

Từ ưu thế truyền tải thông tin đến vai trò “thiết chế kiến tạo niềm tin”: Một định vị mới của Báo chí Cách mạng Việt Nam trong kỷ nguyên số

Ngày nhận bài: 26/06/2026 | Ngày phản biện: 03/07/2026 | Ngày xuất bản: 24/09/2026

Tác giả: Nguyễn Đức Hạnh (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

DOI: 10.66057/llcttt-31608

Tóm tắt: Sự phát triển của công nghệ số, mạng xã hội, dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo và các nền tảng xuyên biên giới đang làm thay đổi sâu sắc cấu trúc sản xuất, phân phối và tiếp nhận thông tin. Trong bối cảnh đó, một hướng tiếp cận về vai trò kiến tạo niềm tin của báo chí đã hình thành khá rõ trong diễn ngôn chính trị - báo chí Việt Nam năm 2026, nổi bật qua bài viết của tác giả Tô Lâm về báo chí cách mạng Việt Nam trong thời đại số. Bài viết này tập trung lý luận hóa cấu trúc và những điều kiện vận hành của định vị đó. Trên cơ sở phân tích chủ đề định tính đối với các văn bản chính trị, chính sách, tài liệu nghiên cứu và một số trường hợp của báo chí Việt Nam, đồng thời tham chiếu nghiên cứu quốc tế về niềm tin báo chí, quá tải thông tin và tính toàn vẹn thông tin, bài viết khái quát ba năng lực có quan hệ hữu cơ cấu thành vai trò kiến tạo niềm tin: xác thực sự thật, kiến giải hiện thực và đồng hành với công chúng. Nghiên cứu đồng thời phân biệt niềm tin vào thông tin, niềm tin vào cơ quan báo chí và sự đóng góp của báo chí đối với niềm tin xã hội; thảo luận mối quan hệ giữa sự thật, định hướng chính trị và niềm tin; từ đó đề xuất một số điều kiện nhằm nâng cao năng lực kiến tạo niềm tin của báo chí cách mạng Việt Nam trong môi trường truyền thông số.

1. Đặt vấn đề

Trong lịch sử báo chí cách mạng Việt Nam, truyền tải thông tin chưa bao giờ là chức năng duy nhất của báo chí. Báo chí đồng thời thực hiện chức năng tuyên truyền, giáo dục, cổ động, tổ chức, phản ánh thực tiễn, định hướng dư luận và tham gia vào đời sống chính trị - xã hội. Vì vậy, cách diễn đạt “từ ưu thế truyền tải thông tin đến vai trò

thiết chế kiến tạo niềm tin” trong bài viết này không hàm ý một sự chuyển đổi từ chức năng cũ sang chức năng mới, càng không xem báo chí cách mạng trước đây đơn thuần là một phương tiện phát tin. Vấn đề được đặt ra là sự thay đổi tương quan lợi thế của báo chí trong một môi trường truyền thông mà quyền sản xuất và phát tán thông tin đã được phân tán rộng rãi.

Quy mô của sự thay đổi đó có thể nhìn thấy qua dữ liệu sử dụng truyền thông số. Theo Kemp (2025), Việt Nam có khoảng 85,6 triệu người sử dụng Internet vào cuối năm 2025, tương đương 84,2% dân số; khoảng 79 triệu định danh người dùng mạng xã hội được ghi nhận vào tháng 10/2025, tương đương 77,6% dân số, dù con số định danh mạng xã hội không hoàn toàn đồng nhất với số cá nhân duy nhất. Điều đáng chú ý không chỉ nằm ở số lượng người sử dụng, mà ở sự thay đổi cấu trúc truyền thông: công chúng vừa là người tiếp nhận, vừa bình luận, chia sẻ, kiểm chứng và có thể trực tiếp sản xuất nội dung.

Trong bài viết Báo chí cách mạng Việt Nam trong thời đại số ngày 18/6/2026, Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm nhận định công nghệ số, dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo, mạng xã hội và các nền tảng truyền thông xuyên biên giới đã làm thay đổi tận gốc cách thông tin được tạo ra, phân phối, tiếp nhận và kiểm chứng. Điểm đặc biệt quan trọng là bài viết không đặt tương lai báo chí chủ yếu ở khả năng tăng tốc sản xuất nội dung, mà ở khả năng trở thành một địa chỉ đáng tin cậy, giúp công chúng xác nhận thông tin, hiểu nguyên nhân, tác động, trách nhiệm và giải pháp của những vấn đề phức tạp (Tô Lâm, 2026).

