

Từ tiếp cận độc giả đến tổ chức trải nghiệm công chúng: Chiến lược tiếp cận công chúng trẻ của Báo Nhân Dân trong môi trường truyền thông số

From audience reach to audience experience design: Strategies for engaging young audiences by Nhan Dan Newspaper in the digital media environment

TS. VŨ THỊ KIM HOA

Đại học Quốc gia Hà Nội;

Email: vukimhoa@vnu.edu.vn

PHÙNG HÀ LINH

Email: 23030084@sv.ussh.edu.vn

Ngày nhận bài: 11/3/2026

Ngày phản biện: 15/3/2026

Ngày duyệt đăng: 20/3/2026

Chủ đề bài viết thuộc lĩnh vực: Báo chí, truyền thông

Tóm tắt: Bài viết phân tích hoạt động tiếp cận công chúng trẻ của Báo Nhân Dân trong môi trường truyền thông số hiện nay. Trên cơ sở vận dụng các lý thuyết về công chúng truyền thông và văn hóa tham gia, nghiên cứu khảo sát một số hoạt động truyền thông tiêu biểu của tờ báo, bao gồm phát triển nền tảng số, tổ chức sự kiện truyền thông, triển lãm tương tác và các chương trình giao lưu công chúng. Kết quả cho thấy Báo Nhân Dân đang có xu hướng dịch chuyển từ mô hình tiếp cận độc giả truyền thống sang mô hình tổ chức trải nghiệm công chúng, trong đó các hoạt động sự kiện đóng vai trò tạo trải nghiệm ban đầu, còn nền tảng số được sử dụng để khuếch tán và kéo dài hiệu ứng truyền thông. Nghiên cứu đồng thời chỉ ra một số thách thức liên quan đến tính bền vững của mô hình này và đề xuất một số gợi ý nhằm nâng cao hiệu quả tiếp cận công chúng trẻ trong bối cảnh truyền

Từ khóa: công chúng trẻ; Báo Nhân Dân; tiếp cận công chúng; trải nghiệm công chúng; truyền thông sự kiện; truyền thông số.

Abstract: This article analyzes how Nhan Dan Newspaper engages young audiences in today's digital media environment. Drawing on theories of media audiences and participatory culture, the study examines several representative communication activities, including digital platform development, media events, interactive exhibitions, and public engagement programs. The findings show a shift from traditional audience reach to audience experience design, where events create initial engagement and digital platforms amplify and extend communication effects. The study also identifies challenges related to the sustainability of this model and proposes recommendations to improve effectiveness in reaching young audiences in the evolving media landscape.

Keywords: young audiences; Nhan Dan Newspaper; audience reach; audience experience; event communication; digital media.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh đó, Báo Nhân Dân đã triển khai nhiều hoạt động truyền thông mới như tổ chức sự kiện, triển lãm tương tác và phát hành các phụ san đặc biệt nhằm thu hút sự tham gia của công chúng trẻ. Trên cơ sở đó, bài viết phân tích hoạt động tiếp cận công chúng trẻ của Báo Nhân Dân trong bối cảnh truyền thông số, qua đó làm rõ xu hướng chuyển dịch từ mô hình tiếp

cận độc giả truyền thống sang mô hình tổ chức trải nghiệm công chúng.

2. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

2.1. Cơ sở lý thuyết về tiếp cận công chúng trẻ trong báo chí

Trong nghiên cứu truyền thông, công chúng được xem là một thành tố trung tâm của quá trình truyền thông đại chúng. Các lý thuyết truyền thông hiện đại

cho rằng công chúng không còn là đối tượng tiếp nhận thông tin thụ động mà ngày càng đóng vai trò chủ động trong việc lựa chọn và sử dụng nội dung truyền thông. Theo lý thuyết Uses and Gratifications, công chúng được xem là những chủ thể tích cực, trong đó việc sử dụng phương tiện truyền thông gắn với các mục đích và nhu cầu cụ thể của cá nhân. Katz, Blumler và Gurevitch cho rằng “Công chúng được kiến tạo như những chủ thể tích cực, trong đó việc sử dụng truyền thông được định hướng bởi các hành vi có mục đích rõ ràng” (Katz, E., Blumler, J.G., Gurevitch, 1974).

