

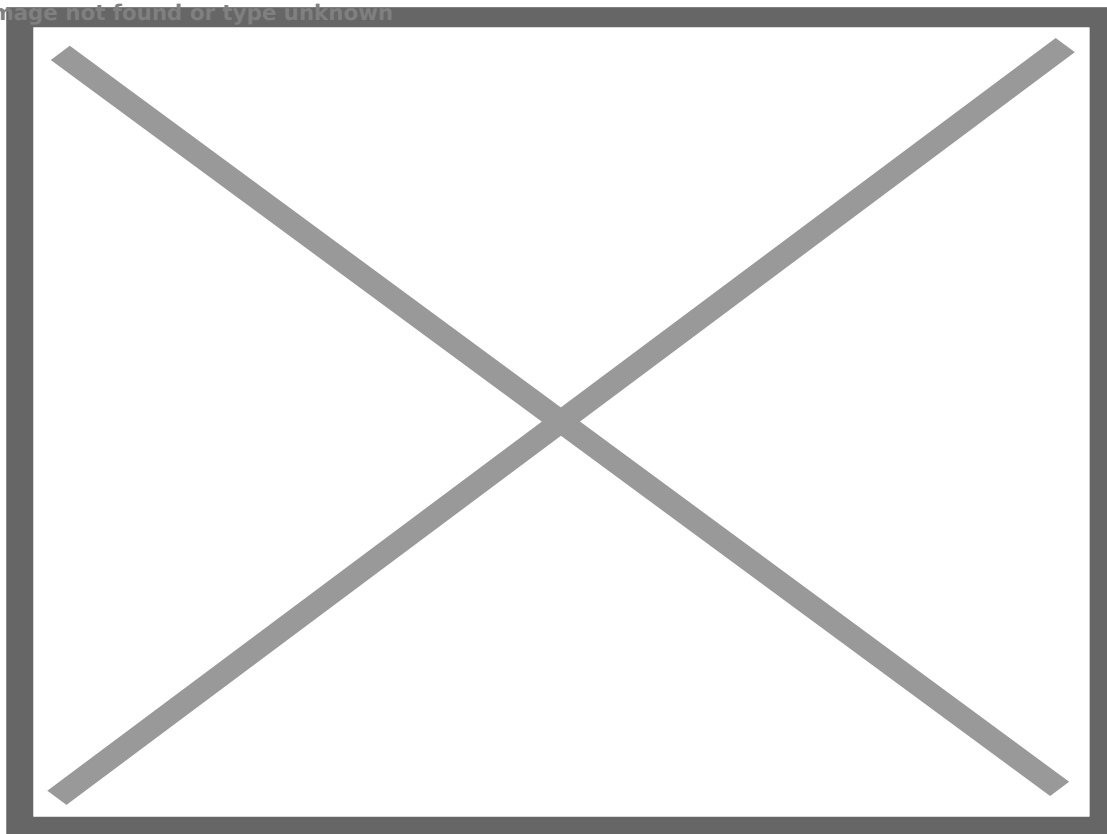
Khai thác nền tảng TikTok để thu hút công chúng báo chí trẻ

23:22 07/12/2021

Tác giả: Thế Anh

Hiện nay, chúng ta dễ dàng bắt gặp những video clip quay cảnh người hát nhép, hoặc một tiểu phẩm ngắn, một tình huống hài hước, một pha nguy hiểm... Những đoạn video đó thường rất ngắn và có gắn logo TikTok. TikTok là mạng xã hội đang thu hút giới trẻ, đặc biệt là thế hệ Z (nhóm lứa tuổi sinh ra trong thời Internet đã phát triển 1997-2012). Và TikTok cũng đang thu hút sự quan tâm của báo chí như một nền tảng mới.

Image not found or type unknown



Trang Tiktok vtv24 và Trang TikTok của báo Nhân Dân

Một cách tiếp cận riêng

Cũng là mạng xã hội dạng video, nhưng khác với YouTube, TikTok chỉ cho phép người sử dụng xuất bản trên nền tảng này các video rất ngắn và có nhiều kỹ xảo vui mắt.

Nhờ cách tiếp cận đó, những video của TikTok thường lan truyền với tốc độ chóng mặt trên web, được chia sẻ lại trên nhiều mạng xã hội khác, đặc biệt là Facebook.

Một báo cáo từ hãng phân tích Sensor Tower giữa năm ngoái cho thấy TikTok hiện đã được tải xuống hơn 2 tỷ lượt trên toàn cầu. Đây là một con số không dễ gì có được nếu biết rằng TikTok là mạng xã hội mới chỉ xuất hiện vào tháng 9/2016. Sinh sau đẻ muộn nhưng đến nay, TikTok đã có hơn 1 tỷ người dùng toàn cầu.

