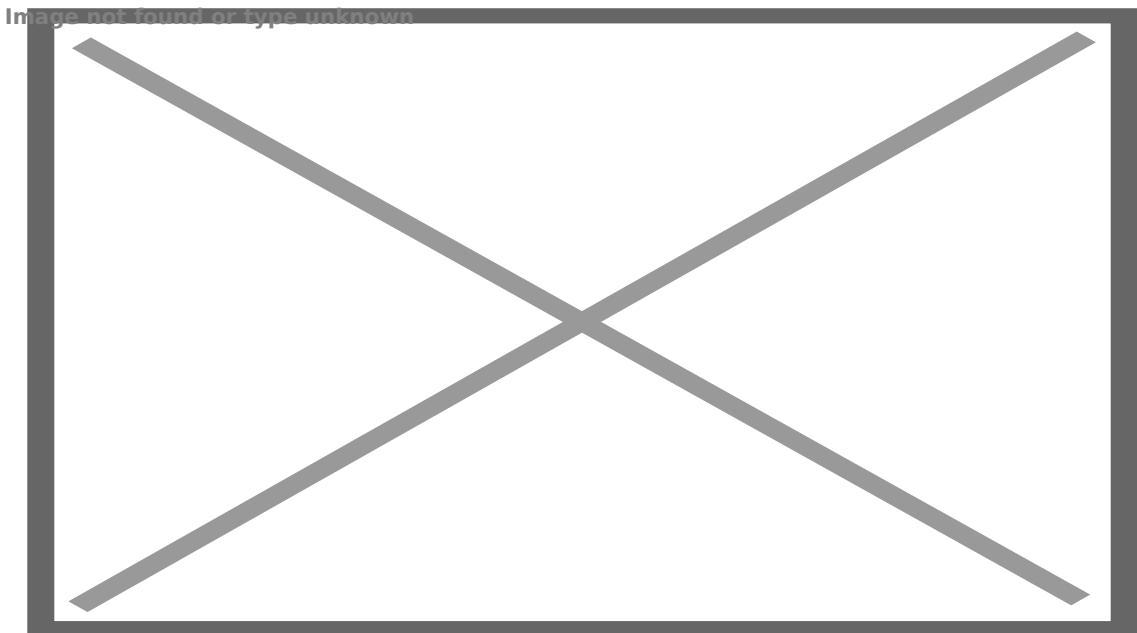


Báo chí tương tác và mô hình tạo dựng cộng đồng quyền lực mới của truyền thông đương đại

17:19 14/08/2022

Tác giả: Từ Hải

Mô hình kiến tạo cộng đồng quyền lực mới ứng dụng trong lĩnh vực thông tấn báo chí sẽ giúp các tòa soạn tạo dựng một hệ sinh thái nội dung, tăng sức cạnh tranh để chiếm lĩnh độc giả; đồng thời cũng mở ra những cơ hội đổi mới phương thức hoạt động, định hướng nội dung và mô hình kinh doanh dựa trên sức mạnh của những cộng đồng phi tập trung trên không gian mạng.



Lao Động là cơ quan báo chí đầu tiên tại Việt Nam triển khai loại hình video tương tác trên báo điện tử. (Ảnh chụp một sản phẩm báo chí tương tác của Báo Lao Động).

Từ sự thay đổi của công nghệ truyền thông và cơ chế lan truyền tin tức...

Sự phát triển của công nghệ thông tin - viễn thông cùng sự lớn mạnh của các nền tảng mạng xã hội trong vòng một thập kỷ qua không những đã thay đổi thói quen tiếp nhận tin tức của độc giả mà còn kéo theo sự thay đổi hoàn toàn về cơ chế lan truyền tin tức của báo chí truyền thống. Tin tức kỹ thuật số ở thời điểm hiện tại không còn đơn thuần là các sản phẩm truyền thông điện tử mang thông điệp và câu chuyện được truyền phát một chiều từ cơ quan thông tấn báo chí - vốn từng được coi là các chủ thể quyền lực về mặt thông tin - tới từng độc giả như trước đây nữa.

Theo "Báo cáo tin tức kỹ thuật số 2022" do Viện Nghiên cứu Báo chí Reuters và Đại học Oxford phát hành vào tháng 6 vừa qua, số lượng người không quan tâm hoặc chủ động hạn chế tiếp cận các nguồn tin tức truyền thống đã tăng từ 29% (2017) lên 38% (2022) - tính trung bình tại 46 quốc gia trong phạm vi khảo sát. Cũng theo báo cáo này, hiện đang có một rào cản nhất định đối với các cơ quan thông tấn báo chí trong việc tiếp cận tập độc giả trẻ dưới 30 tuổi - những người lớn lên trong thời đại kỹ thuật số và có thói quen thường xuyên sử dụng mạng xã hội.

