

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

ĐẶNG HUYỀN LINH

XÂY DỰNG KÊNH PODCAST CHO
BÁO ĐẠI BIỂU NHÂN DÂN

ĐỀ ÁN THẠC SĨ

Ngành: Báo chí học (định hướng ứng dụng)

Hà Nội - 2026

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

ĐẶNG HUYỀN LINH

XÂY DỰNG KÊNH PODCAST CHO
BÁO ĐẠI BIỂU NHÂN DÂN

Đề án Thạc sĩ chuyên ngành Báo chí học (định hướng ứng dụng)
Mã số: 8320101

Người hướng dẫn khoa học

Chủ tịch hội đồng

PGS.TS Đặng Thị Thu Hương

PGS.TS Đinh Văn Hường

Hà Nội – 2026

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi với sự hướng dẫn từ PGS.TS. Đặng Thị Thu Hương. Các nội dung triển khai và kết quả trong đề án này là trung thực và chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu, đề án nào trước đây.

Đề án có sự tham khảo và trích dẫn các tài liệu trong và ngoài nước thuộc danh mục tài liệu tham khảo.

Hà Nội, ngày tháng năm

Học viên

Đặng Huyền Linh

LỜI CẢM ƠN

Trước hết, tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới PGS.TS. Đặng Thị Thu Hương, người đã trực tiếp hướng dẫn khoa học cho đề án này. Trong suốt quá trình thực hiện, Cô luôn tận tình quan tâm, theo sát và dành cho tôi nhiều ý kiến góp ý quý báu, giúp tôi từng bước hoàn thiện nội dung đề án một cách đầy đủ và chặt chẽ hơn.

Tôi cũng xin trân trọng cảm ơn Ban Giám hiệu Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội cùng toàn thể quý Thầy, Cô đang công tác tại Viện Đào tạo Báo chí và Truyền thông đã nhiệt tình hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi cho tôi trong suốt hai năm học tập và rèn luyện. Đồng thời, tôi xin gửi lời cảm ơn tới tập thể học viên lớp Báo chí học (định hướng ứng dụng) khóa 2023 đã luôn đoàn kết, sẻ chia và đồng hành cùng tôi trong suốt quá trình học tập.

Về phía đơn vị, tôi xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo Báo Đại biểu Nhân dân đã luôn quan tâm, ủng hộ và tạo điều kiện để tôi hoàn thành đề án theo cách tốt nhất.

Cuối cùng, tôi xin gửi lời tri ân sâu sắc tới gia đình và bạn bè, những người luôn ở bên động viên, khích lệ và tạo mọi điều kiện thuận lợi để tôi có thể yên tâm học tập và hoàn thiện đề án này.

Hà Nội, ngày tháng năm

Học viên

Đặng Huyền Linh

MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG BIỂU, HÌNH ẢNH.....	3
MỞ ĐẦU	4
1. Lý do lựa chọn đề án.....	4
2. Lịch sử các nghiên cứu, ứng dụng liên quan đến đề án	5
3. Mục tiêu, nhiệm vụ của đề án.....	11
4. Đối tượng, phạm vi của đề án.....	12
5. Các phương pháp nghiên cứu.....	12
6. Ý nghĩa của đề án	14
7. Cấu trúc của đề án.....	14
CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN, PHÁP LÝ VÀ THỰC TIỄN CHO HOẠT ĐỘNG XÂY DỰNG KÊNH PODCAST BÁO CHÍ	16
1.1. Các khái niệm liên quan.....	Error! Bookmark not defined.
1.2. Cơ sở pháp lý cho hoạt động podcast trong cơ quan báo chí chính luận.....	24
1.3. Cơ sở thực tiễn cho việc xây dựng kênh podcast báo chí.....	27
1.4. Bài học tham khảo đối với việc xây dựng kênh podcast của Báo Đại biểu Nhân dân.....	30
Tiểu kết Chương I	33
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG, ĐIỀU KIỆN VÀ NHU CẦU XÂY DỰNG KÊNH PODCAST CỦA BÁO ĐẠI BIỂU NHÂN DÂN	35
2.1. Giới thiệu về Báo Đại biểu Nhân dân.....	35
2.2. Hệ sinh thái nội dung và nền tảng số của Báo Đại biểu Nhân dân	37
2.3. Khảo sát ban đầu về điều kiện xây dựng và sản xuất podcast tại Báo Đại biểu Nhân dân	38
2.4. Khảo sát nhu cầu công chúng Báo Đại biểu Nhân dân về kênh podcast	42
2.5. Kết quả phỏng vấn sâu.....	49
Tiểu kết Chương 2	49
CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP XÂY DỰNG KÊNH PODCAST CHO BÁO ĐẠI BIỂU NHÂN DÂN	51
3.1. Những vấn đề đặt ra đối với Báo Đại biểu Nhân dân trong đáp ứng nhu cầu	

công chúng số	51
3.2. Các nhóm giải pháp xây dựng kênh podcast.....	53
3.3. Đề xuất mô hình kênh podcast cho Báo Đại biểu Nhân dân.....	58
3.4. Lộ trình triển khai và phương án nguồn lực - tài chính.....	62
Tiểu kết Chương 3	68
KẾT LUẬN	70
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	Error! Bookmark not defined.
PHỤ LỤC 1: BẢNG KHẢO SÁT.....	Error! Bookmark not defined.
PHỤ LỤC 2: TỔNG HỢP KẾT QUẢ KHẢO SÁT CÔNG CHÚNG	89
PHỤ LỤC 3: PHIẾU CUNG CẤP VÀ XÁC NHẬN THÔNG TIN VỀ ĐIỀU KIỆN XÂY DỰNG KÊNH PODCAST TẠI BÁO ĐẠI BIỂU NHÂN DÂN.....	107
PHỤ LỤC 4: BẢNG KHẢO SÁT NHU CẦU CÔNG CHÚNG ĐỐI VỚI KÊNH PODCAST BÁO ĐẠI BIỂU NHÂN DÂN.....	110
PHỤ LỤC 5: TỔNG HỢP KẾT QUẢ KHẢO SÁT CÔNG CHÚNG ĐỐI VỚI KÊNH PODCAST BÁO ĐẠI BIỂU NHÂN DÂN.....	115
PHỤ LỤC 6: BIÊN BẢN PHỎNG VẤN SÂU NHÀ BÁO BÁO ĐẠI BIỂU NHÂN DÂN.....	123
PHỤ LỤC 7: BIÊN BẢN PHỎNG VẤN SÂU CHUYÊN GIA... Error! Bookmark not defined.	

DANH MỤC BẢNG BIỂU, HÌNH ẢNH

Bảng 1.1. Yêu cầu pháp lý theo vòng đời sản phẩm podcast.....	26
Bảng 1.2. Tỷ lệ đánh giá tích cực đối với ba kênh podcast khảo sát.....	29
Bảng 2.1. Kết quả từ Phiếu cung cấp và xác nhận thông tin về điều kiện xây dựng kênh podcast Báo Đại biểu Nhân dân.....	41
Bảng 2.2. Một số chỉ báo về mức độ tiếp cận Báo và nhu cầu đối với podcast.....	43
Bảng 2.3. Nhu cầu nổi bật về nội dung và hình thức podcast.....	45
Bảng 2.4. Nhu cầu về thời lượng, tần suất và nền tảng phát hành.....	46
Bảng 3.1. Khung cấu trúc đề xuất cho Trục A.....	60
Bảng 3.2. Khung cấu trúc đề xuất cho Trục B.....	61
Bảng 3.3. Lộ trình triển khai kênh podcast của Báo Đại biểu Nhân dân.....	63
Bảng 3.4. Phương án huy động nguồn lực cho giai đoạn thử nghiệm.....	65
Bảng 3.5. Khung dự toán tài chính cho kênh podcast.....	66

MỞ ĐẦU

1. Lý do lựa chọn đề án

Trong kỷ nguyên truyền thông số, khi tốc độ tiếp nhận thông tin ngày càng nhanh và nhu cầu cá nhân hóa nội dung ngày càng cao, podcast đã nổi lên như một hình thức truyền thông linh hoạt, hiện đại và đầy tiềm năng phát triển trong môi trường số ngày nay. Theo Báo cáo Digital News Report 2025 của Reuters Institute for the Study of Journalism, tỷ lệ người nghe podcast thường xuyên tiếp tục tăng mạnh với khoảng 41% người dùng Internet toàn cầu cho biết họ nghe podcast ít nhất mỗi tuần trong đó đa số là người trẻ, có trình độ học vấn cao và quan tâm đến các chủ đề xã hội, chính trị, kinh tế. Đây cũng chính là nhóm công chúng mà các cơ quan báo chí đang nỗ lực tiếp cận trong hành trình chuyển đổi số. [37]

Tại Việt Nam nhiều cơ quan báo chí lớn đã bắt nhịp rất tốt với xu hướng này. Ví dụ như báo VnExpress hiện có loạt podcast “Tiêu điểm” và “Hộp đen” khai thác sâu các chủ đề thời sự, điều tra, pháp luật; Tuổi Trẻ Online phát triển chuỗi podcast “Sống khỏe”, “Giải mã” và “Radio Tuổi Trẻ” mang lại lượng tương tác và lượt nghe ổn định hàng tuần. Zing News, Báo Nhân Dân, hay Thanh Niên cũng đã cho ra mắt các chương trình âm thanh dưới dạng talkshow hoặc tin tức tổng hợp, góp phần làm phong phú hệ sinh thái nội dung và mở rộng độ phủ trên các nền tảng số như: Spotify, Apple Podcasts và Google Podcasts. Việc tham gia vào phát triển podcast không chỉ thể hiện sự năng động và đổi mới của báo chí truyền thống mà còn khẳng định nỗ lực tiếp cận công chúng ở mọi nền tảng.

Trong bối cảnh đó, Báo Đại biểu Nhân dân - cơ quan ngôn luận của Quốc hội Việt Nam - hoàn toàn có cơ sở và nhu cầu để xây dựng một kênh podcast riêng biệt. Đây không chỉ là một bước tiến trong quá trình chuyển đổi số mà còn là giải pháp truyền thông chiến lược nhằm lan tỏa các giá trị về các thông tin nghị trường, chính luận đến gần hơn với cử tri và công chúng trẻ. Nội dung podcast có thể giúp báo truyền tải thông tin chính sách, hoạt động của Quốc hội, phỏng vấn đại biểu, chuyên gia, hoặc các câu chuyện nghị trường bằng ngôn ngữ đời thường cùng với âm thanh gần gũi, dễ tiếp nhận hoặc cung cấp thông tin về các cử tri và thành viên trong Quốc

hội đề từ đó giúp công chúng nắm rõ hơn về gia thế và tiểu sử của các cử tri. Thay vì chỉ dừng lại ở những bài viết mang tính chính luận khô khan, báo có thể tái hiện không khí nghị trường qua từng giọng nói, cảm xúc, góc nhìn điều mà văn bản thuần túy khó có thể truyền tải đầy đủ.

Mặt khác, xây dựng kênh podcast cũng góp phần gia tăng khả năng nhận diện thương hiệu Báo Đại biểu Nhân dân trên các nền tảng truyền thông mới, mở rộng phạm vi tiếp cận công chúng không chỉ trong nước mà còn với kiều bào, nhà nghiên cứu, chuyên gia quốc tế quan tâm đến tình hình chính trị, pháp luật Việt Nam. Trong xu thế phát triển báo chí đa nền tảng, tích hợp nội dung, đề án “Xây dựng kênh podcast cho Báo Đại biểu Nhân dân” là bước đi chiến lược, phù hợp với yêu cầu đổi mới công tác tuyên truyền của báo chí nghị trường trong giai đoạn mới mà tác giả muốn tìm hiểu, nghiên cứu và xây dựng kế hoạch để phát triển kênh podcast cho Báo Đại biểu Nhân dân.

2. Lịch sử các nghiên cứu, ứng dụng liên quan đến đề án

Nghiên cứu về podcast trên thế giới đã hình thành khá sớm và từng bước phát triển từ việc nhận diện một công nghệ phân phối âm thanh mới sang nghiên cứu podcast như một loại hình truyền thông có đặc trưng riêng. Một trong những công trình nền tảng là nghiên cứu của Richard Berry (2006) trên *Convergence*. Tác giả chỉ ra rằng podcast tạo ra sự thay đổi đáng kể trong cách sản xuất, phân phối và tiếp nhận nội dung âm thanh nhờ tính di động, khả năng tiếp cận theo yêu cầu và sự gần gũi với người nghe. Nghiên cứu này đặt những cơ sở ban đầu để phân biệt podcast với phát thanh truyền thống, đặc biệt ở quyền chủ động của công chúng về thời gian và không gian tiếp nhận. [26]

Đến giai đoạn podcast phát triển mạnh trở lại từ giữa thập niên 2010, các nghiên cứu bắt đầu tập trung nhiều hơn vào đặc trưng kể chuyện và quan hệ giữa người dẫn với người nghe. Mia Lindgren (2016), khi phân tích ba podcast của Hoa Kỳ, cho rằng sự phát triển của báo chí tự sự cá nhân trong podcast gắn chặt với tính thân mật của truyền thông âm thanh; podcast đồng thời tạo điều kiện thử nghiệm các

hình thức và thể loại ít bị ràng buộc bởi cấu trúc phát sóng truyền thống [30]. Cùng năm, Siobhán McHugh nghiên cứu ý kiến của năm biên tập viên và nhà sản xuất âm thanh tại Hoa Kỳ, châu Âu và Australia, qua đó nhận diện xu hướng podcast thúc đẩy một dạng kể chuyện âm thanh mang tính đối thoại hơn, ít khuôn thức hơn và nhấn mạnh mối quan hệ giữa người dẫn với người nghe. Những kết quả này có ý nghĩa đối với podcast báo chí chính luận, bởi chúng cho thấy nội dung nghiêm túc vẫn có thể được trình bày bằng hình thức gần gũi mà không nhất thiết phải sao chép cách thể hiện của phát thanh hay báo viết. [33]

Ở góc độ công chúng, Chan-Olmsted và Wang (2022) thực hiện một khảo sát quy mô quốc gia tại Hoa Kỳ để nghiên cứu động cơ và hành vi của người sử dụng podcast. Kết quả cho thấy ba động cơ nổi bật gồm nhu cầu giải trí, nhu cầu thông tin và những ưu thế riêng của nền tảng âm thanh. Các tác giả đồng thời cho rằng podcast cần được nhìn nhận như một môi trường truyền thông có những đặc điểm sử dụng riêng, thay vì chỉ là phiên bản di động và theo yêu cầu của phát thanh. Kết quả này gợi mở rằng việc xây dựng podcast cho một cơ quan báo chí cần xuất phát từ nhu cầu và bối cảnh nghe của công chúng, chứ không chỉ từ khả năng chuyển đổi nội dung sẵn có của tòa soạn. [28]

Ở phương diện lý thuyết, Rime, Pike và Collins (2022) tiếp tục hệ thống hóa lịch sử và sự phát triển của podcast trên *Convergence*. Công trình xác định các yếu tố cốt lõi của podcast xoay quanh nội dung âm thanh có tính tập kỳ và sự thuận tiện trong cả quá trình sản xuất lẫn tiếp nhận; đồng thời đề xuất khung “sáu căng thẳng” để xem xét đổi mới podcast trong bối cảnh công nghệ, tương tác và cá nhân hóa ngày càng phát triển. Nghiên cứu cho thấy podcast đang ngày càng được xem như một đối tượng nghiên cứu độc lập, thay vì chỉ được đặt dưới phạm vi nghiên cứu phát thanh. [38]

Đối với podcast trong hoạt động báo chí, nghiên cứu của Martínez-Costa, Amoedo-Casais và Moreno-Moreno (2022) là một công trình có giá trị trực tiếp. Nhóm tác giả phân tích định lượng và định tính 29 chương trình podcast của bảy thương hiệu báo chí số bản địa tại Tây Ban Nha. Kết quả cho thấy các tòa soạn coi

podcast là một bộ phận trong hệ thống sản phẩm báo chí số; nổi bật là các sản phẩm thời sự sử dụng hình thức hội thoại, được sản xuất nguyên bản, tổ chức theo chuỗi và phát hành cả trên website của cơ quan báo chí lẫn nhiều nền tảng khác. Nghiên cứu này đặc biệt hữu ích đối với đề án bởi nó khẳng định podcast hiệu quả không đơn thuần là chuyển văn bản báo chí thành âm thanh, mà cần được tổ chức như một sản phẩm riêng về nội dung, quy trình và phương thức phân phối. [31]

Song song với nghiên cứu học thuật, thực tiễn báo chí quốc tế đã cho thấy nhiều mô hình ứng dụng podcast. Nghiên cứu của Newman và Gallo (2019) tại Reuters Institute khảo sát podcast tin tức ở Hoa Kỳ, Anh, Australia, Pháp và Thụy Điển, nhận diện gần 60 podcast tin tức hàng ngày và phân chia các sản phẩm thành những dạng như bản tin rất ngắn, bản tổng hợp tin và chương trình phân tích chuyên sâu. Đáng chú ý, các tòa soạn báo in và báo chí số có xu hướng khai thác thế mạnh ở các podcast phân tích một chủ đề, giải thích và cung cấp chiều sâu thông tin. Đây là kinh nghiệm có giá trị tham khảo đối với Báo Đại biểu Nhân dân, một cơ quan có lợi thế về nguồn thông tin nghị trường, chính sách và pháp luật. [34]

Tại Việt Nam, các nghiên cứu về podcast bắt đầu xuất hiện trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí và sự thay đổi hành vi tiếp nhận thông tin của công chúng. Nghiên cứu “Ứng dụng Podcast trong truyền thông báo chí Việt Nam” của TS. Nguyễn Thị Thu Trang là một trong những công trình sớm đề cập đến tiềm năng của podcast trong môi trường truyền thông Việt Nam. Công trình này cho rằng podcast có khả năng giúp báo chí trở nên gần gũi hơn với công chúng đồng thời hỗ trợ quá trình cá nhân hóa thông tin, gia tăng cảm xúc tiếp nhận và mở rộng phương thức truyền tải nội dung báo chí [22]. Giá trị của nghiên cứu nằm ở việc đặt podcast trong tiến trình đổi mới hình thức truyền thông báo chí tuy nhiên công trình chủ yếu dừng ở bình diện ứng dụng chung, chưa đi sâu vào mô hình tổ chức podcast cho một cơ quan báo chí chính luận cụ thể. Bên cạnh đó nghiên cứu trên ResearchGate năm 2024 về tác động của podcast đến tâm lý và hành vi tiêu dùng nội dung của Gen Z Việt Nam cũng kết luận rằng podcast đang là một kênh nội dung mang lại giá trị lâu dài trong giáo dục nhận thức công dân, văn hóa pháp luật và phát triển bản thân. [36]

Một số khảo sát trong nước về hành vi nghe podcast của công chúng trẻ cũng cung cấp thêm cơ sở thực tiễn cho việc đánh giá tiềm năng của định dạng này. Nghiên cứu của Trung tâm Truyền thông số - Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn TP.HCM năm 2022 cho thấy nhóm người trẻ từ 18 - 35 tuổi đã bắt đầu hình thành thói quen nghe podcast chủ yếu thông qua các nền tảng như Spotify và YouTube [24]. Đáng chú ý, bên cạnh các chủ đề giải trí, công chúng trẻ cũng quan tâm đến các nội dung về đời sống xã hội, giáo dục, thời sự và chính trị nếu được trình bày theo hình thức linh hoạt, dễ tiếp cận. Kết quả này cho thấy podcast có thể trở thành một kênh hỗ trợ hữu ích cho báo chí chính luận, nhất là khi nội dung chính trị - xã hội được tổ chức theo hướng giải thích, gần gũi và phù hợp với hành vi tiếp nhận của công chúng số.

Bên cạnh các nghiên cứu chung, một số luận văn, luận án và đề án gần đây đã tiếp cận podcast dưới những góc độ cụ thể hơn. Luận văn của tác giả Mai Xuân Cường (2023) về quản trị sản xuất nội dung podcast trên báo điện tử ở Việt Nam tập trung phân tích quy trình tổ chức sản xuất podcast trong môi trường báo điện tử từ lựa chọn đề tài, xây dựng kịch bản, tổ chức ghi âm, biên tập, phát hành đến đánh giá hiệu quả sản phẩm [9]. Công trình này có giá trị trong việc làm rõ podcast như một sản phẩm báo chí số cần được quản trị bằng quy trình chuyên nghiệp chứ không chỉ là bản đọc lại của tin, bài báo điện tử. Tuy nhiên phạm vi nghiên cứu chủ yếu đặt trong bối cảnh báo điện tử nói chung, chưa đi sâu vào đặc thù của podcast chính luận gắn với hoạt động nghị trường, đại biểu dân cử và cử tri.

Luận án của tác giả Lê Tuấn Anh (2024) về podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay tiếp tục mở rộng hướng nghiên cứu podcast trong hệ sinh thái báo chí số [1]. Công trình này có ý nghĩa ở chỗ nhìn nhận podcast như một sản phẩm báo chí gắn với quá trình đổi mới phương thức sản xuất và phân phối nội dung của các tòa soạn trên môi trường mạng. Nghiên cứu góp phần làm rõ đặc điểm, vai trò và xu hướng phát triển của podcast trên báo mạng điện tử Việt Nam đồng thời chỉ ra những yêu cầu về nội dung, kỹ thuật và phương thức tiếp cận công chúng. Tuy vậy công trình vẫn chủ yếu tiếp cận podcast ở bình diện báo mạng điện tử nói chung, chưa tập

trung vào việc thiết kế một mô hình podcast cụ thể cho cơ quan báo chí chính luận của Quốc hội.

Ở hướng nghiên cứu rộng hơn về báo chí đa phương tiện, luận án của tác giả Lã Thùy Linh (2024) về xu hướng sáng tạo nội dung đa phương tiện trên báo điện tử Việt Nam hiện nay cung cấp cơ sở tham khảo quan trọng cho việc nhìn nhận podcast như một thành tố trong quá trình đa dạng hóa sản phẩm báo chí [14]. Công trình này không chỉ cho thấy yêu cầu đổi mới hình thức thể hiện nội dung trên báo điện tử mà còn đặt ra vấn đề về sự kết hợp giữa chữ viết, hình ảnh, âm thanh, video và các nền tảng phân phối số. Dù không tập trung riêng vào podcast, nghiên cứu vẫn có giá trị tham khảo đối với đề án này ở phương diện tổ chức sản phẩm báo chí đa nền tảng đặc biệt là yêu cầu đổi mới hình thức truyền tải để thích ứng với hành vi tiếp nhận thông tin của công chúng hiện đại.

Ngoài nhóm công trình về báo chí, một số đề án ứng dụng podcast trong tổ chức cụ thể cũng là nguồn tham khảo đáng chú ý. Đề án của tác giả Lưu Thị Bích Hương (2025) về xây dựng và triển khai chương trình truyền thông nội bộ “Podcast Viettel” tiếp cận podcast từ góc độ truyền thông tổ chức và văn hóa doanh nghiệp [12]. Công trình này cho thấy podcast có thể được sử dụng như một công cụ truyền thông nội bộ nhằm tăng cường kết nối, lan tỏa giá trị văn hóa và tạo diễn đàn chia sẻ trong một tổ chức lớn. Tuy nhiên do đặt trong bối cảnh doanh nghiệp, mục tiêu và cách thức vận hành của công trình này khác biệt đáng kể so với yêu cầu của podcast báo chí chính luận.