Ngay sau đó, một số bài viết trong giới nghiên cứu và quản lý báo chí tiếp tục phát triển hướng tư duy này. Tác giả Nguyễn Sĩ Dũng trong bài Báo chí kiến tạo niềm tin cho rằng khi bất kỳ ai cũng có khả năng phát tin, sự khác biệt bền vững của báo chí nằm ở tính xác thực, tính chuyên nghiệp, trách nhiệm xã hội và khả năng tạo dựng niềm tin; ông sử dụng trực tiếp khái niệm “thiết chế kiến tạo niềm tin” để mô tả vai trò xã hội của báo chí (Nguyễn Sĩ Dũng, 2026a). Tác giả Đỗ Chí Nghĩa tiếp cận vấn đề từ bình diện niềm tin xã hội. Theo tác giả, niềm tin xã hội không phải trạng thái tâm lý nhất thời mà hình thành từ nhận thức, trải nghiệm và đánh giá thực tiễn; báo chí cách mạng tham gia kiến tạo niềm tin thông qua việc giúp công chúng hiểu đúng chủ trương, kết nối tư duy chiến lược với đời sống và biến nội dung chính trị thành động lực đồng thuận, hành động xã hội (Đỗ Chí Nghĩa, 2026).

Trong bài Bài viết của Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm, Lời hiệu triệu với tương lai báo chí Việt Nam, Nguyễn Sĩ Dũng đã diễn giải khá trực tiếp sự chuyển dịch “từ truyền tải thông tin đến kiến tạo niềm tin” và gọi việc báo chí đi từ cơ quan truyền tải thông tin trở thành thiết chế kiến tạo niềm tin là một định vị mới của báo chí cách mạng Việt Nam (Nguyễn Sĩ Dũng, 2026b).

Như vậy, đến nay đã có thể nhận diện một hướng diễn giải tương đối rõ trong một cụm bài viết chính trị - báo chí Việt Nam: báo chí phải vượt khỏi lợi thế đơn thuần của việc truyền tin để gia tăng khả năng xác thực, giải thích và tạo dựng niềm tin. Chính từ thực tế đó, câu hỏi khoa học của bài viết cần được đặt ở tầng sâu hơn. Nếu “kiến tạo niềm tin” đã được xác lập như một yêu cầu, thì: niềm tin mà báo chí kiến tạo được cấu thành như thế nào; bằng những năng lực nào; ở cấp độ nào; và những điều kiện nào giúp định vị ấy vận hành mà không làm mờ bản chất chính trị - nghề nghiệp của báo chí cách mạng? Đây là vấn đề mà bài viết tập trung giải quyết.

Đóng góp của bài viết hướng tới là chuyển một định hướng đang hình thành trong diễn ngôn chính trị - báo chí Việt Nam thành một khung phân tích có cấu trúc, gồm ba năng lực xác thực - kiến giải - đồng hành; đồng thời làm rõ giới hạn giữa niềm tin đối với báo chí với niềm tin xã hội, và quan hệ giữa sự thật, định hướng, công nghệ và trách nhiệm thể chế. Theo đó, chữ “mới” trong tiêu đề được dùng để chỉ một định vị đang nổi lên trong điều kiện truyền thông mới.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phân tích chủ đề định tính đối với tài liệu kết hợp phân tích chính sách và tổng hợp lý luận.

Tập hợp tài liệu lõi của nghiên cứu gồm ba lớp. Lớp thứ nhất là những văn bản thể hiện trực tiếp hướng tư duy về vai trò báo chí trong điều kiện mới: bài viết của Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm ngày 18/6/2026; các bài của Nguyễn Sĩ Dũng ngày 19 và 21/6/2026; bài của Đỗ Chí Nghĩa ngày 20/6/2026. Lớp thứ hai gồm các văn bản thể chế, nổi bật là Luật Báo chí số 126/2025/QH15 và Quyết định số 348/QĐ-TTg về Chiến lược chuyển đổi số báo chí. Luật Báo chí mới được ban hành ngày 10/12/2025 và có hiệu lực từ ngày 1/7/2026; Chiến lược chuyển đổi số báo chí được ban hành

ngày 6/4/2023. Lớp thứ ba là các nghiên cứu và báo cáo quốc tế về niềm tin báo chí, quá tải tin tức, thông tin sai lệch, quản trị nền tảng và đạo đức AI.

Các tài liệu được đối chiếu và phân nhóm theo năm chủ đề: sự thật - kiểm chứng; giải thích - kiến giải; quan hệ với công chúng; trách nhiệm nghề nghiệp - thể chế; công nghệ - dữ liệu - nền tảng. Từ những điểm giao nhau giữa các nhóm chủ đề này, bài viết khái quát thành ba năng lực: xác thực, kiến giải và đồng hành.

Ba năng lực này không được trình bày như một bảng phân loại duy nhất hoặc toàn diện về chức năng báo chí. Đây là khung phân tích do nghiên cứu đề xuất nhằm lý luận hóa định vị "thiết chế kiến tạo niềm tin" đang hình thành trong các tài liệu đã khảo sát.

