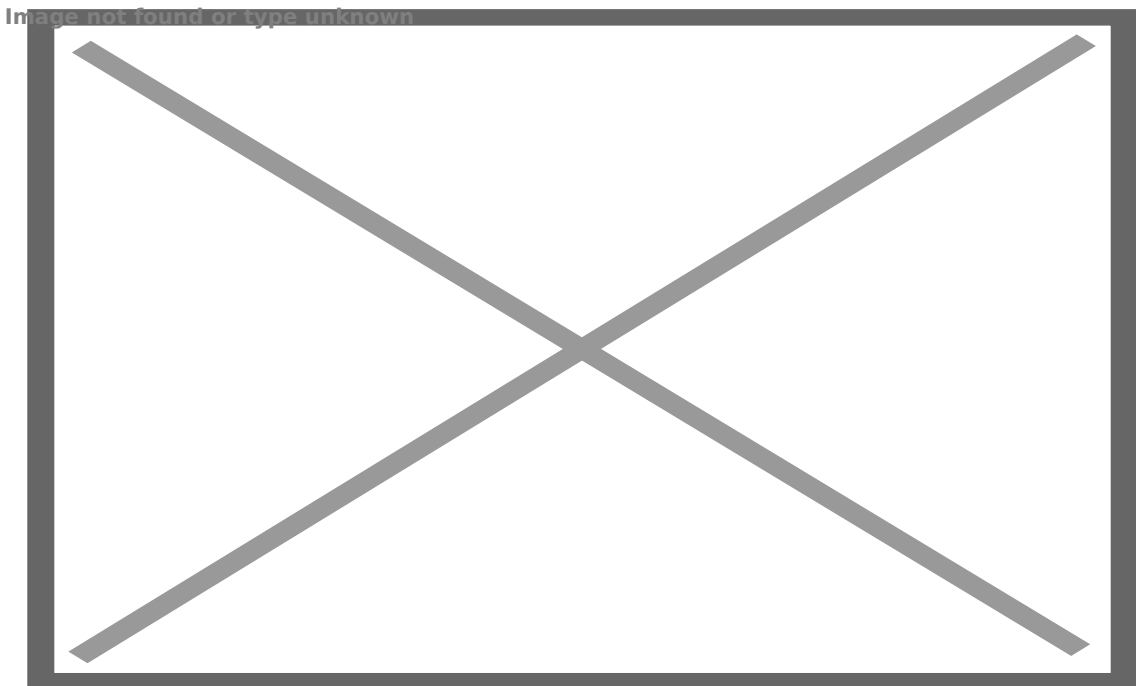


E-magazine và triển vọng tăng nguồn thu cho báo mạng điện tử ở Việt Nam

17:30 26/10/2021

Tác giả: Admin

Thể loại E-magazine trên Báo mạng điện tử (BMĐT) là kiểu bài báo đa phương tiện (multimedia) có thể bao gồm cả chữ viết, ảnh tĩnh, ảnh động, video, file âm thanh, Infographic được thiết kế theo phương thức hoàn toàn mới.



E-magazine và triển vọng tăng nguồn thu cho báo mạng điện tử ở Việt Nam

Điểm đặc biệt của thể loại báo chí này là phần text (chính văn) có thể dài vài ngàn từ, với thông tin mang tính tổng hợp, pha trộn giữa bút pháp tường thuật, bình luận và phân tích chuyên sâu nhưng lại được trình bày theo phong cách tạp chí được thiết kế cầu kì và sang trọng với hình ảnh, ngôn ngữ được trình bày phá cách, tạo ấn tượng mạnh.

