

Truyền hình OTT và một số vấn đề đặt ra đối với đào tạo báo chí truyền hình ở Việt Nam hiện nay

Ngày nhận bài: 09/06/2026 | Ngày phản biện: 21/06/2026 | Ngày xuất bản: 27/08/2026

Tác giả: Trần Thị Hoa Mai (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Tóm tắt: Sự phát triển của truyền hình OTT (Over-the-Top), tức truyền hình phân phối qua Internet, đang tạo ra những thay đổi sâu sắc đối với ngành truyền hình. Không chỉ làm thay đổi phương thức phân phối và tiếp nhận nội dung, truyền hình OTT còn tác động đến một số đặc điểm và mô hình vận hành của truyền hình, đồng thời đặt ra những yêu cầu nghề nghiệp mới đối với người làm truyền hình. Bài viết làm rõ những thay đổi này trong thực tiễn truyền hình thế giới và Việt Nam, đồng thời tìm hiểu xu hướng thích ứng của một số cơ sở đào tạo báo chí quốc tế, từ đó đề xuất việc đổi mới đào tạo báo chí truyền hình hiện nay.

1. Đặt vấn đề

Sự xuất hiện của các nền tảng truyền hình OTT (Over-the-Top), tức truyền hình phân phối qua Internet, sau đây gọi là OTT, không chỉ làm thay đổi phương thức phân phối và tiếp nhận nội dung truyền hình trên toàn cầu, mà còn thúc đẩy quá trình chuyển dịch từ mô hình phát sóng tuyến tính sang mô hình xem theo yêu cầu. Trong bối cảnh đó, các đài truyền hình đều đã có những thay đổi về mô hình vận hành, tổ chức sản xuất và phương thức tiếp cận công chúng để thích ứng với môi trường truyền thông số.

Những thay đổi đó cũng kéo theo yêu cầu mới đối với nguồn nhân lực trong lĩnh vực này. Người làm truyền hình hiện nay không chỉ cần các kỹ năng nghề nghiệp truyền thống mà còn phải có khả năng làm việc trong môi trường đa nền tảng, khai thác dữ liệu công chúng và thích ứng với các công nghệ truyền thông mới. Điều đó đã làm nảy sinh một vấn đề: các chương trình đào tạo báo chí truyền hình từng được xây dựng

trên cơ sở mô hình truyền hình phát sóng tuyến tính cần phải thay đổi để đáp ứng thực tiễn phát triển của ngành.

Trên cơ sở phân tích sự phát triển của OTT trong thực tiễn truyền hình thế giới và Việt Nam, đồng thời tham khảo xu hướng đổi mới đào tạo tại một số cơ sở đào tạo quốc tế, bài viết làm rõ những tác động của OTT đối với đào tạo báo chí truyền hình. Từ đó, bài viết cho rằng yêu cầu đổi mới đào tạo hiện nay không chỉ nằm ở việc cập nhật kỹ năng nghề nghiệp mà còn cần xem xét một số nội dung lý luận nền tảng của chuyên ngành báo chí truyền hình.

2. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện nhiệm vụ nghiên cứu, bài viết sử dụng phối hợp các phương pháp nghiên cứu sau:

- Phương pháp nghiên cứu tài liệu: Thu thập, hệ thống hóa và phân tích các công trình nghiên cứu, sách chuyên khảo, báo cáo và tài liệu liên quan đến OTT, truyền hình số và đào tạo báo chí truyền hình, nhằm tổng quan tình hình nghiên cứu, làm cơ sở cho việc phân tích các vấn đề nghiên cứu.
- Phương pháp phân tích - tổng hợp: Phân tích những thay đổi của ngành truyền hình khi xuất hiện OTT, từ đó tổng hợp các vấn đề đặt ra đối với hoạt động đào tạo báo chí truyền hình.
- Phương pháp so sánh: Đối chiếu đặc điểm của mô hình truyền hình phát sóng truyền thống với mô hình OTT; đối chiếu một số nội dung lý luận của chuyên ngành báo chí truyền hình với thực tiễn phát triển của truyền hình từ khi có truyền hình OTT nhằm nhận diện những vấn đề đặt ra đối với hoạt động đào tạo hiện nay.
- Phương pháp nghiên cứu trường hợp: Tìm hiểu một số trường hợp tiêu biểu như BBC iPlayer, VTVGo và một số chương trình đào tạo tại Montclair State University (Mỹ), University of North Texas (Mỹ) và Centre de Formation des Journalistes (CFJ, Pháp) nhằm làm rõ những thay đổi của ngành truyền hình và xu hướng thích ứng trong đào tạo.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Khái niệm, đặc điểm của OTT

Xét về góc độ phương thức phân phối nội dung, trong quá trình phát triển của truyền hình đã lần lượt hình thành bốn phương thức chủ yếu, đó là phát sóng mặt đất (vào những năm 1930 khi mới ra đời), truyền hình cáp và truyền hình vệ tinh (từ những năm 1970), IPTV (từ cuối những năm 1990, phân phối nội dung qua hạ tầng mạng băng thông rộng do các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông quản lý), và OTT. Năm 2007, Netflix ra mắt dịch vụ truyền phát nội dung truyền hình theo yêu cầu, đã đặt nền móng cho sự phát triển của OTT như một phương thức phân phối nội dung trực tiếp qua Internet.

