

Lý tưởng nghề nghiệp của nhà báo Việt Nam trong bối cảnh truyền thông số

Ngày nhận bài: 03/06/2026 | Ngày phản biện: 12/06/2026 | Ngày xuất bản: 03/09/2026

Tác giả: Phạm Văn Dũng (Báo Người Lao động)

Tóm tắt: Trong bối cảnh truyền thông số, mạng xã hội, trí tuệ nhân tạo và quá trình tái cấu trúc báo chí đang tác động sâu sắc đến điều kiện hành nghề, câu hỏi về lý tưởng nghề nghiệp của nhà báo Việt Nam cần được nhìn nhận từ chính trải nghiệm của người làm nghề. Bài viết dựa trên 26 phỏng vấn sâu với lãnh đạo/quản lý báo chí, nhà báo đang hành nghề và nhà báo đã rời nghề, nhằm phân tích cách nhà báo hình dung, duy trì và thương lượng lý tưởng nghề nghiệp trong bối cảnh mới. Kết quả cho thấy, lý tưởng nghề báo không biến mất; các giá trị như sự thật, tính chính xác, trách nhiệm xã hội, đạo đức nghề nghiệp và tinh thần phục vụ công chúng vẫn là nền tảng bản sắc nghề nghiệp. Tuy nhiên, khả năng thực hành các giá trị ấy phụ thuộc ngày càng nhiều vào thu nhập, khối lượng công việc, môi trường tòa soạn, rủi ro pháp lý, áp lực nền tảng và đời sống cá nhân. Đồng thời, bài viết mở ra một số hướng suy ngẫm về các vấn đề cần được quan tâm trong quản trị tòa soạn và công tác đào tạo báo chí và xây dựng môi trường hành nghề bền vững trong bối cảnh chuyển đổi số.

1. Đặt vấn đề

Trong nhiều thập niên, nghề báo thường được hình dung như một nghề gắn với lý tưởng xã hội rõ rệt. Người làm báo không chỉ thu thập, xử lý và truyền tải thông tin, mà còn được kỳ vọng bảo vệ sự thật, phục vụ công chúng, phản ánh đời sống xã hội, góp phần định hướng dư luận và thúc đẩy các giá trị tiến bộ. Trong bài báo *What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered*, Deuze (2005, tr. 446) cho rằng: “Nghề báo chuyên nghiệp chia sẻ một hệ tư tưởng nghề nghiệp chung”, trong đó các giá trị như phục vụ công chúng, tính khách quan, tính tự chủ, tính kịp thời và đạo đức nghề nghiệp tạo nên nền tảng của bản sắc nghề báo.

Theo quan điểm này, nghề báo không chỉ được xác định bởi các kỹ năng tác nghiệp mà còn bởi một hệ giá trị nghề nghiệp được cộng đồng nhà báo cùng chia sẻ và duy trì. Tiếp cận từ góc nhìn rộng hơn về vai trò của nhà báo trong xã hội đương đại, Hanitzsch và Vos (2018) cho rằng “lý tưởng nghề nghiệp không phải là một chuẩn mực bất biến mà được kiến tạo thông qua các vai trò xã hội mà nhà báo theo đuổi trong những bối cảnh chính trị, văn hóa và truyền thông khác nhau” (tr. 149). Cách tiếp cận này cho thấy bản sắc và lý tưởng nghề nghiệp luôn chịu tác động của môi trường hành nghề, thay vì chỉ xuất phát từ phẩm chất cá nhân của người làm báo.

Tuy nhiên, trong bối cảnh truyền thông số, những hình dung quen thuộc về nghề báo đang đứng trước nhiều thử thách mới. Mạng xã hội và các nền tảng số vừa là kênh phân phối tin tức, vừa là đối thủ cạnh tranh trong việc thu hút sự chú ý của công chúng. Sự phụ thuộc của báo chí vào các nền tảng trung gian số như công cụ tìm kiếm và mạng xã hội đã làm thay đổi cách tin tức được sản xuất, phân phối và đo lường hiệu quả. Trong nền kinh tế chú ý, lướt xem, tương tác và khả năng lan tỏa ngày càng trở thành những chỉ báo có sức ép mạnh đối với hoạt động báo chí.

Ở Việt Nam, những áp lực của truyền thông số diễn ra đồng thời với quá trình chuyển đổi số, yêu cầu tự chủ tài chính, sự dịch chuyển nguồn thu quảng cáo và quá trình tái cấu trúc hệ thống báo chí. Kemp (2024) cho biết đầu năm 2024, Việt Nam có 78,44 triệu người sử dụng Internet, tương đương 79,1% dân số; đồng thời, số người sử dụng mạng xã hội đạt 72,70 triệu, chiếm 73,3% tổng dân số.

