

Vai trò của trí tuệ nhân tạo trong sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo chí - truyền thông

Ngày nhận bài: 21/05/2025 | Ngày phản biện: 22/05/2025 | Ngày xuất bản: 30/05/2025

Tác giả: Phạm Thị Thu Hào (Đại học Đại Nam)

Tóm tắt: Trong thời đại chuyển đổi số mạnh mẽ, trí tuệ nhân tạo (AI) đang ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc đổi mới quy trình sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo chí - truyền thông. Với khả năng xử lý dữ liệu vượt trội, tự động hóa và cá nhân hóa trải nghiệm người dùng, AI không chỉ thay đổi cách thức thu thập tin tức mà còn ảnh hưởng đến toàn bộ quy trình sáng tạo, từ viết bài đến thiết kế và phân phối nội dung. Trong khuôn khổ bài viết này, tác giả tập trung phân tích những vai trò quan trọng của AI trong sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo chí - truyền thông.

Đặt vấn đề

Trong lĩnh vực báo chí - truyền thông, khái niệm "sáng tạo" không chỉ giới hạn ở việc xây dựng ý tưởng hay góc tiếp cận nội dung, mà còn bao gồm cả hình thức thể hiện thông tin như cấu trúc trình bày, định dạng đa phương tiện, yếu tố tương tác số và chiến lược truyền thông. Theo nghĩa rộng, sáng tạo là quá trình tạo ra những giá trị mới - bao gồm sự vật, hiện tượng, giải pháp hoặc phương pháp - có tính mới mẻ và hữu ích, khác biệt với các hình thức truyền thống. Sáng tạo không nhất thiết phải là phát minh hoàn toàn mới mà có thể là sự kết hợp, cải tiến hoặc điều chỉnh các yếu tố đã có nhằm nâng cao hiệu quả truyền đạt ⁽¹⁾.

Trong bối cảnh truyền thông hiện đại, sáng tạo nội dung được hiểu là quá trình thiết kế và phát triển thông điệp thông qua nhiều loại hình như văn bản, hình ảnh, âm thanh, video hoặc nội dung tương tác số. Quá trình này đòi hỏi sự kết hợp giữa tư duy thẩm mỹ, khả năng công nghệ và sự am hiểu sâu sắc về đối tượng công chúng, từ đó tạo ra trải nghiệm truyền thông đa chiều và hiệu quả. Khi các yếu tố kể trên được tích hợp,

khái niệm sáng tạo nội dung đa phương tiện hình thành, phản ánh toàn bộ quy trình sản xuất báo chí sử dụng nhiều định dạng số khác nhau nhằm tối ưu hóa trải nghiệm người dùng, gia tăng mức độ tiếp nhận và hiểu biết của công chúng đối với thông tin (2).

Trong tiến trình này, trí tuệ nhân tạo (AI) đóng vai trò ngày càng quan trọng, đặc biệt trong việc hỗ trợ thu thập dữ liệu, xử lý nội dung, tự động hoá các công đoạn kỹ thuật và cá nhân hoá thông tin. AI không thay thế hoàn toàn nhà báo, mà trở thành công cụ hỗ trợ, tạo ra mô hình hợp tác giữa con người và máy móc. Phóng viên, biên tập viên hiện đại không còn chỉ là người viết bài, mà trở thành người sản xuất nội dung đa phương tiện – có khả năng tích hợp văn bản, đồ hoạ, video, âm thanh và tương tác kỹ thuật số vào một tác phẩm báo chí hoàn chỉnh.

Trong các thể loại như longform, mega story hay báo chí thị giác (visual journalism), nhà báo phải tổ chức thông tin theo hành vi tương tác của độc giả, hướng tới vai trò “thiết kế trải nghiệm thông tin”. Ví dụ, The Independent đã ra mắt dịch vụ “Bulletin” ứng dụng mô hình ngôn ngữ Gemini của Google để tự động tóm tắt nội dung bài báo, dưới sự giám sát của đội ngũ biên tập viên. Mô hình này cho thấy tiềm năng cộng tác giữa nhà báo và AI nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất nội dung, đồng thời đảm bảo tính xác thực và đạo đức báo chí trong môi trường truyền thông số. Có thể thấy AI đóng vai trò đặc biệt của quá trình sáng tạo nội dung đa phương tiện trong lĩnh vực báo chí - truyền thông.

