Viết cho truyền thông đa phương tiện cần tuân thủ những nguyên tắc căn bản

Writing for multimedia communication requires following basic principles

TS. NGUYỄN THỊ HẰNG THU
Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: volamkhue2019@gmail.com

Ngày nhận bài: 17/06/2026 Ngày phản biện: 08/7/2026 Ngày chấp nhận đăng: 20/9/2026
Chủ đề của bài viết thuộc lĩnh vực: Báo chí truyền thông

Tóm tắt: *Viết cho truyền thông đa phương tiện (TTĐPT) là một kỹ thuật khá phức tạp, đòi hỏi sự kết hợp nhuần nhuyễn giữa nhiều loại kiến thức, như: ngôn ngữ, cấu trúc nội dung, tối ưu hóa cho tìm kiếm và phân tích dữ liệu trên nền tảng số. Những nguyên tắc cơ bản viết cho TTĐPT cần được người viết tuân thủ, bởi mỗi nền tảng số đều có đối tượng người dùng riêng, mục đích sử dụng riêng, định dạng nội dung riêng, phong cách viết cần riêng, độc đáo, từ đó người viết có thể xây dựng chiến lược viết phù hợp cho từng nền tảng, phục vụ hiệu quả cho từng nhóm đối tượng mục tiêu.*
Từ khóa: *viết; truyền thông đa phương tiện; nguyên tắc.*

Abstract: *Writing for multimedia communication is a relatively complex skill that requires the effective integration of different types of knowledge, including language, content structure, search engine optimization, and data analysis on digital platforms. Writers need to follow basic principles when writing for multimedia communication because each digital platform has its own user audience, purpose, content format, and distinctive writing style. This enables writers to develop appropriate writing strategies for each platform and effectively serve different target audiences.*
Keywords: *writing; multimedia communication; principles.*

1. Đặt vấn đề

Trong thời đại số hiện nay, TTĐPT đã trở thành kênh giao tiếp chính cho hầu hết mọi người trong xã hội, từ người tiêu dùng, doanh nghiệp hay tổ chức xã hội. Để thỏa mãn nhu cầu thông tin của mọi đối tượng công chúng, người viết cho TTĐPT phải đảm bảo rằng: những nội dung được đăng tải trên TTĐPT luôn mới mẻ, thú vị, có ích, lôi kéo mạnh mẽ được công chúng tìm đến kênh của mình để tìm hiểu, chiêm nghiệm cuộc sống, hoặc tiêu tiền; còn các nhà quản lý thì thấy bất ngờ, tin tưởng vào sự sáng tạo nội dung của người viết cho TTĐPT đã thúc đẩy hiệu quả việc kinh doanh. Để làm được điều đó, ngoài việc tuân thủ những nguyên tắc viết cho báo chí-truyền thông nói chung, người viết cho TTĐPT không thể không nghiêm cẩn tuân thủ những nguyên tắc (tương đối đặc thù) của viết cho TTĐPT nói riêng.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng nhiều phương pháp nghiên cứu, như: nghiên cứu tài liệu thứ cấp; phương pháp phân tích nội dung, tổng hợp và logic, kết hợp với phương pháp nghiên cứu thực tế TTĐPT

hiện nay để tổng kết thực tiễn, khái quát thành các nguyên tắc viết cho TTĐPT.

3. Kết quả nghiên cứu thảo luận

3.1. Một số thuật ngữ

- Truyền thông đa phương tiện

Ở trên thế giới và ở Việt Nam đã có những quan niệm khác nhau về truyền thông đa phương tiện (Multimedia Communication) (Nguyễn Thị Trường Giang, 2017; Đỗ Thị Thu Hằng, 2022). Phân tích và tổng hợp những điểm chung của các quan niệm có từ trước, bài viết này đưa ra quan niệm: *TTĐPT là một loại hình truyền thông số, qua kỹ thuật máy tính người viết sử dụng nhiều loại phương tiện ngôn ngữ, như: văn bản, âm thanh, hình ảnh tĩnh (ảnh chụp, tranh vẽ, đồ họa, biểu đồ,...), hình ảnh động (video, phim, ảnh động) và các yếu tố tương tác,... để truyền tải thông tin, nhằm đạt được mục đích nào đó.*

