BÁO CHÍ DI ĐỘNG TẠI VIỆT NAM - MỘT LOẠI HÌNH TRUYỀN THÔNG MỚI

Phan Quốc Hải

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

Email: phanquochai@gmail.com

TÓM TẮT

Sự phát triển của báo chí di động hiện nay đang có những tác động lớn đến đời sống báo giới tại Việt Nam. Chính sự ra đời của báo chí di động đã làm thay đổi cách làm báo của nhà báo và cách tiếp nhận thông tin của công chúng. Bài viết chỉ ra những đặc điểm hình thức của phiên bản báo chí dành cho di động và cung cấp những thông tin thực tế về sự biến đổi nhu cầu thông tin, hình thành một lớp công chúng với những đặc điểm riêng khác so với các loại hình báo chí truyền thống.

Từ khoá: *Báo chí di động, nhu cầu thông tin, báo chí truyền thống, công chúng báo chí.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

1.1. Thuật ngữ "Báo chí di động" dịch từ các từ tiếng Anh "Mobile Media", "Mobile Journalism" hay "Mobile News" để chỉ những hoạt động báo chí trên thiết bị di động lần đầu tiên được đề cập vào năm 1990 trong báo cáo của James Katz, nhà truyền thông học người Mỹ, về nghiên cứu những tác động của truyền thông đến công chúng. Trong báo cáo này, James Katz đã chỉ ra một loại phương tiện truyền thông mới, đó là báo chí di động, và dự đoán trong tương lai, báo chí di động là phương tiện truyền thông được sử dụng nhiều nhất trong hệ thống các phương tiện truyền thông.[1]

Trong thực tiễn hoạt động báo chí hiện nay, báo chí di động được hiểu là báo chí sử dụng thiết bị di động để sản xuất và truyền tải thông tin. Như vậy, báo chí di động được hiểu theo hai nghĩa: 1/sử dụng công cụ di động để làm báo, tức làm báo bằng thiết bị di động; 2/thiết bị di động trở thành một kênh để chuyển tải thông tin đến công chúng, tức làm báo cho thiết bị di động [2].

1.2. Cùng với sự phát triển của báo chí thế giới, báo chí Việt Nam những năm gần đây đã có những bước phát triển vượt bậc về công nghệ làm báo và chuyển tải thông tin trên các thiết bị đầu cuối. Thành tựu đáng ghi nhận nhất phải kể đến là các phiên bản báo chí trên các thiết bị di động.

[1] James Katz, "The Future of Mobile News", Pew Research Center, New Media & Society, 10(4), 547–564.

[2] Các thiết bị di động ở đây được hiểu là các thiết bị nhận thông tin đầu cuối bao gồm điện thoại di động, máy tính bảng, những thiết bị nhỏ dễ di chuyển và có thể truy cập mọi lúc, mọi nơi.

Từ những năm 2010, các tờ báo lớn của Việt Nam đã bắt đầu trào lưu làm wap, rồi app[3] cho smartphone. Nhiều báo online đều có wap, một số báo đã xây dựng các ứng dụng (app) cho điện thoại thông minh và máy tính bảng như Moza (Tinh Vân), Socbay iMedia (Naiscorp), Tin ngắn (Viettel), Báo Mới (ePi), Thanh Niên (báo Thanh Niên), Người Đưa Tin (Netlink), Vitalk (FPT – nguyên thuỷ là một sản phẩm hỗ trợ chat Yahoo trên di động thành một mạng xã hội tin tức cho mobile)...[4] Đến nay, hầu hết các tờ báo lớn ở Việt Nam đã có những thay đổi đáng kể về mặt hình thức, giao diện trên các thiết bị di động để chuyển tải thông tin đến người dùng. Song song với sự ra đời một hình thức báo chí mới-báo chí di động, công chúng báo chí cũng có những thay đổi đáng kể. Sự thay đổi rõ nhất là sự hình thành nên một bộ phận công chúng mới, công chúng báo chí di động với những đặc điểm và nhu cầu riêng khác.

2. THỰC TRẠNG

Câu chuyện làm báo cho các thiết bị di động tại Việt Nam đã được xây dựng thành chiến lược từ nhiều năm trước. Một trong những tờ báo đầu tiên đi tiên phong trong lĩnh vực này là *Vietnamplus* thuộc Thông tấn xã Việt Nam. Trong đề án xây dựng trang *Vietnamplus*, định hướng phát triển báo chí trên các thiết bị di động là một trong những nhiệm vụ ưu tiên hàng đầu mà lãnh đạo tờ báo hướng đến. Đây có thể xem là tờ báo đầu tiên lúc bấy giờ có chiến lược phát triển báo chí di động một cách nghiêm túc tại Việt Nam. Chiến lược đó bắt đầu từ năm 2009 và đến năm 2010, báo *Vietnamplus* đã tung ra ứng dụng đọc báo trên điện thoại trên nền tảng Android và các ứng dụng trên AOS, Iphone. Theo số liệu thống kê năm 2013, *Vietnamplus* đã có 500.000 người sử dụng qua thiết bị di động và mỗi ngày có khoảng 500 người sử dụng mới [5]. Tiếp theo *Vietnamplus* là các tờ báo lớn khác cũng bắt tay vào việc xây dựng các phiên bản mới dành cho các thiết bị di động. báo *Tuổi* trẻ (9/2010) Báo *Thanh Niên* (9/2013), *Vietnamnet, Dân Trí, Vnmedia, VnExpress...*

2.1. Giao diện và công nghệ truyền tải web cho mobile

Thực tế khảo sát cho thấy các tờ báo online ở Việt Nam hiện nay có hai phương thức chuyển tải thông tin đến công chúng qua các thiết bị di động. Một là, xây dựng riêng phiên bản dành cho thiết bị di động, khác với các phiên bản dành cho desktop và laptop. Hai là, xây dựng giao diện tùy biến dùng chung cho tất cả các thiết bị đầu cuối.

