

Vai trò của podcast đối với báo mạng điện tử và công chúng

ThS. LÊ TUẤN ANH

Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông; Email: leanhpthn@gmail.com

Tóm tắt: Trong những năm gần đây, podcast đã bước đầu trở thành một xu hướng của báo mạng điện tử ở Việt Nam. Danh sách các cơ quan báo chí thực hiện sản xuất podcast ngày càng đông đảo, từ những tờ báo điện tử lớn cho đến các cơ quan báo chí chuyên ngành, các báo địa phương đều đã có những sản phẩm podcast của riêng mình. Nhìn chung, bước đầu, podcast đã thành công trong việc mang đến một diện mạo mới và cách tiếp cận mới cho độc giả của báo mạng điện tử, giúp các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước lan toả một cách sâu rộng tới nhiều đối tượng công chúng.

Từ khóa: podcast, báo mạng điện tử, vai trò, công chúng.

1. Thực trạng podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam

Thời gian qua, podcast đã bước đầu trở thành một xu hướng của báo mạng điện tử ở Việt Nam. Danh sách những tờ báo điện tử sở hữu podcast đã lên tới hàng chục, từ tờ báo điện tử lớn như Nhân Dân, Tuổi trẻ, Tiền Phong, Lao động, Vietnamplus, VnExpress cho đến các cơ quan báo chí chuyên ngành như Công an nhân dân, Quân đội nhân dân, Pháp luật Việt Nam và cả các tờ báo địa phương từ Bắc chí Nam như Hà Nội Mới, Thái Nguyên, Quảng Ninh, Khánh Hoà, Sài Gòn Giải Phóng,... Nhìn chung, bước đầu, podcast đã thành công trong việc mang đến một diện mạo mới và cách tiếp cận mới cho độc giả của báo mạng điện tử. Sau một thời gian triển khai tại các tờ báo mạng điện tử ở Việt Nam, podcast ngày càng cho thấy tính linh hoạt và tiện lợi của mình, phát huy vị thế vai trò của các cơ quan báo chí, là tiếng nói của Đảng, Nhà nước, của tổ chức chính trị - xã hội và là diễn đàn của nhân dân, là cầu nối giữa ý Đảng, lòng dân, góp phần đưa các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước phổ biến một cách sâu rộng hơn trong nhân dân theo tinh thần Nghị quyết số 16-NQ/TW ngày 1/8/2007 của Ban Chấp hành Trung ương về công tác tư tưởng, lý luận và báo chí trước yêu cầu mới.

Song, do yếu tố về nhận thức vai trò, tầm quan trọng của podcast và theo đó kỹ năng sản xuất podcast nói chung của một bộ phận không nhỏ các cơ quan báo chí, chất lượng podcast vẫn còn nhiều điểm hạn chế. Qua khảo sát 3408 podcast dạng podcast tin tức - thời sự trong thời gian 2 năm từ tháng 1/2022 đến tháng

12/2023 của 3 tờ báo lớn là Nhân dân, Lao động, Vn - Express, tác giả nhận thấy rằng dù các lĩnh vực phản ánh của các podcast này rất đa dạng từ chính trị, kinh tế, văn hoá, xã hội, y tế, giáo dục, thời tiết, nhưng format và nội dung podcast của các tờ báo vẫn chưa có sự đột phá, thậm chí nhiều tờ báo hiện nay chỉ coi podcast như một biến thể đơn giản, chuyển đổi từ văn bản sang giọng nói, thậm chí sử dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) để đọc lại nội dung bằng chữ. Điều này đã làm mất đi tính độc đáo và sự sáng tạo của podcast, biến chúng thành phiên bản âm thanh của các bài viết văn bản mà không giữ được đặc trưng tương tác và độ độc đáo quan trọng để thu hút và giữ chân người nghe. Các thể loại như trò chuyện với nhân vật/khách mời, trò chuyện trực tuyến với độc giả, hoặc các hình thức phỏng vấn chuyên sâu, bình luận, phân tích vốn được ứng dụng phổ biến ở các podcast của các báo điện tử lớn trên thế giới như The New York Times (nytimes.com), The Guardian (theguardian.com), nhưng lại chưa được ứng dụng cho podcast của các cơ quan báo mạng điện tử ở Việt Nam.

