TẠP CHÍ NGHIÊN CỨU
PHẬT HỌC
CƠ QUAN NGÔN LUẬN CỦA TRUNG ƯƠNG GIÁO HỘI PHẬT GIÁO VIỆT NAM
ISSN: 2734-9195

Giới trẻ Hoa Kỳ nhìn nhận "nhà báo" như thế nào?

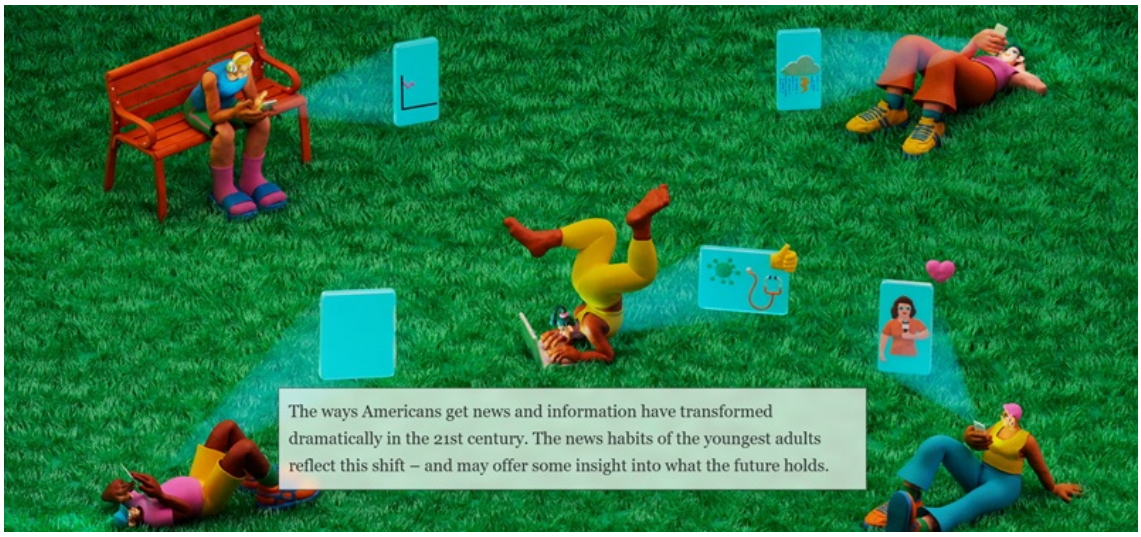
ISSN: 2734-9195 09:05 21/06/2026

Chúng ta đang nuôi dưỡng một thế hệ hiểu biết thông tin, hay chỉ là một thế hệ phản ứng với thông tin? Và xa hơn: Báo chí trong tương lai sẽ là ngọn đèn soi sáng nhận thức, hay chỉ là tấm gương phản chiếu những dao động của tâm lý đám đông?

Lời tòa soạn

*Trong dòng chảy mạnh mẽ của **kỷ nguyên số**, báo chí đang đứng trước những chuyển biến chưa từng có, không chỉ ở phương thức truyền tải, mà còn ở cách công chúng tiếp nhận và tương tác với thông tin. Đáng chú ý, giới trẻ - thế hệ trưởng thành cùng công nghệ đang trở thành lực lượng vừa tiếp nhận, vừa tái định hình diện mạo của truyền thông đương đại.*

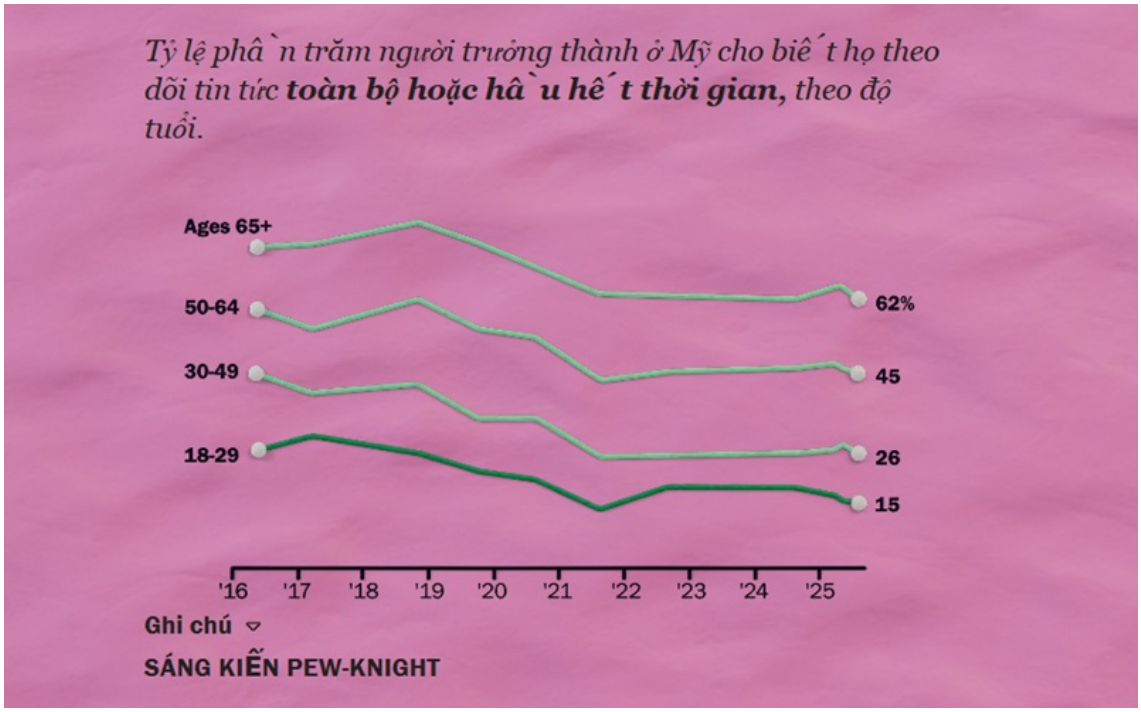
Dựa trên nghiên cứu của Pew Research Center, bài viết này cung cấp góc nhìn hệ thống về thói quen tiếp cận tin tức của giới trẻ tại Mỹ.



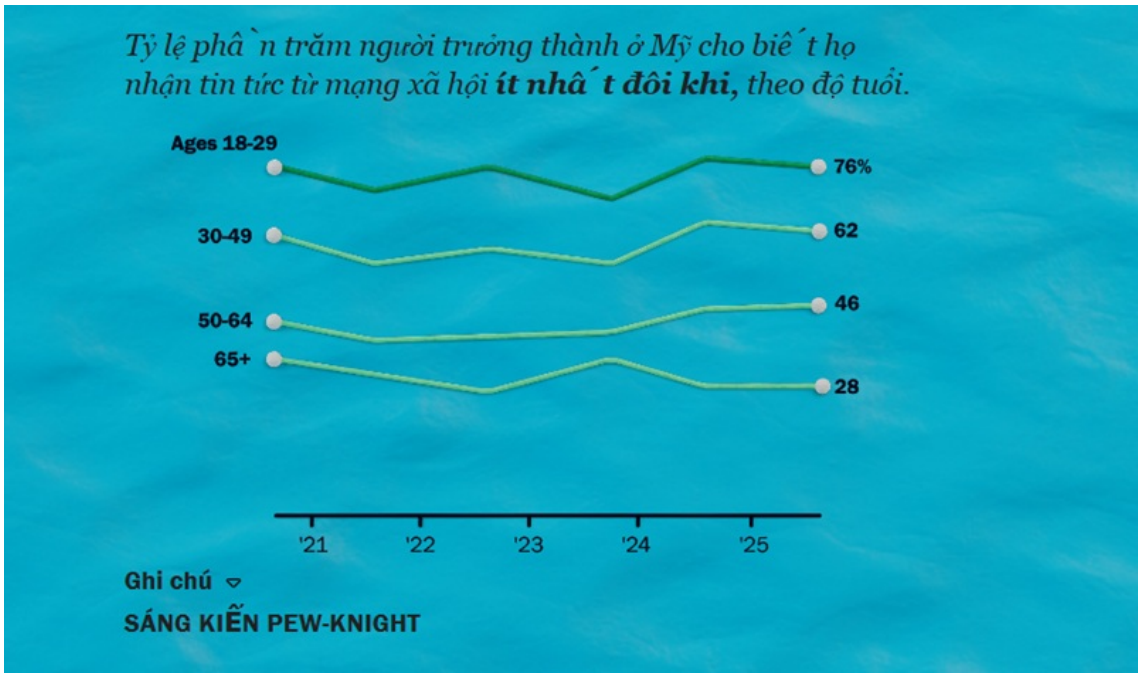
Giới trẻ và sự chuyển dịch của môi trường tin tức

