

BÁO CHÍ SÁNG TẠO – CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC MỚI CỦA BÁO VIETNAMPLUS

Trần Thị Phương Nhung

Khoa Báo chí – Truyền thông, Trường Đại học Khoa học, Đại học Huế

Email: tranthiphuongnhung@husc.edu.vn

Ngày nhận bài: 4/11/2021; ngày hoàn thành phản biện: 8/11/2021; ngày duyệt đăng: 8/11/2021

TÓM TẮT

Sản xuất các sản phẩm báo chí sáng tạo đang là xu thế mới của báo điện tử thế giới nói chung và báo điện tử ở Việt Nam nói riêng. Sự ra đời của các xu hướng mới trong truyền thông ngoài mục đích đảm bảo nhu cầu thông tin của công chúng thì còn là vũ khí cạnh tranh của các cơ quan báo chí khi thị trường báo chí truyền thông ngày càng càng đa dạng, phong phú và đặc biệt là sự phát triển mạnh mẽ của các phương tiện truyền thông mới. Là cơ quan báo chí đi đầu trong việc sản xuất các sản phẩm báo chí sáng tạo, Vietnamplus đang có nhiều cơ hội nhưng cũng gặp không ít thách thức trong việc đảm bảo tính ưu việt các sản phẩm báo chí sáng tạo để phục vụ cho công chúng hiện đại. Trên cơ sở phân tích thực trạng sử dụng các sản phẩm báo chí sáng tạo trên Vietnamplus hiện nay, bài báo đưa ra các vấn đề cần thảo luận cũng như một số những kiến nghị và giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả thông tin của các sản phẩm báo chí sáng tạo trên tờ báo điện tử này.

Từ khóa: Báo trực tuyến, Báo chí sáng tạo, Cơ hội, thách thức, Vietnamplus.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trước sự phát triển như vũ bão của CMCN 4.0, “Khác biệt hay là chết” thực sự trở thành khẩu hiệu chung cho tất cả các ngành nghề trong xã hội hiện nay, trong đó có cả báo chí nói chung và báo điện tử nói riêng. Để tìm ra hướng đi mới cho mình, các sản phẩm báo chí sáng tạo trở thành một trong những “vũ khí đặc lực” để báo điện tử đối đầu với các loại hình khác đồng thời làm mới mình, phục vụ tối đa mọi nhu cầu của công chúng bao gồm cả thông tin lẫn giải trí. Tác phẩm báo chí sáng tạo đầu tiên được biết đến ở Việt Nam là bản tin Rap news của báo Vietnamplus lên sóng vào ngày 12/11/2013. Thời gian mới xuất hiện, bản tin nhạc rap trở thành hiện tượng lạ của báo chí ở Việt Nam, thu hút mạnh mẽ công chúng và dành giải thưởng báo chí thế giới về hình thức sáng tạo. Sự phát triển của báo chí sáng tạo trên báo điện tử nói chung và Vietnamplus nói riêng thực sự đã mở ra nhiều cơ hội lớn nhưng không ít những thách

thức cho đội ngũ người làm báo. Trong những năm qua, tờ báo này đã có nhiều thành quả trong lĩnh vực sản xuất báo chí sáng tạo, tuy nhiên vẫn còn những hạn chế, khó khăn xuất phát từ nhiều nguyên nhân cả khách quan lẫn chủ quan cần phải nhìn nhận để đề ra những giải pháp cụ thể nhằm đạt được những thành quả mới và chinh phục công chúng hiện đại. Bài báo tập trung đánh giá những ưu điểm và hạn chế của các sản phẩm báo chí sáng tạo trên Vietnamplus dựa vào việc thống kê, phân tích các tin, bài cũng như kết quả điều tra khảo sát công chúng về các sản phẩm này từ đó đưa ra một vài hướng đi mới, phù hợp cho tờ báo trong tương lai.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ KHUNG PHÂN TÍCH

Báo điện tử hay còn được gọi theo những tên khác như báo trực tuyến, báo mạng, báo internet... Theo Nguyễn Văn Dũng trong giáo trình “Cơ sở lý luận báo chí” : *“Báo mạng điện tử là loại hình báo chí – truyền thông tồn tại, phát triển trên mạng internet toàn cầu. Là kênh truyền thông đặc thù ra đời sau, báo điện tử đã hội tụ nhiều ưu điểm nổi trội của kênh truyền thông trước đó, đồng thời cũng bộc lộ những bất cập. Báo trực tuyến, báo online là cách tiếp cận dựa vào đặc trưng nổi bật của loại hình truyền thông này dùng làm tên gọi”* [1, tr.122-123]. Khái niệm này nhấn mạnh đến nền tảng tồn tại và chuyển tải thông tin của báo điện tử là mạng internet, khái niệm cũng đề cập đến các tên gọi khác là báo mạng, báo online.

