

Thông tin về hoạt động kinh tế của người dân khu vực nông thôn trên báo mạng điện tử Việt Nam hiện nay

Ngày nhận bài: 12/06/2025 | Ngày phản biện: 15/06/2025 | Ngày xuất bản: 25/06/2025

Tác giả: Nguyễn Thị Minh Huệ (Báo Nông thôn Ngày nay/điện tử Dân Việt.)

Tóm tắt: Báo mạng điện tử Việt Nam, với lợi thế về tính tích hợp đa phương tiện, tốc độ cập nhật và khả năng tương tác tức thời, đã trở thành nền tảng quan trọng trong việc kết nối và chuyển tải thông tin hai chiều đến với khu vực nông thôn. Nhiều báo lớn đã mở các chuyên mục về nông nghiệp, kinh tế nông thôn, khởi nghiệp nông nghiệp, cùng với đó là số lượng các bài viết về kinh tế nông thôn ngày càng nhiều, nội dung ngày càng đa dạng, tích cực ứng dụng đa phương tiện để thông tin hấp dẫn hơn, tăng cường tương tác với độc giả. Trên cơ sở khảo sát ba tờ báo điện tử là Dân Việt, Vietnamnet và Nhân Dân điện tử trong năm 2024, bài viết phân tích vai trò, hiệu quả thông tin về hoạt động kinh tế của người dân khu vực nông thôn trên báo mạng điện tử Việt Nam hiện nay, đồng thời, đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả thông tin về lĩnh vực này trong thời gian tới.

Khu vực nông thôn và hoạt động kinh tế của người dân nông thôn đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong sự phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam. Theo báo cáo của Tổng cục Thống kê năm 2024, Việt Nam có 61,8% dân số sống ở khu vực nông thôn⁽¹⁾, và 64,6% tổng số lao động có việc làm liên quan đến nông, lâm nghiệp và thủy sản⁽²⁾. Những con số này cho thấy tầm quan trọng to lớn của khu vực nông thôn trong nền kinh tế, đồng thời khẳng định nhu cầu thông tin khổng lồ liên quan đến đối tượng và khu vực kinh tế này.

Khảo sát các báo mạng điện tử Dân Việt, Vietnamnet, Nhân dân điện tử năm 2024 cho thấy các nội dung thông tin về hoạt động kinh tế của người dân khu vực nông thôn chủ yếu gồm 3 nhóm nội dung sau: (1) Thông tin về chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước về định hướng phát triển kinh tế nông thôn; (2) Thông tin về hoạt

động sản xuất, kinh doanh và thương mại khu vực nông thôn; (3) Thông tin về đời sống kinh tế – xã hội của người dân khu vực nông thôn và các yếu tố tác động.

1. Ưu điểm thông tin về hoạt động kinh tế của người dân khu vực nông thôn trên báo mạng điện tử Dân Việt, Vietnamnet, Nhân dân điện tử năm 2024

Để đánh giá hiệu quả thông tin về hoạt động kinh tế của người dân khu vực nông thôn trên báo mạng điện tử, cùng với việc thống kê số lượng bài báo, phân tích nội dung, thể loại, hình thức thể hiện trên các báo điện tử Dân Việt, Nhân dân điện tử, Vietnamnet, tác giả đã tiến hành khảo sát độc giả của các báo với 158 phiếu hỏi độc giả báo Dân Việt, 154 phiếu hỏi độc giả Nhân dân điện tử, 157 phiếu hỏi độc giả Vietnamnet.

Một là, về tần suất tin bài, mức độ phủ các mảng nội dung của thông tin.

Thông tin về hoạt động kinh tế của người dân khu vực nông thôn trên báo điện tử Dân Việt, Vietnamnet và Nhân Dân điện tử năm 2024 bám sát các sự kiện, chính sách, mùa vụ, phản ánh thực tiễn sinh động, không để “khoảng trống” thông tin về kinh tế nông thôn với mức độ phủ các mảng nội dung đa dạng, toàn diện và có chiều sâu. Dân Việt đăng 321 bài về kinh tế nông thôn, phản ánh kịp thời các vấn đề thời vụ, thị trường, chính sách mới, biến động đời sống nông thôn. Vietnamnet dù có số lượng bài ít hơn (121 bài/năm), nhưng tập trung cao độ vào các thời điểm truyền thông chủ trương lớn, phản ánh sự đồng bộ trong truyền thông chính sách và bám sát các sự kiện trọng điểm. Báo Nhân Dân điện tử đăng 207 bài/năm, phân bố đều, tập trung vào các chủ trương, chính sách và mô hình điển hình, phản ánh đời sống kinh tế nông thôn từ trung ương đến địa phương. Tần suất tin bài như trên cho thấy chủ đề kinh tế nông thôn đã thực sự chiếm tỷ trọng lớn và ổn định trong dòng chảy thông tin năm 2024. Số lượng này không chỉ phản ánh sự ưu tiên của các tòa soạn mà còn minh chứng cho tính thời sự và tầm quan trọng của lĩnh vực này trong đời sống chính trị – kinh tế – xã hội hiện nay.

