



Chuyển đổi số trong báo chí: chuyển đổi cái gì và từ đâu?

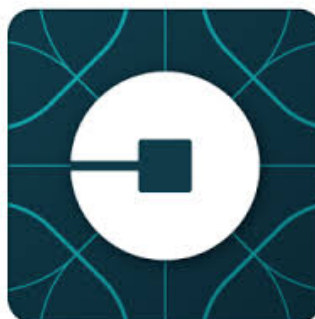
GS. TS. Nguyễn Đức An, ĐH Bournemouth, Anh

Trao đổi chuyên đề với đồng nghiệp báo chí tại TPHCM
23/08/2022

Thế giới (số) hôm nay



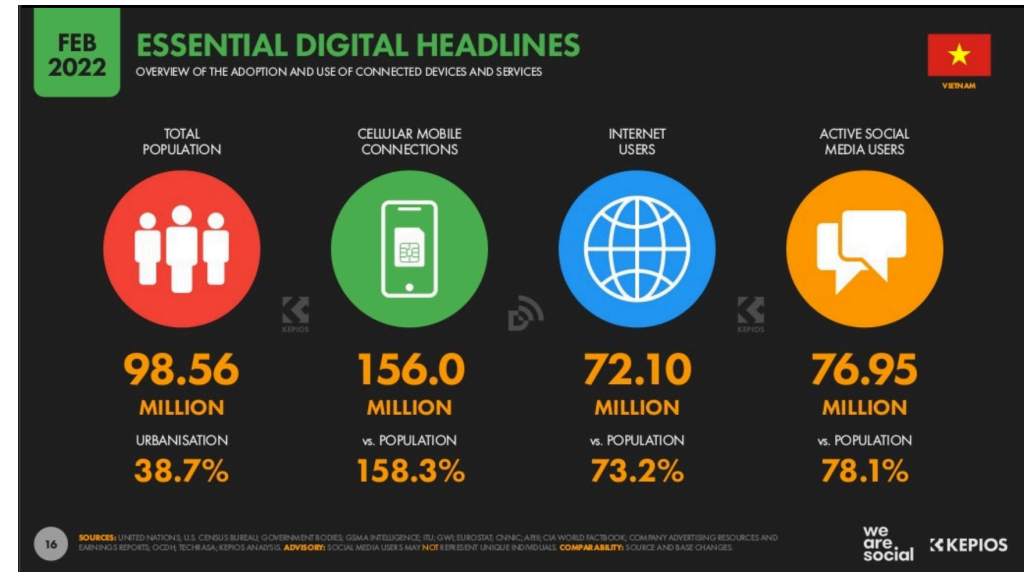
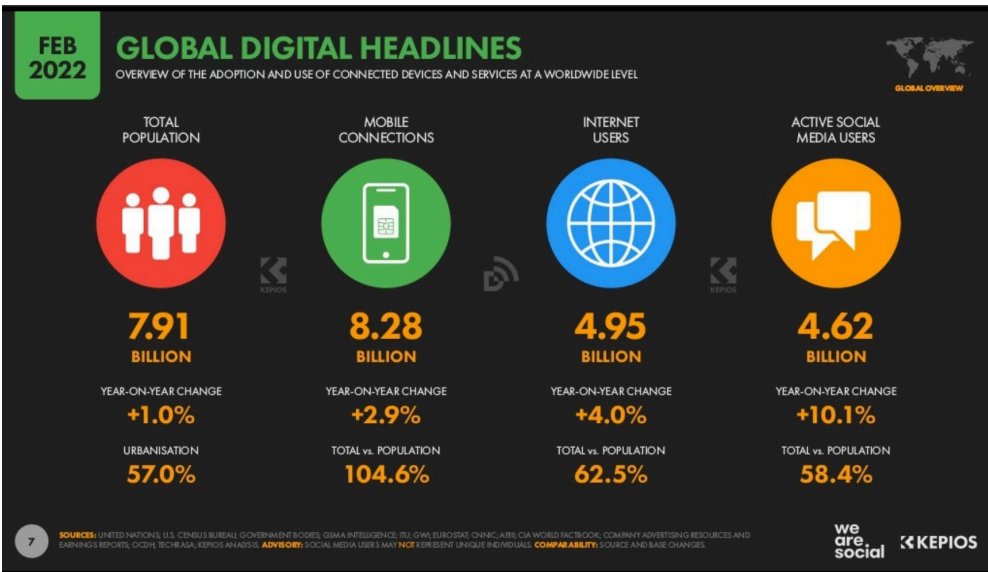
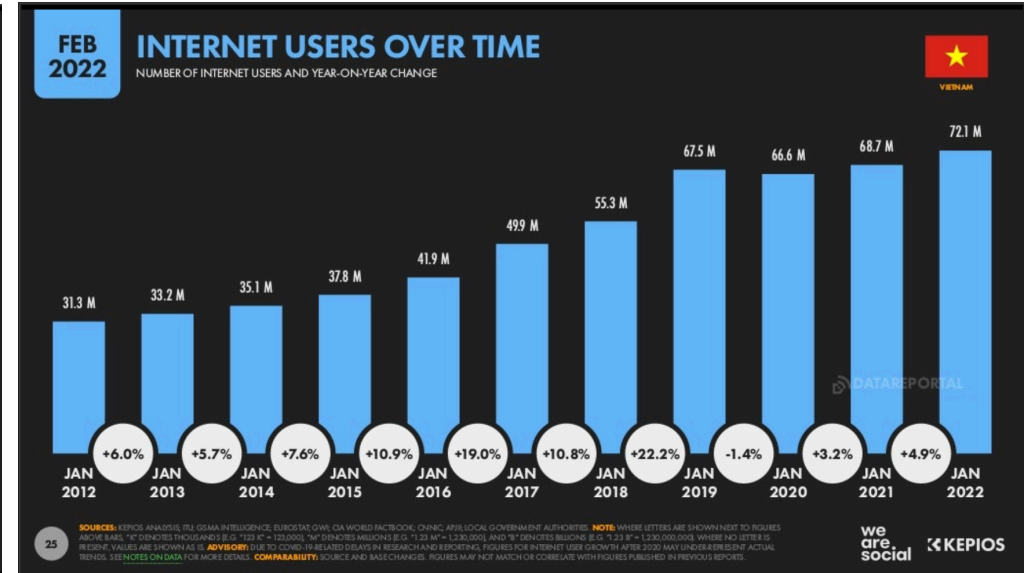
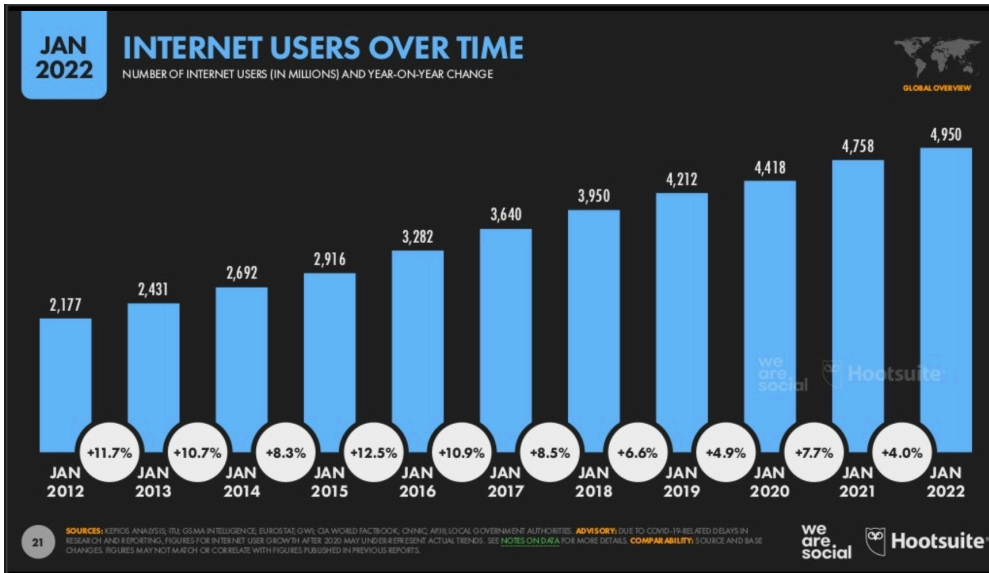
Hãng bán lẻ lớn nhất thế giới không có danh mục hàng hoá?



