

Báo chí truyền thông chính trị trên Youtube: Cơ hội, thách thức và giải pháp

Ngày nhận bài: 17/05/2025 | Ngày phản biện: 22/05/2025 | Ngày xuất bản: 26/05/2025

Tác giả: Nguyễn Văn Dũng (Phó Tổng biên tập Báo Đại Đoàn Kết)

Tóm tắt: Chuyển đổi số ngày càng diễn ra mạnh mẽ trong mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. Trong bối cảnh đó, việc phát triển nội dung số, đặc biệt là nội dung về chính trị, đang được các cơ quan báo chí chú trọng khai thác như một giải pháp hiệu quả nhằm mở rộng độ tiếp cận công chúng và nâng cao tầm ảnh hưởng truyền thông. Nhìn lại những sự kiện chính trị - xã hội trọng đại của đất nước thời gian qua, đặc biệt là Lễ Kỷ niệm 50 năm Giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước (30/4/1975 – 30/4/2025), cho thấy rõ sức lan tỏa mạnh mẽ của nội dung chính trị trên các nền tảng số. Mạng truyền thông chính trị lâu nay được cho là khô khan và khó thu hút sự quan tâm của đông đảo công chúng, song, những năm gần đây, sự sáng tạo nội dung chính trị trên môi trường số, trong đó có nền tảng YouTube, đã mở ra hướng đi đầy tiềm năng cho mạng truyền thông đặc biệt này. Những đổi mới trong cách truyền tải nội dung không chỉ làm sống động thông tin chính trị, mà còn góp phần đưa nội dung này đến gần hơn với đông đảo công chúng, đặc biệt là giới trẻ trong kỷ nguyên số.

Năng lực truyền thông chính trị của báo chí số

Tại Việt Nam, báo chí không chỉ là kênh thông tin mà còn là một thiết chế chính trị quan trọng, đảm nhiệm vai trò là cơ quan ngôn luận của Đảng, Nhà nước, các tổ chức chính trị - xã hội, đồng thời là diễn đàn tin cậy của Nhân dân. Tại khoản 1 Điều 4 Luật Báo chí năm 2016 đã ghi rõ, báo chí ở nước ta là phương tiện thông tin thiết yếu đối với đời sống xã hội; là cơ quan ngôn luận của cơ quan Đảng, cơ quan Nhà nước, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức chính trị xã hội - nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp; là diễn đàn của Nhân dân. Với tính chất đặc thù đó, hoạt động báo chí chính là một phần của hoạt động chính trị, và truyền thông chính trị được xác

định là một sứ mệnh cốt lõi nhằm tuyên truyền, phổ biến chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước đến với Nhân dân.

Thông tin chính trị không chỉ phản ánh thực tiễn quản trị quốc gia mà còn góp phần nâng cao nhận thức, tư tưởng cho người dân, qua đó, tạo sự đồng thuận xã hội trong thực hiện các nhiệm vụ, đồng thời, củng cố niềm tin của người dân vào đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước. Trong bối cảnh truyền thông số phát triển nhanh chóng hiện nay, không gian mạng đã, đang và sẽ là môi trường để các thế lực thù địch tìm mọi cách lợi dụng chống phá Đảng và Nhà nước ta. Báo chí số với nội dung chính trị phải trở thành công cụ quan trọng để đấu tranh, phản bác các thông tin sai lệch, xuyên tạc, thù địch trên không gian mạng.

Gần một thế kỷ đồng hành cùng dân tộc, báo chí cách mạng Việt Nam luôn giữ vững vai trò là lực lượng nòng cốt trên mặt trận tư tưởng – văn hóa. Trong thời đại số, báo chí càng cần phải thể hiện rõ vai trò, trách nhiệm, năng lực của báo chí trong việc thực hiện sứ mệnh là phương tiện, công cụ lãnh đạo, quản lý xã hội của Đảng, Nhà nước, là vũ khí của Đảng trong các hoạt động giành, giữ và sử dụng quyền lực nhà nước. Các nền tảng số mở rộng khả năng truyền tải, nhân rộng giá trị cốt lõi của báo chí chính trị, đồng thời tạo điều kiện để báo chí thực hiện hiệu quả hơn chức năng định hướng, giáo dục, phản bác và bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng.

