Thực trạng tiếp nhận sản phẩm VTV24 của công chúng trên mạng xã hội hiện nay

ThS. LÊ NGUYỄN PHƯƠNG THẢO
Đại học Khoa học, Đại học Huế; Email: lethao@husc.edu.vn.

Tóm tắt: *Trong những năm gần đây, với sự tiến bộ nhanh chóng của công nghệ và truyền thông, mạng xã hội đã trở thành một nền tảng quan trọng trong việc truyền tải thông tin, giao tiếp và tương tác giữa cơ quan báo chí và công chúng. Trung tâm tin tức VTV24 - Đài Truyền hình Việt Nam không ngừng cải tiến và phát triển để đáp ứng nhu cầu thông tin của công chúng trên mạng xã hội. Các sản phẩm truyền thông của VTV24 nhận được nhiều phản hồi tích cực. Tuy nhiên, sự thay đổi liên tục về thuật toán và chính sách của các nền tảng mạng xã hội cũng đặt ra thách thức trong việc duy trì tầm nhìn và tiếp cận đối tượng khán giả mục tiêu. Vì vậy, VTV24 cần liên tục cải tiến chiến lược truyền thông, cập nhật nội dung hấp dẫn và phù hợp để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của công chúng trong môi trường số hóa.*

Từ khóa: *mạng xã hội; truyền thông; VTV24; nội dung số; công chúng mạng xã hội.*

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin và mạng xã hội (MXH) đã làm thay đổi sâu sắc cách thức công chúng tiếp nhận và ứng xử với sản phẩm của cơ quan báo chí. MXH đã trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống hàng ngày, đóng vai trò quan trọng trong việc truyền tải thông tin và tạo ra môi trường giao tiếp mở rộng giữa các cá nhân và tổ chức. Với sự phổ biến rộng rãi của các nền tảng như Facebook, YouTube, và TikTok, MXH không chỉ là kênh giải trí mà còn là phương tiện truyền thông chính thống, ảnh hưởng lớn đến nhận thức và hành vi của công chúng.

Trung tâm tin tức VTV24 (Vietnam Television 24), tiền thân là đơn vị chuyên sản xuất tin tức về kinh tế trên kênh VTV1 của Đài Truyền hình Việt Nam, có nhiệm vụ chính là cung cấp thông tin toàn diện về tình hình chính trị, kinh tế, văn hóa - xã hội, giáo dục, y tế, và pháp luật. Mục tiêu của VTV24 là định hướng quan điểm của công chúng, đưa ra nhận định và bình luận kịp thời theo quan điểm chính thống của Đảng và Nhà nước về các vấn đề, sự kiện trong nước và quốc tế được xã hội quan tâm[1]. Các sản phẩm truyền thông của VTV24 đã thu hút được sự quan tâm lớn từ phía công chúng. Fanpage Trung tâm Tin tức VTV24 trên Facebook đã thu hút sự quan tâm lớn với 7,1 triệu người theo dõi. Kênh YouTube của VTV24 cũng nằm trong top 100 kênh mạnh nhất tại Việt Nam. Ngoài ra, VTV24 không ngừng tận dụng và khai thác các nền tảng phổ biến khác như Zalo, Instagram và gần đây là TikTok. Việc triển khai Instagram và TikTok của VTV24 thể hiện nỗ lực đáng chú ý của Đài Truyền hình Việt Nam trong việc tiếp cận và tương tác với đối tượng công chúng trẻ, đặc biệt là thế hệ Z (sinh từ năm 1995 trở đi).

Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt và sự thay đổi liên tục của thuật toán MXH, việc duy trì và nâng cao hiệu quả truyền thông là một thách thức đáng kể. Nghiên cứu này nhằm xác định mức độ tiếp nhận của công chúng đối với các sản phẩm của VTV24 trên các nền tảng MXH, từ đó đánh giá hiệu quả truyền thông và mức độ tương tác với công chúng. Dựa trên kết quả thu được, nghiên cứu đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm VTV24 đáp ứng nhu cầu tiếp nhận thông tin của công chúng trên MXH, nâng cao hiệu quả tiếp cận và tương tác với khán giả, đồng thời góp phần vào sự phát triển bền vững của cơ quan truyền thông trong môi trường số hóa hiện đại.

2. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, chúng tôi áp dụng hai phương pháp chính để thu thập và phân tích dữ liệu:

Phương pháp nghiên cứu tài liệu: qua phân tích các tài liệu khoa học và báo cáo nghiên cứu, chúng tôi xây dựng cơ sở lý luận vững chắc để hiểu rõ thực trạng và xu hướng tiêu thụ thông tin trên MXH, xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự tiếp nhận và tương tác của công chúng với sản phẩm truyền thông của VTV24.

Nghiên cứu định lượng: được thực hiện qua khảo sát công chúng để thu thập dữ liệu về mức độ tiếp nhận và tương tác với các sản phẩm truyền thông của

VTV24 trên MXH. Một bảng hỏi được phân phối đến 390 người dùng MXH, đảm bảo tính đại diện cao. Dữ liệu được phân tích bằng các công cụ thống kê để đưa ra kết luận chính xác và khách quan về thực trạng tiếp nhận sản phẩm của VTV24 trên MXH.

3. Kết quả nghiên cứu

Công chúng báo chí là một thuật ngữ quan trọng trong lĩnh vực truyền thông và nghiên cứu truyền thông. Theo tác giả Nguyễn Văn Dững, *Công chúng báo chí là quần thể dân cư hay nhóm đối tượng mà báo chí gây ảnh hưởng hoặc hướng vào để gây ảnh hưởng.* Quan điểm này nhấn mạnh vai trò của công chúng báo chí trong mối quan hệ với sản phẩm báo chí, cơ quan báo chí và nhà báo[2]. Công chúng báo chí có thể ảnh hưởng đến nội dung thông qua phản hồi và sự quan tâm của họ đối với các vấn đề cụ thể. Hiểu rõ về công chúng mục tiêu giúp các cơ quan báo chí và nhà báo cải thiện chất lượng nội dung và nâng cao hiệu quả truyền thông. Ngược lại, báo chí cũng có khả năng định hướng và thay đổi nhận thức, quan điểm của công chúng thông qua các sản phẩm của mình.

Hiện nay, tốc độ phát triển của MXH đã tạo ra một cuộc cách mạng trong lĩnh vực truyền thông, đặt ra yêu cầu cấp thiết cho các cơ quan báo chí, bao gồm cả VTV24, trong việc xây dựng và phát triển các kênh thông tin chuyên biệt, tiếp cận rộng rãi công chúng và mở rộng phạm vi phân phối thông tin trên các nền tảng truyền thông xã hội. Quan điểm này xuất phát từ một số lý do quan trọng:

Thứ nhất, sự thay đổi mô hình tiếp nhận thông tin: người dùng MXH không còn bị ràng buộc bởi thời gian và không gian, có thể tiếp cận tin tức bất kỳ lúc nào và ở đâu. Điều này đòi hỏi các cơ quan báo chí nói chung và VTV24 nói riêng phải hiện diện trên các nền tảng này để đảm bảo rằng thông tin đến được với người dùng một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Thứ hai, đa dạng hóa hình thức truyền thông: MXH cung cấp nhiều hình thức truyền thông đa dạng như video, hình ảnh, bài viết ngắn, livestream, VTV24 cần tận dụng những hình thức này để tạo ra nội dung hấp dẫn và phù hợp với nhu cầu của công chúng. Việc phát triển các kênh thông tin chuyên biệt giúp tối ưu hóa từng loại hình nội dung, từ đó tăng cường hiệu quả truyền thông.

