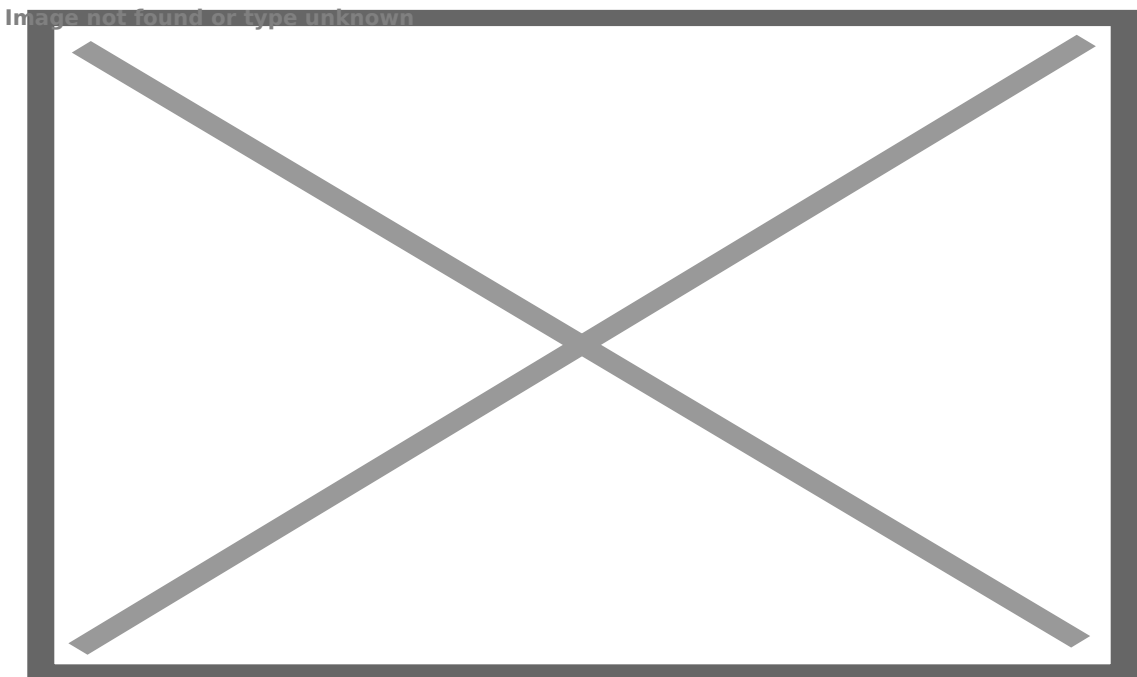


Facebook công bố biện pháp hợp tác với ngành công nghiệp tin tức

22:41 15/01/2017

Tác giả: Admin

Facebook vừa công bố các biện pháp nhằm thiết lập những mối quan hệ vững mạnh hơn giữa mạng xã hội và ngành công nghiệp tin tức, cho phép hợp tác phát triển sản phẩm, những cách mới để các nhà xuất bản tin tức kiếm tiền, và hoạt động đào tạo cho các tòa soạn và độc giả.



(Nguồn: AFP/Getty Images)

Theo The Guardian, dự án Báo chí Facebook được công bố trong bối cảnh vai trò nhà phân phối tin tức của Facebook ngày càng bị giám sát kỹ càng, sau khi mạng xã hội này được cho là đã thất bại trong việc xử lý sự lan truyền những thông tin sai lệch trong thời gian diễn ra cuộc bầu cử tổng thống Mỹ.

Cùng lúc đó, Facebook và Google đang chiếm phần lớn doanh thu quảng cáo trực tuyến, trong khi các tòa soạn báo phải cắt giảm chi phí và nhân công.

Nhiều biện pháp thuộc Dự án Báo chí Facebook đã được công bố riêng rẽ trước đó, nhưng tuyên bố này đã nhấn mạnh cam kết của Facebook với những nội dung mà các hãng tin cung cấp.

"Chúng tôi đã chuẩn bị cho công việc này trong một thời gian dài. Các đối tác truyền thông của chúng tôi muốn một cam kết sâu sắc hơn, không chỉ ở mức độ kinh doanh, mà còn ở mức độ sản phẩm/kỹ thuật," Fidji Simo, giám đốc sản phẩm của Facebook, người lãnh đạo dự án cho biết.