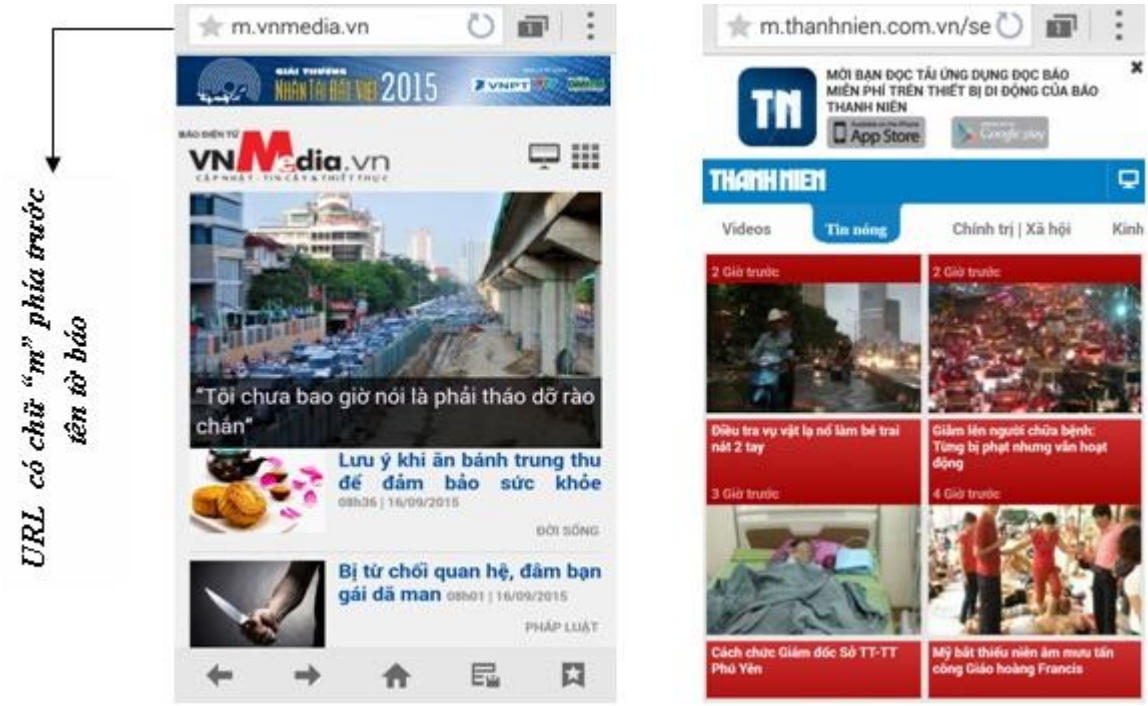
Phiên bản dành cho điện thoại di động có những đặc điểm khác biệt so với các phiên bản dành cho PC và Desktop. Với kích thước màn hình từ 4 inch đến 6 inch, hình thức, giao diện, nội dung và phương thức trình bày thông tin trên điện thoại di động cũng có điểm khác so

[3] Wap, viết tắt của từ tiếng Anh là Wrireless Application Protocol, là một trang web đặc biệt thiết kế nhỏ gọn, phù hợp với điện thoại di động. Đây là giao thức không dây cho phép các thuê bao di động có thể sử dụng điện thoại truy cập vào nội dung để lấy thông tin và trao đổi. App là một ứng dụng chỉ sử dụng cho thiết bị di động hay tablet, của các hãng như App Store của Apple hay Google Play của Google.

[4] Theo Phan Văn Tú:https://phanvantu.wordpress.com/2014/04/25/bao-chi-thoi-di-dong/

[5] Thanh Vân, "Nhà báo Lê Quốc Minh – Tổng biên tập Vietnamplus: Mobile News- Quan trọng là biết đón đầu", *Nhà báo & Công luận* - 09/05/2013 14:07.

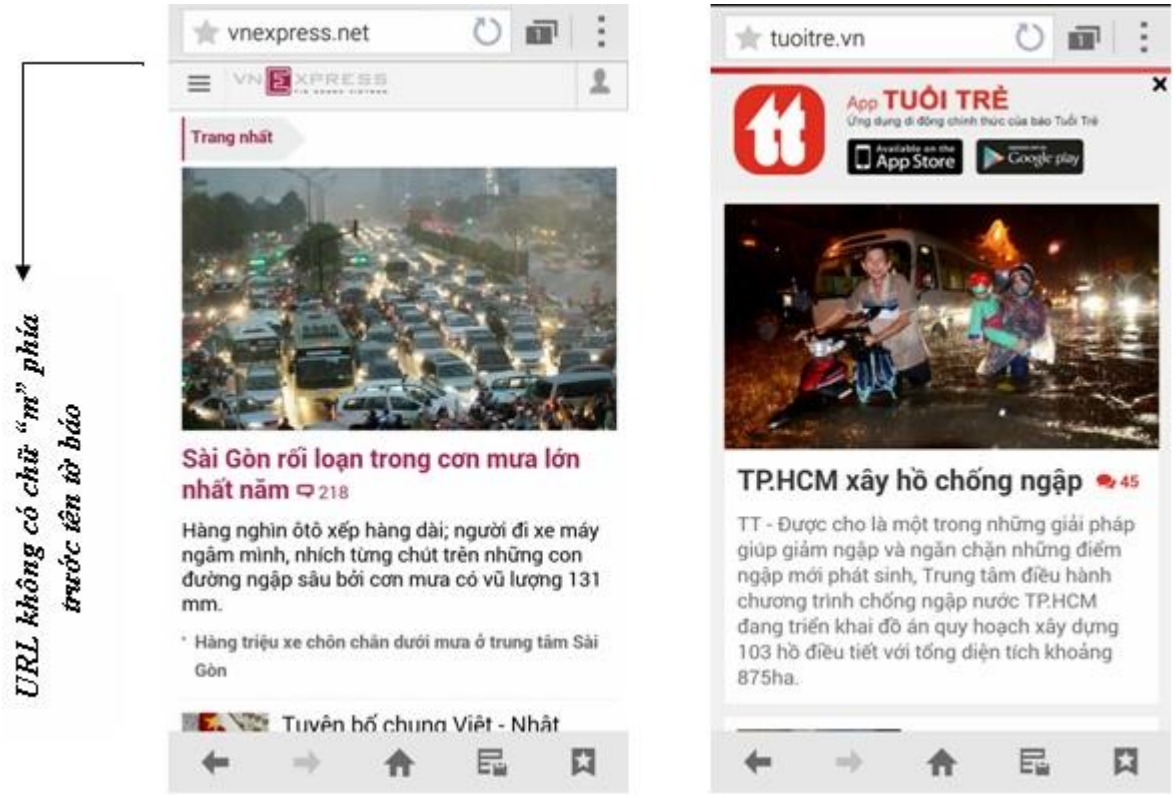
với PC và Desktop vốn có màn hình từ 10 inch đến 20 inch. Các tin tức, hệ thống sản xuất và xuất bản được ứng dụng và vận hành riêng so với các phiên bản dành cho Desktop và PC. Ở đây, từ nội dung đến hình thức đều được thiết kế phù hợp với tính chất của màn hình nhỏ gọn.



