trả lời. Mức độ ứng dụng công nghệ số trong sản xuất, phân phối, sáng tạo nội dung, quản lý và khai thác dữ liệu công chúng tỷ lệ thuận với việc tiếp nhận nội dung của tạp chí đến công chúng, trước những

thay đổi mạnh mẽ về nhu cầu, tâm lý, thói quen của công chúng số, để thực hiện tốt hơn sứ mệnh của mình và để tồn tại và phát triển, đồng thời gia tăng hiệu lực, hiệu quả tuyên truyền của các tạp chí ở Việt Nam hiện nay.

Câu hỏi 4: Đã được trả lời. Luận án đã làm rõ những vấn đề đặt ra và đề xuất nhóm giải pháp để thúc đẩy tiến trình chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam trong thời gian tới. Đề xuất kiến nghị khoa học với các cơ quan chức năng, cơ quan QLBC, các tạp chí, các cơ quan nghiên cứu, đào tạo bồi dưỡng đội ngũ báo chí - truyền thông.

Như vậy, bằng những căn cứ khoa học có thể kết luận: *Các câu hỏi nghiên cứu mà luận án đặt ra ban đầu đã được luận giải và trả lời thỏa đáng trên cơ sở lý luận và thực tiễn chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay.*

4. Luận án “Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay” là công trình nghiên cứu khoa học độc lập của tác giả luận án, được hoàn thành dưới sự hướng dẫn của PGS, TS Hà Huy Phượng; cùng sự giúp đỡ của các cơ quan QLBC, các tạp chí và đồng nghiệp trong cả nước. Tuy nhiên, dù tác giả luận án đã rất nỗ lực, cố gắng và làm việc nghiêm túc, cẩn trọng tiếp thu và chỉnh sửa theo ý kiến góp ý của các thầy, cô, các nhà khoa học, đồng nghiệp, nhưng chắc chắn luận án vẫn còn nhiều thiếu sót. Kính mong các thầy, cô, nhà khoa học tiếp tục góp ý để luận án được sửa chữa ngày một hoàn thiện hơn./.

Trân trọng cảm ơn!

DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ LUẬN ÁN CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1. Vũ Trung Duy (2020), *Tránh khuynh hướng “báo hóa” tạp chí và bảo đảm tính chất chuyên luận chuyên sâu của các tạp chí điện tử: Soi*

- chiếu từ kinh nghiệm của Tạp chí Cộng sản điện tử, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, số 5/2020*
2. Vũ Trung Duy (2023), *Về hệ thống khái niệm cơ bản trong nghiên chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí ở Việt Nam hiện nay*, Tạp chí Cộng sản điện tử, ngày 26-8-2023
 3. Vũ Trung Duy (2024), (thành viên), *Nâng cao hiệu quả tuyên truyền phản bác những luận điệu xuyên tạc, sai trái, thù địch trên các phương tiện truyền thông xã hội*, (TS Lê Hải chủ biên), Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội
 4. Vũ Trung Duy (2024), *Tối ưu hóa hiệu quả tuyên truyền lý luận chính trị trên không gian mạng của các tạp chí của Đảng thông qua phân tích dữ liệu độc giả bằng công nghệ số*, Tạp chí Cộng sản điện tử, ngày 30-11-2024,
<https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/ngghien-cu/-/2018/1022302/toi-uu-hoa-hieu-qua-tuyen-truyen-ly-luan-chinh-tri--tren-khong-gian-mang-cua-cac-tap-chi-cua-dang-thong-qua-phan-tich-du-lieu-doc-gia-bang-cong-nghe-so.aspx>
 5. Vũ Trung Duy (2024), *Một số vấn đề về chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay*, Tạp chí Cộng sản điện tử, ngày 26-12-2024,
<https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/ngghien-cu/-/2018/1034602/mot-so-van-de-ve-chuyen-doi-noi-dung-so-trong-cac-tap-chi-cua-viet-nam-hien-nay.aspx>

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

A. Tài liệu tiếng Việt

1. Bùi Thị Vân Anh (2020), *Ứng dụng công nghệ mới trong lĩnh vực báo chí tuyên truyền*”, Đề tài khoa học cấp bộ.
2. Alan Rusbridger (2022), *Hướng dẫn sử dụng tin tức: Tin và đầu trong một thế giới ngập tràn tin giả*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
3. Anthony Adornado (2023), *Báo chí trên thiết bị di động và nền tảng truyền thông xã hội*”, Nhà xuất bản trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.
4. Hồ Tú Bảo, Nguyễn Huy Dũng, Nguyễn Nhật Quang (2020), *Hỏi đáp về chuyển đổi số*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
5. Hồ Tú Bảo: Về phương thức sản xuất số, *Tạp chí Công sản điện tử*, ngày 17-2-2025, https://tapchicongsan.org.vn/web/guest/media-story/-/asset_publisher/V8hhp4dK31Gf/content/ve-phuong-thuc-san-xuat-so.
6. Bernard Marr (2023), *25 xu hướng công nghệ định hình cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
7. Lê Thanh Bình (2021), *Truyền thông phát triển xã hội, văn hóa, ngoại giao văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa và cách mạng công nghiệp lần thứ tư*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
8. Trần Thanh Bình - Nguyễn Phương Long (2023), *Nguồn nhân lực báo chí truyền thông trong bối cảnh chuyển đổi số*, Kỷ yếu Hội thảo quốc gia “Chuyển đổi số báo chí, xuất bản: Lý luận và thực tiễn” do Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, Báo Nhân dân, Nhà xuất bản chính trị quốc gia Sự thật, Học viện Báo chí và Truyền thông, Tỉnh ủy Thái Bình tổ chức, tr.180.
9. Bộ Biên tập Tạp chí Công sản (2020), *Tạp chí Công sản những chặng đường phát triển (1930 - 2020)*
10. Bộ Thông tin và truyền thông (2021). *Cẩm nang chuyển đổi số*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
11. Bộ Thông tin và Truyền thông, Cục Báo chí (2023), *Cẩm nang chuyển đổi số báo chí*, Nxb Văn hóa dân tộc, Hà Nội.

12. Bộ Thông tin và Truyền thông, Ban Tuyên giáo Trung ương, Hội Nhà báo Việt Nam (2024), *Kỷ yếu Hội nghị báo chí toàn quốc tổng kết công tác năm 2024, triển khai nhiệm vụ năm 2025*.
13. Bill Kovach & Tom Rosenstiel (2013), *Những yếu tố của báo chí*, Nxb. Thông tấn, Hà Nội.
14. Lê Thanh Bình (2005), *Báo chí truyền thông và kinh tế văn hóa xã hội*, Nxb. Văn hóa thông tin, Hà Nội.
15. Nguyễn Hữu Cương (2021). *Nghiên cứu và công bố khoa học: Tuyển tập những bài viết trên* <https://tapchigiaoduc.edu.vn>. Tạp chí Giáo dục, https://iweb.tatthanh.com.vn/pic/23/file/E-BOOK_RESEARCHANDPUBLICATION_NGUYENHUUCUONG.pdf.
16. Nguyễn Hữu Cương (2021), *Thế nào là một tạp chí khoa học?* Tạp chí Giáo dục, ngày 23-3-2021, <https://tapchigiaoduc.edu.vn/article/86791/225/the-nao-la-mot-tap-chi-khoa-hoc/>
17. CHUYỂN ĐỔI SỐ DÀNH CHO NHÀ LÃNH ĐẠO: Đổi mới sáng tạo để thành công với tư duy định hướng dữ liệu. (n.d.). (n.p.): WeTransform.vn.
18. Đảng Cộng sản Việt Nam, *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII (2021)*, tI, tII, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
19. David L. Rogers (2024), “*Tóm lược Chuyển đổi số: Chiến lược & Lộ trình*”, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
20. David Randall (2022), *Nhà báo toàn cầu*, Nhà xuất bản Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.
21. Trần Quang Diệu (2023), *Tòa soạn số trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay*, Kỷ yếu Hội thảo “Ứng dụng công nghệ trong quản trị tòa soạn số” do Hội Nhà báo Việt Nam và Học viện Công nghệ bưu chính và viễn thông tổ chức.
22. Trần Quang Diệu , Phan Thị Thanh Hải: *Chuyển đổi số báo chí truyền thông ở Việt Nam hiện nay*, *Tạp chí Tuyên Giáo điện tử*, ngày 14-8-2023.

23. Vũ Dung: Báo chí và mạng xã hội: Cạnh tranh hay hợp tác?, *Báo Quân đội nhân dân*, ngày 12-11-2024, <https://www.qdnd.vn/chinh-tri/tin-tuc/bao-chi-va-mang-xa-hoi-cananh-tranh-hay-hop-tac-802678>
24. Nguyễn Văn Dũng (2011), *Báo chí truyền thông hiện đại*, Nxb. Đại học Quốc gia, Hà Nội.
25. Nguyễn Văn Dũng (2012), *Cơ sở lý luận báo chí*, Nxb Lao động Hà Nội.
26. Nguyễn Văn Dũng (chủ biên), Đỗ Thị Thu Hằng (2018), *Truyền thông - lý thuyết và kỹ năng cơ bản*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
27. Đinh Hương Giang (2018), *Tác động của toàn cầu hóa đến an ninh văn hóa và ứng phó của Việt Nam*, Tạp chí Cộng sản điện tử, <https://tapchicongsan.org.vn/web/guest/chi-tiet-tim-kiem/-/2018/53448/tac-%C4%91ong-cua-toan-cau-hoa-%C4%91en-an-ninh-van-hoa-va-ung-pho-cua-viet-nam.aspx>
28. Nguyễn Thị Trường Giang (2014), *Báo mạng điện tử: Những vấn đề cơ bản*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
29. Nguyễn Thị Trường Giang (2017), *Báo chí và truyền thông đa phương tiện*, Nxb. Đại học quốc gia Hà Nội.
30. Nguyễn Thị Trường Giang (2023), *Quản lý tòa soạn hội tụ*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
31. Nguyễn Thị Trường Giang: Chuyển đổi số trong hoạt động báo chí - ích lợi và thách thức, *Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông điện tử*, ngày 8-11-2023, <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/chuyen-doi-so-trong-hoat-dong-bao-chi-ich-loi-va-thach-thuc-p27970.html>
32. Trương Vũ Bằng Giang (2021), *Tạp chí khoa học - Công cụ đo lường sự tiến bộ của nền khoa học*, Tạp chí Khoa học và công nghệ Việt Nam, số 6- 2021, tr. 31.
33. Giáo trình Triết học Mác - Lê-nin (2005), Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
34. Lê Hải (2021), *Xây dựng hệ bài chuyên luận lý luận chính trị bề gãy từ gốc những luận điệu xuyên tạc, sai trái, thù địch*, Tạp chí

Cộng sản điện tử,
<https://www.tapchiconsan.org.vn/web/guest/chinh-tri-xay-dung-dang/-/2018/823340/xay-dung-he-bai-chuyen-luan-ly-luan-chinh-tri-be-gay-tu-goc-nhung-luan-dieu-xuyen-tac%2C-sai-trai%2C-thu-dich.aspx>.

35. Đỗ Thị Thu Hằng (2022), *Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong sáng tạo nội dung báo chí số*, tham luận Hội thảo “Trí tuệ nhân tạo AI và quản trị sáng tạo nội dung trong tòa soạn”, Hội Nhà báo Việt Nam, Hà Nội.
36. Đỗ Thị Thu Hằng (2023), *Báo chí số và tòa soạn số*, Kỷ yếu Hội thảo “Ứng dụng công nghệ trong quản trị tòa soạn số” do Hội Nhà báo Việt Nam và Học viện Công nghệ bưu chính và viễn thông tổ chức.
37. Trần Đắc Hiến, Lê Thị Hoa (2022), *Chuyển đổi số đối với tạp chí khoa học và công nghệ ở Việt Nam*, Tạp chí Thông tin và Tư liệu, số tháng 1-2022.
38. Đỗ Văn Hùng (chủ biên), Trần Đức Hòa, Nguyễn Thị Kim Dung, Bùi Thanh Thúy, Nguyễn Thị Kim Lân, Đào Minh Quân, Đồng Đức Hùng, Bùi Thị Ánh Tuyết, Bùi Thị Thanh Huyền, Trần Thị Thanh Vân, Trịnh Khánh Vân (2022), *Năng lực số*, NXB. Đại học Quốc gia Hà Nội
39. Thanh Hiền: Báo chí với mạng xã hội: “Đường ai nấy đi” hay liên kết, hợp tác?, Hà nội mới, ngày 3-12-2015, <https://hanoimoi.vn/bao-chi-voi-mang-xa-hoi-duong-ai-nay-di-hay-lien-ket-hop-tac-414347.html>
40. Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, năm 2013.
41. Nguyễn Quang Hòa (2019), *Những kiến thức cơ bản về tạp chí*, Nxb, Thông tấn, Hà Nội.
42. Lê Quốc Hội (2023), *Quy trình, tiêu chí đánh giá tạp chí khoa học của một số cơ sở dữ liệu quốc tế và đề xuất cho Việt Nam*”, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam số 11-2023.
43. Đoàn Minh Huân (2020), *Tạp chí Cộng sản - Kiên định và sáng tạo trên nền tảng truyền thống vẻ vang 90 năm, xứng đáng là ngọn cờ*

tư tưởng, lý luận của Đảng Cộng sản Việt Nam, Tạp chí Cộng sản số 947, tháng 8-2020.

44. Đồng Mạnh Hùng (2023), *Tòa soạn số và phân phối nội dung đa nền tảng tại Đài tiếng nói Việt Nam*, Kỷ yếu Hội thảo “Ứng dụng công nghệ trong quản trị tòa soạn số” do Hội Nhà báo Việt Nam và Học viện Công nghệ bưu chính và viễn thông tổ chức.
45. Đinh Văn Hùng (2004), *Tổ chức và hoạt động của tòa soạn*, Nxb. Đại học quốc gia Hà Nội.
46. Nguyễn Thị Thu Hương (2023), *Xu hướng phát triển của báo chí dữ liệu tại Việt Nam (khảo sát báo VnExpress, Vietnamplus, Vietnamnet năm 2017, 2018)*, Luận án tiến sĩ, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Hà Nội.
47. Kevin Kelly (2019), *12 Xu hướng công nghệ trong thời đại 4.0*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
48. Tô Lâm: Chuyên đổi số - động lực quan trọng phát triển lực lượng sản xuất, hoàn thiện quan hệ sản xuất đưa đất nước bước vào kỷ nguyên mới, *Tạp chí Cộng sản điện tử*, ngày 2-9-2024, https://tapchicongsan.org.vn/web/guest/media-story/-/asset_publisher/V8hhp4dK3lGf/content/chuyen-doi-so-dong-luc-quan-trong-phat-trien-luc-luong-san-xuat-hoan-thien-quan-he-san-xuat-dua-dat-nuoc-buoc-vao-ky-nguyen-moi
49. Phạm Thị Mai Liên (2024), *Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (Visual storytelling) trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử*, Luận án tiến sĩ, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Hà Nội.
50. Lindsay Herbert (2020), *Chuyển đổi số: 5 giai đoạn triển khai công nghệ số cho doanh nghiệp*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
51. Nguyễn Thành Lợi (2014), *Tác nghiệp báo chí trong môi trường truyền thông hiện đại*, Nxb. Thông tin và truyền thông, Hà Nội.
52. Luật Báo chí (2016), <https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=184567&classid=1&typegroupid=3>
53. Luật Công nghệ thông tin, ngày 29/06//2006
54. Luật số 67/2006/QH11 của Quốc hội: Luật Công nghệ thông tin

55. Ngô Bích Ngọc (2019), *Xu hướng sử dụng gói tin tức đa phương tiện trên báo mạng điện tử hiện nay*, Luận án tiến sĩ, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Hà Nội.
56. Ngô Bích Ngọc: Hoạt động chuyển đổi số ngành báo chí - truyền thông, *Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông điện tử*, ngày 20-1-2021, <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/hoat-dong-chuyen-doi-so-nganh-bao-chi-truyen-thong-p24116.html>
57. Paul Bradshaw (2020), *Cẩm nang báo chí trực tuyến: Kỹ năng sinh tồn và lớn mạnh trong kỷ nguyên số*, Nhà xuất bản trẻ.
58. Mark Raskino và Graham Waller (2020), *Chuyển đổi số đến cốt lõi: Nâng tầm năng lực lãnh đạo cho ngành nghề, doanh nghiệp và chính bản thân bạn*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
59. Mitchell Stephens (2020), *Hơn cả tin tức - tương lai của báo chí*, Nhà xuất bản trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.
60. Đỗ Chí Nghĩa (chủ biên), Đinh Thị Thu Hằng (2014), *Báo chí và mạng xã hội*, Nxb. Lý luận chính trị, Hà Nội.
61. Nicolas Windpassinger (2020), *"Internet vạn vật (IoT): chuyển đổi số hay là chết"*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
62. Nghị định số 71/2007/NĐ-CP, ngày 3-5-2007, của Chính phủ.
63. Nghị định số 147/2024/NĐ-CP, ngày 9-11-2024, của Chính phủ: Quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ internet và thông tin trên mạng, <https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=211654>.
64. Nghị quyết số 36-NQ/TW, ngày 01-7-2014 của Bộ Chính trị khoá XI "Về đẩy mạnh ứng dụng, phát triển công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững và hội nhập quốc tế".
65. Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22-12-2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia, <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/he-thong-van-ban/van-ban-cua-dang/ngghi-quyet-so-57-nqtw-ngay-22122024-cua-bo-chinh-tri-ve-dot-pha-phat-trien-khoa-hoc-cong-nghe-doi-moi-sang-tao-va-chuyen-11162>

66. Paul Bradshaw (2020), *Cẩm nang báo chí trực tuyến: Kỹ năng sinh tồn và lớn mạnh trong kỷ nguyên số*, Nhà xuất bản trẻ, Hà Nội, 2020.
67. Hoàng Phê (chủ biên) (1994), *Từ điển Tiếng Việt*, Nxb. Khoa học xã hội - Trung tâm từ điển học, Hà Nội.
68. Nguyễn Minh Phong (2023), *Hoàn thiện thể chế để phát triển báo chí số*, Tạp chí Người Làm báo điện tử, <https://nguoiilambao.vn/hoan-thien-the-che-de-phat-trien-bao-chi-so>
69. Lưu Đình Phúc (2016), *Đổi mới phương thức lãnh đạo của Đảng đối với báo chí trong giai đoạn hiện nay*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
70. Nguyễn Thị Tú Quyên và Dương Thị Phương (2019), *Nghiên cứu thực trạng và nhu cầu ứng dụng DOI với các tạp chí khoa học ở Việt Nam*, Tạp chí Thông tin và Tư liệu, số 4-2019.
71. Quyết định số 749/QĐ-TTg, ngày 3-6-2020, của Thủ tướng Chính phủ Phê duyệt Chương trình “Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”, <https://chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=200163>
72. Quyết định số 348/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, <https://chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=207701>
73. Quyết định số 569/QĐ-TTg, ngày 11-5-2022, của Thủ tướng Chính phủ Ban hành Chiến lược phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo đến năm 2030, <https://chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=205759&tagid=6&type=>
74. Quyết định số 1497/QĐ-TTg, ngày 8-11-2018, của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Chiến lược phát triển thông tin quốc gia đến năm 2025, tầm nhìn 2030, <https://chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=195259&tagid=6&type=1>
75. Quyết định số 362/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc đến năm 2025, <https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=196672>