Bài viết không thực hiện điều tra định lượng về niềm tin công chúng và không kiểm định quan hệ nhân quả giữa ba năng lực với mức độ niềm tin thực tế. Vì vậy, kết quả nghiên cứu thuộc bình diện mô hình lý luận - chính sách, cần được kiểm nghiệm tiếp bằng nghiên cứu công chúng và nghiên cứu tổ chức tòa soạn.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Niềm tin báo chí và tính thiết chế của báo chí

Niềm tin đối với báo chí không phải một trạng thái đồng nhất. Kohring và Matthes (2007), trong nghiên cứu xây dựng thang đo đa chiều về niềm tin vào truyền thông tin tức, cho rằng niềm tin của công chúng liên quan tới ít nhất bốn phương diện: lựa chọn chủ đề, lựa chọn dữ kiện, độ chính xác của mô tả và chất lượng đánh giá của báo chí. Điều đó cho thấy công chúng không chỉ hỏi một dữ kiện cụ thể đúng hay sai; họ còn đánh giá cơ quan báo chí chọn vấn đề nào, lựa chọn bằng chứng ra sao, mô tả hiện thực có chính xác và cách kiến giải có đáng tin hay không.

Trong bài viết này, có thể phân biệt ba cấp độ phân tích.

- Niềm tin vào thông tin liên quan trực tiếp tới độ chính xác, nguồn gốc, khả năng kiểm chứng của dữ kiện.
- Niềm tin vào cơ quan báo chí hình thành từ trải nghiệm lặp lại về sự chính xác, minh bạch, năng lực nghề nghiệp, chuẩn mực biên tập và trách nhiệm sửa sai.

- Đóng góp của báo chí đối với niềm tin xã hội là cấp độ rộng hơn, khi hoạt động thông tin và kiến giải giúp công chúng hiểu các vấn đề chung, đánh giá chính sách và hình thành các quan hệ tin cậy trong xã hội.

Ba cấp độ có thể liên quan nhưng không được đồng nhất. Nghiên cứu của Treadwell và Myllylahti (2025) cho thấy niềm tin vào tin tức có quan hệ với niềm tin vào một số thiết chế xã hội khác nhưng không vận động hoàn toàn đồng bộ với niềm tin vào chính phủ, chính trị, doanh nghiệp hay các thiết chế khác. Vì vậy, không thể suy luận đơn giản rằng tăng niềm tin vào báo chí tất yếu dẫn đến tăng niềm tin chính trị hoặc ngược lại.

Sự phân biệt này đặc biệt cần thiết đối với khái niệm "kiến tạo niềm tin". Bài viết không coi báo chí có khả năng trực tiếp "sản xuất" niềm tin chính trị bằng một quan hệ nhân quả giản đơn. Báo chí có thể tạo các điều kiện thông tin và giao tiếp để niềm tin được hình thành: cung cấp sự thật có thể kiểm chứng, kiến giải có căn cứ, phản ánh thực tiễn và duy trì một quan hệ trách nhiệm với công chúng.

Khái niệm "thiết chế" cũng cần được sử dụng thận trọng. Báo chí có tính thiết chế bởi hoạt động của nó không phải tổng số những hành vi cá nhân rời rạc mà được tổ chức bởi luật pháp, quy tắc nghề nghiệp, cấu trúc tòa soạn, chuẩn mực, vai trò xã hội và những kỳ vọng ổn định của công chúng. Các nghiên cứu theo lý thuyết thiết chế cũng tiếp cận các tổ chức báo chí và nghề báo như những cấu trúc chịu tác động của chuẩn mực, quan hệ tổ chức và áp lực môi trường (Lowrey, 2011).

Do đó, "thiết chế kiến tạo niềm tin" trong bài là một khái niệm phân tích: báo chí với tư cách thiết chế xã hội tạo ra những điều kiện có tổ chức để thông tin đáng tin cậy được sản xuất, kiểm chứng, kiến giải và đưa vào quan hệ tương tác với công chúng.

3.2. Sự suy giảm tương đối của ưu thế truyền tải thông tin

Trong mô hình truyền thông truyền thống, một trong những ưu thế lớn của cơ quan báo chí là khả năng tiếp cận nguồn tin, sở hữu phương tiện xuất bản và hệ thống phân phối. Công chúng muốn biết một sự kiện thường phải thông qua các chủ thể truyền thông chuyên nghiệp.

Không gian số làm thay đổi căn bản tương quan đó. Một cá nhân có điện thoại thông minh có thể phát hình trực tiếp một sự kiện; tổ chức và doanh nghiệp có thể giao tiếp trực tiếp với công chúng; mạng xã hội có thể đưa một nội dung tới lượng người rất lớn mà không cần đi qua cơ quan báo chí; AI tạo sinh tiếp tục hạ thấp chi phí sản xuất văn bản, hình ảnh, âm thanh và video.

Điều đó không có nghĩa thông tin mất giá trị, mà có nghĩa khả năng phát thông tin không còn là lợi thế tương đối độc quyền của báo chí.

Ở phía công chúng, vấn đề vì thế chuyển dần từ thiếu thông tin sang khó khăn trong lựa chọn, đánh giá và xử lý thông tin. Khái niệm news overload mô tả tình trạng lượng và tốc độ tin tức vượt quá khả năng xử lý hữu hiệu của người tiếp nhận. Tổng phân tích của Xu và cộng sự trên 17 nghiên cứu với 13.143 người tham gia cho thấy quá tải tin tức có quan hệ thuận với xu hướng né tránh tin tức (Xu et al., 2026).