Triển vọng tăng nguồn thu cho BMĐT

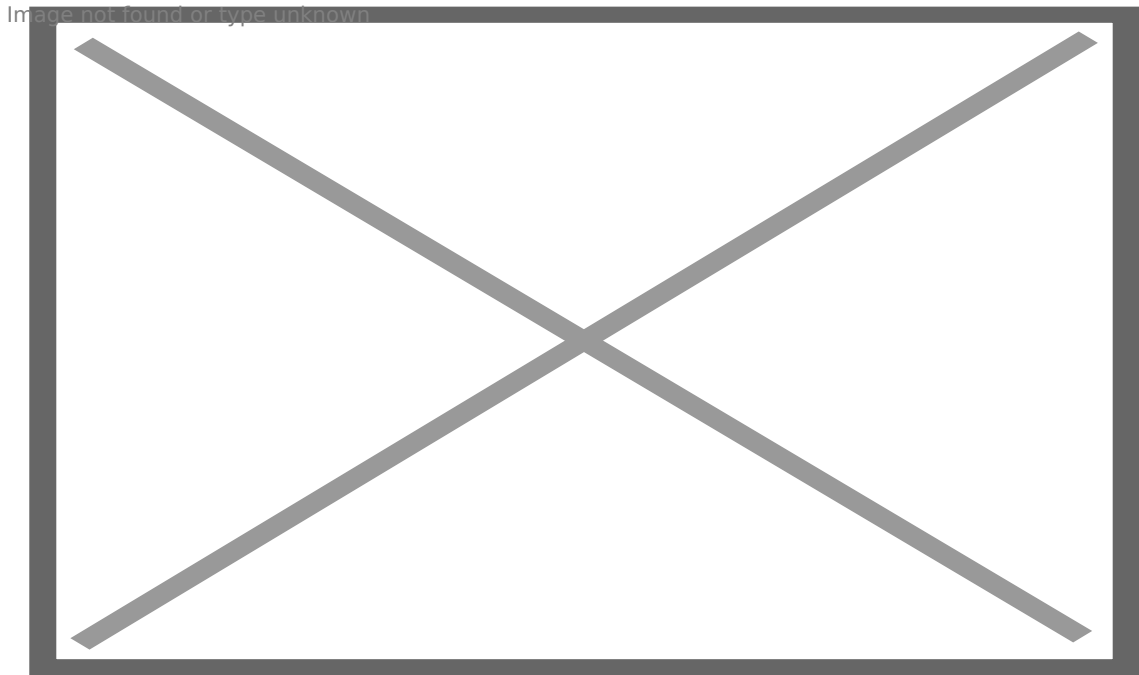
Theo kết quả khảo sát 200 độc giả, có tới 168 người được hỏi đều trả lời họ đọc báo mạng điện tử thường xuyên (chiếm 84%), chỉ có 32 người (chiếm 16%) ít khi đọc BMĐT. Tại Việt Nam các BMĐT được công chúng báo chí thường xuyên sử dụng là Vnexpress.net (122 lượt chọn), Dantri.vn (89 lượt chọn), Vietnamnet.vn (101 lượt chọn), Laodong.vn (87%), Thanhnien.vn (117 lượt chọn), Tienphong.vn (57 lượt chọn), Zingnews.vn (87 lượt chọn).

Số liệu này cho thấy, công chúng báo chí đã có sự lựa chọn thiên về các BMĐT lớn, uy tín và có bề dày phát triển tại Việt Nam. Thực tế đây cũng chính là những tờ BMĐT có sự ứng dụng yếu tố đa phương tiện triệt để hơn và đều có các bài viết được thiết kế dưới dạng thể loại E-magazine.

Kết quả khảo sát trên ba BMĐT tại Việt Nam trong thời gian từ ngày 01/01/2019 đến ngày 30/6/2020 cho thấy các cơ quan BMĐT đã thực sự coi thể loại E-magazine là một hướng đi đúng đắn trong việc dành lại thị phần và tăng nguồn thu cho họ trong bối cảnh hiện nay. Điều này được minh chứng bằng số lượng tác phẩm và tần suất xuất hiện trên mỗi trang BMĐT.

Thể loại E-magazine chính thức được sử dụng trên BMĐT Thanhnien.vn từ ngày 20/3/2017 với tác phẩm “Mua nhà rẻ nhất TP Hồ Chí Minh, U30 có sẵn rồi”. Tính đến nay, thể loại này đã được sử dụng gần 4 năm với một số lượng bài được thiết kế rất lớn. Chỉ tính riêng trong khoảng thời gian khảo sát (18 tháng) đã có khoảng 222 tác phẩm đã minh chứng cho điều đó. Trong số đó, năm 2019 có 173 tác phẩm (trung bình hơn 2 ngày có một tác phẩm, sáu tháng đầu năm 2020 có 49 tác phẩm (trung bình gần 4 ngày có một tác phẩm).