Báo chí số (digital journalism) là báo chí “sử dụng công nghệ số vận hành, đồng thời sáng tạo nội dung, sản xuất các dòng sản phẩm số, kinh doanh, phát hành trên các nền tảng số, trong một hệ sinh thái số”⁽¹⁾. Từ góc độ lấy nội dung làm trung tâm, báo chí số ứng dụng công nghệ hiện đại, như trí tuệ nhân tạo và các phần mềm biên tập, thiết kế, trình bày sản phẩm để tạo ra các trải nghiệm nội dung có giá trị, có chất lượng⁽²⁾.

Chuyển đổi số báo chí có thể được hiểu qua ba yếu tố chính: Một là, số hóa nội dung; hai là, tăng cường khả năng tương tác với độc giả; ba là, tối ưu hóa quy trình sản xuất và phân phối⁽³⁾. Nhìn từ phương diện này, các cơ quan báo chí đã và đang tận dụng các nền tảng thiết bị kỹ thuật hiện đại để đẩy mạnh chất lượng, hiệu quả các lĩnh vực thông tin trọng yếu, được ưu tiên, trong đó có thông tin chính trị.

Mỗi cơ quan báo chí hiện nay đều đang chuyển đổi số theo hướng đưa các nhóm nội dung thông tin (từ bản báo in truyền thống) lên đa dạng nền tảng điện tử như: báo mạng và mạng xã hội, như: Facebook, Google Podcast, Instagram, Youtube, Soundcloud, Spotify, Amazon music... Báo Nhân Dân là một trong những cơ quan số hóa năng lực truyền thông mạnh mẽ khi xây dựng các kênh Youtube, Tiktok và Fanpage. Với các nội dung thông tin chính trị như Kỷ niệm 50 năm ngày Giải phóng miền Nam thống nhất đất nước, 135 năm Ngày sinh Chủ tịch Hồ Chí Minh..., cơ quan báo này đã phát hành những ấn phẩm in nhưng có mã QR code để dẫn đến những nền tảng số khác của báo, qua đó, độc giả có thể xem được các nội dung từ video hay hình chuyển động với màu sắc chân thực và sống động hơn bản in.

Nhiều cơ quan báo chí hiện nay như VietnamPlus, Đài truyền hình Việt Nam (VTV)... đã tổ chức mô hình tòa soạn hội tụ. Tức là toàn bộ công đoạn quản lý, tổ chức đầu vào, đầu ra khi sản xuất tin, bài đều được hợp thống nhất trước tin nào lên sóng, tin nào lên số. Ngoài ra, tập trung dữ liệu trên một hệ thống chung (thường được gọi là CMS), thay vì trước kia phân tách thành các hệ thống lưu trữ dữ liệu nội dung riêng lẻ. Quy trình sản xuất nội dung cũng được số hóa theo quy chuẩn của tòa soạn hội tụ, giảm bớt các khâu sản xuất, duyệt truyền thống như: Mạnh ban nào ban đấy sản xuất qua nhiều bên kiểm duyệt và báo in riêng, điện tử riêng... tiết kiệm được thời gian và cơ sở vật chất, rút ngắn quy trình cho cơ quan báo chí trong việc sản xuất các nội dung thông tin.

Hiện nay, các cơ quan báo chí cũng đang tập trung vào phát triển nội dung đa phương tiện, tức là một sản phẩm báo chí có thể bao gồm chữ viết, hình ảnh, âm thanh, video và cả các yếu tố đồ họa khác nữa... để đa dạng hóa nội dung. Đồng thời, các cơ quan báo chí cũng chú trọng xây dựng nội dung cho các nền tảng như YouTube, Facebook và TikTok, để các nền tảng này thành công cụ quan trọng cho việc phân phối tin tức dưới dạng video. Video có khả năng thu hút sự chú ý cao hơn so với các bài viết văn bản, và từ đó tạo ra một lượng tương tác lớn hơn. Thông qua việc phân tích dữ liệu công chúng xem, nghe, tương tác, các cơ quan báo chí có thể điều chỉnh nội dung, trong đó có nội dung về chính trị phù hợp với nhu cầu và mối quan tâm của công chúng.