Hình 1. Những trang báo có giao diện dành cho thiết bị di động được mở trên các smartphone.

Để phân biệt được phiên bản dành riêng cho các thiết bị di động, người dùng có thể xem các URL của các trang web các tờ báo. Nếu mở bất kỳ một báo nào trên các thiết bị di động có chữ "m" (viết tắt của từ mobile) phía trước tên tờ báo và cách nhau bằng dấu chấm (.) thì đó là phiên bản online dành cho các thiết bị di động. Ví dụ: http://m.thanhnien.com.vn http://m.laodong.com.vn, http://m.dantri.com.vn http://m.vnmedia.vn. Trong khi đó các báo có giao diện tùy biến thì trên các URL không có chữ "m" đi kèm chẳng hạn như http://tuoitre.vn, http://vnexpress.vn ...

Trường hợp thứ hai, xây dựng giao diện tùy biến cho tất cả các thiết bị đầu cuối. Ở dạng giao diện tùy biến này, các báo sử dụng công nghệ responsive design để các thiết bị đầu cuối có thể tùy biến theo kích cỡ màn hình của mình mà không cần phải có phiên bản dành riêng cho từng thiết bị. Ở Việt Nam, đi đầu trong công nghệ tùy biến giao diện với thiết bị đầu cuối là *vietnamplus*, tờ báo này xây dựng giao diện tùy biến vào tháng 11/2013, tiếp đến là *vnexpress* 3/2014, tiếp sau đó là *Tuổi trẻ* 9/2014 và nhiều tờ báo khác cũng bắt đầu hướng đến tiện ích này.



Hình 2. Những trang báo có giao diện tùy biến trên các thiết bị đầu cuối được mở bằng thiết bị điện thoại di động.

Nhìn chung, về mặt hình thức, các giao diện báo điện tử khi hiển thị trên màn hình di động có những đặc điểm sau đây:

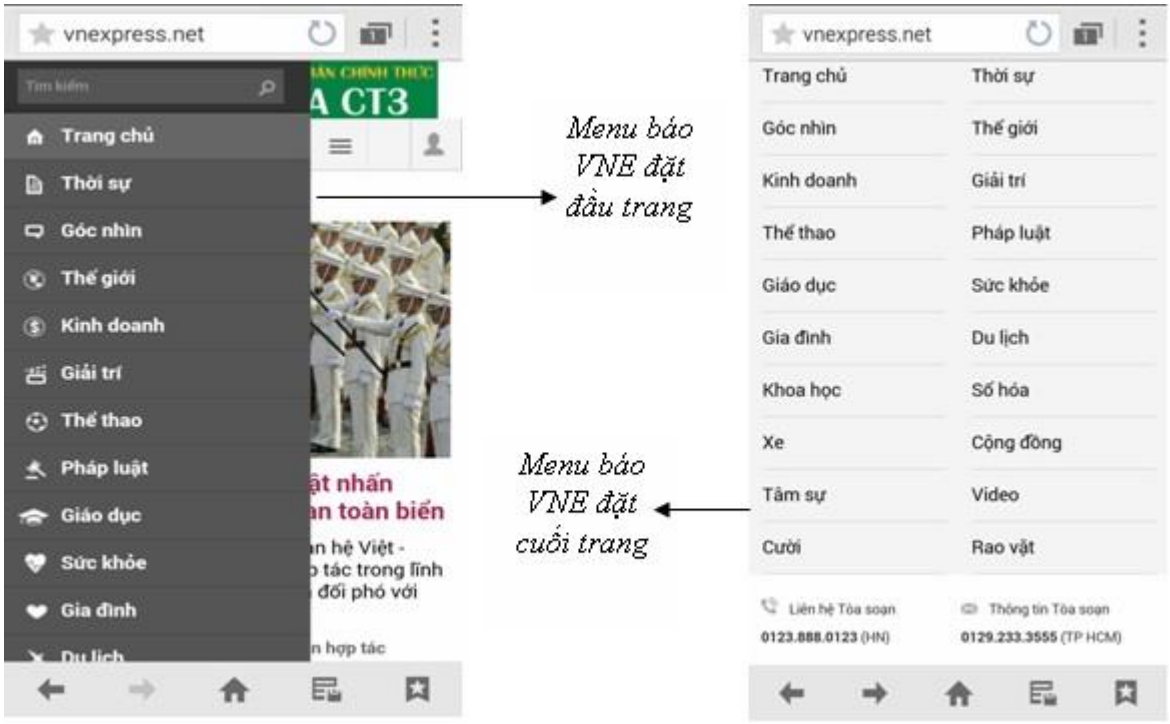
Thứ nhất, Menu thông tin (các mục, chuyên mục) của các báo được trình bày bằng 3 cách khác nhau. Cách 1: Đưa menu thông tin lên đầu trang báo (top) nhưng cho ẩn trong biểu tượng. Người đọc muốn đọc nội dung theo từng chuyên mục phải kích vào biểu tượng này để các nội dung có thể cuộn ra màn hình. Cách trình bày này giúp tiết kiệm diện tích và đỡ làm rối mắt khi đọc báo trên các thiết bị di động.

Hình 3. Báo Lao động và Vietnamplus đưa biểu tượng menu lên đầu trang.

