

Cơ chế trung gian của khả năng phát hiện kênh trong tiếp cận thông tin báo chí địa phương tại Đồng Nai

Trần Thị Ngân Triều

Báo và Phát thanh, Truyền hình Đồng Nai, thành phố Đồng Nai, Việt Nam
ngantrieu245@gmail.com

Tóm tắt

Bài báo trình bày kết quả nghiên cứu thực nghiệm về cơ chế tiếp cận thông tin báo chí địa phương của công chúng thành phố Đồng Nai trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí và sáp nhập hành chính. Bằng phương pháp kết hợp khảo sát định lượng ($n = 403$) với phỏng vấn sâu (24 trường hợp), nghiên cứu kiểm định mô hình phương trình cấu trúc cho thấy khả năng phát hiện kênh báo chí đóng vai trò biến trung gian quyết định trong chuỗi tác động từ điều kiện tiếp cận đến tần suất tiếp cận ($R^2 = 0,743$; $\beta = 0,814$, $p < 0,001$). Kết quả phân tích cho thấy, mạng xã hội là kênh phát hiện chính (35,8 %) nhưng niềm tin vào báo chí chính thống vẫn cao hơn trải nghiệm người dùng ($M = 3,91$ so với $M = 3,84$), tạo ra nghịch lý cần chiến lược chuyển hóa có chủ đích. Bất bình đẳng tiếp cận mang tính xã hội nhiều hơn không gian địa lý, trong đó học vấn là yếu tố phân hóa mạnh nhất. Nghiên cứu đề xuất khung phân tích ba lớp và hệ thống chỉ số đo lường tiếp cận có thể áp dụng cho các nghiên cứu về báo chí địa phương tại Việt Nam.

Nhận 06/07/2026

Được duyệt 28/07/2026

Công bố 28/08/2026

Từ khóa

Báo chí địa phương;
tiếp cận thông tin;
khả năng phát hiện kênh;
biến trung gian; Đồng Nai.

© 2026 Journal of Science and Technology - NTTU

1 Đặt vấn đề

Sự bùng nổ của truyền thông số kết hợp với các khuôn khổ pháp lý mới – tiêu biểu là Quyết định số 348/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về chuyển đổi số báo chí và Luật Báo chí số 126/2025/QH15 (sửa đổi) chính thức có hiệu lực từ ngày 1/7/2026 – đang đặt báo chí địa phương trước áp lực tái cấu trúc vận hành toàn diện. Theo Lê Thu Hà [1], trong hệ sinh thái ấy, báo chí địa phương tiếp tục đóng vai trò là cơ quan ngôn luận của Đảng bộ, chính quyền và diễn đàn của Nhân dân, là nguồn thông tin chính thống sát sườn, phản ánh trực tiếp và kịp thời các vấn đề về an sinh xã hội, giáo dục, y tế, giao thông và an ninh trật tự tại địa bàn cư trú.

Địa bàn thành phố Đồng Nai vừa trải qua một bước ngoặt lịch sử mang tính vĩ mô về mặt hành chính và

dân cư. Theo nghị quyết của Quốc hội về việc sắp xếp đơn vị hành chính cấp tỉnh, toàn bộ diện tích tự nhiên và quy mô dân số của tỉnh Bình Phước đã được sáp nhập cùng tỉnh Đồng Nai thành một đơn vị hành chính thống nhất, có hiệu lực từ ngày 01/07/2025 và chính thức vận hành dưới mô hình thành phố Đồng Nai từ ngày 30/04/2026. Sau cuộc đại sáp nhập, thành phố Đồng Nai vươn lên thành một trong những siêu đô thị và trung tâm công nghiệp lớn nhất cả nước, với diện tích tự nhiên đạt hơn 12 737 km² và quy mô dân số vượt ngưỡng 4,5 triệu người.

Về mặt cấu trúc, thành phố mới hình thành 95 đơn vị hành chính cấp xã, vận hành theo mô hình chính quyền địa phương hai cấp và đặc trưng bởi sự phân hóa lưỡng cực sâu sắc. Một bên là chuỗi đô thị – công nghiệp phát triển cực kỳ năng động với mật độ dân cư

siêu cao và hạ tầng số hoàn thiện. Một bên là các vùng nông thôn, miền núi, biên giới với mật độ dân số thấp, tỷ lệ đồng bào dân tộc thiểu số cao và hạ tầng viễn thông còn nhiều hạn chế. Thêm vào đó, với 57 khu công nghiệp đã được thành lập, trong đó có 43 khu công nghiệp đang hoạt động [2], Đồng Nai là nơi tập trung đông đảo lực lượng lao động nhập cư từ khắp các tỉnh, thành phố trong cả nước, chiếm khoảng 70 % tổng nhu cầu nhà ở xã hội toàn địa bàn.

Mặc dù nghiên cứu về tin tức địa phương đã tích lũy được khối lượng tri thức đáng kể như: Nielsen [3]; Gulyas, O'Hara & Eilenberg [4]; Ofcom [5] và tại Việt Nam [1]; Nguyễn Thị Tuyết Minh [7]; Nguyễn Văn Dũng [6] nhưng các hướng tiếp cận chủ yếu phân tích dưới góc độ lý luận quản lý định tính, mô tả sự dịch chuyển mô hình tòa soạn hội tụ hoặc sự thay đổi của “công chúng số”, chưa có nghiên cứu định lượng phân tầng theo địa bàn và nhóm dân cư ở cấp tỉnh, thành phố. Nút thắt lớn nhất của các mô hình truyền thông tuyến tính truyền thống là việc bỏ qua hệ sinh thái thuật toán, mặc định công chúng sẽ tự động tiếp cận thông tin khi đáp ứng đủ điều kiện hạ tầng và nhu cầu. Thực tế, một nội dung có giá trị vẫn hoàn toàn vô hình nếu trượt khỏi các tiêu chí phân phối số. Khái niệm “khả năng phát hiện kênh” do đó trở thành mắt xích khuyết thiếu để giải mã nghịch lý: hạ tầng công nghệ phát triển mạnh nhưng tần suất tiếp cận báo chí chính thống vẫn đình trệ.