Ở góc độ tiếp cận tin tức, Newman và cộng sự trong Reuters Institute Digital News Report 2023 chỉ ra rằng công chúng ngày càng có xu hướng tiếp cận tin tức thông qua các nền tảng số và mạng xã hội thay vì chỉ dựa vào các kênh báo chí truyền thống. Trong bối cảnh đó, các cơ quan báo chí Việt Nam phải đồng thời thích ứng với sự thay đổi trong hành vi tiếp nhận thông tin của công chúng và áp lực cạnh tranh ngày càng gia tăng từ các nền tảng số.

Trong bài viết Độ tin cậy và sức thuyết phục của Báo chí Việt Nam trong kỷ nguyên số đăng trên Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông, Hồ Quang Lợi (2026) nhấn mạnh rằng uy tín và sức thuyết phục của báo chí được hình thành từ bản lĩnh chính trị, đạo đức nghề nghiệp, tính trung thực và trách nhiệm xã hội của người làm báo; đây là

những giá trị cốt lõi giúp báo chí giữ vững niềm tin của công chúng trong bối cảnh truyền thông số.

Trong điều kiện đó, nhà báo không chỉ chịu áp lực về tốc độ và độ chính xác của thông tin mà còn phải đáp ứng các chỉ tiêu về số lượng sản phẩm, yêu cầu đa nhiệm trên nhiều nền tảng, áp lực thu nhập, rủi ro pháp lý và những thách thức trong việc cân bằng giữa công việc với đời sống cá nhân.

Những áp lực này đặt ra nhiều vấn đề đáng quan tâm: Liệu nhà báo có còn duy trì được lý tưởng nghề nghiệp trước sức ép của cơ chế thị trường và truyền thông số; các điều kiện hành nghề hiện nay đang tác động như thế nào đến việc thực hành các giá trị nghề nghiệp; và những thay đổi đó ảnh hưởng ra sao đến động lực gắn bó cũng như nguyện vọng phát triển nghề nghiệp của nhà báo. Đây không chỉ là vấn đề của mỗi cá nhân nhà báo mà còn liên quan trực tiếp đến chất lượng thông tin, uy tín của cơ quan báo chí và vai trò định hướng của báo chí trong xã hội.

Vì vậy, việc nghiên cứu lý tưởng nghề nghiệp của nhà báo trong mối quan hệ với những thử thách thực tế và nguyện vọng nghề nghiệp là cần thiết nhằm nhận diện những biến đổi đang diễn ra, lý giải cơ chế tác động của bối cảnh truyền thông số đến đội ngũ nhà báo, đồng thời cung cấp cơ sở khoa học cho việc hoàn thiện chính sách phát triển nguồn nhân lực báo chí, đổi mới đào tạo và nâng cao hiệu quả quản trị tòa soạn trong giai đoạn chuyển đổi số.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu bán cấu trúc nhằm khai thác cách người làm báo diễn giải trải nghiệm nghề nghiệp, lý tưởng nghề nghiệp và những áp lực trong quá trình hành nghề. Dữ liệu nghiên cứu gồm 26 cuộc phỏng vấn sâu với ba nhóm người tham gia: 5 lãnh đạo/quản lý báo chí (Phụ Nữ TP.HCM, Công An TP.HCM, Trung tâm Báo chí TP.HCM, Người Lao Động, Pháp Luật TP.HCM), 16 nhà báo đang hành nghề (Nhân Dân, VOH, Truyền hình CAND, HTV, VTC News, Tuổi Trẻ, Thanh Niên, Người Lao Động, Dân Trí, Hà Nội Mới, Pháp luật TP.HCM, VnExpress) và 5 nhà báo đã rời nghề. Nhóm lãnh đạo/quản lý cung cấp góc nhìn về chiến lược tòa soạn, văn hóa tổ chức, chính sách nhân sự và áp lực kinh tế báo chí. Nhóm nhà báo đang hành nghề phản ánh trực tiếp các áp lực hằng ngày như tốc độ đưa tin, kiểm

chứng thông tin, cạnh tranh với mạng xã hội, KPI, thu nhập, sản xuất đa nền tảng và rủi ro nghề nghiệp. Nhóm đã rời nghề giúp tiếp cận hiện tượng rời nghề từ góc nhìn hồi cố.

Mẫu nghiên cứu được lựa chọn theo chiến lược chọn mẫu có chủ đích, kết hợp phân tầng lý thuyết. Việc chọn mẫu không nhằm đại diện thống kê cho toàn bộ đội ngũ nhà báo Việt Nam, mà nhằm bảo đảm sự đa dạng về vị thế nghề nghiệp, loại hình báo chí, thâm niên, địa bàn tác nghiệp và trạng thái gắn bó với nghề. Các cuộc phỏng vấn được thực hiện trực tiếp hoặc trực tuyến, được ghi âm với sự đồng ý của đáp viên, sau đó được rửa băng, làm sạch, mã hóa và phân tích theo hướng phân tích chủ đề.

