

Tương tác của công chúng trên Báo điện tử VnExpress.net hiện nay, thực trạng và một số giải pháp

Ngày nhận bài: 11/09/2025 | Ngày phản biện: 13/09/2025 | Ngày xuất bản: 14/10/2025

Tác giả: Nguyễn Văn Hào (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Tóm tắt: Trong kỷ nguyên truyền thông số, sự tương tác của công chúng đã trở thành yếu tố then chốt khẳng định sức hút và uy tín của báo mạng điện tử. Với vị thế là tờ báo tiếng Việt có lượng truy cập lớn nhất(1), VnExpress không chỉ dẫn đầu về tốc độ cập nhật mà còn tiên phong trong việc mở rộng không gian đối thoại, trao đổi đa chiều với độc giả. Những bình luận, phản hồi và chia sẻ từ công chúng đã và đang góp phần làm nên bản sắc, đồng thời khẳng định vị thế của VnExpress trong đời sống báo chí hiện nay.

1. Mở đầu

Từ điển tiếng Anh Oxford định nghĩa “tương tác” có nghĩa là hành động cùng nhau, một vật tác động vào một vật khác, hoặc nếu hai vật tương tác với nhau thì hai vật đó có ảnh hưởng lẫn nhau(2).

Theo Từ điển tiếng Việt (2003) từ “tương tác” là sự tác động qua lại lẫn nhau ví dụ: Lực tương tác giữa các vật; quan hệ tương tác giữa các nhân tố(3).

Trong tiến trình phát triển của truyền thông hiện đại, tính tương tác nổi lên như một đặc trưng mang tính bản chất, phản ánh sự vận động qua lại không chỉ giữa các cá nhân mà còn giữa những cộng đồng người trong môi trường số. Ở đây, công chúng không còn là đối tượng tiếp nhận thụ động mà được đặt ở vị trí trung tâm, trở thành thước đo để các nhà quản lý và sản xuất nội dung điều chỉnh chiến lược nhằm tối đa hóa sự chú ý và mức độ tham gia của công chúng.

Báo mạng điện tử (hay báo điện tử), có ưu thế vượt trội về nhiều nền tảng công nghệ như: Đa phương tiện (multimedia); siêu liên kết (hyperlink); tính tương tác (interactivity); nền tảng di động (mobile platform); trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (big data) và những công nghệ số tiên tiến khác để sản xuất, truyền tải và phân phối nội dung, phân tích hành vi độc giả, cá nhân hóa nội dung. Đây là môi trường trực tiếp để công chúng tham dự, phản hồi và đồng kiến tạo thông tin; qua đó, góp phần định hình dòng chảy báo chí đương đại. Khái niệm “công chúng báo chí”, vì thế, mang tính đa diện, bao hàm vai trò của người tiếp nhận trong quan hệ tác giả, tác phẩm và có thể phân nhánh thành nhiều dạng thức khác nhau như công chúng báo chí, công chúng văn học, công chúng nghệ thuật, công chúng thể thao,...⁽⁴⁾.

Bàn về khái niệm công chúng, E.P. Prôkhôrop (2004), trong cuốn “Cơ sở lý luận của báo chí” cho rằng: “Công chúng, tiếng Latinh - auditorium; audire có nghĩa là “nghe”, auditor là “người nghe”, đó là cộng đồng người, những người mà phương tiện thông tin đại chúng hướng tới và là những ai cảm thụ những thông tin được hướng tới họ”⁽⁵⁾.