Digital News Report 2025 của Reuters Institute cũng ghi nhận 58% số người được khảo sát tại 48 thị trường lo ngại về khả năng phân biệt thật - giả trong tin tức trực tuyến. Khi cần kiểm tra một nội dung nghi ngờ, 38% cho biết họ tìm đến nguồn báo chí mà mình tin cậy, 35% tìm đến nguồn chính thức và 25% sử dụng các tổ chức kiểm chứng thông tin.

Những dữ liệu đó không tự động chứng minh rằng “độ tin cậy đã thay thế truyền tin” như một quy luật phổ quát. Tuy nhiên, kết hợp với sự thay đổi cấu trúc nguồn phát, chúng cho phép bài viết đề xuất cách nhìn về một sự chuyển dịch tương đối: giá trị khác biệt của báo chí ngày càng ít phụ thuộc vào khả năng “có tin trước” và ngày càng phụ thuộc nhiều hơn vào khả năng xác định điều gì đáng tin và làm cho sự kiện trở nên có thể hiểu được.

3.3. Từ yêu cầu “kiến tạo niềm tin” đến vấn đề cấu trúc năng lực

Các tài liệu trong nước xuất hiện tháng 6/2026 có sự gặp nhau đáng chú ý. Đồng chí Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm đặt trọng tâm vào độ tin cậy, xác thực và năng lực kiến giải. Báo chí phải giúp công chúng không chỉ biết chuyện gì xảy ra mà còn hiểu vì sao xảy ra, tác động đến ai, trách nhiệm thuộc về đâu và giải pháp nào có cơ sở (Tô

Lâm, 2026). Tác giả Nguyễn Sĩ Dũng phát triển vấn đề theo bình diện vị thế cạnh tranh và vốn xã hội. Khi mọi người đều có thể phát tin, báo chí phải chuyển trọng tâm từ chạy đua về tốc độ và số lượng sang tính xác thực, chuyên nghiệp, trách nhiệm và niềm tin. Trong bài ngày 19/6/2026, ông trực tiếp sử dụng hình ảnh báo chí như một “thiết chế kiến tạo niềm tin”; trong bài ngày 21/6/2026, tư tưởng này được diễn giải như một sự chuyển dịch từ cơ quan truyền tải thông tin sang thiết chế kiến tạo niềm tin (Nguyễn Sĩ Dũng, 2026a, 2026b). Tác giả Đỗ Chí Nghĩa bổ sung bình diện đồng thuận và quan hệ giữa truyền thông chính trị với trải nghiệm thực tiễn của công chúng. Niềm tin, theo cách tiếp cận này, không thể chỉ hình thành từ việc phổ biến nội dung chính sách mà phải gắn với khả năng giúp công chúng hiểu ý nghĩa của chính sách, nhìn thấy bằng chứng trong thực tiễn và nhận thức được quan hệ giữa những định hướng chiến lược với cuộc sống cụ thể của mình (Đỗ Chí Nghĩa, 2026).

Ba hướng tiếp cận gặp nhau ở một điểm: kiến tạo niềm tin không thể chỉ là một thông điệp hay khẩu hiệu về vai trò báo chí; nó phải được thực hiện thông qua những năng lực nghề nghiệp và thiết chế cụ thể.

Trên cơ sở đó, ở bài viết này, chúng tôi khái quát ba năng lực cấu thành: xác thực sự thật – kiến giải hiện thực – đồng hành với công chúng.

3.4. Năng lực xác thực, tạo cơ sở để thông tin có thể được tin cậy

Xác thực là khả năng kiểm tra nguồn, dữ kiện, hình ảnh, phát ngôn, bối cảnh và tính toàn vẹn của thông tin trước khi công bố, đồng thời có cơ chế minh bạch để sửa sai khi cần thiết. Đây là tầng nền tảng. Nếu độ chính xác không được bảo đảm, mọi khả năng lan truyền, giải thích hay định hướng sau đó đều đứng trên một cơ sở không vững chắc.

Điều đáng chú ý là kiểm chứng trong môi trường số không thể chỉ được hiểu như thao tác nghề nghiệp thầm lặng của từng phóng viên. Tin giả, nội dung cắt ghép, deepfake và AI tạo sinh làm tăng nhu cầu thể chế hóa kiểm chứng thành năng lực của tòa soạn.

Thực tiễn Việt Nam đã có những thử nghiệm theo hướng này. Dự án “Cuộc chiến chống tin giả Hiệp hội các nhà xuất bản tin tức thế giới, những ý tưởng sáng tạo và giải pháp hiệu quả” (WAN-IFRA) của Thông tấn xã Việt Nam trao giải Best Project for

News Literacy tại Hội nghị Truyền thông Kỹ thuật số châu Á 2020. Trường hợp này không đại diện cho toàn bộ hệ thống báo chí Việt Nam, nhưng cho thấy kiểm chứng có thể chuyển từ một thao tác nội bộ thành sản phẩm và năng lực phục vụ công chúng có tổ chức.

Năng lực xác thực vì thế không chỉ trả lời câu hỏi “thông tin này đúng hay sai?”, mà còn trả lời một câu hỏi thiết chế: công chúng có lý do gì để tin rằng cơ quan báo chí đã thực hiện một quy trình đủ nghiêm túc trước khi công bố?

