

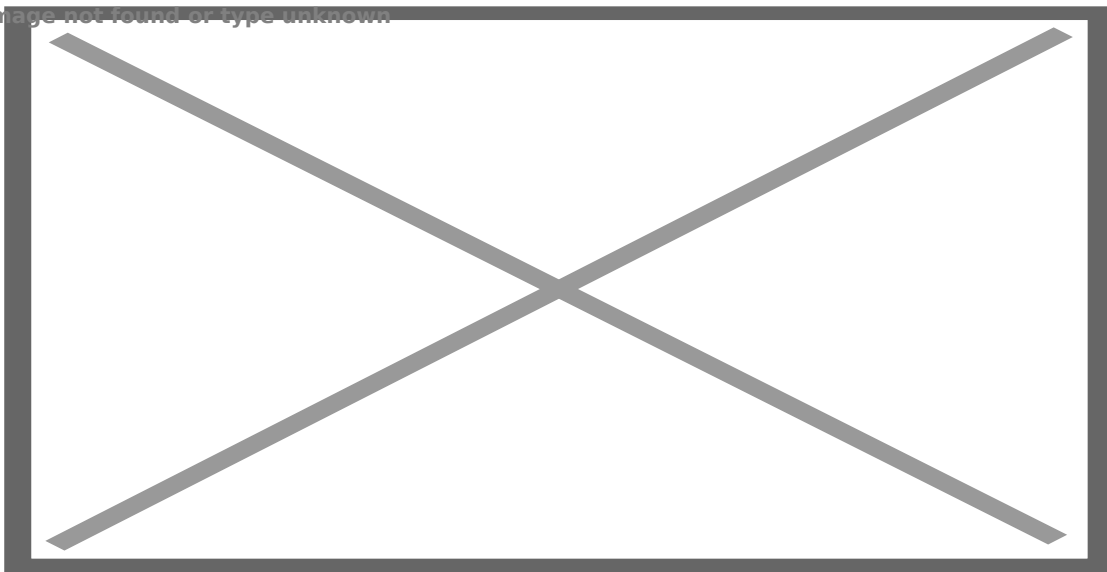
Xu hướng báo chí, truyền thông và công nghệ trong năm 2023

16:06 09/02/2023

Tác giả: Từ Hải

Viện Nghiên cứu Báo chí của Reuters đã công bố bộ dự đoán mới nhất về một số xu hướng báo chí, truyền thông và công nghệ trong năm 2023. Trong đó, xu hướng kể chuyện sáng tạo bằng video dài trên các mạng xã hội của giới trẻ được gọi ý là một nguồn doanh thu bền vững, thay thế cho video ngắn trước đó.

Image not found or type unknown



Trong bối cảnh lạm phát tràn lan và chi tiêu hộ gia đình bị siết chặt, mối lo ngại về tính bền vững của một số phương tiện truyền thông sẽ gia tăng trong năm 2023.

3 yếu tố gồm: căng thẳng Nga-Ukraine, tác động ngày càng lớn của hiện tượng nóng lên toàn cầu, hậu quả của đại dịch Covid-19 đã tạo ra nỗi sợ hãi và bất an cho nhiều người dân.

Thông thường đây là điều kiện để báo chí phát triển mạnh nhưng những chương trình tin tức tiêu cực và dồn dập cũng khiến nhiều độc giả quay lưng với các tòa soạn. Liệu năm 2023 có phải là thời điểm mà các tòa soạn nên suy nghĩ lại về cách thức giải quyết thách thức kép: Độc giả né tránh và ngắt kết nối với tin tức? Từ đó, tin tức có thể mang lại nhiều hy vọng, cảm hứng và tiện ích cho người đọc hơn?

Các nền tảng công nghệ lớn (Big Tech platforms) cũng phải chịu áp lực trong năm 2023. Nguyên nhân của áp lực này không chỉ đến từ suy thoái kinh tế. Các mạng xã hội thế hệ đầu tiên như

Facebook và Twitter đang phải vật lộn để giữ chân khán giả. Các đối tượng lớn tuổi thì cảm thấy nhàm chán với các mạng xã hội cũ, còn đối tượng trẻ tuổi lại chuyển sang các mạng xã hội mới như TikTok.