Báo điện tử có những đặc trưng mà khó có một loại hình báo chí nào có thể có được, bao gồm các đặc trưng sau: Tính đa phương tiện, tính tức thời và phi định kỳ, tính tương tác cao, khả năng lưu trữ và tìm kiếm thông tin, tính xã hội hóa cao và khả năng cá nhân hóa hiệu quả. Tất cả những đặc trưng này tạo ra ưu thế cạnh tranh cho báo điện tử so với các loại hình khác, bên cạnh đó, nó cũng là nền tảng để hình thành và phát triển các sản phẩm báo chí sáng tạo phục vụ cho nhu cầu công chúng hiện nay.

Báo chí sáng tạo là một thuật ngữ được sử dụng phổ biến ở Việt Nam chỉ sau khi Rap News ra đời, tuy nhiên ở trên thế giới từ năm 2008, báo chí sáng tạo được Diễn đàn Kinh tế Thế giới liệt kê là một trong bảy khía cạnh để thảo luận về việc định nghĩa lại phương tiện truyền thông và vai trò của nó trong một xã hội toàn cầu, kết nối với nhau. Năm 2009, các nhà nghiên cứu theo chủ nghĩa tương lai Inkinnen và Kaivo-Oja cho rằng sự nổi lên của báo chí sáng tạo như một khái niệm chính và lĩnh vực nghiên cứu cho thấy rằng vai trò quan trọng của thực tiễn báo chí đã không xem xét trong các mô hình sáng tạo truyền thống. Cho tới nay, việc nghiên cứu chính thức và khoa học về báo chí sáng tạo trên thế giới cũng như ở Việt Nam còn hạn chế. Vì vậy, định nghĩa chính xác và đầy đủ về báo chí sáng tạo chỉ mang tính tương đối. Tuy nhiên, có thể thấy rằng, báo chí sáng tạo được biết tới là những hình thức làm báo mới mẻ, không theo bất kì một khuôn khổ định sẵn nào nhưng lại hấp dẫn và thu hút công chúng.

Các sản phẩm báo chí sáng tạo được sử dụng phổ biến trên Vietnamplus hiện nay:

Tác phẩm infographic: Diễn tả sự kiện, vấn đề bằng dạng thức thông tin đồ hoạ cũng như diễn tả bằng hình ảnh hay chữ viết. Mục đích cuối cùng vẫn là mang đến thông tin cho độc giả và hiểu vấn đề. Tuy nhiên, với lợi thế mới mẻ, sinh động và vô cùng hấp dẫn việc hấp dẫn đưa tin sự kiện bằng hình vẽ, hình vẽ kết hợp chữ viết hoặc hình ảnh để thể hiện là xu hướng mà các tờ báo, trang báo đang hướng tới. Theo tác giả Nguyễn Thành Lợi trong cuốn “Tác nghiệp báo chí trong môi trường truyền thông hiện đại” gọi thông tin đồ hoạ là đồ hoạ trực quan “*sử dụng hình ảnh để trình bày thông tin, dữ liệu hoặc kiến thức tạo thành số liệu thống kê chính xác, cụ thể, rõ ràng giúp độc giả dễ dàng theo dõi, đọc hiểu.*” [2,tr.202].

Tác phẩm Mega story: Hiện nay, các báo điện tử và trang thông tin điện tử ở Việt Nam gọi tên các tác phẩm Mega Story theo nhiều cách khác nhau như E-Magazine hay Long-form. Theo tác giả Vũ Thanh Hoà: “*Mega Story là “siêu tác phẩm báo chí” hay thể loại báo chí hiện đại trong thời đại công nghệ kỹ thuật số, tạo cho công chúng một môi trường thực tại ảo sống động để trải nghiệm và tương tác với tác phẩm báo chí*” [4]. Như vậy, có thể thấy Mega Story là những tác phẩm báo chí thực tiễn theo phong cách mới mẻ về cả nội dung lẫn hình thức để thu hút sự quan tâm trên diện rộng và có khả năng lan truyền một cách nhanh chóng.

Tác phẩm Rap news : Trên thực tế, cho tới nay, trên thế giới vẫn chưa có nhiều nghiên cứu mang tính hàn lâm về Rap news tương tự như ở Việt Nam, chính vì vậy chưa có khái niệm cụ thể nào về Rap news. Thông qua các sản phẩm Rap news trên Vietnamplus, có thể hiểu rằng Rap news là tin tức thời sự được truyền tải một cách nghiêm túc bằng cách diễn đạt dí dỏm, nhẹ nhàng thông qua nhạc rap (Theo báo điện tử Vietnamplus) [6]. Tin Rap news là một sản phẩm đặc biệt của báo Vietnamplus, các vấn đề thời sự nóng sẽ được mô tả lại bằng nhạc rap bởi các ca sỹ chuyên nghiệp. (Theo Rapper Hà Lê) [7].

