

Vấn đề thu phí trên báo mạng điện tử

PGS, TS PHẠM THỊ THANH TỊNH

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: thanh tinh.ajc@gmail.com

Nhận ngày 16 tháng 10 năm 2022; chấp nhận đăng tháng 12 năm 2022.

Tóm tắt: Phí người đọc trên báo mạng điện tử là khoản tiền mà độc giả chi trả để được sử dụng các dịch vụ mà trang báo mạng điện tử đó cung cấp, trong đó có dịch vụ đọc báo mạng điện tử. Việc thu phí đã được áp dụng rộng rãi trên thế giới và đang dần phát triển tại Việt Nam. Hoạt động này đã tạo ra một nguồn thu mới cho tòa soạn, giúp: duy trì hoạt động phục vụ tái sản xuất báo chí; động viên nhân lực lao động báo chí; góp phần phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, từ đó, tạo động lực cho các tòa soạn sản xuất thêm được các sản phẩm báo chí có chất lượng cao, đáp ứng đủ nhu cầu của người đọc và xã hội.

Từ khóa: thu phí; báo mạng điện tử; tường phí cứng; tường phí mềm; Freemium.

Abstract: The readership fee on an online newspaper is the amount that readers pay to use the services provided by the online newspaper, including reading. Collecting readership fees has been widely applied in the world and is gradually developing in Vietnam. This activity has created a new source of revenue for the newsroom, helping to maintain operations for the press's reproduction; motivating press workers; contributing to the nation's socio-economic development, thereby creating motivation for newsrooms to produce more high-quality journalistic products, meeting the needs of readers and society.

Keywords: collecting readership fee; online newspaper; hard costs; soft costs; Freemium.

Theo từ điển Cambridge: “Bức tường phí (Paywall) được định nghĩa là chương trình ngăn những người không trả phí sử dụng trang web”⁽¹⁾.

Theo tạp chí Tuyên giáo “Paywall: tạm dịch “bức tường phí”, ý mô tả bức tường ngăn cách giữa nội dung và người đọc, yêu cầu họ phải đóng phí để có thể “qua cửa”⁽²⁾. Bức tường phí được thiết kế để giúp đỡ các doanh nghiệp hay tòa soạn tổ chức hoạt động thu phí người đọc từ chính các sản phẩm được đăng tải trực tuyến, trong đó có báo mạng điện tử. Nó mang lại trải nghiệm mới lạ cho người dùng, họ được tự do lựa chọn trả phí cho nội dung mà họ mong muốn, và tạo nên sự gắn bó giữa khách hàng và thương hiệu khi trải nghiệm mua thông tin trực tuyến.

Theo tác giả Lê Anh “Paywall, tạm dịch “bức tường phí”, được mô tả là bức tường ngăn cách giữa nội dung và người đọc, yêu cầu họ phải đóng phí để có thể “qua cửa”. Thông thường, độc giả sẽ được đọc

một số ít tin bài miễn phí, nhưng họ cần phải trả tiền nếu muốn truy cập vào những bài có nội dung chuyên sâu”⁽³⁾.

Như vậy, có thể hiểu “Bức tường phí” chỉ việc thu phí người dùng khi truy cập các trang web hoặc một số nội dung nào đó trên các trang web. “Bức tường phí trên báo mạng điện tử” là việc công chúng phải trả tiền khi đọc báo mạng hoặc trả tiền để đọc một số bài được lựa chọn trên báo mạng. Nếu người dùng không trả một khoản phí nhất định, hệ thống sẽ chặn trước khi họ có thể tiếp cận nội dung trên trang web của tờ báo.

1. Các hình thức thu phí trên báo mạng điện tử hiện nay

Theo trang ictnews.vietnamnet.vn “Việc kiếm nguồn thu từ độc giả sẽ được cụ thể hóa qua 3 mô hình: thu phí cứng, thu phí mềm và bán trả phí (còn gọi là hỗn hợp). Mỗi tòa soạn sẽ có chiến lược thu phí

của riêng mình để phát triển tầm ảnh hưởng và tối ưu hóa lợi nhuận”⁽⁴⁾.

