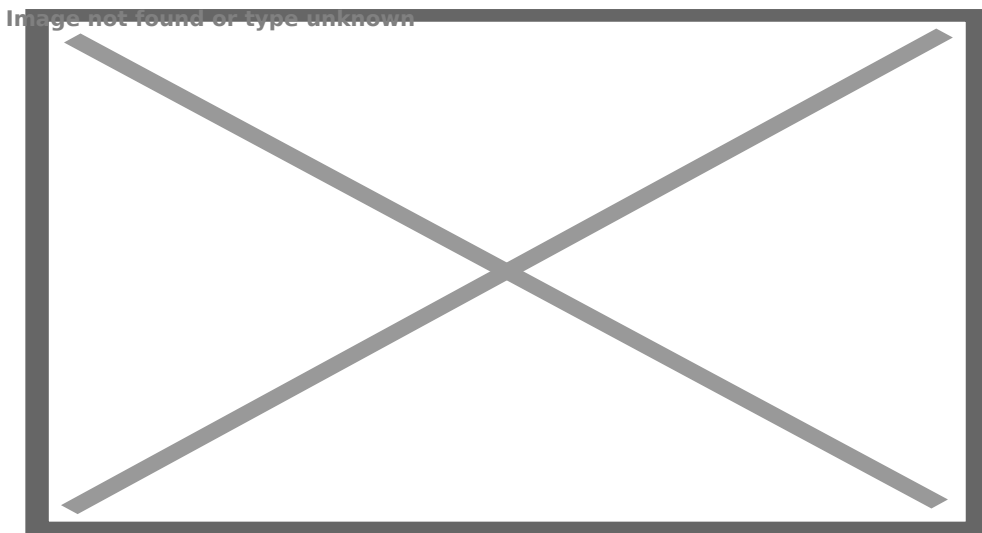


Kỳ 1: Trên đường đua chuyển đổi số toàn cầu

04:41 22/03/2023

Tác giả: Ngọc Bích

Khi cuộc cách mạng công nghệ bao trùm trên tất cả các lĩnh vực, thúc đẩy nhân loại đi về phía trước, báo chí cũng nhanh chân tìm kiếm vị trí tiên phong để không bị bỏ lại phía sau, cũng như bắt kịp xu hướng thông tin của khán giả, độc giả,... Từ đó, quá trình tiếp nhận tin tức dần trở thành trải nghiệm đa giác quan, được số hóa và phủ sóng rộng khắp trên nền tảng công nghệ ngày càng đa dạng, tân tiến, tạo bất ngờ cho khán giả toàn cầu và là hình mẫu điển hình cho hành trình chuyển đổi số của báo chí Việt Nam.



Tờ Washington Post so sánh thời gian tải tin tức trên website và trên ứng dụng đọc tin tức_Ảnh:The Washington Post

Cùng với sự phát triển của Internet và mạng xã hội trong những năm cuối của thập niên 20 cho đến nay, báo chí đã vận động nhanh chóng trên một cuộc chạy đua nước rút với nhiều ứng dụng mới, tạo nên thay đổi rõ rệt. Những cập nhật mới nhanh chóng bị lỗi thời, những tin tức dễ dàng trôi tuột khỏi tầm mắt khán, thính giả,... yêu cầu của thế hệ mới, thị trường mới đã đặt ra những nhu cầu mới, để các cơ quan báo chí trên toàn thế giới phải nghiêm túc thực hiện cuộc chạy đua với chuyển đổi số.

Chuyển đổi số đưa mô hình hoạt động của các cơ quan báo chí truyền thống sang mô hình công nghệ dữ liệu lớn, điện toán đám mây,... hay hiểu đơn giản là số hóa sản phẩm báo chí và xuất bản trên không gian mạng. Về mặt chuyên môn, quá trình chuyển đổi số sẽ làm thay đổi hình thức và nội dung của nhiều loại hình tác phẩm báo chí, từ đó đặt ra những yêu cầu mới cho người làm báo

trong việc tư duy, công tác thực hiện hoặc học cách làm việc với các công nghệ mới. Về mặt quản trị, quá trình chuyển đổi số làm thay đổi cơ cấu nhân sự của cả cơ quan báo chí, bổ sung thêm những vị trí hoặc dành nguồn tài chính để phục vụ chuyển đổi số, ứng dụng kỹ thuật và kỹ năng để xác định, thu hút các đối tượng khán, thính giả.