76. Quyết định số 1827/QĐ-BTTTT, ngày 24-10-2024, của Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành Bộ Chỉ số đánh giá, đo lường mức độ trưởng thành chuyển đổi số báo chí.
77. Ngô Quang Sơn, Vũ Thị Thanh Minh (2024), Chuyển đổi số đối với Tạp chí Khoa học và Công nghệ của Việt Nam – Thực trạng, giải pháp. *Tạp Chí Nghiên cứu Khoa học Và Phát triển*, 3 (2), 19-29. <https://doi.org/10.58902/tcnckhpt.v3i2.146>
78. Đỗ Đình Tấn (2017), *Báo chí và mạng xã hội*, Nxb. Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.
79. Tạ Ngọc Tấn (chủ biên), Nguyễn Tiên Hải (1995), *Tác phẩm báo chí*, Nxb. Giáo dục Việt Nam, Hà Nội.
80. Tạ Ngọc Tấn (2004), *Truyền thông đại chúng*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
81. Tạ Ngọc Tấn (2020), *Báo chí, truyền thông hiện đại: Thực tiễn, vấn đề, nhận định*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
82. Nguyễn Ngọc Thiện (2017), *Việt Nam chủ động và tích cực hội nhập quốc tế về văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa*”, *Tạp chí Cộng sản* số 901 (11-2017), tr. 25.
83. Think Tank VINASA (2020), *Việt Nam thời chuyển đổi số*, Nxb. Thế giới, Hà Nội.
84. Thomas M. Siebel (2021), *Digital Transformation*, Nhà xuất bản tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh.
85. Lê Văn Toan, Ngô Kim Ngân, Nguyễn Thị Phương Thảo (2011), *“Quan điểm của C.Mác, P.H.Ăngghen, V.I. Lê-nin, Hồ Chí Minh và Đảng Cộng sản Việt Nam về báo chí”*, Nxb. Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
86. Tony Saldanha (2021), *Vì sao chuyển đổi số thất bại*, Nhà xuất bản Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh.
87. Nguyễn Thị Thoa (chủ biên), Nguyễn Thị Hằng Thu (2011), *Giáo trình tác phẩm báo chí đại cương*, Nxb. Giáo dục Việt Nam, Hà Nội.
88. Từ điển tiếng Việt (2013), Nxb Từ điển bách khoa.

89. Thông tư số 02/2025/TT-BGĐT, ngày 24-1-2025, của Bộ Giáo dục và Đào tạo
90. Thông báo nội dung chính kết luận thanh tra đột xuất việc chấp hành quy định pháp luật về báo chí đối với Tạp chí điện tử Tri thức trực tuyến, ngày 31-7-2023, <https://mic.gov.vn/thong-bao-noi-dung-chinh-ket-luan-thanh-tra-dot-xuat-viec-chap-hanh-quy-dinh-phap-luat-ve-bao-chi-doi-voi-tap-chi-dien-tu-tri-thuc-truc-tuyen-197159389.htm>
91. Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn, Bộ Thông tin và Truyền thông (2022), *Chuyển đổi số báo chí Việt Nam – Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, tr. 20.
92. Nguyễn Phú Trọng (2003), *Đôi điều suy nghĩ về làm tạp chí lý luận chính trị của Đảng*, Tạp chí Cộng sản số 22 + 23, tháng 8-2003.
93. Lê Xuân Trung (2023), *Mô hình tòa soạn số ở Việt Nam*, Kỷ yếu Hội thảo “Ứng dụng công nghệ trong quản trị tòa soạn số” do Hội Nhà báo Việt Nam và Học viện Công nghệ bưu chính và viễn thông tổ chức, tr.44.
94. Bùi Quang Tuấn, Hà Huy Ngọc (2022), *Chuyển đổi số - Kinh nghiệm quốc tế và lộ trình cho Việt Nam*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
95. Ulrik Hageerup (2020), *Tin tức kiến tạo*, Nhà xuất bản trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.
96. Vietnamnet (2024), *Câu chuyện chuyển đổi số*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.

B. Tài liệu nước ngoài

97. Alexandrov, Daniel & Boukhanovsky, Alexander & Chugunov, Andrei & Kabanov, Yury & Koltsova, Olessia. (2017). *Digital Transformation and Global Society: Second International Conference, DTGS 2017*, St. Petersburg, Russia, June 21–23, 2017, Revised Selected Papers. 10.1007/978-3-319-69784-0.

98. Andersson, P., Movin, S., Mähring, M., Teigland, R., Wennberg, K., & McGettigan, K. (2018). *Managing digital transformation* (1. ed). SSE Institute for Research, Stockholm School of Economics.
99. Alberto Cairo Tourino. (2017). Nerd Journalism: How Data and Digital Technology Transformed News Graphics. Doctoral Programme in the Information and Knowledge Society Universitat Oberta de Catalunya.
100. Andrea Hamm (2022): New Objects, New Boundaries: How the "Journalism of Things" Reconfigures Collaborative Arrangements, Audience Relations and Knowledge-Based Empowerment, Digital Journalism, DOI: 10.1080/21670811.2022.2096088.
101. Bani, Siti & Nordin, Norhisham. (2023). Optimizing Creative Digital Content Among Magazine Publishing Company in Malaysia During Pandemic Covid-19. Journal of Advanced Research in Applied Sciences and Engineering Technology. 30. 190-204. 10.37934/araset.30.2.190204.
102. Baran, S. J., Davis, D. K. (2012). Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future. Italia: Cengage Learning.
103. Carola Richter, Anna Antonakis, Cilja Harders (2018). Digital Media and the Politics of Transformation in the Arab World and Asia. Springer VS Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-20700-7>
104. Cardoso, Carla Rodrigues Cardoso, Tim Holmes (2022). Transforming Magazines: Rethinking the Medium in the Digital Age. (2022). Vương Quốc Anh: Cambridge Scholars Publishing.
105. Crowley, D., & Heyer, P. (2010). *Communication in History: Technology, Culture, Society* (6th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315664538>
106. d'Haenens, L., Lo, W. H., & Moore, M. (2022). Innovation in journalism: How technology affects the news media, publication formats, and the journalist profession. In J. Trappel, & T. Tomaz (Eds.), Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021

- (pp. 337–354). Nordicom, University of Gothenburg.
<https://doi.org/10.48335/9789188855589-16>
107. Digital Transformation and Global Society: Second International Conference, DTGS 2017, St. Petersburg, Russia, June 21–23, 2017, Revised Selected Papers. (2017). Đức: Springer International Publishing.
 108. Digital 2024: Vietnam, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-vietnam>.
 109. Emine Nazlı Aytuna (Galatasaray University, Turkey), Zindan Çakıcı (Üsküdar University, Turkey), and Alparslan Ergün Özkaya (Galatasaray University, Turkey).
 110. Einav, Gali. (2015). The New World of Transitioned Media: Digital Realignment and Industry Transformation. 10.1007/978-3-319-09009-2.
 111. Felix M. Simon (2022) Uneasy Bedfellows: AI in the News, Platform Companies and the Issue of Journalistic Autonomy, Digital Journalism, 10:10, 1832-1854, DOI: 10.1080/21670811.2022.2063150.
 112. Francesco Marconi (2020). Newsmakers: Artificial Intelligence And The Future Of Journalism: New York: Columbia University Press. 216 pp., ISBN: 9780-231549356.
 113. Hogarth, M. (2013). How to Launch a Magazine in this Digital Age. Vương Quốc Anh: Bloomsbury Publishing.
 114. Kwan Hong, T. (2016). Singapore’s Magazine and Digital Media Industry. An Analysis of Key Market Forces and Competitive Dynamics. Đức: Anchor Academic Publishing.
 115. Larasaty, Past. (2018). *Editorial Policy of Gadis Magazine in Creating Digital Content*. 8. 10.31937/ultimacomm.v8i1.884.
 116. Lee, Yong & Kim, Won. (2023). An Analysis of the Structure and Composition Factors of Domestic Magazine Industry from an Ecosystem Perspective. Korean Publishing Science Society. 110. 83-111. 10.21732/skps.2023.110.83.

117. Littlejohn, S. W., Foss, K. A. (2009). Encyclopedia of Communication Theory. Vương Quốc Anh: SAGE Publications.
118. Medeiros Neto, Benedito & Amaral, Inês & Ghinea, Gheorghita. (2022). Digital Convergence in Contemporary Newsrooms Media Innovation, Content Adaptation, Digital Transformation, and Cyber Journalism. Springer. ISBN: 978-3-030-74427-4.
119. Mike Friedrichsen and Yahya Kamalipour (2018). Digital Transformation in Journalism and News Media Media Management, Media Convergence and Globalization. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-27786-8>.
120. Perez-Latre, Francisco. (2015). Fundamentals for the Transformation of Media Companies in the Digital Age. In Herrero, Mónica & Wildman, Steve (Editors): The Business of Media: Change and Challenges. Media XXI/Formalpress, Porto 2015, 53-62.. (https://www.researchgate.net/publication/283073844_Fundamentals_for_the_Transformation_of_Media_Companies_in_the_Digital_Age_In_Herrero_Monica_Wildman_Steve_Editors_The_Business_of_Media_Change_and_Challenges_Media_XXIFormalpress_Porto_2015_53-62).
121. Priyadarshini, Pallavi & Stamp, Mark. (2009). Digital Rights Management for Untrusted Peer-to-Peer Networks. 10.4018/978-1-60566-262-6.ch006.
122. Rafael Schwab, Isabelle Krebs & Philipp Bachmann (2022): Information Competition in Disruptive Media Markets: Investigating Competition and User Selection on Google, Digital Journalism, DOI: 10.1080/21670811.2022.2076138.
123. Radcliffe, Damian & Nel, Francois. (2021). World Press Trends 2021-22: preview of the key takeaways. 10.13140/RG.2.2.29177.39521.
124. Rauwers, Fabienne & Voorveld, Hilde & Neijens, Peter (2016), *The effects of the integration of external and internal communication features in digital magazines on consumers'*

- magazine attitude*. Computers in Human Behavior. 61. 454-462. 10.1016/j.chb.2016.03.042.
125. Ribeiro, Pedro & Costa, Giselle. (2024), *Magazines currently: a matter of virtualisation*. 139-153. 10.60543/ijms.v1i1.9184.
 126. Salaverría, Ramón. (2019). *Digital journalism: 25 years of research. Review article. Profesional de la Informacion*. 28. e280101. 10.3145/epi.2019.ene.01.
 127. Stöckl, H., Caple, H., & Pflaeging, J. (Eds.). (2019). *Shifts towards Image-centricity in Contemporary Multimodal Practices* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429487965>.
 128. Škomrlj, Matea & Kvarantan, Tea & Đuho, Nika. (2021). The digital transformation of journalism during COVID-19 pandemic. (https://www.researchgate.net/publication/351454393_The_digital_transformation_of_journalism_during_COVID-19_pandemic).
 129. Swartzlander, Stephanie. (2011). *Print Magazines: Linking to the Digital World*. (https://www.researchgate.net/publication/304162772_Print_Magazines_Linking_to_the_Digital_World).
 130. Silva, Dora. (2022). *Print magazines in the digital environment: editorial and positioning strategies*.
 131. *The Routledge Handbook of Magazine Research: The Future of the Magazine Form*. (2017). Vương Quốc Anh: Routledge.
 132. *The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies*. (2018). Vương Quốc Anh: Taylor & Francis.
 133. *The Handbook of Magazine Studies*. (2020). Hoa Kỳ: Wiley.
 134. Vázquez Herrero, Jorge & Direito-Rebollal, Sabela & Rodríguez, Alba Silva & García, Xosé. (2020). *Journalistic Metamorphosis: Media Transformation in the Digital Age*. 10.1007/978-3-030-36315-4.
 135. Webster, F. (2014). *Theories of the Information Society*. Vương Quốc Anh: Routledge.

136. Westlund, O. (2012). MOBILE NEWS: A review and model of journalism in an age of mobile media. *Digital Journalism*, 1(1), 6–26. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.740273>.

C. Website

137. <https://special.nhandan.vn/xu-huong-bao-chi-2024/index.html>
138. <https://special.nhandan.vn/chuyen-doi-so-tbt/index.html>
139. https://special.vietnamplus.vn/2018/12/26/tri_tue_nhan_tao_va_bao_chi
140. <https://www.britannica.com/topic/publishing/Magazine-publishing>
141. <https://www.vietnamplus.vn/phuong-an-sap-xep-tinh-gon-co-quan-bao-chi-thuoc-chinh-phu-va-bo-nganh-post998865.vnp>
142. <https://www.vietnamplus.vn/cac-moc-thoi-gian-sap-xep-tinh-gon-cac-co-quan-bao-chi-nhu-the-nao-post999414.vnp>
143. https://www.oed.com/dictionary/magazine_n?tab=meaning_and_use#38538053
144. <https://special.nhandan.vn/xu-huong-bao-chi-truyen-thong-2023/index.html>
145. <https://nhandan.vn/gan-chip-dinh-danh-len-bao-tet-post792092.html>
146. <https://nhandan.vn/ung-dung-tri-tue-nhan-tao-trong-sang-tao-noi-dung-bao-chi-so-post743534.html>
147. <https://www.pace.edu.vn/tin-kho-tri-thuc/ky-thuat-so-la-gi>
148. <https://www.pace.edu.vn/tin-kho-tri-thuc/so-hoa-la-gi>
149. <https://vietnamnet.vn/lan-dau-tien-tai-viet-nam-doc-bao-tet-tren-buu-thiep-2361848.html>
150. <https://ictvietnam.vn/chuyen-doi-so-tai-tap-chi-khoa-hoc-va-cong-nghe-viet-nam-dien-tu-thuc-trang-va-giai-phap-68649.html>

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1

BỘ TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ TRƯỞNG THÀNH CHUYỂN ĐỔI NỘI DUNG SỐ TẠP CHÍ

STT	Trụ cột / Chỉ số thành phần	Tiêu chí	Cách xác định và tính điểm	Điểm tối đa
1	Hạ tầng số, nền tảng số			14
1.1	Hạ tầng số			4
1.1.1	Hạ tầng số	Xây dựng kho lưu trữ dữ liệu chung để kết nối, chia sẻ và khai thác dữ liệu số của cơ quan tạp chí (video, hình ảnh và âm thanh,...).	+ Lưu trữ trên 12 tháng: được điểm tối đa; + Lưu trữ từ 6 tháng đến 12 tháng: được 1 điểm; + Lưu trữ dưới 6 tháng: được 0.5 điểm; + Không lưu trữ: 0 điểm;	2
1.1.2		Cơ quan tạp chí có kết nối internet băng rộng cáp quang, sử dụng mạng 4G, 5G	- Có: được điểm tối đa; - Không: 0 điểm	1
1.1.3		Cơ quan tạp chí sử dụng hạ tầng áp dụng công nghệ điện toán đám mây (Cloud Computing)	- Có (cơ quan tạp chí đầu tư hoặc thuê hoặc được hỗ trợ/tài trợ về hạ tầng điện toán đám mây của các đơn vị cung cấp dịch vụ): được điểm tối đa; - Không: 0 điểm	1
1.2	Nền tảng số			10
1.2.1	Nền tảng số	Ứng dụng các phần mềm để nâng cao tốc độ biên tập, sản xuất nội dung, dễ dàng tác nghiệp từ xa; hoặc có hoạt động theo mô hình tòa soạn số; hoặc có ứng dụng phần mềm trực tuyến và các nền tảng công nghệ ảo hóa, điện toán đám mây giúp PV, BTV dễ dàng xử lý thông tin mọi lúc, mọi nơi.	- Có: được điểm tối đa; - Không: 0 điểm	1.5
1.2.2		Thực hiện phân phối nội dung tạp chí trên các nền tảng sẵn có (trang web, mạng xã hội uy tín và các nền tảng công nghệ số trong nước) hoặc trên các nền tảng tự xây dựng, vận hành (trang web, ứng dụng trên mobile, tablet, smartTV, ...); hoặc trên các cơ sở dữ liệu quốc tế	- Có phân phối trên các cơ sở dữ liệu quốc tế uy tín: được điểm tối đa; - Có phân phối nội dung tạp chí trên các nền tảng sẵn có hoặc tự xây dựng được 1 điểm - Không: 0 điểm	1.5

