

ĐÓNG KHUNG TRUYỀN THÔNG VỀ TRÍ TUỆ NHÂN TẠO TRÊN BÁO ĐIỆN TỬ: NGHIÊN CỨU ĐỐI SÁNH GIỮA VNEXPRESS VÀ BÁO ĐÀ NẴNG

MEDIA FRAMING OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN ONLINE NEWSPAPERS: A COMPARATIVE STUDY OF VNEXPRESS AND DA NANG ONLINE NEWSPAPER

Trần Văn Vỹ*

Trường Đại học Sư phạm - Đại học Đà Nẵng, Việt Nam¹

*Tác giả liên hệ / Corresponding author: tvvy@ued.udn.vn

(Nhận bài / Received: 19/4/2026; Sửa bài / Revised: 05/5/2026; Chấp nhận đăng / Accepted: 15/6/2026)

DOI: 10.31130/ud-jst.2026.24(6B).236

Tóm tắt - Sự ra đời của ChatGPT làm gia tăng mạnh mẽ sự quan tâm của truyền thông và công chúng đối với trí tuệ nhân tạo (AI). Vận dụng lý thuyết đóng khung, nghiên cứu này phân tích và đối sánh cách phản ánh về AI giữa báo chí quốc gia (VnExpress) và báo chí địa phương (Báo Đà Nẵng). Thông qua phương pháp phân tích nội dung 304 tác phẩm báo chí, kết quả cho thấy khung tiến bộ xã hội chiếm ưu thế với 39,5%, theo sau là khung triển vọng kinh tế với sắc thái đưa tin tích cực là chủ đạo. Sự khác biệt giữa hai cơ quan báo chí thể hiện rõ ở phương thức đóng khung, đặc biệt là khung địa phương hóa, thay vì ở sắc thái phản ánh. Kết quả nghiên cứu bổ sung bằng chứng thực nghiệm về truyền thông AI trên báo điện tử tại Việt Nam, đồng thời gợi mở một số hàm ý nhằm nâng cao tính cân bằng, trách nhiệm và phù hợp bối cảnh trong truyền thông khoa học hiện nay.

Từ khóa - Trí tuệ nhân tạo; đóng khung; báo điện tử; truyền thông khoa học; chuyển đổi số

1. Đặt vấn đề

Thuật ngữ “trí tuệ nhân tạo” (Artificial Intelligence - AI) được ghi nhận tại Dự án nghiên cứu mùa hè Dartmouth năm 1956, một sự kiện được xem là dấu mốc hình thành AI như một lĩnh vực nghiên cứu độc lập [1]. Từ năm 2011, với sự xuất hiện của Siri, AI bắt đầu trở nên gần gũi hơn với truyền thông và công chúng [2], [3]. Sự quan tâm về công nghệ AI gia tăng kể từ năm 2022 với sự ra đời của ChatGPT [4]. Từ không gian học thuật hàn lâm, chính sách cho đến đời sống thường nhật, AI được bàn luận như một chủ đề vừa hào hứng vừa lo ngại [5]. Những kỳ vọng về một công nghệ mới đi kèm với những rủi ro về thông tin hay sự thay thế con người, đạo đức đã làm gia tăng những tranh luận về thực thể công nghệ này.

Tại Việt Nam, AI được xác định là lĩnh vực công nghệ chiến lược trong Quyết định số 127/QĐ-TTg về Chiến lược quốc gia về nghiên cứu, phát triển và ứng dụng Trí tuệ nhân tạo đến năm 2030 [6]. Gần đây, Nghị quyết số 57-NQ/TW tiếp tục nhấn mạnh vai trò của khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trong phát triển quốc gia [7]. Trong bối cảnh đó, báo chí đóng vai trò quan trọng trong truyền tải thông tin và tham gia kiến tạo diễn ngôn xã hội về AI [8], [9].

Bài viết lựa chọn đối sánh VnExpress và Báo Đà Nẵng xuất phát từ sự khác biệt về quy mô, vị thế và bối cảnh của

Abstract - The emergence of ChatGPT has significantly amplified media and public attention toward artificial intelligence (AI). Grounded in framing theory, this study analyzes and compares the news coverage of AI between a national news outlet (VnExpress) and a local newspaper (Da Nang Online Newspaper). Through a content analysis of 304 news articles, the findings reveal that the social progress frame is most prominent (39.5%), followed by the economic prospect frame, with a predominantly positive tone across the sample. Notably, the divergence between the two outlets manifests clearly in their framing mechanisms, particularly through the localization frame, rather than their overall tone. These findings contribute empirical evidence to the literature on AI communication in Vietnamese online newspapers, while offering critical implications for enhancing balance, responsibility, and contextual relevance in contemporary science communication.

Key words - Artificial intelligence; framing; online newspapers; science communication; digital transformation

hai cơ quan báo chí. VnExpress là báo điện tử có phạm vi tiếp cận toàn quốc, lượng truy cập lớn và mức độ ảnh hưởng lớn trên không gian số. Theo dữ liệu Similarweb tháng 6/2024 được Báo Nhân Dân dẫn lại, VnExpress đứng đầu nhóm báo chí tại Việt Nam về lượt truy cập [10]. Bên cạnh đó, theo Nghị định số 55/2025/NĐ-CP, VnExpress là đơn vị thuộc cơ cấu tổ chức của Bộ Khoa học và Công nghệ [11]. Trong khi đó, Báo Đà Nẵng là cơ quan báo chí địa phương gắn với bối cảnh Thành phố Đà Nẵng đang định hướng phát triển đô thị thông minh, đổi mới sáng tạo, công nghệ cao, vi mạch bán dẫn và AI. Nghị quyết số 43-NQ/TW của Bộ Chính trị xác định định hướng phát triển Đà Nẵng thành trung tâm kinh tế - xã hội lớn của cả nước, trong đó khoa học - công nghệ và đổi mới sáng tạo là những động lực quan trọng [12]. Vì vậy, VnExpress được lựa chọn như trường hợp đại diện cho báo điện tử có phạm vi tiếp cận quốc gia, trong khi đó Báo Đà Nẵng đại diện cho báo chí địa phương trong quá trình thúc đẩy đô thị thông minh và AI.

Nghiên cứu “Đóng khung truyền thông về trí tuệ nhân tạo trên báo điện tử: Nghiên cứu đối sánh giữa VnExpress và Báo Đà Nẵng” được triển khai với mục tiêu mô tả cách báo điện tử phản ánh về AI. Nghiên cứu cũng khám phá sự khác biệt giữa báo chí có quy mô quốc gia (VnExpress) và quy mô địa phương (Báo Đà Nẵng) trong việc đưa tin về

¹ The University of Danang - University of Science and Education, Vietnam (Tran Van Vy)

công nghệ này. Nghiên cứu là một nỗ lực khiêm tốn nhằm bổ khuyết khoảng trống nghiên cứu hiện thời. Mục tiêu của nghiên cứu nhằm trả lời các câu hỏi sau:

RQ1: Những khung tin tức chủ đạo nào được VnExpress và Báo Đà Nẵng sử dụng khi phản ánh về AI?

RQ2: Sắc thái trong các tin/ bài về AI trên VnExpress và Báo Đà Nẵng được thể hiện như thế nào?

RQ3: Có sự khác biệt nào giữa VnExpress và Báo Đà Nẵng trong việc phản ánh về AI?

2. Tổng quan và lý thuyết nghiên cứu

2.1. Báo chí đóng khung về trí tuệ nhân tạo

Trong những năm gần đây, bên cạnh các nghiên cứu thuần túy về kỹ thuật của khoa học máy tính, các học giả trong nước đã dành sự quan tâm đặc biệt đối với chủ đề AI trong nhiều lĩnh vực khoa học xã hội khác nhau như hoạt động tuyển sinh [13], thương mại điện tử [14], giáo dục [15], [16], v.v. Trong xu thế đó, AI cũng nhanh chóng trở thành một tiêu điểm mới trong các nghiên cứu báo chí - truyền thông. Các công trình hiện có cho thấy báo chí không chỉ phản ánh tiến trình phát triển của AI mà còn tham gia vào quá trình kiến tạo ý nghĩa xã hội về công nghệ này [8].

