

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA  
HỒ CHÍ MINH  
HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN**

**LÊ TUẤN ANH**

**PODCAST TRÊN BÁO MẠNG ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM  
HIỆN NAY**

**Chuyên ngành : Báo chí học**

**Mã ngành : 9320101**

**TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ BÁO CHÍ HỌC**

**HÀ NỘI 2024**

**Công trình được hoàn thành tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền**

Công trình được hoàn thành tại:

**Học viện Báo chí và Tuyên truyền**

**Người hướng dẫn khoa học: PGS,TS. Trương Thị Kiên**

*Chủ tịch Hội đồng:*

*Phản biện 1:*

*Phản biện 2:*

*Phản biện 3:*

Luận án được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án cấp Học viện  
họp tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền

vào hồi .... giờ .... ngày .... tháng ..... năm 202...

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia, Hà Nội
- Trung tâm Thông tin - Thư viện, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

## MỞ ĐẦU

### 1. Lý do lựa chọn đề tài

Podcast đã và đang trở thành “một hiện tượng trên toàn thế giới”, theo Báo cáo Tin tức Kỹ thuật số của Viện nghiên cứu Reuters, với 36% số người được khảo sát truy cập podcast mỗi tháng và khoảng 15% sử dụng podcast tin tức (Newman N. & N. Gallo, 2020) [57]. Edison Research ước tính rằng có khoảng 90 triệu người nghe podcast mỗi tháng ở Hoa Kỳ – một con số đã tăng gấp đôi kể từ năm 2015 [26]. Tính đến năm 2019, 51% người Mỹ từ 12 tuổi trở lên đã từng nghe podcast [25]. Ở Vương quốc Anh, mức sử dụng podcast đã tăng 40% trong 2018 [66], trong khi đó đối tượng công chúng trẻ (15-24 tuổi) đang có xu hướng ít nghe phát thanh truyền thông hơn [60]. Đồng thời, sự cạnh tranh gay gắt của các phương tiện/sản phẩm truyền thông mới với báo chí truyền thông, cũng dẫn đến xu hướng dịch chuyển của các cơ quan báo chí sang các nền tảng số, trong đó có podcast.

Podcast đang trở thành xu hướng của các báo điện tử trên thế giới, trong đó có Việt Nam - với sự tham gia sản xuất podcast của ngày càng nhiều toà soạn từ Trung ương tới địa phương, góp phần làm thay đổi thói quen tiêu dùng thông tin của công chúng, nâng cao tính cạnh tranh của tờ báo, giữ chân độc giả ở lại lâu hơn, đồng thời tạo ra cơ hội mới để các toà soạn thu hút nguồn quảng cáo, đem về doanh thu. Nhìn chung, bước đầu, podcast đã thành công trong việc mang đến một diện mạo và cách tiếp cận mới cho độc giả của báo mạng điện tử. Podcast có khả năng truyền tải thông tin đa dạng, là chìa khoá giúp các tờ báo mạng điện tử thu hút công chúng trong bối cảnh công nghệ số. Sau một thời gian triển khai tại các tờ báo mạng điện tử ở Việt Nam, podcast ngày càng cho thấy tính linh hoạt và tiện lợi của mình. Song, do yếu tố về nhận thức vai trò, tầm quan trọng của podcast và theo đó kỹ năng sản xuất podcast nói chung của một bộ phận không nhỏ các CQBC, chất lượng podcast vẫn còn nhiều điểm hạn chế, thiếu sự đột phá về format cũng như sự đầu tư kỹ lưỡng về nội dung. Một số nơi chưa có sự tích hợp các thể loại như trò chuyện với nhân vật/khách mời, trò chuyện trực tuyến với độc giả, hoặc các hình thức phỏng vấn chuyên sâu, bình luận, phân tích... vào đề tài của mình. Giao diện của nhiều trang podcast đôi khi vẫn còn khá sơ sài, thiếu tính thân thiện và chưa theo kịp các podcast hiện đại trên thế giới. Nhiều hệ thống podcast gặp khó khăn khi cần phát trực tuyến, hoặc không có khả năng lưu trữ các nội dung với dung lượng lớn hoặc các kho nội dung có quy mô không đáng kể. Từ những hạn chế đó, có thể nhận thấy, thách thức lớn nhất đối với phần lớn các CQBC ở Việt Nam hiện nay là nâng cao chất lượng podcast, tìm hướng đi để tiếp cận đông đảo thính giả podcast trên đa nền tảng. Việc nghiên cứu một cách toàn diện để làm rõ khái niệm, đặc điểm, vai trò, quy trình sản xuất podcast, cũng như xây dựng bộ tiêu chí đánh giá chất lượng podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam và đề xuất các giải pháp, khuyến nghị để nâng cao chất lượng podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay là yêu cầu cần thiết.

Hơn nữa, việc nghiên cứu đề tài có ý nghĩa quan trọng đối với tác giả. Tác giả có niềm đam mê đặc biệt với phát thanh và podcast, có nhiều năm công tác với vai trò biên tập viên sản xuất các chương trình phát thanh, tham gia giảng dạy về phát thanh và podcast tại các cơ sở giáo dục đại học. Quá trình thực hiện đề tài sẽ tạo cơ hội cho tác giả tiếp tục trau dồi các kiến thức cần thiết, phục vụ cho công việc, học hỏi thêm các kỹ năng nghiên cứu, hoàn thiện bản thân.

Với tất cả những lý do trên, tác giả đã lựa chọn nghiên cứu đề tài “*Podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay*” (Nghiên cứu Báo điện tử Nhân dân, Báo điện tử Lao động, Báo điện tử VnExpress từ tháng 1/2022 – tháng 12/2023).

### 2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

## **2.1. Mục đích**

Trên cơ sở hệ thống hóa khung lý thuyết về podcast và podcast trên báo mạng điện tử, luận án khảo sát toàn diện chất lượng podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay, đánh giá thành tựu, hạn chế, nguyên nhân. Từ đó, nhận diện các vấn đề đặt ra đối với podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay, đề xuất các giải pháp, kiến nghị nâng cao chất lượng podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam.

## **2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu**

Để thực hiện mục đích trên, luận án phải thực hiện những nhiệm vụ sau:

- Xác lập cơ sở lý luận và thực tiễn về podcast trên báo mạng điện tử.
- Khảo sát, phân tích, đánh giá thực trạng Podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay (trên các báo: *Báo Nhân dân điện tử*, *Báo Lao động điện tử*, *Báo điện tử VnExpress*).
- Đề xuất các giải pháp, kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam.

## **3. Câu hỏi nghiên cứu của luận án**

- Podcast tại Việt Nam đang được định nghĩa như thế nào? Podcast đóng vai trò và chiếm vị trí như thế nào trong hệ thống báo chí truyền thông? Nó mang đặc điểm như thế nào? Bộ tiêu chí nào được áp dụng để đánh giá chất lượng của Podcast?
- Thực trạng podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay như thế nào?
- Chất lượng của nội dung và hình thức Podcast trên các trang báo mạng điện tử tại Việt Nam đạt được thành công gì? Có những hạn chế nào, và nguyên nhân cũng như vấn đề đang đặt ra của podcast?
- Cần có những giải pháp và kiến nghị nào để góp phần nâng cao hơn nữa chất lượng nội dung và hình thức của podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay?

## **4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

### **4.1. Đối tượng nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu của luận án là Podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay.

### **4.2. Phạm vi nghiên cứu**

- Phạm vi khảo sát: Luận án khảo sát các podcast của 3 CQBC: Báo Nhân dân, Báo Lao động, Báo điện tử VnExpress. Cụ thể các podcast tin tức thời sự của 3 báo mạng điện tử: Bản tin thời sự (Báo Nhân dân); Tin nhanh, VnExpress hôm nay (Báo điện tử VnExpress); Tin sáng, Chuyên mục (Báo Lao động).

- Lý do lựa chọn 4 CQBC: Đây là những CQBC lớn, có uy tín ở trong nước, thu hút được lượng công chúng đông đảo. Báo Nhân dân là cơ quan ngôn luận của Đảng, là tiếng nói của Đảng, Nhà nước và Nhân dân, là một trong những kênh truyền thông quan trọng hàng đầu, thời gian gần đây đã phát triển podcast trên báo mạng điện tử nhandan.vn với nhiều chuyên mục. Báo Lao động và Báo điện tử VnExpress là hai CQBC tiên phong trong việc ứng dụng các công nghệ mới trong hoạt động báo chí, trong đó có ứng dụng sản xuất podcast, để cung cấp thông tin, mở rộng năng lực tiếp cận công chúng hiện đại.

Quá trình nghiên cứu, khảo sát, và đánh giá thực trạng của podcast trên ba tờ báo mạng điện tử lớn là Báo Nhân dân, Báo Lao động, và Báo điện tử VnExpress không chỉ làm rõ hình ảnh hiện tại mà còn đóng góp vào việc tìm ra những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng của podcast tại các tòa soạn báo mạng điện tử khác, đặc biệt là trong bối cảnh ngày nay khi truyền thông số đang phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam.

- Thời gian khảo sát: từ tháng 1/2022 đến tháng 12/2023.

## **5. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu**

### **5.1. Cơ sở lý luận**

Cơ sở phương pháp luận của việc nghiên cứu đề tài này là chủ nghĩa Mác – Lê-nin; tư tưởng Hồ Chí Minh và quan điểm, đường lối, chính sách pháp luật của Đảng và Nhà nước liên quan đến hoạt động báo chí – truyền thông; các lý thuyết về báo phát thanh; báo chí - truyền thông trong môi trường truyền thông số nói chung, báo phát thanh trong môi trường truyền thông số nói riêng.

Trong luận án này, nghiên cứu sinh cũng sử dụng các lý thuyết làm cơ sở lý luận như sau:

- *Lý thuyết thiết lập chương trình nghị sự (Agenda settings)*: Lý thuyết được sử dụng trong luận án để xác định các lĩnh vực chủ đề nổi bật trong nội dung podcast, phân tích cách mà các lĩnh vực chủ đề này được phản ánh trong podcast. Để làm được điều này, nghiên cứu sinh sử dụng phương pháp phân tích nội dung để đo lường tần suất xuất hiện của các lĩnh vực chủ đề trong các tập podcast khác nhau.

- *Lý thuyết sử dụng và hài lòng (Uses and gratifications)*: Từ lý thuyết này, căn cứ vào các nhu cầu của công chúng, kết hợp với những phân tích thực trạng nội dung và hình thức các podcast của ba tờ báo, nghiên cứu sinh chỉ ra những hạn chế, từ đó giúp các toà soạn có những giải pháp thiết thực để thiết kế các chương trình podcast sao cho hấp dẫn và phù hợp với công chúng mục tiêu.

- *Lý thuyết xử lý thông tin xã hội (Social Information Processing Theory - SIP)*: Được phát triển bởi Joseph Walther vào năm 1992, lý thuyết này nhằm giải thích cách con người phát triển và duy trì các mối quan hệ cá nhân thông qua các phương tiện truyền thông không có tín hiệu phi ngôn ngữ như email, tin nhắn văn bản, và các công cụ giao tiếp trực tuyến khác. Tác giả sử dụng lý thuyết này để hiểu rõ hơn về cách người nghe và người tạo nội dung xây dựng và duy trì mối quan hệ thông qua podcast. Podcast chủ yếu sử dụng âm thanh và thiếu vắng các tín hiệu phi ngôn ngữ như cử chỉ hoặc ánh mắt. Tuy nhiên, người dẫn chương trình có thể sử dụng giọng điệu, nhịp điệu, và ngữ điệu để thay thế cho các tín hiệu này, giúp tạo dựng một kết nối gần gũi với người nghe.

## **5.2. Phương pháp nghiên cứu**

Luận án sử dụng những phương pháp cụ thể sau:

- *Phương pháp nghiên cứu tài liệu*: Được sử dụng để khảo sát các văn bản, các sách chuyên khảo, các tài liệu về podcast có liên quan đến đề tài, trong đó có các nguồn tài liệu thứ cấp của Viện nghiên cứu Reuter, Edison Research, Ofcom,... về đo lường mức độ quan tâm của công chúng với podcast, làm cơ sở để làm rõ các vấn đề lý luận của đề tài. Từ đó có căn cứ để đánh giá các kết quả khảo sát, tìm ra được các vấn đề đặt ra trong nghiên cứu.