Các mảng nội dung kinh tế nông thôn được phản ánh khá đa dạng, bao quát nhiều khía cạnh thực tiễn bao gồm chính sách phát triển kinh tế nông thôn, mô hình sản xuất – kinh doanh – thương mại, thị trường tiêu thụ nông sản, kết nối cung – cầu, đời sống kinh tế – xã hội của người dân nông thôn, các khó khăn, thách thức trong thực tiễn sản

xuất và đời sống. Việc các chủ đề này xuất hiện với tần suất cao phản ánh sự chủ động của báo chí trong việc theo sát dòng chảy của thực tiễn kinh tế nông thôn, góp phần tạo nên bức tranh toàn diện và gắn kết với đời sống của người dân. Mỗi báo điện tử có khác biệt khá rõ nét trong ưu tiên phân bổ tin bài, tạo nên những thế mạnh riêng biệt về nội dung. Báo Dân Việt thể hiện thế mạnh nổi bật về thông tin mô hình sản xuất thực tế, phản ánh đời sống nông dân; Nhân Dân điện tử tập trung vào thông tin chính sách, chủ trương; trong khi đó, Vietnamnet có xu hướng mở rộng sang mảng kết nối thương mại, chuyển đổi số và thị trường tiêu thụ.

Hai là, về mức độ tiếp cận thông tin của công chúng.

Khảo sát cho thấy báo mạng điện tử đã trở thành nguồn thông tin quen thuộc và thiết thực đối với đông đảo công chúng. Tỷ lệ độc giả đọc báo hằng ngày hoặc vài lần mỗi tuần chiếm hơn 68% ở cả ba báo (Dân Việt (68,4%), Nhân Dân điện tử (68,2%), Vietnamnet (67,5%). Đặc biệt, có trên 65% số người được hỏi ở cả ba báo khẳng định họ thường xuyên hoặc rất thường xuyên tìm đọc tin bài liên quan đến kinh tế nông thôn. Các chủ đề được quan tâm nhiều nhất bao gồm: chính sách phát triển kinh tế nông thôn (trên 75% ở cả 3 báo), mô hình sản xuất – kinh doanh – thương mại, đời sống kinh tế – xã hội (thu hút sự quan tâm của 70-80% độc giả).

Các thông tin về biến động thị trường giá cả, gương nông dân làm kinh tế giỏi cũng thu hút lượng độc giả không kém, đều có trên 58% số độc giả theo dõi ở cả 3 báo. Số người thường xuyên chủ động tìm kiếm thông tin thêm khi thấy bài viết hay cũng chiếm tỷ lệ khá cao (Dân Việt 74%, Nhân Dân điện tử 69,5% và Vietnamnet 64,9%) cho thấy mối quan tâm thực sự của công chúng đến các thông tin kinh tế khu vực nông thôn. Nhiều người chủ động chia sẻ thông tin, tìm hiểu chính sách, thậm chí tham gia vào các mô hình kinh tế hoặc gửi phản hồi tới cơ quan chức năng. Khoảng 40–50% độc giả cho biết thông tin giúp họ hiểu rõ chính sách hoặc thúc đẩy hành động cụ thể như tìm hiểu mô hình kinh tế, chia sẻ thông tin, góp ý chính sách. Tỷ lệ độc giả "rất tin tưởng" và "khá tin tưởng" rằng thông tin có thể ảnh hưởng đến điều chỉnh chính sách của Nhà nước đạt mức cao (Dân Việt 69,6%; Nhân Dân điện tử 64,3% và Vietnamnet đạt 61,2%).

Kết quả khảo sát cũng cho thấy 83,5% độc giả Dân Việt, 83,1% độc giả Nhân Dân điện tử, 84,1% độc giả Vietnamnet thường xuyên đọc báo trên điện thoại. Các bài có video, infographic, ảnh thực tế, phóng sự ngắn, livestream... thu hút lượt xem, chia sẻ, bình luận cao gấp 1,5–2 lần so với bài viết truyền thống. Độc giả đánh giá cao giao diện thân thiện, tốc độ tải nhanh, ít quảng cáo gây rối, kích thước chữ dễ đọc (trên 58% ý kiến phản hồi).

Ba là, mức độ hài lòng của công chúng đối với nội dung, hình thức thông tin và khả năng cá nhân hoá, tương tác.