Tường thu phí cứng (hard paywall) là mô hình trả phí bắt buộc, người đọc phải trả tiền để đọc bất kỳ nội dung nào có trên ấn bản điện tử của tờ báo với đối tượng độc giả hướng tới là những người sẵn sàng bỏ tiền mua. Bức tường thu phí cứng yêu cầu người đọc bắt buộc phải đăng nhập và trả tiền trước khi được tiếp cận với nội dung thông tin. Phương pháp này giúp tòa soạn sàng lọc được những độc giả chỉ muốn đọc miễn phí và những độc giả trung thành với tờ báo. Nếu tờ báo có uy tín, nội dung đủ sức hấp dẫn và đem đến những giá trị khác biệt thì báo có thể đạt đến số lượng độc giả trả phí như mong muốn. Ngược lại, nếu nội dung của tờ báo không có tính khác biệt và giá trị đem lại không cao thì bức tường này sẽ trở thành rào cản để tờ báo tiếp cận với những độc giả mới. Hầu hết người dùng đều muốn tham khảo trước những nội dung mà họ sẽ nhận được nếu bỏ tiền ra mua tài khoản để chắc chắn số tiền bỏ ra là xứng đáng.

Các trang báo mạng điện tử sử dụng cách thức này thường chỉ cho phép hiển thị tiêu đề hoặc đoạn sapo ngắn của bài viết, và khi click vào bất kỳ bài báo nào, người đọc cũng thấy bức tường phí cứng xuất hiện với các chỉ dẫn thanh toán tiền để đọc báo. Để thực hiện cách thu phí này đòi hỏi nội dung của tờ báo phải đủ hấp dẫn, hoặc có thể nói, đó phải là những nội dung chuyên biệt hay có tính độc quyền cao, mà độc giả không thể tìm thấy ở các tờ báo khác. Độc giả muốn tiếp cận những nội dung chất lượng, phải trả khoản phí tương xứng. Từ đó, sẽ tạo thành một thói quen cho độc giả, khi họ muốn tiếp cận nội dung - họ sẽ phải trả phí, lúc đó các tòa soạn này sẽ có được nhóm công chúng trung thành, tạo nguồn ổn định cho tòa soạn. Hình thức này cũng đòi hỏi tòa soạn đó phải có sản phẩm chất lượng cao và ổn định. Hiện nay, chỉ một số tờ báo lớn trên thế giới áp dụng được mô hình này như Financial Times hay Wall Street Journal của nước Mỹ. Việc áp dụng bức tường phí cứng ở Việt Nam hiện nay là tương đối khó khăn vì thói quen người dùng chưa được thay đổi cũng như các tờ báo chưa tạo ra quá nhiều nét riêng đặc biệt để thuyết phục người dùng, hầu hết các báo mạng điện tử vẫn cho công chúng đọc miễn phí để tăng tính cạnh tranh.

Tường thu phí mềm (Soft Paywall) cho phép công chúng được truy cập một số lượng nội dung nhất định

dựa trên các tiêu chí được thiết lập bởi tòa soạn báo mạng điện tử. Với hình thức này, công chúng được đọc miễn phí một số bài viết khi truy cập vào báo mạng, và họ buộc phải trả tiền các bài báo đã được áp phí. Đây được coi là một giải pháp linh hoạt hơn, được nhiều tờ báo nước ngoài và một số báo nước ta đang áp dụng. Bức tường thu phí mềm này khá giống với những ứng dụng chỉ cho sử dụng tính năng cơ bản và bắt trả tiền để dùng các tính năng nâng cao.

So với bức tường phí cứng, bức tường phí mềm thể hiện sự linh hoạt hơn khi công chúng được đọc một số lượng tin, bài miễn phí trên các báo và có sự cân nhắc trước khi họ đưa ra quyết định thanh toán tiền để đọc tiếp hay không. Chính vì vậy, bức tường thu phí mềm được một số báo mạng điện tử ở nước ta ưu tiên sử dụng như VietnamPlus, Người Lao động, ...

