

Tiềm năng của podcast trong quảng bá hình ảnh Thành phố Hồ Chí Minh thông qua phương tiện giao thông công cộng

ThS. Lê Kim Hậu*

Khoa Truyền thông sáng tạo, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

lkhou@ntt.edu.vn

Tóm tắt

Podcast là phương tiện truyền thông mới, phát triển mạnh mẽ trong hệ thống truyền thông số toàn cầu. Với ưu điểm truyền tải thông tin qua thính giác, dễ tiếp cận. Tính linh hoạt và đa dạng khiến podcast đặc biệt hấp dẫn với người sử dụng phương tiện giao thông công cộng, quảng bá du lịch đối với du khách đến Thành phố Hồ Chí Minh (Tp.HCM). Từ thực tiễn, nhóm nghiên cứu tập trung vào phân tích tài liệu, tổng hợp dữ liệu thứ cấp và khảo sát định lượng, nhằm xác định nhu cầu tiếp cận thông tin của hành khách, truyền thông quảng bá du lịch cũng như hiện trạng truyền thông trên hệ thống xe buýt hiện nay, tính khả thi và nhu cầu tiếp cận thông tin của hành khách. Trên cơ sở đó, đề tài đề xuất ứng dụng kênh truyền thông podcast phù hợp với góc nhìn truyền tải thông tin văn hóa, du lịch ... đồng thời cải thiện chất lượng phục vụ của phương tiện công cộng trong bối cảnh phát triển đô thị thông minh của thành phố.

Nhận 27/05/2025

Được duyệt 08/08/2025

Công bố 30/09/2025

Từ khóa

Podcast, xe buýt, TP.

HCM, truyền thông

số, văn hóa số.

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1. Đặt vấn đề

Theo Diễn đàn Oliver Wyman - sản phẩm của công ty tư vấn cùng tên và Viện Nghiên cứu Giao thông vận tải của Đại học California Berkeley, Hồng Kông (Trung Quốc) đưa ra kết quả xếp hạng về đánh giá dịch vụ: khoảng cách đến phương tiện công cộng, chi phí dịch vụ, giờ mở cửa, số lượng người sử dụng và tốc độ di chuyển của phương tiện.

Tiếp đó, Zurich (Thụy Sĩ), Stockholm (Thụy Điển), Singapore và Helsinki (Phần Lan) là những thành phố lọt vào danh sách 5 thành phố có hệ thống giao thông công cộng tốt nhất. [10]

Podcast (chương trình âm thanh kỹ thuật số theo yêu cầu) đang trở thành một xu hướng trong lĩnh vực truyền thông mới, khả năng tiếp cận nhanh chóng và rộng rãi. Với nội dung sản xuất gần gũi, đa dạng chủ đề, mang lại trải nghiệm nghe thú vị và dễ tiếp nhận. Podcast cho phép người dùng thưởng thức mọi lúc, mọi nơi chỉ với một chiếc smartphone, hoặc qua một phương tiện trên internet có thể phát đồng bộ. Ngoài ra, podcast còn nổi bật với chi phí sản xuất thấp, dễ sử dụng và khả năng tương tác cao, tạo cơ hội cho cả người sáng tạo và khán giả kết nối với nhau. Với tất cả những lợi thế này, podcast không chỉ là một hình thức giải trí mà còn là một công cụ

truyền thông mạnh mẽ, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng thông tin.

Trong kỷ nguyên truyền thông số, podcast đang định hình lại cách con người tiếp nhận và tiêu thụ thông tin. Không ồn ào, không giật gân như truyền hình hay mạng xã hội, podcast nổi bật bởi tính cá nhân hóa, chiều sâu nội dung và khả năng kết nối khán thính giả ở mức độ gần gũi và bền vững hơn. “Sự tiếp cận của cơ quan báo chí đối với loại hình podcast đang chứng tỏ sự chuyển mình mạnh mẽ trong môi trường truyền thông số, hướng tới đổi mới nội dung, phương thức để tác động phù hợp đến đông đảo công chúng.” [13]

Ở Việt Nam, những năm gần đây, làn sóng podcast đã có những bước tiến nhanh chóng. Xu hướng này xuất hiện ở khắp các nền tảng như: Spotify, Apple Podcast hay Google Podcast và cả YouTube, Zing MP3. Podcast phát triển theo xu hướng các tệp âm thanh đầu tư ngày càng chuyên nghiệp khi các cơ quan báo chí, doanh nghiệp, truyền thông, hoạt động văn hóa, đào tạo giáo dục, ẩm thực và cả người nổi tiếng ... cùng tham gia hệ sinh thái đa nền tảng. Đến tháng 3 của năm 2023, số lượng kênh podcast đã vượt qua con số 2.900, với nội dung được phân loại thành 124 thể loại khác nhau. Tổng số tập podcast đã được phát sóng ước lượng lên đến hơn 76.000 tập. Lĩnh vực giải trí, giáo dục, kinh doanh đang là xu hướng phát

triển mạnh. Podcast không chỉ là một công cụ truyền thông mới, tiềm năng sáng tạo và tính ứng dụng cao. Với khả năng tiếp cận sâu rộng, dễ tích hợp và tiết kiệm chi phí, mở ra một hướng đi mới cho ngành du lịch, đặc biệt là trong việc xây dựng trải nghiệm văn hóa địa phương mang tính kể chuyện – một hình thức "du lịch qua âm thanh".

