

Tác động của mạng xã hội đến báo chí và hoạt động tác nghiệp của nhà báo

15:29 24/06/2023

Tác giả: Đang cập nhật

Trong những thập niên đầu của thế kỷ 21, thế giới như được nới rộng ra hơn. Nhưng không phải từ những chiều vật lý của Trái đất bốn phương, mà trong một không gian ảo do con người tạo ra, mang tên “Mạng xã hội”.

Sự hình thành và phát triển của những nền tảng mạng xã hội đã tạo nên nhiều thay đổi đa chiều cho mọi lĩnh vực, từ kinh tế, chính trị, an ninh đến văn hóa – xã hội, trong đó có ảnh hưởng sâu sắc tới lĩnh vực báo chí cũng như tác động trực tiếp đến hoạt động tác nghiệp của nhà báo.



Mạng xã hội tác động đến hoạt động tác nghiệp của nhà báo_Ảnh minh họa.

Sự xuất hiện và tồn tại của mạng xã hội là một yếu tố khách quan và không thể tránh khỏi, phù hợp với thực tiễn phát triển của nền văn minh. Tuy nhiên, do gắn gũi về bản chất (chia sẻ và lan tỏa thông tin), mạng xã hội có những tác động nhiều chiều, phức tạp với nền báo chí; với cá nhân

người làm báo, lẫn với tổ chức hoạt động trong lĩnh vực báo chí. Đó là sự bùng nổ, dung hòa, xung đột để đi đến phát triển.

Một mặt, báo chí truyền thông tích cực tiếp nhận tư liệu từ không gian thông tin khổng lồ của mạng xã hội, và là lưới lọc thần kỳ mang tin tức chính xác đến bạn đọc. Facebook, Twitter, Instagram hay Youtube,... cung cấp lượng thông tin khổng lồ, chớp nhoáng với hàng triệu những “cộng tác viên” tình nguyện cập nhật cốt lõi sự việc gần như ngay lập tức. Điều đó đem đến tính thời sự mà báo chí luôn cần đến.

Theo số liệu của Statista.com, tính đến tháng 6/2020, Việt Nam có hơn 69 triệu tài khoản Facebook, chiếm 2/3 dân số cả nước. Lượng người dùng trên chính là nguồn thông tin để báo chí cần nhắc sử dụng, làm kho tư liệu khai thác hàng ngày. Cũng vì vậy, sự xuất hiện và lớn mạnh của mạng xã hội đã thay đổi cách thức nhà báo tác nghiệp. Với những giao thức thông minh, mạng xã hội kết nối con người với con người, trong đó có những nhà báo đang hoạt động dưới tôn chỉ của một tòa soạn. Người làm báo đã và đang tận dụng không gian thông tin này để thu thập tư liệu từ cộng đồng dân cư ảo, các hội nhóm, Fanpage chuyên môn để tạo nên tác phẩm đa chiều, có tác động sâu rộng và mới mẻ, tức thời.

Bên cạnh đó, mạng xã hội còn là không gian lý tưởng để nhà báo, hội viên thăm dò và phân tích dư luận. Thăm dò ý kiến dư luận theo cách truyền thống là một hoạt động cần nhiều thời gian và yêu cầu khả năng phân loại, tổng hợp. Trong khi đó, với những công cụ miễn phí từ mạng xã hội, tòa soạn cũng như nhà báo có thể dễ dàng tạo ra một cuộc bỏ phiếu thu thập ý kiến chỉ vài tiếng trước giờ ghi hình, biên tập. Hoạt động này không mất thời gian và cũng yêu cầu ít nhân lực, bởi số liệu đã được nền tảng số hỗ trợ. Facebook hiện nay còn cho phép người dùng bày tỏ nhiều phân loại cảm xúc với một nội dung. Nhờ vậy, nhà báo có thể ngay tức thì thu thập được tỷ lệ người dùng có ý kiến với một vấn đề cụ thể: Tức giận trước hành vi của một cán bộ, đồng lòng trước nghị quyết của một cuộc họp, xót thương về số phận con người. Cảm xúc của dư luận được tái hiện đa sắc và toàn diện trên mạng xã hội. Hiện nay, hầu hết các tòa soạn, đài truyền hình, cơ quan báo chí, thông tấn đều sử dụng phương thức này để nhanh chóng thu thập thông tin, phân tích dư luận nhằm đem đến một tác phẩm khách quan nhiều chiều.

Theo một hướng ngược lại, mạng xã hội là kênh thông tin để báo chí quay trở về tiếp cận với lượng bạn đọc khổng lồ ở nhiều tầng lớp, lứa tuổi. Người Việt Nam dành gần 7 tiếng mỗi ngày để sử dụng Internet và 2 tiếng 30 phút cho mạng xã hội (theo báo cáo của Vietnam Digital Advertising 2019 do Adsota). Trong đó 48% lượng người sử dụng với mục đích cập nhật thông tin về các sự kiện