Cách 2: Đặt các Menu thông tin xuống chân trang của web (footer). Cách đặt menu dưới các Footer của các tờ báo sẽ tạo điều kiện thuận lợi để đặt các thông tin nóng phù hợp với tính cập nhật thông tin thời sự, tức thời của tính năng báo chí dành cho điện thoại di động. Tuy vậy cách thiết kế này gây khó khăn cho việc tìm kiếm và tốn thời gian cho các độc giả muốn lựa chọn thông tin theo chủ đề và nội dung.

Hình 4. Các cách bố trí menu của các tờ báo trên điện thoại di động

Cách 3: vừa có menu chân trang vừa có menu đặt thành biểu tượng trên đầu của các trang báo. Cách này kết hợp cả hai cách trên nhằm khắc phục những hạn chế của cách đặt menu trên hoặc menu dưới chân trang của các website. Tuy vậy, với cách thiết kế này sẽ có dung lượng lớn có thể bị ảnh hưởng đến tốc độ của người truy cập. *Vnexpress* và *Vnmedia*, hai tờ báo điện tử độc lập lớn của Việt Nam đang sử dụng cách này.



Hình 5. VnExpress cùng lúc sử dụng hai dạng menu khác nhau một đặt vào biểu tượng đầu trang, một đặt dưới Footer của của trang web.

Thứ hai, trang chủ và giao diện của phiên bản dành cho điện thoại di động được sắp xếp rất nhiều hình đại diện. Các phiên bản báo chí dành cho điện thoại di động tại Việt Nam đa số đưa các list tin, bài nóng lên đầu và trên trang chủ. Mỗi list tin, bài bao gồm tít kèm một ảnh đại diện được bố trí theo thời gian upload: tin, bài xuất bản sau được xếp lên đầu và lần lượt các tin, bài cũ được đẩy xuống cuối trang web.

Theo số liệu thống kê của chúng tôi từ 8 tờ báo lớn tại Việt Nam cho thấy, mỗi ngày những tờ báo này có khoảng từ 110 đến 120 tin, bài được cập nhật liên tục trên phiên bản báo mobile. Và mỗi list tin, bài trên trang chủ của một phiên bản có khoảng 25 đến 50 tít kèm hình đại diện. Sự xuất hiện của nhiều tin bài như vậy có thể giúp cho công chúng có nhiều lựa chọn về nội dung liên quan đến nhu cầu thông tin của mình. Đây có thể xem là một ưu điểm của báo chí mobile.

Bảng 1. Thống kê các list tin, bài và ảnh kèm theo của các tờ báo lớn trên phiên bản điện thoại di động

Tên tờ báo	*Số tin, bài/ngày*	*Số ảnh kèm theo*
VNExpress	17	15
VNMedia	15	15
VietNamNet	12	10
Vietnamplus	20	20

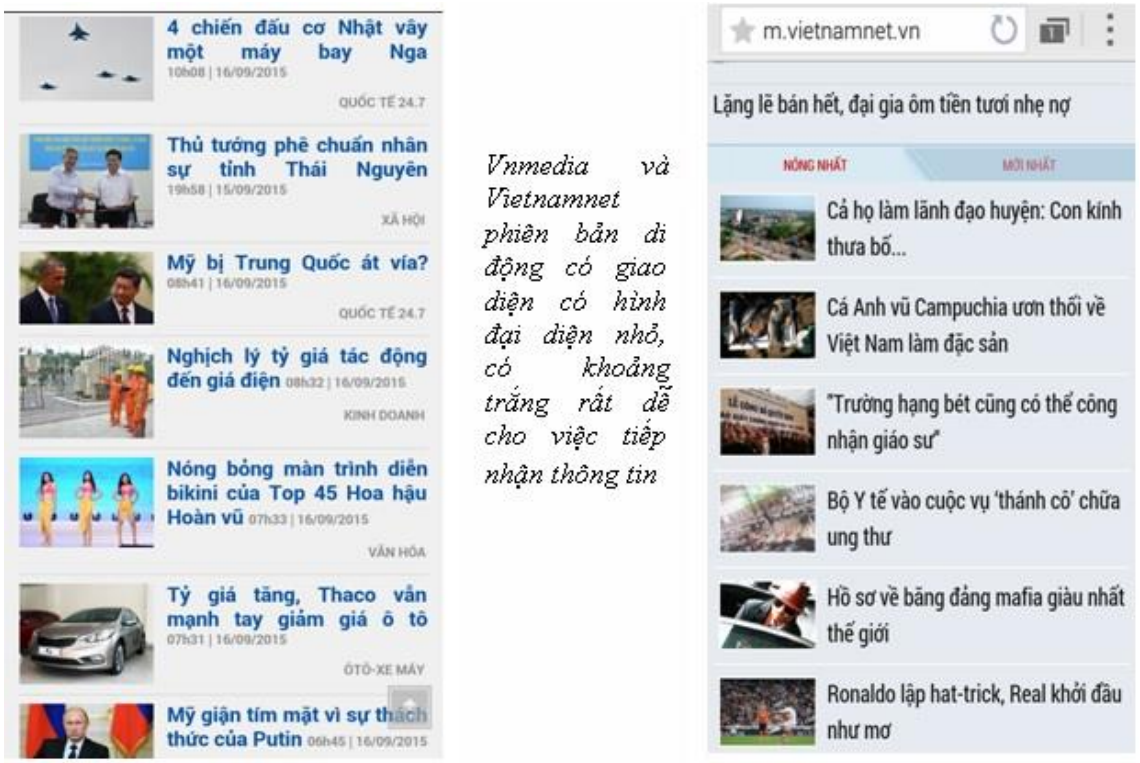
Thanhnienonline	14	12
Tuoitreonline	16	16
Laodongonline	12	10
Tienphongonline	10	9

Nguồn: Thống kê ngày 9/4/2015.

Tuy vậy, với cách bố trí list và hình đại diện như trên nếu không có những khoảng trắng giữa các tin bài sẽ làm cho giao diện bị đóng kín, nhất là với màn hình của điện thoại di động vốn rất nhỏ gây rối cho người đọc. Hơn nữa nếu bố trí quá nhiều ảnh trên trang chủ có thể gây nên tình trạng load chậm. Độc giả sử đụng điện thoại 3G phải mất gần 1 phút để load xong trang chủ với dung lượng khoảng 1,7MB. Nếu điện thoại 2G thì phải mất hơn 4 phút để load xong trang chủ. Trường hợp của *Thanhnien online* tại http://m.thanhnien.com.vn hay *Laodongonline* tại http://m.laodong.com.vn là một ví dụ.