VietnamPlus có lượng 5000 tin, bài/tháng, là báo điện tử duy nhất tại Việt Nam được thể hiện bằng năm thứ tiếng: tiếng Việt, tiếng Anh, tiếng Pháp, tiếng Tây Ban Nha, tiếng Nga, tiếng Trung Quốc. Trong 10 năm qua, tờ báo này đã cho ra đời nhiều sản phẩm báo chí sáng tạo, đi tiên phong, thậm chí là sản phẩm duy nhất tại Việt Nam như sản xuất bản tin bằng âm nhạc (Rapnews), đưa tin tức vào trò chơi, in tin tức vào hoá đơn thanh toán. Là cơ quan báo chí đi đầu mở đường cho sự ra đời của báo chí sáng tạo ở Việt Nam, Vietnamplus đang dần khẳng định uy tín và thương hiệu của tờ báo thông qua việc phát triển các sản phẩm báo chí sáng tạo ngày càng đa dạng về nội dung, phong phú về hình thức.

Năm 2013 đánh dấu sự phát triển đáng kể về công nghệ của VietnamPlus với việc thay đổi giao diện mới, thiết kế hiện đại, tiện ích, phù hợp với xu hướng phát triển

báo điện tử đa phương tiện, thân thiện với độc giả và trợ giúp đắc lực cho việc phát huy lợi thế kho nguồn tin khổng lồ của TTXVN. Vietnamplus đã xây dựng 63 trang địa phương như mini-website cùng đó là gần 200 trang quốc gia, vùng lãnh thổ với thông tin được sắp xếp theo các mục tương tự như trang chủ đầy đủ các vấn đề chính trị, kinh tế, văn hoá, thể thao. Cho dù ra đời muộn hơn hầu hết các trang báo điện tử hiện nay, nhưng VietnamPlus đã nhanh chóng đạt đến vị trí dẫn đầu trong số các website thông tin chính thống tại Việt Nam và liên tục duy trì vị thế này trong những năm qua.

Để đưa ra những khảo sát và đánh giá về hiệu quả thông tin của sản phẩm báo chí sáng tạo trên Vietnamplus đối với công chúng, chúng tôi dựa vào khung lý thuyết tiếp cận nghiên cứu là lý thuyết quyết định luận kỹ thuật và lý thuyết sử dụng và hài lòng. Lý thuyết quyết định luận kỹ thuật (technological determinism) xuất phát từ trường phái Toronto. Cha đẻ của lý thuyết này là Harold Innis. Ông cho rằng, sự phát triển của kỹ thuật truyền thông có những tác động mạnh mẽ đến cách thức suy nghĩ và ứng xử của con người cũng như ảnh hưởng đến cả lĩnh vực chính trị. Từ Lý thuyết quyết định luận kỹ thuật trên, chúng tôi chứng minh làm rõ những tác động của kỹ thuật mới đã tạo ra các sản phẩm báo chí sáng tạo như thế nào. Bên cạnh đó, tiến hành xem xét khi các sản phẩm báo chí sáng tạo ra đời công chúng tiếp nhận như thế nào, có những thay đổi gì sau khi tiếp nhận các tác phẩm báo chí đó. Thuyết sử dụng và hài lòng (use and gratifications) là học thuyết coi công chúng là cá nhân có “nhu cầu”, đặc biệt coi hoạt động tiếp xúc với truyền thông của họ là quá trình dựa trên động cơ nhu cầu đặc biệt để sử dụng các phương tiện truyền thông nhằm khiến cho các nhu cầu này được thỏa mãn. Với thuyết sử dụng và hài lòng, chúng tôi vận dụng nó như một phương pháp ban đầu hữu ích để mô tả thái độ và phản ứng của công chúng trước các thể loại tác phẩm mới trên báo điện tử mà cụ thể là sản phẩm báo chí sáng tạo trên Vietnamplus từ đó đưa ra những giải pháp cụ thể để phát triển hiệu quả truyền thông của các sản phẩm báo chí này trên báo điện tử.

3. KẾT QUẢ VÀ VẤN ĐỀ ĐẶT RA

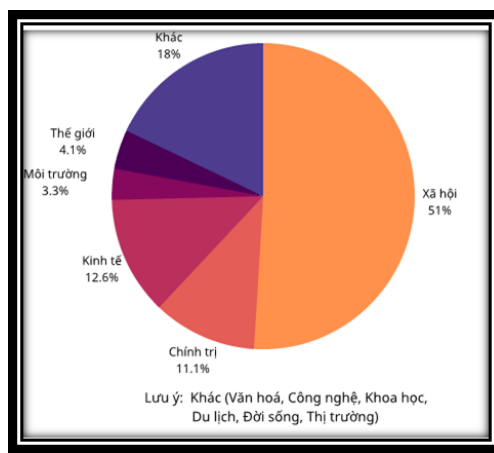
3.1 Kết quả nghiên cứu

Theo thống kê số lượng từ tháng 01/2020 đến tháng 12/2020, Vnexpress có 578 tác phẩm báo chí sáng tạo, Tuổi trẻ online có 121 tác phẩm. So với Tuổi trẻ online và Vnexpress, Vietnamplus – tờ báo có thể xem là “ngọn cờ đầu” trong việc sản xuất các sản phẩm báo chí sáng tạo có đa dạng các sản phẩm báo chí sáng tạo cũng như số lượng vượt trội hơn hẳn với 1426 sản phẩm infographic, 280 sản phẩm Mega story, 03 Rap News trong năm 2020.