Đặc biệt có những ngày cơ quan báo chí này đã xuất bản 6 tác phẩm (ngày 5/2/2019 và 8/3/2019). Tương ứng điều này trên báo Laodong.vn là 66 tác phẩm và tần suất xuất hiện cũng tương đối cách xa nhau (8,18 ngày mới có 1 tác phẩm). Trên Vietnamnet.vn tần suất xuất hiện dày hơn hai báo trên (hơn 2 ngày/1 tác phẩm) với tổng số lượng tác phẩm là 248 bài.



Trang Infographic của báo VnExpress

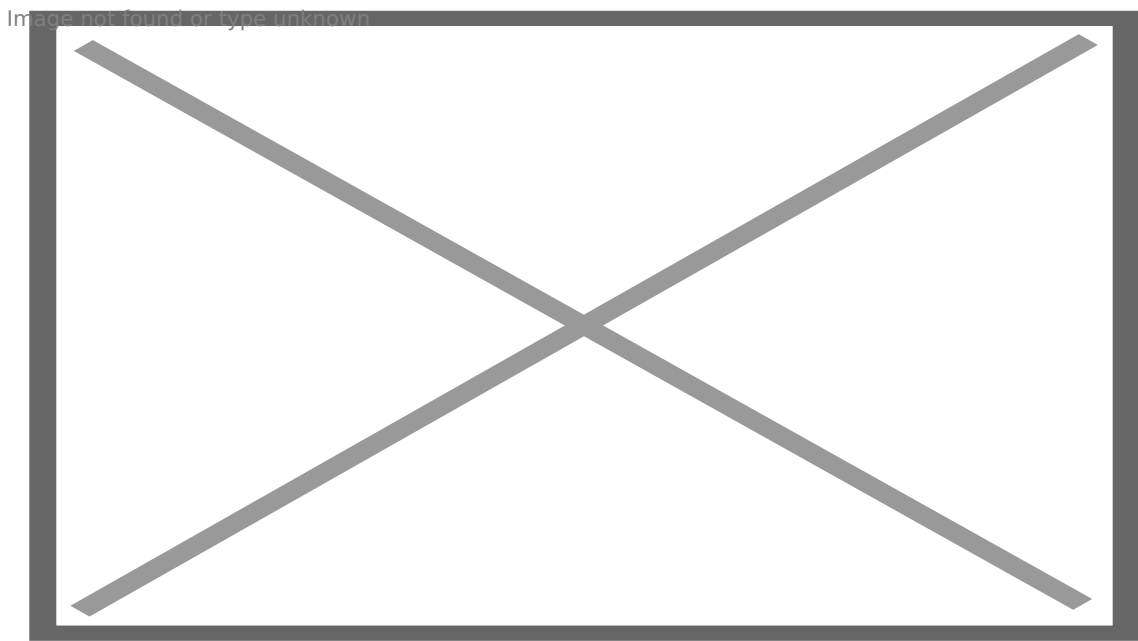
Với tốc độ phát triển và đặc biệt là sự quan tâm của công chúng ngày càng nhiều là cơ sở để các cơ quan BMĐT điều chỉnh báo giá nhằm tăng nguồn thu cho đơn vị mình. Để có một bài PR dạng E-magazine đăng tải trên BMĐT, khách hàng phải trả một nguồn kinh phí không hề nhỏ và ngày càng tăng.

Cụ thể, trên Vietnamnet.vn trong năm 2019, ngoài chi phí thiết kế cho một bài E-magazine từ 13 đến 15 triệu, cộng với vị trí đăng tải. Nếu vị trí tốt, chi phí sẽ rơi vào hàng chục triệu, thậm chí năm 2021 nếu thiết kế và đăng tải ở khu vực mới, nóng (vị trí mới nóng & đồng thời xuất bản tại vị trí Top 1 chuyên mục trong thời gian 2 giờ) chi phí lên đến gần một trăm triệu đồng (khoảng 90 triệu đồng).