Khái niệm công chúng trẻ thường được dùng để chỉ nhóm đối tượng thanh niên và sinh viên trong độ tuổi từ khoảng 18 đến 35. Đây là nhóm công chúng có đặc điểm nổi bật là năng động, nhạy bén với công nghệ và có xu hướng sử dụng các nền tảng truyền thông số trong quá trình tiếp nhận thông tin. Theo Castells (Castells, 2010), sự phát triển của xã hội mạng đã làm thay đổi cấu trúc truyền thông truyền thống, trong đó các cá nhân ngày càng tham gia tích cực hơn vào quá trình sản xuất, chia sẻ và lan tỏa thông tin trong môi trường truyền thông mạng.

Do đó, việc nghiên cứu hoạt động tiếp cận công chúng trẻ của các cơ quan báo chí có ý nghĩa quan trọng trong việc đánh giá hiệu quả truyền thông và đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao khả năng thu hút và gắn kết công chúng trong môi trường truyền thông hiện đại.

2.2. Thực trạng hoạt động tiếp cận công chúng trẻ của Báo Nhân Dân hiện nay

Xu hướng dịch chuyển từ tiếp cận độc giả sang tổ chức trải nghiệm công chúng

Một trong những đặc điểm nổi bật trong hoạt động tiếp cận công chúng trẻ của Báo Nhân Dân thời gian gần đây là sự dịch chuyển từ mô hình tiếp cận độc giả theo logic báo chí truyền thống sang mô hình truyền thông mở rộng, trong đó cơ quan báo chí không chỉ đóng vai trò là nhà sản xuất và phân phối nội dung mà còn trở thành chủ thể tổ chức các trải nghiệm truyền thông và kiến tạo không gian tương tác công chúng. Trong mô hình báo chí truyền thống, mối quan hệ giữa tờ báo và công chúng chủ yếu được thiết lập thông qua hành vi tiếp nhận nội dung (đọc, xem hoặc nghe) trong đó công chúng giữ vị trí tương đối thụ động. Tuy nhiên, trong thực tiễn hoạt động của Báo Nhân Dân hiện nay, mối quan hệ này đang được tái cấu trúc theo hướng mở rộng, khi công chúng được mời gọi tham gia vào các không gian trải nghiệm do cơ quan báo chí tổ chức, cả trong môi trường vật lý lẫn môi trường số. Sự chuyển dịch

này không chỉ phản ánh những thay đổi về kỹ thuật truyền thông mà còn cho thấy sự điều chỉnh trong quan niệm về tiếp cận công chúng, đặc biệt là công chúng trẻ trong bối cảnh truyền thông số.

Năm 2025, Báo Nhân Dân đã xuất bản ba phụ san đặc biệt vào các dịp kỷ niệm quan trọng của đất nước, bao gồm phụ san kỷ niệm Chiến thắng Điện Biên Phủ, phụ san kỷ niệm 50 năm Giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước và phụ san kỷ niệm 80 năm Quốc khánh. Các ấn phẩm này nhanh chóng trở thành những hiện tượng xuất bản và nhận được sự quan tâm rộng rãi của công chúng. Đặc biệt, phụ san kỷ niệm 50 năm thống nhất đất nước đã tạo nên một hiện tượng phát hành đáng chú ý khi thu hút đông đảo người dân đến nhận báo. Hàng nghìn người đã xếp hàng để nhận phụ san trong ngày phát hành, trong đó có rất nhiều bạn trẻ lựa chọn tìm hiểu lịch sử đất nước thông qua ấn phẩm đặc biệt và triển lãm tương tác đi kèm của tờ báo. (<https://nhandan.vn>).

Song song với phụ san bản in, ngày 14/4/2025 Báo Nhân Dân đã xây dựng chuyên trang thông tin đặc biệt tại địa chỉ thongnhatdatnuoc.nhandan.vn, bao gồm nhiều chuyên mục như Những trận đánh quyết định, Ký ức xuân thống nhất, Việt Nam hôm nay hay Báo Nhân Dân truyền tin chiến thắng... (<https://thongnhatdatnuoc.nhandan.vn/>). Chuyên trang này tích hợp nhiều công nghệ truyền thông số, trong đó có sa bàn 3D tương tác và ứng dụng StoryMap, kết hợp công nghệ thực tế ảo tăng cường nhằm tái hiện các sự kiện lịch sử một cách trực quan và sinh động. Việc kết hợp giữa nội dung báo chí với công nghệ tương tác cho phép công chúng không chỉ đọc thông tin mà còn có thể khám phá và trải nghiệm nội dung theo nhiều hình thức khác nhau.