2. Vai trò của podcast đối với tờ báo mạng điện tử

Khi trở thành một sản phẩm của báo mạng điện tử, podcast đóng những vai trò quan trọng sau đây:

- Phát huy vai trò của báo chí cách mạng trong việc bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng

Ngày 22/10/2018, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 35 - NQ/TW về tăng cường bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch trong tình hình mới; khẳng định và tiếp

tục cụ thể hóa quan điểm chỉ đạo nhất quán của Đảng, đó là: "Bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng là bảo vệ Đảng, Cương lĩnh chính trị, đường lối của Đảng; bảo vệ nhân dân, Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa Việt Nam; bảo vệ công cuộc đổi mới, công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và hội nhập quốc tế; bảo vệ lợi ích quốc gia, dân tộc; giữ gìn môi trường hòa bình, ổn định để phát triển đất nước". Sự xuất hiện các podcast của các tờ báo mạng điện tử chính thống đã phần nào giải quyết được tình trạng trên, vừa giúp đáp ứng nhu cầu nghe thông tin của công chúng, giúp cho công chúng có những kênh thông tin tin cậy, đúng đắn để từ đó thêm niềm tin vào sự lãnh đạo sáng suốt của Đảng, vào các chính sách, pháp luật của Nhà nước.

- Cung cấp một nền tảng nội dung mới, đa dạng và dễ sản xuất

Podcast đã giúp tạo ra trải nghiệm đa chiều hơn cho người nghe, giúp gia tăng trải nghiệm về nội dung cho tờ báo mạng điện tử. Nhờ đó, podcast giúp tờ báo mạng điện tử mở rộng phạm vi ảnh hưởng của mình và thu hút công chúng mới thông qua trải nghiệm nghe, có nhiều khác biệt so với việc đọc bài viết trên trang web. Dù còn mới mẻ ở Việt Nam, song việc sản xuất podcast không phải là thách thức lớn đối với đa số các toà soạn báo mạng điện tử, bởi tính dễ sản xuất, chi phí đầu tư thấp, với toà soạn báo có diện tích nhỏ có thể chỉ cần một cabin nhỏ dán mút cách âm, một chiếc micro và máy tính, cùng một vài chiếc máy ghi âm phục vụ thu âm thanh hiện trường.

- Tạo ra nguồn thu nhập mới

Podcast có thể tạo ra nguồn thu nhập mới cho tờ báo mạng điện tử thông qua quảng cáo, tài trợ, hoặc các mô hình kinh doanh khác liên quan đến nền tảng podcast. Đây là điều tác giả đã chỉ ra trong bài báo *Thành công của "Serial" và triển vọng doanh thu từ podcast cho các cơ quan báo chí* đăng trên Tạp chí Người làm báo số 466, tháng 12/2022⁽¹⁾.

Theo Nghiên cứu về Doanh thu Quảng cáo Podcast của IAB (The Interactive Advertising Bureau - tạm dịch là Cục Quảng cáo tương tác) tại Mỹ, do PwC (Price - waterhouseCoopers) thực hiện, thì quảng cáo trên podcast sẽ tăng trưởng nhiều trong hai năm tới như trong thập kỷ trước. Được thúc đẩy bởi quý 4/2020 đặc biệt mạnh mẽ (+ 37% YoY), doanh thu quảng cáo Podcast đã tăng từ 708 triệu đô la năm 2019 lên 842 triệu đô la vào năm 2020. Dự báo doanh thu quảng cáo trên podcast tại Mỹ sẽ vượt 1 tỷ đô la vào năm 2021 và 2 tỷ đô la vào năm 2023⁽²⁾. Lý giải cho dự báo này, Eric John,