Chuyển đổi số đã từng bước làm đa dạng hóa các hình thức phân phối thông tin báo chí. Các cơ quan báo chí cũng, phân phối và cá nhân hóa nội dung qua ứng dụng di động. Thông qua ứng dụng di động, các cơ quan báo chí có thể phân phối tin tức nhanh chóng và cập nhật theo thời gian thực, đồng thời sử dụng các tính năng để giữ độc giả liên tục tương tác với nội dung.

Truyền thông chính trị trên nền tảng YouTube của một số cơ quan báo chí hiện nay

YouTube là công cụ tìm kiếm lớn thứ hai trên thế giới (sau Google), với hơn 80% người dùng ở bên ngoài nước Mỹ. Cho đến nay, YouTube đã có hơn 2 tỷ người dùng mỗi tháng ⁽⁴⁾. Việc phát triển nội dung video chính trị trên YouTube không chỉ giúp các cơ quan báo chí tiếp cận đối tượng khán giả rộng lớn, mà còn góp phần nâng cao nhận thức chính trị trong xã hội, xây dựng niềm tin. Vì thế, các cơ quan báo chí tại Việt Nam cũng không đứng ngoài cuộc trong việc đưa các nội dung nói chung, nội dung chính trị nói riêng lên YouTube. Có thể kể đến các cơ quan báo chí đang đẩy mạnh xây dựng nội dung video trên nền tảng Youtube hiện nay như: VTV, Đài tiếng nói Việt Nam (VOV), báo Nhân Dân, báo Thanh Niên, báo Tiền phong, báo Tuổi trẻ, VnExpress, VietnamPlus, báo Dân Trí...

Việc sử dụng YouTube để truyền tải nội dung chính trị giúp các cơ quan báo chí tiếp cận rộng rãi đến người đọc. Đồng thời, YouTube cũng giúp các cơ quan báo chí tăng tính tương tác với các tin tức, khi người xem có thể bình luận, chia sẻ, tạo ra sự tương tác nhiều chiều (giữa cơ quan báo chí và người xem, giữa độc giả với nhau và giữa độc giả với chủ thể thông tin). Việc xây dựng nội dung chính trị trên YouTube cũng giúp các cơ quan báo chí đa dạng hóa hình thức truyền thông thông qua việc xây dựng nội dung kết hợp hình ảnh, âm thanh, đồ họa để truyền tải thông tin một cách sinh động – điều này có thể giúp khắc phục những đặc điểm thường được cho là “khô”, “khó”, “khổ” của các nội dung thông tin mang chính trị.

Nhận thức được những ưu điểm của việc xây dựng nội dung chính trị trên Youtube, các cơ quan báo chí trong nước hiện nay đang phát triển mạnh mẽ hình thức này, xem nó như một phần của chuyển đổi nội dung số báo chí.

Theo thống kê, người dùng Việt Nam dành tới 6 giờ 38 phút mỗi ngày để lướt Internet, trong đó có tới 3 giờ 32 phút sử dụng trên các thiết bị di động. Báo cáo mới nhất cho thấy, trung bình người dùng Internet mỗi ngày dành tới 85 phút để xem video⁽⁵⁾. Báo VietnamPlus (TTXVN) hiện có 7 sự thay đổi lớn trong truyền thông, trong đó có việc xây dựng phát triển các video tin tức gồm cả nội dung chính trị trên Youtube. Tính đến ngày 30/4/2025, kênh YouTube của VietnamPlus có 562 nghìn người đăng ký với 26 nghìn video đã đăng tải (bao gồm cả video, short – video ngắn khung hình dọc và video phát trực tiếp).