Freemium (hỗn hợp) là sự kết hợp của Free (miễn phí) và Premium (cao cấp). Theo trang Investopedia, Freemium là thuật ngữ chỉ một loại mô hình kinh doanh cung cấp cho khách hàng cả dịch vụ miễn phí và dịch vụ tính phí. Công ty cung cấp các dịch vụ đơn giản và cơ bản miễn phí cho mọi người dùng thử; đồng thời cung cấp các dịch vụ cao cấp hơn hoặc các tính năng bổ sung với giá cao. Điều đó có nghĩa là, nếu khách hàng muốn sử dụng phiên bản đầy đủ nhất của sản phẩm thì phải trả một khoản phí⁽⁵⁾. Bản chất của mô hình hỗn hợp là cung cấp dịch vụ miễn phí cho người tiêu dùng như một cách để thiết lập nền tảng cho các giao dịch trong tương lai. Bằng cách này, mô hình Freemium sẽ đánh trúng tâm lý của khách hàng yêu thích các sản phẩm vừa miễn phí và vừa có chất lượng tốt. Đầu tiên các tòa soạn cung cấp các dịch vụ cơ bản miễn phí, để có thể xây dựng mối quan hệ với khách hàng, tiếp đến là các dịch vụ có phí tiên tiến, tiện ích bổ sung, nâng cao hoặc trải nghiệm người dùng, hoặc loại bỏ quảng cáo. Mô hình Freemium có thể kiếm được doanh thu từ cả người đăng ký và người không đăng ký. Về bản chất, những người không đăng ký vẫn có thể truy cập miễn phí hầu hết nội dung nhưng sẽ bị quảng cáo làm gián đoạn quá trình đọc. Sau đó họ có thể trả phí đăng ký để loại bỏ quảng cáo và truy cập vào nhiều nội dung chất lượng hơn.

Sự khác biệt giữa mô hình bức tường phí hỗn hợp và bức tường phí mềm là, ngay từ đầu, mô hình bức tường phí hỗn hợp phân loại nội dung cơ bản và nội

dung cao cấp, còn bức tường phí mềm lại linh hoạt hơn, cho phép công chúng đọc một số lượng bài nhất định (cả bài bình thường và cao cấp).

2. Vai trò của hoạt động thu phí ở báo mạng điện tử

Hiện nay, các hình thức duy trì hoạt động kinh tế báo chí được Nhà nước bao cấp, hay các hoạt động quảng cáo trên báo chí... đang bị sụt giảm nghiêm trọng, do đó, việc áp dụng bức tường phí trên báo mạng điện tử đang mở ra một hướng đi mới, giải pháp kinh doanh mới để tạo thêm nguồn thu cho tòa soạn.

- Việc thu phí báo mạng điện tử có vai trò như là nguồn động lực cho cả tòa soạn, cho đội ngũ người làm báo chuyên nghiệp, giúp họ nỗ lực hơn để có được các nội dung độc đáo, đặc sắc, có giá trị thông tin cao, hấp dẫn người đọc. Điều này góp phần vào sự phát triển chung của nền báo chí nước nhà.

- Áp dụng bức tường thu phí giúp tòa soạn đề ra các chiến lược tiếp cận và nâng cao chất lượng thông tin dành cho nhóm đối tượng mục tiêu của mình. Do cơ quan báo chí có thể thu thập được thông tin công chúng nên họ có thể hiểu và xác định rõ được nhóm công chúng mục tiêu của mình. Việc áp dụng bức tường phí cũng tạo nên sự gắn bó giữa tòa soạn và công chúng.

- Thực hiện thu phí thành công, cơ quan báo mạng điện tử có được một nguồn thu ổn định, giúp tòa soạn có thêm cơ hội đầu tư vào đội ngũ nhân viên. Điều này sẽ tạo động lực lớn hơn cho đội ngũ người làm báo có thể sản xuất ra được những nội dung chất lượng hơn, có nhiệt huyết hơn trong công việc. Tiếp đó, cơ quan báo chí có thể sử dụng nguồn thu này vào việc tập huấn cho nhân viên, giúp đội ngũ người làm báo nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ hơn; ngoài ra còn đầu tư các trang thiết bị tốt nhất để đội ngũ nhà báo, phóng viên, biên tập viên có được điều kiện tác nghiệp chuyên nghiệp.