Hãng taxi lớn nhất thế giới không sở hữu chiếc taxi nào?



Hãng truyền thông lớn nhất thế giới không cần sản xuất nội dung gì?



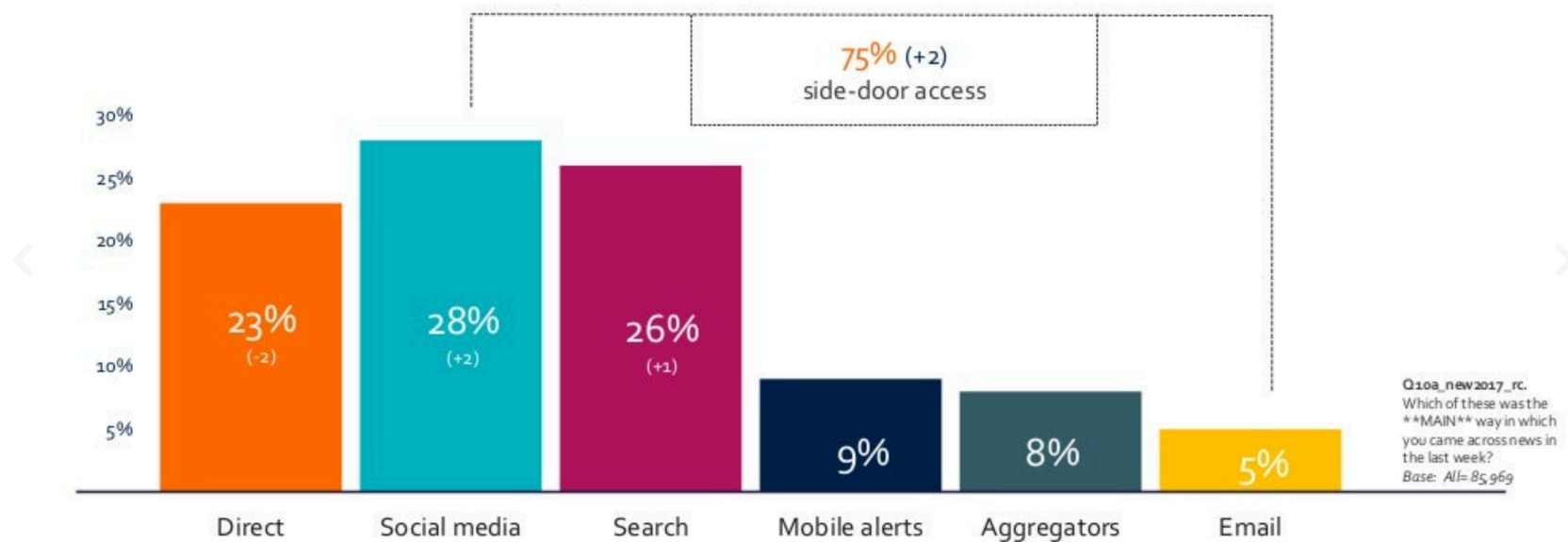
Các thách thức sinh tồn với báo chí

- Tin tức số ăn mòn dần tin tức truyền thống, chia vụn thị trường
- Tin tức không còn là “độc quyền” của báo chí chuyên nghiệp
- Việc phân phối/phát hành tin tức lệ thuộc rất nhiều vào các nền tảng công nghệ khổng lồ (big tech)
- Mô hình kinh doanh truyền thống (dựa trên lợi thế về quy mô và mô thức truyền thông từ trên xuống) không còn thích hợp

“Big tech” chỉ phối lưu lượng giao thông tin tức

Changing gateways to news – all markets

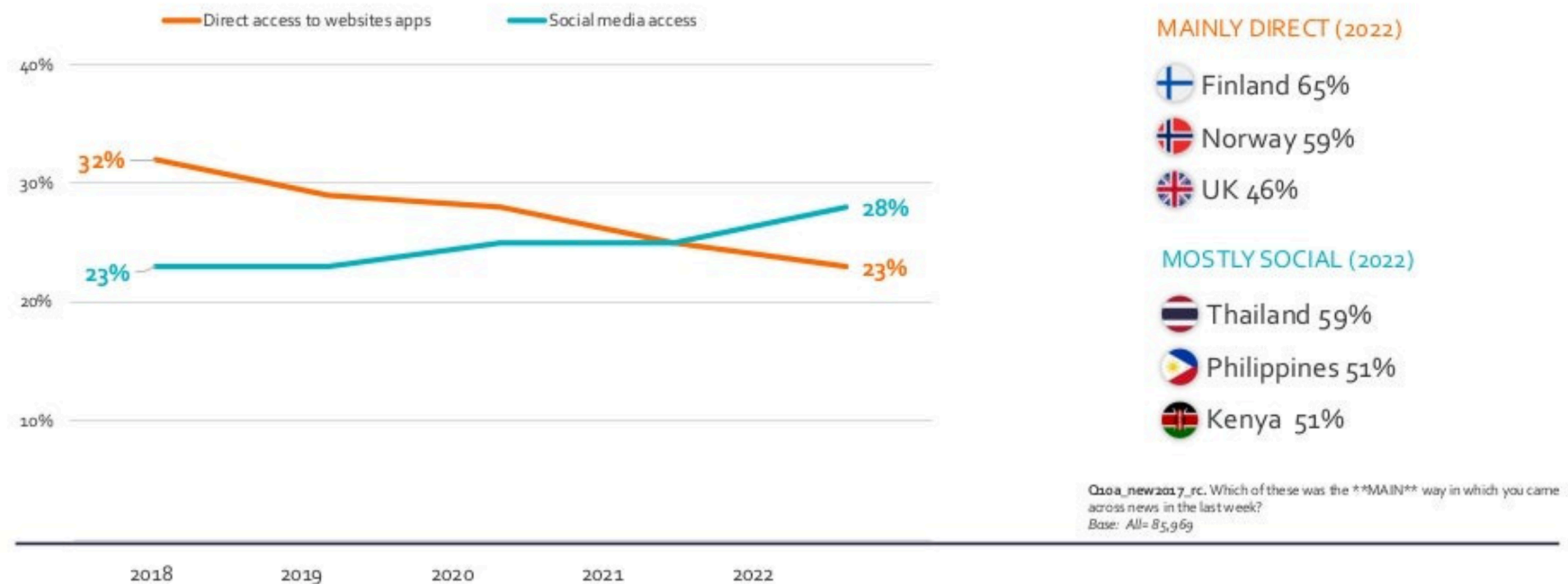
MAIN WAY OF GETTING TO NEWS



Nguồn: Báo cáo Tin tức số 2022, Viện Nghiên cứu báo chí Reuters, ĐH Oxford: <http://www.digitalnewsreport.org>.

