

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA

HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

NGUYỄN THỊ ĐÀO TRƯNG

**SÁNG TẠO NỘI DUNG BÁO CHÍ ĐA NỀN TẢNG Ở
CÁC ĐÀI TRUYỀN HÌNH TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY**

Ngành : Báo chí học

Mã số : 9 32 01 01

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ BÁO CHÍ HỌC

HÀ NỘI - 2024

**Công trình đã hoàn thành
tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền**

Người hướng dẫn khoa học: 1. PGS,TS. Đỗ Thị Thu Hằng
2. TS. Phạm Anh Chiến

Phản biện 1:

Phản biện 2:

Phản biện 3:

**Luận án sẽ được trình bày trước Hội đồng chấm luận án
cấp Học viện, họp tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền
Vào hồi.....giờ..... ngày..... tháng..... năm 20....**

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam
- Thư viện Học viện Báo chí và Tuyên truyền

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Chuyển đổi số là xu thế tất yếu của các cơ quan báo chí. Đó là quá trình ứng dụng công nghệ ngày càng cao vào hoạt động báo chí, tạo thành một hệ sinh thái báo chí số với các tính năng mới, giá trị mới. Trong tiến trình chuyển đổi số, các cơ quan báo chí phải đổi mới với bối cảnh cạnh tranh gay gắt về thị phần khán giả, áp lực về doanh thu, đồng thời, phải tìm cách sắp xếp tổ chức bộ máy theo hướng tinh gọn.

Tại Việt Nam, tiến trình chuyển đổi số chậm hơn so với thế giới nhưng đó là xu hướng không thể cưỡng lại. Ngành truyền hình đang đổi mới với những thách thức từ sự bùng nổ của các dịch vụ truyền hình trên internet và các nền tảng số. Áp lực cạnh tranh buộc truyền hình phải thay đổi tư duy, cách làm để có những bước chuyển phù hợp theo nhu cầu và thói quen tiếp cận của khán giả. Những biến đổi lớn này khiến hoạt động sáng tạo nội dung, cung cấp sản phẩm, dịch vụ báo chí biến đổi theo.

Bên cạnh bối cảnh cạnh tranh nghẹt nghèo, các đài truyền hình nói riêng và các cơ quan báo chí nói chung còn phải đổi mới với việc đổi mới, sắp xếp tổ chức bộ máy của hệ thống chính trị tinh gọn theo Nghị quyết số 18-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII. Theo đó, các đơn vị phải tính toán lại cơ cấu tổ chức, xác định các nguồn lực phát triển.

Do vậy, cần thiết phải nghiên cứu về sáng tạo nội dung báo chí tương thích với các nền tảng mới, tận dụng cơ hội và đổi mới những thách thức mới như thế nào ở các đài truyền hình tại Việt Nam.

Xác định những vấn đề vừa trình bày ở trên đều có tính thời sự, có ý nghĩa lý luận và thực tiễn, tác giả lựa chọn nghiên cứu đề tài ***“Sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở các đài truyền hình tại Việt Nam hiện nay”*** làm đề tài nghiên cứu cho luận án chuyên ngành Báo chí học.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu: Trên cơ sở nghiên cứu những vấn đề lý luận và thực tiễn về sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở các đài truyền hình tại Việt Nam để làm rõ thực trạng, đặc điểm của sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng, quy trình, kỹ năng và các điều kiện đáp ứng cho sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng, từ đó, đề xuất giải pháp thúc đẩy sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở các đài truyền hình tại Việt Nam hiện nay.

Nhiệm vụ nghiên cứu:

Gồm: Nghiên cứu tổng quan những tài liệu của thế giới và của Việt Nam có liên quan đến đề tài; hệ thống hoá lý luận về kỹ năng, quy trình và các điều kiện cần đáp ứng trong sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở các đài truyền hình hiện nay; khảo sát, phân tích, đánh giá thực trạng kỹ năng, quy trình và các điều kiện cần đáp ứng trong sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở VTV, HTV; nhận diện vấn đề đặt ra, đề xuất giải pháp, khuyến nghị nhằm thúc đẩy sáng tạo nội dung truyền hình đa nền tảng ở các đơn vị thuộc diện khảo sát nói riêng và các đài truyền hình nói chung.

3. Đối tượng nghiên cứu, phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là lý luận, thực tiễn và vấn đề sáng tạo sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở các đài truyền hình tại Việt Nam hiện nay

Phạm vi nghiên cứu

Bao gồm: kỹ năng, quy trình và điều kiện cần đáp ứng đối với sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng.

Luận án chọn khảo sát Đài Truyền hình Việt Nam (VTV) và Đài Truyền hình Tp. Hồ Chí Minh (HTV) (Trung ương và địa phương). Thời gian khảo sát tại hai đơn vị từ tháng 1 năm 2023 đến tháng 8 năm 2024.

4. Câu hỏi nghiên cứu và khung phân tích

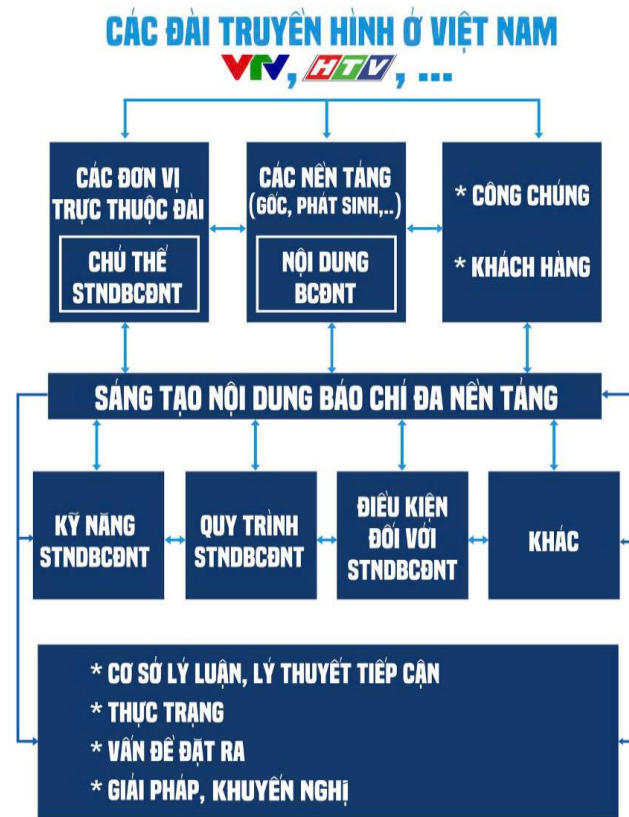
4.1. Câu hỏi nghiên cứu

Câu hỏi 1: Sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng có gì tương đồng và khác biệt so với sáng tạo nội dung báo chí truyền thống?

Câu hỏi 2: Những thách thức và cơ hội trong việc sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng hiện nay ở các đài truyền hình tại Việt Nam là gì?

Câu hỏi 3: Những giải pháp nào thúc đẩy STNDBCĐNT tại các đài truyền hình ở Việt Nam trong bối cảnh cạnh tranh kinh tế báo chí như hiện nay?

4.2. Khung phân tích



5. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

5.1. Cơ sở lý luận và các lý thuyết tiếp cận

Luận án nghiên cứu trên cơ sở tiếp cận các lý thuyết sau:

- Lý thuyết *Thiết lập chương trình nghị sự*
- Lý thuyết *Đóng khung*
- Lý thuyết *Truyền thông hai bước*
- Lý thuyết *Truyền thông thị giác*
- Lý thuyết *Nền tảng xã hội - những giá trị cộng đồng trong một thế giới kết nối* (*The Platform Society - public values in a connective world*)

5.2. Phương pháp nghiên cứu

5.2.1. Phương pháp nghiên cứu định tính

5.2.1.1. Phỏng vấn sâu

Nghiên cứu tiến hành phỏng vấn sâu 20 đối tượng thuộc các nhóm sau:

Nhóm 1 (12 trường hợp): Những người trực tiếp sáng tạo nội dung đa nền tảng ở VTV và HTV

Nhóm 2 (5 trường hợp): Những người làm công tác lãnh đạo, quản lý cơ quan báo chí; phụ trách các đơn vị và các nền tảng, phụ trách sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng và các bộ phận liên quan ở các đơn vị khảo sát.

Nhóm 3 (3 trường hợp): Chuyên gia trong lĩnh vực BC-TT.

5.2.1.2. Quan sát tham dự

Nghiên cứu sinh tiến hành quan sát tham dự tại các đơn vị sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng của VTV và HTV thời gian 6 tháng từ tháng 8/2023 đến tháng 2/2024. Đối tượng quan sát gồm: quy trình, kỹ năng sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng; hoạt động của các phòng/ban liên quan các điều kiện đáp ứng cho sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng; cách thức vận hành, xuất bản, quản trị nội dung số trên các nền tảng, các điều kiện đáp ứng cho hoạt động sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng.