Tương tự với đề án của tác giả Nguyễn Thu Trang về xây dựng chiến lược nội dung và tương tác kênh Podcast của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông tiếp cận podcast dưới góc độ chiến lược nội dung và tương tác với công chúng của một cơ sở đào tạo [23]. Công trình này có giá trị ở việc xác định vai trò của chiến lược nội dung, phân nhóm công chúng và xây dựng tương tác trên nền tảng số. Tuy nhiên phạm vi ứng dụng chủ yếu gắn với môi trường giáo dục và truyền thông học viện, chưa đặt ra các yêu cầu đặc thù của báo chí chính luận như: tính chính xác, tính chuẩn mực, trách nhiệm chính trị, quy trình kiểm chứng và định hướng thông tin công

chúng.

Từ tổng quan các công trình nêu trên, có thể thấy podcast đã được nghiên cứu từ nhiều hướng tiếp cận khác nhau, gồm: podcast trong báo điện tử, podcast trên báo mạng điện tử, sáng tạo nội dung đa phương tiện, truyền thông nội bộ, chiến lược nội dung và tương tác trên nền tảng số. Các công trình này đã góp phần làm rõ vai trò của podcast trong bối cảnh truyền thông hiện đại, cung cấp cơ sở tham khảo về quy trình sản xuất, cách thức tổ chức nội dung, phương thức phân phối và khả năng tiếp cận công chúng. Tuy nhiên điểm chung của phần lớn các nghiên cứu là chưa đi sâu vào xây dựng một mô hình podcast chuyên biệt cho cơ quan báo chí chính luận có chức năng phản ánh hoạt động của Quốc hội, đại biểu dân cử và cử tri.

Khoảng trống nghiên cứu đặt ra là hiện chưa có công trình nào tập trung một cách trực tiếp vào việc xây dựng kênh podcast cho Báo Đại biểu Nhân dân với tư cách là cơ quan báo chí chính luận của Quốc hội. Đây là một trường hợp có tính đặc thù, bởi nội dung của Báo gắn với hoạt động nghị trường, chính sách, pháp luật, tiếng nói đại biểu dân cử và tâm tư, nguyện vọng của cử tri. Vì vậy, việc phát triển podcast cho Báo Đại biểu Nhân dân không chỉ là vấn đề đổi mới hình thức truyền thông, mà còn liên quan đến yêu cầu giải thích chính sách, nâng cao nhận thức công dân, mở rộng khả năng tiếp cận thông tin chính luận và tăng cường kết nối giữa Quốc hội, đại biểu dân cử với công chúng.

Trên cơ sở đó, đề án này xác định hướng tiếp cận riêng là xây dựng một mô hình podcast ứng dụng cụ thể cho Báo Đại biểu Nhân dân kết hợp giữa đặc thù báo chí chính luận và yêu cầu đổi mới sản phẩm báo chí số. Nếu các công trình trước chủ yếu tập trung vào podcast trong báo điện tử nói chung, podcast nội bộ doanh nghiệp, chiến lược nội dung cho cơ sở đào tạo hoặc xu hướng đa phương tiện, thì đề án hướng đến việc thiết kế một kênh podcast có khả năng vận hành trong thực tiễn tòa soạn, gắn với các chủ đề nghị trường, chính sách, pháp luật và đời sống cử tri. Đây chính là điểm khác biệt và cũng là cơ sở để khẳng định đề án không trùng lặp với các công trình đã công bố trước đây.

3. Mục tiêu, nhiệm vụ của đề án

3.1. Mục tiêu của đề án

Đề án “Xây dựng kênh podcast cho Báo Đại biểu Nhân dân” nhằm đề xuất mô hình kênh podcast phù hợp với chức năng, đặc thù nội dung, điều kiện sản xuất của Báo và nhu cầu của công chúng số. Qua đó, đề án hướng tới đổi mới phương thức truyền tải thông tin nghị trường, chính sách và pháp luật trên môi trường số góp phần mở rộng khả năng tiếp cận công chúng, tăng hiệu quả giải thích chính sách và tăng cường sự hiện diện của Báo Đại biểu Nhân dân trong hệ sinh thái truyền thông số.

3.2. Nhiệm vụ của đề án

Để thực hiện mục tiêu trên, đề án tập trung vào các nhiệm vụ chủ yếu sau:

- Hệ thống hóa những vấn đề lý luận về podcast, podcast báo chí, đặc điểm, điều kiện tổ chức sản xuất và các yêu cầu pháp lý liên quan đến hoạt động podcast trong cơ quan báo chí.
- Nghiên cứu kinh nghiệm tổ chức và phát triển podcast tại một số cơ quan báo chí tiêu biểu, qua đó rút ra những bài học tham khảo đối với Báo Đại biểu Nhân dân.
- Khảo sát, đánh giá những điều kiện ban đầu để xây dựng kênh podcast tại Báo Đại biểu Nhân dân, tập trung vào nguồn nội dung, nhân sự, tổ chức sản xuất, kỹ thuật, nền tảng phân phối và khả năng huy động nguồn lực.
- Khảo sát nhu cầu, thói quen tiếp nhận và kỳ vọng của công chúng đối với việc xây dựng kênh podcast của Báo Đại biểu Nhân dân, làm căn cứ xác định nội dung, hình thức, thời lượng, tần suất và phương thức phân phối phù hợp.
- Phỏng vấn sâu đại diện lãnh đạo Báo Đại biểu Nhân dân và chuyên gia trong lĩnh vực phát thanh, truyền thông âm thanh nhằm bổ sung góc nhìn thực tiễn về định vị sản phẩm, công chúng mục tiêu, yêu cầu nội dung - hình thức và tổ chức sản xuất.
- Đề xuất các nhóm giải pháp về nội dung, hình thức, tổ chức sản xuất và quản trị; trên cơ sở đó xây dựng mô hình kênh podcast “hai trục - một nền” phù hợp với đặc thù của Báo Đại biểu Nhân dân.
- Đề xuất phương thức phân phối theo hướng lấy nền tảng số của Báo làm trung tâm, kết hợp các nền tảng bên ngoài phù hợp với hành vi tiếp nhận của công chúng.

- Đề xuất lộ trình triển khai thử nghiệm, phương án huy động nguồn lực – tài chính và hệ thống tiêu chí đánh giá, làm cơ sở để Báo xem xét triển khai và điều chỉnh mô hình trong thực tế.

4. Đối tượng, phạm vi của đề án

4.1. Đối tượng của đề án

Đối tượng của đề án là việc đề xuất mô hình xây dựng kênh podcast cho Báo Đại biểu Nhân dân, phù hợp với chức năng của cơ quan báo chí chính luận, điều kiện sản xuất của Báo và nhu cầu tiếp nhận của công chúng trên môi trường số.

4.2. Phạm vi thực hiện

Về nội dung, đề án tập trung nghiên cứu và đề xuất kênh podcast âm thanh khai thác thế mạnh của Báo Đại biểu Nhân dân về hoạt động Quốc hội, Hội đồng nhân dân, nghị trường, chính sách và pháp luật; ưu tiên các hình thức điểm tin, giải thích chính sách, phỏng vấn, đối thoại và phân tích những vấn đề có liên quan đến đời sống công chúng.

Về tổ chức và phân phối, đề án tập trung đánh giá các điều kiện ban đầu của Báo về nội dung, nhân sự, kỹ thuật và nền tảng số; từ đó đề xuất mô hình tổ chức sản xuất, quản trị và phân phối theo hướng lấy hệ sinh thái số của Báo làm trung tâm, kết hợp với các nền tảng bên ngoài phù hợp.

Về thời gian, các tài liệu, dữ liệu khảo sát và thông tin thực tiễn được thu thập, cập nhật đến tháng 8/2026. Đề án dừng ở mức nghiên cứu và đề xuất mô hình, giải pháp và lộ trình triển khai, chưa tổ chức sản xuất và vận hành thử nghiệm kênh podcast trong thực tế.

5. Các phương pháp nghiên cứu

Để bảo đảm cơ sở lý luận và thực tiễn cho đề án “Xây dựng kênh podcast cho Báo Đại biểu Nhân dân”, tác giả kết hợp các phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng, cụ thể như sau:

- **Phân tích và tổng hợp tài liệu:** Đề án nghiên cứu các công trình khoa học trong

nước và quốc tế về podcast, podcast báo chí, hành vi công chúng và tổ chức sản xuất nội dung âm thanh đồng thời phân tích các văn bản pháp luật, tài liệu chuyên ngành, báo cáo về báo chí số và những thông tin công khai của Báo Đại biểu Nhân dân. Phương pháp này được sử dụng để xây dựng cơ sở lý luận, pháp lý và khung tham chiếu cho đề án.

- **Phân tích, đối sánh các trường hợp báo chí:** Đề án khảo sát và đối sánh sản phẩm podcast của VOV, VnExpress và Báo Nhân Dân trên các phương diện chủ đề, hình thức thể hiện, thời lượng, tần suất phát hành, tổ chức nội dung và nền tảng phân phối. Kết quả được sử dụng để nhận diện những kinh nghiệm có thể tham khảo khi xây dựng kênh podcast cho Báo Đại biểu Nhân dân.

- **Khảo sát bằng bảng hỏi:** Tác giả thực hiện khảo sát trực tuyến bằng Google Forms và thu được 200 phản hồi hợp lệ. Nội dung khảo sát tập trung vào mức độ tiếp cận Báo Đại biểu Nhân dân, thói quen nghe podcast, đánh giá về sự cần thiết của kênh podcast, ý định nghe, nhu cầu về chủ đề, hình thức, thời lượng, tần suất, nền tảng phát hành và các yếu tố chất lượng. Mẫu được lựa chọn theo phương pháp thuận tiện nên kết quả chủ yếu được sử dụng để nhận diện xu hướng nhu cầu của nhóm người tham gia, không nhằm suy rộng cho toàn bộ công chúng của Báo hoặc công chúng Việt Nam.

- **Phỏng vấn sâu:** Đề án thực hiện phỏng vấn sâu 02 trường hợp, gồm đại diện lãnh đạo Báo Đại biểu Nhân dân và một chuyên gia trong lĩnh vực phát thanh, truyền thông âm thanh. Nội dung phỏng vấn tập trung vào định vị podcast, công chúng mục tiêu, yêu cầu nội dung - hình thức, đặc trưng của podcast báo chí chính luận và những vấn đề liên quan đến tổ chức sản xuất. Kết quả phỏng vấn được sử dụng nhằm bổ sung, giải thích và đối chiếu với kết quả khảo sát công chúng.

- **Thu thập và xác nhận thông tin về điều kiện sản xuất:** Để nhận diện những điều kiện ban đầu tại Báo Đại biểu Nhân dân, tác giả sử dụng phiếu cung cấp và xác nhận thông tin với đại diện lãnh đạo Báo. Nội dung tập trung vào hiện trạng sản phẩm âm thanh, nguồn nội dung, nhân sự, điều kiện kỹ thuật, đầu mối tổ chức, nền tảng phân phối, khả năng huy động nguồn lực và mức độ sẵn sàng triển khai. Thông tin này

được sử dụng để đánh giá những nguồn lực có thể tận dụng và các điều kiện cần tiếp tục hoàn thiện trước khi triển khai thực tế.

6. Ý nghĩa của đề án

Đề án góp phần nâng cao hiệu quả tuyên truyền chính sách, phổ biến pháp luật và phản ánh hoạt động của Quốc hội theo hướng hiện đại, gần gũi và dễ tiếp cận. Việc xây dựng kênh Podcast giúp Báo Đại biểu Nhân dân thể hiện rõ vai trò là cầu nối giữa Quốc hội với cử tri, giữa chính luận với đời sống xã hội. Đây cũng là hình thức thể hiện sinh động tinh thần đổi mới trong công tác thông tin truyền thông của cơ quan ngôn luận thuộc Quốc hội, phù hợp với xu thế truyền thông chính trị toàn cầu.

Kênh podcast giúp Báo Đại biểu Nhân dân từng bước chuyển dịch sang mô hình báo chí đa nền tảng, đáp ứng nhu cầu tiếp cận thông tin qua thiết bị di động, mạng xã hội và âm thanh số. Đây không chỉ là bước đi theo kịp các cơ quan báo chí lớn trong nước (như VnExpress, Tuổi Trẻ, Nhân Dân) mà còn tạo dấu ấn riêng trong phân khúc báo chí chính luận bằng hình thức thể hiện thân thiện, sáng tạo. Thông qua các nội dung podcast chuyên sâu, đề án góp phần nâng cao hiểu biết chính trị, kiến thức pháp luật và tinh thần công dân tích cực đặc biệt trong giới trẻ, sinh viên, người lao động. Về lâu dài, kênh podcast có thể phát triển thành một thương hiệu truyền thông riêng của Báo Đại biểu Nhân dân trên nền tảng số, đồng thời đóng vai trò như một kênh đối thoại chính sách, pháp luật hiệu quả giữa Nhà nước và nhân dân. Đây cũng là nền tảng có thể mở rộng ra phiên bản song ngữ, phục vụ kiều bào và giới chuyên gia quốc tế quan tâm đến tình hình chính trị pháp lý Việt Nam.

7. Cấu trúc của đề án

Nội dung đề án được chia làm 3 phần chính như sau:

Chương 1. Cơ sở lý luận, pháp lý và thực tiễn cho hoạt động xây dựng kênh podcast báo chí

1.1. Các khái niệm liên quan

1.2. Cơ sở pháp lý cho hoạt động podcast trong cơ quan báo chí chính luận

1.3. Cơ sở thực tiễn cho việc xây dựng kênh podcast báo chí

1.4. Bài học tham khảo đối với việc xây dựng kênh podcast của Báo Đại biểu Nhân dân

Chương 2. Thực trạng, điều kiện và nhu cầu xây dựng kênh podcast của Báo Đại biểu Nhân dân

2.1. Giới thiệu về Báo Đại biểu Nhân dân

2.2. Hệ sinh thái nội dung và nền tảng số của Báo Đại biểu Nhân dân

2.3. Khảo sát ban đầu về điều kiện xây dựng và sản xuất podcast tại Báo Đại biểu Nhân dân

2.4. Khảo sát nhu cầu công chúng Báo Đại biểu Nhân dân về kênh podcast

2.5. Kết quả phỏng vấn sâu

Chương 3. Giải pháp xây dựng kênh podcast cho Báo Đại biểu Nhân dân

3.1. Những vấn đề đặt ra đối với Báo Đại biểu Nhân dân trong đáp ứng nhu cầu công chúng số

3.2. Các nhóm giải pháp xây dựng kênh podcast

3.3. Đề xuất mô hình kênh podcast cho Báo Đại biểu Nhân dân

3.4. Lộ trình triển khai và phương án nguồn lực - tài chính

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN, PHÁP LÝ VÀ THỰC TIỄN CHO HOẠT ĐỘNG XÂY DỰNG KÊNH PODCAST BÁO CHÍ

1.1. Các khái niệm liên quan

1.1.1. Podcast - Kênh Podcast

Podcast hình thành trong bối cảnh công nghệ âm thanh số, Internet băng rộng, nhật ký trực tuyến và thiết bị nghe di động phát triển mạnh vào đầu thế kỷ XXI. Về nguồn gốc thuật ngữ, năm 2004, nhà báo Ben Hammersley đã đề xuất từ “podcasting” khi viết về sự xuất hiện của các chương trình âm thanh được sản xuất độc lập và phân phối qua Internet [29]. Podcast là một thuật ngữ kết hợp từ “iPod” - thiết bị nghe nhạc của Apple và “broadcast”, là các tệp âm thanh kỹ thuật số được sản xuất và phát hành trực tuyến trên Internet và thiết bị di động. Khác với radio truyền thống, podcast cho phép người nghe chủ động lựa chọn nội dung và thời điểm thưởng thức. Nội dung podcast vô cùng đa dạng, từ các chương trình trò chuyện, tin tức, giáo dục, giải trí đến các bản nhạc và âm thanh môi trường. Sự phát triển của công nghệ và sự tiện lợi trong việc truy cập internet đã góp phần làm cho podcast trở thành một phương tiện truyền thông phổ biến. [25]

Thuật ngữ podcast được định nghĩa trong một số từ điển nước ngoài. Theo từ điển Oxford định nghĩa Podcast là tập tin âm thanh trên Internet có thể tải xuống máy tính hoặc thiết bị di động, thường có sẵn dưới dạng series và người dùng có thể theo dõi, đăng ký để nhận được tập tin một cách tự động [35]. Theo Từ điển Cambridge, Podcast là chương trình radio được lưu trữ trên nền tảng số mà người nghe có thể tải xuống từ Internet và phát trên máy tính hoặc máy nghe nhạc MP3 nhưng cho đến nay vẫn chưa có định nghĩa nào về Podcast trong từ điển Tiếng Việt. [27]

Trong những nghiên cứu đầu tiên về podcast, Richard Berry tiếp cận loại hình này từ mối quan hệ với phát thanh. Theo Berry, podcast cho phép nội dung truyền thông được chuyển tới người đăng ký thông qua Internet và được lưu trữ trên thiết bị cá nhân để nghe vào thời điểm phù hợp. Điểm khác biệt quan trọng giữa podcast và phát thanh truyền thống không chỉ nằm ở công nghệ truyền dẫn, mà còn ở cách tổ chức quá trình tiếp nhận. Trong phát thanh truyền thống, công chúng thường nghe

theo dòng chương trình và lịch phát sóng do cơ quan phát thanh xác lập; trong podcast, người nghe lựa chọn chương trình trước, sau đó tự quyết định thời gian, địa điểm và trình tự nghe. Berry gọi đây là sự chuyển dịch từ mô hình phụ thuộc vào khung chương trình sang mô hình lấy từng chương trình cụ thể làm trung tâm. [26]

Ở giai đoạn đầu, podcast thường được nhận diện thông qua ba thành tố kỹ thuật: tệp âm thanh số, môi trường Internet và cơ chế đăng ký nhận nội dung bằng nguồn cấp RSS (Really Simple Syndication). RSS giúp các tệp mới được chuyển tự động tới phần mềm hoặc thiết bị của người đăng ký. Tuy nhiên, sự phát triển của điện thoại thông minh, các ứng dụng nghe âm thanh và nền tảng trực tuyến đã làm thay đổi đáng kể cách podcast được phân phối. Hiện nay, công chúng có thể nghe trực tuyến, tải xuống, đăng ký theo dõi, tìm kiếm hoặc nhận gợi ý nội dung ngay trong các ứng dụng mà không nhất thiết phải trực tiếp sử dụng RSS. Vì vậy, việc đồng nhất podcast với một tệp âm thanh được phân phối bằng RSS không còn phản ánh đầy đủ bản chất của loại hình này. [32]

Ở góc độ rộng hơn, Rime, Pike và Collins cho rằng podcast cần được nhận diện thông qua sự kết hợp giữa nội dung âm thanh, cấu trúc theo tập và khả năng tiếp nhận thuận tiện theo yêu cầu. Podcast vì vậy không còn đơn thuần là một phương thức đưa tệp âm thanh lên mạng mà đã trở thành một hình thức truyền thông số có cách thức sản xuất, phân phối và hình thành cộng đồng công chúng riêng. Sự phát triển của các ứng dụng nghe trực tuyến còn cho phép người dùng tìm kiếm, đăng ký theo dõi, lưu trữ, chia sẻ và tiếp tục nghe nội dung trên nhiều thiết bị khác nhau. [38]

Tại Việt Nam, khái niệm podcast cũng được tiếp cận từ cả phương diện công nghệ và báo chí truyền thông. Đỗ Thị Thu Hằng xác định podcast là một chuỗi tệp tin âm thanh hoặc video số mà người dùng có thể tải về và tiếp nhận thông qua Internet [10]. Trong khi đó, nghiên cứu của Lê Tuấn Anh nhìn nhận podcast vừa là hệ thống phân phối nội dung âm thanh trên môi trường mạng, vừa là sản phẩm truyền thông kế thừa một số đặc điểm của phát thanh nhưng có tính cá nhân hóa, khả năng lưu trữ và mức độ chủ động cao hơn đối với công chúng [1]. Nghiên cứu của Trương Thị Kiên cũng nhấn mạnh rằng podcast giúp nội dung báo chí được nghe trực tuyến hoặc

tải xuống, qua đó mở rộng khả năng tiếp cận thông tin trong điều kiện công chúng ngày càng sử dụng thiết bị di động và tiếp nhận nội dung đa nhiệm [13]

Từ các cách tiếp cận trên, trong phạm vi đề án này, podcast được hiểu là sản phẩm truyền thông âm thanh số được tổ chức thành từng tập hoặc chuỗi tập, được sản xuất, lưu trữ và phân phối trên môi trường Internet, cho phép công chúng chủ động tìm kiếm, lựa chọn, theo dõi, nghe trực tuyến hoặc tải xuống để tiếp nhận vào thời gian và trong hoàn cảnh phù hợp với nhu cầu cá nhân. So với phát thanh truyền thống, podcast có tính linh hoạt hơn về thời lượng, lịch phát hành và hình thức thể hiện; đồng thời có khả năng lưu trữ, nghe lại, chia sẻ và phân phối trên nhiều nền tảng.

Trong các công trình nghiên cứu hiện nay, kênh podcast chưa được chuẩn hóa thành một khái niệm độc lập và thống nhất. Các nghiên cứu chủ yếu tiếp cận podcast trên ba phương diện: sản phẩm âm thanh theo tập, phương thức phân phối nội dung số và hình thức truyền thông có đặc trưng riêng. Rime, Pike và Collins nhấn mạnh tính tập kỳ của nội dung âm thanh cùng sự thuận tiện trong sản xuất và tiếp nhận; trong khi Sharon cho rằng podcast cần được xem xét đồng thời từ góc độ công nghệ, hình thức nội dung và thực hành văn hóa, xã hội. Do đó, kênh podcast không nên được hiểu đơn thuần là một tệp âm thanh hay vị trí đăng tải trên một nền tảng [39].

Tại Việt Nam, Trương Thị Kiên tiếp cận podcast như một kênh âm thanh trong hệ sinh thái của báo, tạp chí điện tử, cho phép công chúng đăng ký theo dõi, nghe trực tuyến hoặc tải nội dung về thiết bị. Nghiên cứu của Lê Tuấn Anh cũng cho thấy hoạt động podcast của cơ quan báo chí cần được tổ chức thành chuyên mục dễ nhận diện, có hệ thống nội dung lưu trữ, kế hoạch sản xuất, lịch phát hành và phương thức phân phối phù hợp với công chúng. Những yếu tố này cho thấy “kênh” là cấp độ tổ chức cao hơn từng sản phẩm hoặc từng tập podcast riêng lẻ [13].