Về nội dung, các sản phẩm báo chí sáng tạo phản ánh nội dung rộng khắp tất cả các lĩnh vực trong đời sống xã hội, cụ thể như sau:

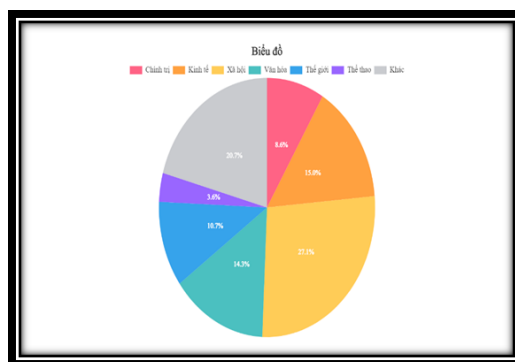
Thông tin đồ họa (TTĐH) thể hiện rất nhiều lĩnh vực như: chính trị, kinh tế, xã hội, đời sống, văn hoá, khoa học, công nghệ, môi trường, du lịch... Những vấn đề trong các lĩnh vực khó có thể diễn đạt bằng ngôn ngữ viết hoặc chữ viết không thể hiện hết được nội dung thì TTĐH là một lựa chọn hợp lý nhất. Vì xuất hiện trên nhiều lĩnh vực nên TTĐH trở nên quen thuộc đối với công chúng. Theo khảo sát, chúng tôi nhận thấy năm 2020 là một năm có số lượng tin bài “cực khủng” trên chuyên mục Inforgraphics của báo điện tử VietnamPlus, có đến 1426 tác phẩm Inforgraphics được phản ánh trên nhiều lĩnh vực: xã hội, chính trị, kinh tế, môi trường, thể giới và một số lĩnh vực khác...

Biểu đồ 3.1: Tỷ lệ các lĩnh vực phản của tác phẩm Inforgraphics



Đối với Mega story, tác giả tiến hành khảo sát 280 tác phẩm trong năm 2020 của báo điện tử VietnamPlus và nhận thấy nội dung tác phẩm Mega Story theo các lĩnh vực phản ánh sau: Chính trị, Kinh tế, Xã hội, Văn hoá, Thể giới, Thể thao và các lĩnh vực khác như Đời sống, Du lịch, Công nghệ, Môi trường, Thị trường, Khoa học...

Biểu đồ 3.2: Tỷ lệ các lĩnh vực phản ánh của tác phẩm Mega Story



Chuyên mục Rap news ngày càng được độc giả quan tâm. Chuyên mục này cung cấp cho độc giả những thông tin thời sự nóng hổi, những vấn đề có ý nghĩa xã hội được đông đảo công chúng quan tâm. Theo khảo sát trong năm 2020, có 3 bài đăng trong chuyên mục Rapnews của báo điện tử Vietnamplus. Theo số liệu trên cho thấy số lượng các tác phẩm Rap news được sản xuất không nhiều, nhưng đã khái quát được

những vấn đề thời sự quan trọng trên nhiều lĩnh vực, đáp ứng nhu cầu thông tin của công chúng.

Đánh giá ưu nhược điểm về nội dung của các sản phẩm báo chí sáng tạo trên báo Vietnamplus, sau khi nghiên cứu, tác giả nhận thấy như sau:

Về ưu điểm: theo kết quả khảo sát từ 98 độc giả có quan tâm đến sản phẩm báo chí sáng tạo: 31/98 độc giả đánh giá sản phẩm báo chí sáng tạo trên Vietnamplus phản ánh nội dung đa dạng, phong phú, có độ tin cậy cao. 26/98 độc giả ghi nhận thông tin trên các sản phẩm infographic, mega story, rap news của Vietnamplus mang ý nghĩa xã hội cao, 31/98 đánh giá thông tin vừa có giá trị kiến thức vừa có tính giải trí cao. 43/98 người được khảo sát cho rằng thông tin được diễn đạt ngắn, gọn, đầy đủ nội dung vấn đề, 17/98 đánh giá thông tin trên các sản phẩm báo chí sáng tạo đa diện, nhiều chiều, phản ánh đầy đủ các góc nhìn về các sự vật hiện tượng, tiêu biểu là các sản phẩm Mega story. Các vấn đề được đội ngũ phóng viên phân tích trong tác phẩm giúp người đọc đón nhận được nhiều thông tin và có được thêm nhiều kiến thức bổ ích, đáng giá.