Phó Chủ tịch, Trung tâm Truyền thông IAB cho biết: "Podcasting sẽ phát triển trong hai năm tới. Ngay cả khi làm việc tại nhà - podcast vẫn là một phương tiện được ưa thích. Các nhà quảng cáo đang hưởng lợi từ các công nghệ mới được phát triển để phục vụ các thị trường này, để làm cho quảng cáo podcast trở nên năng động hơn và có thể đo lường được hơn bao giờ hết"⁽³⁾. Các nghiên cứu công chúng của Steven McClung & Kristine John - son phát hiện thấy một số người dùng không cảm thấy phiền khi các quảng cáo xuất hiện trên podcast. Hai nhà nghiên cứu nhận định rằng, "Có thể là người hâm mộ của những chương trình này nhận ra rằng tài trợ và quảng cáo là cần thiết để duy trì các chương trình, do đó họ có thái độ khoan dung hơn"⁽⁴⁾. Mặc dù chưa có cuộc nghiên cứu nào về số lượng người nghe podcast tại Việt Nam. Song, theo Jesse Ward, Giám đốc Chiến lược và Quan hệ tại EloQ Communications trong một bài viết hồi đầu năm 2019, đánh giá rằng nhận thức về podcast ở Việt Nam đang tăng lên. Cũng trong bài viết này, tác giả cho rằng "podcast có xu hướng thu hút một phân khúc thính giả đáng mơ ước nhưng đầy thách thức". Thính giả nghe podcast là những người có xu hướng được giáo dục và sung túc, họ chi tiêu nhiều hơn vào các lĩnh vực tiêu dùng như du lịch, công nghệ, giải trí và vận tải. "58,2% người nghe là cử nhân đại học và sinh viên có khả năng trở thành người hâm mộ podcast cao gấp đôi những người không phải sinh viên"⁽⁵⁾. Đây cũng là cơ hội cho các thương hiệu khai thác quảng cáo trên podcast, nhắm đến những đối tượng công chúng này. Thực tế này cho thấy podcast là một môi trường tiềm năng có thể tạo ra nguồn thu nhập cho các toà soạn báo mạng điện tử.

- Giúp tăng cường xây dựng mối quan hệ với công chúng

Podcast có thể giúp xây dựng mối quan hệ mạnh mẽ hơn giữa tờ báo và độc giả. Việc nghe giọng nói trong podcast thường mang lại một cảm giác cá nhân hóa và gần gũi hơn so với ngôn ngữ viết thường thấy của một bài báo mạng điện tử. Người nghe có thể cảm nhận được cái tôi và tính cách của người dẫn chương trình, tạo ra một trải nghiệm giao tiếp chân thật và tự nhiên.

Podcast cũng cung cấp cơ hội để toà soạn gặp gỡ và phỏng vấn các chuyên gia, nhân vật nổi tiếng, hoặc người có ảnh hưởng trong lĩnh vực mà công chúng quan tâm. Điều này tạo ra sự kết nối với cộng đồng và mang lại giá trị thông tin cho người nghe. Bên cạnh đó, toà soạn có thể sử dụng podcast để phản ánh thông tin

mới, diễn đạt quan điểm và giải thích, bình luận chuyên sâu về các sự kiện quan trọng.

Sự góp mặt của podcast trên báo mạng điện tử có thể giúp gia tăng các hoạt động tương tác của công chúng với tờ báo. Podcast có thể được sử dụng để tổ chức sự kiện trực tuyến, phỏng vấn chuyên gia, hoặc phản ánh thông tin mới, đồng thời nó cũng tạo cơ hội cho người nghe phản hồi trực tiếp đến tờ báo. Toà soạn có thể đón nhận ý kiến, đề xuất và câu hỏi từ công chúng, giúp tạo ra một môi trường tương tác và đáng tin cậy. Việc có một podcast có thể giúp tờ báo mạng điện tử mở rộng thương hiệu của mình và tiếp cận đối tượng độc giả mới, đặc biệt là những người thích nghe hơn là đọc.