5.2.2. Phương pháp nghiên cứu định lượng

5.2.2.1. Điều tra bảng hỏi

Nghiên cứu tiến hành khảo sát với quy mô mẫu là 200 người, tập trung nhóm đối tượng phóng viên, biên tập viên, kỹ thuật viên đang làm việc tại Trung tâm tin tức V24 của VTV và Trung tâm tin tức HTV.

Nội dung khảo sát được thiết kế xung quanh các góc độ: đánh giá về quy trình, kỹ năng sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng hiện tại, thực trạng lao động sáng tạo nội dung gắn với ứng dụng công nghệ mới; khó khăn và thách thức trong sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng, nhu cầu đào tạo và phát triển kỹ năng.

5.2.2.2. Nghiên cứu trường hợp

Nghiên cứu tiến hành thu thập và phân tích trường hợp (case study) sáng tạo nội dung cụ thể với 02 chủ đề: Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Trung Quốc Tập Cận Bình thăm chính thức Việt Nam (2023); Kỷ niệm 70 năm Chiến thắng Điện Biên Phủ (2024) trên các nền tảng của VTV và HTV.

6. Đóng góp mới về khoa học của luận án

Luận án là một trong những công trình đầu tiên nghiên cứu một cách hệ thống, bài bản, chuyên sâu về đặc điểm sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng (so sánh, sự biến đổi nội dung từ nền tảng gốc đến các nền tảng phái sinh, kỹ năng và quy trình, điều kiện cho sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở các đài truyền hình ở Việt Nam hiện nay). Đây là điểm mới từ góc nhìn lý luận và khía cạnh thực tiễn nghiệp vụ báo chí truyền hình trong chuyển đổi số.

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

7.1. Ý nghĩa lý luận

Công trình nghiên cứu phát triển lý luận về sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở các đài truyền hình với nhiều điểm mới, góp phần bổ sung lý luận chuyên sâu về kỹ năng, quy trình và điều kiện sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí hiện nay. Đề tài nghiên cứu của luận án có tính khai mở

cho những đề tài nghiên cứu khoa học tiếp theo.

7.2. Ý nghĩa thực tiễn

Kết quả nghiên cứu là tài liệu tham khảo cho các đài truyền hình sử dụng nhằm phát triển kỹ năng, xây dựng và thực thi quy trình sáng tạo nội dung trên các nền tảng khác nhau, tìm ra giải pháp thúc đẩy sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng, là tài liệu tham khảo tốt cho công tác lãnh đạo, thực thi, nghiên cứu, giảng dạy về lĩnh vực này.

Gồm phần Mở đầu; Tổng quan tình hình nghiên cứu; Kết luận; Các công trình khoa học đã công bố của tác giả luận án có liên quan đến đề tài luận án; Tài liệu tham khảo và Phụ lục. Nội dung chính của luận án gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về sáng tạo nội dung BCĐNT ở các đài truyền hình

Chương 2: Thực trạng sáng tạo nội dung BCĐNT ở các đài truyền hình tại Việt Nam hiện nay.

Chương 3: Vấn đề đặt ra, giải pháp, khuyến nghị nhằm thúc đẩy sáng tạo nội dung BCĐNT ở các đài truyền hình tại Việt Nam hiện nay.

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1. Các hướng nghiên cứu chính liên quan đến đề tài

1.1. Hướng nghiên cứu về báo chí đa nền tảng và truyền hình đa nền tảng nói chung

Bắt đầu bằng việc nghiên cứu nền tảng là gì, nền tảng đóng góp gì cho sự phát triển kinh tế - xã hội, các nhà nghiên cứu trên thế giới đã tìm hiểu và phân tích các mô hình báo chí đa nền tảng. Báo chí đa nền tảng là một thuật ngữ thể hiện một xu hướng chuyển động và phát triển của ngành báo chí trong kỉ nguyên số.

1.2. Hướng nghiên cứu về sáng tạo nội dung đa nền tảng trên báo chí

Các nhà nghiên cứu đã phân tích và giới thiệu kĩ thuật sản xuất nội dung truyền thông mới và nghệ thuật kể chuyện mới, thích ứng sự thay đổi mang tính cách mạng bằng việc sản xuất nội dung đa nền tảng, như điện ảnh, truyền hình, di động, truyền thông ứng dụng. Những gói dịch vụ cung cấp nội dung phải đa dạng, linh động, dễ tiếp cận, dễ chia sẻ. Trong đó, quy trình sáng tạo NDBCĐNT với nhiều vị trí làm việc với chức năng, nhiệm vụ khác nhau với các tính chất đi cùng: Tính kỉ luật, tính hệ thống, tính khuôn mẫu giúp đảm bảo an toàn thông tin và an toàn phát sóng. Các công trình nghiên cứu cũng Đề cập về mối quan hệ giữa phóng viên và biên tập viên trong tòa soạn, các nhân tố công nghệ hỗ trợ sáng tạo nội dung BCDNT.

1.3. Hướng nghiên cứu về sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng trong lĩnh vực truyền hình

Các nhà nghiên cứu chỉ ra rằng, khi các nhà đài chuyển đổi sang mô hình báo chí đa nền tảng, nghĩa là truyền hình đã trở thành truyền hình kiểu mới với đa dạng hình thức thông tin, nội dung, đa dạng nền tảng phát hành, tiếp cận khán giả. Quan điểm này đồng nhất nhiều quan điểm của các học giả trước đó khi dự báo về tương lai của truyền hình. Họ nhận định truyền hình truyền thống sẽ không chết, chỉ là nó biến đổi, phát triển khác đi mà thôi.

Các nghiên cứu đề cập những vấn đề mới mà truyền hình hiện đại đang phải đối mặt để tồn tại, phát triển: truyền hình đa nền tảng cùng cơ hội và thách thức; việc khai thác các nền tảng mạng xã hội; phát triển sản phẩm truyền hình đa nền tảng; cách thức xây dựng hệ sinh thái người dùng lớn mạnh; tương tác với công chúng số; một số mô hình tương tác với công chúng trong chương trình truyền hình trên thế giới; nguyên tắc thực hiện tương tác với công chúng trong chương trình truyền hình; những giải pháp để phát triển nội dung tương tác với công chúng; gợi mở về mô hình tương tác hiện đại.

2. Đánh giá các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài

2.1. Đánh giá khái quát các công trình nghiên cứu

Các công trình nghiên cứu về sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng nói chung, nhất là về lý thuyết báo chí đa nền tảng trên thế giới và Việt Nam có diễn tương đồng (khái niệm, đặc trưng cơ bản, quy trình sáng tạo tác phẩm báo chí, nguyên tắc hoạt động, đạo đức nghề nghiệp). Các tài liệu đã đề cập nhiều về nội dung báo chí đa nền tảng, nội dung truyền hình đa nền tảng, tuy nhiên, theo quan sát của tác giả luận án, những tài liệu này chưa đề cập trực tiếp tới công tác sáng tạo nội dung của một cơ quan truyền hình đang chuyển mình sang mô hình báo chí đa nền tảng, chưa kết hợp đầy đủ và chi tiết để phân tích kỹ năng và quy trình sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng tại đài truyền hình. Đây là một dạng sáng tạo tích hợp và phức tạp dựa trên các nền tảng riêng của từng đơn vị với các nền tảng chung của công nghệ báo chí.

2.2. Những nội dung luận án cần tập trung nghiên cứu

• Về mặt lý luận

Sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng là lĩnh vực rộng, có thể tiếp cận theo nhiều hướng khác nhau, do đó, tác giả luận án cần phải nghiên cứu lý thuyết mang tính khoa học liên ngành để xác lập khái niệm sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng, thuộc tính sáng tạo nội dung BCĐNT; sự tương đồng và khác biệt giữa sáng tạo nội dung BCĐNT và sáng tạo nội dung BCĐNT tại các đài truyền hình; cơ sở pháp lý về sáng tạo nội dung BCĐNT, và cần rút ra được kết luận: sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng là hiện thực tất yếu vô hạn hay có giới hạn theo các quy định, trật tự, quy luật và chuẩn mực của nghề báo trong sự phát triển của công nghệ?

• Về mặt thực tiễn

Cần nghiên cứu thực tiễn sáng tạo nội dung BCĐNT qua một số cơ quan báo chí, đài truyền hình thế giới để thấy nét chung và đặc thù phát triển báo chí của mỗi quốc gia, làm tiền đề cho việc nghiên cứu thời gian tiếp theo.

Cần khảo sát, nghiên cứu, phân tích, đánh giá thực trạng sáng tạo nội dung BCĐNT ở các đài truyền hình tại Việt Nam (VTV, HTV) (bằng phương pháp thực chứng qua các sự kiện tiêu biểu được khảo sát trên nền tảng các trường hợp nội dung cụ thể, từ 2023-2024). Từ đó, xác định giải pháp phù hợp thúc đẩy sáng tạo nội dung BCĐNT ở các đài truyền hình tại Việt Nam trong thời gian tới.

