

Một số thành công, hạn chế và giải pháp nâng cao chất lượng tổ chức sản xuất thông tin đa nền tảng về kinh tế của Ban Thời sự, Đài Tiếng nói Việt Nam

Ngày nhận bài: 10/03/2025 | Ngày phản biện: 11/03/2025 | Ngày xuất bản: 20/03/2025

Tác giả: Vũ Thành Trung (Đài TNVN)

Tóm tắt: Trong bối cảnh truyền thông số phát triển mạnh mẽ, việc tổ chức sản xuất thông tin đa nền tảng đã trở thành xu hướng tất yếu, đặc biệt trong lĩnh vực báo chí kinh tế. Với sứ mệnh cung cấp thông tin nhanh chóng, chính xác và chuyên sâu, Ban Thời sự, Đài Tiếng nói Việt Nam (VOV1) đang không ngừng đổi mới phương thức sản xuất, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của công chúng. Trước sự cạnh tranh gay gắt của thị trường truyền thông, yêu cầu đặt ra đối với Ban Thời sự, VOV1 là phải khai thác tối ưu các nền tảng số, từ phát thanh truyền thống đến báo điện tử, mạng xã hội và ứng dụng di động, để đảm bảo tính kịp thời, chính xác và hấp dẫn của thông tin kinh tế. Bài viết này sẽ phân tích thực trạng tổ chức sản xuất thông tin đa nền tảng về kinh tế tại Ban Thời sự, Đài Tiếng nói Việt Nam, đồng thời, đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả thông tin trong bối cảnh chuyển đổi số.

Một số dữ liệu khảo sát tại VOV1 năm 2024

Nhằm làm rõ thực trạng từ đó đánh giá ưu điểm, hạn chế, đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng tổ chức sản xuất thông tin đa nền tảng về kinh tế của Ban Thời sự, VOV1, tác giả khảo sát dữ liệu tại Ban Thời sự. Khảo sát cho thấy, trong năm 2024, 3 khía cạnh thông tin kinh tế cơ bản được VOV1 tổ chức sản xuất tốt trên các nền tảng khác nhau:

Nội dung thông tin về kinh tế	Số lượng tin, bài	Tỉ lệ %
Chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước về kinh tế	1315	35.96
Thực trạng các vấn đề kinh tế	1209	33.06
Các giải pháp phát triển kinh tế	1133	30.98
Tổng	3657	100

Bảng 2.1. Số lượng, tỉ lệ tin, bài chia theo các nội dung thông tin về kinh tế Ban Thời sự, VOV1, khảo sát năm 2024

Qua bảng 2.1. cho thấy:

Khía cạnh thông tin là chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước: Chiếm 35.96% với 1315 tin, bài, phản ánh sự tập trung vào việc phổ biến các định hướng và chính sách kinh tế quan trọng của Đảng và Nhà nước nhằm tạo sự đồng thuận trong xã hội.

Thực trạng các vấn đề kinh tế: Chiếm 33.06% với 1209 tin, bài, thể hiện sự chú trọng đến việc cung cấp thông tin thực tiễn, cập nhật và phản ánh chính xác bối cảnh kinh tế hiện tại.

Các giải pháp phát triển kinh tế: Chiếm 30.98% với 1133 tin, bài, nhấn mạnh vai trò của việc đưa ra các phân tích và đề xuất cụ thể để thúc đẩy tăng trưởng và giải quyết các thách thức kinh tế.

Số liệu này phản ánh cách VOV1 tổ chức nội dung theo chiến lược phù hợp với vai trò chính trị, xã hội, và nhu cầu thực tiễn của công chúng.