OTT (Over-the-Top), được đặt tên như vậy chính vì cách nó “đi vượt qua” các hệ thống phân phối truyền thống. Có ba điều kiện công nghệ đã tạo tiền đề cho sự ra đời của OTT, đó là internet tốc độ cao, thiết bị thông minh và công nghệ số. Trước đây, khả năng truyền tải tín hiệu truyền hình chất lượng cao có nhiều hạn chế do băng thông mạng chưa đáp ứng yêu cầu, nhưng hiện nay điều đó đã cải thiện đáng kể. Các thiết bị thông minh để xem video ngày càng phong phú, gọn nhẹ, cho phép người xem sử dụng mọi lúc mọi nơi. Bên cạnh đó, công nghệ số hiện đại cho phép lưu trữ lớn, truy xuất nhanh và tích hợp trí tuệ nhân tạo (AI) trong đề xuất nội dung, cá nhân hóa trải nghiệm người dùng. Những tiến bộ công nghệ này đã thúc đẩy việc dịch chuyển sang phương thức phân phối và tiếp nhận nội dung hoàn toàn mới.

Như vậy, trong phạm vi bài viết này, OTT được tiếp cận như một phương thức phân phối nội dung qua Internet công cộng, không phụ thuộc vào hạ tầng truyền hình chuyên dụng do các nhà cung cấp dịch vụ truyền hình vận hành như phát sóng mặt đất, truyền hình cáp, truyền hình vệ tinh và IPTV.

Những đặc điểm cơ bản của OTT, đồng thời cũng là sự khác biệt của OTT so với các phương thức phân phối nội dung khác, có thể trình bày cụ thể hơn như sau:

Thứ nhất, OTT phân phối nội dung qua Internet. Khác với các phương thức phân phối nội dung trước đó, vốn dựa trên các hệ thống truyền dẫn chuyên dụng do nhà cung

cấp dịch vụ xây dựng và quản lý, truyền hình OTT phân phối nội dung trực tiếp qua Internet công cộng. Người dùng chỉ cần một thiết bị có kết nối Internet như điện thoại thông minh, máy tính bảng, máy tính hoặc TV thông minh là có thể truy cập nội dung thông qua ứng dụng hoặc trình duyệt web.

Thứ hai, OTT phân phối nội dung theo yêu cầu. Nếu mô hình truyền thống là nội dung được phát đồng thời đến đông đảo công chúng theo lịch phát sóng do đài truyền hình quyết định, thì trong mô hình OTT, người xem chủ động lựa chọn nội dung trong danh mục nội dung do nền tảng cung cấp và quyết định thời điểm xem theo nhu cầu của mình. Amanda D. Lotz trong cuốn sách *The Television Will Be Revolutionized* (Tạm dịch: Truyền hình sẽ được cách mạng hóa) nhận định: “Trải nghiệm truyền hình phổ biến đã thay đổi chủ yếu do sự mở rộng về khả năng lựa chọn và quyền kiểm soát của người xem” Lotz (2014, tr. 13). Nhận định này cho thấy OTT đã trao cho công chúng vai trò chủ động hơn trong quá trình tiếp nhận nội dung truyền hình.

Thứ ba, OTT có khả năng phân phối nội dung đa nền tảng. Khác với truyền hình truyền thống thường gắn với một phương thức tiếp nhận và thiết bị đầu cuối tương ứng, nội dung OTT có thể được phân phối đồng thời qua ứng dụng trên TV thông minh, ứng dụng di động và nền tảng web, cho phép người xem truy cập trên nhiều loại thiết bị có kết nối Internet. Giao diện và hình thức hiển thị được tối ưu để phù hợp với đặc điểm của từng nền tảng và thiết bị.

Thứ tư, OTT có khả năng cá nhân hóa trải nghiệm tiếp nhận nội dung. Trên cơ sở dữ liệu về hành vi người dùng, các nền tảng OTT có thể đề xuất nội dung phù hợp với sở thích và thói quen của từng cá nhân. Netflix cho biết họ “thường xuyên cải thiện độ chính xác trong việc dự đoán những gì bạn có nhiều khả năng xem nhất. Dữ liệu, thuật toán và hệ thống tính toán của chúng tôi liên tục được kết hợp với nhau để tạo ra những đề xuất mới mẻ, giúp trải nghiệm Netflix của bạn luôn phù hợp và hữu ích.” (Netflix Help Center). Điều này tạo nên sự khác biệt so với truyền hình phát sóng truyền thống, nơi mọi công chúng cùng tiếp nhận một lịch phát sóng thống nhất.