1.2.3		Áp dụng hệ thống quản trị nội dung (CMS) trong quá trình sản xuất, phân phối nội dung	- Có: được điểm tối đa; - Không: 0 điểm	1.5
1.2.4		Ứng dụng trí tuệ nhân tạo vào các quy trình nghiệp vụ của tòa soạn và các bộ phận khác để tối ưu hóa hoạt động	- Có: được điểm tối đa; - Không: 0 điểm	1.5
1.2.5		Có đổi mới toàn diện hệ thống sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số: cá nhân hóa nội dung/ đa nền tảng/ báo chí di động/ báo chí xã hội/ báo chí dữ liệu/ báo chí sáng tạo/ báo chí thị giác/ siêu tác phẩm báo chí, ...	- Có: được điểm tối đa; - Không: 0 điểm	1.5
1.2.6		Có các kênh thông tin riêng trên các mạng xã hội như: Facebook, Twitter, YouTube, ...	- Có: được điểm tối đa; - Không: 0 điểm	0.5
1.2.7		Ứng dụng nền tảng trực tuyến có tường phí hoạt động (áp dụng mô hình thu phí với những nội dung trải nghiệm được cá nhân hóa, quyền lựa chọn nguồn tin để theo dõi, giới thiệu nội dung theo thị hiếu cá nhân)	- Có: được điểm tối đa; - Không: 0 điểm	1
1.2.8		Ứng dụng công nghệ để phát hiện, hỗ trợ ngăn chặn vi phạm bản quyền báo chí.	- Nếu có ứng dụng công nghệ để phát hiện vi phạm bản quyền báo chí: được 0,5 điểm; - Nếu có ứng dụng công nghệ để hỗ trợ ngăn chặn vi phạm bản quyền báo chí: được 0,5 điểm; - Nếu có ứng dụng công nghệ để phát hiện vi phạm bản quyền báo chí và có ứng dụng công nghệ để hỗ trợ ngăn chặn vi phạm bản quyền báo chí: được điểm tối đa. - Không có: 0 điểm	1
2	Sự đồng nhất về tổ chức và chuyên môn			3
2.1	Sự đồng nhất về tổ chức			
2.1.1		Cơ chế hoạt động theo mô hình tòa soạn hội tụ/ đa phương tiện/ sản xuất nội	- Có: được điểm tối đa; - Không: 0 điểm	3

		dung theo các xu hướng báo chí số: cá nhân hóa nội dung/ đa nền tảng/ báo chí di động/ báo chí xã hội/ báo chí dữ liệu...		
3	Độc giả			23
3.1	<i>Quản lý trải nghiệm của độc giả</i>			11
3.1.1	<i>Quản lý trải nghiệm của độc giả</i>	Đo lường mức độ trải nghiệm của độc giả	- Có cả 02 hình thức đo lường (thông qua công cụ tự thu thập dữ liệu và thông qua khảo sát độc giả): được điểm tối đa. - Có đo lường thông qua công cụ tự thu thập dữ liệu: được 2 điểm - Có đo lường thông qua khảo sát độc giả: được 2 điểm - Không có: 0 điểm	4
3.1.2		Phân tích trải nghiệm của độc giả	- Có: được điểm tối đa - Không có: 0 điểm	4
3.1.3		Nâng cao trải nghiệm cho độc giả	- Có: được điểm tối đa - Không có: 0 điểm	3
3.2	<i>Trải nghiệm của độc giả</i>			12
3.2.1	Trải nghiệm của độc giả	Mức độ tương tác	- Có thực hiện đo mức độ tương tác và mức độ tương tác năm đánh giá tăng so với năm trước liền kề: được điểm tối đa; - Có thực hiện đo mức độ tương tác và mức độ tương tác năm đánh giá giữ nguyên (không tăng không giảm) so với năm trước liền kề: được 2 điểm; - Có thực hiện đo mức độ tương tác và mức độ tương tác năm đánh giá giảm so với năm trước liền kề: được 1 điểm; - Không đo: 0 điểm Lưu ý: Mức độ tương tác là thời gian tương tác trung bình mỗi phiên (mỗi lần) sử dụng.	3

3.2.2		Độc giả trung thành	- Có thực hiện đo tỷ lệ độc giả trung thành và tỷ lệ độc giả trung thành năm đánh giá tăng so với năm trước liền kề: được điểm tối đa; - Có thực hiện đo tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả trung thành và tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả trung thành năm đánh giá giữ nguyên (không tăng không giảm) so với năm trước liền kề: được 2 điểm; - Có thực hiện đo tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả trung thành và tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả trung thành năm đánh giá giảm so với năm trước liền kề: được 1 điểm; - Không đo: 0 điểm	3
3.2.3		Độc giả mới	- Có thực hiện đo tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả mới và tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả mới năm đánh giá tăng so với năm trước liền kề: được điểm tối đa; - Có thực hiện đo tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả mới và tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả mới năm đánh giá giữ nguyên (không tăng không giảm) so với năm trước liền kề: được 2 điểm; - Có thực hiện đo tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả mới và tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả mới năm đánh giá giảm so với năm trước liền kề: được 1 điểm; - Không đo: 0 điểm	3
3.2.4		Tổng số độc giả	- Có thực hiện đo tổng số độc giả, khán giả, thính giả và tổng số lượng độc giả, khán giả, thính giả năm đánh giá tăng so với năm trước liền kề: được điểm tối đa; - Có thực hiện đo tổng số độc giả, khán giả, thính giả và tổng số	3

			lượng độc giả, khán giả, thính giả năm đánh giá giữ nguyên (không tăng không giảm) so với năm trước liền kề: được 2 điểm; - Có thực hiện đo tổng số độc giả, khán giả, thính giả và tổng số lượng độc giả, khán giả, thính giả năm đánh giá giảm so với năm trước liền kề: được 1 điểm; - Không đo: 0 điểm	
	Tổng điểm			40

PHỤ LỤC 2

MẪU KHẢO SÁT NGUỒN NHÂN LỰC - HẠ TẦNG KỸ THUẬT VÀ MỨC ĐỘ TRƯỞNG THÀNH CHUYỂN ĐỔI NỘI DUNG SỐ CỦA CÁC TẠP CHÍ KHẢO SÁT

Tạp chí khảo sát:.....

Người đại diện tạp chí thực hiện khảo sát:.....

Mục đích khảo sát:.....

I. KHẢO SÁT NGUỒN NHÂN LỰC, HẠ TẦNG KỸ THUẬT

1. Tổng số nguồn nhân lực tạp chí:.....

- Ban lãnh đạo gồm bao nhiêu người:.....
- Số lượng PV, Biên tập viên, PV ảnh:.....
- Số lượng Họa sĩ thiết kế:.....
- Số lượng Kỹ thuật viên:.....
- Trình độ chuyên môn:PGS, TS;TS;.....CN;.....CĐ

2. Năng lực số của nguồn nhân lực

Trong tổng số nguồn nhân lực có bao nhiêu người có khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn năng lực số sau:

- 1- Vận hành thiết bị và phần mềm:..... (người)
- 2- Khai thác thông tin và dữ liệu:..... (người)
- 3- Giao tiếp và hợp tác trong môi trường số:.....(người)
- 4- An toàn và an sinh số:.....(người)
- 5- Sáng tạo nội dung số:.....(người)
- 6- Học tập và phát triển kỹ năng số:.....(người)
- 7- Sử dụng năng lực số cho nghề nghiệp:.....(người)

3. Hạ tầng số

- Máy chủ do tạp chí đầu tư xây dựng/ Thuê cloud server:.....
- Tạp chí tự vận hành/Thuê đơn vị vận hành vận hành:.....
- An toàn công nghệ thông tin tạp chí chịu trách nhiệm/ thuê:.....
-

II. MỨC ĐỘ TRƯỞNG THÀNH CHUYỂN ĐỔI NỘI DUNG SỐ

STT	Tiêu chí	Điểm tạp chí khảo sát	Điểm tối đa
1	Xây dựng kho lưu trữ dữ liệu chung để kết nối, chia sẻ và khai thác dữ liệu số của cơ quan tạp chí (video, hình ảnh và âm thanh,...).		2
2	Cơ quan tạp chí có kết nối internet băng rộng cáp quang, sử dụng mạng 4G, 5G		1
3	Cơ quan tạp chí sử dụng hạ tầng áp dụng công nghệ điện toán đám mây (Cloud Computing)		1
5	Ứng dụng các phần mềm để nâng cao tốc độ biên tập, sản xuất nội dung, dễ dàng tác nghiệp từ xa; hoặc có hoạt động theo mô hình tòa soạn số; hoặc có ứng dụng phần mềm trực tuyến và các nền tảng công nghệ ảo hóa, điện toán đám mây giúp PV, BTV dễ dàng xử lý thông tin mọi lúc, mọi nơi.		1.5
6	Thực hiện phân phối nội dung tạp chí trên các nền tảng sẵn có (trang web, mạng xã hội uy tín và các nền tảng công nghệ số trong nước) hoặc trên các nền tảng tự xây dựng, vận hành (trang web, ứng dụng trên mobile, tablet, smartTV, ...); hoặc trên các cơ sở dữ liệu quốc tế		1.5
7	Áp dụng hệ thống quản trị nội dung (CMS) trong quá trình sản xuất, phân phối nội dung		1.5
8	Ứng dụng trí tuệ nhân tạo vào các quy trình nghiệp vụ của tòa soạn và các bộ phận khác để tối ưu hóa hoạt động		1.5
9	Có đổi mới toàn diện hệ thống sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số: cá nhân hóa nội dung/ đa nền tảng/ báo chí di động/ báo chí xã hội/ báo chí dữ liệu/ báo chí sáng tạo/ báo chí thị giác/ siêu tác phẩm báo chí, ...		1.5
10	Có các kênh thông tin riêng trên các mạng xã hội như: Facebook, Twitter, YouTube,...		0.5
11	Ứng dụng nền tảng trực tuyến có tường phí hoạt động (áp dụng mô hình thu phí với những nội dung trải nghiệm được cá nhân hóa, quyền lựa chọn nguồn tin để theo dõi, giới thiệu nội dung theo thị hiếu cá nhân)		1
12	Ứng dụng công nghệ để phát hiện, hỗ trợ ngăn chặn vi phạm bản quyền báo chí.		1
13	Cơ chế hoạt động theo mô hình tòa soạn hội tụ/ đa phương tiện/ sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số: cá nhân hóa nội dung/ đa nền tảng/ báo chí di động/ báo chí xã hội/ báo chí dữ liệu...		3
14	Có cả 02 hình thức đo lường (thông qua công cụ tự thu thập dữ liệu và thông qua khảo sát độc giả)		4
15	Có đo lường thông qua công cụ tự thu thập dữ liệu		

16	Có đo lường thông qua khảo sát độc giả		
17	Phân tích trải nghiệm của độc giả		4
18	Nâng cao trải nghiệm cho độc giả		3
19	Có thực hiện đo mức độ tương tác và mức độ tương tác năm đánh giá tăng so với năm trước liền kề		3
20	Có thực hiện đo mức độ tương tác và mức độ tương tác năm đánh giá giữ nguyên (không tăng không giảm) so với năm trước liền kề		
21	Có thực hiện đo mức độ tương tác và mức độ tương tác năm đánh giá giảm so với năm trước liền kề		
22	Có thực hiện đo tỷ lệ độc giả trung thành và tỷ lệ độc giả trung thành năm đánh giá tăng so với năm trước liền kề: được điểm tối đa;		3
23	Có thực hiện đo tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả trung thành và tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả trung thành năm đánh giá giữ nguyên (không tăng không giảm) so với năm trước liền kề.		
24	Có thực hiện đo tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả trung thành và tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả trung thành năm đánh giá giảm so với năm trước liền kề		
25	Có thực hiện đo tỷ lệ độc giả mới và tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả mới năm đánh giá tăng so với năm trước liền kề		3
26	Thực hiện đo tỷ lệ độc giả mới và tỷ lệ độc giả mới năm đánh giá giữ nguyên (không tăng không giảm) so với năm trước liền kề		
27	Thực hiện đo tỷ lệ độc giả mới và tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả mới năm đánh giá giảm so với năm trước liền kề		
28	Thực hiện đo tổng số độc giả và tổng số lượng độc giả năm đánh giá tăng so với năm trước liền kề		3
29	Thực hiện đo tổng số độc giả và tổng số lượng độc giả năm đánh giá giữ nguyên (không tăng không giảm) so với năm trước liền kề		
30	Thực hiện đo tổng số độc giả và tổng số lượng độc giả năm đánh giá giảm so với năm trước liền kề		
	Tổng		40

PHỤ LỤC 3

**TỔNG HỢP KẾT QUẢ KHẢO SÁT NGUỒN NHÂN LỰC - HẠ TẦNG
KỸ THUẬT VÀ ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ TRƯỞNG THÀNH CHUYÊN
ĐỒI NỘI DUNG SỐ CỦA CÁC TẠP CHÍ KHẢO SÁT**

I. KHẢO SÁT NGUỒN NHÂN LỰC, HẠ TẦNG KỸ THUẬT

STT	Nguồn nhân lực	TCCS	KH và CN Việt Nam	Ngày Nay	Tri thức TT
1	Tổng số nguồn nhân lực tạp chí	100	16	22	30
2	Ban lãnh đạo gồm bao nhiêu người	6	2	4	5
3	Phóng viên, biên tập viên	46	13	10	25
4	Họa sĩ thiết kế	3	1	1	1
5	Kỹ thuật viên	3		1	
6	Hành chính - trị sự	48	2	10	4

STT	Trình độ chuyên môn	TCCS	KH và CN Việt Nam	Ngày Nay	Tri thức TT
1	Phó giáo sư, tiến sĩ	7	0	0	0
2	Tiến sĩ	20	1	0	0
3	Thạc sĩ	39	2	1	3
4	Cử nhân, kỹ sư	25	13	21	27
5	Trung cấp, đào tạo nghề	9	0	0	0

STT	Năng lực số của ban biên tập	TCCS	KH và CN Việt Nam	Ngày Nay	Tri thức TT
1	Vận hành thiết bị và phần mềm	x	x	x	x
2	Khai thác thông tin và dữ liệu	x	x	x	x
3	Giao tiếp và hợp tác trong môi trường số				x
4	An toàn và an sinh số				
5	Sáng tạo nội dung số				
6	Học tập và phát triển kỹ năng số				
7	Sử dụng năng lực số cho nghề nghiệp				

STT	Năng lực số của nguồn nhân lực các tạp chí	TCCS			KH và CN Việt Nam			Ngày Nay			Tri thức TT		
		PV, BTV	HSTK	KTV	PV, BTV	HSTK	KTV	PV, BTV	HSTK	KTV	PV, BTV	HSTK	KTV
1	Vận hành thiết bị và phần mềm	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2	Khai thác thông tin và dữ liệu	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3	Giao tiếp và hợp tác trong môi trường số	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4	An toàn và an sinh số		x	x		x	x		x	x		x	x
5	Sáng tạo nội dung số		x						x				
6	Học tập và phát triển kỹ năng số		x										
7	Sử dụng năng lực số cho nghề nghiệp												

STT	Năng lực số của nguồn nhân lực các tạp chí	TCCS			KH và CN Việt Nam			Ngày Nay			Tri thức TT		
		PV, BTV	HSTK	KTV	PV, BTV	HSTK	KTV	PV, BTV	HSTK	KTV	PV, BTV	HSTK	KTV
	Tổng số người	46	3	3	13	1		10	1	1	25	1	
1	Vận hành thiết bị và phần mềm	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	
2	Khai thác thông tin và dữ liệu	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	
3	Giao tiếp và hợp tác trong môi trường số	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	
4	An toàn và an sinh số		x	x		x			x	x		x	
5	Sáng tạo nội dung số		x						x				
6	Học tập và phát triển kỹ năng số		x										
7	Sử dụng năng lực số cho nghề nghiệp												

STT	Hạ tầng số	TCCS	KH và CN Việt Nam	Ngày Nay	Tri thức TT
1	Máy chủ do tạp chí đầu tư xây dựng/ Thuê cloud server	Đầu tư từ kinh phí NN	Đơn vị CNTT của cơ quan chủ quản đầu tư xây dựng	Thuê cloud server	Thuê cloud server
2	Tạp chí tự vận hành/Thuê đơn vị vận hành vận hành	Thuê đối tác vận hành	Đơn vị CNTT của cơ quan chủ quản vận hành	Thuê đối tác vận hành	Thuê đối tác vận hành
3	An toàn công nghệ thông tin tạp chí chịu trách nhiệm/ thuê	Thuê đối tác chịu trách nhiệm	Đơn vị CNTT của cơ quan chủ quản chịu trách nhiệm	Thuê đối tác chịu trách nhiệm	Thuê đối tác chịu trách nhiệm

II. MỨC ĐỘ TRƯỞNG THÀNH CHUYỂN ĐỔI NỘI DUNG SỐ

STT	Tiêu chí	Điểm tạp chí khảo sát				Điểm tối đa
		TCCS	KH và CN Việt Nam	Ngày Nay	Tri thức TT	
1	Xây dựng kho lưu trữ dữ liệu chung để kết nối, chia sẻ và khai thác dữ liệu số của cơ quan tạp chí (video, hình ảnh và âm thanh,...).	2	2	2	2	2
2	Cơ quan tạp chí có kết nối internet băng rộng cáp quang, sử dụng mạng 4G, 5G	1	1	1	1	1
3	Cơ quan tạp chí sử dụng hạ tầng áp dụng công nghệ điện toán đám mây (Cloud Computing)	1	1	1	1	1
5	Ứng dụng các phần mềm để nâng cao tốc độ biên tập, sản xuất nội dung, dễ dàng tác nghiệp từ xa; hoặc có hoạt động theo mô hình tòa soạn số; hoặc có ứng dụng phần mềm trực tuyến và các nền tảng công nghệ ảo hóa, điện toán đám mây giúp PV, BTV dễ dàng xử lý thông tin mọi lúc, mọi nơi.	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
6	Thực hiện phân phối nội dung tạp chí trên các nền tảng sẵn có (trang web, mạng xã hội uy tín và các nền tảng công nghệ số trong nước) hoặc trên các nền tảng tự xây dựng, vận hành (trang web, ứng dụng trên	1	1.5	1	1	1.5

	mobile, tablet, smartTV, ...); hoặc trên các cơ sở dữ liệu quốc tế					
7	Áp dụng hệ thống quản trị nội dung (CMS) trong quá trình sản xuất, phân phối nội dung	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
8	Ứng dụng trí tuệ nhân tạo vào các quy trình nghiệp vụ của tòa soạn và các bộ phận khác để tối ưu hóa hoạt động	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
9	Có đổi mới toàn diện hệ thống sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số: cá nhân hóa nội dung/ đa nền tảng/ báo chí di động/ báo chí xã hội/ báo chí dữ liệu/ báo chí sáng tạo/ báo chí thị giác/ siêu tác phẩm báo chí, ...	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
10	Có các kênh thông tin riêng trên các mạng xã hội như: Facebook, Twitter, YouTube,...	0	0	0.5	0.5	0.5
11	Ứng dụng nền tảng trực tuyến có tường phí hoạt động (áp dụng mô hình thu phí với những nội dung trải nghiệm được cá nhân hóa, quyền lựa chọn nguồn tin để theo dõi, giới thiệu nội dung theo thị hiếu cá nhân)	0	0	0	0	1
12	Ứng dụng công nghệ để phát hiện, hỗ trợ ngăn chặn vi phạm bản quyền báo chí.	0.5	0.5	0	0	1
13	Cơ chế hoạt động theo mô hình tòa soạn hội tụ/ đa phương tiện/ sản xuất nội dung theo các xu hướng báo chí số: cá nhân hóa nội dung/ đa nền tảng/ báo chí di động/ báo chí xã hội/ báo chí dữ liệu...	3	3	3	3	3
14	Có cả 02 hình thức đo lường (thông qua công cụ tự thu thập dữ liệu và thông qua khảo sát độc giả)	0	0	0	0	4
15	Có đo lường thông qua công cụ tự thu thập dữ liệu	2	2	2	2	
16	Có đo lường thông qua khảo sát độc giả	0	0	0	0	
17	Phân tích trải nghiệm của độc giả	0	0	2	4	4
18	Nâng cao trải nghiệm cho độc giả	0	0	3	3	3
19	- Có thực hiện đo mức độ tương tác và mức độ tương tác năm đánh giá tăng so với năm trước liền kề	3	2	2	1	3
20	- Có thực hiện đo mức độ tương tác và mức độ tương tác năm đánh	0	0	0	0	

	giá giữ nguyên (không tăng không giảm) so với năm trước liền kề					
21	- Có thực hiện đo mức độ tương tác và mức độ tương tác năm đánh giá giảm so với năm trước liền kề	0	0	0	0	
22	- Có thực hiện đo tỷ lệ độc giả trung thành và tỷ lệ độc giả trung thành năm đánh giá tăng so với năm trước liền kề: được điểm tối đa;	2	3	3	3	
23	Có thực hiện đo tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả trung thành và tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả trung thành năm đánh giá giữ nguyên (không tăng không giảm) so với năm trước liền kề.	0	0	0	0	3
24	Có thực hiện đo tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả trung thành và tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả trung thành năm đánh giá giảm so với năm trước liền kề	0	0	0	0	
25	- Có thực hiện đo tỷ lệ độc giả mới và tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả mới năm đánh giá tăng so với năm trước liền kề	0	0	0	0	
26	Thực hiện đo tỷ lệ độc giả mới và tỷ lệ độc giả mới năm đánh giá giữ nguyên (không tăng không giảm) so với năm trước liền kề	2	0	2	2	3
27	Thực hiện đo tỷ lệ độc giả mới và tỷ lệ độc giả, khán giả, thính giả mới năm đánh giá giảm so với năm trước liền kề	0	0	0	0	
28	Thực hiện đo tổng số độc giả và tổng số lượng độc giả năm đánh giá tăng so với năm trước liền kề	0	0	3	3	
29	Thực hiện đo tổng số độc giả và tổng số lượng độc giả năm đánh giá giữ nguyên (không tăng không giảm) so với năm trước liền kề	2	0	0	0	3
30	Thực hiện đo tổng số độc giả và tổng số lượng độc giả năm đánh giá giảm so với năm trước liền kề	0	0	0	0	
	Tổng	25,5	22	30,5	32,5	40