Kết quả nghiên cứu thực nghiệm tại thành phố Đồng Nai chứng minh “khả năng phát hiện kênh báo chí” đóng vai trò biến trung gian quyết định chuỗi chuyển hóa từ điều kiện hạ tầng đến hành vi tiêu thụ thực tế, với hệ số hồi quy chuẩn hóa $\beta = 0,814$ ($p < 0,001$).

Về lý luận, công trình đã tích hợp thành công biến số này vào phương trình cấu trúc của mô hình tiếp nhận truyền thông. Về phương pháp luận, thiết kế chọn mẫu phân tầng đa giai đoạn thiết lập một khung đo lường chuẩn hóa, bảo đảm khả năng nhân rộng mô hình khảo sát ra các địa phương khác. Về thực tiễn, khối dữ liệu định lượng này cung cấp cơ sở trực diện để thiết kế chiến lược phân phối nội dung và tối ưu hóa công cụ tương tác Zalo OA. Đây là nền tảng thiết yếu để hoạch định chính sách thông tin chuyên biệt,

tháo gỡ sự chênh lệch và bảo đảm quyền tiếp cận truyền thông bình đẳng cho lực lượng lao động nhập cư cùng đồng bào dân tộc thiểu số vùng biên giới.

2 Cơ sở lý luận và khung phân tích

Lý thuyết Sử dụng và Thỏa mãn của Blumler & Katz [8]; Katz, Gurevitch & Haas [9] giải thích động cơ lựa chọn kênh và đa dạng hóa nền tảng của công chúng. Lý thuyết Chấp nhận và Sử dụng Công nghệ của Venkatesh, Morris, Davis & Davis [10] giải thích vai trò của điều kiện hỗ trợ và kỳ vọng hiệu năng trong hành vi tiếp cận. Lý thuyết Tiếp nhận thông tin của Hall [11] giải thích sự hình thành niềm tin qua quá trình giải mã thông điệp. Lý thuyết Khoảng cách tri thức của Tichenor, Donohue & Olien [12] và McQuail [13] giải thích bất bình đẳng tiếp cận theo nhóm xã hội.

Từ bốn lý thuyết nền, nghiên cứu xây dựng khung phân tích ba lớp: lớp thứ nhất là môi trường thể chế và hạ tầng, bao gồm khung pháp lý về quyền tiếp cận thông tin, chính sách chuyển đổi số báo chí, hạ tầng viễn thông và hạ tầng số cấp tỉnh. Lớp thứ hai là tổ chức cung cấp nội dung, bao gồm năng lực sản xuất đa nền tảng, chiến lược phân phối, mức độ trưởng thành chuyển đổi số và cơ chế tương tác của cơ quan báo chí địa phương. Lớp thứ ba là công chúng, bao gồm nhu cầu thông tin, kỹ năng số, thói quen sử dụng nền tảng, mức độ tin cậy và đặc điểm nhân khẩu của người tiếp cận. Trong lớp công chúng, mô hình nhân quả đề xuất chuỗi tác động: điều kiện tiếp cận tác động lên khả năng phát hiện kênh từ đó tác động đến tần suất tiếp cận và đa dạng kênh, dẫn đến trải nghiệm và niềm tin, và cuối cùng tác động đến công dân địa phương gồm hiểu biết chính sách, sử dụng dịch vụ công trực tuyến và tham gia ý kiến giám sát.

Nghiên cứu kiểm định giả thuyết trung tâm H1: điều kiện tiếp cận và kỹ năng số có tác động thuận chiều đến khả năng phát hiện kênh và tần suất tiếp cận, với khả năng phát hiện kênh đóng vai trò biến trung gian. Giả thuyết này được suy dẫn từ luận điểm kỳ vọng nỗ lực trong Lý thuyết Chấp nhận và Sử dụng công nghệ: hạ tầng kết nối tốt và giao diện thân thiện làm giảm chi phí nỗ lực, tăng khả năng phát hiện và tiếp cận thực tế [10].

3 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng thiết kế kết hợp tuần tự khảo sát định lượng phân tầng kết hợp phỏng vấn sâu bán cấu trúc để tam giác hóa kết quả. Khảo sát được thực hiện tháng 06/2026, đo lường hành vi tiếp cận từ sau ngày sáp nhập 01/07/2025 đến thời điểm khảo sát.

Mẫu định lượng $n = 403$ được chọn theo thiết kế phân tầng tại bốn địa bàn có chủ đích để thiết lập hai cụm đối lập, phản ánh cấu trúc lưỡng cực của địa phương: cụm đô thị phát triển và công nghiệp bao gồm phường Đồng Phú và phường Tân Triều. Trong đó, phường Đồng Phú là một trong 10 địa phương vừa được nâng cấp lên phường cùng sự kiện Đồng Nai lên thành phố, đại diện cho khu vực phát triển mới của Đồng Nai với nhiều cụm công nghiệp, thu nhập bình quân đầu người cao (91,2 triệu đồng/năm). Trong khi đó, phường Tân Triều là một trong những địa phương phát triển bậc nhất tại Đồng Nai, quy mô dân số đông, nhiều ngành nghề, phù hợp để khảo sát tính đa dạng nhân khẩu trong nhóm đô thị.