Quá trình phân tích dữ liệu được triển khai qua ba bước chính: Đọc toàn bộ bản chép phỏng vấn để nắm bắt mạch kể và bối cảnh trải nghiệm; mã hóa mở nhằm nhận diện các ý nghĩa nổi bật; nhóm các mã thành những chủ đề lớn, tương ứng với các trục phân tích của bài viết. Danh tính người tham gia được mã hóa theo nhóm: Lãnh đạo đối với lãnh đạo/quản lý báo chí (LD), Nhà báo đối với nhà báo đang hành nghề (NB) và Rời nghề đối với nhà báo đã rời nghề (RN).

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Lý tưởng nghề nghiệp vẫn được duy trì như hệ giá trị cốt lõi trong bối cảnh truyền thông số

Kết quả phỏng vấn cho thấy, trong bối cảnh truyền thông số, lý tưởng nghề nghiệp của nhà báo Việt Nam vẫn được xác lập rõ ràng. Dù các đáp viên có cách diễn đạt khác nhau, các giá trị cốt lõi như sự thật, tính chính xác, trách nhiệm xã hội, đạo đức nghề nghiệp, uy tín nghề nghiệp và tinh thần phục vụ công chúng vẫn được xem là nền tảng để người làm báo tự định vị bản thân và phân biệt báo chí với các dạng sản xuất nội dung khác.

Ở nhóm nhà báo đang hành nghề, lý tưởng nghề nghiệp thường không được diễn đạt như một khẩu hiệu trừu tượng mà gắn với những lựa chọn tác nghiệp cụ thể. Một nhà báo trong lĩnh vực pháp luật nhấn mạnh: “Thực tế tác nghiệp và cạnh tranh tin bài trên môi trường số hiện nay có thể làm suy giảm ý thức làm nghề chân chính, nhất là

chuyện đua tốc độ. Nhưng riêng tôi vẫn cố giữ sự cẩn thận nhiều nhất có thể trong tác nghiệp, đặc biệt là trong việc kiểm chứng thông tin" (NB14) Một nhà báo khác nêu quan điểm: "Tôi nghĩ giữ lý tưởng nghề nghiệp đơn giản là phải làm cho đúng căn cơ của nghề. Làm cho nhanh mà trái với trách nhiệm của nghề nghiệp là không được rồi" (NB06).

Bên cạnh sự thật và tính chính xác, trách nhiệm xã hội cũng là giá trị được nhiều đáp viên nhấn mạnh. Một số nhà báo nhìn nghề báo như phương tiện để phản ánh bất cập, hỗ trợ người yếu thế hoặc thúc đẩy giải pháp xã hội. Một số khác mở rộng trách nhiệm xã hội theo hướng lan tỏa những câu chuyện tích cực, mô hình tốt và giá trị nhân văn trong đời sống. Một đáp viên cho rằng báo chí không chỉ phản ánh và đấu tranh với điều chưa tốt mà còn là "cầu nối để lan tỏa những giá trị tích cực, những câu chuyện đẹp và những mô hình tốt trong xã hội" (NB05).

Đối với nhóm lãnh đạo/quản lý báo chí, lý tưởng nghề nghiệp được nhìn ở cấp độ tổ chức. Các đáp viên thuộc nhóm này nhấn mạnh vai trò của tôn chỉ, mục đích, văn hóa tòa soạn, quy trình biên tập và cơ chế bảo vệ chuẩn mực nghề nghiệp. Từ góc nhìn này, lý tưởng nghề báo không chỉ là phẩm chất cá nhân của từng phóng viên, mà còn là bản sắc tổ chức cần được duy trì bằng cơ chế quản trị cụ thể.

Đáng chú ý, nhóm nhà báo đã rời nghề cũng không phủ nhận các giá trị cốt lõi của báo chí. Một cựu nhà báo có hơn hai mươi năm kinh nghiệm cho biết, điều bản thân luôn tâm niệm khi làm nghề là "làm nghề một cách nghiêm túc, tử tế và có trách nhiệm", "nói đúng, nói đủ sự thật" và không "uốn cong ngòi bút" trước áp lực (RN03). Trường hợp này cho thấy lý tưởng nghề báo có thể vượt ra ngoài không gian tòa soạn. Một người rời khỏi cơ quan báo chí không nhất thiết rời bỏ toàn bộ hệ giá trị báo chí; các giá trị ấy có thể trở thành vốn đạo đức cá nhân được bảo lưu trong những môi trường nghề nghiệp mới.

3.1.2. Lý tưởng nghề nghiệp trong trạng thái "có điều kiện"

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, lý tưởng nghề báo không còn được các nhà báo xem là một điểm tựa tinh thần giúp nhà báo vững vàng trước các thách thức khi hành nghề. Nhiều đáp viên khẳng định họ vẫn tin vào nghề, nhưng nhấn mạnh rằng việc

duy trì và thực hành lý tưởng nghề nghiệp phụ thuộc ngày càng nhiều vào các điều kiện cụ thể.

Điều kiện đầu tiên là sinh kế và thu nhập. Một số nhà báo cho rằng nghề báo không phải là con đường dễ làm giàu; nếu làm báo nghiêm túc, thu nhập thường chỉ ở mức đủ sống hoặc khó bảo đảm đời sống tại các đô thị lớn.