3. Vai trò của podcast đối với công chúng

- Đa dạng trải nghiệm thông tin của công chúng

Trước khi được đưa vào "tầm ngắm" của các báo mạng điện tử, podcast cũng đã sớm được các đài phát thanh truyền thông "để ý". Đặc biệt, nhiều đài phát thanh thương mại đã chuyển sang sử dụng podcasting như một cách để thu hút thính giả. Đài NPR (National Public Radio tạm dịch là Đài Phát thanh Công cộng Quốc gia) của Mỹ còn tạo các podcast dựa trên các lựa chọn theo chủ đề cụ thể, nơi người nghe có thể nghe các phân đoạn từ nhiều chương trình trong một chương trình. So với mối tương quan giữa podcast và phát thanh truyền thống vốn có nhiều điểm chung, thì podcast và báo mạng điện tử cũng có điểm tương đồng là được sản sinh ra trong môi trường Internet. Môi trường đa phương tiện trên báo mạng điện tử cho thấy sự thích ứng mạnh mẽ với podcast trong việc phân phối đến công chúng.

- Tiếp nối truyền thống nghe đài của công chúng trong môi trường truyền thông số, tăng cường sự tham gia của công chúng với tác phẩm báo chí

Trong tiềm thức của nhiều người dân Việt Nam, chiếc radio là phương tiện kết nối tình làng nghĩa xóm, kết nối tình cảm gia đình và cũng là cầu nối giúp các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước đến được với nhân dân một cách nhanh chóng. Nhất là trong thời bao cấp, điều kiện kinh tế còn nhiều khó khăn, việc quây quần bên nhau cùng đón đợi nghe thông tin được phát ra từ chiếc đài nhỏ xinh luôn mang đến cảm giác hào hứng cho bất cứ ai. Những tưởng khi công nghệ ngày càng phát triển, người ta sẽ dần lãng quên chiếc radio, với bao ký ức tuổi thơ, thì sự xuất hiện của podcast chính là một công cụ nối tiếp truyền thống nghe đài, cá nhân hoá âm nhạc, chia sẻ tập tin và

phát thanh Internet, điều mà nhà nghiên cứu Friedman (2005) gọi là "một hình thức cộng tác mang tính cách mạng nhất trong thế giới phẳng"⁽⁶⁾.

Đáng chú ý, ở Mỹ, tỷ lệ người nghe podcast tăng lên đáng kể trong thập kỷ qua. Tính đến năm 2019, 51% người Mỹ từ 12 tuổi trở lên đã từng nghe podcast, theo dữ liệu khảo sát của Edison Research và Triton Digital, và 32% đã nghe podcast trong tháng qua, tăng từ 26% hồi năm 2018 và chỉ 9% hồi năm 2008. Hơn nữa, 22% trong số những người từ 12 tuổi trở lên cho biết họ đã nghe podcast, tăng từ 7% khi con số này được đo lần đầu tiên vào năm 2013⁽⁷⁾.