Cách thức người Mỹ tiếp cận tin tức và thông tin đã thay đổi mạnh mẽ trong thế kỷ XXI. Thói quen tiếp nhận tin tức của nhóm người trưởng thành trẻ tuổi phản

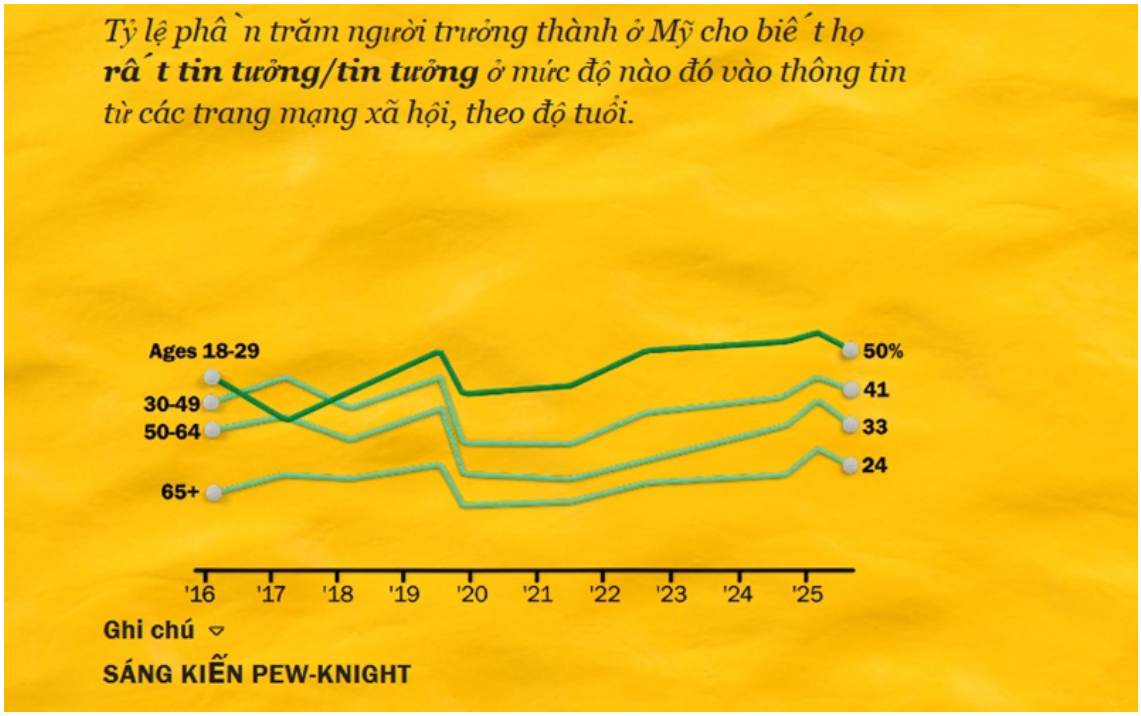
ánh rõ nét sự chuyển dịch này, đồng thời có thể mang lại những gợi ý quan trọng về tương lai của truyền thông.



Tỷ lệ người trưởng thành tại Mỹ cho biết họ theo dõi tin tức "toàn bộ hoặc phần lớn thời gian" cho thấy: giới trẻ theo dõi tin tức ít hơn bất kỳ nhóm tuổi nào khác. Nhìn chung, mức độ quan tâm đến tin tức đã suy giảm kể từ năm 2016 và nhóm trẻ nhất luôn duy trì ở mức thấp nhất.



Tuy nhiên, song song với xu hướng đó, có một không gian mà giới trẻ tiếp cận tin tức nhiều hơn tất cả các nhóm tuổi khác: **mạng xã hội.**



Bên cạnh đó, mức độ tin tưởng vào thông tin đến từ các nền tảng mạng xã hội cũng có sự khác biệt theo độ tuổi, trong đó nhóm những người trưởng thành dưới 30 tuổi thể hiện mức độ tin tưởng cao hơn tương đối so với các nhóm lớn tuổi.

Khảo sát và cách tiếp cận nghiên cứu

Để hiểu rõ hơn bức tranh truyền thông tại Mỹ, Pew Research Center đã tiến hành khảo sát người dân qua nhiều giai đoạn, tập trung vào thói quen và thái độ đối với tin tức. Qua nhiều lần khảo sát, nhóm những người trẻ tuổi luôn nổi bật với những đặc điểm riêng biệt trong cách tiếp nhận và đánh giá thông tin.



(Ảnh: Internet)

Bài luận này xem xét cách nhóm người trưởng thành trẻ nhất (từ 18 đến 29 tuổi):

+ Tiếp nhận tin tức.

+ Tương tác với nội dung tin tức.

+ Nhận thức vai trò của tin tức trong đời sống hằng ngày.

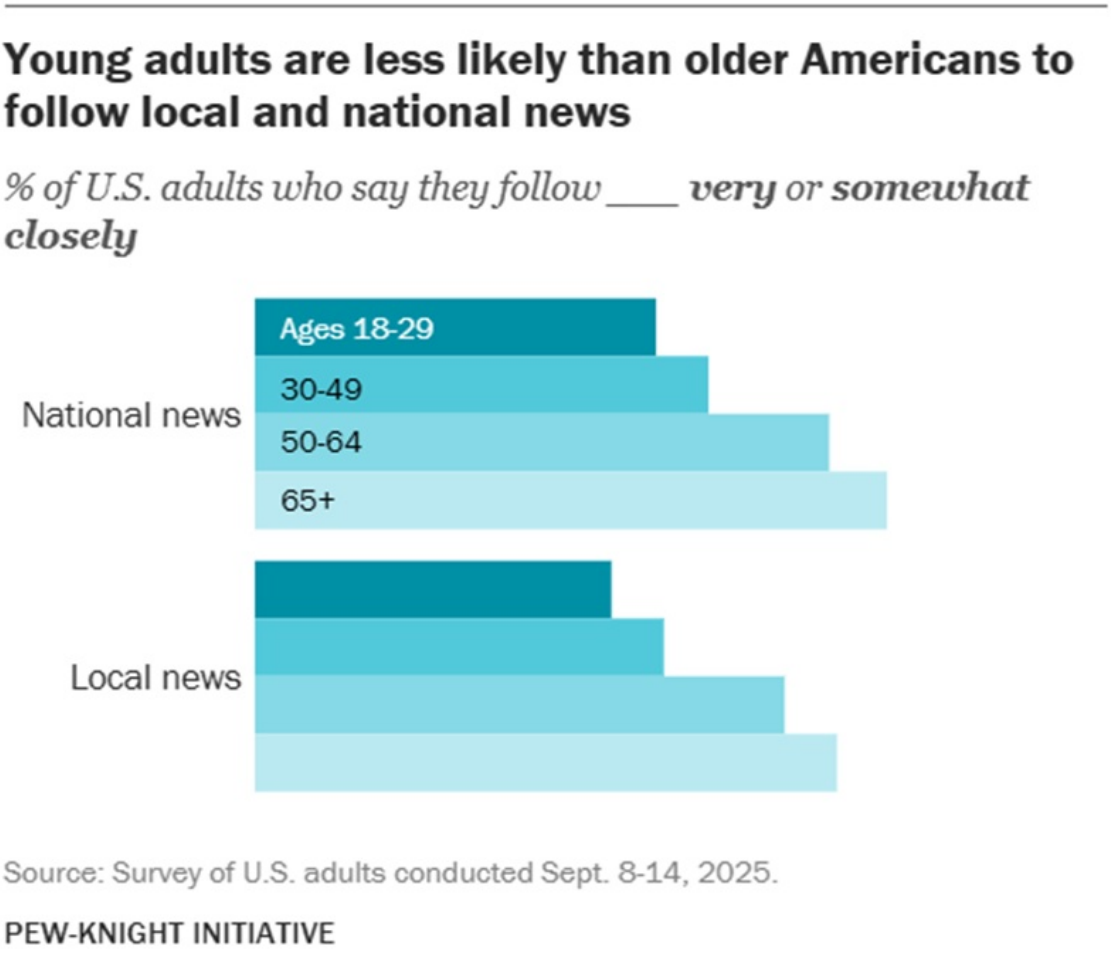
Chân dung một thế hệ vừa đang định hình môi trường **truyền thông**, vừa chịu sự tác động sâu sắc từ chính môi trường đang biến đổi đó. Việc hiểu rõ thói quen tiếp nhận tin tức của giới trẻ có thể là chìa khóa để dự báo những chuyển dịch tiếp theo của báo chí trong tương lai.