Điều kiện thứ hai là khối lượng công việc và cường độ lao động. Trong bối cảnh truyền thông số, nhà báo không chỉ viết tin, viết bài hoặc đi hiện trường, mà còn phải theo dõi mạng xã hội, xử lý nguồn tin nhanh, sản xuất nội dung đa phương tiện, tham gia phân phối nội dung và theo dõi chỉ số tương tác. Một lãnh đạo tòa soạn nhận định rằng phóng viên hiện nay không chỉ mang thông tin về mà còn phải xử lý dữ liệu, đề xuất cách phân phối, xuất bản, tạo độ lan tỏa, thậm chí tham gia vào việc “bán sản phẩm” (LD02). Khi khối lượng công việc tăng lên trong khi nguồn lực và đãi ngộ không tăng tương ứng, lý tưởng nghề nghiệp dễ bị bào mòn bởi cảm giác quá tải.

Điều kiện thứ ba là môi trường tổ chức và sự bảo vệ của tòa soạn. Nhiều nhà báo bày tỏ mong muốn được làm việc trong một môi trường có quy trình xác minh rõ ràng, có sự hỗ trợ của biên tập viên, có lãnh đạo bảo vệ phóng viên khi họ làm đúng, và có cơ chế ghi nhận công sức tác nghiệp thực chất.

Điều kiện thứ tư là rủi ro pháp lý, nguồn tin và đời sống cá nhân. Trong môi trường thông tin số, nhà báo thường phải xử lý các thông tin xuất hiện rất nhanh trên mạng xã hội, trong khi nguồn phát ngôn chính thức có thể phản hồi chậm. Trong bài viết *Social Media and the Journalist–Source Relationship*, Whitehouse (2025) nhận định: “Thời gian luôn là yếu tố chống lại nhà báo”. Điều này phản ánh áp lực phải đưa tin nhanh trong khi quá trình kiểm chứng thông tin và tiếp cận nguồn tin chính thống thường không theo kịp tốc độ lan truyền của thông tin trên các nền tảng số. Bên cạnh đó, trong nhiều trường hợp, nhà báo còn phải đối mặt với áp lực tài chính và nhu cầu ổn định cuộc sống gia đình, khiến việc thực hành lý tưởng nghề nghiệp trở nên khó khăn hơn. Rick và Hanitzsch, trong bài *Journalists' Perceptions of Precarity: Toward a Theoretical Model*, cho rằng: “Công việc báo chí ngày càng trở nên bấp bênh hơn.” (Rick & Hanitzsch, 2024, tr. 199).

Đồng thời, Rick và Hanitzsch, trong bài *Journalistic Work During a Pandemic: Changing Contexts and Subjective Perceptions*, nhận định: “Sự sụt giảm thu nhập không chỉ làm phức tạp đời sống cá nhân của các nhà báo mà còn đe dọa vai trò cốt lõi của báo chí với tư cách là một thiết chế dân chủ.” (Rick & Hanitzsch, 2024, tr. 100). Những nhận định này cho thấy các áp lực kinh tế và đời sống cá nhân không chỉ ảnh hưởng đến điều kiện làm việc của nhà báo mà còn có thể tác động đến động lực nghề nghiệp và khả năng theo đuổi các giá trị cốt lõi của nghề báo. Thực tế này cũng được phản ánh qua chia sẻ của một đáp viên: “Khi tuổi nghề tăng lên, phía sau mỗi nhà báo thường sẽ là gia đình, là vợ con, là trách nhiệm với cha mẹ và nhiều gánh nặng khác trong cuộc sống” (NB05).

3.2. Thảo luận

Từ kết quả phỏng vấn sâu với 26 người tham gia, có thể nhận thấy một điểm đáng chú ý: sự biến đổi của môi trường truyền thông không dẫn đến sự biến mất của lý tưởng nghề nghiệp, mà làm thay đổi cách lý tưởng ấy được nhận thức, duy trì và thực hành trong đời sống nghề nghiệp hằng ngày. Các cuộc phỏng vấn với lãnh đạo/quản lý báo chí, nhà báo đang hành nghề và những người đã rời nghề cho thấy, mặc dù vị trí nghề nghiệp, kinh nghiệm và hoàn cảnh sống khác nhau, các nhóm tham gia vẫn gặp nhau ở một hệ giá trị tương đối ổn định gồm sự thật, tính chính xác, trách nhiệm xã hội, đạo đức nghề nghiệp, uy tín nghề nghiệp và tinh thần phục vụ công chúng.