1.1.2. Podcast báo chí

Podcast báo chí là sự kết hợp giữa đặc trưng của podcast với chức năng và quy trình nghiệp vụ báo chí. Nghiên cứu của Martínez-Costa, Amoedo-Casais và Moreno-Moreno cho thấy các cơ quan truyền thông sử dụng podcast như một nhóm sản phẩm báo chí số trong đó nội dung thường gắn với thời sự được sản xuất riêng theo từng

tập hoặc chuỗi tập và phân phối trên nhiều nền tảng. Tại Việt Nam, Lê Tuấn Anh cũng nhìn nhận podcast là phương thức giúp báo mạng điện tử đổi mới cách truyền tải thông tin và mở rộng khả năng tiếp cận công chúng [31].

Từ các cách tiếp cận trên, trong phạm vi đề án này, có thể xác định: podcast báo chí là sản phẩm hoặc chuỗi sản phẩm âm thanh số do cơ quan báo chí tổ chức sản xuất, biên tập và phát hành trên môi trường Internet, nhằm cung cấp, phân tích, giải thích hoặc bình luận về các sự kiện và vấn đề có ý nghĩa đối với công chúng. Nội dung podcast báo chí được hình thành trên cơ sở thu thập, kiểm chứng và xử lý thông tin theo quy trình nghiệp vụ, đồng thời gắn với trách nhiệm biên tập của cơ quan báo chí.

Podcast báo chí khác với podcast cá nhân chủ yếu ở mục đích và cơ chế chịu trách nhiệm. Podcast cá nhân thường do một cá nhân hoặc nhóm độc lập thực hiện, nội dung có thể dựa nhiều vào trải nghiệm, quan điểm và phong cách riêng của người dẫn đồng thời không nhất thiết phải trải qua quy trình kiểm chứng và duyệt của một tòa soạn. Tuy nhiên không nên đồng nhất mọi nội dung mang tính cá nhân với nội dung phi báo chí. Nghiên cứu của Mia Lindgren chỉ ra rằng lời kể ngôi thứ nhất, cảm xúc và trải nghiệm cá nhân vẫn có thể trở thành báo chí tự sự cá nhân khi được xây dựng trên nền tảng tác nghiệp, xác minh thông tin và trách nhiệm nghề nghiệp [30].

So với các loại hình khác, podcast thương hiệu hoặc podcast quảng cáo hướng chủ yếu đến quảng bá hình ảnh, sản phẩm và tác động đến hành vi khách hàng; podcast giáo dục tập trung truyền đạt kiến thức và kỹ năng; podcast giải trí hoặc hư cấu đặt trọng tâm vào thư giãn và kể chuyện sáng tạo. Podcast báo chí có thể sử dụng yếu tố giáo dục, giải trí, trải nghiệm cá nhân hoặc tiếp nhận tài trợ, nhưng chức năng trung tâm vẫn là cung cấp thông tin có giá trị xã hội, được kiểm chứng và chịu trách nhiệm biên tập. Như vậy, tiêu chí phân biệt podcast báo chí với các podcast khác không nằm đơn thuần ở nền tảng phát hành, giọng dẫn hay hình thức thể hiện, mà chủ yếu nằm ở chủ thể tổ chức sản xuất, mục đích thông tin, quy trình nghiệp vụ và trách nhiệm đối với nội dung được công bố.

1.1.3. Đặc điểm của podcast

Kế thừa kết quả nghiên cứu của tác giả Lê Tuấn, có thể khái quát một số đặc điểm cơ bản của podcast như sau:

Tính cá nhân hóa: Podcast trao cho công chúng quyền chủ động trong quá trình tiếp nhận thông tin. Người nghe có thể tự lựa chọn chủ đề, thời điểm, địa điểm và thiết bị nghe phù hợp, thay vì phải tuân theo khung giờ phát sóng cố định như phát thanh truyền thống. Các chức năng theo dõi kênh, lưu tập và nghe lại còn giúp mỗi cá nhân hình thành danh mục nội dung riêng, phù hợp với nhịp sống và nhu cầu thông tin của mình. Đặc điểm này đặc biệt phù hợp với công chúng số, nhất là người trẻ và những nhóm có nhu cầu tiếp nhận nội dung chuyên biệt.

Tính kịp thời và phi tuyến: Nhờ được sản xuất và phân phối trên môi trường số, podcast có thể được cập nhật linh hoạt theo diễn biến của sự kiện và nhu cầu thông tin của công chúng. Người nghe không bắt buộc phải tiếp nhận nội dung theo trình tự hoặc thời gian phát sóng định sẵn mà có thể lựa chọn từng tập, từng chuyên mục và nghe lại vào thời điểm thuận tiện. Vì vậy, podcast góp phần chuyển quyền kiểm soát quá trình tiếp nhận từ nhà sản xuất sang công chúng.

Kết cấu mở và khả năng thể hiện đa dạng: Podcast không bị giới hạn trong một khuôn mẫu nội dung duy nhất. Một tập có thể được tổ chức dưới dạng bản tin, phỏng vấn, trò chuyện, tọa đàm, kể chuyện, bình luận hoặc giải thích chuyên sâu. Sự linh hoạt này cho phép sản phẩm kết hợp nhiều giá trị như cung cấp thông tin, phổ biến kiến thức, định hướng nhận thức và tạo cảm xúc. Đối với cơ quan báo chí, đây là điều kiện thuận lợi để xây dựng nhiều tuyến nội dung phù hợp với những nhóm công chúng khác nhau.

Âm thanh giữ vai trò trung tâm: Podcast chủ yếu sử dụng giọng nói, âm nhạc, tiếng động và khoảng lặng để kiến tạo thông điệp. Bên cạnh chức năng truyền đạt thông tin, các yếu tố âm thanh còn góp phần tạo bối cảnh, thể hiện sắc thái và khơi gợi trí tưởng tượng của người nghe. So với văn bản, nội dung âm thanh có thể được tiếp nhận trong lúc di chuyển hoặc thực hiện các hoạt động khác, qua đó mở rộng thời gian và hoàn cảnh sử dụng sản phẩm.

Ngôn ngữ mang tính đối thoại: Podcast thường sử dụng lối diễn đạt gần gũi với

giao tiếp trực tiếp, câu văn tương đối ngắn và giọng điệu tự nhiên. Cách thể hiện này tạo cảm giác gần gũi giữa người dẫn với công chúng, đồng thời hỗ trợ việc giải thích những vấn đề phức tạp theo hướng dễ hiểu hơn. Tuy nhiên, đối với podcast báo chí, tính thân mật cần được kiểm soát để không làm suy giảm sự chính xác, chuẩn mực và tính nghiêm túc của nội dung.

Khả năng tương tác và phân phối đa nền tảng: Podcast thường được đặt trong hệ sinh thái truyền thông số, nơi công chúng có thể theo dõi, bình luận, chia sẻ, gửi phản hồi hoặc đề xuất chủ đề. Một tập podcast cũng có thể được phát hành đồng thời trên website, ứng dụng nghe âm thanh, mạng xã hội và nền tảng video. Dữ liệu về lượt nghe, thời lượng nghe, tỷ lệ hoàn thành và mức độ tương tác giúp cơ quan báo chí đánh giá hiệu quả, nhận diện nhu cầu công chúng và điều chỉnh kế hoạch nội dung.

1.1.4. Các điều kiện sản xuất podcast

Sản xuất podcast, đặc biệt là podcast báo chí, không chỉ là quá trình ghi âm và đăng tải tệp âm thanh mà đòi hỏi sự kết hợp đồng bộ giữa định hướng biên tập, nhân lực, kỹ thuật, pháp lý, phân phối và nguồn lực duy trì. Các nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy chất lượng podcast phụ thuộc đáng kể vào cách tòa soạn tổ chức quy trình, lựa chọn đề tài, phân công nhân sự và tích hợp sản phẩm vào hệ sinh thái báo chí số.

Thứ nhất, điều kiện về chủ thể và trách nhiệm biên tập. Tính đến tháng 7/2026, hoạt động báo chí tại Việt Nam được điều chỉnh trực tiếp bởi Luật Báo chí số 126/2025/QH15, có hiệu lực từ ngày 01/7/2026. Theo đó, sản phẩm podcast do cơ quan báo chí tổ chức thực hiện phải phù hợp với tôn chỉ, mục đích, đối tượng phục vụ và phạm vi hoạt động của cơ quan báo chí đồng thời phải tuân thủ trách nhiệm kiểm chứng, biên tập và kiểm soát nội dung trước khi công bố. Vì vậy cơ quan báo chí cần xây dựng quy trình phê duyệt rõ ràng, từ đề xuất đề tài, thu thập thông tin, xây dựng kịch bản, ghi âm, hậu kỳ đến duyệt bản thành phẩm và phát hành [17][8].

Thứ hai, điều kiện về nội dung và công chúng mục tiêu. Trước khi sản xuất, cần xác định rõ mục tiêu của kênh, nhóm người nghe, nhu cầu thông tin, tuyến nội

dung, định dạng, thời lượng và lịch phát hành. Tác giả Trương Thị Kiên cho rằng việc ứng dụng podcast tại các cơ quan báo chí Việt Nam còn chịu ảnh hưởng bởi tư duy, thói quen sản xuất và năng lực kỹ thuật, trong khi nghiên cứu của tác giả Mai Xuân Cường nhấn mạnh vai trò của quản trị trong việc nâng cao chất lượng nội dung và khả năng phục vụ công chúng. [9][13]

Với đề án của Báo Đại biểu Nhân dân, nội dung cần được xây dựng trên cơ sở nhu cầu của công chúng quan tâm đến hoạt động nghị trường, cơ quan dân cử và chính sách. Mỗi tập cần có chủ đề tập trung, thông tin đã được xác minh, kết cấu dễ nghe và giá trị giải thích rõ ràng. Kịch bản podcast phải được viết theo ngôn ngữ nói, câu văn ngắn, có dấu hiệu chuyển ý và hạn chế sử dụng thuật ngữ chuyên môn mà không giải thích.

Thứ ba, điều kiện về tổ chức nhân sự. Một quy trình sản xuất podcast báo chí tối thiểu cần có các chức năng: phụ trách nội dung, nghiên cứu và kiểm chứng thông tin, xây dựng kịch bản, dẫn chương trình, ghi âm - hậu kỳ và xuất bản - phân phối. Trong điều kiện nhân sự hạn chế, một người có thể đảm nhiệm nhiều vị trí, nhưng trách nhiệm của từng khâu vẫn phải được quy định cụ thể. Đội ngũ thực hiện không chỉ cần nghiệp vụ báo chí mà còn phải có kỹ năng viết cho âm thanh, phỏng vấn, sử dụng giọng nói, kiểm soát thời lượng và xử lý tệp âm thanh. Các nghiên cứu về sản xuất podcast trong tòa soạn cho thấy sự phối hợp giữa năng lực báo chí truyền thống với kỹ năng sản xuất âm thanh là yếu tố quyết định tính chuyên nghiệp và khả năng duy trì sản phẩm.

Thứ tư, điều kiện về cơ sở vật chất và công nghệ. Hoạt động sản xuất cần có không gian ghi âm tương đối yên tĩnh, micro phù hợp, tai nghe kiểm âm, thiết bị ghi hoặc giao diện âm thanh, máy tính, phần mềm biên tập và hệ thống lưu trữ dữ liệu. Quy trình kỹ thuật cần thống nhất từ ghi âm, đặt tên tệp, sao lưu, xử lý tiếng ồn, cân bằng âm lượng, xuất bản thành phẩm đến quản lý nhạc hiệu, ảnh bìa, tiêu đề, mô tả và bản chép lời. Rime, Pike và Collins xác định podcast là nội dung âm thanh có tính tập kỳ, trong đó sự thuận tiện của cả quá trình sản xuất và tiếp nhận là thuộc tính quan trọng. Vì vậy, công nghệ được lựa chọn không nhất thiết phải quá phức tạp, nhưng

phải bảo đảm âm thanh rõ, quy trình ổn định và có khả năng mở rộng khi số lượng chương trình tăng lên [38]

Thứ năm, điều kiện về quyền tác giả, dữ liệu cá nhân và bảo mật thông tin. Kịch bản, nhạc hiệu, nhạc nền, tiếng động, đoạn trích, ảnh bìa và bản ghi âm sử dụng trong podcast phải có nguồn gốc hợp pháp. Từ ngày 01/4/2026, lĩnh vực này được điều chỉnh theo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ số 131/2025/QH15, cùng các quy định hướng dẫn về quyền tác giả và quyền liên quan. Cơ quan sản xuất cần lập danh mục nguồn tư liệu, phạm vi sử dụng và giấy phép tương ứng, không sử dụng nhạc hoặc bản ghi chỉ vì chúng có thể được tìm thấy trên Internet. [21]

Việc ghi âm khách mời, lưu trữ thông tin liên hệ, lý lịch, giọng nói và dữ liệu phản hồi của người nghe phải tuân thủ Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân số 91/2025/QH15, có hiệu lực từ ngày 01/01/2026. Trước khi ghi và phát hành, cơ quan sản xuất cần thông báo rõ mục đích, phạm vi sử dụng, nền tảng phát hành và thời hạn lưu trữ; đồng thời nên có phiếu đồng ý hoặc thỏa thuận sử dụng bản ghi đối với khách mời. Riêng những nội dung liên quan đến tài liệu, cuộc họp hoặc thông tin chưa được phép công bố phải được rà soát theo Luật Bảo vệ bí mật nhà nước số 117/2025/QH15 và Nghị định số 63/2026/NĐ-CP. Đây là điều kiện đặc biệt quan trọng đối với podcast của Báo Đại biểu Nhân dân. [19][2][18][6]

Thứ sáu, điều kiện về phân phối, an toàn hệ thống và nguồn lực duy trì. Podcast cần được phát hành trên kênh sở hữu của cơ quan báo chí như website hoặc ứng dụng, đồng thời có thể phân phối trên các nền tảng nghe âm thanh và mạng xã hội phù hợp. Việc xuất bản đa nền tảng phải đi kèm cơ chế quản lý tài khoản, phân quyền truy cập, sao lưu dữ liệu và xử lý sự cố. Luật An ninh mạng số 116/2025/QH15, có hiệu lực từ ngày 01/7/2026, cùng Nghị định số 147/2024/NĐ-CP đặt ra yêu cầu bảo đảm an toàn đối với hệ thống thông tin và hoạt động cung cấp nội dung trên môi trường mạng. [3][4]

Bên cạnh đó, cơ quan báo chí cần dự toán chi phí thiết bị, phần mềm, nhân sự, khách mời, bản quyền, lưu trữ và truyền thông; xác định lịch phát hành phù hợp với

năng lực thực tế và xây dựng hệ thống chỉ số đánh giá như lượt nghe, thời lượng nghe, tỷ lệ hoàn thành, người nghe quay lại và tỷ lệ phát hành đúng kế hoạch. Trường hợp podcast có quảng cáo hoặc tài trợ, nội dung thương mại phải được nhận diện rõ và tuân thủ Luật Quảng cáo đã được sửa đổi bởi Luật số 75/2025/QH15, có hiệu lực từ ngày 01/01/2026. [20][31]

1.2. Cơ sở pháp lý cho hoạt động podcast trong cơ quan báo chí chính luận

Cập nhật đến ngày 30/7/2026, podcast do cơ quan báo chí tổ chức sản xuất cần được tiếp cận như một phương thức thể hiện và phân phối nội dung báo chí trên môi trường số. Căn cứ pháp lý hiện nay là Luật Báo chí số 126/2025/QH15, có hiệu lực từ ngày 1/7/2026, và Nghị định số 237/2026/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Báo chí. Theo đó, nội dung podcast phải phù hợp với tôn chỉ, mục đích và phạm vi hoạt động của cơ quan báo chí; đồng thời phải được kiểm chứng, biên tập, phê duyệt và chịu trách nhiệm trước khi công bố. Đối với cơ quan báo chí chính luận, yêu cầu này đặc biệt quan trọng bởi sai sót trong nội dung không chỉ ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm mà còn tác động đến uy tín, trách nhiệm chính trị và vai trò định hướng thông tin của tòa soạn. [17][7]

Các nghiên cứu về podcast báo chí cũng cho thấy sản phẩm này chỉ phát huy giá trị khi được đặt trong một hệ thống sản xuất và xuất bản có tổ chức. Tác giả Martínez-Costa, Amoedo-Casais và Moreno-Moreno cho rằng podcast tạo cơ hội để các thương hiệu báo chí mở rộng ảnh hưởng trong môi trường âm thanh số, nhưng cần được gắn với chiến lược nội dung, quy trình sản xuất và cơ chế xuất bản thống nhất. Tại Việt Nam, tác giả Lê Tuấn Anh nhận định podcast góp phần đổi mới phương thức truyền tải thông tin của báo mạng điện tử và mở rộng khả năng tiếp cận công chúng; trong khi tác giả Trương Thị Kiên lưu ý rằng hiệu quả của podcast phụ thuộc vào tư duy tổ chức, kỹ năng sản xuất và năng lực kỹ thuật của cơ quan báo chí.

Khi được phát hành trên website, ứng dụng, mạng xã hội hoặc các nền tảng như YouTube và Spotify, podcast còn chịu sự điều chỉnh của Nghị định số 147/2024/NĐ-CP về quản lý, cung cấp và sử dụng dịch vụ Internet, thông tin trên

mạng, cùng Luật An ninh mạng số 116/2025/QH15, có hiệu lực từ ngày 1/7/2026. Vì vậy, cơ quan báo chí cần quản lý chặt chẽ tài khoản phát hành, phân quyền truy cập, kiểm soát bình luận, lưu trữ dữ liệu và xây dựng phương án xử lý khi nội dung phát sinh sai sót hoặc rủi ro an ninh. Việc phân phối qua nền tảng của bên thứ ba không làm thay đổi trách nhiệm biên tập của cơ quan báo chí đối với sản phẩm đã công bố. [4][16]

Một nhóm yêu cầu khác liên quan đến quyền riêng tư và dữ liệu cá nhân. Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân số 91/2025/QH15 và Nghị định số 356/2025/NĐ-CP, cùng có hiệu lực từ ngày 1/1/2026, đặt ra yêu cầu kiểm soát việc thu thập, sử dụng, lưu giữ và chia sẻ dữ liệu. Trong sản xuất podcast, dữ liệu có thể bao gồm thông tin liên hệ, tiểu sử, giọng nói và nội dung chia sẻ của khách mời; thông tin người tham gia khảo sát; phản hồi và dữ liệu hành vi của người nghe. Cơ quan báo chí cần xác định rõ mục đích sử dụng, thông báo cho chủ thể dữ liệu, giới hạn quyền truy cập và chỉ lưu giữ trong thời gian cần thiết. Đối với khách mời, nên có văn bản hoặc hình thức xác nhận về việc ghi âm, biên tập và phát hành nội dung. [19][5]

Podcast chính luận còn có thể khai thác các tài liệu liên quan đến Quốc hội, Hội đồng nhân dân, cơ quan nhà nước và quá trình xây dựng chính sách. Vì vậy, khâu lựa chọn đề tài và duyệt phải đồng thời tuân thủ Luật Bảo vệ bí mật nhà nước số 117/2025/QH15, có hiệu lực từ ngày 1/3/2026. Các tài liệu chưa được phép công bố, thông tin thuộc danh mục bí mật nhà nước hoặc nội dung có thể làm lộ nguồn tin cần được rà soát trước khi đưa vào kịch bản, bản ghi hoặc tài liệu quảng bá. [18]

Về sở hữu trí tuệ, kịch bản, nhạc hiệu, nhạc nền, bản ghi âm, hình ảnh bìa, tiếng động, trích đoạn phỏng vấn và tư liệu của bên thứ ba đều phải có căn cứ sử dụng hợp pháp. Luật số 131/2025/QH15 sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ, có hiệu lực từ ngày 1/4/2026, là căn cứ mới nhất cần được áp dụng. Việc ghi nguồn không mặc nhiên thay thế cho việc xin phép hoặc trả tiền bản quyền trong những trường hợp pháp luật yêu cầu. Do đó, mỗi tập podcast cần có danh mục tư liệu, nguồn gốc, chủ sở hữu và phạm vi quyền được phép khai thác. [21]

Trường hợp kênh podcast có quảng cáo, tài trợ hoặc nội dung hợp tác thương

mai, hoạt động này còn phải tuân thủ Luật số 75/2025/QH15 sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo, có hiệu lực từ ngày 1/1/2026. Nội dung tài trợ cần được nhận diện rõ, không được trình bày theo cách khiến công chúng nhầm lẫn giữa thông tin báo chí độc lập với thông điệp thương mại. [20]

Bảng 1.1. Yêu cầu pháp lý theo vòng đời sản phẩm podcast

Bước	Yêu cầu pháp lý chủ đạo	Hồ sơ/ bằng chứng	Đơn vị phụ trách
Tiền kỳ	Kiểm chứng nguồn tin, rà soát chủ đề nhạy cảm, xác định quyền sử dụng tư liệu, phát ngôn, âm thanh	Kịch bản được duyệt, danh mục nguồn, thỏa thuận khách mời, hồ sơ rà soát bản quyền	Ban Biên tập, Pháp chế
Sản xuất	Bảo đảm an toàn thông tin, quản lý file nguồn, kiểm soát quyền truy cập dữ liệu	File gốc, nhật ký sản xuất, hồ sơ phân quyền, kế hoạch sao lưu	Kỹ thuật; Quản trị dữ liệu
Hậu kỳ/ duyệt	Biên tập nội dung, thẩm định pháp lý, rà soát lỗi kỹ thuật và nội dung nhạy cảm	Phiếu duyệt, bản master chốt, biên bản phân loại	Ban Biên tập; Pháp chế
Phát hành/lưu trữ	Công khai thông tin đơn vị phát hành, hiển thị mô tả, chính sách quyền riêng tư; lưu trữ bản phát hành	Trang tập, metadata, bản lưu trữ/chiều/lưu trữ điện tử	Kỹ thuật; Pháp chế
Theo dõi/gỡ bỏ	Tiếp nhận phản hồi, đính chính, gỡ hoặc chỉnh sửa khi cần, lưu	Nhật ký xử lý; quyết định đính chính/gỡ, báo cáo	Ban Biên tập; Pháp chế; Truyền thông

	vết xử lý	định kỳ	
--	-----------	---------	--

Như vậy, cơ sở pháp lý của podcast trong cơ quan báo chí chính luận cần được tiếp cận theo toàn bộ vòng đời sản phẩm, từ lựa chọn đề tài, xây dựng kịch bản, ghi âm và biên tập đến phát hành, lưu trữ và xử lý sau công bố. Đối với Báo Đại biểu Nhân dân, việc thiết lập quy trình pháp lý thống nhất sẽ giúp kênh podcast vừa bảo đảm tính chính xác, chính thống và an toàn, vừa hạn chế các rủi ro về nội dung, bản quyền, dữ liệu cá nhân và bảo mật thông tin.

