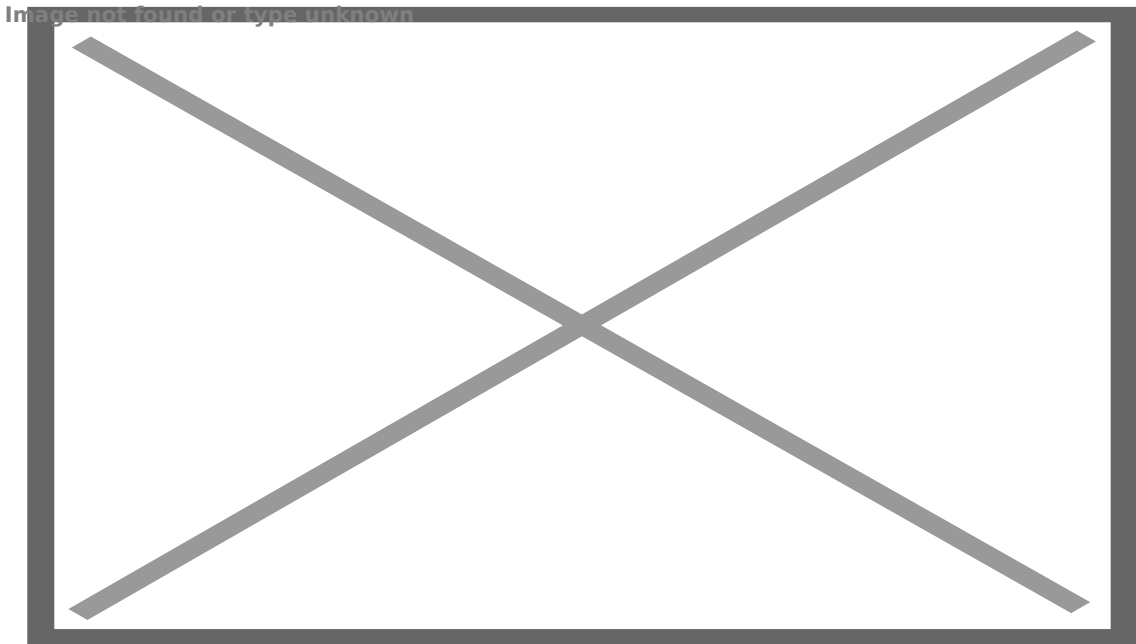


Truyền thông bất động sản trên báo điện tử hiện nay

17:38 23/02/2022

Tác giả: Admin

Thông tin bất động sản luôn thu hút sự quan tâm của đông đảo công chúng. Đây cũng là mảng thông tin được rất nhiều cơ quan báo chí quan tâm. Hiện nay, hầu hết các cơ quan báo chí, nhất là báo điện tử đều có các chuyên mục, nội dung liên quan đến bất động sản.



Báo chí truyền thông đã tích cực đưa tin về các sai phạm tại Thủ Thiêm, TPHCM

Vấn đề truyền thông về bất động sản

Tại Việt Nam, một thị trường bất động sản đúng nghĩa bắt đầu hình thành từ năm 1993, khi Quốc hội thông qua Luật Đất đai 1993 và Pháp lệnh Nhà ở. Cũng từ thời điểm đó, thông tin về thị trường [bất động sản](#) xuất hiện trên mặt báo, nhưng chủ yếu ở hình thức rao vặt hay giới thiệu doanh nghiệp bất động sản.