Các lý thuyết truyền thông đương đại đang nhắc nhiều tới một cấu trúc lan truyền thông tin dạng mạng tổ ong với nhiều điểm nút phát tán và tiếp nhận thông tin ngang hàng, thay thế cho cấu trúc hình tháp với một điểm phát, truyền tín hiệu tuyến tính tới nhiều điểm nhận đã từng tồn tại như một chân lý trong quá khứ.

Quyền lực trong mạng lưới truyền thông thế hệ mới đang chuyển dịch từ một điểm phát quyền năng ở phía trên đỉnh mô hình tháp sang hàng loạt các điểm nút kết nối ngang hàng của chuỗi thông tin lan truyền. Ở mỗi điểm nút đó, độc giả, vừa là người tiếp nhận - tiêu thụ tin tức, nhưng cũng đồng thời là người khuếch đại, phát tán, lan truyền; và cũng có thể là một chủ thể cung cấp hoặc tái tạo, diễn đạt lại nội dung tin tức theo cách riêng của họ. Những điểm nút như vậy sẽ làm nên sức mạnh của một mạng lưới truyền thông thế hệ mới.

Cơ chế lan truyền thông tin này chính là cách đã giúp Facebook, YouTube, Tiktok... thành công trong việc hình thành cộng đồng người dùng quy mô lớn cũng như gây dựng các phong trào, các xu hướng thông tin bùng nổ mạnh mẽ trên mạng xã hội. Cơ chế này cũng tương đồng với cách mà các cộng đồng quyền lực mới đang được hình thành liên tục trong kỷ nguyên kỹ thuật số.

... Tới việc hình thành những cộng đồng quyền lực mới trong lĩnh vực báo chí

Nếu như quyền lực truyền thống - khả năng tạo ra những ảnh hưởng có chủ đích - thường tập trung trong tay một số ít chủ thể, không được san sẻ và thường mang tính áp đặt thì quyền lực mới lại thuộc về số đông, được tạo ra bởi sự chia sẻ ngang hàng. Bằng cách kết nối các cá nhân để cùng hướng tới một mục đích cụ thể theo cách mà họ muốn, quyền lực mới tạo ra cơ hội tự xác lập giá trị cho mỗi cá nhân trong mạng lưới, mang đến những trải nghiệm riêng biệt. Trải nghiệm này cũng là động lực khuyến khích cá nhân tham gia tích cực vào chuỗi giá trị của hệ thống.

Câu chuyện chiến thắng của Donald Trump trong cuộc bầu cử tổng thống Mỹ năm 2016 dựa trên chiến dịch truyền thông; thành công của Facebook, Youtube, Tiktok hay các ứng dụng kinh tế chia sẻ như Uber, Grab, Airbnb... chính là những ví dụ cụ thể của việc ứng dụng mô hình kiến tạo cộng

đồng quyền lực mới nhằm tạo ra giá trị cũng như những lợi ích thực tế từ sức mạnh của những cộng đồng phi tập trung trên không gian mạng.

Cấu trúc của một cộng đồng quyền lực mới bao gồm ba nhân tố chính: (1) những người tham gia, (2) lực lượng siêu tham gia, và (3) chủ sở hữu hoặc người quản lý nền tảng. Trong đó, chủ sở hữu hoặc người quản lý nền tảng chính là người đặt ra luật lệ, kiểm soát cuộc chơi theo yêu cầu của những người chơi. Lực lượng siêu tham gia là những cá nhân đóng góp tích cực cho nền tảng, làm gia tăng và lan tỏa các giá trị cốt lõi của nền tảng trong cộng đồng. Người tham gia là lực lượng gia nhập nền tảng, tiêu thụ những giá trị của nền tảng, lan tỏa thông điệp, năng lượng và tiếp tục gây ảnh hưởng lên những người khác, kể cả những người chưa tham gia và truyền cảm hứng để họ cùng gia nhập vào cộng đồng.

Với mô hình kiến tạo cộng đồng quyền lực mới trong lĩnh vực báo chí, người quản lý nền tảng là các cơ quan thông tấn báo chí, sở hữu các phương tiện truyền thông có uy tín và thương hiệu. Lực lượng siêu tham gia chính là đội ngũ phóng viên và các độc giả tích cực (cộng tác viên). Còn người tham gia là cộng đồng độc giả trên các hạ tầng phát hành nội dung trực tuyến.

