

Một số giải pháp tăng cường quản lý nội dung số của VTVcab, Đài truyền hình Việt Nam

Ngày nhận bài: 02/06/2024 | Ngày phản biện: 05/06/2024 | Ngày xuất bản: 15/04/2024

Tác giả: Nguyễn Thị Thùy Vân (VTV5- Đài THVN)

Tóm tắt: Để bắt kịp những xu thế báo chí hiện đại, đáp ứng nhu cầu thông tin của công chúng, đồng thời, đáp ứng yêu cầu công tác thông tin, truyền thông của nhà nước, việc quản lý nội dung số của Truyền hình Cáp Việt Nam (VTVcab) - Đài Truyền hình Việt Nam là một nhiệm vụ quan trọng. Nó có ảnh hưởng sâu rộng đến nhiều khía cạnh của hoạt động truyền hình, đóng góp đáng kể vào sự phát triển của ngành truyền hình tại Việt Nam.



Ảnh sưu tầm Internet

Vai trò quản lý nội dung số của Đài truyền hình

Một là, góp phần kết nối các bộ phận tổ chức sản xuất nhịp nhàng, hiệu quả. Để sản xuất một chương trình truyền hình phát trên nền tảng số của truyền hình Việt Nam đạt chất lượng, cần có sự liên kết giữa nhiều bộ phận như biên tập, đồ họa, trợ lý, đạo diễn, âm thanh và ánh sáng. Mỗi bộ phận tập trung vào việc làm tốt nhiệm vụ của mình. Điều này đòi hỏi người quản lý sản xuất như một "nhạc trưởng", có khả năng tập

hợp và định hướng công việc của mỗi thành viên để đảm bảo các hoạt động diễn ra suôn sẻ.

Hai là, quản lý nội dung số đóng vai trò quan trọng trong việc định lượng chất lượng của chương trình truyền hình phát trên nền tảng số của truyền hình Việt Nam. Nếu hoạt động này được thực hiện tốt, chương trình sẽ đạt chất lượng cao. Ngược lại, nếu có sự cố trong quá trình này, chương trình sẽ khó đạt được chất lượng mong muốn. Đặc biệt, với những chương trình truyền hình phát trên nền tảng số của truyền hình Việt Nam chứa thông tin quan trọng và mang tính thời sự, quản lý sản xuất chương trình đóng vai trò quan trọng trong việc truyền đạt thông tin một cách hiệu quả. Thông tin trong chương trình truyền hình có vai trò quan trọng trong việc định hướng tư tưởng, chính trị và giáo dục tuyên truyền cách mạng, cũng như nâng cao dân trí và đáp ứng nhu cầu tinh thần của người dân.

Chương trình truyền hình được quản lý tốt sẽ phản ánh đúng tâm tư và nguyện vọng của quần chúng cũng như các vấn đề xã hội đang được quan tâm. Nó cũng đóng vai trò quan trọng trong cuộc chiến chống tham nhũng, tiêu cực, quan liêu, lãng phí và suy thoái đạo đức trong lối sống. Ngoài ra, việc quản lý nội dung số của truyền hình Việt Nam còn đóng góp vào việc nâng cao chất lượng thông tin về thực hiện đường lối đối ngoại độc lập, tự chủ, đa dạng, đa phương của Đảng và Nhà nước, giúp tăng cường uy tín và vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

Ba là, quản lý nội dung số còn giúp cơ quan báo chí nắm được các quy trình sản xuất, nhân lực thực hiện, nội dung và hình thức của sản phẩm. Từ đó, đánh giá được tính chính xác và hấp dẫn của thông tin báo chí, góp phần đưa ra các giải pháp điều chỉnh, giúp tăng sự hấp dẫn của thông tin. Trên các nền tảng số, thông tin được cập nhật liên tục, dưới nhiều trạng thái khác nhau, tạo sự mới mẻ, hấp dẫn công chúng. Bằng sự hiểu biết, nhanh nhạy, nắm bắt nhu cầu công chúng, người quản lý sẽ đưa ra những quy định sản xuất thông tin trên nền tảng số một cách phù hợp để thông tin báo chí được đăng tải trên nền tảng số vừa chính xác, khách quan, vừa hấp dẫn công chúng.

Ưu điểm trong quản lý nội dung số của VTVcab- Đài Truyền hình Việt Nam hiện nay

Thứ nhất, việc quản lý nội dung số góp phần giúp thông tin trên các nền tảng của VTVCab được truyền tải tới công chúng thường xuyên, liên tục, đảm bảo tôn chỉ, mục đích cơ quan. Có thể thấy, hiện nay, các nền tảng số của VTVCab đều đang cập nhật tin tức thường xuyên, liên tục, đa dạng trên mọi lĩnh vực, thể loại. Việc quản lý nội dung số đều đảm bảo đáp ứng mục tiêu, tôn chỉ của cơ quan là cung cấp nội dung thông tin tới công chúng một cách tốt hơn, nhanh hơn, tiếp cận được đa dạng các đối tượng khán giả.