Thành phố Hồ Chí Minh đô thị lớn nhất cả nước, đa dạng dân cư và bản sắc văn hóa. Sài Gòn có bề dày lịch sử đa dạng phong phú, podcast có thể trở thành cầu nối giữa văn hóa và công chúng, giữa điểm đến và người kể chuyện. Đặc biệt, việc khai thác các phương tiện giao thông công cộng như không gian truyền thông thông qua podcast là một ý tưởng sáng tạo và phù hợp với xu hướng phát triển đô thị thông minh, xanh và bền vững. Các tuyến xe buýt, trạm dừng, nhà chờ, hoặc ứng dụng bản đồ giao thông có thể được tích hợp nội dung podcast kể chuyện văn hóa – lịch sử – đời sống Sài Gòn, từ đó tạo nên trải nghiệm du lịch mới mẻ, gần gũi và hiệu quả.

Thành phố Hồ Chí Minh có diện tích 2.061km² với 19 quận và 5 huyện, dân số gần 8,9 triệu người là thành phố đông dân nhất Việt Nam. Vào giờ cao điểm buổi sáng (6g30-7g30) có khoảng 2,5 triệu chuyến đi với khoảng 3,25 triệu người tham gia giao thông. Vào giờ cao điểm buổi chiều (16g30-17g30) lên đến 3,4 triệu xe [1]. Trong số các giải pháp giảm ùn tắc giao thông thành phố là đẩy mạnh phát triển giao thông công cộng thông qua nâng cao chất lượng hoạt động xe buýt và tuyến Metro đi vào hoạt động các vấn đề giao thông, môi trường... được giải quyết được một phần. Thành phố từng bước nâng cao chất lượng phục vụ hành khách công cộng thì việc cung cấp thông tin đa dạng, đa chiều nhưng không quá ồn ào bởi tiếng ồn vừa giải trí, câu chuyện, hoài niệm về ký ức, âm thực, kiến thức học đường, kỹ năng sống...cung cấp nhiều thông tin giá trị, nâng cao chất lượng cho công chúng chuyên biệt trên hệ thống giao thông công cộng.

Khi dịch vụ công cộng đáp ứng tốt, sẽ thu hút được người dân, du khách tham gia, sẽ góp phần cùng thành phố giải quyết vấn đề về ùn tắc giao thông, ô nhiễm môi trường không khí, quảng bá văn hóa...

Xuất phát từ nhận định đó, nghiên cứu này tập trung làm rõ tiềm năng của podcast như một phương thức truyền thông mới trong quảng bá văn hóa – du lịch TP.HCM, đồng thời đề xuất hướng ứng dụng thực tiễn thông qua việc tích hợp nội dung podcast vào hệ thống giao thông công cộng như một nền tảng truyền thông sáng tạo, dễ tiếp cận và phát triển bền vững.

Lịch sử nghiên cứu vấn đề

Podcast được nhà báo BenHammersley - BBC sáng tạo trên nền tảng máy nghe nhạc của Apple vào năm 2004. Các tập tin được phân phối ở dạng âm thanh có chủ ý hoặc nhà sản xuất có thể kèm theo các định dạng khác như PDF hoặc EPUB để cung cấp thông tin một cách đầy đủ nhất. Các video được chia sẻ theo mô hình video podcast hay vodcast. Từ xuất phát là tệp âm thanh, podcast kế thừa thể loại phát thanh trên nền tảng số. Như Hendy lý giải: các chương trình riêng lẻ khám phá những thay đổi về cấu trúc của ngành công nghiệp phát thanh, cách thức sản xuất chương trình, hành động lắng nghe và xây dựng khán giả ... mà Marshall McLuhan cho rằng phát thanh là một trong những phương tiện truyền thông "hot" nhất của thế giới.[2].

Theo Junior Tidal (2021), Podcast là một tập tin âm thanh kỹ thuật số được xuất bản trên Internet và được người nghe tải xuống hoặc đăng ký nghe trực tuyến. Khi trải nghiệm, công chúng có thể truy cập nó dưới dạng video, còn được gọi là "vodcast" hoặc "video cast" [12]. Podcast cũng được hiểu một series các tập tin âm thanh kỹ thuật số hoặc video số được sản xuất trên nền tảng số Spotify, Apple Podcasts, Google ... có thể trực tiếp hoặc gián tiếp mà người dùng tải về nghe với mục đích tiềm kiếm thông tin như một loại hình giải trí, văn hóa vùng miền, học tập, truyền cảm hứng, cung cấp kiến thức, thông tin, chia sẻ kết nối, góc nhìn cá nhân, kinh nghiệm, âm thực....Podcast đa dạng về nội dung chủ đề thường thiên những giá trị về văn hóa và con người.

Dữ liệu từ Statista cho biết năm 2023, số lượng người nghe podcast trên toàn thế giới đạt 464,7 triệu người dùng internet và dự báo năm 2024 sẽ đạt 504,9 triệu vào năm 2024, tương đương khoảng 23,5% số người dùng internet. Về thói quen khi nghe podcast cũng được đưa ra trong di chuyển với 64%, 49%, 37% người nghe cũng được chọn điều chỉnh khi ở trong xe hơi hoặc xe tải, đi bộ xung quanh và đi lại [14].