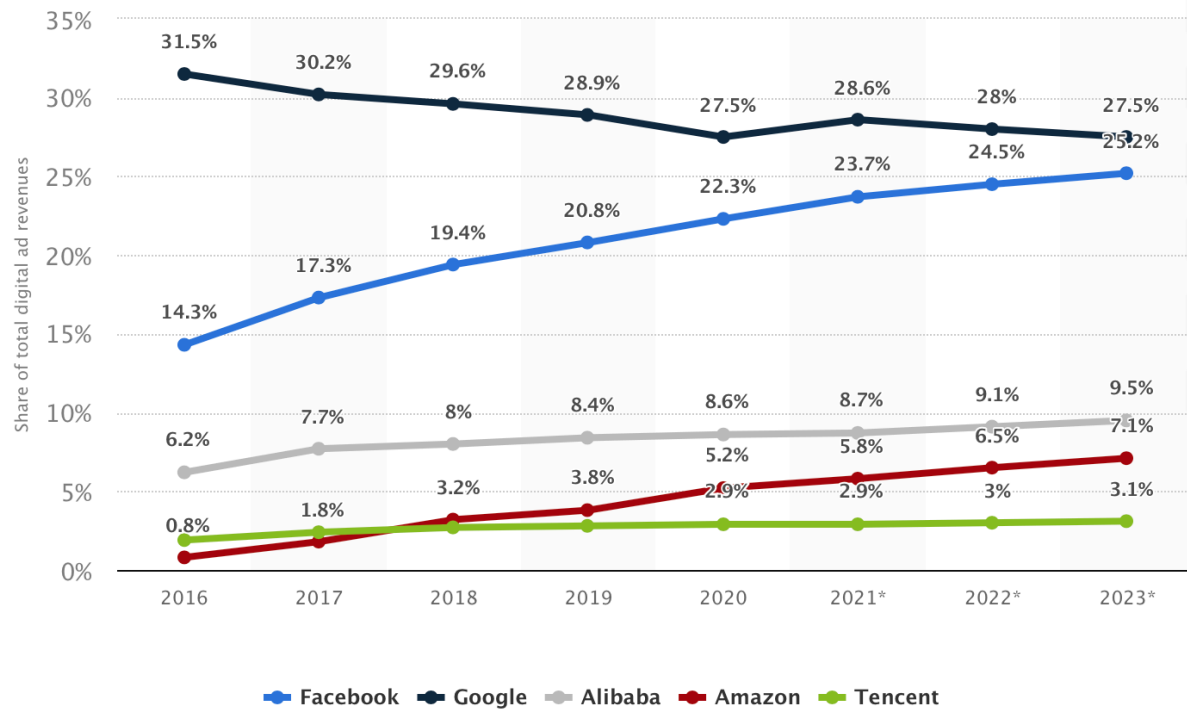
Main gateways to news 2018–2022 *All countries*

In aggregate terms, social overtook direct traffic in 2021. Though there are huge differences between countries. Nordics still have very strong direct traffic, Lat Am and some Asia countries less so.



Nguồn: Báo cáo Tin tức số 2022, Viện Nghiên cứu báo chí Reuters, ĐH Oxford: <http://www.digitalnewsreport.org>.

“Big tech” thống lĩnh thị trường quảng cáo số toàn cầu...



Nguồn: E-marketer

Phí tin tức còn gian nan và bất định

Payment for online news may be levelling off? Selected 20 markets

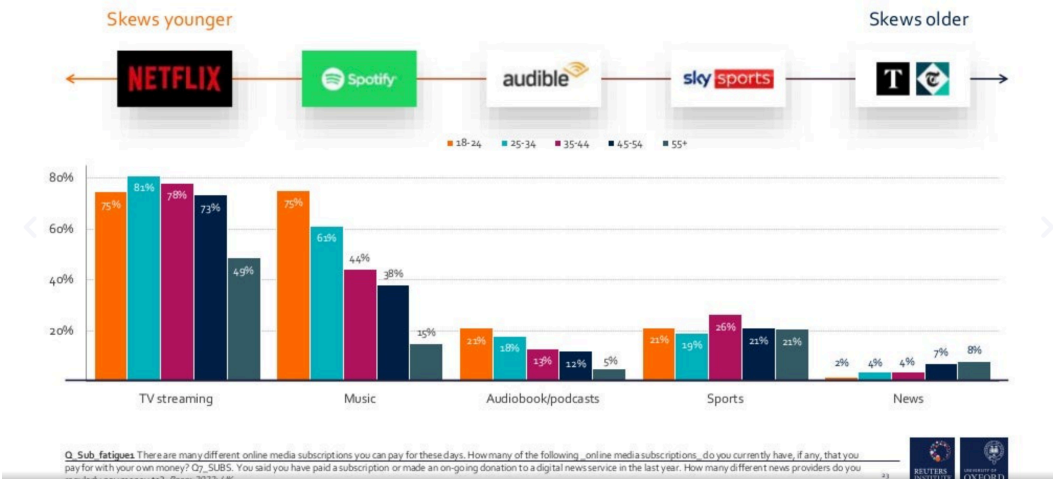
Increases in Sweden, Australia, Germany and Austria but elsewhere growth limited or flat



Q7a. Have you paid for ONLINE news content, or accessed a paid for ONLINE news service in the last year? (This could be digital subscription, combined digital/print subscription or one off payment for an article or app or e-edition) Base = 2000 in each market