- *Phương pháp phân tích nội dung*: Trong tổng số 3408 tập podcast dạng tin tức của 5 chương trình podcast trên 3 báo điện tử là (Bản tin thời sự, Tin sáng, Câu chuyện, Điểm tin và VnExpress hôm nay) được thống kê trong thời gian hai năm (2022-2023), nghiên cứu sinh chọn ngẫu nhiên mỗi tuần 1 số trong thời gian 2 năm (2022-2023) để nghiên cứu cụ thể. Tổng số tập podcast nghiên cứu của cả ba báo là 393, trong đó 96 tập podcast Bản tin thời sự - BND, 64 tập podcast Tin sáng và 42 tập podcast Câu chuyện – BLĐ (do sản xuất ngắt quãng nên số lượng tập podcast ít hơn dự kiến), 92 tập podcast Điểm tin và 99 tập podcast VnExpress hôm nay – VNE.

- *Phương pháp phỏng vấn sâu*: Được áp dụng nhằm mục đích nghiên cứu nhận thức, thực trạng, và quy trình sản xuất podcast tại một số toà soạn, đặc biệt tập trung vào 3 CQBC nằm trong phạm vi khảo sát. Qua việc này, chúng tôi đặt ra mục tiêu kiểm chứng và bổ sung các khía cạnh lý thuyết chưa đầy đủ trong tài liệu và khám phá thêm về thực tiễn, kinh nghiệm, cách thức, và phương pháp sáng tạo trong quá trình sản xuất podcast báo chí. Chúng tôi đã tiến hành phỏng vấn sâu với 13 trường hợp thuộc vào ba nhóm chính:

+ **Nhóm 1 (5 trường học):** Bao gồm những nhà báo trực tiếp thực hiện và sản xuất podcast tại 3 tờ báo được khảo sát. Đây là nhóm chủ chốt để tìm hiểu chi tiết về quá trình sáng tạo, thách thức, và thành công trong sản xuất podcast.

+ **Nhóm 2 (4 trường học):** Bao gồm lãnh đạo, quản lý trực tiếp việc tổ chức sản xuất podcast tại 3 CQBC được khảo sát. Đối với nhóm này, chúng tôi tập trung vào việc hiểu rõ hơn về quyết định xây dựng chiến lược và quản lý podcast trong bối cảnh đặc thù của tổ chức.

+ **Nhóm 3 (4 trường học):** Gồm những chuyên gia có kinh nghiệm trong lĩnh vực báo chí, truyền thông hiện đại, và có nghiên cứu về podcast. Nhóm này giúp chúng tôi tìm hiểu về xu hướng, thay đổi, và tiềm năng phát triển của podcast trong bối cảnh báo chí hiện nay.

Tất cả những người tham gia phỏng vấn sâu đều được mã hoá để đảm bảo bảo mật thông tin cá nhân.

- *Phương pháp thảo luận nhóm:* Tổ chức thảo luận nhóm đối với 2 nhóm sinh viên của Học viện Báo chí và Tuyên truyền và Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông để đánh giá nhu cầu tiếp nhận thông tin trên podcast của nhóm đối tượng công chúng trẻ.

- *Phương pháp điều tra xã hội học:* Nghiên cứu sinh sử dụng hình thức phát phiếu online qua google forms, để tiếp nhận những ý kiến đánh giá chất lượng podcast từ công chúng, đồng thời, nhận diện nhu cầu, năng lực tiếp nhận podcast của công chúng.

Chọn mẫu: Luận án lựa chọn đối tượng khảo sát là sinh viên và người đi làm tại khu vực Hà Nội. Lý do vì đây là khu vực địa bàn dân trí cao, mật độ dân số đông và thuận lợi cho tác giả trong quá trình thu thập khảo sát. Tác giả lựa chọn lấy mẫu có chủ đích 5 trường đại học, học viện trên địa bàn Hà Nội bao gồm: Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Học viện Ngoại giao, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, Đại học Văn hoá Hà Nội, Đại học Nguyễn Trãi. Lý do vì các trường này nằm ở các khu vực quận có mật độ dân cư đông (Cầu Giấy, Đống Đa, Hà Đông), tập trung đông sinh viên. Xếp hạng điểm đầu vào của 5 trường trải đều từ top đầu, top giữa đến cuối. Mỗi trường tác giả lựa chọn một khoa, mỗi khoa lựa chọn ngẫu nhiên một lớp, sau đó tác giả gửi bảng hỏi bằng Google Forms ghi rõ mục đích và mời các bạn sinh viên tham gia vào nghiên cứu và thu về được tổng số là 372 phiếu. Tương tự với nhóm khách thể là người đi làm, tác giả đã liên hệ và gửi Google Forms cho cán bộ, giáo viên tại 5 trường học; viên chức, người lao động tại 12 cơ quan nhà nước, công ty, doanh nghiệp nhà nước và tư nhân trên địa bàn Hà Nội, tác giả thu về được 129 phiếu. Đồng thời đối với nhóm khách thể là lao động tự do, buôn bán kinh doanh, tác giả lựa chọn có chủ đích khu vực các quận có mật độ dân cư cao, điều kiện kinh tế - xã hội phát triển là Hoàn Kiếm, Đống Đa, Hà Đông, Cầu Giấy để liên hệ và gửi Google Forms, thu được 32 phiếu. Cụ thể được thể hiện ở bảng dưới đây:

<b>Đặc điểm</b>	<b>Số người</b>	<b>Tỉ lệ (%)</b>
<b><i>Giới tính</i></b>		
Nam	150	28.1
Nữ	<b>383</b>	<b>71.9</b>
<b><i>Độ tuổi</i></b>		
Dưới 18 tuổi	43	8.1
Từ 18 đến 30 tuổi	<b>385</b>	<b>72.2</b>
Từ 31 đến 45 tuổi	65	12.2
Trên 45 tuổi	40	7.5
<b><i>Trình độ học vấn</i></b>		
THCS/THPT	136	25.5
Cao đẳng/Đại học	<b>331</b>	<b>62.2</b>
Sau đại học	66	12.4

<b><i>Nghề nghiệp</i></b>		
Học sinh/sinh viên	<b>372</b>	<b>69.8</b>
Nhân viên văn phòng	68	12.8
Lao động tự do/Buôn bán kinh doanh	32	14.9
Công chức/Viên chức nhà nước	61	11.4

## **6. Đóng góp mới của luận án**

Luận án là công trình nghiên cứu đầu tiên hệ thống hóa một cách chuyên sâu những vấn đề lý thuyết cơ bản về podcast trên báo mạng điện tử. Dựa trên kết quả khảo sát, tác giả luận án phát hiện, phân tích thực trạng của podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay; đánh giá thành công, hạn chế và nguyên nhân của những thành công, hạn chế đó.

Những đề xuất các giải pháp và kiến nghị dựa trên các bằng chứng khoa học và cơ sở thực tiễn có thể làm căn cứ cho việc nâng cao chất lượng podcast trên báo mạng điện tử, hoạch định chiến lược phát triển podcast cho cơ quan báo chí và cơ quan quản lý báo chí

## **7. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn**

### **7.1. Ý nghĩa lý luận**

Luận án sẽ là công trình nghiên cứu đầu tiên xây dựng khung lý thuyết tương đối hoàn chỉnh về podcast trên báo mạng điện tử, bao gồm: xây dựng hệ thống khái niệm liên quan, trình bày đặc điểm, vai trò của podcast, xây dựng bộ tiêu chí chất lượng podcast, xác lập quy trình và nguyên tắc sản xuất podcast... trên báo mạng điện tử. Do vậy, luận án có đóng góp thiết thực vào kho tàng lý luận báo chí nói chung và lý luận về podcast báo mạng điện tử nói riêng.

### **7.2. Ý nghĩa thực tiễn**

Luận án sẽ là tài liệu tham khảo thiết thực đối với nhà báo, lãnh đạo 3 CQBC thuộc diện khảo sát. Luận án cũng là nguồn tham khảo quan trọng cho các nhà báo, ban biên tập các CQBC đã, đang và sẽ ứng dụng podcast ở Việt Nam, giúp họ nhận diện các vấn đề lý luận về podcast, trang bị thêm kỹ năng sáng tạo podcast báo mạng điện tử.

Ngoài ra, luận án cũng sẽ đóng góp làm nguồn tài liệu tham khảo quan trọng cho các cơ sở đào tạo về báo chí. Giảng viên, sinh viên, học viên cao học, và nghiên cứu sinh có thể tận dụng luận án để cập nhật kiến thức và thông tin mới nhất về xu hướng và ứng dụng của podcast trong lĩnh vực truyền thông nói chung và báo mạng điện tử nói riêng.

## **8. Kết cấu của luận án**

Ngoài các phần Mở đầu, Tổng quan, Kết luận, Phụ lục và Danh mục tài liệu tham khảo, nội dung luận án có kết cấu 3 chương:

*Chương 1:* Cơ sở lý luận và thực tiễn về podcast trên báo mạng điện tử.

*Chương 2:* Thực trạng podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay.

*Chương 3:* Giải pháp, kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay

## **TỔNG QUAN VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU**

### **1. Nghiên cứu về podcast với tư cách một sản phẩm của công nghệ**

Hầu hết các nghiên cứu ban đầu về podcasting đều tập trung vào việc đóng khung nó như một cơ chế phân phối âm thanh qua Internet để tải xuống và phát lại sau đó trên nhiều loại thiết bị, thông qua việc sử dụng nguồn cấp dữ liệu RSS, cho phép thính giả đăng ký một podcast cụ thể. Các nghiên cứu này đã được nhiều học giả nhắc tới, bao gồm Potter (2006), Menduni (2007), Harris & Park (2008), Madsen và Potts (2010), Bottomley (2015), và Benoit Marchal (2009). Milette (2011) đề xuất rằng podcasting có thể coi là “một hình thức tham gia trực tuyến cụ thể”, trong khi Richard Berry (2006) coi podcasting như một loại đài phát thanh cơ sở, đánh giá rằng nó đang cạnh tranh với công nghệ phát thanh kỹ thuật số DAB. Jeremy

Wade Morris và Eleanor Patterson (2014) tiếp cận sâu hơn vào khía cạnh công nghệ của podcasting, khám phá cách các ứng dụng podcast thúc đẩy các trường hợp nghe mới và nhấn mạnh các tính năng xã hội cho phép người dùng chia sẻ podcast với nhau.

## **2. Nghiên cứu về podcast với tư cách một sản phẩm báo chí**

Các nghiên cứu về podcast với tư cách một sản phẩm báo chí - truyền thông, trong đó nổi lên là các nghiên cứu về podcast trong tương quan so sánh với phát thanh truyền thống hiện đang có hai luồng ý kiến: thứ nhất là quan điểm cho rằng podcast là sự phát triển nối tiếp của phát thanh truyền thống trên môi trường truyền thông số với nhiều điểm tương đồng, mà nổi bật là các nghiên cứu của Friedman (2005); Jason Loviglio, Michele Hilmes (2013); Juan Ignacio Gallego Perez (2010); Irene Melgarejo Moreno, María del Mar Rodríguez Rosell (2013); Christopher Cwynar (2015); Kris M. Markman (2015); Tiziano Bonini (2015),...; thứ hai là quan điểm podcast và phát thanh truyền thống là hai phương tiện riêng biệt, có đặc trưng riêng, đời sống riêng, phục vụ những mục đích khác nhau của công chúng với các nghiên cứu của Luis Miguel Pedrero Esteban (2020), Tiziano Bonini (2015); M.a De La Peña Mónica Pérez-Alaejos, Luis Miguel Pedrero Esteban, Asier Leoz Aizpuru (2018); Eduardo Vicente (2018); Danielle Hancock, Leslie McMurtry (2018); Lourdes Moreno Cazalla (2017); Richard Berry (2018), Spinelli, M. và L. Dann (2019), Dowling D. và K. Miller (2019),... Tại Việt Nam, các nghiên cứu về podcast dựa trên mối tương quan giữa podcast với phát thanh truyền thống vẫn hạn chế về số lượng, tuy nhiên cũng có thể kể đến một số nghiên cứu với quan điểm coi podcast như một xu hướng của phát thanh hiện đại của Nguyễn Thu (2018), Nguyễn Thị Lan Phương (2021).