PHỤ LỤC 4

TRẢ LỜI PHÒNG VẤN SÂU

Thời gian phỏng vấn: Từ tháng 12-2023 đến tháng 6-2024

Hình thức phỏng vấn: Trực tiếp, qua điện thoại, email

1. Đối với nhóm lãnh đạo QLBC

PVS 1: Nam, lãnh đạo cơ quan QLBC

PVS 2: Nam, lãnh đạo cơ quan QLBC

PVS 3: Nam, lãnh đạo cơ quan QLBC

PVS 4: Nữ, lãnh đạo cơ quan QLBC

***Câu hỏi 1:** Xin ông/bà cho biết vai trò của chuyên đổi nội dung số trong công tác quản lý chỉ hiện nay?*

PVS 1: Chuyên đổi nội dung số giúp cơ quan QLBC quản lý kiểm tra hoạt động xuất bản của các tạp chí trên không gian mạng thông qua công cụ phân tích, giám sát kỹ thuật số, không để xảy ra tình trạng “sáng đăng, trưa gỡ, chiều gỡ”, góp phần ngăn chặn tiêu cực trong hoạt động báo chí, đồng thời xác định rõ trách nhiệm lãnh đạo, quản lý tạp chí của các cơ quan chủ quản tạp chí và tạp chí.

PVS 2: Chuyên đổi nội dung số giúp chủ động trong công tác chỉ đạo, quản lý hoạt động báo chí; bảo đảm việc chỉ đạo, cung cấp thông tin thống nhất, kịp thời và thuyết phục, nhất là những vấn đề quan trọng, nhạy cảm, phức tạp, bảo đảm để báo chí giữ vững vai trò định hướng thông tin trong xã hội, không để xảy ra tình trạng “báo hóa” tạp chí điện tử.

PVS 3: Giúp cơ quan QLBC chủ động trong chỉ đạo, định hướng quản lý thông tin kịp thời, sát thực tiễn, bảo đảm báo chí giữ vai trò chủ động trong công tác thông tin, tuyên truyền, định hướng dư luận xã hội; đặc biệt đối với các sự kiện trọng đại của Đảng, đất nước; những ngày kỷ niệm lớn; hoạt động đối ngoại, công tác bảo vệ chủ quyền trên không gian mạng.

PVS 4: Thông qua dư luận xã hội trên các nền tảng số, các phương tiện truyền thông xã hội để nắm bắt tâm tư, tình cảm, nguyện vọng, những khó khăn, vướng mắc, những điểm nóng mà các báo và tạp chí thông tin phản ánh. Đồng thời, giúp cơ quan QLBC kịp thời định hướng thông, cung cấp thông tin

một cách kịp thời, chính xác; đề xuất các giải pháp tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc về cơ chế, chính sách, góp phần bảo đảm an ninh chính trị, an ninh tư tưởng, trật tự, an toàn xã hội.

Câu hỏi 2: *Xin ông/bà cho biết vai trò của chuyển đổi nội dung số đối với trong công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; đấu tranh phản bác các luận điệu sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng; góp phần ổn định chính trị, phát triển kinh tế - xã hội, định hướng tư tưởng và thẩm mỹ, phổ biến tri thức, nâng cao dân trí của nhân dân?*

PVS 1: Các chủ trương, quyết sách của Đảng và Nhà nước, các bài viết chỉ đạo của lãnh đạo Đảng, Nhà nước được các tạp chí sử dụng công nghệ số sáng tạo thành các tác phẩm báo chí, sản phẩm báo chí đa phương tiện, hấp dẫn, ấn tượng, giúp tuyên truyền, truyền thông đến công chúng nhanh, hiệu lực, hiệu quả.

PVS 2: Chuyển đổi nội dung số giúp hệ thống báo và tạp chí đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, xuyên tạc nền tảng tư tưởng của Đảng của các thế lực thù địch trên không gian mạng một cách kịp thời, hiệu quả.

PVS 3: Chuyển đổi nội dung số giúp tuyên truyền, phổ biến, giáo dục quan điểm, đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước đến công chúng nhanh nhất, góp phần định hướng dư luận xã hội trước các vấn đề quan trọng của đất nước, nhạy cảm, góp phần bảo đảm ổn định chính trị - xã hội. Không để xảy ra nhưng “điểm nóng” về an ninh, trật tự xã hội để các thế lực thù địch lợi dụng chống phá.

PVS 4: Chuyển đổi nội dung số giúp các cơ quan báo chí - truyền thông phân phối trên đa nền tảng giúp nội dung số tiếp cận mọi đối tượng công chúng mọi lúc mọi nơi. Góp phần tối ưu hóa hiệu quả tuyên truyền.

Câu hỏi 3: *Xin ông/bà đánh giá tình trạng “báo hóa” tạp chí điện tử hiện nay và những vấn đề đặt ra trong công tác quản lý tạp chí điện tử trong thời gian tới?*

PVS 1: Tình trạng “báo hóa” tạp chí điện tử mặc dù đã giảm so với những năm trước, song vẫn còn xảy ra ở không ít cơ quan tạp chí, nhất là các tạp chí điện tử. Các tạp chí này có xu hướng tác nghiệp, xuất bản tin tức hằng ngày, mang tính chất đưa tin, phản ánh của báo. Tính chuyên sâu, chuyên

ngành của tạp chí thuộc hội, viện thuộc Liên hiệp các Hội Khoa học và Kỹ thuật Việt Nam, nhất là loại hình tạp chí điện tử vẫn chưa được quan tâm, tiếp cận đúng mức; vẫn còn nhiều tạp chí điện tử thể hiện xu hướng phản ánh, thông tin sự kiện đơn thuần, dẫn đến thông tin không phù hợp tôn chỉ mục đích, tính chất hoạt động của tạp chí. Đặc biệt, một số tạp chí thuộc các tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp, lợi dụng danh nghĩa báo chí để hoạt động trái pháp luật, sách nhiễu cơ quan, doanh nghiệp, địa phương.

PVS 2: Hiện nay, tình trạng “báo hóa” tạp chí điện tử đang diễn ra khá phổ biến. Khá nhiều tạp chí điện tử văng bóng các bài viết chuyên luận, bài viết chuyên sâu, mà sa đà vào những nội dung thời sự hằng ngày, đưa quá nhiều thông tin liên quan đến vấn đề tiêu cực, mặt trái của xã hội, diện phản ánh quá rộng, vượt khỏi phạm vi giới hạn của tôn chỉ, mục đích. Sử dụng loại thể thông tấn là chủ đạo, nhất là tin. Giao diện pha tạp phong cách của báo điện tử, trang thông tin tổng hợp. “Báo hóa” tạp chí gây nhiều hệ lụy tiêu cực, như dẫn tới hiện tượng thương mại hóa báo chí, cổ xúy cho cách làm báo dễ dãi, tùy tiện, làm suy giảm niềm tin của công chúng vào hệ thống báo chí, gây khó khăn cho công tác lãnh đạo, quản lý báo chí...

PVS 3: Tình trạng “báo hóa” tạp chí diễn ra khá phổ biến, nhiều cơ quan tạp chí khai thác, tập trung đăng lại những thông tin liên quan đầu thầu, kết quả kinh doanh của cơ quan, doanh nghiệp đơn thuần cùng dấu hiệu tạo áp lực cho cơ quan, doanh nghiệp với mục đích tiêu cực. Có hiện tượng người đứng đầu cơ quan tạp chí buông lỏng quản lý, kiểm soát nội dung thông tin không sát sao, thiếu chặt chẽ, giao quyền cho cấp dưới cử phóng viên tác nghiệp, duyệt, đăng tin, bài không đúng quy định, không đúng tôn chỉ, mục đích của tạp chí, được xuất bản đa nền tảng, gây khó khăn cho công tác quản lý báo chí.

PVS 4: Tình trạng “báo hóa” tạp chí chủ yếu ở các tạp chí điện tử. Nguyên nhân của tình trạng trên là do lãnh đạo tạp chí đó hiểu, nhận thức chưa đúng, chưa đầy đủ về bản chất, đặc điểm tạp chí điện tử, nhầm lẫn giữa tạp chí và báo điện tử, nên trong chỉ đạo và tổ chức xuất bản đi sai đường hướng. Việc chuyển đổi các báo điện tử của các tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp, doanh nghiệp nhà nước thành tạp chí điện tử mới được thực hiện theo quyết định hành chính, chưa định vị chức năng, nhiệm vụ, gắn với đổi mới căn bản về mô hình, phương thức, tổ chức sản xuất nội dung theo

đúng tôn chỉ, mục đích của cơ quan chủ quản và tính chất của tạp chí; chưa “định dạng” lại giao diện theo đặc trưng của tạp chí điện tử đồng thời với tổ chức đào tạo lại đội ngũ những người làm báo hiện đang “thuận tay” tác nghiệp viết báo sang viết bài nghiên cứu chuyên luận chuyên sâu. Mặt khác, một số tạp chí điện tử cố tình vi phạm một cách có chủ đích, trá hình, đội lốt xuất bản tạp chí điện tử nhằm các mục đích thương mại và trục lợi bất chính.

Câu hỏi 4: *Xin ông/bà cho biết, cơ quan quản lý báo chí có những đề xuất, kiến nghị nào để xử lý hiệu quả tình trạng báo hóa tạp chí điện tử trong thời gian tới?*

PVS 1: Sản xuất nội dung các tạp chí phải bảo đảm đúng tôn chỉ, mục đích của từng cơ quan tạp chí và phù hợp với công chúng của từng loại tạp chí. Nội dung, công chúng của tạp chí lý luận chính trị khác với nội dung công chúng đích của tạp chí khoa học chuyên ngành, lại càng khác với tạp chí thông tin - chỉ dẫn - giải trí. Tránh làm dụng thái quá công nghệ trong sáng tạo, sản xuất, xuất bản các sản phẩm tạp chí. Mặt khác, tránh “báo hóa” tạp chí, đồng thời giữ vững bản chất, đặc điểm của tạp chí điện tử có vai trò rất quan trọng.

PVS 2: Yêu cầu các tổng biên tập tạp chí điện tử quản lý chặt chẽ nội dung, thực hiện đúng tôn chỉ mục đích và các quy định của pháp luật về báo chí, không sử dụng giấy phép xuất bản tạp chí điện tử để xuất bản báo điện tử; yêu cầu cơ quan chủ quản tạp chí rà soát, chỉ đạo tạp chí điện tử thực hiện đúng tôn chỉ, mục đích, không để tình trạng “báo hóa” của tạp chí điện tử. Đồng thời xử lý nghiêm các tạp chí điện tử cố tình “báo hóa” tạp chí điện tử để trục lợi bất chính. Xử lý nghiêm nhà báo, phóng viên, cộng tác viên tạp chí lợi dụng việc nắm được những thông tin nội bộ một chiều, chưa được kiểm chứng về những tồn tại, sai sót của cơ quan, doanh nghiệp, địa phương để gây sức ép, thậm chí là đe dọa, sau đó đề nghị ký kết hợp đồng truyền thông, quảng cáo, tham gia quỹ danh nghĩa hoạt động xã hội của cơ quan tạp chí hoặc trục lợi bất chính.

PVS 3: Cơ quan QLBC xác định rõ các hành vi, tính chất, mức độ vi phạm trong việc chấp hành quy định của Đảng, pháp luật của Nhà nước liên quan hoạt động báo chí, từ đó, có cơ sở thực hiện thanh, kiểm tra, xử lý nghiêm các vi phạm trong hoạt động của tạp chí. Đồng thời, tăng cường nhắc nhở, chấn chỉnh kịp thời đối với các dấu hiệu thông tin thiếu nhạy cảm chính

trị, biểu hiện không bám sát tôn chỉ, mục đích; kiên quyết xử lý các trường hợp thông tin sai sự thật, không thực hiện đúng tôn chỉ, mục đích. Bên cạnh đó, yêu cầu cơ quan chủ quản miễn nhiệm chức vụ người đứng đầu cơ quan tạp chí, kiên quyết không bổ nhiệm lại chức vụ người đứng đầu đối với tạp chí xảy ra nhiều sai phạm trong hoạt động báo chí.

PVS 4: Cần xử lý nghiêm theo quy định của pháp luật hiện hành về hoạt động báo chí. Tái cơ cấu hoặc cho giải thể đối với các tạp chí vi phạm pháp luật nhiều lần trong quá trình hoạt động, chấn chỉnh tình trạng “báo hóa” tạp chí. Tăng cường kỷ luật và kỷ cương trong công tác QLBC, xử lý nghiêm các vi phạm trong hoạt động báo chí, giải quyết những tồn tại hiện có; nâng cao giám sát bằng công nghệ nhằm kịp thời nhắc nhở và điều chỉnh các cơ quan báo chí thực hiện đúng quy định của pháp luật.

***Câu hỏi 5:** Xin ông/bà cho biết, bối cảnh phát triển khoa học - công nghệ tác động như thế nào đến tiến trình chuyển đổi nội dung số nói chung và chuyển đổi số tạp chí trong thời gian tới?*

PVS 1: Trong bối cảnh phát triển khoa học - công nghệ phát triển rất nhanh chóng, làm thay đổi các thức tiếp nhận thông tin của công chúng, trong đó xu hướng cá nhân hóa trong tiếp nhận thông tin ngày càng cao khiến cho việc tiếp cận thông tin báo chí của cá nhân trở nên ít đi, bị lấn át bởi các thông tin trên mạng xã hội, dẫn đến tình trạng dòng thông tin báo chí có thể bị chèn lấp bởi các nội dung khác, nếu nội dung báo chí không chất lượng, không đáp ứng được nhu cầu thông tin của cá nhân trong xã hội. Trong bối cảnh các tạp chí đang chịu sự cạnh tranh quyết liệt của các phương tiện truyền thông xã hội với đặc điểm dễ tiếp cận, dễ chia sẻ, thông tin nhanh, đa dạng, thì các tạp chí bắt buộc phải đẩy nhanh chuyển đổi nội dung số.

PVS 2: Sự phát triển của khoa học - công nghệ, công chúng tiếp nhận nội dung báo chí thông qua các phương tiện kỹ thuật số, tương tác trực tiếp với tạp chí thông qua việc bình luận, chia sẻ và chủ động nêu ra ý kiến và quan điểm cá nhân. Chuyển đổi nội dung số giúp các tạp chí mở ra cơ hội tiếp cận với một lượng công chúng rộng lớn mà không bị rào cản về địa lý, tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển và tăng cường khả năng lan tỏa thông tin.

PVS 3: Chuyển đổi nội dung số là ứng dụng công nghệ số để sáng tạo, sản xuất ra các SPBC hấp dẫn, phù hợp với nhu cầu của công chúng số, như ứng dụng AI để sản xuất hình ảnh minh họa, đồ họa, bài viết dạng

storytelling... Chuyển đổi nội dung số giúp định vị được giá trị của tạp chí trong lòng công chúng đích mà tạp chí hướng tới.

PVS 4: Hiện nay, khoa học - công nghệ phát triển rất nhanh chóng, chuyển đổi nội dung số nói chung và chuyển đổi nội dung số tạp chí nói riêng diễn ra trên phạm vi toàn cầu với việc hình thành lớp công chúng số đông đảo, sử dụng nền tảng công nghệ số để tiếp cận nội dung báo chí. Đây là một xu thế không thể đảo ngược. Trong bối cảnh đó, các tạp chí muốn tiếp cận được lớp công chúng này phải đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi nội dung số, nếu không sẽ bị tụt hậu, bị bỏ lại phía sau và sẽ bị đào thải theo quy luật khách quan.

***Câu hỏi 6:** Theo ông/bà cho biết, những khó khăn, hạn chế trong cơ chế, chính sách ảnh hưởng đến tiến trình chuyển đổi nội dung số ở các cơ quan tạp chí hiện nay như thế nào?*

PVS 1: Theo quan điểm cá nhân tôi, phần lớn các tạp chí tự chủ hoàn toàn về kinh phí hoạt động, chỉ một số ít tạp chí trung ương được cấp kinh phí hoạt động, nguồn thu chủ yếu của các tạp chí từ quảng cáo, nhưng trong những năm gần đây suy giảm rất mạnh, do phải cạnh tranh với các nền tảng số của các tập đoàn công nghệ đa quốc gia, tạo áp lực rất lớn trong việc bảo đảm nguồn thu để hoạt động. Do đó, với nguồn lực hạn chế, rất khó để các tạp chí đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi nội dung số. Mặt khác, Nhà nước hiện thiếu cơ chế đặt hàng các tạp chí sản xuất nội dung tuyên truyền, truyền thông chính sách để hỗ trợ các tạp chí vừa bảo đảm hoàn thành nhiệm vụ chính trị, vừa bảo đảm hoạt động đúng tôn chỉ, mục đích, tránh tình trạng “báo hóa” tạp chí điện tử.

PVS 2: Một trong những khó khăn, hạn chế trong cơ chế, chính sách là cơ sở pháp lý cho chuyển đổi số báo chí nói chung, chuyển đổi nội dung số nói riêng chưa được bổ sung kịp thời, chưa đáp ứng được hoạt động thực tiễn đang nảy sinh những vấn đề bất cập, cần phải xử lý. Việc thể chế hóa đường lối, chính sách thành các quy định cụ thể trong các hoạt động thực tiễn diễn ra chậm, không đáp ứng yêu cầu đặt ra. Đơn cử như quy định về nguồn tài nguyên dữ liệu, về quyền sở hữu trí tuệ đối với các TPBS, SPBC ứng dụng công nghệ số chưa được quy định cụ thể.

