

Báo chí đa nền tảng và những yêu cầu về đào tạo báo chí truyền thông trong bối cảnh chuyển đổi số

Ngày nhận bài: 19/06/2025 | Ngày phản biện: 22/06/2025 | Ngày xuất bản: 22/07/2025

Tác giả: Trương Thị Hoài Trâm (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Tóm tắt: Báo chí đa nền tảng (Multi platform journalism) đã trở thành xu hướng tất yếu trên thế giới và tại Việt Nam những năm gần đây. Tại Việt Nam, sau khi Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 với mục tiêu 70% cơ quan báo chí đưa nội dung lên các nền tảng số vào năm 2025 và 100% vào năm 2030, báo chí đa nền tảng càng được các tòa soạn đầu tư phát triển, tập trung vào ba nền tảng chính: nền tảng xã hội (social), nền tảng di động (mobile), nền tảng web. Bài viết sẽ đi sâu vào nghiên cứu về sự phát triển của xu hướng báo chí đa nền tảng ở Việt Nam hiện nay, những vấn đề đặt ra ở góc độ nguồn nhân lực, từ đó, đề xuất một số giải pháp về đào tạo nguồn nhân lực báo chí truyền thông đáp ứng nhu cầu phát triển báo chí đa nền tảng tại Việt Nam.

Mở đầu

Trước năm 2010, thuật ngữ "báo chí đa nền tảng" (multiplatform journalism) chủ yếu được sử dụng trong lĩnh vực công nghệ thông tin và phát triển phần mềm. Thuật ngữ này chỉ bắt đầu được nhắc nhiều tại các hội thảo báo chí quốc tế vào khoảng năm 2010, thời điểm mang tính bước ngoặt của báo chí truyền thông thế giới⁽¹⁾.

Hiểu một cách đơn giản, báo chí đa nền tảng là phương thức làm báo cho phép công chúng tiếp cận thông tin trên mọi loại thiết bị và nền tảng, từ máy tính cá nhân, thiết bị di động như điện thoại thông minh và máy tính bảng, cho đến các loại hình truyền thống như báo in và các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Twitter... Thậm chí trong tương lai, các cơ quan báo chí sẽ cần phải xem xét việc phân phối nội dung trên những nền tảng độc đáo hơn, chẳng hạn như màn hình trên máy bay hoặc tại các

không gian công cộng. Trải nghiệm của người dùng sẽ trở nên liền mạch đến mức nếu họ đang đọc dở một bài báo trên máy tính, họ có thể tiếp tục đọc đúng đoạn đó trên điện thoại, máy tính bảng hoặc đồng hồ thông minh của mình.

Sự phát triển bùng nổ của các thiết bị di động và mạng xã hội đã khiến cho báo chí đa nền tảng trở thành một xu hướng tất yếu trên toàn thế giới. Báo cáo Digital 2025 do Meltwater và We Are Social công bố cho thấy số lượng người dùng mạng xã hội toàn cầu đã đạt mốc 5,24 tỷ người, tăng 4,1% so với cùng kỳ năm trước. Trung bình, mỗi người dùng Internet dành 2 giờ 21 phút mỗi ngày trên mạng xã hội. YouTube là nền tảng được sử dụng nhiều nhất, với lượng người dùng hoạt động cao hơn 16% so với WhatsApp – nền tảng xếp thứ hai. Facebook, Instagram và TikTok lần lượt là những cái tên ở các vị trí tiếp theo trong Top 5. Đáng chú ý, TikTok là nền tảng có thời gian sử dụng trung bình cao nhất trên các thiết bị Android, với khoảng 35 giờ mỗi tháng cho mỗi người dùng, tức là hơn một giờ mỗi ngày⁽²⁾.