Trên báo Thanhnien.vn có giá thấp hơn rất nhiều, nhưng cũng có sự biến động tăng như Vietnamnet.vn khi năm 2019 là 21 triệu đồng, năm 2020 là 27 triệu đồng và năm 2021 là 39 triệu đồng. Trong số các báo khảo sát, Laodong.vn là không có biến động nhưng con số cũng không hề nhỏ (35 triệu đồng). So sánh bảng giá của bài PR thuộc thể loại E-magazine với bài PR thông thường để thấy sự đóng góp của thể loại báo chí mới này trong việc tăng thu nhập cho từng cơ quan báo chí điện tử trong bối cảnh hiện nay.

Rõ ràng, dù ra đời muộn nhưng thể loại báo chí mới này đã ngay lập tức thể hiện được sức sống của mình khi được các cơ quan BMĐT quan tâm, đầu tư và tạo điều kiện ở mức tốt nhất. Và ở chiều ngược lại, E-magazine cũng giúp các BMĐT cải thiện nguồn thu đáng kể.

Hơn nữa, dù muốn hay không với chi phí sản xuất thiết kế và đăng tải ngày càng tăng, đồng thời tần suất xuất hiện ngày càng dày đã chứng tỏ thể loại E-magazine đã trở thành một xu thế tất yếu trong cuộc chiến giành độc giả với các loại hình báo chí khác đặc biệt là với mạng xã hội. Nhưng điều quan trọng là nó đã góp phần tạo công ăn việc làm và tăng thu nhập cho đội ngũ những người làm báo. Và đây chính là triển vọng tươi sáng, là giải pháp hữu hiệu để tạo nguồn thu và tăng nguồn thu cho các cơ quan báo chí nói chung và BMĐT nói riêng.



E-magazine tác phẩm "Covid-19, cuộc chiến chưa có tiền lệ" của báo Vietnamnet

Một số vấn đề đặt ra

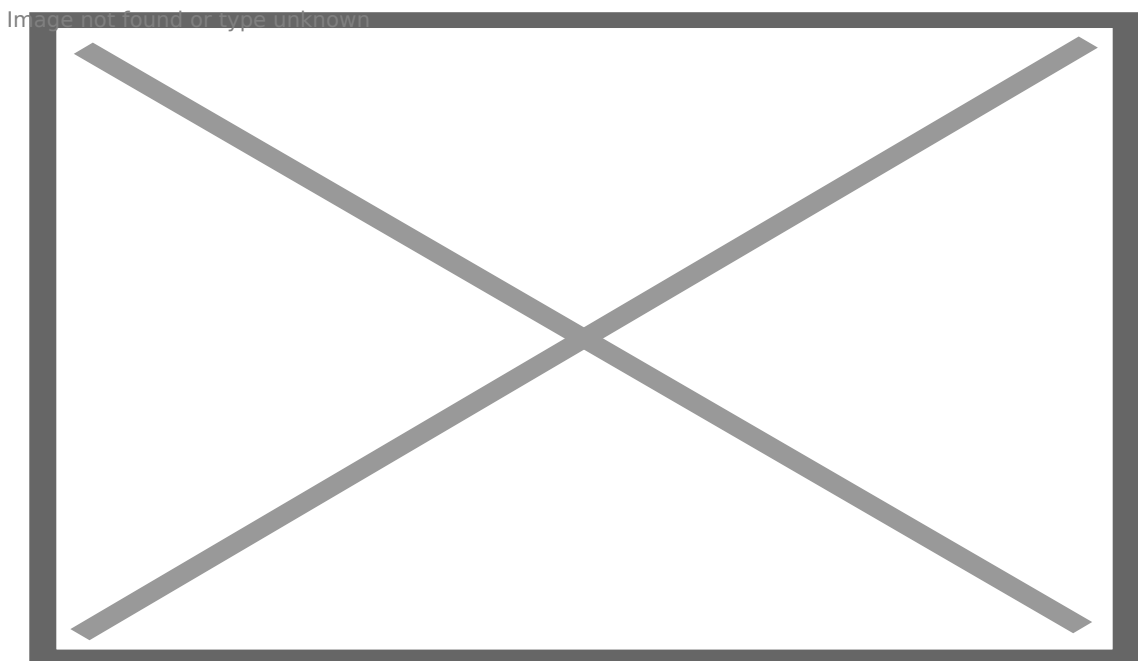
Thứ nhất, đối với cơ quan báo chí. Báo chí đa phương tiện nói chung và thể loại E-magazine nói riêng là một xu thế không thể đảo ngược. Điều này vừa là một thử thách nhưng cũng là điểm cần đến của mỗi tòa soạn nếu như muốn tồn tại và phát triển.