Bà chia sẻ rằng chương trình này được kết nối với các giá trị nội dung trang chủ mà Facebook đã thông báo hồi tháng 6/2016. Trong một bài đăng trên blog, phó chủ tịch quản lý sản phẩm của Facebook là Adam Mosseri đã tiết lộ vai trò chính của trang chủ Facebook là hiển thị những nội dung từ bạn bè và người thân, nhưng hai vai trò còn lại là thông tin và giải trí.

Simo cho biết: "Chúng tôi đang bảo đảm rằng báo chí sẽ phát triển mạnh như một bộ phận của trục 'thông tin'."

"Chúng tôi không phải là một công ty truyền thông truyền thống, cũng không phải là một công ty công nghệ truyền thống," Sinon nhắc lại những lời của Mark Zuckerberg hồi cuối tháng 12 vừa qua. "Chúng tôi tạo nên công nghệ giúp mọi người kết nối với nhau và nhận được thông tin. Điều đó có nghĩa là hợp tác tốt với ngành công nghiệp tin tức."

Thông báo này được đưa ra một tuần sau khi Facebook chỉ định cựu người dẫn chương trình của CNN là Campbell Brown lãnh đạo đội ngũ quan hệ đối tác tin tức.

Các hãng tin lớn đã thường xuyên thảo luận với nhóm quan hệ đối tác tin tức của Facebook, nhưng bây giờ họ sẽ được tiếp cận với các kỹ sư của công ty công nghệ để hợp tác phát triển các sản phẩm - dù là cách kể chuyện hay định dạng quảng cáo mới. Hoạt động này sẽ diễn ra dưới hình thức hội nghị bàn tròn, hợp tác lập trình và các nhóm chia sẻ trực tuyến.

Một ví dụ về những loại hình sản phẩm sẽ được đưa ra bao gồm cách trình bày các gói câu chuyện tin tức trên Facebook (một tính năng mà các tòa soạn yêu cầu) gọi là những "bộ sưu tập"; những mẫu quảng cáo xuất hiện giữa các đoạn video và truyền hình trực tiếp; và một công cụ cho phép độc giả đăng ký theo dõi các ấn phẩm trực tiếp từ Facebook.

Với Facebook Live, các nhà xuất bản tin tức sẽ có khả năng chỉ định các nhà báo như những người đóng góp nội dung để họ có thể đưa tin trực tiếp thay mặt cho trang tin mà không cần các chi tiết đăng nhập cho tài khoản Facebook của nhà xuất bản tin tức.

"Tôi rất vui khi thấy quy mô của chương trình và đây là một sự công nhận rằng Facebook xem họ

là một phần của hệ sinh thái tin tức", Claire Wardle của First Draft News chia sẻ. "Trước đây, các hãng tin rất khó tiếp cận được với các kỹ sư, và các kỹ sư cũng không hiểu gì về kinh doanh tin tức."

Giám đốc thông tin của tờ Washington Post, Shailesh Prakash cũng đồng tình. "Chúng ta thường nghe về một sản phẩm chỉ sau khi chúng đã được hoàn thành", ông dẫn chứng ví dụ về Instant Article. "Ngay cả với một sự ra mắt sản phẩm sớm của đối tác, những quyết định trọng đại vẫn được đưa ra dựa theo giao diện người dùng và quy trình công việc. Sẽ hiệu quả hơn rất nhiều nếu chúng tôi có thể tham gia ngay từ đầu."

Theo Prakash, tuyên bố này có nghĩa là những cuộc trao đổi qua điện thoại hàng tuần giữa Washington Post và Facebook sẽ được hỗ trợ thêm bởi các cuộc họp trực tiếp hàng tháng. Hiện chưa rõ có bao nhiêu hãng tin sẽ đạt đến mức độ tiếp cận này.

Với chủ biên của Vox Media là Melissa Bell, việc hợp tác hiệu quả hơn không chỉ với Facebook mà còn với các nhà xuất bản tin tức khác mang lại nhiều giá trị.