Song song với mạng xã hội là sự bùng nổ của các thiết bị di động. Vào đầu năm 2025, số người dùng điện thoại thông minh toàn cầu đã đạt 5,56 tỷ người⁽³⁾. Trước đó, báo cáo của GSMA cho thấy vào cuối năm 2022, 54% dân số thế giới (tức 4,3 tỷ người) đã sở hữu điện thoại thông minh. Có đến 4,6 tỷ người (chiếm 57% dân số toàn cầu) thường xuyên truy cập internet qua thiết bị di động. Trong số này, có gần 4 tỷ người sử dụng điện thoại thông minh và khoảng 600 triệu người dùng điện thoại cơ bản để kết nối mạng⁽⁴⁾. Tầm quan trọng của thiết bị di động lớn đến mức Google đã tuyên bố sẽ ưu tiên hiển thị các trang web có phiên bản tương thích với di động trong kết quả tìm kiếm của mình. Sự thống trị của truyền thông xã hội và di động đã buộc ngành báo chí phải thay đổi, chuyển từ mô hình đơn lẻ sang đa nền tảng. Trước đây, thứ tự ưu tiên thường là nền tảng di động (mobile), nền tảng xã hội (social) và cuối cùng là web nhưng hiện nay đang dần có sự chuyển dịch sang ưu tiên nền tảng mạng xã hội (social first), sau đó mới đến di động và cuối cùng là web.

Thực trạng phát triển của báo chí đa nền tảng tại Việt Nam và một số vấn đề về nguồn nhân lực

Trên thế giới, từ năm 2015, các tờ báo lớn đã bắt đầu đẩy mạnh phát triển đa nền tảng thông qua việc phân phối nội dung trên mạng xã hội (distributed content), phát triển

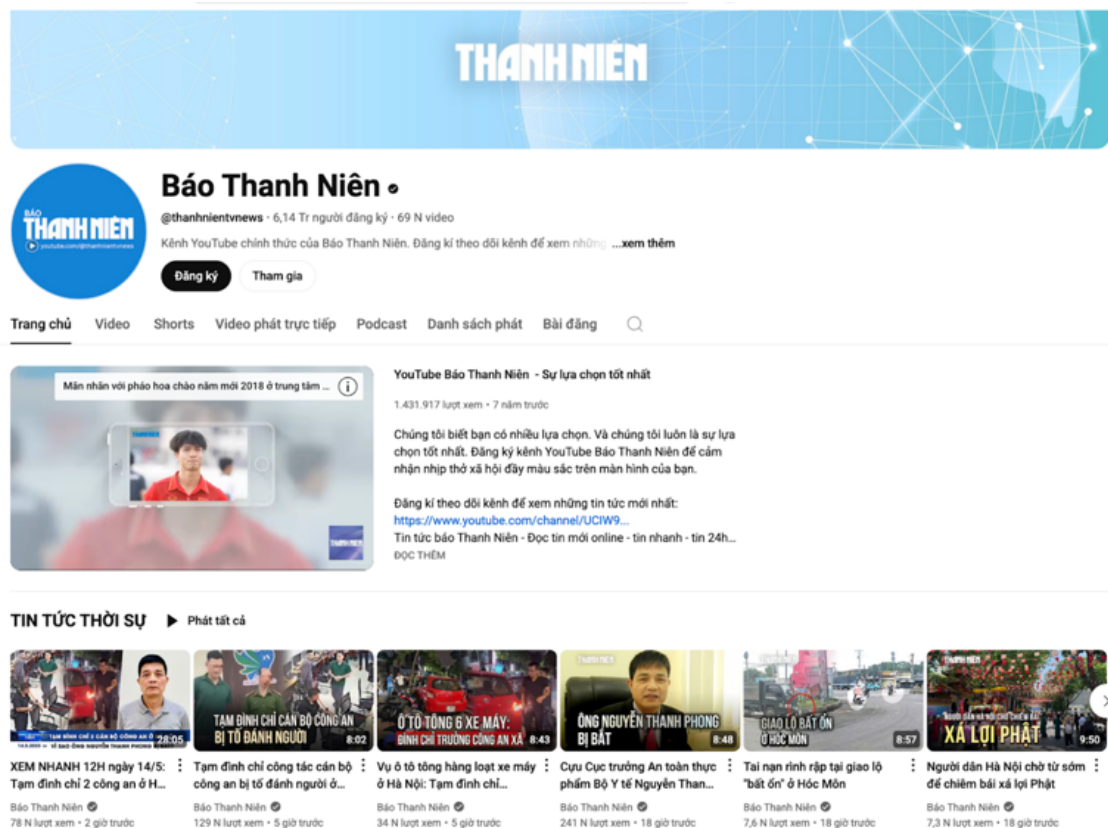
ứng dụng đọc báo trên di động và ứng dụng công nghệ Web 2.0. Sự hợp tác với mạng xã hội mang lại nhiều lợi ích nhưng cũng đặt ra thách thức về việc giữ vững thương hiệu khi độc giả có xu hướng đọc báo một cách thụ động. Các ứng dụng đọc báo đã được cải tiến để mang lại trải nghiệm tốt hơn cho người dùng, thay vì chỉ là phiên bản thu nhỏ của trang web. Với Web 2.0, người dùng có thể tự tạo ra nội dung, mở ra kỷ nguyên của báo chí công dân. Nhiều tập đoàn báo chí lớn như The Sun (Anh), Los Angeles Times (Mỹ) và The Asahi Shimbun (Nhật Bản) đã thành công trong việc áp dụng Web 2.0.