Trong bối cảnh này, hy vọng về một bộ ứng dụng mới (set of applications) xuất hiện. Bộ ứng dụng này sẽ tập trung vào các kết nối và nội dung tốt cho xã hội hơn là những nội dung gây phẫn nộ và tức giận.

Với lượng khán giả khổng lồ, chúng ta có thể kỳ vọng (hoặc hy vọng) những hạt giống tốt hơn vào năm 2023 với một loạt mạng và mô hình mới đang nổi lên.

Trong khi đó, làn sóng đổi mới kỹ thuật tiếp theo đã xuất hiện: Chúng ta không nói về metaverse. Những tiến bộ phi thường của trí tuệ nhân tạo (AI) vào năm 2022 đã đặt ra nhiều cơ hội và thách thức cho ngành báo chí.

Image not found or type unknown

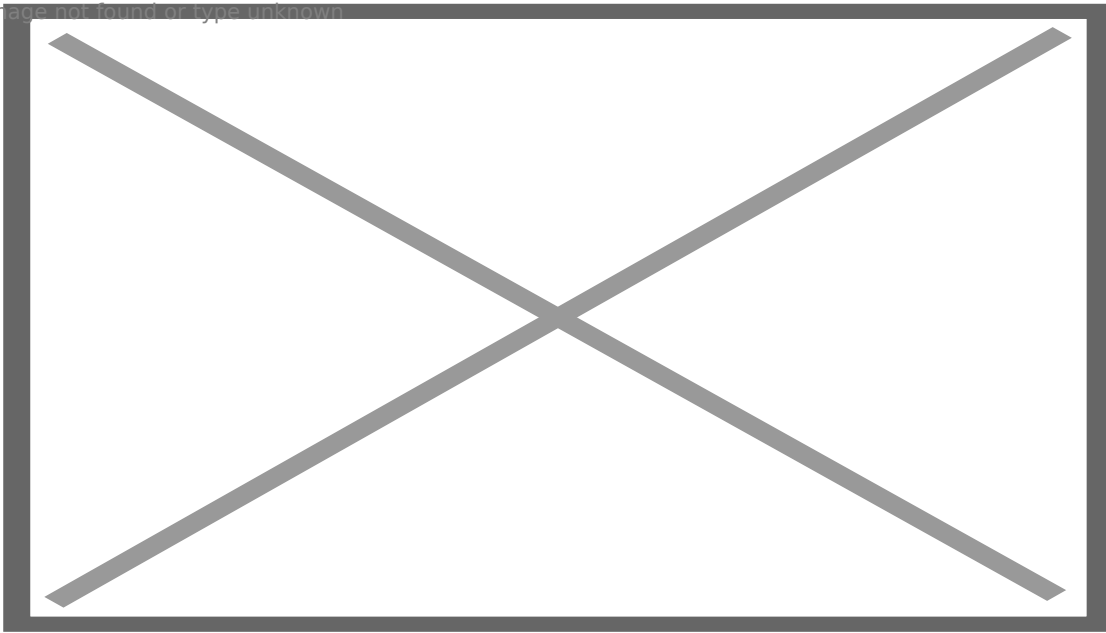
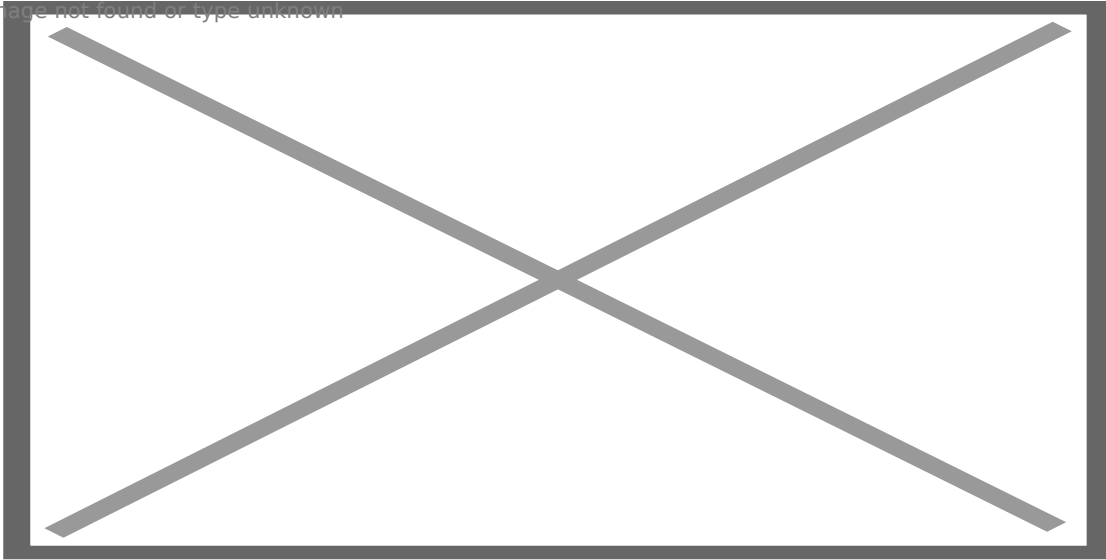