Chương 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ SÁNG TẠO NỘI DUNG BÁO CHÍ ĐA NỀN TẢNG Ở CÁC ĐÀI TRUYỀN HÌNH

1.1. Các khái niệm chính

1.1.1. Sáng tạo

Đây là lao động nòng cốt trong hoạt động báo chí. Sự sáng tạo của nhà báo thể hiện ở việc phát hiện chủ đề, tìm góc độ phản ánh, chọn lựa chi tiết và bố cục, ngôn ngữ và hình ảnh thể hiện để thu hút khán giả.

1.1.2. Báo chí đa nền tảng

Hiểu một cách đơn giản nhất, *báo chí đa nền tảng* là xu hướng báo chí mà người đọc có thể tiếp cận tin tức trên tất cả các nền tảng khác nhau: Nền tảng Truyền hình số (ví dụ: VTVGo, Hplus); nền tảng Mạng xã hội (ví dụ: Facebook, Tiktok); nền tảng Tương tác video trực tuyến (ví dụ: Youtube); nền tảng website (ví dụ: VTVTimes, HTVNewZ). Đồng thời, khán giả cũng xem được trên các thiết bị khác nhau (ví dụ: máy tính, thiết bị di động cầm tay).

1.1.3. Nội dung báo chí đa nền tảng

Qua tiếp cận nhiều định nghĩa và phân tích theo góc độ gắn với tác phẩm báo chí và gắn với nền tảng, tác giả luận án cho rằng: “*Nội dung báo chí đa nền tảng là hiện thực khách quan được nhà báo ghi nhận qua lăng kính nghiệp vụ và phản ánh với các hình thức phù hợp trên từng nền tảng. Nội dung đó bao hàm cả quan điểm, thái độ của người sáng tạo, mang lại giá trị cho công chúng và được tối ưu hoá cho từng nền tảng*”.

1.1.4. Sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng

Sáng tạo nội dung BCDNT có thể được hiểu là toàn bộ quá trình nhà báo sử dụng tư duy và các kỹ năng nghề nghiệp để ghi nhận và phản ánh hiện thực, tạo ra một tác phẩm báo chí hoàn chỉnh phát hành trên các nền tảng, mới lạ về nội dung, sinh động về hình thức, đảm bảo chân thật, khách quan và phù hợp với đặc điểm của từng nền tảng.

1.1.5. Sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở các đài truyền hình

Sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở các đài truyền hình được hiểu là quá trình tạo ra nội dung báo chí có thể phân phối trên các nền tảng khác nhau như truyền hình, truyền hình cáp, truyền hình qua internet, ứng dụng di động, website và các nền tảng truyền thông xã hội khác. Quá trình này đòi hỏi sự linh hoạt và sáng tạo trong việc tạo ra nội dung sao cho phù hợp với từng nền tảng cụ thể, thu hút và tương tác từng nhóm công chúng cụ thể của từng nền tảng.

1.2. Đặc điểm của sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng

1.2.1. Tính đa phiên bản

Phiên bản là dạng tồn tại khác về hình thức của một sự vật hiện tượng. Trong sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng, phiên bản có thể hiểu là sự phân biệt các nội dung - nền tảng: phiên bản truyền hình, phiên bản mạng xã hội, phiên bản web, phiên bản mobile (ứng dụng di động).

1.2.2. Tính cập nhật

Thông tin được cập nhật liên tục, theo lớp thông tin và theo khả năng tác nghiệp của phóng viên. Lúc này thông tin được xử lý theo sự phân quyền của phóng viên, thường được bỏ qua các quy trình kiểm soát thông tin để đăng tải nhanh lên nền tảng phù hợp.

1.2.3. Tính đa dạng về nội dung

Cách trình bày thể loại tích hợp hoặc phá cách qua nhiều hình thức, từ video, audio, tin ảnh, post ngắn hay chỉ 1 dòng trạng thái (status) kèm hình ảnh và infographic trên mạng xã hội...đến những bài dài multi-form, longform trên nền tảng web...Đây là không gian kích thích sự tìm tòi, sáng tạo của nhà báo.

1.2.4. Tính tương tác

Đó là khả năng tương tác 2 chiều giữa cơ quan báo chí và khán giả. Thông tin từ phản hồi, bình luận, chia sẻ của người xem còn đóng góp vào dữ liệu phân tích để nắm bắt thị hiếu, nhu cầu, sở thích của khán giả đối với các nội dung cụ thể trên từng nền tảng, từ đó, điều chỉnh, điều hướng công tác sáng tạo nội dung phù hợp, linh động để nắm giữ công chúng.

1.2.5. Tính quản lý và lưu trữ

Công nghệ báo chí đa nền tảng giúp quản lý toàn diện và lưu trữ tối ưu, chuẩn xác trong phân loại, tìm kiếm, truy xuất vô cùng hiệu quả. Đây là cuộc cách mạng về kho tư liệu, khác hoàn toàn với cách thức lưu trữ trước đây gây phiền hà, thất thoát, lãng phí nguồn tài nguyên nội dung phong phú.

1.3. Quy trình và kỹ năng sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở các đài truyền hình

1.3.1. Quy trình sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở các đài truyền hình

Quy trình này có thể hiểu là việc thực hiện các bước đã được thiết lập như một khung cơ bản, được quy định rõ ràng và buộc tuân thủ như một nguyên tắc; luôn có tính thống nhất; gắn với mô hình tổ chức, kỹ năng thực hiện với từng loại sản phẩm báo chí, phát hành trên từng nền tảng cụ thể với 8 bước cơ bản như sau:

(1) Đề xuất ý tưởng

(2) Thành lập ekip thực hiện ý tưởng

(3) *Xây dựng và thống nhất kế hoạch chi tiết, kịch bản văn học và kịch bản nội dung tương ứng từng sản phẩm trên từng nền tảng*

(4) *Tìm kiếm tư liệu và sáng tạo các chất liệu cho nội dung sản phẩm*

(5) *Tổ chức nội dung, thiết kế, trình bày nhằm hoàn thành sản phẩm hoàn chỉnh cho từng nền tảng phát hành, hướng tới công chúng đích*

(6) *Biên tập tổng thể và duyệt xuất bản sản phẩm*

(7) *Xuất bản và phát sóng sản phẩm*

(8) *Tương tác với công chúng, nghiên cứu phản hồi, đánh giá hiệu quả sản phẩm*

1.3.2. Kỹ năng sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng tại các đài truyền hình

Kỹ năng sáng tạo nội dung BCĐNT trước hết đòi hỏi phóng viên phải đáp ứng các yêu cầu chung về kỹ năng của nghề báo, tiếp đến là các yêu cầu riêng về kỹ năng của từng loại hình báo chí trên từng nền tảng.

Một là, kỹ năng nắm bắt thực tiễn là hoạt động đầu tiên trong quy trình sáng tạo nội dung BCĐNT, cho dù phóng viên chưa xác định rõ phiên bản nào sẽ ưu tiên làm trước.

Hai là, phóng viên phải tiếp cận nguồn tin và thu thập, khai thác dữ liệu - thông tin.

Ba là, phân tích dữ liệu và hình thành TPBC.

Bốn là, phóng viên cần có kỹ năng tự mình biên tập lại tác phẩm sau khi đã hoàn thiện để giảm thiểu các sai sót kỹ thuật không đáng có và quan trọng là để có cái nhìn bao quát về nội dung và hình thức sau mỗi quy trình lao động nhất định.

Năm là, kỹ năng theo dõi việc sử dụng tác phẩm và xử lý những phản hồi liên quan.

1.3.3. Tiêu chí đánh giá nội dung báo chí đa nền tảng ở các Đài truyền hình tại Việt Nam hiện nay

Tiêu chí 1: Đa ngôn ngữ

Các thành tố của nội dung (text, audio, video, graphic, infographic, music, sound...) được sử dụng đa dạng, kết nối tạo ra thông điệp rõ ràng. Hay nói cách khác, sáng tạo nội dung BCĐNT là sự kết hợp đa dạng, nhuần nhuyễn các thành tố như: ảnh động, video, đồ họa máy tính, ảnh tĩnh và hình vẽ minh họa/bảng biểu mang định dạng số, hình ảnh 3D, infographic, ... cùng với văn bản để tạo ra tác phẩm hoàn chỉnh, mang thông điệp rõ ràng, hình thành nhiều phiên bản nội dung phát hành trên từng nền tảng khác nhau.

Tiêu chí 2: Đa hình thức

Sử dụng các phương thức sáng tạo nội dung đa dạng, đầy đủ, linh động theo từng phiên bản nội dung để biểu đạt thông tin. Điều này thể hiện ở: chủ đề mà nhà báo lựa chọn, mục đích đăng tải và phân loại tác phẩm theo thể loại, mục đích và ý nghĩa chính của việc sáng tạo nội dung BCĐNT.