Tương tự, phụ san kỷ niệm 80 năm Quốc khánh cũng được thiết kế theo hướng tích hợp nhiều công nghệ truyền thông mới nhằm gia tăng trải nghiệm cho người đọc. Thông qua các mã QR được tích hợp trong phụ san, công chúng có thể nghe lại giọng đọc Tuyên ngôn Độc lập của Chủ tịch Hồ Chí Minh trên nền tảng TikTok, tiếp cận bản ghi âm phát trên Radio Nhân Dân thông qua Spotify, hoặc trải nghiệm không gian Quảng trường Ba Đình năm 1945 thông qua công nghệ thực tế ảo tăng cường (<https://nhandan.vn>). Những yếu tố công nghệ này đã góp phần tạo nên những trải nghiệm truyền thông mới mẻ, giúp nội dung lịch sử được tiếp cận theo cách trực quan và giàu cảm xúc hơn đối với người trẻ (<https://nhandan.vn>). Một độc giả trẻ 19 tuổi chia sẻ khi tham gia trải nghiệm phụ san: “Em rất háo hức khi được

nhận phụ san đặc biệt của Báo Nhân Dân. Lần đầu tiên được trải nghiệm công nghệ hiện đại trên tờ phụ san khiến em rất thích thú. Em thực sự xúc động khi nhìn thấy hình ảnh Kỳ đài qua công nghệ thực tế ảo và nghe giọng Bác Hồ đọc Tuyên ngôn Độc lập”. PV 5, nữ, 18 tuổi.

Những thực hành truyền thông này cho thấy Báo Nhân Dân không chỉ đơn thuần thích ứng với môi trường truyền thông số mà còn chủ động tái cấu trúc phương thức tiếp cận công chúng theo hướng kết hợp giữa nội dung báo chí, công nghệ truyền thông và trải nghiệm tương tác (<https://nhandan.vn>). Thông qua việc tích hợp các công nghệ số như thực tế ảo tăng cường, các nền tảng mạng xã hội và các định dạng đa phương tiện vào sản phẩm báo chí và hoạt động truyền thông, tờ báo đã tạo ra những hình thức tiếp nhận thông tin sinh động và giàu tính trải nghiệm đối với công chúng trẻ. Nhờ đó, những nội dung lịch sử và chính trị - xã hội vốn thường được xem là khô cứng đã được chuyển hóa thành các sản phẩm truyền thông có khả năng thu hút sự quan tâm và lan tỏa rộng rãi trong không gian truyền thông số. Điều này cho thấy Báo Nhân Dân đang từng bước xây dựng một mô hình truyền thông mới, trong đó báo chí không chỉ đóng vai trò cung cấp thông tin mà còn trở thành chủ thể tổ chức trải nghiệm và dẫn dắt tương tác công chúng trong hệ sinh thái truyền thông đương đại.

Sự kiện và triển lãm tương tác trở thành kênh tiếp cận trung tâm

Quan sát các hoạt động truyền thông nổi bật trong thời gian gần đây cho thấy việc tiếp cận công chúng trẻ của Báo Nhân Dân đang được triển khai nổi bật thông qua mô hình sự kiện hóa sản phẩm báo chí. Trong mô hình này, sản phẩm báo chí được tổ chức thành những sự kiện truyền thông có khả năng thu hút sự tham gia trực tiếp của công chúng. Trường hợp tiêu biểu là chuỗi phụ san đặc biệt kết hợp với các triển lãm tương tác do Báo Nhân Dân tổ chức. Từ phụ san panorama “Chiến dịch Điện Biên Phủ” tích hợp công nghệ thực tế tăng cường (AR) phát hành ngày 7/5/2024 cho đến đợt truyền thông đặc biệt kỷ niệm 50 năm Giải phóng miền Nam, Thống nhất đất nước năm 2025, Báo Nhân Dân đã tổ chức các hoạt động triển lãm tại khuôn viên trụ sở tòa soạn ở 71 Hàng Trống (<https://nhandan.vn>). Không gian này được thiết kế như một điểm đến trải nghiệm, nơi công chúng có thể tham quan, tương tác với các sản phẩm báo chí tích hợp công nghệ và tham gia vào các hoạt động truyền thông gắn với lịch sử báo chí và lịch

sử dân tộc. Những hoạt động check-in, trải nghiệm công nghệ, tham quan không gian báo chí - lịch sử tại đây đã tạo nên một hiện tượng thu hút đáng kể sự quan tâm của công chúng, đặc biệt là giới trẻ (<https://thongnhatdatn-uoc.nhandan.vn>).