Điều này cho thấy lý tưởng nghề nghiệp vẫn có vị trí nổi bật trong việc định hình bản sắc của nhà báo. Đáng chú ý, trong các cuộc phỏng vấn, lý tưởng nghề nghiệp không chủ yếu xuất hiện dưới dạng những tuyên bố mang tính khẩu hiệu hay những chuẩn mực được nhắc lại một cách chung chung. Thay vào đó, nó được thể hiện thông qua cách các nhà báo nói về những lựa chọn rất cụ thể trong quá trình tác nghiệp: có đưa thông tin ngay hay tiếp tục kiểm chứng; có chạy theo tốc độ hay ưu tiên sự chính xác; có chấp nhận những cách làm đi ngược chuẩn mực nghề nghiệp hay không; báo chí cần phản ánh điều gì và phục vụ ai. Chính ở cấp độ những lựa chọn nghề nghiệp thường ngày này, lý tưởng nghề nghiệp cho thấy vai trò như một điểm tựa định hướng cho hành vi tác nghiệp.

Nói cách khác, kết quả phỏng vấn cho thấy lý tưởng nghề nghiệp không chỉ là một tập hợp các giá trị mang tính chuẩn tắc tồn tại bên ngoài người làm báo, mà đã được các nhà báo chuyển hóa thành một dạng tiêu chuẩn nội tại để tự đánh giá công việc của mình. Khi một nhà báo cho rằng làm nhanh nhưng không bảo đảm trách nhiệm nghề nghiệp là không thể chấp nhận, hay khi một nhà báo nhấn mạnh việc phải thận trọng trong kiểm chứng thông tin dù đang chịu áp lực cạnh tranh về tốc độ, những phát biểu này cho thấy lý tưởng nghề nghiệp đang vận hành như một cơ chế tự điều chỉnh. Nhà báo không chỉ đối diện với yêu cầu từ tòa soạn, công chúng hay thị trường, mà còn đối diện với câu hỏi liệu cách mình thực hiện công việc có còn phù hợp với những gì mình cho là “đúng” đối với nghề báo hay không.

Đây có thể xem là một trong những kết quả quan trọng nhất của nghiên cứu. Trong bối cảnh truyền thông số, khi ranh giới giữa báo chí chuyên nghiệp và các hình thức sản xuất nội dung khác ngày càng trở nên linh hoạt, lý tưởng nghề nghiệp tiếp tục đóng vai trò như một căn cứ để nhà báo xác định sự khác biệt của nghề nghiệp mình. Nếu người sản xuất nội dung có thể ưu tiên mức độ lan truyền, lượt xem hoặc khả năng thu hút sự chú ý, thì trong nhận thức của các đáp viên, báo chí vẫn được gắn với yêu cầu về sự thật, kiểm chứng, trách nhiệm xã hội và chuẩn mực đạo đức. Vì vậy, lý tưởng nghề nghiệp không chỉ có ý nghĩa đối với động lực cá nhân của người làm báo mà còn góp phần duy trì ranh giới biểu tượng và giá trị của nghề báo trong một môi trường truyền thông ngày càng cạnh tranh và đa dạng.

Một điểm đáng chú ý khác từ kết quả tổng hợp phỏng vấn là sự tương đồng về hệ giá trị giữa ba nhóm người tham gia nghiên cứu. Nhóm lãnh đạo/quản lý nhìn lý tưởng nghề nghiệp thông qua tôn chỉ, mục đích, văn hóa tòa soạn, quy trình biên tập và cơ chế bảo vệ chuẩn mực. Nhóm nhà báo đang hành nghề lại nhìn lý tưởng thông qua những lựa chọn và tình huống tác nghiệp cụ thể. Trong khi đó, những người đã rời nghề vẫn nhắc đến sự tử tế, trách nhiệm, việc nói đúng sự thật và không “uốn cong ngòi bút” như những giá trị mà họ từng theo đuổi.

Sự gặp nhau này cho thấy lý tưởng nghề nghiệp có tính bền vững nhất định. Đặc biệt, việc những nhà báo đã rời khỏi cơ quan báo chí vẫn tiếp tục khẳng định những giá trị nghề nghiệp từng theo đuổi cho thấy rời nghề không đồng nghĩa với sự từ bỏ hoàn toàn bản sắc nghề nghiệp. Điều được rời bỏ trong một số trường hợp có thể là vị trí

công việc, môi trường tổ chức hoặc điều kiện hành nghề, chứ không nhất thiết là toàn bộ hệ giá trị gắn với nghề báo. Đây là một phát hiện có ý nghĩa bởi nó giúp phân biệt giữa hai hiện tượng thường dễ bị đồng nhất: rời bỏ một công việc báo chí và từ bỏ lý tưởng nghề nghiệp của nhà báo. Kết quả nghiên cứu cho thấy hai quá trình này không nhất thiết diễn ra cùng nhau.