Nhìn vào Báo cáo tin tức kỹ thuật số của Reuters Institute for the Study of Journalism năm 2021, thì podcast đã và đang có sự phổ biến mạnh mẽ ở rất nhiều quốc gia. Podcast đặc biệt phổ biến ở Ireland (với tỷ lệ người nghe là 41%), Tây Ban Nha (38%), Thụy Điển (37%), Na Uy (37%) và Mỹ (37%)⁽⁸⁾. Tuy vậy, có sự không đồng đều về phổ cập podcast ở một số khu vực trên thế giới, ví dụ như nhận thức về podcast còn thấp ở nhiều nước châu Á như Nhật Bản, nơi 40% người dân không sử dụng podcast, vì họ không biết chúng là gì. Cũng theo báo cáo của Reuters, thì trung bình 17% người dân ở châu Âu vẫn chưa biết đến podcast, con số này cao gần gấp đôi so với ở Mỹ, nhưng vẫn có cơ hội phát triển vô cùng tiềm năng với việc tiếp thị và quảng bá thêm. Tại Việt Nam, dù chưa có nghiên cứu nào về số lượng người nghe podcast, song theo Jesse Ward, Giám đốc Chiến lược và Quan hệ tại EloQ Communications trong một bài viết hồi đầu năm 2019, đánh giá rằng nhận thức về podcast ở Việt Nam đang tăng lên. Cũng trong bài viết này, tác giả cho rằng "podcast có xu hướng thu hút một phân khúc thính giả đáng mơ ước nhưng đầy thách thức" Thính giả nghe podcast là những người có xu hướng được giáo dục và sung túc. 58,2% người nghe là cử nhân đại học và sinh viên có khả năng trở thành người hâm mộ podcast cao gấp đôi những người không phải sinh viên"⁽⁹⁾.

Hơn nữa, từ nghiên cứu thị trường đã phát hiện ra rằng những người hâm mộ podcast có xu hướng trở thành những "Siêu thính giả" (super listeners) bởi họ rất chuyên tâm cho việc nghe, nhiều hơn cả số người nghe đài phát thanh truyền thống, người nghe nhạc trực tuyến hay bất kỳ hình thức phân phối âm thanh nào khác⁽¹⁰⁾. Cho nên có thể nói, podcast không chỉ tiếp nối truyền thống nghe đài của công chúng, mà còn nâng tầm truyền thông này lên một tầm cao mới, lắng nghe một cách chuyên sâu hơn.

- Thay đổi cách công chúng tương tác với một phương tiện truyền thông

So với cách nghe phát thanh streaming trực tuyến, rõ ràng nghe qua podcast sẽ tiện lợi hơn nhiều vì người nghe không phải chờ đợi, mất thời gian khi muốn nghe một nội dung nào đó. Podcast và các thiết bị kỹ thuật số hỗ trợ đã thay đổi cách mọi người tương tác với các phương tiện truyền thông⁽¹⁾. Công chúng không còn tiếp nhận nội dung một cách bị động như trước, mà họ hoàn toàn có thể chủ động trong việc nghe podcast, lựa chọn nội dung mình yêu thích và nghe vào bất cứ thời điểm nào họ muốn. Chính những tiện ích này cuối cùng đã mang lại sức hút lớn nhất cho podcast.

4. Giải pháp phát huy vai trò của podcast

Từ những vai trò quan trọng nêu trên, để phát huy vai trò của podcast đối với tờ báo mạng điện tử và công chúng, cần có những giải pháp sau:

Thứ nhất, cần tập trung phát huy tính sáng tạo của mỗi podcast. Podcast vốn là phương tiện không giới hạn sự sáng tạo, sự đóng khung theo khuôn mẫu sẽ giết chết sản phẩm podcast, dẫn đến sự nhàm chán cho công chúng. Môi trường truyền thông số vốn luôn phong phú về nội dung, cách thể hiện, cho nên các tờ báo cần ý thức được rằng công chúng có thể bỏ qua và không lắng nghe podcast bất cứ khi nào công chúng cảm thấy chúng không hấp dẫn được họ. Vì vậy việc đầu tư vào chất lượng nội dung, bao gồm cả kịch bản, âm thanh, và biên tập sẽ thu hút và giữ chân người nghe.