Media subscriptions and by age - UK

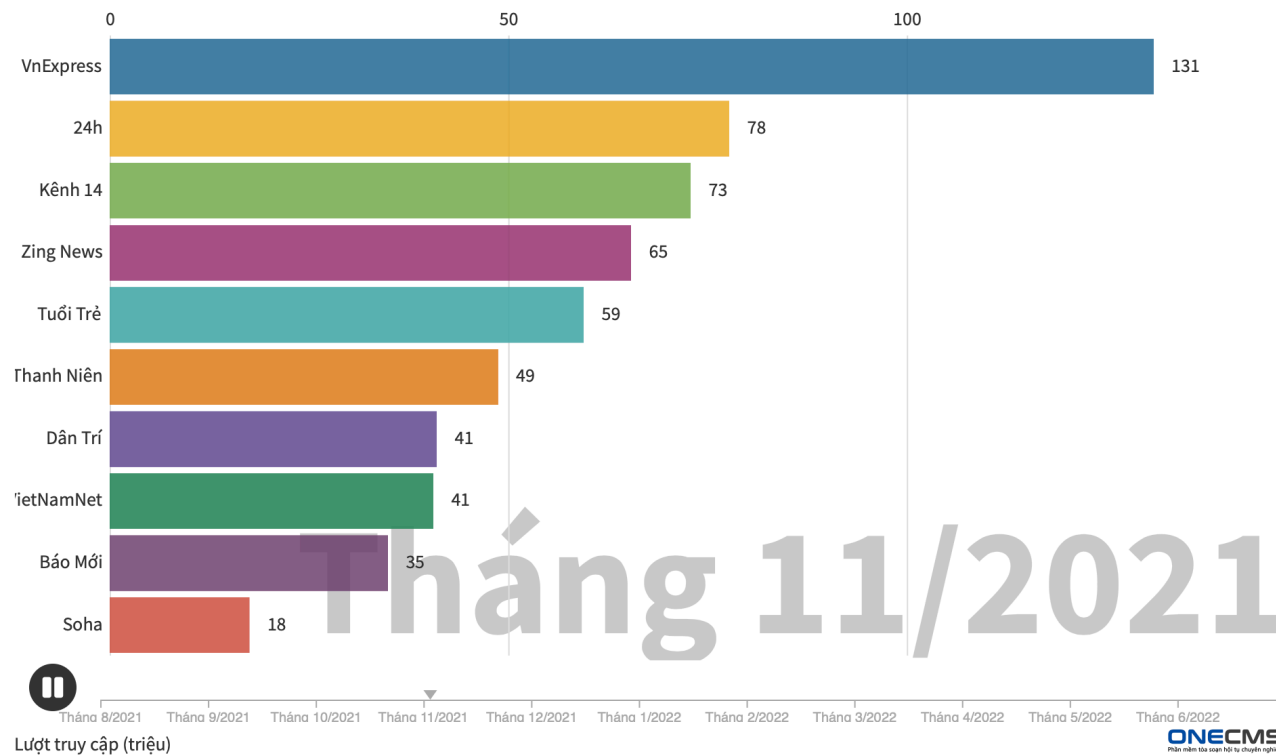


Nguồn: Báo cáo Tin tức số 2022, Viện Nghiên cứu báo chí Reuters, ĐH Oxford: <http://www.digitalnewsreport.org>.

20 website hàng đầu VN: báo chí truyền thông ở đâu?



Top 10 báo số VN (8/2021-6/2022)



Câu hỏi sống còn

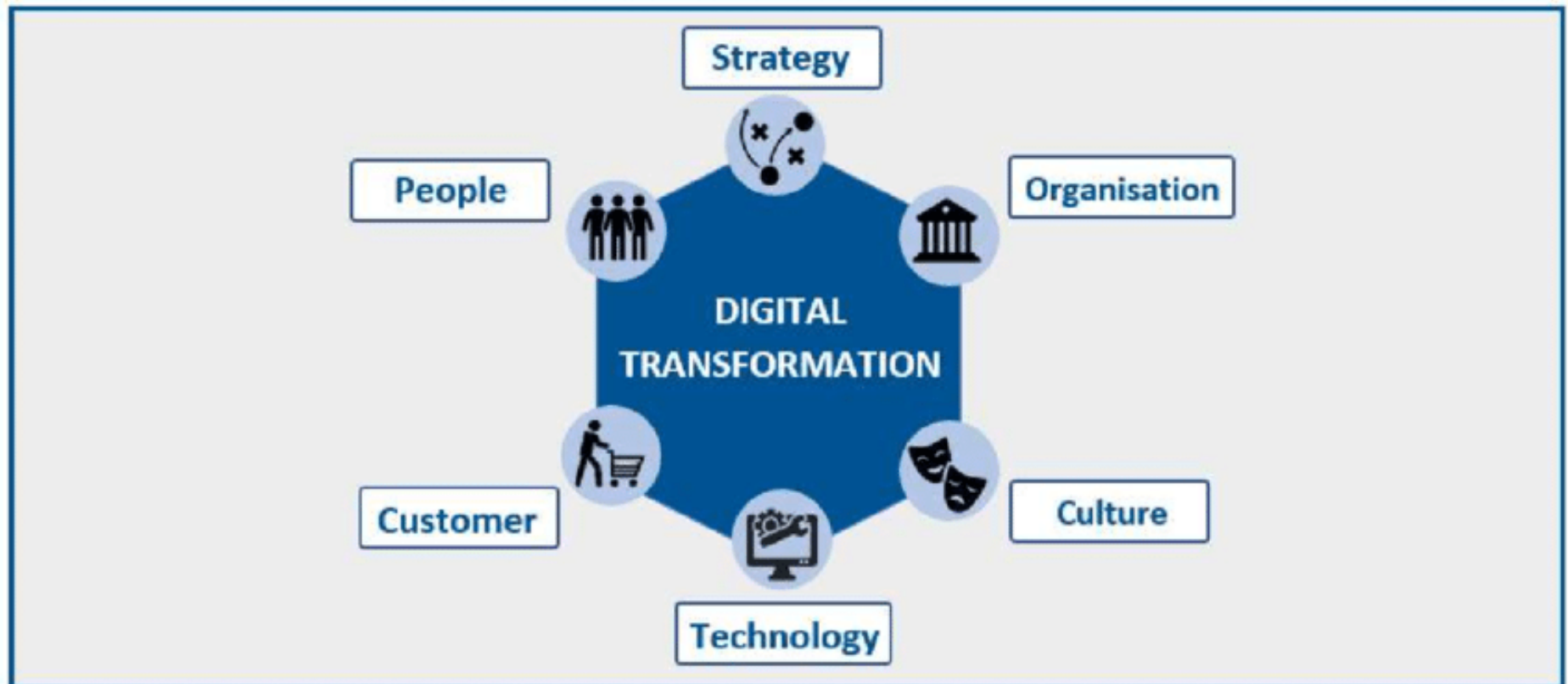
Đổi mới triệt để ...



