

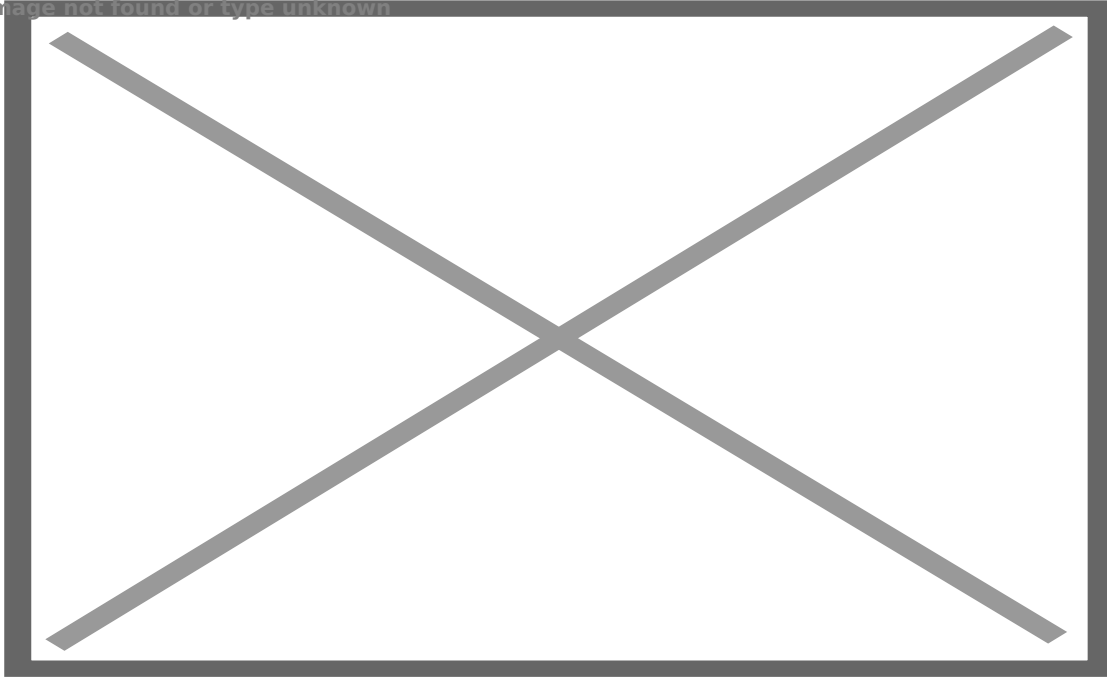
Thời sự là "bữa cơm" ăn hàng ngày của công chúng

18:59 22/10/2018

Tác giả: Đang cập nhật

Đó là khẳng định của ông Kim Kyung Tae, Giám đốc phụ trách New Media của Đài MBC tại buổi làm việc với Đoàn cán bộ, nhà báo Việt Nam tại trụ sở Đài MBC - Đài Truyền hình lớn thứ hai ở "xứ sở kim chi".

Image not found or type unknown



Ông Cheong Hyung Il Giám đốc điều hành ban thời sự MBC trao đổi với đoàn. Ảnh: TL

Trao đổi hết sức thẳng thắn với đoàn, ông Kim Kyung Tae nhấn mạnh: "Thanh niên cũng muốn xem thời sự, muốn biết thế giới đang chuyển mình thế nào? Tuy nhiên, chúng ta chưa có phương thức truyền tải thời sự đến thanh niên mà thôi".

Để thu hút giới trẻ xem thời sự, với cách làm mới táo bạo, ông Kim Kyung Tae nhấn mạnh, làm báo trong môi trường hiện nay chịu khá nhiều áp lực, tuy nhiên, điều quan trọng là cách làm và bước đi. Để có được các chương trình hấp dẫn, nhắm đúng nhóm công chúng mục tiêu, Đài MBC đã tiến hành khảo sát công chúng, một phát hiện khá thú vị cho thấy, phụ nữ gần 30 tuổi có ảnh hưởng khá lớn đến các nhóm công chúng khác như phụ nữ cao tuổi hay chồng của họ. Có nghĩa là, những phụ nữ gần 30 tuổi thích gì thì các bà/ chị cũng thích theo, hoặc người bạn đời của họ cũng thích như vậy.