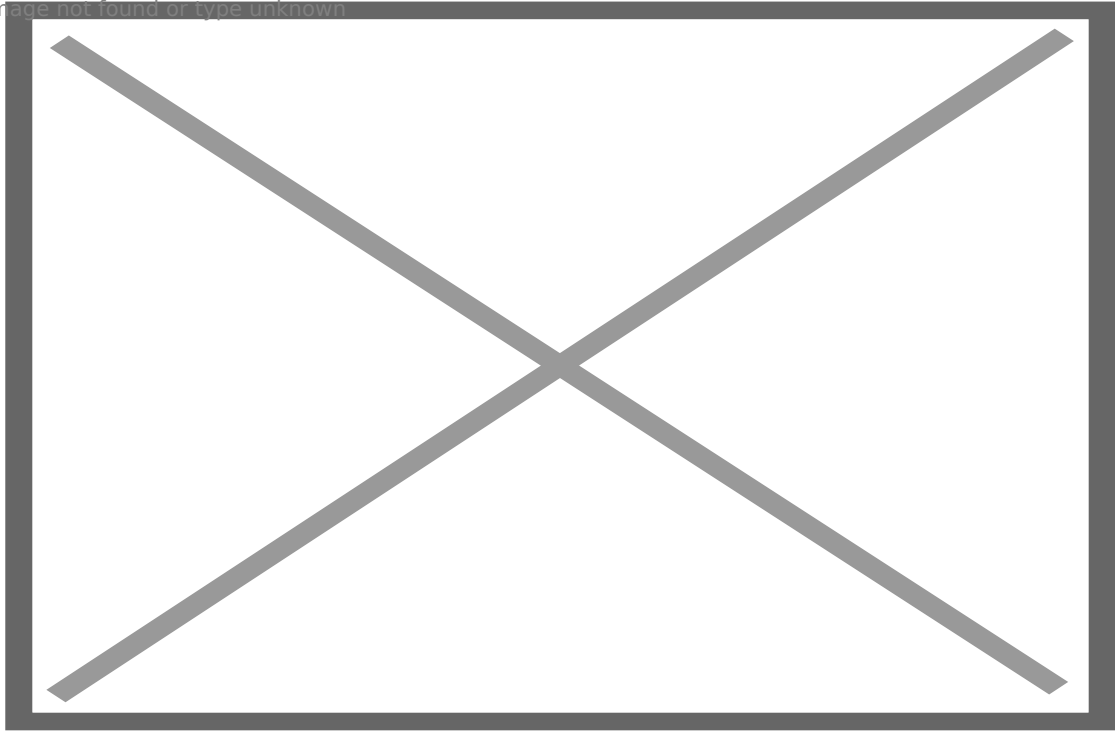
Giai đoạn 2004-2007, bất động sản bùng nổ, tuy nhiên thời điểm này phần lớn các doanh nghiệp bất động sản đều là doanh nghiệp thuộc sở hữu Nhà nước, nên thông tin về bất động sản cũng là giới thiệu doanh nghiệp và một vài thông tin về chính sách. Ngoài ra, thời điểm này chưa có nhiều báo điện tử nên thông tin bất động sản trên báo điện tử chưa được chú trọng, chủ yếu xuất hiện trên báo in.

Một yếu tố khác là đang ở thời điểm bùng nổ nên các dự án bất động sản chưa kịp thông tin đã có người giữ chỗ đặt mua. Do đó, thông tin bất động sản trên báo điện tử không nhiều. Đến năm 2008, bất động sản đóng băng, doanh nghiệp thiếu vốn triển khai các dự án nên thời điểm này xuất hiện nhiều trang tin chuyên về bất động sản như diaoconline.vn, landtoday.net, muabannhadat.net,... đăng tải nhiều thông tin về bất động sản theo đặt hàng của doanh nghiệp để vực dậy thị trường. Ngoài ra, thông tin về chính sách pháp luật, bất động sản cũng được doanh nghiệp, nhà đầu tư theo dõi sát sao để có những định hướng đầu tư.

Từ năm 2014, thị trường bất động sản “tan băng” và có xu hướng đi lên tương đối mạnh mẽ sau thời gian trầm lắng kéo dài. Lúc này, hàng loạt tờ báo điện tử đẩy mạnh thông tin mảng bất động sản, nhiều chuyên mục bất động sản ra đời để đáp ứng nhu cầu thông tin cũng như doanh thu quảng cáo, lượt xem trang, thứ hạng website. Có thể nói, thông tin bất động sản có từ giai đoạn năm 2008, kể từ đó đến hiện nay, hầu như mỗi tờ báo điện tử đều có chuyên mục bất động sản.

Với thế mạnh truyền tải thông tin nhanh, lượng thông tin nhiều, dễ tìm kiếm và lưu trữ cùng tính tương tác hiệu quả nên thông tin **bất động sản** trên báo điện tử không chỉ được phản ánh nhanh chóng còn mang tính tương tác cao.

Image not found or type unknown



*Mấy ngày qua, có hiện tượng sốt đất sân bay ở Bình Phước, chính quyền địa phương đã cảnh báo
chiêu trò của doanh nghiệp*