Từ góc độ truyền thông học, điều đáng chú ý không chỉ nằm ở số lượng người tham dự hay hiệu ứng lan tỏa truyền thông của các hoạt động này, mà còn ở sự thay đổi trong cách thức định vị sản phẩm báo chí. Trong trường hợp này, phụ san và các sản phẩm báo chí không còn chỉ được tiếp nhận như những vật phẩm mang thông tin, mà được chuyển hóa thành những đối tượng trải nghiệm văn hóa. Người trẻ không chỉ đọc phụ san theo cách tiếp nhận thông tin truyền thống, mà còn tham gia vào một chuỗi hành vi truyền thông mang tính xã hội hóa cao như sưu tầm ấn phẩm, chụp ảnh check-in, quay video, chia sẻ trên mạng xã hội và trải nghiệm các công nghệ tương tác như AR.

“Mình chụp ảnh và đăng lên Instagram vì không gian ở đây khá đẹp và có nhiều góc check-in. Nhưng ngoài việc chụp ảnh, mình cũng thấy đây là một nơi thú vị để tìm hiểu về lịch sử và báo chí Việt Nam”. PV 6, nữ 20 tuổi.

Những hành vi này cho thấy quá trình tiếp nhận thông tin đã được mở rộng thành quá trình tham gia và biểu đạt bản thân trong không gian truyền thông xã hội. “Mình nghĩ nó giúp người trẻ tiếp cận lịch sử và báo chí theo cách gần gũi hơn. Thay vì chỉ đọc văn bản, mình có thể trải nghiệm bằng hình ảnh, video và tương tác trực tiếp. Điều này khiến mình hiểu rõ hơn về các sự kiện lịch sử và cũng thấy báo chí truyền thống đang thay đổi để phù hợp với thời đại số”. PV 12, nam 23 tuổi.

Trong bối cảnh công chúng trẻ ngày càng coi trọng tính trực quan, tính tương tác và khả năng thể hiện bản sắc cá nhân trên các nền tảng mạng xã hội, cách tổ chức này giúp sản phẩm báo chí vượt ra khỏi hình thức tiếp nhận tĩnh để trở thành một sự kiện truyền thông có khả năng được khuếch đại trong không gian mạng. Nói cách khác, Báo Nhân Dân không chỉ tiếp cận người trẻ thông qua nội dung mang thông tin, mà còn thông qua việc kiến tạo những tình huống truyền thông trong đó chính công chúng trẻ trở thành tác nhân lan truyền nội dung. Khi các hoạt động trải nghiệm tại sự kiện được ghi lại, chia sẻ và tái diễn giải trên các nền tảng mạng xã hội, công chúng không còn chỉ đóng vai trò người tiếp nhận mà trở thành một phần của quá trình sản xuất và lan tỏa thông tin.

Đáng chú ý hơn, các sự kiện truyền thông này không

tách rời bản sắc chính luận - lịch sử vốn là đặc trưng của Báo Nhân Dân. Ngược lại, chính những chủ đề giàu tính chính trị, ký ức lịch sử và biểu tượng quốc gia lại được tái cấu trúc theo ngôn ngữ trải nghiệm phù hợp hơn với công chúng trẻ. Điều này cho thấy một sự điều chỉnh quan trọng trong phương thức truyền đạt của báo chí chính thống: thay vì làm giảm nhẹ nội dung cốt lõi để phù hợp với thị hiếu truyền thông số, Báo Nhân Dân lựa chọn thay đổi hình thức tiếp cận nhằm giúp công chúng trẻ bước vào nội dung thông qua cảm xúc, hình ảnh và trải nghiệm tương tác trước khi đi tới nhận thức. Từ góc độ chiến lược truyền thông, sự chuyển dịch này có ý nghĩa đặc biệt quan trọng, bởi nó góp phần thu hẹp khoảng cách giữa báo chí chính thống và nhóm công chúng trẻ.

Mô hình tiếp cận: Sự kiện offline là trung tâm, nền tảng số là công cụ khuếch tán

Mặc dù trọng tâm tiếp cận công chúng trẻ của Báo Nhân Dân hiện nay nằm ở các hoạt động tương tác trực tiếp nhưng các nền tảng số chủ yếu đảm nhiệm vai trò khuếch tán thông tin, kéo dài vòng đời truyền thông của sự kiện và gia tăng độ phủ biểu tượng của các hoạt động do tờ báo tổ chức. Ở đây, không gian số được sử dụng như một tầng mở rộng của trải nghiệm truyền thông ban đầu được tạo ra trong không gian vật lý.