Image not found or type unknown



AI mang đến cơ hội cho các tòa soạn như: cung cấp nhiều thông tin và định dạng cá nhân hơn, giúp giải quyết tình trạng phân mảnh kênh và quá tải thông tin. Nhưng những công nghệ mới này cũng mang đến những câu hỏi hiện sinh và đạo đức cùng với nhiều nội dung giả mạo, khiêu dâm tinh vi hơn.

Xuất phát từ thực tiễn này, các tòa soạn chưa hoàn toàn chấp nhận áp dụng kỹ thuật số sẽ gặp bất lợi lớn. Chỉ trong vài năm tới, tiêu chí để đánh giá chuyển đổi số trong các tòa soạn không phải là tốc độ áp dụng kỹ thuật số mà là cách biến đổi nội dung kỹ thuật số để đáp ứng kỳ vọng của độc giả - điều đang thay đổi liên tục.

Image not found or type unknown

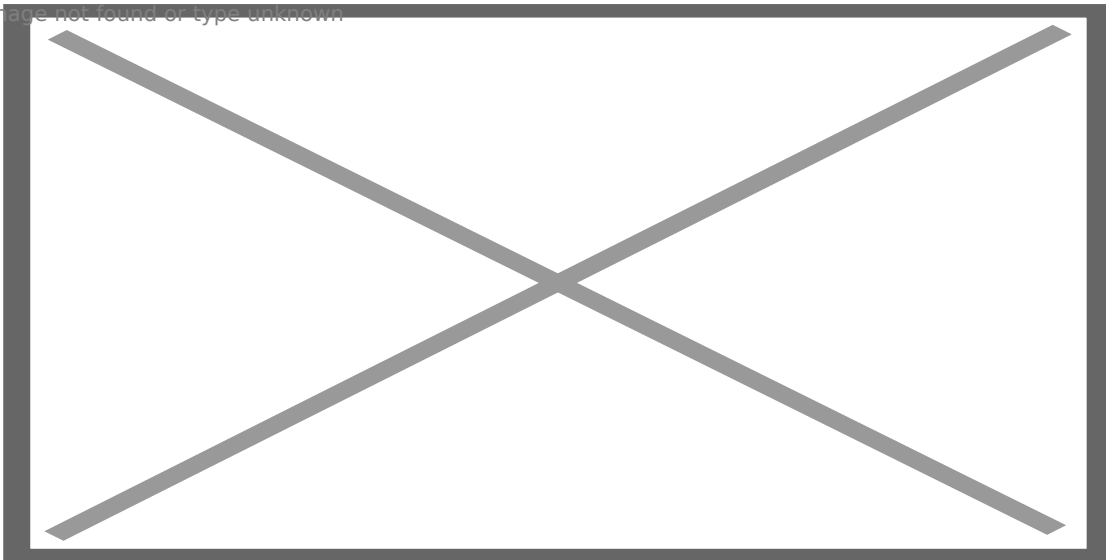


Image not found or type unknown

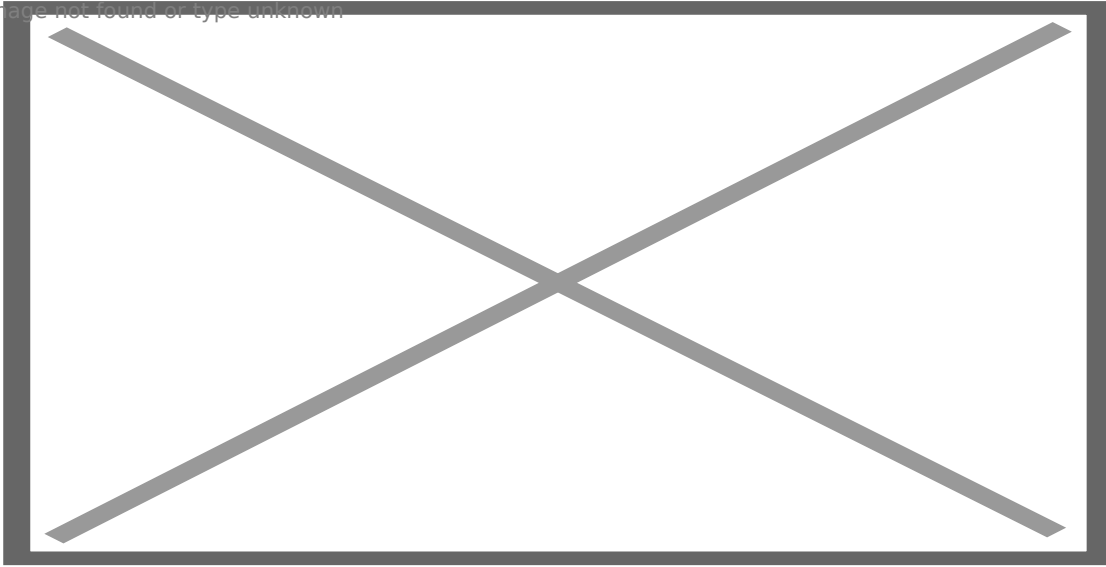
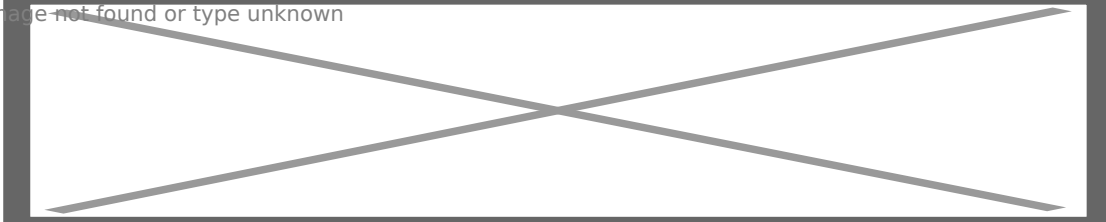
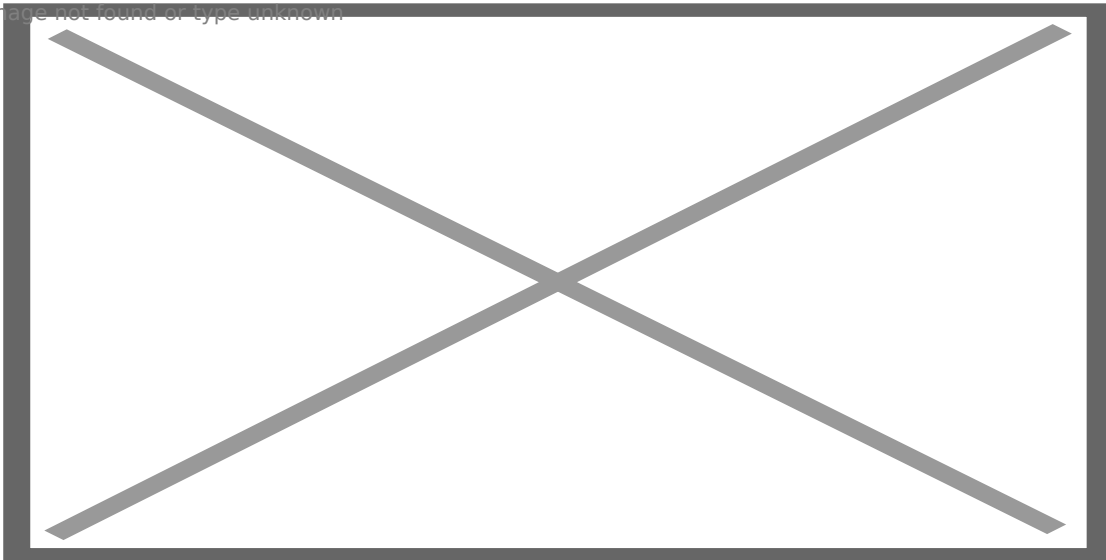


Image not found or type unknown



Các tòa soạn ít tự tin hơn về triển vọng kinh doanh so với cùng thời điểm năm 2022.