Tiêu chí 3: Tuân thủ quy trình sáng tạo

Tuân thủ một số nguyên tắc trong quy trình sáng tạo tác phẩm BCDNT nhằm tạo ra 1 tác phẩm BCDNT độc đáo về nội dung, mới mẻ về hình thức. Thực tế, tùy vào từng vấn đề/chủ đề cụ thể, từng phiên bản nội dung cụ thể cho từng nền tảng, mà nhà báo sẽ ưu tiên đảm bảo một hoặc nhiều nguyên tắc sáng tạo.

Tiêu chí 4: Đa dạng cách kể chuyện

Tiêu chí đánh giá theo chiến lược câu chuyện (Story Strategies). Tùy tính chất câu chuyện và thông điệp của tác phẩm, người sáng tạo sẽ lựa chọn ngôi kể và cách kể hợp lý nhất, nhưng phải luôn đảm bảo tính khách quan và chân thật.

Tiêu chí 5: Đa thể loại

Người sáng tạo có thể kết hợp nhiều thể loại báo chí trong một nội dung theo cách thức tiến hành để trình bày diễn biến sự kiện/vấn đề/nhân vật, xây dựng kết cấu câu chuyện theo các lớp thông tin, sử dụng các hiệu ứng kỹ thuật và đồ họa nhằm tạo trải nghiệm mới mẻ, tăng khả năng tương tác và hấp dẫn thị giác.

Tiêu chí 6: Thu hút công chúng

Sáng tạo các nội dung sát với thực tế nhu cầu quan tâm của công chúng; Thiết kế độ mở của nội dung để công chúng có thể tương tác; Thiết lập đa dạng các kênh tương tác với công chúng; Bố trí nhân lực tương tác với công chúng; ứng dụng công nghệ để tương tác; sử dụng dữ liệu tương tác để quảng bá cho nội dung/chương trình.

Tiêu chí 7: Tối ưu hoá công cụ tìm kiếm (SEO)

Thuật toán mạng xã hội là những hệ thống được thiết kế phức tạp để đánh giá nội dung và quyết định thứ hạng hiển thị, sắp xếp và phân phối nội dung tới người dùng. Các yếu tố quan trọng của SEO bao gồm từ khóa, đánh chỉ số và xây dựng các liên kết. Mục tiêu chính là để người dùng nhìn thấy nội dung phù hợp và hấp dẫn nhất có thể, từ đó giữ chân họ trên nền tảng và tăng khả năng tương tác.

1.4. Các điều kiện cần đáp ứng trong sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở các đài truyền hình tại Việt Nam hiện nay

1.4.1. Điều kiện về nhận thức và tư duy chiến lược, năng lực quản trị của lãnh đạo đài

Việc thay đổi từ “đơn nền tảng” sang “đa nền tảng” buộc các lãnh đạo cơ quan báo chí phải tính đến các vấn đề quản lý: quản lý nội dung trong quy trình sáng tạo nội dung tác phẩm BCDNT; “độ mở” như thế nào đối với hoạt động tương tác, bình luận, vấn đề pháp lý về quyền sở hữu trí tuệ, vấn đề tuân thủ những nguyên tắc cộng đồng của nhà cung cấp nền tảng. Điều này đòi hỏi tầm nhìn, sự đột phá về tư duy chiến lược, đặt ra các mục tiêu ngắn hạn, dài hạn, xây dựng và quản lý quy trình sáng tạo nội dung BCDNT, từ đó tạo ra những cơ hội và giá trị mới trong hoạt động báo chí.

1.4.2. Điều kiện về mô hình toà soạn báo chí số

Tiền đề để hoạt động sáng tạo nội dung BCĐNT phát triển là phải có mô hình toà soạn báo chí số. Cần tiếp cận các mô hình STNDBCĐNT như sau:

Mô hình phân mảnh

Mô hình thống nhất (Unified Model)

Mô hình lai ghép (Hybrid Model)

Trong mô hình BCĐNT này, nhà báo tích hợp đa kỹ năng là điều kiện quan trọng. Do đó, cần một quy trình sáng tạo nội dung BCĐNT tinh gọn, hiệu quả, đẩy nhanh tốc độ sản xuất và phân phối sản phẩm.

1.4.3. Điều kiện về nguồn nhân lực báo chí, truyền thông

Điều này bao gồm việc tuyển dụng, đào tạo, đào tạo lại và phát triển những kỹ năng mới cho đội ngũ nhà báo. Nhóm kỹ năng này bao gồm từ phát hiện đề tài, viết kịch bản, lên kế hoạch thực hiện, ghi hình/chụp ảnh, biên tập, dựng... cho đa nền tảng. Tư duy tuyển dụng cho bộ phận sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng cũng cần thay đổi, khi hướng tới các ứng viên là nhà sáng tạo nội dung có kinh nghiệm và thành tích được các nhà quản trị nền tảng vinh danh. Ngoài đội ngũ sáng tạo nội dung, cần một đội ngũ về công nghệ nền tảng, phát triển ứng dụng và quản lý các quy trình kỹ thuật.

1.4.4. Điều kiện về hạ tầng, công nghệ số

Nhà đài phải đầu tư, nâng cấp, hoàn thiện hệ thống sản xuất, lưu trữ tư liệu và phân phối nội dung đa nền tảng theo hướng đồng bộ, thống nhất, quản lý tài nguyên tập trung, quy trình công nghệ tự động, linh hoạt, liên kết giữa các bộ phận, quản lý thống nhất và trao đổi Metadata thuận lợi. Đồng thời, cần xây dựng hệ thống bảo vệ bản quyền, kiểm duyệt các sản phẩm nội dung cho cả âm thanh, hình ảnh, đồ họa trên hạ tầng truyền thống và đặc biệt là trên hạ tầng số, xây dựng hệ thống thu thập và phân tích dữ liệu khách hàng.

1.4.5. Điều kiện về cơ chế kinh tế, tài chính

Trong bối cảnh khó khăn hiện nay, cần có những kịch bản, dự báo tài chính khác nhau, liên quan tới chỉ tiêu, kế hoạch từng quý, từng năm. Từ đó phân bổ đầu tư sáng tạo nội dung chuyên sâu, có khảo sát, nghiên cứu thị trường, áp dụng theo hướng có lợi, có triển vọng, có doanh thu. Ưu tiên cho việc lập ngân sách cho sáng tạo nội dung báo chí theo từng nền tảng với các gói tài chính khác nhau sẽ tạo thuận lợi trong chiến lược phát triển nội dung. Tiếp theo là đầu tư vào công nghệ, bao gồm ngân sách mua sắm bảo trì, nâng cấp hạ tầng kỹ thuật số để tối ưu hoá quy trình sáng tạo nội dung và tiết kiệm chi phí cho kế hoạch dài hạn

Chương 2

THỰC TRẠNG SÁNG TẠO NỘI DUNG BÁO CHÍ ĐA NỀN TẢNG Ở CÁC ĐÀI TRUYỀN HÌNH TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY

2.1. Vài nét về Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Truyền hình Tp. Hồ Chí Minh và các đơn vị thuộc diện khảo sát

2.1.1. Đài Truyền hình Việt Nam (VTV)

Chiến lược chuyển đổi số:

VTV đã tiến hành chuyên biệt hoá hoạt động từ 2012, với sự ra đời của các đơn vị: Trung tâm Đồ họa, Trung tâm sản xuất các chương trình Thể thao, Trung tâm truyền hình Thời tiết và Cảnh báo thiên tai, Trung tâm Tin tức (VTV24), Trung tâm Sản xuất & Kinh doanh Nội dung số (VTV Digital) và một số Trung tâm khác.

Bộ phận phát triển nội dung đa nền tảng:

Trung tâm Sản xuất và phát triển Nội dung số (VTVDigital), gồm 3 đơn vị: Trung tâm Tin tức VTV24, Báo Điện tử VTV News và Trung tâm sản xuất và kinh doanh nội dung số, gồm 12 phòng ban và 200 nhân sự. Đến năm 2023, doanh thu của bộ phận này đã vượt 200 tỷ đồng.

Ứng dụng xem truyền hình: VTVGo

Từ tháng 6/2022- 6/2023, từ ứng dụng của Đài truyền hình quốc gia, VTVGo trở thành nền tảng truyền hình số quốc gia.

2.1.2. Đài Truyền hình TP.HCM (HTV)

Bộ phận phát triển nội dung tin tức đa nền tảng

Công ty HTV-TMS, Trung tâm tin tức, Trung tâm Số & Cấp, Ban quản lý dự án, Trung tâm Dịch vụ và Quảng cáo là những đơn vị phối hợp phát triển nội dung đa nền tảng.