- Viết cho truyền thông đa phương tiện

Viết (Write) là một động từ, chỉ công việc vạch những đường nét thành chữ, ghi ra những nội dung muốn nói đã được sắp xếp lô gic (Viện Ngôn ngữ học,1995). Từ xa xưa con người đã dùng lời nói, chữ viết để giao tiếp, để biểu đạt những nội dung cần truyền tải cho người khác biết. Ngày nay, kỹ thuật số đã làm thay đổi cách giao tiếp của con người. Siêu văn bản mang tính "động", trực quan, hấp dẫn, rất thu hút người xem Internet, đã dần thay thế những văn bản "tĩnh" truyền thống. Chính vì vậy, viết cho TTĐPT chính là công việc làm cho một thông điệp trở lên ngắn gọn, sống động, dễ hiểu, dễ tiếp nhận, dễ làm theo, bằng việc sử dụng nhiều phương tiện ngôn ngữ khác nhau nhờ công nghệ số.

Cho đến nay, trong các công trình nghiên cứu về báo chí - truyền thông vẫn chưa đưa ra khái niệm cụ thể về "viết cho TTĐPT". Bài viết này đưa ra khái niệm: *Viết cho TTĐPT là người viết sử dụng kỹ thuật máy tính để tích hợp nhiều loại phương tiện ngôn ngữ, như: văn bản, âm thanh, hình ảnh tĩnh (ảnh chụp, tranh vẽ, đồ họa, biểu đồ,...), hình ảnh động (video, phim, ảnh động,...) và các yếu tố tương tác,... để truyền tải thông tin, nhằm đạt được mục đích nào đó.*

3.2. Một số nguyên tắc viết cho truyền thông đa phương tiện

Nguyên tắc là điều cơ bản định ra, nhất thiết phải tuân theo trong một loại việc làm (Viện Ngôn ngữ học,1995). Xuất phát từ đặc điểm của TTĐPT, như: tích hợp nhiều phương tiện ngôn ngữ để biểu đạt thông tin; tính lan truyền nhanh; tính tương tác trực tuyến; tính cá nhân hóa; tính toàn cầu hóa,... và từ môi trường truyền thông đa chiều, người sử dụng TTĐPT không chỉ tiếp nhận thông tin, mà còn tham gia vào quá trình sản xuất, chia sẻ và lan tỏa nội dung, bài viết này đưa ra một số nguyên tắc viết cho TTĐPT.

3.2.1. Nguyên tắc chung

- Tập trung vào người đọc

Truyền thông đa phương tiện là một phương tiện giao tiếp giữa chủ thể truyền thông (người cung cấp thông tin) và đối tượng tiếp nhận thông tin (người dùng kênh truyền thông đa phương tiện). Làm thế nào để người dùng kênh TTĐPT chú ý và nhớ được ngay lập tức nội dung chính của bài viết, trong khi họ thường chỉ có thời gian chú ý rất ngắn (khoảng 8 giây) (Nielsen.com, *2025)* và họ hầu như vẫn còn đang biết rất ít về chủ đề của bài viết. Không một chủ thể truyền thông nào không muốn tiếp cận công chúng/khách hàng của mình theo chiều sâu và xây dựng được cộng đồng công chúng/khách hàng chuyên biệt (người dùng sản phẩm TTĐPT chuyên biệt). Ngày nay, nhờ AI có thể dễ dàng xác định được công chúng/khách hàng tiềm năng cho mỗi loại nội dung thông tin trên những nền tảng khác nhau chỉ bằng một câu lệnh. Chính vì vậy, nguyên tắc đầu tiên khi viết cho TTĐPT là: người viết phải đặt ra câu hỏi: *Công chúng đang cần biết cái gì?,* từ đó chọn lọc được những nội dung thông tin/sản phẩm đáp ứng trúng nhu cầu, thắc mắc, sở thích của đối tượng mục tiêu, đối tượng ưu tiên, thay vì tập trung vào thông tin mà người viết muốn truyền tải. Tuy nhiên, điều đó không có nghĩa là người viết phải dùng từ ngữ kỳ dị, lạ lùng, hoặc lối diễn đạt quá gay gắt, thô