Năm	Số lượng người nghe Podcast	Tỷ lệ phần trăm tăng (%)
2023	506,9 triệu	Không có
2024	546,7 triệu	7,85%
2025	584,1 triệu	6,84%
2026	619,2 triệu	6,01%
2027	651,7 triệu	5,25%

Bảng 1: Số lượng người nghe Podcast toàn cầu giai đoạn 2023–2027 (Nguồn: eMarketer)

Về lĩnh vực Podcast liên quan đến xe buýt, văn hóa tác giả tìm kiếm được khá nhiều tài liệu thứ cấp. Các tài liệu này cho thấy Podcast là xu hướng đang được công chúng quan tâm. Vì vậy, không ít người đã kết hợp hai loại hình này để cho ra đời những kênh Podcast khá phù hợp với thói quen và nhu cầu của công chúng.

Đối với thông tin liên quan đến “xu hướng người dân đi xe buýt” chúng tôi tìm kiếm được đến hơn 5 triệu kết quả. Đáng mừng, thời gian gần đây, một số nghiên cứu thông tin về chất lượng dịch vụ xe buýt được cải thiện và người dân ngày càng sử dụng xe buýt nhiều hơn.

Cụ thể, thông qua nền tảng Google Web Search với từ khóa “Podcast trên xe buýt”, chúng tôi tìm kiếm được hơn 450.000 kết quả liên quan. Trong đó chỉ có hai kênh là xây dựng bằng nền tảng Podcast, và chúng tôi đều thấy những yếu tố thu hút trong việc kết nối Podcast và xe buýt. Cụ thể, chương trình “Trạm chờ xe buýt chiều thứ 6” của Trường THPT Đà Nẵng [3]. Đây là một kênh Podcast được xây dựng hướng tới đối tượng là các phụ huynh, học sinh cũng như những người đi làm. Trong những phút chờ xe buýt, có thể tận hưởng những phút giây thư giãn tiếp nhận thông điệp ý nghĩa từ Podcast này. Với hệ sinh thái thông tin trên xe buýt và lượng người dùng Podcast trên thế giới nói chung, ở Việt Nam nói riêng chúng tôi hướng tới nghiên cứu ứng dụng như một kênh truyền thông hữu hiệu, chất lượng và phù hợp với mọi đối tượng khi sử dụng xe buýt.

VOV Giao thông đã công bố có 84% người sử hữu ô tô sử dụng radio với lượng rating cao nhất tại Tp. Hồ Chí Minh và Hà Nội. Vì thế podcast cũng là khai thác đầy tiềm năng trên hệ thống xe buýt tại Tp. Hồ Chí Minh.

2. Giải quyết vấn đề

2.1. Mục tiêu

Vai trò của podcast trong truyền thông hiện đại và tính khả thi khi triển khai trên hệ thống xe buýt tại TP.HCM.

Tìm hiểu tiềm năng của podcast trong quảng bá văn hóa – lịch sử – ẩm thực – địa điểm du lịch TP. HCM

Đề xuất Hợp tác giữa Sở Du lịch, Sở GTVT và các đơn vị truyền thông sáng tạo nhằm quảng bá du lịch TP.HCM một cách mới mẻ, thú vị.

2.2. Podcast trong truyền thông đô thị và quảng bá du lịch

Từ "Podcast" là sự kết hợp giữa hai từ “iPod” và “broadcasting” (phát sóng), được hiểu là việc sử dụng các tệp âm thanh kỹ thuật số được phát sóng trên Internet, cho phép người dùng tải xuống thiết bị cá nhân để nghe. Podcast nhanh chóng phát triển và trở thành một hình

thức truyền thông được giới trẻ – công chúng tiêu biểu của kỷ nguyên số – ưa chuộng.[4]

Podcast phát triển vào thị trường Việt Nam và phát triển mạnh từ năm 2019. Do tính linh hoạt về thời lượng, chủ đề, hình thức trình bày và nền tảng phân phối (Spotify, YouTube, Apple Podcasts...), podcast đã trở thành công cụ truyền thông hiệu quả.

“Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ xe buýt tại Tp Hồ Chí Minh” nhóm tác giả đã tập trung nghiên cứu vào hai vấn đề chính là an toàn dịch vụ và tin cậy dịch vụ. Đã chỉ ra sự an toàn khi tham gia hệ thống xe buýt giảm ùn tắc, tiện lợi và có thời gian thư giãn. Tin cậy vào các tuyến xe đúng giờ, giá thành...tuy nhiên đề xuất các giải pháp mô hình thực hiện tiếp tục đổi mới nâng cao chất lượng dịch vụ phục vụ người dân thành phố [6]

MxLuhan trong phát triển du lịch, cần xem xét ở góc độ đề cao vai trò của các phương tiện truyền thông. Đặc biệt đối với các phương tiện truyền thông mới được sử dụng để truyền tải thông điệp và các điểm đến trong du lịch sẽ đem lại những trải nghiệm mới mẻ cho du khách.[7]

2.3. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu

Phạm vi: Hệ thống giao thông công cộng (đặc biệt là xe buýt) tại TP.HCM.

2.4. Phương pháp nghiên cứu

Đối tượng: Du khách trong và ngoài nước, người dân địa phương, cơ quan quản lý du lịch và giao thông.