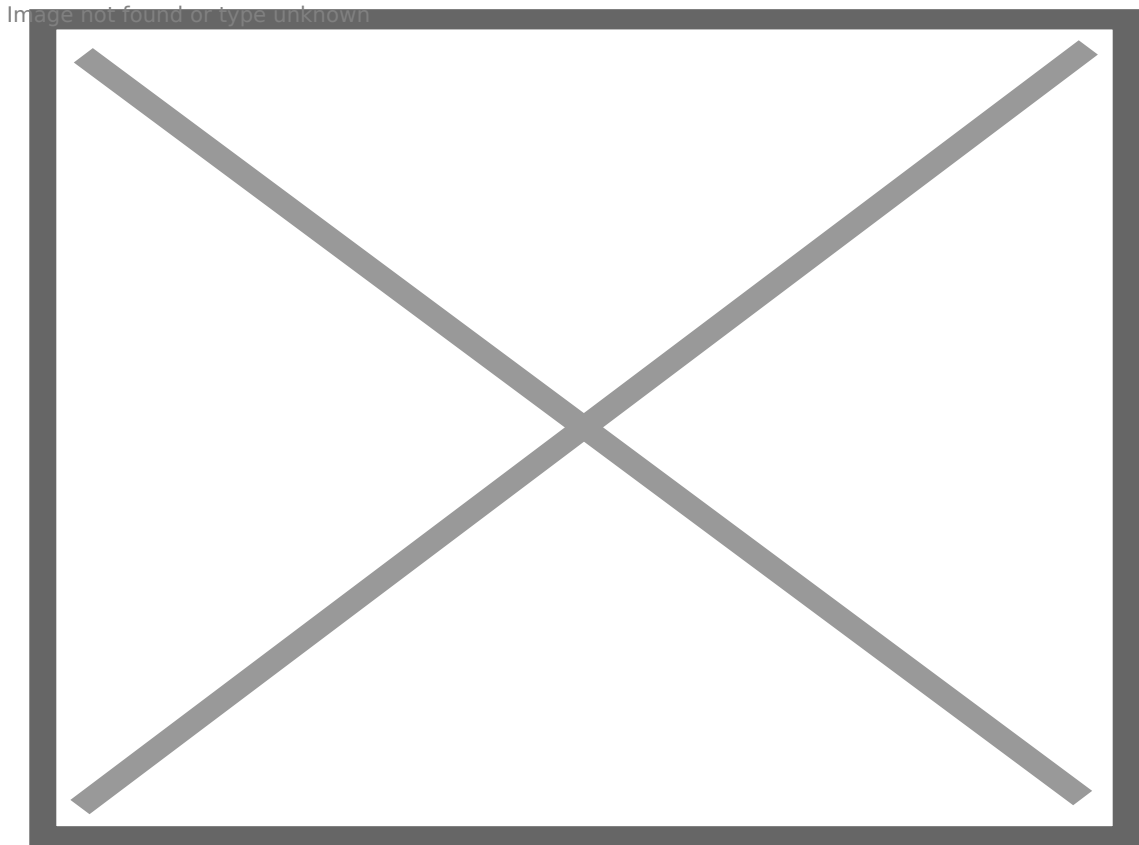
Báo điện tử truyền thông về bất động sản

Truyền thông về bất động sản trên báo chí nói chung và báo điện tử nói riêng đóng một vai trò quan trọng trong việc nâng cao nhận thức và hành vi của công chúng trong việc thực hiện các quy định của Nhà nước đối với lĩnh vực **bất động sản** cũng như thông tin về thị trường bất động sản để người dân/doanh nghiệp đầu tư đúng đắn và có hiệu quả. Những năm qua, các cơ quan truyền thông báo chí nói chung và các báo điện tử nói riêng thường xuyên tuyên truyền, cập nhật chính sách, thông tin thị trường bất động sản đến công chúng.

Qua khảo sát 600 tác phẩm trên Báo điện tử VnExpress, Báo điện tử Sài Gòn Giải Phóng và Tạp chí Bất động sản Việt Nam trong thời gian từ tháng 1/2020 đến tháng 12/2020, có thể rút ra một số nội dung sau:

Nhìn chung, các báo điện tử được chọn khảo sát đã chú trọng đến công tác truyền thông phổ biến chính sách, thông tin thị trường bất động sản, nội dung phản ánh, đăng tải thông tin tương đối phong phú và đa dạng, có nhiều bài viết truyền thông chất lượng; phóng viên đã khai thác và sử dụng nhiều thể loại báo chí... giúp độc giả có thêm nhiều thông tin, kiến thức về bất động sản; giúp các nhà quản lý, các cơ quan chức năng nắm bắt được những thông tin kịp thời, cần thiết để xử lý công việc và người dân, doanh nghiệp có thêm kiến thức thị trường để mua nhà, kiến thức

pháp lý để thực hiện theo quy định của pháp luật cũng như bảo vệ tài sản của cá nhân và doanh nghiệp.