Hình 6. Cách bố trí ảnh trên trang giao diện của TNO và LĐO.

Trong khi đó một số tờ báo khác vẫn sử dụng hình đại diện kèm theo tít nhưng hình ảnh nhỏ, có những khoảng trắng nhất định nên tạo được sự thông thoáng dễ tiếp nhận hơn. *Vnmedia, Vnexpress, Tuoitreonline, Tienphongonline, Vietnamnet...* là những phiên bản như vậy.



Hình 7. Giao diện báo vnmedia và vietnamnet phiên bản điện thoại di động.

Về công nghệ chuyển tải nội dung cho web mobile tại Việt Nam hiện nay, các báo sử dụng song song công nghệ webmobile và appmobile.

Lựa chọn xây dựng nội dung trên phiên bản di động của website (Mobile web) hay trên ứng dụng di động (Mobile App) để tiếp cận tốt nhất đến công chúng luôn là điều mà những tờ báo có phiên bản mobile quan tâm. Mobile web giống như các website phiên bản tiêu chuẩn, hiển thị dựa trên nền tảng trình duyệt + các công nghệ liên quan đến html, css… Mobile web cho phép hiển thị đa dạng thông tin từ văn bản, hình ảnh, âm thanh, video, flash, tương tác qua các thao tác chạm, bấm (cảm ứng) trên chính màn hình thiết bị truy cập. Mobile website có giao diện người dùng thu nhỏ hơn so với phiên bản tiêu chuẩn, có thể tích hợp nhiều tiện ích gắn liền với thiết bị như "click to call", "click to sms", "location finder"…

Hiện nay một số tờ báo điên tử lớn đã tập trung vào bản web mobile. Đây là công nghệ HTML5 mới, được nhiều báo trên thế giới sử dụng và dễ dàng thuận tiện cho người dùng, vì xem bằng trình duyệt Internet (browser) nên không phải tạo lập ứng dụng riêng cho từng hệ điều hành như native app và không phải tạo nhiều phiên bản cho các loại màn hình khác nhau. Với công nghệ mới của phiên bản mobile web, người dùng sẽ có đầy đủ mọi phương thức tiếp cận thông tin, cho dù họ đang ở đâu và sử dụng bất cứ thiết bị gì. Để sử dụng phiên bản web mobile người dùng chỉ cần gõ địa chỉ trang web trên trình duyệt của điện thoại di động và hệ thống tự nhận diện để chuyển sang trang dành riêng cho các thiết bị cầm tay. Và độc giả có thể dễ dàng thay đổi giao diện điện thoại sang máy tính nhờ việc nhấn vào biểu tượng desktop trên màn hình

điện thoại. Khi đó, lập tức các giao diện điện thoại di động chuyển sang giao diện PC hoặc Desktop, với font chữ nhỏ hơn rất nhiều. Và ngược lại, click vào biểu tượng điện thoại bên góc phải màn hình, màn hình sẽ chuyển sang giao diện điện thoại một cách nhanh chóng.

Trong khi đó, Mobile App là ứng dụng di động được tải và cài đặt trên từng thiết bị, khác với mobile web cần phải có trình duyệt để hiển thị nội dung. Người dùng có thể tải ứng dụng từ nhiều nguồn khác nhau như Apple Store, Google Play… tuỳ theo hệ điều hành của thiết bị. Ứng dụng di động có thể hiển thị nội dung từ Internet theo mô hình của mobile web, hoặc cũng có thể tải nội dung về thiết bị để hiển thị, sau đó người dùng có thể truy cập vào ứng dụng để theo dõi nội dung mà không cần có kết nối dữ liệu. *Thannienonline* có Thanh niên for Android, *VnExpress* có ứng dụng VnExpress for Android, *V-News* có V-News for Windows Phone, *Dân trí* có Dân trí for Android, *Vietnamnet* có Vietnamnet for Windows Phone, *Tuoitreonline* có Tuổi trẻ Mobile for Android...

2.2. Thay đổi nội dung thông tin

Cùng với sự thay đổi về hình thức, giao diện, các phiên bản dành cho điện thoại di động cũng đã kịp thời có những điều chỉnh về nội dung cho phù hợp với cách tiếp cận thông tin mới của thiết bị.

Phần lớn nội dung thông tin trên các phiên bản báo chí di động tại Việt Nam luôn có tính thời sự cao, được cập nhật nhanh chóng, thuận tiện, hỗ trợ trên 80% số máy điện thoại di động hiện có trên thị trường Việt Nam, hiển thị hoàn toàn bằng tiếng Việt có dấu và nhiều ngôn ngữ khác. Quan trọng nhất vẫn là tiết kiệm tối đa chi phí GPRS cho nhu cầu cập nhật tin tức trên mobile. Điều đặc biệt là các phiên bản báo chí di động tại Việt Nam đã tích hợp 3 xu hướng chính: tính di dộng, việc sử dụng nhiều video, và gắn tin tức với các trang mạng xã hội dựa trên sự phát triển như vũ bão của công nghệ thông tin vào loại hình điện thoại di động hiện nay.

