

PHÁT TRIỂN TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG TRONG XU THẾ TOÀN CẦU HÓA THÔNG TIN

Nguyễn Văn Sánh*

Nhiều thế kỷ qua, báo in luôn được coi là công cụ hữu hiệu phản ánh thông tin xã hội. Cùng với khủng hoảng và suy thoái kinh tế toàn cầu, những hạn chế của báo in và chiều hướng ngày càng mở rộng báo mạng đã làm nghiêm trọng thêm thách thức phát triển của các phương tiện truyền thông truyền thống. Bài viết giới thiệu xu thế phát triển và một số vấn đề cần được quan tâm trong điều kiện Việt Nam.

1. Xu thế phát triển thông tin đại chúng qua những chặng đường

Trong xu thế đương đại, công chúng có nhu cầu ngày một gia tăng cả về nội dung và chất lượng thông tin mang tính toàn cầu. Toàn cầu hóa thông tin được coi là quá trình chuyển tải liên tục, nhiều chiều diễn ra ở khắp mọi nơi trên thế giới. Đó cũng là khái niệm được dùng để miêu tả những thay đổi kinh tế xã hội tạo ra bởi mối quan hệ liên kết chặt chẽ giữa các quốc gia, tổ chức và mọi cá nhân với đặc điểm nổi bật là đưa ra được cách nhìn quốc gia trước những vấn đề mang tầm quốc tế. Nhờ khả năng kết nối Internet mở rộng, xu hướng tiêu thụ của người truy cập đã nhanh chóng thay đổi cùng với lượng thông tin tràn ngập trên nhiều phương tiện có thể biến đổi từng phút, từng giờ.

Toàn cầu hóa thông tin liên quan đến truyền bá mô hình có sự tham gia đồng loạt của công chúng với nội dung văn hóa chiếm phần quan trọng. Đó cũng là bộ phận cấu thành thông tin đại chúng để chuyển đến người thụ hưởng. Một mô hình văn hóa có thể được chấp nhận theo nhiều phương thức, nó phụ thuộc vào bản chất từng nền văn hóa cũng như khả năng tiếp cận và biến đổi thông tin. Theo đó, toàn cầu hóa (TCH) không đồng hóa hoặc làm cho từng nền văn hóa nghèo đi mà ngược lại, có thể tiếp nhận theo những cách riêng thông qua tiến trình lai tạo. Nhiều nhà phân tích cho rằng, chìa khóa TCH văn hóa là sự tồn tại của hệ thống truyền thông đại chúng để tạo cảm giác đồng thời với khả năng xuất hiện ở rất nhiều nơi (Phan Quang 2005).

Vào thế kỷ thứ XIX, nhân loại từng chứng kiến hiện tượng toàn cầu hóa thông tin với sự ra đời của hàng loạt báo viết ở các quốc gia. Nhờ báo chí, triết học chính trị, cội nguồn của tinh thần dân chủ, được phương tiện truyền thông đại chúng quảng bá để toàn thế giới biết đến và nền văn hóa bao gồm cả văn học, hội họa, âm nhạc, thời trang, du lịch... đã quay theo nhịp của các phương tiện truyền thông

Nhiều thế kỷ qua, trước sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ truyền thông, báo in

* Nguyễn Văn Sánh, Tiến sĩ, Viện Nghiên cứu Phát triển Đồng bằng sông Cửu Long - Đại học Cần Thơ.

luôn được coi là công cụ phản ánh thông tin xã hội, giữ vai trò trung tâm đưa tin. Thế kỷ thứ VII sau công nguyên, người Trung Quốc đã dùng chữ khắc gỗ in trên giấy và công nghệ in gốm đã ra đời vào thế kỷ thứ IX. Nửa đầu thế kỷ XV (năm 1448), con chữ kim loại ra đời đã khắc phục được những hạn chế của công nghệ in bằng bản khắc gỗ. Theo cách sắp xếp, những ký tự riêng lẻ vào khuôn, công nghệ in mới đã tạo ra những thông điệp bất kỳ được in trên một chất liệu nhất định. Nhờ tiến bộ trong công nghệ in ấn, những tờ báo in đầu tiên mang tên Newbook lần lượt ra đời trong thế kỷ XVI. Những năm sau này, thuật ngữ Newspaper đã trở nên phổ biến (Pierre Albert 2003, NCEIF 2010)