Ví dụ, sau hơn 4 năm ra mắt, nhờ những nội dung tạo được dấu ấn trên mạng xã hội và được lan truyền một cách mạnh mẽ, fanpage VTVCab Tin tức đã ghi nhận dấu mốc 800 nghìn lượt theo dõi (Follow) vào tháng 12/2023. Sự kiện này đánh dấu một bước ngoặt mới cho hành trình tiếp cận độc giả theo xu hướng mới của [VTVCab](#), đó là xu hướng tương tác trực tiếp, nhanh hơn và đa dạng hơn.

Nhiều video trên fanpage này đã đạt được hàng triệu lượt xem, hàng chục nghìn lượt yêu thích và chia sẻ. Ví dụ video với tiêu đề: “Quá coi thường tính mạng của người khác” đăng ngày 21/12/2023 thu hút 450 nghìn lượt xem, 2,5 nghìn lượt yêu thích và hơn 600 bình luận. Trung bình mỗi tuần, fanpage VTVCab Tin tức đạt được từ 3 đến 4 triệu lượt tương tác từ khán giả. Những nội dung thu hút sự quan tâm của độc giả liên quan đến các chủ đề về thể thao, thời sự, an ninh, quốc phòng, sức khỏe, giáo dục, hàng tiêu dùng...

Thứ hai, những nội dung thông tin được đăng tải đều nằm trong mục tiêu, kế hoạch do đơn vị đề ra. Các thông tin được khai thác đều có nội dung đang nhận được sự quan tâm của người dân, gồm nội dung về các chính sách, nghị định hay điều luật sửa đổi đang thu hút được nhiều sự quan tâm. Ví dụ năm 2023, VTVCab cũng rất quan tâm tới nhóm công chúng thuộc lĩnh vực kinh tế, vì vậy đã xây dựng riêng kênh VTV money với nhiều tin tức tài chính kinh doanh hấp dẫn. Những tin tức về kinh tế được đăng tải trên các nền tảng số cũng đều là các tin tức được đa phần công chúng quan tâm, không chỉ riêng người làm trong lĩnh vực kinh tế.

Thứ ba, VTVCab luôn quan tâm đến tính chính xác của nội dung, bản quyền thông tin; hình thức truyền tải phù hợp với mức độ ảnh hưởng và mức độ quan tâm của khán giả. Trong bối cảnh rất nhiều tin tức giả (Fake News), thì VTVCab kiên trì phát triển theo

hướng một đơn vị luôn đảm bảo nguồn tin chuẩn, kiểm tra nhiều nguồn tin cậy để luôn cung cấp tin tức chuẩn xác nhất, nhanh nhất và có ích nhất cho khán giả. Hiện các nội dung truyền hình của VTVcab đang rất đa dạng và có chất lượng tốt, từ các tin tức nóng, các nội dung liên quan đến tài chính, kinh tế, tiêu dùng, giao thông, y tế hay các phóng sự điều tra.

Ngoài ra, để giữ chân khán giả và tạo màu sắc riêng trên các nền tảng số, VTV luôn cập nhật xu hướng, các trào lưu trên mạng xã hội để sáng tạo nội dung quảng bá vào các chương trình giải trí, từ đó, tạo được nhiều sự kết nối với công chúng, giúp khán giả tiếp nhận thông tin một cách tự nhiên nhất. Về hình thức truyền tải, các thông tin được đăng tải trên nền tảng số của VTVcab đã có sự phù hợp với các nền tảng và từng đối tượng công chúng, ví dụ: hình thức livestream sẽ phù hợp với người xem trên Youtube, còn thông tin dạng text, hình ảnh sẽ phù hợp với Fanpage FB, video ngắn thích hợp đăng tải trên nền tảng Tik Tok,...

Bên cạnh đó, VTVCab đang làm rất tốt việc phân phối thông tin trên các nền tảng, tiếp nhận phản hồi của công chúng. Các kênh sóng nền tảng số của VTV đã có sự tương tác hiệu quả. Bên cạnh việc đăng tải nội dung trên mạng xã hội, đội ngũ nhân lực của Truyền hình Cáp Việt Nam luôn theo dõi, quan tâm đến các phản hồi của công chúng, đồng thời, tiếp thu những phản hồi đó để khai thác và đưa vào các nội dung chương trình sau.