Nghiên cứu về dạng podcast tin tức của Rebecca C. Nee & Arthur D. Santana (2021) làm sáng tỏ một chuẩn mực mới trong việc sản xuất các podcast tin tức, đó là đưa các phóng viên vào vai một nhân vật và/hoặc chuyên gia về một chủ đề tin tức một cách rõ ràng mà không làm giảm hoàn toàn vai trò gác công của tổ chức tin tức. Đáng chú ý có một số nghiên cứu đi sâu hơn vào podcast báo chí điều tra tường thuật những câu chuyện có thật với phương pháp kể chuyện bằng âm thanh thân mật làm bền chặt hơn mối quan hệ giữa nhà báo và người nghe như nghiên cứu của Ellen McCracken và các cộng sự (2017), Ellen McCracken và các cộng sự (2017), Dario Llinares - Neil Fox - Richard Berry và các cộng sự (2018), Siobhán McHugh (2016), Lindgren (2016). Nghiên cứu về phương thức tổ chức sản xuất podcast có nghiên cứu toàn diện về việc sản xuất, phân phối, phân tích chu kỳ, sự tiêu thụ và các chiến lược của dự án Podium Podcast - podcast tiếng Tây Ban Nha của Lourdes Moreno Cazalla (2017).

## **3. Nghiên cứu về công chúng podcast**

Một số nhà nghiên cứu đã tập trung vào việc đánh giá nghe và tiêu thụ podcast từ các góc độ khác nhau: Johnson (2007) so sánh sự chăm chú của người nghe podcast với việc nghe chương trình radio truyền thống, nhấn mạnh vào việc hình dung nội dung âm thanh từ podcast. MacDougall (2011) cho rằng podcast đã làm mờ đi sự phân biệt giữa phương tiện truyền thông và nội dung, làm cho người nghe trở thành một phần của thông điệp, thậm chí ngay cả khi họ không thể tương tác trực tiếp với chương trình. Qing và các cộng sự (2007) tìm thấy rằng môi trường nghe podcast có ảnh hưởng đáng kể đến cảm giác hiện diện của người nghe, trong khi chất lượng âm thanh và phong cách ngôn ngữ không tạo ra sự khác biệt đáng kể. Sharon và John (2019) kết luận rằng, người nghe podcast “có khả năng tham gia vào các cuộc thảo luận phức tạp về mặt cảm xúc và trí tuệ về podcast” với những người khác, mà cả người nghe podcast cũng “nhạy cảm, sáng tạo, có khả năng tư duy phê phán, giàu trí tưởng tượng,



nắm bắt được cảm xúc của họ, quen thuộc với cách nói chuyện trị liệu và có khả năng giao tiếp cao”. Whipple, Ashe và Cueva Chacón (2023) phát hiện rằng, mặc dù người nghe coi podcast là một hình thức báo chí và nguồn thông tin có giá trị, họ tin tưởng podcast ít hơn so với các nguồn tin tức truyền thống, ngoại trừ các chương trình tin tức.

Các nghiên cứu về podcast dựa trên lý thuyết sử dụng và hài lòng đã khám phá ra nhiều khía cạnh quan trọng của trải nghiệm người nghe: Perks và Turner (2019) tìm thấy rằng podcast không chỉ cung cấp nguồn nội dung hấp dẫn, mà còn giúp người nghe làm việc "hiệu quả" theo nhiều cách khác nhau về thể chất và tinh thần. Menduni (2007) nhận thấy rằng podcast có tính di động cao hơn so với đài AM/FM, và McClung và Johnson (2010) xác định năm lý do chính khiến mọi người sử dụng podcast: giải trí, dịch chuyển thời gian, xây dựng thư viện, quảng cáo và các khía cạnh xã hội. Ngoài ra, Perks và Turner (2019) cũng ghi nhận các động lực bổ sung, bao gồm nhu cầu nhận thức, sử dụng đa nhiệm và cảm nhận mối liên hệ xã hội, đóng vai trò quan trọng trong sự hấp dẫn của podcast. Các nghiên cứu khác đã chỉ ra sự ủng hộ quảng cáo trên podcast từ phía người nghe như: McClung và Johnson (2010); Ritter và Cho (2009).

#### **4. Những nội dung cần tập trung nghiên cứu**

Các nghiên cứu kể trên đã cung cấp cái nhìn sâu sắc về podcast và vai trò của nó trong lĩnh vực báo chí - truyền thông; xác định rõ các đặc trưng cơ bản của podcast trên báo chí, đồng thời đề cập đến góc nhìn sáng tạo với tư cách là một sản phẩm báo chí. Nghiên cứu tập trung vào việc hiểu podcast không chỉ như một phương tiện truyền thông thông thường, mà còn là một nền tảng sáng tạo, nơi tác phẩm báo chí có thể phát triển theo một phong cách hoàn toàn mới. Đặc biệt, các nghiên cứu đã nêu rõ cách podcast tận dụng ưu điểm của âm thanh để truyền đạt thông tin một cách hiệu quả và thu hút người nghe. Ngoài ra, các nghiên cứu cũng đã thảo luận về phương thức tổ chức sản xuất podcast, từ việc lên kịch bản, thu âm, chỉnh sửa đến việc phát sóng và quảng bá. Điều này giúp tác giả hiểu rõ cách quá trình sản xuất podcast được thực hiện, từ đó có thể áp dụng kiến thức này vào việc đưa ra giải pháp sáng tạo tác phẩm podcast trên các phương tiện báo chí truyền thông. Song, dù đã có, nhưng số lượng các nghiên cứu về các nội dung trên vẫn còn rất mỏng, chưa định hình được khung lý luận chuẩn, mang tính toàn diện về podcast; thiếu tổng kết kinh nghiệm thực tiễn các nước để ứng dụng tại các CQBC Việt Nam; thiếu nghiên cứu đánh giá, phân tích, tổng kết thực tiễn sản xuất podcast báo chí tại Việt Nam,...

Điều này đặt ra yêu cầu cho luận án, cần phải xây dựng một khung lý thuyết hoàn chỉnh về podcast trên báo chí nói chung, báo mạng điện tử nói riêng, với những vấn đề lý thuyết cần giải quyết như:

- Góc độ lý luận về podcast trên báo mạng điện tử: 1-Khái niệm chuẩn xác về thể nào là podcast trên báo mạng điện tử; 2-Xác định rõ vai trò, đặc điểm, kỹ năng, quy trình sản xuất podcast trên báo mạng điện tử; 3-Đề xuất được bộ tiêu chí đánh giá để làm căn cứ cho sản xuất podcast trên thực tiễn tại các CQBC.

- Góc độ thực tiễn về podcast trên báo mạng điện tử: 1-Tổng kết được kinh nghiệm trên thế giới về kỹ năng sản xuất, tổ chức podcast trên báo mạng điện tử để tham khảo tại Việt Nam; 2-Khảo sát thực tiễn podcast trên báo mạng điện tử tại Việt Nam để thấy được những thành tựu, hạn chế, nguyên nhân; 3-Nhận diện các vấn đề đặt ra đối với podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay, đề xuất các giải pháp, khuyến nghị nâng cao chất lượng podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam.

Cho đến nay, đề tài *Podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay* vẫn là đề tài

đầu tiên nghiên cứu một cách toàn diện về lý luận và thực tiễn podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay.

## **Chương 1**

### **CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN**

#### **VỀ PODCAST TRÊN BÁO MẠNG ĐIỆN TỬ**

#### **1.1. Hệ thống khái niệm liên quan đến đề tài**

##### **1.1.1. Podcast**

Podcast là một tệp âm thanh kỹ thuật số được phân phối qua nguồn cấp dữ liệu RSS (Really Simple Syndication) mà người dùng có thể tải về và nghe trên thiết bị của mình.

##### **1.1.2. Báo mạng điện tử**

Trong luận án này, chúng tôi tiếp thu các khái niệm về báo mạng điện tử của tác giả Nguyễn Thị Trường Giang: “*Báo mạng điện tử là một loại hình báo chí được xây dựng dưới hình thức của một trang web và phát hành trên mạng Internet, chuyển tải thông tin một cách nhanh chóng, tức thời, đa phương tiện và tương tác cao*”. Thuật ngữ báo mạng điện tử hay báo điện tử là những thuật ngữ có ý nghĩa tương đương nhau.

##### **1.1.3. Podcast trên báo mạng điện tử**

Podcast trên báo mạng điện tử là một tệp âm thanh kỹ thuật số được phân phối qua nguồn cấp dữ liệu RSS (Really Simple Syndication), được tích hợp, trình bày trên báo mạng điện tử, mà người dùng có thể nghe trực tuyến hoặc tải về thiết bị của họ. Podcast hiện nay đã trở thành xu thế của báo mạng điện tử, bởi bản thân podcast là một sự hội tụ, kết hợp giữa âm thanh, web và các thiết bị di động [10]. Một podcast có thể được đăng trực tiếp lên website, và như vậy “audio” vốn có từ lâu trên báo mạng điện tử cũng có thể xem là podcast, nhưng một số người lại cho rằng, podcast “đúng” phải có nguồn cấp dữ liệu RSS (Really Simple Syndication) [61, c.vii, tr.263]. Tác giả đồng tình với quan điểm này.

##### **1.1.4. Chất lượng và chất lượng podcast trên báo mạng điện tử**

- *Chất lượng:*

Có nhiều cách hiểu về chất lượng, chất lượng là khái niệm có tính động, có thể thay đổi theo những quan niệm về chuẩn mực của con người về sự vật, hiện tượng. Chất lượng có thể hiểu là *sự vượt trội, đặc biệt nổi trội của sự vật, hiện tượng, không thể đo đếm*; nhưng cũng có thể hiểu là *sự phù hợp với các tiêu chí để đánh giá phẩm chất, giá trị của sự vật, hiện tượng*, đòi hỏi phải có một bộ tiêu chí có tính chuẩn xác, khoa học cao để làm căn cứ xác định.

- *Chất lượng thông tin báo chí:*

Có thể thấy rằng, khi đánh giá chất lượng thông tin báo chí, cần xem xét cả hai khía cạnh: chất lượng nội dung và chất lượng hình thức. Chất lượng nội dung bao gồm các yếu tố như chủ đề, sự kiện, vấn đề, và nhân vật được đề cập; chi tiết; cũng như quan điểm và góc nhìn của tác giả. Trong khi đó, chất lượng hình thức bao gồm dung lượng/thời lượng, ngôn ngữ, thể loại, kết cấu, và cách thiết kế, trình bày. Một tác phẩm, chuyên mục, hay chương trình được xem là chất lượng cao khi cả nội dung và hình thức đều đạt tiêu chuẩn tốt.

- *Chất lượng podcast trên báo mạng điện tử:*

Chất lượng podcast trên báo mạng điện tử là thuật ngữ để chỉ mức độ thoả mãn các tiêu chí về nội dung và hình thức đối với một podcast, do toà soạn thiết lập, đáp ứng yêu cầu

tuyên truyền của CQBC và nhu cầu thông tin của công chúng.

## **1.2. Đặc điểm và phương thức sản xuất của podcast trên báo mạng điện tử**

### **1.2.1. Đặc điểm của podcast trên báo mạng điện tử**

Podcast trên báo mạng điện tử có những đặc điểm sau: *Tính cá nhân hoá; tính tức thời, phi tuyến tính; kết cấu mở, linh hoạt, năng lực thông tin đa dạng; ngôn ngữ âm thanh là chủ đạo; sử dụng văn nói; khả năng lưu trữ, tìm kiếm dễ dàng; khả năng tương tác, chia sẻ, truy cập siêu liên kết.*

### **1.2.2. Phương thức sản xuất podcast trên báo mạng điện tử**

Việc sản xuất podcast không hoàn toàn giống với sản xuất chương trình phát thanh, khi podcast phải dàn dựng thu thanh trước rồi đóng gói phát hành trên các nền tảng podcast và tích hợp vào trang báo mạng điện tử, không thể sử dụng phương thức đọc thẳng và trực tiếp như đối phát thanh. Phương thức dàn dựng thu thanh trước có ưu điểm là phát huy tính chủ động, độc lập, phù hợp với những sản phẩm cần pha âm phức tạp, hạn chế tối đa sai sót. Tuy nhiên, cũng có nhược điểm lớn là không đáp ứng được tính tức thời của thông tin thời sự. Mỗi podcast được phát hành lên các nền tảng đều bao gồm các thành phần chính đó là: *Tiêu đề, mô tả và file âm thanh podcast*, đôi khi có thể đi kèm hình ảnh. Trong đó, tiêu đề và mô tả podcast là những yếu tố đầu tiên mà người nghe tiềm năng sẽ thấy, chúng cũng có thể bao gồm các từ khóa liên quan đến chủ đề của podcast để giúp podcast dễ dàng được tìm thấy qua các công cụ tìm kiếm. Phần file âm thanh podcast thường được tổ chức làm ba phần chính: Mở đầu (Intro), nội dung chính, kết thúc (outro).