Cụm nông thôn và vùng biên giới bao gồm xã La Ngà và xã Bù Gia Mập. Trong đó, xã La Ngà đại diện cho vùng nông thôn truyền thống của Đồng Nai, nơi sinh kế phụ thuộc vào nông nghiệp. Còn điểm nhấn đặc biệt là Bù Gia Mập là một xã biên giới, miền núi với mật độ dân số thấp (24 người/km²) và có đông đồng bào dân tộc thiểu số sinh sống. Đây cũng là một trong bảy đơn vị hành chính tại Đồng Nai không thực hiện sắp xếp trong đợt sắp xếp năm 2025 [2]. Sự hiện diện của xã Bù Gia Mập trong mẫu bảo đảm rằng tiếng nói của những nhóm yếu thế nhất về mặt hạ tầng viễn thông không bị chìm khuất.

Người trả lời từ 16 tuổi trở lên, được chọn ngẫu nhiên hệ thống trong hộ gia đình theo bảng Kish, với sự hỗ trợ của cán bộ cấp xã, phường trong rà soát danh sách và hướng dẫn điền phiếu.

Cơ cấu mẫu:

Tiêu chí	Phân loại	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nữ	58,1
	Nam	41,9
Trình độ học vấn	Trung học phổ thông trở xuống	37,2
	Đại học trở lên	35,0
	Học nghề, trung cấp và cao đẳng	27,8
Nghề nghiệp	Lao động và kinh doanh	36,0
	Viên chức và công chức	34,5
	Chưa đi làm hoặc đã nghỉ việc	29,5

Mẫu định tính gồm 24 trường hợp phỏng vấn sâu thuộc năm nhóm: cán bộ tòa soạn (8 trường hợp), lao động khu công nghiệp (5 trường hợp), thanh niên đô thị (4 trường hợp), cư dân nông thôn và vùng Bình Phước sáp nhập (4 trường hợp) và cán bộ cơ sở (3 trường hợp). Phỏng vấn kéo dài 30 phút đến 45 phút, xử lý ẩn danh, mã hóa theo chủ đề bằng phần mềm Taguette.

Nghiên cứu tập trung phân tích mô hình hồi quy bội với biến phụ thuộc là tần suất tiếp cận và bốn biến độc lập gồm điều kiện tiếp cận, chi phí dữ liệu, kỹ năng số và khả năng phát hiện kênh. Các biến được đo bằng thang Likert 5 điểm, tổng hợp thành chỉ số chuẩn hóa 0 đến 100. Độ tin cậy thang đo được kiểm định bằng hệ số Cronbach's alpha từ 0,832 đến 0,945. Phân tích được thực hiện trên phần mềm SPSS 26.

4 Kết quả và thảo luận

4.1 Thực trạng tiếp cận báo chí địa phương

Kết quả khảo sát cho thấy, người trả lời tiếp cận báo chí địa phương ở mức trung bình khá: tần suất tiếp cận đạt $M = 3,05$ ($SD = 0,78$) và khả năng phát hiện kênh đạt $M = 3,21$ ($SD = 1,04$; $\alpha = 0,941$). Điều kiện tiếp cận đạt $M = 3,03$ ($SD = 0,69$; $\alpha = 0,832$), trong khi kỹ năng số đạt $M = 3,92$ ($SD = 0,85$; $\alpha = 0,939$) cao hơn đáng kể so với điều kiện hạ tầng, cho thấy công chúng có năng lực sử dụng công nghệ nhưng thiếu điều kiện vật chất tương xứng.

Bảng 1 Mức độ nhận diện và thời lượng truy cập các kênh thông tin

Các kênh/Nền tảng báo chí Đồng Nai	Điểm nhận biết (DISCOV)	Tỷ lệ quen thuộc/Theo dõi thường xuyên (%)	Thời lượng truy cập TB (phút/ngày)
Fanpage Facebook	3,59	55,1	21,2
Báo điện tử (website)	3,40	51,3	19,4
Truyền hình	3,32	45,5	14,8
Kênh YouTube	3,28	36,2	13,3
Zalo OA chính thức	3,00	37,0	11,2
Cổng thông tin điện tử chính quyền	3,07	37,0	10,1
Báo in truyền thống	2,91	27,1 (Chưa bao giờ: 18,2)	7,6

Về hành vi tiếp cận, mạng xã hội là kênh phát hiện chính với 35,8 %, vượt xa truyền hình và phát thanh (24,4 %), bạn bè và người thân giới thiệu (16,1 %) và tìm kiếm trực tuyến (12,8 %). Fanpage Facebook dẫn đầu về mức độ nhận biết (55,1 % khá quen thuộc hoặc theo dõi thường xuyên) và thời lượng tiếp cận (21,2 phút mỗi ngày). Hai vấn đề cốt lõi vẫn tồn tại: thứ nhất, báo in có tỷ lệ không bao giờ tiếp cận cao nhất (27,1 %) trong khi đây vẫn là kênh được đầu tư đáng kể; thứ hai, phân phối thời gian tiếp cận có độ lệch chuẩn rất lớn (Fanpage Facebook $SD = 61,4$ phút) – phản ánh phân hóa sâu giữa nhóm gắn kết cao và nhóm tiếp cận tối thiểu. Về định dạng ưa thích, tin ngắn và tóm tắt sự kiện chiếm 51,6 %, phản ánh ưu tiên tốc độ nắm bắt thông tin hơn chiều sâu phân tích của công chúng số. Đáng chú ý, có 61,6 % công chúng ghi nhận tần suất tiếp cận báo chí địa phương tăng sau gần một năm sáp nhập, phản ánh nhu cầu thông tin chính thống về thủ tục hành chính và chính sách mới tăng cao trong giai đoạn chuyển tiếp.