Các trích dẫn từ giới trẻ Mỹ được thu thập từ nhiều nghiên cứu trước đây của Trung tâm, được sử dụng nhằm minh họa trải nghiệm thực tế của họ.

Đây là một phân tích của Pew Research Center trong khuôn khổ sáng kiến Pew-Knight Initiative - chương trình nghiên cứu được tài trợ bởi The Pew Charitable Trusts và John S. and James L. Knight Foundation.

Giới trẻ ít theo dõi tin tức hơn

Mức độ quan tâm đến tin tức tại Mỹ được đo bằng tỷ lệ người trưởng thành cho biết họ theo dõi tin tức "toàn bộ hoặc phần lớn thời gian" đã giảm ở tất cả các nhóm tuổi kể từ năm 2016. Trong đó, giới trẻ (18-29 tuổi) luôn là nhóm có mức thấp nhất.

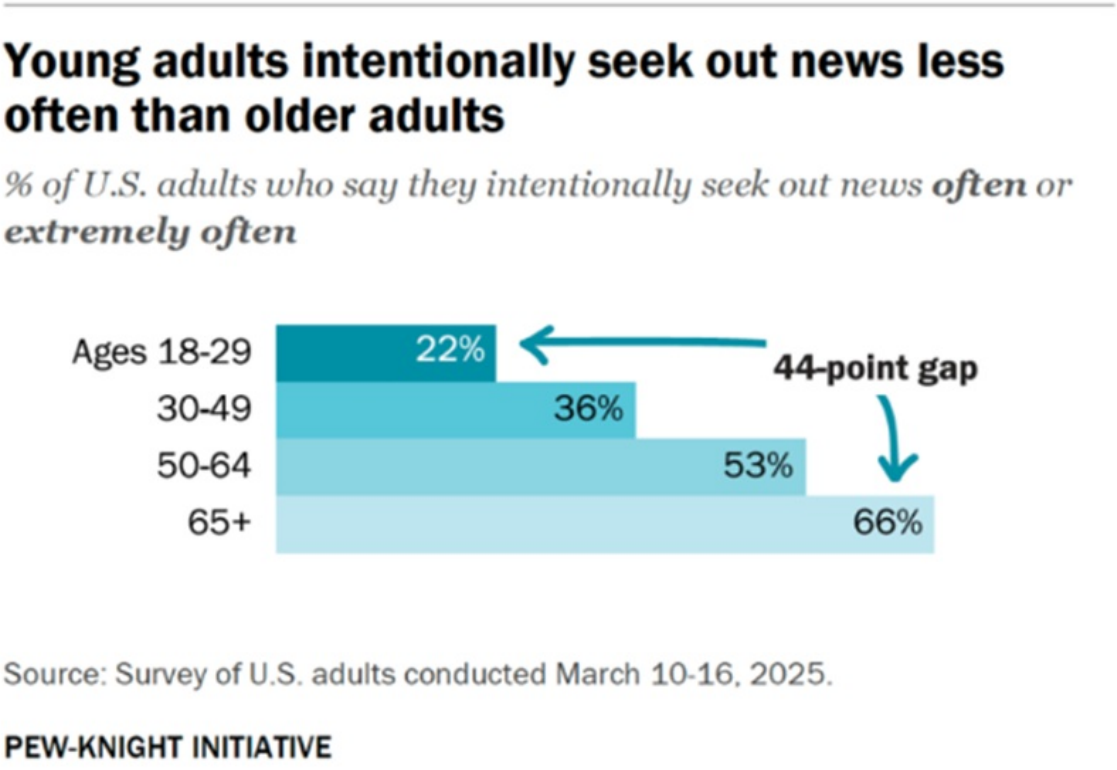


Tính đến năm 2025:

+ Chỉ 15% giới trẻ cho biết họ theo dõi tin tức thường xuyên.

+ Trong khi đó, 62% người cao tuổi (65+) cho biết điều tương tự, cao gấp khoảng bốn lần.

Xu hướng này cũng đúng với nhiều loại hình tin tức khác nhau. Giới trẻ ít có xu hướng theo dõi sát: Tin tức quốc gia, Tin tức địa phương.



So với các nhóm tuổi lớn hơn.

Bên cạnh đó, giới trẻ cũng có sự khác biệt rõ rệt về chủ đề tin tức mà họ quan tâm. Cụ thể, họ ít quan tâm hơn đến: Chính phủ và chính trị, Khoa học và công nghệ, Kinh doanh và tài chính. Mối quan tâm tương đương nghiêng về "Thể thao" nhiều hơn.

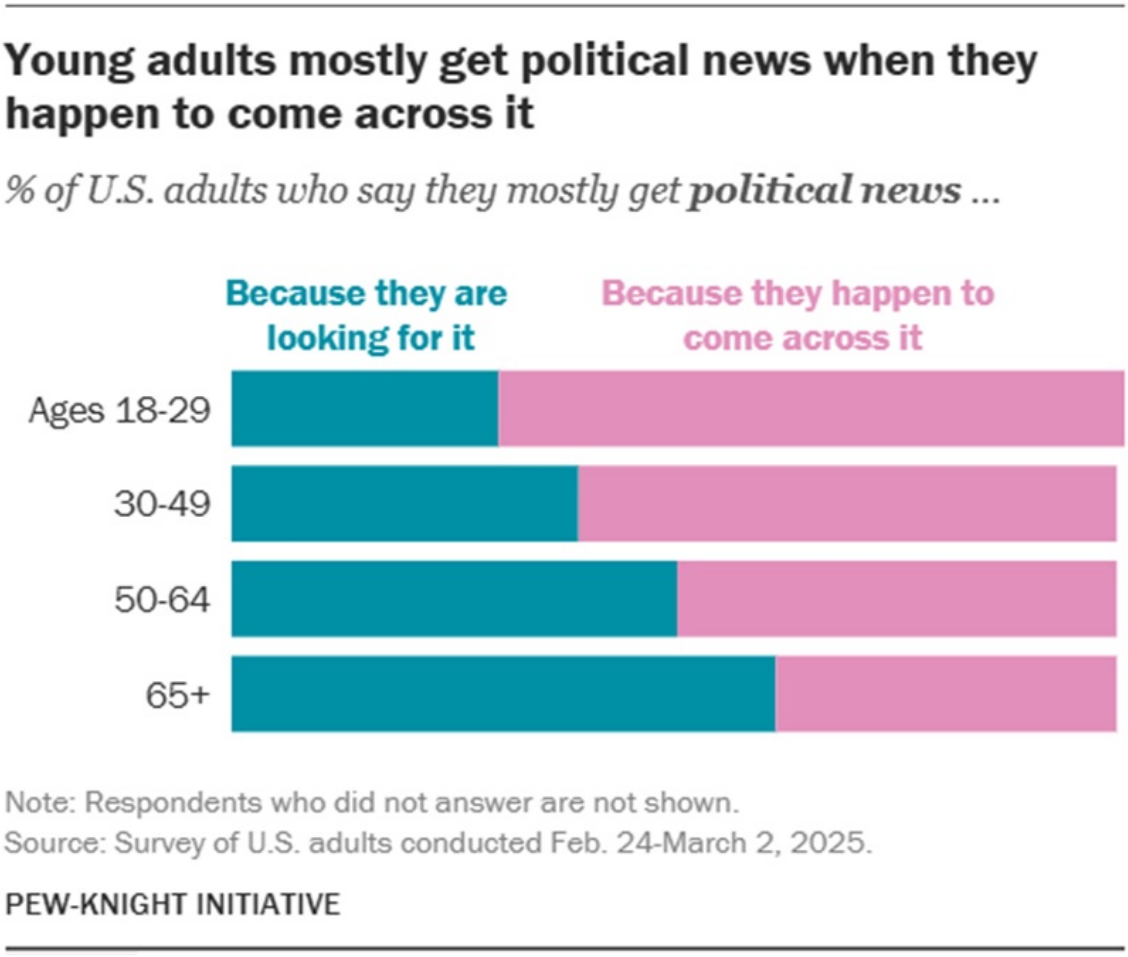
Qua đó, dễ nhận thấy, giới trẻ quan tâm nhiều hơn đến: Tin giải trí.

