

Mạng xã hội: Kênh khai thác mới của các đài truyền hình

14:20 16/07/2016

Tác giả: Ngọc Huyền

Xuất phát từ nhu cầu cá nhân và những chia sẻ mang tính cá nhân, nhưng giờ đây mạng xã hội đã trở thành một công cụ vô cùng quan trọng để các đài truyền hình xây dựng kế hoạch phát triển dài hạn của mình, thậm chí có những chương trình tương tác dành riêng cho độc giả trên các mạng xã hội.

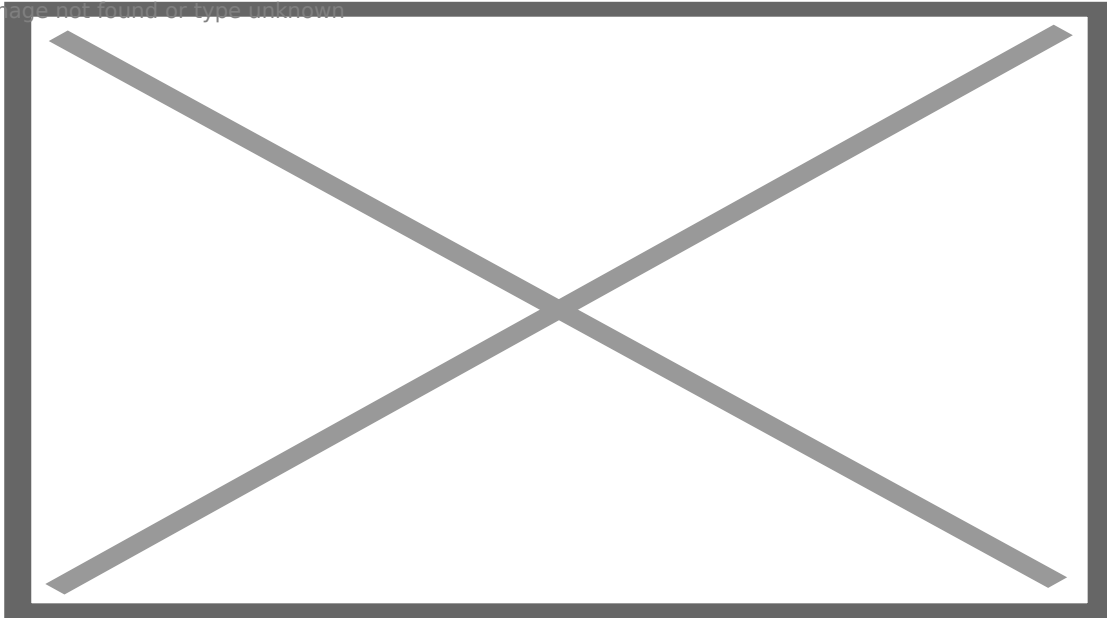
Các giám đốc điều hành của các tập đoàn truyền thông lớn như CNN, CJ E&M đã cùng các đồng nghiệp Việt Nam phân tích, chia sẻ những ảnh hưởng của mạng xã hội tới truyền hình trong hoàn cảnh hiện nay, và những giải pháp sống chung, khai thác mạng xã hội để phát triển mạnh hơn.

Ông Marc Lourdes, Giám đốc CNN Digital khu vực châu Á cho biết, ngày nay với chiếc điện thoại thông minh và vô vàn các ứng dụng tiện ích, bất kỳ một người bình thường nào cũng trở thành một phóng viên ghi hình và làm phóng sự truyền hình ở bất cứ đâu. Bên cạnh đó, trước sức ép cạnh tranh, các tờ báo in truyền thống và các trang mạng cũng đều phải bổ sung chức năng thông tin bằng video. Vì thế, các đài truyền hình bị cạnh tranh dữ dội hơn bao giờ hết. Điều này thúc đẩy các đài truyền hình phải tìm kiếm những phương thức mới để vượt qua những khó khăn này.

Số liệu thống kê ở Mỹ cho thấy, có tới 62% người Mỹ tiếp cận thông tin qua mạng xã hội. Báo in ngay cả tờ bảo thủ nhất là The New York Times cũng đã chuyển sang làm truyền hình. Chính vì thế, các đài truyền hình ở Mỹ hiện nay đang chuyển động mạnh mẽ để sống còn trong cuộc cạnh tranh khốc liệt này.

Ông Marc chia sẻ, CNN là đài truyền hình hàng đầu trong lĩnh vực online, với rất nhiều yếu tố đầu tiên: là đài truyền hình đầu tiên mở rộng sang truyền thông xã hội, dùng twitter đầu tiên. Đến nay, CNN đã có khoảng 95 triệu lượt người đăng ký sử dụng mỗi tháng trên web, 1,9 tỷ lượt người xem trên web mỗi tháng, 300 triệu lượt xem video mỗi tháng. Ước tính đến giữa tháng tư, CNN đạt đến mức 3,1 tỷ người dùng tổng cộng trên mạng xã hội. Chiến lược của CNN trong thời gian tới là tập trung vào video, mobile và phát triển ra toàn cầu.

Image not found or type unknown



Nhiều chương trình hấp dẫn được giới thiệu trên trang mạng xã hội của CJ E&M.

