

đ - Bđ c tranh truyđ n thông thđ giđ i trong năm mđ i qua nhđ n đđ nh và đđ đoán cđ a GS Thomas Patterson, GĐ Trung tâm Báo chí, Chính trđ và Chính sách công Shorenstein, Đđ i hđ c Harvard, không tránh khđ i bđ tác đđ ng cđ a suy thoái kinh tđ nhđ ng cũng có nhiđ u đđ u hiđ u lđ c quan. Năm 2008 đã đđ t đđ n móng cho nhđ ng mô hình truyđ n thông mđ i, năm 2009 sđ là cđ hđ i đđ nhđ ng cái mđ i chđ ng tđ sđ c sđ ng cđ a mình.

đ GS Thomas Patterson (giđ a) trong mđ t buđ i hđ i thđ o tđ i ĐH Harvard.

Truyđ n thông sđ bđ đ nh hđ đ ng lđ n tđ suy thoái

- Cuđ c khđ ng hođ ng tài chính thđ giđ i đã và đang tác đđ ng ngày càng nghiêm trđ ng đđ n truyđ n thông Mđ và thđ giđ i. Ông có thđ đđ báo sđ tác đđ ng này đđ n báo in, phát thanh và truyđ n hình

M& và th& gì& trong năm 2009?

Suy thoái kinh tế luôn là thời điểm khó khăn đối với ngành truyền thông. Doanh thu quảng cáo của khu vực truyền thông thông thường giảm thu hẹp lại, còn áp lực ngân sách của các chính phủ thì như hàng đ& đ&u cho khu vực truyền thông nhà nước hay truyền thông công. Cuộc suy thoái hiện nay đặc biệt đáng sợ bởi mức độ nghiêm trọng của nó, và bởi vì nó diễn ra trong thời điểm truyền thông truyền thông đang mất dần công chúng và doanh thu vì những lý do khác.

Báo in vẫn duy trì các qu& gia đ&u giảm lợi nhuận xuất bản và doanh thu quảng cáo do sự cạnh tranh của truyền hình cáp và Internet. Vấn đề này thực sự nghiêm trọng ở Mỹ. Các tờ báo vùng Detroit đã tuyên bố ngừng dịch vụ giao báo tận nhà. Tờ Boston Globe đã mất 10% lợi nhuận giảm giá trong năm ngoái, tờ Washington Post cũng vậy. Tờ Chicago Tribune cũng thâm hụt tài chính đến nỗi họ có thể sẽ buộc phải bán mất số tài sản truyền thông khác của mình.

Doanh thu quảng cáo của một tờ báo ở Mỹ giảm, và gần như tất cả đều giảm cả lợi nhuận phát hành. Giá trị thị trường của báo chí Mỹ diễn ra hình gì chỉ còn khoảng một nửa so với 5 năm trước và vẫn đang tiếp tục giảm. Suy giảm kinh tế đã “cắt đứt” đi của các báo in hai trong số những khách hàng quảng cáo quan trọng nhất - các công ty bất động sản và các nhà môi giới ô tô. Người Mỹ không mua nhà mua xe nữa, nên những người bán cũng phải đành lòng cắt giảm quảng cáo trên báo.

Trong vòng một thập kỷ tới, sẽ có rất nhiều tờ báo ở Mỹ phá sản, ít nhất là những số xuất bản giấy. Những tờ báo lớn và mạnh nhất – như New York Times và Wall Street Journal - vẫn sẽ an toàn cho dù doanh thu giảm mạnh. Các “báo tàu diêm ng&” như ở các thành phố Detroit, St. Louis, Seattle và Atlanta là những tờ có nguy cơ cao nhất.

Phát thanh truyền hình Mỹ thì khá hơn một chút so với báo in. Nguyên nhân là chi phí vận hành của chúng thấp hơn. Vấn đề hành mất đài phát thanh hay mất đài truyền hình thì tốn kém hơn rất nhiều so với vận hành một tòa soạn báo in. Hơn nữa, quảng cáo trên phát thanh và truyền hình ít liên quan đến lợi nhuận trực tiếp. Trong khi duy trì quảng cáo trên báo in duy nhất bán hàng trực tiếp – như ô tô, nhà, thời trang, đồ ăn, thì duy trì quảng cáo trên phát thanh truyền hình là nhằm xây dựng và quảng bá thương hiệu, như quảng cáo của Coca-Cola hay Toyota.

Kiểm tra quảng cáo này cũng bị thu hẹp do suy thoái kinh tế, nhưng không đột ngột như những

kiđ u phđ thuđ c vào các báo đđ a phđ đ ng. Đđ n nay các đài phát thanh truyề n hình đ Mđ vđ n có thđ duy trì doanh thu quđ ng cáo, mđ c dù trong năm 2009, doanh thu này vđ n sđ giđ m đi ít nhiđ u.

