

XU HƯỚNG TIẾP NHẬN SẢN PHẨM BÁO IN CỦA CÔNG CHÚNG TỈNH THỪA THIÊN HUẾ HIỆN NAY

Lê Quang Minh

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

Email: lequangminhdhkh@gmail.com

Ngày nhận bài: 10/02/2020; ngày hoàn thành phản biện: 17/02/2020; ngày duyệt đăng: 02/4/2020

TÓM TẮT

Trong thời đại công nghệ số, công chúng báo in có những thay đổi rõ rệt trong xu hướng tiếp nhận thông tin. Không chỉ tin tức, công chúng còn đòi hỏi các tòa soạn báo in phải thể hiện những quan điểm, góc nhìn riêng biệt, đặc sắc. Thông qua khảo sát công chúng tỉnh Thừa Thiên Huế, chúng tôi đưa ra một số nhận định và dự báo thay đổi trong xu hướng tiếp nhận sản phẩm báo in của nhóm công chúng này. Đồng thời, chúng tôi cũng đề xuất một số khuyến nghị, giải pháp để các tòa soạn báo in có những thay đổi phù hợp với các xu hướng mới của công chúng.

Từ khóa: xu hướng tiếp nhận, công chúng, báo in.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Sự phát triển mạnh mẽ của các loại hình truyền thông mới, sự chuyển đổi sâu rộng trong xu hướng tiếp nhận thông tin đã đẩy ngành công nghiệp báo in truyền thống trên toàn cầu vào tình cảnh vô cùng khó khăn. Việc gia tăng sử dụng công nghệ di động, kết nối dữ liệu di động tốc độ cao, truy cập miễn phí nội dung trực tuyến và thay đổi nhân khẩu học của công chúng đã ảnh hưởng trầm trọng đến doanh số báo in. Các tờ báo in ở Việt Nam cũng không nằm ngoài xu hướng suy giảm mạnh, nhất là các tờ nhật báo có độ phủ toàn quốc.

Theo Đề án Quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc đến năm 2025 đã được Bộ Chính trị, Ban Chấp hành Trung ương khóa XI quyết định, Bộ Thông tin và Truyền thông sẽ tiến hành đổi mới mô hình theo hướng giảm số lượng cơ quan báo in. Nhiều tờ báo in sẽ không tránh khỏi việc phải đóng cửa, đình bản hoặc chuyển đổi sang loại hình tạp chí.

Công chúng báo chí tỉnh Thừa Thiên Huế có những đặc điểm riêng biệt về nhu cầu và xu hướng tiếp nhận sản phẩm báo in. Một bộ phận công chúng vẫn giữ thói quen đọc báo in. Tuy nhiên, phần lớn giới trẻ đang có xu hướng tiếp nhận thông tin từ

các kênh truyền thông hiện đại. Trong sự giao thoa văn hóa giữa hiện đại và truyền thống, công chúng báo chí Thừa Thiên Huế thể hiện những xu hướng khác biệt khá rõ rệt giữa các thế hệ, các vùng địa lý.

2. NỘI DUNG

2.1. Quan niệm về công chúng báo chí

Theo tác giả Nguyễn Văn Dũng, "Công chúng báo chí là quần thể dân cư hay nhóm đối tượng mà báo chí gây ảnh hưởng hoặc hướng vào để gây ảnh hưởng. Như vậy, công chúng báo chí được xem xét trong mối quan hệ với sản phẩm báo chí, với cơ quan báo chí và với nhà báo" [1, tr.139].

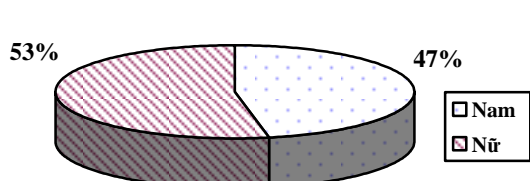
Đánh giá về vai trò của công chúng, tác giả Phạm Thị Thanh Tịnh nhận xét: "Công chúng có vai trò quan trọng đối với các kênh thông tin. Công chúng là người nuôi dưỡng chương trình, đánh giá, thẩm định cuối cùng chất lượng của chương trình, bài báo. Họ là người thẩm định vai trò, vị thế xã hội của người làm báo, cơ quan báo chí. Công chúng là nguồn đề tài vô tận của báo chí" [3, tr. 21].