Image not found or type unknown



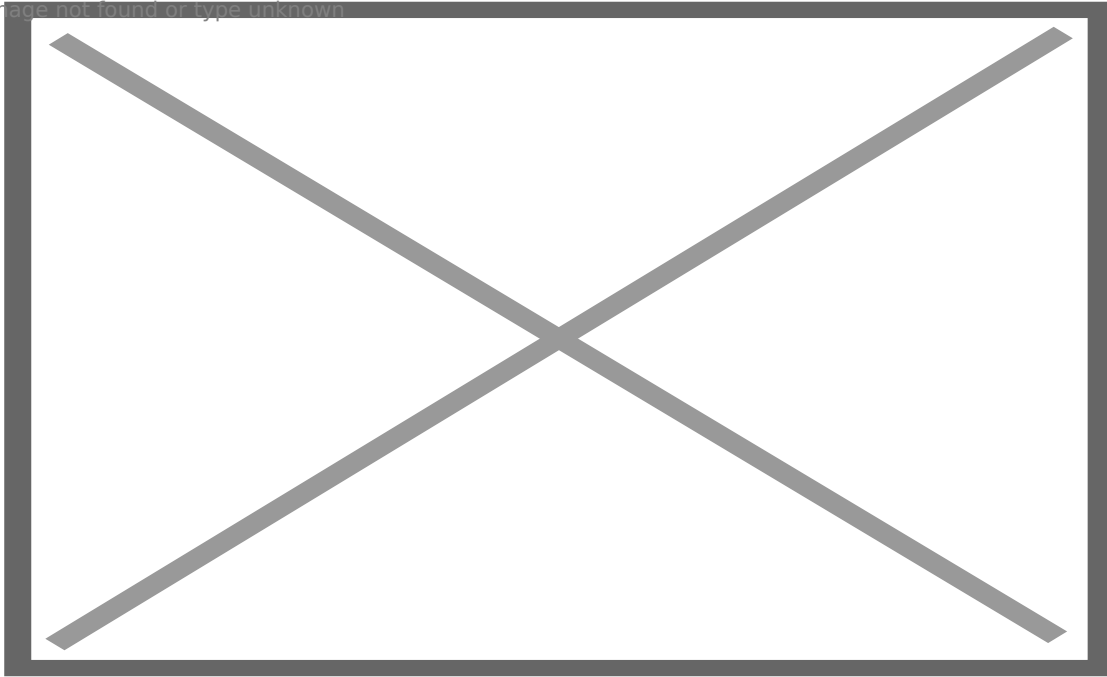
Chi phí gia tăng, quảng cáo thấp hơn và giảm lượt đăng ký là những lo ngại lớn nhất. Ngay cả những người lạc quan nhất cũng cho rằng các đợt cắt giảm nhân sự hay cắt giảm chi phí sản xuất là điều khó tránh khỏi trong năm tới.

Đồng thời, bản báo cáo này cũng chỉ ra bằng chứng về việc hầu hết các tòa soạn (72%) đều lo lắng về hiện tượng né tránh tin tức của độc giả đặc biệt là các chủ đề quan trọng nhưng thường gây cảm giác tiêu cực. Hiện tượng này đang ngày một gia tăng.

Được biết, các tòa soạn đang có kế hoạch chống lại hiện tượng né tránh nội dung của độc giả bằng

một số nội dung như:

Image not found or type unknown



Trong đó, những câu chuyện truyền cảm hứng được coi là nội quan trọng hoặc rất quan trọng trong năm 2023.

Nhiều tòa soạn đang đầu tư vào thu phí và tư cách thành viên vào năm 2023. Phần lớn những người được khảo sát (80%) cho biết đây sẽ là một trong những ưu tiên quan trọng nhất để tạo doanh thu, trên cả quảng cáo hiển thị và quảng cáo tự nhiên (native advertising). Hơn một nửa tòa soạn (68%) vẫn mong đợi doanh thu từ lượt đăng ký và nội dung trả phí sẽ tăng trưởng, bất chấp việc chi tiêu của người tiêu dùng bị siết chặt.