Tuy nhiên, chính từ sự đối chiếu giữa các nhóm đáp viên cũng xuất hiện một nghịch lý đáng chú ý. Một mặt, các giá trị nghề nghiệp cốt lõi vẫn được khẳng định mạnh mẽ. Mặt khác, khả năng thực hiện những giá trị ấy trong thực tế lại ngày càng chịu tác động bởi nhiều điều kiện nằm ngoài ý chí cá nhân của nhà báo. Điều này lý giải vì sao trong các cuộc phỏng vấn, các đáp viên thường không phủ nhận lý tưởng nghề nghiệp, nhưng lại liên tục nói đến thu nhập, khối lượng công việc, áp lực đa nhiệm, KPI, môi trường tòa soạn, sự bảo vệ của tổ chức, rủi ro pháp lý và trách nhiệm gia đình.

Từ đó, kết quả nghiên cứu cho thấy một sự chuyển dịch đáng chú ý trong cách lý tưởng nghề nghiệp được trải nghiệm. Nếu lý tưởng thường được hình dung như một sức mạnh tinh thần giúp cá nhân vượt qua mọi khó khăn, thì trong đời sống nghề nghiệp hiện nay, các nhà báo cho thấy lý tưởng không thể được duy trì một cách bền vững chỉ bằng ý chí hay sự tận tâm của cá nhân. Người làm báo có thể có mong muốn giữ vững chuẩn mực nghề nghiệp, nhưng nếu liên tục phải làm việc trong tình trạng quá tải, thu nhập không bảo đảm, thiếu sự hỗ trợ từ tổ chức hoặc thường xuyên đối mặt với rủi ro mà không có cơ chế bảo vệ, thì chính khả năng thực hành lý tưởng sẽ bị suy giảm.

Theo nghĩa này, phát hiện quan trọng của nghiên cứu không phải là lý tưởng nghề nghiệp đã yếu đi hay mất đi, mà là lý tưởng đang chuyển sang trạng thái "có điều kiện". Khái niệm này cần được hiểu không phải theo nghĩa nhà báo chỉ giữ lý tưởng khi được đáp ứng đầy đủ lợi ích cá nhân. Ngược lại, các cuộc phỏng vấn cho thấy nhiều nhà báo vẫn cố gắng duy trì những giá trị nghề nghiệp ngay trong điều kiện khó khăn. Tuy nhiên, sự cố gắng của cá nhân không thể thay thế hoàn toàn cho những điều kiện cần thiết để thực hành nghề nghiệp một cách lâu dài. Khi khó khăn trở thành trạng thái thường trực, lý tưởng có thể không biến mất ngay lập tức nhưng dần bị bào mòn thông qua sự mệt mỏi, quá tải, thất vọng hoặc cảm giác không còn khả năng làm nghề theo cách mà bản thân cho là đúng.

Từ kết quả trên, có thể nhận diện ba tầng điều kiện cùng tác động đến khả năng duy trì lý tưởng nghề nghiệp.

Thứ nhất là tầng điều kiện cá nhân -đời sống. Thu nhập, sức khỏe, tuổi nghề, trách nhiệm gia đình và khả năng chịu đựng áp lực là những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ gắn bó với nghề. Khi bước vào những giai đoạn khác nhau của cuộc sống, nhà báo không chỉ là một chủ thể nghề nghiệp mà còn là người phải bảo đảm sinh kế và thực hiện các trách nhiệm cá nhân. Vì vậy, yêu cầu về lý tưởng nghề nghiệp không thể tách rời khỏi điều kiện sống thực tế của người làm báo.

Thứ hai là tầng điều kiện tổ chức. Dữ liệu phỏng vấn cho thấy tòa soạn có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc biến lý tưởng nghề nghiệp từ một cam kết cá nhân thành một thực hành nghề nghiệp có thể duy trì. Văn hóa tòa soạn, sự hỗ trợ của biên tập viên, cách lãnh đạo đánh giá hiệu quả công việc, cơ chế bảo vệ phóng viên và chính sách đãi ngộ đều có thể củng cố hoặc làm suy yếu khả năng theo đuổi các chuẩn mực nghề nghiệp. Khi một phóng viên biết rằng mình được bảo vệ nếu thực hiện đúng quy trình, có thời gian cần thiết để kiểm chứng thông tin và được đánh giá không chỉ dựa trên số lượng sản phẩm hay lượt tương tác, lý tưởng nghề nghiệp có nhiều khả năng được chuyển hóa thành hành động thực tế hơn. Ngược lại, nếu các chỉ số về tốc độ, sản lượng và lưu lượng truy cập trở thành những thước đo gần như duy nhất, nhà báo có thể rơi vào trạng thái xung đột giữa điều được yêu cầu và điều bản thân cho là đúng về mặt nghề nghiệp.

Thứ ba là tầng điều kiện môi trường. Đây là tầng tác động rộng hơn, bao gồm tốc độ của dòng chảy thông tin, áp lực cạnh tranh từ mạng xã hội, sự phụ thuộc vào nền tảng số, yêu cầu sản xuất nội dung đa phương tiện, khả năng tiếp cận nguồn tin chính thức và các rủi ro pháp lý. Trong môi trường này, nhà báo không chỉ cạnh tranh với các cơ quan báo chí khác mà còn cạnh tranh với vô số chủ thể có khả năng sản xuất và phát tán thông tin tức thời. Điều này làm gia tăng khoảng cách giữa tốc độ mà môi trường thông tin đòi hỏi và thời gian cần thiết để thực hiện các chuẩn mực nghề nghiệp như kiểm chứng, cân bằng nguồn tin và bảo đảm tính chính xác.