Thứ hai, luôn lắng nghe nhu cầu thị hiếu của công chúng. Theo thời gian, nhu cầu của công chúng luôn thay đổi. Điều này đòi hỏi sự nhạy bén của toà soạn báo mạng điện tử, phải luôn theo kịp xu hướng thị hiếu của công chúng trong thời đại số. Thay đổi để đáp ứng nhu cầu của công chúng không có nghĩa là tờ báo tự đánh mất mình mà thay đổi để trở nên linh hoạt hơn, và cũng là để phát huy tốt hơn vai trò là tiếng nói của Đảng, Nhà nước, của tổ chức chính trị - xã hội và là diễn đàn của nhân dân, cũng như đảm bảo tính tư tưởng, tính chân thật, tính nhân dân, tính chiến đấu và tính đa dạng của hoạt động báo chí.

Thứ ba, đầu tư vào chất lượng âm thanh và nâng cao trải nghiệm của công chúng. Người nghe podcast khác với phát thanh ở chỗ, họ thường nghe với tai nghe, và nhờ đó trải nghiệm âm thanh cũng khác biệt so với nghe qua loa đài. Podcast ngày càng đóng góp những vai trò quan trọng trong hoạt động báo chí - truyền thông nói chung, báo mạng điện tử nói riêng. Đối với

tờ báo mạng điện tử, podcast giúp phát huy vai trò của báo chí cách mạng trong việc bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng; cung cấp một nền tảng nội dung mới, đa dạng và dễ sản xuất; tạo ra nguồn thu nhập mới cho toà soạn báo; đồng thời giúp tăng cường xây dựng mối quan hệ với công chúng. Đối với công chúng, podcast làm đa dạng trải nghiệm thông tin của công chúng; tiếp nối truyền thống nghe đài của công chúng trong môi trường truyền thông số, tăng cường sự tham gia của công chúng với tác phẩm báo chí; thay đổi cách công chúng tương tác với một phương tiện truyền thông. Về giải pháp phát huy vai trò của podcast, cần tập trung phát huy tính sáng tạo của mỗi podcast; luôn lắng nghe nhu cầu thị hiếu của công chúng; đầu tư vào chất lượng âm thanh và nâng cao trải nghiệm của công chúng. Thực tế này cho thấy cần có thêm nhiều nghiên cứu về podcast để phát huy hơn nữa vai trò của podcast đối với báo chí - truyền thông nói chung, báo mạng điện tử nói riêng./.

(1) Lê Tuấn Anh (2022), *Thành công của "Serial" và triển vọng doanh thu từ podcast cho các cơ quan báo chí*, Tạp chí Người làm báo số 466, tháng 12/2022.

(2) IAB (U.S. Podcast Advertising Revenue Study 2020, PricewaterhouseCoopers, 5/2021.

(3) U.S. Podcast Ad Revenues Grew 19% YoY in 2020; set to exceed \$1B this year and \$2B by 2023, Nguồn link: <https://www.iab.com/news/us-podcast-ad-revenues-grew-19-yoy-in-2020-set-to-exceed-1b-this-year-and-2b-by-2023/>.

(4) McClung S và Johnson K (2010), *Examining the motives of podcast users*, Tạp chí Radio and Audio Media 17:1.

(5) Jesse Ward (2019), *Podcasts in Vietnam*, Nguồn link: <https://blog.eloqasia.com/2019/01/08/podcast-in-vietnam/>.

(6) Friedman T.L. (2005), *The world is flat: The globalized world in the twenty-first century*, Penguin Books, London, tr.94-95.

(7) Audio and Podcasting Fact Sheet - <https://www.journalism.org/fact-sheet/audio-and-podcasting/>.

(8) Digital News Report 2021, Reuters Institute for the Study of Journalism.

(9) Jesse Ward (2019), *Podcasts in Vietnam*, Nguồn link: <https://blog.eloqasia.com/2019/01/08/podcast-in-vietnam/>.

(10) Andrew J. Bottomley (2015), *Podcasting: A Decade in the Life of a "New" Audio Medium: Introduction, Symposium: Podcasting: A decade in the life of a "new" audio medium*.

(11) McClung S và Johnson K (2010), *Examining the motives of podcast users*, Tạp chí Radio and Audio Media 17:1.