Nhìn chung, mức độ hài lòng của công chúng về nội dung thông tin khá cao, thể hiện sự ghi nhận đối với nỗ lực của các cơ quan báo chí trong việc cập nhật, phản ánh và phổ biến thông tin sát với thực tiễn đời sống kinh tế của người dân nông thôn. Kết quả khảo sát cho thấy, tỷ lệ độc giả cảm thấy "hài lòng" và "rất hài lòng" đạt 80,4% trên báo Dân Việt, 69,5% trên Nhân Dân điện tử và 65% trên Vietnamnet. Đây là những con số có ý nghĩa, cho thấy niềm tin và sự đánh giá tích cực của công chúng đối với nội dung thông tin được cung cấp.

Ở cả 3 báo khảo sát, các hình thức thông tin được ưa chuộng như video clip (trên 58%), bài viết phân tích chuyên sâu (trên 50%), tin ngắn hoặc gương điển hình nông dân (trên 50%) cho thấy sự linh hoạt trong lựa chọn định dạng tiếp cận thông tin của người dùng. Đây cũng là biểu hiện của xu hướng cá nhân hóa bước đầu trong truyền thông báo chí hiện đại, đáp ứng nhu cầu tiếp nhận đa dạng của người dân nông thôn với trình độ, thói quen và thời gian khác nhau.

Công chúng ngày càng có xu hướng tương tác tích cực hơn với thông tin về kinh tế nông thôn. Có đến trên 50% độc giả trên cả ba báo cho biết họ "khá thường xuyên" hoặc "rất thường xuyên" chia sẻ hoặc thảo luận các bài viết liên quan. Ngoài ra, nhiều người đã có hành động cụ thể sau khi tiếp nhận thông tin, như tìm hiểu chính sách (khoảng 51%), tham gia mô hình kinh tế (trên 35%), hoặc gửi góp ý, phản hồi tới cơ quan báo chí và các kênh truyền thông xã hội.

Bốn là, về khả năng tác động đến chính sách và thay đổi nhận thức, thái độ, hành vi của công chúng.

Ở mỗi mạng nội dung thông tin, đánh giá của công chúng về khả năng tác động của thông tin đến chính sách và người dân khác nhau, nhưng nhìn chung đều ghi nhận tác động tích cực của thông tin. Thông tin về chủ trương, chính sách phát triển kinh tế nông thôn được đánh giá là có ảnh hưởng rõ rệt đến nhận thức của công chúng. Kết quả khảo sát cho thấy, tỷ lệ người đánh giá thông tin có “tác động đáng kể” và “tác động rất mạnh mẽ” lần lượt đạt 63,3% ở Dân Việt, 55,2% ở Nhân Dân điện tử và 49% ở Vietnamnet. Điều này phản ánh khả năng định hướng dư luận tích cực của báo chí điện tử trong việc làm sáng tỏ chính sách, giúp người dân hiểu đúng và đầy đủ hơn các vấn đề liên quan đến phát triển nông nghiệp, nông dân, nông thôn. Thông tin về các vấn đề kinh tế – xã hội nông thôn cũng có tác động thiết thực đến sự thay đổi nhận thức và thái độ của người dân. Có đến trên 65% độc giả của cả ba báo cho biết họ “khá thường xuyên” hoặc “luôn luôn” thay đổi quan điểm, nhận thức sau khi tiếp nhận thông tin. Con số này đặc biệt nổi bật ở Dân Việt (65,8%) và Nhân Dân điện tử (63,6%), cho thấy vai trò ngày càng rõ nét của truyền thông báo chí trong việc nâng cao hiểu biết, góp phần điều chỉnh thái độ, hành vi tiếp cận chính sách và mô hình kinh tế mới.

Trên 50% độc giả ở cả ba báo cho biết họ đã chủ động tìm hiểu thêm về chính sách sau khi đọc báo. Khoảng 36–38% đã tham gia các mô hình kinh tế hoặc chia sẻ thông tin tới người thân, bạn bè, cộng đồng. Đặc biệt, hơn 25% số người được hỏi từng gửi góp ý, phản hồi về nội dung thông tin cho báo chí hoặc các cơ quan chức năng. Một bộ phận đáng kể công chúng tin tưởng rằng thông tin đúng và kịp thời từ báo chí có thể ảnh hưởng đến việc điều chỉnh chính sách của Nhà nước. Cụ thể, tỷ lệ người “rất tin tưởng” và “khá tin tưởng” chiếm 69% độc giả của Dân Việt, 64,3% lượng độc giả của Nhân Dân điện tử và 61,2% độc giả Vietnamnet. Đây là minh chứng cho thấy công chúng thực sự ghi nhận vai trò của báo chí là một kênh phản ánh thực tiễn có “sức nặng” đối với nhà hoạch định chính sách.