Về nhược điểm: Các tác phẩm báo chí sáng tạo mặc dù đa dạng về nội dung và chuyển tải đầy đủ các góc nhìn của những sự kiện, vấn đề trong đời sống xã hội, tuy nhiên 23/98 người được khảo sát cho rằng có một số đề tài không phù hợp để phản ánh bằng tác phẩm báo chí sáng tạo, điều này tạo nên sự hạn chế về mặt nội dung của các tác phẩm báo chí này.

Về mặt hình thức, các sản phẩm báo chí sáng tạo trên Vietnamplus sử dụng hình ảnh, đồ họa, âm nhạc,... để chuyển tải thông điệp nội dung của tác phẩm. Kết cấu các sản phẩm báo chí sáng tạo trên Vietnamplus được trình bày tùy thuộc vào từng loại hình sản phẩm báo chí.

Đối với sản phẩm báo chí Infographic được kết cấu gồm ba phần chính: Tít, sapo và phần nội dung như: hình ảnh, bản đồ, biểu đồ, sơ đồ, bảng biểu đóng vai trò chính yếu. Mọi thông tin quan trọng, cốt lõi đều được thể hiện qua dạng thức đó. Ngoài ra, các con số, chữ viết cũng thường xuyên xuất hiện để bổ sung thông tin, làm rõ nội dung mà tin đồ họa thể hiện.

Tác phẩm Mega Story là kiểu bài báo đa phương tiện bao gồm các yếu tố: tít chính, tít phụ, text (văn bản), hình ảnh, ảnh động, video, đồ họa, file âm thanh, trích dẫn phỏng vấn nhân vật và hộp dữ liệu thông tin được thiết kế theo phương thức hoàn toàn mới. Kết cấu tác phẩm Mega Story được chia thành 2 kiểu: Kết cấu đăng lập, kết cấu cốt truyện. Kết cấu theo kiểu đăng lập có nghĩa là các yếu tố hay nói cách khác là các cửa sổ thông tin trong tác phẩm Mega Story thường có giá trị tương đương nhau về mặt thông tin. Ngoài kết cấu đăng lập, đa số các bài Mega Story được xây dựng nội

dung thành một câu chuyện với cốt truyện thu hút, hấp dẫn hay xúc động, có ý nghĩa nhân văn.

Đối với sản phẩm Rap news, kết cấu cũng như các sản phẩm khác bao gồm: tit, sapo và phần nội dung. Ngôn ngữ được sử dụng chính trong Rap news là ngôn ngữ âm thanh, hình ảnh, video và văn bản (chạy chữ để khán giả không kịp nghe rap có thể đọc lời bình). Tất cả đều được sử dụng linh hoạt, hợp lý để chuyển tải một cách độc đáo thông tin đến cho độc giả.

Ưu điểm về mặt hình thức: Theo kết quả khảo sát, có đến 88,5% độc giả cho rằng sản phẩm báo chí sáng tạo trên Vietnamplus trực quan, sinh động, hấp dẫn, có tính thẩm mỹ cao. Những ưu điểm được công chúng đánh giá cao của tác phẩm báo chí sáng tạo là: hình ảnh và đồ họa hấp dẫn (47/98), sử dụng nhiều ngôn ngữ (56/98), có nhiều hình thức tương tác với độc giả (21/98)

Tuy nhiên, bên cạnh các ưu điểm, các sản phẩm báo chí sáng tạo cũng có một số những khó khăn và hạn chế đặc biệt là sự đòi hỏi cao về tính sáng tạo bởi lẽ để tạo ra một sản phẩm báo chí sáng tạo cần sự phối hợp của rất nhiều bộ phận, yếu tố cũng như cần những ý tưởng sáng tạo không ngừng, tạo nên thách thức không hề nhỏ cho đội ngũ phóng viên, biên tập viên trong quá trình sản xuất tác phẩm. Ngoài ra, một số bài báo còn bị đánh giá không hợp lý về bố cục (7/98 ý kiến khảo sát đánh giá)

Ngoài các hạn chế về nội dung và hình thức, chi phí sản xuất sản phẩm báo chí sáng tạo cũng là một vấn đề đáng quan tâm hiện nay của các tòa soạn. Việc sản xuất các sản phẩm báo chí sáng tạo. Nhà báo Lê Quốc Minh - Tổng Biên tập báo điện tử VietnamPlus trong bài viết *"VietnamPlus đang đi đúng hướng với Mega Story"* cho biết: *"Có thể ví von làm Mega Story giống như làm tạp chí, nó đòi hỏi sự chính chu về hình thức và sâu về nội dung hơn nhiều so với báo ngày. Vì vậy, vấn đề khó khăn đầu tiên chính là chi phí sản xuất – cả sản xuất nội dung lẫn công nghệ hiển thị."* [5]. Bên cạnh đó, hạn chế về độ tuổi, kiến thức, trình độ tiếp nhận, điều kiện khoa học kỹ thuật của công chúng khi tiếp cận sản phẩm báo chí sáng tạo cũng là một khó khăn lớn trong việc tìm kiếm và giữ chân độc giả của các sản phẩm báo chí này. Theo kết quả điều tra xã hội học, người viết nhận thấy 30/128 câu trả lời là quý độc giả chưa tiếp nhận các tác phẩm báo chí sáng tạo (Mega Story, Inforgraphics, Rap News...) trên báo VietnamPlus vì không biết sự tồn tại của nó. Vậy nên, tìm hiểu nhu cầu và điều kiện tiếp nhận thông tin của tất cả công chúng, không riêng gì công chúng nông thôn là cơ sở phân tích các vấn đề cần giải quyết nhằm phát triển và thỏa mãn nhu cầu thông tin của công chúng hiện nay.