Thứ ba, tăng cường tương tác và phản hồi từ công chúng: MXH cho phép sự tương tác hai chiều giữa VTV24 và công chúng. Người dùng không chỉ tiếp nhận thông tin mà còn có thể bình luận, chia sẻ và phản hồi trực tiếp về nội dung. Điều này tạo ra một môi trường giao tiếp mở, nơi người làm truyền hình có thể hiểu rõ hơn về nhu cầu và ý kiến của công chúng, từ đó cải thiện chất lượng nội dung và dịch vụ.

Thứ tư, mở rộng phạm vi tiếp cận: việc xây dựng nhiều trang, kênh thông tin trên MXH giúp VTV24 mở rộng phạm vi tiếp cận đến nhiều đối tượng công chúng khác nhau. Mỗi nền tảng MXH có một nhóm đối tượng người dùng riêng, việc hiện diện trên nhiều nền tảng giúp đảm bảo thông tin của báo chí tiếp cận được nhiều phân khúc công chúng khác nhau

Thứ năm, nâng cao uy tín và vị thế: sự hiện diện mạnh mẽ trên MXH giúp VTV24 nâng cao uy tín và vị thế của mình trong lòng công chúng. Việc cung cấp thông tin nhanh chóng, chính xác và đa dạng sẽ thu hút sự quan tâm và tin tưởng của người dùng, từ đó củng cố thương hiệu và vị thế của cơ quan báo chí trong lĩnh vực truyền thông.

MXH đã tác động rất lớn đến cách thức tiếp nhận thông tin của công chúng, đồng thời tạo ra áp lực lớn đối với VTV24 phải thích nghi và tận dụng công cụ này để tiếp cận khán giả. Đài Truyền hình Việt Nam từng bước hướng sự phát triển song hành với mạng xã hội, sử dụng các nền tảng như kênh cập nhật tin tức, giúp khán giả tiếp cận thông tin nhanh chóng và thuận tiện. *Công chúng mạng xã hội* là thuật ngữ dùng để chỉ những người tiếp nhận, tiêu thụ và bình luận về các sản phẩm VTV24 đăng tải trên các nền tảng này. Đây là nhóm công chúng tích cực, có khả năng lan truyền thông tin rộng rãi và tạo ra ảnh hưởng lớn trong cộng đồng mạng, từ đó góp phần vào sự thành công của chiến lược truyền thông trên MXH của đài. Để đánh giá thực trạng tiếp nhận sản phẩm VTV24 của công chúng MXH, chúng tôi đã thực hiện khảo sát với tổng số phiếu là 390, được lựa chọn ngẫu nhiên với tỷ lệ giới tính khá cân bằng để tạo ra tính khách quan cho việc kiểm định giả thuyết. Trong đó, nam có 187 người (chiếm 47,9%) và nữ có 203 người (chiếm 52,1%).

Dựa trên số liệu về cơ cấu mẫu khảo sát công chúng trên MXH của VTV24, đối tượng công chúng trên 60 tuổi chiếm tỷ lệ nhỏ nhất, chỉ có 12 người, tương đương 3,1%. Điều này cho thấy mức độ tiếp cận và sử dụng MXH của nhóm tuổi này còn hạn chế. Ngược lại, đối tượng công chúng đông đảo nhất nằm trong độ tuổi từ 14 đến 24, chiếm tới 54,4%, nhóm tuổi này có xu hướng sử dụng nhiều nhất và có thể là đối tượng chính

mà VTV24 nhắm tới. Về nghề nghiệp của mẫu khảo sát, đối tượng công chúng là công chức, viên chức (24,1%) và học sinh, sinh viên (35,4%) có tỷ lệ lớn nhất. Mẫu khảo sát tiểu thủ công nghiệp chiếm tỷ lệ thấp nhất (3,1%).