2. Những hạn chế, bất cập

Một là, sự mất cân đối về số lượng bài viết, tần suất tin bài theo thời gian, theo không gian và độ bao phủ thông tin giữa các mạng nội dung thông tin. Trong khi Dân Việt vượt trội với 321 bài viết, thì Vietnamnet có 121 bài và Nhân Dân điện tử có 207 bài trong cả năm 2024. Sự chênh lệch này không chỉ cho thấy sự khác biệt về định hướng

chiến lược của từng tòa soạn, mà còn phản ánh tình trạng chưa đồng đều trong việc ưu tiên nội dung nông thôn – nông dân – nông nghiệp trong hệ thống truyền thông quốc gia. Đặc biệt, Vietnamnet – tờ báo điện tử công nghệ cao với lượng độc giả lớn – lại “vắng mặt” trong nhiều giai đoạn quan trọng, chỉ tập trung vào một vài thời điểm, làm giảm hiệu quả lan tỏa thông tin đều đặn và thiếu tính liên tục, nhất là trong bối cảnh các chủ trương, chính sách cần được truyền thông dài hơi, kiên trì và sát sao theo từng giai đoạn triển khai.

Tình trạng phân bố đề tài không đồng đều giữa các địa phương và theo thời điểm cũng tạo cảm giác thiên lệch trong phản ánh thực tiễn sản xuất nông thôn. Trong khi một số địa phương như Hà Tĩnh, Đồng Tháp, Hưng Yên, Sơn La, Quảng Nam... được báo chí đề cập tương đối thường xuyên, thì nhiều vùng nông thôn khác – đặc biệt là các tỉnh miền núi phía Bắc hoặc khu vực Tây Nguyên – lại ít xuất hiện trên các báo.

Không những thế, trong khi các mô hình kinh tế hoặc chủ trương chính sách được đăng tải khá nhiều, thì một số chủ đề nóng như biến động thị trường, khó khăn vốn, chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ... đôi khi vẫn bị “bỏ quên”, khiến công chúng chưa có cái nhìn đầy đủ, đa chiều, toàn diện về thực trạng và thách thức của nông thôn Việt Nam hiện đại.

Hai là, một số bài viết còn thiếu chiều sâu, thiên về mô tả, phản ánh, tường thuật thực tế, kể chuyện mô hình hoặc cập nhật giá cả, thời vụ mà chưa có nhiều bài phân tích sâu về nguyên nhân thành công, thất bại, tác động dài hạn hoặc đề xuất chính sách. Vietnamnet và Nhân Dân – những tờ báo vốn có thế mạnh trong phân tích chính sách – lại chưa khai thác hiệu quả các bài điều tra điền dã hoặc phản ánh quá trình chuyển đổi kinh tế của người dân qua thời gian. Hệ quả là độc giả chỉ tiếp cận được những lát cắt đơn lẻ, thiếu hệ thống kiến thức tích hợp và tính định hướng chiến lược – điều vốn rất cần trong bối cảnh sản xuất nông nghiệp đang phải đối mặt với nhiều thách thức như biến đổi khí hậu, thị trường biến động, thiếu vốn và công nghệ sản xuất lạc hậu.

Thêm vào đó, một số bài viết còn lặp lại thông tin hoặc mang tính tuyên truyền khiên cưỡng, chưa thực sự thuyết phục. Một số tuyến bài trên Dân Việt, mặc dù phản ánh tích cực về mô hình khởi nghiệp, sản phẩm OCOP hay hợp tác xã thành công, nhưng ít đề cập đến khó khăn thực tế, rủi ro thị trường, mâu thuẫn nội bộ hoặc những yếu tố

làm hạn chế tính bền vững của mô hình. Điều này tạo ra một hình ảnh lạc quan quá mức, thiếu tính phản biện cần thiết trong bối cảnh truyền thông định hướng. Trong khi đó, Vietnamnet dù có đăng tải ý kiến chuyên gia, song lại chưa khai thác sâu các chiều cạnh trái chiều hoặc các vấn đề tồn tại trong quá trình thực thi chính sách ở cấp cơ sở.

Một khía cạnh nữa là sự thiếu đầu tư vào phương thức thể hiện. Mặc dù một số bài viết đã có kèm theo hình ảnh, video hoặc đồ họa, song tỷ lệ này còn thấp và chưa có tính hệ thống. Việc khai thác các hình thức thể hiện sinh động như infographic, bản đồ tương tác, dữ liệu mở hoặc video ngắn vẫn còn chưa nhiều, do đó chưa tạo được sự hấp dẫn để tiếp cận nhóm độc giả trẻ, người dùng mạng xã hội, hoặc người dân nông thôn chưa quen với hình thức báo chí truyền thống. Báo chí vẫn chủ yếu truyền tải bằng văn bản và ảnh chụp cơ bản, trong khi các lĩnh vực như nông nghiệp công nghệ cao, OCOP hay du lịch nông thôn hoàn toàn có thể thu hút độc giả qua các hình thức trực quan và sinh động hơn.