Phương pháp tổng quan tài liệu (review of the literature): Nhóm nghiên cứu từ các nguồn tài liệu: website chính thống của các cơ quan báo chí, báo mạng điện tử, blog cá nhân trong nước và một số bài viết từ nhà báo quốc tế, sách điện tử (ebook), cùng với các đề tài nghiên cứu có liên quan đã được công bố. Từ các nguồn tư liệu thu nhận được, nhóm nghiên cứu tiến hành đánh giá, nhận định xu hướng và thực tiễn ứng dụng, làm cơ sở khoa học và thực tiễn đề xuất mô hình truyền thông podcast quảng bá về văn hóa, du lịch phù hợp với bối cảnh của Thành phố Hồ Chí Minh.

Phương pháp khảo sát:

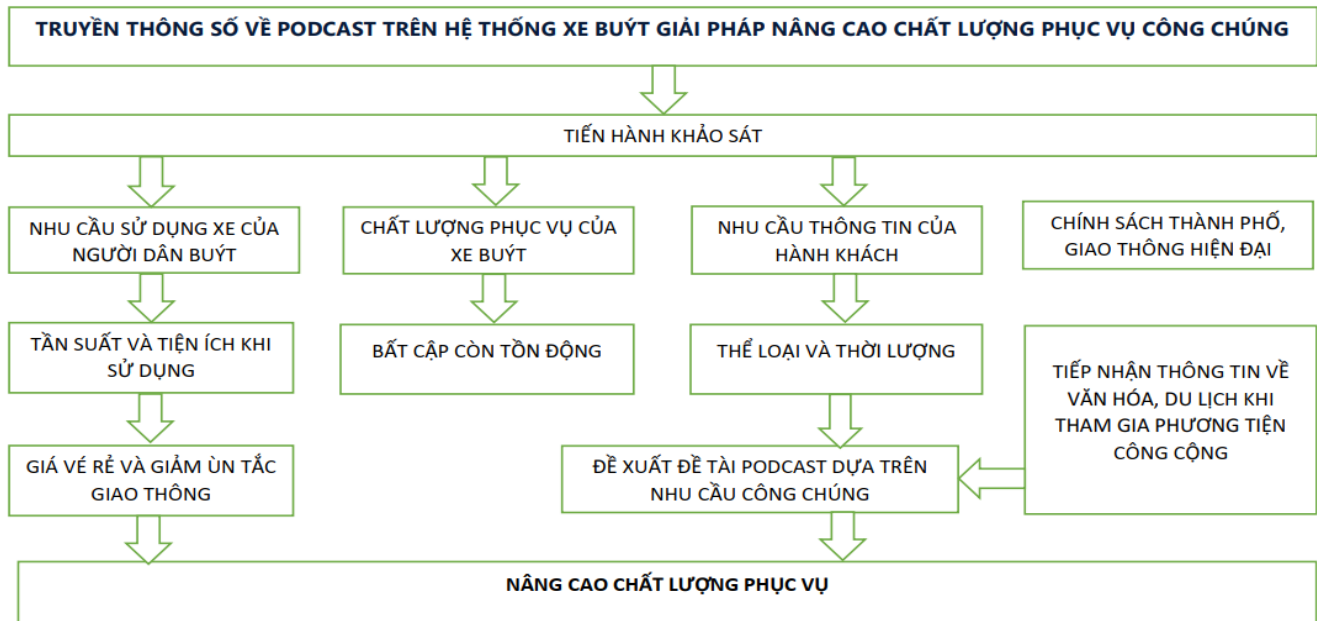
Khảo sát qua link: đề tài khảo sát nhanh 169 với thời gian khảo sát 15 ngày. Nội dung khảo sát hướng tới nhu cầu sử dụng giao thông công cộng xe buýt; nhu cầu cung cấp thông tin, chất lượng phục vụ trên xe buýt; sự phát triển của podcast có hay không mong muốn thụ hưởng một chương trình truyền thông bằng Podcast trên xe buýt. Phương pháp thảo luận nhóm: (focus Group Discussions): 300 sinh viên tham gia các học phần Sản

xuất chương trình truyền hình, Kỹ năng viết cho truyền thông, Sản xuất podcast của ba trường trường Văn hóa (69 sinh viên vào tháng 9/2024), Đại học Văn Lang (104 sinh viên vào tháng 11/2024), Nguyễn Tất Thành (127 sinh viên vào tháng 6/2025). Chọn sinh viên ba trường đại học ở ba địa điểm khác nhau nhằm xác định góc tiếp cận, phát triển ý tưởng và khả năng triển khai sản xuất nội dung. Nội dung thảo luận về thói quen sử dụng xe buýt, đề xuất đưa kênh podcast trên hệ thống xe buýt, thời lượng sản xuất là bao lâu cho các tập podcast, khả năng học tập và tham gia sản xuất của sinh viên.

Phương pháp phỏng vấn:

Phỏng vấn sâu (in-depth interview): Phỏng vấn sâu 04 nhân viên xe buýt và tài xế về tần suất tuyến hoạt động và các chất lượng phục vụ khác.

Phỏng vấn sâu 04 chuyên gia trong lĩnh vực báo chí và truyền thông chuyên về giao thông đô thị và văn hóa vùng miền về những chất lượng phục vụ giao thông công cộng, những thông tin cần cung cấp đối tượng công chúng, xu hướng thay đổi xuất sản phẩm truyền thông mới từ podcast.