Khảo sát theo từng nền tảng cho thấy:

Nền tảng	Số lượng tin, bài	Tỉ lệ %
Nền tảng phát thanh truyền thống	1657	45.31
Nền tảng mạng xã hội	617	16.87
Nền tảng web	605	16.54
Nền tảng app	521	14.25
Nền tảng podcast	257	7.03

Bảng 2.2 Số lượng, tỉ lệ tin, bài thông tin về kinh tế trên các nền tảng của VOV1 năm 2024

Để đạt mục tiêu tăng trưởng kinh tế cả năm: “Nỗ lực hết mình, quyết tâm cao độ”! (08/10/2024)



Nền tảng truyền thống (phát thanh) vẫn giữ vai trò quan trọng trong hệ thống thông tin của VOV1 với 1658 tin, bài thông tin về kinh tế năm 2024, đặc biệt với đối tượng khán thính giả trung thành ở các vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, nơi các phương tiện kỹ thuật số chưa phổ biến. Nội dung kinh tế qua phát thanh thường là các bản tin thời sự, chương trình chuyên đề ngắn gọn, dễ tiếp cận. Dù có sự dịch chuyển sang các nền tảng số, VOV1 vẫn duy trì lượng tin bài lớn trên kênh truyền thống để thực hiện tốt nhiệm vụ tuyên truyền chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước. Tuy nhiên, số lượng không quá cao do sự chuyển đổi mạnh mẽ sang nền tảng số.

Mạng xã hội chiếm 16.87% với 617 tin, bài, cho thấy sự tập trung vào các nền tảng số để mở rộng phạm vi tiếp cận và thu hút khán thính giả trẻ. Sự phổ biến của mạng xã hội như Facebook, TikTok và YouTube đã mở rộng đối tượng tiếp cận của VOV1, đặc biệt là giới trẻ và người dùng thích nội dung ngắn gọn, trực quan. Số lượng tin bài trên mạng xã hội không quá cao so với nền tảng truyền thống vì nội dung kinh tế trên mạng xã hội thường được tối ưu hóa dưới dạng video ngắn, infographic hoặc bài viết tóm tắt. Đây là nền tảng có tính tương tác cao nhưng yêu cầu đầu tư lớn về hình thức và sự linh hoạt để thu hút khán giả.

Chiếm 16.54% với 605 tin, bài, Website của VOV1 đã đóng vai trò là nền tảng thông tin chính thức, cung cấp nội dung chi tiết, phân tích chuyên sâu, và lưu trữ tin bài lâu dài. Số lượng tin bài trên website tương đối cao vì đây là kênh phù hợp cho các bài phân tích dài, cung cấp số liệu chi tiết về kinh tế, và tích hợp nội dung từ các nền tảng khác (như phát thanh, mạng xã hội). Website còn thu hút nhóm khán giả cần thông tin đầy đủ để nghiên cứu hoặc ra quyết định.

Chiếm 14.25% với 521 tin, bài, phản ánh xu hướng sử dụng thiết bị di động ngày càng phổ biến và khả năng đáp ứng tức thời nhu cầu thông tin. Ứng dụng VOV Media năm 2024 đã trở thành một nền tảng chủ lực trong chiến lược đa nền tảng của VOV1. Với giao diện hiện đại, thân thiện, ứng dụng này cho phép người dùng truy cập nhanh chóng vào các bản tin kinh tế, chương trình talkshow, và các nội dung theo yêu cầu. Một trong những điểm nổi bật là tính năng cá nhân hóa, khi ứng dụng tự động gợi ý các chương trình phù hợp dựa trên sở thích và thói quen sử dụng của người dùng. Các chương trình kinh tế đặc sắc như "Kinh tế số trong kỷ nguyên 4.0" hay "Chuyển động thị trường" được phát sóng trực tiếp trên ứng dụng, kết hợp với đồ họa tương tác để làm rõ các nội dung phức tạp. Việc tích hợp thông tin đa nền tảng trên ứng dụng giúp VOV1 tiếp cận hiệu quả đến các khán thính giả trẻ, yêu thích sự tiện lợi và hiện đại.