#### *- Quy trình sản xuất podcast trên báo mạng điện tử*

Về cơ bản, quy trình sản xuất podcast cũng có những điểm tương đồng với quy trình sản xuất các sản phẩm âm thanh nói chung, bao gồm cả phát thanh truyền thống và các sản phẩm âm thanh kỹ thuật số. Cũng phải nói thêm rằng, nếu những podcast có thời lượng quá ngắn, có thể sẽ không phải tuân theo quy trình phức tạp. Chúng tôi đề xuất một quy trình chuẩn cho việc sản xuất podcast trên báo mạng điện tử bao gồm 7 bước: *1-Tìm kiếm và lựa chọn đề tài; 2-Xây dựng kế hoạch sản xuất podcast; 3-Thu thập tư liệu và xây dựng kịch bản podcast; 4-Chuẩn bị thiết bị kỹ thuật và tiến hành thu âm podcast; 5-Chỉnh sửa và biên tập âm thanh podcast; 6-Phát/xuất bản podcast, trình bày podcast lên trang báo; 7-Lắng nghe, theo dõi phản hồi.*

## **1.3. Vai trò của podcast đối với cơ quan báo chí và công chúng**

### **1.3.1. Vai trò của podcast đối với cơ quan báo chí**

*Thứ nhất, cung cấp một nền tảng nội dung mới, đa dạng và dễ sản xuất*

*Thứ hai, tạo ra nguồn thu nhập mới cho cơ quan báo chí thông qua nhiều hình thức khác nhau như: Quảng cáo và Tài trợ; Hợp tác và Liên kết; Dịch vụ Premium hoặc Đăng ký; Hỗ trợ từ người nghe.*

*Thứ ba, giúp tăng cường xây dựng mối quan hệ với công chúng*

### **1.3.2. Vai trò của podcast đối với công chúng**

*Thứ nhất, đa dạng trải nghiệm thông tin của công chúng.*

*Thứ hai, tiếp nối truyền thống nghe đài của công chúng trong môi trường truyền thông số, tăng cường sự tham gia của công chúng với tác phẩm báo chí.*

*Thứ ba, thay đổi cách công chúng tương tác với một phương tiện truyền thông.* Công chúng không còn tiếp nhận nội dung một cách bị động như trước, mà họ hoàn toàn có thể chủ động trong việc nghe podcast, lựa chọn nội dung mình yêu thích và nghe vào bất cứ thời điểm nào họ muốn. Chính những tiện ích này cuối cùng đã mang lại sức hút lớn nhất cho podcast.

## **1.4. Các tiêu chí chất lượng podcast trên báo mạng điện tử**

### **1.4.1. Đảm bảo hấp dẫn về nội dung**

*Thứ nhất, đề tài, chủ đề đa dạng, hấp dẫn, bám sát nhu cầu của công chúng.*

*Thứ hai, đảm bảo tính thời sự.*

*Thứ ba, đảm bảo tính chính xác, trung thực, khách quan, tính nhân văn, văn hóa của thông tin.*

*Thứ tư, đảm bảo chi tiết “đắt” trong tác phẩm podcast, giúp nhà báo tạo được những điểm nhấn quan trọng cho tác phẩm, giúp tăng cường sự tập trung của công chúng vào tác phẩm.*

*Thứ năm, lựa chọn được nhân vật, phong cách phù hợp với chủ đề podcast.* Để lựa chọn nhân vật và phong cách phù hợp với chủ đề, nhà báo cần hiểu rõ đối tượng người nghe của mình là ai, sở thích của họ là gì, và họ mong đợi điều gì từ podcast.

### **1.4.2. Đảm bảo sự sống động, ấn tượng về hình thức**

*Thứ nhất, lời nói đảm bảo tính thân mật, gần gũi.* Giọng nói trong các podcast “là chìa khóa mật thiết đến trái tim của thính giả”.

*Thứ hai, đảm bảo chất lượng âm thanh.*

*Thứ ba, kết hợp tiếng động và âm nhạc.* Tiếng động giúp tạo nên không gian âm thanh chân thực và sống động, giúp người nghe cảm thấy như đang trực tiếp trải nghiệm sự kiện. Âm nhạc không chỉ làm cho chương trình thêm sinh động mà còn tái hiện không gian và tăng cường tâm trạng, tạo ra sự kích thích tinh thần cho người nghe. Sự kết hợp giữa tiếng động và âm nhạc sẽ giúp cho podcast trở nên sống động hơn, phát triển khả năng liên tưởng, tưởng tượng cho người nghe.

*Thứ tư, tiêu đề và mô tả podcast đảm bảo ngắn gọn, súc tích, hình ảnh minh họa bắt mắt*

*Thứ năm, mở đầu podcast ấn tượng*

*Thứ sáu, đảm bảo thời lượng phù hợp.* Một câu chuyện hấp dẫn và phức tạp, chắc chắn sẽ cần thời lượng dài hơn, nhưng với những chủ đề đơn giản thì không cần thời lượng dài. Sự lê thê của câu chuyện cũng khiến cho người nghe mất kiên nhẫn. Trong trường hợp cảm thấy cần thiết phải kéo dài thời lượng để chuyển tải hết câu chuyện, nội dung thông tin, nhà báo nên cân nhắc việc chia nội dung ra thành nhiều tập.

## **1.5. Sáng tạo podcast báo mạng điện tử thế giới và một vài kinh nghiệm cho Việt Nam**

### **1.5.1. Kinh nghiệm sản xuất podcast tin tức của The New York Times (nytimes.com)**

#### **1.5.1.1. Dẫn dắt tự nhiên, thân mật, thoát khỏi khuôn mẫu của một chương trình tin tức**

Chất giọng và phong thái khi dẫn dắt chương trình của người dẫn cũng là những nghệ thuật tạo nên sự thân mật, gần gũi của mỗi tập podcast, người nghe hoàn toàn không có cảm giác xa cách, hay bị “đay đờ”, mà đơn giản chỉ như nghe một người bạn thân thiết kể những câu chuyện thời sự mà họ được nghe, được thấy hàng ngày.

#### *1.5.1.2. Chú trọng chủ đề gắn chặt đời sống thực tiễn, nhu cầu công chúng*

Những chủ đề xuất phát từ thực tiễn cuộc sống, xuất phát từ chính nhu cầu muốn tìm hiểu, muốn biết, muốn nghe của công chúng như các thay đổi liên quan đến các chính sách an sinh xã hội của chính phủ, các vấn đề chính trị nóng bỏng ở cả trong và ngoài nước Mỹ như: cục diện chiến sự tại Ukraine, tình hình bầu cử và nền dân chủ ở Thổ Nhĩ Kỳ, các vụ kiện tụng đình đám tại Mỹ, khả năng Trump dành được đề cử của Đảng Cộng hoà cho cuộc bầu cử năm 2024, việc ngăn chặn các phần mềm gián điệp của chính quyền tổng thống Biden,... cho đến những câu chuyện có thể gây tranh cãi như: “có đáng để đi học đại học hay không?”, quyền tự do cá nhân, sự gia tăng tội phạm, sự đắt đỏ của thực phẩm chay và ảnh hưởng đến lựa chọn của người tiêu dùng,...

#### *1.5.1.3. Đa dạng các nguồn âm thanh (âm nhạc, tiếng động hiện trường, các hiệu ứng âm thanh)*

Không bao giờ chỉ có một giọng nói đơn điệu, nhàm chán trong The Daily, mà luôn có rất nhiều giọng nói và các dạng âm thanh khác nhau. Sự hoà trộn một cách hài hoà âm nhạc với các yếu tố âm thanh khác giúp cho podcast trở nên vô cùng thú vị. Ngay cả với những podcast tin tức như The Daily (The New York Times), sự xuất hiện của âm nhạc đã xoá tan bầu không khí vốn vô cùng nghiêm túc, đôi khi có phần khô khan của các đề tài chính luận.

#### **1.5.2. Kinh nghiệm sáng tạo podcast dạng tường thuật điều tra Serial của The New York Times (nytimes.com)**

##### *1.5.2.1. Lối kể chuyện hấp dẫn, từ ngữ giàu hình ảnh, kết hợp âm nhạc và tiếng động*

Vẫn là ưu thế của giọng nói làm cho báo chí âm thanh trên podcast Serial có được sự thân mật. Người nghe có thể cảm thấy rằng họ thực sự biết những người đang nói và những đối tượng liên quan qua lời dẫn chuyện của Sarah Koenig. Tiếng động được đầu tư chăm chút từ những chi tiết nhỏ nhất trong câu chuyện như tiếng gõ cửa, tiếng bước chân,... Những tiếng động hiện trường trong suốt quá trình đi tìm kiếm thông tin của nhà báo cũng được lồng ghép xen lẫn với lời dẫn dắt câu chuyện của nhà báo được thu tại phòng thu. Nhạc nền cũng thay đổi liên tục tùy theo sắc thái của từng đoạn kể chuyện, có những lúc dồn dập như muốn thôi thúc nhà báo đi tìm chân tướng sự việc, lúc bí ẩn, ma mị tạo cảm giác hơi ghê rợn, nhưng vẫn khiến người nghe không khỏi tò mò, thấp thỏm chờ đợi những diễn biến kế tiếp của câu chuyện.

##### *1.5.2.2. Tích hợp các yếu tố đa phương tiện*

Podcast Serial được tích hợp cùng các yếu tố đa phương tiện như hình ảnh bìa của tập, hình ảnh minh họa cho câu chuyện trong từng tập (gương mặt những nhân vật xuất hiện trong tập, lá thư hoặc một kỷ vật được nhắc đến trong câu chuyện,...), text (tóm tắt câu chuyện của từng tập, kịch bản chi tiết của từng tập). Việc tích hợp này của Serial giúp công chúng có những hình dung chính xác về câu chuyện, giúp cho việc lắng nghe câu chuyện được sâu sắc hơn.

#### **1.5.3. Nghệ thuật kể chuyện podcast dạng tường thuật tại Anh và Úc**

Dạng tường thuật podcast báo chí có thể được hiểu là một hình thức báo chí nhập vai, trong đó nhà báo trở thành một nhân vật trong câu chuyện, sử dụng yếu tố tự sự làm yếu tố kể chuyện cốt lõi (Dowling và Miller, 2019). Chúng cũng bao gồm các yếu tố bình luận, cũng như mang đến trải nghiệm cho người nghe gần như là “trực tiếp”, khi các phóng viên nói về trải nghiệm của họ trong một cuộc “trò chuyện” thân thiện, không chính thức với người dẫn chương trình podcast.

- *Nghệ thuật phác họa không gian, bối cảnh bằng âm thanh:*

Một nghệ thuật kể chuyện phổ biến trong các podcast tường thuật dài kỳ là sử dụng các “cảnh” được tái tạo bởi âm thanh, khiến người nghe như thực sự được chứng kiến sự kiện hoặc bối cảnh trong tác phẩm.

- *Tận dụng nghệ thuật story telling, kể chuyện cá nhân:*

Sự tham gia của nhà báo (hoặc người dẫn chương trình) vào câu chuyện với tư cách là một cá nhân. Nhà báo đảm nhận hai vai trò vừa là nhân vật trong câu chuyện, vừa đóng vai trò là nhà báo chứng kiến câu chuyện. Cách tiếp cận kể chuyện cá nhân là một cách hiệu quả để mở ra một kết nối mật thiết, trong đó cá nhân nhà báo nói chuyện trực tiếp với người nghe (một đoạn độc thoại podcast được trình diễn dưới dạng cuộc đối thoại giữa người dẫn chương trình và người nghe). Người nghe mời gọi, dẫn dắt để hướng sự quan tâm đến nhà báo và câu chuyện.

- *Nhà báo trở thành một nhân vật của câu chuyện:*

Các podcast về đề tài tội phạm thường tuân theo cách tiếp cận “điện ảnh”, với sự phát triển nhân vật phong phú qua nhiều tập podcast, cho phép người nghe “làm quen” và quan tâm đến những người được giới thiệu trong câu chuyện. Điều này bao gồm việc nhà báo thường trở thành nhân vật trung tâm trong câu chuyện, tự chia sẻ cách họ suy nghĩ và cảm nhận về quá trình sản xuất. Theo thời gian, các phóng viên và người được phỏng vấn nổi lên như những “người bạn âm thanh”, những trải nghiệm của họ rất quan trọng đối với người nghe. Tuy nhiên, không giống như các nhân vật hư cấu, các “nhân vật” trong podcast báo chí là những con người thật, có trải nghiệm sống là cốt truyện của câu chuyện, được kể thông qua nghệ thuật tường thuật báo chí. Cách tiếp cận cá nhân và phong cách thân mật của podcast cung cấp phong cách đưa tin chủ quan thay thế cho các hình thức báo chí truyền thống.