4.2 Vai trò biến trung gian của khả năng phát hiện kênh
Mô hình hồi quy bội cho kết quả phù hợp mô hình rất tốt ($R^2 = 0,743$; $F(4,394) = 284,882$; $p < 0,001$), giải thích 74,3 % phương sai của tần suất tiếp cận. Phân tích hệ số hồi quy chuẩn hóa cho thấy khả năng phát hiện kênh là biến dự báo vượt trội ($\beta = 0,814$; $p < 0,001$), trong khi ba biến còn lại gồm điều kiện tiếp cận, chi phí dữ liệu và kỹ năng số đều mất ý nghĩa thống kê sau khi kiểm soát biến này.

Bảng 2 Kết quả hồi quy bội dự báo tần suất tiếp cận (FREQ)

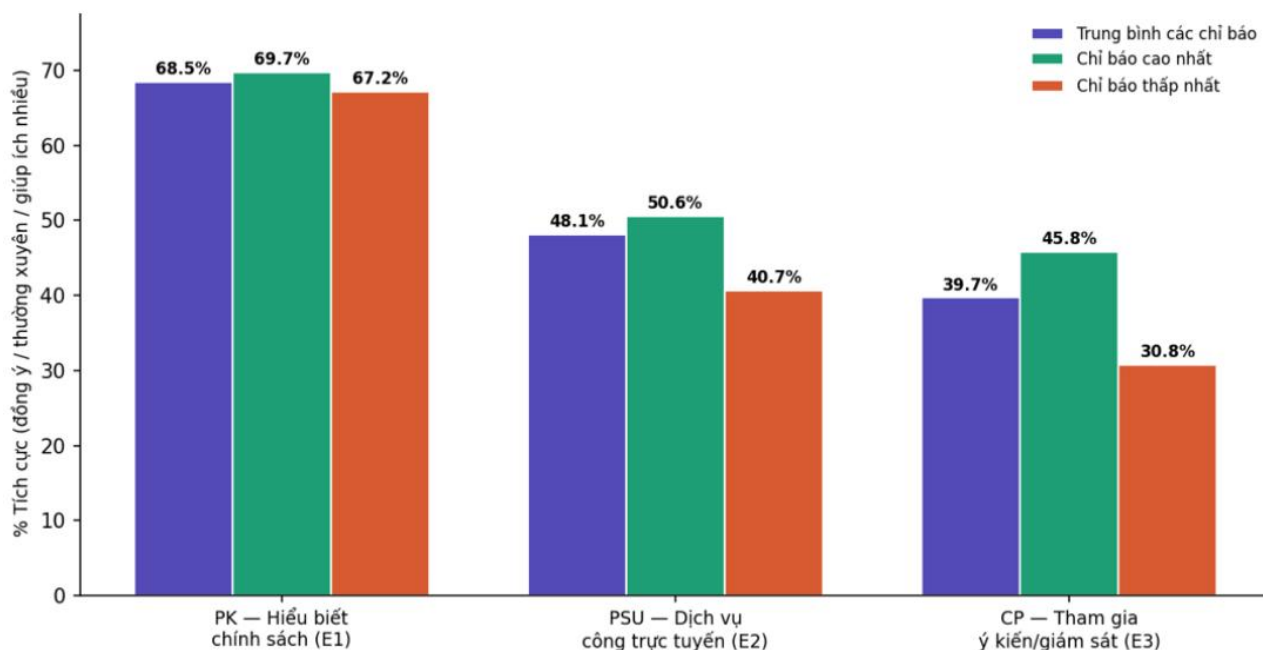
Biến độc lập dự báo	Hệ số chuẩn hóa (β)	Giá trị t	Mức ý nghĩa (p)
Khả năng phát hiện kênh (DISCOV)	0,814	24,153	< 0,001
Điều kiện tiếp cận vật chất (ACI)	0,059	1,932	0,054
Áp lực chi phí dữ liệu (COST)	0,040	1,414	0,158
Kỹ năng số (DILIT)	0,030	1,012	0,312

Kết quả từ ma trận tương quan xác nhận cơ chế trung gian là điều kiện tiếp cận có tương quan dương với tần suất tiếp cận ($r = 0,404$) và khả năng phát hiện kênh ($r = 0,390$), nhưng khi đưa khả năng phát hiện vào mô hình, tác động trực tiếp của điều kiện tiếp cận lên tần suất mất ý nghĩa thống kê. Điều này xác nhận cơ chế trung gian là điều kiện tiếp cận tác động đến tần suất chủ yếu thông qua việc nâng cao khả năng phát hiện và nhận biết kênh báo chí địa phương. Sự hiện diện vật lý của điện thoại thông minh, máy tính hay mạng wifi tốc độ cao (ACI), năng lực thao tác công nghệ của cá nhân (DILIT) hay sự hạn chế về mặt kinh tế gói cước (COST) đều không thể trực tiếp chuyển hóa thành hành vi tiêu thụ tin tức thường xuyên. Toàn bộ các tiền đề này bắt buộc phải đi qua “cánh cổng” trung gian là khả năng nhận biết và sự dễ dàng tìm thấy các sản phẩm báo chí địa phương chính thống trên môi trường số. Nếu một cơ quan báo chí địa phương bị rơi vào trạng thái “vô hình” trước mắt công chúng do sự ngăn trở của các bộ lọc thuật toán mạng xã hội, thì dù điều kiện vật chất và kỹ năng số

của người dân có tốt đến đâu, tần suất tiếp cận thực tế vẫn giữ nguyên ở mức tối thiểu [7].