Khoảng 32% người dưới 30 tuổi cho biết họ thường xuyên hoặc rất thường xuyên tiếp nhận tin giải trí, so với chỉ 13% ở nhóm từ 65 tuổi trở lên.

Tin tức "tìm đến" giới trẻ nhiều hơn

Mặc dù giới trẻ ít chủ động theo dõi tin tức, điều đó không đồng nghĩa với việc họ không tiếp nhận **thông tin**.

Khi được hỏi về mức độ chủ động tìm kiếm tin tức: Khoảng 22% giới trẻ cho biết họ thường xuyên hoặc rất thường xuyên tìm kiếm tin. Tỷ lệ này cao hơn đáng kể ở các nhóm lớn tuổi.



Đặc điểm nổi bật là giới trẻ có xu hướng tiếp nhận tin tức một cách thụ động (ngẫu nhiên), tức là không chủ ý tìm kiếm.

Đối với tin tức chính trị: 70% giới trẻ cho biết họ tiếp nhận vì “tình cờ bắt gặp”. Chỉ 30% chủ động tìm kiếm.



Ngược lại, ở nhóm từ 65 tuổi trở lên có xu hướng chủ động tìm kiếm tin tức nhiều hơn.

Mạng xã hội là môi trường phổ biến cho việc tiếp xúc tin tức một cách ngẫu nhiên, khi người dùng bắt gặp thông tin trong quá trình sử dụng nền tảng cho các mục đích khác.

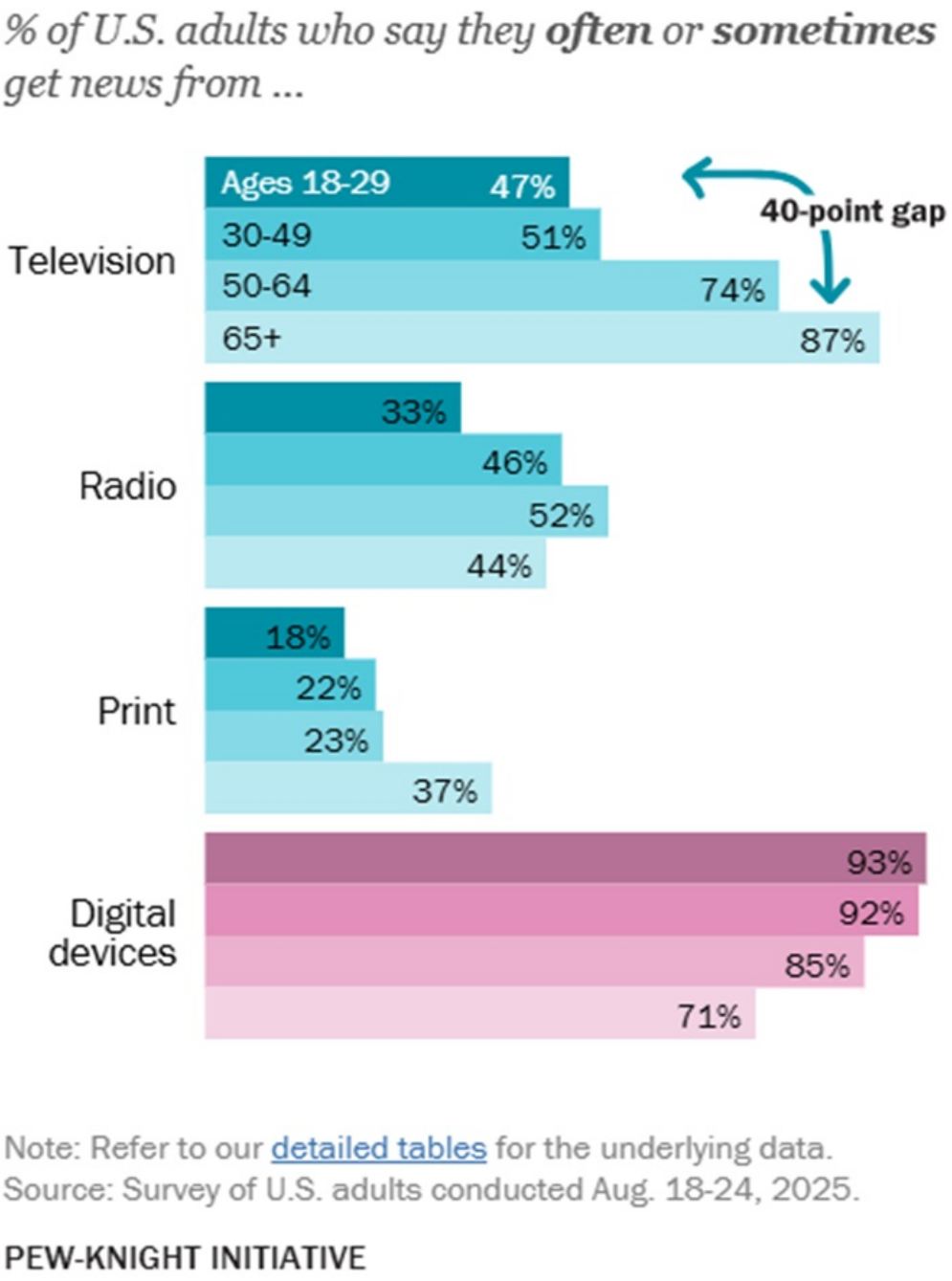
[**Dưới góc nhìn Phật học**, *đây có thể được xem là trạng thái tiếp nhận thông tin thiếu chính niệm. Khi tâm thức không chủ động lựa chọn đối tượng nhận thức, mà để dòng thông tin dẫn dắt. Điều này dễ dẫn đến sự phân tán chú ý và cảm xúc bị chi phối*].

Vì sao giới trẻ “xa” tin tức?

Một số lý do có thể giải thích cho xu hướng này:

Thứ nhất, giới trẻ có xu hướng ít cảm thấy gắn bó với cộng đồng hơn so với các thế hệ trước. Điều này có thể vừa là nguyên nhân, vừa là hệ quả của việc họ ít theo dõi tin tức.

Thứ hai, tác động cảm xúc của tin tức cũng là một yếu tố quan trọng. Giới trẻ có xu hướng cảm thấy: **Sợ hãi**, Bối rối.



Khi tiếp nhận tin tức, với khoảng 33% cho biết họ thường xuyên hoặc rất thường xuyên trải qua những cảm xúc này.

Một phụ nữ 24 tuổi chia sẻ: *"Tôi cố gắng tránh tin tức để giữ sự ổn định tinh thần. Nếu xem quá nhiều những điều tiêu cực, sẽ ảnh hưởng đến tâm trạng của tôi".*

Trong khi đó, người lớn tuổi cho biết họ thường thấy được cung cấp thông tin đầy đủ khi tiếp nhận tin tức.

[**Từ góc nhìn Phật học**, *có thể thấy rõ mối liên hệ giữa thông tin và tâm thức. Khi nội dung mang tính tiêu cực, nếu thiếu tỉnh thức, người tiếp nhận dễ rơi vào trạng thái lo âu, bất an. Điều này đặt ra nhu cầu không chỉ "tiếp nhận thông tin", mà còn là chuyển hóa cách tiếp nhận thông tin*].

Giới trẻ thể hiện sự khác biệt rõ rệt so với các nhóm tuổi lớn hơn về nguồn tiếp cận tin tức. Họ ít có **xu hướng** sử dụng các nền tảng truyền thống như: Truyền hình hay Phát thanh.



(Ảnh: Internet)

Thay vào đó, 93% giới trẻ cho biết họ ít nhất đôi khi tiếp nhận tin tức qua các thiết bị số.

