

Phát huy vai trò của kinh tế báo chí trong thời đại số

08:22 17/03/2025

Tác giả: Đang cập nhật

Kinh tế báo chí là một trong các chức năng, nhiệm vụ của báo chí, đặt trong tổng thể môi trường, điều kiện Việt Nam và có tính đến yếu tố quốc tế để có cái nhìn toàn diện, khách quan, khoa học về thuận lợi, khó khăn; thời cơ và thách thức nhằm tìm được lối đi phù hợp. Từ thực tiễn khẳng định, kinh tế báo chí truyền thống và kinh tế báo chí số có những tiềm năng, thế mạnh và khó khăn, hạn chế riêng. Những năm gần đây, trong bối cảnh chuyển đổi số ngày càng biến động mạnh mẽ, báo chí không chỉ đóng vai trò truyền tải thông tin mà còn là một trong những lĩnh vực kinh tế quan trọng. Chính vì lý do đó, việc phát huy vai trò của kinh tế báo chí trong thời đại số là yếu tố then chốt để bảo đảm sự phát triển bền vững của các cơ quan truyền thông.

1. Thực trạng kinh tế báo chí trong thời đại số

Sự phát triển của Internet và các thiết bị di động đã làm thay đổi thói quen tiêu dùng thông tin của độc giả. Nếu như trước kia, các cơ quan báo chí có những thị phần riêng của mình trong việc truyền tải thông tin đại chúng, thì hiện nay, đã không còn như vậy. Nhà báo và các cơ quan báo chí đã không còn trở thành những người tiên phong trong việc cung cấp thông tin đại chúng mà thay thế bằng các trang mạng xã hội. Chính vì điều này đã dẫn đến sự ảnh hưởng lớn đến hoạt động của các cơ quan báo chí, thậm chí còn gây đảo lộn trong môi trường truyền thông hiện nay.

Điều đó được minh chứng rõ ràng nhất khi nhiều tờ báo in truyền thống đã phải thu hẹp quy mô hoặc chuyển sang hoạt động chủ yếu trên các nền tảng số. Doanh thu từ phát hành báo in giảm chưa từng có trong lịch sử phát hành báo của Việt Nam. Theo số liệu thống kê của Bộ Thông tin và Truyền thông, doanh thu của các tờ báo, tạp chí trong 9 tháng đầu năm 2023 đã giảm 9,4% so với cùng kỳ năm 2022. Hầu hết các đài truyền hình, phát thanh đều không khai thác được hết thời lượng quảng cáo/ngày; có đài thời lượng quảng cáo chỉ đạt vài phút/ngày.

Theo thực tế, dù bất kỳ loại hình báo chí nào vẫn cần dựa khá nhiều vào doanh thu từ quảng cáo. Theo thống kê, doanh thu từ quảng cáo luôn chiếm trên 60%, thậm chí với một số cơ quan báo chí là 90%. Tuy nhiên, các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Google hay Youtube... đang thu hút lượng lớn người dùng, đồng thời cũng chiếm lĩnh phần lớn thị phần quảng cáo trực tuyến. Điểm nổi

bật của các nền tảng này chính là khả năng tiếp cận người dùng, phân phối nội dung và đo lường hiệu quả quảng cáo. Theo báo cáo của We Are Social 2023, hơn 76% người Việt Nam sử dụng Facebook để đọc tin tức, trong khi tỷ lệ người đọc báo điện tử thường xuyên giảm xuống. Các nền tảng này cũng chiếm lĩnh phần lớn thị trường quảng cáo trực tuyến. Google và Facebook hiện chiếm hơn 70% doanh thu quảng cáo số tại Việt Nam, đẩy báo chí vào thế cạnh tranh gay gắt. Một số tờ báo lớn đã thử nghiệm thu phí nội dung cao cấp, nhưng đa số người Việt vẫn chưa có thói quen trả tiền để đọc báo. Đã có thời gian, Báo *VietnamPlus* và *Tuổi Trẻ* đã triển khai mô hình thu phí với một số nội dung đặc biệt, nhưng số lượng người đăng ký vẫn chưa đủ để tạo ra nguồn thu lớn.



Ảnh minh họa.

2. Các giải pháp phát huy vai trò của kinh tế báo chí tại Việt Nam

Việc phát triển kinh tế báo chí truyền thông không chỉ cần nhìn từ một vài trường hợp cụ thể, từ riêng một lĩnh vực hay loại hình riêng biệt mà cần được nhìn nhận ở quy mô tổng thể, chiến lược và toàn diện của hệ thống báo chí quốc gia, gắn với bối cảnh phát triển kinh tế số mạnh mẽ hiện nay. Từ đó có bước phát triển đột phá nhằm thực hiện tốt vai trò, chức năng báo chí cách mạng,

của hệ thống truyền thông Việt Nam chuyên nghiệp và nhân văn.

Một số giải pháp có thể giúp nền báo chí phát huy vai trò kinh tế hiện nay chính là việc phát triển đa dạng hóa nguồn thu cho báo chí. Hướng đi cụ thể cho giải pháp này chính là tận dụng quảng cáo số trên các nền tảng internet, ứng dụng công nghệ dữ liệu lớn để tối ưu quảng cáo theo hành vi của độc giả. Đồng thời cần hợp tác với các doanh nghiệp trong nước để có thể hạn chế sự phụ thuộc của các trang mạng xã hội lớn trên toàn cầu.

Bên cạnh đó, việc nâng cao chất lượng nội dung, chương trình, khai thác tối đa nội dung đa phương tiện cũng là một trong những biện pháp hiệu quả. Các tòa soạn có thể tập trung đầu tư vào video, podcast, bản tin email để có thể mở rộng nguồn thu quảng cáo. Đặc biệt là trên nền tảng Youtube khi đã có hàng chục tờ báo có thể mang lại doanh thu từ quảng cáo

Trong những chiến lược dài hạn, có thể xem xét và hướng tới việc triển khai một số giải pháp thúc đẩy kinh tế báo chí số Việt Nam như: Đẩy mạnh xã hội hóa để tăng đầu tư cho năng lực công nghệ, kinh doanh cho các cơ quan báo chí; Thông qua vai trò cầu nối của Bộ Thông tin và Truyền thông và các hiệp hội trong lĩnh vực, hỗ trợ các cơ quan báo chí tăng cường hiện diện và hợp tác kinh doanh với nền tảng mạng xã hội; Nghiên cứu tập trung ngân sách cho một số cơ quan báo chí cốt lõi để xây dựng nhóm đơn vị truyền thông chủ lực. Qua đó, thúc đẩy các cơ quan chủ chốt, tạo động lực, hỗ trợ, giúp đỡ các cơ quan báo chí cùng phát triển.

Đặc biệt hơn cần có một hành lang pháp lý để hành trình chuyển đổi số báo chí cũng như phát triển kinh tế báo chí số đảm bảo hiệu quả, thông suốt, chặt chẽ. Tuy nhiên, đây không phải là hướng đi dễ dàng vì vậy, Chính phủ cần nghiên cứu tổng thể về kinh tế báo chí trong bối cảnh truyền thông số; đồng thời, xây dựng, hoàn thiện các khung pháp lý, chính sách phát triển để tạo nền tảng vững chắc cho phát triển nguồn lực báo chí Việt Nam. Qua đó, thúc đẩy chuyển đổi số báo chí, phát triển kinh tế báo chí, tạo động lực để xây dựng nền báo chí cách mạng Việt Nam trường tồn, nhân văn, vì sự phồn vinh của đất nước.

Văn Thành

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/phat-huy-vai-tro-cua-kinh-te-bao-chi-trong-thoi-dai-so>