Ứng dụng xem truyền hình: Hplus, HTVonline

HPlus là ứng dụng xem truyền hình do HTV phát triển, cho phép theo dõi trên 70 kênh truyền hình trực tuyến, trong đó bao gồm các kênh chính của Đài truyền hình TP.HCM, kênh giải trí trong và ngoài nước. Giao diện HPlus cho Android Box thân thiện, dễ sử dụng và tìm kiếm chương trình.

2.2. Thực trạng sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng qua các trường hợp nghiên cứu

2.2.1. Chủ đề Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Trung Quốc Tập Cận Bình thăm Việt Nam (2023)

Thực tế khảo sát cho thấy, với cùng một chủ đề sự kiện, tần suất khai thác và sáng tạo nội dung trên các nền tảng của từng nhà đài khác nhau. Sự chênh lệch giữa số lượng và chất lượng của nội dung và hình thức sản phẩm báo chí đa nền tảng cho

từng sự kiện chính trị, trước hết là xuất phát từ chức năng, nhiệm vụ của từng cơ quan đưa tin.

Về tính chất sáng tạo, với sự kiện chính trị lớn của đất nước, liên quan tới hình ảnh nguyên thủ các quốc gia, nội dung truyền hình trên các nền tảng hầu như là khai thác lại từ nội dung gốc. Tính đa phiên bản, nội dung phái sinh gần như không có. Trên khảo sát trên, chỉ có một nội dung được biên tập lại cho phiên bản phát trên Youtube VTV24 vào ngày 13/12/2023. Các nội dung truyền hình còn lại, dù trên nền tảng nào đều mang tính chính thống, chuẩn mực trích từ nội dung gốc phát trên Bản tin Thời sự 19g VTV1, Bản tin Thời sự 20g HTV9. Đối với nền tảng Facebook hay web, có sự khác biệt nhờ thể loại phóng sự ảnh và hình thức thể hiện là post hoặc caption. Đối với nền tảng Tiktok, sự kiện khảo sát cũng được khai thác lại với phiên bản cắt ngắn nội dung truyền hình gốc.

2.2.2. Chủ đề Kỷ niệm 70 năm Chiến thắng Điện Biên Phủ (1954-2024)

Có thể thấy, có sự chênh lệch về số lượng và chất lượng nội dung báo chí đa nền tảng mà đội ngũ mỗi đài đang thực hiện, nhưng vấn đề kỹ thuật và công nghệ thực hiện sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng thì tương đồng. Ví dụ, với sản phẩm trên nền tảng web hay Facebook, thường có link dẫn tới nội dung trên nền tảng youtube. Phần caption trên Facebook viết ngắn gọn trong một câu, phần nội dung chính để dưới phần bình luận (gồm text thông tin kèm ảnh tĩnh hoặc link liên kết chéo tới nội dung trên nền tảng khác). Số lượng nội dung mới (chỉ có trên nền tảng này mà không có trên nền tảng kia) chưa nhiều. Phần lớn sản phẩm được biên tập dựa theo nội dung gốc khác nhau về thời lượng để phát sóng trên các nền tảng.

Xét theo tính chất tác nghiệp, nhà báo thường khai thác dữ liệu nội dung trên nền tảng gốc để cho ra sản phẩm trên các nền tảng khác. Tuy nhiên, số lượng sản phẩm tin bài đa phương tiện gấp nhiều lần so với số lượng sản phẩm trên từng nền tảng khác (riêng VTCTimes có 229 sản phẩm) cho thấy VTV đã đầu tư nguồn lực vào nội dung trên web trong kế hoạch tuyên truyền Kỷ niệm 70 năm Chiến thắng Điện Biên Phủ. Trong đó có khoảng 10% nội dung mới chỉ có trên nền tảng web.

2.2.3. Các thành tố được sử dụng để sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng

Trong các khảo sát, toàn bộ tác phẩm báo chí đa nền tảng của các đài truyền hình đều có hình thức trình bày tích hợp:

Video dữ liệu

Video đồ họa chuyển động

Video hoạt họa

Đồ họa tương tác

Interactive infographic (Đồ họa tương tác)

Các bản tin đa phương trên nền tảng web

Xu hướng thể hiện thông tin nhiều lớp (layer)

2.2.4. Sáng tạo nội dung theo phiên bản đã được triển khai thực hiện nhưng chưa phổ biến

Sự sáng tạo này phải thể hiện ở các phiên bản chuyên biệt cho các nền tảng phát hành khác nhau: website, ứng dụng di động và mạng xã hội. Thông tin được lựa chọn khai thác phải là thông tin có tính thời sự, được quan tâm chờ đón, thể hiện trong thuật toán về các cụm từ tìm kiếm, các dòng chảy bình luận và tương tác của xã hội cùng lúc thông tin được phát hành. Thông qua khảo sát và phân tích, sáng tạo nội dung theo phiên bản đã được thực thi nhưng chưa nhiều.

2.3. Quy trình, kỹ năng và các điều kiện đáp ứng cho sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở các đơn vị thuộc diện khảo sát

2.3.1. Kết quả nghiên cứu định lượng

Ngoài phát trực tuyến trên các ứng dụng xem truyền hình như VTVgo, Hplus, Youtube, trên các tài khoản Facebook (VTV - Đài Truyền hình Việt Nam, HTV Tin tức), nội dung BCĐNT còn được xem đầy đủ trên nền tảng Youtube (tài khoản: VTV24, HTVNewz). Với các thời báo, trang tin (vtv.vn; htv.com.vn/multiform), mọi nguyên liệu, chất liệu được sử dụng để sản xuất thành tin ngắn text, tin text - video hay bài long form, megastory. Sự sáng tạo nằm ở tư duy phát triển nội dung, kết cấu, tính nhận dạng và tính tương thích của từng phiên bản.

Đối với chủ đề nghiên cứu trường hợp, trên nền tảng web, các nhà báo tại VTV và HTV đã sáng tạo nội dung BCĐNT với số lượng tác phẩm vượt trội so với các nền tảng khác. Khảo sát trong chương 2 cũng cho thấy, ở nền tảng web, có nhiều nội dung mới không có ở các nền tảng khác.

2.3.2. Kết quả nghiên cứu định tính

Bước đầu, quy trình STNDBCĐNT tại các đài truyền hình đã được tối ưu hoá nhằm giảm chi phí và tăng năng suất. Ekip được bố trí tinh gọn và tận dụng các phương tiện tác nghiệp mới đa năng (như smart phone) để đơn giản hoá quá trình sáng tạo và truyền tin về trung tâm.

Tuy nhiên, so với yêu cầu mới, hoạt động sáng tạo nội dung BCĐNT chưa đáp ứng được. Trong phạm vi khảo sát sáng tạo nội dung của các Trung tâm tin tức của các đài truyền hình cho thấy, số lượng nội dung mới chưa nhiều, tính đa phiên bản chưa cao. Trong yêu cầu đồng bộ nền tảng, trong chiến lược chuyển đổi số, phát triển bằng thông rộng chất lượng cao và các điều kiện cập nhật, nâng cấp, bảo trì, trang bị đầy đủ và tối ưu cho quy trình sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng, các đài truyền hình hiện nay chưa đáp ứng được.

2.4. Đánh giá chung về hoạt động sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng

Thành công:

Qua quan sát tham dự và phân tích dữ liệu trên 02 nội dung chủ đề: *TBT, CTN Trung Quốc Tập Cận Bình thăm chính thức Việt Nam (2023); Kỷ niệm 70 năm Chiến thắng Điện Biên Phủ (1954-2024)* và thông qua phỏng vấn, tác giả nhận thấy hoạt động sáng tạo NDBCĐNT đạt những kết quả sau:

Thứ nhất, phóng viên nắm rõ và thực hiện tốt quy trình sáng tạo TPBC. Năng lực công tác tốt, có khả năng tác nghiệp độc lập trên một số loại hình. Phóng viên chủ động xây dựng kế hoạch làm việc cụ thể, thường xuyên cập nhật tình hình thực tế.

Thứ hai, phóng viên nắm được sự khác nhau của các loại hình tin bài trong thể loại BCĐNT, có các kỹ năng cơ bản để thực hiện trọn vẹn một hay hơn một thể loại tin bài trên các nền tảng khác nhau. Chủ yếu nhất vẫn là tin bài trên nền tảng TV và nền tảng web.

Thứ ba, phóng viên có các kỹ năng hỗ trợ cần thiết để làm tốt các nội dung phiên bản cho các nền tảng: chụp ảnh, quay hình, dựng, xử lý hậu kỳ (cơ bản)

Nguyên nhân:

Thứ nhất, phóng viên được đào tạo chuyên ngành báo chí và các ngành gần như ngôn ngữ, văn hoá, xã hội học...rất phù hợp với nhu cầu thực tiễn báo chí nói chung. Đối với thể hệ phóng viên 9X, các kỹ năng phụ trợ về công nghệ đã góp phần đảm bảo yêu cầu công việc STNDBCĐNT hiện nay. Điều này là bài học kinh nghiệm liên quan tới tuyển dụng đầu vào.