PVS 3: Theo tôi, vẫn thiếu các cơ chế, chính sách, chiến lược mang tính đột phá tạo động lực cho chuyển đổi nội dung số báo chí nói chung, hệ thống

tạp chí nói riêng. Cần sửa đổi, ban hành một số luật có tính đột phá, mở đường để thúc đẩy chuyển đổi số tạp chí diễn ra nhanh hơn.

PVS 4: Cái hạn chế trong cơ chế, chính sách ở đây là Luật Báo chí được ban hành năm 2016 có một số điều không còn phù hợp với thực tiễn phát triển báo chí trong bối cảnh cuộc CMCNLT4 tác động rất mạnh mẽ đến phương thức sản xuất nội dung, phương thức xuất bản nội dung, phương thức tiếp nhận nội dung của công chúng. Bên cạnh đó, các nghị định, thông tư quy định về định mức kinh tế - kỹ thuật sản xuất TPBC, SPBC đã không còn phù hợp, ảnh hưởng rất lớn đến việc Nhà nước đặt hàng, giao nhiệm vụ, chi trả tiền bản quyền cho các tạp chí. Một yếu tố khác ảnh hưởng lớn đến tiến trình chuyển đổi nội dung số các tạp chí là thiếu các nền tảng số hiện đại, phù hợp với công chúng tạp chí, như thông quản trị, phân phối nội dung; nền tảng phân tích thông tin, dư luận trên mạng xã hội; nền tảng quản lý dữ liệu.

***Câu hỏi 7:** Xin ông/bà cho biết, cơ quan thực hiện chức năng quản lý báo chí có những đề xuất, kiến nghị nào để hỗ trợ đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí hiện nay?*

PVS 1: Bộ Thông tin và Truyền thông bám sát, thúc đẩy việc điều chỉnh một số quy định về cơ chế tự chủ tài chính đơn vị sự nghiệp công lập, cơ chế đặt hàng, định giá dịch vụ sự nghiệp công sử dụng ngân sách Nhà nước nhằm tháo gỡ khó khăn cho cơ quan báo chí.

PVS 2: Nghiên cứu bổ sung các quy định pháp lý, đồng thời xây dựng các thể chế quản lý cần thiết cho việc định hướng, hỗ trợ và kiểm soát xu hướng phát triển của tạp chí điện tử. Quá trình chuyển đổi nội dung số của các tạp chí đồng nghĩa với đổi mới hệ thống công nghệ báo chí, và việc này cần được dựa vào các quy định của pháp luật liên quan đến công nghệ. Vì vậy, cần khẩn trương thúc đẩy tiến trình sửa đổi Luật Viễn thông và đẩy nhanh xây dựng Luật Công nghiệp công nghệ số. Bên cạnh đó, cần nghiên cứu và hoàn thiện cơ sở lý luận để phân loại rõ ràng các loại hình CQBC và tạp chí, xác định phù hợp với tính chất hoạt động của chúng cũng như các cơ chế, chính sách cần thiết cho từng loại.

PVS 3: Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Khoa học và Công nghệ tham mưu để Chính phủ đề nghị Ủy Ban Thường vụ Quốc hội bổ sung một số dự án luật, dự thảo nghị quyết vào Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2025, trong đó có dự án Luật Báo chí (sửa đổi), Luật Công nghiệp công

nghe số nhằm giải quyết căn cơ những bất cập, tồn tại thời gian qua và thúc đẩy báo chí phát triển mạnh mẽ, đúng định hướng và làm tốt công tác quản lý nhà nước.

PVS 4: Nhà nước cần đầu tư phát triển nền tảng số hỗ trợ chuyển đổi nội dung số dùng chung cho các tạp chí. Mỗi nhóm tạp chí có đặc điểm và quy trình sản xuất, xuất bản riêng, do đó, cần đầu tư ban đầu, như “vốn môi” để phát triển nền tảng số hỗ trợ chuyển đổi nội dung số dùng chung, phù hợp cho từng nhóm tạp chí, như hệ thống quản trị, phân phối nội dung (CMS); nền tảng phân tích thông tin, dư luận trên mạng xã hội; nền tảng quản lý dữ liệu.

2. Đối với nhóm lãnh đạo CQTC

PVS 5: Nam, Nhà báo, lãnh đạo CQTC

PVS 6: Nam, Nhà báo, lãnh đạo CQTC phụ trách nội dung

PVS 7: Nam, Nhà báo, lãnh đạo CQTC phụ trách điện tử

PVS 8: Nữ, Nhà báo, lãnh đạo CQTC

***Câu hỏi 1:** Xin ông, bà cho biết, cơ quan tạp chí mà ông/ bà đang công tác được Nhà nước cấp kinh phí/ hoặc được tài trợ/ hoặc cơ quan chủ động bố trí kinh phí cho chuyển đổi nội dung số?*

PVS 5: Hiện nay, tạp chí hoàn toàn tự chủ tài chính trong xuất bản nội dung số. Kinh phí dành cho chuyển đổi nội dung số được trích từ nguồn thu quảng cáo, hợp tác truyền thông.

PVS 6: Tạp chí không được cơ quan chủ cấp kinh phí, mà hoàn toàn tự chủ tài chính. Tuy nhiên, tạp chí dành nhiều kinh phí để ứng dụng công nghệ số trong sáng tạo nội dung số và là đơn vị đầu tiên ứng dụng chuyên mục thu phí và ứng dụng công nghệ số trong sáng tạo các sản phẩm báo chí.

PVS 7: Nhà nước cấp toàn bộ kinh phí hoạt động của tạp chí. Các đề án về chuyển đổi số, chuyển đổi nội dung số được xây dựng hằng năm trình Văn phòng Trung ương Đảng duyệt, cấp kinh phí.

PVS 8: Tạp chí được bộ chủ quản cấp phần lớn kinh phí hoạt động, còn lại tự chủ một phần. Riêng chuyển đổi nội dung số tạp chí do một đơn vị phụ trách công nghệ thông tin thuộc bộ phụ trách.

***Câu hỏi 2:** Ông/bà cho biết vai trò của chuyển đổi nội dung số đối với cơ quan tạp chí mà ông bà đang công tác hiện nay?*

PVS 5: Như bạn biết đấy, tạp chí chúng tôi chỉ xuất bản duy nhất tạp chí điện tử. Chính vì vậy, chuyển đổi nội dung số đối với tạp chí chúng tôi là rất quan trọng, quyết định đến sự tồn tại và phát triển tạp chí. Bởi vì, đối tượng công chúng đích phần lớn là thế hệ Gen Z. Nếu không thích ứng với các công nghệ báo chí - truyền thông số hiện đại sẽ rất khó để tiếp cận đến nhóm công chúng đích của tạp chí.

PVS 6: Có thể nói, tạp chí chúng tôi là tạp chí tiên phong trong ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung số. Từ ứng dụng AI để thiết kế bìa tạp chí, sử dụng AI để tạo ra ảnh minh họa, infographic,... sử dụng công nghệ để thu phí một số chuyên mục mang thương hiệu của tạp chí. Vì vậy, có thể nói, chuyển đổi nội dung số có vai trò rất quan trọng trong sáng tạo TPBC, SPBC mang tính thương hiệu của tạp chí, góp phần định vị thương hiệu tạp chí trong công chúng.

PVS 7: Chuyển đổi nội dung số góp phần xây dựng và hình thành hệ sinh thái dữ liệu báo chí dùng chung - là nguồn “tài nguyên” để xây dựng và hình thành chính phủ số, xã hội số, phát triển kinh tế số, thiết lập xã hội số, văn hóa số. Có thể nói, chuyển đổi nội dung số - dữ liệu số là “linh hồn” của các công nghệ số, như AI

PVS 8: Đối với tạp chí khoa học, chuyển đổi nội dung số là phương thức quốc tế hóa trên không gian mạng các công trình nghiên cứu khoa học của các nhà khoa học Việt Nam; xây dựng cơ sở dữ liệu chỉ dẫn trích dẫn Việt Nam, đưa tạp chí khoa học của Việt Nam vào cơ sở dữ liệu quốc tế; góp phần xây dựng nền khoa học - công nghệ hiện đại, phát triển, ngang tầm với thế giới.

Câu hỏi 3: Ông/bà cho biết chất lượng nguồn nhân lực hiện nay của cơ quan tạp chí có đáp ứng yêu cầu chuyển đổi nội dung số không?

PVS 5: Đáp ứng được yêu cầu

PVS 6: Đáp ứng được yêu cầu

PVS 7: Cơ bản đáp ứng được yêu cầu

PVS 8: Cơ bản đáp ứng được yêu cầu

Câu hỏi 4: Ông/bà có thể đánh giá năng lực số của đội ngũ PV, BTV, HSTK, KTV tham gia vào sáng tạo và sản xuất các TPBC, SPBC trong các cơ quan tạp chí mà ông bà đang công tác hiện nay?

PVS 5: Nguồn nhân lực tham gia vào sáng tạo và sản xuất các TPBC, SPBC trong tạp chí chiếm hơn 86%, chủ yếu là PV, BTV. Tạp chí không có nhân sự làm thiết kế mỹ thuật - đồ họa mà chỉ có duy nhất 1 nhân sự công nghệ thông tin vận hành hệ thống quản trị nội dung (CMS) của tạp chí, toàn bộ mảng công việc thiết kế - đồ họa tạp chí ký hợp đồng với 1 doanh nghiệp chuyên về thiết kế đồ họa báo chí phụ trách. Đội ngũ PV, BTV của tạp chí có khả năng giao tiếp và hợp tác trong môi trường số.

PVS 6: Trong tổng số 22 nhân sự của tạp chí, đội ngũ PV, BTV, KTV, HSTK có tổng số 12 người (chiếm 54,54%). Theo như khung năng lực số 7 mức thì đội ngũ PV, BTV đạt mức cấp độ 3, có khả năng giao tiếp và hợp tác trong môi trường số), đội ngũ KTV đạt cấp độ 4, cấp độ an toàn và an sinh số. Riêng đội ngũ HSTK đạt mức độ 5, có khả năng sáng tạo nội dung số. Đây là đội ngũ chủ lực, có khả năng phối hợp với các đối tác công nghệ truyền thông số để sản xuất, sáng tạo các sản phẩm báo chí số.

PVS 7: Nguồn nhân lực thực hiện chính trong chuyển đổi nội dung số của tạp chí là đội ngũ PV, BTV (bao gồm TBT và các thành viên BBT), đội ngũ HSTK và kỹ sư công nghệ thông tin. Riêng đội ngũ nhân sự làm nội dung của Tạp chí Cộng sản có học hàm học vị rất cao, và đều là các nhà nghiên cứu - nhà khoa học - nhà báo, bởi vì Tạp chí Cộng sản là cơ quan nghiên cứu lý luận chính trị chuyên sâu, bài viết đăng trên tạp chí có hàm lượng lý luận chính trị cao. Bên cạnh đó đội ngũ BTV, HSTK có năng lực số đáp ứng được yêu cầu chuyển đổi nội dung số (đạt cấp độ 6 - cấp học tập và phát triển kỹ năng số). Tuy nhiên, đội ngũ làm nội dung ở Tạp chí Cộng sản chỉ chiếm 46%, phần nhiều nhân sự tập trung ở nhóm phục vụ nội dung, không tham gia trực tiếp vào tổ chức sản xuất TPBC và SPBC (nhóm hành chính - trị sự chiếm 48%).

PVS 8: Năng lực số của đội ngũ PV, BTV, KTV tham gia vào sáng tạo và sản xuất các TPBC, SPBC của tạp chí mới chỉ cơ bản đáp ứng được yêu cầu. Có đủ khả năng giao tiếp và nghiệp trong môi trường số.

Câu hỏi 5: Ông/bà đánh giá những thành công và hạn chế, nguyên nhân của những hạn chế trong chuyển đổi nội dung số ở cơ quan tạp chí mà ông/bà đang công tác?

PVS 5: Thành công là do Ban Biên tập tạp chí đã nhận thức rõ vai trò, tầm quan trọng của việc chuyển đổi nội dung số, vì vậy, tạp chí đã chủ động

xây dựng chiến lược chuyển đổi nội dung số trong tổng thể chiến lược chuyển đổi số tạp chí, với mục tiêu rõ ràng, định lượng cụ thể bằng các con số. Tuy nhiên, tiến trình chuyển đổi nội dung số hiện đang gặp nhiều khó khăn, thách thức, chủ yếu do khó khăn về nguồn lực tài chính trong bối cảnh hoạt động kinh tế báo chí hiện nay gặp rất nhiều khó khăn, cạnh tranh từ các nền tảng công nghệ xuyên biên giới, như facebook, youtube...

PVS 6: Tạp chí chúng tôi là 1 trong những tạp chí đầu tiên ứng dụng công nghệ số trong sáng tạo TPBC, SPBC, tuy nhiên, các sản phẩm này chủ yếu là sản phẩm mang tính điểm nhấn, chỉ được sản xuất trong một số thời điểm đặc biệt, cụ thể. Bởi vì, nguồn lực tài chính dành cho sáng tạo các tác phẩm này tốn nhiều nguồn lực tài chính. Trong khi đó, tạp chí tự chủ hoàn toàn về kinh phí, hiện nay gặp nhiều khó khăn trong việc bảo đảm nguồn thu cho tạp chí.

PVS 7: Theo tôi, thành công và hạn chế, nguyên nhân của những hạn chế trong chuyển đổi nội dung số vẫn là chất lượng nguồn nhân lực tham gia trực tiếp và quy trình sản xuất nội dung, từ đội ngũ làm nội dung đến đội ngũ kỹ thuật, công nghệ. Đây là yếu tố then chốt, quyết định thành bại của chuyển đổi nội dung số. Bên cạnh đó, nguồn lực tài chính dành cho việc đầu tư hạ tầng, công nghệ cũng đóng vai trò rất quan trọng.

PVS 8: Thành công của tạp chí chúng tôi trong chuyển đổi nội dung số là đã quốc tế hóa được các công trình nghiên cứu khoa học của các nhà khoa học Việt Nam thông qua việc công bố kết quả nghiên cứu trên các hệ thống dữ liệu quốc tế uy tín, như cơ sở dữ liệu quốc tế DOAJ (Directory of Open Access Journals), cơ sở dữ liệu Đông Nam Á (AIC). Hiện nay chúng tôi đang xây dựng chiến lược xuất hiện trên các cơ sở dữ liệu lớn, uy tín hàng đầu thế giới như Scopus. Thành công này có được do chúng tôi có sự phối hợp rất hiệu quả của Trung tâm Công nghệ thông tin – Đơn vị phụ trách triển khai ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số, bảo đảm an toàn thông tin và an ninh mạng, thực hiện các dịch vụ công trong lĩnh vực công nghệ mở (phần mềm nguồn mở, kết nối và chia sẻ dữ liệu) của Bộ Khoa học và Công nghệ.

Câu hỏi 6: Ông/bà cho biết cơ quan tạp chí mà ông bà công tác có chiến lược, giải pháp gì để đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi nội dung số?

PVS 5: Tạp chí đã chủ động xây dựng chiến lược chuyển đổi nội dung số trong tổng thể chiến lược chuyển đổi số tạp chí, với mục tiêu rõ ràng, định lượng cụ thể bằng các con số.

PVS 6: Chúng tôi đã xây dựng và ban hành chiến lược chuyển đổi nội dung số trong tổng thể chuyển đổi số tạp chí, trong đó chú trọng vào ứng dụng công nghệ số trong sáng tạo, sản xuất các TPBC, SPBC. Tuy nhiên, do hạn chế về nguồn lực tài chính nên tạp chí chưa cụ thể hóa, chi tiết hóa những thành những mục tiêu rõ ràng, hằng năm và có định lượng cụ thể bằng con số.

PVS 7: Hiện nay, Tạp chí đã kiện toàn, thành lập Ban chỉ đạo chuyển đổi số, bao gồm toàn bộ Ban Biên tập và một số lãnh đạo đơn vị chức năng có nhiệm vụ xuất bản điện tử. Thành lập Tổ triển khai thực hiện chuyển đổi số với nhiệm vụ cụ thể, rõ ràng, với mốc thời gian hoàn thành cụ thể. Việc hoàn thành nhiệm vụ chuyển đổi nội dung số làm 1 trong các tiêu chí đánh giá, xếp hạng cán bộ trong tạp chí.

PVS 8: Tạp chí đã ban hành chiến lược chuyển đổi nội dung số với mục tiêu rõ ràng và có định lượng cụ thể theo từng giai đoạn. Để đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi số tạp chí, chúng tôi xác định nâng cao chất lượng nguồn nhân lực là yếu tố mang tính quyết định. Vì vậy, tạp chí chú trọng cử cán bộ tham gia đào tạo, đào tạo lại các kỹ năng sản xuất nội dung ứng dụng công nghệ số.

***Câu hỏi 7:** Ông/bà có đề xuất, kiến nghị gì đối với cơ quan quản lý tạp chí, cơ quan chủ quản tạp chí để thúc đẩy tiến trình chuyển đổi nội dung số nói riêng và tiến trình chuyển đổi số tạp chí nói chung?*

PVS 5: Ban Tuyên giáo Trung ương, Bộ Thông tin và Truyền thông tiếp tục đẩy mạnh hơn nữa chuyển đổi số, áp dụng các công nghệ đo lường hiệu quả trong hoạt động chỉ đạo, quản lý báo chí; đổi mới, tăng cường các giải pháp đấu tranh, xử lý thông tin sai trái, vi phạm pháp luật Việt Nam trên nền tảng xuyên biên giới; quản lý tốt các nền tảng xuyên biên giới, nhất là nền tảng mạng xã hội, nền tảng quảng cáo số, bảo vệ quyền lợi hợp pháp của các tạp chí trên các nền tảng xuyên biên giới.

PVS 6: Các cơ quan quản lý báo chí, cơ quan chủ quản tạp chí cần có cơ chế, chính sách hỗ trợ các tạp chí, nhất là các tạp chí tự chủ tài chính chuyển đổi nội dung số như: hỗ trợ kinh phí, hoặc hỗ trợ xây dựng hệ thống tòa soạn số (hội tụ nội dung - công nghệ), ứng dụng công nghệ số trong sản

xuất nội dung và thu phí nội dung tạp chí điện tử; xây dựng cơ chế thuê hạ tầng công nghệ thông tin và chính sách miễn phí sử dụng năm đầu tiên cho các tạp chí toàn bộ dịch vụ hạ tầng, như máy chủ, đường truyền và phân phối nội dung trên toàn quốc.