Cùng với sự ra đời điện thoại, trong thế kỷ XIX mô hình cập nhật tin tức bằng điện thoại (telephone newspaper) đã đảm nhận được việc cung cấp thông tin cả về thời sự, chứng khoán, hòa nhạc và ngôn ngữ... cho người thuê bao. Hình thức cập nhật thông tin điện thoại giảm dần khi xuất hiện phương tiện phát thanh (board cast) từ năm 1906. Ngày nay, radio trên Internet được đánh giá cao bởi không đòi hỏi đăng ký băng tần, không cần lập đài phát sóng và bộ truyền tín hiệu mà vẫn gửi được thông tin đi đến mọi nơi (NCEIF 2010).

Theo đà phát triển của cách mạng KH&CN, năm 1911, Boris Rosing đã chế tạo thành công hệ thống truyền hình (TV) sử dụng gương phát hình hướng tới ống cathode ở đầu nhận. TV dần chiếm ưu thế trong nhiều mảng chuyển tải vào nửa sau thế kỷ XX, khiến báo in đã phải cạnh tranh vất vả với phát thanh và truyền hình trong khẳng định vai trò cung cấp thông tin (thời gian từ 1940 đến hết thập niên 1990, lượng báo in phát hành ở nhiều nước phát triển đã giảm từ 2 đến 3 lần). Mặc dù báo in gặp khó khăn trước những chương trình phát thanh và truyền hình ngày càng phong phú, song

nhiều phân tích cũng đã chỉ ra, những phương tiện truyền thông này chưa thể thay thế được hần báo in. Hiệp hội báo chí toàn cầu (WAN) cho biết, trên thế giới còn trên 1 tỉ người vẫn đọc báo in hàng ngày

Từ sự ra đời và phát triển mạnh máy tính cá nhân, những năm nửa cuối thế kỷ XX loài người cũng đã chứng kiến sự phát triển vượt bậc của công nghệ truyền thông qua Internet. Theo đó, báo điện tử đã hội tụ được lợi thế của báo viết, báo nói và báo hình. Nhờ khả năng kết nối toàn cầu với tốc độ lan tỏa cao, không ít dự báo cho rằng sẽ đến lúc người thu thập thông tin không đọc trên những trang báo viết.

2. Báo mạng, động thái và giải pháp phát triển

Sau tờ Internet đầu tiên của khoa báo chí đại học Florida (Hoa Kỳ) xuất hiện tháng 10 năm 1993; năm 1994, nhiều phiên bản online của tạp chí Hotwired và hàng loạt báo khác đã đưa ra những website, mở ra thời đại thông tin trực tuyến. Do báo mạng có thể đáp ứng nhu cầu thông tin vào bất cứ thời điểm nào nên hệ thống này đã làm thay đổi nhanh thói quen tiếp nhận thông tin của đông đảo công chúng.

Từ ưu thế hội tụ, báo mạng có sức chứa rộng lớn cả về không gian và thời gian, đồng nghĩa với dung lượng thông tin gần như không bị giới hạn. Với báo mạng, người đọc không chỉ cập nhật ở dạng chữ viết mà còn có thể nghe phát thanh và xem truyền hình ngay trên trang web. Nhờ khả năng tương tác nhiều chiều, ban biên tập có thể tiến hành những trao đổi trực tuyến vấn đề được nhiều độc giả quan tâm; đây chính là ưu thế mà phát thanh, truyền hình bị hạn chế và càng khó khăn gấp bội đối với báo in

Với lợi thế chuyển tải nhanh, mạnh; sức chứa thông tin khổng lồ và khả năng tương

tác nhiều chiều, mạng Internet đã giảm được áp lực rào cản của các phương tiện truyền thông truyền thống, làm cho bản tin trên mạng trở nên đa dạng. Cùng một lúc nghe bình luận, người dùng internet còn có thể tham khảo được nguồn tin thu thập, hình ảnh ghi lại từ hiện trường hoặc kết nối thêm những tư liệu có liên quan trên những đường link. Một lợi thế khá quan trọng khác là báo điện tử có thể giảm được đến 75% chi phí sản xuất và phát hành. Trước đòi hỏi phát triển thông tin đại chúng mang tính toàn cầu mở rộng, báo mạng được coi là giải pháp thích nghi để tìm lại dấu ấn hoàng kim của báo chí. Tuy nhiên, khả năng này cũng gặp không ít khó khăn.