3.5. Năng lực kiến giải, từ dữ kiện đúng đến hiểu biết có căn cứ

Sự thật báo chí không chỉ tồn tại dưới hình thức những dữ kiện đơn lẻ. Một số liệu có thể hoàn toàn chính xác nhưng gây hiểu lầm nếu thiếu bối cảnh; một hiện tượng có thật nhưng không đương nhiên đại diện cho bản chất; một chính sách không thể chỉ được đánh giá bằng một tác động ngắn hạn.

Do đó, báo chí cần đi từ xác nhận sự kiện tới kiến giải hiện thực. Kiến giải là khả năng đặt thông tin trong quan hệ lịch sử, chính trị, kinh tế, pháp lý và xã hội; sử dụng dữ liệu, chuyên gia, so sánh và bằng chứng để giúp công chúng hiểu nguyên nhân, hệ quả, trách nhiệm và những khả năng giải quyết vấn đề.

Điểm này có nền tảng cả trong nghiên cứu niềm tin báo chí lẫn các tài liệu trong nước năm 2026. Trong mô hình của Kohring và Matthes (2007), đánh giá của nhà báo là một thành phần trong cấu trúc niềm tin; Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm yêu cầu báo chí giải thích “vì sao”, “tác động”, “trách nhiệm” và “giải pháp”; Nguyễn Sĩ Dũng nhấn mạnh báo chí phải chuyển từ người đưa tin sang người kiến giải; Đỗ Chí Nghĩa đặt yêu cầu chuyển hóa những khái niệm chính trị khái quát thành nội dung gần với thực tiễn đời sống.

Đánh giá của Hội đồng sơ khảo Giải Báo chí Quốc gia lần thứ XX, năm 2025, nhiều tuyển bài đa phương tiện dự giải đã sử dụng trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, báo chí dữ liệu và báo chí giải pháp, cho thấy xu hướng đổi mới phương thức sản xuất và thể hiện tác phẩm đang diễn ra ở một bộ phận báo chí Việt Nam (Toàn Thắng, 2026). Nhưng không nên vì thế mà cho rằng đó là phản ánh mặt bằng trình độ chung của báo chí Việt Nam hiện nay.

Trong phạm vi này, báo chí giải pháp có thể là một phương thức hữu ích nhằm làm sâu khả năng kiến giải. Tuy nhiên, không nên đặt “báo chí giải pháp” đối lập hoặc thay thế “báo chí tuyên truyền”. Đối với báo chí cách mạng Việt Nam, báo chí giải pháp nên được xem như một phương thức nghề nghiệp bổ sung, làm tăng tính xây dựng, sức thuyết phục và khả năng gắn thông tin với phương án hành động.

3.6. Năng lực đồng hành, biến công chúng từ đối tượng tiếp nhận thành chủ thể quan hệ

Niềm tin không chỉ hình thành ở phía nội dung. Nó còn được tạo dựng trong mối quan hệ giữa báo chí với công chúng. Công chúng số phản hồi, chất vấn, bổ sung dữ liệu, so sánh nhiều nguồn và có thể kiểm chứng ngược báo chí. Vì thế, mô hình truyền thông một chiều ngày càng khó tạo ra quan hệ tin cậy bền vững.

Đồng hành không có nghĩa báo chí chạy theo mọi xu hướng của mạng xã hội hoặc để chỉ số tương tác quyết định nội dung. Nó là khả năng nhận diện những nhu cầu thông tin chính đáng; nghe được những câu hỏi, lo lắng và phản hồi từ thực tiễn; tiếp tục theo đuổi vấn đề sau khi tin bài đã xuất bản; giải thích và sửa sai khi cần thiết.

Luật Báo chí năm 2025 tiếp tục xác lập báo chí là diễn đàn của nhân dân và ghi nhận các quyền cung cấp, phản hồi, yêu cầu cải chính, góp ý, kiến nghị, phản ánh, phê bình trên báo chí. Luật được ban hành ngày 10/12/2025 và có hiệu lực từ ngày 1/7/2026. Vì thế, quan hệ hai chiều giữa báo chí và công chúng không đơn thuần là một kỹ thuật truyền thông số mà có nền tảng trong chính vị trí xã hội - pháp lý của báo chí.

Ba năng lực trên tạo thành một chuỗi logic: xác thực tạo cơ sở để tin vào dữ kiện; kiến giải tạo cơ sở để tin vào năng lực nghề nghiệp; đồng hành tạo cơ sở để duy trì quan hệ tin cậy giữa thiết chế báo chí với công chúng.

Đây là phần mà nghiên cứu của chúng tôi bổ sung cho những diễn giải hiện có về “kiến tạo niềm tin”: chuyển một yêu cầu chuẩn tắc thành một cấu trúc năng lực có thể tiếp tục được nghiên cứu và kiểm nghiệm.