Đối với báo chí, cái quan trọng hàng đầu chính là niềm tin và sự lựa chọn của công chúng. Báo chí hiện đại luôn quan tâm tới vấn đề: Viết những cái công chúng quan tâm chứ không phải viết những gì mà phóng viên có. Chính vì vậy, để phát triển BMĐT nói chung và thể loại E-magazine nói riêng một cách bền vững, mỗi tòa soạn cần quan tâm tới những điểm sau:

- Trang bị thiết bị công nghệ chất lượng cao, hiện đại: Đường truyền, máy chủ, wifi, máy tính cấu hình cao, các phương tiện tác nghiệp có khả năng tương tác trên nền công nghệ thông tin tốt; các thiết chế bảo quản, sử dụng, lưu giữ, bảo mật thông tin đạt yêu cầu;

- Công tác hỗ trợ thu nhập, bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ cho nhà báo, phóng viên làm sao để họ yên tâm sáng tạo ra những tác phẩm E-magazine chất lượng cao, đủ sức cạnh tranh với các thể loại báo chí khác và báo chí nước ngoài. Tuy nhiên, hiện nay nhiều tòa soạn vẫn chưa chú trọng đào tạo nghiệp vụ chuyên môn sâu cho phóng viên, nhà báo, nhất là trong việc sản xuất các bài báo có chất lượng cao như E-magazine;

- Cùng với đó, các cơ quan báo chí phải tạo điều kiện hơn nữa cho nhà báo, phóng viên trong việc ưu tiên tiếp xúc, giao lưu với các chuyên gia quốc tế giỏi hoặc trong môi trường báo chí hiện đại.



Một tác phẩm E-magazine của báo Thanh niên

Thứ hai, đối với mỗi nhà báo. Nhà báo, phóng viên cần phải không ngừng tự học hỏi để giải các kỹ năng về phát hiện đề tài, kỹ năng sử dụng ứng dụng đa phương tiện, kỹ năng xử lý thông tin một cách nhanh nhất. Đặc biệt là kỹ năng tiếp cận các phương thức làm báo mới. Từ đó hình thành các đề tài hay để sản xuất các tác phẩm E-magazine vừa đảm bảo thông tin mới, vừa có nội dung chuyên sâu, đáp ứng đúng nhu cầu cơ bản và xu hướng thông tin của mọi đối tượng công chúng.

Thứ ba, đối với các cơ sở đào tạo báo chí. Đào tạo báo chí không chỉ truyền thụ tri thức, mà còn cần phải cầm tay chỉ việc cho sinh viên. Chính vì thế, để có thể đào tạo tốt sinh viên báo chí, những người làm công tác đào tạo cần có một quan điểm, một ý chí thống nhất cao từ khâu xây

dựng chương trình, tuyển chọn người dạy, người học, đầu tư các trang thiết bị... với một tinh thần khai phóng và sáng tạo...

Chương trình đào tạo hệ chuẩn nên có tích hợp, bổ sung nhiều môn học mới như báo chí dữ liệu, truyền thông đa phương tiện, báo chí trên điện thoại di động, tổ chức nội dung, sản xuất “siêu tác phẩm báo chí”,... Đặc biệt chú trọng thực hành, cung cấp kỹ năng sáng tạo báo chí đa phương tiện trong đó có thể loại E-magazine./.

ThS NGÔ VĂN PHONG

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/e-magazine-va-trien-vong-tang-nguon-thu-cho-bao-mang-dien-tu-o-viet-nam>