## **Chương 2**

### **THỰC TRẠNG PODCAST TRÊN BÁO MẠNG ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY**

#### **2.1. Sơ lược về các cơ quan báo mạng điện tử và các podcast thuộc diện khảo sát**

##### **2.1.1. Các cơ quan báo mạng điện tử**

- *Báo Nhân Dân điện tử (nhandan.vn) – BND*

BND điện tử là sản phẩm của BND. BND là cơ quan Trung ương của Đảng Cộng sản Việt Nam, Tiếng nói của Đảng, Nhà nước và nhân dân Việt Nam, ra số đầu ngày 11/3/1951 tại Chiến khu Việt Bắc trong cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp. BND điện tử ra đời vào ngày 21/6/1998, là tờ nhật báo chính thức đầu tiên của Việt Nam lên mạng ở ba địa chỉ:

nhandan.org.vn, nhandan.vn, nhandan.com.vn. BND điện tử hiện phát hành 6 phiên bản ngôn ngữ: tiếng Việt, tiếng Anh, tiếng Trung Quốc, tiếng Pháp, tiếng Nga, tiếng Tây Ban Nha với khoảng 1,5 triệu lượt người truy cập mỗi ngày.

- *Báo Lao động điện tử (laodong.vn) – BLĐ*

BLĐ là một trong hai tờ báo lâu đời nhất tại Việt Nam, là cơ quan của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, xuất bản số đầu tiên vào ngày 14/8/1929. BLĐ hiện có hai hình thức xuất bản là báo giấy (báo in) và BMĐT. BLĐ là tờ báo số một trong việc bảo vệ quyền và lợi ích chính đáng của người lao động; tiếng nói của công nhân, viên chức, người lao động Việt Nam. Báo cũng tích cực tuyên truyền, cổ vũ các phong trào thi đua yêu nước trên toàn quốc. Đặc biệt, BLĐ có tiếng nói mạnh mẽ trong công cuộc đấu tranh phòng chống tham nhũng, tiêu cực lãng phí. BLĐ điện tử ra đời vào ngày 19/5/1999 tại địa chỉ laodong.vn, là một trong những CQBC đầu tiên ở Việt Nam xuất bản BMĐT.

- *Báo điện tử VnExpress (vnexpress.net) – VNE*

Báo điện tử Tin nhanh Việt Nam - VnExpress lần đầu tiên ra đời vào ngày 26/2/2001, vận hành bởi tập đoàn FPT. Hiện nay, VnExpress là cơ quan ngôn luận của Bộ Khoa học và Công nghệ. Tờ báo này luôn tự hào là “báo tiếng Việt nhiều người xem nhất”, và quả thực trong nhiều trang thống kê lưu lượng truy cập như alexa.com, SimilarWeb,... thì báo điện tử VnExpress luôn nằm ở những vị trí dẫn đầu những trang web được truy cập nhiều nhất tại Việt Nam. Năm 2022, thực hiện Quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc đến năm 2025, Báo điện tử Tin nhanh Việt Nam (VnExpress) và Báo Khoa học và Phát triển hợp nhất thành Báo VnExpress. Ngoài trang chính Vnexpress.net, báo còn có các chuyên trang như: Ngôi sao, iOne, phiên bản tiếng Anh VnExpress International.

### **2.1.2. Các podcast thuộc diện khảo sát**

Podcast *Bản tin thời sự* là podcast quan trọng nhất của BND, do Trung tâm Truyền hình Nhân dân sản xuất. Podcast lên sóng lần đầu vào ngày 1/10/2021, được tổ chức sản xuất 2 chương trình mỗi ngày, buổi sáng phát hành từ 7 giờ đến 7 giờ 30 và buổi chiều từ 17 giờ, thời lượng mỗi bản tin không cố định, trung bình khoảng 10 phút. Cấu trúc bản tin sáng và bản tin chiều có đôi chút khác biệt, khi phần cuối bản tin sáng là các thông tin thời tiết, trong khi cuối bản tin chiều là một phóng sự chuyên đề.

Hai podcast của BLĐ được chúng tôi lựa chọn để khảo sát phục vụ cho luận án là Tin sáng và Câu chuyện: Podcast *Tin buổi sáng* (hay *Tin sáng*), có thời lượng trung bình khoảng 5 phút, các tin tức trong bản tin chủ yếu được chuyển tải dưới dạng tin thông báo, chỉ cơ bản trả lời các câu hỏi 5W+1H, không đi sâu vào hai câu hỏi Why và How; thời lượng mỗi tin chỉ khoảng hơn chục giây đến vài chục giây, chủ yếu là đọc tin trên nhạc nền. Podcast *Câu chuyện* là podcast dạng tin tức với thời lượng và tần suất phát sóng không cố định, đi sâu vào phân tích một đề tài lĩnh vực được công chúng quan tâm, hoặc câu chuyện cụ thể có sức ảnh hưởng xã hội.

Hai podcast được lựa chọn khảo sát trong luận án là Điểm tin và VnExpress hôm nay. Podcast *Điểm tin* được triển khai dưới dạng bản tin nhanh, bao gồm những tin tức nóng hổi được cập nhật đều đặn lúc 6 giờ sáng và 21 giờ tối hàng ngày, với thời lượng trung bình là 5 phút cho Điểm tin 6 giờ và 10 phút cho Điểm tin 21 giờ. Podcast *VnExpress hôm nay* đi sâu vào bàn luận các vấn đề nổi cộm trong đời sống hàng ngày, được công chúng quan tâm, với thời lượng trung bình khoảng 10 phút mỗi tập, tần suất mỗi ngày một tập.

## 2.2. Khảo sát thực trạng podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay

### 2.2.1. Tình hình chung về podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay

Podcast tại Việt Nam bắt đầu phát triển mạnh từ năm 2020, khi dịch COVID-19 thúc đẩy nhu cầu tiêu thụ nội dung số. Nhiều tờ báo lớn như Tuổi Trẻ, VietnamPlus, VnExpress và Lao Động đã ra mắt podcast, tạo thành “làn sóng” tại các toà soạn, kể cả báo địa phương. Đến tháng 11/2024, đã có 40/63 báo địa phương tham gia sản xuất podcast.

Tuy nhiên, các toà soạn đối mặt với nhiều thách thức như thiếu nhân lực chuyên môn, hạn chế về kinh phí và sự cạnh tranh từ các podcast độc lập như HIEUTV, Have a Sip, Tri kỷ cảm xúc,... Nội dung các podcast của các toà soạn BMĐT chủ yếu tập trung vào mảng tin tức nhưng thiếu sáng tạo, đi theo mô-típ phát thanh truyền thống. Việc bỏ qua các lĩnh vực phổ biến như tâm lý và kỹ năng sống khiến họ bỏ lỡ lượng lớn công chúng tiềm năng.

### 2.2.2. Thực trạng nội dung podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay

#### 2.2.2.1. Đề tài, chủ đề

Về phân bố nội dung, các podcast của BND tập trung nhiều vào chủ đề Chính trị (54,2%) và Đời sống – Xã hội (18,8%), với các chủ đề khác như Chính sách (11,5%), Y tế - Giáo dục (7,3%), Kinh tế (4,2%), Pháp luật (2,1%), Thể thao (1%). BLĐ tập trung nhiều vào Thể thao (60,4%) và Đời sống – Xã hội (26,4%), với các chủ đề khác như Tấm gương điển hình (10,4%), Văn hoá - Nghệ thuật - Giải trí (1,9%), và các chủ đề khác (0,9%). VNE tập trung vào Đời sống – Xã hội (39,8%), Kinh tế (22,5%), Chính trị (13,1%), và các chủ đề khác như Văn hoá - Nghệ thuật - Giải trí (9,4%), Pháp luật (7,3%), Chính sách (2,1%), Thể thao (1%), Tấm gương điển hình (0,5%), và các chủ đề khác (4,2%). Kết quả khảo sát công chúng cho thấy, VNE đạt mức điểm đánh giá cao nhất về mức độ đa dạng chủ đề (3,35 điểm), tiếp theo là BLĐ (3,12 điểm) và BND (3,1 điểm).

#### 2.2.2.2. Về tính thời sự của podcast

Tính thời sự của podcast trong các bản tin của BND, VNE, và BLĐ được thể hiện qua lịch trình cập nhật định kỳ, mỗi tờ báo có cách tiếp cận khác nhau để duy trì tính cập nhật cho người nghe. BND cập nhật hai lần mỗi ngày (7 giờ sáng và 16 giờ chiều) với số lượng tin từ 15 đến dưới 20 tin (51%) và trên 20 tin (34,4%). Điều này cho thấy cam kết cung cấp thông tin liên tục. VNE cung cấp thông tin sớm vào buổi sáng (6 giờ) và muộn vào buổi tối (21-23 giờ), thời gian người nghe thường lựa chọn nghe podcast. Mật độ tin bài linh hoạt, từ 10 đến 15 tin (38%), trên 20 tin (31,5%), và dưới 10 tin (16,3%). VNE tập trung tin tức nhiều vào buổi tối, khi người nghe có nhiều thời gian. BLĐ cập nhật thông tin một lần vào 7 giờ sáng mỗi ngày, với mật độ tin từ 10 đến 15 tin (98,4%). Khi xét về thể loại bài, các podcast của BND, BLĐ và VNE đều bám sát các diễn biến đời sống xã hội. Về tần suất phát sóng, BND và VNE phát sóng hàng ngày, đảm bảo tính thời sự và hấp dẫn. Ngược lại, BLĐ phát sóng ít hơn, không đều đặn, đôi khi không phản ánh các sự kiện nóng, dẫn đến đánh giá thấp hơn về tính thời sự so với BND và VNE. Điểm trung bình đánh giá tính thời sự qua khảo sát công chúng: VNE (3,5), BND (3,41), BLĐ (3,35).

#### 2.2.2.3. Về tính trung thực, khách quan, tính nhân văn, văn hóa của thông tin

Các podcast từ ba báo đều có nguồn tin đa dạng và chính thống từ các cơ quan uy tín, đảm bảo thông tin luôn chính xác và không bị bóp méo. Đồng thời, tập trung vào các câu chuyện đời thực, tôn vinh những giá trị nhân văn và tinh thần cộng đồng. Tránh sử dụng ngôn



ngữ hay hình ảnh phản cảm, thể hiện sự tôn trọng và nhạy bén với các vấn đề văn hóa và xã hội.

#### *2.2.2.4. Sử dụng các chi tiết “đắt” trong tác phẩm podcast*

Các podcast bản tin của BND, BLĐ, và VnExpress thường thiếu những chi tiết “đắt”, làm giảm tính hấp dẫn và khả năng giữ chân người nghe. Ngược lại, các podcast phóng sự, phỏng vấn như “VnExpress hôm nay”, “Câu chuyện” của BLĐ, và phóng sự cuối “Bản tin thời sự chiều” của BND đã chú ý đến việc thêm vào các chi tiết đắt giá: âm thanh hiện trường, lời kể của nhân vật, yếu tố miêu tả... Tuy nhiên, nếu không có sự tinh tế trong việc phối trộn âm thanh, các chi tiết đắt có thể trở nên lu mờ, như đã thấy trong một số podcast của BLĐ. Điều này cho thấy sự cần thiết của việc sử dụng chi tiết đắt một cách khéo léo để tạo ra trải nghiệm nghe độc đáo và khó quên, đồng thời nâng cao giá trị nghệ thuật của tác phẩm.

#### *2.2.2.5. Sử dụng nhân vật và phong cách của podcast*

Trong các podcast bản tin của ba tờ báo BND, BLĐ, và VnExpress, thường chỉ có phần đọc tin độc thoại, trừ Bản tin thời sự chiều của BND có phóng sự cuối chương trình với nhân vật tham gia. Các podcast này có phong cách giống phát thanh thông thường và không có đột phá. Ngược lại, các podcast dạng bài như phóng sự, phản ánh, phỏng vấn của ba báo đều có sự nỗ lực tìm tòi nhân vật và phong cách chuyển tải phù hợp. VnExpress hôm nay thường sử dụng tiếng nói của những người trong cuộc để kể câu chuyện. BLĐ cũng để nhân vật tự kể câu chuyện, nhưng nhân vật trong chương trình “Câu chuyện” có sự đa dạng hơn. BND xây dựng podcast như một tác phẩm phát thanh truyền thống, với nhiều tiếng nói nhân vật nhằm tăng tính khách quan và đa chiều.