tục hay vô duyên,...ngay trên tiêu đề bài viết để "tập kích não" người đọc, buộc họ phải chú ý, hoặc khiến cho họ ngạc nhiên, mà cần phải tập trung vào việc cung cấp được thông tin mà họ cần dù chỉ nhìn thoáng qua, đủ để cho người đọc thấy không mất công vô ích, hoặc không phải lạnh lùng chuyển kênh.

- Tối ưu cho từng nền tảng

Mỗi nền tảng truyền thông có đặc điểm riêng về định dạng, độ dài nội dung và phong cách viết. Dù có đủ nguồn lực để tham gia vào cuộc cạnh tranh ở hầu hết các nền tảng, thì cũng chỉ nên bắt đầu tập trung vào một vài nền tảng chủ chốt, mạnh mẽ, để có thể dễ dàng nổi bật và thu hút công chúng/khách hàng. Để làm tốt điều này, người viết cho TTĐPT cần hiểu rõ các quy tắc và ưu tiên của từng nền tảng để có chiến lược viết cho phù hợp, tối ưu hiệu quả truyền thông. Ví dụ: Trên Twitter bài viết chỉ tối đa khoảng 280 kí tự nên cần viết ngắn gọn, rõ ràng và phải có chứa từ khóa chính. Ngược lại, trên Youtube hay Medium, bài viết có thể dài hơn, chi tiết hơn, có thể kết hợp nhiều phương tiện ngôn ngữ khác nhau, như: văn bản, hình ảnh, video, liên kết trong,...

- Sử dụng ngôn ngữ đa dạng

Viết cho TTĐPT (dù chỉ là một video ngắn 50 giây) bắt buộc phải sử dụng các phương tiện ngôn ngữ một cách linh hoạt, kết hợp hài hòa, đúng mực giữa ngôn ngữ văn bản, âm thanh, hình ảnh tĩnh và hình ảnh động,... nhằm tạo ra trải nghiệm cảm xúc cho người đọc. Mỗi nền tảng truyền thông có bản chất riêng, cho nên, ngay cả cách dùng từ hoặc hình vẽ để biểu đạt cách xưng hô với độc giả của mình cũng rất cần phải thận trọng.

3.2.2. Nguyên tắc về ngôn ngữ và phong cách viết

Ngôn ngữ và phong cách viết là yếu tố quyết định sự thành công của nội dung TTĐPT, vì nó tạo sự kết nối với đối tượng mục tiêu và truyền tải thông tin một cách hiệu quả, giúp xây dựng hình ảnh thương hiệu. Cho nên, người viết cho TTĐPT cần hiểu rõ một số nguyên tắc:

- Ngôn ngữ rõ ràng và đơn giản

Người dùng TTĐPT thường không có nhiều thời gian để tiếp nhận và phân tích các câu dài, phức hợp hay từ ngữ ẩn dụ khó hiểu. Để đạt được mục tiêu chung của chiến lược truyền thông là công chúng/khách hàng nhanh chóng nắm bắt được chủ đề dẫn dắt chính, người viết cho TTĐPT cần sử dụng từ ngữ, hình ảnh rõ ràng, cụ thể, dễ hiểu, chính xác, sử dụng câu chủ động, đơn giản, ngắn, chứa từ khóa quan trọng.