Xem xét công chúng dưới góc độ xã hội học, Trần Hữu Quang cho rằng, công chúng là một tập hợp xã hội được cấu thành một cách phức tạp bởi nhiều giới, nhiều tầng lớp xã hội khác nhau và mỗi người đều đang sống trong những mạng lưới xã hội và những mối quan hệ xã hội nhất định [2]. Vì vậy, trong nghiên cứu công chúng báo chí không thể tách rời độc giả, khán thính giả ra khỏi môi trường sống của họ. Ngược lại, phải đặt họ vào trong hoàn cảnh sống cũng như các mối quan hệ xã hội của họ.

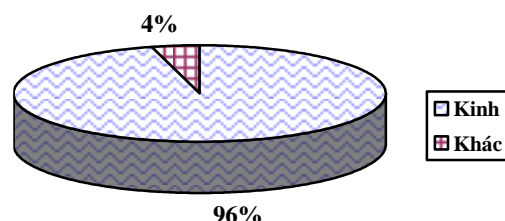
Công chúng báo in có những đặc điểm khác biệt với công chúng các loại hình báo chí khác. Đầu tiên, công chúng báo in cần có nền tri thức và trình độ phù hợp với sản phẩm báo chí mà đối tượng đó tiếp cận. Ngoài ra, đối tượng công chúng này thường chủ động trong tiếp nhận sản phẩm báo in. Quá trình tiếp nhận của công chúng được thực hiện theo thói quen và sở thích. Với các đặc điểm và vai trò như vậy, công chúng báo in luôn thể hiện sự thay đổi về xu hướng tiếp nhận thông tin cũng như sản phẩm báo chí. Công chúng đang có những đòi hỏi cấp thiết buộc các cơ quan báo chí phải xem xét để thay đổi, thích ứng cho phù hợp. Những dịch biến trong xu hướng tiếp nhận sản phẩm báo in của công chúng nói chung và công chúng ở tỉnh Thừa Thiên Huế nói riêng được đề cập trong bài báo là cơ sở để các tòa soạn báo in nghiên cứu, tham khảo.

2.2. Thực trạng xu hướng tiếp nhận sản phẩm báo in của công chúng tỉnh Thừa Thiên Huế hiện nay

2.2.1. Cơ sở và phương pháp khảo sát

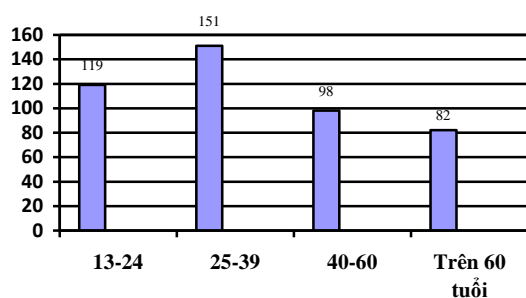


Hình 1. Cơ cấu mẫu về giới tính

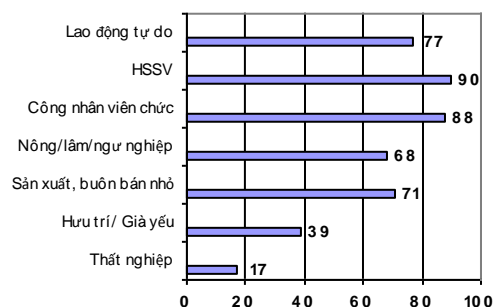


Hình 2. Cơ cấu mẫu về dân tộc

Để đánh giá thực trạng trên, chúng tôi đã thực hiện khảo sát với tổng số phiếu là 450, được tiến hành tại thành phố Huế, thị xã Hương Trà và các huyện Phú Lộc, Phong Điền, A Lưới, tỉnh Thừa Thiên Huế. Thời gian khảo sát từ tháng 10 đến tháng 11 năm 2019. Chúng tôi tiến hành khảo sát 211 đối tượng công chúng nam và 239 nữ. Tỷ lệ công chúng dân tộc Kinh chiếm đa số với 431 người (96%), chỉ có 19 người thuộc các dân tộc khác như Pa Cô, Tà Ôi, chủ yếu sống tại huyện A Lưới.