Khảo sát của VietnamPlus cho thấy: Phóng sự gây chấn động mang tên “Ranh giới” không có nhiều người xem trực tiếp trên kênh truyền hình truyền thống, nhưng theo hiệu ứng truyền miệng, họ đã xem lại trên YouTube. Số lượng view của “Ranh giới” trên các nền tảng YouTube, Facebook và Tiktok rất cao⁽⁶⁾.

VTV là một trong những đơn vị tham gia mạnh mẽ vào chuyển đổi số, trong đó, có nhiều kênh trên nền tảng YouTube. Năm 2020, Đài Truyền hình Việt Nam thành lập Trung tâm Sản xuất và phát triển nội dung số (VTV Digital), đơn vị chịu trách nhiệm phát triển, sáng tạo và kinh doanh nội dung trên đa phương tiện, trong đó chủ lực là các nền tảng số. Đến năm 2023, doanh thu đã vượt 200 tỷ đồng⁽⁷⁾. Tính đến ngày 30/4/2025, các kênh YouTube chính của VTV hiện nay gồm: VTV24 - kênh YouTube chính thức của VTV Digital với 6,64 triệu người theo dõi và 47 nghìn video; VTV Go - kênh chính thức, chuyên cung cấp những bộ phim, chương trình giải trí đặc sắc của VTV với 2,28 triệu người theo dõi; VTV4- kênh truyền hình cho người Việt Nam ở nước ngoài với 1,03 triệu người theo dõi, 29 nghìn video; VTV3 – kênh văn hóa giải trí với hơn 154 nghìn lượt người theo dõi; VTV giải trí Oficial với hơn 4,06 triệu người đăng ký; TVAd TV – một trong những kênh quảng bá chính thức của VTV với 1,59 người đăng ký, 15 nghìn video...

Báo Nhân Dân là cơ quan Trung ương của Đảng Cộng sản Việt Nam, là kênh thời sự chính trị tổng hợp, tuyên truyền chủ trương, đường lối của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước. Những năm gần đây, công tác chuyển đổi số tại báo Nhân Dân diễn ra mạnh mẽ và đa dạng. Kênh YouTube của báo Nhân Dân hiện có hơn 3,55 triệu người theo dõi với khoảng 147 nghìn video đã đăng tải (tính đến 30/4/2025). Theo khảo sát, hơn 50% trong số các video đăng tải là nội dung chính trị trong nước. Báo

Nhân Dân đã tích cực áp dụng công nghệ số vào công tác chuyên môn, cũng như hoạt động rất hiệu quả trên các nền tảng số trong đó có YouTube.

Thách thức trong xây dựng nội dung video chính trị trên YouTube của các cơ quan báo chí

Dù vấn đề phát triển nội dung video chính trị trên YouTube của các cơ quan báo chí đang được đẩy mạnh, song không thể tránh được những điểm hạn chế trong mảng nội dung này. Đó cũng chính là thách thức mà các cơ quan báo chí phải thay đổi để xây dựng chiến lược phát triển nội dung số nói chung, phát triển nội dung video về chính trị trên YouTube nói riêng.

Yêu cầu cao về chất lượng nội dung

Với yêu cầu của tin tức chính trị, nội dung cho những video này phải đúng, trúng vấn đề, nhưng phải giữ đúng nguyên tắc: Trang trọng, ngôn ngữ chuẩn mực. Điều này có vẻ mâu thuẫn với những nhóm độc giả thường tiếp nhận tin trên YouTube. Các nghiên cứu chỉ ra rằng video có nhiều lượt xem nhất của Youtube thường tập trung vào MV ca nhạc, phim ảnh... Như vậy, nội dung chính trị để thu hút được người xem trên YouTube phải đáp ứng 2 điểm: Vừa chuẩn, lại vừa dễ tiếp nhận, cân bằng được hai yêu cầu này không phải là điều dễ dàng.