Chiếm 7.03% với 257 tin, bài, thể hiện sự đầu tư vào một nền tảng mới, phù hợp với thói quen tiêu dùng thông tin linh hoạt của khán thính giả hiện đại. VOV1 năm 2024 đã đầu tư mạnh mẽ vào sản xuất nội dung kinh tế dưới dạng podcast, đáp ứng nhu cầu thông tin của khán giả bận rộn, yêu thích hình thức nghe theo yêu cầu. Các chương trình podcast như "Kinh tế toàn cảnh" hay "Câu chuyện thị trường" cung cấp các phân tích sâu sắc về tình hình kinh tế trong và ngoài nước, được trình bày bởi các biên tập

viên và chuyên gia giàu kinh nghiệm. Podcast không chỉ được phát hành trên ứng dụng VOV Media mà còn có mặt trên các nền tảng phổ biến như Spotify và Apple Podcasts, giúp mở rộng đối tượng khán giả. Với định dạng âm thanh dễ tiếp cận, VOV1 đã khéo léo kết hợp giữa nội dung chuyên sâu và phong cách trình bày hấp dẫn, tạo nên một sản phẩm báo chí hiện đại, phù hợp với thói quen tiêu dùng thông tin mới.

Thành công trong tổ chức sản xuất thông tin đa nền tảng về kinh tế của Ban Thời sự, VOV1

Thứ nhất, khả năng cung cấp thông tin kinh tế nhanh chóng, chính xác và toàn diện

Thành công đầu tiên trong tổ chức sản xuất thông tin đa nền tảng về kinh tế năm 2024 là khả năng cung cấp thông tin nhanh chóng, chính xác và toàn diện. Nhờ sự tổ chức bài bản và ứng dụng công nghệ hiện đại, Ban Thời sự, VOV1 đảm bảo rằng các bản tin kinh tế được cập nhật liên tục và phản ánh chính xác các diễn biến kinh tế trong nước và quốc tế. Hệ thống phóng viên thường trú trong nước và ở nước ngoài, cùng đội ngũ biên tập viên giàu kinh nghiệm, giúp VOV1 xây dựng nội dung sâu sắc, không chỉ dừng lại ở việc đưa tin mà còn phân tích chi tiết, giải thích rõ ràng các chính sách và sự kiện kinh tế. Với việc kết hợp giữa phát thanh truyền thống và các nền tảng số, VOV1 đã tạo điều kiện để mọi đối tượng khán thính giả, từ doanh nhân, chuyên gia đến công chúng phổ thông, tiếp cận thông tin kinh tế một cách dễ dàng và phù hợp với nhu cầu. Đây chính là minh chứng rõ nét cho sự chuyên nghiệp và khả năng thích ứng của VOV1 trong bối cảnh thông tin số hóa.

Thứ hai, sự đa dạng và linh hoạt trong hình thức truyền tải thông tin

Thành công thứ hai nằm ở sự đa dạng và linh hoạt trong hình thức truyền tải thông tin kinh tế. Năm 2024, Ban thời sự, VOV1 đã khai thác triệt để các nền tảng như phát thanh, báo điện tử, mạng xã hội, video trực tuyến và podcast để phục vụ thính giả ở nhiều phân khúc khác nhau. Nội dung kinh tế không còn giới hạn trong các bài phân tích truyền thống mà được chuyển hóa thành infographic trực quan, video ngắn hấp dẫn trên TikTok, hay podcast chuyên sâu dành cho người nghe trên các ứng dụng như Spotify. Sự linh hoạt này không chỉ tăng khả năng tiếp cận mà còn đáp ứng thói quen tiếp nhận thông tin của công chúng hiện đại, đặc biệt là giới trẻ. Việc tận dụng sức mạnh của từng nền tảng đã giúp VOV1 tối ưu hóa hiệu quả truyền thông, đồng

thời khẳng định vị thế là đơn vị đi đầu trong đổi mới hình thức truyền tải thông tin kinh tế tại Việt Nam.

