

Níu kẻo độc giả bằng mọi cách

21:16 01/07/2016

Tác giả: Admin

Ở Đức, trước sự cạnh tranh của báo điện tử và các phương tiện truyền thông mới, báo in đã và đang “chiến đấu” để giành lại thị phần và vị trí của mình.

Báo in đang “chiến đấu” tích cực để giành lại thị phần và vị trí của mình. Ảnh minh họa

Báo in đang “chiến đấu” tích cực để giành lại thị phần và vị trí của mình. Ảnh minh họa

Cải tiến nội dung để phục vụ công chúng

Tờ “Cologne hàng ngày” của tập đoàn M. Dumont Schaubert (ra số đầu tiên từ năm 1802) là một trong 4 tờ báo lớn nhất nước Đức. Hiện nay, “Cologne hàng ngày” vẫn in khoảng 200.000 bản/ngày, tuy nhiên so với thời hưng thịnh nhất vào những năm 1990 thì “Cologne hàng ngày” đã giảm khoảng hơn 20%. Tờ báo này có trụ sở tại Cologne, một trong những thành phố lớn nhất nước Đức nhưng địa bàn phát hành thì trên khắp toàn nước Đức. Đây là tờ báo hàng ngày nhưng trước sức ép cạnh tranh của các loại hình báo chí, đặc biệt là các tờ báo điện tử và mạng xã hội, “Cologne hàng ngày” đã thay đổi chiến lược từ chỗ chỉ chạy theo tin tức thời sự nay báo đã tập trung đẩy mạnh bình luận, phân tích sâu các vấn đề chính trị, kinh tế xã hội của nước Đức, châu Âu và thế giới. Bên cạnh đó, báo tăng cường phỏng vấn các chuyên gia và các nhà phân tích thời sự về các vấn đề vừa xảy ra...

Tuy nhiên, các vấn đề thời sự nóng vẫn được ưu tiên để công chúng “không bỏ báo mà xem báo điện tử”, thậm chí là bỏ hàng trăm ngàn bản báo đã in để in lại với tin tức và bình luận về một sự việc vừa diễn ra trong đêm, được cập nhật sát giờ phát hành. Đọc, lạ và xoáy vào mảng địa phương là những nội dung báo này đang theo đuổi. Để biết độc giả thích đọc gì và muốn đọc gì, báo đã sử dụng một dụng cụ thăm dò ý kiến bạn đọc “scanner” . Đây là một dụng cụ điện tử phát cho bạn đọc để thăm dò sở thích đọc của họ, sau một thời gian báo sẽ thu lại để tổng hợp, phân tích nhu cầu và thị hiếu của bạn đọc.

“Đào tạo” người đọc trẻ

“Độc giả của chúng tôi mỗi năm lại tăng thêm một tuổi”, người phát ngôn của Tập đoàn M.Dumont Schaubert cho biết như vậy. Bà nói: Nếu như năm nay, tuổi của độc giả là 50 thì sang năm sẽ là

51... và cứ như vậy tăng lên. Người trẻ hiện nay không mấy mặn mà với báo giấy... Đó là nỗi lo của tất cả những tòa soạn báo in của Đức. Chính vì vậy, vào tháng 10/2015, M.Dumont Schaubert cho ra mắt tờ báo dành cho thiếu nhi có cái tên rất ngộ nghĩnh “Duda” (tờ báo của bạn) với mong muốn đào tạo cho mình một thế hệ đọc báo giấy mới. Họ cho rằng, nếu khi còn nhỏ, bạn trẻ không đọc báo giấy, lớn lên chúng cũng không còn thói quen đọc báo. Tờ “Duda” 12 trang khổ nhỏ (nhỉnh hơn giấy A4), được trình bày rất thân thiện và ngộ nghĩnh, in màu, chữ to, ảnh đẹp... Đặc biệt là nội dung rất đa dạng. Ở trang 2 và trang 3 có bài về những vấn đề chính trị, kinh tế và văn hóa... nhưng viết rất nhẹ nhàng, mềm mại phù hợp với cả đối tượng là trẻ em. Ví dụ vấn đề bảo vệ trẻ em khi có khủng bố, chiến tranh, xung đột; vai trò của nước Đức trong cuộc chiến chống khủng bố...