Tiền thân của TikTok là Vine, mạng xã hội cho phép tạo những video dài 6 giây (Vine cũng từng biến hàng chục Viner trở thành ngôi sao Internet). Trào lưu tạo video ngắn từ Vine, đến Musical.ly với phong cách video hát nhép theo nhạc đã thu hút hàng trăm triệu người dùng. Người dùng TikTok hiện nay có thể xuất bản các clip dài 15 giây và cũng có tùy chọn liên kết các clip này với nhau thành câu chuyện với thời lượng có thể kéo dài tới 60 giây.

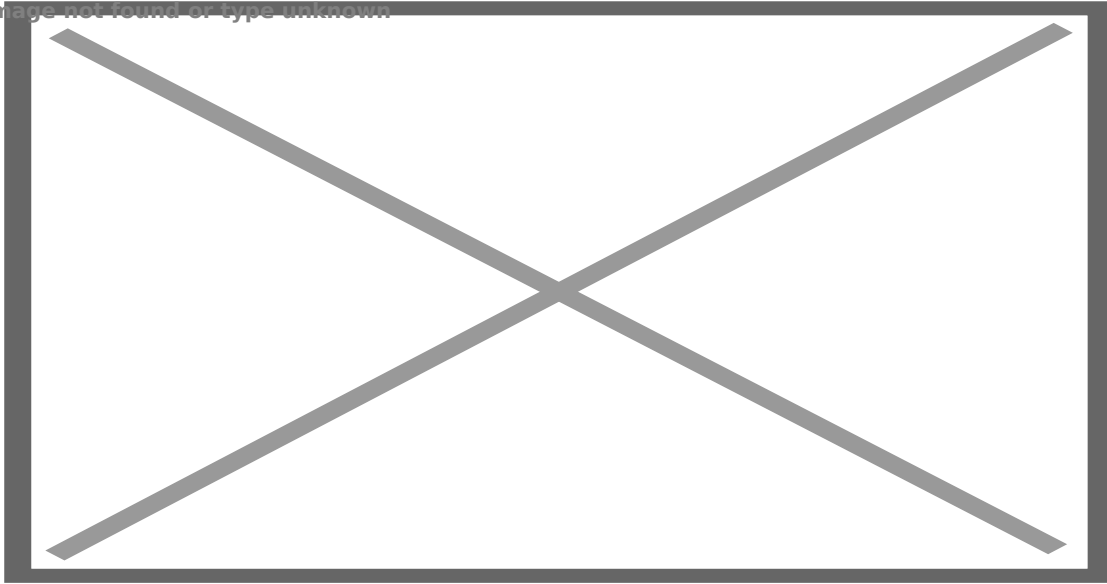
Công cụ quay video được tích hợp trên TikTok cho người dùng chỉnh sửa video khá phong phú. Tất nhiên đây không phải là công cụ dựng chuyên nghiệp, nhưng nó có sẵn một số tính năng tạo hiệu ứng, kỹ xảo đặc biệt. Nhiều kỹ xảo cho phép người dùng có thể vẽ trên màn hình. Những hiệu ứng khác cho phép người dùng thử các bộ lọc và thậm chí sử dụng công nghệ thực tế tăng cường (Augmented Reality) để thay đổi môi trường xung quanh.

TikTok cũng có sẵn một kho âm nhạc khổng lồ với hầu hết mọi thể loại. Nếu không thích các bài nhạc, bạn cũng có thể sử dụng các đoạn hội thoại từ những video hài hước để làm clip nhép.

Là một mạng xã hội video, TikTok cho phép người sử dụng sản xuất nhiều nội dung, thể loại để đưa lên. Nhưng theo dõi mạng xã hội này với các thành viên dùng tiếng Việt, chúng tôi nhận thấy phổ biến là dạng video hài hước, hát nhép, hướng dẫn công nghệ, kể chuyện (những pha nguy hiểm hoặc thú vị) v.v..

Đặc điểm nổi bật của video trên TikTok – do yêu cầu ngắn – nên rất sáng tạo và đầy tính giải trí. Kết cấu không theo quy chuẩn thông thường, rất phá cách.

Image not found or type unknown



TikTok có ma lực thu hút tuổi teen ở nhiều nước trên thế giới_Ảnh minh họa

Bí quyết TikTok

Cái gì làm cho mạng xã hội TikTok thu hút mạnh mẽ giới trẻ thế giới ở hơn 150 thị trường với 75 ngôn ngữ trên thế giới? Câu trả lời của các chuyên gia là AI - trí tuệ nhân tạo! TikTok đã khai thác rất thành công, đặc biệt, trong việc nắm bắt và giữ chân khách hàng - người sử dụng. Với TikTok, trí tuệ nhân tạo ghi lại sở thích của người dùng để gợi ý. Nhưng sự gợi ý không đơn thuần là đề xuất các thể loại video để xem mà nó giúp cá nhân hóa thay cho người dùng, nó làm tăng sự tò mò đối với ứng dụng.