Tại Việt Nam, vấn đề khái niệm “công chúng” đã được nhiều học giả quan tâm dưới các góc độ khác nhau. Trong tác phẩm Báo phát thanh (2002), công chúng báo chí được lý giải như những chủ thể tiếp nhận thông tin, chịu sự tác động từ sản phẩm báo chí, đồng thời có thể phân tách thành các nhóm: tiềm năng và thực tế, trực tiếp và gián tiếp⁽⁶⁾. Ở một hướng tiếp cận khác, tác giả Mai Quỳnh Nam trong cuốn giáo trình Truyền thông đại chúng và Dư luận xã hội đã khẳng định: “Công chúng chính là những người được cung cấp thông tin; tức là những chủ thể tiếp nhận mang tính quyết định đối với hiệu quả truyền thông”. Cách tiếp cận này cho thấy khái niệm công chúng không chỉ dừng lại ở phạm vi tiếp nhận thụ động mà còn mở rộng sang vai trò tác động trở lại đối với sản phẩm báo chí⁽⁷⁾.

Từ những khái niệm trên thể khẳng định: Hoạt động tương tác của công chúng trên báo mạng điện tử được hiểu là sự tham gia của công chúng vào quá trình truyền thông, bao gồm việc tiếp nhận, phản hồi và đồng thời kiến tạo thông tin.

2. Giới thiệu về Báo điện tử VnExpress

Tại Việt Nam, VnExpress chính thức ra mắt ngày 26/2/2001 dưới sự đầu tư của Tập đoàn FPT đã góp phần mở ra giai đoạn mới của báo chí Việt Nam khi trở thành tờ báo

trực tuyến hoàn toàn, không phụ thuộc vào ấn phẩm in. Đây là sự kiện mang tính bước ngoặt, đặt nền móng cho sự dịch chuyển mạnh mẽ từ báo chí truyền thống sang báo chí trực tuyến.

Theo Ông Phạm Hiếu, Tổng Biên tập Báo điện tử VnExpress, nhấn mạnh rằng: “Công nghệ đã trở thành yếu tố cốt lõi ngay từ khi tờ báo thành lập cách đây 22 năm. VnExpress đã đầu tư và phát triển nền tảng xuất bản báo chí (Editor) mã nguồn mở, cho phép tòa soạn liên tục cải tiến và ứng dụng công nghệ mới nhất. Đội ngũ công nghệ gồm khoảng 80 kỹ sư làm việc song hành cùng 250 phóng viên, biên tập viên. Hệ thống Editor này giúp tòa soạn vận hành thống nhất, không giới hạn không gian, thời gian, đảm bảo bảo mật nhiều lớp và phân cấp biên tập rõ ràng”⁽⁸⁾.

Trong hơn hai thập kỷ phát triển, VnExpress không ngừng mở rộng ảnh hưởng, hiện có trung bình 40 triệu độc giả thường xuyên mỗi tháng và đạt 191 triệu lượt truy cập vào tháng 11/2024, đứng thứ tư tại Việt Nam sau Google, YouTube và Facebook. Độc giả của báo phân bố tại 113 quốc gia, minh chứng cho vị thế và sức lan tỏa toàn cầu⁽⁹⁾.

Chính vì vậy, nhiều năm qua, dòng chữ “Báo tiếng Việt nhiều người xem nhất” vẫn luôn tự tin hiện diện trên trang chủ.

3. Thực trạng tương tác của công chúng trên Báo điện tử VnExpress.net

- Tương tác của công chúng trong chuyên mục “Ý kiến” và “Tâm sự”

Các phản hồi về nội dung bài viết trên Báo điện tử VnExpress.net sẽ được tòa soạn biên tập lại và đăng tải trong chuyên mục “Ý kiến”. Lấy ví dụ như bài viết: “11 anh em ruột tiếp tục kiện nhau vì 1.200 m² đất thừa kế” đăng tải trên Báo điện tử VnExpress ngày 16/05/2024. Ngoài nhận được hơn 138 lượt bình luận tương tác bên dưới hộp “Ý kiến”, bài viết còn nhận được sự tương tác mạnh mẽ với các ý kiến gửi về tòa soạn. Các ý kiến này đã được tổng hợp và biên tập lại dưới dạng bài viết trong mục “Ý kiến”.

Độc giả [bangdang.270923](#): "Nhiều vụ như thế này đã xảy ra rồi mà nhiều gia đình vẫn không rút được kinh nghiệm. Anh chị em trong gia đình biết nhường nhịn lẫn nhau, 'lọt sàng xuống nia', thì sẽ không xảy ra vấn đề gì. Đúng là 'giá nhà đất càng cao, tình người càng ít đi'.