AI giữ vai trò quan trọng trong tự động hóa quy trình sản xuất nội dung

Một trong những vai trò rõ rệt nhất của AI là tự động hóa quy trình sản xuất nội dung. Sự trỗi dậy của công nghệ trí tuệ nhân tạo đang nhanh chóng ảnh hưởng đến việc thu thập tin tức, sản xuất tin bài và phân phối nội dung, yêu cầu những kỹ năng, công cụ và quy trình làm việc mới. Các công cụ AI như ChatGPT, Gemini hay Grammarly hiện được sử dụng phổ biến trong các tòa soạn để hỗ trợ phóng viên lên dàn ý, gợi ý tiêu đề, viết nháp bài, chỉnh sửa lỗi chính tả – ngữ pháp, và thậm chí là dịch thuật nhanh chóng từ nhiều nguồn tin nước ngoài (3). Điều này không chỉ giúp tiết kiệm thời gian mà còn tăng tốc độ xử lý tin bài, đặc biệt đối với các bản tin tổng hợp, tin nhanh hoặc thông cáo báo chí cần xuất bản kịp thời.

AI đã bắt đầu tham gia mạnh mẽ vào việc tự động hóa các công đoạn trong quy trình sản xuất nội dung. Tại nhiều cơ quan báo chí quốc tế, các hệ thống AI như Heliograf của The Washington Post hay Wordsmith của Automated Insights đã được ứng dụng để viết các bài báo về thể thao, kết quả bầu cử hay các sự kiện tài chính. Những hệ thống này có khả năng phân tích dữ liệu lớn, tạo ra các bài viết trong thời gian ngắn mà vẫn đảm bảo độ chính xác cao. Ở Việt Nam, nếu như giai đoạn trước năm 2023, AI chỉ được thí điểm trong một số khâu nhất định như kiểm tra chính tả hay gợi ý tiêu đề, thì đến nay, AI đã phủ rộng hầu hết các khâu của quy trình sáng tạo, bao gồm cả sản xuất nội dung lẫn hình thức trình bày của các sản phẩm báo chí - truyền thông ⁽⁴⁾.

Kết quả khảo sát sơ bộ của các tác giả Phạm Thị Mai Liên và Nguyễn Tấn Dũng (Học viện Báo chí và Tuyên truyền) đối với hơn 30 PV/BTV, CTV của báo Lao Động vào tháng 4/2025 bằng bảng hỏi anket, trong khuôn Khoá luận tốt nghiệp “Ứng dụng AI trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay” tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền, năm 2025, cho thấy: có sự chuyển dịch mạnh mẽ về tần suất ứng dụng AI trong tự động hoá quy trình sáng tạo nội dung tác phẩm báo chí. Theo đó, với hơn 73% người trả lời cho biết họ sử dụng AI thường xuyên, cho thấy AI đã không còn là công cụ thử nghiệm mà đã trở thành một phần trong guồng máy sản xuất tin tức thường nhật, đặc biệt ở các bộ phận sản xuất tin nhanh và dịch tin từ nguồn nước ngoài. Một số PV/BTV, CTV thuộc tòa soạn cho biết: ChatGPT (90%), Gemini (66,7%) và Grammarly (30%) là những công cụ sử dụng chủ yếu, phục vụ cho các hoạt động như gợi ý tit bài, soạn dàn ý và rà soát lỗi chính tả... Quá trình này giúp PV/BTV, CTV có thể rút ngắn thời gian xử lý các tin bài tổng hợp, bản dịch, hay viết tin nhanh từ thông cáo báo chí - những dạng bài cần nhanh và kịp thời.

AI hỗ trợ nhà báo thu thập, phân tích dữ liệu và cá nhân hoá trải nghiệm người dùng

AI còn đóng vai trò quan trọng trong thu thập và phân tích dữ liệu, giúp nhà báo tiếp cận thông tin một cách thông minh và có hệ thống hơn. Thay vì chỉ dựa vào nguồn tin truyền thống, AI cho phép phân tích dữ liệu lớn (big data), nhận diện xu hướng từ mạng xã hội, trích xuất thông tin từ văn bản và lọc ra các điểm bất thường từ dòng chảy tin tức. Nhờ các mô hình học máy (machine learning), AI có thể tự động xác định những chủ đề đang “nóng” hoặc được nhiều người quan tâm, hỗ trợ quá trình định

hướng nội dung.

Như mô tả ở trên, việc tận dụng phương pháp phân tích dữ liệu, tìm nguồn tin tức và phân tích độc giả bằng máy móc có thể giúp các cơ quan báo chí - truyền thông đến với những chủ đề mới, bổ sung một lượng lớn bối cảnh vào việc cung cấp thông tin và mở ra một kênh giao tiếp minh bạch với độc giả. Ví dụ, tờ Financial Times đã từng dùng AI để phát triển "She Said He Said" một bot có thể tự động tìm kiếm nguồn tin. Hệ thống này hoạt động bằng cách sử dụng thuật toán phân tích văn bản, tìm kiếm các đại từ và tên riêng để xác định giới tính của người được nhắc tới trong bài báo. Khi phóng viên viết bài, bot sẽ cảnh báo nếu có sự mất cân bằng giới trong đó ⁽⁵⁾.