Hướng nghiên cứu nổi bật tập trung vào phân tích sắc thái và xu hướng chung của báo chí khi phản ánh về AI. Nhiều công trình quốc tế cho thấy, truyền thông có xu hướng đưa tin AI theo hướng tích cực hoặc trung lập nhiều hơn là tiêu cực [2], [17]. Các bản tin thường nhấn mạnh cơ hội mà AI mang lại, đặc biệt trong tự động hóa quy trình, hỗ trợ sáng tạo, nâng cao năng suất và thúc đẩy tiến bộ xã hội [18]. Khuynh hướng này cũng được củng cố thông qua các khung giá trị phát triển, trong đó AI được mô tả như một công cụ đổi mới, cải thiện đời sống và tạo động lực cho tăng trưởng [19], [20]. Một số nghiên cứu còn chỉ ra rằng, báo chí có xu hướng hình tượng hóa AI như một dạng “siêu trí tuệ”, thậm chí nhân hóa AI như một chủ thể có năng lực vượt trội con người [21]. Cách phản ánh này có thể làm gia tăng sức hấp dẫn của AI đối với công chúng nhưng cũng tiềm ẩn nguy cơ đơn giản hóa bản chất công nghệ và làm mờ đi các vấn đề về trách nhiệm, kiểm soát và đạo đức.

Bên cạnh xu hướng lạc quan công nghệ, các nghiên cứu cũng ghi nhận sự gia tăng của các khung rủi ro trong diễn ngôn báo chí về AI. Dù xuất hiện với tần suất thấp hơn, các khung tiêu cực là một phần quan trọng trong truyền thông về công nghệ này, đặc biệt sau sự bùng nổ của AI tạo sinh [3]. Những rủi ro thường được báo chí nhấn mạnh bao gồm nội dung giả mạo, sai lệch thông tin, giám sát, thiên lệch dữ liệu, tội phạm mạng, quyền riêng tư và rối loạn thông tin [18]. Nguyen và Hekman cho thấy các vấn đề liên quan đến dữ liệu, giám sát và trật tự thông tin ngày càng trở thành vấn đề trung tâm trong tin tức về AI [3]. Trong khi đó, một số nghiên cứu về khuynh hướng chính trị của truyền thông cho thấy, báo chí tiến bộ thường chú ý nhiều hơn đến các khung khủng hoảng và đạo đức, còn báo chí bảo thủ có xu hướng nhấn mạnh lợi ích và giá trị phát triển của AI [19].

Các nghiên cứu gần đây cũng cảnh báo về hiện tượng cực đoan hóa diễn ngôn truyền thông về AI. Cools và cộng sự [22], Roe và Perkins [23], cũng như Yadlin và Marciano

[24] cho rằng, các bài báo về AI nhiều khi dao động giữa hai thái cực: hoặc ca ngợi AI như một công nghệ đột phá có khả năng giải quyết nhiều vấn đề xã hội, hoặc mô tả AI như một nguy cơ nghiêm trọng đối với con người. Lối tường thuật này có thể giúp thu hút sự chú ý của công chúng nhưng làm gia tăng nguy cơ khiến công chúng rơi vào trạng thái hoang mang, kỳ vọng quá mức hoặc hiểu sai về bản chất và giới hạn của AI. Do đó, việc nhận diện các khung truyền thông chủ đạo trong báo chí về AI là cần thiết để đánh giá liệu báo chí đang cung cấp một bức tranh cân bằng, phê phán và có trách nhiệm về công nghệ này hay không.

Một hướng nghiên cứu khác nhấn mạnh rằng cách báo chí đóng khung AI không tách rời bối cảnh chính trị, xã hội, văn hóa và địa lý. Các nghiên cứu tại châu Phi và Tây Ban Nha cho thấy báo chí ở mỗi khu vực có cách lựa chọn chủ đề, sắc thái và khung thông điệp khác nhau [5], [25]. Trong khi báo chí châu Phi nổi bật với các khung đạo đức, phản ánh mối quan tâm đến bất bình đẳng xã hội và nguy cơ phụ thuộc công nghệ [5], báo chí Tây Ban Nha lại có xu hướng ưu tiên khung lợi ích và ít chú ý hơn đến các vấn đề như mất việc làm và đạo đức [25]. Tại Hoa Kỳ, Chuan và cộng sự [17] chỉ ra rằng, báo chí chủ yếu sử dụng khung sự kiện, tức tập trung vào các trường hợp, sản phẩm hoặc sự kiện cụ thể liên quan đến AI, thay vì đặt AI trong các cấu trúc xã hội rộng lớn hơn. Tại Vương quốc Anh, Roe và Perkins [23] ghi nhận sự phân cực trong cách đưa tin theo định hướng chính trị, khi báo chí thiên hữu thường nhấn mạnh tác động xã hội, còn báo chí thiên tả chú trọng hơn đến đạo đức và quyền riêng tư. Nghiên cứu của Ittefaq còn phát hiện rằng báo chí ở khu vực Bắc bán cầu có xu hướng xây dựng các khung tiêu cực hơn so với báo chí ở Nam bán cầu [2].

Những phát hiện trên cho thấy, truyền thông về AI không hẳn trung lập. Cùng một công nghệ có thể được diễn giải khác nhau tùy thuộc vào hệ thống truyền thông, định hướng chính trị, ưu tiên chính sách, vị thế địa lý và kinh nghiệm xã hội của từng cộng đồng. Điều này đặc biệt quan trọng đối với các bối cảnh ngoài phương Tây, nơi AI không chỉ được nhìn nhận như một thành tựu công nghệ, mà còn gắn với chiến lược phát triển quốc gia, chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo và năng lực cạnh tranh. Vì vậy, nghiên cứu cách báo chí Việt Nam đóng khung AI có ý nghĩa bổ sung cho các nghiên cứu quốc tế vốn chủ yếu tập trung vào các quốc gia phát triển.

Tại Việt Nam, báo chí khoa học nhìn chung còn khá manh mún do sự thiếu hụt đội ngũ chuyên môn và việc tập trung vào mục tiêu phổ biến kiến thức thuần túy [26]. Trong bối cảnh đó, các nghiên cứu về cách báo chí phản ánh AI vẫn đang ở giai đoạn sơ khởi. Một trong những công trình gần với hướng tiếp cận của bài báo là nghiên cứu của Hanh và cộng sự, phân tích nội dung 30 tác phẩm trên 17 cơ quan báo chí chủ lưu của Nhà nước [27]. Kết quả cho thấy, báo chí Việt Nam không tiếp cận AI theo hướng cực đoan, mà duy trì ba sắc thái phản ánh chính: trung lập, lạc quan và bi quan. Trong đó, sắc thái trung lập chiếm tỉ lệ cao nhất, tiếp đến là sắc thái lạc quan và bi quan. Đáng chú ý, nghiên cứu cho rằng truyền thông trong nước có xu hướng định vị AI như một công cụ thực dụng, gắn với tối ưu hóa hiệu suất, nâng cao năng lực sáng tạo và thúc đẩy chuyển đổi số.

Tuy vậy, cách báo chí định vị AI theo hướng trung lập hoặc tích cực không phải lúc nào cũng tương ứng với phản ứng của công chúng. Nghiên cứu của Ngo [28] về bình luận của công chúng trên diễn đàn báo điện tử cho thấy, nhiều người đọc bộc lộ tâm lý bất an trước tác động của AI đối với thị trường lao động. Đáng chú ý, sau sự xuất hiện của ChatGPT, tỉ lệ bình luận mang sắc thái tiêu cực có xu hướng gia tăng mạnh. Phát hiện này gợi ý rằng, giữa cách báo chí phản ánh AI và cách công chúng tiếp nhận AI có thể tồn tại khoảng cách đáng kể.