Ba là, việc cá nhân hóa thông tin mới dừng lại ở mức tiếp cận hình thức, chưa đi vào chiều sâu nội dung. Hầu hết các bài viết vẫn được trình bày dưới dạng phổ thông, chưa phân loại cụ thể theo nhóm đối tượng độc giả như: nông dân sản xuất nhỏ, hợp tác xã, thanh niên nông thôn, doanh nghiệp khởi nghiệp nông nghiệp... Điều này dẫn đến hiện tượng người đọc tuy có quan tâm nhưng khó tìm thấy những nội dung thực sự sát với bối cảnh cá nhân, từ đó ảnh hưởng đến khả năng chuyển hóa thông tin thành tri thức, hành động cụ thể.

Bốn là, khả năng phản hồi và tương tác hai chiều giữa người đọc với cơ quan báo chí còn hạn chế. Mặc dù tỷ lệ chia sẻ thông tin trên mạng xã hội đạt mức tương đối cao (trên 50%), nhưng tỷ lệ gửi góp ý, phản hồi trực tiếp chỉ dao động quanh mức 25–26%. Ngoài ra, còn khoảng 30% người đọc trên Vietnamnet không bao giờ hoặc ít khi chia sẻ, thảo luận thông tin. Điều này cho thấy cơ chế tiếp nhận và phản hồi thông tin của các tòa soạn chưa thực sự linh hoạt, các nền tảng báo chí chưa phát huy hết tiềm năng kết nối cộng đồng.

3. Giải pháp nâng cao hiệu quả thông tin về hoạt động kinh tế của người dân khu vực nông thôn trên báo mạng điện tử Việt Nam thời gian tới

Một là, nâng cao nhận thức, trách nhiệm của cơ quan báo chí và đội ngũ nhà báo trong tác nghiệp về hoạt động kinh tế của người dân khu vực nông thôn.

Trong kỷ nguyên chuyển đổi số toàn diện, vai trò của báo chí đã vượt xa chức năng truyền đạt thông tin một chiều để trở thành một thiết chế xã hội có trách nhiệm định hướng dư luận, thúc đẩy hành vi tích cực và phản biện chính sách, qua đó phản ánh trung thực thực tiễn đời sống. Hiệu quả của thông tin, chất lượng nội dung, hình thức, chiều sâu và sức lan tỏa phụ thuộc trực tiếp vào mức độ quan tâm đầu tư của lãnh đạo tòa soạn và sự chuyên sâu, gắn bó của đội ngũ phóng viên với thực tiễn nông thôn. Do đó, việc nâng cao nhận thức và trách nhiệm nghề nghiệp là giải pháp nền móng để tăng cường hiệu quả thông tin. Khi báo chí xác định rõ vai trò là "người đồng hành", thông tin sẽ không chỉ là dữ liệu mà còn là kim chỉ nam cho các quyết định sản xuất, kinh doanh của người dân nông thôn, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững.

Điều này đòi hỏi phải có định hướng chiến lược từ lãnh đạo cơ quan báo chí về tầm quan trọng của thông tin kinh tế nông thôn trong chiến lược nội dung dài hạn của tòa soạn. Lãnh đạo các cơ quan báo chí cần xác định rõ vai trò, trách nhiệm của báo chí trong phát triển kinh tế nông thôn, coi đó là nhiệm vụ trọng tâm, dài hạn, không chỉ nhằm cung cấp thông tin khách quan mà còn định hướng hành vi, thúc đẩy đổi mới sáng tạo. Phải xác định rõ đây không phải là đề tài phụ, mà là mảng chủ lực gắn với lợi ích quốc gia về phát triển nông nghiệp – nông dân – nông thôn, từ đó có kế hoạch hằng năm hoặc theo giai đoạn về kinh tế nông thôn, trong đó quy định rõ nội dung ưu tiên, nhóm đối tượng trọng tâm (nông dân, hợp tác xã, doanh nghiệp nông nghiệp...), vùng miền cần tập trung, hình thức thể hiện cần đổi mới. Đồng thời, phân công phóng viên chuyên trách hoặc tổ công tác riêng về lĩnh vực nông nghiệp – nông dân – nông thôn thay vì giao việc theo vụ việc. Tăng cường cử phóng viên đi thực tế tại địa phương, nhất là vùng sâu, vùng xa, vùng khó khăn, nơi đang có vấn đề nóng. Đảm bảo điều kiện tác nghiệp an toàn cho phóng viên, được hỗ trợ phương tiện, chi phí khi xuống địa bàn nông thôn, nhất là trong điều kiện xa trung tâm, cơ sở vật chất còn thiếu thốn. Thiết lập mạng lưới cộng tác viên, nguồn tin đáng tin cậy tại địa phương (trưởng thôn, cán bộ xã, cán bộ hợp tác xã, hộ nông dân sản xuất giỏi...) để thu thập thông tin sát thực và kịp thời. Khi người làm báo thực sự thấu hiểu và gắn bó với đời sống nông thôn, báo chí mới có thể làm tròn vai trò là người đồng hành, phản biện và thúc đẩy sự

phát triển bền vững cho khu vực này.