Thực tiễn truyền thông của Báo Nhân Dân cho thấy một logic tích hợp khá rõ giữa không gian truyền thông trực tiếp và môi trường truyền thông số. Các triển lãm tương tác, hoạt động phát hành phụ san hay các sự kiện truyền thông được tổ chức tại không gian tòa soạn đã thu hút đông đảo công chúng trẻ tham gia trực tiếp (<https://nhandan.vn>).

Song song với đó, các bài viết tường thuật sự kiện, chuyên trang số, video tổng hợp, nội dung hướng dẫn trải nghiệm công nghệ cũng như các bài chia sẻ trên mạng xã hội tiếp tục mở rộng phạm vi lan tỏa của các hoạt động này trong môi trường trực tuyến. Nhờ vậy, trải nghiệm truyền thông không dừng lại ở thời điểm diễn ra sự kiện mà được kéo dài và khuếch đại trong không gian mạng, hình thành một hệ sinh thái truyền thông đa nền tảng kết nối giữa trải nghiệm trực tiếp và lan tỏa số.

Từ góc độ truyền thông học, cách tổ chức này có thể được hiểu như một mô hình tiếp cận công chúng trẻ dựa trên sự kết hợp giữa không gian truyền thông vật lý và không gian truyền thông số. Trong mô hình này, các sự kiện trực tiếp đóng vai trò tạo ra trải nghiệm ban đầu và khơi gợi sự chú ý của công chúng; trong khi các nền

tảng báo chí số và mạng xã hội đảm nhiệm chức năng khuếch tán thông tin, duy trì sự hiện diện truyền thông và mở rộng phạm vi tiếp cận. Công chúng trẻ trong trường hợp này không chỉ là người tham dự các hoạt động truyền thông mà còn trở thành những tác nhân lan tỏa nội dung thông qua các hành vi chia sẻ, bình luận và tái diễn giải thông tin trên các nền tảng số. Tài khoản Tiktok [taphoacuahieuhoang](https://www.tiktok.com/@taphoacuahieuhoang) Ngày 29/8/2025 tài khoản đăng bài giới thiệu phụ san kỉ niệm 80 năm Thống nhất đất nước thu hút 194.800 lượt thích; 4110 bình luận (<https://www.tiktok.com>); tài khoản Tik Tok [bn_lenguyen](https://www.tiktok.com/@bn_lenguyen) Lê Nguyễn Bảo Ngọc đăng tải clip giới thiệu phụ san ngày 28/4/2025 cũng thu hút 33.700 lượt thích và 775 bình luận... (<https://www.tiktok.com>).

Quá trình này cho thấy sự chuyển dịch từ mô hình truyền thông đơn tuyến sang mô hình truyền thông có tính tham gia, trong đó công chúng đóng vai trò tích cực trong việc mở rộng vòng đời và phạm vi lan tỏa của nội dung báo chí.

Xét ở góc độ chiến lược truyền thông, cách tiếp cận này phù hợp với một cơ quan báo chí có uy tín thể chế cao nhưng không nhất thiết sở hữu lợi thế nổi trội trong cuộc cạnh tranh về mức độ thu hút và duy trì sự chú ý của công chúng trên các nền tảng số. Thay vì cố gắng mô phỏng hoàn toàn phương thức hoạt động của các nhà sáng tạo nội dung trên môi trường mạng, Báo Nhân Dân lựa chọn xây dựng sự khác biệt thông qua việc tạo ra những giá trị trải nghiệm trực tiếp gắn với không gian thực, các sản phẩm báo chí mang tính vật thể và các yếu tố ký ức lịch sử - văn hóa. Những giá trị này sau đó được môi trường số khuếch đại và lan tỏa rộng hơn trong hệ sinh thái truyền thông.