Thứ hai, các đơn vị tạo điều kiện càng nhiều cho phóng viên học tập, rèn luyện, cọ sát thực tế thì càng nâng cao cho phóng viên tư duy, kỹ năng nghề nghiệp. Đối với sáng tạo NDBCĐNT, vấn đề tạo ra môi trường làm việc phù hợp với đầy đủ trang thiết bị, quy chế, cơ chế khuyến khích là một động lực trực tiếp tác động đến sự phấn đấu của đội ngũ.

Thứ ba, đặt ra yêu cầu, nhiệm vụ sáng tạo NDBCĐNT vừa là áp lực vừa là động lực cho đội ngũ báo hình. Qua đó, các nhà báo phát triển kỹ năng mới, tăng tính thích ứng với công việc, rèn luyện tính phản ứng nhanh. Đây là bài học kinh nghiệm lãnh đạo, quản lý chuyên môn, thúc đẩy các nhân tố sáng tạo, đổi mới trong nghiệp vụ, đồng thời, phân hoá, sàng lọc, xếp loại phóng viên thuận lợi hơn.

2.4.2. Hạn chế và nguyên nhân hạn chế

Hạn chế:

Thứ nhất, phóng viên thường sáng tạo nội dung truyền hình và sau đó là một số nội dung báo ảnh cho nền tảng web. Nội dung truyền hình là thể mạnh, nhưng nội dung báo ảnh trên nền tảng web chưa cao. Đối với yêu cầu STND cho nền tảng

tiktok hay FB, rất nhiều phóng viên đã bỏ qua. Trong trường hợp thực hiện được yêu cầu này, thì chất lượng và số lượng cũng còn thấp.

Thứ hai, phóng viên, biên tập viên chưa quan tâm đến sáng tạo NDBCĐNT có chiều sâu như bình luận, phân tích, phóng sự ảnh, bài megastory hay long-form. Hiện nay, phổ biến nhất vẫn là tin ngắn, tin ảnh hoặc các bài dài tường thuật. Đối với đội ngũ hỗ trợ công nghệ, quản trị nền tảng, công việc chỉ mới dừng lại ở việc nhận dữ liệu từ phóng viên cung cấp, lên đồ họa diễn giải, chứ chưa có đội ngũ biên tập, phát triển nội dung lên thành nội dung mới, thành chuỗi, vệt theo dòng sự kiện, biên tập các chất liệu của nhiều phóng viên thành các bài phân tích, bình luận Thời sự dài kì, sâu sắc, tổng quát về một vấn đề lớn trên các nền tảng.

Thứ ba, vấn đề phát triển tư duy và kỹ năng STNDBCĐNT vẫn còn bỏ ngỏ. Dù chủ trương, chính sách của từng đơn vị là rất rõ ràng: *Digital first*. Song, thực tế hiện nay phóng viên vẫn ưu tiên cho nền tảng sóng truyền hình là trước hết. Sau đó mới tới nền tảng web và các mạng XH. Phóng viên chưa tự làm đủ các phiên bản cho các nền tảng như yêu cầu, đồng thời, cũng không giành thời gian để cung cấp dữ liệu, thông tin cho các bộ phận hỗ trợ để phát triển thành các nội dung mới.

Thứ tư, đội ngũ quản trị nền tảng, phóng viên, biên tập viên chưa khai thác các tính năng tương tác trên nền tảng số. Theo kết quả khảo sát, nhiều tính năng quan trọng như bình luận/comment trên các nền tảng số của VTV đều bị khoá hoặc hạn chế.

Nguyên nhân:

Thứ nhất, dù rất nỗ lực chuyển đổi, thích nghi, phát triển kỹ năng mới, nhưng nhà báo truyền hình chưa hoàn thành và tích hợp đủ kỹ năng tác nghiệp đa phương tiện, dẫn đến kỹ năng STNDBCĐNT thật sự chưa cao.

Thứ hai, việc phân công phóng viên phụ trách nhiều lĩnh vực dẫn đến phóng viên phải dùng khối kiến thức bao quát, tổng hợp hơn là kiến thức chuyên sâu, chuyên ngành. Điều này cũng ảnh hưởng đến chất lượng tác nghiệp, chất lượng sáng tạo nội dung TPBC nói chung và STNDBCĐNT nói riêng.

Thứ ba, quy trình tác nghiệp và sáng tạo NDBCĐNT bao gồm cả dựng, đọc tiếng, hậu kì (mức độ cơ bản) mất rất nhiều thời gian. Trong khi yêu cầu của đơn vị ngày một cao hơn, phóng viên phải thực hiện đủ các bước của quy trình nhưng lại rút ngắn về tổng thời gian để kịp đăng tải cho nhiều bản tin trên nhiều nền tảng phi tuyến tính. Do đó, mức độ đáp ứng số lượng sản phẩm được ưu tiên hơn chất lượng sản phẩm.

Thứ tư, thực tiễn đời sống vô cùng phong phú, phức tạp, đòi hỏi phóng viên có nhiều hơn một góc nhìn, đa dạng góc quan sát, phân tích trên các lập trường và quan điểm khác nhau, đảm bảo tính khách quan của vấn đề, nhưng tăng tính phản biện, góp phần lan toả thông điệp, góp ý xây dựng chính sách.

Chương 3

VẤN ĐỀ ĐẶT RA, GIẢI PHÁP, KHUYẾN NGHỊ NHẪM THÚC ĐẨY SÁNG TẠO NỘI DUNG BÁO CHÍ ĐA NỀN TẢNG Ở CÁC ĐÀI TRUYỀN HÌNH TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY

3.1. Một số vấn đề đặt ra

3.1.1. Vấn đề đặt ra về nhận thức và tư duy chiến lược

Chiến lược đầu tư cho công nghệ ở các đài truyền hình tại Việt Nam còn quá hạn chế, gây khó khăn cho việc mở rộng phạm vi chuyển tải và tiếp cận người xem. Thêm nữa, việc đầu tư nghiên cứu và phát triển công nghệ trong lĩnh vực báo chí đa nền tảng ở các đài truyền hình vẫn còn hạn chế. Việc thiếu ứng dụng AI và Big Data không chỉ giảm tính sáng tạo mà còn gây cản trở trong tiếp cận những biến đổi trong nhu cầu của khách hàng.

3.1.2. Vấn đề đặt ra đối với quy trình và kỹ năng sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở các đơn vị thuộc diện khảo sát

Thứ nhất, nhận thức và cách làm của phóng viên tại VTV, HTV hiện nay còn hạn chế, cụ thể: Tư duy phát hiện đề tài, tìm ra góc độ phản ánh, cách tiếp cận, khai thác còn chậm so với diễn biến của thực tiễn; Tư duy trao đổi thông tin về trung tâm còn chậm so với tốc độ của phóng viên các đơn vị BMĐT; Tư duy sáng tạo nội dung đa phiên bản còn hạn chế, mà chủ yếu mới là dùng một nội dung cho nhiều nền tảng phát hành.

Thứ hai, việc làm chủ các kỹ năng hiện nay của phóng viên mới chỉ đáp ứng mức cơ bản của công việc. Việc tận dụng các vị trí nhân sự chưa phát huy hiệu quả. Như vậy, độ phủ thông tin sẽ kém. Đây là khoảng trống về chuyên môn mà mỗi phóng viên (gồm cả phóng viên quay phim) phải có trách nhiệm trau dồi để lấp đầy.

Thứ ba, dù được đào tạo bài bản ở các trường đại học chuyên ngành, nhưng mức độ kiến thức nhà trường trang bị cho phóng viên chỉ ở mức cơ bản. Độ tuổi phóng viên ngày càng trẻ do yêu cầu tuyển dụng và đặc thù nghề nghiệp, cộng với việc thiếu trải nghiệm thực tế khiến hiệu quả công việc ở mức chưa cao. Khi tuyển dụng vào cơ quan là phải bắt tay ngay vào công việc thực tế, không qua thời gian đào tạo thêm hay đào tạo lại.

3.1.3. Vấn đề đặt ra đối với việc đáp ứng các điều kiện trong sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở các đơn vị thuộc diện khảo sát

Một trong những vấn đề lớn nhất của bộ máy báo chí đa nền tảng tại VTV và HTV là cấu trúc vẫn còn phân tầng với nhiều quy trình phê duyệt phức tạp và thiếu sự linh hoạt trong việc ra quyết định. Các bộ phận phụ trách sáng tạo nội dung, kỹ

thuật số, kỹ thuật đồ họa, quản trị nền tảng thường hoạt động độc lập dẫn đến tình trạng phối hợp chưa nhịp nhàng, chưa liên kết trong phát triển và phân phối nội dung đã được sáng tạo.