Ngay từ khi Internet xuất hiện, các đơn vị báo chí lớn ở những nước phát triển đã sớm nhìn thấy tiềm năng để đặt chân vào cuộc đua này. Các “gã khổng lồ” của nền báo chí Mỹ như The New York Times, The Washington Post, Wall Street Journal,... ; báo chí Châu Âu như The Guardian, AP News, AFP,... hay các hãng tin non trẻ chỉ có ấn phẩm điện tử đều có hướng đi riêng, với sự kết hợp nhuần nhuyễn giữa công nghệ và sáng tạo nội dung cùng việc nhìn thấu thị trường tiềm năng.

Công nghệ là nền tảng, nội dung là chìa khóa

Kết hợp hai yếu tố trên, nhiều cơ quan báo chí đã tạo nên sự thành công trong công cuộc chuyển đổi số. Công nghệ với kết cấu hạ tầng: thiết bị kỹ thuật, hệ thống máy móc phục vụ nghiệp vụ, hệ thống kết nối, đường truyền, không gian điện toán,... đóng vai trò quan trọng như là nền tảng để quá trình chuyển đổi số có thể diễn ra. Bởi lẽ, chính sự phát triển của công nghệ đã đặt ra yêu cầu để tiến trình này diễn ra.

Không chỉ dừng lại ở việc số hóa các nội dung được xuất bản trên báo in một cách nguyên tắc, rập khuôn thông qua sự phát triển của các website, những nhà lãnh đạo báo chí nước ngoài nhìn thấy cả yêu cầu nâng cao trải nghiệm tiếp nhận thông tin qua những điểm tương chừng nhỏ nhặt như tốc độ đường truyền. Trong quá trình cải tiến trải nghiệm cho người đọc, The Washington Post đã tăng tốc độ trải nghiệm thông tin của độc giả, từ 4 giây còn 0.8 giây cho một lần click chuột vào nội dung đích. Tận dụng thời điểm cuộc bầu cử Tổng thống Mỹ năm 2015 diễn ra, với nhu cầu tin tức của người dân tăng lên, The Washington Post đã lần đầu tiên soán ngôi lượt xem của The New York Times với trải nghiệm xem tin tức được cải thiện về tốc độ.

Bên cạnh đó, các hình ảnh được số hóa và nâng cao chất lượng theo thời gian, thậm chí tạo nên trải nghiệm chiêm ngưỡng hình ảnh 3D trên màn hình phẳng. Các tờ báo đặt mình vào không gian khổng lồ của Internet để tìm chỗ đứng cho mình thông qua tối ưu công cụ tìm kiếm. Tiêu đề bài viết thường xuyên được đặt vào cuộc thử nghiệm (beta-testing headlines), đo lường trực tiếp kết quả trả về từ các dạng tiêu đề đối với hệ thống tìm kiếm và nhận thức của con người, từ đó kết luận công thức tiêu đề trả về kết quả tối ưu nhất.

Hệ thống trang thiết bị hiện đại là công cụ đắc lực hỗ trợ phóng viên, biên tập viên xây dựng và

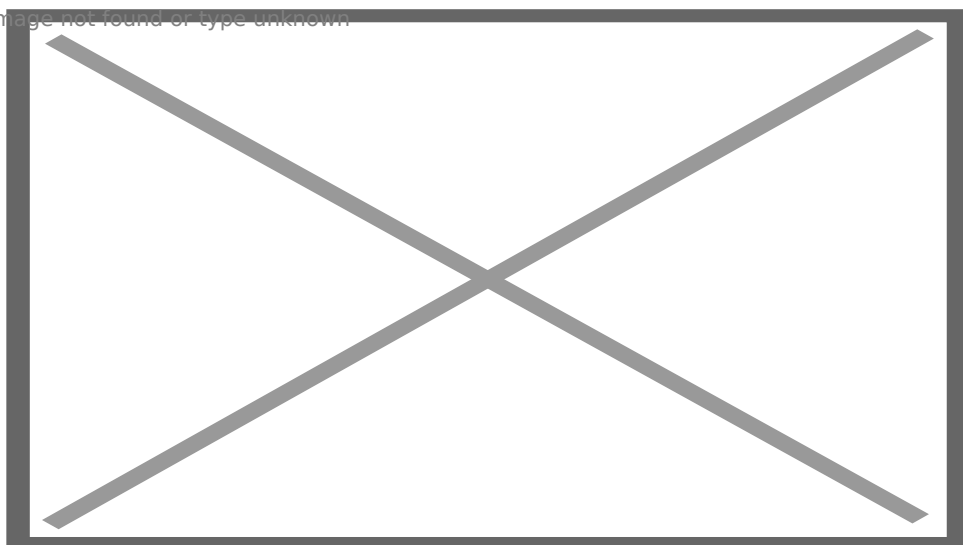
phát triển các sản phẩm báo chí mới. Người đọc nhiều tờ báo trên thế giới ngày nay có thể tận hưởng nhiều sản phẩm như Podcast (audio), Medium (tạp chí), video 360 hay ứng dụng trải nghiệm thực tế ảo trong bài viết.