Thứ ba, khả năng tận dụng công nghệ và dữ liệu trong sản xuất nội dung

Thành công tiếp theo của Ban Thời sự, VOV1 là việc áp dụng công nghệ và dữ liệu lớn (Big Data) để tối ưu hóa sản xuất nội dung đa nền tảng. Hệ thống quản lý nội dung (CMS) hiện đại giúp đồng bộ hóa thông tin trên mọi kênh truyền thông, từ phát thanh đến mạng xã hội. Công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) hỗ trợ phân tích dữ liệu người dùng, từ đó cá nhân hóa nội dung phù hợp với sở thích và hành vi của từng nhóm độc giả. Đặc biệt, Big Data cho phép VOV1 theo dõi và dự đoán xu hướng kinh tế, giúp đội ngũ sản xuất nội dung đi trước đón đầu các chủ đề được quan tâm. Công nghệ livestream và thực tế ảo (VR) cũng được ứng dụng để tăng cường tính tương tác và trải nghiệm người dùng, chẳng hạn như phát sóng trực tiếp các hội thảo kinh tế lớn hoặc trình bày mô hình kinh tế thông qua công nghệ 3D. Việc sử dụng công nghệ không chỉ cải thiện hiệu quả sản xuất mà còn tạo ra những sản phẩm truyền thông chất lượng cao, giữ chân độc giả trong môi trường cạnh tranh khốc liệt.

Một số hạn chế trong tổ chức sản xuất thông tin đa nền tảng về kinh tế của Ban Thời sự- VOV1

Thứ nhất, sự chênh lệch về chất lượng nội dung trên các nền tảng

Hạn chế đầu tiên trong tổ chức sản xuất thông tin đa nền tảng về kinh tế của VOV1 năm 2024 là sự chênh lệch về chất lượng nội dung giữa các nền tảng. Dù phát thanh truyền thống của VOV1 luôn duy trì được chất lượng cao, nhưng nội dung trên các nền tảng mới như mạng xã hội hay video trực tuyến đôi khi chưa đạt được độ chuyên sâu và đồng nhất. Một số video kinh tế ngắn trên TikTok hoặc Instagram tập trung vào hình thức bắt mắt nhưng thiếu phân tích chi tiết, trong khi các bài viết trên báo điện tử lại dễ rơi vào tình trạng quá khô khan và nặng nề về số liệu. Ví dụ trong bài viết với tiêu đề: “Đồng hành cùng doanh nghiệp, người dân là đồng hành cùng đất nước” đăng tải ngày 17/9/2024 trên website của VOV1 chủ yếu nói về các số liệu như kiểm soát lạm phát (dưới 4,5%) và ưu tiên tối đa cho thúc đẩy tăng trưởng, phấn đấu đạt tốc độ tăng trưởng GDP cả năm 2024 khoảng 7%. Sự khác biệt này khiến công chúng khó cảm nhận được tính nhất quán trong thông điệp của VOV1. Điều này xuất phát từ việc đội

ngũ sản xuất chưa phối hợp đồng bộ giữa các bộ phận, dẫn đến tình trạng mỗi nền tảng phát triển nội dung theo cách riêng mà không đảm bảo tính liên kết chặt chẽ.