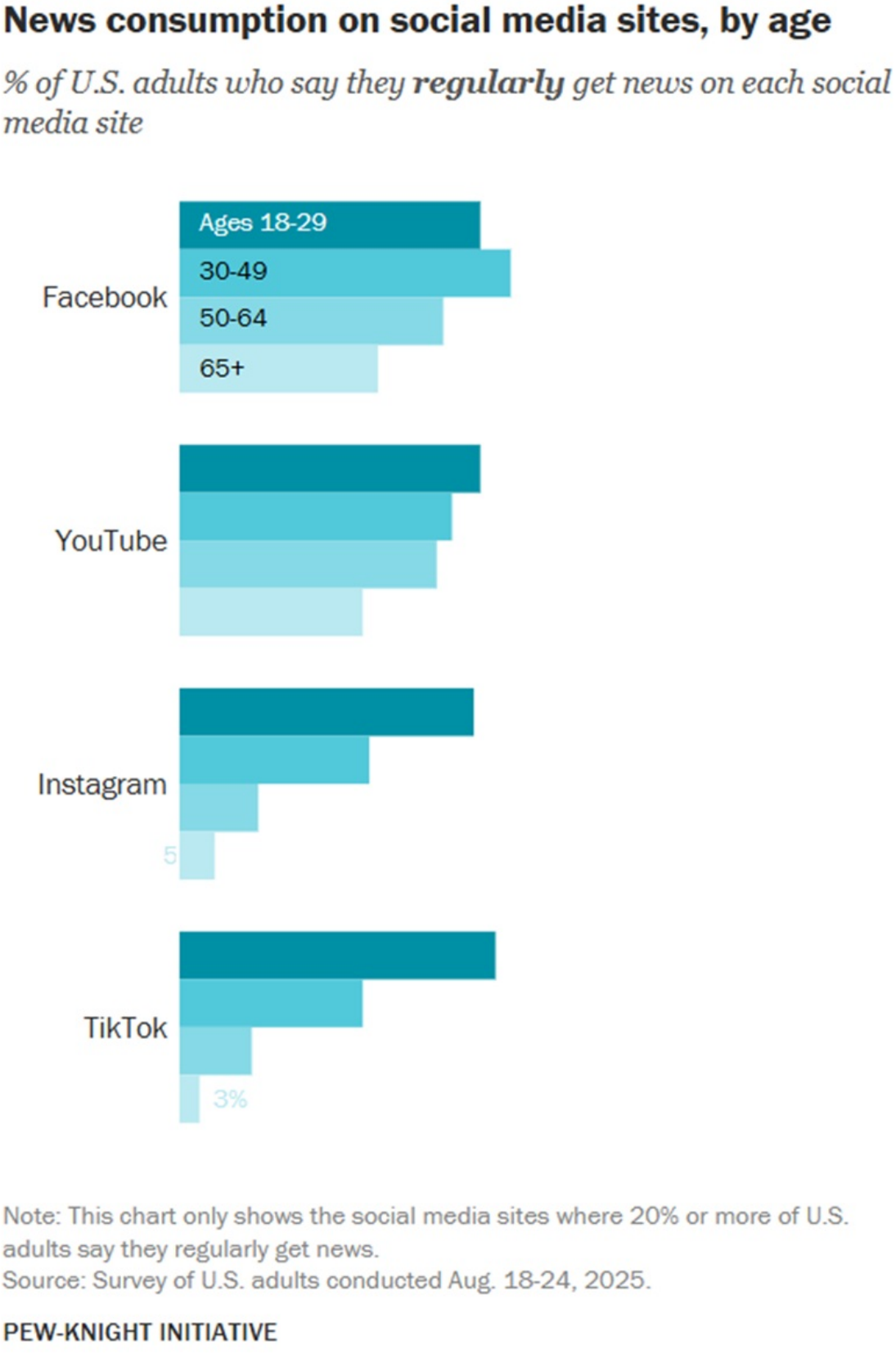
Một phụ nữ 25 tuổi chia sẻ: *"Khi tôi bắt đầu quan tâm đến tin tức và những gì đang diễn ra xung quanh để cập nhật thông tin, tôi thường dựa vào truyền hình cáp. Tuy nhiên, trong 10 năm qua, khi công nghệ phát triển, tôi chuyển sang các nền tảng trực tuyến để cập nhật tin nóng ở bất cứ đâu".*

Nguồn tin số và sự khác biệt của giới trẻ

Giới trẻ cũng thể hiện sự khác biệt rõ rệt so với các nhóm tuổi lớn hơn trong cách tiếp cận tin tức trên các thiết bị số. Những người dưới 30 tuổi có xu hướng tiếp nhận tin tức từ mạng xã hội nhiều hơn đáng kể so với người cao tuổi. Có một khoảng cách lên tới 48 điểm phần trăm giữa nhóm từ 18 đến 29 tuổi và nhóm từ 65 tuổi trở lên trong việc "ít nhất đôi khi" tiếp cận tin tức qua mạng xã

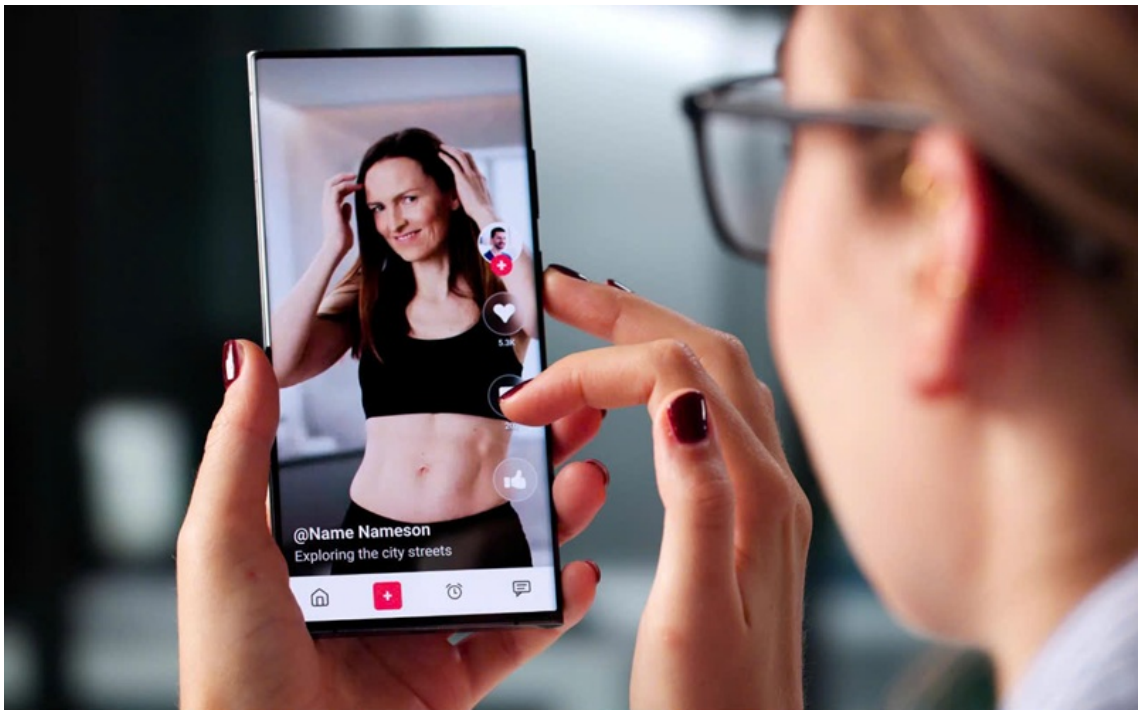
hội (76% so với 28%).

So với các nhóm lớn tuổi, giới trẻ đặc biệt có xu hướng tiếp nhận tin tức từ các nền tảng như Instagram và TikTok. Sự khác biệt này thể hiện rõ rệt, ngay cả khi so sánh giữa nhóm 18-29 tuổi với nhóm kế tiếp (30-49 tuổi).