Cũng từ nền tảng là công nghệ ngày càng đa dạng, không hề giới hạn trong một hình thức ảo nào, mà sự sáng tạo nội dung của người làm báo tại các tòa soạn này cũng dần trở nên nhiều màu sắc. Tại The New York Times, một nhóm nội bộ có tên Beta chịu trách nhiệm thử nghiệm phản ứng của thị trường với các sản phẩm mới.

Kinsey Wilson, khi còn đương nhiệm Phó Chủ tịch điều hành mảng Sản phẩm và Công nghệ, biên tập viên mảng Sáng tạo và Chiến lược, đã mô tả sự quyết tâm của The Times trong việc thử nghiệm những format mới: “Bạn có thể thấy chúng tôi thử nghiệm các sản phẩm, phương tiện và tìm ra giọng nói của mình, cách biểu đạt mới mà không cần phải quá hoàn thiện khi đến tay thị trường. Chiến lược đó được thực hiện với video 360, sản phẩm thực tế ảo. Chúng tôi cũng tung ra một sản phẩm âm thanh có tên The Daily – là một dạng podcast tin tức, định dạng mới cho The Times và đã rất thành công với hơn 40 triệu lượt tải xuống, phát trực tiếp trong ba tháng đầu tiên”.

Cũng theo Kinsey Wilson, đội ngũ của ông không sợ thất bại bởi đó là quá trình phát triển tích cực, phù hợp với yêu cầu của tự nhiên. Nội dung các tờ báo điện tử của những ông lớn dẫn đầu cũng mang sự phân hóa lớn, đa dạng trên tất cả các lĩnh vực. Đặc biệt, xu hướng cá nhân hóa nội dung và kể chuyện ngày càng phổ biến trong quá trình làm nội dung, được thanh lọc dần trong quá trình tìm hiểu nhu cầu thông tin của độc giả.

Image not found or type unknown



Chuyển đổi số đã được thực hiện từ những năm đầu của thế kỷ XXI tại nhiều cơ quan báo chí phương Tây_Ảnh: Internet.

Về tính thời sự, đặc trưng và cũng là bản chất của báo chí, cũng được cải tiến theo thời gian. Đặc điểm này cũng đặc biệt phù hợp với tiến trình số hóa khi ưu tiên sự nhanh chóng, cập nhật. Các tờ báo hàng đầu thế giới và nổi tiếng các quốc gia như AP News, Reuters, South China Morning Post,... đều ưu tiên tính thời sự để níu chân bạn đọc. Chỉ với ứng dụng được phát triển độc lập bởi cơ quan báo chí, người đọc sẽ dễ dàng cập nhật tin tức quan trọng với tốc độ tính bằng phút. Nhiều trang tin mới nổi như Buzz Feed, Huff post cũng dựa trên xu hướng chuyển đổi số và mạng xã hội mà phát triển nhanh chóng, trở thành những điểm tin được ưa thích bởi người dân Mỹ.

Công chúng và dữ liệu lớn

Trong quan điểm xưa cũ của việc hình thành báo chí, độc giả là toàn thể người dân, công chúng trong cộng đồng. Tuy vậy, cùng với sự phát triển của công nghệ và sự chuyển đổi số trên tất cả các lĩnh vực, thế giới số được xem là một thị trường tiềm năng và công chúng được phân loại thành các tệp khách hàng phân hóa.

Một mặt, độc giả là khách hàng trực tiếp, trả tiền để có thể tiếp cận nguồn thông tin chất lượng cao trên Internet. Từ năm 1996, tờ The Wall Street Journal đã thu phí người dùng cho việc tiếp cận thông tin từ tờ báo này. Thời điểm đó, Internet vừa mới xuất hiện và được xem là công nghệ mới nhất của nhân loại. Theo thời gian, cuộc cách mạng chuyển đổi số diễn ra trên toàn cầu đã đưa hầu hết các tờ báo hàng đầu đến với tiến trình biến công chúng thành khách hàng, đáp ứng nhu cầu tin tức ngày càng cao để thu lợi nhuận.