Hai là, nâng cao chất lượng nội dung thông tin và đa dạng hóa các hình thức truyền tải thông tin

Trong môi trường truyền thông hiện đại, hiệu quả thông tin không chỉ đo bằng số lượng người tiếp cận, mà còn bằng khả năng "giữ chân" độc giả thông qua chất lượng nội dung và hình thức thể hiện. Khi nội dung không chỉ mô tả mà còn phân tích bản chất, yếu tố thành công, rủi ro, và cung cấp cách làm cụ thể, địa chỉ liên hệ, người đọc có thể áp dụng ngay vào thực tiễn sản xuất, kinh doanh. Việc gắn thông tin kinh tế với chuyển đổi số nông nghiệp, OCOP, phát triển bền vững, nông thôn mới nâng cao sẽ giúp người dân hiểu rõ tác động của chính sách, từ đó đưa ra quyết định có tầm nhìn dài hạn. Đa dạng hóa hình thức truyền tải (video ngắn, infographic, podcast, báo chí dữ liệu) giúp đơn giản hóa nội dung chuyên môn cao, rút ngắn khoảng cách tiếp cận thông tin giữa người dân và tri thức khoa học. Cá nhân hóa nội dung và phân phối trên nhiều nền tảng (Zalo, YouTube, TikTok, Facebook) sẽ mở rộng diện tiếp cận, tăng cường khả năng chia sẻ và lan tỏa thông tin trong cộng đồng.

Để làm được điều này, chiến lược thông tin của các báo phải chuyển đổi từ mô tả sang phân tích sâu, gắn thông tin với chính sách và hành động cụ thể. Đội ngũ phóng viên, biên tập viên sẽ phải ưu tiên sử dụng video ngắn, infographic, bản đồ số, biểu đồ phân tích dữ liệu. Cùng với đó, cần tăng cường các yếu tố công nghệ để nâng cao khả năng cá nhân hóa nội dung thông tin theo địa phương, lĩnh vực, đối tượng, phân phối đồng bộ nội dung trên các nền tảng số phổ biến để tăng cường khả năng chia sẻ, mở rộng diện tiếp cận thông tin. Có thể số hóa dữ liệu và cung cấp công cụ tra cứu bằng việc tạo các bản đồ số về các vùng sản xuất nông nghiệp, vùng nguyên liệu, sản phẩm OCOP, xây dựng cơ sở dữ liệu mở cho người dân, doanh nghiệp truy cập tra cứu (ví dụ: thông tin thị trường, chính sách hỗ trợ, mô hình kinh tế...).

Ba là, nâng cao trình độ chuyên môn và nghiệp vụ báo chí đa phương tiện cho đội ngũ phóng viên kinh tế nông thôn

Công chúng hiện đại đòi hỏi sản phẩm thông tin vừa chính xác, vừa sinh động, dễ tiếp cận và mang tính hành động. Tuy nhiên, phần lớn phóng viên chưa được đào tạo bài bản về báo chí dữ liệu, thiết kế infographic, sản xuất video clip, hoặc sử dụng nền tảng

số để cá nhân hóa nội dung và tương tác với công chúng nông thôn. Năng lực chuyên môn sâu kết hợp kỹ năng đa phương tiện sẽ giúp phóng viên sản xuất những tác phẩm báo chí "đúng, trúng và cuốn hút" – không chỉ chính xác mà còn hấp dẫn, dễ hiểu, giữ chân độc giả và thúc đẩy hành động. Một mặt, bản thân phóng viên thâm nhập thực tiễn địa phương để "thấm" được vấn đề cốt lõi, sản xuất những tác phẩm báo chí mang tính phản biện, đề xuất chính sách hoặc truyền cảm hứng hành động. Mặt khác, sự hợp tác chặt chẽ giữa nhà báo với đội ngũ chuyên gia, nhà khoa học sẽ là nguồn cung cấp thông tin đáng tin cậy, giúp kiểm chứng dữ liệu, phân tích bối cảnh và đưa ra nhận định có giá trị học thuật, thực tiễn. Những tác phẩm có giá trị về nội dung lại được kết hợp với hình thức thể hiện đa phương tiện (video clip, phóng sự thực địa, infographic, podcast, data journalism) giúp thông tin được trình bày trực quan, dễ hiểu, tăng khả năng tiếp cận với nhiều nhóm đối tượng, đặc biệt là ở nông thôn và vùng sâu, vùng xa.