Sự cạnh tranh của nhiều nhà sáng tạo nội dung cá nhân

Trong thời đại số hóa, các cơ quan báo chí truyền thống đang đối mặt với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt từ các nhà sáng tạo nội dung độc lập, đặc biệt là trên nền tảng YouTube. Những cá nhân này, thường được gọi là "news influencers", không chỉ cung cấp thông tin mà còn tạo ra mối liên kết cá nhân với khán giả, đặc biệt là giới trẻ. Những người này đánh giá cao tính gần gũi, dễ hiểu và khả năng truyền tải thông tin một cách sinh động từ các nhà sáng tạo nội dung độc lập.

Thuật toán của YouTube với các yêu cầu quản trị phức tạp

So với quản trị nội dung của cơ quan báo chí, quản trị nội dung video chính trị trên YouTube là "cuộc chơi toàn cầu". Tức là đã tham gia vào nền tảng YouTube, các cơ quan báo chí phải thực hiện theo nguyên tắc "xây kênh", "quản trị kênh" chung mà

YouTube đặt ra với những chuẩn mực riêng về từ khóa, yêu cầu bảo mật, yêu cầu cam kết nội dung, yêu cầu cam kết những điều khoản về doanh thu. Thuật toán của YouTube cho phép đề xuất các kênh, các nội dung đang được quan tâm căn cứ vào lượng view, uy tín của kênh, thời lượng live và hàng loạt điều khoản khác nữa. Nội dung video chính trị trên YouTube ngoài đúng, hấp dẫn, còn phải đảm bảo các quy tắc chung của YouTube. Theo ông Nguyễn Lê Tân, nguyên Giám đốc Trung tâm Nội dung số VTC Now, đa phần các nhà quản trị kênh YouTube của cơ quan báo chí phải tham gia các khóa học của Google (cơ quan mẹ) của YouTube để hiểu được các quy luật quản trị và thuật toán của các nền tảng này, mới có thể đủ điều kiện quản trị kênh.

Năng lực sáng tạo nội dung số của các nhà báo, cơ quan báo chí

Lực lượng phóng viên, biên tập viên, kỹ thuật viên của hầu hết cơ quan báo chí còn mỏng, lại chưa chuyên trách, thậm chí, chưa được đào tạo về sáng tạo nội dung số, nhãn quan với các vấn đề chính trị ở từng cá nhân lại không đồng đều⁽⁸⁾. Đây chính là tác nhân cản trở chất lượng sản phẩm video về chính trị trên nền tảng YouTube. Nhiều nội dung video về chính trị trên YouTube vẫn không khác nhiều so với sản phẩm báo chí truyền thống, tức là chỉ có nội dung dạng tin văn bản được chuyển thành tin âm thanh, và một vài ảnh minh họa, vì vậy khó thu hút người xem của YouTube.

Sự thay đổi quá nhanh trong xu hướng tiếp cận nội dung của công chúng

Dường như khán giả, công chúng nói chung không còn hưởng ứng các chương trình, các video được sản xuất với những ê kíp chuyên nghiệp, kịch bản chuẩn bị kỹ lưỡng, các nhân vật nổi tiếng, các bối cảnh được sắp xếp trong trường quay⁽⁹⁾. Họ muốn được xem những hình ảnh gần gũi như thiên nhiên, những con người chân chất, những cách thể hiện tự nhiên. Với nội dung về chính trị, đây là một yêu cầu rất khó để cân bằng, làm sao vừa đảm bảo đúng vấn đề, đúng chủ trương nhưng phải giản dị, gần gũi.

“Vũ khí mềm” trong cuộc chiến chống thông tin sai lệch

Trong kỷ nguyên số, nội dung chính trị đang trở thành lực lượng chủ động trên mặt trận truyền thông, góp phần phản bác thông tin sai lệch, luận điệu xuyên tạc và hoạt động chống phá trên không gian mạng. Không gian số ngày nay không chỉ là môi