1.3. Cơ sở thực tiễn cho việc xây dựng kênh podcast báo chí

1.3.1. Kinh nghiệm tổ chức podcast của VOV, VnExpress và Báo Nhân Dân

Để hình thành cơ sở thực tiễn cho việc xây dựng kênh podcast của Báo Đại biểu Nhân dân, đề án lựa chọn khảo sát VOV, VnExpress và Báo Nhân Dân. Đây là ba trường hợp đại diện cho những mô hình phát triển podcast khác nhau: cơ quan phát thanh có thể mạnh về âm thanh, báo điện tử có năng lực sản xuất nội dung số và cơ quan báo chí chính luận có định hướng thông tin chính thống. Việc tham khảo tập trung vào bốn phương diện: định hướng nội dung, hình thức thể hiện, tổ chức sản xuất và phương thức phân phối.

VOV Podcast

VOV phát triển podcast trên nền tảng kinh nghiệm lâu năm về phát thanh và sản xuất nội dung âm thanh. Nội dung tập trung vào thời sự, chính trị, kinh tế, xã hội và quản trị công trong đó nổi bật là các chương trình bình luận, tọa đàm và giải thích chính sách. Thay vì chỉ phản ánh sự kiện, nhiều chương trình đi sâu phân tích nguyên nhân, tác động và ý nghĩa của vấn đề đối với đời sống xã hội.

Về hình thức, VOV chủ yếu sử dụng phỏng vấn, tọa đàm và chương trình có người dẫn. Sự tham gia của phóng viên, chuyên gia và khách mời giúp nội dung có chiều sâu và tăng độ tin cậy. Quy trình sản xuất được tổ chức tương đối chuyên nghiệp, từ lựa chọn đề tài, xây dựng kịch bản, ghi âm, hậu kỳ đến biên tập và duyệt. Sản phẩm được phân phối trong hệ sinh thái số của VOV và liên kết với các nội dung liên quan trên website.

Kinh nghiệm nổi bật từ VOV là việc khai thác thế mạnh của âm thanh để xây

dựng những chương trình chính luận có chiều sâu, đồng thời duy trì quy trình sản xuất và kiểm soát chất lượng tương đối chặt chẽ. Tuy nhiên các chương trình dài và thiên về phân tích chuyên môn cần được tổ chức mạch lạc để phù hợp với thói quen nghe trên thiết bị di động.

VnExpress Podcast

VnExpress tổ chức podcast theo đặc trưng của một báo điện tử, nhấn mạnh tính thời sự, khả năng giải thích nhanh và sự thuận tiện trong tiếp nhận. Nội dung được phân thành nhiều tuyến từ bản tin cập nhật trong ngày đến phỏng vấn, phân tích và giải thích những vấn đề đang được công chúng quan tâm. Cách tổ chức này giúp sản phẩm phục vụ đồng thời nhu cầu cập nhật thông tin nhanh và nhu cầu tìm hiểu sâu hơn về một chủ đề.

Các tập podcast thường có thời lượng ngắn hoặc trung bình, ngôn ngữ trực tiếp, kết cấu gọn và phù hợp với việc nghe trên thiết bị di động. Một số nội dung được phát hành theo khung giờ tương đối ổn định qua đó góp phần hình thành thói quen tiếp nhận của công chúng. Podcast cũng được phân phối trên website, ứng dụng, nền tảng nghe âm thanh, YouTube và các kênh mạng xã hội, đi kèm tiêu đề, mô tả và nội dung quảng bá.

Kinh nghiệm đáng chú ý từ VnExpress là cách gắn podcast với toàn bộ hệ sinh thái nội dung của báo điện tử, thay vì tổ chức như một sản phẩm riêng biệt. Tính thời sự, lịch phát hành rõ ràng, thời lượng phù hợp và phương thức phân phối đa nền tảng giúp mở rộng khả năng tiếp cận công chúng.

Nhân Dân Podcast

Podcast của Báo Nhân Dân thể hiện rõ đặc trưng của một cơ quan báo chí chính luận, tập trung vào những vấn đề về chính trị, chính sách, pháp luật, kinh tế vĩ mô, đối ngoại, chuyển đổi số và quản trị quốc gia. Hệ thống nội dung gồm các bản tin thời sự ngắn và những chương trình phân tích, bình luận hoặc chuyên đề có thời lượng dài hơn. Cách tổ chức này vừa đáp ứng nhu cầu cập nhật thông tin vừa hỗ trợ công chúng hiểu sâu hơn về chủ trương, chính sách và các vấn đề có tác động xã hội.

Về hình thức, Nhân Dân Podcast kết hợp giữa bản tin, lời dẫn, phỏng vấn và

bình luận. Giọng điệu nhìn chung chuẩn mực, nghiêm túc và thống nhất với phong cách chính luận của cơ quan báo chí. Nội dung được liên kết với bài viết, website, ứng dụng và các kênh phân phối số, qua đó duy trì sự thống nhất trong hệ sinh thái nội dung của Báo.

Kinh nghiệm từ Báo Nhân Dân cho thấy podcast chính luận cần giữ vững độ tin cậy và tính chuẩn xác nhưng đồng thời phải đổi mới cách diễn đạt, cấu trúc kịch bản và phương thức thể hiện để các vấn đề chính sách trở nên dễ nghe, dễ hiểu và gần với nhu cầu của công chúng số.

1.3.2. Kết quả khảo sát đánh giá của công chúng đối với một số kênh podcast báo chí tiêu biểu

Nhằm bổ sung cơ sở thực tiễn cho việc xây dựng kênh podcast của Báo Đại biểu Nhân dân, tác giả thực hiện khảo sát trực tuyến đối với 340 người đã nghe hoặc có khả năng tiếp cận podcast chính luận của VOV, VnExpress và Báo Nhân Dân. Mẫu khảo sát được lựa chọn theo phương pháp thuận tiện nên kết quả chủ yếu phản ánh xu hướng đánh giá của nhóm người tham gia, không đại diện cho toàn bộ công chúng Việt Nam.

Người trả lời tập trung chủ yếu ở độ tuổi từ 18 đến 45, trong đó nhóm 18 - 30 tuổi chiếm 49,41% và nhóm 31 - 45 tuổi chiếm 27,65%. Hai nhóm nghề nghiệp có tỷ lệ cao nhất là nhân viên văn phòng, chiếm 34,71%, và người làm báo chí - truyền thông chiếm 26,47%. Điện thoại di động là thiết bị nghe chủ yếu chiếm 70,59% cho thấy podcast cần được tổ chức theo hướng thuận tiện cho việc tiếp nhận trên thiết bị cá nhân, với thời lượng, kết cấu và hình thức trình bày phù hợp. Kết quả đánh giá được đo bằng thang Likert 5 mức. Để thuận tiện cho việc so sánh, tỷ lệ đánh giá tích cực được xác định bằng tổng số người lựa chọn mức 4 và mức 5.

Bảng 1.2. Tỷ lệ đánh giá tích cực đối với ba kênh podcast khảo sát

STT	Tiêu chí đánh giá	VOV (%)	VnExpress (%)	Báo Nhân Dân (%)
1	Nội dung chính xác, cập nhật	82,64	89,88	84,34
2	Tính giải thích, chính luận	84,24	83,63	77,58

STT	Tiêu chí đánh giá	VOV (%)	VnExpress (%)	Báo Nhân Dân (%)
3	Chiều sâu phân tích, nguồn rõ ràng	82,42	85,54	82,53
4	Khách mời phù hợp, quan điểm cân bằng	82,32	80,61	76,37
5	Ngôn ngữ trung tính, tiết chế cảm tính	85,46	84,94	83,53
6	Tính hữu ích đối với công việc và đời sống	84,84	86,59	75,76
7	Dễ theo dõi, trình bày mạch lạc	85,03	83,83	87,35
8	Chất lượng âm thanh – kỹ thuật	84,43	88,02	88,49
9	Tiêu đề, mô tả và ảnh bìa	86,23	86,83	89,03
10	Phát hành đều đặn, đúng lịch	85,28	86,06	84,48

Kết quả cho thấy cả ba kênh đều nhận được mức đánh giá tích cực tương đối cao. VnExpress nổi bật ở tiêu chí chính xác, cập nhật; chiều sâu phân tích; tính hữu ích và sự ổn định trong phát hành. Điều này phản ánh ưu thế của một cơ quan báo điện tử có khả năng bám sát thời sự, tổ chức nội dung gọn và phân phối phù hợp với thói quen tiếp nhận thông tin trên nền tảng số.

VOV được đánh giá cao ở khả năng giải thích, bình luận, sử dụng ngôn ngữ trung tính và lựa chọn khách mời. Kết quả này cho thấy kinh nghiệm sản xuất âm thanh, tổ chức tọa đàm và khai thác ý kiến chuyên gia có tác động tích cực đến cảm nhận của người nghe đối với podcast chính luận.

Báo Nhân Dân có ưu thế ở cách trình bày dễ theo dõi, chất lượng âm thanh và các yếu tố nhận diện như tiêu đề, mô tả, ảnh bìa. Tuy nhiên tỷ lệ đánh giá tích cực đối với tính giải thích, sự cân bằng của khách mời và tính hữu ích thấp hơn hai trường hợp còn lại. Điều này cho thấy nội dung chính luận dù bảo đảm tính chính thống vẫn cần được chuyển hóa thành cách diễn đạt rõ ràng, gần với nhu cầu thực tiễn và dễ tiếp nhận hơn đối với công chúng số.

1.4. Bài học tham khảo đối với việc xây dựng kênh podcast của Báo Đại biểu Nhân dân

Trên cơ sở hệ thống hóa các vấn đề lý luận về podcast báo chí, rà soát khuôn khổ pháp lý và tham khảo kinh nghiệm tổ chức podcast của VOV, VnExpress, Báo Nhân Dân, có thể rút ra một số bài học phục vụ việc xây dựng kênh podcast của Báo Đại biểu Nhân dân.

Thứ nhất, kênh podcast phải được định vị trên cơ sở chức năng, tôn chỉ, mục đích và lợi thế nội dung riêng của Báo. Podcast không nên được xây dựng như một kênh âm thanh tổng hợp hoặc sao chép nội dung từ các cơ quan báo chí khác. Lợi thế của Báo Đại biểu Nhân dân nằm ở nguồn thông tin chuyên sâu về Quốc hội, Hội đồng nhân dân, hoạt động của đại biểu dân cử, quá trình xây dựng pháp luật và thực thi chính sách. Vì vậy, kênh podcast cần tập trung giải thích những vấn đề nghị trường và chính sách công có tác động trực tiếp đến đời sống qua đó hình thành giá trị khác biệt và củng cố vai trò của Báo trong hệ sinh thái báo chí chính luận.

Thứ hai, việc thiết kế nội dung phải xuất phát từ nhu cầu và thói quen tiếp nhận của công chúng số. Kết quả khảo sát tại mục 1.3.2 cho thấy người nghe đánh giá cao những sản phẩm bảo đảm tính chính xác, cập nhật, có khả năng giải thích rõ vấn đề, trình bày mạch lạc và mang lại giá trị ứng dụng. Do đó nội dung podcast của Báo cần tránh cách chuyển nguyên văn bài báo thành bản đọc âm thanh thay vào đó thông tin phải được tái cấu trúc theo ngôn ngữ nghe, có trọng tâm, có dẫn dắt và làm rõ vấn đề đối với công chúng. Hệ thống nội dung có thể kết hợp giữa các tập ngắn giải thích thời sự chính sách với các chương trình phỏng vấn, đối thoại hoặc phân tích chuyên sâu nhằm đáp ứng các mức độ nhu cầu khác nhau của người nghe.

Thứ ba, tính chính luận cần được kết hợp với phương thức thể hiện gần gũi và dễ tiếp nhận. Kinh nghiệm của VOV cho thấy tọa đàm, phỏng vấn chuyên gia và bình luận có dẫn dắt phù hợp với những nội dung cần chiều sâu, VnExpress thể hiện ưu thế về kết cấu gọn, tính thời sự và khả năng thích ứng với thiết bị di động trong khi Báo Nhân Dân cho thấy giá trị của sự chuẩn mực, chính thống và thống nhất về nhận diện. Báo Đại biểu Nhân dân cần kế thừa có chọn lọc các yếu tố này: giữ vững độ tin cậy và tính nghiêm túc của báo chí chính luận nhưng sử dụng văn nói tự nhiên, câu ngắn, cấu trúc rõ và hạn chế thuật ngữ chuyên môn không được giải thích. Sự gần gũi

trong giọng điệu không đồng nghĩa với đơn giản hóa hoặc làm giảm tính chuẩn xác của nội dung.

Thứ tư, chất lượng podcast phụ thuộc vào một quy trình sản xuất và duyệt thống nhất. Hoạt động sản xuất cần được tổ chức theo các bước từ lựa chọn đề tài, nghiên cứu nguồn tin, xây dựng kịch bản, mời khách, ghi âm, hậu kỳ, duyệt đến phát hành và lưu trữ. Mỗi khâu cần xác định rõ người thực hiện, người phối hợp và người chịu trách nhiệm cuối cùng. Trong giai đoạn đầu, Báo có thể tổ chức bộ phận sản xuất theo hướng tinh gọn, cho phép một nhân sự đảm nhiệm nhiều công việc, nhưng không nên bỏ qua các chức năng cốt lõi như kiểm chứng thông tin, biên tập âm thanh, duyệt nội dung và kiểm soát pháp lý. Việc xây dựng quy trình chuẩn ngay từ đầu sẽ giúp hạn chế sai sót và tạo điều kiện mở rộng quy mô về sau.

Thứ năm, yêu cầu pháp lý phải được tích hợp trong toàn bộ vòng đời sản phẩm. Podcast do cơ quan báo chí sản xuất phải phù hợp với tôn chỉ, mục đích, phạm vi hoạt động và trách nhiệm biên tập của Báo. Trước khi ghi âm và phát hành, cần rà soát nguồn tin, nội dung nhạy cảm, quyền sử dụng âm nhạc, bản ghi, hình ảnh, trích dẫn và các tư liệu của bên thứ ba đồng thời xác định rõ phạm vi đồng ý của khách mời đối với việc ghi âm, biên tập và phân phối nội dung. Những thông tin liên quan đến dữ liệu cá nhân, bí mật nhà nước, tài liệu chưa được phép công bố, quảng cáo hoặc tài trợ phải được kiểm soát theo quy định hiện hành. Vì vậy tuân thủ pháp luật không nên được thực hiện như một bước kiểm tra cuối cùng mà phải trở thành nguyên tắc xuyên suốt từ khâu lập đề tài đến quản trị sản phẩm sau phát hành.

Thứ sáu, podcast cần được tích hợp vào hệ sinh thái số của Báo và phân phối theo hướng đa nền tảng. Kinh nghiệm của các cơ quan khảo sát cho thấy podcast có khả năng tiếp cận tốt hơn khi được liên kết với bài viết, dữ liệu, hình ảnh, video và các kênh mạng xã hội. Báo Đại biểu Nhân dân nên xem website và các nền tảng thuộc quyền quản lý của Báo là điểm phát hành chính, đồng thời khai thác các ứng dụng nghe podcast, nền tảng video và mạng xã hội để mở rộng phạm vi tiếp cận. Mỗi tập cần có tiêu đề rõ ràng, mô tả ngắn gọn, ảnh bìa thống nhất, từ khóa, bản chép lời và liên kết đến các tài liệu liên quan. Việc phân phối đa nền tảng phải đi kèm cơ chế

quản lý tài khoản, bảo mật dữ liệu và thống nhất nhận diện thương hiệu.

Thứ bảy, lịch phát hành và chất lượng kỹ thuật phải được duy trì ổn định. Kết quả khảo sát cho thấy công chúng không chỉ quan tâm đến nội dung mà còn đánh giá cao chất lượng âm thanh, tiêu đề, mô tả, ảnh bìa và tính đều đặn trong xuất bản. Vì vậy Báo cần lựa chọn tần suất phát hành phù hợp với năng lực nhân sự và nguồn lực thực tế tránh đặt lịch quá dày nhưng không thể duy trì. Âm thanh phải rõ, mức âm lượng tương đối đồng nhất, hạn chế tạp âm và bảo đảm trải nghiệm nghe trên điện thoại di động. Một lịch phát hành ổn định dù với số lượng tập vừa phải, có ý nghĩa hơn việc xuất bản nhiều tập trong thời gian đầu nhưng thiếu tính liên tục.

Cuối cùng mô hình podcast cần được triển khai theo lộ trình thử nghiệm, đo lường và điều chỉnh. Trong giai đoạn đầu, Báo nên lựa chọn một số định dạng và chủ đề có lợi thế rõ để sản xuất thử nghiệm thay vì triển khai đồng thời quá nhiều chương trình. Hiệu quả cần được theo dõi thông qua các chỉ số như số người nghe, thời lượng nghe trung bình, tỷ lệ nghe hết, số người theo dõi, mức độ quay lại, phản hồi của công chúng và tỷ lệ phát hành đúng kế hoạch. Dữ liệu thu được phải được sử dụng để điều chỉnh thời lượng, kết cấu, chủ đề, người dẫn và phương thức quảng bá. Cách tiếp cận này giúp giảm rủi ro đầu tư, đồng thời tạo căn cứ thực tế cho việc hoàn thiện và mở rộng kênh.

Tiểu kết chương 1

Chương 1 đã hệ thống hóa những vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến podcast, kênh podcast và podcast báo chí đồng thời làm rõ các đặc điểm, điều kiện tổ chức sản xuất và những yếu tố cần thiết để hình thành một kênh podcast trong cơ quan báo chí. Qua đó có thể thấy podcast không chỉ là sản phẩm âm thanh được phát hành trên Internet mà là một phương thức truyền thông số có tính tập kỳ, khả năng tiếp nhận theo yêu cầu, kết cấu linh hoạt, phân phối đa nền tảng và mức độ cá nhân hóa cao. Đối với cơ quan báo chí, podcast còn phải gắn với quy trình nghiệp vụ, trách nhiệm biên tập và mục tiêu phục vụ công chúng.

Chương cũng đã khái quát hệ thống quy định pháp luật điều chỉnh hoạt động sản xuất và phát hành podcast báo chí, tập trung vào các yêu cầu về nội dung báo chí,

quyền tác giả và quyền liên quan, bảo vệ dữ liệu cá nhân, bí mật nhà nước, an ninh mạng, quảng cáo và quản lý thông tin trên môi trường số. Những yêu cầu này cần được thực hiện xuyên suốt từ khâu lựa chọn đề tài, xây dựng kịch bản, ghi âm, hậu kỳ đến phát hành, lưu trữ và xử lý nội dung sau công bố.

Về cơ sở thực tiễn, việc tham khảo kinh nghiệm của VOV, VnExpress và Báo Nhân Dân cho thấy mỗi cơ quan có cách tổ chức podcast phù hợp với thế mạnh riêng. VOV nổi bật ở kinh nghiệm sản xuất âm thanh và khả năng phân tích chuyên sâu, VnExpress có ưu thế về tính thời sự, kết cấu gọn và phân phối đa nền tảng, Báo Nhân Dân thể hiện rõ tính chính thống, chuẩn mực và định hướng chính luận. Kết quả khảo sát công chúng cho thấy chất lượng podcast được đánh giá không chỉ qua độ chính xác của nội dung mà còn phụ thuộc vào khả năng giải thích, tính hữu ích, kết cấu mạch lạc, chất lượng âm thanh, nhận diện sản phẩm và sự ổn định trong phát hành.

Từ các cơ sở trên, Chương 1 đã xác lập những yêu cầu tham khảo quan trọng đối với Báo Đại biểu Nhân dân gồm: định vị nội dung dựa trên thế mạnh về Quốc hội, cơ quan dân cử và chính sách công; tổ chức nội dung theo hướng chính xác, dễ hiểu và có chiều sâu, xây dựng quy trình sản xuất, duyệt rõ ràng, bảo đảm tuân thủ pháp luật, tích hợp podcast vào hệ sinh thái số, duy trì chất lượng kỹ thuật và lịch phát hành ổn định, đồng thời triển khai theo lộ trình thử nghiệm, đo lường và điều chỉnh. Đây là cơ sở để Chương 2 tiếp tục phân tích thực trạng, nhu cầu và điều kiện xây dựng kênh podcast tại Báo Đại biểu Nhân dân, từ đó đề xuất mô hình và giải pháp phù hợp ở Chương 3.

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG, ĐIỀU KIỆN VÀ NHU CẦU XÂY DỰNG KÊNH PODCAST CỦA BÁO ĐẠI BIỂU NHÂN DÂN

2.1. Giới thiệu về Báo Đại biểu Nhân dân

Báo Đại biểu Nhân dân có tiền thân là Tạp chí Người Đại biểu Nhân dân, được thành lập ngày 5/10/1988 theo Quyết định số 96/HĐNN8 của Hội đồng Nhà nước. Sự ra đời của Tạp chí xuất phát từ nhu cầu hình thành một diễn đàn chuyên biệt phục vụ hoạt động của Quốc hội, Hội đồng nhân dân, đại biểu dân cử và phản ánh ý kiến, nguyện vọng của Nhân dân. Trong giai đoạn đầu, Tạp chí chủ yếu cung cấp thông tin, trao đổi kinh nghiệm và nghiên cứu những vấn đề lý luận, thực tiễn liên quan đến tổ chức và hoạt động của các cơ quan dân cử.

Cùng với quá trình đổi mới tổ chức và phương thức hoạt động của Quốc hội, cơ quan báo chí này từng bước mở rộng quy mô và tần suất xuất bản. Ngày 20/12/2001, Ủy ban Thường vụ Quốc hội ban hành Nghị quyết số 277/NQ/UBTVQH10 chuyển Tạp chí Người Đại biểu Nhân dân thành Báo Người Đại biểu Nhân dân; tuần báo chính thức ra mắt từ ngày 1/1/2002. Đến ngày 1/1/2006, Báo được xuất bản hàng ngày, đánh dấu bước chuyển từ một ấn phẩm chuyên ngành sang cơ quan báo chí có khả năng thông tin thường xuyên và kịp thời hơn về hoạt động của các cơ quan dân cử.

Quá trình phát triển trên môi trường số được khởi động từ năm 2006 với việc xây dựng trang thông tin điện tử. Báo điện tử Người Đại biểu Nhân dân chính thức ra mắt ngày 6/1/2009. Tiếp đó, ngày 27/8/2009, Ủy ban Thường vụ Quốc hội ban hành Nghị quyết số 816/2009/UBTVQH12 về việc nâng cấp và đổi tên Báo Người Đại biểu Nhân dân thành Báo Đại biểu Nhân dân. Số báo mang tên mới chính thức được phát hành ngày 20/10/2009, mở ra giai đoạn phát triển mới về vị thế, phạm vi thông tin và năng lực tổ chức sản phẩm báo chí.

Theo Quyết định số 899/QĐ-VPQH ngày 8/11/2022 của Chủ nhiệm Văn phòng Quốc hội, Báo Đại biểu Nhân dân là đơn vị sự nghiệp công lập thuộc Văn phòng Quốc hội, có tư cách pháp nhân, con dấu và tài khoản riêng. Báo được xác định là “Tiếng nói của Quốc hội, diễn đàn của Đại biểu Quốc hội, Hội đồng nhân dân

và cử tri” đồng thời là cơ quan báo chí loại I.