- Phong cách viết phù hợp với đối tượng mục tiêu

Với TTĐPT, các cuộc tương tác, đối thoại hai chiều hầu như hiện hữu 24/7. Để giao tiếp, kết nối với công chúng/khách hàng như hai người bạn thân thiết, người viết cho TTĐPT cần có phong cách riêng, độc đáo, nhất quán trong mọi loại hình tương tác để duy trì hình tượng, tạo sự kết nối thân thiện, lắng nghe có chủ đích. Phong cách viết (hay văn phong) là cách một tác giả sử dụng phương tiện ngôn ngữ để thể hiện ý tưởng, suy nghĩ, cảm xúc và mục đích của thông điệp. Phong cách mang đậm dấu ấn cá nhân, tiếng nói riêng, bao gồm: cách chọn từ ngữ (có thể trang trọng, mang tính khoa học hay mang tính biểu cảm); sử dụng hình ảnh, đồ họa và phép tu từ, như: phép ẩn dụ, so sánh,... nhằm tăng sức gợi cảm và truyền tải thông điệp hiệu quả hơn; cấu trúc câu (như: câu đơn giản, phức hợp, hay dài - ngắn) và giọng điệu (có thể trang trọng, hài hước, châm biếm, vui - buồn,..). Phong cách viết không cố định, mà được hình thành từ vốn sống, thói quen ngôn ngữ và quan điểm riêng của từng người. Phong cách viết phù hợp với đối tượng mục tiêu có thể giúp người viết truyền đạt thông điệp một cách hiệu quả, thu hút sự quan tâm, chú ý của người đọc và cũng giúp tạo được ấn tượng tốt của độc giả đối với người viết.

- Sử dụng câu chuyện để tạo sự kết nối

Câu chuyện là công cụ hiệu quả nhất để tạo ra sự kết nối với người đọc, vì thông qua câu chuyện, người đọc hiểu thông điệp sâu sắc hơn,

cảm thấy gần gũi, có thể đồng cảm hay không với bối cảnh, nhân vật,... trong câu chuyện. Câu chuyện thực tế, vừa mới xảy ra, bối cảnh tương đồng hay gần gũi về khoảng cách địa lý với độc giả, một sản phẩm hay một thương hiệu độc giả đã quen dùng,...thông qua sự kết hợp giữa ngôn ngữ văn bản, hình ảnh tĩnh và hình ảnh động, âm thanh, thậm chí, chỉ một biểu tượng cảm xúc phù hợp văn cảnh,... sẽ dễ dàng tạo được sự kết nối với độc giả, có thể giành được lòng tin tưởng, thu hút được sự quan tâm, sự tương tác của họ.

3.2.3. Nguyên tắc về cấu trúc nội dung

Cấu trúc nội dung là khung sườn của bài viết cho TTĐPT, giúp người đọc dễ dàng theo dõi và hiểu nội dung thông tin một cách nhanh chóng. Cấu trúc một bài thường bao gồm: Tiêu đề//Mở đầu/Thân bài/Kết luận (TS. Nguyễn Thị Thoa (Chủ biên), Nguyễn Thị Hằng Thu, 2012).

- Tiêu đề

Tiêu đề là tên gọi (định danh) của bài viết, nên cần chứa từ khóa chính, ngắn gọn, thông tin bao quát, không quá dài (không quá 27 chữ), hoặc con số gây "shock", hình ảnh cuốn hút, ... để thu hút người đọc.

- Mở đầu: ấn tượng, hấp dẫn

Mở đầu là cánh cửa chính được mở ra để thu hút độc giả, giúp họ lựa chọn thông tin quan trọng, có ích cho bản thân,...giữa muôn vàn bài viết trên internet. Chính vì vậy, tối ưu hóa nội dung cho TTĐPT là bài viết ấy có mở đầu bằng một câu hỏi thú vị, một hình ảnh độc đáo, một số liệu gây shock, hoặc câu chuyện thắc mắc liên quan đến chủ đề bài viết, chứa một hoặc hai từ khóa chính, độ dài khoảng 150 ký tự (khoảng 3 - 5 câu).