Các tòa soạn cũng cho biết thêm: Trung bình, doanh thu từ ba hoặc bốn nguồn sẽ trở nên quan trọng hoặc rất quan trọng trong năm nay. Một phần ba tòa soạn mong đợi nhận được doanh thu đáng kể từ bán nội dung có bản quyền (hoặc đổi mới) trên các nền tảng công nghệ. Họ mong đợi con số này sẽ tăng đáng kể so với năm ngoái. Đây là thành quả từ các thỏa thuận kéo dài nhiều năm do các tòa soạn chủ động đàm phán ở một số thị trường. Thông thường, các chính sách này được chính các tòa soạn lớn ủng hộ; được Chính phủ giới thiệu hoặc xem xét.

Nhiều điều luật được lên kế hoạch trong năm 2023 để hạn chế nội dung “xấu, độc, hại” trên mạng xã hội. Nhiều người được khảo sát lo lắng rằng những quy định mới này cũng có thể khiến các nhà báo và tổ chức tin tức khó phát hành những câu chuyện mà chính phủ không ủng hộ.

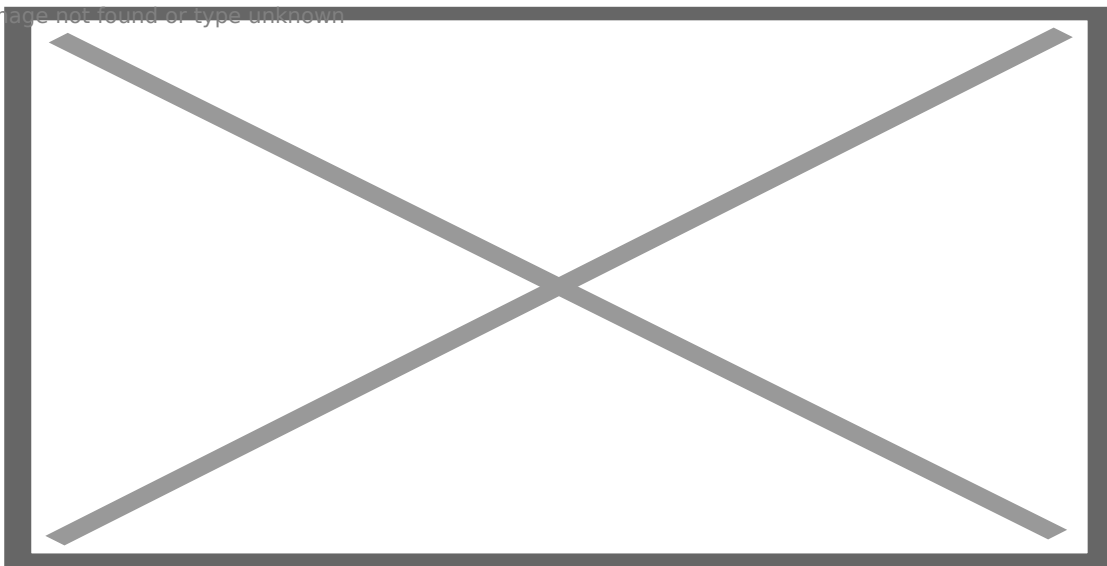
Một số tòa soạn cho biết họ sẽ ít chú ý hơn đến Facebook và Twitter trong năm 2023. Thay vào

đó, họ sẽ đầu tư nhiều hơn vào TikTok, Instagram và YouTube - tất cả các mạng phổ biến với giới trẻ.

Sự quan tâm ngày càng tăng đối với TikTok phản ánh mong muốn tương tác với những người dưới 25 tuổi và thử nghiệm cách kể chuyện bằng video theo chiều dọc.

Dưới sự quản lý của Elon Musk, khả năng bùng nổ của Twitter đã thu hút sự chú ý của các nhà báo. Một nửa số người trả lời khảo sát (51%) cho rằng sức ảnh hưởng Twitter bị mất hoặc suy yếu sẽ không tốt cho báo chí. Nhưng 17% có quan điểm tích cực hơn, họ tin điều đó có thể làm giảm sự phụ thuộc vào quan điểm của giới tinh hoa - những người không có tính đại diện nhưng có tiếng nói.