Các cơ quan báo chí cần phối hợp để tổ chức các lớp tập huấn, bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ cho phóng viên, biên tập viên theo chuyên đề, tập trung vào kiến thức về chính sách phát triển nông nghiệp, chuỗi giá trị nông sản, thị trường, tín dụng, chuyển đổi số, kinh tế tuần hoàn. Tổ chức các khóa hướng dẫn sử dụng công cụ hỗ trợ chuyên nghiệp (phần mềm dựng phim, thiết kế đồ họa, chỉnh sửa âm thanh, ứng dụng AI). Cùng với đó là việc tạo thuận lợi về cơ chế, chính sách cho phóng viên tăng cường hoạt động thực tế tại địa phương để rèn luyện kỹ năng tiếp cận thông tin tại cơ sở, đưa hơi thở của thực tiễn cuộc sống khu vực nông thôn đến với độc giả.

Bốn là, tăng cường khả năng tiếp cận thông tin của công chúng bằng cách ứng dụng công nghệ số, phân phối nội dung thông tin trên nhiều nền tảng số

Ứng dụng công nghệ số và mở rộng phân phối nội dung trên nhiều nền tảng là xu thế không thể đảo ngược trong truyền thông hiện đại. Đối với các thông tin về kinh tế nông thôn – với đặc thù công chúng có sự đa dạng về độ tuổi, nhu cầu, trình độ, điều kiện tiếp cận – thì giải pháp này không chỉ giúp mở rộng khả năng tiếp cận, mà còn giúp nâng cao năng lực truyền cảm hứng, thúc đẩy thay đổi và hình thành hành vi mới trong cộng đồng, là nền tảng để báo chí thực hiện tốt sứ mệnh "phục vụ nhân dân" trong thời đại số. Thực tiễn cho thấy nhu cầu tiếp cận thông tin của công chúng ngày càng đa dạng, linh hoạt và phụ thuộc nhiều vào thiết bị di động, mạng xã hội và nền

tảng số. Báo mạng điện tử, nếu chỉ dừng lại ở việc đăng tải nội dung trên website truyền thống, sẽ khó đáp ứng đầy đủ nhu cầu thông tin nhanh, gọn, tiện lợi và phù hợp với hành vi tiếp nhận mới của công chúng.

Các tòa soạn báo điện tử cần mở rộng hệ sinh thái nội dung sang nhiều nền tảng phổ biến với công chúng như Zalo Official Account, YouTube, TikTok, Facebook fanpage/group cộng đồng để cập nhật tin bài, giới thiệu mô hình, hướng dẫn kỹ thuật, xây dựng cộng đồng tương tác quanh chủ đề nông dân, khởi nghiệp nông thôn, chuyển đổi số nông nghiệp. Cần chuyển hóa bài viết từ website sang nhiều định dạng phù hợp cho các nền tảng khác nhau (bài ngắn, video, trích đoạn đồ họa, clip 1 phút, infographic). Chuyển từ minh họa sang thuyết phục bằng hình ảnh, từ truyền đạt sang dẫn dắt bằng công nghệ, kết hợp linh hoạt chữ viết, hình ảnh, đồ họa, video, âm thanh để tạo trải nghiệm thông tin trọn vẹn. Sử dụng longform, megastory, infographics làm công cụ chiến lược để nâng cao sức thuyết phục và lan tỏa. Việc ứng dụng công nghệ dữ liệu lớn (Big Data) để phân tích hành vi độc giả và đề xuất nội dung phù hợp với địa bàn sinh sống, ngành nghề, lứa tuổi, thói quen truyền thông, phát triển tính năng “lọc tin theo địa phương” hoặc “chọn chủ đề quan tâm” trên ứng dụng di động, tích hợp chatbot hoặc trợ lý ảo để trả lời nhanh cho người dân về chính sách, thị trường, thủ tục vay vốn... cũng là những cách thức phục vụ nhu cầu cá nhân hóa thông tin, giúp báo điện tử đến gần hơn với độc giả.

Năm là, định kỳ hằng năm tổ chức Giải Báo chí toàn quốc về nông nghiệp, nông dân, nông thôn

Việc tổ chức thường niên giải báo chí quy mô toàn quốc dành riêng cho chủ đề “nông nghiệp, nông dân, nông thôn” là giải pháp gián tiếp nhưng tác động sâu rộng tới chất lượng và hiệu quả thông tin, đặc biệt trên báo mạng điện tử. Giải thưởng ghi nhận chuyên môn, tạo động lực thúc đẩy các nhà báo chủ động tìm tòi, đi sâu, phản ánh toàn diện, khách quan và sinh động hơn về hoạt động sản xuất, đời sống, đổi mới nông thôn.