So với lịch sử hàng thế kỷ của ngành báo chí, báo mạng mới có trên 10 năm phát triển, song đã thu hút được đông đảo bạn đọc. Những khảo sát tại nhiều nước phát triển cũng đã rút ra, trên 70% người Mỹ cho rằng, báo chí truyền thống chưa phản ánh đầy đủ thông tin; ở nhiều quốc gia đã có trên 50% dân cư dùng internet trong cập nhật thông tin. Theo nhiều phân tích, ngày nay, mạng thông tin điện tử đã trở thành công cụ không thể thiếu trong hình thành cách làm việc của con người và tiến bộ công nghệ đã giúp cho nguồn thông tin hiện đại ngày càng trở nên hữu ích hơn (NCEIF 2010).

Trên nguyên tắc coi trọng sự thật và độ chính xác, mục tiêu của báo mạng là đem đến độc giả những công cụ có thể tham gia hiệu quả vào những giao tiếp cộng đồng. Công chúng thực sự chào đón những gì thuộc về tập hợp tin tức, sản xuất và xuất bản thông tin; thực tế này đã tạo động lực để mở ra thời kỳ phát triển đầy năng động của báo chí. Cho đến nay, phần lớn tên tuổi lớn trong công nghệ thông tin toàn cầu đều đang kinh doanh bằng cách cung cấp nội dung thông tin miễn phí cho người sử dụng internet và bán quảng cáo cho khách hàng.

Tuy nhiên, doanh số quảng cáo trên internet còn khiêm tốn (năm 2007, tại Mỹ, nguồn thu này mới chiếm chừng 7,5% tổng doanh số quảng cáo). Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng, phải mất nhiều năm nữa tăng trưởng quảng cáo trên báo mạng mới vượt qua được quảng cáo trên báo in.

Phân tích khó khăn trong thu phí internet, chuyên gia của Paid Content đã chỉ ra, thông tin là lĩnh vực phát triển nhanh và mạnh mẽ nhất, lượng cung đang lớn hơn cầu dẫn đến không ai có thể bán thứ đang quá dư thừa (NCEIF 2010). Mặt khác, báo mạng đã trên 15 năm miễn phí, khó đảo ngược được thói quen không phải trả phí truy cập và quan trọng hơn đó là, muốn thu được phí truy cập đòi hỏi công nghệ truyền thông toàn cầu phải đồng loạt tiến hành; các nhà quảng cáo không tán đồng thu phí bởi họ sẽ bị mất đi đáng kể lượng người đọc quảng cáo.

Từ những lý do trên đây, giới phân tích cho rằng, các nhà xuất bản còn phải tiếp tục cung cấp những nội dung thông tin miễn phí và thu lợi qua quảng cáo. Do số người muốn trả tiền truy cập thông tin còn rất khiêm tốn nên việc cần làm là có chính sách mềm dẻo để điều tiết và thu được lợi nhuận kinh doanh. Những giải pháp được đề cập đã tập trung vào tăng tính năng mới và xây dựng mô hình thanh toán hữu hiệu (NCEIF 2010). Hầu hết ấn phẩm được lựa chọn trên báo mạng đã hướng vào thu hút độc giả miễn phí nội dung nhiều nhất để thu lợi từ quảng cáo. Ngoài ra nhà cung cấp còn đưa ra những tính năng miễn phí khác như email, diễn đàn hoặc tạo blog mới để nâng cao lượng người truy cập. Việc bắt buộc độc giả đăng ký tài khoản trên website là cách làm để thu phí nhưng không dễ được chấp nhận; do vậy, cần có những giao diện giản đơn trao đổi thông tin dễ dàng và quan trọng là đảm bảo những bài viết có chất lượng cao.