Các xu hđ đ ng kđ trên đ Mđ cũng có thđ thđ y rõ đ các nđ đ c khác, mđ c dù sđ khác biđ t vđ hđ thđ ng truyề n thông có thđ giđ m bđ t sđ tác đđ ng. Hđ thđ ng truyề n thông đ Mđ hđ u nhđ đđ u thđ đ ng mđ i hoá, trong khi hđ thđ ng báo chí đ các nđ đ c khác vđ n có mđ t bđ phđ n công hođ c nhà nđ đ c mđ nh. Tuy nhiên, hđ u hđ t báo in trên thđ giđ i là báo tđ nhđ n và phđ thuđ c vào kinh doanh quđ ng cáo và phát hành, và đđ u bđ đ nh hđ đ ng.

Tôi dđm dđ đoán rđ ng các vđ n đđ tài chính cđ a hđ sđ nghiêm trđ ng hđ n trong và cđ sau cuđ c suy thoái kinh tđ này. Thđ giđ i đđng bđ đ c vào mđ t kđ nguyên truyề n thông mđ i, trong đó báo in là quá khđ còn Internet mđ i là tđ đ ng lại.

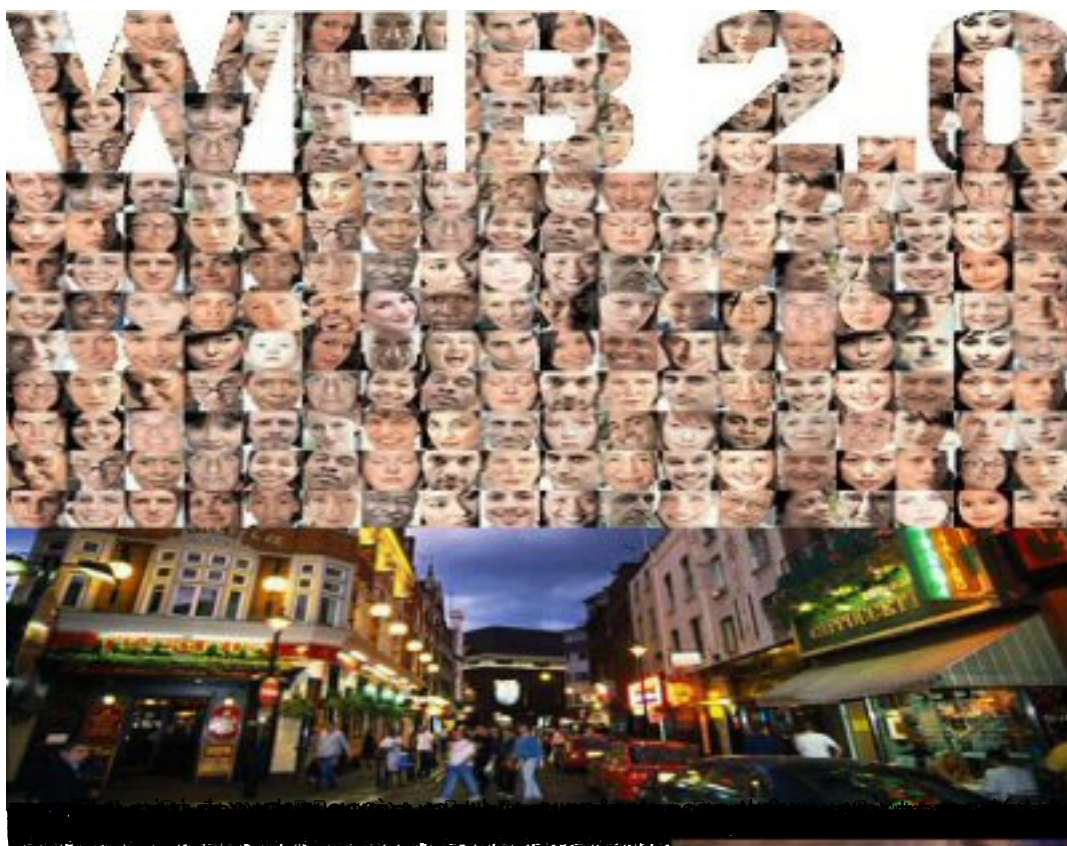
Thđ i cđ a báo trđ c tuyđ n, nhđ ng danh tiđ ng tđ báo mđ i là đđ u quyđ t đđ nh

- Vđ y trong cđ n đđ c suy thoái đó, báo trđ c tuyđ n sđ sđ ng sót hay sđ chđ u chung sđ phđ n?

Báo trđ c tuyđ n sđ tiđ p tđ c thu hút ngày càng nhiđ u đđ c giđ . Vđ n đđ đđ t ra cho hđ là liđ u doanh thu cđ a hđ có đđ t đđ đ c mđ c có lãi đđ có thđ trang bđ mđ t toà sođ n hàng đđ u không. Rđ t nhiđ u báo trđ c tuyđ n trên mđ ng hiđ n nay đđng tiêu tiđ n là chính hođ c vđ n hành vđ i ngân sách rđ t eo hđ p.

Tác Giả: Thuđ Chung

Thứ Bảy, 31 Tháng 1 Năm 2009 22:46



www.GS.Thomas.Patterson.vn (kđ) truyề n thông thđ giđ i 2009