Chức năng trọng tâm của Báo là thông tin, tuyên truyền đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách và pháp luật của Nhà nước phản ánh hoạt động của Quốc hội, Ủy ban Thường vụ Quốc hội, các cơ quan của Quốc hội, Văn phòng Quốc hội, Đoàn đại biểu Quốc hội và Hội đồng nhân dân các cấp. Báo còn có nhiệm vụ tuyên truyền về hoạt động lập pháp, giám sát tối cao, quyết định những vấn đề quan trọng của đất nước và ngoại giao nghị viện, phổ biến pháp luật và phản ánh quá trình đưa chính sách vào đời sống.

Bên cạnh chức năng thông tin từ cơ quan dân cử đến công chúng, Báo còn thực hiện chiều thông tin ngược lại thông qua việc phản ánh ý kiến, kiến nghị, tâm tư và nguyện vọng của cử tri. Báo tổ chức các diễn đàn, đối thoại, phản ánh sáng kiến của đại biểu Quốc hội, đại biểu Hội đồng nhân dân và những vấn đề được cử tri quan tâm. Qua đó, Báo giữ vai trò kết nối giữa Quốc hội, các cơ quan dân cử với cử tri và Nhân dân, góp phần nâng cao tính công khai, minh bạch và hiệu quả của hoạt động dân cử.

Với đặc trưng là một cơ quan báo chí chính luận, Báo Đại biểu Nhân dân còn thực hiện nhiệm vụ định hướng dư luận xã hội, bình luận những vấn đề trong nước và quốc tế theo quan điểm chính thống; tham gia bảo vệ nền tảng tư tưởng, đấu tranh với thông tin sai trái, đồng thời phản ánh các vấn đề liên quan đến phòng, chống tham nhũng, lãng phí và tiêu cực. Những chức năng này đòi hỏi nội dung của Báo phải bảo đảm tính chính xác, chuẩn mực, có căn cứ và thể hiện rõ trách nhiệm chính trị - xã hội của cơ quan báo chí thuộc Quốc hội.

Nội dung của Báo Đại biểu Nhân dân tập trung vào hoạt động nghị trường, xây dựng và thực thi pháp luật, giám sát, quyết định các vấn đề quan trọng của đất nước, hoạt động của đại biểu dân cử và Hội đồng nhân dân các cấp. Bên cạnh thông tin thời sự, Báo còn chú trọng các bài viết phân tích chính sách, bình luận, phỏng vấn chuyên gia, phản ánh thực tiễn thi hành pháp luật và những vấn đề kinh tế - xã hội có liên quan đến hoạt động của cơ quan dân cử.

Từ chức năng và phạm vi nội dung trên, công chúng chủ yếu của Báo bao gồm

đại biểu Quốc hội, đại biểu Hội đồng nhân dân, cán bộ trong các cơ quan nhà nước, chuyên gia, nhà nghiên cứu, người làm công tác pháp luật, báo chí và đông đảo cử tri quan tâm đến hoạt động của Quốc hội, chính sách công và quản trị quốc gia. Tuy nhiên quá trình phát triển báo điện tử và truyền thông số cũng đặt ra yêu cầu mở rộng công chúng đến các nhóm độc giả trẻ, người sử dụng thiết bị di động và những người có nhu cầu tiếp nhận thông tin chính sách theo cách ngắn gọn, trực quan và thuận tiện hơn.

Vị trí, chức năng và nguồn nội dung của Báo Đại biểu Nhân dân tạo ra lợi thế đáng kể cho việc phát triển podcast báo chí. Báo có khả năng tiếp cận nguồn thông tin chính thống về hoạt động của Quốc hội và Hội đồng nhân dân, mạng lưới đại biểu dân cử, chuyên gia, nhà quản lý cùng hệ thống nội dung chuyên sâu về lập pháp, giám sát và chính sách công. Đây là nguồn tư liệu phù hợp để xây dựng các sản phẩm âm thanh theo hướng giải thích, phân tích, đối thoại và làm rõ tác động của chính sách đối với đời sống.

2.2. Hệ sinh thái nội dung và nền tảng số của Báo Đại biểu Nhân dân

Hệ sinh thái nội dung của Báo Đại biểu Nhân dân được hình thành trên nền tảng kết hợp giữa báo in, báo điện tử, các ấn phẩm chuyên đề và sản phẩm truyền thông đa phương tiện. Bên cạnh ấn phẩm thường kỳ, Báo còn phát triển các chuyên đề về hoạt động giám sát của Quốc hội và Hội đồng nhân dân, chính sách - pháp luật, giảm nghèo đa chiều và những vấn đề kinh tế - xã hội. Nguồn nội dung tập trung chủ yếu vào hoạt động của Quốc hội, cơ quan dân cử, quá trình xây dựng và thực thi pháp luật, ý kiến cử tri cùng các vấn đề chính sách có tác động đến đời sống.

Báo điện tử tại địa chỉ daibieunhandan.vn giữ vai trò trung tâm trong hệ sinh thái số, thực hiện chức năng cập nhật, lưu trữ và liên kết các loại hình nội dung. Trên nền tảng này, thông tin được tổ chức dưới nhiều hình thức như: bài viết, ảnh, infographic, video, tọa đàm và talkshow. Việc duy trì khu vực Đại biểu Nhân dân Video và các chuyên mục multimedia cho thấy Báo đã từng bước mở rộng từ nội dung văn bản sang sản phẩm có hình ảnh, âm thanh và yếu tố tương tác.

Hoạt động phân phối nội dung không chỉ giới hạn trên website mà còn được

mở rộng tới Facebook, YouTube, TikTok, Zalo OA và Viber. Cách tổ chức này giúp Báo tiếp cận công chúng trên nhiều điểm chạm đồng thời hỗ trợ quảng bá, dẫn nguồn và tái phân phối sản phẩm theo đặc trưng của từng nền tảng. Báo cũng đã đầu tư hệ thống quản trị nội dung, SEO, giao diện báo điện tử và đào tạo nhân lực theo hướng nhà báo đa phương tiện. Theo thông tin công bố của Báo, đơn vị được xếp thứ năm trong nhóm cơ quan báo chí Trung ương có mức độ chuyển đổi số xuất sắc năm 2024. Trong năm 2025, Báo tiếp tục xác định phát triển báo điện tử và truyền thông đa nền tảng là một nhiệm vụ trọng tâm; các nền tảng số được định hướng trở thành kênh thông tin nhanh, chính xác và mang bản sắc báo chí nghị trường. Phương hướng năm 2026 tiếp tục nhấn mạnh hoàn thiện mô hình tòa soạn hội tụ và phát triển đồng bộ báo in, báo điện tử, truyền hình và podcast cùng các nền tảng số. [11][15]

2.3. Khảo sát ban đầu về điều kiện xây dựng và sản xuất podcast tại Báo Đại biểu Nhân dân

Để bổ sung căn cứ thực tiễn cho việc đề xuất mô hình kênh podcast, tác giả tiến hành thu thập và xác nhận thông tin về các điều kiện hiện có tại Báo Đại biểu Nhân dân thông qua Phiếu cung cấp và xác nhận thông tin về điều kiện xây dựng kênh podcast tại Báo Đại biểu Nhân dân thực hiện ngày 07/08/2026. Nội dung phiếu tập trung vào các nhóm điều kiện cơ bản gồm: hiện trạng sản phẩm âm thanh, định hướng nội dung, nhân sự, kỹ thuật, nền tảng phân phối, bộ phận tổ chức sản xuất, khả năng bố trí nguồn lực và mức độ sẵn sàng triển khai. Cách tiếp cận này nhằm nhận diện các nguồn lực có thể tận dụng và những điều kiện cần tiếp tục hoàn thiện thay vì kiểm kê chi tiết toàn bộ nguồn lực nội bộ của cơ quan.

2.3.1. Điều kiện về nội dung

Kết quả thu thập thông tin cho thấy Báo Đại biểu Nhân dân đã có sản phẩm podcast hoặc nội dung âm thanh nhưng chưa được tổ chức phát hành định kỳ. Đây là một tiền đề thuận lợi cho thấy việc sử dụng âm thanh không hoàn toàn mới đối với hoạt động nội dung số của Báo, song chưa hình thành thành một kênh có lịch phát hành và cấu trúc sản phẩm ổn định.

Về định hướng nội dung, ba nhóm được xác định nên ưu tiên phát triển thành

podcast gồm điểm tin nghị trường, giải thích chính sách và đối thoại chuyên gia. Sự lựa chọn này tương đối phù hợp với chức năng và lợi thế nội dung của Báo Đại biểu Nhân dân. Điểm tin nghị trường có khả năng đáp ứng nhu cầu cập nhật nhanh, nội dung giải thích chính sách giúp chuyên hóa các vấn đề pháp luật, nghị quyết và chính sách thành hình thức dễ tiếp nhận hơn trong khi đối thoại chuyên gia tạo điều kiện gia tăng chiều sâu phân tích và giá trị tham khảo.

Đáng chú ý, ba hướng nội dung trên cũng tương thích với những bài học rút ra ở Chương 1 về sự kết hợp giữa tính thời sự, khả năng giải thích và chiều sâu chính luận. Vì vậy, nguồn nội dung hiện có của Báo có thể xem là một trong những điều kiện thuận lợi rõ nhất khi triển khai kênh podcast.

2.3.2. Điều kiện về nhân sự và tổ chức sản xuất

Đối với giai đoạn thử nghiệm, thông tin được cung cấp cho thấy Báo có thể bố trí 03 nhân sự trực tiếp tham gia, tương ứng với ba nhóm nhiệm vụ: 01 người phụ trách nội dung/kịch bản, 01 người dẫn và 01 người phụ trách kỹ thuật/hậu kỳ. Đồng thời, Báo có trên 05 nhân sự đã có kinh nghiệm liên quan đến thu âm, dẫn chương trình hoặc hậu kỳ âm thanh.

Như vậy, phương án tổ chức ban đầu có thể triển khai theo hướng nhóm sản xuất tinh gọn trong đó ba nhân sự giữ vai trò nòng cốt và có thể huy động thêm nguồn lực từ đội ngũ đã có kinh nghiệm khi cần thiết. Cách tổ chức này phù hợp với giai đoạn thử nghiệm bởi chưa đòi hỏi hình thành ngay một bộ phận podcast chuyên trách với quy mô lớn.

Về đầu mối tổ chức sản xuất, Ban Điện tử cụ thể là Bộ phận sản xuất Video và Nội dung số được xác định là đơn vị phù hợp đảm nhiệm vai trò này. Đây là lựa chọn hợp lý do podcast về bản chất là sản phẩm truyền thông số, cần gắn với hoạt động sản xuất multimedia, quản trị nội dung số và phân phối trên các nền tảng trực tuyến.

Tuy nhiên trong số các điều kiện cần bổ sung, nội dung được lựa chọn là đào tạo, trong khi nhân sự không được xác định là vấn đề cần ưu tiên bổ sung. Điều này cho thấy khó khăn ban đầu chủ yếu không nằm ở số lượng nhân lực mà ở việc hoàn

thiện kỹ năng chuyên biệt cho sản xuất podcast như viết kịch bản cho âm thanh, tổ chức lời dẫn, kỹ thuật phỏng vấn, thu âm và hậu kỳ.

2.3.3. Điều kiện kỹ thuật và nền tảng phân phối

Kết quả xác nhận cho thấy Báo có không gian có thể sử dụng để ghi âm. Về công nghệ, phiếu ghi nhận khả năng tích hợp sản phẩm trên CMS của báo điện tử qua đó tạo cơ sở cho việc đưa nội dung âm thanh vào hệ thống xuất bản số hiện có. Tuy nhiên, phiếu chưa kiểm kê chi tiết từng loại thiết bị hoặc phần mềm sản xuất âm thanh vì vậy, đề án chỉ xem đây là điều kiện kỹ thuật ban đầu và không khẳng định mức độ đáp ứng của từng thiết bị chuyên dụng.

Về phân phối, ba nền tảng được xác định có thể sử dụng gồm: website của Báo, YouTube và TikTok. Đây là những kênh có thể hỗ trợ cả phát hành sản phẩm chính và quảng bá các đoạn trích, video ngắn hoặc nội dung dẫn đến tập podcast đầy đủ. Việc tận dụng những nền tảng Báo đã có khả năng vận hành giúp giảm yêu cầu xây dựng một hệ thống phân phối hoàn toàn mới trong giai đoạn đầu.

Mặc dù Spotify và các nền tảng podcast chuyên biệt khác chưa được lựa chọn trong phiếu xác nhận, điều này không cản trở việc thử nghiệm kênh podcast. Trong giai đoạn đầu, việc ưu tiên các nền tảng hiện có giúp giảm áp lực vận hành; sau khi mô hình ổn định, phạm vi phân phối có thể được xem xét mở rộng dựa trên dữ liệu tiếp nhận của công chúng.

2.3.4. Điều kiện về nguồn lực và khả năng duy trì

Đối với kinh phí, phương án được xác nhận là tận dụng nguồn lực hiện có, chưa đặt vấn đề bố trí nguồn kinh phí riêng cho giai đoạn thử nghiệm. Cách tiếp cận này phù hợp với mô hình triển khai ban đầu ở quy mô tinh gọn, tận dụng nhân sự, cơ sở vật chất, hệ thống quản trị nội dung và các nền tảng số sẵn có trước khi quyết định đầu tư bổ sung.

Một điểm cần lưu ý là tần suất sản xuất bằng nguồn lực hiện tại chưa được xác định. Điều này cho thấy mặc dù các nguồn lực nền tảng đã bước đầu hình thành, kế hoạch vận hành cụ thể, đặc biệt là định mức sản xuất và lịch phát hành, vẫn cần được kiểm nghiệm trong giai đoạn thử nghiệm. Vì vậy thay vì áp đặt ngay tần suất cao, mô

hình đề xuất nên bắt đầu ở quy mô phù hợp, theo dõi thời gian sản xuất thực tế và khả năng đáp ứng của nhân sự trước khi xác lập lịch phát hành ổn định.

2.3.5. Đánh giá chung về mức độ sẵn sàng

Bảng 2.1. Kết quả từ Phiếu cung cấp và xác nhận thông tin về điều kiện xây dựng kênh podcast tại Báo Đại biểu Nhân dân

Nhóm điều kiện	Kết quả ghi nhận	Đánh giá
Nội dung	Đã có nội dung âm thanh nhưng chưa định kỳ; xác định được ba hướng ưu tiên	Thuận lợi
Nhân sự	Có thể bố trí nhóm nòng cốt 3 người; trên 5 người có kinh nghiệm liên quan	Cơ bản đáp ứng
Tổ chức	Ban Điện tử – Bộ phận sản xuất Video và Nội dung số làm đầu mối	Có cơ sở triển khai
Không gian, công nghệ	Có không gian ghi âm; có khả năng tích hợp trên CMS báo điện tử	Có điều kiện ban đầu
Phân phối	Website, YouTube và TikTok	Tương đối thuận lợi
Kinh phí	Ưu tiên tận dụng nguồn lực hiện có	Phù hợp giai đoạn thử nghiệm
Đào tạo	Được xác định là nội dung cần ưu tiên bổ sung	Cần hoàn thiện
Tần suất	Chưa xác định	Cần kiểm nghiệm khi thử nghiệm
Mức độ sẵn sàng chung	Tương đối sẵn sàng triển khai	Có thể triển khai theo lộ trình

Từ những kết quả trên có thể nhận định Báo Đại biểu Nhân dân đã có những điều kiện nền tảng tương đối thuận lợi để triển khai kênh podcast đặc biệt về nguồn nội dung, nhân sự, đầu mối tổ chức sản xuất và hệ thống phân phối số. Đánh giá chung trong phiếu cũng xác định Báo ở mức “tương đối sẵn sàng triển khai”. Tuy

nhiên mức độ sẵn sàng này không đồng nghĩa với việc mọi điều kiện đã hoàn thiện. Hai vấn đề cần tiếp tục xử lý là nâng cao kỹ năng chuyên biệt cho đội ngũ sản xuất podcast và xác lập tần suất phát hành phù hợp với năng lực vận hành thực tế.

Do đó phương án phù hợp là triển khai theo hướng tận dụng nguồn lực sẵn có, tổ chức nhóm sản xuất tinh gọn và thử nghiệm trước khi mở rộng. Cách tiếp cận này vừa hạn chế chi phí đầu tư ban đầu, vừa tạo điều kiện kiểm chứng quy trình, nội dung, khả năng phối hợp nhân sự và phản hồi của công chúng. Kết quả khảo sát điều kiện sản xuất tại mục này, kết hợp với khảo sát nhu cầu công chúng ở phần tiếp theo, là cơ sở thực tiễn để xây dựng mô hình và lộ trình triển khai kênh podcast của Báo Đại biểu Nhân dân ở Chương 3.

2.4. Khảo sát nhu cầu công chúng Báo Đại biểu Nhân dân về kênh podcast

Nhằm bổ sung căn cứ thực tiễn cho việc xây dựng kênh podcast của Báo Đại biểu Nhân dân, tác giả tiến hành khảo sát công chúng với 200 phản hồi hợp lệ. Nội dung khảo sát tập trung vào bốn nhóm vấn đề: mức độ tiếp cận Báo và thói quen nghe podcast, mức độ cần thiết và ý định sử dụng kênh podcast, nhu cầu về nội dung, hình thức, thời lượng, tần suất, nền tảng phát hành và các yêu cầu đối với chất lượng sản phẩm. Mẫu khảo sát có sự tham gia của nhiều nhóm tuổi và nghề nghiệp khác nhau. Nhóm từ 18 - 30 tuổi chiếm 35%, từ 31 - 45 tuổi chiếm 32%, từ 46 - 54 tuổi chiếm 17% và từ 55 tuổi trở lên chiếm 13%; nhóm dưới 18 tuổi chiếm tỷ lệ nhỏ. Về nghề nghiệp, người trả lời phân bố ở nhiều nhóm như cán bộ, công chức, viên chức; đại biểu dân cử; báo chí - truyền thông; pháp luật; nghiên cứu - giảng dạy; nhân viên văn phòng; học sinh, sinh viên; kinh doanh và lao động tự do. Cơ cấu này cho phép khảo sát ghi nhận nhu cầu từ những nhóm công chúng có đặc điểm tiếp nhận thông tin tương đối đa dạng. Tuy nhiên, kết quả khảo sát được sử dụng chủ yếu để nhận diện xu hướng nhu cầu và làm căn cứ thiết kế mô hình, không nhằm suy rộng thống kê cho toàn bộ công chúng của Báo Đại biểu Nhân dân.

2.4.1. Mức độ tiếp cận Báo và thói quen nghe podcast

Kết quả cho thấy phần lớn người tham gia đã có mức độ nhận biết hoặc tiếp cận nhất định đối với Báo Đại biểu Nhân dân. Trong 6 tháng gần nhất, 50% cho biết

tiếp cận Báo thường xuyên, 15% tiếp cận từ 1 - 2 lần/tuần và 12,5% thỉnh thoảng tiếp cận. Như vậy 77,5% số người được hỏi có tiếp cận nội dung của Báo ở các mức độ khác nhau trong khi 15% biết đến Báo nhưng ít tiếp cận và chỉ 7,5% chưa từng tiếp cận.

Các kênh tiếp cận hiện nay khá đa dạng. Website của Báo được 30,5% người trả lời lựa chọn tiếp đến là Facebook với 26%, YouTube 22% và báo in 19%. Điều này cho thấy công chúng của Báo đã có xu hướng tiếp cận nội dung thông qua nhiều điểm chạm số, tạo điều kiện thuận lợi cho việc bổ sung một sản phẩm âm thanh vào hệ sinh thái truyền thông hiện có.

Thói quen sử dụng podcast trong mẫu khảo sát cũng tương đối rõ. Có 50% người trả lời cho biết nghe podcast hoặc chương trình âm thanh trên Internet hàng ngày và 20% nghe vài lần mỗi tuần, thêm 11% nghe vài lần mỗi tháng. Như vậy khoảng 81% người tham gia khảo sát có nghe podcast ít nhất vài lần trong một tháng. Website hoặc ứng dụng của các cơ quan báo chí là nơi nghe podcast được lựa chọn nhiều nhất với 59%, cao hơn YouTube (28%), Spotify (15%) và Apple Podcasts (11%). Kết quả này đáng chú ý vì cho thấy công chúng không nhất thiết chỉ tìm đến các ứng dụng podcast chuyên biệt mà vẫn có xu hướng tiếp nhận sản phẩm âm thanh ngay trong hệ sinh thái của cơ quan báo chí.

Bảng 2.2. Một số chỉ báo về mức độ tiếp cận Báo và nhu cầu đối với podcast

STT	Nội dung	Kết quả nổi bật
1	Tiếp cận Báo thường xuyên	50%
2	Tiếp cận Báo 1–2 lần/tuần	15%
3	Thỉnh thoảng tiếp cận	12,5%
4	Chưa từng tiếp cận Báo	7,5%
5	Nghe podcast hằng ngày	50%
6	Nghe podcast vài lần/tuần	20%
7	Nghe podcast vài lần/tháng	11%
8	Đánh giá xây dựng podcast là cần thiết/rất cần thiết	66%

STT	Nội dung	Kết quả nổi bật
9	Có khả năng/chắc chắn sẽ nghe nếu Báo triển khai	63%

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả)

Bảng trên cho thấy giữa khả năng tiếp cận Báo và thói quen nghe podcast đã tồn tại một nền tảng công chúng tương đối thuận lợi cho sản phẩm mới.

2.4.2. Nhu cầu đối với việc xây dựng kênh podcast

Đối với câu hỏi về sự cần thiết của việc xây dựng một kênh podcast riêng cho Báo Đại biểu Nhân dân, 40% đánh giá “rất cần thiết” và 26% đánh giá “cần thiết”, tương đương tổng cộng 66%. Có 18% còn phân vân trong khi nhóm đánh giá không cần thiết hoặc hoàn toàn không cần thiết chiếm 16%.

Kết quả về ý định sử dụng cho thấy xu hướng tương tự. Có 42% cho biết “có khả năng nghe” và 21% “chắc chắn sẽ nghe” nếu Báo triển khai kênh podcast, tức 63% thể hiện ý định tiếp nhận tích cực. Trong khi đó, 22% chưa xác định và 15% nghi ngờ về khả năng không nghe.

Hai kết quả trên cho thấy nhu cầu đối với podcast không chỉ dừng ở nhận thức về sự cần thiết mà đã thể hiện ở ý định sử dụng. Tuy nhiên tỷ lệ 22% còn chưa xác định cũng cho thấy quyết định nghe phụ thuộc đáng kể vào chất lượng và cách thức tổ chức sản phẩm. Vì vậy việc xây dựng podcast cần dựa trên nhu cầu cụ thể của công chúng thay vì chỉ bổ sung một định dạng mới vào hệ sinh thái của Báo.

2.4.3. Nhu cầu về nội dung và hình thức podcast

Về giá trị mong muốn, 62% người được hỏi lựa chọn khả năng cập nhật hoạt động của Quốc hội và Hội đồng nhân dân; 58% mong muốn podcast giúp giải thích chính sách, pháp luật; 54% quan tâm đến phân tích tác động của chính sách. Các nhu cầu tiếp theo là kết nối đại biểu với cử tri (48%), tiếp cận ý kiến chuyên gia (42%) và nhận thông tin chính thống (36%).