3.2. Các vấn đề đặt ra

Có thể nhận thấy rằng, ngày nay, sản phẩm báo chí sáng tạo đang thu hút sự quan tâm của rất nhiều công chúng, có đến 76,5% độc giả được hỏi đã từng đọc các tác phẩm báo chí sáng tạo trên Vietnamplus và có đến 61,2% độc giả trong khảo sát quan

tâm đến các tác phẩm này như những độc giả trung thành. Các phóng viên công tác tại báo Vietnamplus trong gần 10 năm qua đã xem trọng vai trò của báo chí sáng tạo trong chiến lược phát triển thương hiệu của tờ báo. Các sản phẩm này từng bước khẳng định mình trong cuộc cạnh tranh khốc liệt của báo điện tử nói riêng và báo chí nói chung. Số liệu thống kê đã chỉ rõ, có đến 65% số công chúng khẳng định việc cập nhật thông tin từ đời sống thông qua các sản phẩm báo chí sáng tạo. Trước bối cảnh đó, báo Vietnamplus cần phải có những đầu tư thích đáng để cải tiến chất lượng nội dung và hình thức của các sản phẩm báo chí sáng tạo trong tương lai, cập nhật các xu hướng báo chí mới để liên kết, mở rộng thị trường cho sản phẩm báo chí sáng tạo.

Các xu hướng báo chí mới có tác động trực tiếp đến việc sản xuất các sản phẩm báo chí sáng tạo có thể kể đến ba xu hướng chính sau:

Thứ nhất, xu hướng ứng dụng tối đa thành tựu cách mạng công nghiệp 4.0. Đây là xu hướng được báo chí thế giới quan tâm đó chính là ứng dụng các công nghệ Big Data (dữ liệu lớn), AI (trí tuệ nhân tạo),... đang và sẽ tiếp tục ảnh hưởng lớn đối với nghiệp vụ báo chí theo chiều hướng tích cực hơn

Thứ hai, xu hướng phát triển báo chí đa nền tảng. Nhìn từ đời sống truyền thông hiện nay có thể thấy sự lớn mạnh nhanh chóng của các phương tiện truyền thông mới đặc biệt là mạng xã hội đã làm thay đổi cơ bản phương thức truyền thông hiện đại. Để đáp ứng thói quen tiếp cận thông tin mới của công chúng, các cơ quan báo chí bắt đầu phát triển các sản phẩm báo chí trên mọi nền tảng để có thể phục vụ tối đa nhu cầu của công chúng.

Thứ ba, xu hướng “mobile first” – Ưu tiên báo chí di động trước. Thực tế cho thấy, một tòa soạn chỉ có các loại hình báo chí cơ bản như báo in, phát thanh, truyền hình hay website báo điện tử thôi vẫn chưa đủ mà cần phải có phiên bản cho máy tính bảng và điện thoại di động theo thiết kế chuyển đổi linh hoạt. Một số ứng dụng trên điện thoại di động mới ra đời nhằm khai thác thị trường ngách, tạo lợi nhuận mới cho tòa soạn, đồng thời đáp ứng yêu cầu mới của công chúng trong môi trường cạnh tranh khốc liệt như hiện nay.

4. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Sản xuất các sản phẩm báo chí sáng tạo là hướng đi mới với nhiều ưu thế, tuy nhiên, cũng như tất cả các xu hướng khác của báo chí, sản phẩm báo chí sáng tạo vừa mang đến cơ hội nhưng đồng thời cũng đặt ra rất nhiều khó khăn, thách thức cho đội ngũ người làm báo và cả những người hoạch định, lãnh đạo hoạt động báo chí. Vậy, cần phải làm gì để nắm bắt tốt cơ hội cũng như hạn chế tối đa những khó khăn trong quá trình ứng dụng xu thế này vào thực tiễn hoạt động báo chí.