Ở phiên xét xử trước đó, chủ tọa phân tích suốt nửa giờ "anh em một nhà, vì mảnh đất mà đưa nhau ra tòa, thì đều thua cả", 11 anh em ông Nam nhất định không hòa giải, nói sẽ theo kiện đến cùng.

Độc giả [Nguyễn Hiếu](#): "Tôi thì không rõ ai đúng ai sai, nhưng người thắng kẻ thua thì tình anh em ruột rà cũng đứt. Đắt lên giá thì tình cảm ruột rà hay gì cũng chẳng đáng kể".

**Theo bạn, cha mẹ có nên làm di chúc chia tài sản ngay từ khi còn minh mẫn?*

Hữu Nghị tổng hợp

>> Bài viết không nhất thiết trùng với quan điểm [VnExpress.net](#). Gửi bài [tại đây](#).

Hình ảnh bài báo: 11 anh em ruột tiếp tục kiện nhau vì 1.200 m2 đất thừa kế.

Bài viết đã tổng hợp ý kiến của 3 độc giả cũng như đặt ra câu hỏi: "Theo bạn, cha mẹ có nên làm di chúc chia tài sản ngay từ khi còn minh mẫn?" để tiếp tục tạo sự giao lưu tương tác với độc giả. Trong các bài viết trong chuyên mục "Ý kiến", Báo điện tử VnExpress luôn nhấn mạnh: "Bài viết không nhất thiết trùng với quan điểm VnExpress.net. Gửi bài [tại đây](#)" và dẫn nối tới phần Liên hệ tòa soạn.

Một điểm nhấn trong hệ thống chuyên mục của VnExpress là mục "Tâm sự", nơi tập trung những chia sẻ cá nhân về đời sống tình cảm, hôn nhân, gia đình và các vấn đề mang tính riêng tư. Đây không chỉ là không gian để độc giả bộc bạch trải nghiệm, cảm xúc mà còn là diễn đàn tạo sự đồng cảm, gắn kết cộng đồng thông qua đối thoại và phản hồi. Nhờ tính gần gũi và khả năng chạm tới nhu cầu bày tỏ của công chúng, chuyên mục này liên tục thu hút lượng lớn bài viết gửi về mỗi ngày, trở thành một trong những kênh tương tác sôi động bậc nhất của tòa soạn.

Mỗi chia sẻ của độc giả đều được Ban biên tập biên tập lại nội dung (nếu cần) và thiết kế thêm hình thức cho bắt mắt. Dưới mỗi bài viết đều có phần "Độc giả gọi vào số 024 7300 8899 (máy lẻ 4529) trong giờ hành chính để được hỗ trợ, giải đáp thắc mắc", đây cũng là một hình thức tương tác được Tòa soạn lồng ghép để tăng phương thức tương tác với độc giả.

Chán nản vì chồng chọn tiết kiệm thay vì cố gắng kiếm thêm tiền

Anh có thể để bản thân thất nghiệp ở nhà cả năm, đi làm lương thấp cũng không có ý định thay đổi.

Chán chồng vì anh an phận.

00:00 02:25

Tốc độ phát 1x

10 10

Tôi và chồng bằng tuổi, quen biết và chơi trong nhóm bạn thân từ năm 16 tuổi. Đến năm 20 tuổi, do sự gán ghép của các bạn trong nhóm, chúng tôi chuyển sang yêu nhau một cách tự nhiên và đầy gắn bó. Cả hai là mối tình đầu của nhau cho đến giờ, yêu với tâm thế tình yêu này là duy nhất và không thay đổi. Yêu nhau tròn bốn năm, chúng tôi cưới. Ngày ấy tôi còn ngây ngô, chưa biết gì nhiều, còn chồng trưởng thành, chín chắn trong suy nghĩ. Chúng tôi đều không phải xuất sắc, để đạt cao trong chuyện học hành, tuy nhiên vẫn có cái bằng để xin việc.