Tại Việt Nam, dù đi sau, nhưng xu hướng đa nền tảng đã trở thành một hướng đi bắt buộc đối với các tòa soạn, đặc biệt sau khi "Chiến lược Chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030" được ban hành. Chiến lược đặt mục tiêu đến năm 2025, 70% cơ quan báo chí sẽ đưa nội dung lên các nền tảng số, và con số này sẽ là 100% vào năm 2030. Đồng thời, 50% cơ quan báo chí sẽ ứng dụng trí tuệ nhân tạo và phân tích dữ liệu vào năm 2025, tăng lên 90% vào năm 2030. Điều này được kỳ vọng sẽ giúp 30% cơ quan báo chí tăng doanh thu ít nhất 20% vào năm 2025 và 50% vào năm 2030⁽⁵⁾. Thực chất, chuyển đổi số báo chí là quá trình chuyển đổi từ các loại hình truyền thống sang một mô hình gắn liền với các nền tảng số. Do đó, phát triển báo chí đa nền tảng là một chiến lược quan trọng để thực hiện quá trình này.

Để chuẩn bị cho các mục tiêu vào năm 2025 và 2030, các tòa soạn báo chí Việt Nam đã có những thay đổi rõ rệt. Thay vì chờ đợi độc giả tìm đến, các tòa soạn đã chủ động đưa thông tin đến với công chúng qua mọi nền tảng. Một số cơ quan báo chí không chỉ đưa nội dung lên mạng xã hội mà còn xây dựng các chiến lược phát triển nội dung số với đội ngũ nhân lực riêng biệt, nhằm tạo ra nguồn thu mới từ quảng cáo.

Báo Thanh Niên là một trong những đơn vị đi đầu trong việc phát triển đa kênh trên nhiều nền tảng, xác định website, ứng dụng di động và mạng xã hội là trọng tâm. Ngoài báo in và báo điện tử, Báo Thanh Niên còn vận hành hơn 10 trang và kênh trên các nền tảng như Facebook, YouTube và TikTok. Fanpage của tờ báo này có 2,2 triệu người theo dõi. Báo Thanh Niên đã xây dựng một tổ chức chuyên trách để quản lý hoạt động trên các nền tảng mạng xã hội - nơi đóng vai trò ngày càng lớn trong việc truyền tải, lan tỏa và định hình nhận thức của công chúng về các sự kiện, vấn đề thời sự. Tổ mạng xã hội này không đơn thuần chỉ làm nhiệm vụ chia sẻ bài viết, mà còn là

bộ phận sáng tạo nội dung riêng, thiết kế các sản phẩm truyền thông số, tương tác với độc giả, xử lý phản hồi, và thực hiện các chiến dịch truyền thông cụ thể trên từng nền tảng.



Kênh Youtube có 6,14 triệu người đăng ký với hơn 69 nghìn video của Báo Thanh Niên (Nguồn: Ảnh chụp màn hình)

Trung tâm Sản xuất và Phát triển Nội dung số (VTV Digital) cũng là một ví dụ tiêu biểu. Với phương châm "Khán giả ở đâu, VTV Digital ở đó", đơn vị này sở hữu một hệ thống kênh mạng xã hội hiệu quả, thu hút lượng lớn người xem. Fanpage VTV24 trên Facebook có hơn 6 triệu lượt theo dõi, kênh YouTube có hơn 5 triệu người đăng ký, và kênh TikTok có hơn 5 triệu người xem thường xuyên, mang về hơn 200 triệu lượt xem mỗi tháng. Ngoài việc đăng lại các chương trình đã phát sóng, VTV Digital còn sản xuất nhiều nội dung độc quyền cho mạng xã hội như Money Weekly, Podcast Ơi nghe nè, Landshow...