Hình 3. Cơ cấu mẫu về độ tuổi

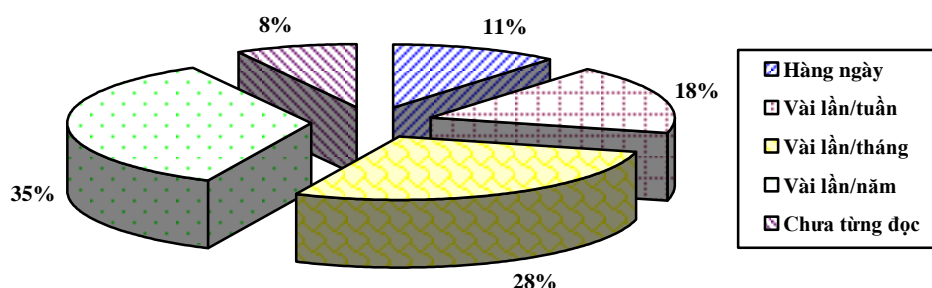


Hình 4. Cơ cấu mẫu về nghề nghiệp

Về độ tuổi, đối tượng công chúng trên 60 tuổi là 82 người, chiếm 18,2%. Đối tượng công chúng đông đảo nhất là từ 25-39 tuổi, chiếm 33,6%. Về nghề nghiệp của mẫu khảo sát, đối tượng công chúng là công nhân, viên chức (19,6%) và học sinh sinh viên (20%) có tỷ lệ lớn nhất. Đối tượng lao động tự do, buôn bán nhỏ chiếm lần lượt 17,1% và 15,8%. Mẫu khảo sát thất nghiệp chiếm tỷ lệ thấp nhất (3,8%).

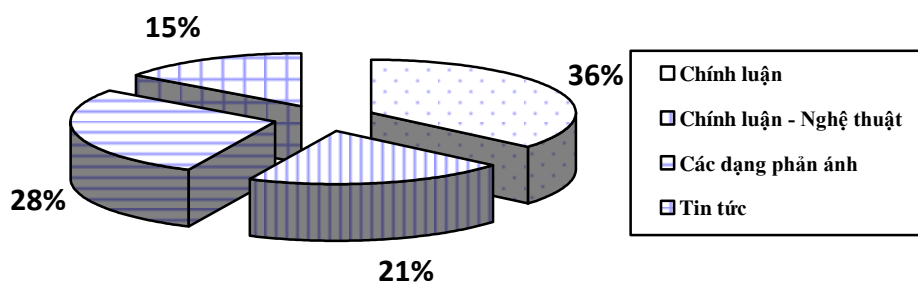
Kết quả điều tra của chúng tôi đối với công chúng trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế cho thấy, chỉ có 11% số người được hỏi sử dụng báo in ở mức độ "hàng ngày". 18% đọc báo in ở mức "vài lần/tuần"; 28% với tần suất "vài lần/tháng". Số người đọc báo với tần suất "vài lần/năm" chiếm tỷ lệ khá cao, lên đến 35%. Số người trả lời chưa từng đọc báo in chiếm tỷ lệ 8%.

Xu hướng tiếp nhận sản phẩm báo in của công chúng tỉnh Thừa Thiên Huế hiện nay



Hình 5. Mức độ tiếp nhận sản phẩm báo in của công chúng tỉnh Thừa Thiên Huế

Qua kết quả nghiên cứu và khảo sát, chúng tôi nhận thấy xu hướng tiếp nhận thông tin trên báo in của công chúng đang có những dịch biến khá rõ rệt. Công chúng ngày càng ít đọc tin tức thời sự trên báo in. Thay vào đó là xu hướng lựa chọn tìm đọc các tác phẩm báo chí thuộc thể loại chính luận hoặc chính luận – nghệ thuật. Những chuyên mục thể hiện góc nhìn, quan điểm của nhà báo nói riêng và của tòa soạn nói chung được công chúng khá ưa thích. Khảo sát cho thấy, tỷ lệ công chúng lựa chọn tác phẩm bình luận chiếm 36%; nội dung mang tính chính luận – nghệ thuật chiếm 21%; các dạng bài phản ánh chiếm 28%. Tỷ lệ công chúng đọc báo in để nắm tin tức thời sự chỉ là 15%. Thông qua phỏng vấn sâu, các đối tượng công chúng này cho biết, họ đọc thông tin thời sự trong những trường hợp sự kiện được đăng tải trên các phương tiện truyền thông đại chúng khác không đảm bảo sự chính xác hoặc mâu thuẫn, mơ hồ về nội dung thông tin.