- Khi có được nguồn tài chính từ việc thu phí độc giả, cũng giúp cơ quan báo chí làm chủ được kỹ thuật - công nghệ, nó sẽ như một cơ sở nền tảng giúp sức cho đội ngũ người làm báo trong phát triển các nội dung chất lượng cao. Việc có được công nghệ thông tin cũng giúp giảm sức lao động của con người và có độ chính xác cao hơn, như cơ quan báo chí có thể đầu tư công nghệ AI (trí tuệ nhân tạo), công nghệ này có nhiều tính năng hữu dụng giúp chuyển đổi văn bản

sang audio và ngược lại, người dẫn chương trình nhân tạo, AI sẽ kiểm tra lỗi hay phản hồi lại ý kiến của độc giả một cách chính xác...

- Áp dụng bức tường thu phí còn góp phần bảo vệ bản quyền tác giả cho các tác phẩm báo chí. Các bài báo thuộc chuyên mục trả phí được bảo vệ bởi bức tường thu phí, yêu cầu người đọc trả tiền để được đọc toàn bộ bài báo đó, nên sẽ hạn chế được vãn nạn sao chép không trích nguồn hay không xin phép tác giả.

3. Thực trạng thu phí trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay

Ngày 20.6.2018, Báo điện tử VietnamPlus của Thông tấn xã Việt Nam (TTXVN) trở thành cơ quan báo chí đầu tiên của Việt Nam thu phí đọc nội dung trên nền tảng digital. Mỗi ngày, báo có 250 tin, bài đăng tải⁽⁶⁾, chỉ một phần nhỏ bài chất lượng cao để thu phí, vì thế, việc này không ảnh hưởng đến nhiệm vụ cung cấp thông tin thiết yếu tới độc giả. VietnamPlus Pay là dịch vụ tin thu phí của báo điện tử VietnamPlus, bao gồm những bài viết chất lượng cao, nội dung độc quyền, đem lại trải nghiệm mới mẻ cho độc giả. VietnamPlus giữ bản quyền nội dung trên trang này và cấm sao chép dưới mọi hình thức. Trang tin dành để thu phí cũng đã được tách hẳn sang một trang địa chỉ khác <https://pay.vietnamplus.vn> nhằm không gây sự khó chịu cho độc giả, sự nhầm lẫn giữa các bài báo miễn phí và các bài báo phải trả phí.

Vietnamplus hướng đến mục tiêu tiếp tục sản xuất những nội dung dài, có chất lượng như mega-story, e-magazine, long-form... và không chỉ bó hẹp nội dung kinh tế, tài chính, chiến lược, bí quyết kinh doanh mà còn mở ra các lĩnh vực khác như công nghệ, thể thao, giải trí, chính trị, những xu hướng mới, thông tin dự báo..., và thu phí từ những bài báo này. Mỗi ngày, Vietnam Plus sản xuất 5 - 10 bài thu phí, gồm những bài phân tích chuyên sâu, phỏng vấn độc quyền... do tòa soạn tự sản xuất, hoặc dịch lại theo nhượng quyền của các đơn vị báo chí lớn trên thế giới nên không ảnh hưởng đến việc cung cấp thông tin thiết yếu phục vụ độc giả và vẫn đảm bảo đúng tôn chỉ cũng như định hướng của TTXVN. Báo có 3 mức thu cố định như: 10.000đ/ 7 ngày; 30.000đ/ 30 ngày; 50.000đ/ 60 ngày⁽⁷⁾.