Một vai trò quan trọng khác của AI trong báo chí là cá nhân hóa trải nghiệm người dùng. Công nghệ AI có thể phân tích hành vi đọc của độc giả, từ đó đưa ra những gợi ý nội dung phù hợp với sở thích và thói quen của từng cá nhân ⁽⁶⁾. Các nền tảng lớn như Netflix, Spotify đã thành công trong việc cá nhân hóa nội dung cho người dùng, và mô hình này đang được áp dụng trong lĩnh vực báo chí. Các tòa soạn như The New York Times và The Wall Street Journal đã triển khai hệ thống AI để gợi ý bài viết phù hợp với độc giả, giúp tăng cường sự gắn kết giữa độc giả và nền tảng báo chí, đồng thời, hỗ trợ các tòa soạn tối ưu hóa chiến lược phân phối nội dung và tăng cường sự tương tác ⁽⁷⁾.

Nhờ đó, AI đang mở ra một mô hình hợp tác mới: giữa con người và máy móc ⁽⁸⁾, nơi nhà báo không hoàn toàn bị thay thế, mà được giải phóng khỏi các công việc lặp đi lặp lại để tập trung vào việc thiết kế những "trải nghiệm nội dung hấp dẫn, toàn diện" phù hợp với lớp công chúng mới.

AI trong sáng tạo hình ảnh và âm thanh - Bước chuyển mới cho báo chí đa phương tiện

Một trong những bước tiến đáng chú ý của trí tuệ nhân tạo là sự xuất hiện của các công cụ tạo hình ảnh từ văn bản mô tả như DALL-E (OpenAI), Midjourney, Stable Diffusion... Những mô hình này được huấn luyện từ hàng triệu cặp dữ liệu văn bản - hình ảnh, cho phép AI diễn giải ngôn ngữ tự nhiên thành hình ảnh minh họa với độ chính xác, sáng tạo và thẩm mỹ cao ⁽⁹⁾. Đây là giải pháp hữu hiệu cho các PV/BTV khi cần nhanh chóng tạo hình ảnh minh họa cho bài viết, giảm thiểu đáng kể thời gian và

chi phí so với phương pháp truyền thống. Thay vì phải mất nhiều giờ tìm kiếm tư liệu hoặc làm việc với đội ngũ thiết kế, người làm báo có thể tạo ra hình ảnh tức thì chỉ từ một đoạn mô tả đơn giản, đồng thời đảm bảo được phong cách hình ảnh phù hợp với nhận diện thương hiệu của cơ quan báo chí (màu sắc, kiểu dáng, phong cách minh họa...). Các cơ quan báo chí quốc tế như The Economist và Bloomberg đã ứng dụng công nghệ này để tạo ảnh bìa, đồ họa minh họa cho các bài viết chuyên sâu, góp phần định hình lại thẩm mỹ báo chí trong thời đại AI ⁽¹⁰⁾.

Bên cạnh đó, các công cụ tạo video bằng AI cũng đang tạo ra những bước chuyển mới cho báo chí đa phương tiện. AI thậm chí có thể tái hiện nhân vật lịch sử, dựng lại các sự kiện đã qua hoặc tái tạo nhân vật của công chúng (AI video generators, Deepfake) ⁽¹¹⁾. Ví dụ tiêu biểu là dự án “In Event of Moon Disaster” (2020), hợp tác giữa MIT và Mozilla Foundation, đã sử dụng công cụ deepfake để tái ra một phiên bản giả định là Tổng thống Nixon đọc bài phát biểu chưa từng công bố – một bài được chuẩn bị sẵn trong trường hợp sứ mệnh Apollo 11 thất bại. Dự án này không chỉ minh chứng cho sức mạnh hình ảnh do AI tạo ra, mà còn là công cụ mạnh mẽ giúp công chúng tư duy phản biện về tính xác thực của nội dung số ⁽¹²⁾. Những nền tảng như Runway, Lumen5, hay Synthesia cho phép tạo video từ văn bản mô tả, dựng video với người dẫn chương trình ảo, tích hợp giọng nói tổng hợp tự nhiên, hiệu ứng hình ảnh sống động, âm thanh, âm nhạc phong phú. Những công cụ này giúp tiết kiệm thời gian, nhân lực và chi phí đáng kể cho các tòa soạn, đặc biệt trong bối cảnh sản xuất nội dung nhanh, số lượng lớn và phù hợp đa nền tảng đang trở thành yêu cầu cấp thiết.