Nhóm nghiên cứu đề xuất Sơ đồ hướng nghiên cứu của đề tài “truyền thông số về podcast trên hệ thống xe buýt giải pháp nâng cao chất lượng phục vụ công chúng

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Kết quả

Xu hướng và dự đoán về báo chí, truyền thông và công nghệ năm 2025 nhiều công ty có kế hoạch hợp nhất bài viết, âm thanh và podcast theo xu hướng phát triển thương hiệu, công ty, doanh nghiệp mục đích quảng bá để thu hút độc giả. VOV - Chương trình thời sự đạt trên 356.000 lượt nghe (trung bình 370 lượt/chương trình), VOV - Kinh tế tài chính, 240.000 lượt (270 lượt/chương trình). Waves cho biết có hơn 30 chương trình tự sản xuất, hợp tác với hơn 100 nhà sáng tạo nội dung. [9]

Về quảng bá Văn hóa và du khách Thành Phố Hồ Chí Minh qua podcast đã cho hơn 15,2 triệu kết quả. Podcast Báo Sài Gòn Giải phóng ngoài các mục tin tức còn có các

Mô hình nghiên cứu nhóm tác giả đề xuất chuyên mục về xã hội “podcast Sài Gòn thành phố Hồ Chí Minh quê ta ơi” hay mục Câu chuyện cuộc sống Thông tin liên quan đến podcast văn hóa âm thực Sài Gòn “VTV9 Kính đa chiều” đã có nhiều series podcast về văn hóa, ẩm thực, văn học, viết chữ, tính người ... là các chuyên gia, người nổi tiếng trong lĩnh vực nói về văn hóa ẩm thực được công chúng đón nhận và comment với những ngôn yêu thích, trân trọng về ký ức, văn hóa một thời khó phai... Podcast Have a ship của Vietcetera một trong những kênh podcast uy tín nhiều tập podcast chủ đề quảng bá văn hóa khá thú vị...

Các cơ quan báo chí như Báo tuổi trẻ thành lập trung tâm nội dung số; chuyên sản xuất hàng ngày các sản phẩm nghe - nhìn ở hai nền tảng web, youtube. Cách làm đa dạng vừa tận dụng nhân lực sẵn có, công nghệ AI, đầu tư

Studio và một số trang thiết bị, trung tâm số đã bắt nhịp tốt đối với nhu cầu công chúng những giá trị thông tin đáng tin cậy của một cơ quan báo chí trên nền tảng nhà báo N.T.U-P03 cho biết.

Nhà báo Đ.A.T-P04 đối với mỗi nền tảng nội dung sản xuất có theo chủ đề kết hợp với các vấn đề thời sự, các chủ đề, đề tài được khai thác có tính chiều sâu, nghe theo chuỗi, tập, những câu chuyện nhân văn, giới trẻ, cảm nhận cuộc sống. Mỗi ngày e kip sản xuất từ 8-15 sản phẩm podcast, thu hút lượng truy cập hơn 300 ngàn (mobi chiếm 80%).

Nhà báo P.C.K- P05 chia sẻ: “VOH sản xuất nội dung podcast chính thức chạy phiên bản đầu tiên trên voh.com.vn được thực hiện là ngày 10/10/2022, với mục tiêu sản xuất đáp ứng việc nghe của thính giả trên nền tảng số bằng cách tận dụng sức mạnh từ Radio mà VOH đang có và sức mạnh từ công nghệ hóa nội dung, phục vụ nhu cầu nghe của thính giả. Chọn lọc tinh túy từ Radio VOH và sản xuất nội dung mới phù hợp với nhu cầu nghe trên nền tảng số, thính giả có thể chọn nghe theo series từng chủ đề văn hóa, xã hội, ẩm thực ... theo chuyên mục yêu thích ở bất cứ nơi đâu”.

3.2. Thảo luận

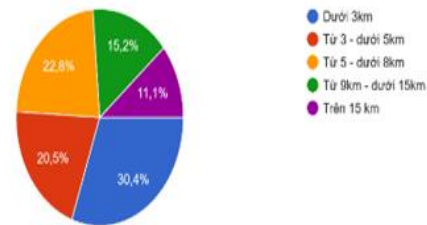
Khảo sát thực tế một số tuyến xe buýt 32 từ Lê Đức Thọ, Gò Vấp đến chợ Bến Thành, Quận 1; Tuyến Củ Chi đi xe 33 đến Bến xe an Sương, đi tiếp xe số 74 về Củ Chi; Đến Bảo Tàng Mỹ Thuật từ An Phú Đông quận 12 sẽ đi xe 33 đến bến xe An Sương, di chuyển đến xe 04 đến trạm Hàm Nghi và đi bộ lại Bảo tàng Mỹ thuật gần một giờ. Nhân viên P.C.H- P01, tuyến xe buýt 32 cho biết đã gắn bó với công việc phụ xe gần 8 năm, một ngày chạy 9 chuyến. Về chất lượng hoạt động hiện nay đã cải thiện, giá được trợ giá nên khá rẻ chỉ 6.000đ/ tuyến đối với hành khách, còn với học sinh, sinh viên tiếp tục được trợ giá thêm 50%. Về chất lượng phục vụ trên xe có máy bán vé tự động, camera quan sát, ghế ngồi... chất lượng khá tốt, riêng hệ thống điều hòa kém.