Tổng quan các nghiên cứu cho thấy, truyền thông về AI đã được tiếp cận qua các hướng chính: phân tích sắc thái, nhận diện khung tin tức và so sánh sự khác biệt theo bối cảnh chính trị - xã hội. Tuy nhiên, trong bối cảnh Việt Nam, nghiên cứu về khung tin tức AI trên báo điện tử vẫn còn hạn chế, đặc biệt là các nghiên cứu đối sánh giữa báo chí quy mô quốc gia và báo chí địa phương. Từ khoảng trống đó, bài viết này phân tích cách VnExpress và Báo Đà Nẵng đóng khung AI, qua đó làm rõ sự khác biệt trong cách lựa chọn, nhấn mạnh và bối cảnh hóa chủ đề này trên hai cấp độ truyền thông.

2.2. Lý thuyết đóng khung

Nghiên cứu sử dụng lý thuyết đóng khung (framing theory) làm lý thuyết chủ đạo trong việc phân tích các tin tức tường thuật về công nghệ AI. Lý thuyết đóng khung cho rằng, cách một vấn đề khoa học được đóng khung ảnh hưởng trực tiếp đến cách khán giả tiếp nhận và lý giải vấn đề đó [29]. Theo Entman, đóng khung là việc lựa chọn một số khía cạnh của thực tại và làm cho chúng trở nên nổi bật hơn để thúc đẩy một định nghĩa, cách diễn giải hoặc đánh giá cụ thể [30]. Đối với những công nghệ mới nổi như AI, nơi công chúng thường cảm thấy xa lạ, khung đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành thái độ cảm xúc trước khi quá trình xử lý thông tin logic diễn ra [9].

Bên cạnh đó, Nisbet xác định tám khung cốt lõi mà các vấn đề khoa học thường được đóng khung trong truyền thông [31]: tiến bộ xã hội (social progress), triển vọng kinh tế (economic development), đạo đức (morality and ethics), sự không chắc chắn về khoa học và kỹ thuật (scientific and technical uncertainty), hộp Pandora/quái vật Frankenstein (Pandora’s box/Frankenstein’s monster), trách nhiệm giải trình trước công chúng (public accountability and governance), con đường thứ ba (middle way), xung đột và chiến lược (conflict and strategy).

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu lựa chọn sử dụng phương pháp phân tích nội dung (content analysis) để mã hóa và phân tích các tin, bài phản ánh về AI trên các trang báo điện tử.

3.1. Mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng hệ thống phần mềm chuyên dụng News Crawler để truy xuất dữ liệu từ các trang báo điện tử. Công cụ được thiết lập để quét toàn bộ các tin/bài có chứa từ khóa “trí tuệ nhân tạo” xuất hiện ở tiêu đề và nội dung bài viết được đăng trên hai nguồn VnExpress và Báo Đà Nẵng trong khoảng thời gian từ ngày 01/01/2020 đến hết ngày 31/12/2025. Tuy nhiên, giới hạn của nghiên cứu nằm ở chỗ khi truy xuất với một từ khóa duy nhất, điều này có thể bỏ sót các bài viết sử dụng các thuật ngữ khác.

Bảng 1. Phân bố tổng thể dữ liệu trước/sau chọn mẫu

Nguồn	Tổng thể sau làm sạch	Mẫu phân tích	Tỉ lệ mẫu
VnExpress	743	212	28,53%
Báo Đà Nẵng	338	92	27,22%
Tổng	1.081	304	28,12%

Sau khi làm sạch, tổng thể dữ liệu nghiên cứu gồm 1.081 đơn vị phân tích. Nghiên cứu thực hiện quy trình chọn mẫu theo hai bước. Trước hết, 40 đơn vị phân tích được lựa chọn ngẫu nhiên để mã hóa thử và kiểm tra độ tin cậy giữa hai mã hóa viên. Sau khi số tay mã hóa được hiệu chỉnh, 40 đơn vị này được mã hóa lại theo bộ tiêu chí cuối cùng và được giữ lại trong mẫu phân tích chính thức. Tiếp đó, nghiên cứu áp dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên hệ thống trên toàn tập dữ liệu với bước nhảy $k = 4$ để chọn thêm 264 đơn vị. Việc chọn mẫu trên toàn tập dữ liệu góp giúp phản ánh tương đối phân bố tự nhiên của hai nguồn báo trong tổng thể dữ liệu. Tuy nhiên, cách tiếp cận này cũng tạo ra sự chênh lệch kích thước nhóm giữa VnExpress và Báo Đà Nẵng khi thực hiện phân tích đối sánh.

3.2. Khung phân tích

Bảng 2. Mô tả các khung tin tức được sử dụng để mã hóa bài viết về AI

Khung tin tức	Mô tả
Tiến bộ xã hội	AI được mô tả như công cụ cải thiện đời sống, giải quyết vấn đề thường nhật và tạo ra các phát minh, ứng dụng mới phục vụ con người.
Triển vọng kinh tế	AI được nhìn nhận như một khoản đầu tư kinh tế, mang lại lợi ích, hoặc như một yếu tố liên quan đến năng lực cạnh tranh kinh tế.
Đạo đức	AI được đặt trong các vấn đề đúng/sai, hoặc trong sự tôn trọng hay vi phạm các giới hạn, ngưỡng và ranh giới đạo đức.
Thảm họa	AI được nhìn nhận như một vấn đề đòi hỏi sự thận trọng hoặc hành động trước nguy cơ thảm họa và những hệ quả vượt ngoài tầm kiểm soát hoặc như một tình thế mang tính định mệnh, trong đó con người khó tránh khỏi các hậu quả của con đường công nghệ đã lựa chọn.
Trách nhiệm giải trình trước công chúng	AI được đặt trong các vấn đề về kiểm soát, minh bạch, tham gia, trách nhiệm hoặc quyền sở hữu; đồng thời liên quan đến tranh luận về việc sử dụng khoa học và chuyên môn trong quá trình ra quyết định.
Chính sách	AI được nhìn nhận trong mối quan hệ với chính sách, quy định, chiến lược, chương trình hành động hoặc định hướng quản lý của Nhà nước, tổ chức hay cơ quan có thẩm quyền.
Địa phương hóa*	AI được đặt trong bối cảnh địa phương cụ thể, gắn với các nhu cầu, chính sách, chương trình phát triển, dịch vụ công, kinh tế - xã hội hoặc ưu tiên chuyển đổi số của địa phương.
Khác	Các bài viết có đề cập đến AI nhưng không thể phân loại rõ vào các khung trên, hoặc AI chỉ xuất hiện như thông tin phụ, không phải trọng tâm diễn giải chính của bài viết.
*Không phải khung gốc trực tiếp của Nisbet, được phát triển bổ sung theo bối cảnh nghiên cứu	

Nguồn: Tác giả tổng hợp và điều chỉnh từ Nisbet [31]

Khung phân tích (coding book) trong nghiên cứu này kế thừa và phát triển từ các nghiên cứu đi trước liên quan đến truyền thông khoa học nói chung của Nisbet [31] và đưa tin về AI nói riêng của Chuan [32] và D. Nguyen và Hekman [3].

Mỗi đơn vị phân tích được mã hóa theo một khung và một sắc thái chủ đạo. Trong trường hợp bài viết chứa nhiều hơn một khung, mã hóa viên xác định khung chủ đạo dựa trên tiêu đề, sapo, trọng tâm nội dung của bài viết và dung lượng thông tin dành cho từng khía cạnh.

3.3. Phân tích dữ liệu

Dữ liệu được phân tích thủ công (manual content analysis) và thống kê bằng phần mềm SPSS phiên bản 26 bởi kỹ thuật thống kê mô tả và kiểm định Chi-bình phương.