trường truyền tải thông tin, mà là chiến trường tư tưởng, nơi mỗi sản phẩm nội dung chính trị nếu được xây dựng thuyết phục có chiều sâu, chạm đến cảm xúc và lý trí người xem là một chiến lược cần thiết để dẫn dắt nhận thức, củng cố niềm tin và định hướng dư luận theo hướng tích cực có thể trở thành “vũ khí mềm” sắc bén bảo vệ nền tảng tư tưởng, bảo vệ chế độ; nội dung chính trị khi “nói đúng”, “nói trúng” và “nói hay” sẽ không còn là mảng khô khan, mà trở thành điểm tựa tinh thần, kênh dẫn truyền giá trị lịch sử và ý thức công dân. Do đó, phát triển nội dung chính trị chất lượng trên nền tảng số cần được xem là trụ cột trong chiến lược truyền thông quốc gia, góp phần bảo vệ an ninh tư tưởng và chủ động định hình không gian thông tin của đất nước.

Giải pháp của các cơ quan báo chí trong việc phát triển video chính trị trên YouTube

Xác định rõ đối tượng khán giả mục tiêu của video về chính trị

Việc hiểu rõ đối tượng khán giả giúp cơ quan báo chí định hình nội dung phù hợp. Ví dụ, giới trẻ thường ưa chuộng các video ngắn, sinh động và dễ tiếp cận. Do đó, việc sản xuất các video chính trị với phong cách kể chuyện hấp dẫn, sử dụng đồ họa và hiệu ứng trực quan có thể thu hút sự quan tâm của nhóm đối tượng này.

Cơ quan báo chí cần sử dụng các công cụ đo dữ liệu người dùng, số liệu phân tích của YouTube Analytics để thu thập thông tin về độ tuổi, giới tính, vị trí địa lý và thời gian xem của khán giả với các video chính trị. Dữ liệu này cung cấp cái nhìn tổng quan về ai đang xem nội dung của cơ quan báo chí và khi nào họ xem để cơ quan báo chí điều chỉnh lịch đăng tải và nội dung video phù hợp. Các cơ quan báo chí cũng cần phân tích các video mà khán giả thường xuyên xem để hiểu rõ hơn về sở thích và nhu cầu của họ. Điều này giúp cơ quan báo chí xác định các chủ đề hấp dẫn và định dạng nội dung phù hợp để thu hút và giữ chân người xem.

Đa dạng hóa định dạng và hình thức nội dung video chính trị

Để xây dựng nội dung video chính trị hiệu quả trên YouTube, việc đa dạng hóa định dạng và hình thức trình bày là yếu tố then chốt giúp cơ quan báo chí tiếp cận nhiều nhóm khán giả, tăng cường mức độ tương tác và nâng cao uy tín thông tin. Vì vậy, cơ

quan báo chí cần kết hợp giữa video ngắn (YouTube Shorts) - phù hợp với xu hướng tiêu thụ nội dung nhanh của giới trẻ - với video dài (Long-form) để cung cấp thông tin chi tiết, xây dựng lòng tin và uy tín với khán giả quan tâm đến chính trị. Các kênh cũng có thể lưu tâm đến hình thức phát trực tiếp (Live stream), ví dụ như tường thuật trực tiếp các cuộc họp, hội thảo chính trị, các sự kiện như: Kỷ niệm 50 năm Giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước, 80 năm Quốc khánh Nước CHXHCN Việt Nam... Những Live stream trực tiếp sẽ tăng cường sự tương tác và cảm giác gắn kết với khán giả, đồng thời cung cấp thông tin kịp thời và minh bạch. Bên cạnh đó, khi một kênh Youtube thực hiện Live, sự đề xuất theo thuật toán của YouTube sẽ giúp kênh tiếp cận được đông đảo người dùng hơn.

Xây dựng nguồn lực con người

Để sản xuất nội dung chất lượng cao về chính trị, các cơ quan báo chí cần đào tạo, nâng cao kỹ năng, nghiệp vụ thường xuyên cho đội ngũ phóng viên, biên tập viên, kỹ thuật viên... của cơ quan. Cụ thể: bồi dưỡng nhận thức tư tưởng chính trị, báo chí viết về chính trị, kỹ năng sản xuất video (bao gồm quay phim, dựng phim và biên tập nội dung), cập nhật kiến thức về truyền thông số. Đầu tư vào con người là yếu tố then chốt để đảm bảo sự thành công lâu dài của cơ quan báo chí trên nền tảng YouTube.