Hạn chế trong quản lý nội dung số của VTVCab- Đài Truyền hình Việt Nam hiện nay

Thứ nhất, có thể thấy, VTVCab đang nỗ lực trong việc cố gắng nắm bắt xu hướng, trào lưu thông tin trên các nền tảng mạng xã hội, tuy nhiên, để so sánh và cạnh tranh với các kênh truyền thông khác trên mạng xã hội, VTVCab đôi khi vẫn "đi sau một bước". Hầu hết các tin tức "nóng" đều bắt nguồn từ các kênh truyền thông khác, sau một thời gian được công chúng chú ý, VTVCab mới bắt đầu sản xuất các tin bài. Lúc này, độ nóng của tin đã không còn, vì vậy, sự quan tâm của công chúng đã giảm.

Những tin tức chạy theo xu hướng sẽ không thể có nhiều lượt tương tác bằng các tin tức tự sáng tạo, những đề tài tự khai thác. Với những tin mà kênh VTVCab tự khai thác và phát triển đề tài lại thiếu sự thu hút của công chúng. Không phải tin tức nào cũng

được đồng đảo công chúng theo dõi cao như vụ việc “Vạch trần chiêu trò gọi vong lừa đảo” (đăng trên các nền tảng của VTVcab ngày 16/2/2023); nhiều tin tức tuy có nội dung hay nhưng vẫn bị “chìm” trong đại dương thông tin của nền tảng số.

Thứ hai, một hạn chế khác là nội dung thông tin thiếu sự tương tác với công chúng. Hiện nay, các nền tảng số của VTVCab vẫn đang tiếp nhận các phản hồi của khán giả, nhưng mới chỉ dừng lại ở việc tiếp nhận chúng, rất ít có sự phản hồi trực tiếp ngược lại. Vì nhiều lí do, không phải bài đăng nào trên các nền tảng số của VTVCab cũng hiện bình luận. Đây thực sự là điểm trừ rất lớn, làm giảm đi sự tương tác của công chúng với bài đăng. Công chúng sẽ quan tâm một tin tức có nội dung thú vị được trình bày ấn tượng, nhưng công chúng chỉ ở lại với tin tức đó khi được xem mọi người cùng bàn bạc về nó, cùng được trao đổi về vấn đề.

Một số giải pháp tăng cường

Một là, tăng cường tiếp cận nhu cầu và quan tâm đến phản ứng của công chúng đối với các nội dung số

Giờ đây, để thu hút được sự quan tâm của công chúng, giúp kéo dài thời gian tồn tại cho các tin bài trên nền tảng số, để khán giả tập trung theo dõi các tin bài của VTV, các phòng ban VTVCab cần tăng cường hơn nữa việc thu thập và theo dõi các phản hồi của công chúng đối với chương trình. Từ những phản hồi đó mà cơ quan có những động thái thay đổi nội dung thông tin phù hợp với tình hình xã hội, sản xuất các chương trình đáp ứng được nhu cầu công chúng hiện đại. Nếu như trước kia, VTV chỉ đưa tin một chiều, khán giả không hoặc ít bày tỏ thái độ, quan điểm về sự việc, thì giờ đây, để giữ công chúng ở lại với tin bài, các trang nền tảng số của VTV cần lắng nghe nhiều hơn nữa những phản hồi, đánh giá của công chúng, xem họ thích những nội dung gì, có cảm xúc gì khi xem các tin bài của VTV.

Sau khi nắm được các phản hồi, nhà đài phải có chiến lược, kế hoạch thay đổi cụ thể, chứ không phải sản xuất thông tin một cách hình thức, qua loa. Nếu VTVCab không có sự thay đổi trong việc tiếp thu ý kiến công chúng, chất lượng thông tin sẽ ngày càng kém hiệu quả, khó tiếp cận được với quần chúng nhân dân.

Hai là, sáng tạo trong quản lý quy trình sản xuất nội dung số

Để việc sản xuất thông tin nội dung số đạt hiệu quả, quy trình sản xuất phải được thực hiện đầy đủ, linh hoạt, sáng tạo. Vì vậy, tập trung quản lý quy trình sản xuất một cách phù hợp cũng là một giải pháp để tăng cường hoạt động quản lý nội dung số. Trong việc xây dựng các kế hoạch sản xuất và quản lý các bước thực hiện, người lãnh đạo không thể cứng nhắc, mà cần có sự sáng tạo phù hợp. Trong quá trình phóng viên đi lấy tin, người lãnh đạo nên khuyến khích họ sử dụng công nghệ hiện đại để tác nghiệp, như vậy hiệu quả công việc sẽ đạt cao hơn.