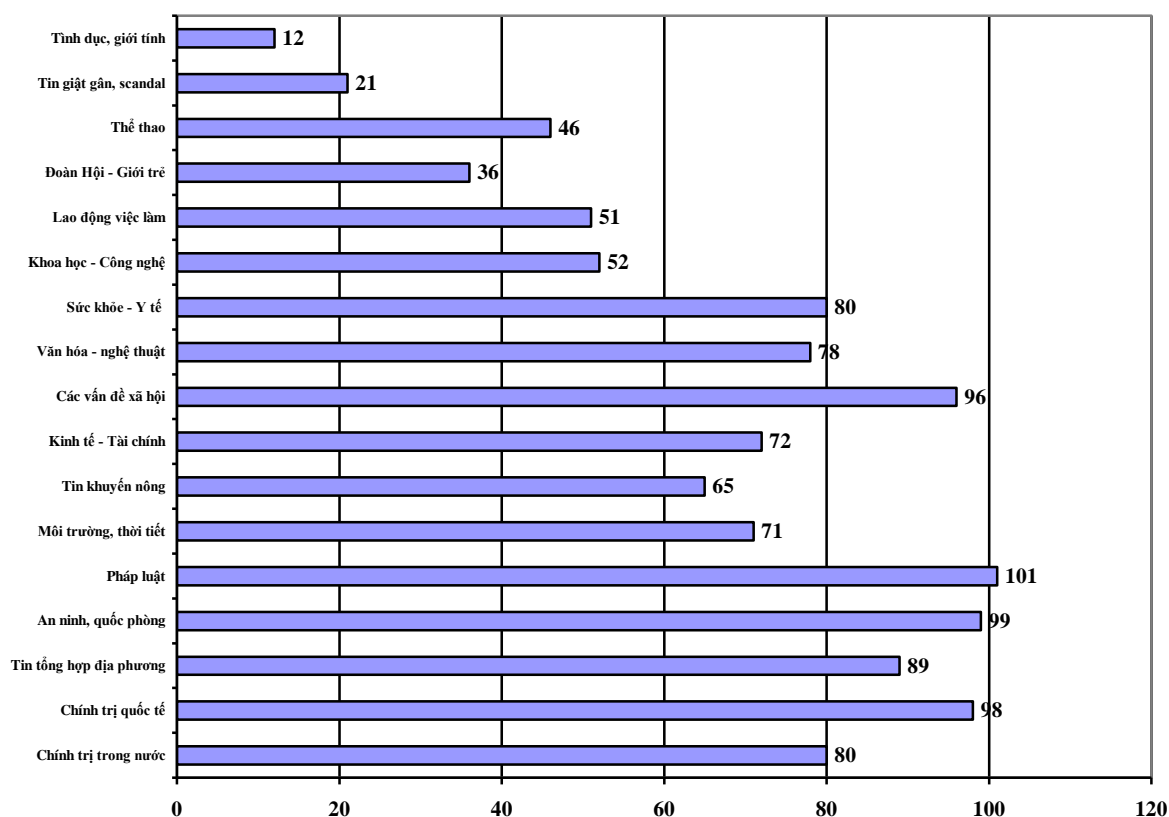


Hình 6. Xu hướng tiếp nhận về mặt thể loại của công chúng tỉnh Thừa Thiên Huế

Từ xu hướng tiếp nhận thể loại, công chúng có sự lựa chọn phù hợp với từng đầu báo cụ thể. Các tờ báo vừa đảm bảo tiêu chí thông tin thời sự, vừa thể hiện góc nhìn, quan điểm riêng của từng cây bút và của tòa soạn được công chúng ưu tiên tìm đọc. Thống kê tên các đầu báo được lựa chọn do mẫu khảo sát liệt kê ra cho thấy, tổng số người lựa chọn các tờ báo chủ đề an ninh – pháp luật (bao gồm các ấn phẩm Công an Nhân dân, An ninh Thế giới, An ninh Thủ đô, Công an TP. Hồ Chí Minh, Pháp luật