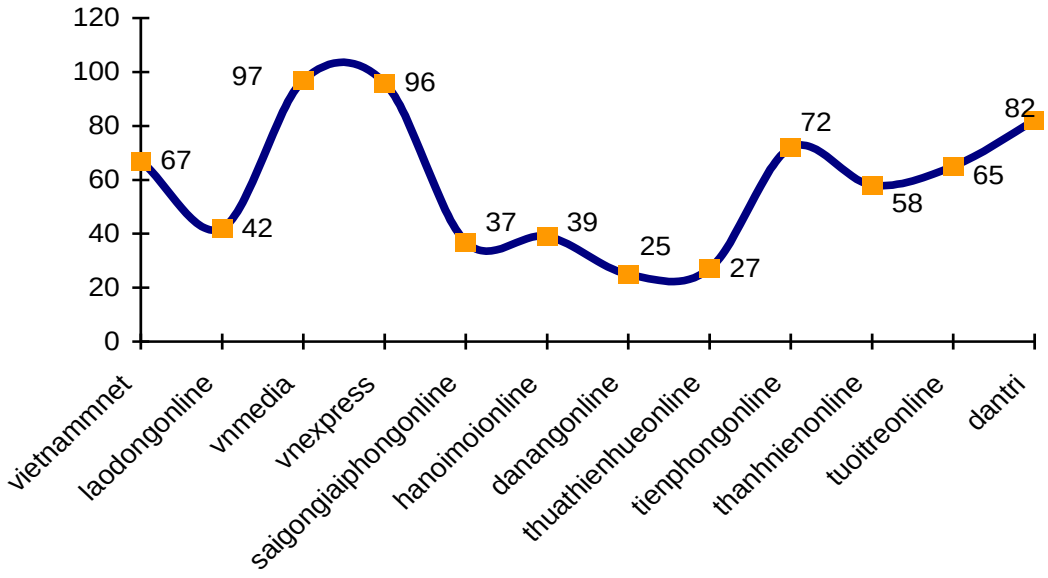
Nội dung được phản ánh trên các thiết bị di động được cập nhật liên tục. Theo số liệu thống kê của chúng tôi lượng thông tin được upload lên các trang trong một ngày trung bình ở mỗi tờ báo lớn tại Việt Nam là 10 đến 30 nội dung thông tin. Tính tỉ lệ trung bình là cứ 40 đến 65 phút có một thông tin được xuất bản trên các phiên bản báo chí di động. Đây là một tần suất sản xuất thông tin khá cao đối với báo chí và có thể xem là cao nhất trong hệ thống phát hành sản phẩm báo chí ở Việt Nam.

Không chỉ cung cấp một lượng thông tin phong phú, đa dạng nhiều chiều, các nội dung thông tin được chuyển tải trên các thiết bị di động cũng đã nhanh chóng cập nhật liên tục những sự kiện nóng từ giây, từ phút để công chúng kịp theo dõi. Sự kiện sập giàn giáo ở Formosa cảng Vũng Áng tại Hà Tĩnh vào lúc 20 giờ ngày 25 tháng 03 năm 2015 khiến 17 công nhân tử vong, và 24 người khác bị thương nặng, chỉ trong khoảng thời gian 12 giờ ngày hôm sau (26/3), *Vietnamplus mobile* đã đưa đến 14 tin, bài liên quan đến sự kiện này và tiếp 3 ngày sau có thêm 17 tin, bài mới được cập nhật về sự kiện này. Tương tự, sự kiện thảm sát tại Bình Phước xảy ra rạng sáng ngày7/7/2015 gây rúng động dư luận đã được các báo mobile quan tâm đặc biệt. Chỉ

trong vòng 24 tiếng, báo Pháp luật thành phố Hồ Chí Minh phiên bản dành cho mobile tại http://m.phapluattp.vn đã thông tin đến 19 lần, tiếp sau 3 ngày báo này đã đăng thêm 21 thông tin nữa. Riêng báo tuoitremobile đăng về sự kiện này là 12 tin, bài, thanhnienmobile là 14, vnmedia là 19, vnexpress là 17 trong vòng 5 ngày.

Một trong những cách thay đổi lớn về nội dung thông tin cho phiên bản báo chí di động nữa là việc các báo điều chỉnh các chuyên mục ngày càng đa dạng hơn, mở nhiều nội dung thông tin mang tính cá nhân hóa, tính chuyên biệt để cung cấp những thông tin thiết yếu theo nhu cầu cá nhân của người đọc. Thống kê cho thấy số chuyên mục trên các phiên bản mobile của 6 tờ báo lớn tại Việt Nam gồm *Vietnamplus, Vietnamnet, Vnmedia, Vnexpress, Thanhnienonline, Tuoitreonline* đã lên đến con số 500. Đặc biệt có một số tờ báo đã xây dựng những chuyên mục riêng phục vụ công chúng theo khu vực rất hiệu quả như *Vietnamplus* hay *Zing*. V*ietnamplus* hiện có 63 trang tin địa phương được thiết kế như những trang web nhỏ với nội dung thông tin phong phú, khi độc giả truy cập có thể đọc được thông tin giống như một trang tin điện tử địa phương. Ngoài ra, tờ báo này còn thiết kế 200 trang tin các quốc gia khác nhau với đầy đủ các nội dung từ kinh tế, văn hóa, xã hội đến khoa học, công nghệ, môi trường…Nâng tổng số các trang tin chuyên biệt của tờ báo lên con số 300. Có thể nói chưa có báo điện tử nào trong nước có số trang phụ lớn như thế. Lợi ích lớn nhất mà V*ietnamplus* mang lại cho công chúng là cách tiếp cận thông tin mới với sự lựa chọn nội dung phong phú và chuyên biệt. Ngoài ra, *Vietnamplus* còn thử nghiệm thành công loại ảnh 360 xem theo hình cầu, sử dụng máy bay không người lái flycam trong trong tác nghiệp. Trong khi đó, *Zing* đã bắt đầu thay đổi các tiếp cận công chúng qua các nội dung được chia nhỏ theo nhóm lứa tuổi, nghề nghiệp và khu vực địa lý. Tờ báo đã thiết kế nội dung với nhiều mục mới như *Sống trẻ* (gồm các chuyên mục dành cho giới trẻ: *gương mặt trẻ, cộng đồng mạng, sự kiện*), *Sống khoẻ* (gồm các thông tin chỉ dẫn ở các chuyên mục *Mẹ và Bé, Dinh dưỡng, khoẻ đẹp*…), Thế giới (gồm các chuyên mục theo khu vực địa lý *Thế giới quanh ta*, *người Việt bốn phương*).

Biểu đồ 1. Số lượng các mục, chuyên mục của các tờ báo qua truy cập trên điện thoại di động.



Nguồn: Khảo sát tháng 5/2013.