Ý kiến (84)

Chia sẻ ý kiến của bạn

Quan tâm nhất

Mới nhất

C

Chương phòng Lee

Em dao to búa lớn rồi đến cuối cùng em đã làm được gì to tát chưa mà chê chồng vậy =))

Thích 150 Trả lời 3

7 trả lời

T

tranhoanges

Đã không làm được những j mình tưởng là có thể thì hãy yên phận, đừng làm loạn lên nữa, ranh zoi bạn ngoại tình đang cực kỳ mong manh kia

Thích 77 Trả lời 3

1 trả lời

C

cuongphong1234sp

Lương của bạn giờ là bao nhiêu , chồng là bao nhiêu . Nếu bạn viết đầy đủ thì mọi người sẽ tư vấn dễ hơn .

Thích 72 Trả lời 3

1 trả lời

Hình ảnh chia sẻ của độc giả đã được chỉnh sửa thiết kế thêm hình ảnh cũng như chèn Voice Off để độc giả tiện theo dõi.

Ngoài sự tương tác giữa độc giả và tòa soạn, ở từng bài viết trong chuyên mục “Tâm sự” còn nhận được sự tương tác mạnh giữa các độc giả với nhau. Dưới mỗi bài viết, công chúng đón đọc và bày tỏ ý kiến xoay quanh chia sẻ được đăng tải. Sự tương tác qua lại nhằm bày tỏ quan điểm; một lần nữa nhấn mạnh ưu điểm của tương tác, năng lực thu hút độc giả của Báo điện tử VnExpress.

Qua khảo sát, có thể nhận thấy sự tương tác không đồng đều ở mỗi bài. Số lượng tương tác cũng phân chia theo nội dung và hình thức bài báo, Với một số bài viết chủ đề xã hội, dân sinh thường nhận được sự quan tâm và tương tác lớn của công chúng. Một số tin ngắn có lượng phản hồi thấp do chỉ mang tính chất cung cấp thông tin, không có vấn đề.

Theo dữ liệu được công bố, trong năm 2025, Báo điện tử VnExpress đã ghi nhận một khối lượng lớn ý kiến tương tác từ độc giả. Cụ thể, hệ thống đã tiếp nhận gần 5 triệu ý kiến, có nguồn gốc từ hàng nghìn chuyên gia và công chúng⁽¹⁰⁾.

Dựa trên phân tích số liệu tổng hợp này, có thể ngoại suy rằng lưu lượng ý kiến đóng góp trung bình hàng tháng mà nền tảng VnExpress tiếp nhận ước tính vào khoảng hơn 400.000 lượt. Trung bình, mỗi ngày Báo điện tử VnExpress nhận được 13.700 bình luận của độc giả⁽¹¹⁾.

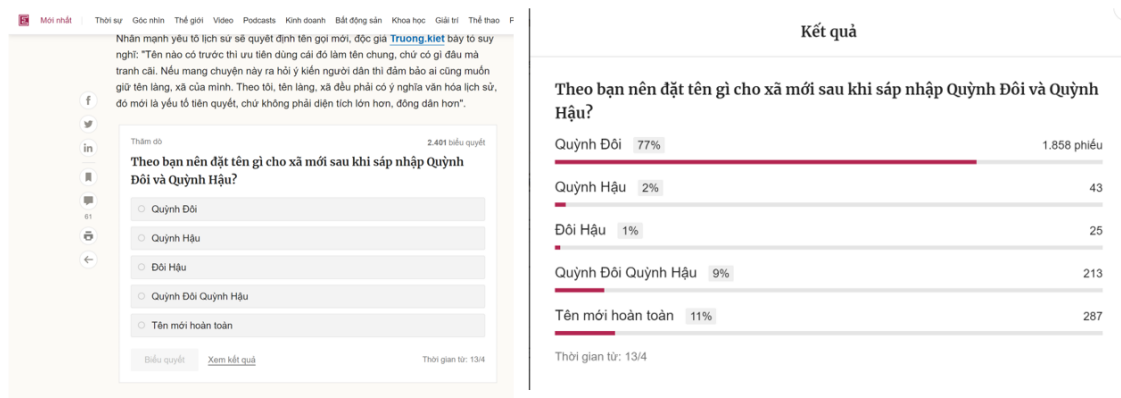
Để hỗ trợ các biên tập viên, VnExpress.net đã sử dụng hệ thống AI tự động xóa các comment vi phạm nguyên tắc (các từ ngữ chửi bậy, các từ chống phá Đảng, nhà nước,...) để đảm bảo theo tiêu chuẩn cộng đồng⁽¹²⁾. Các nội dung đóng góp này