Kênh Podcast “*Sài Gòn thấy cưng*” có series về mối liên hệ giữa Podcast và xe buýt. “Đã bao lâu rồi bạn chưa đi xe buýt, hôm nay hãy để Sài Gòn Thấy Cưng chở bạn trên một chiếc xe buýt chất đầy những câu chuyện hết sức đời thường” [8]

Thử nghiệm xây dựng kịch bản hai format Bảo tàng lịch sử Thành phố Hồ Chí Minh và Cơm năm mươi mề là một trong nhiều điểm đến về văn hóa lịch sử, ẩm thực không thể thiếu của bộ đội vùng Đất cách mạng Củ Chi. Trong

mục tiêu khám phá Sài Gòn –Bảo tàng lịch sử - Địa đạo Củ Chi trên phương tiện công cộng xe buýt hành khách, du khách, hành khách cũng có thể được cung cấp thông tin, giải trí, kỹ năng sống hay những câu chuyện về việc tử tử thường ngày...

Khảo sát qua link zalo 168 người kết quả cho thấy hạ tầng xe buýt đảm bảo phục vụ tốt sẽ lựa chọn khi di chuyển. Mỗi ngày mỗi người dân thành phố di chuyển dưới 3km và ngược lại 30,4%, từ 3-5km và ngược lại chiếm 22,8%, từ 5-8km và ngược lại để đi làm và học tập chiếm 20,5%. Mất từ 1 đến dưới 2 giờ chiếm 37,4%, dưới 1 giờ chiếm 36,3% và từ 2 đến 3 giờ chiếm 17,5%. Với kết quả này khả thi để xây dựng ứng dụng sản xuất podcast trên xe buýt.



Hình 1 khảo sát bán kính đi lại và thời gian trong ngày Về kết quả khảo sát nhu cầu công chúng tiếp cận thông tin trên phương tiện công cộng, kết quả cho thấy với thời lượng di chuyển trên phương tiện công cộng.

Độ tuổi	Số lượng	Phần trăm
Thông tin thời sự	9	5,3%
Những câu chuyện vui, văn hóa, du lịch...	152	88,9%
Kiến thức về ẩm thực, vùng miền	8	4,7%
Kỹ năng sống	2	1,2%
Những câu chuyện giải trí	1	0,6%
Nhiều chủ đề về lịch sử giáo dục	3	1,8%
Âm nhạc	2	1,2%
Sách nói	1	0,6%

Bảng 3: câu hỏi khảo sát kết quả nhu cầu tiếp cận thông tin của công chúng khi tham gia phương tiện công cộng Kết quả cho thấy mảng kiến thức muốn tiếp cận của công chúng về lĩnh vực văn hóa, du lịch và một số thông tin khác khá cao...từ đó nhóm nghiên cứu đưa ra nhiều chủ

đề cho nội dung sản xuất ở nhiều đối tượng công chúng khác nhau.

Trong bối cảnh chuyển đổi số, thiết bị thông minh ngày đưa công chúng trở nên có nhiều lựa chọn hơn. Thao tác trên thiết bị di động lướt nhanh, chuyển kênh, hay bỏ qua nội dung. Sản phẩm truyền thông hiện nay cần được thiết kế ngắn gọn, súc tích, hấp dẫn, có yếu tố cảm xúc và tính chân thực, đồng thời phù hợp với nhu cầu, thói quen và trải nghiệm người dùng. Nhóm nghiên cứu cũng đưa ra nhiều chủ đề sản xuất đa dạng qua hình 2.



Hình 2 Format nhóm nghiên cứu đề xuất và thiết kế

3.3 Những thuận lợi và hạn chế

Thuận lợi:

Nghị quyết số 98/2023/QH15 ngày 24/6/2023 của Quốc hội về thí điểm một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển thành phố Hồ Chí Minh. Chương trình chuyển đổi số của thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030 phát triển đô thị thông minh, trong đó có ứng dụng công nghệ trong quản lý giao thông công cộng và quảng bá du lịch. Thành phố Hồ Chí Minh có nhiều điểm du lịch hấp dẫn như Bưu Điện thành phố, Chợ Bến Thành, Dinh Độc Lập, Đường Hoa Nguyễn Huệ... với hệ thống xe buýt hơn 2.000 chiếc và các tuyến xe buýt kết nối rộng, cũng như hướng phát triển xe buýt xanh... Đây là cơ hội để tích hợp sáng tạo ứng dụng podcast.

Theo kết quả sát sự hài lòng về chất lượng hoạt động và cung ứng dịch vụ vận tải hành khách công cộng bằng xe buýt trên địa bàn Tp.HCM năm 2023 tỷ lệ hài lòng chung đạt 85,6%, đạt tỷ lệ hài lòng cao nhất trong 5 dịch vụ công được khảo sát [1].

Chuyển đổi số quốc gia hiện nay đang diễn ra mạnh mẽ, cuộc cách mạng tinh gọn bộ máy hành chính nhà nước, cơ quan báo chí luôn đặt ra nhiều thách thức trong đổi mới sáng tạo trong hoạt động báo chí truyền thông. Truyền thông đã trở thành một xu hướng tất yếu ở thế kỷ XXI, podcast là một phương tiện truyền thông mới được dự báo của các chuyên gia phát triển mạnh.

Hạn chế:

Qua các tài liệu nghiên cứu, công trình nghiên cứu và khảo sát nghiên cứu cho thấy vẫn còn những khoảng trống nhất định về ứng dụng các phương tiện truyền thông mới trong việc liên kết với hệ thống giao thông công cộng nói chung, xe buýt nói riêng ở TP.HCM.