Giới trẻ cũng có xu hướng cho biết họ ưu tiên mạng xã hội để cập nhật tin tức mới nhất, đặc biệt là các tin nóng. Một phụ nữ 22 tuổi chia sẻ về một sự kiện thời sự: *"Tôi thấy đầu tiên trên TikTok... rồi đến hôm sau mới đọc được bài viết trên Fox News và các trang tin khác".*

Một trong những khác biệt rõ nét nhất trong thói quen tiếp nhận tin tức **trực tuyến** giữa giới trẻ và các thế hệ trước là xu hướng tiếp cận thông tin thông qua "người ảnh hưởng tin tức" (news influencers) - những cá nhân có lượng theo dõi lớn trên mạng xã hội và thường xuyên đăng tải nội dung liên quan đến tin tức, chính trị hoặc các vấn đề xã hội.



(Ảnh: Internet)

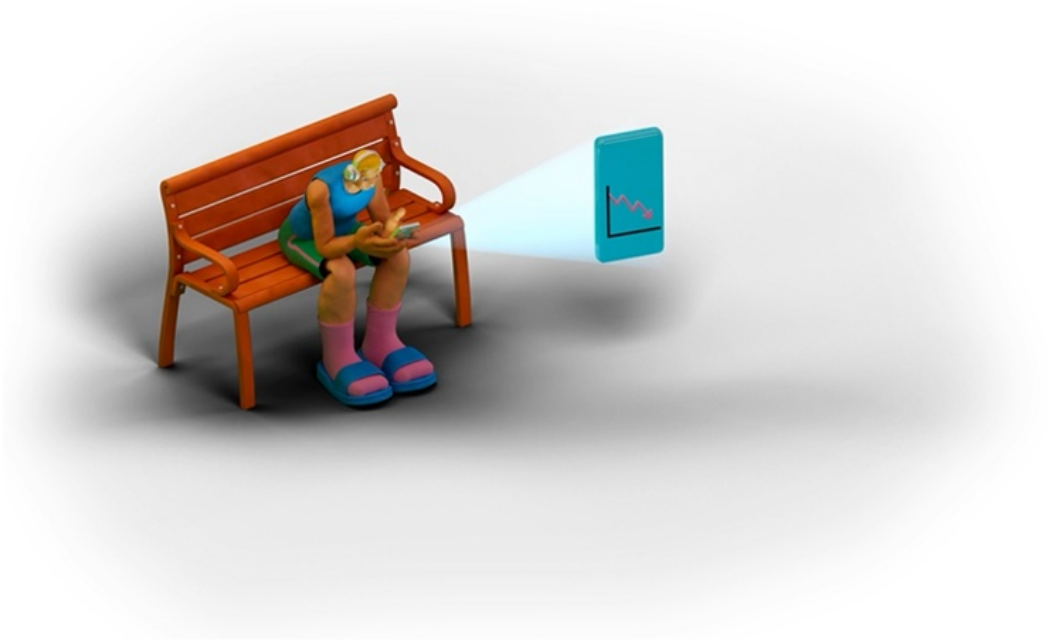
Trong nhóm dưới 30 tuổi: Khoảng 38% cho biết họ thường xuyên nhận tin từ các "news influencers" do với 23% ở nhóm 30-49 tuổi, và tiếp tục giảm ở các nhóm lớn tuổi hơn.

Một người đàn ông 21 tuổi lý giải: *"Nếu tôi đã đồng ý với người đó, nếu tôi đã có sự hiểu biết trước về họ, thì tôi có xu hướng tin họ hơn là một trang tin nào đó".*

[**Dưới góc nhìn Phật học**, *điều này phản ánh khuynh hướng tâm lý dựa trên "ái" (sự ưa thích) và "kiến" (quan điểm sẵn có), từ đó hình thành niềm tin mang tính chọn lọc. Khi thiếu sự quán chiếu, người tiếp nhận dễ rơi vào trạng thái chỉ tìm kiếm những thông tin củng cố niềm tin có sẵn của mình*].

Hình thức tiếp nhận: đọc, nghe hơn là xem

Mặc dù sử dụng nhiều nền tảng video, giới trẻ lại ít có xu hướng thể hiện rằng họ thích xem tin tức hơn so với người lớn tuổi. Điều này có thể liên quan đến thói quen của người cao tuổi trong việc tiếp nhận tin qua truyền hình.



Ngược lại, giới trẻ có xu hướng: Ưa thích đọc hoặc nghe tin tức hơn so với nhóm từ 50 tuổi trở lên.

Ngoài mạng xã hội, không có nền tảng số nào khác mà giới trẻ thể hiện sự khác biệt rõ rệt so với tất cả các nhóm tuổi khác.

Ví dụ: Khoảng 30% giới trẻ ít nhất đôi khi nhận tin qua email newsletter, tương đương các nhóm tuổi khác. Với podcast thì người dưới 50 tuổi có xu hướng sử dụng nhiều hơn nhưng không có khác biệt giữa nhóm 18-29 tuổi và nhóm 30-49 tuổi (đều khoảng 39%).

Trong khi đó, giới trẻ ít có xu hướng sử dụng website hoặc ứng dụng tin tức hơn so với nhóm 30-64 tuổi.



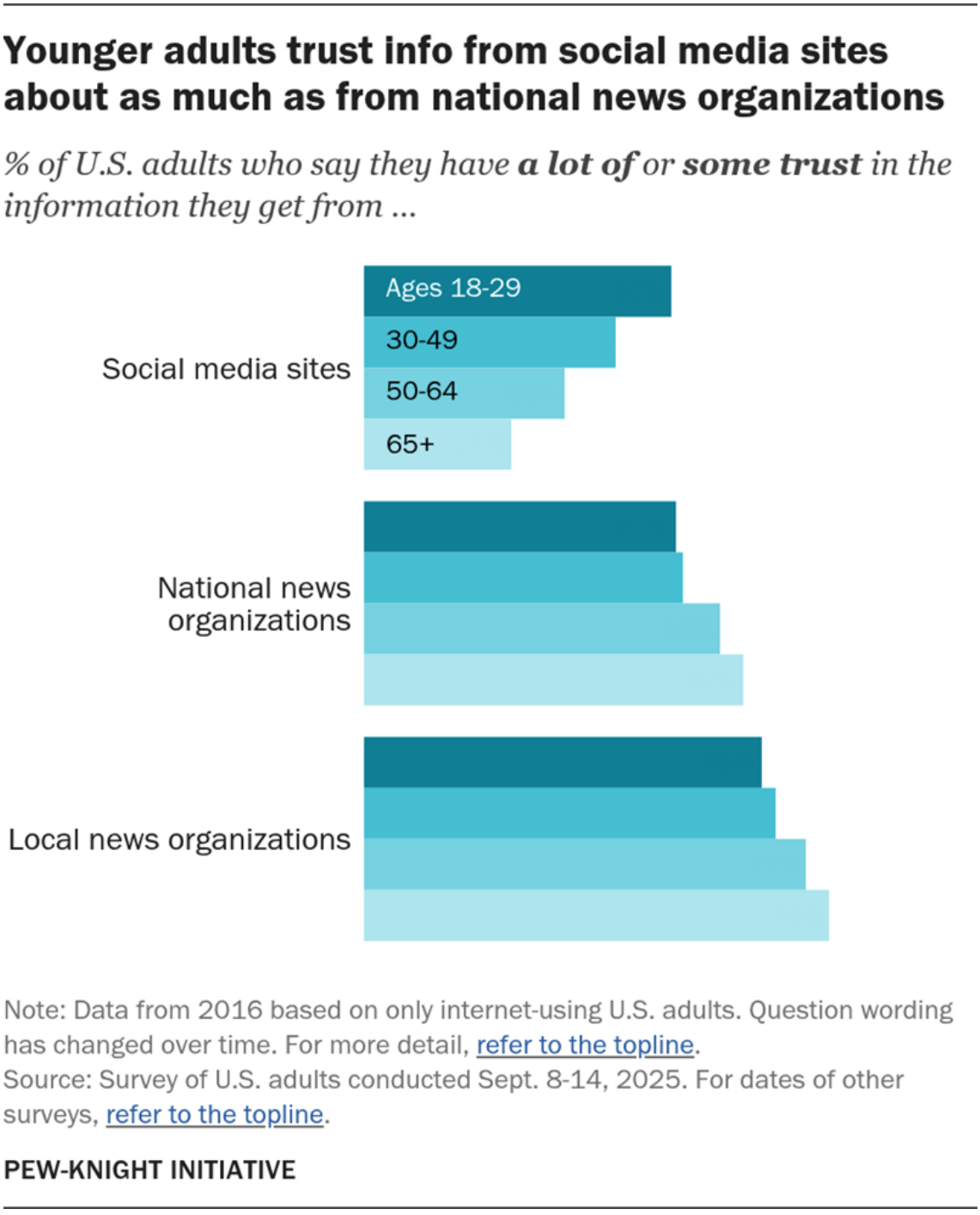
(Ảnh: Internet)

Khoảng 69% giới trẻ cho biết họ ít nhất đôi khi tiếp cận tin qua Google hoặc các công cụ tìm kiếm, tương đương nhóm 30-64 tuổi. Trong khi đó, chỉ khoảng một nửa người từ 65 tuổi trở lên làm điều này.