được xem là một kênh tham vấn và phản biện chính sách, tập trung vào các vấn đề có tầm ảnh hưởng xã hội như: tái cấu trúc và tinh gọn bộ máy nhà nước, các vấn đề liên quan đến thị trường công nghệ, và những nội dung trong luật Bảo hiểm y tế.

- Tương tác qua hình thức bình chọn trực tuyến, gửi phản hồi

Theo khảo sát, hình thức tương tác thông qua bình chọn/thăm dò ý kiến được xác định là một chiến lược then chốt, đặc biệt được VnExpress.net đẩy mạnh triển khai nhằm tối ưu hóa sự tham gia của công chúng. Phân tích cụ thể cho thấy, đối với những chủ đề mang tính thời sự, gây tranh luận hoặc có nhiều quan điểm trái chiều, tòa soạn đã áp dụng phương pháp lồng ghép các công cụ thăm dò (polling/survey tools) một cách tinh tế. Việc này không chỉ khơi gợi sự tương tác trực tiếp mà còn cho phép độc giả bày tỏ quan điểm cá nhân một cách có hệ thống, đồng thời thu thập dữ liệu về xu hướng dư luận xã hội (social sentiment data).

Phỏng vấn sâu nhà báo Lộc Chung, phóng viên Báo điện tử VnExpress chỉ ra rằng: “Bên cạnh các mục bình luận thông thường, những bài viết cần trưng cầu ý kiến độc giả được tạo ra để độc giả có thể dễ dàng bày tỏ quan điểm có - không đối với một vấn đề nào đó, họ chỉ cần click chuột. Việc này được công khai ngay sau khi độc giả bình chọn, như vậy giúp họ thấy rõ chiều hướng quan điểm của xã hội về một số vấn đề”.



Hình ảnh bảng thăm dò “Theo bạn nên đặt tên gì cho xã mới sau khi sáp nhập Quỳnh Đôi và Quỳnh Hậu?” trong bài báo “Nên chọn tên mới khi sáp nhập xã quê Hồ Xuân Hương” (VnExpress 13/4/2024).

Đặc biệt trong mục “Tư vấn” của chuyên mục “Pháp luật”, hình thức tương tác này đã được tận dụng hiệu quả trong từng bài viết. Trong phần “Diễn đàn giao lưu”, mục “Tư

vấn” của chuyên mục “Pháp luật”, các câu hỏi được đăng tải có sự kết hợp giữa ba hình thức tương tác: Gửi thư phản hồi (liên hệ tòa soạn), bình chọn thăm dò và hộp phản hồi bên dưới bài viết. Mỗi bài viết sau khi đăng tải sẽ đi kèm một đường link liên kết dẫn đến phần trả lời câu hỏi của chuyên gia. Sự kết hợp linh hoạt giữa các hình thức tương tác giúp độc giả có cái nhìn khách quan và đa chiều về vấn đề.

Với hình thức bình chọn thăm dò, độc giả có thể nhìn thấy quan điểm của các độc giả khác thông qua phần hiển thị “kết quả”.



Hình ảnh kết quả bình chọn của độc giả với câu hỏi “Theo hiểu biết của bạn, nợ thuế TNC có bị hoãn xuất cảnh?” do Báo điện tử VnExpress đưa ra.