3. Vấn đề đối với Việt Nam

So với nhiều nước đang phát triển, Việt Nam đã phát triển công nghệ thông tin và mạng internet khá nhanh. Đến nay, người Việt đã tiếp cận và sử dụng internet trên diện rộng, tác động của báo mạng trong đời sống xã hội đã rất đáng kể. Với sự phát triển nhanh của mạng điện thoại, báo mạng đang chuyển từ máy tính để lan sang điện thoại di động và từng địa chỉ báo mạng riêng lẻ sẽ dần chuyển qua những nơi tổng hợp thông tin. Nhiều dự báo cho rằng, dịch vụ tổng hợp tin tức sẽ ngày càng đa dạng và hướng đến nhiều nhóm đối tượng khác nhau (NCEIF 2010). Trong xu thế hiện đại, bài viết trên báo in sẽ nhanh chóng hiển thị trên trang tin tổng hợp và từ đây, nội dung được chia sẻ đến nhiều nhóm độc giả riêng của từng trang mạng. Xu thế này sẽ phát triển nhanh vì nó tiết kiệm công sức, thời gian và tiền bạc của những nhóm người có liên quan. Tuy nhiên vấn đề nan giải chính là quyền tác giả và lợi ích của những tổ chức làm dịch vụ cung cấp thông tin.

Báo chí nước ngoài có thể buộc người đọc phải trả tiền, nhưng báo chí điện tử ở nước ta lại rất khó làm, một bài hay được đăng tải ở đâu đó vẫn có thể nhanh chóng bị hàng chục trang khác tải về, xử lý rồi biến thành ấn phẩm của mình. Trong thực tế, một trang web tổng hợp có thể bỏ tiền ra để đọc thông tin, sau đó xử lý thành ấn phẩm riêng tiềm ẩn nguy cơ làm đổ vỡ mô hình tính tiền qua mạng của một tờ báo khác. Rõ ràng là việc không bảo vệ nổi bản quyền sở hữu tin bài trên mạng khiến chúng ta rất khó tiến hành được những giải pháp mà thế giới đã qua quá trình thử nghiệm.

Khảo sát về thói quen của người Việt Nam đã rút ra, số đông người đọc đến nay còn chuộng báo in, song do mức độ phổ cập của báo mạng, bộ phận đáng kể đang thay đổi cách ứng xử. Thay vì phải mua nhiều tờ báo in, họ lựa chọn một tờ nhất định để đọc,

sau đó tìm cách bổ sung thông tin truy cập được từ những tờ báo mạng. Nhìn chung, người dân Việt Nam cần tin tức vẫn muốn đọc báo, xã hội vẫn cần những nhà báo chuyên tác nghiệp, sẵn lòng tin tức để kịp thời cập nhật thông tin xảy ra và phương tiện internet vẫn là công cụ tìm kiếm nhanh nhất những gì diễn ra trong đời sống xã hội.

4. Thay cho lời kết

Trong toàn cầu hóa thông tin, xu thế chuyển hóa không chỉ bao hàm sự thay đổi hình thức chuyển tải thông tin, mà quan trọng là báo hiệu một cuộc cách mạng về phong cách làm báo và chuyển tải thông tin cả về nội dung và hình thức trình bày. Những tờ báo và tạp chí muốn thành công phải nắm bắt và đón nhận được cơ hội chuyển mình. Cũng như người làm báo, độc giả ngày nay không chỉ là người tiếp nhận thụ động thông tin mà còn thực sự tham gia vào quá trình phân tích và bình luận. Chính vì điều này, người làm báo không thể áp đặt quan điểm chủ quan của mình trong bài viết mà cần là người tạo ra được những đối thoại bình đẳng cùng bạn đọc và gây dựng được ở họ niềm tin khách quan về sự phát triển. Nhà báo cần phải thâm nhập được vào trung tâm của những trao đổi, đối thoại để có cách nhìn, suy nghĩ thấu đáo và sự sáng tạo về phương thức phát triển những dịch vụ hấp dẫn công chúng chứ không cứng nhắc theo như cách làm truyền thống lâu nay./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Phan Quang (2005), *Thông tin đại chúng, văn hóa đại chúng và văn hóa dân tộc*, NXB Thông tấn, Hà Nội.
- Pierre Albert (2003), *Lịch sử báo chí*, NXB Thế giới, Hà Nội.
- NCEIF (2010), “Báo chí thế giới với vấn đề suy thoái báo in”, Bản tin thông tin chọn lọc số 32, Hà Nội tháng 12 năm 2010.
- *Toàn cầu hóa thông tin, đồng nhất văn hóa*, Kỷ yếu hội thảo, Hà Nội 2008.