Ba tầng điều kiện này không tồn tại độc lập mà tương tác với nhau. Một nhà báo có thể có lý tưởng nghề nghiệp mạnh mẽ, nhưng lý tưởng đó sẽ khó được duy trì lâu dài nếu

điều kiện cá nhân bị suy kiệt, tổ chức không tạo ra cơ chế hỗ trợ và môi trường nghề nghiệp liên tục tạo áp lực ngược lại với các chuẩn mực báo chí. Ngược lại, một môi trường tổ chức tích cực có thể giúp giảm bớt tác động tiêu cực của áp lực môi trường, đồng thời tạo điều kiện để cá nhân duy trì sự gắn bó với nghề.

Nhìn từ góc độ này, lý tưởng nghề nghiệp của nhà báo có thể được xem như kết quả của sự tương tác liên tục giữa hệ giá trị cá nhân, môi trường tổ chức và cấu trúc của hệ sinh thái truyền thông. Cách tiếp cận này giúp tránh hai xu hướng cực đoan. Một mặt, không nên lý tưởng hóa nhà báo như những cá nhân có thể duy trì chuẩn mực nghề nghiệp bất chấp mọi điều kiện. Mặt khác, cũng không nên cho rằng áp lực của thị trường và truyền thông số tất yếu dẫn đến sự suy thoái của lý tưởng nghề nghiệp. Kết quả phỏng vấn cho thấy thực tế phức tạp hơn: lý tưởng vẫn tồn tại và có sức bền nhất định, nhưng sức bền đó phụ thuộc vào khả năng của cá nhân và tổ chức trong việc tạo ra, duy trì và bảo vệ những điều kiện cần thiết cho thực hành nghề nghiệp.

Từ đây, nghiên cứu đề xuất một sự chuyển dịch trong cách đặt vấn đề. Thay vì tiếp tục tập trung chủ yếu vào câu hỏi “nhà báo có còn lý tưởng hay không?”, cần quan tâm sâu hơn đến câu hỏi “những điều kiện nào giúp lý tưởng nghề nghiệp được duy trì và chuyển hóa thành thực hành nghề nghiệp?”. Đây là điểm quan trọng được rút ra từ việc tổng hợp các cuộc phỏng vấn sâu. Lý tưởng nghề nghiệp không chỉ là phẩm chất đạo đức nằm bên trong mỗi cá nhân mà còn là một giá trị cần được nuôi dưỡng bởi môi trường hành nghề.

Theo đó, trách nhiệm duy trì lý tưởng nghề nghiệp không thể chỉ đặt lên vai nhà báo. Các cơ quan báo chí cần nhìn nhận đây như một vấn đề của quản trị tòa soạn và phát triển nguồn nhân lực. Việc duy trì chuẩn mực nghề nghiệp cần đi cùng với việc xây dựng cơ chế đánh giá lao động hợp lý, bảo đảm điều kiện sinh kế, giảm tình trạng quá tải kéo dài, tạo không gian cho việc kiểm chứng thông tin và xây dựng cơ chế bảo vệ phóng viên khi tác nghiệp đúng quy trình. Các tiêu chí đánh giá hiệu quả cũng cần vượt ra ngoài số lượng tin bài, KPI hay lượt xem để quan tâm nhiều hơn đến tính chính xác, giá trị xã hội, mức độ công phu và đóng góp của sản phẩm báo chí đối với uy tín của cơ quan báo chí.

Như vậy, đóng góp quan trọng từ kết quả nghiên cứu không nằm ở việc khẳng định một cách chung chung rằng nhà báo Việt Nam vẫn còn lý tưởng nghề nghiệp. Điểm đáng chú ý hơn là các dữ liệu phỏng vấn cho thấy lý tưởng nghề nghiệp vẫn là một giá trị có sức bền, tiếp tục định hướng cách nhà báo nhận thức về bản thân và đánh giá hành vi nghề nghiệp, ngay cả trong những trường hợp người làm báo phải đối diện với áp lực lớn hoặc đã rời khỏi nghề. Tuy nhiên, sức bền của lý tưởng không phải là vô hạn. Nó cần được bảo vệ bằng những điều kiện cụ thể về đời sống, tổ chức và môi trường hành nghề.

Theo nghĩa đó, truyền thông số không đơn giản làm mất đi lý tưởng nghề nghiệp của nhà báo, mà đang đặt lý tưởng ấy vào một phép thử mới. Giá trị của lý tưởng nghề nghiệp hiện nay không chỉ được thể hiện qua việc nhà báo tuyên bố tin vào những chuẩn mực của nghề, mà còn được thể hiện ở khả năng duy trì những chuẩn mực đó trong các tình huống cụ thể của đời sống tác nghiệp. Chính khoảng cách giữa điều nhà báo tin là đúng và điều kiện cho phép họ thực hiện điều đúng đó là một trong những vấn đề quan trọng nhất cần được tiếp tục quan tâm trong nghiên cứu về lao động báo chí và quản trị tòa soạn trong bối cảnh truyền thông số.