4. Một số thách thức trong triển khai các hình thức tương tác của công chúng trên Báo điện tử VnExpress

Áp lực từ mạng xã hội (Social Media Pressure): Sự chi phối mạnh mẽ của các nền tảng như Facebook, YouTube, TikTok đã làm thay đổi rõ rệt thói quen tiếp nhận thông tin (news consumption) của công chúng. Người dùng đứng trước tình trạng “rừng dữ liệu” khổng lồ (information overload), nơi tốc độ lan truyền và tính giải trí thường được ưu tiên hơn độ tin cậy. Điều này đặt báo điện tử vào thách thức lớn trong việc giữ chân độc giả (audience retention), đồng thời khẳng định vai trò cốt lõi của báo chí trong fact-checking và định hướng dư luận.

Chi phí công nghệ cao (High Technology Cost): Báo chí số hiện nay đòi hỏi đầu tư mạnh vào hạ tầng công nghệ (IT infrastructure), từ máy chủ, bảo mật đến hệ thống quản lý nội dung (CMS). Khoản chi này nhiều khi còn lớn hơn cả chi phí dành cho đội ngũ phóng viên. Đặc biệt, việc xây dựng diễn đàn trực tuyến (online forum) và nền tảng tương tác yêu cầu nhân lực chuyên môn cao cùng thiết bị hiện đại, tạo sức ép lớn về vận hành và cần nguồn tài chính bền vững.

Hạn chế trong trải nghiệm người dùng (User Experience - UX): Nghiên cứu cho thấy mức độ tương tác (user engagement) giữa các loại tin không đồng đều; các bản tin ngắn thường ít phản hồi. Giao diện bình luận còn đơn giản, thiếu công cụ đa dạng biểu cảm. Công tác kiểm soát (moderation) các bình luận tiêu cực, vẫn là vấn đề nan giải, nếu không kiểm soát tốt sẽ gây ảnh hưởng đến hình ảnh và uy tín của cơ quan báo chí.

Mô hình kinh doanh chưa bền vững (Unsustainable Business Model): Doanh thu chủ yếu vẫn dựa vào quảng cáo (advertising), truyền thông thương hiệu và sự kiện. Tuy nhiên, nguồn thu này đang suy giảm trong bối cảnh sự cạnh tranh khốc liệt giữa các nền tảng số và công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) phát triển mạnh mẽ như hiện nay. Mặt khác, độc giả trong thời đại số không còn đọc trang báo gốc (refer to the primary news source) mà chỉ sử dụng công cụ ChatGPT để tổng hợp nhanh các dạng tin tức hot trong ngày. Điều đó cho thấy báo điện tử cần sớm xây dựng các mô hình kinh doanh đa dạng (diversified revenue streams) và bền vững để thích ứng lâu dài.

5. Giải pháp nhằm tăng cường tương tác của công chúng trên Báo điện tử VnExpress.net hiện nay

Nâng cao chất lượng tương tác trên VnExpress không chỉ là một yêu cầu về mặt kỹ thuật, mà là một bài toán chiến lược mang tính sống còn trong bối cảnh hệ sinh thái truyền thông số đang biến đổi sâu sắc. VnExpress, dù là một hình mẫu thành công của báo chí điện tử Việt Nam, vẫn đang đối mặt với những thách thức không nhỏ từ áp lực cạnh tranh của mạng xã hội; chi phí công nghệ; trải nghiệm người dùng đang còn hạn chế và mô hình kinh doanh chưa thực sự bền vững.

Do đó, để củng cố vai trò tiên phong của mình, theo tôi Báo điện tử VnExpress cần một chiến lược toàn diện, tập trung vào ba trụ cột chính: Nội dung, công nghệ, và cộng đồng.