Kết quả điều tra của chúng tôi đối với công chúng trên MXH cho thấy, chỉ có 13,8% số người được hỏi tiếp nhận thông tin từ VTV24 với tần suất 4-5 ngày/tuần, và 18,7% tiếp nhận với tần suất 2-3 ngày/tuần. Số người tiếp nhận sản phẩm VTV24 trên MXH với tần suất hằng ngày chiếm tỷ lệ khá cao, lên đến 52,6%. Điều này cho thấy một số lượng lớn công chúng thường xuyên theo dõi và cập nhật thông tin từ VTV24 mỗi ngày. Điều này có thể xuất phát từ nhu cầu cao về thông tin thời sự, tin tức hàng ngày hoặc sự hấp dẫn của các nội dung mà VTV24 cung cấp.

Qua kết quả nghiên cứu và khảo sát, chúng tôi nhận thấy thực trạng tiếp nhận sản phẩm VTV24 của công chúng trên MXH đang có những biến chuyển rõ rệt:

Một là, VTV24 đã đáp ứng nhu cầu tiếp nhận thông tin báo chí của công chúng trên MXH một cách toàn diện. Thông qua sự hiện diện mạnh mẽ trên nhiều nền tảng phổ biến như Facebook, YouTube, TikTok, VTV24 đã kết nối và cung cấp nội dung thông tin đa dạng về các lĩnh vực như chính trị, kinh tế, văn hóa - xã hội, giáo dục, y tế, và pháp luật, đáp ứng nhu cầu của công chúng. Các mức độ Rất thường xuyên, Thường xuyên, Bình thường, và Hiếm khi được sử dụng làm thang đo mức độ tiếp nhận những nội dung thông tin đăng tải trên các nền tảng MXH của VTV24. Phân tích số liệu cho thấy, công chúng trên MXH tiếp nhận đa dạng thông tin đăng tải trên các nền tảng, trong đó các sản phẩm thuộc lĩnh vực Thể thao - Giải trí; Đời sống - Văn hóa và Kinh tế nhận được mức độ Rất thường xuyên của độc giả lớn nhất, chiếm khoảng 25% trong tổng số ý kiến.

Sự tiếp nhận rộng rãi của công chúng đối với nội dung của VTV24 trên MXH là minh chứng rõ ràng cho sự quan tâm và mong đợi của người xem đối với thông tin có độ tin cậy và chính xác. Tính đến năm 2023, tổng số lượt đăng ký trên hệ thống Quản lý nội dung CMS của VTV trên YouTube đã đạt khoảng 15 triệu, thu hút khoảng 128 triệu giờ xem, tăng trưởng 14% so với cùng kỳ năm trước. Đặc biệt, hơn 60% khán giả thường xuyên theo dõi nội dung thuộc độ tuổi dưới 34 tuổi[3]. Điều này cho thấy sự thay đổi về cách tiếp nhận và tiêu thụ thông tin truyền hình trong thời đại hiện nay, đồng thời tạo được liên kết mạnh mẽ với đối tượng khán giả trẻ thông qua các nền tảng mạng xã hội.

Hai là, công chúng ngày càng thích tham gia thảo luận và tương tác với nội dung sản phẩm đài truyền hình đăng tải. Môi trường này giúp sản phẩm của cơ quan báo chí gắn kết hơn với thương hiệu báo chí và thu hút công chúng. Trên MXH, công chúng thể hiện sự quan tâm bằng cách chia sẻ (share), thích, thể hiện cảm xúc (react), hoặc đăng lại (reup) các sản phẩm mà họ cho là thú vị hoặc hữu ích. Họ có thể gửi tin nhắn công khai hoặc riêng tư, bình luận để tìm hiểu thêm về sản phẩm.

Qua khảo sát, 63,5% người tham gia thường chia sẻ sản phẩm của VTV24 trên trang cá nhân Facebook, Instagram, trong khi 56% chia sẻ trực tiếp với bạn bè và người thân, và 36,9% chia sẻ lên các trang nhóm cộng đồng. Sự phát triển của công nghệ đã tạo ra không gian tương tác rộng lớn, thay đổi cách công chúng tiếp cận, tiêu thụ và tham gia vào thông tin truyền hình. Đặc biệt, VTV24 không chỉ cung cấp thông tin mà còn có tác động mạnh mẽ đến dư luận xã hội. Mọi sản phẩm của VTV24 như tin tức, bản tin, chương trình thời sự đều dựa trên quan điểm chính thống của Đảng và Nhà nước, góp phần quan trọng trong việc hình thành ý kiến của công chúng. Công chúng chủ động thảo luận, góp ý và tương tác với nội dung, tạo ra môi trường tương tác hai chiều.