PVS 7: Hiện nay, nguồn nhân lực, chất lượng nguồn nhân lực trong các cơ quan tạp chí hiện rất thiếu về số lượng. Để có thể chuyển đổi nội dung số thành công, nguồn nhân lực cần đáp ứng được với các yêu cầu đặt ra trong quá trình chuyển đổi số là: 1- Tâm thế số: Tư duy, cách tiếp cận xử lý vấn đề vô cùng quan trọng đối với quá trình chuyển đổi nội dung số thành công hay thất bại. Với một tư duy không chấp nhận cái mới thì rất khó để có thể chuyển đổi nội dung số thành công. Do đó phương thức tư duy, tiếp cận và xử lý vấn đề tạo ra tâm thế số đối với mỗi cơ quan tạp chí. 2- Kỹ năng số: Các kiến thức, kỹ năng về an ninh mạng; kỹ năng về sử dụng các chương trình phần mềm trong sản xuất các tác phẩm báo chí mới; kỹ năng tương tác, làm việc trên môi trường số và các kỹ năng truyền thống trên môi trường số như phối hợp không gian ảo, giao tiếp qua công cụ và thiết bị số. 3- Tri thức nền tảng công nghệ số mới: các tri thức như điện toán đám mây, IoT, trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (iCloud). 4- Các tri thức chuyên ngành: các tri thức chuyên ngành truyền thống thay đổi dưới tác động công nghệ, ví dụ như quản trị thông minh, tòa soạn thông minh, tòa soạn hội tụ..., các kiến thức mới này cần được thường xuyên tích lũy, cập nhật hằng ngày.

PVS 8: Tạp chí khoa học có vai trò thiết yếu trong nghiên cứu khoa học. Chuyển đổi nội dung số có ảnh hưởng lớn đến việc xuất bản tạp chí khoa học toàn cầu, giúp tăng cường chất lượng, đáp ứng tốt hơn nhu cầu sử dụng từ công chúng. Quá trình chuyển đổi số này cần không ngừng chú trọng vào việc phát triển xuất bản tạp chí trực tuyến, sử dụng các phần mềm xuất bản mở và tuân thủ các tiêu chuẩn đã được công nhận; đồng thời tăng cường ứng dụng DOI cho tạp chí trực tuyến và xây dựng cơ sở dữ liệu trích dẫn Việt Nam.

3. Đối với nhóm PV, BTV, HSTK, KTV tham gia sản xuất nội dung trong các CQTC

PVS 9: Nhà báo, BTV Chính

PVS 10: Nhà báo, BTV Chính

PVS 11: Nhà báo, BTV, HSTK CQTC

PVS 12: Chuyên viên chính, Kỹ sư công nghệ thông tin CQTC

PVS 13: Chuyên viên chính, HSTK CQTC

PVS 14: Chuyên viên chính, HSTK CQTC

PVS 15: Nam, PV ảnh

PVS 16: Nam, PV ảnh

Câu hỏi 1: *Trong quá trình làm việc, anh/chị có thường xuyên ứng dụng công nghệ số, như AI, dữ liệu lớn vào trong quá trình viết và biên tập nội dung không?*

PVS 9: Rất in khi sử dụng AI

PVS 10: Thường sử dụng AI trong viết và biên tập, như chuyển nội từ ảnh thành text và ngược lại; chuyển đổi audio thành text,...

PVS 11: Thường xuyên sử dụng AI tích hợp trên các trình duyệt web và chatGPT để hỗ trợ viết và biên tập nội dung số.

PVS 12: Thường xuyên sử dụng AI được tích hợp trên trình duyệt web.

PVS 13: Khá thường xuyên sử dụng

PVS 14: Thường xuyên sử dụng AI hỗ trợ ảnh minh họa, phân tích, chỉnh sửa hình ảnh, thiết kế đồ họa, dựng video clip.

PVS 15: Thường xuyên sử dụng AI tích hợp trong các phần mềm chỉnh sửa ảnh.

PVS 16: Thường xuyên sử dụng AI.

Câu hỏi 2: *Cơ quan tạp chí của anh/chị có ứng dụng mô hình tòa soạn số tích hợp quy trình sản xuất nội dung, phân phối nội dung, và phân tích nhu cầu, thói quen của công chúng không?*

PVS 9: Sử dụng hệ thống quản trị nội dung (CMS) để biên tập, đăng bài, quản trị tòa soạn và phân tích dữ liệu công chúng.

PVS 10: Có sử dụng tòa soạn hội tụ để biên tập, xuất bản tạp chí in và tạp chí điện tử. Không tích hợp phân tích dữ liệu công chúng

PVS 11: Đồng thời sử dụng hai hệ thống quản trị nội dung. Một hệ thống dùng biên tập xuất bản bài viết cho số in, một hệ thống dùng biên tập, xuất bản bài viết dành cho điện tử. Cả 2 hệ thống đều không tích hợp kênh phân phối nội dung và phân tích dữ liệu công chúng. Phân tích dữ liệu bằng 1 số công cụ miễn phí của hãng công nghệ Google.

PVS 12: Có sử dụng hệ thống CMS để biên tập, đăng bài. Không tính hợp phân phối nội dung trên các nền tảng khác. Sử dụng một số công cụ đo

lượng kỹ thuật số (bản không mất phí) để phân tích nhu, cầu tâm lý, thói quen của công chúng.

PVS 13: Có sử dụng hệ thống CMS để biên tập đầy bài cho ấn phẩm in và điện tử. Không tích hợp phân phối nội dung và phân tích dữ liệu độc giả

PVS 14: Có sử dụng hệ thống CMS để biên tập, xuất bản điện tử, số in vẫn duyệt bài theo phương thức truyền thống (biên tập, duyệt bài trên giấy).

PVS 15: Có sử dụng hệ thống CMS để biên tập đầy bài 2 phiên bản

PVS 16: Có sử dụng hệ thống CMS để biên tập đầy bài

Câu hỏi 3: *Anh/chị cho biết nhưng khó khăn, hạn chế trong ứng dụng công nghệ số vào thiết kế các sản phẩm báo chí đa phương tiện, sáng tạo sản phẩm báo chí mới không?*

PVS 9: Theo tôi, hạn chế chủ yếu do năng lực số của đội ngũ nhưng người tham gia trực tiếp vào vào thiết kế các sản phẩm báo chí đa phương tiện, như khả năng sử dụng các thiết bị kỹ thuật số để quay, chụp, các công cụ nền tảng kỹ thuật số dành cho thiết kế như photoshop, canvar, Adobe Premier,...

PVS 10: Đối với các tạp chí, với đặc thù mang tính chuyên sâu, chuyên ngành, nặng về phân tích, luận giải hơn thông tin các vấn đề thời sự thì hạn chế chủ yếu là nằm ở đội ngũ PV, BTV. Bởi vì, đội ngũ BTV tạp chí khi đã làm nội dung chuyên sâu thì khó có khả năng sáng tạo các sản phẩm báo chí đa phương tiện bằng các công cụ nền tảng kỹ thuật số, nhất là đội ngũ này có tuổi đời cao. Đây là trở ngại không dễ khắc phục.

PVS 11: Hạn chế chủ yếu nhân lực tham gia sản xuất nội dung đa phương tiện, sáng tạo SPBC mới của các tạp chí chưa đáp ứng được yêu cầu. Ngoài ra, cần nhiều nguồn lực tài chính và hạ tầng công nghệ để sản xuất các sản phẩm báo chí mới, đa phương tiện có chất lượng.

PVS 12: Theo tôi, chủ yếu do đội ngũ làm nội dung này không được đào tạo bài bản, chuyên sâu về sản phẩm báo chí đa phương tiện và khả năng tác nghiệp trong môi trường số.

PVS 13: Với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học, công nghệ và các xu hướng phát triển của công nghệ báo chí - truyền thông số, yêu cầu đặt ra là cần đội ngũ tham gia sản xuất các sản phẩm báo chí đa phương tiện, sáng tạo các sản phẩm báo chí mới (báo chí dữ liệu, báo nhúng VR, AR) phải liên tục

cập nhật năng lực số và kỹ năng nắm bắt và sử dụng các công cụ số thành thục và hiệu quả.

PVS 14: Khó khăn chủ yếu do năng lực của đội ngũ tham gia trực tiếp và mảng nội dung đa phương tiện này.

PVS 15: Khó khăn chủ yếu do kỹ năng sản xuất, sáng tạo TPBS, SPBC đa phương tiện của đội ngũ PV, BTV, KTV, HSTK và khả năng sử dụng các công nghệ số. Tuy nhiên, Một sản phẩm báo chí đa phương tiện của tạp chí sẽ rất khác của một tờ báo điện tử. Do đó, không quá lạm dụng yếu tố đa phương tiện và công nghệ trong sáng tạo sản phẩm báo chí mới và đa phương tiện. Tránh để công nghệ - kỹ thuật lấn át nội dung, thay thế nội dung.

PVS 16: Do khả năng tài chính và số lượng, chất lượng nguồn nhân lực. Các tạp chí thường tự chủ về tài chính và số lượng người ít, vì vậy,

***Câu hỏi 4:** Anh/chị có được cơ quan tạp chí gửi đi cập nhật kiến, bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng ứng dụng công nghệ số vào sản xuất nội dung của tạp chí?*

PVS 9: Rất ít được bồi dưỡng, cập nhật kiến thức

PVS 10: Thời gian gần đây tạp chí mời chuyên gia về AI hướng dẫn sử dụng trong công tác biên tập tin, bài.

PVS 11: Thường xuyên được cử tham gia các lớp bồi dưỡng kiến thức

PVS 12: Thường xuyên được cử tham gia các lớp bồi dưỡng kiến thức do Hội Nhà báo tổ chức, như ứng dụng AI trong sản xuất nội dung, ứng dụng các phần mềm thiết kế các sản phẩm báo chí đa phương tiện.

PVS 13: Hằng năm, tạp chí thường mời một số chuyên gia về báo chí công nghệ đến trao đổi kinh nghiệm và hướng dẫn sử dụng một số công nghệ kỹ thuật số trong sản xuất nội dung, đo lường nhu cầu, tâm lý thói quen công chúng bằng các công cụ nền tảng kỹ thuật số.

PVS 14: Tạp chí cũng chú trọng cử cán bộ làm KT, HSTK tham gia một số lớp bồi dưỡng kỹ năng làm báo chí công nghệ, tham gia (online) một số diễn đàn trao đổi về các xu hướng báo chí truyền thông số.

PVS 15: Không được cử đi

PVS 16: Do phải đảm nhận nhiều mảng công việc, nên tôi thường xuyên được cử đi tham gia các chương trình đào tạo, bồi dưỡng do Bộ Thông tin và Truyền thông phối hợp với các doanh nghiệp công nghệ tổ chức.

Câu hỏi 5: Anh/chị đề xuất giải pháp để có thể ứng dụng công nghệ số trong sáng tạo và sản xuất nội dung đa phương tiện, sáng tạo sản phẩm báo chí mới một cách hiệu quả?

PVS 9: Với vị trí là BTV, tôi nghĩ rằng, để ứng dụng công nghệ số trong sáng tạo và sản xuất nội dung một cách hiệu quả tạp chí cần tổ chức thường xuyên những lớp tập huấn, hướng dẫn sử dụng các công nghệ số, như sử dụng AI, dữ liệu lớn,... cho đội ngũ tham gia trực tiếp và sản xuất các sản phẩm đa phương tiện, sáng tạo tác phẩm báo chí mới.

PVS 10: Để sản xuất ra các SPBC đa phương tiện và sáng tạo sản phẩm báo chí mới đòi hỏi sự tham gia của nhiều bộ phận, như PV, BTV, HSTK, KTV và các đối tác cung cấp nền tảng công nghệ, do đó, cần phải xây dựng khung định mức kỹ thuật riêng dành cho các TPBC, SPBC này.

PVS 11: Cần có chương trình, kế hoạch cụ thể, chi tiết xuất bản các SPBC mới, đa phương tiện. Thành lập đội “đặc nhiệm” chuyên trách sản xuất các SPBC này. Bên cạnh đó, phải xây dựng định mức kinh tế - kỹ thuật (nhuận bút) riêng đối với các SPBC này.

PVS 12: Để ứng dụng công nghệ số trong sáng tạo và sản xuất nội dung đa phương tiện, sáng tạo sản phẩm báo chí mới một cách hiệu quả, trước hết cần phải xây dựng hệ thống hạ tầng công nghệ thông tin đủ mạnh, đồng bộ (máy chủ, đường truyền), lựa chọn những đối tác công nghệ phải có hiểu biết sâu về công nghệ báo chí - truyền thông số để xây dựng hệ thống tòa soạn số tích hợp công nghệ số, như AI, phân tích dữ liệu công chúng, xuất bản trên đa nền tảng,...

PVS 13: Theo tôi, các cơ quan tạp chí cần xây dựng 1 phòng hoặc ban chuyên sản xuất SPBC đa phương tiện đủ mạnh (tập hợp những nhân sự giỏi chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng sử dụng và làm chủ công nghệ số, có năng lực số vượt trội từ các bộ phận nội dung, kỹ thuật, mỹ thuật) để tập trung sản xuất những SPBC mới, đa phương tiện có chất lượng cao, tránh dàn trải nguồn lực con người, nguồn lực tài chính, nhất là khi đa phần các cơ quan báo chí tự chủ tài chính.

PVS 14: Đối với vai trò HSTK, chúng tôi cần được thường xuyên cập nhật các xu hướng báo chí công nghệ mới trên thế giới; được tập huấn sử dụng các công cụ nền tảng kỹ thuật số trong thiết kế đồ họa các SPBC. Bên cạnh đó, các tạp chí cũng dành nguồn lực tài chính cho việc mua bản quyền

các phần mềm thiết kế chuyên dụng, hạn chế sử dụng các công cụ nền tảng số miễn phí như hiện nay.

PVS 15: Muốn ứng dụng công nghệ số hiệu quả thì phải làm chủ và sử dụng thành thạo các công cụ số, như các phần mềm AI Chat GPT, Photoshop, Canva tích hợp công nghệ AI,... Do đó, cần đào tạo, sử dụng đội ngũ làm nội dung và tham gia vào các công đoạn sản xuất nội dung sử dụng thành thạo các công nghệ nền tảng kỹ thuật số.

PVS 16: Giải pháp để có thể ứng dụng công nghệ số trong sáng tạo và sản xuất nội dung đa phương tiện, sáng tạo sản phẩm báo chí mới một cách hiệu quả là chuyên biệt hóa, chuyên nghiệp hóa mỗi khâu trong quy trình sản xuất nội dung số. Không nên và cũng rất khó tích hợp 5 trong 1 (vừa viết, biên tập, chụp ảnh, thiết kế đồ họa, xử lý kỹ thuật) trong 1 nhân sự. Vì vậy, cần chuyên biệt hóa, nhưng có sự phối hợp ăn ý, hiệu quả giữa các khâu trong quy trình sản xuất SPBC mới, đa phương tiện, bảo đảm SPBC đạt chất lượng cao nhất.

4. Đối với nhóm chuyên gia trong lĩnh vực báo chí - truyền thông

PVS 17: Nam, Chuyên gia công nghệ thông tin

PVS 18: Nam, Chuyên gia công nghệ thông tin

PVS 19: Nữ, chuyên gia báo chí – truyền thông

PVS 20: Nam, chuyên gia báo chí – truyền thông

Câu hỏi 1: *Xin anh/chị dự đoán xu hướng phát triển báo chí - truyền thông trong thời gian tới và những tác động đến quá trình chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí ở Việt Nam trong thời gian tới?*

PVS 17: Xu hướng báo chí - truyền thông trong những năm tới theo tôi sẽ là ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI). Các tạp chí của Việt Nam không chỉ dừng lại ở việc số hóa nội dung mà còn tích hợp công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo (AI) để dịch tự động, biên tập, thu thập tin tức (bao gồm xác thực thông tin, phát triển báo chí dữ liệu và điều tra), dữ liệu lớn (big data), và các nền tảng truyền thông đa phương tiện để tối ưu hóa trải nghiệm người dùng, như các nền tảng truyền thông xã hội, ứng dụng di động, website và OTT.

PVS 18: Mối quan hệ giữa báo chí và nền tảng công nghệ đã trở thành chủ đề được quan tâm lớn trong những năm gần đây. Khi xu hướng media-tech tiếp tục phát triển, cùng với sự nổi phát triển mạnh mẽ của trí tuệ nhân tạo (AI). Cụ thể: 1- Tự động hóa nội dung: AI cho phép tự động hóa quá trình

sản xuất nội dung tạp chí qua các hệ thống, như viết bài tự động, tổng hợp dữ liệu, và tạo nội dung đa phương tiện. Những nền tảng như GPT có thể viết tin, bình luận hoặc tóm tắt dữ liệu nhanh chóng, giúp tiết kiệm thời gian và nguồn lực nhân lực. 2- Cá nhân hóa trải nghiệm người đọc: Qua phân tích dữ liệu lớn và AI, các nền tảng truyền thông có thể tùy chỉnh nội dung phù hợp với sở thích, hành vi tiêu dùng của từng người dùng. Điều này giúp tăng tỷ lệ tương tác và giữ chân độc giả lâu hơn. 3- Phát hiện và kiểm duyệt nội dung: AI được sử dụng để phát hiện tin giả, kiểm duyệt nội dung vi phạm tiêu chuẩn đạo đức hoặc pháp luật, làm tăng độ tin cậy cho truyền thông, đồng thời giảm thiểu các rủi ro về hình ảnh và pháp lý cho tổ chức báo chí. 4- Trợ lý số, chatbots và tương tác tự nhiên: Tạp chí và độc giả có thể tương tác trực tiếp qua chatbots, trợ lý ảo để nhận tin tức, phân tích hoặc giải đáp thắc mắc, tạo ra kênh giao tiếp mới, nhanh chóng và thân thiện.

PVS 19: Theo quan điểm của tôi, chuyển đổi số báo chí nói chung, chuyển đổi nội dung số tạp chí nói riêng sẽ được thúc đẩy toàn diện và mạnh mẽ hơn nữa. Các tạp chí chuyển đổi từ in ấn sang nền tảng số, tập trung vào phát triển nội dung đa phương tiện, tương tác theo thời gian thực (video, infographic, podcast, ảnh động,..) xuất bản trên các nền tảng số. Do đó, các tạp chí sẽ cần nhiều nguồn lực đầu tư vào công nghệ, hệ thống quản lý nội dung và đào tạo nhân sự, hình thành các mô hình sản xuất, sáng tạo nội dung nội dung số, kinh doanh đa dạng dựa trên nền tảng số. Tuy nhiên, để chuyển đổi nội dung số thành công, cần đầu tư lớn vào hạ tầng công nghệ, đào tạo nhân sự, và thích nghi với các mô hình vận hành mới. Không phải tạp chí nào cũng dùng nguồn lực lớn để chuyển đổi hiệu quả.