Những đặc điểm trên cho thấy OTT đã tạo nên nhiều sự khác biệt so với các phương thức phân phối sản phẩm truyền hình truyền thống. Chính những thay đổi này đã tác động đến sản phẩm truyền hình, phương thức tổ chức sản xuất và công chúng truyền

hình, được phân tích ở phần tiếp theo.

3.1.2. Sự thay đổi về nội dung, phương thức sản xuất và công chúng OTT

Nhiều nghiên cứu về báo chí và truyền hình đã chỉ ra những thay đổi lớn của truyền hình hiện đại. Amanda D. Lotz (2014), trong *The Television Will Be Revolutionized* nhận định: “Sự hội tụ của những biến đổi về công nghiệp, công nghệ và văn hóa đã làm thay đổi các chuẩn mực của ngành, qua đó tái định nghĩa một cách căn bản bản thân phương tiện truyền hình và ngành công nghiệp truyền hình.” (Lotz, 2014, tr.10). Trong thực tiễn ngành truyền hình, một điều đáng chú ý là sự mở rộng sang OTT của các đài truyền hình công, có thể kể đến BBC iPlayer, ITVX, France.tv. Từng là một đài truyền hình truyền thống, BBC đã rất nhanh chóng thích nghi với OTT bằng sự ra mắt của BBC iPlayer năm 2007, lúc đầu là dịch vụ xem lại các chương trình truyền hình, sau đó phát triển thành nền tảng OTT của BBC, cho phép xem trực tiếp và xem theo yêu cầu qua Internet. Những thay đổi về công nghệ cùng với sự xuất hiện của OTT đã tạo ra những thay đổi quan trọng trong hoạt động truyền hình, thể hiện trên ba phương diện: nội dung, phương thức tổ chức sản xuất và mối quan hệ với công chúng.

Trước hết xem xét về nội dung. Từ góc độ lý luận, những tác động của OTT có thể không làm thay đổi bản chất nghe nhìn của truyền hình, nhưng nó đã mở rộng nội hàm truyền hình từ một loại hình báo chí gắn với hoạt động phát sóng đại chúng sang một hệ sinh thái sản xuất, phân phối và đáp ứng các nhu cầu phân mảnh của công chúng. Mỗi người dùng có thể tiếp cận những nội dung khác nhau tùy theo nhu cầu, thói quen và thuật toán đề xuất. Điều này đặt ra câu hỏi liệu các đặc điểm đã từng được coi là thế mạnh của truyền hình như tính quảng bá, tính trực tiếp, tính định kỳ hay khả năng hình thành thói quen tiếp nhận thông tin của công chúng có còn phản ánh đầy đủ thực tiễn hiện nay hay không. Amanda D. Lotz (2017) trong nghiên cứu *Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television* đã khái quát hai mô hình vận hành, đó là mô hình “dòng chảy” (flow model) phản ánh cách vận hành của truyền hình phát sóng tuyến tính truyền thống, và mô hình xuất bản (publishing model) phản ánh cách vận hành của truyền hình trên Internet: “Mô hình dòng chảy là đặc trưng của đài phát thanh truyền hình và những gì đang nổi lên vào cuối những năm 1980... Công nghệ Internet làm cho truyền hình tách rời khỏi các đặc điểm của mô hình dòng chảy và các hoạt động công nghiệp đi kèm của nó đến mức một số hình thức truyền hình yêu cầu một

mô hình khái niệm khác - Mô hình xuất bản” (Lotz, 2017). Sự thay đổi mô hình vận hành này sẽ dẫn đến thay đổi cách tổ chức nội dung. Trong mô hình truyền hình truyền thống, sản phẩm truyền hình thường được hiểu là tác phẩm theo thể loại hoặc chương trình truyền hình được xây dựng theo format tương đối ổn định, phát sóng định kỳ. Tuy nhiên, trong môi trường OTT đã xuất hiện nhiều dạng nội dung không còn mang các đặc trưng thể loại hay cách tổ chức chương trình như truyền thống. Đó có thể là bản xem theo yêu cầu, trailer quảng bá, video ngắn trên mạng xã hội, podcast, bài viết đi kèm hoặc các hình thức tương tác số khác.

Trên nền tảng Netflix, mỗi bộ phim hoặc chương trình truyền hình đều được giới thiệu bằng đoạn video ngắn (trailer), hình ảnh (poster), bài mô tả vắn tắt nội dung. Bên cạnh đó, sản phẩm truyền hình trong môi trường số còn được mở rộng nhiều tính năng kỹ thuật chưa từng có trong truyền hình truyền thống, như hiển thị nhiều lớp thông tin và chức năng bổ trợ tùy theo đặc điểm của từng nền tảng OTT. Một chương trình trên BBC iPlayer thường có danh mục sau: Chương trình liên quan (Related programmes); Các tập khác (Episodes); Thời lượng còn khả dụng (Available for...); Phụ đề, thuyết minh (Subtitles); thông tin chương trình tương tự (More Like This); Chia sẻ (Share); Xem từ đoạn đang dở (Continue Watching). Một số nền tảng còn tích hợp các chức năng thương mại điện tử hoặc liên kết với các dịch vụ bên ngoài, chẳng hạn như Amazon Live cho phép người dùng xem livestream giới thiệu sản phẩm, truy cập thông tin chi tiết và thực hiện giao dịch ngay trong khi xem nội dung. Công nghệ số, vì vậy, không chỉ thay đổi cách thức phân phối sản phẩm truyền hình mà còn làm thay đổi chính cấu trúc và trải nghiệm tiếp nhận của sản phẩm đó.