Thứ nhất, cần thay đổi tư duy làm báo của lãnh đạo và phóng viên

Rõ ràng, trong giai đoạn hiện nay, cuộc đua truyền thông đang diễn ra mạnh mẽ hàng ngày, hàng giờ, báo chí không phải là phương tiện truyền thông độc quyền mà trái lại đang bị đe dọa bởi các phương tiện truyền thông mới trỗi dậy đòi hỏi từ lãnh đạo, ban biên tập, đến đội ngũ phóng viên, nhà báo phải thay đổi tư duy, đổi mới phương thức chỉ đạo, điều hành cũng như tác nghiệp. Điều này buộc nhà báo, phóng viên phải chủ động trong việc học hỏi, tiếp cận và dám đưa ra các ý tưởng mới. Tuy nhiên, để thúc đẩy được đội ngũ phóng viên, nhà báo, biên tập viên, thì vai trò của người lãnh đạo là vô cùng quan trọng. Dám thử nghiệm những ý tưởng mới mẻ, chấp nhận rủi ro và dám chịu trách nhiệm là yếu tố tiên quyết của người lãnh đạo báo chí trong giai đoạn mới. Tạo điều kiện tối đa để phóng viên, nhà báo sáng tạo, đánh giá năng lực làm việc dựa trên những tiêu chí mới, phù hợp với sự thay đổi của thị trường và nhu cầu của công chúng báo chí.

Việc xây dựng một đội ngũ sản xuất sản phẩm báo chí sáng tạo chuyên biệt để nghiên cứu, sáng tạo và thiết kế ra nhiều dạng thức mới mẻ, sinh động là yêu cầu cơ bản nhất cho việc nâng cao chất lượng thông tin về nội dung và hình thức của sản phẩm báo chí sáng tạo trên báo điện tử Việt Nam hiện nay. Bộ máy sản xuất phải ngày càng chuyên nghiệp với sự tham gia của phóng viên, biên tập viên lẫn các chuyên gia phân tích dữ liệu, chuyên viên tập hợp dữ liệu, nhân viên thiết kế đồ họa, nhân viên lập trình và cả công chúng.

Cùng với việc xây dựng đội ngũ nhân lực, đầu tư trang thiết bị, phương tiện phục vụ việc sản xuất các sản phẩm báo chí sáng tạo cũng là vấn đề cần được các tòa soạn quan tâm. Các tòa soạn hoàn toàn có thể trang bị thêm các công cụ (online tool), tổ chức đào tạo, tập huấn công nghệ mới cho phóng viên, biên tập viên để họ có thể tạo ra các đồ họa tương tác một cách nhanh chóng và dễ dàng.

Thứ hai, học hỏi và sáng tạo không ngừng

Báo chí hiện đại cũng đồng nghĩa với nhiều sáng tạo. Báo chí hiện nay kết hợp tất cả những gì có thể để cách trình bày trở nên hấp dẫn, thu hút hơn, sử dụng cả nhiều công nghệ, phần mềm, thiết bị tối tân và độc đáo. Nhưng quan trọng hơn cả là phải có tư duy sáng tạo và sáng tạo không ngừng.

Sự sáng tạo không ngừng đó cần đến từ tất cả các bộ phận của tòa soạn, cơ quan báo chí, trong đó phóng viên, nhà báo – những người trực tiếp tạo ra tin bài, đóng vai trò vô cùng quan trọng. Để đảm bảo chất lượng và hiệu quả thông tin bài viết một cách tối ưu nhất, phóng viên, biên tập viên luôn phải tự cập nhật, tự nâng cao trình độ chuyên môn, ứng dụng khoa học, kỹ thuật mới nhất. Việc tham khảo, học hỏi từ nền báo chí thế giới và đưa ra những ý tưởng mới phù hợp với thực tiễn báo chí ở Việt Nam phải được ưu tiên.

Thứ ba, nắm bắt đúng và trúng nhu cầu của công chúng, phân khúc rõ đối tượng công chúng của sản phẩm báo chí sáng tạo

Có thể nhận thấy rằng, công chúng của báo chí sáng tạo có sự hạn chế hơn so với sản phẩm báo chí truyền thống. Đa đa số công chúng của sản phẩm báo chí sáng tạo là công chúng trẻ, nhóm công chúng lớn tuổi, hoặc công chúng có hạn chế về mặt công nghệ thường ít quan tâm đến các sản phẩm báo chí sáng tạo. Xuất phát từ đặc điểm này, báo chí sáng tạo cần nhận định rõ phân khúc công chúng của mình thông qua việc điều tra xã hội học về công chúng báo chí, từ việc phân khúc đối tượng công chúng, các cơ quan, tòa soạn báo chí mới có thể xác định rõ nhóm công chúng đích của mình để đưa ra các nội dung thông tin đáp ứng trúng nhu cầu của công chúng đích. Một số hình thức sản phẩm báo chí sáng tạo chỉ phù hợp với một nhóm đối tượng tiếp cận nhất định, do đó nội dung không thể mang tính đại chúng như các sản phẩm báo chí khác mà phải mang tính cá nhân hóa.