2.3. Công chúng báo chí mobile

Sự thay đổi các thiết bị tiếp nhận thông tin gắn với sự phát triển của công nghệ đã làm thay đổi thói quen tiếp nhận thông tin của công chúng và hình thành một bộ phận công chúng mới, công chúng báo chí mobile. Theo số liệu thống kê của của công ty Nielsen hiện nay, Việt Nam có khoảng 145 triệu thuê bao điện thoại di động, trong đó số người sử dụng Internet trên điện thoại đã hơn 20 triệu và 30% số điện thoại đang được sử dụng là điện thoại thông minh (smartphone). Việt Nam hiện đã có gần 2/3 (62%) người dùng điện thoại thông minh để lướt web, hơn một nửa số người dùng điện thoại tính năng thường muốn sử dụng là đọc báo và thực hiện các công việc giải trí, mua bán và liên lạc hàng ngày. Con số trên so với năm 2012 là 109,1 triệu người, số người dùng điện thoại lướt web là 12 triệu, cho thấy chỉ trong vòng 3 năm, số người sử dụng điện thoại di động ở Việt Nam đã tăng 36 triệu người, số người dùng điện thoại để online tăng 183%. Thống kê cho thấy 23% người dùng thanh toán qua điện thoại, 56% online bằng điện thoại với các hoạt động chính là 82% đọc tin, 67% tìm kiếm thông tin, 48% gửi tin nhắn trực tuyến và 35% tham gia các mạng xã hội [[6]]

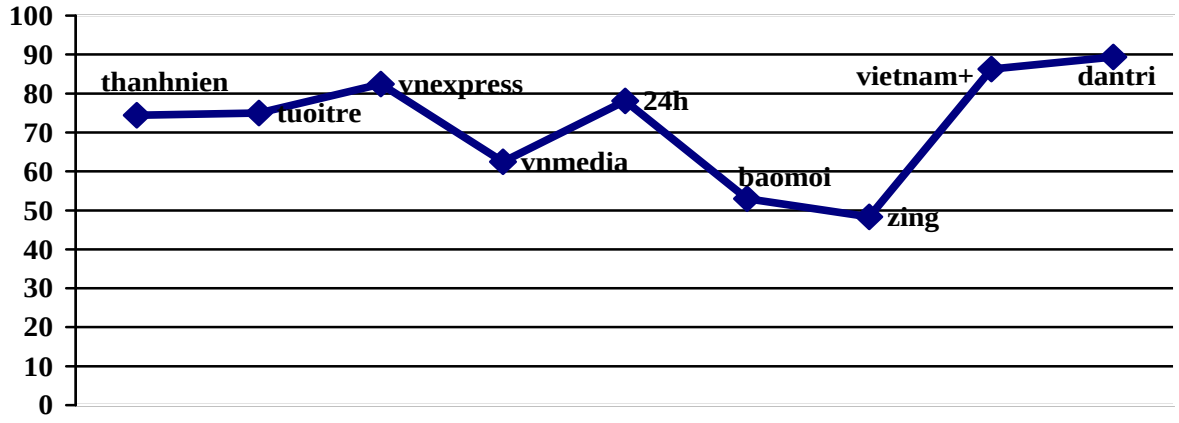
Cuộc điều tra công chúng báo chí mobile độ tuổi 15 – 45 tại thành phố Đà Nẵng và Huế cho thấy: trong 400 người được khảo sát có 279/400 người đọc báo trên điện thoại di động, (chiếm 69,75%). 242/279 người thuộc độ tuổi từ 20 – 35 tuổi (chiếm 86,7%), 172/279 là nam

[6] Nguồn: Vietnam Internet's User-http://moore.vn/

giới, (chiếm 61,0%) 107/279 là nữ giới (chiếm 39,0%), 212/279 là viên chức và sinh viên (chiếm 75.9 %).[7]

Từ khảo sát trên cho thấy, công chúng của báo chí mobile hầu hết là công chúng trẻ tuổi, nghề nghiệp là sinh viên và viên chức lao động. Nhóm công chúng này thường xuyên quan tâm các nội dung chính trị, xã hội và giải trí. Trong đó, nhóm công chúng trẻ đang là sinh viên thường tiếp cận các trang *24h.com, baomoi.com, zing.com*. Trong khi đó các trang *thanhnienonline, tuoitreonline, laodongonline* được đối tượng viên chức truy cập thường xuyên.

Biểu đồ 2. Tỉ lệ công chúng khu vực Đà Nẵng và Huế truy cập các trang báo.



Nguồn: Điều tra tháng 4/2015.

Nội dung truy cập của nhóm công chúng qua thiết bị di động có sự phân hoá rõ rệt. Nhóm nội dung chính trị, xã hội được truy cập cao nhất (97, 2%), tiếp đến là các nội dung du lịch, đời sống, thị trường...Với cách lựa chọn nội dung như trên, có thể thấy, công chúng báo chí mobile đã nghiêng hẳn về thông tin thời sự chính luận. Đây là mảng thông tin được các báo điện tử trên điện thoại di động xuất bản khá nhanh và thường xuyên.

Bảng 2. Tỉ lệ nội dung công chúng truy cập

Chuyên mục	Lượng công chúng quan tâm (%)	Chuyên mục	Lượng công chúng quan tâm (%)
Chính trị	97,2	Khoa học	10,0
Thế giới	67,6	Môi trường	7,3
Kinh tế	42,2	Du lịch	72,7
Xã hội	97,2	Thị trường	58,0
Đời sống	68,3	Y tế	20,8
Văn hóa	37,3	Giáo dục	32,5
Thể thao	12,0		

Nguồn: Điều tra tháng 4/2015.

[7] Điều tra tháng 4/2015

Cũng qua cuộc khảo sát trên, 92/279 (chiếm 32.9%) người cho rằng chất lượng tin, bài của báo chí mobile rất tốt không cần thay đổi bất cứ điều gì, 75/279 (chiếm 26,8%) người phản ánh rằng chất lượng thông tin của trang báo này chỉ đạt mức trung bình và cần phải thay đổi, chỉnh sửa cả nội dung và hình thức cho phù hợp với cách tiếp cận bằng các thiết bị di động. Nhóm này còn khẳng định rằng, Việt Nam chưa có báo chí mobile theo đúng nghĩa. Để có được một phiên bản mobile hoàn chỉnh không phải chỉ là sự tuỳ biến hay sắp xếp lại các mục, chuyên mục của phiên bản báo dành cho desktop, laptop mà phải được thiết kế phiên bản riêng bao gồm cả hình thức và nội dung phù hợp với các thiết bị di động.