Mạng xã hội cũng đem lại thành công cho nhiều tập đoàn truyền hình khác ở châu Á, trong đó có CJ E&M của Hàn Quốc. Bà Hee Young Sohn, Giám đốc quốc tế của CJ E&M chia sẻ, từ chỗ là một doanh nghiệp nhỏ kinh doanh thực phẩm, đến nay CJ E&M đã vươn lên thành tập đoàn hàng đầu Hàn Quốc về truyền thông, trong đó mảng truyền hình là chủ yếu. Hiện nay CJ E&M sở hữu 18 kênh truyền hình, có khoảng 39 triệu lượt người đăng ký ở 16 nước, đứng đầu châu Á và thứ 28 trên thế giới.

Bí quyết của họ là gì?

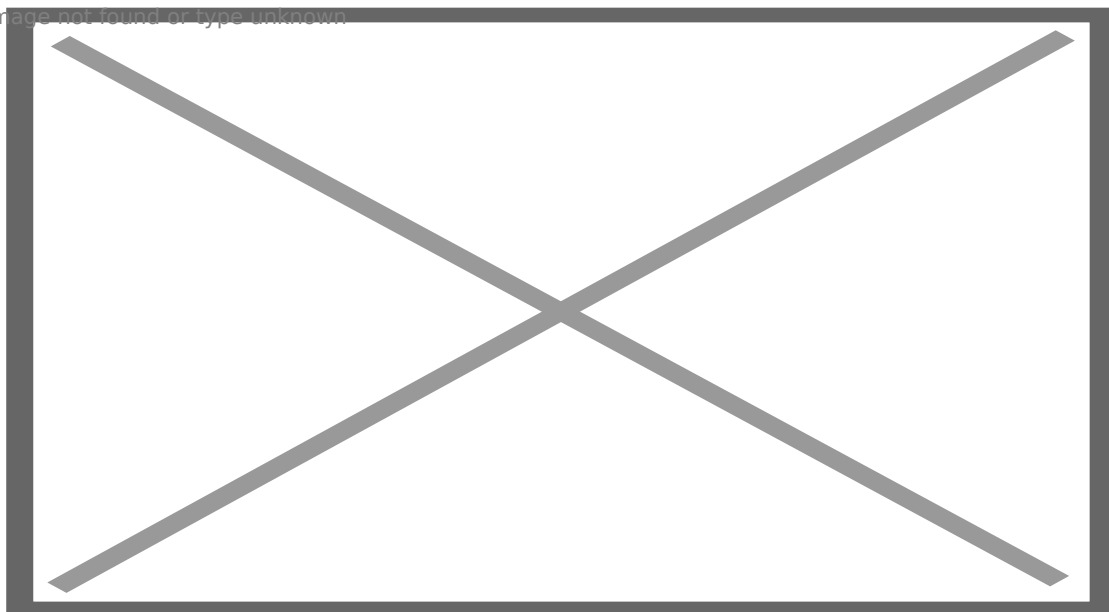
Giám đốc Marc cho biết, CNN xây dựng những chương trình riêng dành cho khán giả ở mạng xã hội, với những lợi thế và đặc thù riêng biệt. Đặc điểm của mạng xã hội là người đọc sẽ lướt tin rất nhanh, nên cũng có đội ngũ biên tập viên riêng cho thông tin trên mạng xã hội. Ông nói: “Không phải tất cả những gì chúng ta phát trên TV đều có thể đưa được lên mạng xã hội, thường phải rút ngắn đi và lựa chọn thông tin phù hợp”.

CNN cũng có những dự án riêng dành cho mạng xã hội, như kêu gọi khán giả gửi những câu chuyện của mình, và câu chuyện đó được thể hiện lại rất đẹp, rất hay. Tính năng live vừa mới cập nhật trên FB cũng được CNN ứng dụng nhanh chóng trong nhiều phóng sự ngắn dưới 5 phút: đưa khán giả vào bên trong một núi lửa, hay vào một phòng thí nghiệm lớn nhất ở Thụy Sĩ....

Đối với CJ E&M, bà Hee Young Sohn cho biết, họ chủ yếu tập trung vào đối tượng khán giả trẻ, nên cách khai thác chương trình cũng phù hợp với đối tượng này. Nhiều ngôi sao giải trí, người nổi

tiếng được mời đến tham gia các chương trình, thí dụ như trang điểm... CJ E&M cũng thu lợi nhuận bằng cách kết hợp quảng cáo, bán sản phẩm thông qua các chương trình này...

Image not found or type unknown



Trang Facebook của VTV24

Ở Việt Nam, hiện nay VTV là đơn vị hàng đầu khai thác mạng xã hội kết hợp với truyền hình truyền thống. Ông Nguyễn Thành Lương, Phó Tổng giám đốc VTV cho biết, hiện nay VTV có ba kênh đầu ra là VTV Go, VTV News và trang mạng xã hội. Đây là các kênh giữ khán giả cho VTV, là nơi tương tác với khán giả, tìm hiểu được nhu cầu của nhiều đối tượng khán giả khác nhau, đồng thời cũng là kênh marketing quan trọng đối với VTV, và xu hướng này được đánh giá là sẽ phát triển mạnh mẽ trong thời gian tới.

Nguồn: Báo Nhân dân

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/mang-xa-hoi-truyen-hinh-cnn>