### **2.2.3. Thực trạng hình thức podcast**

#### *2.2.3.1. Về giọng nói và cách truyền đạt của người dẫn*

**BND:** Sử dụng hoàn toàn người dẫn là con người, tạo cảm xúc chân thực và thân thiện. Người dẫn có thể ứng biến, điều chỉnh cách thức trình bày, mang lại cảm giác chân thực và đáng tin cậy. BND có điểm đánh giá trung bình chung từ công chúng gần tương đương VNE (3,26 so với 3,27). Người nghe đánh giá cao chất lượng giọng nói của BND, nhờ giọng đọc truyền cảm. BND sử dụng hai giọng dẫn ở 100% các chương trình podcast Bản tin thời sự, tạo sự đặc biệt, sinh động và gần gũi.

**BLĐ:** Sử dụng 99,1% người dẫn là con người với chất giọng đa dạng từ hai miền Nam và Bắc, phản ánh sự phong phú văn hóa và ngôn ngữ, tạo sự gần gũi và thu hút người nghe. Tuy nhiên, một số giọng đọc mang yếu tố địa phương phát âm thiếu chuẩn xác, ảnh hưởng đến việc tiếp nhận thông tin. Điểm đánh giá của công chúng đối với BLĐ là thấp nhất trong ba báo (3,21/4 điểm).

**VNE:** Tiên phong sử dụng giọng đọc AI trong các podcast Điểm tin. Dù giọng đọc AI thiếu tự nhiên và cảm xúc, VNE nhận mức đánh giá 4 cao nhất (43,5%) cho các chương trình podcast VnExpress hôm nay với giọng đọc con người, điểm trung bình chung đánh giá của công chúng là 3,27 – cao nhất trong ba báo.

#### *2.2.3.2. Về chất lượng âm thanh và sử dụng các yếu tố tiếng động, âm nhạc*

##### *- Về chất lượng âm thanh:*

Qua khảo sát, chất lượng âm thanh giữa các podcast của ba tờ báo có sự không đồng đều: Podcast của VNE có chất lượng âm thanh tốt nhất nhờ đầu tư vào thiết bị thu âm cao cấp

và môi trường thu âm chuyên nghiệp. Âm thanh rõ ràng, không có tạp âm và độ vang thấp, giúp người nghe dễ tiếp nhận thông tin. Podcast của BLĐ có nhiều tạp âm, xuất phát từ môi trường thu âm không đạt chuẩn hoặc thiết bị thu âm không được kiểm tra kỹ lưỡng. Sự chênh lệch về chất lượng âm thanh giữa các tập podcast của BLĐ cho thấy thiếu nhất quán trong quy trình sản xuất và kiểm soát chất lượng âm thanh. Podcast của BND gặp vấn đề về mức âm lượng không đồng đều giữa các phát thanh viên, khiến người nghe phải điều chỉnh âm lượng liên tục.

Điểm đánh giá chất lượng âm thanh của công chúng: BLĐ thấp nhất (3,27), tiếp đến là BND (3,34), cao nhất là VNE (3,38).

*- Về sử dụng tiếng động và âm nhạc:*

Podcast của BND thường lạm dụng nhạc nền, thiếu tiếng động, làm giảm tính sinh động và chân thực. Nhạc nền sử dụng không phù hợp với nội dung, gây nhầm chán. Điểm đánh giá của công chúng về âm nhạc và các hiệu ứng âm thanh thấp (3,32).

Với BLĐ việc sử dụng nhạc nền không phù hợp với nội dung, thiếu tiếng động, làm podcast trở nên rời rạc và thiếu tính liên kết. Điểm đánh giá âm nhạc và hiệu ứng âm thanh thấp nhất (3,25). Có tình trạng nhạc nền quá lớn, lấn át lời nói.

VNE có sự đầu tư nghiêm túc vào tiếng động và nhạc nền, kết hợp hài hòa giữa các yếu tố âm thanh, tạo trải nghiệm sinh động cho người nghe. VNE sử dụng nhạc nền phù hợp với từng đoạn nội dung, giúp tăng tính chân thực và hấp dẫn. Điểm đánh giá cao nhất về âm nhạc và hiệu ứng âm thanh (3,39).

#### *2.2.3.3. Tiêu đề, mô tả và hình ảnh podcast*

Các tiêu đề podcast của ba tờ báo được khảo sát thường ngắn gọn, dưới 20 chữ. Đặc biệt, tiêu đề podcast của BND luôn dưới 10 chữ (100%), BLĐ (96,2%), và VNE (70,7%). Tuy nhiên, nội dung tiêu đề của BND không phản ánh nội dung podcast mà chỉ bao gồm tên chương trình và ngày tháng. Điều này khiến việc tìm kiếm podcast trở nên khó khăn, vì người nghe thường tìm theo sự kiện thay vì ngày đăng tải. Ngược lại, BLĐ và VNE đặt tiêu đề phản ánh nội dung podcast: BLĐ (60,4% phản ánh một phần nội dung, 39,6% phản ánh phần lớn nội dung) và VNE (48,2% phản ánh một phần nội dung, 51,8% phản ánh phần lớn nội dung).

Mô tả podcast cũng là yếu tố quan trọng giúp người nghe tiềm năng hiểu rõ hơn về nội dung và mục đích của podcast. BND thường tóm tắt nội dung chính, BLĐ giới thiệu nội dung gợi mở, và VNE chọn chi tiết nổi bật để gây tò mò. VNE và BLĐ thường viết mô tả ngắn gọn dưới 40 chữ, trong khi BND viết mô tả dài hơn, thường trên 60 chữ.

Về số lượng hình ảnh sử dụng trong podcast phổ biến của cả ba báo là 1. Thậm chí với BND, có 26% số podcast không sử dụng hình ảnh; tỷ lệ này ở BLĐ ít hơn là 1,9%. Tỷ lệ không sử dụng hình ảnh ở BND khá cao, phản ánh sự thiếu đầu tư vào khía cạnh thị giác của sản phẩm. Đối với BLĐ, tuy có tỷ lệ sử dụng hình ảnh cao, nhưng toàn bộ là hình ảnh minh họa, không phải là hình ảnh thực tế do phóng viên ghi lại, thậm chí chỉ là hình vẽ, cho thấy sự hạn chế trong việc khai thác tiềm năng của yếu tố thị giác trong podcast của báo này. VNE có 32,5% số podcast có hình ảnh thực tế, còn lại một tỷ lệ rất lớn – 67,5% là hình minh họa, cho thấy vẫn còn nhiều dư địa để cải thiện. Hình minh họa không cung cấp được bối cảnh thực tế hoặc hình ảnh các nhân vật liên quan, và cũng thiếu tính khách quan, chân thực, làm giảm mức độ tin cậy của podcast với công chúng.

#### *2.2.3.4. Mở đầu podcast (Intro)*

Trong ba tờ báo, BND có cách mở đầu podcast thiếu sáng tạo nhất, gần như không thay đổi, 100% các podcast mở đầu theo cách tóm tắt nội dung chính của tập podcast. BLĐ mặc dù cũng phổ biến với cách mở đầu tóm tắt nội dung chính của tập (chiếm tỷ lệ 60,4%), song vẫn có sự đa dạng trong cách mở đầu ở những podcast còn lại như dẫn trực tiếp các nội dung chính (23%), trích dẫn lời nói của một vài nhân vật (17%), đặt câu hỏi gây chú ý (2%). Với VNE, hai cách mở đầu được ưa chuộng là dẫn trực tiếp các nội dung chính (47,6%) và trích dẫn lời nói của một vài nhân vật (38,7%), tóm tắt nội dung chính của tập chỉ chiếm 13,6%.

#### 2.2.3.5. Về thời lượng podcast

BND: 97,9% podcast "Bản tin thời sự" dài trên 10 phút, phù hợp với yêu cầu chi tiết; 2,1% từ 5-10 phút cho các bản tin ít sự kiện.

BLĐ: 72,6% podcast dài từ 5-10 phút, cung cấp bản tin ngắn gọn; 21,7% dài trên 10 phút cho các câu chuyện sâu sắc; 5,7% dưới 5 phút cho các thông báo ngắn.

VNE: 71,7% podcast dài trên 10 phút, tập trung vào chi tiết và phân tích; 26,7% từ 5-10 phút; 1,6% dưới 5 phút.

Đánh giá của công chúng về thời lượng podcast khá tương đồng: VNE (3,28), BND (3,21), BLĐ (3,2), cho thấy sự hài lòng cao.

#### 2.2.3.6. Một số vấn đề khác

- *Định dạng*: Nhìn chung, cả ba báo chưa có sự đột phá và sáng tạo về hình thức thể hiện trong các podcast của mình. Chủ yếu, họ vẫn tập trung vào việc đưa tin độc thoại, chiếm tỷ lệ khá cao ở cả ba báo: 47,9% ở BND, 60,4% ở BLĐ, và 47,6% ở VNE. Đối với hình thức kể chuyện có nhân vật, BLĐ và VNE đã có những bước tiến nhất định. BLĐ với chương trình podcast "Câu chuyện" đã sử dụng hình thức này với tỷ lệ 39,6%, trong khi VNE với chương trình "VnExpress hôm nay" có tỷ lệ cao hơn, đạt 51,8%.

- *Thể loại*: Về thể loại báo chí sử dụng trong podcast, có một tỉ lệ áp đảo sử dụng thể loại tin (100% - BND, 60,4% - BLĐ, 48,2% - VNE), tiếp đến là phóng sự (50% - BND – do có phóng sự ở bản tin chiều nên cách tính khác so với các báo còn lại nhưng không ảnh hưởng đến kết quả so sánh chung, 26,4% - BLĐ, 45,5% - VNE), thể loại bài phản ánh chỉ có BLĐ sử dụng với 13,2%, thể loại phỏng vấn chỉ có VNE sử dụng với 6,3%. Có thể thấy rằng, BND có lợi thế về thể loại tin và phóng sự. Tuy nhiên, thiếu sự đa dạng trong các thể loại báo chí khác có thể làm giảm sự hấp dẫn đối với một số người nghe mong muốn có thêm các nội dung phản ánh hoặc phỏng vấn. BLĐ cố gắng cân bằng hơn giữa tin tức, phóng sự và các bài phản ánh, tạo ra một nội dung đa dạng. Tuy nhiên, chưa tận dụng nhiều thể loại phỏng vấn có thể là một điểm hạn chế. VNE có sự đa dạng trong các thể loại báo chí, đặc biệt là phóng sự và phỏng vấn, giúp nội dung trở nên phong phú và thu hút hơn. Song đây đều là những thể loại của báo chí truyền thống, chưa có sự đột phá, sáng tạo nào của ba báo trong việc hình thành nên một thể loại mới của riêng podcast.

- *Khả năng lưu trữ*: Các hệ thống lưu trữ podcast của Báo VNE, BLĐ và BND cho phép người nghe dễ dàng tìm kiếm và nghe lại các chương trình.

- *Khả năng tương tác*: VNE hỗ trợ bình luận dưới mỗi podcast, cho phép hiển thị đầy đủ. BLĐ dù có tích hợp tính năng bình luận, nhưng lại ẩn bình luận, không cho công chúng đọc bình luận đã gửi của chính mình và những người dùng khác. Đối với BND thì tính năng này bị cắt đi hoàn toàn. Sự thiếu vắng tính năng bình luận ở BND có thể được xem là một hạn chế đáng kể trong việc tạo dựng và duy trì mối quan hệ với người nghe.

*Khả năng tìm kiếm:* Báo VNE đặt podcast ở vị trí dễ thấy trên trang chủ, trong khi BND và BLĐ lại ẩn trong các tab con, gây khó khăn cho công chúng mới làm quen trang báo. Báo VNE và BLĐ có khả năng tìm kiếm tốt hơn, nhờ đặt tiêu đề podcast có chứa từ khoá, trong khi cách đặt tiêu đề của BND có thể gây khó khăn cho người nghe khi tìm kiếm vì chỉ bao gồm tên chương trình podcast và ngày đăng tải.

#### **2.2.4. Thực trạng quy trình sản xuất podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay**

Đối với BND, podcast chủ yếu được sản xuất bởi Trung tâm Truyền hình Nhân dân, với podcast quan trọng nhất là Bản tin thời sự, sản xuất hàng ngày. Quy trình sản xuất gồm 4 bước chính: lựa chọn nội dung, đọc tin, chỉnh sửa âm thanh, và đăng tải. BLĐ có quy trình 7 bước, phân chia rõ ràng vai trò, nhưng gặp khó khăn về tính độc lập của phóng viên và chất lượng âm thanh. VNE có sự đầu tư mạnh về cơ sở vật chất và độc lập cao của phóng viên, sử dụng trí tuệ nhân tạo trong sản xuất podcast Điểm tin. Quy trình sản xuất podcast của ba cơ quan này đều phản ánh sự không nhất quán và thiếu hụt nguồn nhân lực cho podcast.