Ba là, sự thay đổi tư duy đối với việc đánh giá tin tức của công chúng trên MXH: trước đây, việc đánh giá tin tức thường dựa vào nguồn tin để xác định độ tin cậy. Tuy nhiên, trong thời đại công nghệ số, công chúng đã trở nên tinh tế hơn trong việc phân tích, kiểm tra và đánh giá chất lượng thông tin. Họ không chỉ xem xét nguồn gốc mà còn tập trung vào cách thông tin được truyền tải và mức độ chính xác, khách quan của sự kiện. Phần lớn người tham gia khảo sát đã lựa chọn tiêu chí xác thực cao và ít thông tin nhiễu là yếu tố quan trọng nhất khi đánh giá sản phẩm của VTV24 (66.2%). Đồng thời, 45.4% công chúng tham gia khảo sát đánh giá cao tính tiện lợi và sự thuận tiện khi tiếp cận và chia sẻ thông tin qua các sản phẩm báo chí trên các nền tảng MXH[4].

VTV24 là một nguồn tin chính xác và uy tín, cung cấp thông tin về các sự kiện quan trọng trong và ngoài nước một cách kịp thời. Đội ngũ nhà báo và biên tập viên của VTV24 đã trải qua quá trình đào tạo chuyên sâu và tích lũy kinh nghiệm, giúp họ thu thập, kiểm

chứng và xác minh nguồn tin trước khi công bố thông tin. Quá trình này đảm bảo tính chính xác và đáng tin cậy của thông tin được truyền đạt đến công chúng, giúp VTV24 đạt được mức độ tin cậy cao. Kết quả khảo sát cho thấy, 47,9% phản hồi là "Hài lòng" với sản phẩm của VTV24. Điều này chứng tỏ các sản phẩm đăng tải trên các nền tảng mạng xã hội của VTV24 đã đáp ứng hiệu quả nhu cầu tiếp nhận thông tin của công chúng, ảnh hưởng tích cực đến mức độ tương tác, đánh giá và tin tưởng mà công chúng dành cho VTV24, tạo ra một môi trường tốt cho sự phát triển và tương tác tiếp theo giữa đài truyền hình và khán giả.

4. Kết luận và gợi ý một số giải pháp nâng cao chất lượng sản phẩm VTV24 đáp ứng nhu cầu tiếp nhận thông tin của công chúng trên mạng xã hội

Dựa trên các nhận định trên, chúng tôi đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm của VTV24 để đáp ứng nhu cầu tiếp nhận thông tin của công chúng trên MXH:

Thứ nhất, VTV24 cần chú trọng phát triển nội dung video trên nền tảng số. So với sản phẩm truyền thống được phát sóng, các định dạng video mới như video ngắn, video dọc, video hỗn hợp (mutex video), video phát trực tiếp (live stream video) đang trở nên phổ biến hơn. Ngoài ra, công chúng trên MXH ngày càng quan tâm đến video dưới dạng đánh giá sản phẩm và dịch vụ (review). Trước sự thay đổi của nền tảng số, các cơ quan báo chí cần phát triển video trên MXH với nội dung phong phú, thu hút sự quan tâm của độc giả. Các xu hướng mới, công cụ sản xuất mới và phương pháp sáng tạo cập nhật đòi hỏi người làm báo phải chú trọng phát triển nội dung tin tức, bình luận và tương tác trực tiếp.