Khi thực hiện quản lý quy trình sản xuất nội dung số, người lãnh đạo phải xây dựng thêm các kế hoạch dự phòng để phòng tránh rủi ro, sơ sót xảy ra. Người lãnh đạo phải có trách nhiệm điều hành công việc diễn ra suôn sẻ, bình tĩnh xử lý các tình huống xấu có thể xảy ra. Khi phát hiện các vấn đề, phải lập tức phân công nhiệm vụ khắc phục, sửa chữa sai sót, để không gây ảnh hưởng trong dư luận.

Trong quá trình sản xuất thông tin, người lãnh đạo phải thường xuyên được cập nhật các thông tin về các khâu sản xuất: ai là người thực hiện, thực hiện ra sao, như thế nào. Để có thể nắm và kiểm soát được toàn bộ quy trình sản xuất, người lãnh đạo phải chủ động tìm hiểu, từng trải qua tất cả các khâu sản xuất để có thể nắm rõ quá trình. Như vậy, người lãnh đạo mới có thể đưa ra các chỉ đạo hợp lý, chính xác đối với từng quy trình thực hiện chương trình phát thanh. Các quyết định chỉ đạo đưa ra phải thực sự phù hợp, linh hoạt và đem lại hiệu quả, mà không phải là sự cứng nhắc làm ảnh hưởng, trì trệ quá trình sản xuất.

Các phòng ban cần nghiêm túc nghiên cứu triển khai thực hiện có hiệu quả các quy trình sản xuất đối với từng nền tảng mạng xã hội. Đối với việc sản xuất thông tin cho các kênh Facebook, cần chú trọng xây dựng các chương trình có thời lượng vừa phải, sinh động để hấp dẫn công chúng ngay từ những phút giây đầu tiên. Đề tài, nội dung sản xuất cho nền tảng Facebook cũng phải có sự sáng tạo, thời sự, bắt kịp với xu hướng thông tin của nền tảng. Hay, với việc sản xuất trên nền tảng Youtube, Podcast, nội dung có thể sâu hơn và thời lượng của chương trình có thể dài hơn, chú trọng vào việc xây dựng các phóng sự dài hơi,....

Ba là, chú trọng đổi mới nội dung, hình thức thể hiện nội dung thông tin số

Trong việc quản lý nội dung số, người lãnh đạo cần không ngừng nâng cao chất lượng nội dung chương trình bằng các thông tin phong phú, nhiều chiều, mới và thiết thực. Người lãnh đạo cần xây dựng các kế hoạch phát triển nội dung thông tin đa dạng, mang tính giải trí hấp dẫn và có chiều sâu giá trị.

Để có thể quản lý nội dung thông tin đạt hiệu quả, các phòng ban VTV cần phải đổi mới, mở rộng nội dung các chương trình bằng việc thường xuyên cập nhật các tin tức mới, nóng trên các nền tảng xã hội ở trong nước và trên thế giới. Lúc này, người lãnh đạo cần chỉ đạo cho các phóng viên của mình mở rộng phạm vi thông tin, thành lập các nội dung chuyên mục với nội dung đa dạng, hấp dẫn, đổi mới, sáng tạo.

Bên cạnh đó, hình thức thể hiện các tin bài cũng cần được chú trọng quản lý. Ngoài việc có nội dung hấp dẫn, các thông tin cũng cần được thể hiện đa dạng, sinh động với nhiều thể loại cùng cách sử dụng hình ảnh, âm thanh hấp dẫn. Lãnh đạo cần có những yêu cầu, chỉ đạo nhân viên có sự sáng tạo trong phát triển các tin bài, thể loại bài. Không chỉ dừng lại ở thể loại tin ngắn và phóng sự, Đài cần có đưa lên nền tảng số các đoạn phỏng vấn sâu sắc với những cuộc tọa đàm trao đổi sâu rộng với chuyên gia, lãnh đạo Nhà nước. Bên cạnh đó, các thiết bị máy móc, phần mềm cũng là công cụ hỗ trợ tối đa cho việc nâng cao hình thức thể hiện của nội dung số, vì vậy, lãnh đạo Đài cần chú trọng tới đầu tư các phần mềm sản xuất hình ảnh, video ngắn,...

Tài liệu tham khảo

1. Trần Bảo Khánh (2002), "Sản xuất chương trình truyền hình", Nxb Văn hoá Thông tin.
2. Phùng Mạnh Thắng (2017) với đề tài "Quảng bá các chương trình truyền hình trên sóng của Đài Truyền hình Việt Nam", Luận văn Thạc sĩ Báo chí học, HV BC&TT
3. Phạm Hải Chung (2019), "Lý thuyết truyền thông nâng cao", Nxb Thế giới.
4. Phạm Thị Thanh Tuyền (2021), "Quản lý hoạt động quảng cáo trên nền tảng OTT tại Việt Nam", Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh.
5. Đỗ Văn Quang (2022), "Quản trị truyền thông quảng cáo trên nền tảng OTT", Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.