3. KẾT LUẬN

Tại Việt Nam trong những năm gần đây, sự cải thiện về chất lượng truyền phát thông tin đã góp phần không nhỏ cho sự phát triển dịch vụ đọc báo trên điện thoại. Với nhu cầu cần cập nhật thông tin thời sự, giải trí, nhanh, kịp thời, mọi lúc mọi nơi, đọc báo trên điện thoại là sự lựa chọn số một của công chúng Việt Nam, nhất là giới viên chức và sinh viên. Các con số thống kê của các đơn vị cung cấp dịch vụ đọc báo trên điện thoại di động cho thấy số người sử dụng điện thoại di động tại Việt Nam truy cập internet và đọc báo tăng đều qua các năm.

Tuy vậy, thực tế khảo sát cho thấy, báo chí trên điện thoại di động tại Việt Nam vẫn còn không ít những hạn chế cần phải khắc phục. Đó là: 1/Giao diện và bố cục trang báo còn cũ, chật chội, stream rối rắm, chậm thay đổi, chưa tạo sự thoải mái cho người đọc; 2/ Đa phần các tờ báo chưa có các phiên bản dành riêng cho điện thoại di động, chỉ dùng lại hoặc tuỳ biến từ các trang của desktop và laptop; 3/ nội dung được chuyển y hệt từ báo mạng điện tử dùng cho desktop và laptop sang. Một số khác không chuyển hết mà có sự lựa chọn nhưng vẫn mang tính "sao chép" nên nội dung khá dài không phù hợp với cách đọc báo trên điện thoại; 4/ Trang chủ quá nhiều ảnh gây nặng và rối, màu sắc giao diện của báo chưa tinh tế.

Để thúc đẩy sự phát triển của báo điện tử dành cho thiết bị di động thì cần có tư duy chiến lược trong việc thiết kế hình thức và sản xuất nội dung. Nghĩa là các cơ quan báo chí phải xây dựng hình thức và nội dung dành riêng cho thiết bị di động phù hợp với nhu cầu và thói quen của người sử dụng. Thậm chí, tư duy đó còn phải tiến xa hơn khi tính đến sản xuất nội dung cho các thiết bị di động cũng khác nhau. Hiện tại, trên thế giới, nhiều cơ quan báo chí và truyền thông đã xác định "Mobile first, web later", tức là ưu tiên nội dung cho thiết bị di động trước, sau đó mới đến báo mạng điện tử cho desktop, laptop và báo in. Để làm được điều này, theo chúng tôi, báo chí di động tại Việt Nam cần tính đến một số phương án sau:

Thứ nhất, về hình thức nên đơn giản hoá các giao diện, không để quá nhiều hình ảnh, mục, chuyên mục trên các trang chủ gây rối và tốc độ truy cập chậm, chỉ để tối đa 5 hình ảnh nổi bật cho tin mới với kích thước nhỏ, nhẹ trên trang chủ và 3 hình trên từng chuyên mục. Điều này làm cho việc load các nội dung trở nên nhẹ và nhanh hơn.

Thứ hai, khi lựa chọn đối tượng phục vụ, phiên bản báo chí di động cần xác định nhóm độc giả hẹp hơn. Độc giả hẹp là xu hướng của báo chí hiện đại. Nhóm độc giả này một khi quan tâm đến thông tin của tờ báo họ có khả năng trở thành những độc giả trung thành nhất của tờ báo. Xu hướng báo chí hiện nay là nếu không đủ sức xây dựng những trang tin mang tính tổng hợp và quy mô lớn thì nên tập trung vào đối tượng hẹp, chuyên sâu vào từng lĩnh vực thì sẽ hiệu quả hơn.

Thứ ba, cập nhật nhanh các thông tin thời sự, rút ngắn dung lượng bài viết, tăng nội dung xã hội, giải trí và chỉ dẫn; ưu tiên đăng tải tin tức nhiều hơn các thể loại bài viết dài có dung lượng lớn và tuyệt đối không đăng các bài viết dài kỳ.

Thứ tư, xây dựng tin, bài theo phương thức thông tin nhiều cửa và vận dụng triệt để ngôn ngữ truyền thông đa phương tiện để độc giả có nhiều lựa chọn tiếp cận thông tin và truy xuất thông tin cần nhanh hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1]. Châu An, (2014). Xu hướng báo chí mobile trong kỷ nguyên di động, Tạp chí *Báo chí và Tuyên truyền*, Tập 2 (2014), tr 25-37.

[2]. Nguyễn Vân Anh (2013). Đọc báo qua mobile một trào lưu mới, *Saigon Time*, 15/3/2013, tr5.

[3]. Lê Quốc Minh (2012). Hướng đến báo chí "di động", *Tuổi Trẻ* - 19/06/2012.

[4]. Helles R, Wei R.(2007). Điện thoại di động công nghệ cao: bản sắc xã hội và sự phụ thuộc vào mục tiêu cá nhân", Tạp chí *Nghiên cứu Truyền thông châu Á* , 3 (1), 5 - 24 .

[5]. Jensen K. B.(2010). Động cơ sử dụng của điện thoại di động cho truyền thông đại chúng và giải trí, Tạp chí *Quốc tế về Viễn thông & Công nghệ thông tin* , 25 (1), 36

[6]. Wei R. (2006). Lối sống và phương tiện truyền thông mới, *New Media & Xã hội* , 8 (6), Tr 991 – 1008.

[7]. Lo V. (2015). Lối sống và phương tiện truyền thông mới, *New Media & Xã hội*, 8 (6), 991 - 1008.

MOBILE MEDIA IN VIETNAM: A TYPE OF NEW MEDIA

Phan Quoc Hai

Department of Journalism and Communications, Hue University College of Sciences

Email: phanquochai@gmail.com

ABSTRACT

The development of mobile media has recently impacted on Vietnam's journalism. The appearance of mobile media has changed the working of journalists and the receiving of information from the public. This article indicates the form characteristics of the version of mobile media and provides practical information on the change of information needs, forming a group of public with specific characteristics compared to traditional types of media.

Keywords: *mobile media, information needs, traditional media, public press.*