Kết quả phỏng vấn sâu làm rõ cơ chế này từ hai phía. Về phía công chúng, nhóm lao động nhập cư trẻ và thanh niên đô thị phản ánh nhất quán rằng thuật toán của các nền tảng mạng xã hội không gợi ý nội dung báo chí địa phương, dẫn đến việc không biết kênh tồn tại dù có đầy đủ thiết bị và kết nối. Về phía tòa soạn, lãnh đạo cơ quan báo chí xác nhận đây là điểm nghẽn có nguyên nhân cơ chế: các kênh có lượng tiếp cận lớn nhất lại được đầu tư ít nhất do chưa có định mức kinh tế kỹ thuật cho nội dung số (TC-01).

4.3 Nghịch lý niềm tin cao và trải nghiệm chưa đáp ứng



Hình 1 Ba chiều tác động công – LPI (E1, E2, E3)

Kết quả đo lường tác động công địa phương cho thấy khoảng cách rõ ràng giữa ba chiều: hiểu biết chính sách đạt 68,5 %, sử dụng dịch vụ công trực tuyến đạt 48,1 % và tham gia ý kiến giám sát chỉ đạt 39,7 %. Công chúng hiểu chính sách nhưng chưa hành động – khoảng cách nhận thức và hành động này là vấn đề đặt ra trực tiếp cho thiết kế nội dung: báo chí địa phương đang dừng ở vai trò thông tin, chưa đến được vai trò kích hoạt hành động công dân.

4.4 Bất bình đẳng tiếp cận mang tính xã hội

Học vấn là yếu tố phân hóa mạnh nhất trong toàn bộ phân tích so sánh nhóm với 7 trong 10 chỉ số có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$) theo nhóm

Niềm tin vào báo chí địa phương ($M \approx 3,91$) cao hơn trải nghiệm người dùng ($M \approx 3,84$) ở mọi chỉ báo. Chỉ báo thông tin chính xác và có thể kiểm chứng đạt 80,2 % đồng ý, mức cao nhất trong toàn bộ khảo sát. Công chúng tin tưởng nhưng chưa hài lòng với trải nghiệm, đặc biệt ở tốc độ cập nhật (67,9 % – thấp nhất trong tất cả chỉ báo trải nghiệm người dùng). Đây là cơ hội vàng: niềm tin là tài sản có sẵn, nếu trải nghiệm người dùng được cải thiện – đặc biệt về tốc độ cập nhật và giao diện di động – thì tỷ lệ chuyển đổi từ tin tưởng sang sử dụng thường xuyên sẽ tăng mạnh mà không cần đầu tư xây dựng lại uy tín từ đầu.

học vấn, nhiều hơn đáng kể so với nhóm nghề nghiệp (5/10) và nhóm tuổi (4/10). Đặc biệt, nhóm học vấn thấp chịu bất lợi kép cả về điều kiện hạ tầng lẫn kỹ năng số, tạo ra vòng lặp bất bình đẳng tự củng cố. Ngược lại, khối địa bàn với đô thị với vùng nông thôn, biên giới lại chỉ tạo ra sự khác biệt có ý nghĩa ở một trong 10 chỉ số, cụ thể là nhận thức về rào cản tiếp cận ($t = -2,601$; $p = 0,010$). Phát hiện này thách thức giả thuyết phổ biến rằng bất bình đẳng tiếp cận thông tin chủ yếu có bản chất địa lý, và gợi ý rằng đầu tư vào nâng cao học vấn và kỹ năng số sẽ hiệu quả hơn so với mở rộng hạ tầng đơn thuần trong bối cảnh Đồng Nai.

Bảng 3 Tổng hợp ý nghĩa thống kê so sánh nhóm (*ANOVA/T-test*)

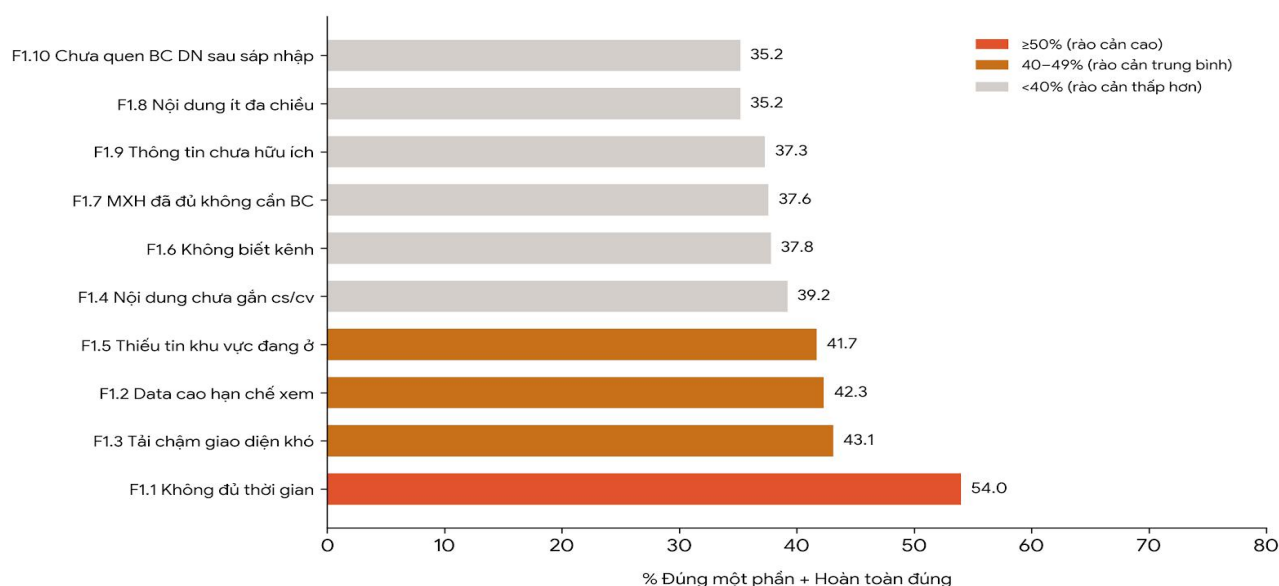
Chỉ số	Khối địa bàn	Nhóm tuổi	Nhóm học vấn	Nhóm nghề nghiệp	Nhóm thu nhập
ACI	ns	*	***	ns	ns
COST	ns	ns	ns	ns	ns
DISCOV	ns	**	**	***	**
FREQ_K	ns	***	*	***	***
DILIT	ns	ns	**	ns	ns
CHDIV	ns	***	**	***	***
UXI	ns	ns	*	ns	*
TRUST	ns	*	**	**	*
LPI_TONG	ns	**	**	***	***
BARRIER	*	ns	ns	ns	ns