... hay đổi mặt nguy cơ vào bảo tàng?



Chuyển đổi số là chuyển đổi cái gì?



Bắt đầu từ ba bài học quá khứ

- Chậm trễ/chủ quan trong việc nhận ra tiềm năng báo số
- Đầu tư thụ động và “chiếu lệ”
 - “Xây rào” cho thị trường truyền thống hơn là để khai phá cơ hội mới
 - Vd. “rượu cũ trong bình mới” (bê nguyên xi sản phẩm truyền thống lên mạng)
- Thiếu vắng tinh thần dẫn thân/bứt phá vì cái mới
 - giằng co giữa bảo vệ cái cũ và phát triển cái mới
 - mọi chiến lược đổi mới không vượt khỏi nền tảng/tư duy cũ
 - hiếm có nỗ lực nghiên cứu và phát triển có hệ thống
 - thiếu hệ thống đào tạo và tự đào tạo theo cái mới

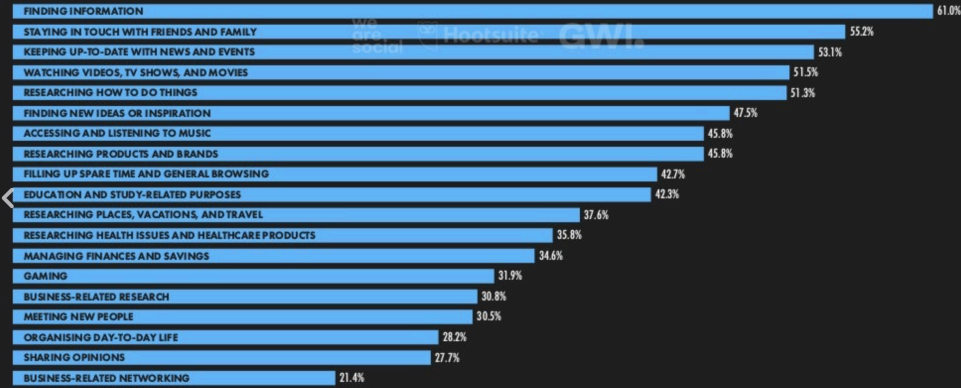
Nhìn thế giới số như cơ hội hơn là mối nguy

- Theo dõi tin tức/thời sự luôn là một trong những hoạt động phổ biến nhất trong không gian số
- Môi trường tin tức ngày càng hỗn loạn, giúp đẩy mạnh nhu cầu tin tức chuyên nghiệp
- Báo chí truyền thống nói chung có thế mạnh về (a) thương hiệu và (b) kỹ năng/kinh nghiệm khai thác, xác minh và truyền tải thông tin
- Công cụ làm báo càng lúc càng dồi dào, đa dạng để giải quyết những hạn chế của báo chí truyền thống

JAN
2022

MAIN REASONS FOR USING THE INTERNET

PRIMARY REASONS WHY INTERNET USERS AGED 16 TO 64 USE THE INTERNET

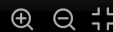


29

SOURCE: GWI (Q3 2021). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE GWI.COM FOR FULL DETAILS.

we
are
social

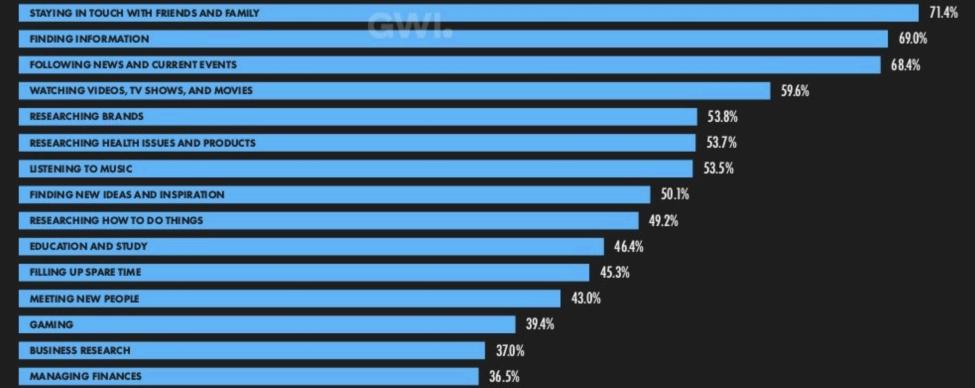
Hootsuite



FEB
2022

MAIN REASONS FOR USING THE INTERNET

PRIMARY REASONS WHY INTERNET USERS AGED 16 TO 64 USE THE INTERNET



28

SOURCE: GWI (Q3 2021). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE GWI.COM FOR FULL DETAILS.