Bên cạnh văn bản (text) và hình ảnh, âm thanh là một thành phần quan trọng trong cấu trúc của sản phẩm báo chí – truyền thông đa phương tiện. Trong kỷ nguyên số, định dạng âm thanh không còn bị giới hạn ở các chương trình phát thanh truyền thống mà đã mở rộng và phát triển mạnh mẽ dưới hình thức podcast. Sự kết hợp giữa podcast và công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) đã tạo ra những bước tiến đột phá, mang lại những thay đổi căn bản trong cách thức sản xuất và phân phối nội dung âm thanh. Các nền tảng như Descript, WellSaid, hay Play.ht cho phép người dùng nhập văn bản và nhận lại tệp âm thanh được đọc bằng giọng nói nhân tạo với độ tự nhiên cao, có thể tùy chỉnh ngữ điệu, cảm xúc và hỗ trợ đa ngôn ngữ ⁽¹³⁾. Nhờ đó, các tòa soạn có thể nhanh chóng “chuyển thể” tin tức từ định dạng văn bản sang âm thanh mà không cần

sử dụng người dẫn chương trình thật.

Song song với đó, AI cũng hỗ trợ đáng kể trong khâu hậu kỳ âm thanh: từ lọc tạp âm, căn chỉnh giọng đọc, cân bằng âm lượng, cho đến tự động đề xuất nhạc nền và cấu trúc kịch bản dựa trên phân tích ngữ nghĩa của nội dung. Những công cụ này giúp giảm tải công việc kỹ thuật cho đội ngũ sản xuất âm thanh, đồng thời nâng cao chất lượng trải nghiệm nghe cho công chúng. Thực tiễn cho thấy, một số cơ quan báo chí lớn như The Washington Post, NPR và The Economist đã tích hợp các công nghệ AI vào quy trình sản xuất podcast để cung cấp bản tin âm thanh toàn văn cho người dùng thuê bao, trong đó phần lớn nội dung được thu bằng giọng nói tổng hợp có chất lượng gần tương đương phát thanh chuyên nghiệp, giúp nâng cao năng suất, tối ưu hoá chi phí và mở rộng khả năng cá nhân hóa nội dung theo thị hiếu người nghe.

Dù vậy, việc ứng dụng AI trong sáng tạo nội dung đa phương tiện cũng đặt ra những thách thức đạo đức và pháp lý không nhỏ. Hình ảnh và âm thanh do AI tạo ra có thể không phản ánh hiện thực khách quan, dễ gây hiểu lầm hoặc bị sử dụng cho mục đích thao túng thông tin nếu không có chú thích rõ ràng. Ngoài ra, vấn đề bản quyền cũng là một chủ đề gây tranh cãi, khi các file hình ảnh, âm thanh được tạo bởi AI có thể vô tình sao chép phong cách hoặc thành phần từ dữ liệu gốc. Do đó, việc sử dụng hình ảnh, âm thanh do AI tạo ra trong báo chí đòi hỏi cần có hướng dẫn rõ ràng, quy chuẩn minh bạch và sự kiểm soát nội dung nghiêm ngặt, nhằm đảm bảo tính chính xác, đạo đức và niềm tin công chúng.

Tóm lại, AI đã và đang mở ra những cơ hội mới cho hoạt động báo chí – truyền thông, không chỉ trong việc nâng cao hiệu quả sản xuất nội dung, mà còn trong việc cải thiện trải nghiệm của độc giả. Sự kết hợp giữa công nghệ và con người trong sáng tạo nội dung sẽ là chìa khóa giúp báo chí – truyền thông thích ứng và phát triển bền vững trong kỷ nguyên số./.

Tài liệu tham khảo

- (1) Từ điển Tiếng Việt (1995), Trung tâm từ điển học, NXB Đà Nẵng, tr.817.
- (2) Lê Thị Nhã (2016), Giáo trình Lao động nhà báo, NXB Lý luận chính trị, tr. 135
- (3), (4) Francesco Marconi, Kim Cường dịch (2025), Trí tuệ nhân tạo và tương lai của báo chí, NXB Trẻ, tr.28, tr.32.

- (5), (8) Francesco Marconi, Kim Cường (dịch) (2025), Người làm báo – Trí tuệ nhân tạo và tương lai của báo chí, Nxb Trẻ, tr.27, tr.6
- (6) Nguyễn Tiến Huy (2025), Không ai cản được AI, NXB Lao động.
- (7) Redress Compliance. (2023). AI Case Study: Content generation at the New York Times.
- (9) Newman, N. (2023). Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions. Reuters Institute.
- (10) Posetti, J., Bell, E., & Brown, P. (2022). Journalism and AI: The Practical and Ethical Implications. Oxford: Reuters Institute
- (11) Guo, L., Zhang, X., & Kim, J. (2023). "Synthetic Anchors in East Asian Newsrooms: A Deepfake Case Study." Asian Journal of Communication, 33(1), 12–29.
- (12) MIT Center for Advanced Virtuality. (2020). In Event of Moon Disaster. <https://moondisaster.org>
- (13) C2PA (2022). Coalition for Content Provenance and Authenticity Standards.