***: $p < 0,001$ **: $p < 0,01$ *: $p < 0,05$ ns: Không ý nghĩa

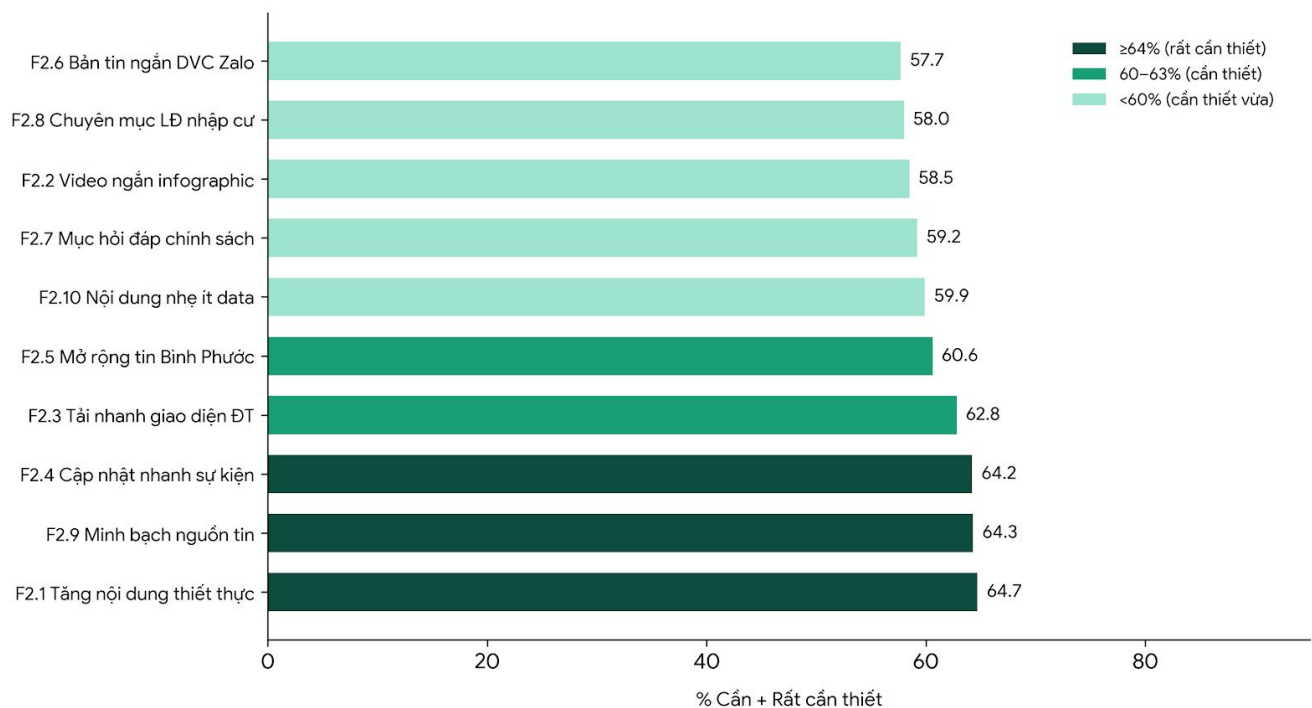
Kết quả kiểm định cũng chỉ ra một hiện tượng thú vị, trong 10 chỉ số tổng hợp được kiểm định, có tới 9 chỉ số hoàn toàn không ghi nhận sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa hai khối địa bàn ($p > 0,05$). Các chỉ số về điều kiện tiếp cận vật chất (ACI, $p = 0,717$), kỹ năng số (DILIT, $p = 0,957$), tần suất tiếp cận thực tế (FREQ, $p = 0,375$), niềm tin công chúng (TRUST,

$p = 0,997$) và tác động công địa phương tổng hợp (LPI, $p = 0,907$) đều đạt sự tương đồng đáng ngạc nhiên giữa hai vùng. Điều này chứng tỏ tiến trình hội nhập truyền thông và phủ sóng hạ tầng số sau sáp nhập đã diễn ra với tốc độ rất nhanh, giúp thu hẹp khoảng cách vật lý giữa khu vực sáp nhập và khu vực lõi cũ.