Thành công bước đầu của “Giải báo chí toàn quốc viết về nông nghiệp, nông dân, nông thôn Việt Nam năm 2023” (dành cho thể loại viết trên báo in và báo điện tử) do Trung ương Hội Nông dân Việt Nam chủ trì cùng Ban Tuyên giáo Trung ương, Hội Nhà

báo Việt Nam chỉ đạo; Báo Nông thôn Ngày nay/điện tử Dân Việt phối hợp với Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) tổ chức thực hiện⁽³⁾ cho thấy sức hút và tầm ảnh hưởng sâu rộng của một diễn đàn thông tin có chiều sâu, có tâm – có tầm. Sự tham gia đông đảo của nhiều cơ quan báo chí cả Trung ương và địa phương, từ Nhân Dân, TTXVN, VOV, VnExpress đến các báo tỉnh như Hà Tĩnh, An Giang, Bắc Giang, Lai Châu... đã làm nên một “bức tranh nông thôn” đa sắc màu, phản ánh chân thực và sinh động đời sống sản xuất, chuyển đổi số, mô hình kinh tế mới, hành trình OCOP hay nỗ lực làm chủ thị trường của người nông dân Việt Nam thời hội nhập. Không dừng lại ở đó, sự góp mặt của các tác giả không chuyên – từ sinh viên, giáo viên, nhiếp ảnh gia, mẹ Việt Nam anh hùng đến chính Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn – chính là minh chứng sống động rằng nông thôn là mối quan tâm chung của đông đảo người dân.

Trong thành công bước đầu và sức lan tỏa mạnh mẽ của Giải Báo chí toàn quốc về “Nông nghiệp, nông dân, nông thôn Việt Nam”, Báo điện tử Dân Việt – cơ quan ngôn luận của Trung ương Hội Nông dân Việt Nam – đã đóng vai trò nòng cốt, kiến tạo và kết nối. Không chỉ là đơn vị phối hợp tổ chức, Dân Việt đã thể hiện bản lĩnh của một tờ báo chuyên sâu về “tam nông”, tiên phong trong truyền thông hiện đại gắn với chuyển đổi số, đồng thời làm cầu nối giữa người nông dân, các nhà hoạch định chính sách và giới báo chí cả nước. Với thế mạnh về mạng lưới cộng tác viên sâu rộng, kinh nghiệm phong phú trong phản ánh thực tiễn nông thôn và năng lực tổ chức truyền thông quy mô lớn, Dân Việt không chỉ làm tốt vai trò “người đưa tin” mà còn là “người tạo ra dư luận xã hội tích cực” đối với các vấn đề nông nghiệp – nông dân – nông thôn. Chính nhờ sự dẫn thân, chủ động của đội ngũ báo Dân Việt, Giải báo chí không rơi vào tính hình thức, mà thật sự trở thành một phong trào chuyên môn sâu rộng, thu hút cả nhà báo chuyên nghiệp lẫn các cây viết không chuyên yêu nông thôn trên khắp cả nước. Đây cũng là những điều kiện thiết yếu để Dân Việt duy trì và nâng tầm giải thưởng trong những năm tiếp theo, bảo đảm tính liên tục, chuyên nghiệp, đồng thời khẳng định tầm nhìn dài hạn trong việc xây dựng một giải báo chí chất lượng cao, uy tín quốc gia, góp phần nâng cao vị thế của báo chí viết về nông thôn, thúc đẩy truyền thông chính sách, phát triển bền vững khu vực nông nghiệp – nông dân – nông thôn.

Kết luận

Thông tin về hoạt động kinh tế của người dân khu vực nông thôn trên báo mạng điện tử Việt Nam đã và đang thể hiện vai trò quan trọng trong việc định hướng, hỗ trợ, cung cấp tri thức, thúc đẩy chuyển đổi số và tạo diễn đàn phản biện chính sách. Để nâng cao hơn nữa hiệu quả của thông tin trong thời gian tới, cần có sự phối hợp đồng bộ từ các cơ quan báo chí, đội ngũ nhà báo, đến việc ứng dụng công nghệ và sự quan tâm của toàn xã hội. Việc thực hiện các giải pháp này không chỉ góp phần nâng cao chất lượng thông tin mà còn thúc đẩy sự phát triển bền vững của khu vực nông thôn, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người dân./.

Tài liệu tham khảo

- (1) Cơ quan thống kê quốc gia, Cục thống kê - Bộ Tài chính, "Hợp báo công bố số liệu thống kê kinh tế - xã hội quý IV và năm 2024", <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2025/01/hop-bao-cong-bo-so-lieu-thong-ke-kinh-te-xa-hoi-quy-iv-va-nam-2024/>
- (2) Cơ quan thống kê quốc gia, Cục thống kê - Bộ Tài chính, "Thông cáo báo chí về tình hình lao động, việc làm quý IV và năm 2024", <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2025/01/thong-cao-bao-chi-ve-tinh-hinh-lao-dong-viec-lam-quy-iv-va-nam-2024/>
- (3) Dân Việt (2023), Lễ trao giải báo chí toàn quốc viết về nông nghiệp - nông dân - nông thôn 2023, <https://danviet.vn/toan-canh-le-trao-giai-bao-chi-toan-quoc-viet-ve-nong-nghiep-nong-dan-nong-thon-viet-nam-nam-2023-20231211004839973-d1133982.html>