Trước hết, một tập hợp gồm 40 đơn vị phân tích được lựa chọn ngẫu nhiên để tiến hành mã hóa độc lập bởi tác giả và người mã hóa độc lập. Mục đích của quy trình này nhằm kiểm tra mức độ đồng thuận giữa hai mã hóa viên thông qua chỉ số Cohen’s Kappa. Theo khung phân loại của Landis & Koch [33], kết quả mã hóa được chấp nhận khi chỉ số Cohen’s Kappa đạt từ 0,80 trở lên, tương ứng với mức đồng thuận rất tốt.

Quy trình kiểm tra mức độ đồng thuận của hai mã hóa viên được thực hiện qua hai vòng độc lập nhằm đảm bảo tính chuẩn xác cho bảng mã hóa. Trong vòng mã hóa thứ nhất, hai mã hóa viên tiến hành mã hóa thử 40 đơn vị phân tích. Kết quả cho thấy chỉ số Cohen’s Kappa của hai biến “khung nội dung” và “thái độ chung với AI” lần lượt đạt 0,657 và 0,648, chưa đạt mức độ tin cậy mong muốn. Nguyên nhân chủ yếu xuất phát từ sự khác biệt trong cách diễn giải khái niệm giữa hai mã hóa viên. Trên cơ sở đó, tác giả đã tiến hành thảo luận, điều chỉnh trong sổ tay mã hóa và tổ chức tập huấn lại nhằm thống nhất quan điểm. Ở vòng mã hóa thứ hai, trên cùng tập thử nghiệm, chỉ số Cohen’s Kappa tăng lên 0,826 đối với biến “khung nội dung” và 0,865 với biến “thái độ chung với AI”. Kết quả này cho thấy, bảng mã hóa đạt độ tin cậy, giảm thiểu yếu tố chủ quan, đảm bảo cho việc phân tích toàn bộ mẫu nghiên cứu chính thức.

Bên cạnh phương pháp phân tích nội dung định lượng (quantitative content analysis), nghiên cứu kết hợp phương pháp phân tích nội dung định tính (qualitative content analysis) như một hướng tiếp cận bổ trợ nhằm phân tích chuyên sâu một số trường hợp điển hình vốn không thể hiện rõ qua các con số thống kê.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Khung tin tức về trí tuệ nhân tạo

Nghiên cứu thực hiện lấy mẫu ngẫu nhiên hệ thống với bước nhảy $k = 4$ từ tổng thể mẫu gồm 1.081 đơn vị phân tích. Mẫu nghiên cứu chính thức là 304 đơn vị phân tích với 212 đơn vị từ VnExpress và 92 đơn vị từ Báo Đà Nẵng. Cơ cấu mẫu được mô tả trong Bảng 3.

Thông qua thống kê sơ bộ cho thấy, số lượng bài viết về AI tăng mạnh trong năm 2025 ở cả hai nguồn báo, qua đó phản ánh mức độ quan tâm ngày càng lớn của báo điện tử đối với chủ đề này. Kết quả này cũng cố rằng, việc nghiên cứu cách báo điện tử phản ánh AI là cần thiết trong bối cảnh chủ đề này ngày càng xuất hiện nhiều trên truyền thông.

Bảng 3. Cơ cấu mẫu phân tích

Năm	VnExpress	Báo Đà Nẵng	Tổng
2020	10	4	14
2021	14	2	16
2022	12	2	14
2023	16	5	21
2024	45	17	62
2025	115	62	177
Tổng	212	92	304

Vận dụng lý thuyết đóng khung đã trình bày ở mục 2.2 và khung phân tích mục 3.2, nghiên cứu nhận diện khung tin tức mà báo chí sử dụng khi đưa tin về công nghệ AI.

Bảng 4. Thống kê tần suất khung tin tức về công nghệ AI

Khung tin tức	Tần suất	Phần trăm
Tiến bộ xã hội	120	39,5
Triển vọng kinh tế	51	16,8
Địa phương hóa	30	9,9
Đạo đức	29	9,5
Thảm họa	22	7,2
Trách nhiệm giải trình trước công chúng	21	6,9
Chính sách	18	5,9
Khác	13	4,3
Tổng	304	100,0

Dữ liệu phân tích cho thấy sự nổi bật của khung tiến bộ xã hội trong các thông điệp về AI với 120/304 tin bài (tương ứng 39,5%) sử dụng phương thức đóng khung này. Sự ưu tiên đối với khung tiến bộ xã hội trong mẫu khảo sát cho thấy, báo chí có xu hướng nhấn mạnh các lợi ích và tiềm năng ứng dụng của AI nhiều hơn các rủi ro của công nghệ này.

Sự hiện diện của khung tiến bộ xã hội được cụ thể hóa qua việc mô tả AI như một giải pháp cho những nhu cầu cá nhân. Bài viết “AI thay con người quyết định ‘hôm nay nhà mình ăn gì’” (VnExpress, 20/4/2025) đã trích dẫn ý kiến chuyên gia để khẳng định tính hiệu quả của AI trong việc lập kế hoạch dinh dưỡng, qua đó gắn kết công nghệ với nhu cầu cá nhân trong đời sống thường nhật.

Bên cạnh các giá trị về mặt xã hội, AI còn được báo chí khắc họa như một động lực then chốt cho sự tăng trưởng kinh tế. Kết quả phân tích cho thấy, khung triển vọng kinh tế chiếm tỉ lệ 16,8% (tương ứng 51/304 tin bài), giữ vị trí quan trọng trong chiến lược định hướng thông tin của các tòa soạn.

AI thường được các chuyên gia định vị là bài toán “mọt vốn trăm lời” cho giới doanh nghiệp. Bài viết “Tận dụng AI sẽ đi trước đối thủ” (VnExpress, 22/9/2023) phản ánh tư duy định khung AI là yếu tố sống còn để doanh nghiệp chiếm lĩnh thị trường. Mặt khác, trong cùng bài viết trên, báo chí còn chú trọng đến hệ sinh thái khởi nghiệp, khẳng định sự sôi động của thị trường nội địa như dẫn chứng: “Chúng ta có 7 doanh nghiệp lớn, gần 100 start-up làm về phát triển AI, và khoảng 10.000 doanh nghiệp vừa và nhỏ sử dụng AI tạo nên sự phong phú cho thị trường”.

Với vai trò tiếng nói của chính quyền và nhân dân, Báo Đà Nẵng thể hiện sự nổi bật hơn trong việc vận dụng khung địa phương hóa nhằm gắn kết AI với bối cảnh thực tiễn. Trong khi VnExpress chỉ có 4 bài viết thì Báo Đà Nẵng

chiếm đến 26 bài. Kết quả phân tích cho thấy, khung địa phương hóa xuất hiện trong 30 tác phẩm (chiếm tỉ lệ 9,9% tổng mẫu). Điều này cho thấy, trong mẫu khảo sát, báo chí địa phương không chỉ đưa tin về AI như một chủ đề công nghệ chung mà còn đặt công nghệ này vào các lĩnh vực cụ thể của đời sống chính trị, kinh tế và xã hội địa phương.

Trong lăng kính địa phương hóa, AI được khắc họa như một “cánh cửa mới” cho hệ sinh thái khởi nghiệp khu vực. Bài viết “Doanh nghiệp khởi nghiệp Quảng Nam mở ‘cánh cửa mới’ cùng AI” (Báo Đà Nẵng, 29/4/2025) là ví dụ điển hình định vị AI là công cụ hữu hiệu giúp tối ưu hóa vận hành và giảm thiểu rủi ro cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Mặt khác, khung địa phương hóa còn được sử dụng để phản ánh sự thích ứng của chính quyền thành phố đối với dịch vụ công. Bài viết “Ứng dụng AI hỗ trợ chính quyền hai cấp vận hành hiệu quả” (Báo Đà Nẵng, 10/7/2025) nhấn mạnh vai trò AI trong việc hỗ trợ người dân thực hiện thủ tục hành chính và nâng cao chất lượng dịch vụ công. Do vậy, AI không còn là thực thể xa lạ mà trở thành một thành tố quan trọng trong chiến lược xây dựng chính quyền số của thành phố.