Kết quả này cho thấy công chúng không chỉ có nhu cầu “nghe tin” mà còn mong muốn podcast thực hiện chức năng giải thích và làm rõ ý nghĩa của chính sách. Đây chính là khoảng giá trị mà Báo Đại biểu Nhân dân có lợi thế nhờ nguồn thông tin nghị trường, hoạt động của cơ quan dân cử và khả năng tiếp cận đại biểu, chuyên

gia.

Bảng 2.3. Nhu cầu nổi bật về nội dung và hình thức podcast

Nhóm	Nội dung/hình thức	Tỷ lệ
Giá trị mong muốn	Cập nhật hoạt động Quốc hội và Hội đồng nhân dân	62%
	Giải thích chính sách, pháp luật	58%
	Phân tích tác động của chính sách	54%
	Kết nối đại biểu với cử tri	48%
Chủ đề mong muốn	Điểm tin nghị trường	64%
	Giải thích dự luật, nghị quyết, chính sách	58%
	Cử tri hỏi - đại biểu trả lời	48%
	Phỏng vấn đại biểu	45%
	Đối thoại chuyên gia	43%
Hình thức mong muốn	Điểm tin ngắn	62%
	Giải thích một vấn đề	56%
	Phỏng vấn	51%
	Tọa đàm	45%

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả. Câu hỏi cho phép lựa chọn nhiều phương án)

Xét cụ thể về chủ đề, điểm tin nghị trường đạt tỷ lệ lựa chọn cao nhất với 64% tiếp đến là giải thích dự luật, nghị quyết và chính sách với 58%. Các nội dung tạo sự kết nối trực tiếp giữa cơ quan dân cử và công chúng cũng nhận được sự quan tâm đáng kể: cử tri hỏi - đại biểu trả lời đạt 48%, phỏng vấn đại biểu 45% và đối thoại chuyên gia 43%. Trong khi đó, nội dung theo dõi thực thi chính sách đạt 39%, kinh tế – xã hội 34% và câu chuyện nghị trường 29%.

Xu hướng này tương đối thống nhất với kết quả khảo sát về hình thức. Điểm tin ngắn được 62% lựa chọn, chương trình giải thích một vấn đề đạt 56%, phỏng vấn đạt 51% và tọa đàm đạt 45%. Hỏi – đáp đạt 37%, phóng sự hoặc kể chuyện âm thanh đạt 29%, trong khi bản đọc bài viết chọn lọc chỉ đạt 20%.

Đáng chú ý, bản đọc bài viết có tỷ lệ lựa chọn thấp nhất trong các hình thức được khảo sát. Kết quả này củng cố quan điểm rằng podcast của Báo không nên đơn thuần chuyển bài báo viết thành bản đọc, mà cần được xây dựng như một sản phẩm độc lập, có kịch bản, cấu trúc và phương thức thể hiện phù hợp với đặc trưng của truyền thông âm thanh.

2.4.4. Nhu cầu về thời lượng, tần suất và nền tảng phát hành

Đối với thời lượng, nhóm 10 - 15 phút được lựa chọn nhiều nhất, chiếm 35%, tiếp theo là 5 - 10 phút với 30% và 15 - 30 phút với 20%. Như vậy 65% người được khảo sát ưu tiên podcast trong khoảng 5 - 15 phút và khoảng 85% lựa chọn các khoảng thời lượng từ 5 đến 30 phút. Điều này cho thấy xu hướng ưu tiên những sản phẩm có thời lượng vừa phải, phù hợp với khả năng nghe trong quá trình di chuyển, nghỉ ngơi hoặc thực hiện các hoạt động khác.

Về tần suất, 38% lựa chọn 1 - 2 tập/tuần, cao nhất trong các phương án; 22% lựa chọn 3 - 4 tập/tuần, 18% mong muốn phát hành hằng ngày, 16% lựa chọn 1 tập/tuần và 6% cho rằng chỉ cần phát hành khi xuất hiện chủ đề quan trọng. Kết quả này cho thấy lịch phát hành từ 1 - 2 tập/tuần là điểm khởi đầu tương đối phù hợp, vừa đáp ứng nhu cầu của công chúng, vừa hạn chế áp lực sản xuất trong giai đoạn đầu.

Bảng 2.4. Nhu cầu về thời lượng, tần suất và nền tảng phát hành

Tiêu chí	Phương án nổi bật	Tỷ lệ
Thời lượng	10–15 phút	35%
	5–10 phút	30%
	15–30 phút	20%
Tần suất	1–2 tập/tuần	38%
	3–4 tập/tuần	22%
	Hằng ngày	18%
	1 tập/tuần	16%
Nền tảng mong muốn	Website Báo Đại biểu Nhân dân	62%
	YouTube	48%

Tiêu chí	Phương án nổi bật	Tỷ lệ
	Spotify	38%
	Apple Podcasts	35%
	Facebook	20%
	TikTok	10%

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả. Câu hỏi cho phép lựa chọn nhiều phương án)

Về phân phối, website Báo Đại biểu Nhân dân được lựa chọn nhiều nhất với 62%, tiếp theo là YouTube 48%, Spotify 38% và Apple Podcasts 35%. Facebook đạt 20% và TikTok 10%. Kết quả cho thấy website của Báo nên đóng vai trò nền tảng trung tâm trong khi các nền tảng khác được sử dụng theo hướng mở rộng phạm vi tiếp cận và tạo thêm điểm chạm với công chúng.

Đáng chú ý, kết quả này có sự tương đồng với thực trạng điều kiện sản xuất được phân tích tại mục 2.3 trong đó website và YouTube đã được xác định là những nền tảng Báo có khả năng tận dụng ngay. Tuy nhiên tỷ lệ công chúng mong muốn tiếp cận qua Spotify và Apple Podcasts lần lượt đạt 38% và 35% cũng đặt ra yêu cầu xem xét mở rộng phân phối lên các nền tảng podcast chuyên biệt trong giai đoạn tiếp theo.

2.4.5. Yêu cầu về chất lượng và một số hàm ý từ khảo sát

Đối với các tiêu chí chất lượng, kết quả thang đo cho thấy mức “quan trọng” và “rất quan trọng” chiếm ưu thế ở tất cả các yếu tố được khảo sát gồm: độ chính xác của nội dung, khả năng giải thích dễ hiểu, chiều sâu phân tích, ngôn ngữ gần gũi, khách mời phù hợp, kết cấu mạch lạc, chất lượng âm thanh và mức độ hấp dẫn của kịch bản. Trong đó xu hướng đánh giá đặc biệt cao thể hiện ở các tiêu chí liên quan đến độ chính xác, khả năng giải thích và kết cấu nội dung. Điều này cho thấy việc đơn giản hóa nội dung để phù hợp với podcast không đồng nghĩa với giảm yêu cầu về chất lượng thông tin. Đối với một cơ quan báo chí chính luận như Báo Đại biểu Nhân dân, sản phẩm podcast cần đồng thời đáp ứng hai yêu cầu: giữ vững tính chính xác, chính thống và chiều sâu; đồng thời chuyển tải bằng ngôn ngữ dễ nghe, cấu trúc rõ và hình thức âm thanh hấp dẫn.

Từ kết quả khảo sát có thể rút ra một số định hướng trực tiếp cho việc xây dựng kênh podcast của Báo Đại biểu Nhân dân. Trước hết, nhu cầu xây dựng kênh có cơ sở khi 66% người được hỏi đánh giá cần thiết hoặc rất cần thiết và 63% thể hiện khả năng sẽ nghe. Về nội dung, podcast nên lấy hoạt động nghị trường, giải thích chính sách và các vấn đề liên quan trực tiếp đến cử tri làm trục chính. Về hình thức, cần ưu tiên điểm tin ngắn, chương trình giải thích và phỏng vấn, thay vì chủ yếu đọc lại bài báo. Về tổ chức phát hành, thời lượng khoảng 5 - 15 phút và tần suất ban đầu 1 -2 tập/tuần là những phương án phù hợp với xu hướng lựa chọn của công chúng. Website của Báo nên giữ vai trò trung tâm, đồng thời kết hợp YouTube và từng bước mở rộng sang Spotify, Apple Podcasts. Đây là những căn cứ thực tiễn quan trọng để xác lập mô hình nội dung, hình thức và phương án phân phối được đề xuất tại Chương 3.

2.5. Kết quả phỏng vấn sâu

Để bổ sung cơ sở thực tiễn cho đề án, tác giả tiến hành phỏng vấn sâu hai trường hợp gồm đại diện Báo Đại biểu Nhân dân và chuyên gia trong lĩnh vực phát thanh, truyền thông âm thanh. Kết quả phỏng vấn giúp làm rõ nhu cầu phát triển podcast trong cơ quan báo chí chính luận, yêu cầu về nội dung, hình thức thể hiện, quy trình sản xuất và khả năng tiếp cận công chúng trên nền tảng số.

2.5.1. Góc nhìn từ lãnh đạo Báo Đại biểu Nhân dân

Kết quả phỏng vấn cho thấy podcast được nhìn nhận không chỉ như một định dạng truyền tải mới mà còn là công cụ giúp Báo tăng khả năng giải thích chính sách, mở rộng tiếp cận công chúng và thích ứng với môi trường truyền thông số. Theo đó, podcast của Báo cần được định vị theo hướng giải thích rõ ràng, mạch lạc những vấn đề nghị trường và chính sách có liên quan đến đời sống, thay vì chủ yếu đọc lại hoặc chuyển thể nguyên trạng nội dung báo viết.

Về công chúng, sản phẩm không nên chỉ hướng tới cán bộ, đại biểu hoặc nhóm chuyên môn mà cần mở rộng đến những người quan tâm đến chính sách nhưng không có điều kiện thường xuyên tiếp cận các văn bản dài và phức tạp. Nội dung vì vậy cần trả lời được những câu hỏi thiết thực như chính sách liên quan thế nào đến người

nghe, thay đổi điều gì và có tác động ra sao đến đời sống.

Ba yêu cầu nổi bật được lãnh đạo Báo nhấn mạnh là tính chính xác, khả năng giải thích dễ hiểu và sự đa chiều trong khuôn khổ chuẩn mực báo chí. Bên cạnh đó, chất lượng âm thanh, giọng dẫn, tiêu đề và mô tả cũng cần được chú trọng. Trong giai đoạn đầu, nên ưu tiên chất lượng nội dung, nhân sự và quy trình sản xuất hơn là đầu tư lớn về thiết bị hoặc mở rộng quy mô quá nhanh. Các nền tảng số hiện có của Báo có thể được tận dụng làm cơ sở để phát hành và quảng bá sản phẩm.

2.5.2. Góc nhìn từ chuyên gia

Ý kiến chuyên gia cho rằng lợi thế của podcast nằm ở khả năng tiếp nhận linh hoạt, tính cá nhân hóa và mối quan hệ gần gũi hơn giữa người dẫn với người nghe. Tuy nhiên, podcast báo chí khác với podcast cá nhân ở yêu cầu về kiểm chứng thông tin, tính xác tín và trách nhiệm đối với sự thật; đối với podcast chính luận, yêu cầu này càng cần được đặt ở mức cao do nội dung thường liên quan đến chính trị, pháp luật và những vấn đề xã hội quan trọng.

Một hạn chế cần tránh là đưa phương thức truyền tải của báo chí truyền thống nguyên trạng sang podcast. Để tăng khả năng tiếp nhận, chủ đề cần có điểm chạm với đời sống, những vấn đề phức tạp cần được chia thành các lát cắt dễ nghe, đồng thời phát huy vai trò của người dẫn như một nhân tố kết nối nội dung với công chúng.

Đối với Báo Đại biểu Nhân dân, chuyên gia cho rằng podcast có thể tập trung vào phổ biến, giải thích chính sách - pháp luật, hoạt động nghị trường và những nội dung tác động trực tiếp đến quyền lợi, nghĩa vụ của người dân. Công chúng cũng cần được phân nhóm để lựa chọn chủ đề, ngôn ngữ và hình thức thể hiện phù hợp. Bên cạnh nội dung, quy trình sản xuất, chất lượng âm thanh, người dẫn, thời lượng, nhịp phát hành và phương thức phân phối đều có ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng tiếp nhận sản phẩm.

Tiểu kết Chương 2

Chương 2 đã tập trung khảo sát và đánh giá những điều kiện thực tiễn liên quan đến việc xây dựng kênh podcast tại Báo Đại biểu Nhân dân. Trên cơ sở khái quát quá trình phát triển, chức năng, nhiệm vụ và hệ sinh thái nội dung – nền tảng số

của Báo, có thể thấy đơn vị có lợi thế rõ về nguồn thông tin chính thống, chuyên sâu về Quốc hội, Hội đồng nhân dân, hoạt động đại biểu dân cử, chính sách và pháp luật; đồng thời đã hình thành các nền tảng số và kinh nghiệm sản xuất nội dung đa phương tiện có thể tận dụng cho podcast.

Kết quả xác nhận điều kiện sản xuất cho thấy Báo đã có những nguồn lực ban đầu tương đối thuận lợi về nội dung, nhân sự, đầu mối tổ chức và nền tảng phân phối. Ban Điện tử – Bộ phận sản xuất Video và Nội dung số được xác định là đầu mối phù hợp; mô hình thử nghiệm có thể tổ chức theo hướng tinh gọn, tận dụng nguồn lực hiện có. Tuy nhiên, một số yếu tố vẫn cần tiếp tục hoàn thiện, đặc biệt là kỹ năng sản xuất podcast, quy trình chuyên biệt và việc xác lập tần suất phát hành phù hợp với năng lực vận hành thực tế.

Khảo sát 200 người cho thấy nhu cầu đối với kênh podcast của Báo có cơ sở tương đối rõ. Phần lớn người trả lời đã có thói quen nghe podcast, 66% đánh giá việc xây dựng kênh là cần thiết hoặc rất cần thiết và 63% thể hiện khả năng sẽ nghe nếu Báo triển khai. Công chúng ưu tiên các nội dung điểm tin nghị trường, giải thích chính sách, phân tích tác động của chính sách, phỏng vấn và đối thoại; đồng thời có xu hướng lựa chọn thời lượng ngắn hoặc trung bình, tần suất 1–2 tập/tuần và tiếp cận trước hết qua website của Báo, YouTube và các nền tảng podcast chuyên biệt.

Kết quả phỏng vấn sâu với lãnh đạo Báo và chuyên gia bên ngoài tiếp tục củng cố các phát hiện trên. Hai nhóm ý kiến đều nhấn mạnh rằng podcast của Báo Đại biểu Nhân dân không nên chỉ là bản đọc lại nội dung báo viết mà cần được phát triển như một sản phẩm báo chí số có chức năng giải thích, kết nối và làm rõ tác động của chính sách đối với đời sống. Những kết quả này là cơ sở thực tiễn trực tiếp để Chương 3 đề xuất mô hình nội dung, hình thức thể hiện, tổ chức sản xuất, quản trị, lộ trình và phương án triển khai kênh podcast phù hợp với đặc thù của Báo Đại biểu Nhân dân.

CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP XÂY DỰNG KÊNH PODCAST CHO BÁO ĐẠI BIỂU NHÂN DÂN

3.1. Những vấn đề đặt ra đối với Báo Đại biểu Nhân dân trong đáp ứng nhu cầu công chúng số

Kết quả nghiên cứu ở Chương 1 và khảo sát thực tiễn tại Chương 2 cho thấy Báo Đại biểu Nhân dân có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển podcast đặc biệt về nguồn nội dung chính thống, đội ngũ làm báo, hệ sinh thái số và khả năng tiếp cận đại biểu, chuyên gia. Đồng thời khảo sát công chúng cho thấy nhu cầu đối với sản phẩm này tương đối rõ, khi 66% người được hỏi đánh giá việc xây dựng kênh podcast là cần thiết hoặc rất cần thiết và 63% cho biết có khả năng hoặc chắc chắn sẽ nghe khi Báo triển khai. Tuy nhiên để đáp ứng nhu cầu công chúng số, một số vấn đề cần được giải quyết.

Thứ nhất, podcast của Báo cần được xác định là sản phẩm báo chí số được thiết kế riêng cho môi trường âm thanh, không phải bản đọc lại của báo viết. Kết quả khảo sát cho thấy công chúng ưu tiên điểm tin ngắn, giải thích một vấn đề và phỏng vấn, trong khi hình thức bản đọc bài viết nhận được ít lựa chọn hơn. Bên cạnh nhóm công chúng truyền thống như đại biểu dân cử, cán bộ, công chức và người làm công tác chuyên môn, podcast cần hướng tới cử tri, người trẻ và những người quan tâm đến chính sách nhưng không có nhiều thời gian tiếp cận các văn bản dài, phức tạp. Vì vậy định vị phù hợp là cung cấp thông tin nghị trường và chính sách theo hướng chính xác, dễ hiểu và gắn với đời sống.

Thứ hai, Báo Đại biểu Nhân dân có lợi thế lớn về nguồn nội dung liên quan đến Quốc hội, Hội đồng nhân dân, pháp luật và chính sách. Tuy nhiên đây cũng là những lĩnh vực có nhiều thuật ngữ, số liệu và nội dung chuyên môn. Thách thức đặt ra là phải chuyển hóa những vấn đề phức tạp thành các tập podcast có trọng tâm, giải thích được chính sách thay đổi điều gì, tác động đến ai và người dân cần quan tâm vấn đề gì. Điều này phù hợp với kết quả khảo sát khi 62% công chúng mong muốn cập nhật hoạt động Quốc hội và HĐND, 58% mong muốn được giải thích chính sách, pháp luật và 54% quan tâm đến tác động của chính sách. Do đó, giá trị khác biệt của

podcast cần nằm ở khả năng giải thích và phân tích, thay vì chỉ truyền tải thông tin.

Thứ ba, podcast của Báo phải bảo đảm tính chính xác, chính thống, kiểm chứng nguồn tin và tuân thủ quy trình biên tập. Tuy nhiên tính chính luận không đồng nghĩa với cách trình bày khô cứng. Ngôn ngữ cần rõ ràng, gần gũi, kịch bản phải có cấu trúc mạch lạc, người dẫn cần đóng vai trò kết nối và giải thích vấn đề cho người nghe. Do đó yêu cầu đặt ra là giữ được độ tin cậy và chuẩn mực của một cơ quan báo chí chính luận, đồng thời tận dụng đặc trưng gần gũi, linh hoạt và cá nhân hóa của podcast. Đây là yếu tố quyết định khả năng mở rộng từ nhóm công chúng chuyên môn sang công chúng rộng hơn.

Thứ tư, khảo sát điều kiện sản xuất cho thấy Báo đã có những nền tảng ban đầu về nhân sự, đầu mối tổ chức, không gian sản xuất và hệ thống phân phối số. Tuy nhiên tần suất sản xuất bằng nguồn lực hiện có chưa được xác định, trong khi 38% công chúng mong muốn 1 - 2 tập/tuần. Vấn đề vì vậy không chỉ là khả năng sản xuất một vài tập thử nghiệm mà còn là khả năng duy trì chất lượng và lịch phát hành ổn định. Báo cần hoàn thiện kỹ năng sản xuất âm thanh, phân công nhân sự, quy trình biên tập - hậu kỳ và định mức sản xuất phù hợp trước khi mở rộng quy mô.

Cuối cùng, kết quả khảo sát cho thấy website Báo Đại biểu Nhân dân là nền tảng được mong muốn nhiều nhất với 62%, tiếp theo là YouTube 48%, Spotify 38% và Apple Podcasts 35%. Điều này đặt ra yêu cầu kết hợp nền tảng sở hữu của Báo với các nền tảng podcast và mạng xã hội để mở rộng độ phủ. Bên cạnh phát hành, cần xây dựng cơ chế đo lường các chỉ số như lượt nghe, thời gian nghe, tỷ lệ hoàn thành, người theo dõi, phản hồi và mức độ quay lại. Dữ liệu này là cơ sở để điều chỉnh nội dung, hình thức và tần suất phát hành theo nhu cầu thực tế của công chúng.

Như vậy, vấn đề đặt ra đối với Báo Đại biểu Nhân dân không chỉ là bổ sung một định dạng âm thanh mới, mà là chuyển lợi thế về nội dung chính thống và nguồn lực báo chí thành một kênh podcast có định vị rõ, dễ tiếp nhận, duy trì được chất lượng, phát hành ổn định và có khả năng tiếp cận công chúng trên nhiều nền tảng. Những yêu cầu này là cơ sở trực tiếp để xây dựng các nhóm giải pháp về nội dung, hình thức, tổ chức sản xuất và quản trị tại mục 3.2.

3.2. Các nhóm giải pháp xây dựng kênh podcast

Trên cơ sở lý luận, kinh nghiệm của một số cơ quan báo chí được phân tích ở Chương 1 đồng thời căn cứ kết quả khảo sát điều kiện sản xuất, khảo sát 200 công chúng và phỏng vấn sâu tại Chương 2, việc xây dựng kênh podcast cho Báo Đại biểu Nhân dân cần được triển khai đồng bộ trên bốn phương diện: nội dung, hình thức, tổ chức sản xuất và quản trị. Các nhóm giải pháp này không tách rời nhau mà có quan hệ hỗ trợ lẫn nhau, nhằm bảo đảm sản phẩm vừa phù hợp với chức năng của một cơ quan báo chí chính luận, vừa đáp ứng thói quen tiếp nhận của công chúng trên môi trường số.

3.2.1. Giải pháp về nội dung

Trước hết, nội dung podcast cần được phát triển trên cơ sở lợi thế thông tin đặc thù của Báo Đại biểu Nhân dân, tập trung vào Quốc hội, Hội đồng nhân dân, hoạt động của đại biểu dân cử, xây dựng và thực thi pháp luật, chính sách công và những vấn đề có tác động trực tiếp đến cử tri. Đây là những lĩnh vực Báo có nguồn tin, đội ngũ phóng viên và khả năng tiếp cận đại biểu, chuyên gia mà không phải cơ quan báo chí nào cũng có được. Vì vậy podcast không nên phát triển theo hướng quá rộng hoặc cạnh tranh trực tiếp với các kênh podcast thời sự tổng hợp, mà cần tạo dấu ấn riêng ở khả năng giải thích nghị trường và chính sách từ góc nhìn gần với đời sống công chúng.

Kết quả khảo sát tại Chương 2 cho thấy định hướng này phù hợp với nhu cầu thực tế. Như vậy, nội dung cần được tổ chức theo hướng kết hợp thông tin nhanh - giải thích - phân tích - đối thoại, thay vì chỉ cung cấp tin tức đơn thuần. Một yêu cầu quan trọng khác là chuyển hóa nội dung chính luận thành nội dung phù hợp với việc nghe. Những dự luật, nghị quyết hoặc vấn đề nghị trường thường chứa nhiều thuật ngữ, số liệu và thông tin chuyên môn nếu chuyển nguyên trạng bài viết sang âm thanh sẽ khó duy trì sự tập trung của người nghe. Mỗi tập podcast vì vậy cần xác định một câu hỏi hoặc vấn đề trung tâm, tập trung giải đáp các nội dung: vấn đề gì đang được đặt ra, vì sao vấn đề này quan trọng, chính sách thay đổi như thế nào, ai chịu tác động và người dân cần quan tâm điều gì. Nội dung phải được chọn lọc, diễn giải bằng ngôn

ngữ rõ ràng nhưng không làm đơn giản hóa hoặc sai lệch bản chất của vấn đề.