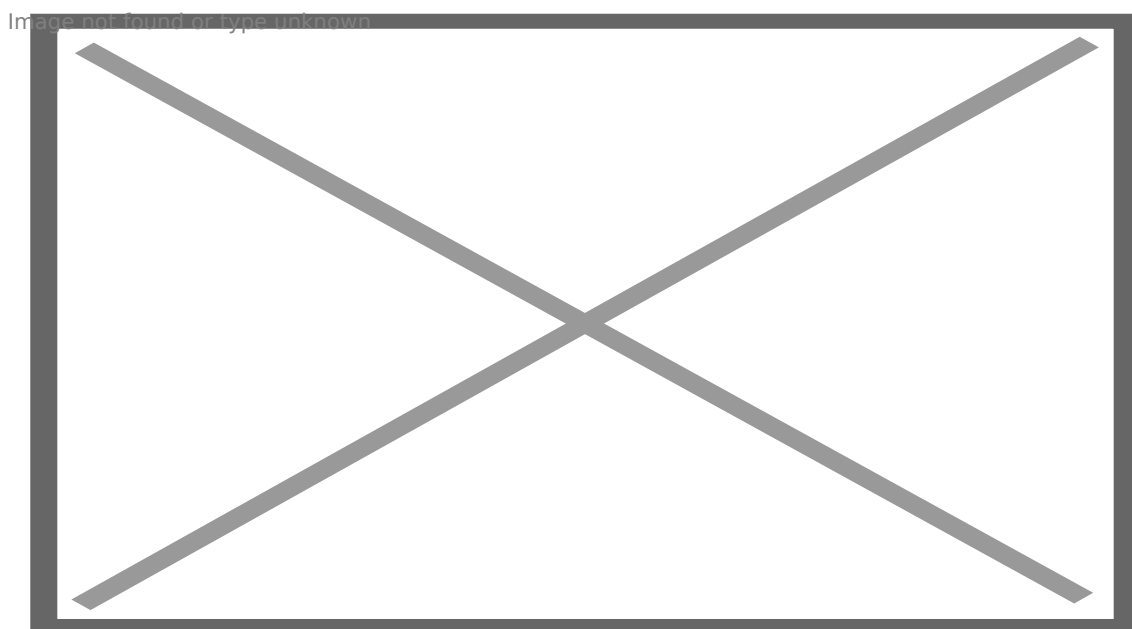
Khảo sát các nhóm công chúng là thanh niên, ông Kim Kyung Tae tiết lộ: Đài không cung cấp được

cái mà chúng tôi (thanh niên) muốn xem chứ không phải chúng tôi (thanh niên) không thích xem thời sự.

Với thử nghiệm bằng cách làm thời sự trên nền tảng facebook, trong khoảng thời ngắn 2-3 phút, đặc biệt MC nói nhanh hơn so với tốc độ thông thường, đã thu hút được khá nhiều phụ nữ Hàn Quốc xem thời sự vào lúc 23 giờ hàng ngày.

Gần 100 ngày thử nghiệm, đến nay đã có kết quả khả quan, hy vọng trong 5 năm tới MBC sẽ tạo được thói quen xem thời sự mới của công chúng Hàn Quốc, ông Kim Kyung Tae chia sẻ.