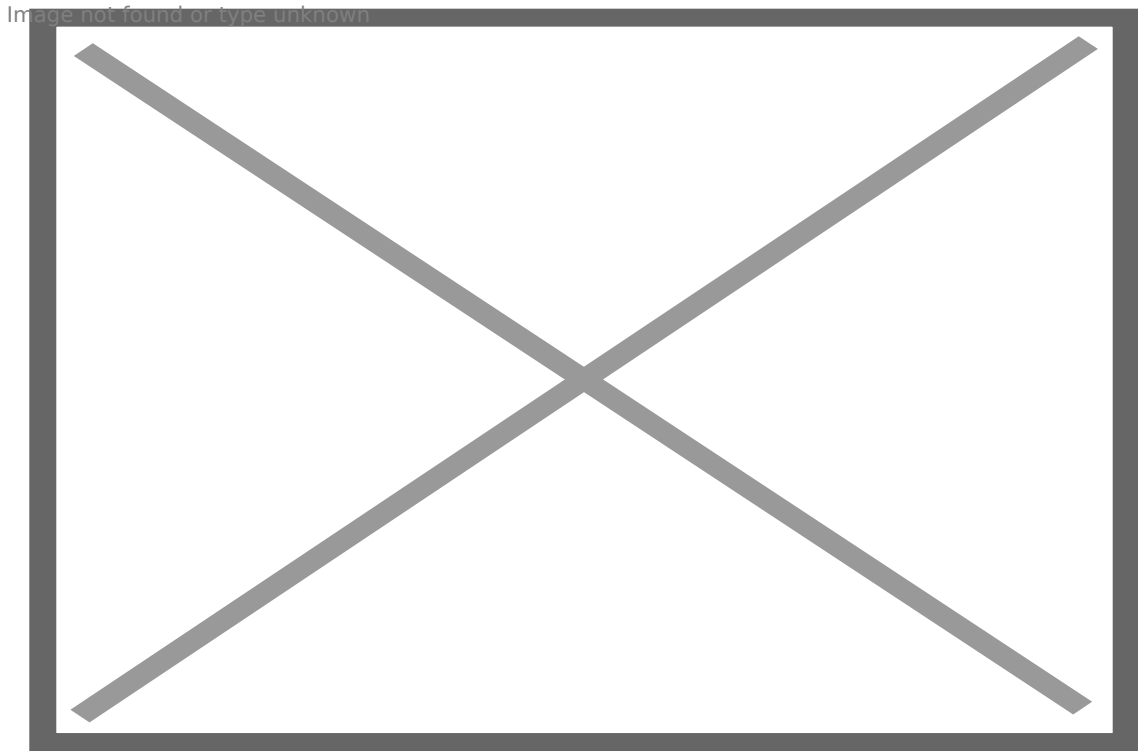


Báo chí đưa tin về tình trạng "bỏ cọc", gây lãng phí tài sản nhà nước của một số doanh nghiệp bất động sản

Qua phân tích 6 nội dung về truyền thông **bất động sản**, thông điệp về thị trường và các sai phạm, vụ án chiếm tỷ lệ cao hơn, lần lượt là 32,17% và 23,5%. Trong đó, báo chí nói chung và các báo khảo sát nói riêng góp phần quan trọng trong việc lành mạnh hóa thị trường bất động sản. Thời gian qua, trước những thông tin "thổi" giá đất trên mạng xã hội, có những bài báo rất kịp thời giúp các nhà đầu tư nhận định rõ cơ hội, đồng thời giúp người dân mua được nhà, đất với giá thật. Nhiều bài báo đã đi sâu phân tích chuyên môn và trực tiếp làm việc với các cơ quan nhà nước để đưa ra các thông tin chính thức, là nguồn thông tin đáng tin cậy giúp người dân/doanh nghiệp tiếp cận các dự án.

Đối với việc ban hành các văn bản pháp luật mới về bất động sản, các báo đã phản ánh ý kiến đóng góp của các tầng lớp nhân dân vào dự thảo luật và các văn bản quy phạm pháp luật về chính sách bất động sản, kịp thời đăng bài giới thiệu, tìm hiểu, phân tích, giải thích nội dung dự thảo các văn bản pháp luật về chính sách bất động sản.

Về các hình thức thông tin, các báo đã có sự đổi mới trong việc áp dụng nhiều thể loại để truyền thông về **bất động sản** như: tin, bài, bài phản ánh, phóng sự, phỏng vấn và thể loại mới như Emagazine/Infographic,... việc áp dụng đa dạng các hình thức thể hiện đã thu hút được độc giả thuộc nhiều lứa tuổi và trình độ.