PVS 20: Theo tôi, xu hướng phát triển báo chí - truyền thông tập trung vào một số vấn đề sau: *Một là*, tăng cường cá nhân hóa nội dung: Công nghệ AI và phân tích dữ liệu lớn sẽ giúp tạp chí cung cấp nội dung phù hợp với từng độc giả, nâng cao trải nghiệm người dùng. *Hai là*, cập nhật thời gian thực: nội dung sẽ được cập nhật liên tục để đáp ứng nhu cầu thông tin tức thời của công chúng trong thời đại số. *Ba là*, thiết lập mô hình đa phương tiện: Nội dung sẽ ngày càng đa dạng từ hình ảnh, video, podcast đến các nội dung tương tác, giúp tăng tính hấp dẫn và giữ chân người đọc. Các xu hướng này sẽ đòi hỏi các tạp chí phải đổi mới toàn diện và đồng bộ về mô hình vận hành, tổ chức sản xuất, sáng tạo sản phẩm báo chí mới phù hợp với công chúng số.

Câu hỏi 2: Theo anh/chị những nguyên nhân nào ảnh hưởng đến chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam?

PVS 17: Tạp chí phải đối diện với tình trạng thiếu tự chủ về công nghệ, phải phụ thuộc vào công nghệ của bên thứ ba và sử dụng nền tảng kỹ thuật, như máy chủ và CMS từ các nhà cung cấp như ePi, VCCorp, 24h, FPT, Netlink... cùng với hệ thống bảo mật thông tin đi kèm phía nhà cung cấp CMS và hệ thống lưu trữ đám mây. Điều này dẫn đến việc các tạp chí bị phụ thuộc và có thể bị ảnh hưởng về nội dung, cũng như lợi ích từ các doanh nghiệp công nghệ.

PVS 18: Nguyên nhân quyết định vẫn là con người, Để chuyển đổi nội dung số thành công, tạp chí cần nguồn nhân có chuyên môn nghiệp vụ giỏi, hiểu biết về công nghệ truyền thông số, từ việc thiết kế thông điệp báo chí đa nền tảng, báo chí - truyền thông số cho đến kiến thức và kỹ năng khai thác dữ liệu lớn hướng tới phục vụ công chúng, xã hội, đáp ứng nhu cầu và thị hiếu khách hàng, thị trường.

PVS 19: Theo tôi, nguyên nhân quyết định đến chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay là chất lượng nguồn nhân lực. Phần lớn đội ngũ PV, BTV các tạp chí còn nhiều hạn chế về kỹ năng sử dụng các phương tiện kỹ thuật công nghệ số, các công cụ nền tảng, phần mềm kỹ thuật số, đặc biệt là kỹ năng tác nghiệp trong môi trường số (chụp ảnh, quay, dựng bằng các thiết bị kỹ thuật số).

PVS 20: Có 3 nguyên nhân cốt lõi ảnh hưởng đến chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam hiện nay: *Một là, yếu tố con người*, cụ thể là đội ngũ tham gia trực tiếp và gián tiếp vào sản xuất, phân phối nội dung số có đáp ứng được yêu cầu hay không? *Hai là, công nghệ báo chí - truyền thông số*. Không phải công nghệ số nào cũng phù hợp với chuyển đổi nội dung số của tạp chí, mà quan trọng công nghệ đó phải phù hợp đặc trưng của loại hình tạp chí. *Ba là, nguồn lực tài chính của tạp chí*. Để chuyển đổi nội dung số, cần phải đầu tư xây dựng hạ tầng công nghệ thông tin hiện đại. Đối với các tạp chí tự chủ về tài chính thì đây là vấn đề hết sức khó khăn.

Câu hỏi 3: Anh/chị có thể gợi mở một số giải pháp để thúc đẩy tiến trình chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam trong thời gian tới?

PVS 17: Các tạp chí cần tập trung đầu tư vào công nghệ AI và phân tích dữ liệu để nâng cao chất lượng nội dung và trải nghiệm. Phát triển các

nền tảng đa phương tiện, thân thiện với di động. Thúc đẩy nội dung gốc, sáng tạo và phù hợp thị hiếu độc giả Việt Nam. Xây dựng mô hình kinh doanh đa dạng, bền vững hơn dựa trên số hóa.

PVS 18: Để chuyển đổi nội dung số thành công, các tạp chí phải lựa chọn, xây dựng mô hình tòa soạn tạp chí số phù hợp với từng loại tạp chí, theo hướng đa nền tảng, đa dịch vụ, đa phương tiện, đóng vai trò trung tâm trong tổ chức sản xuất nội dung. Trong đó, dữ liệu là yếu tố sản xuất cốt lõi, quyết định chất lượng SPBC; AI và các công nghệ số được sử dụng một cách phù hợp với từng dạng, loại SPBC và được tích hợp vào các công đoạn quan trọng trong tổ chức và sản xuất nội dung; chú trọng tính linh hoạt và cá nhân hóa; tổ chức sản xuất trên các nền tảng số với công cụ hỗ trợ như phần mềm quản lý sản xuất, phần mềm hỗ trợ thiết kế đồ họa, ảnh, infographic, video, audio và hệ thống cộng tác số.

PVS 19: Các tạp chí cần phải xây dựng chiến lược chuyển đổi số có trọng tâm, trọng điểm, không giàn trái, Sử dụng giải pháp thuê hạ tầng công nghệ thông tin của các tập đoàn công nghệ có uy tín. Đào tạo, đào tạo lại đội ngũ nhân sự hiện có để nâng cao năng lực, kỹ năng số cao, giúp phát triển nội dung phù hợp với từng công chúng đích, tối ưu trải nghiệm người dùng, nâng cao tốc độ phản hồi, tính chính xác và tính tương tác của nội dung với công chúng.

PVS 20: Để thúc đẩy tiến trình chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam trong thời gian tới, các tạp chí cần thực hiện đồng bộ các giải pháp: *Thứ nhất*, Sửa đổi, ban hành một số luật liên quan trực tiếp đến chuyển đổi nội dung số, như Luật Báo chí (2016), Luật Sở hữu trí tuệ, Luật Công nghiệp nội dung số,..; *thứ hai*, Bộ Thông tin Truyền thông phối hợp với các tập đoàn công nghệ xây dựng mô hình tòa soạn tạp chí số theo hướng tính hợp công nghệ - nội dung mang tính phổ quát. Sau đó chuyển giao miễn phí cho các tạp chí vận hành sử dụng; *thứ ba*, các tạp chí phải xây dựng chiến lược chuyển đổi số dài hạn, trung hạn, ngắn hạn. Từ đó cụ thể hóa thành những kế hoạch có tính khả thi, đồng thời lượng hóa được kết quả chuyển đổi nội dung số; *thứ tư*, có chiến lược đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực đáp ứng được yêu cầu chuyển đổi nội dung số.

PHỤ LỤC 5

BIÊN BẢN TỌA ĐÀM KHOA HỌC

Phục vụ nghiên cứu luận án với đề tài “Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí ở Việt Nam hiện nay”

Chủ đề tọa đàm: Một số vấn đề về ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung - Kinh nghiệm của một số cơ quan báo chí chủ lực của Việt Nam

Mục đích thảo luận: Trao đổi kinh nghiệm, nghiên cứu mô hình, cách làm sáng tạo của các cơ quan báo chí chủ lực trong ứng dụng công nghệ số trong sản xuất, phân phối nội dung số trên các nền tảng số.

Thời gian: 14h00, ngày 13-12-2023

Địa điểm: Trụ sở Tạp chí Cộng sản, số 28 Trần Bình Trọng, Hai Bà Trưng, Hà Nội

Đại biểu tham dự tọa đàm: Tổng số 18 đại biểu, gồm:

1. Lãnh đạo Tạp chí Cộng sản điện tử, Tạp chí Cộng sản (chủ trì tọa đàm)
2. Lãnh đạo Cục Báo chí, Bộ Thông tin và Truyền thông
3. Lãnh đạo Báo điện tử Vietnamplus, Thông Tấn xã Việt Nam
4. Lãnh đạo Báo Việt Nam News, Thông Tấn xã Việt Nam
5. Lãnh đạo Truyền hình Nhân dân, Báo Nhân dân
6. Lãnh đạo Tập đoàn Viettel
7. Đại diện Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh
8. Biên tập viên chính, Ban Tạp chí Cộng sản điện tử, Tạp chí Cộng sản (thư ký tọa đàm)
9. Các chuyên gia, nhà khoa học là cộng tác viên chiến lược của Tạp chí Cộng sản điện tử, Tạp chí Cộng sản; các BTV, KTV, HSTK của Truyền hình Nhân dân, Nhân dân điện tử, Tạp chí Cộng sản điện tử, Báo điện tử Vietnamplus, Đài tiếng nói Việt Nam, Tập đoàn Viettel, Tập đoàn VNPT.

Nội dung tọa đàm tập trung làm rõ các vấn đề sau:

Phát biểu khai mạc và đề dẫn tọa đàm, lãnh đạo Tạp chí Cộng sản điện tử, Tạp chí Cộng sản nhấn mạnh, thế giới đang chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ của các công nghệ số, như AI, internet vạn vật, dữ liệu lớn, và điện toán đám mây làm thay đổi sâu sắc tư duy, nhận thức, sản xuất, sinh hoạt của các quốc gia, cộng đồng và của mỗi cá nhân. Sự thay đổi này mang lại cả cơ hội và thách thức. Thời cơ lớn cũng đi kèm với những thách thức tác động mạnh mẽ đến sự phát triển của báo chí - truyền thông.

Sự bùng nổ mạnh mẽ của khoa học - công nghệ cùng với nhiều xu hướng báo chí - truyền thông hiện đại và những công nghệ mới đang tạo áp lực buộc các CQBC cần liên tục đổi mới và cập nhật các xu hướng cũng như công nghệ hiện đại. Cùng với đó, sự xuất hiện của nhiều thiết bị điện tử mới sẽ là động lực thúc đẩy cho những định dạng mới của báo chí, đặc biệt là video, audio và các công nghệ thực tế ảo (VR) và thực tế ảo tăng cường (AR), giúp mang đến những tác phẩm thú vị và độc đáo hơn, giúp nâng cao trải nghiệm cho công chúng báo chí.

Chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí của Việt Nam mở ra nhiều cơ hội quan trọng như mở rộng tầm ảnh hưởng và tương tác với công chúng, đa dạng hóa nội dung và thu hút công chúng toàn cầu. Tuy nhiên, hiện nay chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí đối diện với nhiều thách thức: Các tạp chí phải cạnh tranh với trang tin tức trực tuyến và mạng xã hội để thu hút công chúng; sử dụng công nghệ số để sáng tạo nội dung, quản lý dữ liệu và tương tác với công chúng một cách thông minh đòi hỏi đầu tư nguồn lực tài chính lớn; sự cạnh tranh trực tuyến khốc liệt, sự thay đổi mô hình kinh doanh với sự suy giảm của doanh thu quảng cáo truyền thống, thêm vào đó là các vấn đề pháp lý và đạo đức, bảo vệ dữ liệu cá nhân của công chúng đối mặt với các thách thức pháp lý, đạo đức và quản lý dữ liệu trong thời đại số.

Tham luận tại tọa đàm của lãnh đạo Cục Báo chí, Bộ Thông tin và Truyền thông tập trung bàn về “Tổng quan về chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”; thực tiễn chuyển đổi nội dung số ở các báo và tạp chí hiện nay, đã dự đoán xu thế chuyển đổi nội dung số hiện nay là: *Về chuyển đổi nội dung số*: 1- Cá nhân hóa và ngữ cảnh hóa nội dung: Dùng thuật toán để phân tích hành vi, thói quen, nhu cầu, quan tâm của người dùng, để từ đó tạo ra và phân phối nội dung phù hợp tới các “phân khúc” người đọc, xem, nghe. 2- Đa dạng hóa các sáng tạo nội dung, trong đó nội dung do người dùng tạo ra, hoặc do tương tác với người dùng, chiếm vị trí ngày càng quan trọng. 3- Nhu cầu về báo chí dữ liệu ngày càng cao: cá nhân

hóa nội dung và trực quan hóa dữ liệu để tiếp cận độc giả mục tiêu. *Về xu hướng trong phương thức thức cung cấp SPBC tới người dùng*: 1- Sử dụng đa nền tảng. 2- Báo chí đa nền tảng để tiếp cận người dùng theo phương thức “người dùng ở đâu, thông tin ở đó”. 3- Hình thành các liên kết báo chí để phân phối nội dung: báo chí liên kết với viễn thông, công ty công nghệ, mạng xã hội, với các nền tảng số. *Về xu hướng trong mô hình kinh doanh báo chí*: 1- Sự tăng tốc của quá trình chuyển đổi sang thu phí nội dung, hướng vào nhu cầu của độc giả, nâng cao chất lượng trải nghiệm của người dùng để thu hút độc giả cũng như nguồn lực tài chính từ độc giả. 2- Xu thế “giữ chân” độc giả trên trang web hay nền tảng là điều quan trọng để tăng thuê bao đăng ký hàng tháng, tạo doanh thu ổn định cho cơ quan báo chí, đồng thời gia tăng doanh thu quảng cáo. 3- Đa dạng hóa doanh thu báo chí thông qua Thương mại điện tử và tổ chức sự kiện trực tiếp có xu hướng thay thế các nguồn thu truyền thống. 4- Đấu tranh bảo vệ quyền lợi cho các cơ quan báo chí trong nước, buộc các nền tảng xuyên biên giới phải trả tiền, chia sẻ lợi ích kinh tế cho các cơ quan báo chí khi sử dụng tài nguyên nội dung của họ.

Hiện nay, báo chí lên không gian số, có thêm các nhân tố mới tham gia vào hệ sinh thái báo chí truyền thông, gồm: các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ trung gian (mạng xã hội, doanh nghiệp công nghệ, doanh nghiệp viễn thông, nền tảng xuyên biên giới, mạng lưới quảng cáo bằng công nghệ - Ad network), các doanh nghiệp cung cấp hạ tầng số, và toàn thể người dân có tương tác, tạo ra nội dung số trên môi trường mạng.

Tham luận cũng tập trung đánh giá về thực trạng chuyển đổi nội dung số của báo chí ở Việt Nam hiện nay và cho rằng: Cơ bản báo chí điện tử của Việt Nam mới dừng lại ở công nghệ Web 1.0 (read - only), chỉ một số ít đã bắt đầu là web 2.0 (cho phép đọc - viết, tương tác giữa người đọc và bài báo ngay trên nền tảng của báo và cho phép lưu giữ 1 phần thông tin danh tính người đọc). Chưa thực sự tồn tại cơ sở dữ liệu riêng của từng cơ quan báo chí về người đọc và hành vi của người đọc (đa số đều phụ thuộc vào công cụ đo của các nền tảng xuyên biên giới như Google, Facebook hoặc các công cụ đo lường của các bên thứ ba khác).

Để thúc đẩy Chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 8-5-2023 triển khai Chiến lược Chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030. Trong đó, đề ra 6 nhóm nhiệm vụ, giải pháp. Trong các nhóm giải pháp đó, có nhóm giải pháp tập trung vào chuyển đổi nội dung số là phát triển các nền tảng số, sản phẩm báo chí số: 1- Nghiên

cứu đề xuất nền tảng dùng chung, hợp tác và chia sẻ chi phí cho các cơ quan báo chí về nguồn lực công nghệ bao gồm các nền tảng hạ tầng, nền tảng tòa soạn hội tụ, dịch vụ an ninh bảo mật phục vụ chuyển đổi số báo chí. 2- Thúc đẩy hình thành và phát triển nền tảng phát thanh số (trực tuyến). 3- Thúc đẩy hình thành và phát triển nền tảng truyền hình số (trực tuyến). 4- Thúc đẩy hình thành và phát triển nền tảng báo chí điện tử. 5- Làm việc, kết nối và hợp tác với các tổ chức, doanh nghiệp để nghiên cứu, đề xuất cách thức hỗ trợ cơ quan báo chí về công nghệ, viễn thông, an toàn thông tin... nhằm thúc đẩy hoạt động chuyển đổi số báo chí. 6- Đề xuất triển khai thử nghiệm nền tảng công nghệ số để giám sát và báo cáo vi phạm bản quyền báo chí trên môi trường số (nhằm bảo vệ quyền lợi của các cơ quan báo chí chuyển đổi số). 7- Triển khai đầu tư công dự án “Hệ thống lưu trữ và phân tích dữ liệu báo chí truyền thông quốc gia”. 8- Vận hành “Hệ thống lưu trữ và phân tích dữ liệu báo chí, truyền thông quốc gia”. 9- Ra mắt Trung tâm Hỗ trợ Chuyển đổi số Báo chí. 10- Tổ chức khảo sát, ghi nhận các mô hình chuyển đổi số báo chí. 11- Đo lường, đánh giá mức độ trưởng thành chuyển đổi số báo chí. 12- Triển khai các giải pháp bảo vệ hệ thống thông tin, ứng dụng và nền tảng phục vụ chuyển đổi số báo chí; quản lý và giám sát an toàn thông tin và đánh giá an toàn thông tin theo quy định.

Đồng thời cũng nhận định, Chuyển đổi nội dung số báo chí sẽ không phải là cơ hội đối với mọi cơ quan báo chí. Nhiều cơ quan dự kiến sẽ không bước qua được thách thức này. Nhiều tòa soạn sẽ thu hẹp, sáp nhập, đóng cửa, một bộ phận người lao động sẽ phải chuyển nghề hoặc mất việc. Đối với các địa phương: Chuyển đổi số báo chí địa phương sẽ khiến xu thế sáp nhập báo Đảng và Đài PTTH tại địa phương diễn ra nhanh hơn, khi các phương thức truyền thông truyền thống bị giảm hiệu quả và tốn kém nguồn lực, cần co lại để tập trung đầu tư phát triển lên các nền tảng mới. Ưu thế của truyền thông mạng là tính tương tác cao, mà đã có tương tác thì sẽ có phản biện, giám sát của người đọc. Đây là sức ép lớn đối với tư duy làm báo kiểu cũ (thông tin 1 chiều, ít chấp nhận phản biện. Hiện nay nhiều báo điện tử ít dám mở tính năng cho bình luận nhiều chiều trên báo mình do lo sợ những rủi ro về nội dung). Công tác quản lý báo chí, định hướng dư luận trên không gian số sẽ khó khăn hơn, đòi hỏi phải thay đổi nhiều cách tiếp cận và chỉ tiêu quản lý.