Tiếp cận công chúng trẻ không chỉ bằng thông tin, mà bằng kiến tạo giá trị cộng đồng

Một phương diện đáng chú ý khác trong hoạt động tiếp cận công chúng trẻ của Báo Nhân Dân là cách tờ báo định vị người trẻ không chỉ như một nhóm người dùng truyền thông cần được thu hút, mà như một bộ phận công dân trẻ cần được kết nối với các giá trị xã hội, lịch sử, cộng đồng và sáng tạo. Cách tiếp cận này cho thấy sự mở rộng trong quan niệm về công chúng của báo chí chính thống: từ việc coi công chúng chủ yếu là đối tượng tiếp nhận thông tin sang việc xem công chúng như những chủ thể tham gia vào đời sống xã hội và văn hóa. Điều này thể hiện khá rõ qua các chuyên đề và hoạt động truyền thông của Báo Nhân Dân hướng tới thanh niên, trong đó tờ báo không chỉ dừng lại ở việc phản ánh hay đưa tin về người trẻ mà còn tìm cách kiến tạo những

diễn đàn, không gian nhận thức và hành động dành cho họ. Chuyên trang “Thanh niên thời đại số & hành trang kiến tạo” (<https://special.nhandan.vn>), chẳng hạn, cho thấy sự quan tâm của Báo Nhân Dân tới việc phân tích vị thế và vai trò của thanh niên trong bối cảnh chuyển đổi số, nơi các vấn đề như công nghệ, trí tuệ nhân tạo, sáng tạo nội dung và năng lực kiến tạo xã hội ngày càng trở thành những chủ đề trung tâm đối với thế hệ trẻ.

Ở phạm vi rộng hơn, việc Báo Nhân Dân đưa không gian triển lãm Human Act Prize 2025 về khuôn viên tòa soạn và kết nối trực tiếp với không gian phố đi bộ Hồ Gươm cho thấy nỗ lực của tờ báo trong việc mở rộng chức năng truyền thông của mình (<https://vtv.vn>). Nếu trong mô hình báo chí truyền thống, cơ quan báo chí chủ yếu thực hiện chức năng sản xuất và cung cấp thông tin, thì trong trường hợp này Báo Nhân Dân đang từng bước chuyển sang vai trò kiến tạo những không gian công cộng nơi công chúng có thể bước vào, quan sát, tham dự và tương tác. Việc mở rộng không gian tòa soạn thành một địa điểm trải nghiệm văn hóa - xã hội cho thấy sự dịch chuyển trong cách thức tổ chức quan hệ giữa báo chí và công chúng.

Trong cấu trúc truyền thông này, người trẻ không chỉ là đối tượng tiếp nhận thông tin mà còn được mời gọi tham gia vào đời sống công cộng mà tờ báo góp phần kiến tạo. Từ góc độ lý luận truyền thông, điều này cho thấy hoạt động tiếp cận công chúng trẻ của Báo Nhân Dân không chỉ nhằm mở rộng phạm vi tiếp nhận nội dung báo chí, mà còn hướng tới việc thiết lập các quan hệ xã hội và cộng đồng giá trị xung quanh những chủ đề có ý nghĩa đối với đời sống công dân. Nói cách khác, hoạt động truyền thông của tờ báo trong trường hợp này mang tính kiến tạo không gian xã hội nhiều hơn là chỉ thực hiện chức năng truyền đạt thông tin theo nghĩa truyền thống.

Hiệu quả bước đầu và những giới hạn nội tại

Từ những biểu hiện thực tiễn nêu trên có thể thấy rằng hoạt động tiếp cận công chúng trẻ của Báo Nhân Dân đã đạt được một số kết quả đáng chú ý. *Thứ nhất*, tờ báo đã tạo ra được những hiện tượng truyền thông đủ sức thu hút sự quan tâm của giới trẻ, khiến họ chủ động tìm đến các sản phẩm báo chí. *Thứ hai*, các hoạt động truyền thông cho thấy nội dung chính luận, lịch sử và kỷ ức dân tộc vẫn có khả năng tạo sức hút đối với công chúng trẻ nếu được trình bày bằng hình thức phù hợp với đặc điểm tiếp nhận của họ. *Thứ ba*, việc kết hợp giữa sản phẩm báo chí, công nghệ tương tác và các không gian sự kiện đã giúp Báo Nhân Dân mở rộng vai trò từ

một chủ thể sản xuất nội dung sang một chủ thể tổ chức trải nghiệm truyền thông.