Các tác phẩm truyền thông bất động sản trên báo điện tử chủ yếu là tin, bài phản ánh nên chưa thực sự phong phú và đa dạng hấp dẫn công chúng

Bên cạnh những thuận lợi, vẫn còn những tồn tại, hạn chế, khó khăn, thách thức đan xen trong việc truyền thông bất động sản trên báo điện tử như sau:

Thứ nhất, do hệ thống pháp luật về chính sách **bất động sản** còn thiếu đồng bộ, việc hướng dẫn thực hiện thống nhất, gây khó khăn cho các phóng viên khi thực hiện các nội dung truyền thông chính sách bất động sản trên báo chí nói chung và báo điện tử nói riêng. Cả ba báo điện tử được chọn khảo sát đều chưa xây dựng kế hoạch định kỳ truyền thông về những chuyên mục có chứa thông tin bất động sản, bởi lý do chủ quan và khách quan, bên cạnh đó, nội dung phản ánh về bất động sản thường khô khan, khó hấp dẫn và mức độ quan tâm của độc giả cũng không giống nhau.

Thứ hai, nội dung các tác phẩm báo chí truyền thông về bất động sản chưa thực sự đáp ứng được nhu cầu của công chúng. Còn ít các bài viết phân tích chuyên sâu hay các bài viết có ý kiến của chuyên gia kinh tế, pháp luật. Nội dung còn chung chung chưa thực sự nhấn mạnh vào những kiến thức cần thiết để công chúng có thể dễ dàng thay đổi nhận thức và hành vi có lợi cho bản thân, gia

đình và cộng đồng.

Ngoài ra, số lượng các tác phẩm truyền thông về bất động sản trên báo điện tử tuy nhiều, nhưng đang nghiêng về thông tin thị trường, nhất là PR-quảng cáo cho dự án/ doanh nghiệp.

Kết quả do tác giả tiến hành khảo sát định lượng ở mục bất động sản trên báo VnExpress cho thấy, với mỗi trang gồm 20 tin bài về bất động sản, có đến 2/3 tin bài là thông tin PR-quảng cáo dự án/doanh nghiệp. Mục bất động sản ở Báo Sài Gòn Giải Phóng mỗi trang gồm 30 tin, bài, có hơn 1/2 tin bài là thông tin PR dự án/doanh nghiệp. Số lượng bài PR-quảng cáo trên Tạp chí Bất động sản cũng không ít.

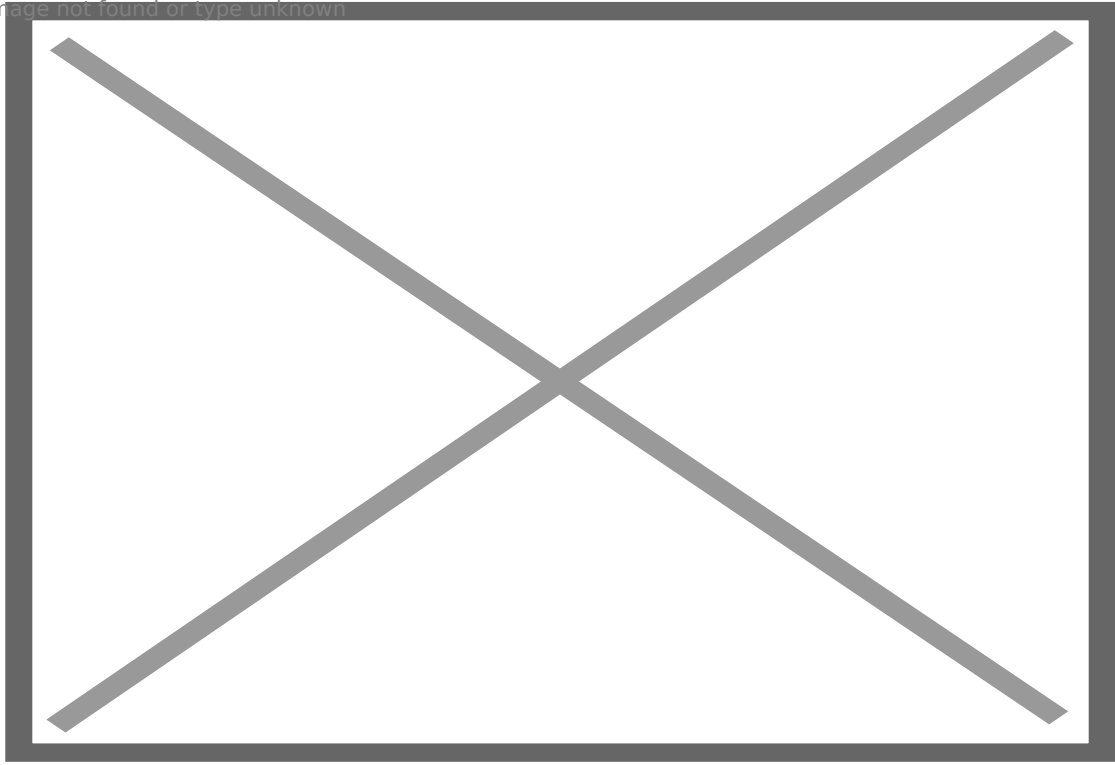
Thứ ba, hình thức các tác phẩm truyền thông bất động sản trên báo điện tử chủ yếu là tin, bài phản ánh nên chưa thực sự phong phú và đa dạng hấp dẫn công chúng. Các tin bài thuộc về chính sách bất động sản nằm rải rác ở những chuyên mục khác nhau, gây khó khăn cho việc hệ thống thông tin và tiếp cận của công chúng.