5 Đề xuất và gợi ý chính sách



Hình 2 Rào cản tiếp cận báo chí địa phương Đồng Nai - xếp hạng (F1)



Hình 3 Giải pháp công chúng mong muốn từ báo chí địa phương Đồng Nai - xếp hạng (F2)

Thứ nhất, tái định vị chiến lược phân phối nội dung qua kênh Zalo OA dựa trên kỳ vọng dịch vụ công và rào cản nhận thức. Số liệu khảo sát chỉ ra “Không biết kênh chính thống nào để theo dõi” là một rào cản nhận thức đáng kể của công chúng (chiếm 37,8 % tỷ lệ đồng ý, biến F1.6). Chỉ số nhận biết hiện tại đối với Zalo OA của Báo và Phát thanh, Truyền hình Đồng Nai cũng ở mức rất thấp ($M = 3,00$) so với Fanpage Facebook ($M = 3,59$). Tuy vậy, có tới 50,0 % công chúng đã hình thành thói quen thường xuyên nhận thông tin từ cơ quan chính quyền địa phương qua ứng dụng nhắn tin Zalo (biến E2.6), và giải pháp “Tăng bản tin ngắn, thông báo dịch vụ công qua Zalo” (biến F2.6) có tới 57,7 % công chúng đánh giá là cần thiết hoặc rất cần thiết.

Từ sự tương thích giữa thói quen có sẵn (50,0 %) và kỳ vọng cao của công chúng (57,7 %), cơ quan báo chí địa phương cần xây dựng và phát triển Zalo OA thành kênh truyền dẫn trực tiếp. Bằng cách sử dụng tính năng gửi tin Broadcast chủ động gửi đến thiết bị di động của người dùng các thông tin dân sinh thiết thực như: lịch mất điện, phân luồng giao thông đô thị, cảnh báo lừa đảo công nghệ cấp xã,... được tóm tắt siêu ngắn (dưới 3 dòng), tòa soạn có thể đi tắt qua các thuật toán bóp tương tác tự nhiên của các nền tảng

mạng xã hội khác. Việc này giải quyết trực tiếp rào cản “không biết kênh theo dõi” (37,8 %) bằng cách tận dụng một nền tảng nhắn tin phổ biến, không đòi hỏi nỗ lực truy cập cao.

Thứ hai, đảo ngược quy trình thiết kế và đăng tải nội dung dựa trên rào cản thời gian và hành vi truy cập di động. Rào cản “Không đủ thời gian xem tin tức” dẫn đầu tuyệt đối ở toàn bộ các rào cản chủ quan với 54,0 % đồng ý (biến F1.1). Rào cản kỹ thuật “Trang tải chậm, giao diện điện thoại khó sử dụng” chiếm 43,1 % (biến F1.3). Về định dạng ưa thích, tin văn/tóm tắt sự kiện chiếm thế thượng phong với 51,6 % lựa chọn của độc giả. Về bối cảnh thời gian, 58,8 % công chúng tiếp cận tin tức tại nhà vào buổi tối hoặc ngày nghỉ (tập trung vào khung giờ vàng từ 18 g 00 đến 22 g 00, với 20,1 % trên Facebook và 24,6 % trên truyền hình). Riêng đối với nhóm công nhân và lao động, có 37,7 % người dùng thường xuyên tiếp cận thông tin địa phương trong giờ giải lao ca kíp tại khu công nghiệp. Tòa soạn cần thực thi nghiêm ngặt nguyên tắc “Mobile-first” để tối ưu hóa hiệu suất kỹ thuật, tốc độ tải trang và giao diện di động, trực tiếp hóa giải rào cản kỹ thuật F1.3 (43,1 %). Mọi bài viết dài (long-form) bắt buộc phải có hộp tóm tắt (bullet points) ở

đầu bài để hóa giải rào cản thời gian F1.1 (54,0 %) và đáp ứng sở thích tin vắn (51,6 %). Về thời điểm, tòa soạn cần thiết lập lịch đăng tải tự động “đúng điểm rơi” thời gian của công chúng: Đăng các tin vắn tuyển dụng, bảo hiểm, an sinh vào khung giờ trưa từ 12 g 00 đến 14 g 00 để hướng đến nhóm công nhân khu công nghiệp (đáp ứng 37,7 % hành vi giờ giải lao); đăng các bản tin tổng hợp ngày, phóng sự hình ảnh vào khung giờ vàng buổi tối từ 18 g 00 đến 22 g 00 để phục vụ số đông công chúng xem tại nhà (đáp ứng 58,8 % hành vi bối cảnh).

Thứ ba, xây dựng các gói nội dung phân mảnh phục vụ trực tiếp nhóm lao động nhập cư và đồng bào vùng biên giới sáp nhập. Có tới 58 % công chúng đánh giá việc “Tăng chuyên mục cho lao động nhập cư và gia đình” (biến F2.8) là cần thiết hoặc rất cần thiết. Mặt khác, công chúng vùng nông thôn, biên giới sáp nhập từ Bình Phước đang phải đối mặt với rào cản nội dung rất lớn (biến F1.5 “Thiếu tin khu vực sinh sống” có chênh lệch Delta là +0,346 so với đô thị lõi; biến F1.4 “Nội dung chưa gần gũi” chênh lệch +0,379). Mong muốn “Mở rộng tin về Bình Phước sau sáp nhập” (biến F2.5) đạt tới 60,6 % đồng thuận.

Thực thi chiến lược truyền thông phân khúc thay vì đưa tin đại trà. Xây dựng chuyên mục “Sổ tay công nhân” (đáp ứng 58,0 % nhu cầu F2.8). Đóng gói các thông tin phức tạp về bảo hiểm xã hội, đăng ký tạm trú, học bổng và trường học cho con em thành dạng video đồ họa ngắn dưới 1 phút hoặc thể ảnh trực quan, có phụ đề chữ to chạy chân trang (để xem được trong môi trường nhà xưởng/nhà trọ ồn ào), phân phối qua Zalo OA và TikTok vào khung nghỉ trưa. Thành lập các chuyên mục tin tức địa phương hóa cấp xã/phường tại khu vực tỉnh Bình Phước (cũ) và tăng cường phóng viên thường trú tại vùng biên giới sáp nhập để giải quyết trực tiếp rào cản chênh lệch thông tin giữa các vùng.