Podcast cũng cần tạo không gian để tăng cường kết nối giữa đại biểu dân cử và công chúng. Các nội dung hỏi - đáp, giải đáp kiến nghị, phản ánh quá trình chính sách từ nghị trường đến thực tiễn hoặc phỏng vấn đại biểu về những vấn đề cử tri quan tâm có thể tạo giá trị khác biệt cho kênh. Qua đó podcast không chỉ cung cấp thông tin một chiều mà còn góp phần thực hiện chức năng diễn đàn giữa cơ quan dân cử, đại biểu và cử tri.

Về nguyên tắc biên tập, mọi nội dung phải đặt tính chính xác và độ tin cậy lên hàng đầu. Thông tin, số liệu, trích dẫn và phát ngôn cần được kiểm chứng, các nội dung liên quan đến chính sách, pháp luật phải sử dụng đúng thuật ngữ và đặt trong đúng bối cảnh. Đồng thời cần duy trì sự cân bằng giữa tính chính luận với khả năng tiếp nhận của công chúng bằng cách sử dụng ví dụ thực tế, tình huống cụ thể và các câu hỏi gần gũi với đời sống. Như vậy, giải pháp nội dung cốt lõi là không biến podcast thành bản đọc của Báo Đại biểu Nhân dân mà xây dựng nó thành một sản phẩm có giá trị bổ sung, giúp công chúng hiểu nhanh hơn, rõ hơn và sâu hơn những vấn đề nghị trường, pháp luật và chính sách mà Báo có thể mạnh thông tin.

3.2.2. Giải pháp về hình thức

Hình thức podcast cần được xây dựng phù hợp với hành vi nghe của công chúng số và đặc điểm nội dung chính luận. Kết quả khảo sát cho thấy điểm tin ngắn được 62% người trả lời lựa chọn, chương trình giải thích một vấn đề đạt 56%, phỏng vấn đạt 51% và tọa đàm đạt 45%, trong khi bản đọc bài viết chọn lọc chỉ đạt 20%. Vì vậy, hình thức chủ đạo nên là các chương trình được viết và sản xuất riêng cho âm thanh, ưu tiên điểm tin, giải thích, phỏng vấn và đối thoại.

Về thời lượng, khảo sát cho thấy 35% lựa chọn khoảng 10 - 15 phút và 30% lựa chọn 5 - 10 phút. Điều này gợi ý phần lớn các tập nên được tổ chức trong khoảng 5 - 15 phút, phù hợp với nhu cầu tiếp nhận nhanh và khả năng nghe trong lúc di chuyển hoặc thực hiện các hoạt động khác. Với các chương trình phỏng vấn hoặc đối thoại chuyên sâu, thời lượng có thể dài hơn tùy nội dung, nhưng cần tránh kéo dài không cần thiết.

Cấu trúc mỗi tập cần rõ ràng và nhất quán. Phần mở đầu nên nhanh chóng đưa người nghe vào vấn đề, cho biết nội dung chính và lý do cần quan tâm. Phần thân triển khai thông tin theo các ý chính, hạn chế quá nhiều lớp dữ kiện hoặc thuật ngữ trong cùng một đoạn. Phần cuối tóm lược những nội dung quan trọng và có thể dẫn người nghe tới bài viết, tài liệu hoặc nội dung liên quan trên báo điện tử. Cách tổ chức này giúp người nghe dễ theo dõi và đồng thời tạo liên kết giữa podcast với hệ sinh thái nội dung của Báo.

Người dẫn cần sử dụng ngôn ngữ có tính đối thoại, câu tương đối ngắn, rõ ý, tránh cách đọc văn bản hoặc diễn đạt quá hành chính. Tuy nhiên, sự gần gũi phải nằm trong giới hạn phù hợp với hình ảnh của Báo Đại biểu Nhân dân, không sử dụng lối dẫn quá cường điệu, giật gân hoặc thiên về cảm xúc. Mục tiêu là tạo cảm giác một người am hiểu đang giải thích vấn đề cho người nghe thay vì đọc lại một văn bản đã được viết trước.

Về âm thanh, cần bảo đảm tiếng nói rõ, ổn định, ít tạp âm; âm nhạc và hiệu ứng âm thanh chỉ đóng vai trò hỗ trợ nhận diện và chuyển đoạn, không lấn át nội dung. Nhạc hiệu mở đầu, kết thúc và một số yếu tố nhận diện cần được chuẩn hóa để tạo tính thống nhất giữa các tập. Tiêu đề, mô tả và ảnh bìa cũng cần được thiết kế đồng bộ, ngắn gọn và phản ánh đúng nội dung, tránh xu hướng giật tít không phù hợp với đặc trưng chính luận của Báo.

Podcast nên được thiết kế theo hướng có khả năng tái sử dụng trên nhiều nền tảng. Từ một tập hoàn chỉnh có thể tạo các đoạn âm thanh hoặc video ngắn để quảng bá trên YouTube, TikTok và mạng xã hội đồng thời cung cấp bản tóm tắt hoặc transcript (bản ghi chép) trên website. Như vậy một sản phẩm podcast có thể trở thành điểm xuất phát cho nhiều dạng nội dung số khác nhau mà không làm tăng quá mức chi phí sản xuất.

3.2.3. Giải pháp về tổ chức sản xuất

Việc tổ chức sản xuất cần theo hướng tinh gọn trong giai đoạn đầu nhưng phân công trách nhiệm rõ ràng. Kết quả khảo sát điều kiện tại Chương 2 cho thấy Báo có thể bố trí nhóm thử nghiệm gồm 03 nhân sự: một người phụ trách nội dung/kịch bản,

một người dẫn và một người phụ trách kỹ thuật/hậu kỳ; đồng thời Ban Điện tử - Bộ phận sản xuất Video và Nội dung số được xác định là đầu mối phù hợp để tổ chức sản xuất. Đây có thể là cơ sở để hình thành ê kíp ban đầu mà chưa cần thành lập ngay một đơn vị podcast độc lập.

Trong mô hình này, người phụ trách nội dung chịu trách nhiệm đề xuất đề tài, nghiên cứu tài liệu, kiểm chứng nguồn tin và xây dựng kịch bản; người dẫn thực hiện dẫn chương trình, phỏng vấn và kết nối các phần nội dung; nhân sự kỹ thuật chịu trách nhiệm ghi âm, xử lý âm thanh, hậu kỳ và hoàn thiện tệp xuất bản. Với những tập có yêu cầu chuyên môn cao có thể huy động phóng viên theo lĩnh vực, biên tập viên, chuyên gia hoặc các bộ phận kỹ thuật khác tham gia theo từng sản phẩm.

Quy trình sản xuất cần được chuẩn hóa theo chuỗi: lựa chọn đề tài → nghiên cứu và xây dựng kịch bản → biên tập, kiểm chứng → ghi âm/phỏng vấn → hậu kỳ → duyệt nội dung cuối → xuất bản → phân phối → theo dõi phản hồi. Điểm quan trọng là podcast phải được duyệt như một sản phẩm báo chí độc lập, không vì đặc trưng sản xuất nhanh mà giản lược các bước xác minh và biên tập.

Khâu xây dựng kịch bản cần được coi là trung tâm của quy trình. Kịch bản phải được viết cho việc nghe, xác định trước thời lượng, các luận điểm chính, câu hỏi dành cho khách mời, tư liệu âm thanh và cách chuyển đoạn. Đối với nội dung chính sách hoặc pháp luật cần có bước kiểm tra lại tên văn bản, số liệu, thuật ngữ và phát ngôn trước khi thu âm hoặc phát hành.

Người dẫn là một thành tố quan trọng đối với nhận diện của kênh. Trong giai đoạn đầu, Báo nên lựa chọn một hoặc một số nhân sự có giọng rõ, khả năng diễn đạt tốt, hiểu biết về nội dung nghị trường - chính sách và có khả năng phỏng vấn. Người dẫn không chỉ cần đọc tốt mà phải có năng lực hiểu vấn đề, đặt câu hỏi và diễn giải thông tin phức tạp bằng ngôn ngữ dễ tiếp nhận. Vì vậy đào tạo người dẫn cần kết hợp kỹ năng giọng nói với kỹ năng báo chí, phỏng vấn và xử lý tình huống.

Kết quả khảo sát điều kiện sản xuất cũng xác định đào tạo là nội dung cần ưu tiên bổ sung. Do đó trong giai đoạn đầu nên tổ chức đào tạo ngắn về viết kịch bản âm thanh, kỹ thuật dẫn, phỏng vấn podcast, ghi âm và hậu kỳ cơ bản. Việc đào tạo có thể

kết hợp giữa hướng dẫn chuyên gia và thực hành thông qua các tập thử nghiệm.

Về tần suất, không nên đặt mục tiêu quá cao ngay từ đầu. Khảo sát công chúng cho thấy 1 - 2 tập/tuần là phương án được lựa chọn nhiều nhất với 38% nhưng khảo sát nội bộ chưa xác định được tần suất mà nguồn lực hiện có có thể duy trì. Vì vậy nên tổ chức giai đoạn thử nghiệm để đo thời gian và khối lượng công việc thực tế, sau đó mới xác lập lịch phát hành chính thức. Nguyên tắc cần ưu tiên là đều đặn và bảo đảm chất lượng hơn là sản xuất nhiều nhưng thiếu ổn định.

3.2.4. Giải pháp về quản trị

Nếu tổ chức sản xuất tập trung vào việc tạo ra từng tập podcast thì quản trị kênh cần bảo đảm toàn bộ hoạt động được vận hành theo mục tiêu, kế hoạch và tiêu chuẩn thống nhất. Trước hết, Báo cần xác định rõ đơn vị chịu trách nhiệm chính đối với kênh, cơ chế phối hợp giữa Ban Điện tử với các ban chuyên môn và thẩm quyền phê duyệt nội dung. Điều này giúp tránh tình trạng podcast trở thành hoạt động kiêm nhiệm rời rạc, phụ thuộc quá nhiều vào từng cá nhân.

Kênh cần có kế hoạch nội dung theo tuần và theo tháng, trong đó xác định chủ đề, định dạng, người phụ trách, khách mời, thời điểm sản xuất và ngày phát hành. Bên cạnh các nội dung theo kế hoạch, cần duy trì khả năng phản ứng với những sự kiện nghị trường hoặc chính sách có tính thời sự cao. Việc lập lịch giúp cân đối nguồn lực và bảo đảm tính tập kỳ vốn là đặc trưng quan trọng của podcast.

Về quản trị chất lượng, cần xây dựng một số tiêu chuẩn tối thiểu áp dụng thống nhất cho toàn kênh gồm độ chính xác của thông tin, quy trình kiểm chứng, thời lượng, chất lượng âm thanh, cách đặt tiêu đề, mô tả, nhận diện hình ảnh, sử dụng nhạc và tư liệu. Đồng thời cần kiểm soát quyền tác giả, quyền sử dụng âm nhạc, hình ảnh, phát ngôn khách mời, dữ liệu cá nhân và các nội dung có liên quan đến thông tin chưa được phép công bố.

Phân phối cần được quản trị theo mô hình đa nền tảng nhưng có một trung tâm. Khảo sát cho thấy 62% công chúng mong muốn nghe trên website Báo Đại biểu Nhân dân, 48% trên YouTube, 38% trên Spotify và 35% trên Apple Podcasts. Vì vậy website của Báo nên là nơi tập hợp chính thức các tập podcast, transcript (bản ghi

chép) và nội dung liên quan. YouTube và mạng xã hội thực hiện chức năng mở rộng phạm vi tiếp cận, Spotify và Apple Podcasts có thể được bổ sung theo lộ trình để tiếp cận nhóm công chúng đã hình thành thói quen nghe podcast trên nền tảng chuyên biệt.

Một yêu cầu đặc biệt quan trọng là quản trị dựa trên dữ liệu. Sau khi kênh được triển khai cần theo dõi không chỉ lượt nghe mà cả thời gian nghe trung bình, tỷ lệ nghe hoàn thành, số người theo dõi, người nghe quay lại, lượt chia sẻ, phản hồi và mức độ phát hành đúng kế hoạch. Các chỉ số này cần được xem xét theo từng tuyến nội dung và từng giai đoạn để xác định sản phẩm nào thực sự đáp ứng nhu cầu công chúng.

Phản hồi từ công chúng cũng cần được sử dụng như một nguồn dữ liệu biên tập. Những câu hỏi, kiến nghị hoặc chủ đề được quan tâm có thể trở thành đầu vào cho các tập tiếp theo, đặc biệt đối với các định dạng như cử tri hỏi - đại biểu trả lời hoặc giải thích chính sách. Qua đó quản trị podcast chuyển từ mô hình chỉ “sản xuất và phát hành” sang vòng tuần hoàn sản xuất - phân phối - đo lường - tiếp nhận phản hồi - điều chỉnh.

Trong giai đoạn đầu, quản trị tài chính nên theo hướng thận trọng. Kết quả khảo sát nội bộ cho thấy phương án ưu tiên là tận dụng nguồn lực hiện có. Vì vậy, trước mắt có thể sử dụng nhân sự, không gian, thiết bị và nền tảng sẵn có, chỉ bổ sung những hạng mục thực sự cần thiết. Sau giai đoạn thử nghiệm, căn cứ vào hiệu quả tiếp cận, khả năng duy trì và nhu cầu thực tế để quyết định mức đầu tư tiếp theo.

Nhìn chung, bốn nhóm giải pháp về nội dung, hình thức, tổ chức sản xuất và quản trị cần được triển khai đồng bộ. Nội dung tạo giá trị cốt lõi; hình thức quyết định khả năng tiếp nhận; tổ chức sản xuất bảo đảm sản phẩm được thực hiện ổn định; còn quản trị tạo điều kiện để kênh phát triển có kế hoạch, có khả năng đo lường và duy trì lâu dài. Đây là cơ sở để cụ thể hóa mô hình kênh podcast dành cho Báo Đại biểu Nhân dân ở mục 3.3.

3.3. Đề xuất mô hình kênh podcast cho Báo Đại biểu Nhân dân

Trên cơ sở đặc điểm nội dung của Báo Đại biểu Nhân dân, kết quả khảo sát

công chúng, đánh giá điều kiện sản xuất và các nhóm giải pháp đã trình bày, đề án đề xuất xây dựng kênh podcast theo mô hình “hai trục - một nền”. Trong đó, hai trục nội dung đáp ứng hai nhu cầu khác nhau của công chúng: cập nhật và giải thích nhanh các vấn đề nghị trường - chính sách đồng thời cung cấp những nội dung phân tích có chiều sâu. “Một nền” là hệ thống nguyên tắc chung về tính chính xác, chuẩn mực biên tập, nhận diện âm thanh, chất lượng kỹ thuật và phân phối số. Việc lựa chọn mô hình này xuất phát từ kết quả khảo sát khi công chúng quan tâm nhiều nhất đến điểm tin nghị trường (64%), giải thích dự luật, nghị quyết và chính sách (58%); về hình thức, điểm tin ngắn (62%), giải thích một vấn đề (56%) và phỏng vấn (51%) được lựa chọn nhiều nhất. Đồng thời 65% người trả lời ưu tiên thời lượng trong khoảng 5 - 15 phút và 38% lựa chọn tần suất 1 - 2 tập/tuần. Vì vậy, ở giai đoạn thử nghiệm, kênh cần ưu tiên quy mô vừa phải, bảo đảm chất lượng và khả năng duy trì trước khi mở rộng.

3.3.1. Trục A - Giải thích nghị trường và chính sách

Trục A là tuyến nội dung có chiều sâu, tập trung vào một vấn đề nghị trường, dự luật, nghị quyết hoặc chính sách có ảnh hưởng đáng kể đến đời sống xã hội. Giá trị chính của tuyến này là giúp người nghe hiểu được vấn đề gì đang được đặt ra, vì sao quan trọng và tác động như thế nào đến người dân. Nội dung có thể được triển khai dưới hình thức người dẫn giải thích kết hợp ý kiến của đại biểu, chuyên gia hoặc người chịu tác động của chính sách. Ngôn ngữ cần hạn chế thuật ngữ chuyên môn không cần thiết, các số liệu và quy định phức tạp phải được diễn giải bằng ví dụ hoặc tình huống thực tế.

Trong giai đoạn đầu, thời lượng phù hợp khoảng 10 - 15 phút, có thể mở rộng đến khoảng 20 phút đối với những chủ đề cần phân tích hoặc phỏng vấn chuyên sâu. Tần suất dự kiến khoảng 2 số/tháng để bảo đảm đủ thời gian nghiên cứu, kiểm chứng và biên tập. Một số dạng chủ đề có thể triển khai như: *Vì sao chính sách này quan trọng?*; *Luật mới thay đổi điều gì?*; *Từ nghị trường đến cuộc sống*; hoặc các chương trình giải thích kết quả giám sát của Quốc hội và Hội đồng nhân dân.

Bảng 3.1. Khung cấu trúc đề xuất cho Trục A

STT	Phần	Nội dung chính	Thời lượng gợi ý
1	Mở đầu	Đặt câu hỏi hoặc tình huống trực tiếp liên quan đến người nghe	20 - 30 giây
2	Bối cảnh	Vấn đề gì đang được Quốc hội/Hội đồng nhân dân/chính sách đặt ra	1 - 2 phút
3	Giải thích	Làm rõ nội dung, cơ chế hoặc thay đổi chính	4 - 6 phút
4	Tác động	Ai bị tác động, tác động như thế nào; ý kiến đại biểu/chuyên gia	3 - 4 phút
5	Kết luận	Tóm tắt những điều người nghe cần nhớ	1 phút

Khung trên mang tính định hướng sản xuất, không phải kịch bản cố định. Tùy từng chủ đề, ê kíp có thể điều chỉnh thời lượng và cách sắp xếp các phần nhưng cần bảo đảm nội dung có trọng tâm và dễ theo dõi.

3.3.2. Trục B - Điểm tin và giải thích thời sự nhanh

Trục B đáp ứng nhu cầu tiếp nhận thông tin nhanh của công chúng tập trung vào những diễn biến đáng chú ý của Quốc hội, Hội đồng nhân dân, hoạt động đại biểu dân cử hoặc chính sách mới được ban hành và những vấn đề thời sự có liên quan. Khác với bản tin thông thường, sản phẩm không chỉ trả lời câu hỏi “điều gì vừa xảy ra?” mà cần bổ sung hai lớp thông tin: “vì sao vấn đề này đáng chú ý?” và “người nghe cần biết gì?”. Đây là yếu tố giúp podcast tạo giá trị bổ sung so với việc đọc lại tin đã đăng trên báo điện tử. Mỗi tập có thể kéo dài khoảng 5 - 10 phút chủ yếu do một người dẫn thực hiện. Trong giai đoạn thử nghiệm, tuyến này có thể phát hành khoảng 1 tập/tuần, sau đó điều chỉnh căn cứ vào năng lực sản xuất và phản hồi của công chúng. Trục B có thể phát triển các dạng nội dung như: Điểm tin nghị trường, Chính sách mới - điều cần biết hoặc Một vấn đề - ba điểm đáng chú ý.

Bảng 3.2. Khung cấu trúc đề xuất cho Trục B

STT	Phần	Nội dung chính	Thời lượng gợi ý
1	Mở đầu	Sự kiện/câu hỏi đáng chú ý	15 - 20 giây
2	Thông tin chính	Điều gì vừa xảy ra hoặc thay đổi	1 - 2 phút
3	Giải thích	Vì sao quan trọng, những điểm cần biết	3 - 5 phút
4	Ý nghĩa với công chúng	Tác động hoặc việc cần lưu ý	1 - 2 phút
5	Kết	Tóm tắt và dẫn đến nội dung liên quan	20 - 30 giây

3.3.3. “Một nền” - hệ thống tiêu chuẩn chung của kênh

Hai trục nội dung cần được đặt trên một nền tảng biên tập và nhận diện thống nhất nhằm bảo đảm podcast giữ được bản sắc của Báo Đại biểu Nhân dân. “Một nền” bao gồm các nguyên tắc về chính xác thông tin, chuẩn mực chính luận, ngôn ngữ dễ tiếp nhận, chất lượng âm thanh, nhận diện sản phẩm và quy trình duyệt. Mọi thông tin, số liệu, trích dẫn và phát ngôn được sử dụng phải có nguồn và được kiểm chứng. Người dẫn cần có giọng nói rõ, khả năng diễn đạt tự nhiên và hiểu nội dung để tránh cách đọc văn bản máy móc. Nhạc hiệu, phần mở đầu, kết thúc, tiêu đề, mô tả và hình ảnh nhận diện nên được thống nhất giữa các chương trình nhằm tạo dấu ấn chung cho kênh.

Website Báo Đại biểu Nhân dân được đề xuất là nền tảng trung tâm để đăng tải podcast và liên kết với bài viết, văn bản hoặc tài liệu liên quan. Các tập đồng thời có thể được phân phối, quảng bá trên YouTube và các nền tảng số hiện có; sau giai đoạn thử nghiệm có thể xem xét mở rộng sang Spotify, Apple Podcasts và các nền tảng podcast chuyên biệt. Định hướng này phù hợp với kết quả khảo sát khi 62% công chúng lựa chọn website của Báo, 48% lựa chọn YouTube, 38% lựa chọn Spotify và 35% lựa chọn Apple Podcasts.

Đề án không đề xuất triển khai ngay kênh với tần suất cao. Kết quả khảo sát công chúng cho thấy phương án 1 - 2 tập/tuần được lựa chọn nhiều nhất, trong khi khảo sát điều kiện sản xuất tại Báo cho thấy khả năng duy trì tần suất cụ thể vẫn cần được kiểm nghiệm. Vì vậy, mô hình nên được triển khai ở quy mô thận trọng.

Trong giai đoạn đầu có thể duy trì khoảng 4 - 6 tập/tháng, gồm các tập Trục B phát hành thường xuyên hơn và khoảng 1 - 2 tập Trục A mỗi tháng. Việc lựa chọn số lượng cụ thể cần căn cứ vào tình hình thời sự, nhân sự và thời gian sản xuất thực tế. Mô hình này cũng phù hợp với điều kiện hiện có của Báo khi Ban Điện tử - Bộ phận sản xuất Video và Nội dung số có thể làm đầu mối, ê kíp ban đầu có thể tổ chức tinh gọn và nguồn lực hiện có được ưu tiên tận dụng. Sau một giai đoạn vận hành, tần suất và quy mô có thể được điều chỉnh dựa trên lượt nghe, thời gian nghe, phản hồi công chúng và khả năng duy trì sản xuất.