Thứ tư, chưa có sự quan tâm thỏa đáng về việc khảo sát thông tin từ độc giả để xác định những thông tin đưa ra có phù hợp với đối tượng công chúng. Chưa quan tâm nhiều đến tính tương tác với độc giả.

Thứ năm, đội ngũ biên tập viên, phóng viên viết và đưa tin về thông tin truyền thông về bất động sản còn chưa được đào tạo chuyên môn về [bất động sản](#), luật pháp, kinh tế.

Như vậy, làm thế nào để giải quyết các vấn đề đặt ra, nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả truyền thông về bất động sản trên báo điện tử là một vấn đề cần được quan tâm.

Image not found or type unknown



Truyền thông phổ biến chính sách bất động sản bằng nhiều hình thức đa dạng, phong phú để hướng tới nhiều đối tượng độc giả, bạn đọc

Đi tìm giải pháp

Công tác truyền thông về **bất động sản** trên báo chí nói chung và báo điện tử nói riêng là một trong những nhiệm vụ quan trọng. Do đó, các tổ chức chính trị - xã hội cần tích cực phối hợp với các cấp, ngành chức năng, các tổ chức chính trị, xã hội khác tuyên truyền, phổ biến các chính sách bất động sản trên các phương tiện truyền thông đại chúng trong đó có báo điện tử.

Truyền thông phổ biến chính sách bất động sản bằng nhiều hình thức đa dạng, phong phú nhằm góp phần nâng cao nhận thức chính sách bất động sản, dần dần hình thành ý thức chấp hành pháp luật của nhà nước trong đó có chính sách bất động sản.

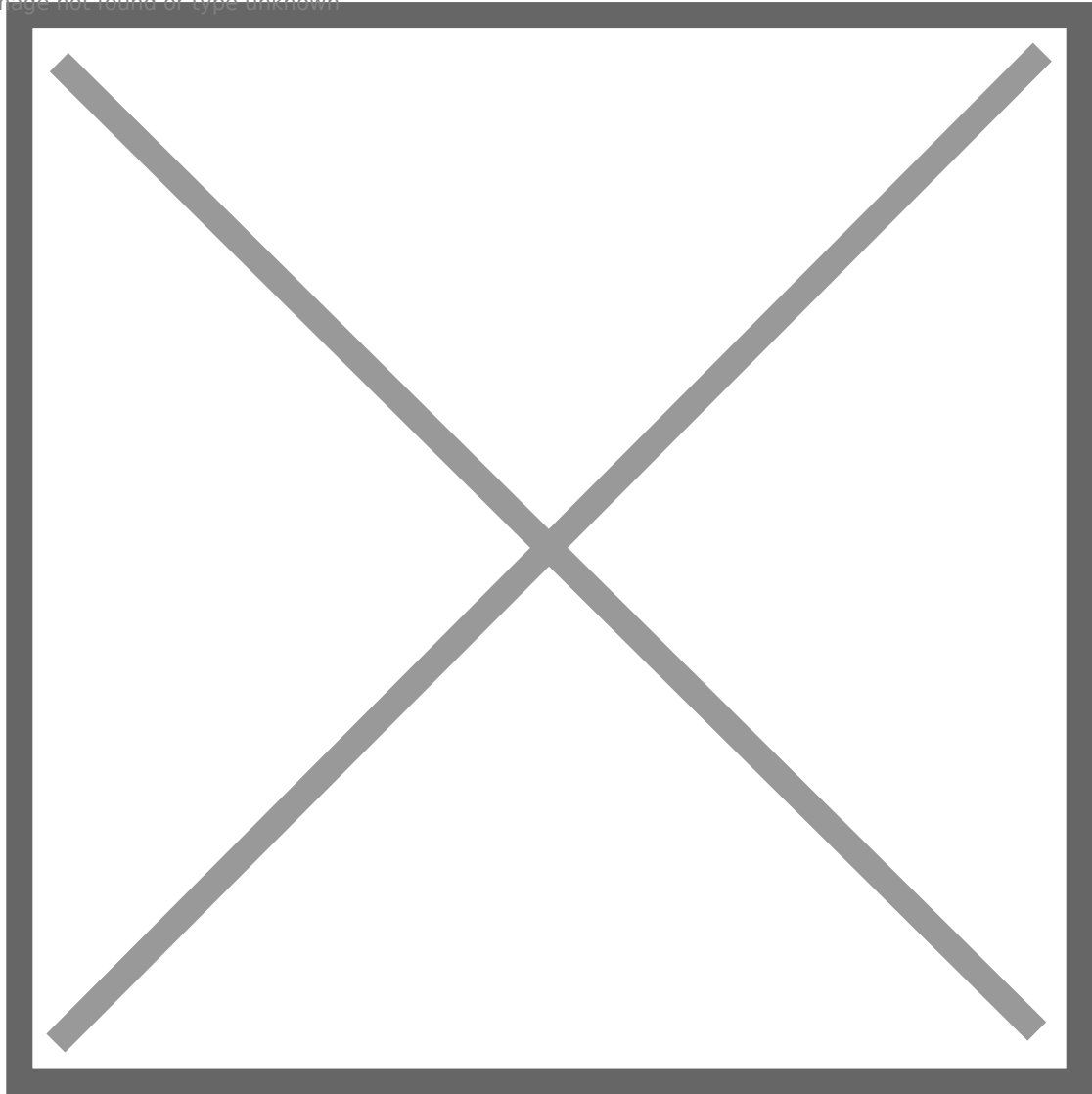
Các cơ quan báo chí cần đổi mới nội dung truyền thông chính sách bất động sản theo hướng không chỉ đáp ứng nhu cầu kiến thức về pháp luật, mà còn đáp ứng yêu cầu thực tiễn để nâng cao trình độ nhận thức cho đối tượng độc giả, giúp họ có khả năng vận dụng sáng tạo vào thực tiễn cuộc sống. Trên cơ sở nội dung thực tiễn áp dụng các chính sách bất động sản, các phóng viên cần tìm hiểu, diễn đạt, trình bày cụ thể, phù hợp với đặc điểm, điều kiện, trình độ nhận thức, tính chất công việc của từng đối tượng.