6 Kết luận

Nghiên cứu cung cấp bằng chứng định lượng đầu tiên về cơ chế tiếp cận thông tin báo chí địa phương tại

cấp tỉnh/thành phố ở Việt Nam trong bối cảnh sáp nhập hành chính. Phát hiện cốt lõi – khả năng phát hiện kênh là biến trung gian quyết định ($\beta = 0,814$) trong mô hình giải thích 74,3 % tần suất tiếp cận – gợi ý chiến lược quan trọng rằng thay vì tập trung vào đầu tư hạ tầng hoặc đào tạo kỹ năng đơn thuần, cơ quan báo chí địa phương cần ưu tiên chiến lược phân phối nội dung thông minh để tăng khả năng hiện diện trên các nền tảng số mà công chúng đang sử dụng.

Nghiên cứu đề xuất khung phân tích ba lớp và bộ chỉ số năm thành phần gồm điều kiện tiếp cận, tần suất tiếp cận, đa dạng kênh, trải nghiệm người dùng và niềm tin, tác động công địa phương có thể áp dụng và nhân rộng cho các nghiên cứu về báo chí địa phương tại các tỉnh, thành khác đang trong quá trình sáp nhập hành chính.

Giới hạn của nghiên cứu bao gồm cỡ mẫu $n = 403$ tại bốn địa bàn chưa đại diện đầy đủ cho 95 xã, phường của địa phương và thiết kế cắt ngang chưa cho phép theo dõi sự thay đổi hành vi tiếp cận theo thời gian. Nghiên cứu tiếp theo cần mở rộng mẫu đại diện toàn thành phố và kiểm định mô hình phương trình cấu trúc đầy đủ để xác nhận các đường nhân quả gián tiếp trong khung ba lớp.

Trong một hệ sinh thái truyền thông số đầy biến động, công chúng Đồng Nai không hề thụ động mà luôn là những chủ thể tích cực lựa chọn kênh và định dạng nội dung phù hợp với điều kiện sống và nhu cầu của bản thân. Cơ quan báo chí địa phương nào thấu hiểu và vận hành theo đúng logic lựa chọn đó – bằng một chiến lược tối ưu hóa khả năng hiển thị, chuẩn hóa định dạng thân thiện với thiết bị di động, đa dạng hóa các điểm chạm tiếp cận và hướng nội dung trực diện vào giải pháp đời sống dân sinh – sẽ không chỉ gia tăng tần suất tiếp cận thực tế mà còn chuyển hóa thành công niềm tin chính trị sẵn có của người dân thành những tác động công hữu hiệu, đóng góp thiết thực cho sự phát triển bền vững và khối đại đoàn kết toàn dân của thành phố Đồng Nai trong tương lai.

Tài liệu tham khảo

1. Lê Thu Hà (Chủ biên). (2024). *Giáo trình công chúng Báo chí - Truyền thông*. Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông.
2. Chính phủ. (2026). *Đề án số 177/ĐA-CP: Thành lập thành phố Đồng Nai trực thuộc Trung ương*.
3. Nielsen, R. K. (Ed.). (2015). *Local journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media*. I.B. Tauris / Reuters Institute.
4. Gulyas, A., O'Hara, S., & Eilenberg, J. (2018). Experiencing local news online: Audience practices and perceptions. *Journalism Studies*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1539345>
5. Ofcom. (2024). *News consumption in the UK 2024: Report*. <https://www.ofcom.org.uk>.
6. Nguyễn Văn Dũng. (2023). Mấy vấn đề về định hướng phát triển báo chí kiến tạo. *Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông*.
7. Nguyễn Thị Tuyết Minh. (2024). Công chúng số và những yêu cầu đặt ra đối với tòa soạn báo chí trong kỷ nguyên chuyển đổi số. *Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông*.
8. Blumler, J. G., & Katz, E. (Eds.). (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage Publications.
9. Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 38(2), 164-181.
10. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
11. Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 128-138). Hutchinson.
12. Tichenor, P. J., Donohue, G. A., & Olien, C. N. (1970). Mass media flow and differential growth in knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34(2), 159-170.
13. McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory (6th ed.)*. Sage Publications.
14. Dương Xuân Sơn. (2014). *Các loại hình báo chí truyền thông (Sách chuyên khảo)*. NXB Thông tin và Truyền thông.
15. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam. (2016). *Luật Tiếp cận thông tin số 104/2016/QH13*. <https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=184568>.

The Mediating Role of Channel Discoverability in Local News Access among Dong Nai Audiences

Tran Thi Ngan Trieu

Dong Nai Newspaper, Radio, and Television, Dong Nai City, Viet Nam

ngantrieu245@gmail.com

Abstract This paper reported empirical findings on the mechanism of local press access among the public of Dong Nai City amid digital journalism transformation and administrative merger. Using a mixed-methods design combining a quantitative survey ($n = 403$) with in-depth interviews (24 cases), the study investigated a structural equation model revealing that local news channel discoverability functions as the decisive mediating variable in the chain from access conditions to access frequency ($R^2 = 0.743$; $\beta = 0.814$, $p < .001$). Results confirmed that social media was the primary discovery channel (35.8%), yet trust in mainstream local press exceeded user experience satisfaction ($M = 3.91$ vs $M = 3.84$), creating a paradox requiring deliberate conversion strategies. Access inequality was more social than spatial, with educational attainment being the strongest differentiator. The study proposed a three-layer analytical framework and a replicable measurement system for local journalism access research in Viet Nam.

Keywords Local journalism; information access; channel discoverability; mediating variable; Dong Nai.