- Thân bài: lô gic và chi tiết

Thân bài chứa toàn bộ thông điệp chính yếu nhất về chủ đề, cho nên, thân bài cần được chia thành các đoạn nhỏ (các cửa sổ), mỗi đoạn tập trung vào một ý chính, có chứa từ khóa chính và từ khóa phụ, được nối với nhau bằng các câu chuyển phù hợp, mượt mà. Ở mỗi đoạn này có thể dùng tiêu đề phụ (tít xen), hoặc gạch đầu dòng, nút đánh dấu **(*, <, +,...)** để làm cho logic của nội dung được rõ ràng, ấn tượng, dễ theo dõi mạch câu chuyện. Trong thân bài có thể dùng hình ảnh tĩnh và hình ảnh động, video để chèn một cách tự nhiên vào từng nội dung thích hợp (mật độ chỉ nên dùng từ 1-3%).

- Kết thúc: nhấn mạnh và gợi mở

Kết thúc có thể mang tính chất "đóng", có nghĩa là, chủ đề của bài viết cho TTĐPT được tóm lược lại và khẳng định kết quả, hoặc vấn đề đã giải quyết xong (thường dùng trong thông cáo báo chí, quảng cáo sản phẩm,...). Tuy nhiên, có những nội dung mới chỉ ở dạng giới thiệu, trao đổi, nêu vấn đề mà chưa được khẳng đinh kết quả, thì cái kết thường mang tính chất "mở", đưa ra lời khuyên hoặc kêu gọi hành động đối với người đọc. Từ khóa ở phần này chỉ nên dùng một lần, cần được dẫn nguồn chính xác.

3.2.4. Nguyên tắc về tối ưu hóa cho tìm kiếm

Khác với viết cho các phương tiện truyền thông truyền thống, khi viết cho TTĐPT, người viết không thể không tập trung tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO: Search Engine Optimization), bởi đó là yếu tố quan trọng giúp cho bài viết được phát hiện rộng rãi hơn trên các công cụ tìm kiếm (như: Google, Cốc Cốc,...), nhằm các mục đích: tăng lượng truy cập cho bài viết; để website tăng thứ hạng trên bảng kết quả tìm kiếm; thu hút đúng đối tượng đang có nhu cầu thực sự về nội dung bài viết. Để thực hiện được mục đích đó, cần thực hiện hai nhánh công việc chính trong SEO: (i) SEO On - page: cần tối ưu hóa các yếu tố hiển thị trực tiếp, như: nội dung bài viết, tiêu đề, hình ảnh, ... trên website; (ii) SEO Off - page: cần xây dựng uy tín của website từ bên ngoài, thông qua việc lấy các đường liên kết trở về các trang web uy tín khác. Cụ thể:

* Tìm kiếm từ khóa: Người viết cho TTĐPT cần tìm kiếm các từ khóa liên quan đến chủ đề bài viết, sử dụng các công cụ, như: Google Keyword Planner hoặc Ahrefs để xác định các từ khóa có tỷ lệ tìm kiếm cao và ít cạnh tranh.

* Tích hợp từ khóa một cách tự nhiên: Từ khóa cần được tích hợp một cách tự nhiên vào nội dung bài viết, không bị lạm dụng hay lặp lại quá nhiều lần. Google có thể phạt các bài viết có tỷ lệ từ khóa bài viết quá cao. Ví dụ: Từ khóa "Viết cho TTĐPT" bị lặp lại quá nhiều lần trong bài viết thì có thể tạo ra biến thể mới như từ khóa "Viết nội dung cho các nền tảng đa phương tiện",...

* Tối ưu hóa các yếu tố trên trang: Các yếu tố trên trang gồm: tiêu đề bài viết; đoạn văn bản tóm tắt nội dung bài viết hiển thị trên kết quả tìm kiếm, độ dài khoảng 120 đến 160 ký tự, hoặc ảnh 600 - 920 pixel, chứa từ khóa quan trọng ở đầu câu; từ khóa chính, tóm tắt nội dung, ngôn ngữ sử dụng, hình ảnh và liên kết nội bộ. Người viết cần đảm bảo từ khóa chính được đặt trong tiêu đề bài viết, đoạn văn bản tóm tắt nội dung và các tiêu đề phụ,... để giúp công cụ tìm kiếm hiểu được hình ảnh và hiển thị nó trong kết quả tìm kiếm hình ảnh.