3.1.4. Vấn đề đặt ra đối với sự đa dạng, phức tạp của môi trường thông tin

Truyền thông thế giới có lẽ đang đối mặt với sự khủng hoảng liên quan đến chính những nền tảng của nó. Môi trường truyền thông đang ngày càng hỗn loạn, đầy những phiên bản thay thế, khiến việc phân biệt thật - giả trở nên khó khăn. Sự tin tưởng vào một bản tin hay một ấn phẩm báo chí, hay lớn hơn là toàn bộ ý tưởng về truyền thông đại chúng với quy trình biên tập chặt chẽ cũng bị giảm sút. Tin giả đang tạo ra một môi trường tiêu cực, thách thức lòng tin và sự tỉnh táo của công chúng đối với uy tín và thương hiệu của các cơ quan báo chí.

3.1.5. Vấn đề đặt ra đối với sự biến đổi và vận động không ngừng của nhu cầu công chúng

Vấn đề đặt ra là các nhà đài phải phát triển nhiều phương án công nghệ để gắn kết khán giả với các nội dung của mình, đặc biệt trong điều kiện các nền tảng số đang phát triển mạnh mẽ và tạo khả năng kết nối, tương tác realtime, khác biệt hẳn so phương thức truyền dẫn phát sóng cũ. Việc thu thập hành vi người dùng, phân tích dữ liệu khách hàng trên các nền tảng phải được chú trọng, lưu lại trên hệ thống Big Data của các đài, để đưa ra phân tích thói quen, thiết bị, thông tin vùng miền, giới tính, độ tuổi của khán giả.

3.1.6. Vấn đề đặt ra đối với sự cạnh tranh với mạng xã hội

Thứ nhất, tính tương tác. Dù nhà đài đã dùng nền tảng liên kết trung gian với chức năng phát live để thực hiện các chương trình trực tiếp có tương tác với khán giả, nhưng số lượng nội dung này chưa nhiều.

Thứ hai, tính đa dạng về chủ đề nội dung. Các nội dung do nhà đài sáng tạo vẫn chủ yếu xoay quanh các vấn đề chính trị, xã hội, trong khi MXH lại năng nổ sáng tạo nội dung giải trí.

Thứ ba, khả năng đề xuất. Video trên mạng xã hội được đề xuất và gợi ý liên tục nhờ công nghệ AI đã phân tích tổng hợp nhu cầu của người xem. Với nội dung báo chí đa nền tảng do các đài truyền hình sáng tạo thì các tính năng, thuật toán áp dụng chưa tối ưu hoá khả năng đề xuất đến khán giả. Đây là một lĩnh vực cần đầu tư giải pháp công nghệ để giải quyết.

3.1.7. Vấn đề đặt ra đối với định hình chiến lược sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng mang bản sắc Việt Nam

Không có một chiến lược duy nhất nào mang lại thành công. Chỉ có thể phối hợp linh động các chiến lược để tạo ra chiến lược phù hợp nhất với đơn vị. Vấn đề là

các nhà đài phải xác định giá trị của sáng tạo nội dung của đơn vị trong chuỗi giá trị tin tức: Mục tiêu chỉ là cung cấp nội dung hay thu thập dữ liệu và thu hút tệp khách hàng?; Các lợi thế cạnh tranh của đơn vị nhà đài so với các cơ quan báo chí khác trong sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng?; Giá trị cốt lõi của nội dung mà đội ngũ sáng tạo ra là gì?.

3.2. Một số giải pháp nhằm thúc đẩy sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở Đài Truyền hình Việt Nam và Đài Truyền hình thành phố Hồ Chí Minh hiện nay

3.2.1. Một số giải pháp chung

Thứ nhất, cơ quan báo chí phải nắm bắt được thực tiễn thị trường nội dung BCDNT và dự báo được xu thế phát triển của nó, chỉ ra được những thế mạnh lẫn hạn chế của đơn vị, đội ngũ trong phát triển kỹ năng và thực thi quy trình STNDBC ở từng nền tảng hiện nay để xây dựng kế hoạch, lộ trình, mục tiêu cụ thể trong STNDBCĐNT.

Thứ hai, cần sắp xếp và tổ chức bộ máy theo tình hình phát triển mới, tận dụng các nguồn lực sẵn có, vượt khó, năng động sáng tạo, động viên đội ngũ tham gia vào quy trình STNDBCĐNT. Bên cạnh đó, phải tìm kiếm nguồn lực mới, thay đổi tư duy về kinh tế báo chí, các phương thức hợp tác khả thi trong khuôn khổ luật pháp hiện nay.

Thứ ba, phải hình thành các bộ phận nhân sự mới đầy đủ kỹ năng để phát triển đa nền tảng, nhất là xây dựng các tổ chuyên môn cho từng nền tảng.

Thứ tư, STNDBCĐNT chỉ có hiệu quả khi cơ quan báo chí làm chủ công nghệ, kết hợp các nền tảng trong một chỉnh thể thống nhất.

Thứ năm, đội ngũ nhà báo phải thay đổi tư duy về sáng tạo TPBC từ đơn nền tảng sang đa nền tảng. Trong đó, cần sử dụng tối đa chất liệu hiện đại, trọng tâm là chất liệu đa phương tiện để phù hợp đặc điểm, thế mạnh của từng nền tảng.

Thứ sáu, đội ngũ nhà báo cần cập nhật nhanh tư duy và kỹ năng tác nghiệp, cách thực thi quy trình STNDBCĐNT để xây dựng kế hoạch làm việc tương ứng.

Thứ bảy, nhà báo từ đơn kỹ năng phải tiến lên đa kỹ năng mới đáp ứng được yêu cầu STNDBCĐNT.

Thứ tám, để tổ chức được nội dung báo chí trên nền tảng mạng xã hội cần phải có đội ngũ biên tập viên trưởng thành từ những phóng viên nhiều kinh nghiệm.

3.2.2. Một số giải pháp cụ thể

3.2.2.1. Đối với các cơ quan quản lý nhà nước, cơ quan quản lý báo chí

Thứ nhất, cần đầu tư và nâng cấp hạ tầng kỹ thuật số, bao gồm mạng truyền thông và công nghệ phát sóng tiến đến sự phát triển toàn diện của truyền hình đa nền tảng.

Thứ hai, cần thúc đẩy hợp tác giữa cơ quan báo chí và doanh nghiệp công nghệ

trong việc triển khai các giải pháp tích hợp tốt ưu hoá quy trình sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng gắn với phân phối nội dung. Trong đó, công nghệ chính là yếu tố then chốt để đẩy nhanh tốc độ chuyển đổi số của các đài truyền hình.

Thứ ba, cần khuyến khích và hỗ trợ các cơ quan báo chí thực hiện thí điểm các mô hình liên kết, hợp tác, áp dụng công nghệ mới trong quy trình sáng tạo và phân phối nội dung.

Thứ tư, cần khuyến khích phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp lĩnh vực công nghệ truyền thông.

3.2.2.2. Đối với Đài Truyền hình Việt Nam (VTV), Đài Truyền hình TP.HCM (HTV)

Thứ nhất, hiện đại hoá cơ sở hạ tầng sản xuất và phát sóng. Cần đầu tư vào các thiết bị sản xuất nội dung 4K, 8K và các hệ thống hậu kỳ hiện đại cập nhật công nghệ mới của khu vực và thế giới, bao gồm: trang thiết bị camera, studio, hệ thống máy dựng dung lượng lớn, hệ thống đồ hoạ chuyên nghiệp.

Thứ hai, phát triển hạ tầng cho các dịch vụ truyền hình tương tác và cá nhân hoá. Cần đầu tư vào hệ thống quản lý mạng lưới khách hàng (CRM) và phân tích dữ liệu lớn (Big Data) để tiếp cận gần nhất với thị trường và xu hướng tiêu thụ mới.

Thứ ba, coi trọng phát triển các nền tảng công nghệ hiện đại, nội địa, tăng cường hợp tác quốc tế trong sử dụng các nền tảng kỹ thuật công nghệ, mạng xã hội.

Thứ tư, cần tinh gọn bộ máy, tối ưu hoá quy trình sáng tạo, loại bỏ sự chồng chéo các chức năng và nhiệm vụ, tăng khả năng thích ứng của đội ngũ. Cần tổ chức lại mô hình, phân chia các bộ phận sáng tạo nội dung sóng và nội dung số để tối ưu hoá hiệu quả sáng tạo nhờ tập trung chuyên môn.

3.2.2.3. Đối với chủ thể sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng

Thứ nhất, phải thực hiện cuộc cách mạng về tư tưởng, nâng cao nhận thức, tư duy chiến lược thực hiện sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng. Nhà báo cần phải hiểu được về nền tảng, bản chất của các nền tảng, sự khác nhau, lợi thế cạnh tranh của từng nền tảng, từ đó mới có tư duy sáng tạo theo phiên bản, thay đổi cách tác nghiệp.

Thứ hai, nhà báo tích hợp kỹ năng là nội dung quan trọng. Cần phải tuân thủ quy trình sáng tạo nội dung để đảm bảo tính chuyên môn, đồng thời, phải linh hoạt, nhanh gọn, hiệu quả, rút ngắn các bước để đẩy nhanh phương thức sản xuất thông tin.