Tiếp theo là sự thay đổi về phương thức sản xuất chương trình truyền hình. Trong nhiều giáo trình về sản xuất truyền hình, ví dụ như Television Production Handbook, quy trình sản xuất được mô tả theo ba giai đoạn chính gồm tiền kỳ (preproduction), sản xuất (production) và hậu kỳ (postproduction) (Zettl, 2015). Sách Giáo trình Báo chí Truyền hình do Dương Xuân Sơn (chủ biên) cũng có cách tiếp cận tương tự, mô tả quy trình sản xuất bao gồm tìm đề tài, xây dựng kịch bản, ghi hình, hậu kỳ và phát sóng (Dương, 2009). Tuy nhiên, trong môi trường OTT, vòng đời của sản phẩm truyền hình không kết thúc sau khi phát sóng mà tiếp tục được khai thác lại trên nhiều nền tảng khác nhau, đồng thời dữ liệu về hành vi xem của công chúng được thu thập liên tục để trở thành một trong những cơ sở để điều chỉnh chiến lược nội dung và các quyết định

sản xuất tiếp theo. Xu hướng này được Kevin Hilton (2025) mô tả trong bài viết Content Monetization Drives Broadcasters' Move to OTT (Tạm dịch: Thương mại hóa nội dung là động lực thúc đẩy các đài truyền hình chuyển dịch sang OTT): "lĩnh vực OTT vốn được Netflix, Prime Video và YouTube thiết lập, được xem là tương lai của các đài truyền hình truyền thống... Động lực thúc đẩy điều này chính là việc thu thập dữ liệu, và từ đó củng cố tiềm năng thương mại" (Hilton, 2025).

Netflix cũng cho biết "Chúng tôi ước tính khả năng bạn sẽ thích một chương trình truyền hình hoặc bộ phim dựa trên nhiều yếu tố, bao gồm: các tương tác của bạn với dịch vụ; những thành viên khác có sở thích tương tự; thông tin về nội dung như thể loại, diễn viên, năm phát hành...; thời điểm bạn xem Netflix; các thiết bị bạn sử dụng để xem Netflix..." (Netflix Help Center). Điều đó cho thấy quy trình sản xuất truyền hình hiện đại đã bổ sung các hoạt động mới, trong đó sản xuất, phân phối, phân tích dữ liệu hành vi người xem và tối ưu hóa nội dung gắn kết chặt chẽ với nhau. Đặc biệt, dữ liệu về hành vi tiếp nhận nội dung của công chúng đã trở thành một nguồn thông tin quan trọng trong kế hoạch sản xuất.

Thứ ba, là sự thay đổi một số đặc điểm của công chúng. Trong mô hình truyền hình phát sóng truyền thống, công chúng cùng tiếp nhận một nội dung tại cùng một thời điểm thông qua lịch phát sóng do đài truyền hình thiết lập. Chính đặc điểm này tạo nên khả năng tập hợp công chúng quy mô lớn, và góp phần tạo ra ảnh hưởng mạnh mẽ của truyền hình đối với việc hình thành dư luận xã hội. Tuy nhiên, trong môi trường OTT, công chúng truyền hình ngày càng có xu hướng phân chia thành những nhóm nhỏ với nhu cầu, sở thích và thói quen tiếp nhận khác nhau. Lê Vũ Điệp (2023) trong cuốn sách Hệ sinh thái truyền hình đã nhận định "Với truyền hình hiện đại, thời gian và thói quen theo dõi của khán giả đang bị xáo trộn và phân mảnh (fragmentation) bởi 4 nhóm yếu tố", và tác giả đã phân tích 4 nhóm yếu tố tác động công chúng đó trong sự so sánh truyền hình truyền thống và truyền hình phân phối trên Internet, bao gồm: cách thức phân phối (công chúng không xem cùng một thời điểm), nội dung (được xây dựng phong phú theo yêu cầu), thuật toán (đề xuất được cá nhân hóa), loại thiết bị (các thiết bị có khả năng di động và tương tác cao) (Lê Vũ Điệp, 2023, tr. 75-79). Việc công chúng không còn xem đồng thời các chương trình truyền hình theo lịch phát sóng không có nghĩa là truyền hình mất đi khả năng tác động đến dư luận xã hội, nhưng cơ chế tác động đã trở nên phức tạp hơn so với thời kỳ truyền hình phát sóng

giữ vai trò trung tâm. Trong bối cảnh đó, việc nghiên cứu công chúng truyền hình không nên chỉ dừng lại ở cách tiếp cận công chúng đại chúng, mà cần quan tâm nhiều hơn đến hiện tượng phân mảnh công chúng, cá nhân hóa tiếp nhận, sự thay đổi trong cách tác động đến dư luận xã hội.