3.2.5. Nguyên tắc về phân tích và cải tiến nội dung

Phân tích và cải tiến nội dung là nguyên tắc cuối cùng và quan trọng nhất để đánh giá hiệu quả nội dung bài viết cho TTĐPT, nhằm cải thiện chất lượng của các bài viết tiếp theo.

* Người viết cho TTĐPT cần theo dõi các chỉ số hiệu quả của bài viết, bao gồm: lượng truy cập, thời gian xem trung bình, tỷ lệ nhấp chuột, tỷ lệ chia sẻ, số lượng bình luận. Các công cụ, như: Google Analytics, Facebook Insights, Instagram Insights,... có thể giúp người viết theo dõi các chỉ số này một cách dễ dàng.

* Phân tích dữ liệu và đưa ra cải tiến: Dựa trên dữ liệu thu thập được, người viết cho TTĐPT cần phân tích các yếu tố nào của bài viết hiệu quả và yếu tố nào của bài viết không hiệu quả, từ đó đưa ra các cải tiến phù hợp cho các bài viết tiếp theo. Ví dụ: Bài viết có tỷ lệ chia sẻ cao trên Facebook nhưng lượng truy cập thấp, người viết có thể cần tối ưu hóa tiêu đề và đoạn tóm tắt nội dung để thu hút sự chú ý của người đọc trên công cụ tìm kiếm.

* Thực hiện thử nghiệm so sánh A/B: Đây là phương pháp hiệu quả để so sánh hai phiên bản khác nhau của một bài viết, hoặc hai tiêu đề khác nhau của một bài viết, để xác định và chọn lựa phiên bản nào hiệu quả hơn. Người viết có thể sử dụng các công cụ, như: Google Optimize, hoặc Optimizely để thực hiện thử nghiệm A/B và đánh giá hiệu quả của các thay đổi.

4. Kết luận

Ngày nay trí tuệ nhân tạo (AI) không chỉ làm thay đổi cách con người tiếp cận thông tin, mà còn có thể thay đổi cách con người sáng tạo nội dung (Trần Đức Chính, 2026). Tuy nhiên, AI không thể hoàn toàn thay thế con người sáng tạo nội dung truyền thông, bởi truyền thông bị chi phối bởi rất nhiều nguyên tắc, như: khách quan, chân thật, đạo đức nghề nghiệp,... Nêu ra các nguyên tắc viết cho TTĐPT nhằm mục đích để người viết có thể tạo ra một nội dung chuẩn SEO, đúng pháp luật, hấp dẫn, thu hút sự quan tâm của đối tượng mục tiêu, giúp tăng cường sự kết nối với công chúng/khách hàng, xây dựng thương hiệu cho website và cho chính tác giả./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Xem các tài liệu: PGS,TS. Nguyễn Thị Trường Giang (2017), *Báo chí và Truyền thông đa phương tiện*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội; PGS,TS. Đỗ Thị Thu Hằng, (2022), *Giáo trình Nhập môn Truyền thông đa phương tiện*, Nxb Thông tin và Truyền thông, HN.

2, 3. Viện Ngôn ngữ học (1995), *Từ điển Tiếng Việt,* Nxb Đà Nẵng - Trung tâm Từ điển học, HN - ĐN, tr. 1078; tr. 672.

4. Theo: Nielsen.com, *2025 Annual Marketing Report*, (Nielsen Ingights).

5. Xem: TS. Nguyễn Thị Thoa (Chủ biên), Nguyễn Thị Hằng Thu (2012), *Giáo trình Tác phẩm báo chí đại cương* (Tái bảnlần 1), Nxb Giáo dục Việt Nam, HN, tr. 98 - 105.

6. Trần Đức Chính, (2026), *Hướng dẫn sử dụng A-Z công cụ AI để sản xuất content tự động - X3 hiệu suất,* Nxb Dân trí, HN, tr. 4.