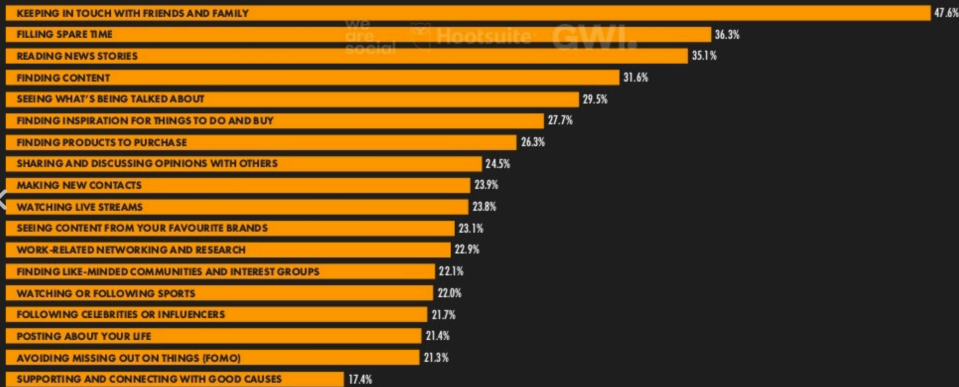
we
are
social

KEPIOS

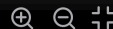
JAN 2022

MAIN REASONS FOR USING SOCIAL MEDIA

PRIMARY REASONS WHY INTERNET USERS AGED 16 TO 64 USE SOCIAL MEDIA PLATFORMS



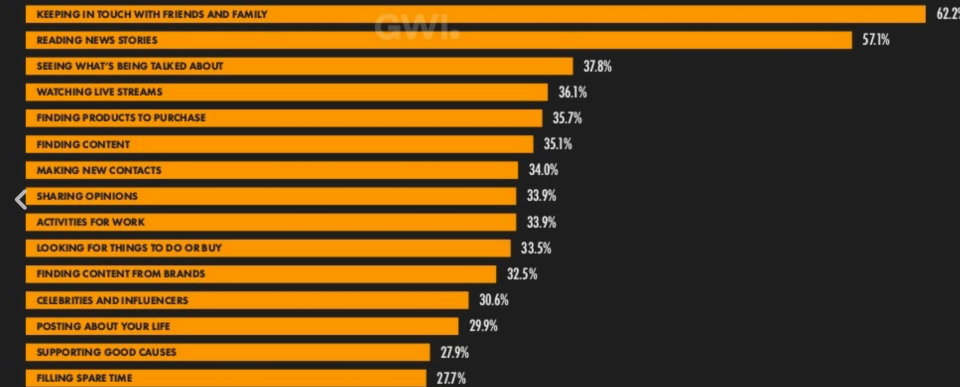
98 SOURCE: GWI (Q3 2021). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS.



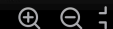
FEB 2022

MAIN REASONS FOR USING SOCIAL MEDIA

PRIMARY REASONS WHY INTERNET USERS AGED 16 TO 64 USE SOCIAL MEDIA PLATFORMS



52 SOURCE: GWI (Q3 2021). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS.

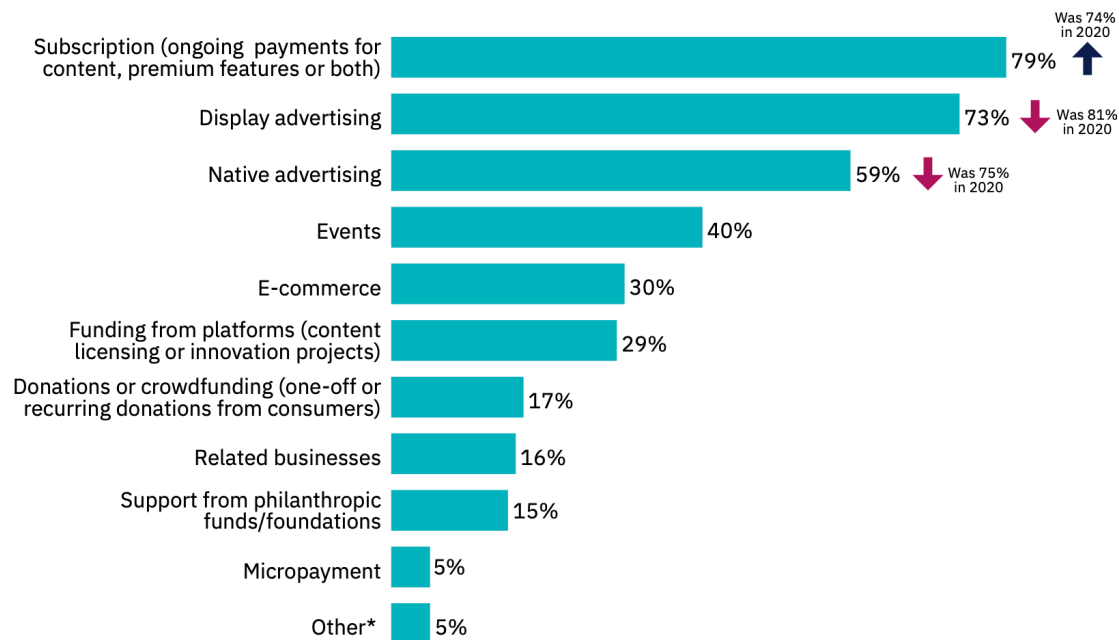


Chuyển đổi thành “tổ hợp truyền thông”

- Thay đổi cách nhìn về chính mình
 - không còn là một tờ báo hay nhà đài mà là **tổ hợp/công ty tin tức** đa phương tiện, đa nền tảng, đa thiết bị
- Đa dạng hoá thị trường (theo loại hình/nền tảng/thiết bị, địa lý, đặc điểm nhân chủng)
- Đa dạng hóa nguồn thu
- Xây dựng **toà soạn hội tụ thực thụ** để dứt bỏ giằng co cũ-mới