Có thể thấy mô hình “hai trục - một nền” cho phép Báo vừa đáp ứng nhu cầu cập nhật nhanh, vừa phát huy thế mạnh phân tích và giải thích các vấn đề nghị trường - chính sách. Quan trọng hơn, mô hình có khả năng triển khai theo quy mô tinh gọn, phù hợp với nguồn lực hiện tại và có thể mở rộng từng bước khi kênh hình thành được công chúng ổn định.

3.4. Lộ trình triển khai và phương án nguồn lực - tài chính

Việc xây dựng kênh podcast của Báo Đại biểu Nhân dân cần được triển khai theo hướng từng bước, phù hợp với nguồn lực thực tế và hạn chế đầu tư dàn trải trong giai đoạn đầu. Kết quả khảo sát điều kiện sản xuất cho thấy Báo đã có một số nền tảng thuận lợi về nhân sự, không gian ghi âm, hệ thống CMS, các nền tảng số và đầu mối tổ chức sản xuất đồng thời phương án được lựa chọn là ưu tiên tận dụng nguồn lực hiện có. Trong khi đó, khả năng duy trì tần suất sản xuất cụ thể vẫn cần được kiểm nghiệm thực tế. Vì vậy, đề án lựa chọn phương án thử nghiệm ở quy mô nhỏ, đánh giá kết quả và từng bước mở rộng, thay vì đầu tư đồng loạt ngay từ đầu.

3.4.1. Lộ trình triển khai

Lộ trình đề xuất gồm ba giai đoạn: chuẩn bị, thử nghiệm và đánh giá - hoàn thiện.

Bảng 3.3. Lộ trình triển khai kênh podcast của Báo Đại biểu Nhân dân

Giai đoạn	Thời gian dự kiến	Nội dung chủ yếu	Kết quả cần đạt
Giai đoạn 1: Chuẩn bị	Khoảng 1 tháng	Xác định đầu mối quản lý, thành lập nhóm sản xuất, rà soát thiết bị và phần mềm; xây dựng nhận diện, hoàn thiện mẫu kịch bản, quy trình biên tập; đào tạo kỹ năng cần thiết	Bảo đảm các điều kiện tối thiểu để sản xuất
Giai đoạn 2: Thử nghiệm	Khoảng 3 tháng	Sản xuất 4 - 6 tập/tháng theo hai trục nội dung, phát hành trên các nền tảng hiện có, theo dõi dữ liệu và phản hồi công chúng	Kiểm nghiệm nội dung, hình thức, quy trình và khả năng duy trì
Giai đoạn 3: Đánh giá và hoàn thiện	Sau 3 tháng thử nghiệm	Tổng hợp dữ liệu, đánh giá chất lượng, hiệu quả phối hợp và mức độ tiếp nhận, điều chỉnh nội dung, tần suất và nền tảng	Xác định phương án vận hành ổn định và khả năng mở rộng

Ở giai đoạn chuẩn bị, Ban Điện tử - Bộ phận sản xuất Video và Nội dung số có thể được lựa chọn làm đầu mối. Nhóm sản xuất ban đầu tổ chức theo hướng tinh gọn với ba vị trí chính: phụ trách nội dung/kịch bản, người dẫn và kỹ thuật/hậu kỳ. Các ban chuyên môn của Báo tham gia cung cấp đề tài, nguồn tin, phóng viên và kết nối khách mời phù hợp với từng chủ đề. Trước khi sản xuất, cần rà soát thiết bị, phần mềm, không gian ghi âm và khả năng xuất bản nội dung âm thanh trên hệ thống hiện có đồng thời chuẩn hóa những yếu tố cơ bản như kịch bản, cách đặt tiêu đề, nhận diện âm thanh và quy trình duyệt.

Đào tạo nên được ưu tiên trong giai đoạn này vì đây là điều kiện cần bổ sung được xác định qua khảo sát nội bộ. Nội dung đào tạo tập trung vào viết kịch bản cho âm thanh, kỹ năng dẫn, phỏng vấn podcast, thu âm và hậu kỳ cơ bản. Mục tiêu không phải đào tạo một đội ngũ kỹ thuật chuyên biệt ngay lập tức mà giúp nhân sự hiện có có khả năng vận hành mô hình thử nghiệm.

Ở giai đoạn thử nghiệm, đề án đề xuất duy trì khoảng 4 - 6 tập/tháng. Trục B - Điểm tin và giải thích thời sự nhanh được thực hiện thường xuyên hơn, Trục A - Giải thích nghị trường và chính sách được bố trí đối với những chủ đề cần phân tích sâu. Quy mô này phù hợp với kết quả khảo sát công chúng khi phương án 1 - 2 tập/tuần được lựa chọn nhiều nhất đồng thời tạo điều kiện để kịp kiểm nghiệm khả năng sản xuất thực tế trước khi xác lập tần suất chính thức.

Các tập thử nghiệm trước hết được phát hành trên website của Báo và những nền tảng số Báo đang có khả năng vận hành. Trong quá trình này cần theo dõi cả dữ liệu tiếp nhận của công chúng và dữ liệu vận hành nội bộ, như thời gian hoàn thành một tập, số lần phải chỉnh sửa, khả năng phối hợp giữa các bộ phận và mức độ đáp ứng lịch phát hành.

Sau khoảng ba tháng, giai đoạn đánh giá và hoàn thiện được thực hiện nhằm xác định nội dung nào phù hợp, thời lượng nào có hiệu quả, quy trình nào còn bất cập và tần suất nào có thể duy trì lâu dài. Nếu kết quả tích cực và nguồn lực đáp ứng, Báo có thể tăng số lượng tập, mở rộng định dạng hoặc phân phối lên Spotify, Apple Podcasts và các nền tảng podcast chuyên biệt. Ngược lại, nếu nguồn lực còn hạn chế, cần ưu tiên duy trì chất lượng và tính ổn định thay vì mở rộng quy mô.

3.4.2. Phương án sử dụng nguồn lực

Nguyên tắc chung của đề án là tận dụng tối đa các nguồn lực sẵn có của Báo, chỉ đầu tư hoặc thuê ngoài đối với những hạng mục thực sự còn thiếu. Cách tiếp cận này phù hợp với kết quả khảo sát điều kiện sản xuất trong đó lãnh đạo Báo xác định phương án giai đoạn đầu là tận dụng nguồn lực hiện hữu, không đặt yêu cầu hình thành ngay một hệ thống sản xuất podcast độc lập.

Về nhân sự, nhóm sản xuất ba người có thể đảm nhiệm các vị trí nòng cốt. Đối với các chủ đề chuyên sâu, phóng viên và biên tập viên từ các ban chuyên môn được huy động tham gia theo nội dung cụ thể. Việc sử dụng nhân sự nội bộ giúp tiết kiệm chi phí, đồng thời tận dụng hiểu biết chuyên môn, nguồn tin và mạng lưới đại biểu, chuyên gia của Báo.

Về cơ sở vật chất, không gian ghi âm và thiết bị hiện có cần được kiểm kê

trước khi mua mới. Máy tính, thiết bị ghi hình, micro hoặc các công cụ phục vụ sản xuất video có khả năng sử dụng cho podcast nên được tận dụng tối đa. Chỉ khi kết quả kiểm tra cho thấy chất lượng thu âm chưa đáp ứng mới xem xét bổ sung micro, tai nghe, giao diện âm thanh hoặc các phụ kiện cần thiết. Tương tự, việc lưu trữ và phân phối trước hết sử dụng CMS báo điện tử, website, YouTube và các nền tảng số hiện hữu. Việc thuê thêm nền tảng hoặc dịch vụ ngoài chỉ được đặt ra khi kênh bước sang giai đoạn mở rộng.

Bảng 3.4. Phương án huy động nguồn lực cho giai đoạn thử nghiệm

STT	Nhóm nguồn lực	Phương án đề xuất
1	Nhân sự	Sử dụng nhóm nòng cốt 3 người; huy động phóng viên, biên tập viên theo từng chủ đề
2	Đầu mối tổ chức	Ban Điện tử – Bộ phận sản xuất Video và Nội dung số
3	Không gian ghi âm	Tận dụng không gian hiện có
4	Thiết bị	Kiểm kê và sử dụng thiết bị hiện có, chỉ mua bổ sung khi cần
5	Máy tính, phần mềm	Tận dụng hệ thống đang sử dụng cho sản xuất nội dung số
6	Đào tạo	Tổ chức đào tạo ngắn hạn về kịch bản âm thanh, dẫn, phỏng vấn và hậu kỳ
7	Khách mời	Khai thác mạng lưới đại biểu, chuyên gia, nhà quản lý hiện có
8	Phân phối	Website làm trung tâm; kết hợp YouTube và các nền tảng hiện có
9	Quảng bá	Ưu tiên truyền thông chéo trên báo điện tử và mạng xã hội

STT	Nhóm nguồn lực	Phương án đề xuất
10	Thuê ngoài	Chỉ áp dụng với công đoạn nội bộ chưa đáp ứng

3.4.3. Phương án tài chính

Chi phí có thể được chia thành hai nhóm: chi phí đầu tư bổ sung ban đầu và chi phí vận hành tăng thêm.

Bảng 3.5. Khung dự toán tài chính cho kênh podcast

STT	Nhóm chi phí	Nội dung dự kiến	Nguyên tắc xác định
1	Đào tạo ban đầu	Viết kịch bản âm thanh, dẫn, phỏng vấn, hậu kỳ	Ưu tiên trong giai đoạn chuẩn bị
2	Thiết bị bổ sung	Micro, tai nghe, phụ kiện hoặc thiết bị âm thanh còn thiếu	Chỉ mua sau kiểm kê
3	Nhận diện âm thanh	Nhạc hiệu, intro/outro, thiết kế nhận diện	Có thể đầu tư một lần và tái sử dụng
4	Phần mềm	Phần mềm hậu kỳ hoặc dịch vụ bổ sung	Chỉ phát sinh nếu hệ thống hiện có chưa đáp ứng
5	Bản quyền	Nhạc, hiệu ứng, hình ảnh hoặc tư liệu	Theo từng nhu cầu thực tế
6	Khách mời	Hỗ trợ đi lại hoặc chi phí liên quan khi cần	Không mặc định phát sinh ở mọi tập
7	Thuê ngoài kỹ thuật	Thu âm, hậu kỳ hoặc dịch vụ chuyên môn	Chỉ áp dụng khi nội bộ không thực hiện được
8	Lưu trữ/phân phối	Dung lượng, hosting hoặc nền tảng chuyên biệt	Ưu tiên hạ tầng sẵn có
9	Quảng bá	Quảng bá trả phí nếu cần	Chỉ sử dụng sau khi đã tận dụng kênh sở hữu
10	Dự phòng	Sự cố kỹ thuật hoặc phát sinh khác	Xác định theo kế hoạch triển khai

Đối với chi phí đầu tư ban đầu, đề án không ấn định trước một gói thiết bị cố định. Sau khi kiểm kê, nếu thiết bị hiện có đáp ứng việc thu và hậu kỳ âm thanh, chi phí đầu tư có thể chủ yếu tập trung vào đào tạo và xây dựng nhận diện âm thanh. Nếu còn thiếu thiết bị chỉ bổ sung đúng những hạng mục cần thiết. Cách làm này hạn chế nguy cơ đầu tư trùng lặp hoặc mua sắm vượt quá nhu cầu của giai đoạn thử nghiệm.

Đối với chi phí vận hành, do nhân sự chủ yếu là cán bộ hiện có của Báo nên đề án không tính toàn bộ tiền lương của đội ngũ này thành chi phí riêng của podcast. Chỉ các khoản phát sinh thêm như hỗ trợ khách mời, bản quyền, dịch vụ kỹ thuật thuê ngoài, lưu trữ bổ sung hoặc quảng bá trả phí mới được tính vào ngân sách vận hành.

Vì chưa có kết quả kiểm kê đầy đủ về thiết bị và chưa có báo giá tại thời điểm triển khai, việc đưa ra một tổng mức ngân sách cố định sẽ thiếu căn cứ. Do đó, dự toán chính thức được xác định sau giai đoạn chuẩn bị, dựa trên ba yếu tố: mức độ đáp ứng của thiết bị hiện có, số lượng tập dự kiến và tỷ lệ công việc có thể thực hiện bằng nguồn lực nội bộ. Phương án này cũng phù hợp hơn với mục tiêu của giai đoạn đầu. Thay vì đầu tư lớn trước khi biết khả năng tiếp nhận của công chúng, Báo có thể sử dụng chi phí thấp để kiểm nghiệm mô hình, sau đó mới quyết định tăng ngân sách khi sản phẩm chứng minh được khả năng duy trì và giá trị đối với công chúng.

3.4.4. Đánh giá hiệu quả triển khai

Trong giai đoạn thử nghiệm, hiệu quả của podcast không nên được đánh giá chủ yếu bằng khả năng tạo doanh thu hoặc thời gian hoàn vốn. Đối với một sản phẩm báo chí chính luận, giá trị trước hết nằm ở khả năng thực hiện nhiệm vụ thông tin, giải thích chính sách, mở rộng công chúng và tăng mức độ hiện diện của Báo trên môi trường số. Vì vậy, đề án đề xuất đánh giá trên ba nhóm tiêu chí.

Thứ nhất, hiệu quả sản xuất, gồm tỷ lệ tập phát hành đúng kế hoạch, thời gian hoàn thành một tập, số lần chỉnh sửa trước phát hành, khả năng phối hợp giữa các bộ phận và mức độ đáp ứng của nguồn lực hiện có.

Thứ hai, hiệu quả tiếp cận công chúng gồm lượt nghe, thời gian nghe trung bình, tỷ lệ nghe hoàn thành, lượng người theo dõi, tỷ lệ người nghe quay lại, lượt chia sẻ và phản hồi của công chúng.

Thứ ba, hiệu quả nội dung, thể hiện ở mức độ phù hợp của chủ đề, khả năng giải thích những vấn đề chính sách - nghị trường, mức độ hữu ích đối với người nghe và khả năng dẫn công chúng tới những sản phẩm khác trong hệ sinh thái của Báo.

Sau giai đoạn thử nghiệm, các chỉ số trên được đối chiếu với nguồn lực đã sử dụng để quyết định hướng tiếp theo. Nếu kênh duy trì được lịch phát hành, có nhóm công chúng quay lại và các tuyến nội dung cho thấy hiệu quả rõ rệt, Báo có thể mở rộng số tập, đầu tư bổ sung thiết bị hoặc phát triển thêm nền tảng phân phối. Nếu kết quả chưa đạt kỳ vọng, cần điều chỉnh nội dung, quy trình hoặc tần suất trước khi tăng đầu tư.

Việc xem xét quảng cáo, tài trợ hoặc các hình thức khai thác nguồn thu có thể được nghiên cứu ở giai đoạn sau khi kênh đã hình thành lượng công chúng tương đối ổn định. Trong giai đoạn thử nghiệm, không đặt yêu cầu doanh thu và hòa vốn là tiêu chí chính, bởi điều này có thể làm lệch mục tiêu thông tin và phục vụ công chúng của một sản phẩm báo chí chính luận.

Lộ trình triển khai và phương án tài chính của kênh podcast Báo Đại biểu Nhân dân được xây dựng theo nguyên tắc tận dụng nguồn lực hiện có - thử nghiệm ở quy mô phù hợp - đo lường kết quả - từng bước mở rộng. Phương án này phù hợp với điều kiện thực tế của Báo khi đã có những nền tảng ban đầu về nhân sự, nội dung, không gian và hệ sinh thái số nhưng khả năng vận hành định kỳ vẫn cần được kiểm chứng. Việc triển khai khoảng 4 - 6 tập/tháng trong giai đoạn thử nghiệm giúp Báo vừa kiểm nghiệm mô hình “hai trục - một nền”, vừa hạn chế áp lực về nhân sự và tài chính. Ngân sách được xác định trên cơ sở chi phí tăng thêm, tránh đầu tư mới những nguồn lực đã có và chỉ bổ sung các hạng mục thực sự cần thiết. Sau giai đoạn thử nghiệm, dữ liệu về sản xuất và công chúng sẽ là căn cứ để quyết định quy mô đầu tư và hướng phát triển tiếp theo của kênh podcast.

Tiểu kết Chương 3

Chương 3 đã cụ thể hóa các kết quả nghiên cứu từ cơ sở lý luận, kinh nghiệm thực tiễn, khảo sát điều kiện sản xuất, khảo sát công chúng và phỏng vấn sâu thành hệ thống giải pháp xây dựng kênh podcast cho Báo Đại biểu Nhân dân. Các vấn đề trọng tâm được xác định gồm định vị sản phẩm, chuyển hóa nội dung chính luận

thành hình thức âm thanh dễ tiếp nhận, bảo đảm tính chính xác và chuẩn mực, duy trì năng lực sản xuất ổn định, đồng thời mở rộng phân phối và đo lường phản hồi của công chúng.

Trên cơ sở đó, đề án đề xuất bốn nhóm giải pháp về nội dung, hình thức, tổ chức sản xuất và quản trị. Mô hình kênh podcast được xây dựng theo hướng “hai trực - một nền”, gồm Trực A tập trung giải thích nghị trường và chính sách; Trực B cung cấp điểm tin và giải thích thời sự nhanh cùng một nền tiêu chuẩn chung về biên tập, kỹ thuật, nhận diện và phân phối. Trong giai đoạn đầu, kênh được đề xuất triển khai theo quy mô tinh gọn, khoảng 4 - 6 tập/tháng, ưu tiên tận dụng nguồn lực hiện có của Báo và từng bước hoàn thiện kỹ năng, quy trình cũng như nền tảng phát hành.

Lộ trình triển khai được thiết kế theo ba bước: chuẩn bị, thử nghiệm và đánh giá - hoàn thiện. Phương án tài chính không đặt trọng tâm vào đầu tư lớn hoặc yêu cầu hòa vốn ngay từ đầu mà theo nguyên tắc tận dụng hạ tầng sẵn có, chỉ bổ sung các chi phí tăng thêm thực sự cần thiết. Việc đánh giá hiệu quả được thực hiện trên các nhóm chỉ số về sản xuất, tiếp cận công chúng, chất lượng nghe, tương tác và khả năng duy trì. Qua đó, Chương 3 đã hình thành một phương án xây dựng kênh podcast có tính khả thi, phù hợp với đặc thù của Báo Đại biểu Nhân dân và có khả năng điều chỉnh theo kết quả vận hành thực tế.

KẾT LUẬN

Sự phát triển của truyền thông số đang làm thay đổi rõ rệt phương thức công chúng tiếp cận và sử dụng thông tin báo chí. Trong bối cảnh đó, podcast trở thành một hình thức có khả năng bổ sung cho báo viết, video và các nền tảng mạng xã hội nhờ tính linh hoạt, khả năng tiếp nhận theo yêu cầu và sự phù hợp với thói quen sử dụng thiết bị di động. Đối với Báo Đại biểu Nhân dân, việc nghiên cứu xây dựng một kênh podcast không chỉ nhằm bổ sung thêm một định dạng truyền thông, mà còn mở ra khả năng chuyển tải những nội dung nghị trường, chính sách và pháp luật theo cách dễ tiếp cận hơn đối với công chúng số.

Đề án đã hệ thống hóa những vấn đề lý luận và pháp lý liên quan đến podcast báo chí đồng thời khảo sát kinh nghiệm của một số cơ quan báo chí tiêu biểu để rút ra các bài học tham khảo. Kết quả cho thấy podcast báo chí muốn phát huy hiệu quả cần có định vị rõ ràng, nội dung được thiết kế riêng cho môi trường âm thanh, quy trình sản xuất ổn định, chất lượng kỹ thuật phù hợp và cơ chế phân phối đa nền tảng. Đối với cơ quan báo chí chính luận, những yêu cầu này phải đồng thời gắn với tính chính xác, trách nhiệm biên tập, chuẩn mực ngôn ngữ và sự tuân thủ pháp luật.

Khảo sát thực tiễn tại Báo Đại biểu Nhân dân cho thấy đơn vị đã có những điều kiện ban đầu thuận lợi về nguồn nội dung, nhân sự, đầu mối tổ chức sản xuất và hệ sinh thái số. Báo có lợi thế đặc biệt về thông tin Quốc hội, Hội đồng nhân dân, hoạt động của đại biểu dân cử, xây dựng pháp luật và chính sách công. Đây là nguồn nội dung có khả năng tạo ra sự khác biệt cho podcast nếu được chuyển hóa từ hình thức thông tin thuần túy sang giải thích, phân tích và đối thoại.

Kết quả khảo sát 200 người cũng cho thấy nhu cầu đối với kênh podcast có cơ sở tương đối rõ. Phần lớn người tham gia có thói quen tiếp nhận podcast; 66% đánh giá việc xây dựng kênh podcast của Báo là cần thiết hoặc rất cần thiết và 63% thể hiện khả năng sẽ nghe nếu kênh được triển khai. Công chúng ưu tiên các nội dung điểm tin nghị trường, giải thích chính sách, phân tích tác động của chính sách, phỏng vấn và đối thoại; đồng thời có xu hướng lựa chọn thời lượng ngắn hoặc trung bình và tần suất phát hành ở mức vừa phải. Kết quả phỏng vấn sâu tiếp tục củng cố định

hướng rằng podcast của Báo không nên là bản đọc lại nội dung báo viết mà cần trở thành sản phẩm báo chí số có chức năng giải thích, kết nối và tăng khả năng tiếp cận các vấn đề chính sách.

Từ những căn cứ trên, đề án đề xuất xây dựng kênh podcast theo mô hình “hai trục - một nền”. Mô hình này cho phép kết hợp giữa nội dung giải thích chuyên sâu và nội dung cập nhật nhanh, đồng thời duy trì một hệ thống tiêu chuẩn thống nhất về biên tập, hình thức, kỹ thuật và nhận diện. Việc triển khai được đề xuất theo hướng thử nghiệm ở quy mô nhỏ, tận dụng nguồn lực hiện có, tổ chức ê kíp tinh gọn và đánh giá hiệu quả trước khi mở rộng.

Do đề án chưa được triển khai thử nghiệm trong thực tế, các thông số về tần suất, chi phí và hiệu quả tiếp cận hiện mới mang tính đề xuất trên cơ sở khảo sát và đánh giá điều kiện hiện có. Vì vậy

khi đưa vào vận hành, Báo cần tiếp tục kiểm kê chi tiết nguồn lực, xác định ngân sách thực tế, thử nghiệm quy trình và theo dõi dữ liệu người nghe để điều chỉnh mô hình. Đây cũng là giới hạn của đề án, đồng thời là hướng cần tiếp tục nghiên cứu và hoàn thiện trong giai đoạn triển khai.

Nhìn chung, việc xây dựng kênh podcast cho Báo Đại biểu Nhân dân có cơ sở về lý luận, nhu cầu công chúng và điều kiện thực tiễn. Nếu được triển khai theo lộ trình phù hợp, podcast có thể trở thành một thành tố bổ sung có giá trị trong hệ sinh thái số của Báo, góp phần mở rộng khả năng tiếp cận công chúng, nâng cao hiệu quả giải thích chính sách và tăng cường kết nối giữa Quốc hội, đại biểu dân cử với cử tri và Nhân dân.