### **2.3. Đánh giá thành công và hạn chế của podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay**

#### **2.3.1. Thành công và nguyên nhân của thành công**

##### *2.3.1.1. Thành công*

1- Ba tờ báo nằm trong nhóm những toà soạn tiên phong trong sản xuất podcast, phần nào hình thành được thói quen nghe podcast cho công chúng của BMĐT. 2- Việc sản xuất podcast trên ba tờ báo đã bước đầu xác lập podcast là một dạng tác phẩm báo chí có bản sắc riêng trên BMĐT. 3- Các podcast có sự đa dạng, phong phú về chủ đề, phù hợp với nhu cầu của người nghe. 4- Các podcast có tính thời sự cao. 5- Đảm bảo tính trung thực, khách quan, mang ý nghĩa xã hội, giá trị nhân văn sâu sắc. 6- Các toà soạn hướng đến việc đơn giản hoá quy trình sản xuất podcast, giúp bớt chi phí, rút ngắn thời gian, tiết kiệm nhân lực, tài chính. 7- Thành công của VNE là sử dụng podcast để tăng cường tương tác và tạo sự gắn kết với công chúng.

##### *2.3.1.2. Nguyên nhân thành công*

1- Sự nhận thức từ cấp lãnh đạo về tầm quan trọng của podcast. 2- Sự nhạy bén, nhanh chóng bắt nhịp với việc sản xuất podcast của đội ngũ phóng viên, biên tập viên. 3- Sự phát triển của công nghệ hỗ trợ.

#### **2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân của hạn chế**

##### *2.3.2.1. Hạn chế*

1- Một số podcast chưa có sự đột phá, còn rập khuôn, đi theo lối mòn. 2- Thiếu podcast bình luận, phân tích chuyên sâu. 3- Mở đầu thiếu ấn tượng, sáng tạo. 4- Chất lượng âm thanh trong nhiều podcast của BLĐ và BND còn chưa thực sự tốt. 5- Thiếu vắng tiếng động và thiếu sự phong phú, hài hoà của nhạc nền trong sản phẩm podcast. 6- Năng lực của người dẫn trong một số podcast vẫn còn hạn chế. 7- Lạm dụng giọng đọc AI khiến cho podcast trở nên mất đi sự tự nhiên, gần gũi với người nghe. 8- Thiếu hoạt động quảng bá podcast nhằm mở rộng công chúng.

##### *2.3.2.2. Nguyên nhân hạn chế*

1- Chưa có đội ngũ chuyên biệt cho sản xuất podcast. 2- Năng lực, nhận thức của một bộ phận phóng viên, biên tập viên về podcast còn hạn chế. 3- Chưa dành nguồn lực đầu tư xứng đáng về cơ sở vật chất cho sản xuất podcast. 4- Chưa chuẩn hoá quy trình sản xuất.

### **Chương 3**

## **GIẢI PHÁP, KIẾN NGHỊ NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG PODCAST TRÊN BẢO MẠNG ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY**

### **3.1. Những vấn đề đặt ra đối với podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay**

#### ***3.1.1. Thách thức trong việc định hình phong cách, bản sắc riêng cho podcast của mỗi tờ báo***

Có thể nói, chính tư duy “lối mòn” là hạn chế lớn nhất của các podcast, đặc biệt là dạng podcast tin tức trên BMĐT tại Việt Nam hiện nay. Ở ba tờ báo thuộc diện khảo sát của luận án, các podcast nhìn chung vẫn thiếu tính sáng tạo, phong cách riêng. Đặc biệt là dạng podcast tin tức, vẫn còn phổ biến dạng bản tin/điểm tin giống như một chương trình phát thanh truyền thống, không có sự khác biệt nào. Đối với các podcast tin tức khác như Câu chuyện (BLĐ), VnExpress hôm nay, nhìn chung giống nhau về hình thức, chưa tạo được dấu ấn riêng. Hơn nữa, việc lựa chọn đề tài vẫn chưa được thực hiện một cách cẩn thận, thiếu sự khám phá và góc nhìn mới về các vấn đề xã hội và cuộc sống. Thêm vào đó, sự thiếu hụt các đề tài tận dụng được sức mạnh của âm thanh trong việc truyền đạt thông điệp cũng là một vấn đề đáng chú ý. Đa phần các podcast trên BMĐT vẫn còn được thực hiện một cách tương đối đơn giản, chưa có sự bút phá, đầu tư xứng đáng, chưa đủ hấp dẫn người nghe. Phần lớn các chương trình podcast thuộc diện khảo sát của luận án vẫn giữ nguyên tư duy của việc sản xuất chương trình phát thanh truyền thống, chưa tìm ra cách thức phát triển phù hợp với đặc tính của podcast. Một số podcast thiếu các chuyên mục được tổ chức một cách bền vững (ví dụ chuyên mục Câu chuyện của BLĐ phát sóng không định kỳ), và tần suất đăng tải thường phụ thuộc vào nguồn lực sản xuất, dẫn đến sự thiếu ổn định và ảnh hưởng đến tâm lý của những thính giả trung thành.

#### ***3.1.2. Thách thức trong việc xây dựng đội ngũ chuyên biệt cho sản xuất podcast tại các toà soạn báo mạng điện tử***

Nhân lực cho sản xuất podcast hiện tại ở các toà soạn chủ yếu được tận dụng từ nhân lực của các phòng ban, không có nhiều kinh nghiệm cũng như chưa qua đào tạo chuyên sâu về podcast. Việc sản xuất podcast ở các toà soạn hiện nay chủ yếu được các phóng viên tự trau dồi, “học mót” lẫn nhau. Việc kiêm nhiệm sản xuất podcast bởi những phòng ban “không chuyên” cũng là một vấn đề lớn tại các toà soạn, dễ dẫn đến tâm lý coi sản xuất podcast chỉ là nhiệm vụ “phụ”.

Tư duy “báo chí âm thanh” khi làm podcast rất khác biệt so với các hình thức báo chí khác, đòi hỏi nhà báo phải có năng khiếu, thẩm mỹ về âm thanh, có đôi tai nhạy bén, có óc quan sát, biết chuyển tải những gì mình mắt thấy tai nghe thành âm thanh để người nghe có thể tưởng tượng, hình dung được.

#### ***3.1.3. Thách thức trong việc cân đối chi phí đầu tư trang thiết bị, cải tiến kỹ thuật công nghệ với hiệu quả kinh tế của các sản phẩm podcast***

Mặc dù có nhiều tiềm năng, podcast vẫn chưa nhận được sự quan tâm và đầu tư đúng mức từ các CQBC. Yêu cầu nâng cao chất lượng và tạo đa nền tảng cho sản xuất và phân phối podcast đòi hỏi sự đầu tư nghiêm túc vào các công nghệ và nền tảng kỹ thuật. Để nâng cao được trải nghiệm nghe cho công chúng ở chất lượng âm thanh cao, bên cạnh việc đầu tư nâng cấp trang thiết bị thu âm và phần mềm đi kèm, cũng đòi hỏi sự đầu tư nâng cấp dung lượng lưu trữ hosting,... Như vậy, sẽ tốn một phần chi phí không nhỏ của các toà soạn, trong khi ở vào giai đoạn hiện tại, podcast chưa mang lại nhiều giá trị về kinh tế cho các toà soạn, khi các quảng cáo trên podcast chưa thực sự phát triển, chủ yếu vẫn dựa vào các hình thức quảng cáo trong trang web của tờ báo. Đây là bài toán nan giải nhất là đối với các toà soạn không quá dư dả ngân sách, buộc họ phải tính toán cân đối chi phí sản xuất và vận hành toà soạn, dẫn đến sự thiếu mạnh dạn đầu tư cải tiến nền tảng kỹ thuật công nghệ cho sản xuất podcast.

### ***3.1.4. Thách thức trong việc hình thành thói quen nghe podcast và giữ chân công chúng ở lại trang báo mạng điện tử***

Trải nghiệm người dùng không tối ưu, việc tìm kiếm và truy cập phức tạp là những rào cản lớn khiến người nghe không tiếp cận được đầy đủ nội dung trên trang báo. Hơn nữa, việc công chúng nghe podcast qua các nền tảng ứng dụng khác mà không quay lại trang báo gốc cũng làm giảm cơ hội tương tác và gắn kết với nội dung khác của tờ báo. Việc tương tác với người nghe cũng là một yếu tố quan trọng. Các báo mạng điện tử cần tạo ra những cơ hội để công chúng tham gia, đóng góp ý kiến và phản hồi về các nội dung podcast. Sự tương tác này không chỉ giúp cải thiện chất lượng nội dung mà còn tạo ra một cộng đồng người nghe trung thành, gắn bó với tờ báo. Xây dựng một giao diện trang web thân thiện, dễ sử dụng và có tính tương tác cao để giữ chân công chúng ở lại tờ báo lâu hơn cũng là một thách thức lớn mà các toà soạn cần nghiêm túc xem xét, nghiên cứu để có hướng khắc phục những tồn tại hạn chế, phát huy những ưu điểm.

## **3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay**

### ***3.2.1. Giải pháp về quy trình sản xuất podcast***

*Thứ nhất, chuẩn hoá quy trình sản xuất podcast.* Quy trình này bao gồm: Tìm kiếm và lựa chọn đề tài, Xây dựng kế hoạch sản xuất podcast, Thu thập tư liệu và xây dựng kịch bản podcast, Chuẩn bị thiết bị kỹ thuật và tiến hành thu âm podcast, Chỉnh sửa và biên tập âm thanh podcast, Phát/xuất bản podcast, Lắng nghe và theo dõi phản hồi.

*Thứ hai, hình thành đội ngũ chuyên biệt cho sản xuất podcast.* Các công đoạn trong quy trình sản xuất podcast ứng với từng vị trí công việc cần được giao những người có sở trường, năng lực, chuyên môn. Tránh để một người “ôm” hết tất cả các phần việc.

*Thứ ba, sử dụng AI phù hợp để tối ưu hoá quy trình sản xuất podcast tin tức.* AI có thể được sử dụng để tóm tắt các tin tức nổi bật, biên tập, ghi chú và rải bằng phỏng vấn nhân vật hoặc nhận dạng băng âm thanh gốc, thậm chí là viết bài.

### ***3.2.2. Giải pháp về nội dung podcast***

*Thứ nhất, tăng cường những podcast bình luận, phân tích chuyên sâu về những chủ đề được công chúng quan tâm.*

*Thứ hai, tăng cường sự tương tác, tham gia của người nghe vào nội dung podcast.*

*Thứ ba, tăng cường nội dung gần gũi với giới trẻ.*

### 3.2.3. Giải pháp về hình thức podcast

*Thứ nhất, cần đa dạng hóa hình thức thể hiện các podcast tin tức. Có thể phát triển nhiều định dạng podcast khác nhau như podcast ngắn (micro-podcast), podcast dài tập (serial podcast), phỏng vấn (interview), tọa đàm (panel discussion), và kể chuyện (storytelling).*

*Thứ hai, đầu tư vào tiêu đề, mô tả và hình ảnh minh họa podcast.*

*Thứ ba, mở đầu podcast tạo ấn tượng.*

*Thứ tư, chuyên nghiệp hoá người dẫn chương trình, xây dựng hình ảnh người dẫn gắn với thương hiệu chương trình podcast.*

*Thứ năm, đầu tư vào tiếng động và đa dạng nhạc nền.*

*Thứ sáu, tối ưu hóa thời lượng mỗi podcast.*

*Thứ bảy, xây dựng giao diện podcast thân thiện, chuyên nghiệp.*

### 3.3. Một số kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng podcast trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay

#### 3.3.1. Đối với Bộ Thông tin và Truyền thông

*Thứ nhất, cần đề xuất và cập nhật các quy định pháp lý liên quan đến sản xuất và phát hành podcast. Hiện chưa có quy định pháp lý nào quản lý podcast tại Việt Nam. Dẫn đến việc tồn tại nhiều khoảng trống pháp lý liên quan đến việc bảo vệ quyền tác giả, bảo vệ dữ liệu cá nhân và quảng cáo, hạn chế lan truyền các tin giả, thông tin sai lệch lan truyền trên môi trường podcast, nhằm tạo một môi trường lành mạnh và công bằng cho tất cả các bên liên quan.*