Căn cứ vào thời điểm ChatGPT ra mắt vào tháng 11/2022, nghiên cứu phân chia mẫu thành hai nhóm (1) trước ChatGPT, gồm các bài viết từ năm 2020 đến năm 2022 và (2) sau ChatGPT, gồm các bài viết từ năm 2023 đến năm 2025. Kết quả Bảng 5 cho thấy, sự khác biệt trong phân bố khung tin tức giữa hai nhóm thời điểm kể trên.

Bảng 5. Kiểm định sự khác biệt về khung tin tức trước và sau khi ChatGPT ra đời

	Giá trị	Bậc tự do	Mức ý nghĩa tiệm cận (2 phía)	Mức ý nghĩa chính xác (2 phía)
Chi-bình phương	23,101 ^a	7	0,002	0,002
Kiểm định Fisher	22,008			0,001
Cramer’s V	0,276		0,002	0,002

a. 6 ô (37,5%) có tần suất mong đợi (expected count) nhỏ hơn 5. Tần suất mong đợi tối thiểu là 1,88.

Kết quả kiểm định Chi-bình phương Bảng 5 cho thấy, sự khác biệt giữa hai thời điểm trước/sau ChatGPT và loại khung tin tức được sử dụng với giá trị Chi-bình phương $\chi^2 = 23,101$, $p = 0,002$. Do có 37,5% số ô có tần suất kỳ vọng nhỏ hơn 5, kết quả kiểm định Fisher được xem xét và cho thấy mối liên hệ có ý nghĩa thống kê, $p = 0,001$. Kết quả Cramer’s V = 0,276 cho thấy mức độ liên kết giữa thời điểm trước/sau ChatGPT và loại khung tin tức ở mức yếu đến trung bình. Dữ liệu này gợi ý rằng trong nhóm bài viết sau thời điểm ChatGPT xuất hiện, các khung tin tức được sử dụng có xu hướng đa dạng hơn.

Trước thời điểm ChatGPT ra mắt, dữ liệu khảo sát cho thấy AI chủ yếu được định khung theo hướng tích cực, tập trung vào khung tiến bộ xã hội với 29/44 bài (65,9%) và khung triển vọng kinh tế với 10/44 bài (22,7%). Các khung còn lại xuất hiện với tỉ lệ thấp, trong đó, khung đạo đức hoàn toàn vắng bóng. Sau thời điểm ChatGPT, khung tiến bộ xã hội và khung triển vọng kinh tế vẫn chiếm tỉ lệ cao nhưng có xu hướng giảm. Ngược lại, các khung liên quan

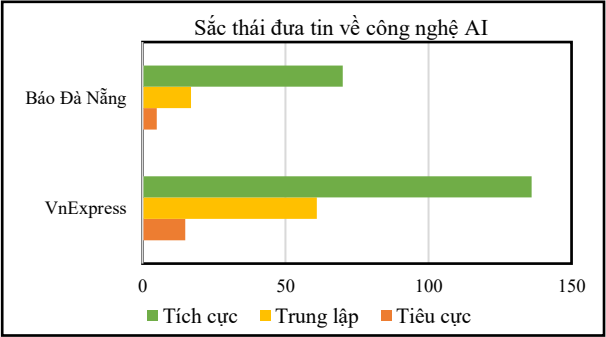
đến đạo đức (11,2%), địa phương hóa (11,2%), thảm họa (8,1%), trách nhiệm giải trình trước công chúng (7,7%) và chính sách (6,5%) xuất hiện rõ hơn.

Từ các kết quả phân tích trên, có thể trả lời **RQ1** về cách VnExpress và Báo Đà Nẵng đóng khung công nghệ AI như sau: hai báo sử dụng tám khung tin tức khi phản ánh về AI, trong đó nổi bật nhất là tiến bộ xã hội và triển vọng kinh tế. Khung tiến bộ xã hội xuất hiện nhiều nhất với 120/304 tin bài, chiếm 39,5%. Khung triển vọng kinh tế đứng thứ hai với 51/304 tin bài, chiếm 16,8%. Bên cạnh đó, sự xuất hiện của các khung địa phương hóa (9,9%), đạo đức (9,5%), thảm họa (7,2%), trách nhiệm giải trình trước công chúng (6,9%), chính sách (5,9%) và khác (4,3%) cho thấy diễn ngôn báo chí về AI mở rộng sang các vấn đề xã hội, quản trị, đạo đức và bối cảnh địa phương.

4.2. **Sắc thái đưa tin về trí tuệ nhân tạo**

Để trả lời **RQ2** về sắc thái phản ánh của báo chí đối với AI, nghiên cứu tiến hành phân tích 304 tin/bài đăng trên VnExpress và Báo Đà Nẵng. Kết quả thống kê các sắc thái tích cực, trung lập và tiêu cực được trình bày trong Hình 1.

Sắc thái đưa tin công nghệ AI được phân tích dựa trên ba mức độ, bao gồm: Tích cực, trung lập và tiêu cực. Bài báo được xem là **sắc thái tích cực** khi nhấn mạnh khả năng tối ưu hóa năng suất, tăng trưởng kinh tế, sự tiện lợi trong đời sống hay các đột phá trong y tế, giáo dục. Chẳng hạn: “*Trợ lý ảo công chức có thể sử dụng 24/7, [...] Thay vì tra cứu thủ công, cán bộ công chức nhập câu hỏi trực tiếp cho trợ lý ảo.*” (Trích “Trợ lý ảo hỗ trợ công chức sau sáp nhập tỉnh”, VnExpress, 30/06/2025). **Sắc thái trung lập** được mã hóa khi đề cập hai mặt tích cực và tiêu cực về công nghệ AI, đồng thời nhấn mạnh sự cần thiết của con người. Ví dụ: “*Trí tuệ nhân tạo (AI) ghi chép bệnh án và cung cấp phân tích chuyên sâu hỗ trợ chẩn đoán điều trị bệnh nhân, song không thể thay bác sĩ ra quyết định khẩn cấp y khoa.*” (Trích “Bác sĩ AI làm việc gì?”, VnExpress, 08/03/2025). Mặt khác, khi bài báo đề cập đến các rủi ro như làn sóng thất nghiệp, vi phạm quyền riêng tư, định kiến thuật toán, giả mạo, v.v. được xem là **sắc thái tiêu cực**. Ví dụ: “*Người đàn ông 70 tuổi nôn mửa dữ dội, phải đi cấp cứu sau khi ăn loại nấm được ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) xác định nhầm là nấm hương*” (Trích “Suýt chết vì tin AI”, VnExpress, 23/11/2025).



Hình 1. Thống kê sắc thái đưa tin về công nghệ AI

Kết quả thống kê mô tả Hình 1 cho thấy, lăng kính truyền thông về AI trong mẫu khảo sát nghiêng về hướng tích cực. Cụ thể, số lượng bài viết thể hiện thái độ tích cực chiếm ưu thế trên cả hai tờ báo với tổng cộng 206/304 tác

phẩm (đạt tỉ lệ 67,8%). Nằm ở khoảng giữa, các bài viết duy trì thái độ trung lập chiếm tỉ lệ 25,7% (78 bài). Trong khi đó, thái độ tiêu cực đối với công nghệ này chỉ xuất hiện ở mức thấp với 20 bài viết (chiếm 6,6% tổng mẫu).

Nghiên cứu khám phá sự khác biệt về sắc thái đưa tin trước/sau khi ChatGPT ra đời. Kết quả cho thấy, tồn tại sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê về sắc thái đưa tin của các báo.

Bảng 6. Kiểm định sự khác biệt về sắc thái trước và sau khi ChatGPT ra đời

	Giá trị	Bậc tự do	Mức ý nghĩa tiệm cận (2 phía)
Chi-bình phương	12,955 ^a	2	0,002
Cramer's V	0,206		0,002

a. 1 ô (6,3%) có tần suất mong đợi (expected count) nhỏ hơn 5. Tần suất mong đợi tối thiểu là 2,89.