3.1.3. Đào tạo truyền hình trên thế giới thích ứng với thay đổi

Một số cơ sở đào tạo báo chí và truyền hình trên thế giới đã có xu hướng điều chỉnh mục tiêu đào tạo trong bối cảnh mới. Montclair State University (một trường đại học công lập tại Mỹ) mô tả về chương trình đào tạo cử nhân Film and Television (tạm dịch: Điện ảnh và Truyền hình) của mình như sau: “Chương trình Điện ảnh và Truyền hình của Montclair sẽ trang bị cho bạn kiến thức để tạo ra nội dung táo bạo, độc đáo cho thế giới đa nền tảng hiện nay... Bạn sẽ học cách tư duy phản biện về truyền thông, bao gồm cả việc sử dụng các công cụ AI, đồng thời tích lũy kinh nghiệm thực tiễn trong sản xuất tại studio và môi trường làm việc từ xa. Bạn cũng sẽ có cơ hội tiếp cận với những trải nghiệm thực tế, bao gồm thực tập tại các hãng phim và đài truyền hình lớn, và tham gia vào các dự án sản xuất của sinh viên được phát sóng trên truyền hình cáp và các nền tảng phát trực tuyến” (Montclair State University). Chương trình đào tạo Video, Broadcast and Multimedia Journalism (Tạm dịch: Video, Phát thanh và Báo chí đa phương tiện) của University of North Texas (Mỹ) được giới thiệu với mục tiêu “trang bị cho sinh viên những kỹ năng cần thiết để duy trì năng lực cạnh tranh trong môi trường truyền thông ngày nay” và nhấn mạnh việc “phát triển các kỹ năng đa dạng để làm việc trên nhiều nền tảng truyền thông khác nhau” (University of North Texas).

Tại châu Âu, cơ sở đào tạo báo chí uy tín của Pháp, Centre de Formation des Journalistes (CFJ) giới thiệu chương trình cử nhân Bachelor Information, Medias et Journalism (tạm dịch: Cử nhân Thông tin, Truyền thông và Báo chí) mang đến cho người học “kiến thức tổng quát vững chắc và đa dạng, điều cần thiết để hiểu các vấn đề đương đại”, và “nắm vững các kỹ thuật sản xuất báo chí: nghiên cứu thông tin, xác minh, viết bài, sản xuất nghe nhìn, đưa tin trực tuyến, podcasting, báo chí dữ liệu, kể chuyện kỹ thuật số và trí tuệ nhân tạo, tích hợp các công nghệ kỹ thuật số, nhằm tạo ra nội dung báo chí đáng tin cậy, phù hợp với bối cảnh và thích ứng với từng nền tảng phân phối”(Centre de Formation des Journalistes). Các chương trình trên đều cho

thấy một điểm chung đáng chú ý: Bên cạnh các kỹ năng báo chí và truyền hình cốt lõi, người học ngày càng được yêu cầu làm chủ công nghệ số, trí tuệ nhân tạo, báo chí dữ liệu, nội dung trực tuyến và các cấu trúc kể chuyện phù hợp với môi trường OTT và truyền thông hội tụ.

Nghiên cứu New paths in journalism, a crossroads for education (tạm dịch: Những hướng đi mới trong báo chí, một ngã rẽ của giáo dục) của Schätz, Konstantin & Kirchhoff, Susanne (2020) về đào tạo báo chí ở Áo đã chỉ ra hiện trạng đào tạo báo chí ở Áo "Trọng tâm là giảng dạy "kỹ năng nghề" tạo nên cốt lõi của công việc báo chí (nghiên cứu, lựa chọn, đưa tin), ít chú trọng đến kỹ năng công nghệ thông tin và dữ liệu" và đưa ra khuyến nghị "Một mặt, đào tạo báo chí cần thích ứng với những thay đổi của quá trình truyền thông trong môi trường số để báo chí duy trì các chuẩn mực nghề nghiệp và vai trò đối với xã hội; mặt khác, đào tạo cũng phải theo kịp sự phát triển của công nghệ, đáp ứng kỳ vọng của các cơ quan truyền thông và người học, đồng thời dự báo những yêu cầu của nghề nghiệp trong tương lai gần" (Schätz, Konstantin & Kirchhoff, Susanne, 2020).

Có thể thấy, một điểm chung mà các cơ sở đào tạo và nghiên cứu về đào tạo báo chí ở trên hướng đến, là mở rộng nội dung, hướng tới hình thành cho người học những năng lực làm việc đáp ứng môi trường báo chí truyền thông số. Xu hướng này cũng phù hợp với những thay đổi của ngành truyền hình đã phân tích ở trên.