4. Kết luận

Bài viết đã phân tích lý tưởng nghề nghiệp của nhà báo Việt Nam trong bối cảnh truyền thông số từ góc nhìn trải nghiệm của người làm nghề. Trên cơ sở dữ liệu phỏng vấn sâu với ba nhóm chủ thể gồm lãnh đạo/quản lý báo chí, nhà báo đang hành nghề và nhà báo đã rời nghề, bài viết cho thấy lý tưởng nghề báo không biến mất trước những biến đổi của môi trường truyền thông hiện nay. Các giá trị cốt lõi như sự thật, tính chính xác, đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm xã hội và tinh thần phục vụ công chúng vẫn được duy trì như nền tảng bản sắc nghề nghiệp của nhà báo.

Tuy nhiên, các giá trị ấy không còn được thực hành trong những điều kiện ổn định như trước. Truyền thông số, mạng xã hội, trí tuệ nhân tạo, áp lực tốc độ, KPI, kinh tế báo chí, rủi ro pháp lý và sự thay đổi trong đời sống cá nhân đã làm cho lý tưởng nghề nghiệp của nhà báo ngày càng vận hành trong trạng thái “có điều kiện”. Nhà báo vẫn có thể tin vào nghề, yêu nghề và mong muốn làm nghề một cách tử tế, nhưng khả năng duy trì các giá trị ấy phụ thuộc đáng kể vào điều kiện sinh kế, môi trường tòa

soạn, sự bảo vệ của tổ chức, khả năng tiếp cận nguồn tin, cơ chế đánh giá lao động và sức bền cá nhân.

Phát hiện này cho phép nhìn nhận lại câu chuyện lý tưởng nghề báo theo hướng bớt đạo đức hóa và giàu tính hệ thống hơn. Vấn đề không chỉ là yêu cầu nhà báo phải giữ vững lý tưởng, mà còn là tạo ra những điều kiện để lý tưởng ấy có thể được thực hành trong đời sống nghề nghiệp hằng ngày. Muốn giữ được lý tưởng nghề báo, cần giữ được những điều kiện để nhà báo có thể sống bằng nghề, làm nghề đúng chuẩn mực và cảm thấy công việc của mình còn có ý nghĩa xã hội. Đây là một yêu cầu quan trọng đối với báo chí Việt Nam trong quá trình chuyển đổi số và tái cấu trúc hiện nay./.

Tài liệu tham khảo

Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The attention economy: Understanding the new currency of business*. Harvard Business School Press.

Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442–464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>

Ekdale, B., Tully, M., Harmsen, S., & Singer, J. B. (2015). Newswork within a culture of job insecurity: Producing news amidst organizational and industry uncertainty. *Journalism Practice*, 9(3), 383–398. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.963376>

Gollmitzer, M. (2014). Precariously employed watchdogs? Perceptions of working conditions among freelancers and interns. *Journalism Practice*, 8(6), 826–841. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.882061>

Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2018). Journalism beyond democracy: A new look into journalistic roles in political and everyday life. *Journalism*, 19(2), 146–164. <https://doi.org/10.1177/1464884916673386>

Hồ Quang Lợi. (2026). Độ tin cậy và sức thuyết phục của Báo chí Việt Nam trong kỷ nguyên số. *Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông*, 32(6). <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/do-tin-cay-va-suc-thuyet-phuc-cua-bao-chi-viet-nam-trong-ky-nguyen-so-p29745.html>

Kemp, S. (2024, February 23). *Digital 2024: Vietnam*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-vietnam>

Maslach, C., & Leiter, M. P. (2016). Understanding the burnout experience: Recent research and its implications for psychiatry. *World Psychiatry*, 15(2), 103–111. <https://doi.org/10.1002/wps.20311>

Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). Reuters Institute Digital News Report 2023. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>

Nielsen, R. K., & Ganter, S. A. (2018). Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms. *New Media & Society*, 20(4), 1600–1617. <https://doi.org/10.1177/1461444817701318>

Reinardy, S. (2011). Newspaper journalism in crisis: Burnout on the rise, eroding young journalists' career commitment. *Journalism*, 12(1), 33–50. <https://doi.org/10.1177/1464884910385188>

Rick, J., & Hanitzsch, T. (2024). Journalists' perceptions of precarity: Toward a theoretical model. *Journalism Studies*, 25(2), 199–217. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2293827>

Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.

Webster, J. G. (2014). *The marketplace of attention: How audiences take shape in a digital age*. MIT Press.

Whitehouse, G. (2025). Social media and the journalist–source relationship. *Journalism and Media*, 6(2), Article 55. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6020055>