Kết quả kiểm định Chi-bình phương cho thấy, có mối liên hệ có ý nghĩa thống kê giữa thời điểm trước/sau ChatGPT về sắc thái đưa tin, giá trị Chi-bình phương $\chi^2 = 12,955$, $p = 0,002$. Chỉ số Cramer's $V = 0,206$, $p = 0,002$ cho thấy mức độ liên kết giữa hai biến ở mức yếu đến trung bình. Trước ChatGPT, các bài viết về AI gần như mang sắc thái tích cực, với 40/44 bài, chiếm 90,9%, nhóm trung lập chỉ có 4 bài, chiếm 9,1% và không ghi nhận bài viết nào mang sắc thái tiêu cực. Trong khi đó, sau khi ChatGPT ra đời, sắc thái tích cực vẫn chiếm tỉ lệ cao với 166/260 bài, tương đương 63,8% nhưng tỉ lệ này thấp hơn so với giai đoạn trước. Ngược lại, nhóm trung lập tăng lên 74/260 bài (28,5%) và nhóm tiêu cực xuất hiện với 20/260 bài, (7,7%).

4.3. Sự khác biệt về truyền thông trí tuệ nhân tạo giữa VnExpress và Báo Đà Nẵng

Nghiên cứu tiến hành sử dụng kiểm định Chi-bình phương nhằm kiểm định liệu có tồn tại sự khác biệt về khung tin tức và sắc thái đưa tin giữa tờ báo có quy mô toàn quốc (VnExpress) và quy mô địa phương (Báo Đà Nẵng) để trả lời cho **RQ3**. Bên cạnh đó, chỉ số Cramer's V được sử dụng để đánh giá mức độ liên kết thực chất giữa nguồn báo và loại khung tin tức.

Bảng 7. Kiểm định sự khác biệt giữa VnExpress và Báo Đà Nẵng về phương thức đóng khung tin tức

	Giá trị	Bậc tự do	Mức ý nghĩa tiệm cận (2 phía)
Chi-bình phương	51,920 ^a	7	< 0,001
Cramer's V	0,413		< 0,001

a. 1 ô (6,3%) có tần suất mong đợi (expected count) nhỏ hơn 5. Tần suất mong đợi tối thiểu là 3,93.

Kiểm định Chi-bình phương Bảng 7 cho thấy giá trị Chi-bình phương $\chi^2 = 51,920$, $p < 0,001$ khẳng định tồn tại sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê giữa hai nguồn báo về khung tin tức. Bên cạnh ý nghĩa thống kê, kết quả Cramer's $V = 0,413$, $p < 0,001$ cho thấy mối liên hệ giữa nguồn báo và phương thức đóng khung đạt mức trung bình. Điều này có nghĩa, sự khác biệt giữa VnExpress và Báo Đà Nẵng phản ánh mức độ liên kết thực chất giữa quy mô/bối cảnh hoạt động của cơ quan báo chí và cách AI được đóng khung trong tin tức.

Phân tích Bảng 8 cho thấy, sự khác biệt này thể hiện rõ nhất ở khung địa phương hóa. Trong khi VnExpress chỉ có 4 tin/bài sử dụng khung này, Báo Đà Nẵng có 26 tin/bài. Kết quả này gợi ý rằng Báo Đà Nẵng có xu hướng gắn AI với các vấn đề địa phương. Nếu xét trong nội bộ từng báo, khung địa phương hóa chiếm 28,3% số bài của Báo Đà Nẵng, trong khi chỉ chiếm 1,9% số bài của VnExpress. Tính trong toàn bộ 30 bài thuộc khung địa phương hóa, Báo Đà Nẵng chiếm 86,7%. Chênh lệch này cho thấy địa phương hóa không chỉ là một khung phụ mà là dấu hiệu phân biệt rõ nhất giữa báo chí địa phương và báo chí quy mô quốc gia trong mẫu khảo sát.

Bảng 8. Phân tích bảng chéo khung tin tức giữa VnExpress và Báo Đà Nẵng

Khung tin tức	VnExpress	Báo Đà Nẵng
Tiến bộ xã hội	92	28
Triển vọng kinh tế	36	15
Chính sách	14	4
Đạo đức	21	8
Thảm họa	18	4
Trách nhiệm giải trình trước công chúng	16	5
Địa phương hóa	4	26
Khác	11	2

Nghiên cứu tiếp tục thực hiện kiểm định Chi-bình phương và kiểm định Cramer's V để trả lời cho câu hỏi liệu có tồn tại sự khác biệt về sắc thái khi đưa tin về AI giữa VnExpress và Báo Đà Nẵng hay không. Kết quả được trình bày tại Bảng 9.

Bảng 9. Kiểm định sự khác biệt giữa VnExpress và Báo Đà Nẵng về sắc thái đưa tin AI

	Giá trị	Bậc tự do	Mức ý nghĩa tiệm cận (2 phía)
Chi-bình phương	4,262 ^a	2	0,119
Cramer's V	0,118		0,119

a. 0 ô (0,0%) có tần suất mong đợi (expected count) nhỏ hơn 5. Tần suất mong đợi tối thiểu là 6,05.

Giá trị Chi-bình phương $\chi^2 = 4,262$, bậc tự do = 2 và mức ý nghĩa $p = 0,119$ ($p > 0,05$) cho thấy sắc thái đưa tin về AI giữa hai cơ quan báo chí không có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê. Kết quả Cramer's $V = 0,118$, $p = 0,119$ cũng gợi ý mức độ liên kết giữa nguồn báo và sắc thái phản ánh là rất yếu. Phần lớn tin/bài trên VnExpress và Báo Đà Nẵng mang sắc thái tích cực đối với AI. Cụ thể, trên VnExpress, nhóm tin/bài tích cực chiếm 136/212 bài, tương đương 64,2%, nhóm trung lập chiếm 28,8% và nhóm tiêu cực chiếm 7,1%. Trong khi đó, trên Báo Đà Nẵng, sắc thái tích cực chiếm 70/92 bài, tương đương 76,1%, nhóm trung lập chiếm 18,5% và nhóm tiêu cực chiếm 5,4%.

Đối với **RQ3**, kết quả nghiên cứu cho thấy, có sự khác biệt giữa VnExpress và Báo Đà Nẵng trong việc phản ánh về AI. Tuy nhiên, sự khác biệt này chủ yếu thể hiện ở phương thức đóng khung chứ không nằm ở sắc thái đưa tin. Cụ thể, kiểm định Chi-bình phương cho thấy hai báo có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê trong cách sử dụng các khung tin tức về AI, $\chi^2 = 51,920$, $p < 0,001$. Chỉ số

Cramer's $V = 0,413$ cho thấy mức độ liên kết giữa nguồn báo và phương thức đóng khung đạt mức trung bình. VnExpress có xu hướng phản ánh AI như một vấn đề công nghệ mang tính quốc gia và toàn cầu, nổi bật ở các khung tiến bộ xã hội, triển vọng kinh tế, đạo đức và thảm họa. Trong khi đó, Báo Đà Nẵng thể hiện rõ ưu thế ở khung địa phương hóa. Ngược lại, sắc thái đưa tin AI giữa hai báo không có ý nghĩa thống kê. Điều này cho thấy VnExpress và Báo Đà Nẵng tuy khác nhau trong cách lựa chọn và nhấn mạnh khung thông tin nhưng đều chủ yếu tiếp cận AI theo hướng tích cực/ủng hộ.

