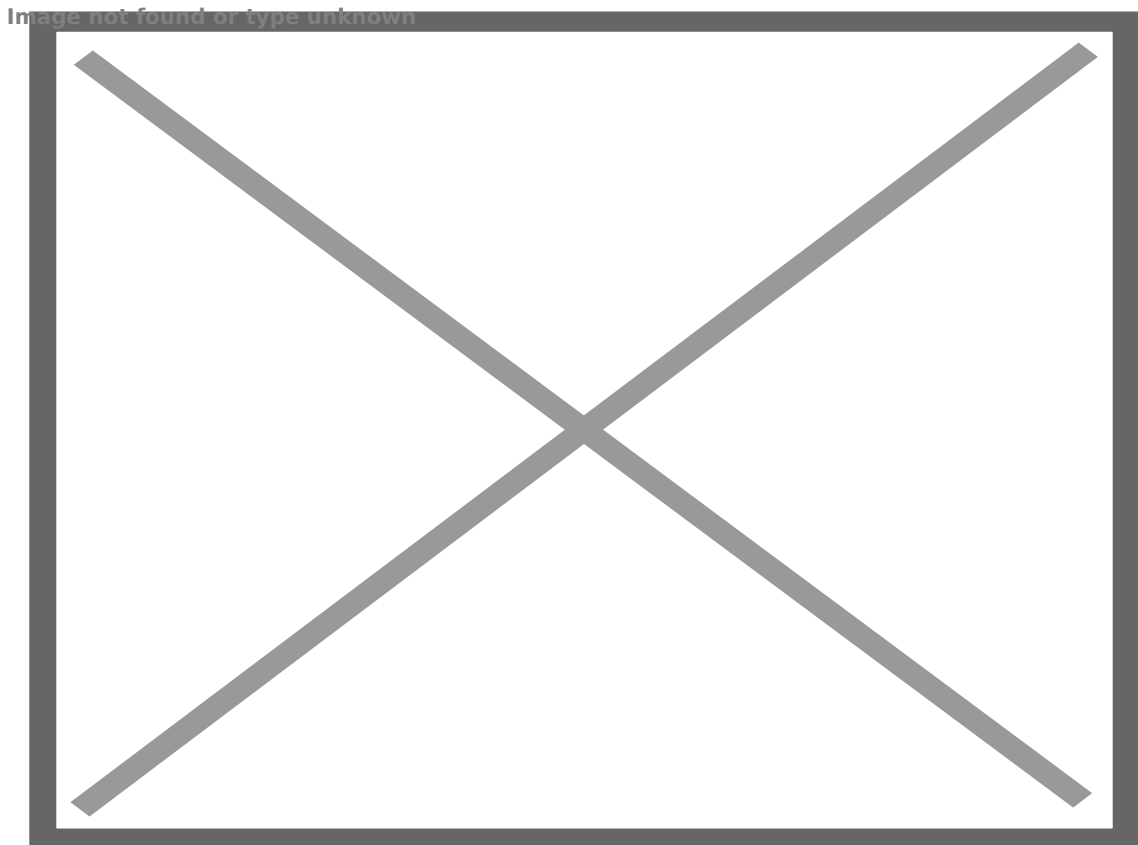


Facebook - thế lực đáng gờm đối với các công ty truyền thông

14:52 07/07/2016

Tác giả: Admin

Facebook là công ty truyền thông mạnh nhất từng tồn tại trên thế giới. Nó cũng là mối đe dọa lớn nhất đối với các công ty báo chí truyền thống khác vì cách thức định nghĩa lại "tin tức" của mình.



Ảnh minh họa. (Nguồn: ibtimes.com)

Theo Businessinsider, hôm 29/6 vừa qua, Facebook đã thừa nhận điều mà những người làm việc trong ngành truyền thông đã nhận thấy trong vài tháng qua, đó là sự sụt giảm về số lượng các bài đăng giới thiệu tới các trang tin tức.

Facebook đã thay đổi thành phần của Bảng tin Facebook để ưu tiên cho các bài đăng của bạn bè và người thân - như những bức ảnh chụp gia đình hay cập nhật trạng thái - thay vì các bài báo hay tin giải trí được các công ty truyền thông đăng tải.

Một số nhà báo, chẳng hạn như Farhad Manjoo của tờ The New York Times tỏ ra khá ngạc nhiên vì

điều này.

Facebook đã có rất nhiều động thái theo hướng báo chí trong những năm gần đây, với những tính năng như Instant Articles, trong đó giúp các ấn phẩm hiển thị các ấn bản của mình trực tiếp trên ứng dụng điện thoại của Facebook để các bài đăng này được tải lên nhanh chóng hơn, và Live Video, vốn được tạo nên bởi các ấn phẩm với trợ cấp trực tiếp từ Facebook. Business Insider đã tham gia vào cả hai dự án này.