Đa dạng hoá nguồn thu

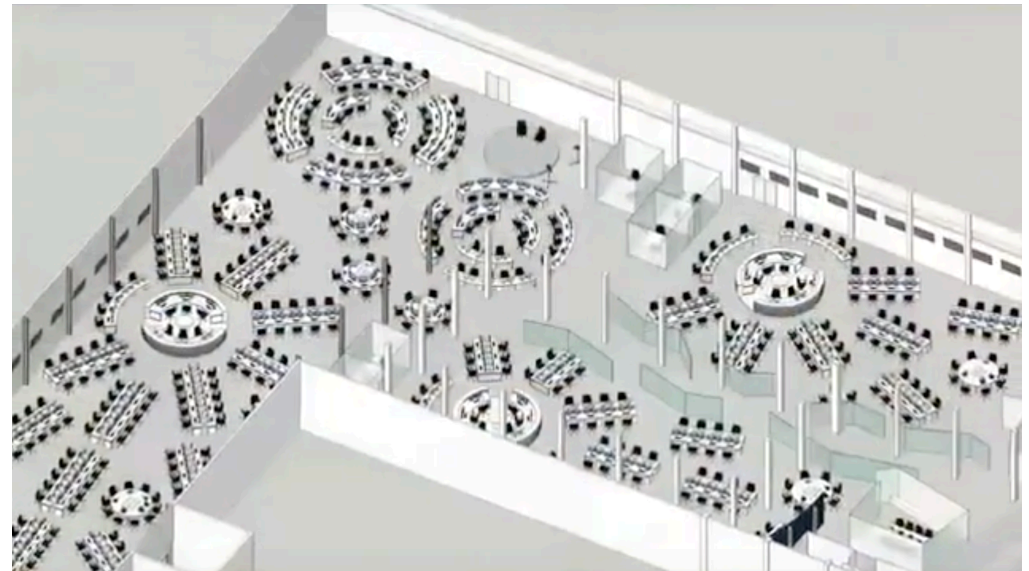
Main revenue focus for 2022



Q7. Which of the following digital revenue streams are likely to be important or very important for your company in 2022? Choose all that apply. *Base: Commercial publishers only. N=216. * Other = selling technology, parcel distribution, funding for fact-checking, content syndication (and public funding).*

Xây dựng tòa soạn hội tụ

- Hội tụ nội dung
- Hội tụ công nghệ
- Hội tụ tác nghiệp
- Hội tụ nhà báo-công chúng
- Hội tụ không gian tòa soạn





Bám theo dấu chân công chúng qua dữ liệu

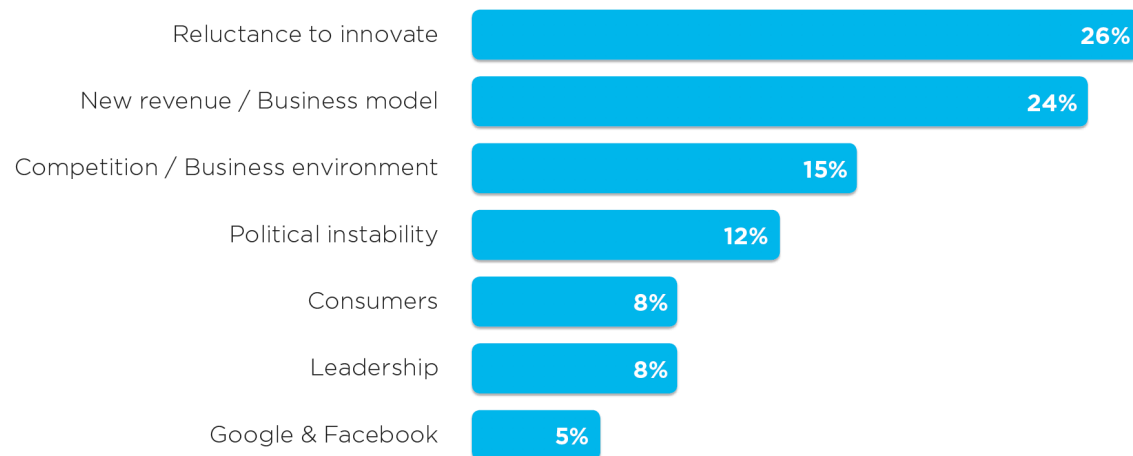
- Người dùng, không phải nhà báo, kiểm soát đọc/nghe/xem cái gì, ở đâu, khi nào
 - Đơn vị trao đổi không còn là tờ báo/kênh tin mà là từng tác phẩm riêng lẻ
- Mọi sản phẩm phải dựa trên sự thấu hiểu người sử dụng trên từng nền tảng và thiết bị
 - Sử dụng các chỉ số độc/khán/thính giả một cách chiến lược và tinh tế
- Tận dụng AI và các công nghệ khác để “ cá thể hoá ” nội dung

Xem R&D như một tất yếu

- Tận dụng công nghệ mới cho quy trình khai thác và thu thập thông tin
- Theo dõi và phân tích các xu hướng sử dụng tin để đề ra chiến lược phát triển và phân phối nội dung...
- Thử nghiệm các công cụ kể chuyện và thuật tin mới trong độ giả
- Thử nghiệm các mô thức kinh doanh mới

Nguy cơ lớn nhất vẫn không phải là công nghệ mà là sự cải cách nửa vời!

Greatest risk



Source:

World News Media Outlook 2017 – Innovation Research Group, & WAN-IFRA

Xin cảm ơn. Mời thảo luận.