

CUỘC CHIẾN VỚI BÁO MẠNG: LỐI ĐI NÀO CHO BÁO GIẤY?

Từ 60 nước, tổng biên tập và lãnh đạo các tờ báo in lớn đã nhóm họp khẩn cấp tại Athens. Mục tiêu đặt ra là tìm cách khai thác tài nguyên Internet và chiến lược "lôi kéo" độc giả trở lại. Các tờ báo in đang đối

Từ 60 nước, tổng biên tập và lãnh đạo các tờ báo in lớn đã nhóm họp khẩn cấp tại Athens. Mục tiêu đặt ra là tìm cách khai thác tài nguyên Internet và chiến lược "lôi kéo" độc giả trở lại. Các tờ báo in đang đối mặt với một cuộc khủng hoảng toàn cầu do sự cạnh tranh quá khắc nghiệt từ truyền hình và báo điện tử. "Đây là khoảng thời gian rất khó khăn", Mike Smith, giám đốc điều hành Trung tâm Quản lý truyền thông của Đại học Northwestern phát biểu trước Hội thảo Hiệp hội báo chí thế giới (WAN). "Chúng tôi luôn đánh giá Google là một con king-kong khổng lồ, nặng tới hàng trăm tạ và sẵn sàng đè nguyền bất cứ ai", Smith nói - ám chỉ thành công rực rỡ của công cụ tìm kiếm Internet trong việc cung cấp đường link tới các tin tức thời sự. "Thế nhưng nó cũng là một cơ hội rất lớn cho báo in để thay đổi và thành công". Để minh chứng cho nhận định của mình, Smith nhấn mạnh rằng khá nhiều tờ báo ở Bắc và Nam Mỹ đã giang tay đón chào Internet một cách khôn ngoan và biến nó thành cách thu hút thêm độc giả một cách đặc lực. Las Ultimas Noticias, một tờ báo tại Santiago, Chilê đã chọn cách post lên mạng từng trang báo một và độc giả có thể click vào xem được. Trong khi đó, San Jose Mercury News lại tuyển dụng các nhà báo trẻ để viết ra những bài báo có đề tài rất "teen" như nhạc hip-hop bằng phong cách blog.

Weblogs đã dẫn tới sự ra đời của một thế hệ "nhà báo công dân" trên toàn thế giới

Jim Chisholm, một cố vấn chiến lược cho WAN lại đánh giá cao việc khai thác nguồn tài nguyên con người. Thời gian qua, cùng với sự nổi lên của blog như một thể loại truyền thông mới, hàng triệu "nhà báo công dân" - thuật ngữ để chỉ những blogger - cũng xuất hiện. Đội ngũ này sẵn sàng đóng góp bài vở cho các tờ báo, cũng như tự xuất bản các câu chuyện của họ trên blog. "Thay vì ban BTV-PV 50 người, bạn sẽ có khoảng... 50.000 cộng tác viên. Tại sao lại không sử dụng chứ?". Sức hấp dẫn ngày càng lớn của các site báo mạng cũng đồng nghĩa với việc báo in ngày càng trầy trật trong việc thu hút quảng cáo. Đó là chưa kể một đối thủ mới đang ngấp nghé xuất hiện: đó là truyền hình cáp. Lợi thế của truyền hình cáp là họ có thể thông báo ngay cho nhà quảng cáo chỉ sau một đêm đã có bao nhiêu người đón xem chương trình, mà nhà quảng cáo thì bao giờ cũng thích "tiền tươi, thóc thật". Ở một số khu vực trên thế giới, chẳng hạn như châu Phi và đa số châu Âu, báo in chưa rơi vào thế quá khó khăn như vậy. Thế nhưng rất nhiều tờ đã tiến hành thay đổi do sức ép từ truyền hình. "Giới trẻ ngày nay có thêm đọc báo của bố mẹ chúng đâu", Tổng biên tập Eric Le Boucher của nhật báo Le Monde (Pháp) nói. Tháng này, Le Monde đã

tung ra bộ mới với nhiều màu sắc và co chữ lớn hơn. "Chúng tôi phải thu hút độc giả càng trẻ càng tốt. Nếu một người không đọc báo từ năm 20 tuổi, cả đời anh ta sẽ chẳng bao giờ sờ tới tờ báo đó nữa". Các diễn giả khác thì đề xuất việc thay đổi format trang báo cho thân thiện hơn với hành khách xe buýt, tàu điện ngầm, cũng như thu nhỏ kích thước để dân teen nhét vừa trong balô. Đi theo hướng này, tờ Guardian của Anh gần đây đã tiến hành thay đổi lại kích thước số báo, với slogan "Để bạn chào đón mà không... mỏi tay". Tuy nhiên, nhiều ý kiến vẫn khẳng định: Báo in vẫn còn hy vọng trong tương lai, bởi không một kỹ thuật hiện đại nào có thể thay thế được mức độ tiện lợi và dễ sử dụng của nó. "Dễ xem, dễ vận chuyển, giá rẻ, tái chế được - đó là ưu điểm không thể chối bỏ của báo giấy". Vì thế, kết luận của WAN vẫn là "Hãy mạnh dạn sử dụng Internet, đừng lo sợ bị nó nuốt chửng". Cẩm Thi