4. Thảo luận

4.1. Về “định vị mới” của thiết chế kiến tạo niềm tin báo chí trong kỷ nguyên số

Kết quả khảo sát tài liệu cho thấy, một mặt, định vị báo chí như một lực lượng kiến tạo niềm tin có thể được coi là mới trong tương quan với những điều kiện truyền thông đang thay đổi, khi ưu thế truyền tải thông tin bị suy giảm tương đối và niềm tin trở thành một vấn đề trung tâm của môi trường thông tin. Mặt khác, nghiên cứu trong bài viết này là hệ thống hóa, phân biệt và phát triển vấn đề thiết chế kiến tạo niềm tin thành một mô hình phân tích có thể tranh luận và kiểm nghiệm.

Đóng góp của mô hình xác thực - kiến giải - đồng hành nằm ở chỗ nó chỉ ra rằng “kiến tạo niềm tin” không thể là một chức năng trừu tượng. Muốn trở thành một định vị có khả năng vận hành, nó phải được chuyển thành những năng lực và chuẩn mực tổ chức cụ thể.

4.2. Sự thật, định hướng và niềm tin không phải ba giá trị loại trừ nhau

Một vấn đề lý luận đặc biệt quan trọng là không được biến mối quan hệ giữa sự thật và định hướng chính trị thành sự đối lập giữa “sự thật khách quan” và một “sự thật chủ quan” phục vụ mục tiêu định hướng. Sự thật là nền tảng nhận thức và đạo đức của báo chí. Định hướng chính trị xác lập mục tiêu xã hội và định hướng quá trình lựa chọn, kiến giải, đánh giá hiện thực trên cơ sở tôn trọng sự thật.

Báo chí không tồn tại trong trạng thái hoàn toàn phi lựa chọn. Lựa chọn vấn đề, nguồn tin, dữ kiện và bối cảnh đều là hành động nghề nghiệp. Điều cần xem xét không phải “có lựa chọn hay không”, mà là lựa chọn ấy có dựa trên sự thật, lợi ích của nhân dân, chuẩn mực nghề nghiệp và khả năng giải trình hay không.

Theo nghĩa đó, kiến tạo niềm tin không làm giảm vai trò định hướng của báo chí cách mạng mà đặt ra yêu cầu cao hơn đối với chất lượng định hướng: thuyết phục bằng sự thật, dữ liệu, lý luận và thực tiễn thay vì chỉ truyền đạt kết luận.

Một đường lối đúng không trở nên thuyết phục hơn nếu được bảo vệ bằng thông tin thiếu chính xác. Ngược lại, việc phản ánh trung thực những khó khăn, bất cập và cả quá trình khắc phục có thể làm cho niềm tin trở nên vững chắc hơn, bởi nó giúp công chúng thấy được quan hệ giữa chủ trương, thực tiễn và trách nhiệm.

4.3. Niềm tin báo chí không thể đồng nhất với niềm tin chính trị

Khi đặt niềm tin báo chí trong quan hệ với niềm tin xã hội và sự đồng thuận là một gợi mở quan trọng. Tuy nhiên, từ góc độ nghiên cứu, cần tránh một bước nhảy thiếu vững chắc về logic: báo chí đáng tin không tự động làm mọi thiết chế khác trở nên đáng tin. Nghiên cứu quốc tế gần đây cho thấy niềm tin vào báo chí có thể có quan hệ với niềm tin xã hội và niềm tin vào các thiết chế khác, nhưng mỗi loại niềm tin có động lực, kinh nghiệm và đối tượng riêng (Treadwell & Myllylahti, 2025).

Bởi vậy, nói báo chí “kiến tạo niềm tin xã hội” nên được hiểu theo nghĩa có giới hạn: báo chí góp phần tạo ra môi trường thông tin, diễn giải và đối thoại thuận lợi cho sự hình thành niềm tin, chứ không phải có quyền lực đơn phương sản xuất ra niềm tin. Giới hạn này làm khái niệm thuyết phục hơn, chứ không làm nó yếu đi.

4.4. Công nghệ là điều kiện của thiết chế niềm tin, không phải nguồn gốc của niềm tin

Chiến lược chuyển đổi số báo chí xác định mục tiêu xây dựng các cơ quan báo chí theo hướng chuyên nghiệp, nhân văn, hiện đại. Vì vậy, tòa soạn số cần được hiểu như quá trình tổ chức lại hoạt động báo chí trên nền công nghệ: sản xuất, biên tập, kiểm chứng, dữ liệu, phân phối, tương tác và đo lường.

Nhưng công nghệ không tự tạo ra niềm tin. AI có thể hỗ trợ tìm kiếm, phiên âm, dịch thuật, xử lý dữ liệu hay phát hiện dấu hiệu bất thường; thuật toán có thể phân phối nội dung; dữ liệu có thể giúp hiểu công chúng. Tuy nhiên, trách nhiệm đối với sản phẩm báo chí vẫn thuộc về con người và cơ quan báo chí. Các nguyên tắc về minh bạch, trách nhiệm và giám sát con người cũng là nội dung quan trọng trong Khuyến nghị về đạo đức AI của UNESCO.

