

Ham view từ Facebook, báo chí mất cả thương hiệu lẫn nguồn thu

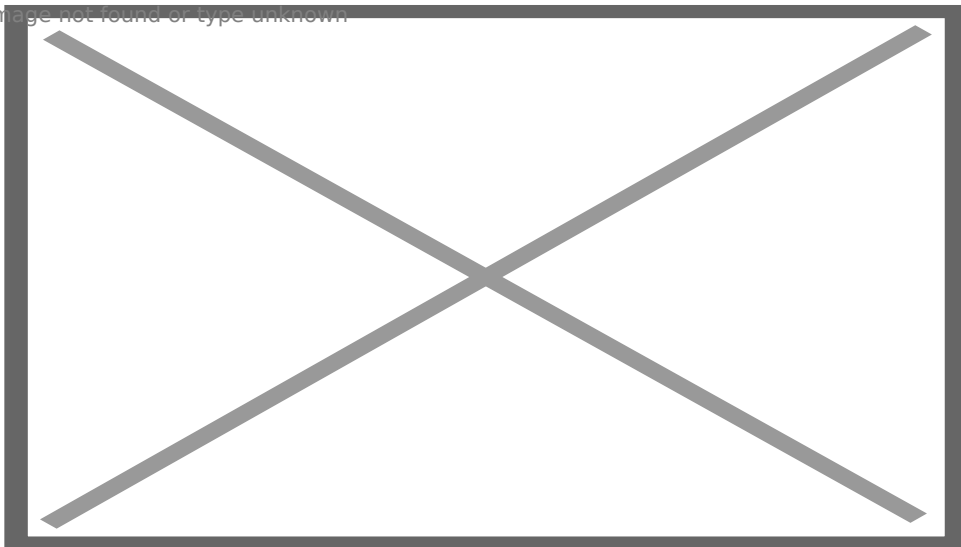
19:56 03/08/2016

Tác giả: Thái Sơn

Trong khi nhiều nhà xuất bản tin tức hay các hãng tin đang tận dụng các mạng xã hội như Facebook để đưa tin tức tới nhiều độc giả hơn thì nhiều chuyên gia về báo chí lại cho rằng, hành động đó sẽ khiến họ mất cả thương hiệu lẫn nguồn thu.

Xu hướng trên dẫn đến cái gọi là "distributed content" (nội dung được phân phối bởi bên thứ ba). Theo khảo sát Xu hướng Báo chí Thế giới 2016 của Hiệp hội Báo chí và các Nhà xuất bản Tin tức Thế giới (WAN-IFRA), đây là một trong những biến động đáng kể nhất trong ngành công nghiệp tin tức gần đây.

Image not found or type unknown

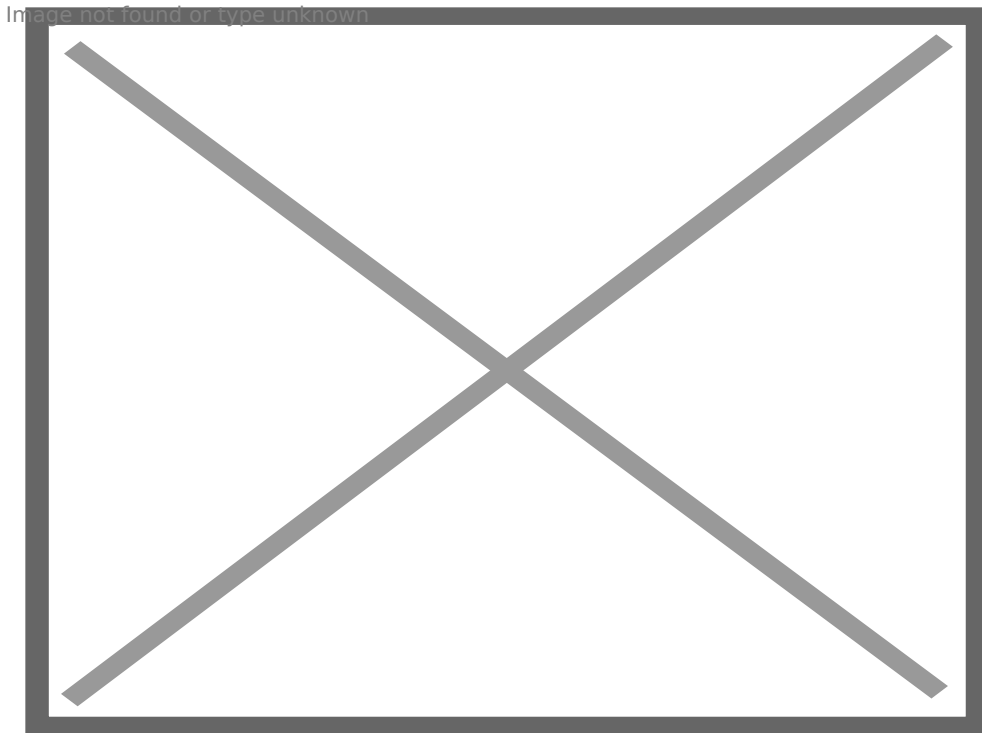


Báo chí đang đánh mất thương hiệu vì phụ thuộc vào Facebook?