Thứ tư, xây dựng các sản phẩm báo chí sáng tạo đa nền tảng

Những năm trở lại đây, báo chí đa nền tảng là xu hướng mà các cơ quan tòa soạn báo chí trên thế giới đang tích cực hướng đến để nâng cao năng lực cạnh tranh, tiếp cận gần hơn với công chúng và tận dụng lợi thế của các nền tảng mạng xã hội cũng như các phương tiện truyền thông mới nhằm chuyển tải thông tin, định hướng dư luận xã hội và hướng công chúng tiếp cận nguồn tin tức chính thống trên mọi nền tảng phù hợp với nhu cầu và thói quen tiếp cận mới của công chúng hiện đại. Nắm bắt được điều này, nhiều cơ quan tòa soạn báo chí đã bắt đầu chú trọng xây dựng các sản phẩm báo chí đa nền tảng như sản phẩm báo chí dành riêng cho mạng xã hội facebook, tiktok, youtube,... Xuất phát từ thực tiễn này, các cơ quan báo điện tử trong đó có Vietnamplus cũng cần phải tiếp cận nhanh chóng và xây dựng các sản phẩm báo chí sáng tạo phù hợp với các nền tảng khác nhau trên internet, để từ đó lan tỏa sản phẩm của mình đến đông đảo công chúng và tìm kiếm thêm độc giả cho tờ báo.

Như vậy, có thể thấy rằng, cùng với sự vận động và phát triển của truyền thông thế giới, báo điện tử Việt Nam cũng không ngừng chuyển động để hội nhập. Trong quá trình đó, cơ hội và thách thức luôn song hành với nhau để tạo nên những bước chuyển mình mới. Vietnamplus đã và đang làm rất tốt bằng sự sáng tạo không ngừng của cả đội ngũ lãnh đạo lẫn phóng viên, biên tập viên, cộng tác viên. Sự sáng tạo này sẽ là nền tảng của những thành công mới trong tương lai của Vietnamplus cũng như báo điện tử Việt Nam trên con đường chinh phục công chúng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Nguyễn Văn Dũng (2012), *Cơ sở lý luận báo chí*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
- [2]. Nguyễn Thành Lợi (2014), *Tác nghiệp báo chí trong môi trường truyền thông hiện đại*, NXB Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
- [3]. Nhiều tác giả (1995), *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, NXB Trẻ, Hồ Chí Minh
- [4]. Vũ Thanh Hoà (2017), Mega Story và những câu chuyện trực tuyến, tạp chí Người làm báo, <http://nguoilambao.vn/mega-story-va-nhung-cau-chuyen-truc-tuyen-n5996.html>.
- [5]. Ngô Khiêm (2017), VietnamPlus đang đi đúng hướng với Mega Story, Cổng thông tin điện tử Hội Nhà báo Việt Nam, http://hoinhabaovietnam.vn/VietnamPlus-dang-di-dung-huong-voi-Mega-Story_n22647.html
- [6]. Báo Vietnamplus, <http://special.vietnamplus.vn/vietnamplus>
- [7]. N. Hoàng (2015), Rapper Hà Lê trải lòng về rap Việt, http://vtv.vn/am-nhac/rapper-ha-le-trai-long-ve-rap-viet20150320133615_513.htm.

INNOVATION JOURNALISM – OPPORTUNITY AND NEW CHALLENGE OF VIETNAMPLUS

Tran Thi Phuong Nhung

Faculty of Journalism and Communication, University of Sciences, Hue University

Email: tranthiphuongnhung@husc.edu.vn

ABSTRACT

Currently, the Vietnamese press and journalists, as a result of Industry 4.0, are undergoing the fundamental and comprehensive changes to suit the country's overall development as well as public needs. The strong race of the press has resulted in numerous breakthroughs in the content and form of the journalistic genres. Not only simply stopping at classic genres such as news, articles, reports, etc., electronic newspapers also show a unique and novel way when creating innovative journalistic products. Creative journalism is gradually becoming an inevitable trend of the world press, and it is gaining traction in Vietnam, presenting significant chances for electronic newspapers to compete. However, along with opportunities, there are always challenges that online press agencies, including Vietnamplus, which is leading the trend of creative journalism in Vietnam, must grasp, take advantage and adjust to accommodate progress.

Keywords: challenge, electronic newspaper, innovation journalism, opportunity, Vietnamplus



Trần Thị Phương Nhung sinh ngày 10/08/1987 tại Quảng Bình. Năm 2009, bà tốt nghiệp cử nhân ngành Báo chí tại Trường Đại học Khoa học, ĐH Huế. Năm 2015, bà tốt nghiệp thạc sĩ chuyên ngành Báo chí tại Đại học Khoa học xã hội – nhân văn Hà Nội. Hiện nay, bà giảng dạy tại Trường Đại học Khoa học, Đại học Huế.

Lĩnh vực nghiên cứu: báo chí truyền thông.