Báo Nhân Dân cũng tích cực phát triển các fanpage trên Facebook và TikTok, với nội dung chuẩn mực và hình thức trình bày hiện đại. Fanpage của Báo Nhân Dân có chỉ số tiếp cận và tương tác cao so với nhiều cơ quan báo chí khác. Ngoài ra, Báo Nhân Dân còn phát triển kênh Radio Nhân Dân trên các nền tảng số.

Mặc dù là con đường tắt yếu, việc phát triển báo chí đa nền tảng đòi hỏi sự đầu tư lớn về tài chính, công nghệ, cũng như một đội ngũ nhân lực mạnh và chiến lược dài hạn, gây áp lực không nhỏ cho các cơ quan báo chí. Rất ít cơ quan báo chí có nhân sự chuyên trách phát triển nội dung trên các nền tảng khác như VTV Digital, đặc biệt là nội dung trên các nền tảng mạng xã hội. Phần lớn các tòa soạn sử dụng nhân sự kiêm nhiệm hoặc thậm chí thuê các đối tác truyền thông bên ngoài.

Bên cạnh đó, yêu cầu đối với các phóng viên chuyên trách cũng rất cao. Họ không chỉ cần giỏi chuyên môn ở loại hình chính mà còn phải có khả năng sáng tạo nội dung cho các nền tảng khác, thành thạo các công cụ tác nghiệp bằng thiết bị di động, am hiểu mạng xã hội và có khả năng làm việc độc lập dưới áp lực cao. Đơn cử như báo Thanh Niên, để đáp ứng yêu cầu đa nền tảng, tờ báo này đặt ra yêu cầu rất cao về kỹ năng nghề nghiệp - không chỉ là viết hay thu thập thông tin, mà còn là sử dụng thành thạo các công cụ quay, dựng, biên tập hình ảnh, am hiểu thuật toán mạng xã hội, và khả năng phản ứng nhanh trong môi trường truyền thông thời gian thực. Bản thân người làm báo không chỉ cần am hiểu chuyên môn mà còn phải hiểu rõ đối tượng công chúng mục tiêu của từng nền tảng, từ đó điều chỉnh cách tiếp cận và sản xuất nội dung sao cho phù hợp. Tuy nhiên, ngay cả tờ báo này cũng tồn tại thực tế, tại các sự kiện lớn hoặc cái tin bài phức tạp, phóng viên vẫn chưa thể tự mình hoàn thiện tin bài một cách dễ dàng mà cần phải có tổ “hậu cần Media” hỗ trợ quay, dựng ...

Mặt khác, theo nhà báo Nguyễn Hồng Hải – Phó Tổng Biên tập Báo Quân đội Nhân dân, không chỉ dừng lại ở kỹ năng sử dụng công nghệ, nhà báo của báo chí chuyển đổi số còn phải có kỹ năng “chuyển đổi số toàn diện”, kỹ năng “all-in-one” (tất cả trong một): Kỹ năng sử dụng công nghệ làm báo digital; kỹ năng khai thác, kiểm chứng, bảo mật thông tin số; kỹ năng sáng tạo và tổ chức sản phẩm báo chí đa phương tiện; kỹ năng hợp tác liên ngành; kỹ năng làm việc với AI; tác nghiệp văn hóa thích ứng với báo chí chuyển đổi số⁽⁶⁾ ...

Cũng theo nhà báo Nguyễn Hồng Hải, báo Quân đội Nhân dân có chiến lược đào tạo, bồi dưỡng nhân lực riêng. Nhiều lãnh đạo cơ quan báo chí khác lại cho biết họ ưu tiên

tuyển dụng những phóng viên đã có kinh nghiệm làm việc đa nền tảng thay vì đào tạo sinh viên mới ra trường. Điều này dẫn đến tình trạng "thừa mà thiếu": thừa sinh viên mới ra trường nhưng lại thiếu những phóng viên có thể đáp ứng yêu cầu tác nghiệp đa nền tảng. Thực trạng này đặt ra những thách thức lớn nhưng cũng mở ra nhiều cơ hội cho công tác đào tạo nhân lực ngành báo chí truyền thông.