Tuy nhiên, mô hình tiếp cận này cũng bộc lộ một số hạn chế. Các hoạt động dựa nhiều vào sự kiện thường mang tính thời điểm, có khả năng tạo ra đỉnh chú ý truyền thông mạnh nhưng chưa chắc chuyển hóa thành mối quan hệ tiếp nhận lâu dài giữa tờ báo và công chúng trẻ. Bên cạnh đó, do trọng tâm của các hoạt động hiện nay chủ yếu gắn với các sự kiện chính trị, lịch sử và xã hội quy mô lớn, việc duy trì sự kết nối thường xuyên với những nhu cầu thông tin đa dạng trong đời sống thường nhật của người trẻ vẫn còn hạn chế. Ngoài ra, mô hình này đòi hỏi nguồn lực tổ chức lớn và những điều kiện không gian - biểu tượng đặc thù, khiến việc triển khai thường xuyên và nhân rộng gặp nhiều thách thức.

Từ đó có thể khái quát rằng hoạt động tiếp cận công chúng trẻ của Báo Nhân Dân hiện nay mang ba đặc trưng chính:

- Chuyển từ logic truyền tải thông tin đơn tuyến sang logic tổ chức trải nghiệm công chúng;
- Lấy các sự kiện và không gian tương tác trực tiếp làm trung tâm, trong khi nền tảng số đóng vai trò khuếch tán và kéo dài hiệu ứng truyền thông;
- Gắn hoạt động tiếp cận công chúng với việc kiến tạo cộng đồng giá trị quanh các chủ đề lịch sử, xã hội và trách nhiệm công dân.

Đây là một hướng tiếp cận khác biệt, cho thấy nỗ lực thích ứng của Báo Nhân Dân trước sự thay đổi của môi trường truyền thông số. Tuy nhiên, thách thức quan trọng vẫn nằm ở việc chuyển hóa sự chú ý mang tính thời điểm thành mối quan hệ công chúng dài hạn và thói quen tiếp nhận thông tin ổn định của người trẻ.

2.3. Định hướng chiến lược trong tiếp cận công chúng trẻ của Báo Nhân Dân

Từ những phân tích trên, có thể đề xuất một số định hướng chiến lược nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động tiếp cận công chúng trẻ của Báo Nhân Dân trong thời gian tới.

Thứ nhất, cần tiếp tục phát triển mô hình kết hợp giữa trải nghiệm truyền thông trực tiếp và truyền thông số, trong đó các hoạt động sự kiện trực tiếp đóng vai trò tạo ra trải nghiệm ban đầu và thu hút sự chú ý của công chúng, còn các nền tảng truyền thông số được sử dụng như công cụ duy trì tương tác lâu dài và mở rộng phạm vi lan tỏa thông tin. Việc thiết kế các chiến dịch truyền thông tích hợp giữa sự kiện, báo chí số và mạng xã hội có thể giúp kéo dài vòng đời truyền thông của các hoạt

động này.

Thứ hai, Báo Nhân Dân cần chú trọng hơn đến việc xây dựng hệ sinh thái nội dung dành cho công chúng trẻ, bao gồm các chuyên mục, chuyên trang và định dạng nội dung phù hợp với nhu cầu thông tin và thói quen tiếp nhận của thế hệ trẻ. Bên cạnh các chủ đề lịch sử và chính trị – xã hội, tờ báo có thể mở rộng nội dung sang các lĩnh vực như công nghệ, sáng tạo, khởi nghiệp, văn hóa số và kỹ năng nghề nghiệp nhằm duy trì sự gắn kết thường xuyên với công chúng trẻ.

Thứ ba, cần tăng cường các hình thức tham gia của công chúng trẻ trong hoạt động truyền thông của tờ báo, chẳng hạn như các chương trình cộng tác nội dung, diễn đàn thảo luận, hoạt động sáng tạo nội dung hoặc các dự án truyền thông cộng đồng. Việc tạo điều kiện để công chúng trẻ tham gia vào quá trình lan tỏa và sáng tạo nội dung không chỉ giúp mở rộng phạm vi tiếp cận mà còn góp phần hình thành cộng đồng công chúng gắn bó với hệ sinh thái truyền thông của Báo Nhân Dân.

Thứ tư, tờ báo cần xây dựng các cơ chế chuyển đổi từ người tham dự sự kiện thành người theo dõi thường xuyên, chẳng hạn như liên kết giữa các hoạt động sự kiện với các nền tảng nội dung số, hệ thống bản tin, cộng đồng trực tuyến hoặc các chương trình tương tác dài hạn. Đây có thể xem là một bước quan trọng nhằm chuyển hóa sự chú ý truyền thông mang tính thời điểm thành mối quan hệ công chúng ổn định và lâu dài.