Trao đổi một số kinh nghiệm ứng dụng công nghệ số trong sản xuất, phân phối nội dung, Báo điện tử VietnamPlus, Thông tấn xã Việt Nam tập trung vào những chiến lược trọng tâm của VietnamPlus:

Một là, lấy lõi công nghệ phát triển sản phẩm báo chí mới. Với Báo Điện tử VietnamPlus, ngay từ khi thành lập đã tiếp cận với xu hướng chuyển đổi nội dung số thông qua việc triển khai hệ thống CMS hiện đại (tích hợp công nghệ số), thực hiện những sản phẩm báo chí mới dựa trên nền tảng công nghệ, chủ động mở rộng quan hệ với các đối tác công nghệ trong và ngoài nước. Trong quy trình sản xuất nội dung của VietnamPlus đều sử dụng công cụ online, và tất cả PV, BTV đều tự tay xử lý được mà không hề cần nhân viên thiết kế đồ họa hay nhân viên lập trình - từ việc làm ra các biểu bảng đồ họa tương tác sử dụng những công cụ như Infogram hay Visme, làm video bằng công cụ Wochit, hay trình bày các bài mega story bằng công cụ Atavist. Hệ thống quản trị nội dung (CMS) tân tiến của VietnamPlus giúp thông tin breaking news được đẩy lên trang web với tốc độ tính bằng phút, thậm chí chỉ trong vòng 10 - 20 giây. Thương hiệu của VietnamPlus đã được khẳng định như một cơ quan báo chí đi tiên phong trong việc ứng dụng công nghệ vào sản xuất báo chí. VietnamPlus đã sớm khai thác sử dụng tự động hóa (automation) và AI vào việc sản xuất các sản phẩm báo chí như Infogram, Flourish (sản xuất infographics), Wochit (sản xuất video), Vbee (biến văn bản thành giọng nói - text to speech), công cụ xác thực thông tin (fact check)... Năm 2018, VietnamPlus đã trở thành cơ quan báo chí chính thống đầu tiên sử dụng Chatbot để tương tác với độc giả. Sản phẩm cũng đã được Hiệp hội các hãng thông tấn châu Á - Thái Bình Dương trao “Giải thưởng xuất sắc chất lượng thông tấn”. Đặc biệt, VietnamPlus còn luôn sáng tạo những thứ mới mẻ, được làng báo trong nước thừa nhận là tiên phong về áp dụng công nghệ báo chí - truyền thông hiện đại. Cái gì thế giới có là VietnamPlus áp dụng ngay: từ ảnh/video 360 độ, máy bay điều khiển từ xa, thông tin đồ họa tĩnh và đồ họa tương tác, dòng sự kiện timeline, cho đến việc ứng dụng báo chí di động (mobile journalism), báo chí bằng công cụ truyền thông xã hội (social journalism), phong cách trình bày phóng sự dạng mega story và báo chí dữ liệu (data journalism); khai thác các tính năng Chatbot, Webpush, mobilepush, Newsletter; phát triển độc giả trên các nền tảng số... VietnamPlus đã triển khai sản xuất định kỳ Podcast từ đầu năm 2020, với các thể loại monologue (độc thoại), interview (phỏng vấn), multi-host (nhiều người dẫn) và documentary (tài liệu, có kết hợp yếu tố âm nhạc), phủ sóng trên các nền tảng số được nhiều người dùng nhất như Apple Podcast, Spotify và Google Podcast. Có thể nói, những sản phẩm báo chí mới của VietnamPlus tạo nên tính tương tác hai chiều với độc giả, như phỏng vấn trực tuyến, podcast, loa thông minh, tạo cảm giác gần gũi hơn giữa bạn đọc và báo.

Hai là, hiểu rõ người dùng để đưa ra những giải pháp nội dung phù hợp. Trong ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung, báo chí thế giới chuyển từ các giai đoạn phát triển mạnh về tìm kiếm (search), mạng xã hội (social media) sang giai đoạn Internet định danh (identify internet), đề cao yếu tố dữ liệu. Chính vì thế, báo chí cần xây dựng mối quan hệ mới với độc giả dựa trên yếu tố dữ liệu, vừa để giữ chân độc giả trung thành, phát triển độc giả mới, và đặc biệt là giúp độc giả cá nhân hoá trang tin. Với những người làm báo VietnamPlus, chúng tôi luôn cố gắng cải thiện hình thức thể hiện, ứng dụng AI vào hoạt động sản xuất nội dung báo chí. VietnamPlus chú trọng tìm độc giả trên nền tảng số để xem họ cần gì, mong muốn điều gì?. Để triển khai thực hiện, năm 2020, VietnamPlus đã hợp tác với Công ty Công nghệ Insider trong việc thu thập dữ liệu người dùng để chọn lựa những tin tức đặc sắc và gửi trực tiếp cho độc giả qua hình thức Thư tòa soạn (Newsletter) hay Tin tuyển chọn từ Ban biên tập (Editors Picks), giúp lan tỏa thông tin, giữ chân và phát triển lượng độc giả. Việc thu thập dữ liệu độc giả sẽ giúp báo chí hiểu rõ hơn độc giả của mình, từ đó đề ra những chiến lược nội dung cũng như chiến lược kinh doanh tốt hơn. Qua theo dõi công cụ Google Analytics, tòa soạn VietnamPlus đã có những sự điều chỉnh kịp thời để tăng traffic, phát triển những tuyến nội dung chuyên sâu mà độc giả quan tâm cũng như chiến lược kinh doanh tốt hơn. Đây cũng là cách góp phần giúp tờ báo tăng lượng traffic và phát triển bạn đọc trung thành. Hiện VietnamPlus cũng đang hợp tác với Taboola, công ty native ads hàng đầu thế giới, để áp dụng công nghệ tòa soạn thông minh, tự động giới thiệu tin tức cho độc giả dựa trên hành vi của chính người dùng, tiến tới cho phép người dùng tự cá nhân hóa trang tin. Việc hợp tác với Taboola cũng giúp VietnamPlus đưa tin tức lên các ứng dụng đọc báo như Tabola News trên điện thoại Samsung hay Content Batch trên điện thoại Huawei.

Ba là, tiếp tục chú trọng lan tỏa thông tin trên các nền tảng. Truyền thông thế giới thời gian qua chứng kiến sự dịch chuyển từ các nền tảng truyền thống sang các nền tảng số. Sau kỷ nguyên của cổng thông tin (portal) là sự trỗi dậy của công cụ tìm kiếm (search) và giờ là các nền tảng truyền thông xã hội (social). Việc phát triển các nền tảng số này cũng phù hợp với xu hướng đa định dạng màn hình (multi-screen) với sự nổi lên của các video quay dọc (vertical) và ngắn, để phát trên các nền tảng TikTok, Shorts (thuộc YouTube) và Reels (thuộc Instagram). VietnamPlus cũng chú trọng phát triển nội dung video trên các nền tảng số giúp lan tỏa thông tin, thu hút công chúng tốt hơn các hình thức thể hiện truyền thống... Với việc lấy độc giả làm trung tâm,

VietnamPlus xác định công chúng ở đâu, báo sẽ đi tới đó, tiếp cận thêm đối tượng độc giả trẻ. Báo điện tử VietnamPlus cũng đã và đang sử dụng các phương tiện truyền thông trên môi trường mạng xã hội để truyền thông như: Mạng xã hội (TikTok, Instagram, LinkedIn và Snapchat, riêng Facebook và Twitter - đang có xu hướng giảm); Podcast; trang web chia sẻ video (YouTube, Vimeo và Dailymotion; hay trào lưu xem video ngắn dạng dọc (trên Tiktok, Reels, YouTube Shorts), hay trên các Diễn đàn trực tuyến (Reddit và Quora). Hiện tất cả các kênh thuộc những nền tảng trên đều đã có tick xanh (tức được xác thực). Kênh YouTube của VietnamPlus đã đạt nút Bạc, kênh TikTok đạt tick Xanh - đạt 1.000.000 lượt follow, nhiều video đạt con số triệu views, được nhiều cơ quan báo chí khác sử dụng lại. Từ ngày 5-8-2023, Báo Điện tử VietnamPlus bắt đầu hợp tác với Công ty Cosmose của Xingapo để phân phối tin tức lên màn hình khóa của các dòng điện thoại Android tại thị trường Việt Nam. Theo đó, VietnamPlus sẽ cung cấp các bài viết cho đối tác - Công ty Cosmose sẽ phân phối những tin tức này lên màn hình khóa của dòng điện thoại Android qua định dạng mobile. Cụ thể, từ hình ảnh đại diện hiển thị trên màn hình khóa, khi độc giả nhấp vào nút “Xem thêm” thì sẽ được dẫn thẳng về bài viết trên trang vietnamplus.vn. Hình thức này sẽ giúp VietnamPlus tăng lưu lượng độc giả (traffic), cũng như tăng cường sự hiện diện của thương hiệu VietnamPlus đến với đông đảo độc giả cả nước. Đây là nỗ lực của VietnamPlus nhằm đa dạng hóa các nguồn phân phối tin tức, tăng cường quảng bá thông tin chính thống đến với độc giả.

Bốn là, tìm hướng viết tiếp câu chuyện sáng tạo báo chí Trong tương lai các xu hướng phát triển của báo chí, nhất là báo điện tử sẽ xuất hiện thêm những thể loại báo chí mới với nội dung chuyên sâu hơn, thiết kế bắt mắt hơn, có tính tương tác cao, có xu hướng tiếp nhận và sản xuất thông tin bằng các thiết bị di động. Mạng xã hội tiếp tục là công cụ đắc lực giúp thông tin báo chí tiếp cận công chúng, tăng tính tương tác giữa tờ báo và bạn đọc. Đi liền với đó là phát triển video, livestream, tin tức đa phương tiện, sử dụng các công nghệ tương tác để tạo trải nghiệm độc đáo cho người dùng (người dùng tham gia các trò chơi giải đố, news game, nhập vai dạng thực tế ảo kết hợp metaverse).

Chia sẻ về chiến lược chuyển đổi nội dung số trong giai đoạn phát triển mới, VietnamPlus tập trung các nguồn lực tiếp tục đẩy mạnh phát triển các SPBC hiện đại. Tiếp tục chú trọng xây dựng một “hệ sinh thái” kỹ thuật để phát triển thêm nhiều loại hình thông tin mới, nhiều kênh tiếp cận với công chúng, nhiều gói thông tin, giúp tòa soạn chủ động, vững bước trên con

đường phát triển và hội nhập với báo chí - truyền thông hiện đại như: *Thứ nhất*, đẩy mạnh dụng công nghệ, AI trong việc sản xuất, sáng tạo sản phẩm báo chí số đang phổ biến và ngày càng được các tòa soạn khai thác như Infogram, Flourish (sản xuất infographics), Wochit (sản xuất video), Vbee (biến văn bản thành giọng nói - text to speech), công cụ xác thực thông tin (fact-check). Đa dạng hóa sản phẩm báo chí của tòa soạn, đặc biệt trên các nền tảng số, tiến tới việc tăng doanh thu từ video, audio content; đẩy mạnh áp dụng trí tuệ nhân tạo vào sản phẩm báo chí như MC ảo, text-to-voice, video gắn phụ đề tự động, tăng cường trải nghiệm cho độc giả bằng cách cá nhân hóa trang tin... *Thứ hai*, tiếp tục đẩy mạnh sản xuất video và podcast, chú trọng đến các nền tảng mới nổi như mạng xã hội Tiktok hoặc các thiết bị loa thông minh ra lệnh bằng giọng nói. Việc phát triển loa thông minh đang là xu hướng khi mà độc giả quá bận rộn không có nhiều thời gian xem tivi, lướt mạng, mà họ có thể ra lệnh bằng thiết bị loa thông minh nghe tin tức thời sự, hoặc nội dung yêu thích bằng điện thoại. Hiện tại Tòa soạn đang phối hợp với Trung tâm Kỹ thuật Thông tấn ra mắt sản phẩm loa thông minh áp dụng cho những nội dung tin tức trên VietnamPlus. *Thứ ba*, VietnamPlus tiếp tục hợp tác với Công ty Insider thử nghiệm thu thập dữ liệu của người dùng, sử dụng các công cụ AI để đánh giá, phân tích đối tượng độc giả. Việc hiểu rõ người dùng sẽ giúp VietnamPlus đưa ra những giải pháp nội dung phù hợp với đối tượng độc giả mà mình đang phục vụ. *Thứ tư*, VietnamPlus cũng nghiên cứu hợp tác với các công ty gamefi nhằm thử nghiệm nền tảng hội thảo thông minh Metaverse, sử dụng công nghệ thực tế tăng cường (VR, AR) để phát triển sản phẩm cũng như hình thức kinh doanh mới của tòa soạn. *Thứ năm*, tăng cường hợp tác đào tạo nhân lực, cập nhật xu hướng truyền thông mới với WAN-IFRA, Fojo, FIPP..., liên kết tổ chức các khóa đào tạo hoặc hội thảo theo hình thức trực tiếp hoặc trực tuyến.

Thảo luận về ứng dụng công nghệ số trong sản xuất nội dung - soi chiếu từ kinh nghiệm phát triển hệ thống CMS của Tạp chí Cộng sản điện tử, Tập đoàn Viettel khẳng định, Tạp chí Cộng sản điện tử - Cơ quan lý luận chính trị của Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam được phát triển, vận hành và được bảo vệ an toàn, an ninh mạng hệ thống 24/7 bởi Tập đoàn Viettel. Đây là tạp chí điện tử về lý luận chính trị của Đảng với giao diện - hệ thống được thiết kế hiện đại, mang bản sắc riêng, tập trung sâu vào nội dung, chất lượng bài viết, hình ảnh đẹp, sắc nét, bảo đảm tính chính trị, tính mỹ thuật. Đây là yếu tố làm nên sự khác biệt với các báo, tạp chí khác khoa học khác. Tạp chí Cộng sản điện tử được phát triển từ năm 2017, trên

nền tảng portal với những tính năng ưu việt, tùy biến, hỗ trợ đa kênh, phù hợp với tất cả các loại thiết bị, ổn định. Tuy nhiên, theo thời gian, hệ thống cần được nâng cấp tổng thể về hạ tầng, công nghệ đáp ứng nhiệm vụ chính trị của Tạp chí và phù hợp với xu hướng công nghệ báo chí hiện đang phát triển rất nhanh hiện nay.

Về “Xây dựng mới tổng thể hệ thống - giao diện Tạp chí Cộng sản điện tử theo chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”, Tập đoàn Viettel cho rằng, mô hình tòa soạn số trở thành xu thế tất yếu của các cơ quan báo chí thế giới nói chung và cơ quan báo chí Việt Nam nói riêng. Tuy nhiên, không có một mô hình chung, cụ thể về chuyển đổi nội dung số dành cho tất cả các cơ quan báo, tạp chí. Đây là sự chuyển đổi từ mô hình tổ chức tòa soạn, tổ chức sản xuất nội dung từ truyền thống sang môi trường số gắn với việc ứng dụng các công nghệ số hiện đại trong sản xuất các sản phẩm báo chí số. Để xây dựng mô hình tòa soạn số, chúng ta cần hiểu rõ vai trò, ý nghĩa của quá trình chuyển đổi nội dung số tại các cơ quan báo chí.

Một cơ quan báo chí - truyền thông cần bảo đảm thực hiện tốt các yếu tố sau trong quá trình chuyển đổi gồm: Xây dựng văn hóa và chiến lược số; gắn kết độc giả; chuyển đổi và thay đổi và cải tiến quy trình; công nghệ và phân tích và quản lý dữ liệu, chia sẻ dữ liệu.

Về mặt công nghệ, Viettel tự hào là đơn vị tiên phong phát triển ứng dụng các công nghệ mới để ứng dụng giải quyết các bài toán về chuyển đổi số chung và ngành báo chí truyền thông nói riêng. Công nghệ mà Viettel mang đến là sự lựa chọn phù hợp cho từng cơ quan báo chí được “may đo” với đội ngũ nhân sự nhiều kinh nghiệm với khối Chính phủ, các cơ quan nhà nước thay vì chạy đua với công nghệ để xây dựng một tòa soạn đồ số với đầy đủ các thiết bị thì công nghệ tốt nhất là công nghệ thích ứng tốt nhất với sự phát triển của tòa soạn.

Viettel có những công nghệ để xây dựng thành công mô hình tòa soạn số, trong đó nhấn mạnh yếu tố đa nền tảng, đa dịch vụ, đa phương tiện; ứng dụng trí thông minh nhân tạo và dữ liệu lớn; phát triển nội dung số; tổ chức tòa soạn theo hướng hội tụ công nghệ và nội dung và xây dựng tòa soạn số. Tâm điểm là việc ứng dụng các công nghệ mới về AI, Bigdata, Blockchain, Viettel có các sản phẩm nền tảng cho lĩnh vực này như Viettel DMP xử lý dữ liệu lớn, Hệ thống quản lý thông tin báo chí và truyền thông; hệ thống công báo điện tử; các mạng xã hội nội bộ, chuyên dùng; hệ thống trả lời tự động Callbot, Chatbot; hệ thống Social Listening... Một yếu tố trong quá trình hình thành tòa soạn số cũng cần lưu ý là an toàn thông tin, bên cạnh các hệ thống

chuyên ngành, Viettel có thể mạnh về hạ tầng, cloud và các sản phẩm bảo đảm an toàn, an ninh thông tin hàng đầu và đội ngũ nhân sự đảm bảo cho hệ thống hoạt động ổn định, xuyên suốt. Viettel rất mong được đồng hành cùng Tạp chí Cộng sản và các cơ quan báo chí chủ lực của Việt Nam để giúp tư vấn, đưa ra các giải pháp, giải quyết được những vấn đề trọng tâm của cơ quan trong quá trình chuyển đổi nội dung số nói chung và hình thành tòa soạn số nói riêng.

Tại tọa đàm, các đại biểu tập trung thảo luận về việc tích hợp truyền hình chất lượng cao vào giao diện báo, tạp chí điện tử; cách thức ứng dụng công nghệ AI và các công nghệ số khác trong sáng tạo các SPBC số. Chỉ ra nhưng thuận lợi, khó khăn trong việc chuyển đổi nội dung số, đồng thời, khuyến nghị một số giải pháp để thúc đẩy tiến trình chuyển đổi nội dung số trong các tạp chí nói riêng và trong hệ thống báo chí Việt Nam nói chung.

Kết luận tọa đàm, lãnh đạo Tạp chí Cộng sản điện tử, Tạp chí Cộng sản khẳng định, để thành công trong chuyển đổi nội dung số, các tạp chí cần phải đầu tư nguồn lực lớn, thích nghi nhanh; sáng tạo nội dung độc đáo, bảo đảm tính minh bạch và đạo đức, và bảo đảm an toàn dữ liệu cá nhân của công chúng. Mặt khác, cách thức và quá trình chuyển đổi nội dung số không có một công thức chung, đòi hỏi các tạp chí phải đề ra chiến lược, giải pháp và lộ trình chuyển đổi nội dung số phù hợp với tôn chỉ, mục đích, đặc điểm và công chúng đích của từng loại tạp chí./.

Hà Nội, ngày 13 tháng 12 năm 2023

Thư ký tọa đàm

Chủ trì tọa đàm

Vũ Trung Duy