3.2. Thảo luận

3.2.1. Những vấn đề đặt ra đối với đào tạo truyền hình OTT Việt Nam hiện nay

Trước hết có thể thấy OTT ở Việt Nam đã phát triển rất nhanh. Theo số liệu của cơ quan quản lý, Việt Nam có 9,16 triệu thuê bao truyền hình OTT, tăng 24,1% so với năm 2023; doanh thu thuê bao dịch vụ OTT đạt 2.241 tỷ đồng, tăng 32,8% so với năm 2023 (Cục Phát thanh, Truyền hình và Thông tin điện tử, 2025). Nền tảng VTVGo của Đài Truyền hình Việt Nam là một điển hình của sự dịch chuyển từ truyền hình truyền thống sang OTT. VTVgo ra mắt năm 2014 với chức năng ban đầu là ứng dụng hỗ trợ xem các chương trình của VTV qua Internet và từng bước phát triển thành một nền tảng OTT hoàn chỉnh, cung cấp dịch vụ xem trực tiếp, xem lại và xem nội dung theo yêu cầu trên nhiều loại thiết bị. Từ năm 2022, VTVGo được định hướng

phát triển thành Nền tảng truyền hình số quốc gia, trở thành hạt nhân trong chiến lược chuyển đổi số của Đài Truyền hình Việt Nam (Cục Phát thanh, Truyền hình và Thông tin điện tử, 2023).

Sự phát triển của OTT đặt ra một vấn đề đối với đào tạo báo chí truyền hình hiện nay, đó là độ trễ giữa chương trình đào tạo và sự vận động của thực tiễn nghề nghiệp. Đây không phải là vấn đề riêng của Việt Nam mà là thách thức chung đối với đào tạo báo chí trong bối cảnh công nghệ truyền thông thay đổi nhanh chóng. Mọi chương trình đào tạo đều cần một khoảng thời gian tương đối dài để xây dựng, thẩm định, triển khai và đánh giá hiệu quả. Vì vậy, những kiến thức và kỹ năng được xây dựng trên cơ sở lý luận và thực tiễn ở một thời điểm nhất định có thể vẫn đúng về bản chất nhưng không còn phản ánh đầy đủ những bước phát triển mới của lĩnh vực. Không có cơ sở nào để khẳng định truyền hình phát sóng sẽ bị thay thế hoàn toàn, tuy nhiên, như đã phân tích ở phần trên, OTT đã làm mở rộng nội hàm của truyền hình trên các phương diện nội dung, phương thức sản xuất và phân phối, cũng như mối quan hệ với công chúng. Điều đó cho thấy nếu hệ thống lý luận và chương trình đào tạo báo chí truyền hình đã được xây dựng chủ yếu dựa trên hệ thống truyền hình phát sóng tuyến tính, thì không còn phản ánh đầy đủ về bản chất và hoạt động của ngành truyền hình hiện nay.

Vấn đề thứ hai đặt ra đối với đào tạo báo chí truyền hình là những yêu cầu mới từ thực tiễn nghề nghiệp và các đơn vị sử dụng lao động. Theo Lê Vũ Điệp (2023), trong ngành truyền hình đã hình thành dần một hệ sinh thái, được mô tả "như một mạng lưới tác động đa chiều mà ở đó có sự tham gia cộng sinh của hàng loạt các thực thể, từ các đơn vị sản xuất nội dung, đơn vị điều phối nội dung, đơn vị cung cấp nền tảng, đơn vị cung cấp dịch vụ tới khán giả và các thành tố trao đổi giá trị trong mạng lưới như nội dung, kênh truyền, công nghệ, tài chính, sản phẩm, dịch vụ..." (Lê Vũ Điệp, 2023, tr. 20). Nếu trước đây các đài truyền hình chủ yếu tuyển dụng nhân sự phục vụ hoạt động sản xuất và phát sóng chương trình trên các kênh truyền hình truyền thống, thì hiện nay quá trình chuyển dịch sang OTT và sự hình thành của hệ sinh thái truyền hình đã làm thay đổi yêu cầu đối với nguồn nhân lực. Người làm truyền hình không còn chỉ tham gia vào một công đoạn sản xuất riêng lẻ mà cần có những khả năng khác như: hiểu môi trường truyền thông số, hiểu cách thức vận hành của các nền tảng phân phối nội dung, những yêu cầu mới đối với sản phẩm truyền hình, nắm vững quy trình sản xuất và khai thác sản phẩm trong môi trường số, biết phân tích đặc điểm của công

chúng được phản ánh thông qua dữ liệu... Những yêu cầu này không thay thế các năng lực cốt lõi của nghề truyền hình mà được bổ sung trên nền tảng các năng lực đó, để có thể hoạt động tốt trong toàn bộ hệ sinh thái truyền hình.

Đây chính là những vấn đề cần được xem xét khi đổi mới đào tạo báo chí truyền hình trong bối cảnh OTT và hệ sinh thái truyền hình đang phát triển nhanh chóng.