3. Kết luận

Trong bối cảnh môi trường truyền thông biến đổi mạnh mẽ dưới tác động của công nghệ số, việc thu hút và duy trì sự quan tâm của công chúng trẻ trở thành một yêu cầu quan trọng đối với các cơ quan báo chí. Qua phân tích thực tiễn hoạt động của Báo Nhân Dân có thể thấy rằng tờ báo đã có những nỗ lực đáng kể trong việc đổi mới phương thức tiếp cận công chúng, đặc biệt thông qua việc kết hợp sản phẩm báo chí với các hoạt động sự kiện, triển lãm tương tác và các nền tảng truyền thông số.

Những thực hành này cho thấy sự chuyển dịch từ mô hình tiếp cận độc giả truyền thống sang mô hình tổ chức trải nghiệm công chúng, trong đó báo chí không chỉ đóng vai trò cung cấp thông tin mà còn kiến tạo các không gian tương tác giữa cơ quan báo chí và công chúng. Tuy nhiên, để xây dựng mối quan hệ bền vững với công chúng trẻ, Báo Nhân Dân cần tiếp tục phát triển hệ sinh thái nội dung số và tăng cường kết nối giữa các hoạt động sự kiện với các nền tảng truyền thông trực tuyến. Điều này sẽ góp phần chuyển hóa sự chú ý mang

tính thời điểm thành mối quan hệ tiếp nhận thông tin ổn định và lâu dài của công chúng trẻ đối với tờ báo./.

** Nội dung nghiên cứu này, trong khuôn khổ đề tài của sinh viên Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.*

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Katz, E., Blumler, J.G., Gurevitch, M.: Utilization of mass communication by the individual. In: Blumler, J.G., Katz, E. (eds.) *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, pp. 19-32. Sage, Beverly Hills (1974).
2. Katz, E., Blumler, J.G., Gurevitch, M.: Utilization of mass communication by the individual. In: Blumler, J.G., Katz, E. (eds.) *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, p.21. Sage, Beverly Hills (1974).
3. Castells, M.: *The Rise of the Network Society*, p.356.2nd edn. Wiley-Blackwell, Oxford (2010).
4. Jenkins, H.: *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. P.3. New York University Press, New York (2006).
5. <https://nhandan.vn/anh-hang-nghin-nguoi-xep-hang-nhan-phu-san-304-cua-bao-nhan-dan-trong-ngay-dac-biet-post876505.html>
6. <https://thongnhatdatnuoc.nhandan.vn/>
7. <https://nhandan.vn/tran-ngap-cong-nghe-doc-dao-tren-phu-san-mung-80-nam-quoc-khanh-cua-bao-nhan-dan-post904626.html>
8. <https://nhandan.vn/anh-ban-doc-bao-nhan-dan-o-phia-nam-don-nhan-phu-san-dac-biet-quoc-khanh-29-post905058.html>
9. <https://nhandan.vn/phu-san-panorama-dien-bien-phu-cua-bao-nhan-dan-la-vi-du-ve-doi-moi-bao-in-tam-co-the-gioi-post835351.html>
10. <https://nhandan.vn/kham-pha-trien-lam-bao-nhan-dan-trong-dong-chay-100-nam-bao-chi-cach-mang-viet-nam-post887840.html>
11. <https://thongnhatdatnuoc.nhandan.vn/video-genz-hao-hung-trai-nghiem-cong-nghe-moi-tai-trien-lam-tuong-tac-cua-bao-nhan-dan-681.html>
12. <https://nhandan.vn/video-cuoi-gio-chieu-274-nhieu-ban-tre-kien-nhan-xep-hang-cho-nhan-phu-san-dac-biet-cua-bao-nhan-dan-post875667.html>
13. <https://www.tiktok.com/@taphoacuahieuhoang/video/7497469236814695701?q=ph%E1%BB%A5%20tr%C6%B0%C6%A1ng%20b%C3%A1o%20nh%C3%A2n%20d%C3%A2n&t=1773192033783>
14. https://www.tiktok.com/@bn_lenguyen/video/7498321792310889735?q=b%C3%A1o%20nh%C3%A2n%20d%C3%A2n&t=1773190994350
15. <https://special.nhandan.vn/thanh-nien-thoi-dai-so-hanh-trang-kien-tao/index.html>
16. <https://vtv.vn/khai-mac-trien-lam-va-vong-chung-ket-giai-thuong-hanh-dong-vi-cong-dong-10025111515543238.htm>