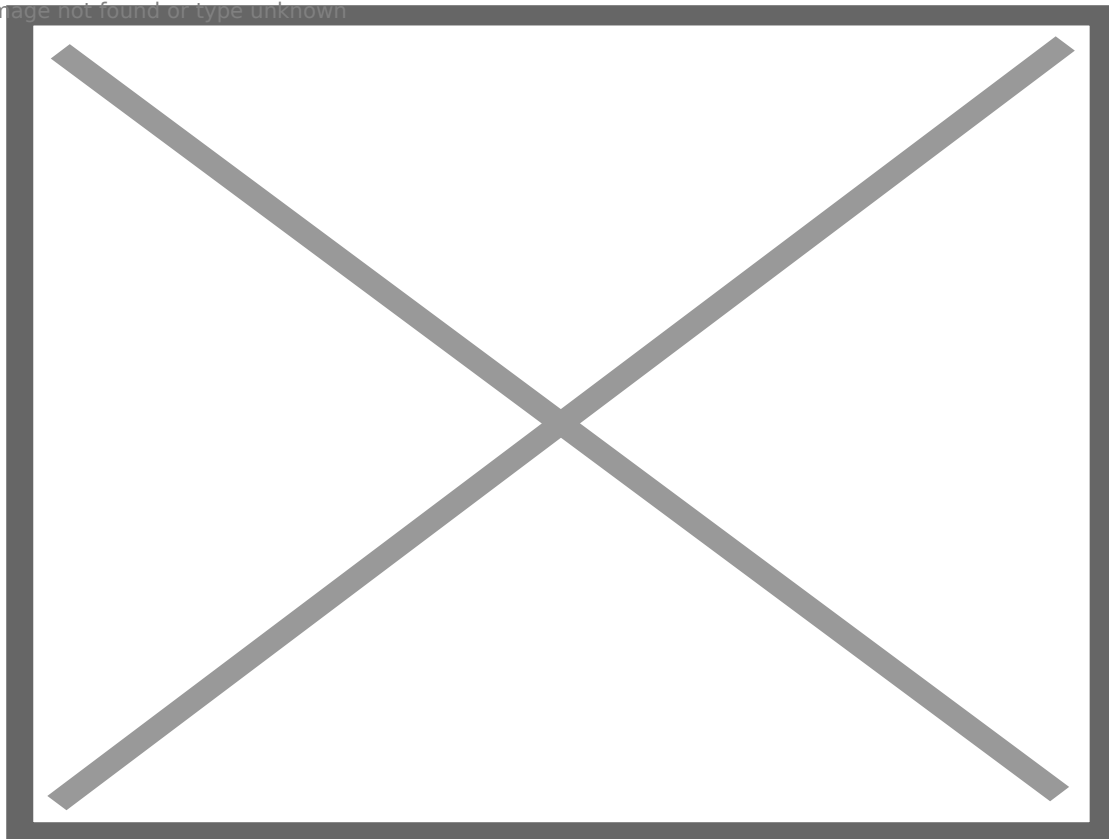
Nếu ví thời sự như cơn mưa, thì nhiều địa phương chưa có "mưa thời sự", đó là hiện tượng "sa mạc hóa thời sự".