Một số giải pháp trong đào tạo nhân lực báo chí truyền thông

Để đáp ứng yêu cầu của bối cảnh số hóa và làm báo trên nhiều nền tảng, các cơ sở đào tạo như Học viện Báo chí và Tuyên truyền đang liên tục làm mới chương trình giảng dạy. Người học được trang bị kiến thức thông qua các môn học mang tính ứng dụng cao như Báo chí di động, Truyền thông xã hội, Báo chí dữ liệu, Siêu phẩm số, Thiết kế đồ họa, Tòa soạn hội tụ... Những môn học này giúp sinh viên nắm bắt các xu hướng báo chí thế giới, hiểu cách vận hành và có khả năng sáng tạo nội dung cũng như quản trị các nền tảng số. Trong quá trình đào tạo, sinh viên còn được thực hành nghiệp vụ tại phòng học đa năng, phòng máy tính, studio ảnh, studio phát thanh, studio truyền hình...

Bên cạnh đó, đội ngũ giảng viên thỉnh giảng là các nhà báo, chuyên gia nổi tiếng từ các cơ quan báo chí, tập đoàn, doanh nghiệp truyền thông đã mang đến cho sinh viên cái nhìn cụ thể về đời sống báo chí. Sinh viên cũng được khuyến khích thực hành, sáng tạo tác phẩm, thậm chí tham gia các dự án truyền thông đa phương tiện tại các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp. Đặc biệt, các sản phẩm báo chí truyền thông của nhà trường như trang thông tin Songtre.vn, Truyenthongtre.vn, đặc san Báo chí Trẻ... đều do sinh viên đảm trách nhằm tăng cường năng lực thực hành.

Tuy nhiên, trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, yêu cầu về nhân lực của các tòa soạn báo không ngừng tăng cao, công tác đào tạo báo chí truyền thông đang có một số hạn chế rõ rệt như chương trình đào tạo không theo kịp tốc độ phát triển của công nghệ; thiếu cơ sở vật chất và trang thiết bị hiện đại; đội ngũ giảng viên, dù giàu kinh nghiệm báo chí, nhưng không phải ai cũng có đủ kiến thức và kỹ năng về công nghệ số; sự thiếu gắn kết giữa nhà trường và các cơ quan báo chí..., cần có một số điều chỉnh để phù hợp.

Thứ nhất, cần đẩy mạnh việc cung cấp các kỹ năng làm báo đa phương tiện để sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể dễ dàng tác nghiệp ở các loại hình báo chí khác nhau... Môi trường làm báo hiện đại đang dần yêu cầu phóng viên phải trở thành "phóng viên toàn năng", nghĩa là về mặt nhân lực, ranh giới giữa các loại hình báo chí dần bị xóa nhòa. Thực tế cho thấy, vấn đề nhân sự tại các cơ quan báo chí truyền thông ngày càng khó khăn. Điều này một phần đến từ áp lực kinh tế của các cơ quan báo chí khi phải tự chủ về kinh tế. Để tối ưu hóa điều này, các cơ quan báo chí hiện nay ưu tiên tuyển dụng nhân lực báo chí đa phương tiện, có thể tác nghiệp và sáng tạo tác phẩm cho nhiều loại hình, nhiều nền tảng khác nhau. Ví dụ, tại các sự kiện lớn như Thế vận hội, World Cup... rất hiếm tờ báo cử một đội ngũ hùng hậu đi tác nghiệp mà chỉ chọn một vài phóng viên đa năng, có khả năng viết, quay, dựng, thậm chí sáng tạo các nội dung, livestream trên mạng xã hội... Vì vậy, việc đào tạo các nhà báo đa phương tiện hiện nay phải đi vào thực chất, chuyên sâu, hiệu quả. Sinh viên bắt buộc phải "học thật, làm thật", không chỉ biết về lý thuyết mà phải nắm vững thực hành.