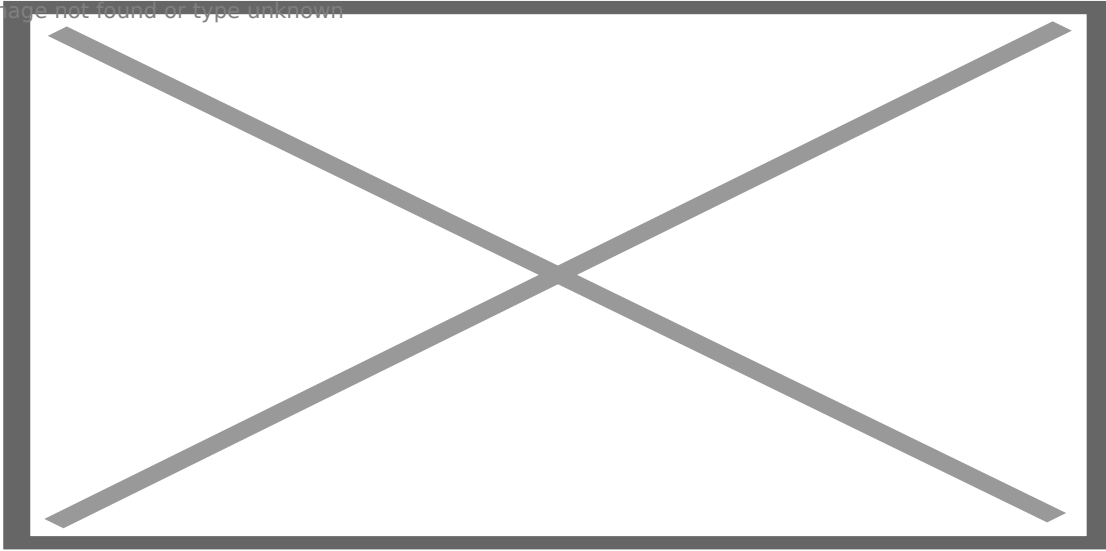
Image not found or type unknown



Khi tác động của biến đổi khí hậu trở nên rõ ràng hơn, những người dẫn dắt ngành công nghiệp tin tức đã suy nghĩ lại về cách đưa tin về vấn đề phức tạp và đa diện này. Khoảng một nửa số người được khảo sát (49%) cho biết họ đã thành lập một nhóm chuyên gia về khí hậu, 1/3 thuê thêm nhân viên (31%), dưới một nửa (44%) đang tích hợp cuộc tranh luận về khí hậu vào những mảng tin tức khác (thí dụ: kinh doanh và thể thao), 30% đã phát triển chiến lược biến đổi khí hậu.

Về mặt đổi mới, các tòa soạn sẽ đầu tư nhiều nguồn lực hơn:

Image not found or type unknown



Podcast và bản tin email (newsletter) là hai kênh đã được chứng minh là hiệu quả trong việc tăng mức độ trung thành với các nhãn hiệu tin tức.

Các công ty truyền thông đang âm thầm tích hợp AI vào sản phẩm như một cách mang lại trải nghiệm cá nhân hóa cho độc giả. 28% nói rằng đây là một hoạt động thường xuyên của họ, 39% nói rằng họ đã tiến hành thử nghiệm trong lĩnh vực này.

Các ứng dụng mới như ChatGPT và DALL-E 2 cũng là minh họa cho cơ hội nâng cao hiệu quả sản xuất và tạo ra các loại nội dung bán tự động mới.