Báo chí cần phát hiện những bất cập, bất hợp lý trong các văn bản, những quy định không phù

hợp, lỗi thời, chông chéo của hệ thống pháp luật để kiến nghị với các cơ quan nhà nước có thẩm quyền xem xét sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện.

Cần tăng cường các bài viết phân tích chuyên sâu hay các bài viết phỏng vấn có ý kiến của chuyên gia kinh tế, pháp luật nhằm cung cấp cho công chúng, các doanh nghiệp những kiến thức chuyên ngành, các tài liệu, chi tiết xác thực, cụ thể về sự kiện, hiện tượng cũng như các vấn đề về chính sách, pháp luật, quản lý nhà nước giúp người dân, doanh nghiệp tiếp cận thông tin chính xác, đa chiều...

Image not found or type unknown



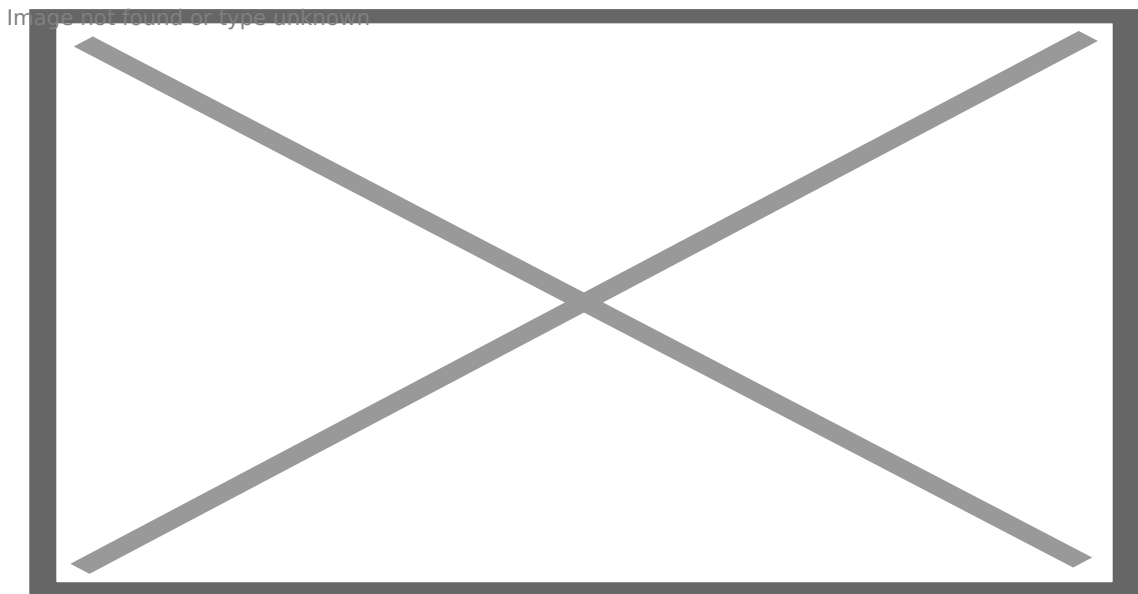
Báo chí truyền thông cần tích cực phổ biến chính sách và pháp luật bất động sản đến người dân