đang diễn ra, và 39% sử dụng mạng xã hội để đọc tin tức giải trí. Lượng thời gian khá lớn dành cho mạng xã hội, vậy báo chí cần tận dụng điều đó như thế nào? Các tòa soạn báo đã tích cực tiếp cận với người đọc thông qua các nền tảng này bằng cách thành lập Fanpage, trung tâm tin tức... Với nội dung chất lượng, phong phú và cách tiếp cận phù hợp, các tòa soạn báo sẽ thu hút được nhiều người đọc và chủ động tìm kiếm khán giả. Đặc biệt, hoạt động trên nền tảng mới yêu cầu một cách làm việc mới. Nhiều tòa soạn báo còn thành lập những ban riêng biệt sáng tạo nội dung phù hợp với bạn đọc nhiều thế hệ, lại đa sắc màu và vô cùng đặc biệt. Một nhân vật hoạt hình được xây dựng trong các cốt truyện mang tính thời sự, những chia sẻ gần gũi như với bạn bè giữa tòa soạn và bạn đọc,... đó là những nét mới trong cách báo chí tiếp cận với độc giả trong thời gian gần đây.

Bên cạnh đó, nhà báo có thể chủ động xây dựng “tiểu cơ quan ngôn luận” của chính mình trên các nền tảng mạng xã hội. Là phóng viên, biên tập viên cho cơ quan của chính mình, các nhà báo có thể thông tin ngay lập tức những nội dung liên quan đến địa phương, lĩnh vực mà bản thân quan tâm. Cách thông tin có thể phong phú và đa dạng tùy vào tài năng cũng như thiên hướng của người làm báo. Nhiều nhà báo đã thành công trong việc biến trang cá nhân của mình thành một trung tâm tin tức cho người đọc, đồng thời tiếng nói của họ có sức ảnh hưởng, trước khi thông tin được kiểm duyệt và chính thức đăng trên mặt báo. Mặc dù, việc đăng tải nội dung trên mạng xã hội là hoạt động cá nhân. Tuy nhiên, hoạt động dưới tôn chỉ của một cơ quan báo chí cũng đồng nghĩa với việc nhà báo đại diện phần nào cho báo chí dưới đánh giá của dư luận. Bởi vậy, những nội dung đăng tải trên trang cá nhân một mặt là thông tin, mặt khác giúp nhà báo thăm dò ý kiến dư luận, bày tỏ quan điểm của người làm báo.

Tuy nhiên, là một nền tảng còn nhiều thiết chế lỏng lẻo, mạng xã hội cũng đồng thời gây nên những ảnh hưởng tiêu cực đến báo chí nói chung cũng như nhà báo nói riêng. Không gian khổng lồ mà Facebook tạo nên đồng thời gây ra sự nhiễu loạn thông tin cho người đọc. “Tin giả” xuất hiện tràn lan trên không gian ảo. Chúng phát tán với tốc độ khó lường nhờ vào hỗ trợ tiện lợi từ mạng xã hội. Nhà báo rất dễ “sập bẫy” nếu vội vàng, thiếu cẩn trọng và “khát tin tức”. Đồng thời, tin giả tràn lan xuất phát từ các trang tin hoạt động độc lập nhưng có sự giả mạo, bắt chước và được đánh đồng với báo chí sẽ khiến độc giả quy chụp mức độ uy tín của các cơ quan báo chí. Nhiều cá nhân sử dụng những cái tên gần với các cơ quan báo chí lớn như VTV, Tuổi trẻ, Thanh niên,... để ăn theo tên tuổi, lại đăng tải thông tin có nội dung câu view, sai lệch thậm chí là tin giả. Những hành vi trên gây hiểu lầm cho người đọc và thiệt hại sâu sắc cho các cơ quan báo chí.

Đứng trước vấn nạn tin giả, báo chí truyền thông cần có chiến lược ứng xử thông minh. Trước hết,

mỗi nhà báo là một người kiểm duyệt thông tin. Trong sự sôi động của mạng xã hội, nhà báo không chỉ là người tìm kiếm thông tin, mà còn phải gánh trên vai trọng trách của một người kiểm duyệt, để thông tin trên mặt báo là chính thức và có sức nặng, đánh tan mọi ngờ vực của dư luận và hoang mang do tin giả.

Như vậy, trong sự xoay vần của những dòng chảy tin tức, báo chí truyền thông đã hòa mình vào sự sôi động và thuận theo lẽ phát triển của văn minh nhân loại. Nhưng không để mình bị lấn át, báo chí truyền thông vẫn đang cố gắng để trở thành dòng tin tức chính thống, mang lại lượng tin bài chất lượng, đồng thời đấu tranh với những luồng tin sai lệch, có giá trị định hướng, “nắn dòng” thông tin. Để từ đó, báo chí xứng đáng với trọng trách: “Báo chí ở Việt Nam là phương tiện thông tin thiết yếu đối với đời sống xã hội; là cơ quan ngôn luận của cơ quan Đảng, cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị xã hội - nghề nghiệp, là diễn đàn của nhân dân”.

Để hoàn thành được nhiệm vụ đó, mỗi nhà báo phải là lưới lọc đầu tiên, giúp thu thập thông tin, xử lý nguồn tin và truyền tải tin tức một cách chủ động, quyết liệt và chính xác nhất.

PV

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/tac-dong-cua-mang-xa-hoi-den-bao-chi-va-hoat-dong-tac-nghiep-cua-nha-bao>