TP. Hồ Chí Minh, Đời sống và Pháp luật...) lên đến 29%. Các tờ nhật báo như Tuổi trẻ TP. Hồ Chí Minh (21%), Thanh niên (22%), Lao Động (9%)... cũng được đông đảo công chúng lựa chọn bởi tính xác thực, khách quan trong thông tin.

Về mặt nội dung tin bài, công chúng có xu hướng lựa chọn báo in để tiếp nhận sản phẩm báo chí về các mảng pháp luật, an ninh quốc phòng, chính trị - xã hội... Qua khảo sát, các chuyên mục được yêu thích là Pháp luật – An ninh (31%), Thời sự (22%), Thể thao (21%), Giải trí (18%)... Những chuyên mục như Giới trẻ/Nhịp sống trẻ/Đoàn-Hội (5%); các thông tin mang nội dung giật gân, scandal (8,4%) không thu hút nhiều sự lựa chọn của công chúng.



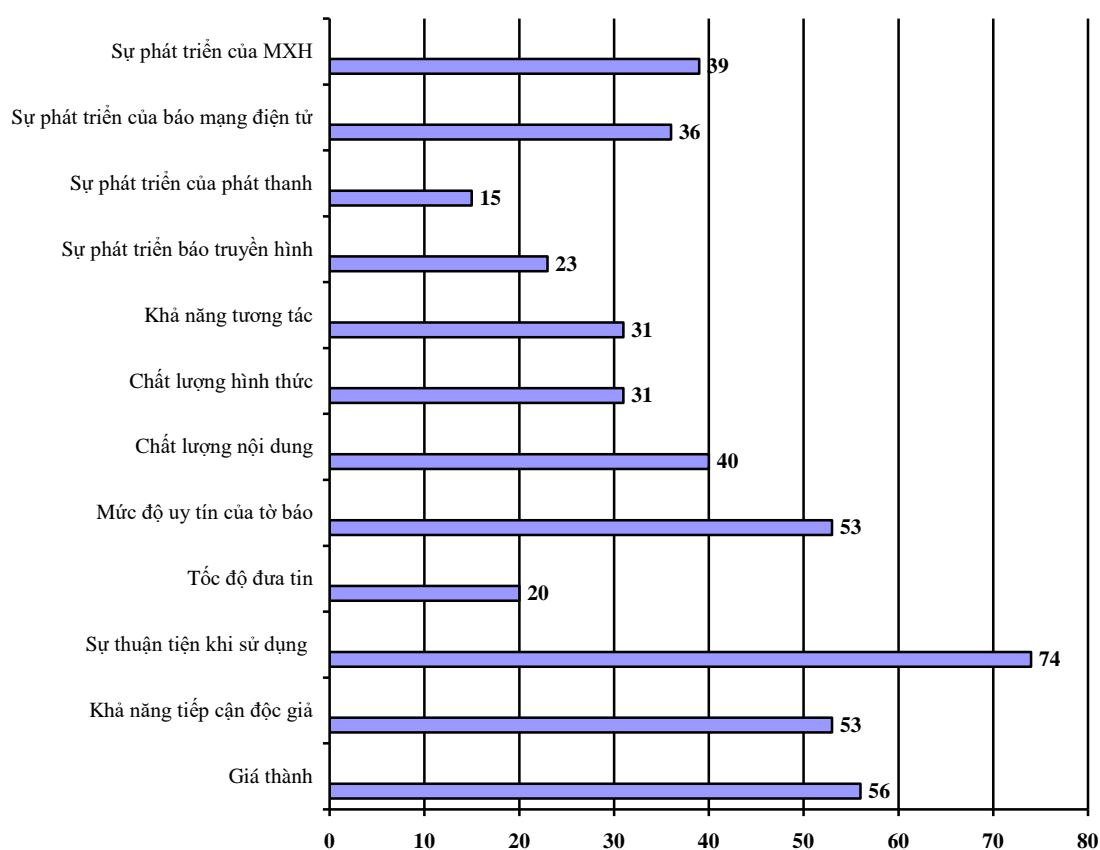
Hình 7. Xu hướng lựa chọn nội dung tiếp nhận của công chúng