Nhưng Facebook là một "con thú" kỳ lạ mà rất nhiều nhà báo vẫn còn chưa hiểu rõ. Đó là vì nó đã đưa định nghĩa về "tin tức" quay trở lại thời kỳ trước cả khi các phương tiện truyền thông được hình thành. Tuy vậy, với tư cách một doanh nghiệp, nó trông giống hệt như một công ty truyền thông đại chúng và cạnh tranh một cách mạnh mẽ để đạt được ngân sách quảng cáo.

Hãy tưởng tượng ra thời kỳ trước khi báo chí, phát thanh hay truyền hình tồn tại. Khi đó, "tin tức" là gì? Mọi người nói chuyện với nhau về sự kiện gì?

Họ nói về những điều xảy ra với bạn bè và các thành viên trong gia đình. Những điều xảy ra ở những nơi gần đó, hoặc xảy ra với người thân hoặc bạn bè cũ hiện đang sống ở nơi xa.

Thỉnh thoảng một vài mẫu thông tin mà chúng ta gọi là tin tức ngày nay sẽ vượt lên giữa những tiếng ồn đó - một nhà lãnh đạo mới, một cuộc chiến tranh, một thảm họa tự nhiên, một câu chuyện kỳ lạ hoặc khó tin chẳng hạn.

Tin tức này lan truyền chậm rãi qua truyền miệng, thường có thêm những thay đổi và biến dạng nhỏ trên đường đi của mình, giống như trong trò chơi tam sao thất bản vậy.

Đó chính xác là những gì Facebook đã tạo ra, điểm khác biệt chỉ là phạm vi toàn cầu và thời gian không chậm trễ chút nào. Những tin đồn và tin thời sự được xen lẫn với nhau và truyền bá ngay lập tức tới khắp mọi nơi.

Đó là những gì người sử dụng muốn. Facebook đã tạo ra một lượng khán giả tới hơn 1,4 tỷ người thường xuyên vào trang web này mỗi tháng. Đó là cách mà công ty này trở thành một trong hai ông lớn trong ngành quảng cáo trực tuyến (tên tuổi còn lại chính là Google), xuất hiện một cách bất thành linh và tóm lấy những khoản phí quảng cáo vốn trước đây được dành cho các kênh truyền thông kiểu cũ.

Mặc dù CEO Mark Zuckerberg của Facebook thường xuyên nói về tự do ngôn luận và kết nối mọi

người, song công ty này dường như lại không hiểu hay không quan tâm đặc biệt tới ngành báo chí như ta biết tới ngày nay.

Công ty đã rơi vào thế thiếu phòng bị khi bị phía bảo thủ cáo buộc có thiên vị trong tính năng Trending Topics, vốn dĩ phải đưa ra những bài đăng được đánh giá là đang được người dùng quan tâm.

Công ty không đưa ra bất kỳ tuyên bố nào về việc Peter Thiel, một trong số các thành viên hội đồng quản trị của công ty đang bí mật tài trợ cho các vụ kiện chống lại công ty truyền thông Gawker.

Cùng với đó, việc Facebook "nhúng chân" vào ngành báo chí cũng không giúp ích gì nhiều cho việc kinh doanh của công ty. Theo một vài báo cáo, sự gắn kết người dùng với các bài đăng được chia sẻ cá nhân theo kiểu truyền thống của Facebook đang ngày càng giảm.

Tóm lại, thiếu đi sự tham gia thực sự cùng với tất cả những vấn đề về đạo đức và luân lý mà các công ty báo chí phải đối mặt hàng ngày - ai có thể trách Facebook khi công ty này lên tiếng rút lui?

Các nhà xuất bản tin tức cho rằng Facebook sẽ tạo ra một thị trường ngách cho họ cũng sẽ phải đối mặt với một sự thức tỉnh đột ngột mà công ty trò chơi xã hội Zynga đã phải trải qua khi người dùng Facebook tỏ ra chán chường với những trò chơi của họ.

Đến dễ thì đi cũng dễ. Nhưng vẫn còn một cách để các nhà xuất bản tin tức truyền thống phát triển: Đó là kể lại những câu chuyện có thực một cách hấp dẫn đến mức người đọc cảm thấy muốn chia sẻ câu chuyện đó lên Facebook hay bất kỳ mạng xã hội nào khác. Hãy quên những thuật toán đi và tiếp cận trực tiếp tới người đọc./.

Nguồn: TTXVN

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/facebook-the-luc-dang-gom-doi-voi-cac-cong-ty-truyen-thong>