Làm việc tại Đài MBS. Ảnh: TL

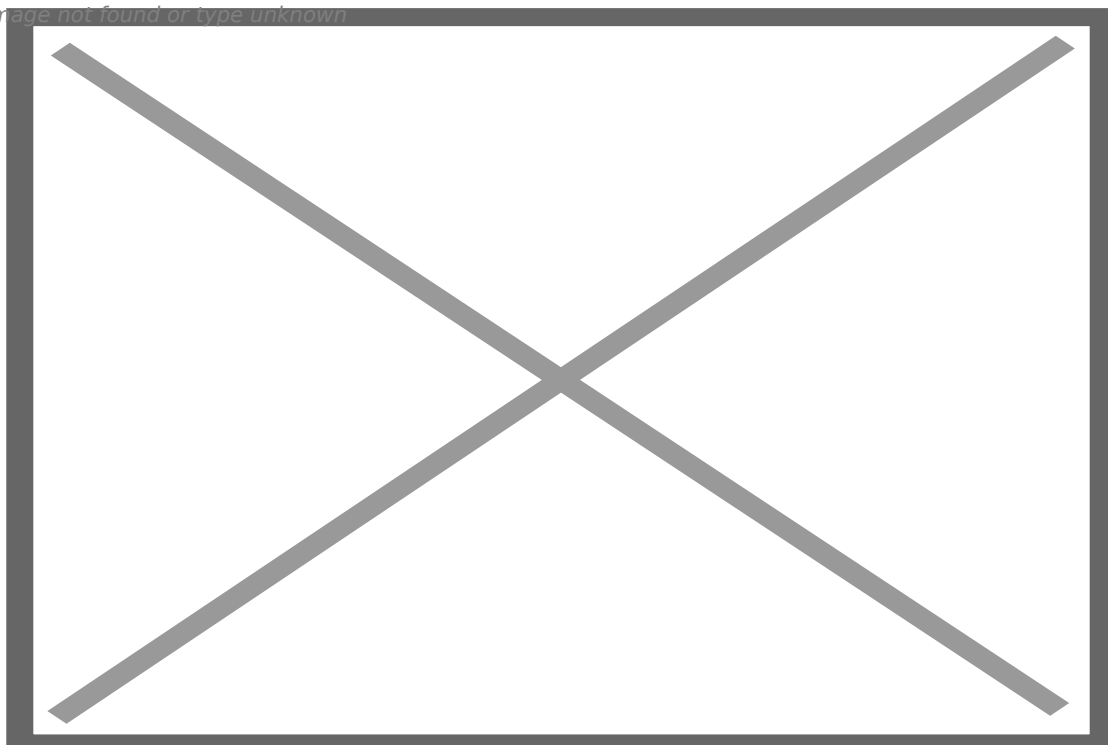
Sang năm MBC sẽ nhắm tới các nhóm công chúng cao tuổi hơn, tuy nhiên một điều đáng tiếc là các nhà quảng cáo ít nhắm tới nhóm công chúng 70 tuổi. Hãy nhớ nhé, chúng tôi chỉ khảo sát nhóm công chúng là phụ nữ thôi, chứ đàn ông không quan trọng đâu, ông Kim Kyung Tae nhấn mạnh.

Image not found or type unknown



Tặng quà cho Ông Cheong Hyung Il Giám đốc điều hành ban thời sự MBC. Ảnh: TL

Image not found or type unknown



Chụp ảnh lưu niệm. Ảnh: TL

Đài MBC (viết tắt của Munhwa Broadcasting Corporation) thành lập từ năm 1961. Đây là cơ quan báo chí truyền thông sản xuất nhiều bộ phim nổi tiếng thế giới, trong đó có *Nàng Dae Jang Geum*, *T ruyền thuyết Jumong*

, *Nàng Dong Yi*, *Nữ hoàng Seondeok*... từng phát sóng trên các kênh truyền hình tại Việt Nam. Đây cũng là những tác phẩm giúp cho nhiều ngôi sao Hàn Quốc trở nên nổi tiếng thế giới.

PV (Từ Hàn Quốc)

Xem thêm:

>>> [Trao đổi nghiệp vụ truyền thông chính sách tại Đại học Hàn Quốc](#)

>>> [Nâng cao năng lực triển khai chính sách tại Koica \(Hàn Quốc\)](#)

>>> [Báo chí Hàn Quốc chuyển đổi trong kỷ nguyên số](#)

>>> [Thời sự là "bữa cơm" ăn hàng ngày của công chúng](#)

>>> [Minh bạch thông tin - "thần dược" trong truyền thông chính sách](#)

>>> [Bức tranh đa chiều về truyền thông Hàn Quốc \(Kỳ I\)](#)

>>> [Bức tranh đa chiều về truyền thông Hàn Quốc \(Kỳ II\)](#)

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/thoi-su-la-bua-com-an-hang-ngay-cua-cong-chung>