Thứ nhất, về trụ cột nội dung: VnExpress cần sản xuất nội dung số vượt lên trên tin tức, kiến tạo giá trị chiều sâu. Trên mọi nền tảng số, tương tác có ý nghĩa đều bắt nguồn từ nội dung chất lượng cao. Trong bối cảnh công chúng bị quá tải thông tin (information overload) và có xu hướng ưu tiên tốc độ hơn độ tin cậy, VnExpress cần khẳng định vai trò cốt lõi của báo chí chính thống:

- + Phát triển "báo chí kiến tạo": Thay vì chỉ phản ánh thực trạng, các tuyến bài cần đi sâu vào phân tích đa chiều, đề xuất giải pháp và lan tỏa các giá trị nhân văn. Đây là cách tạo ra giá trị khác biệt mà các nền tảng mạng xã hội khó có thể sao chép.

- + Cá nhân hóa và đa phương tiện: Cần đẩy mạnh việc cá nhân hóa nội dung để phù hợp với hành vi tiếp nhận của từng nhóm độc giả. Đồng thời, đa dạng hóa hình thức thể hiện bằng video, podcast, đồ họa tương tác (infographic) và các định dạng phù hợp với nền tảng như TikTok hay loa thông minh.

- + Nâng tầm các chuyên mục tương tác: Các chuyên mục như "Góc nhìn" hay "Tâm sự" đã chứng tỏ được sức hút lớn, tạo ra những diễn đàn thu nhỏ nơi độc giả có thể thảo luận sôi nổi và xây dựng một cộng đồng độc giả trung thành. Việc đầu tư để mời thêm các chuyên gia đầu ngành, các nhà khoa học tham gia viết bài sẽ cung cấp những góc nhìn khách quan, đa chiều, đáp ứng "cơn khát" thông tin chính thống và có chiều sâu của công chúng.

Thứ hai, trụ cột công nghệ: Cần đầu tư toàn diện để tối ưu trải nghiệm và vận hành; công nghệ không chỉ là công cụ mà còn là nền tảng cho mọi đổi mới về tương tác. Mặc dù chi phí đầu tư hạ tầng công nghệ rất lớn, đây là khoản đầu tư chiến lược để xây dựng một "tòa soạn thông minh".

- + Ứng dụng AI sâu rộng: Trí tuệ nhân tạo (AI) cần được khai thác triệt để hơn, không chỉ trong việc gợi ý tin bài mà còn trong biên tập và xử lý bình luận. Điều này sẽ giúp giải quyết bài toán nan giải về kiểm duyệt (moderation) các bình luận tiêu cực, vốn ảnh hưởng đến uy tín của tòa soạn, đặc biệt là trên các nền tảng mạng xã hội.

- + Cải thiện trải nghiệm người dùng (UX): Giao diện bình luận hiện tại còn khá đơn giản. Cần nâng cấp bằng cách bổ sung các công cụ biểu đạt cảm xúc đa dạng, cho phép

thảo luận theo luồng (threaded comments) và xây dựng hồ sơ người dùng (user profile) để khuyến khích các tương tác chất lượng cao và xây dựng cộng đồng.

+ Đa dạng hóa sản phẩm số: Ngoài các bài báo truyền thống, cần mạnh dạn triển khai các sản phẩm công nghệ mới như thực tế ảo/thực tế tăng cường (VR/AR) để tạo ra những trải nghiệm báo chí độc đáo. Hợp tác với các công ty công nghệ chuyên sâu như Insider hay Taboola cũng là một hướng đi hiệu quả để tối ưu hóa việc phân phối nội dung và tăng lượng truy cập.

Thứ ba, trụ cột cộng đồng và kinh doanh: Xây dựng quan hệ bền chặt và đa dạng hóa nguồn thu. Tương tác hiệu quả sẽ giúp gắn kết công chúng với tòa soạn, biến độc giả từ người tiếp nhận thông tin thụ động thành người tham gia sáng tạo nội dung và trở thành một phần của cộng đồng.