Làm tốt công tác hậu kiểm, tinh chỉnh nội dung dựa trên phản hồi và dữ liệu

Video chính trị trên YouTube, ngoài yếu tố kiểm duyệt trước khi xuất bản, cần yếu tố hậu kiểm, tức là xem lại những nội dung đã xuất bản. Việc này cần sự tham gia của hội đồng cố vấn (bao gồm các chuyên gia, nhà báo có kinh nghiệm trong mảng nội dung chính trị), hội đồng chuyên môn (bao gồm thành viên ban thư ký tòa soạn, thành viên ban tổ chức sản xuất) có kinh nghiệm nghề nghiệp cao. Họ sẽ liên tục xem lại nội dung, theo dõi hiệu suất của các video thông qua các chỉ số như thời gian xem, tỷ lệ giữ chân người xem và mức độ tương tác. Sử dụng dữ liệu về chỉ số người xem, ý kiến phản hồi để điều chỉnh nội dung, định dạng và chiến lược tiếp cận nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu và sở thích của khán giả mục tiêu.

Việc triển khai đồng bộ các giải pháp trên sẽ giúp các cơ quan báo chí không chỉ nâng cao chất lượng nội dung video chính trị trên YouTube, mà còn xây dựng được mối quan hệ bền vững với khán giả, từ đó góp phần vào việc cung cấp thông tin chính xác

và đáng tin cậy trong thời đại số./.

Tài liệu tham khảo

- (1) Bộ Khoa học và Công nghệ, Đặc điểm của báo chí số, <https://mst.gov.vn/dac-diem-cua-bao-chi-so-197158670.htm>, truy cập ngày 20/5/2024
- (2) QA, Báo chí số là gì và các lợi ích?, ?, <https://byvn.net/x7L0>, truy cập ngày 16/4/2025
- (3) PGS.TS Trương Thị Kiên, Năng lực truyền thông chính trị của báo chí số, <https://lyluanchinhtri.vn/nang-luc-truyen-thong-chinh-tri-cua-bao-chi-so-2157.html>, truy cập ngày 21/5/2025
- (4) Huyền Thương, Làm báo thời chuyển đổi số: Không thể thiếu YouTube!, <https://ictvietnam.vn/lam-bao-thoi-chuyen-doi-so-khong-the-thieu-youtube-30459.html>, truy cập ngày 20/4/2025
- (5) Minh Hiếu, Phát triển video trên nền tảng số: 'Cuộc đua' không thể chậm chân, <https://www.vietnamplus.vn/phat-trien-video-tren-nen-tang-so-cuoc-dua-khong-the-cham-chan-post799122.vnp>, truy cập ngày 20/4/2025
- (6) PGS.TS Trương Thị Kiên, Phát triển nội dung số của cơ quan báo chí trong bối cảnh hiện nay, <https://nguoilambao.vn/phat-trien-noi-dung-so-cua-co-quan-bao-chi-trong-boi-can-hien-nay>, truy cập ngày 21/4/2025
- (7) VTV Digital, Trên mạng xã hội, VTV có gì?, ?, <https://vtv.vn/mang-xa-ho.html>, truy cập ngày 11/4/2025
- (8) PGS.TS Trương Thị Kiên, Phát triển nội dung số của cơ quan báo chí trong bối cảnh hiện nay, <https://lyluanchinhtrivatruyenthong.vn/phat-trien-noi-dung-so-cua-co-quan-bao-chi-trong-boi-can-hien-nay-p28777.html>, truy cập ngày 21/5/2025
- (9) Ths Nguyễn Thị Quỳnh Nga, Công chúng trong kỷ nguyên hậu truyền hình tại Việt Nam, <https://nguoilambao.vn/cong-chung-trong-ky-nguyen-hau-truyen-hinh-tai-viet-nam>, truy cập ngày 20/5/2025