5. Thảo luận và kết luận

Nghiên cứu phương thức đóng khung AI trên VnExpress và Báo Đà Nẵng giai đoạn 2020 - 2025 đã cung cấp một góc nhìn về diễn ngôn báo điện tử về AI. Mẫu khảo sát cho thấy xu hướng nhấn mạnh các giá trị tích cực của công nghệ. Khung tiến bộ xã hội chiếm tỉ lệ cao nhất, tiếp đến là khung triển vọng kinh tế, cho thấy AI chủ yếu được phản ánh như một công cụ hỗ trợ đổi mới, nâng cao hiệu quả hoạt động, cải thiện đời sống và thúc đẩy chuyển đổi số. Kết quả này tương đồng với một số nghiên cứu quốc tế như của Chuan và cộng sự [17] về báo chí Mỹ khi tác giả ghi nhận lợi ích của AI được đề cập thường xuyên hơn rủi ro, trong đó kinh doanh và công nghệ là các chủ đề nổi bật. Phát hiện này cũng gần với nghiên cứu của Sun và cộng sự [20] khi AI được báo chí kiến tạo như một vấn đề công nghệ phức tạp, giàu giá trị và gắn với nhiều chủ thể xã hội khác nhau. Ở quy mô so sánh quốc tế, Ittefaq và cộng sự [2] cũng cho thấy, các khung liên quan đến tác động của AI đối với kinh doanh, việc làm, giáo dục, nghiên cứu chiếm vị trí quan trọng trong truyền thông toàn cầu về AI.

Tuy nhiên, điểm khác biệt của nghiên cứu nằm ở việc phát hiện sắc thái tích cực chiếm ưu thế trong mẫu khảo sát, trong khi nghiên cứu so sánh 12 quốc gia của Ittefaq và cộng sự [2] ghi nhận sắc thái trung lập chiếm tỉ lệ cao nhất trong phân tích tiêu đề tin tức về AI. Phát hiện này cũng khác so với nghiên cứu của Hanh và cộng sự [27] vốn cho rằng sắc thái trung lập là khuynh hướng nổi bật trong cách báo chí Việt Nam phản ánh về AI. Sự khác biệt này có thể đến từ các nguyên do như khác nhau về hệ thống mã hóa, nguồn dữ liệu, quy mô mẫu, giai đoạn khảo sát hay chiến lược truy xuất dữ liệu. Do đó, kết quả của bài viết này không nhằm kết luận rằng báo chí Việt Nam đã chuyển từ sắc thái trung lập sang tích cực mà chỉ phản ánh khuynh hướng trong phạm vi dữ liệu khảo sát gồm VnExpress và Báo Đà Nẵng.

Sau thời điểm ChatGPT ra đời, dữ liệu phân tích cho thấy các khung liên quan đến đạo đức, rủi ro, trách nhiệm giải trình, chính sách và địa phương hóa xuất hiện rõ hơn. Kết quả này phù hợp với nhận định của Nguyen và Hekman [3] khi cho rằng diễn ngôn báo chí về AI có xu hướng phê phán hơn theo thời gian, đặc biệt khi AI gắn với các rủi ro dữ liệu. Nghiên cứu của Meißner [18] về ChatGPT tại Đức cho thấy báo chí vẫn nhấn mạnh cơ hội nhiều hơn rủi ro nhưng các rủi ro trở thành chủ đề đáng chú ý trong truyền thông về AI.

Đóng góp của nghiên cứu là chỉ ra sự khác biệt giữa báo điện tử quy mô quốc gia và báo chí địa phương không nằm ở sắc thái phản ánh mà ở phương thức đóng khung AI. Trong khi VnExpress có xu hướng tiếp cận AI như một vấn đề công nghệ mang tính quốc gia và toàn cầu, Báo Đà Nẵng lại nổi bật ở khung địa phương hóa, gắn AI với chính quyền số, đô thị thông minh, vi mạch bán dẫn, khởi nghiệp và các ưu tiên phát triển của địa phương. So với các nghiên cứu quốc tế thường nhấn mạnh các khung kinh tế, công nghệ, đổi mới, rủi ro dữ liệu hoặc sự khác biệt giữa Bắc và Nam bán cầu, nghiên cứu này bổ sung một góc nhìn từ trường hợp báo chí địa phương. Cụ thể, AI không chỉ được truyền thông như một công nghệ mới nổi mà còn được cụ thể hóa thành các vấn đề gắn với chính sách công, dịch vụ công và chiến lược phát triển địa phương.

Từ kết quả nghiên cứu nêu trên, bài viết gợi mở một số khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông khoa học đối với vấn đề AI. Trước hết, các tòa soạn cần cân nhắc tăng cường năng lực truyền thông khoa học cho đội ngũ nhà báo trong việc xây dựng các khung phân biện và quản trị công nghệ như khuyến cáo từ nghiên cứu trước đó [26]. Sờ dĩ như vậy là vì các khung đạo đức (9,5%), thảm họa (7,2%) và trách nhiệm giải trình trước công chúng (6,9%) vẫn xuất hiện với tỉ lệ thấp hơn đáng kể so với các khung nhấn mạnh lợi ích và phát triển. Bên cạnh đó, cần phát huy vai trò bối cảnh hóa của báo chí, đặc biệt là báo chí địa phương, khi kết quả cho thấy Báo Đà Nẵng sử dụng khung địa phương hóa nhiều hơn rõ rệt so với VnExpress, qua đó góp phần đưa AI thành vấn đề gần gũi gắn với các vấn đề cụ thể của đời sống. Cuối cùng, trong các tin/ bài có sắc thái tích cực về AI, báo chí cần tăng cường thông tin giải thích về điều kiện ứng dụng, giới hạn kỹ thuật, rủi ro xã hội và trách nhiệm của các bên liên quan, nhằm giúp công chúng tiếp cận AI một cách cân bằng hơn.

Bên cạnh những đóng góp trên, nghiên cứu tồn tại một số hạn chế. Việc truy xuất dữ liệu chỉ dựa trên từ khóa "*tri tuệ nhân tạo*" có thể bỏ sót các bài viết sử dụng những thuật ngữ khác như "*AI*", "*học máy*", "*AI tạo sinh*" hoặc tên riêng của các công cụ AI. Phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên hệ thống tuy bảo đảm tính khách quan nhưng cũng có khả năng loại bỏ một số bài viết có giá trị phân tích. Ngoài ra, dữ liệu tập trung nhiều vào năm 2025 nên kết quả có thể phản ánh mạnh hơn đặc điểm truyền thông ở thời điểm gần đây thay vì đại diện đồng đều cho toàn bộ giai đoạn 2020 - 2025. Cuối cùng, nghiên cứu chỉ khảo sát VnExpress và Báo Đà Nẵng, do đó chưa thể khái quát cho toàn bộ hệ thống báo chí Việt Nam. Các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng nguồn dữ liệu, đa dạng hóa từ khóa tìm kiếm và cân bằng mẫu theo thời gian.

Lời cảm ơn: Dữ liệu của nghiên cứu này được trích xuất từ luận văn thạc sĩ của tác giả. Nghiên cứu được tài trợ bởi Bộ Giáo dục và Đào tạo trong khuôn khổ đề tài nghiên cứu mã số: B2025.DNA.10 "Năng lực truyền thông khoa học công nghệ trong bối cảnh chuyển đổi số ở Việt Nam".