Những vấn đề được viết khá mềm mại, giúp trẻ em có cái nhìn tương đối đầy đủ về các vấn đề của thế giới và đất nước; cùng với đó là các trang các em viết, các em tự giới thiệu phim; những trang dạy nấu ăn, đan lát, thêu thùa, sửa chữa điện tử... Có một điều mà Tập đoàn M.Dumont Schaubert không thể làm khác, đó là đào tạo trẻ em cách bỏ tiền ra mua báo. Tờ báo Duda giá 2 Euro, không rẻ so với các tờ báo khác và mỗi số cũng phát hành trên dưới 100.000 bản. “Thực ra chúng tôi có thể phát không, nhưng như thế sẽ hình thành thói quen đọc báo không mất tiền trong các em... Và như thế trong tương lai làm sao bán được báo để nuôi sống tòa soạn này” - người phụ trách truyền thông tập đoàn M.Dumont Schaubert nói.

Báo điện tử bổ sung cho báo giấy

Zeit Time (Thời Đại) là tờ báo lớn tại Đức. Tờ báo giấy có từ năm 1946 này xuất bản hàng tuần với số lượng khủng 400.000 bản. Với các vấn đề chính trị, kinh tế lớn của thế giới và nước Đức, Zeit khiến người Đức không thể bỏ qua mỗi tuần, dù tờ báo lên tới vài chục trang, dày và nặng. Trong bối cảnh truyền thông xã hội phát triển, Zeit đã ra phiên bản Zeit-online để có thêm công chúng, đặc biệt là công chúng trẻ. Nếu như tòa soạn Zeit đặt tại Hamburg, thì tòa soạn Zeit-online lại có trụ sở tại Berlin. Sau gần 20 năm phát triển hiện Zeit đứng thứ 6 trong các trang online ở Đức. Trang web này có lượng bạn đọc lên tới 85 triệu truy cập/tháng. Bí quyết của Zeit-online thu hút bạn đọc là khi có nội dung hấp dẫn thì phải sáng tạo ra các hình thức thể hiện độc đáo và dễ hiểu nhất. Chính vì vậy, trên trang Zeit-online các hình thức như đồ họa, video... thậm chí là vẽ lại những bài báo theo kiểu truyện tranh như câu chuyện về sử dụng lính trẻ em ở Uganda. Hoặc những câu chuyện rất cũ như được làm mới bằng những cách đọc và lạ như Zeit đăng ảnh vệ tinh buổi tối để thấy phía Tây vẫn dùng đèn vàng, còn phía Đông vẫn dùng đèn màu trắng; hoặc điều tra tên của người Đức và thấy có những cái tên như Rony chỉ có ở phía Đông Đức mà không hề có

ở Tây Đức... từ đó họ bình luận về vấn đề thống nhất nước Đức... Có một điều cho đến thời điểm này, Zeit vẫn giữ hai tòa báo giấy và báo điện tử độc lập. Báo điện tử chỉ sử dụng khoảng 10% bài của báo giấy và ngược lại. Sở dĩ như vậy, theo lãnh đạo tờ báo này vì người đọc báo giấy và báo điện tử là những đối tượng khác nhau, cách thức đọc và cách thức làm báo khác nhau... vì vậy chỉ những vấn đề nóng mới sử dụng chung, còn lại vẫn để hai tòa soạn phát triển độc lập. Và một điều cốt yếu mà họ không muốn phá vỡ, đó là Zeit luôn được biết đến là tờ báo giấy, vì vậy với họ Zeit-online phát triển cũng chỉ có nhiệm vụ bổ sung cho báo giấy mà thôi

Theo Báo cáo Xu hướng Báo chí Thế giới 2015 của Hiệp hội Báo chí và các nhà xuất bản tin tức thế giới (WAN-IFRA), trên thế giới hiện nay có khoảng 2,7 tỷ người trưởng thành vẫn đang đọc báo giấy, chiếm tới một nửa số người trưởng thành trên toàn cầu. 6 thị trường báo chí lớn nhất thế giới lần lượt là Mỹ (37 tỷ USD), Nhật Bản (18 tỷ USD), Đức (16 tỷ USD), Trung Quốc (14 tỷ USD), Anh (8 tỷ USD) và Ấn Độ (7 tỷ USD).

Thành Tuyên

Tạp chí Người Làm Báo số 385 - Tháng 3/2016

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/bao-in>