Chiến lược này được gọi là chính sách thuê bao tin tức. Cũng thông qua quá trình lọc các luồng công chúng, độc giả, tòa soạn có thể phân loại nguồn độc giả trung thành, cũng như hiểu hơn về hình ảnh khách hàng có nhu cầu về tin tức của mình.

Mặt khác, độc giả cũng là tệp khách hàng mà các tòa soạn báo mong muốn kết nối với các doanh nghiệp, từ đó tăng doanh thu và lợi nhuận quảng cáo. Đây cũng là hệ quả có được từ hoạt động bán thuê bao tin tức. Tristan Boutros, Phó Chủ tịch cấp cao & Giám đốc vận hành mảng sản phẩm chuyển đổi số, chiến lược và thiết kế cho biết The Times làm việc cùng một số đối tác về dữ liệu và công nghệ, từ đó chúng tôi sẽ tích hợp các công cụ để tương tác với khách hàng thông qua tin nhắn, từ đó làm chủ quan hệ cùng khách hàng.

Theo Quantum Metrics, một công ty đưa ra các giải pháp phát triển doanh nghiệp và quảng cáo, phân tích dữ liệu tương tác của khán giả cho phép các công ty truyền thông và các tờ báo kỹ thuật số tăng mối quan hệ thanh toán trực tiếp với độc giả, cũng như tăng cường giữ chân độc giả. Cách tiếp cận này thúc đẩy giá trị dài hạn (LTV) và chi tiêu, có nghĩa là tỷ lệ chuyển đổi cao hơn cho các sản phẩm phải trả tiền và doanh thu tổng thể cao hơn trên mỗi người đọc.

Trong thời đại chuyển đổi số hiện nay, khi mà các hoạt động của con người đều được ghi chép và lưu trữ trên nền tảng số, thì dữ liệu chính là một tài sản giàu tiềm năng mà các công ty đều mong muốn phân tích và nắm giữ. Bởi nó sẽ tiết lộ những xu hướng, các câu chuyện và tương lai phát triển của thế giới số. Do vậy, trong thời điểm báo chí ráo riết trên đường đua chuyển đổi số, công chúng để tạo nên dữ liệu là tài sản giá trị cần được khai thác.

Các cơ quan báo chí của Việt Nam đã và đang tích cực nhập cuộc vào quá trình chuyển đổi số, phù hợp với nhu cầu tất yếu của thời cuộc cũng như yêu cầu phát triển nội lực của đất nước.

Ngày 3/6/2020, Chính phủ đã ban hành Quyết định số 749/QĐ-TTg phê duyệt “Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” xác định rõ, chuyển đổi số là quá trình tất yếu của Việt Nam nhằm đẩy mạnh hiện đại hóa hệ thống phân phối, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đẩy mạnh phát triển thị trường trong nước và xuất khẩu.

Báo chí cũng không nằm ngoài cuộc cách mạng của đất nước. Mặt khác, ngành nghề này phải là mũi tên tiên phong, tạo sức ảnh hưởng của cuộc chuyển đổi số đến tất cả các lĩnh vực, cũng như phù hợp với yêu cầu của nền kinh tế thị trường. Bài học chuyển đổi số của các cơ quan báo chí trên thế giới là hình mẫu cho tiến trình phát triển. Nhưng để tiến kịp với thời đại, đồng thời phù hợp với nhiệm vụ chính trị của Đảng và Nhà nước, các cơ quan báo chí của Việt Nam cần có hướng đi đồng bộ, tạo nên sức cạnh tranh và phát triển lành mạnh, phù hợp với văn hóa của công chúng, độc giả Việt. Bên cạnh việc học hỏi và ứng dụng các tiến bộ công nghệ mới, thực hiện những bước nhảy vọt về ứng dụng tiến bộ khoa học, các tòa soạn báo cũng cần chuyển đổi vị thế, đặt mình vào vị trí của công chúng và độc giả để đáp ứng những nhu cầu tin tức, văn hóa - xã hội,... ngày càng rộng lớn. Đó cũng là một cách để tăng nguồn thu, giảm thiểu sự phụ thuộc vào các đơn vị kinh tế trung gian. Cùng với đó, việc ứng dụng khoa học công nghệ, chuyển đổi số cũng nhằm mục đích hoàn thành nhiệm vụ của Đảng và Nhà nước giao phó, góp phần phát triển đời sống tinh thần và vật chất của xã hội, từ đó tạo nên nền báo chí cách mạng Việt Nam giàu chiến đấu và sáng tạo trên con đường chuyển đổi số.

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/ky-1-tren-duong-dua-chuyen-doi-so-toan-cau>