Thứ hai, hạn chế trong việc ứng dụng công nghệ hiện đại một cách toàn diện

Mặc dù đã đầu tư vào công nghệ hiện đại, việc ứng dụng các công cụ này vào quy trình sản xuất thông tin kinh tế đa nền tảng của Ban Thời sự VOV1 vẫn còn nhiều hạn chế. Hệ thống quản lý nội dung (CMS) chưa được tận dụng tối đa, dẫn đến tình trạng lãng phí nguồn lực trong việc xử lý và phân phối nội dung trên các nền tảng. Ngoài ra, việc sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và dữ liệu lớn (Big Data) để cá nhân hóa nội dung còn ở mức cơ bản, chưa tạo được đột phá trong việc đáp ứng nhu cầu đa dạng của công chúng. Công nghệ livestream hoặc thực tế ảo (VR) cũng chưa được khai thác mạnh mẽ, khiến VOV1 mất đi cơ hội cạnh tranh trên các nền tảng truyền thông số hiện đại. Nguyên nhân chính của vấn đề này là do thiếu sự đầu tư đồng bộ giữa công nghệ và kỹ năng sử dụng công nghệ của nhân sự, dẫn đến hiệu quả triển khai chưa cao.

Thứ ba, sự thiếu hụt về nguồn nhân lực đa năng và sáng tạo thông tin kinh tế

Một hạn chế lớn khác trong tổ chức sản xuất thông tin đa nền tảng của VOV1 là sự thiếu hụt nguồn nhân lực đa năng và sáng tạo. Dù đội ngũ nhân sự hiện tại có chuyên môn tốt về kinh tế và có kinh nghiệm, kỹ năng truyền thông truyền thống, nhưng nhiều nhân viên chưa thành thạo các kỹ năng sáng tạo nội dung số, chẳng hạn như thiết kế đồ họa, sản xuất video, hay phân tích dữ liệu. Điều này dẫn đến tình trạng một số nội dung thông tin kinh tế trên mạng xã hội hoặc video trực tuyến chưa thực sự nổi bật hoặc cạnh tranh so với các đơn vị truyền thông khác. Hơn nữa, áp lực công việc khi sản xuất nội dung trên nhiều nền tảng đồng thời khiến đội ngũ nhân sự dễ rơi vào tình trạng quá tải, ảnh hưởng đến chất lượng và tiến độ sản xuất. Việc thiếu kế hoạch đào tạo dài hạn và chính sách thu hút nhân tài trong lĩnh vực truyền thông số là nguyên nhân chính khiến VOV1 chưa tận dụng hết tiềm năng nhân lực của mình.

Một số giải pháp nâng cao chất lượng tổ chức sản xuất thông tin đa nền tảng về kinh tế trên VOV1 thời gian tới

Tăng cường xây dựng các chương trình đào tạo chuyên sâu là rất cần thiết. Những khóa học này cần tập trung vào xu hướng truyền thông hiện đại, đặc biệt là sự chuyển

dịch mạnh mẽ sang các nền tảng số như mạng xã hội, video trực tuyến và podcast. Lãnh đạo VOV1 cần giữ vai trò chủ động trong việc truyền đạt chiến lược phát triển đa nền tảng, đảm bảo rằng mọi bộ phận đều hiểu rõ mục tiêu và cách thực hiện. Việc nâng cao nhận thức không thể chỉ diễn ra một lần mà cần được thực hiện thường xuyên, thông qua các chương trình đào tạo liên tục để cập nhật kiến thức mới.

Về mặt nội dung, sự khác biệt giữa các nền tảng là yếu tố cần lưu tâm. Đối với mạng xã hội, nội dung cần cô đọng, hấp dẫn ngay từ tiêu đề và sử dụng các định dạng trực quan như video ngắn, infographic. Với phát thanh, cần nhấn mạnh khả năng truyền tải cảm xúc qua giọng nói và âm thanh, tạo ra các chương trình thảo luận hoặc phỏng vấn trực tiếp để làm nổi bật các góc nhìn đa chiều. Trong khi đó, podcast nên được xây dựng dưới dạng các chuỗi nội dung chuyên sâu, giúp người nghe dễ dàng tiếp cận những phân tích chi tiết về các xu hướng kinh tế số, chuyển đổi xanh, hoặc các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp. Điều này yêu cầu sự linh hoạt trong cách trình bày, làm sao để mỗi nền tảng đều phát huy thế mạnh riêng và mang lại trải nghiệm tốt nhất cho công chúng.