Đáng chú ý, giới trẻ có xu hướng sử dụng AI chatbot để tiếp nhận tin tức nhiều hơn đôi chút so với các nhóm lớn tuổi (13%), dù tỷ lệ này vẫn còn khá nhỏ so với các nền tảng số khác.

Niềm tin vào nguồn tin

Giới trẻ Mỹ có xu hướng tin tưởng thông tin từ mạng xã hội nhiều hơn so với các nhóm tuổi lớn hơn. Khoảng một nửa số giới trẻ cho biết họ có “nhiều” hoặc “một phần” niềm tin vào thông tin từ các nền tảng này - mức cao nhất trong các nhóm tuổi.



Một người đàn ông 28 tuổi chia sẻ: *"Tôi nghĩ tôi tin Twitter (hay X) nhất, vì gần như ai cũng có thể đăng bài. Tôi biết điều đó có thể dẫn đến những thông tin kỳ lạ, nhưng vì ai cũng có thể đăng, nên với tôi nó không bị thiên lệch".*

Ngược lại, giới trẻ ít có xu hướng tin tưởng thông tin từ: Các cơ quan **báo chí** địa phương hay các tổ chức báo chí quốc gia.

Một phụ nữ 25 tuổi cho biết: *"Nhiều khi tôi phải tìm thêm các nguồn tin thay thế để hiểu đầy đủ câu chuyện hoặc lấp những khoảng trống thông tin còn thiếu".*



Trong khảo sát về mức độ tin cậy đối với 30 nguồn tin lớn:

+ Hầu như không có nguồn nào mà giới trẻ tin tưởng hơn người lớn tuổi.

+ Người lớn tuổi có xu hướng tin tưởng nhiều nguồn tin hơn.

+ Một số ít nguồn được các nhóm tuổi tin tưởng tương đương nhau.



(Ảnh: Internet)

[**Từ góc nhìn Phật học**, *đây có thể được nhìn nhận như trạng thái "nghi" - một trong những yếu tố cản trở nhận thức nếu không được định hướng đúng. Tuy*

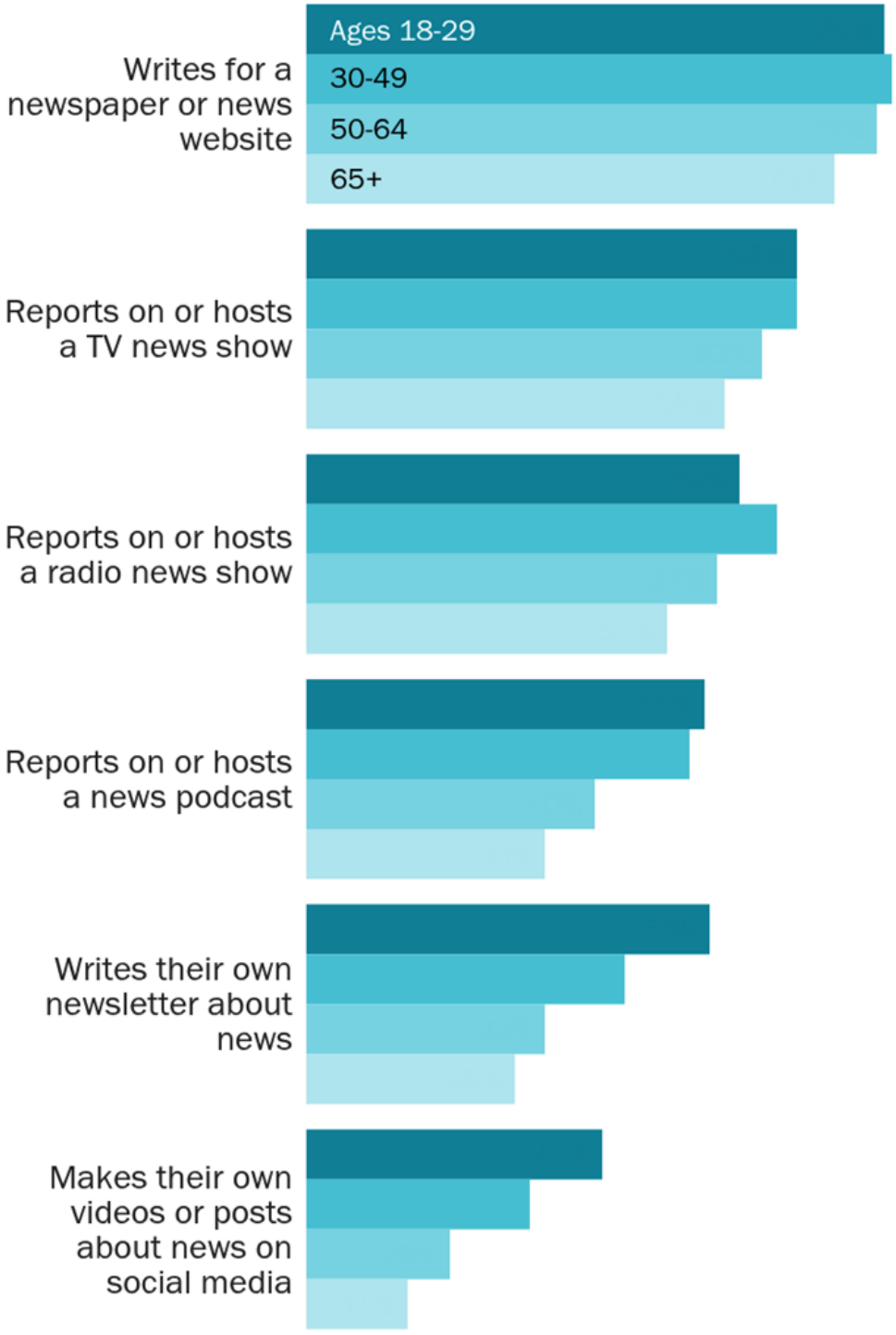
nhiên, nếu được chuyển hóa, "nghi" cũng có thể trở thành động lực cho trí tuệ phân tích và quán chiếu].

Giới trẻ nhìn nhận "nhà báo" như thế nào?

Giới trẻ có xu hướng định nghĩa khái niệm "nhà báo" rộng hơn so với các thế hệ trước. Nhiều người cho rằng "nhà báo" có thể bao gồm: Người dẫn podcast, Người viết bản tin qua email (newsletter) hay Người sáng tạo nội dung trên mạng xã hội.

What does it mean to be a ‘journalist’? Younger Americans have a broader definition

% of U.S. adults who consider someone who does each of the following to be a journalist



Note: Other response options were “No, isn’t a journalist” and “Not sure.”
Source: Survey of U.S. adults conducted April 14-20, 2025.