+ Chủ động xây dựng cộng đồng: Cần tăng cường xây dựng các diễn đàn trực tuyến (online forum) và tổ chức các buổi đối thoại trực tiếp giữa chuyên gia và độc giả. Mỗi bài viết, đặc biệt ở các chuyên mục có tính thảo luận cao, đều có thể trở thành một diễn đàn thu nhỏ, nơi công chúng kết nối với nhau.

+ Quản trị dữ liệu độc giả: Việc phân tích dữ liệu người dùng sẽ giúp tòa soạn thấu hiểu sâu sắc hơn về công chúng của mình, từ đó tối ưu hóa chiến lược nội dung và thương mại một cách hiệu quả.

+ Đổi mới mô hình kinh doanh: Sự phụ thuộc vào quảng cáo là một mô hình kinh doanh không còn bền vững. Việc phát triển mô hình thu phí độc giả (subscription) là một giải pháp dài hạn. Để độc giả sẵn sàng chi trả, VnExpress phải tạo ra được những giá trị khác biệt và thiết thực, chẳng hạn như nội dung phân tích chuyên sâu độc quyền, quyền truy cập vào các diễn đàn chuyên gia, hay các dịch vụ hỗ trợ như thương mại điện tử.

6. Kết luận

Để duy trì vị thế dẫn đầu trong kỷ nguyên báo chí số, VnExpress.net cần nhận thức rằng tương tác của công chúng không chỉ là một tính năng, mà là yếu tố then chốt quyết định sự sống còn. Thay vì chỉ là kênh cung cấp tin tức, VnExpress phải trở thành

một hệ sinh thái đối thoại đa chiều, nơi độc giả được khuyến khích tham gia và trở thành người đồng kiến tạo nội dung.

Để đạt được mục tiêu này, VnExpress cần tập trung vào ba giải pháp chính:

Thứ nhất là, đổi mới nội dung để tạo ra những chủ đề có chiều sâu, khuyến khích tương tác.

Thứ hai là, ứng dụng công nghệ để xây dựng các công cụ tương tác thân thiện, dễ sử dụng.

Thứ ba là, xây dựng cộng đồng để biến độc giả thành những người gắn bó và đóng góp tích cực.

Tóm lại, tương lai của VnExpress phụ thuộc vào khả năng chuyển mình từ một trang tin tức sang một diễn đàn đối thoại công luận sôi động, nơi tương tác của công chúng là dòng chảy nuôi dưỡng sự phát triển bền vững./.

Tài liệu tham khảo

- (1), (9) Datareportal, Kỹ thuật số 2025: Việt Nam, ngày xuất bản 3 tháng 3 năm 2025 tại địa chỉ: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-vietnam>.
- (2) Từ điển tiếng Anh Oxford English Dictionary, 2020, tr.153.
- (3) Hoàng Phê (2021), Từ điển Tiếng Việt, Nxb. Hồng Đức, Hà Nội, tr.243.
- (4), (7) Mai Quỳnh Nam (1996), Truyền thông đại chúng và Dư luận xã hội, Tạp chí Xã hội học, số 1.
- (5) E.P. Prôkhôrop (2004), Cơ sở lý luận của báo chí tập 2, Nxb. Thông tấn, Hà Nội, tr.43.
- (6) Nguyễn Văn Dũng (2002), Báo phát thanh, Nxb. Văn hóa thông tin, tr.36.
- (8) Ngô Việt Anh, Công nghệ phát triển mang lại cho người làm báo cơ hội sáng tạo không có điểm dừng, ngày xuất bản 21/06/2023 tại địa chỉ: https://nhandan.vn/special/congnghe_nguoi lambao_sangtao/index.html
- (10), (11) VnExpress tròn 24 tuổi, ngày xuất bản 26 tháng 2 năm 2025 tại địa chỉ: <https://vnexpress.net/vnexpress-tron-24-tuoi-4849460.html>.
- (12) Thi Uyên, Dự báo xu hướng báo chí - truyền thông và công nghệ năm 2025, ngày xuất bản 11 tháng 2 năm 2025 tại địa chỉ: <https://special.nhandan.vn/xu-huong-bao-chi-2025/index.html>.