Đổi mới hình thức thông tin: Đổi mới hình thức thông tin không chỉ đơn thuần là một yêu cầu mang tính bắt buộc, mà còn là chiến lược quan trọng nhằm nâng cao hiệu quả truyền tải nội dung kinh tế đến với công chúng. Việc này bao gồm áp dụng những công nghệ hiện đại nhất để tạo ra cách thức truyền thông mới mẻ và thu hút hơn. Từ việc nâng cấp chất lượng hình ảnh, âm thanh, cho đến việc sử dụng đồ họa chuyên nghiệp, mọi yếu tố đều phải được tối ưu hóa để mang lại hiệu quả truyền tải cao nhất. Hình thức thể hiện cần đạt đến mức độ bắt mắt và chuyên nghiệp, tạo được ấn tượng mạnh mẽ và lâu dài đối với khán thính giả. Các sản phẩm truyền thông không chỉ cần phản ánh được sự sáng tạo mà còn phải truyền tải thông tin một cách rõ ràng, hấp dẫn và gần gũi với công chúng ở nhiều độ tuổi và trình độ khác nhau.

Yêu cầu đội ngũ phóng viên kinh tế: Để thực hiện hóa những mục tiêu đổi mới đó, một đội ngũ chuyên gia có trình độ cao trong các lĩnh vực liên quan là không thể thiếu. Điều này bao gồm những người làm thiết kế đồ họa với kỹ năng chuyên sâu trong việc tạo ra các hình ảnh minh họa, infographic, hoặc các video ngắn có nội dung kinh tế mang tính tương tác cao. Bên cạnh đó, chuyên gia sản xuất âm thanh và video cũng đóng vai trò quan trọng, đặc biệt khi những yếu tố này cần đạt được chất lượng tốt

nhất để cạnh tranh với các sản phẩm truyền thông khác. Việc sử dụng các công cụ hỗ trợ như phần mềm dựng phim chuyên nghiệp, phần mềm thiết kế đồ họa tân tiến, hoặc hệ thống quản lý nội dung (CMS) hiện đại là điều kiện tiên quyết để đảm bảo quy trình sản xuất diễn ra trơn tru và hiệu quả.

Triển khai đào tạo về kỹ năng sáng tạo thông tin kinh tế trên đa nền tảng: Để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, việc triển khai các khóa đào tạo kỹ năng là giải pháp thiết yếu. Các khóa học chuyên sâu về đồ họa, sản xuất video và xử lý âm thanh cần được tổ chức định kỳ nhằm trang bị cho nhân viên những kiến thức và kỹ năng mới nhất. Không chỉ dừng lại ở việc đào tạo nội bộ, các cơ quan truyền thông cũng nên mở rộng hợp tác với các đơn vị công nghệ hàng đầu để nâng cấp hệ thống phần mềm, thiết bị sản xuất và áp dụng những giải pháp công nghệ mới nhất vào quy trình làm việc. Việc này không chỉ giúp cải thiện chất lượng sản phẩm mà còn nâng cao hiệu suất làm việc của toàn bộ đội ngũ./.

Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Trí Nhiệm, Nguyễn Thị Trường Giang (2014), Báo mạng điện tử - Đặc trưng và phương pháp sáng tạo, Nxb. Chính trị Quốc gia.
2. Nguyễn Thị Trường Giang (2014), Sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử, Nxb. Chính trị Quốc gia.
3. Đỗ Thị Thu Hằng (2013), Tâm lý học ứng dụng trong nghề báo, Nxb. Thông tấn, Hà Nội.
4. Đinh Văn Hường (2006), Tổ chức và hoạt động của tòa soạn, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
5. Nguyễn Thành Lợi, Phạm Minh Sơn (2011), Thông tấn Báo chí lý thuyết và kỹ năng, Nxb. Thông tin & Truyền thông, Hà Nội.