Cuộc khảo sát cho thấy, việc đọc báo trên toàn cầu đang tăng, đặc biệt là phiên bản điện tử và trên các thiết bị di động. Ước tính có ít nhất 40% người dùng internet toàn cầu đọc báo điện tử. Tuy nhiên, sự tăng trưởng trên có phần là do các bài báo được xuất bản trực tiếp trên Facebook thông qua tính năng đọc báo tức thì (Instant Articles), cũng như trên Google, Twitter và các nền tảng công nghệ khác.

Teemu Henriksson, một điều phối viên dự án tại WAN-IFRA, cho hay, "distributed content" là hiện tượng đang gây lúng túng cho ngành công nghiệp tin tức.

Ông nói: "Một số người cho rằng, “distributed content” là một trong những phát triển lớn nhất của ngành công nghiệp tin tức. Những người khác thì nói đó là một yếu tố nguy hiểm bởi bên thứ ba sẽ có quyền kiểm soát lớn đối với việc phân phối nội dung cũng như thu lợi nhuận từ nội dung".



Ngoài ra, ông cho rằng, sản xuất báo chí đang ngày càng phức tạp, từ việc phân phối tin tức tới việc tiếp cận độc giả.

Ông nhấn mạnh: "Các nhà xuất bản tin tức cần phải nhận thức được rằng họ đang mất đi sự tự chủ. Họ đang trở thành một phần của “hệ sinh thái” lớn hơn và họ buộc phải lựa chọn sẽ cộng tác với những người khác trong “hệ sinh thái” đó".

Trong khi đó, ông James Breiner, một nhà phân tích xu hướng truyền thông, cảnh báo, sự gia tăng của “distributed content” đang khiến báo chí mất đi sự kiểm soát đối với thương hiệu của họ.

Ông nói: "Độc giả thậm chí không biết bài báo thuộc tổ chức truyền thông nào. Đó là một vấn đề. Điểm lớn nhất của truyền thông chính thống chính là thương hiệu mạnh, mọi người có thể tin tưởng, đặc biệt là trong thế giới thông tin khổng lồ trên Internet".

Ngoài “distributed content”, một chủ đề khác cũng đang gây đau đầu cho các nhà xuất bản tin tức là việc chặn quảng cáo. Số liệu điều tra của WAN-IFRA cho thấy, có ít nhất 419 triệu người hay 22% trong số 1,9 tỷ người sử dụng điện thoại thông minh trên thế giới, đang chặn quảng cáo trên các trang web phiên bản di động. Số quảng cáo di động bị chặn tăng tới mức đáng kinh ngạc, 90%

trong năm 2015.

Theo ông Breiner, việc độc giả đang chủ động tránh quảng cáo phiền hà và có chất lượng kém đang thực sự khiến các nhà xuất bản tin tức lo ngại.

Tuy nhiên, WAN-IFRA lưu ý, hầu hết các báo hiện nay đều đang kiếm lợi nhuận trực tiếp từ độc giả của họ, chứ không phải từ quảng cáo. Năm 2015, 90 tỷ USD, tương đương 53% tổng doanh thu toàn cầu của báo chí đến từ thuê bao đọc báo.

Nhìn chung, các công ty truyền thông hiện đang tập trung hơn vào độc giả. Các nhà xuất bản tin tức thường tổ chức các sự kiện để tăng cường mối quan hệ với các độc giả cũng như khởi xướng mô hình thành viên chính thức.

Theo ông Breiner, việc tập trung vào tăng cường mối quan hệ với độc giả là biện pháp tốt nhất đối với các nhà xuất bản tin tức. Ông cho rằng, báo chí đang thua Google về quy mô. Do vậy, báo chí cần phát triển cộng đồng độc giả trung thành thay vì thu hút thật nhiều độc giả.

Ông nói: "Những gì bạn thực sự muốn là mọi người quay trở lại đọc nội dung của bạn. Nếu bạn có ứng dụng di động riêng, độc giả dùng ứng dụng của bạn thì có nghĩa là bạn đang thực sự "sở hữu" họ. Cái mà bạn cần có là nội dung tốt hàng ngày trên trang web và trên cả ứng dụng di động để mọi người vào đọc mỗi ngày. Các tổ chức truyền thông có thể làm điều đó. Họ vẫn có khả năng làm như vậy".

Nội dung được thực hiện qua tham khảo nguồn tin từ Trung tâm báo chí Quốc tế (IJNet) có trụ sở tại Mỹ.

Nguồn: Infonet

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/index.php/ham-view-tu-facebook-bao-chi-mat-ca-thuong-hieu-lan-nguon-thu>