Thời điểm đọc báo của công chúng cũng có những thay đổi khác biệt. Trước đây, công chúng có thói quen lựa chọn báo in để đọc vào buổi sáng. Qua khảo sát, công chúng Thừa Thiên Huế lại thường đọc báo in vào buổi chiều (tỷ lệ 44%), cao hơn hẳn so với buổi sáng (35%), buổi trưa (16%). Chỉ có 5% công chúng lựa chọn buổi tối để đọc báo in. Kết quả này phù hợp với xu hướng tiếp nhận về mặt thể loại, khi công chúng đã không ưu tiên lựa chọn báo in để tìm kiếm tin tức thời sự. Thay vào đó, họ sẽ tìm kiếm thông tin trên mạng xã hội, báo điện tử vào buổi sáng. Đối với thông tin mang tính chính luận và chính luận – nghệ thuật đòi hỏi sự nghiền ngẫm, nghiên cứu, công

Xu hướng tiếp nhận sản phẩm báo in của công chúng tỉnh Thừa Thiên Huế hiện nay

chúng lựa chọn buổi chiều để có nhiều thời gian hơn với tác phẩm. Trong đó, hai "khung giờ vàng" đối với người đọc báo in là khung giờ từ 8h30 đến 9h30 và từ 15h đến 16h.

Đánh giá về mặt nội dung, đại bộ phận công chúng cho rằng, báo in có những ưu điểm so với các loại hình khác như chủ đề phong phú đa dạng (39,1%); khách quan, độ tin cậy cao (39,8%). Bên cạnh đó, các yếu tố khiến báo in không hấp dẫn công chúng là thông tin ít được cập nhật (30%), khó tương tác, gửi ý kiến (23,1%). Về hình thức, công chúng báo in ở Thừa Thiên Huế đánh giá báo in có những ưu điểm như trình bày hợp lý, dễ theo dõi (28,3%), bố trí hình ảnh hợp lý, bắt mắt (25,9%), quảng cáo vừa phải (23,1%). Bên cạnh đó, những hạn chế như khổ báo không thuận tiện (55,5%), chất lượng in, giấy in không tốt (35%), chữ quá nhỏ, quá nhiều (22%) là những lý do chính khiến công chúng ít mặn mà với báo in.



Hình 8. Các yếu tố tác động biến đổi thói quen đọc báo in của công chúng

Đánh giá các yếu tố tác động đến thói quen đọc báo in của công chúng, chúng tôi nhận thấy sự thuận tiện khi sử dụng; giá thành và mức độ uy tín của cơ quan báo chí là các yếu tố chính ảnh hưởng đến nhu cầu, xu hướng tiếp nhận của công chúng. Bên cạnh đó, sự tồn tại và phát triển của các loại hình báo chí khác tuy có tác động nhất định nhưng không phải là yếu tố quyết định đến thói quen đọc báo in của công chúng.

Khảo sát các yếu tố nhân khẩu – xã hội, chúng tôi nhận thấy nam giới có xu hướng tiếp nhận báo chí nhiều hơn nữ giới (68,9% so với 31,1%). Có sự khác biệt này do thị hiếu, thói quen và thời gian sử dụng của hai giới không giống nhau. Bên cạnh đó, nhóm công chúng trong độ tuổi từ 25-39 có mức độ tiếp nhận sản phẩm báo in lớn nhất so với các độ tuổi còn lại. Càng lớn tuổi, công chúng lại có xu hướng xem truyền hình, nghe phát thanh nhiều hơn là đọc báo in. Về cơ cấu việc làm, công chúng là công nhân viên chức và học sinh sinh viên có thói quen đọc báo in nhiều hơn so với các đối tượng nghề nghiệp khác. Về mặt địa giới hành chính, công chúng ở vùng đồng bằng (Thành phố Huế, thị xã Hương Trà) có xu hướng tiếp nhận báo in nhiều hơn so với công chúng vùng biển (Phú Lộc, Phong Điền) và vùng núi (A Lưới).