Các báo điện tử cần phân bổ nội dung đồng đều trong truyền thông và bất động sản. Trong đó, tăng cường các thông tin về chính sách **bất động sản** tác động đến người dân như thông tin về quy hoạch, bồi thường tái định cư và bảng giá đất. Ngược lại, các báo cần tách bạch nội dung về PR-quảng cáo về thị trường, doanh nghiệp với thông tin báo chí để không gây nhầm lẫn, hoang mang,

thiệt hại cho công chúng.

Ngoài ra, với các bài viết về sai phạm của những dự án/ doanh nghiệp cần phải có đầy đủ thông tin pháp lý. Không nên thực hiện những bài viết chỉ vì nghi ngờ, thiếu chứng cứ bởi bản thân doanh nghiệp bất động sản rất cần đến tiếng nói trung thực, khách quan của báo chí trước một tin tức, sự kiện liên quan đến chính doanh nghiệp.

Để nâng cao hiệu quả công tác truyền thông bất động sản, đầu tiên cần xây dựng chuyên mục bất động sản thành chuyên mục lớn trên các báo điện tử, bố trí ở giao diện chính của website để thu hút được sự quan tâm, tạo thuận lợi cho việc tìm kiếm thông tin của công chúng. Đồng thời xây dựng các tiểu mục truyền thông quy hoạch, bồi thường tái định cư, thị trường, doanh nghiệp... có nội dung liên quan đến bất động sản, cung cấp những kiến thức chuyên sâu về từng vấn đề của ngành bất động sản. Các chuyên mục thuộc loại này được xây dựng theo tiêu chí như đối tượng cần tuyên truyền, nội dung tuyên truyền...



Biểu đồ Infographic nguồn cung và tiêu thụ căn hộ tại TPHCM năm 2020, 2021

Về thể loại, ngoài cách thể hiện thông thường các tin, bài phản ánh, cơ quan báo điện tử cần thực hiện thêm các hình thức sau: Tăng cường các bài theo thể loại phỏng vấn, bình luận, phóng sự để phân tích sâu các nội dung liên quan, nhất là những bài viết thực thi và đề xuất các chính sách về **bất động sản** cũng như vấn đề nóng của thị trường. Tăng cường chuyên mục Hỏi đáp pháp luật, bởi đây là một trong những hình thức phổ biến, giáo dục truyền thông về chính sách bất động sản hiệu quả. Tăng cường giao lưu, tọa đàm đối thoại giữa độc giả và các chuyên gia trong lĩnh vực bất động sản về những vấn đề nảy sinh trong quá trình thực thi chính sách bất động sản được đồng

đảo bạn đọc quan tâm.

Đặc biệt sử dụng ưu thế của báo điện là hình thức truyền thông đa phương tiện vào các bài viết. Để làm được điều này, phóng viên sẽ tác nghiệp “3 trong 1”, vừa viết, chụp ảnh và quay video. Đối với sự kiện nóng, thông tin này cần được cập nhật liên tục. Từ những nguồn thông tin này, tùy vào sự kiện mà ban biên tập có chỉ đạo trực tiếp phóng viên sáng tạo đa dạng các thể loại báo chí, chú ý tính tương tác và tính đa phương tiện...

Tăng tương tác với công chúng, đây là một trong những khâu quan trọng quyết định sự thành công của tác phẩm báo chí. Trong các giải pháp nâng cao chất lượng thông tin của báo chí nói chung và chất lượng truyền thông **bất động sản** nói riêng, việc xây dựng đội ngũ nhân lực làm báo có vai trò quan trọng. Bởi họ chính là những người tạo ra sản phẩm báo chí chất lượng. Bản thân phóng viên cần trau dồi kiến thức, thường xuyên rèn luyện, nghiên cứu chuyên sâu lĩnh vực mình phụ trách để nâng cao năng lực chuyên môn và đạo đức người làm báo./.

NGUYỄN ĐĂNG THY

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/truyen-thong-bat-dong-san-tren-bao-dien-tu-hien-nay>