Ngoài ra, trước sự bùng nổ của công nghệ, truyền thông về podcast mỗi người đều có thể xây dựng kênh cá nhân riêng trên mạng xã hội, xây dựng các tệp theo sở thích cá nhân, đa dạng chủ đề... Vì vậy, người dân đang thiếu những thông tin mang tính xác thực, đặc biệt là về văn hóa, vùng đất, con người Sài Gòn với du khách. Do đó, cần có những kênh thông tin đáng tin cậy trong hoạt động podcast và có tính chuyên sâu hơn vừa mang giá trị cung cấp thông tin, vừa mang tính giải trí và nhiều mục tiêu khác của truyền thông chính sách

4. Đề xuất giải pháp

Nhóm nghiên cứu đề xuất đưa sản phẩm podcast vào hệ thống xe buýt để phục vụ nhóm công chúng này, nằm trong các giải pháp nâng cao chất hoạt động xe buýt thành phố. Những sản phẩm là những âm thanh về câu chuyện, chủ đề văn hóa, ẩm thực, hoài niệm, lịch sử về sở thích, thói quen, kỹ năng sống...nhóm nghiên cứu đã sản xuất thử nghiệm ba chủ đề về ẩm thực, mỹ thuật và võ thuật để đa dạng hóa nhóm công chúng mỗi tập được sản xuất từ 7-10 phút, 15-30 phút, 30-60 phút.

Một là "đưa format podcast vào hệ thống xe buýt", chính quyền thành phố đẩy mạnh truyền thông chính sách, tiếp nhận ý kiến phản hồi, đồng thời thúc đẩy tiến trình chuyển đổi số trong quản trị đô thị.

Hai là, theo nhận định của "Tiến sĩ P.H.C – P06", hiện nay thiếu những nhà truyền thông chuyên nghiệp có khả năng tạo ra sản phẩm mang lại giá trị xã hội. Do đó, báo chí, công ty truyền thông và cá nhân có ảnh hưởng cần chủ động nghiên cứu xu hướng, nhu cầu và hành vi công chúng, nhất là nhóm công chúng chuyên sâu.

Ba là, nghiên cứu của MIDAS (2023) chỉ ra rằng: "93% người dùng lắng nghe podcast khi ở nhà một mình, 33% khi làm việc hoặc học tập, trong khi 22% truy cập lúc đang lái xe hoặc đi du lịch... Vừa lắng nghe podcast, vừa làm những việc khác dường như là thói quen phổ biến...". Điều này mở ra cơ hội tích hợp podcast trong đào tạo và thực hành truyền thông theo triết lý "thực học" – "thực hành" tại TP.HCM.

Bốn là, format podcast vận hành nâng cao chất lượng phục vụ hành khách, và thu hút quảng cáo đem nguồn thu

đến cho doanh nghiệp. Mô hình này có thể học hỏi từ các đơn vị như NPR (Mỹ), khi doanh thu podcast vượt tài trợ phát sóng truyền thống vào năm 2020.

Năm là, Podcast một phương tiện truyền thông mới dễ ứng dụng sản xuất, format sản xuất tự do, không có khung chương trình cố định. Sinh viên ngành truyền thông ứng dụng sáng tạo các sản phẩm quảng bá văn hóa Sài Gòn, doanh nghiệp, công ty truyền thông...

Sáu là ứng dụng trí tuệ nhân tạo AI vào sản xuất podcast với những văn bản thuần túy và những thông báo, chính sách cần thiết được tải trên hệ thống xe buýt một cách thuận tiện.

Bảy là, cần "tổ chức các cuộc thi sản xuất podcast theo chủ đề phát triển thành phố, địa phương", khuyến khích sinh viên và công chúng tạo ra các sản phẩm hấp dẫn, giữ gìn và lan tỏa giá trị văn hóa – truyền thống.

5. Kết luận

Thông qua tổng quan lý thuyết về podcast, về giao thông công cộng thành phố và phát triển du lịch thành phố Hồ Chí Minh và khảo sát thực tế, nhóm nghiên cứu xác định rằng:

Thứ nhất, podcast có khả năng truyền tải nội dung văn hóa, du lịch dưới dạng kể chuyện gần gũi, dễ tiếp cận và giàu cảm xúc.

Thứ hai; phương tiện giao thông công cộng là không gian tiềm năng để triển khai các hình thức truyền thông tiện lợi, không gây cản trở hoạt động chính của người sử dụng;

Thứ ba, người dân, giới trẻ, du khách di chuyển trên đường thì podcast mà một phương tiện truyền thông được thiết kế phù hợp với nhu cầu và trải nghiệm hằng ngày.

Nhóm nghiên cứu nhận thấy: phạm vi khảo sát còn hẹp, chủ yếu tập trung vào một số tuyến xe buýt nội thành, chưa đại diện cho tất cả nhóm đối tượng sử dụng phương tiện công cộng. Nghiên cứu chưa đi sâu vào các khía cạnh kỹ thuật, công nghệ cụ thể. Có thể nghiên cứu hướng tiếp theo: Mở rộng khảo sát với phạm vi ra các xã xa thành phố; nghiên cứu về áp dụng công nghệ vào nghiên cứu đưa vận hành trên hệ thống xe buýt....

Từ kết quả nghiên cứu, có thể khẳng định rằng podcast là một công cụ truyền thông hiện đại có tiềm năng cao trong việc quảng bá hình ảnh văn hóa, du lịch Thành phố Hồ Chí Minh, nếu được ứng dụng đúng cách, tích hợp với hạ tầng giao thông công cộng, đây không chỉ là một giải pháp sáng tạo mà còn là hướng tiếp cận văn minh, góp phần xây dựng một thành phố thông minh, thân thiện và giàu bản sắc.