Tuy nhiên, có một điều đáng chú ý là mặc dù coi trọng đa nền tảng, có một thực tế không thể phủ nhận là một số nền tảng không tồn tại mãi mãi và phụ thuộc rất lớn vào các doanh nghiệp công nghệ. Chính vì vậy, mặc dù đào tạo sinh viên để phục vụ cho báo chí đa nền tảng, sinh viên vẫn phải thật sự vững tay nghề ở chuyên ngành mình lựa chọn. Công nghệ luôn biến đổi, nếu quá chú trọng vào nền tảng xã hội hay di động, một khi các công ty công nghệ đóng cửa hoặc thay đổi tính năng, các nền tảng này cũng sẽ "chết" theo. Khi đó, các cơ quan báo chí sẽ rơi vào tình cảnh bối rối, hẫng hụt khi mất đi lượng độc giả khổng lồ và không còn cách hiệu quả để tiếp cận công chúng.

Thứ hai, cần gắn kết chặt chẽ việc đào tạo sinh viên báo chí với hoạt động thực tiễn tại các tòa soạn. Trên thực tế, từ giảng đường đại học đến môi trường làm báo chuyên nghiệp vẫn còn là một khoảng cách khá xa. Mặc dù sinh viên đã được tăng cường thực hành, rèn các kỹ năng khi ngồi trên ghế nhà trường nhưng việc được tiếp xúc với đời sống báo chí thực tế sẽ giúp các em vững vàng hơn với con đường nghề nghiệp sau này cũng như trau dồi các kinh nghiệm thực tế. Việc mời các chuyên gia về đa nền tảng, chuyển đổi số, các nhà báo giỏi đang trực tiếp sản xuất báo chí trên các nền tảng đến giảng dạy sẽ giúp sinh viên tiếp cận gần hơn với thực tế ngành. Ngoài ra, mô hình này còn mở ra cơ hội thực tập cho sinh viên tại các tòa soạn. Dù

vậy, việc triển khai mô hình này trong thực tế vẫn còn hạn chế do thời gian của các chuyên gia có hạn và không phải lúc nào các tòa soạn lớn cũng có điều kiện tiếp nhận nhiều sinh viên thực tập. Điều này đòi hỏi sự nỗ lực chung từ cả phía cơ sở đào tạo và các cơ quan báo chí, bởi chuyển đổi số là một quá trình lâu dài, việc xây dựng nguồn nhân lực chất lượng cho quá trình này là một yêu cầu vô cùng cấp thiết.

Thứ ba, cần giải quyết bài toán về đội ngũ giảng viên. Hiện nay, một số cơ sở đào tạo vẫn thiếu giảng viên, đặc biệt là những người có chuyên môn sâu và kinh nghiệm thực tiễn để đào tạo sinh viên đáp ứng yêu cầu công việc. Việc mời chuyên gia bên ngoài chỉ là giải pháp tạm thời. Để giải quyết vấn đề này, nhà trường cần tăng cường và tạo điều kiện để đưa giảng viên đi đào tạo chuyên sâu hoặc đi thực tế tại các cơ quan báo chí, các đơn vị truyền thông, đặc biệt là tại các cơ quan, đơn vị lớn, có ứng dụng sâu về báo chí đa nền tảng. Sự kết hợp giữa kinh nghiệm thực tiễn và nền tảng lý thuyết sẽ giúp công tác giảng dạy hiệu quả và bám sát mục tiêu hơn, đáp ứng với các nhu cầu thực tế của công cuộc chuyển đổi số báo chí.