Thứ hai, tận dụng công nghệ trong mô hình truyền thông mới như Internet of Things (IoT - Internet vạn vật), Big Data (dữ liệu lớn) và Artificial Intelligence (trí thông minh nhân tạo) để tăng cường trải nghiệm công chúng trên MXH. Các ứng dụng này trải rộng từ các thiết bị đầu cuối đến hạ tầng truyền thông, từ các mô hình quản lý đến quá trình sản xuất nội dung, sử dụng trí thông minh nhân tạo để nhận diện và phân tích hành vi của công chúng truyền hình. Công nghệ còn cho phép VTV24 thu thập và phân tích dữ liệu về hành vi và sở thích của khán giả, giúp kênh tin tức hiểu rõ hơn và tùy chỉnh nội dung để phù hợp với từng đối tượng công chúng cụ thể. Cá nhân hóa nội dung giúp tăng tính tương tác và tạo sự hài lòng cho khán giả.

Thứ ba, xây dựng đội ngũ chuyên gia chuyên trách các kênh trên MXH. VTV24 nên đầu tư vào việc xây dựng một đội ngũ chuyên gia đa dạng với kiến thức và kỹ năng đa ngành. Điều này giúp đảm bảo rằng sản phẩm của VTV24 đáp ứng đúng nhu cầu và mong muốn của công chúng trên MXH từ các góc nhìn khác nhau. Đội ngũ chuyên gia về truyền thông xã hội sẽ giúp VTV24 quản lý và tối ưu hóa chiến dịch, theo dõi và đánh giá hiệu quả, từ đó tối ưu hóa chiến lược và nội dung để đạt được mục tiêu tiếp cận công chúng một cách hiệu quả.

Thứ tư, thường xuyên đo lường và phản hồi dựa trên số lượt xem, tương tác và đánh giá từ công chúng. Bằng cách theo dõi và đánh giá số lượng lượt tương tác, lượt xem, lượt chia sẻ và ý kiến phản hồi từ khán giả trên các nền tảng, VTV24 có thể đánh giá được mức độ quan tâm và tương tác của khán giả với nội dung của mình. Qua đó, VTV24 có thể điều chỉnh và tối ưu hóa chiến lược truyền thông để đạt được kết quả tốt hơn.

Bước vào thời kỳ mới, trước yêu cầu ngày càng cao của công chúng trên MXH, việc nắm bắt xu hướng, nhu cầu và thị hiếu của công chúng là công tác hết sức quan trọng và mang tính sống còn để Kênh tin tức VTV24 tiếp tục tồn tại và phát triển. Trong dòng chảy thời đại, VTV24 vẫn mang trong mình sứ mệnh riêng biệt, hoạt động theo tôn chỉ và mục đích, giữ vững mục tiêu phục vụ và định hướng dư luận xã hội trong thời đại số. Từ thực trạng tiếp nhận sản phẩm của VTV24 trên MXH, chúng tôi đã đề xuất một số giải pháp để VTV24 nghiên cứu, xem xét và điều chỉnh phù hợp với xu thế phát triển chung của xã hội./.

(1) Cổng thông tin điện tử Bộ Thông tin và Truyền thông (2023), Danh sách tôn chỉ, mục đích các cơ quan báo chí, website: https://mic.gov.vn/solieubaocao/Pages/TinTuc/142418/Danh-sach" ton-chi-muc-dich-cac-co-quan-bao-chi.html.

(2) Nguyễn Văn Dững (2000), *Báo chí "Những điểm nhìn từ thực tiễn*, tập 1, Nxb. Văn hóa Thông tin, Hà Nội, tr.139

(3) *Đài Truyền hình Việt Nam dẫn đầu về mức độ trưởng thành chuyển đổi số báo chí năm 2023*, VTV Online, https://vtv.vn/cong-nghe/dai-truyen-hinh-viet-nam-dan-dau-ve-muc-do-truong-thanh-chuyen-doi-so-bao-chi-nam-2023-20231221160718082.htm.

(4) Số liệu của nhiệm vụ khảo sát năm 2023 "*Nghiên cứu, khảo sát thực trạng tiếp nhận và đánh giá của công chúng trên MXH đối với sản phẩm của VTV24*"