2.2.2. Nhận định và khuyến nghị

Từ thực trạng trên, chúng tôi đưa ra một số nhận định chính về xu hướng tiếp nhận sản phẩm báo in của công chúng tỉnh Thừa Thiên Huế như sau:

Một là, công chúng có xu hướng lựa chọn báo in để tìm kiếm thông tin mang tính chính thống, khách quan, tin cậy. Đó là những thông tin đã được kiểm chứng kỹ càng, sàng lọc qua nhiều lăng kính. Trước thực trạng fake news đang diễn ra trên mạng xã hội và cả báo điện tử, công chúng ngày nay đang trở nên e dè và cẩn trọng hơn khi tiếp nhận thông tin trên môi trường truyền thông số. Sự chia sẻ (share) vô thức vẫn tồn tại nhưng trước những sự kiện, thông tin quan trọng hoặc còn mơ hồ, công chúng có xu hướng tìm kiếm thông tin trên báo in để đảm bảo tính chính xác.

Hai là, công chúng có xu hướng lựa chọn các bài báo, tờ báo mang tính chuyên biệt, có bản sắc, góc nhìn, quan điểm riêng. Hiểu một cách nôm na, công chúng muốn *mua* góc nhìn và quan điểm thay vì *mua* tin tức như trước đây. Đó có thể là những tờ báo có tính chiến đấu mạnh mẽ, hoặc có góc nhìn đa chiều, khác biệt. Có thể là tờ báo thường xuyên bày tỏ quan điểm, chính kiến của tòa soạn. Những tờ báo có tin bài độc, lạ, khác biệt với cách đưa tin thông thường cũng tạo ra sự thu hút nhất định đối với một số đối tượng công chúng nhất định.

Ba là, công chúng thường chọn lựa những tờ báo có uy tín, tên tuổi, độ tin cậy. Các yếu tố trên góp phần khẳng định niềm tin của công chúng vào những thông tin mà các tờ báo đó đăng tải. Bên cạnh đó, tên tuổi, tư cách của nhà báo cũng là một lý do để công chúng tìm đến tờ báo.

Bốn là, tồn tại sự khác biệt rõ rệt về xu hướng tiếp nhận từ các yếu tố nhân khẩu xã hội. Nam giới có thói quen đọc báo in nhiều hơn nữ giới. Nhóm công chúng từ 25-39 tuổi có mức độ tiếp nhận sản phẩm báo in lớn hơn so với các độ tuổi khác. Công chúng là công nhân viên chức, học sinh sinh viên đọc báo nhiều hơn. Công chúng ở đồng bằng có thói quen đọc báo thường xuyên hơn công chúng ở miền núi và miền biển.

Xu hướng tiếp nhận sản phẩm báo in của công chúng tỉnh Thừa Thiên Huế hiện nay

Từ các nhận định trên, chúng tôi xin đưa ra một số khuyến nghị nhằm đáp ứng, phù hợp xu hướng tiếp nhận sản phẩm báo in của công chúng nói chung và công chúng tỉnh Thừa Thiên Huế nói riêng.

Thứ nhất, mỗi tờ báo cần tạo dựng bản sắc, thương hiệu riêng. Trong dòng chảy của sự kiện, các báo đều thông tin na ná nhau, ít tạo ra sự khác biệt. Cạnh tranh thông tin thông tấn với mạng xã hội và báo điện tử là điều không thể. Vì vậy, báo in phải lựa chọn một lối đi riêng, cá tính hơn, chuyên biệt hơn với những góc nhìn, quan điểm sâu sắc, nhân văn và khác biệt. Báo in phải mang đến những nội dung khiến cho bạn đọc thấy rằng tờ báo đó là cần thiết và hữu ích.