Lời cảm ơn: Tác giả xin chân thành cảm ơn Hội đồng trường, Ban giám hiệu, Ban biên tập Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Nguyễn Tất Thành đã hỗ trợ về kinh phí và tạo điều kiện cho tác giả có thời gian nghiên cứu và ứng dụng nghiên cứu vào giảng dạy, đồng thời đề xuất các giải pháp phát triển trong thời gian tới. Tác giả trân trọng biết ơn và tiếp tục nghiên cứu chuyên sâu có giá trị trong học thuật áp dụng vào công tác giảng và nghiên cứu khoa học của Nhà trường.

Tài liệu tham khảo

1. Đình Phú. (2024, April 24). *TP.HCM xóa nỗi ám ảnh “sợ” xe buýt: Chất lượng là danh dự*. Thanh Niên. <https://thanhnien.vn/tphcm-xoa-noi-am-anh-so-xe-buyt-chat-luong-la-danh-du-185240424170517222.htm>
2. Hendy, D. (2000). *Radio in the global age*. Polity Press.
3. Lin, Y. (2023). *Powerful podcast statistics you need to know*. Oberlo. <https://www.oberlo.com/blog/Podcast-statistics>
4. Lê Thu Hà. (2024). *News podcasts about health on Vietnamese online newspapers*. Hội thảo quốc tế Kinh tế Báo chí Truyền thông số trong bối cảnh kinh tế số 2024.
5. McHugh, S. (2022). *The power of podcasting: Telling stories through sound*. Columbia University Press.
6. Nguyễn Thanh Quân, & Nguyễn Ngọc Yến. (2022). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ xe buýt tại TP. Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học*.
7. Nguyễn Thị Thoa, & Vũ Thu Hiền. (2024). Vai trò của báo chí, truyền thông trong phát triển du lịch xanh ở Cần Giờ. In *Du lịch xanh gắn liền với phát triển bền vững trong bối cảnh toàn cầu hóa* (Hội thảo khoa học quốc gia). NXB Tài chính.
8. Podcast Sài Gòn Thấy Cung. (2021, November 17). *Trên những chuyến xe buýt Sài Gòn* [Podcast episode]. Spotify. <https://open.spotify.com/episode/6auzFSJbDSkKaX8OM0hhSs>
9. Sơn Trường. (2020). *Podcast ở thị trường Việt Nam: Một thị trường đầy hứa hẹn*. Tuổi Trẻ Cuối Tuần. <https://cuoituan.tuoitre.vn/podcast-o-viet-nam-mot-thi-truong-hua-hen-1558251.htm>



10. Thùy Dương. (2025). Những thành phố nào có hệ thống giao thông công cộng tốt nhất thế giới? (Dịch từ Bloomberg, 2022, accessed July 16, 2025). *Tạp chí Giao Thông – Bộ Xây Dựng*. <https://giaothong.tapchixaydung.vn>
11. Thu Dung. (2024, July 30). *Năm 2030, 100% xe buýt ở TP.HCM sử dụng năng lượng xanh*. Tuổi Trẻ Online. <https://tuoitre.vn/nam-2030-100-xe-buyt-o-tp-hcm-su-dung-nang-luong-xanh-20240730230933702.htm>
12. Tidal, J. (2021). *What is a podcast?* CUNY Academic Works. https://academicworks.cuny.edu/ny_pubs/871/
13. Trường Thanh. (2025, July 16). *Xu hướng phát triển của podcast trong bối cảnh chuyển đổi số báo chí*. ICT Vietnam. <https://ictvietnam.vn/xu-huong-phat-trien-cua-podcast-trong-boi-can-h-chuyen-doi-so-bao-chi-62771.html>
14. Thạch Anh. (2024). “*Vì sao ngày càng nhiều người đi làm thích 'cất xe riêng, đi xe buýt'?*”. Trên trang: <https://vtcnews.vn/vi-sao-ngay-cang-nhieu-nguoi-di-lam-thich-cat-xe-rieng-di-xe-buyt-ar867311.html>. (Truy cập ngày 08/05/2025)

The potential of podcasts in promoting the image of Ho Chi Minh City through public transportation

Lê Kim Hậu, M.A.*

Faculty of Creative Communication, Nguyen Tat Thanh University, Ho Chi Minh City, Vietnam

lkhou@ntt.edu.vn

Abstract Podcasting is an emergent form of media that has grown rapidly within the global digital communication ecosystem. With the advantage of delivering auditory information in an accessible and convenient format, podcasts are particularly appealing to users of public transportation and serve as an effective tool for tourism promotion among visitors to Ho Chi Minh City (HCMC). Based on this practical context, this study employs document analysis, secondary data synthesis, and quantitative surveys to identify the information access needs of passengers, the current state of tourism communication, and the media presence on the city's bus system. The research assesses the feasibility of podcast implementation and the demand for on-transit information access. Accordingly, the paper proposes integrating podcast channels as a strategic communication medium for conveying cultural and tourism-related content. This approach also aims to enhance the service quality of public transport in the broader context of Ho Chi Minh City's smart urban development initiatives.

Keywords Podcast, bus, Ho Chi Minh City, digital media, digital culture.