3.2.2. Giải pháp đào tạo

Từ những thay đổi của OTT đã phân tích ở trên, bài viết đề xuất một số định hướng đổi mới đào tạo báo chí truyền hình. Những đề xuất này được xây dựng trên cơ sở phân tích lý luận và thực tiễn ngành truyền hình, trong phạm vi nghiên cứu này người viết không đánh giá một chương trình đào tạo cụ thể.

Thứ nhất, cần đổi mới mục tiêu đào tạo theo hướng phản ánh đầy đủ bối cảnh phát triển của truyền hình hiện đại. Nếu như trước đây mục tiêu đào tạo là để người học có thể đảm nhiệm được công việc gì (phóng viên, biên tập viên...), có những kỹ năng nào (viết kịch bản, quay phim, dẫn chương trình...) thì hiện nay cần nhấn mạnh thêm là người học có thể làm được công việc đó và thực hiện kỹ năng đó trong bối cảnh phát triển của hệ sinh thái truyền hình số. Người làm truyền hình ngày nay đang hoạt động trong một môi trường nghề nghiệp rộng hơn so với trước đây. Trên cơ sở đó, chuẩn đầu ra cũng cần được rà soát theo hướng vừa bảo đảm các năng lực cốt lõi của nghề báo chí truyền hình, vừa bổ sung những năng lực giúp người học có khả năng thích ứng với sự thay đổi, phát triển của truyền hình đương đại.

Thứ hai, cần cập nhật nội dung chương trình và hệ thống học liệu. Trước hết là cần rà soát và cập nhật lại lý luận nền tảng của chuyên ngành báo chí truyền hình. Như phần trên đã phân tích, OTT không làm thay đổi bản chất của truyền hình, nhưng mở rộng nội hàm truyền hình, và mang đến nhiều thay đổi từ nội dung tác phẩm đến phương thức tổ chức sản xuất và tiếp cận công chúng. Những nội dung cần được quan tâm nhiều hơn trong chương trình đào tạo bao gồm: khái niệm và đặc điểm của truyền hình hiện đại; hệ sinh thái truyền hình; các loại sản phẩm và thể loại truyền hình; quy trình sản xuất và phân phối nội dung; đặc điểm của công chúng truyền hình hiện nay; vai trò của dữ liệu và các công nghệ mới trong hoạt động truyền hình. Những nội dung này có thể được tích hợp vào các học phần lý luận và nghiệp vụ hiện có nhằm bảo đảm

tính thống nhất của chương trình đào tạo.

Bên cạnh nội dung chương trình, hệ thống học liệu cũng cần được cập nhật thường xuyên. Ngoài giáo trình và tài liệu lý luận truyền thống, cần tăng cường sử dụng các nghiên cứu mới, báo cáo của các cơ quan quản lý, tài liệu của các tổ chức nghề nghiệp, các nghiên cứu tình huống và những kinh nghiệm thực tiễn của các cơ quan báo chí, đài truyền hình và nền tảng OTT. Điều này không chỉ góp phần rút ngắn khoảng cách giữa đào tạo với thực tiễn mà còn tạo điều kiện để chương trình đào tạo có khả năng thích ứng nhanh hơn trước những thay đổi của công nghệ và môi trường truyền thông.

Thứ ba, cần điều chỉnh hệ thống kỹ năng nghề nghiệp và bổ sung những kỹ năng phù hợp với tác nghiệp truyền hình OTT. Sự phát triển của OTT không làm thay đổi các kỹ năng cốt lõi của nghề báo chí truyền hình như phát hiện đề tài, tác nghiệp, quay phim, biên tập hay tổ chức sản xuất chương trình, tuy nhiên, nhiều kỹ năng mới đã xuất hiện. Chẳng hạn, người làm truyền hình không chỉ biên tập một chương trình hoàn chỉnh để phát sóng mà còn phải biết tổ chức một nội dung thành nhiều sản phẩm phù hợp với các nền tảng khác nhau; không chỉ đặt tên cho chương trình hoặc tác phẩm truyền hình mà còn phải xây dựng tiêu đề, mô tả và từ khóa nhằm tối ưu khả năng tìm kiếm và tiếp cận công chúng trên các nền tảng số; không chỉ sản xuất nội dung mà còn cần biết khai thác dữ liệu về hành vi tiếp nhận của công chúng để đánh giá hiệu quả truyền thông và điều chỉnh chiến lược nội dung cũng như kế hoạch sản xuất tiếp theo; không chỉ hoàn thành chương trình để phát sóng mà còn biết quản trị vòng đời của nội dung sau khi phát hành thông qua việc tổ chức lại, cập nhật và tái phân phối nội dung trên không gian số. Tương ứng với việc bổ sung các kỹ năng mới, hệ thống bài tập và thực hành trong chương trình đào tạo cũng cần được điều chỉnh bổ sung theo hướng mô phỏng môi trường tác nghiệp của OTT, trong đó chú trọng việc xây dựng tổ hợp sản phẩm cho nhiều nền tảng phân phối khác nhau.