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] J. McCarthy, M. L. Minsky, N. Rochester, and C. E. Shannon, "A proposal for the dartmouth summer research project on artificial intelligence," *AI magazine*. Accessed: May. 5, 2026. [Online]. Available: <http://jmc.stanford.edu/articles/dartmouth/dartmouth.pdf>
- [2] M. Ittefaq, A. Zain, R. Arif, M. Ala-Uddin, T. Ahmad, and A. Iqbal, "Global news media coverage of artificial intelligence (AI): A comparative analysis of frames, sentiments, and trends across 12 countries," *Telematics and Informatics*, vol. 96, p. 102223, Jan. 2025, doi: 10.1016/j.tele.2024.102223.
- [3] D. Nguyen and E. Hekman, "The news framing of artificial intelligence: a critical exploration of how media discourses make sense of automation," *AI Soc.*, vol. 39, no. 2, pp. 437–451, Apr. 2024, doi: 10.1007/s00146-022-01511-1.
- [4] I. Ryazanov, C. Öhman, and J. Björklund, "How ChatGPT Changed the Media's Narratives on AI: A Semi-automated Narrative Analysis Through Frame Semantics," *Minds Mach. (Dordr.)*, vol. 35, no. 1, Mar. 2025, doi: 10.1007/s11023-024-09705-w.
- [5] A. Mohammed, A. A. Elegu, M. B. Ahmad, and F. Oloyede, "Friends or Foes? Exploring the Framing of Artificial Intelligence Innovations in Africa-Focused Journalism," *Journalism and Media*, vol. 5, no. 4, pp. 1749–1770, Nov. 2024, doi: 10.3390/journalmedia5040106.
- [6] Prime Minister, *Decision on National Strategy for Research, Development, and Application of Artificial Intelligence until 2030*, No. 127/QĐ-TTg, 2021.
- [7] Politburo, *Resolution on breakthroughs in the development of science, technology, innovation, and national digital transformation*, No. 57-NQ/TW, 2024.
- [8] S. Choi, "Temporal Framing in Balanced News Coverage of Artificial Intelligence and Public Attitudes," *Mass Commun. Soc.*, vol. 27, no. 2, pp. 384–405, Mar. 2024, doi: 10.1080/15205436.2023.2248974.
- [9] D. A. Scheufele and B. V. Lewenstein, "The Public and Nanotechnology: How Citizens Make Sense of Emerging Technologies," *Journal of Nanoparticle Research*, vol. 7, no. 6, pp. 659–667, Dec. 2005, doi: 10.1007/s11051-005-7526-2.
- [10] Nhan Dan Newspaper, "How were Vietnamese online newspapers ranked by Similarweb in Jun. 2024?," *Nhan Dan Newspaper*, 2024. Accessed: May. 5, 2026. [Online]. Available: <https://nhandan.vn/thang-62024-cac-bao-dien-tu-duoc-similarweb-xep-hang-nhu-the-nao-post818063.html>
- [11] Government of Vietnam, *Decree: Defining the functions, tasks, powers and organizational structure of the Ministry of Science and Technology*, No. 55/ND-CP, 2025.
- [12] Politburo, *Resolution on the development of Da Nang City to 2030, with a vision to 2045*, No. 43-NQ/TW, 2019.
- [13] T. T. K. Nguyen, V. N. Hoang, P. N. Tinh, and N. N. H. Van, "Efficient chatbot for university admission consultation using large language models," *The University of Danang - Journal of Science and Technology*, Vol. 23, No. 9A, pp. 80–85, Sep. 2025, doi: 10.31130/ud-jst.2025.23(9A).329E.
- [14] L. T. K. Tuyet, N. H. Tung, N. H. Q. Huong, and V. N. Nguyen, "The effects of AI-generated content characteristics on content credibility in online shopping: empirical evidence from Da Nang," *The University of Danang - Journal of Science and Technology*, Vol. 24, No. 4, pp. 43–49, Apr. 2026, doi: 10.31130/ud-jst.2026.24(4).014.
- [15] P. T. Yen and D. Vinh, "The role of artificial intelligence (AI) in educational and vocational guidance for students," *The University of Danang - Journal of Science and Technology*, vol. 23, No. 8A, pp. 87–93, Aug. 2025, doi: 10.31130/ud-jst.2025.23(8A).322E.
- [16] T. T. T. Oanh and T. T. M. Ngoc, "Teachers' and students' perceptions of AI-based writing assessment," *The University of Danang - Journal of Science and Technology*, Vol. 24, No. 2, pp. 142–148, Mar. 2026, doi: 10.31130/ud-jst.2026.24(2).006E.
- [17] C.-H. Chuan, W.-H. S. Tsai, and S. Y. Cho, "Framing Artificial Intelligence in American Newspapers," in *Proceedings of the 2019 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society*, New York, NY, USA: ACM, Jan. 2019, pp. 339–344. doi: 10.1145/3306618.3314285.
- [18] F. Meißner, "Risks and opportunities of 'generative A.I.': How do news media cover ChatGPT?," *International Crisis and Risk Communication Association*, Aug. 2024, pp. 38–41. doi: 10.69931/wfey9011.
- [19] M. Chang, "Does the Media's Partisanship Influence News Coverage on Artificial Intelligence Issues? Media Coverage Analysis on Artificial Intelligence Issues," *Soc. Sci. Comput. Rev.*, vol. 43, no. 3, pp. 564–577, Jun. 2025, doi: 10.1177/08944393241268526.
- [20] S. Sun, Y. Zhai, B. Shen, and Y. Chen, "Newspaper coverage of artificial intelligence: A perspective of emerging technologies," *Telematics and Informatics*, vol. 53, p. 101433, Oct. 2020, doi: 10.1016/j.tele.2020.101433.
- [21] M. Bunz and M. Braghieri, "The AI doctor will see you now: assessing the framing of AI in news coverage," *AI Soc.*, vol. 37, no. 1, pp. 9–22, Mar. 2022, doi: 10.1007/s00146-021-01145-9.
- [22] H. Cools, B. Van Gorp, and M. Opgenhaffen, "Where exactly between utopia and dystopia? A framing analysis of AI and automation in US newspapers," *Journalism*, vol. 25, no. 1, pp. 3–21, Jan. 2024, doi: 10.1177/14648849221122647.
- [23] J. Roe and M. Perkins, "What they're not telling you about ChatGPT: exploring the discourse of AI in UK news media headlines," *Humanit. Soc. Sci. Commun.*, vol. 10, no. 1, p. 753, Oct. 2023, doi: 10.1057/s41599-023-02282-w.
- [24] A. Yadlin and A. Marciano, "Hallucinating a political future: Global press coverage of human and post-human abilities in ChatGPT applications," *Media Cult. Soc.*, vol. 46, no. 8, pp. 1580–1598, Nov. 2024, doi: 10.1177/01634437241259892.
- [25] S. Parratt-Fernández, M.-Á. Chaparro-Domínguez, and I.-M. Martín-Sánchez, "Spanish media coverage of journalistic artificial intelligence: relevance, topics and framing," *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 15, no. 2, p. e25169, Jul. 2024, doi: 10.14198/MEDCOM.25169.
- [26] T. T. Y. Minh, "Science Journalism in Vietnam – Insight from Science Reporters". *The University of Danang - Journal of Science and Technology*, vol. 20, no. 8, pp. 7-13, 2022.
- [27] K. M. Hanh, O. Ming, and M. Vincent, "Framing artificial intelligence adoption in state-controlled media: An analysis in Vietnamese Journalism," *Social Sciences & Humanities Open*, vol. 13, p. 102425, Jun. 2026, doi: 10.1016/j.ssaho.2025.102425.
- [28] T. Ngo, "A Content Analysis of E-Newspaper Comments in Vietnam: Exploring the Dynamic Shifts in Public Perception of AI's Impact on Jobs," *Social Sciences & Humanities*, vol. 33, no. 3, 2025.
- [29] L. Vicsek, "Costs and Benefits of Stem Cell Research and Treatment: Media Presentation and Audience Understanding in Hungary," *Sci. Commun.*, vol. 33, no. 3, pp. 309–340, Sep. 2011, doi: 10.1177/1075547010389820.
- [30] R. M. Entman, "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," *Journal of Communication*, vol. 43, no. 4, pp. 51–58, Dec. 1993, doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x.
- [31] M. C. Nisbet, "Framing science: A new paradigm in public engagement," in *Communicating science: New agendas in communication*, L. Kahlor and A. Stout, Eds., Routledge, 2009, pp. 40–67.
- [32] C.-H. Chuan, "A critical review of news framing of artificial intelligence," in *Handbook of Critical Studies of Artificial Intelligence*, Edward Elgar Publishing, 2023, pp. 266–276. doi: 10.4337/9781803928562.00029.
- [33] J. R. Landis and G. G. Koch, "The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data," *Biometrics*, vol. 33, no. 1, p. 159, Mar. 1977, doi: 10.2307/2529310.