PEW-KNIGHT INITIATIVE

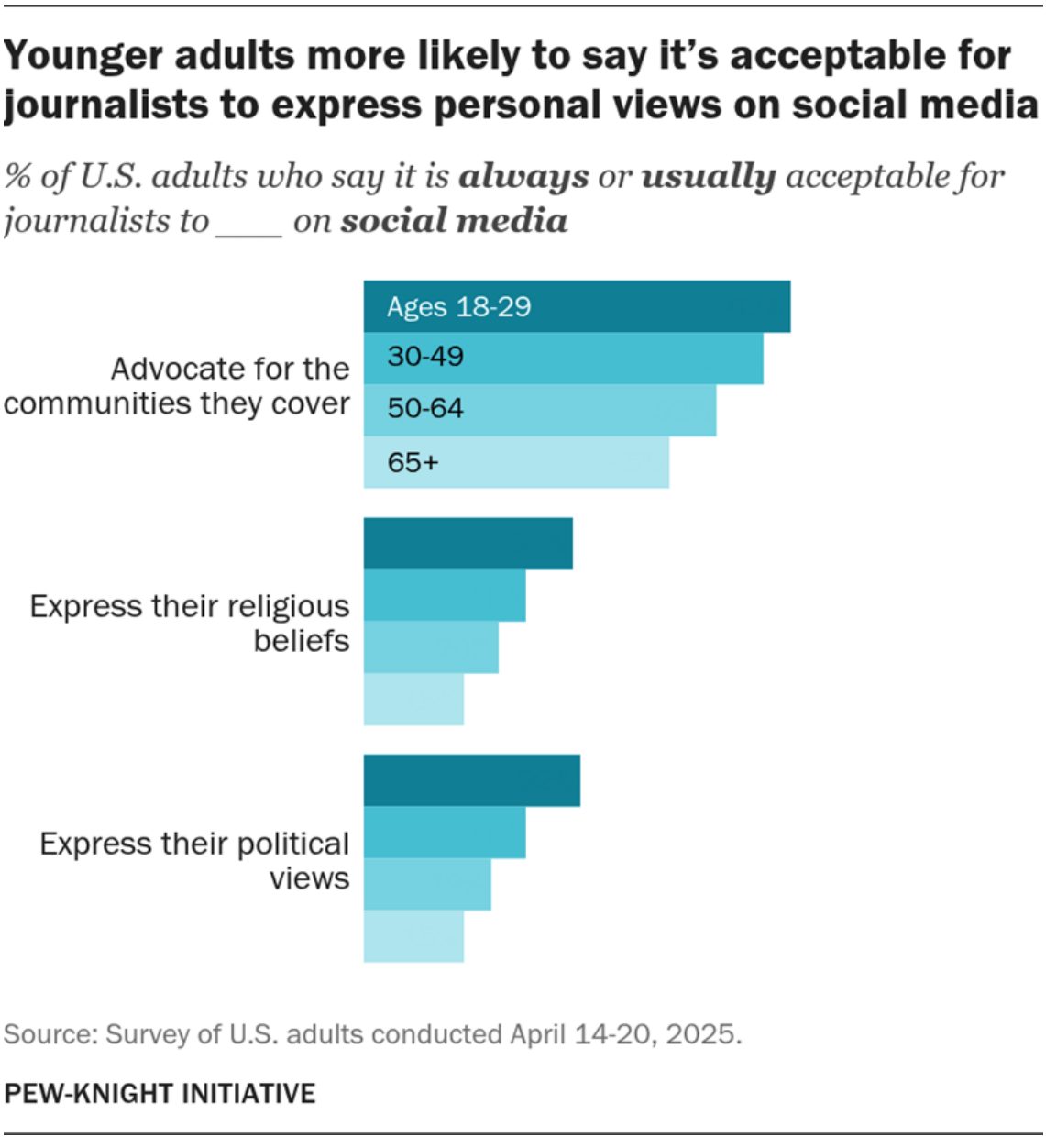
Những người dưới 30 tuổi có xu hướng coi một cá nhân là “nhà báo” nếu họ: Tự viết bản tin về thời sự hoặc tạo các video, bài đăng liên quan đến tin tức trên mạng xã hội.

Đồng thời, giới trẻ cũng ít quan tâm hơn đến việc tin tức họ tiếp nhận có đến từ “nhà báo” hay không. Chỉ khoảng 51% người dưới 30 tuổi cho biết họ thích nhận tin từ những người mà họ xem là nhà báo, so với 69% ở nhóm cao tuổi.

Sự thay đổi trong chuẩn mực báo chí

Cùng với sự biến đổi của lĩnh vực báo chí, thái độ đối với các chuẩn mực truyền thống cũng đang thay đổi.

Giới trẻ có xu hướng chấp nhận việc nhà báo: Bày tỏ quan điểm cá nhân, Thể hiện lập trường chính trị hoặc tôn giáo và Ủng hộ cộng đồng mà họ đưa tin.



Một người đàn ông 24 tuổi cho biết: *“Tôi không phản đối việc họ chọn một phía. Tôi chỉ muốn họ giải thích rõ vì sao họ chọn phía đó”.*

Một phụ nữ 27 tuổi chia sẻ: *“Nếu tôi có thể liên hệ với quan điểm của nhà báo, hoặc cảm thấy gần gũi với họ, tôi sẽ dễ tin tưởng hơn”.*

Sự khác biệt này đặc biệt rõ trên mạng xã hội: 63% người dưới 30 tuổi cho rằng việc nhà báo ủng hộ cộng đồng họ viết về trên mạng xã hội là chấp nhận được (so với 45% ở nhóm 65+).

Khoảng: 32% chấp nhận việc thể hiện quan điểm chính trị. 31% chấp nhận việc thể hiện niềm tin tôn giáo (trong khi ở nhóm 65+ chỉ khoảng 15% cho mỗi nội dung).

Đối với tin tức địa phương: 39% giới trẻ cho rằng nhà báo nên thúc đẩy thay đổi trong cộng đồng gần gấp đôi so với 20% ở nhóm cao tuổi.

[**Dưới góc nhìn Phật học**, *điều này đặt ra vấn đề về chính ngữ: không chỉ là nói đúng sự thật, mà còn là nói với động cơ thiện lành, không gây chia rẽ và hướng đến lợi ích chung. Khi nhà báo thể hiện quan điểm cá nhân, ranh giới giữa* ***“trách nhiệm xã hội”*** *và* ***“thiên lệch thông tin”*** *trở nên mong manh hơn bao giờ hết*].

Một thế hệ đang định hình tương lai báo chí



(Ảnh: Internet)

Những khác biệt của giới trẻ không chỉ nằm ở: Cách họ tiếp cận tin tức hay nơi họ tiếp nhận thông tin.

Mà còn ở: Cách họ hiểu về vai trò của báo chí. Cách họ nhìn nhận nhà báo. cách họ xây dựng và đặt niềm tin.

Trong bối cảnh môi trường truyền thông tại Mỹ tiếp tục biến đổi cùng với sự phát triển của công nghệ, hành vi của giới trẻ hôm nay đang dần định hình diện mạo của báo chí trong tương lai.

Thay lời kết: tỉnh thức trước dòng chảy thông tin

Sự chuyển dịch của báo chí trong thời đại số không chỉ là câu chuyện của công nghệ hay nền tảng, mà sâu xa hơn, là câu chuyện của tâm thức chúng ta trước thông tin.

Giới trẻ hôm nay không thiếu thông tin nhưng có thể đang thiếu điều quan trọng, đó là: khả năng tiếp nhận thông tin một cách tỉnh thức.

Trong dòng chảy dồn dập của tin tức, mỗi cá nhân đứng trước một lựa chọn:

+ Tiếp nhận một cách thụ động, để cảm xúc bị dẫn dắt.

+ Hay tiếp nhận với sự quán chiếu, để hiểu sâu và không bị cuốn theo.

Phật học gợi mở con đường thông suốt trong kỷ nguyên truyền thông số:

+ Chính kiến: thấy đúng bản chất thông tin.

+ Chính niệm: nhận biết rõ quá trình tiếp nhận thông tin.

+ Chính định: giữ tâm không dao động trước nhiễu loạn của các “cơn bão” thông tin, đặc biệt thông tin trên mạng xã hội.

Trong bối cảnh Việt Nam, nơi mạng xã hội đang trở thành nguồn tin chủ đạo của một bộ phận lớn giới trẻ, câu hỏi đặt ra không chỉ dành cho độc giả, mà còn cho những người làm báo: Chúng ta đang nuôi dưỡng một thế hệ hiểu biết thông tin, hay chỉ là một thế hệ phản ứng với thông tin?

Báo chí trong tương lai sẽ là ngọn đèn soi sáng nhận thức, hay chỉ là tấm gương phản chiếu những dao động của tâm lý đám đông?

Các tác giả: **Naomi Forman-Katz, Michael Lipka, Katerina Eva Matsa, Kaitlyn Radde, Chris Baronavski và Justine Coleman.** Hình minh họa trong bài: **Christa Jarrold**

Chuyển ngữ và biên tập: **Thường Nguyên**

Nguồn: pewresearch.org