Thứ tư, cần đổi mới phương thức tổ chức đào tạo theo hướng tăng cường gắn kết giữa đào tạo với thực tiễn nghề nghiệp và xây dựng cơ chế cập nhật chương trình linh hoạt. Một trong những nguyên nhân dẫn đến độ trễ của chương trình đào tạo là khoảng cách giữa quá trình xây dựng chương trình với sự thay đổi nhanh của thực tiễn ngành truyền hình. Vì vậy, việc rà soát, cập nhật chương trình đào tạo cần được thực hiện

thường xuyên hơn trên cơ sở tham khảo ý kiến của các cơ quan báo chí, đài truyền hình, các nền tảng OTT và các đơn vị sử dụng lao động. Bên cạnh đó, cần tăng cường các hình thức đào tạo gắn với thực tiễn như mời chuyên gia tham gia giảng dạy, tổ chức các dự án sản xuất mô phỏng môi trường tác nghiệp thực tế, tăng cường thực tập nghề nghiệp và sử dụng các tình huống thực tiễn trong giảng dạy. Những giải pháp này không chỉ góp phần rút ngắn khoảng cách giữa đào tạo và thực tiễn mà còn tạo điều kiện để chương trình đào tạo có khả năng thích ứng nhanh hơn với sự phát triển của công nghệ và OTT.

Có thể thấy, đổi mới đào tạo báo chí truyền hình trong bối cảnh OTT không phải là xây dựng một chuyên ngành mới, mà là rà soát và cập nhật toàn diện các thành tố của chương trình đào tạo trên cơ sở những biến đổi của lý luận và thực tiễn truyền hình. Đây cũng là điều kiện để chương trình đào tạo vừa kế thừa những giá trị nền tảng của báo chí truyền hình, vừa đáp ứng những yêu cầu mới của thực tiễn nghề nghiệp trong môi trường truyền thông số.

4. Kết luận

Những phân tích trên cho thấy yêu cầu đổi mới đào tạo báo chí truyền hình hiện nay không chỉ xuất phát từ sự xuất hiện của các công nghệ hay nền tảng mới, mà sâu xa hơn là từ những thay đổi của chính ngành truyền hình. Khi công chúng, sản phẩm truyền hình, quy trình sản xuất và phương thức phân phối nội dung đều đang thay đổi, việc đào tạo báo chí truyền hình cũng cần phải có điều chỉnh tương ứng. Đổi mới đào tạo không phải là thay thế những giá trị cốt lõi của báo chí truyền hình, mà là mở rộng nội hàm của chuyên ngành để đáp ứng thực tiễn phát triển của truyền hình trong môi trường số và đa nền tảng./.

Tài liệu tham khảo

Cục Phát thanh, Truyền hình và Thông tin điện tử. (2025). Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức Hội thảo giao ban công tác quản lý dịch vụ phát thanh, truyền hình năm 2025, <https://abei.gov.vn/phat-thanh-truyen-hinh/bo-van-hoa-the-thao-va-du-lich-to-chuc-hoi-thao-giao-ban-cong-tac-quan-ly-dich-vu-phat-thanh-truyen-hinh-nam-2025/118973>

Cục Phát thanh, Truyền hình và Thông tin điện tử. (2023). VTVgo chính thức trở thành nền tảng truyền hình số quốc gia, <https://abei.gov.vn/phat-thanh-truyen-hinh/vtvgo-chinh-thuc-tro-thanh-nen-tang-truyen-hinh-so-quoc-gia/108091>

Centre de Formation des Journalistes (CFJ) <https://cfjparis.com/formation/diplome-bac-plus-3/>

Dương Xuân Sơn. (2009). Giáo trình Báo chí Truyền hình, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia

Hilton, Kevin. (2025). Content Monetization Drives Broadcasters' Move to OTT, TVtech, <https://www.tvtechnology.com/news/content-monetization-drives-broadcasters-move-to-ott>

Lê Vũ Điệp. (2023). Hệ sinh thái truyền hình, Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông

Lotz, Amanda D. (2014). The Television Will Be Revolutionized, NYU Press

Lotz, Amanda D. (2017). Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television, MI: Michigan Publishing, University of Michigan Library
<https://quod.lib.umich.edu/m/maize/mpub9699689/1:4/--portals-a-treatise-on-internet-distributed-television>

Montclair State University
<https://www.montclair.edu/academics/programs/ba-film-and-television/>

Netflix Help Center, How Netflix's recommendations system works
<https://help.netflix.com/en/node/100639>

Schätz, K., & Kirchhoff, S. (2020). New paths in journalism, a crossroads for education. Journalism Research, 3(2), 92–103. <https://doi.org/10.1453/2569-152X-22020-10781-en>

University of North Texas
<https://www.unt.edu/academics/programs/broadcast-and-digital-journalism-degree.html>

Zettl, Herbert. (2015). Television Production Handbook, 12th Edition, Boston, MA: Cengage Learning, ISBN 978-1285052670.