Theo mô hình này, độc giả không phải là những người tiếp nhận tin tức thụ động một chiều mà họ sẽ tiêu thụ tin tức một cách cá nhân hóa theo nhu cầu, sở thích của họ, thông qua các công cụ tương tác hoặc công cụ phát hành tin tức mà cơ quan báo chí cung cấp; thậm chí tái tạo lại, chia sẻ và lan tỏa các sản phẩm truyền thông của cơ quan báo chí trong cộng đồng xã hội theo cách riêng của họ. Ở cấp độ tham gia cao hơn dựa trên mức độ sẵn sàng của những người “đặt ra luật chơi”, cộng đồng độc giả còn có thể trực tiếp hoặc gián tiếp tạo ra nội dung để phát hành trên các phương tiện truyền thông của cơ quan báo chí hoặc tạo ra các xu hướng thông tin bùng nổ trong dòng chảy thông tin trực tuyến hàng ngày theo sự dẫn dắt của cơ quan báo chí.

Báo chí tương tác - chìa khóa tạo dựng các cộng đồng quyền lực mới

Để có thể tham gia vào cuộc chơi kiến tạo cộng đồng quyền lực mới, các cơ quan thông tấn báo chí buộc phải đặt độc giả vào vị trí trung tâm và coi đó là một bộ phận quan trọng tham gia vào hệ sinh thái, cùng đồng hành tạo các giá trị cốt lõi của mình trong quá trình sản xuất, phân phối và lan truyền các sản phẩm tin tức kỹ thuật số.

Việc tổ chức nội dung cũng cần được định vị lại theo hướng gia tăng các sản phẩm mà độc giả có thể tham gia vào bằng cách cá nhân hóa, tái tạo lại sản phẩm đó; có thể bày tỏ ý kiến, cảm xúc; hoặc có thể tham gia đóng góp, bổ sung thông tin để tạo thành các mảnh ghép của một câu

chuyện hoàn chỉnh. Cùng với đó, các đơn vị sở hữu hoặc quản lý nền tảng cũng cần phải cung cấp thêm các công cụ tương tác đơn giản, thuận tiện để độc giả có thể dễ dàng trở thành một điểm nút ngang hàng trong chuỗi sáng tạo – phát hành và lan truyền tin tức.

Báo chí tương tác là phương thức giao tiếp truyền thông mà ở đó, độc giả có thể tham gia trực tiếp vào nội dung hoặc có thể tác động vào hình thức thể hiện tác phẩm mà cơ quan báo chí cung cấp, khám phá và tiếp nhận sản phẩm truyền thông của cơ quan báo chí với những dấu ấn cá nhân hóa tùy theo mức độ tham gia của độc giả.

Báo chí tương tác có thể tồn tại theo 3 dạng thức sau:

- Tương tác giữa người với người: Cơ quan báo chí cung cấp công cụ để độc giả trao đổi trực tiếp với tòa soạn (đường dây nóng, email...) hoặc các diễn đàn thông tin, nhóm cộng đồng trên mạng xã hội để độc giả thảo luận trực tiếp với nhau hoặc với tòa soạn.
- Tương tác giữa người với máy: Cơ quan báo chí cung cấp các dạng sản phẩm báo chí tương tác, độc giả có thể trải nghiệm sản phẩm theo cách riêng của mình trong quá trình tiếp xúc và tác động vào hình thức thể hiện của sản phẩm, có thể cá nhân hóa và tái tạo lại sản phẩm theo cách riêng với dấu ấn cá nhân của mình.
- Tương tác giữa người với nội dung: Cơ quan báo chí cung cấp công cụ, định dạng sản phẩm tương tác và định hướng giá trị để cộng đồng độc giả cùng tham gia tạo ra nội dung và những giá trị mới cho hệ sinh thái của cơ quan báo chí, đồng thời lan truyền những giá trị này trong cộng đồng.

Điểm cốt lõi của các mô hình cộng đồng quyền lực mới đang hình thành liên tục trong kỷ nguyên kỹ thuật số là một hệ thống chia sẻ thông tin và giá trị ngang hàng cùng những động lực khuyến khích, kích hoạt hành động tương tác tích cực từ các điểm nút trong mạng lưới, nhằm hình thành nên những ảnh hưởng có chủ đích.

Dù muốn hay không thì chúng ta cũng không thể đảo ngược thực tế rằng, một trật tự mới đã được định hình trong lĩnh vực báo chí xuất bản mà ở đó, cơ chế lan truyền thông tin, phương thức sáng tạo và phát hành nội dung đã không còn như cũ.

Nguồn: Báo Lao Động

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/index.php/bao-chi-tuong-tac-va-mo-hinh-tao-dung-cong-dong-quyen-luc-moi-cua-truyen-thong-duong-dai>