*Thứ hai, đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng mạng internet toàn quốc.*

*Thứ ba, khuyến khích các cơ quan báo chí tham gia sản xuất podcast, có thể giúp tăng cường các nội dung thông tin tin cậy cho công chúng trên môi trường podcast, góp phần hạn chế sự lan tràn của tin giả trên môi trường truyền thông số, góp phần thực hiện thắng lợi các mục tiêu của Đảng và Nhà nước.*

#### 3.3.2. Đối với cơ sở đào tạo

*Thứ nhất, cần đưa podcast vào các chương trình đào tạo đại học các ngành báo chí – truyền thông, tạo nguồn nhân lực cho sản xuất podcast tại các cơ quan báo chí*

*Thứ hai, tổ chức các lớp bồi dưỡng ngắn hạn về podcast cho đội ngũ nhà báo, phóng viên đang công tác tại cơ quan báo chí*

#### 3.3.3. Đối với cơ quan báo chí

*Thứ nhất, chú trọng tổ chức các hoạt động bồi dưỡng chuyên môn về podcast cho đội ngũ nhà báo.*

*Thứ hai, có chính sách khuyến khích nhà báo tham gia sản xuất podcast, kịp thời khích lệ các sản phẩm podcast có chất lượng cao.*

*Thứ ba, xây dựng kế hoạch sản xuất, quảng bá podcast một cách bài bản, hiệu quả.*

*Thứ tư, đầu tư xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu lưu trữ cho podcast.*

*Thứ năm, không ngừng cải tiến phương tiện, kỹ thuật, công nghệ phục vụ podcast.*

### 3.3.4. Đối với đội ngũ tham gia sản xuất podcast

*Thứ nhất, không ngừng học hỏi, nâng cao các kỹ năng sản xuất podcast.*

*Thứ hai, thường xuyên lắng nghe nhu cầu, thói quen của công chúng.*

## KẾT LUẬN

Podcast đang dần trở thành một phần không thể thiếu trong chiến lược truyền thông của các tòa soạn báo mạng điện tử, không chỉ vì khả năng cung cấp thông tin đa dạng, mà còn nhờ vào sự linh hoạt trong cách tiếp cận và gắn kết với công chúng. Trong bối cảnh cuộc cạnh tranh về nội dung số ngày càng gay gắt, việc phát triển các chương trình podcast hấp dẫn, dễ tiếp cận sẽ giúp các tòa soạn mở rộng khả năng tiếp cận một nhóm công chúng trẻ, năng động và có xu hướng tiếp nhận thông tin qua nhiều nền tảng khác nhau.

Trong khuôn khổ thời lượng 3 chương, với hơn 180 trang chính văn, luận án đã làm sáng tỏ cơ sở lý luận và thực tiễn của podcast trên báo mạng điện tử, bao gồm các khái niệm, các đặc điểm của podcast trên BMĐT, vai trò của podcast đối với tờ BMĐT và công chúng, phương thức sản xuất và bộ tiêu chí đánh giá chất lượng về nội dung và hình thức podcast. Dựa trên việc khảo sát 393 số podcast tin tức của ba báo (BND, BLĐ, VNE), tác giả nhận thấy các báo điện tử khảo sát đã đạt được những thành công sau: Ba tờ báo nằm trong nhóm những tòa soạn tiên phong trong sản xuất podcast, phần nào hình thành được thói quen nghe podcast cho công chúng của BMĐT; Việc sản xuất podcast trên ba tờ báo đã bước đầu xác lập podcast là một dạng sản phẩm báo chí có bản sắc riêng trên BMĐT; Các podcast có sự đa dạng, phong phú về chủ đề, phù hợp với nhu cầu của người nghe; Các podcast có tính thời sự cao; Đảm bảo tính trung thực, khách quan, mang ý nghĩa xã hội, giá trị nhân văn sâu sắc; Các tòa soạn hướng đến việc đơn giản hoá quy trình sản xuất podcast, giúp bớt chi phí, rút ngắn thời gian, tiết kiệm nhân lực, tài chính; Thành công của VNE là sử dụng podcast để tăng cường tương tác và tạo sự gắn kết với công chúng. Nguyên nhân thành công là do: Sự nhận thức từ cấp lãnh đạo về tầm quan trọng của podcast; Sự nhạy bén, nhanh chóng bắt nhịp với việc sản xuất podcast của đội ngũ phóng viên, biên tập viên; Sự phát triển của công nghệ hỗ trợ. Ngoài ra, cũng còn một số hạn chế là: Một số podcast chưa có sự đột phá, còn rập khuôn, đi theo lối mòn; Thiếu podcast bình luận, phân tích chuyên sâu; Chất lượng âm thanh trong nhiều podcast của BLĐ và BND còn chưa tốt; Thiếu vắng tiếng động và thiếu sự phong phú, hài hoà của nhạc nền trong sản phẩm podcast; Năng lực của người dẫn trong một số podcast vẫn còn hạn chế; Lạm dụng giọng đọc AI khiến cho podcast trở nên mất đi sự tự nhiên, gần gũi với người nghe; Thiếu hoạt động quảng bá podcast nhằm mở rộng công chúng. Nguyên nhân hạn chế là do: Chưa có đội ngũ chuyên biệt cho sản xuất podcast; Năng lực, nhận thức của một bộ phận phóng viên, biên tập viên về podcast còn hạn chế; Chưa dành nguồn lực đầu tư xứng đáng về cơ sở vật chất cho sản xuất podcast; Chưa chuẩn hoá quy trình sản xuất.

Từ thực trạng podcast trên ba tờ BMĐT, chúng tôi nhận diện các vấn đề đặt ra như: Thách thức trong việc định hình phong cách, bản sắc riêng cho podcast của mỗi tờ báo; Thách thức trong việc xây dựng đội ngũ chuyên biệt cho sản xuất podcast tại các tòa soạn báo mạng điện tử; Thách thức trong việc cân đối chi phí đầu tư trang thiết bị, cải tiến kỹ thuật công nghệ với hiệu quả kinh tế của các sản phẩm podcast; Thách thức trong việc hình thành thói quen nghe podcast và giữ chân công chúng ở lại trang báo mạng điện tử. Từ đó chúng tôi đã đề ra các nhóm giải pháp cụ thể nhằm nâng cao chất lượng podcast trên BMĐT ở Việt Nam hiện nay. Về quy trình sản xuất, các tòa soạn cần: Chuẩn hoá quy trình sản xuất podcast; Hình thành đội ngũ chuyên biệt cho sản xuất podcast; Sử dụng AI phù hợp để tối ưu hoá quy trình sản xuất podcast tin tức. Về nội dung: Tăng cường những podcast bình luận, phân tích chuyên sâu về những chủ đề được công chúng quan tâm; Tăng cường sự tương tác, tham gia của



người nghe vào nội dung podcast; Tăng cường nội dung gắn gũi với giới trẻ. Về hình thức: Đa dạng hóa hình thức thể hiện các podcast tin tức; Đầu tư vào tiêu đề, mô tả và hình ảnh minh họa podcast; Mở đầu podcast tạo ấn tượng; Chuyên nghiệp hoá người dẫn chương trình, xây dựng hình ảnh người dẫn gắn với thương hiệu chương trình podcast; Đầu tư vào tiếng động và đa dạng nhạc nền; Tối ưu hóa thời lượng mỗi podcast; Xây dựng giao diện podcast thân thiện, chuyên nghiệp.

Chúng tôi cũng đề xuất một số kiến nghị, cụ thể đối với Bộ Thông tin và Truyền thông, cần: Đề xuất và cập nhật các quy định pháp lý liên quan đến sản xuất và phát hành podcast; Đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng mạng internet toàn quốc; Khuyến khích các cơ quan báo chí tham gia sản xuất podcast. Đối với cơ sở đào tạo: Đưa podcast vào các chương trình đào tạo đại học các ngành báo chí – truyền thông, tạo nguồn nhân lực cho sản xuất podcast tại các cơ quan báo chí; Tổ chức các lớp bồi dưỡng ngắn hạn về podcast cho đội ngũ nhà báo, phóng viên đang công tác tại cơ quan báo chí. Đối với cơ quan báo chí: Chú trọng tổ chức các hoạt động bồi dưỡng chuyên môn về podcast cho đội ngũ nhà báo; Có chính sách khuyến khích nhà báo tham gia sản xuất podcast, kịp thời khích lệ các sản phẩm podcast có chất lượng cao; Xây dựng kế hoạch sản xuất, quảng bá podcast một cách bài bản, hiệu quả; Đầu tư nâng cấp hệ thống cơ sở dữ liệu lưu trữ cho podcast; Không ngừng cải tiến phương tiện, kỹ thuật, công nghệ phục vụ podcast. Đối với đội ngũ tham gia sản xuất podcast: Không ngừng học hỏi, nâng cao các kỹ năng sản xuất podcast; Thường xuyên lắng nghe nhu cầu, thói quen của công chúng.

Trong quá trình thực hiện đề tài, chúng tôi nhận thấy, thực trạng podcast trên BMDT ở Việt Nam đang đặt ra nhiều vấn đề cần được tiếp tục nghiên cứu. Chẳng hạn như: kỹ năng sản xuất podcast cho đội ngũ nhà báo; podcast từ góc nhìn kinh tế báo chí như: chiến lược phát triển doanh thu từ podcast cho các cơ quan báo chí, nghiên cứu thị trường podcast tại Việt Nam; các vấn đề về công chúng podcast như: tác động của podcast tới sự thay đổi hành vi và thói quen của công chúng, tâm lý công chúng podcast; các xu hướng phát triển của podcast trong tương lai,... Trong khoảng thời gian có hạn, chúng tôi đã nỗ lực tìm tòi, vận dụng lý thuyết, phân tích thực tiễn các podcast để giải quyết nhiệm vụ và yêu cầu đề ra, tuy nhiên luận án vẫn không tránh khỏi thiếu sót. Chúng tôi rất mong nhận được sự lượng thứ và chỉ giáo của các nhà khoa học, các chuyên gia, bạn bè đồng nghiệp và các nhà báo trong cả nước./.

## DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ

1. Lê Tuấn Anh (2021), *Xu hướng phát thanh trên podcast*, Tạp chí Người làm báo số 447, tháng 5/2021.
2. Lê Tuấn Anh (2021), *Podcast – nhìn từ hiện tượng “Serial” và triển vọng doanh thu cho các cơ quan báo chí*, Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc gia về Kinh tế truyền thông Việt Nam: Lý luận, Thực tiễn và Kinh nghiệm, Học viện Báo chí và Tuyên truyền & Nhà xuất bản Chính trị quốc gia – Sự thật, tháng 10/2021.
3. Trương Thị Kiên – Lê Tuấn Anh (2021), *Podcast production of Vietnamese press agencies nowadays – from scientific point of view*, 28th Annual AMIC Conference: Science communication: Managing the now and the future, 12/2021.
4. Lê Tuấn Anh (2022), *Thành công của “Serial” và triển vọng doanh thu từ podcast cho các cơ quan báo chí*, Tạp chí Người làm báo số 466, tháng 12/2022.
5. Lê Tuấn Anh (2023), *Podcast và những đặc điểm trong mối tương quan so sánh với phát thanh truyền thống*, Tạp chí Người làm báo số 469, tháng 3/2023.

6. Lê Tuấn Anh (2024), *Vai trò của podcast trên báo mạng điện tử trong thực hiện tôn chỉ, mục đích của báo chí cách mạng Việt Nam*, Tạp chí điện tử Lý luận chính trị, đăng tải ngày: 15-1-2024.
7. Lê Tuấn Anh (2024), *Nghệ thuật kể chuyện podcast dạng tường thuật báo chí tại Anh và Australia*, Tạp chí Người làm báo, số 479+480, tháng 1+2/2024.
8. Lê Tuấn Anh (2024), *Ứng dụng công nghệ trong công tác truyền thông về chính trị ở Việt Nam hiện nay*, Tạp chí điện tử Lý luận chính trị, đăng tải ngày: 1-4-2024.
9. Lê Tuấn Anh (2024), *Vai trò của podcast đối với báo mạng điện tử và công chúng*, Tạp chí Lý luận chính trị và truyền thông, chuyên đề số 1-2024.
10. Lê Tuấn Anh – Nguyễn Đình Sơn (2024), *Những vấn đề đặt ra và đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng podcast tin tức trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay*, Tạp chí khoa học công nghệ Thông tin và Truyền thông, chuyên đề Kinh tế và Truyền thông, số 02 (CS.02) 2024.