Image not found or type unknown

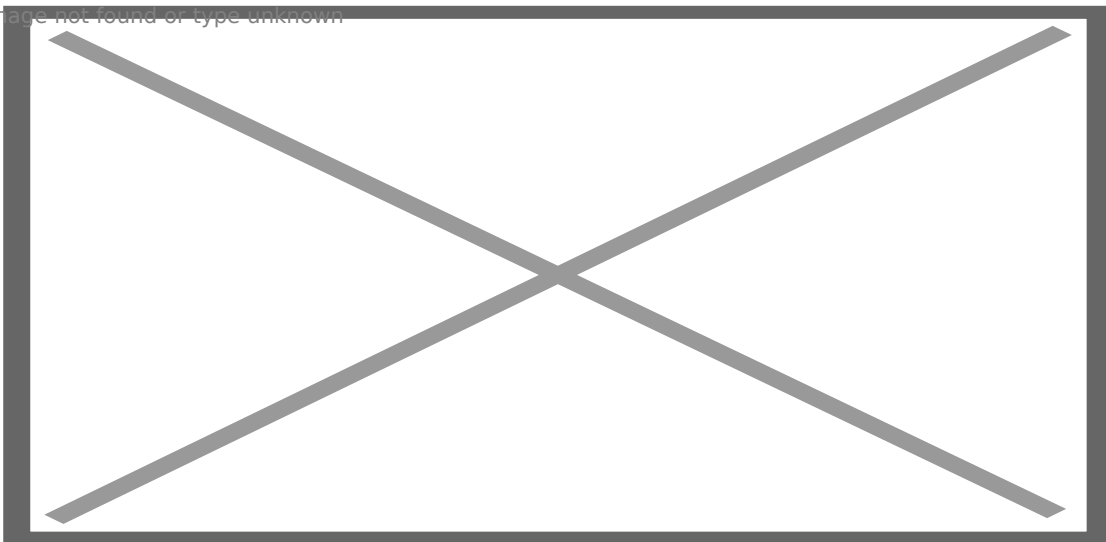
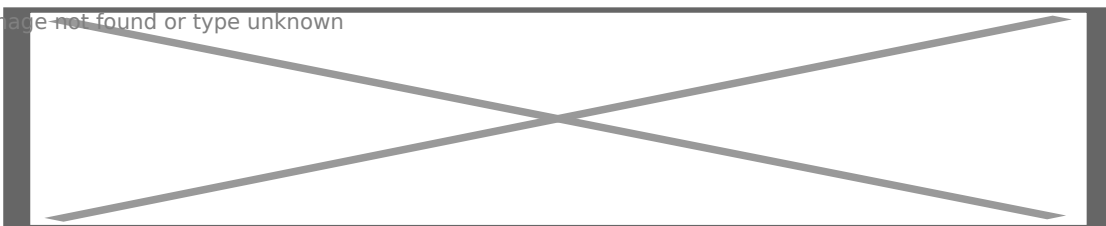


Image not found or type unknown



Nhiều đài viết <https://www.vietnamnet.vn/hang-ngay-deo-chi-phuy-tang-va-mang-truc-tiep-hai-phieu-di>.

2023

Truyền hình sẽ có nguy cơ bị đào thải đầu tiên, bởi sự cạnh tranh từ những người phát trực tuyến trong khi khán giả bị chịu sự mệt mỏi với tin tức. Nhiều đài truyền hình sẽ cởi mở về thời điểm tắt truyền tuyến tính. Netflix chuyển đổi một phần sang mô hình dựa trên quảng cáo càng làm tăng áp lực lên doanh thu quảng cáo của truyền hình.

Bản báo cáo năm ngoái đã dự đoán sự bùng nổ tính sáng tạo trong cách kể chuyện bằng video ngắn trên các mạng xã hội dành cho giới trẻ. Trong năm 2023, nhiều tòa soạn có thể sử dụng kỹ thuật này hơn trong khi video có xu hướng dài hơn để tìm kiếm doanh thu bền vững.

Dự kiến, sự điều chỉnh trong nền kinh tế sáng tạo (creator economy) sẽ xuất hiện trong năm nay. Mặc dù nhiều doanh nghiệp báo chí đã bắt đầu trên Substack (một nền tảng tạo cho phép người dùng tạo bản tin riêng) trong khi các nền tảng khác tiếp tục phát triển, nhưng áp lực của việc hoàn thành nội dung đúng thời hạn với tần suất liên tục là vô tận, hơn nữa người sản xuất nội dung cũng không thể dựa mãi vào các 'quỹ sáng tạo' cũng như các ưu đãi tương tự do một số nền tảng cung cấp. Các tập thể và công ty siêu nhỏ có thể là một xu hướng mới cho năm 2023.

Gần như không thể dự đoán được động thái tiếp theo của Elon Musk tại Twitter. Người viết bản báo cáo của Reuters cho rằng Elon Musk có khả năng sẽ từ chức Giám đốc điều hành sớm và không thể loại trừ khả năng thay đổi quyền sở hữu Twitter trong tương lai.

Sự kiện Apple chuẩn bị tung ra chiếc kính thực tế ảo đầu tiên càng khiến cho thị trường kính thông minh, kính thực tế ảo và những nền tảng xây dựng nên metaverse tiếp tục bùng nổ. Facebook đã mất 8 năm và hàng tỷ USD để tham gia vào metaverse. Những hình ảnh thương hiệu tốt cũng không thể thu hút được các nhà phê bình hay làm cho ý tưởng này trở nên phù hợp hơn với báo chí.

Theo Báo Nhân Dân