Thứ hai, các tòa soạn báo in phải chú trọng phát triển, tăng cường các sản phẩm báo chí mang tính chính luận. Điều này cũng góp phần tạo nên bản sắc riêng, góc nhìn riêng của mỗi tờ báo. Đây cũng là nội dung thông tin phù hợp xu hướng tiếp nhận sản phẩm báo in của công chúng trong tương lai. Bên cạnh việc xây dựng các chuyên mục, sắp xếp bài vở về mặt nội dung và hình thức, các tòa soạn cần chú ý đào tạo, bồi dưỡng các cây bút chính luận đặc sắc.

Thứ ba, nâng cao chất lượng nội dung, củng cố uy tín, niềm tin trong lòng công chúng. Bên cạnh xu hướng bán góc nhìn, quan điểm, các tòa soạn báo in cũng cần đề cao, chú trọng việc tạo dựng uy tín, niềm tin. Công chúng tìm đến báo in để biết được thái độ, chính kiến, nhận định của nhà báo, của tòa soạn về các sự kiện, vấn đề xã hội. Ngoài ra còn để nắm được thông tin khách quan, chính xác, đúng với bản chất của sự việc. Vì vậy, chỉ có đảm bảo uy tín của tòa soạn, đảm bảo độ tin cậy về nội dung tin bài, đảm bảo về cách thức tác nghiệp khách quan, nhân văn, đúng chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp mới có thể đem lại sự tin tưởng của công chúng.

3. KẾT LUẬN

Theo báo cáo của Ban Tuyên giáo Trung ương, trong năm 2019, cả nước giảm 18 cơ quan báo chí so với năm 2018. Tính đến ngày 30/11/2019, cả nước có 850 cơ quan báo chí. Trong đó, có 179 báo (83 báo Trung ương và 96 báo địa phương), 648 tạp chí, 23 cơ quan báo chí điện tử độc lập. Như vậy, đến 2025, nhiều tờ báo in sẽ phải quy hoạch, sáp nhập, chuyển đổi thành tạp chí. Việc nắm bắt xu hướng, nhu cầu và thị hiếu của công chúng là công tác hết sức quan trọng, là vấn đề mang tính sống còn để báo in tiếp tục tồn tại và phát triển. Trong dòng chảy thời đại, báo in vẫn mang trong mình sứ mệnh riêng biệt, không trộn lẫn và bị phai nhạt bởi bất cứ một loại hình báo chí nào. Từ thực trạng về xu hướng tiếp nhận sản phẩm báo in của công chúng địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế, chúng tôi đã đưa ra những nhận định, dự báo xu hướng biến đổi trong tương lai. Bên cạnh đó, bài báo đề xuất một số khuyến nghị để các tòa soạn báo

in nghiên cứu, xem xét để điều chỉnh, thay đổi cho phù hợp với xu thế phát triển chung của xã hội.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Nguyễn Văn Dũng (2000), *Báo chí – Những điểm nhìn từ thực tiễn, tập 1*, NXB Văn hóa Thông tin, Hà Nội.
- [2]. Trần Hữu Quang (2015), *Xã hội học báo chí*, NXB Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh.
- [3]. Phạm Thị Thanh Tịnh (2013), *Công chúng báo chí*, NXB Chính trị - Hành chính, Hà Nội.

THE CURRENT TREND IN RECEPTION OF PRINT MEDIA BY READERS IN THUA THIEN HUE

Le Quang Minh

Faculty of Journalism and Communications, University of Sciences

Email: lequangminhdhkh@gmail.com

ABSTRACT

In the digital era, readers of the print media have had several considerable changes in their methods of information access. Readers require the print media to have their own standpoints and distinctive angles other than news alone. Based on a survey with readers in Thua Thien Hue, we have discussed and anticipated certain changes in the tendency of reception of print media news. Accordingly, we recommend measures for editorial boards of print media to have appropriate strategies to meet the demands of the readers.

Keywords: print media, readers, the trend in news reception.



Lê Quang Minh sinh ngày 05/04/1987. Ông tốt nghiệp cử nhân Báo chí tại trường Đại học Khoa học, Đại học Huế năm 2010. Năm 2017, ông tốt nghiệp thạc sĩ Báo chí học tại Học viện Báo chí Tuyên truyền, Hà Nội. Hiện ông là giảng viên tại trường Đại học Khoa học, Đại học Huế.

Lĩnh vực nghiên cứu: Lao động nhà báo.