Do đó, nhà báo số không thể được đồng nhất với người biết sử dụng AI. Cốt lõi vẫn là sự kết hợp giữa bản lĩnh chính trị, chuẩn mực đạo đức, năng lực báo chí, khả năng kiểm chứng, tư duy dữ liệu, kiến giải và quan hệ với công chúng.

5. Một số định hướng nâng cao năng lực kiến tạo niềm tin

Trước hết, kiểm chứng cần được thể chế hóa thành năng lực tòa soạn. Nội dung có rủi ro cao cần quy trình kiểm tra nhiều tầng; nguồn chính thức và cơ sở dữ liệu phải được tổ chức để truy xuất nhanh; việc sử dụng AI cần có nguyên tắc biên tập và trách nhiệm rõ ràng. Cải chính không chỉ là khắc phục sai sót mà phải được nhìn như một bộ phận của cơ chế giải trình.

Thứ hai, cần chuyển mạnh nguồn lực sang báo chí kiến giải. Trong môi trường không thiếu tin tức, giá trị gia tăng không nằm ở việc tạo thêm một phiên bản của điều công chúng đã biết mà ở việc cung cấp bối cảnh, nguyên nhân, dữ liệu và phương án giải quyết. Báo chí dữ liệu, báo chí giải thích và báo chí giải pháp vì thế cần được phát triển như các phương thức nâng cao chiều sâu của chức năng thông tin, tuyên truyền và phản biện.

Thứ ba, quan hệ với công chúng cần chuyển từ tư duy chủ yếu đo traffic sang đánh giá chất lượng quan hệ. Lướt xem, thời gian đọc, tỷ lệ quay trở lại hay mức độ tương tác chỉ là những chỉ báo về hành vi, không phải thước đo trực tiếp của niềm tin. Nếu cần đánh giá niềm tin, cơ quan báo chí phải sử dụng những khảo sát và thang đo chuyên biệt. Tuy nhiên, các dữ liệu về hành vi vẫn có thể giúp nhận diện nhu cầu, khoảng trống thông tin và vấn đề công chúng đang quan tâm.

Thứ tư, kiến tạo niềm tin phải được bảo đảm bằng điều kiện thể chế và nguồn lực. Quyền tác nghiệp đúng pháp luật, khả năng tiếp cận và xác minh thông tin, nguồn lực kinh tế cho điều tra và dữ liệu, đào tạo nhân lực và quyền chủ động về nền tảng đều liên quan trực tiếp đến chất lượng báo chí. Một tòa soạn không có điều kiện xác minh sự thật sẽ khó được yêu cầu tạo ra niềm tin chỉ bằng những lời kêu gọi về đạo đức nghề nghiệp.

6. Kết luận

Một trong những thay đổi có ý nghĩa nhất của môi trường truyền thông số là sự suy giảm tương đối của ưu thế mà báo chí từng có trong việc sản xuất và truyền tải thông tin. Quyền phát thông tin ngày càng phân tán, trong khi quá tải thông tin, tin sai lệch và AI tạo sinh làm cho khả năng xác định điều gì đáng tin trở nên khó khăn hơn.

Trong bối cảnh đó, yêu cầu báo chí kiến tạo niềm tin đã hình thành khá rõ trong diễn ngôn chính trị - báo chí Việt Nam năm 2026. các vấn đề từ yêu cầu về sự thật, độ tin cậy và khả năng kiến giải phát triển thành quan niệm về thiết chế kiến tạo niềm tin và một sự tái định vị vai trò báo chí và mở rộng vấn đề sang niềm tin xã hội, đồng thuận và khả năng chuyển hóa nội dung chính trị thành nhận thức và hành động.

Trên cơ sở đó, nghiên cứu này cố gắng lý luận hóa cấu trúc vận hành của định vị “thiết chế kiến tạo niềm tin” thông qua ba năng lực: xác thực - kiến giải - đồng hành. Xác thực tạo cơ sở để tin vào dữ kiện. Kiến giải tạo cơ sở để tin vào năng lực nghề nghiệp. Đồng hành tạo cơ sở để duy trì quan hệ trách nhiệm giữa báo chí và công chúng.

Ba năng lực ấy không thay đổi bản chất của báo chí cách mạng. Chúng đặt ra một tiêu chuẩn cao hơn cho việc thực hiện các chức năng vốn có của báo chí trong điều kiện mới.

Đồng thời, nghiên cứu cũng cho thấy cần thận trọng với chính khái niệm “kiến tạo niềm tin”. Báo chí không thể tạo niềm tin bằng mệnh lệnh truyền thông; niềm tin vào báo chí không đồng nhất với niềm tin chính trị; công nghệ không tự sản xuất ra niềm tin; và định hướng không thể thay thế sự thật. Niềm tin bền vững chỉ có thể được hình thành khi công chúng có cơ sở để tin.

Ở đây, vai trò không thể thay thế của báo chí chuyên nghiệp nằm chính ở khả năng tạo ra những cơ sở ấy: một sự thật đã được kiểm chứng, một hiện thực được kiến giải có căn cứ và một thiết chế nghề nghiệp sẵn sàng chịu trách nhiệm đối với thông tin mình công bố.