3.3. Một số khuyến nghị

3.3.1. Đối với các cơ quan lãnh đạo, quản lý báo chí

Thứ nhất, các cơ quan lãnh đạo, quản lý báo chí cần thúc đẩy, kết nối để Nhà nước đặt hàng truyền thông chính sách cho các đơn vị báo chí.

Thứ hai, các cấp lãnh đạo quản lý báo chí có ý kiến mạnh mẽ về nội dung

sửa đổi Luật Báo chí, đổi mới cơ chế về kinh tế báo chí, trong đó, đề xuất cho phép một số cơ quan báo chí lớn được kinh doanh về nội dung BCĐNT, kinh doanh trong hệ sinh thái truyền thông.

Thứ ba, khuyến nghị Chính phủ nghiên cứu xây dựng một cơ chế đặc thù về kinh tế báo chí cho các cơ quan báo chí chủ lực như Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Truyền hình TP.HCM.

3.3.2. Đối với Đài Truyền hình Việt Nam (VTV) và Đài Truyền hình Tp. Hồ Chí Minh (HTV)

Một là, tăng cường đào tạo và cập nhật kiến thức sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng liên tục.

Hai là, ban lãnh đạo cơ quan báo chí cần học hỏi các mô hình thành công quốc tế, nghiên cứu cách thức họ sáng tạo nội dung, ứng dụng công nghệ để có các giải pháp thích ứng phù hợp với bối cảnh thị trường STNDBCĐNT, đặc biệt là có các kịch bản, dự báo khác nhau để đề ra các chỉ tiêu (KPI) và xây dựng kế hoạch cho nhà đài trong từng năm.

Ba là, các đơn vị Trung tâm tin tức là cơ quan chủ lực trong STNDBCĐNT. Lãnh đạo cần xác định rõ thế mạnh của trung tâm tin tức để từ đó tập trung đầu tư STNDBCĐNT theo hướng chuyên sâu, không dàn trải, mở ra quá nhiều chuyên mục không có hiệu quả (không view, không quảng cáo).

Bốn là, đổi mới phương thức đào tạo/phát triển nguồn nhân lực hiện hữu kết hợp với công tác tuyển dụng nhân sự mới đáp ứng yêu cầu STNDBCĐNT. Cần dự báo các yêu cầu về nguồn nhân lực theo kì hạn và chiến lược phát triển của đơn vị, đặt hàng các sở đào tạo uy tín, phù hợp nhu cầu công việc thực tiễn về STNDBCĐNT.

Năm là, tìm mọi nguồn lực để đầu tư kịp thời về hạ tầng kỹ thuật trong việc sản xuất các sản phẩm báo chí chất lượng cao.

3.3.3. Đối với chủ thể sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng ở Đài Truyền hình Việt Nam và Đài Truyền hình Tp. Hồ Chí Minh

Một là, phát huy sức mạnh tập thể để sự sáng tạo có hiệu quả cao nhất.

Hai là, đổi mới tư duy sáng tạo nội dung.

Ba là, phối hợp các vai trò, vị trí nhân sự trong một bộ máy sáng tạo nội dung.

Bốn là, sự phát triển của STNDBCĐNT gắn với sự phát triển đa kỹ năng của phóng viên.

3.3.4. Đối với Hội Nhà báo Việt Nam và các cơ sở nghiên cứu, đào tạo, bồi dưỡng báo chí truyền thông

Cần phải đổi mới phương thức hoạt động, xây dựng đội ngũ người làm báo đáp

ứng yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình mới, mà cụ thể là yêu cầu STNDBCĐNT.

Cần cập nhật, đổi mới giáo trình và phương thức dạy và học hướng tới những nội dung có nhu cầu: Kiến thức tổng hợp ngành báo chí; Ngoại ngữ; Trách nhiệm xã hội của nhà báo; Kiến thức và kỹ năng cơ bản cho từng loại hình báo chí trên từng nền tảng.

KẾT LUẬN

1. Việc cần thiết nghiên cứu đề tài của luận án:

Báo chí đa nền tảng hình thành trong tiến trình chuyển đổi số báo chí từ nền báo chí đơn loại hình sang báo chí đa loại hình. Sự chuyển đổi này bao gồm cả sáng tạo nội dung BCĐNT, phát triển nguồn nhân lực đến tầm nhìn chiến lược, tư duy và phương thức lãnh đạo, quản lý báo chí. Hành trình phát triển đó luôn song hành với sự phát triển của kỹ thuật, công nghệ và chính điều này đã dần thay đổi cách thức và nhu cầu tiếp nhận thông tin của công chúng. Đây là vấn đề mang tính sinh tồn với các đài truyền hình trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt hiện nay.

2. Kiểm chứng toàn bộ quá trình nghiên cứu đề tài của luận án theo mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu đã đề ra, luận án đã đạt được những kết quả sau:

Tác giả luận án đã chất lọc và tiếp thu, kế thừa được một số nội dung có giá trị khoa học nhất định, có liên quan đến đề tài luận án. Mặc dù các công trình nghiên cứu có đề cập đến 3 hướng nghiên cứu như kể trên, nhưng chưa có công trình nào nghiên cứu chuyên sâu ở mức độ luận án Tiến sĩ về *Sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng tại các đài truyền hình tại Việt Nam hiện nay*, cho nên, có thể khẳng định rằng đề tài của luận án là mới, không trùng lặp với các công trình nghiên cứu đã có trong những năm gần đây.

Phát triển giá trị khoa học của những nghiên cứu trước đó, luận án đã hệ thống hoá, cập nhật, bổ sung và có cách tiếp cận mới những vấn đề lý luận về STNDBCĐNT; xác lập các tiêu chí nghiên cứu thực trạng STNDBCĐNT tại các đài truyền hình diện khảo sát.

Từ những kết quả nghiên cứu thực trạng, tác giả đi đến kết luận rằng, mọi thành công và hạn chế của việc STNDBCĐNT phần lớn được quyết định bởi phẩm chất đạo đức, năng lực nghề nghiệp và tư duy sáng tạo của lãnh đạo cơ quan BCĐNT và đội ngũ nhà báo. Bởi dù công nghệ có phát triển, hỗ trợ đến đâu cũng không thể thay thế tư duy sáng tạo của con người.

Qua nghiên cứu, luận án chỉ ra và phân tích 07 vấn đề đặt ra và đề xuất 04 nhóm khuyến nghị đối với lãnh đạo cơ quan quản lý báo chí, lãnh đạo các đài truyền hình, đội ngũ trực tiếp thực hiện STNDBCĐNT, Hội Nhà báo Việt Nam và các cơ sở đào tạo, nhằm thúc đẩy STNDBCĐNT tại các đài truyền hình tại Việt Nam hiện nay.

Nhìn chung, luận án nghiên cứu về đề tài *Sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng tại các đài truyền hình tại Việt Nam hiện nay* đã đưa ra những luận chứng, luận cứ, luận điểm có giá trị là tư liệu khoa học về lý luận và thực tiễn, đóng góp một phần nhỏ vào kho tàng lý luận báo chí - truyền thông hiện nay.

**DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ
CỦA TÁC GIẢ LUẬN ÁN CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN**

1. Nguyễn Thị Đào Trung (2024), *Vai trò của báo chí đa nền tảng trong thúc đẩy chuyển đổi số báo chí ở Việt Nam hiện nay*, Tạp chí Thông tin khoa học lý luận chính trị, số 9, 2024, tr.94-96, ISSN 2354-1040.

2. Nguyễn Thị Đào Trung (2024), *Sáng tạo nội dung báo chí đa nền tảng trong kỷ nguyên số*, Tạp Chí Công sản, <https://tapchicongsan.org.vn/web/guest/thanh-pho-ho-chi-minh/-/2018/1005502/sang-tao-noi-dung-bao-chi-da-nen-tang-trong-ky-nguyen-so.aspx?gidzl=Ar0ZVVuLQYCdJ2foz0zi9oTCB7NfMZadFqjuTkeCQY5i6Imaxmze8puRAAtNgMsWaF1Wj83RWTt5c-X9hAG>, ngày 30-10, 2024, ISSN 2734-9071.

3. Nguyễn Thị Đào Trung (2024), *Vai trò của báo chí đa nền tảng trong truyền thông về quyền con người trong bối cảnh hiện nay*, Tạp chí công sản, <https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/chi-tiet-tim-kiem/-/2018/1025702/vai-tro-cua-bao-chi-%C4%91a-nen-tang-trong-truyen-thong-ve-quyen-con-nguoi-trong-boi-canhh-hien-nay.aspx>, ngày 20-3, 2024, ISSN 2734-9071.

4. Nguyễn Thị Đào Trung (2024), *Phát triển nguồn nhân lực báo chí chất lượng cao*, Tạp chí Tuyên giáo số 9, 2024, ISSN 1859-2295.