"Trước đây, có rất nhiều câu hỏi mà tất cả mọi người đều tìm cách tự mình trả lời và điều đó đã làm giảm tốc độ đi rất nhiều. Điều bắt buộc với ngành công nghiệp là chúng tôi phải hợp tác để tạo ra thông tin truyền thông mang lại lợi nhuận, đáng tin cậy và hiệu quả."

Liên quan đến việc xử lý sự lan truyền của thông tin sai lệch trên nền tảng của mình, Facebook đã nhắc lại quan hệ đối tác mới công bố gần đây với các bên thứ ba chịu trách nhiệm xác thực và các kế hoạch ngừng đặt các mẫu quảng cáo trên các trang web chuyên đưa tin tức giả.

Công ty cũng cam kết thúc đẩy kỹ năng tin tức của người dùng Facebook bằng nhiều biện pháp, bao gồm một loạt các quảng cáo dịch vụ công cộng.

"Tôi nghĩ rằng có nhiều điều mà các nền tảng có thể làm được ở đây", Wardle chia sẻ và đề nghị rằng họ nên lồng ghép các công cụ giáo dục truyền thông qua những thông điệp khi chia sẻ một câu chuyện - một điều mà Facebook đang thực hiện cho những tin tức đã được kiểm chứng bởi các đối tác bên thứ ba.

"Bạn sẽ làm gì khi ông chú Bob điên rồ liên tục chia sẻ những nội dung có vấn đề một cách có hệ thống? Thay vì bảo ông ấy đi học một khóa xóa mù về truyền thông trên Facebook, bạn cần những công cụ được gắn sẵn vào nền tảng đó."

Dự án cũng sẽ mở rộng hoạt động đào tạo mà Facebook cung cấp cho các tòa soạn lớn tới các

hãng tin địa phương quy mô nhỏ, thường phải vật lộn để giành quyền tiếp cận gã khổng lồ mạng xã hội.

Facebook cũng sẽ đưa ra các khóa học trực tuyến đa ngôn ngữ và giới thiệu một công cụ phân tích tên là CrowdTangle miễn phí cho các đối tác.

Facebook đồng thời sẽ giúp First Draft thiết lập một cộng đồng xác minh ảo cho những tin tức truyền thông nhân chứng được hình thành trong các sự kiện tin tức mới nhất.

Cả Wardle và Prakash đều cho biết họ mong Facebook sẽ cởi mở hơn với các dữ liệu của mình. Với Wardle, điều quan trọng là giúp các nhà nghiên cứu độc lập chất vấn các quyết định mà Facebook đang đưa ra.

Ví dụ, một nghiên cứu tâm lý xã hội đã chỉ ra rằng có một "hiệu ứng boomerang" khi lật tẩy các câu chuyện tin tức khiến nhiều người dễ nhấn vào để đọc các tin đó hơn. "Đây là một thời điểm quan trọng để chúng tôi ra những quyết định lớn. Tôi rất mong được thấy nhiều cơ sở bằng chứng hơn", bà cho biết.

Ngược lại, Prakash lại muốn có nhiều dữ liệu hơn về cách người dùng Facebook tương tác với các nội dung tin tức, ví dụ như một người dùng Instant Article sẽ kéo thanh cuộn của họ xuống chừng nào để xem tin tức, hay sẽ dành bao nhiêu thời gian để xem video.

"Tôi hy vọng việc được tham gia vào các [hội nghị bàn tròn] sẽ giúp chúng tôi có tiếng nói hơn để Facebook hiểu vì sao chúng tôi muốn có các dữ liệu đó," ông cho biết.

"Không phải tất cả những sáng kiến này đều sẽ mang lại kết quả, nhưng thực tế là họ đang thử tất cả mọi cách nên được nhìn nhận theo hướng tích cực," Wardle nhận xét.

Tuy nhiên, bà vẫn còn một yêu cầu lớn nữa chưa được thực hiện: "Tôi thực sự mong là họ sẽ thuê một tổng biên tập"./.

Theo TTXVN

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/facebook-cong-bo-bien-phap-hop-tac-voi-nganh-cong-nghiep-tin-tuc>