Mô hình xác thực - kiến giải - đồng hành hiện mới là một khung phân tích lý luận. Những nghiên cứu tiếp theo cần kiểm nghiệm nó bằng khảo sát công chúng, nghiên cứu trường hợp các tòa soạn và đo lường mối quan hệ giữa từng năng lực với các chiều cạnh cụ thể của niềm tin báo chí. Chính khả năng được kiểm nghiệm, phản biện và điều chỉnh tiếp theo sẽ quyết định giá trị khoa học lâu dài của định vị “thiết chế kiến tạo niềm tin”./.

Tài liệu tham khảo

https://baochinhphu.vn/nhieu-tac-pham-the-hien-ro-tinh-than-doi-moi-sang-tao-chuyen-doi-so-manh-me-tai-giai-bao-chi-quoc-gia-102260601104249691.htm?utm_source=chatgpt.com

Đỗ Chí Nghĩa. (2026). Lý luận về kiến tạo niềm tin và vai trò của báo chí trong tuyên truyền Văn kiện Đại hội XIV của Đảng. Tạp chí Chính trị và Phát triển. <https://chinhtrivaphattrien.vn/ly-luan-ve-kien-tao-niem-tin-va-vai-tro-cua-bao-chi-trong-tuyen-truyen-van-kien-dai-hoi-xiv-cua-dang-a10057.html?utm>

Kemp, S. (2025). Digital 2026: Vietnam. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-vietnam?utm>

Kohring, M., & Matthes, J. (2007). Trust in news media: Development and validation of a multidimensional scale. Communication Research, 34(2), 231–252. DOI 10.1177/00936502 06298071

Lowrey, W. (2011). Institutionalism, news organizations and innovation. Journalism Studies, 12(1), 64–79. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2010.511954>

Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C. T., Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2025). Digital news report 2025. Reuters Institute for the Study of Journalism. DOI 10.60625/risj-8qqf-jt36

Nguyễn Sĩ Dũng. (2026a). Báo chí kiến tạo niềm tin. Báo Thế giới và Việt Nam.

<https://baoquocte.vn/bao-chi-kien-tao-niem-tin-405857.html?utm>

Nguyễn Sĩ Dũng. (2026b). Bài viết của Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm: Lời hiệu triệu với tương lai báo chí Việt Nam. Báo Điện tử Chính phủ.

<https://baochinhphu.vn/bai-viet-cua-tong-bi-thu-chu-tich-nuoc-to-lam-loi-hieu-trieu-voi-tuong-lai-bao-chi-viet-nam-102260621060802253.htm?utm>

OECD. (2024). Facts not fakes: Tackling disinformation, strengthening information integrity. OECD Publishing. DOI 10.1787/d909ff7a-en

Quốc hội. (2025). Luật Báo chí, Luật số 126/2025/QH15. Cổng Thông tin điện tử Chính phủ. <https://vanban.chinhphu.vn/?docid=216507&pageid=27160&utm>

Thier, K., & Namkoong, K. (2023). Identifying major components of solutions-oriented journalism: A review to guide future research. Journalism Studies, 24(12), 1557–1574. DOI 10.1080/1461670X.2023.2230314

Thủ tướng Chính phủ. (2023, 6 tháng 4). Quyết định số 348/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược chuyển đổi số báo chí đến năm 2025, định hướng đến năm 2030. Cổng Thông tin điện tử Chính phủ.

<https://vanban.chinhphu.vn/?docid=207701&pageid=27160&utm>

Toàn Thắng (2026), “Nhiều tác phẩm thể hiện rõ tinh thần đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số mạnh mẽ tại Giải báo chí Quốc gia”, Báo điện tử Chính phủ.

https://baochinhphu.vn/nhieu-tac-pham-the-hien-ro-tinh-than-doi-moi-sang-tao-chuyen-doi-so-manh-me-tai-giai-bao-chi-quoc-gia-102260601104249691.htm?utm_source=chatgpt.com

Tô Lâm. (2026), "Báo chí cách mạng Việt Nam trong thời đại số", Báo Điện tử Chính phủ.

<https://baochinhphu.vn/bao-chi-cach-mang-viet-nam-trong-thoi-dai-so 102260618103231065.htm>

Treadwell, G., & Myllylahti, M. (2025). Untethered: Resisting unhelpful assumptions about news trust and trust in other social institutions. *Media International Australia*, 197(1), 52–68. DOI 10.1177/1329878X251356311

UNESCO. (2021). Windhoek+30 Declaration: Information as a public good. [Windhoek+30 Declaration - UNESCO](#)

UNESCO. (2022). Recommendation on the ethics of artificial intelligence. Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence - UNESCO

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137?utm>

UNESCO. (2023). Guidelines for the governance of digital platforms: Safeguarding freedom of expression and access to information through a multistakeholder approach. [Guidelines for the Governance of Digital Platforms - UNESCO](#)

Xu, J., He, Z., Guo, D., & Ding, Y. (2026). Relationship between news overload and news avoidance: A meta-analysis. *Journalism*, 27(3), 776–796. [DOI 10.1177/14648849241299667](#)