Nếu với các mạng xã hội nổi tiếng như Facebook, Twitter và Instagram, trí tuệ nhân tạo được sử dụng như một công cụ, với TikTok, AI giữ quyền kiểm soát tối đa đối với những gì người dùng nhìn thấy. Kiểm soát người dùng là một yếu tố cực kỳ quan trọng giúp trải nghiệm sản phẩm thêm phần thú vị. AI đã thực hiện cách tiếp cận rất tích cực để kiểm soát những gì người dùng nhìn thấy trong ứng dụng, đó cũng chính là một thành công lớn đối với TikTok.

Đây vừa là điểm mạnh của mạng xã hội này nhưng cũng là điểm yếu làm một số chuyên gia tỏ ra quan ngại. Thậm chí, hiện nay có quốc gia cấm sử dụng TikTok vì sợ mạng xã hội này can thiệp quá sâu vào thông tin cá nhân người sử dụng cũng như các thông tin nhạy cảm khác ở góc độ chính trị.

Ở góc độ người dùng, TikTok hiện là mạng xã hội thu hút giới trẻ, tuổi mới lớn. Và chính vì thế, các cơ quan truyền thông lớn trên thế giới đều tranh thủ khai thác nền tảng mạng xã hội này.

Khi báo Nhân Dân lên TikTok

Các cơ quan báo chí nổi tiếng thế giới như Washington Post, NBC News, USA Today, ESPN, CBS Sports, Dallas Morning News, BBC, Kyra TV, Tagesschau, 20 Minuten v.v.. đã sớm có mặt trên TikTok. Tại Việt Nam, VTV24, Vietnam Plus của TTXVN, báo Thanh Niên và hàng chục cơ quan báo chí khác cũng khai thác nền tảng TikTok từ năm 2020.

Ngày 9/10, ông Lê Quốc Minh, Ủy viên Trung ương Đảng, Phó Trưởng ban Ban Tuyên giáo Trung ương, Tổng biên tập báo Nhân Dân đã giới thiệu tài khoản TikTok của báo Nhân Dân, đồng thời, ông cũng giải thích thêm: “Nơi nào có độc giả thì nơi đó báo cần phải xuất hiện. Lý do đơn giản của chiến lược đa nền tảng là vậy thôi. Báo Nhân Dân cũng phải hướng đến thế hệ Z”. Dù mới xuất hiện nhưng tài khoản báo Nhân Dân trên TikTok cũng nhanh chóng thu hút trên 34.000 người theo dõi.

Hiện nay, những cơ quan báo chí gặt hái được thành công khi khai thác mạng TikTok (cả về nguồn thu quảng cáo này lẫn nội dung thông tin) có thể kể đến báo Thanh Niên - với hơn 1 triệu lượt theo dõi, hay VTV24 - với hơn 4 triệu lượt theo dõi. Báo Thanh Niên và VTV24 khai thác nền tảng TikTok từ đầu năm 2020. Thông tấn xã Việt Nam mà cụ thể là báo Vietnam Plus đã lập kênh kiểm chứng thông tin (fact - check) trên TikTok.

Theo dõi những tài khoản TikTok của các cơ quan báo chí Việt Nam thời gian qua, nhiều đơn vị báo chí chưa biết cách biên tập video phù hợp với nền tảng này. Do một số yêu cầu kỹ thuật về khung hình, về cách tạo ấn tượng trong lần lướt mắt đầu tiên, về cách làm nội dung theo xu hướng (trend) v.v.. đặc thù của TikTok, các sản phẩm đăng tải trên mạng này cần được xử lý lại cho phù hợp với thói quen và tâm lý tiếp nhận của giới trẻ.

Chúng ta đang ở trong bối cảnh báo chí phát triển trong hệ sinh thái truyền thông mới, mà ở đó, mạng xã hội và các nền tảng Internet khác đã góp phần đẩy thông tin báo chí đi nhanh hơn, xa hơn, sâu hơn. Báo chí hiện nay được phát hành đa nền tảng. Chính vì thế, người làm báo không thể khur khur bám lấy những quan niệm truyền thống về cách thức phát hành thông tin.

Mục tiêu cuối cùng của báo chí là phụng sự công chúng truyền thông, là tiếp cận công chúng ở mọi nền tảng, mọi tầng lớp, mọi lứa tuổi. Khai thác càng nhiều nền tảng, thông tin càng tới được với số đông người dùng. TikTok là mạng xã hội của giới trẻ, cũng là kênh để báo chí tương tác với người trẻ. Và những người trẻ hôm nay sẽ trở thành những “độc giả trung thành” của cơ quan báo chí trong tương lai.

Phan Văn Tú

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/khai-thac-nen-tang-tiktok-de-thu-hut-cong-chung-bao-chi-tre>