Thứ tư, trong bối cảnh chuyển đổi số, công nghệ là vô cùng quan trọng, thậm chí là yêu cầu tối thượng. Khi việc chuyển đổi số không còn là câu chuyện mơ hồ, nhà báo trong kỷ nguyên số cần có các kỹ năng "chuyển đổi số toàn diện" như sử dụng công nghệ làm báo, khai thác và bảo mật thông tin, làm việc với trí tuệ nhân tạo (AI) ... thì việc đưa những công nghệ này đến với các sinh viên là hoàn toàn cần thiết, đặc biệt là khi thế hệ trẻ có khả năng tiếp thu công nghệ rất nhanh và ít bị ràng buộc bởi tư duy làm báo truyền thống. Ví dụ điển hình nhất về tầm quan trọng này là sự xuất hiện của Trí tuệ nhân tạo (AI). Việc giảng dạy về AI cho sinh viên báo chí không chỉ giúp họ nhận diện và hiểu rõ các ứng dụng của AI trong quy trình làm báo, từ thu thập dữ liệu, phân tích thông tin đến tự động hóa việc viết tin (như các báo cáo tài chính hoặc thời tiết được tạo tự động), mà còn trang bị cho họ kỹ năng để sử dụng AI một cách có đạo đức và hiệu quả. Sinh viên cần học cách làm việc với các công cụ AI để tăng cường năng suất, ví dụ như sử dụng AI để dịch thuật nhanh chóng, tóm tắt văn bản dài, hoặc thậm chí là hỗ trợ trong việc xác minh thông tin (fact-checking).

Hơn nữa, việc hiểu biết về AI còn giúp các nhà báo tương lai nhận thức được những thách thức tiềm tàng mà AI có thể mang lại, như nguy cơ tin giả (deepfake),

hoặc vấn đề về quyền riêng tư. Theo khảo sát Báo chí Việt Nam 2023 do Hội Nhà báo Việt Nam (VJA) và Hội Truyền thông số Việt Nam (VDCA), Viện Nghiên cứu chính sách và Phát triển truyền thông (IPS) phối hợp thực hiện, trên số lượng mẫu là 177 cơ quan báo, tạp chí trên cả nước, trong đó có khoảng 1/4 cơ quan báo chí tại Việt Nam đang ứng dụng AI trong các hoạt động vận hành của tòa soạn, đặc biệt là khâu sản xuất tin tức(7).

Điều này nhấn mạnh nhu cầu cấp thiết về việc tích hợp giảng dạy AI vào chương trình đào tạo báo chí. Việc lồng ghép các nội dung này hoàn toàn có thể bắt đầu từ những môn cơ sở ngành và ngành như Luật pháp và đạo đức báo chí Truyền thông, ứng dụng sâu rộng khi tác nghiệp trong các môn chuyên ngành, đặc biệt là những môn học ứng dụng công nghệ nhiều như Thiết kế thông tin đồ họa, Báo chí Dữ liệu hay các môn bổ trợ như Kỹ thuật công nghệ truyền thông số. Song song với đó, cơ sở vật chất của các trường cũng phải được đầu tư tương xứng, bao gồm phòng học đa năng, studio, phòng máy tính cấu hình cao và đường truyền internet tốc độ cao. Một môi trường học tập hiện đại sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho sinh viên thực hành và sáng tạo, phù hợp với xu thế chuyển đổi số mạnh mẽ của đất nước./.

Tài liệu tham khảo

- (1) Nguyễn Thị Trường Giang (Chủ biên), (2017), Báo chí và truyền thông đa phương tiện, NXB Đại học Quốc gia, Hà Nội.
- (2) Meltwater và We are social, Báo cáo thường niên về các xu hướng truyền thông xã hội - The Digital 2025, <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2025/02/GDR-2025-v2.pdf>
- (3) Meltwater và We are social, Báo cáo thường niên về các xu hướng truyền thông xã hội - The Digital 2025, <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2025/02/GDR-2025-v2.pdf>
- (4) Hiệp hội Hệ thống Thông tin di động toàn cầu GSMA, Báo cáo kết nối Internet di động năm 2023
- (5) Cổng thông tin Chính phủ, Chiến lược Chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, <https://chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=207701>
- (6) Tham luận "Đào tạo nhân lực báo chí trước sự phát triển của môi trường truyền thông số", Hội thảo khoa học "Đào tạo báo chí truyền thông trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay", Học viện Báo chí và Tuyên truyền, tháng 6.2024
- (7) Bộ Thông tin và Truyền thông – Cục Báo chí (2024), Công bố kết quả Đánh giá mức độ trưởng thành chuyển đổi số báo chí năm 2024

<https://mic.mediacd.vn/639352410187198464/2024/12/17/bao-cao-cong-bo-muc-do-truong-thanh-cds-bao-chi-nam-2024-pdt-gov-vn-20241216-17343964141941945863644.pdf>