Tháng 3.2021, Tạp chí điện tử Ngày Nay ra mắt báo thu phí trực tuyến trong chuyên mục Special Today. Tháng 6.2021, VietNamNet triển khai thu phí

một phần từ chuyên mục VietNamNet Premium. Cả 2 báo đang áp dụng theo mô hình thu phí Freemium. Trong mô hình này, nhà cung cấp đưa ra cả dịch vụ miễn phí (free) và dịch vụ cao cấp (premium) để khách hàng lựa chọn sử dụng gói cơ bản hay các dịch vụ cao cấp, dịch vụ bổ sung có tính phí. Các báo vẫn cung cấp các chuyên mục đọc báo miễn phí với đa dạng lĩnh vực, cập nhật tin tức thời sự trong nước và trên thế giới để công chúng có thể nắm bắt thông tin. Song song với đó, dịch vụ trả phí cũng được phát hành như một chuyên mục với các bài bài phân tích chuyên sâu có chất lượng cao, được đầu tư công phu bởi đội ngũ các chuyên gia, các nhà khoa học, các cây bút có tên tuổi trong và ngoài nước. Tạp chí điện tử Ngày Nay có mức thu phí linh hoạt: bán lẻ: 5.000đ/bài báo; bán theo gói: 10.000đ/1 tuần; 25.000đ/30 ngày; 60.000đ/quý; 100.000đ/6 tháng; 180.000đ/năm⁽⁸⁾.

Chuyên mục thu phí của tạp chí điện tử Ngày Nay không được phân chia theo nội dung và thể loại nào cụ thể: Special Today không có các bài viết được chia theo chuyên mục như chính trị, văn hóa - xã hội... mà sẽ là các bài viết phân tích chuyên sâu, là những góc nhìn, phân tích từ các chuyên gia, các cây bút nổi tiếng. Đề tài chủ yếu của những bài viết thường xoay quanh các vấn đề nổi bật trong xã hội được phân tích dưới góc nhìn đa chiều, về số phận của những con người yếu thế trong xã hội; những câu chuyện mang tính lịch sử... Các bài viết của Special Today thường được đăng tải như một chùm đề tài. Không phải một câu chuyện được chia làm nhiều kỳ mà với một chủ đề sẽ được viết với nhiều góc nhìn khác nhau của các tác giả khác nhau. Tần suất đăng bài trong mục trả phí của tạp chí Ngày Nay so với những tờ báo trả phí khác thì khá ít. Theo khảo sát của tác giả, trong 6 tháng cuối của năm 2021, Tạp chí đăng tổng cộng 34 bài viết.

4. Giải pháp cho vấn đề thu phí trên báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay

Công chúng nước ta đã có một quá trình dài hưởng thụ những sản phẩm tin tức, giải trí miễn phí và thường có tâm lý tại sao phải trả phí khi vẫn đọc được miễn phí, do vậy, việc đứng ra thu phí người dùng vẫn là một sự liều lĩnh vì có thể sẽ khiến họ quay lưng sang truy cập các trang tin không chính thống hoặc mạng xã hội, điều này tiềm ẩn rất nhiều rủi ro

từ tin giả. Thêm nữa, khi lượng tương tác với trang web giảm xuống thì nguồn thu của các trang web cũng bị sụt giảm vì còn phải phụ thuộc chủ yếu vào quảng cáo.

Hệ thống thu phí báo chí của nước ta hiện nay chưa thực sự đa dạng và sẵn sàng đáp ứng mọi phương thức thanh toán từ độc giả. Ví dụ, hiện nay việc thu phí của Vietnamplus chỉ có phương thức trừ thẳng vào tài khoản di động đăng ký, còn ở Ngày Nay, người đọc có thể thanh toán qua tài khoản ngân hàng hoặc ví ViettelPay. Tuy nhiên, những phương thức này còn khá hạn chế và chưa thể bao quát được sự phát triển vượt bậc của thanh toán điện tử trong thời đại ngày nay. Bên cạnh đó, hệ thống để thực hiện thao tác thanh toán khá khó khăn và hay gây lỗi. Làm gián đoạn đến quá trình đọc và theo dõi tin bài của độc giả. Một vấn đề mà các báo điện tử thu phí đang gặp khó khăn và thách thức là các bài báo trong trang báo trả phí và độc quyền nhưng vẫn có thể sao chép được nội dung của bài báo. Việc này ảnh hưởng đến vấn đề bản quyền, nội dung của các bài viết. Do vậy, để hoạt động thu phí trên báo mạng điện tử có hiệu quả, cần lưu ý một số giải pháp sau:

Xác định mô hình thu phí phù hợp, như đã phân tích ở trên mỗi mô hình thu phí đều có những ưu điểm và hạn chế riêng, do vậy các tòa soạn cần phải cân nhắc dựa trên các mục đích và chiến lược cụ thể trong việc lựa chọn tường phí cứng, tường phí mềm hay Freemium.

Đầu tư xây dựng sản phẩm thông tin có chất lượng để thuyết phục người dùng.

Nội dung và hình thức trình bày của bài báo là yếu tố quyết định để thuyết phục người đọc có trả tiền hay không. Người dùng sẽ không trả tiền nếu có thể đọc bài viết trên nhiều báo. Cùng một vấn đề, một sự kiện nổi bật trong ngày bạn đọc có thể tìm thấy vô vàn các bài báo khác nhau nhưng nội dung lại không có quá nhiều điểm khác biệt. Ngoài ra, thông tin đó có trên TV hoặc nghe podcast, công chúng có rất nhiều sự lựa chọn có thể được thay thế cho nhau. Do vậy, nội dung thông tin sau bức tường phí phải thực sự đem lại giá trị, phải đủ đặc sắc để người dùng không thể tìm thấy được nội dung tương tự ở bất cứ đâu.

Tin bài thu phí lại cần đòi hỏi nhiều hơn sự đa dạng, phong phú về hình thức cũng như là về cách triển khai. Cần đẩy mạnh hơn về khai thác nội dung

đắt giá và thu hút hơn. Sức hấp dẫn của bài báo không chỉ ở các bức ảnh, nội dung thông điệp, độ dài ngắn mà cần linh hoạt, sáng tạo, kết hợp nhuần nhuyễn các yếu tố đa phương tiện để có thể tái hiện lại thông tin một cái gần gũi, chân thực và hấp dẫn nhất.

Cách thức truyền tải thông tin cần lôi cuốn, hấp dẫn. Nhu cầu của công chúng không chỉ dừng lại ở thông tin mà còn là những sản phẩm báo chí trực quan, đa phương tiện và thẩm mỹ. Hiện tại, đa phần các bài báo trong chuyên mục trả phí đều được phát triển dưới hình thức mới lạ, tăng cường trải nghiệm cho công chúng như: Long-form, Emagazine, Megastory, Data journalism, Infographics, Timeline, Video, Audio ... Đây là xu hướng mới đang phát triển mạnh mẽ và nhận được sự đón nhận của nhiều độc giả.

Vấn đề bảo đảm về bản quyền cũng là một yếu tố để xây dựng sản phẩm thông tin có chất lượng. Có thể thấy những tin trong tòa soạn báo đều là những tin độc quyền nhưng những tin bài đó vẫn có thể sao chép, chính vì thế không thể tránh khỏi sự xào bài từ các trang tin hay thậm chí là những tờ báo khác cũng xảy ra tình trạng này. Điều đó gây ra một sự thiếu công bằng đối với các độc giả trả phí và độc giả trải nghiệm trên nền tảng miễn phí. Vậy nên các báo cần có những biện pháp bảo vệ bản quyền, chặn việc sao chép, không scan và việc không thể chụp ảnh trang tin.

Cải thiện thao tác cho người dùng, có thể coi là điều kiện tiên quyết để độc giả có lựa chọn việc đọc báo nữa hay không. Do vậy, cần cải thiện và khắc phục việc thanh toán để người dùng có thể dễ dàng thực hiện việc hoàn thành giao dịch, không bị cản trở hay ngắt quãng trong quá trình trải nghiệm trang báo trả phí.

Các hình thức thanh toán của các báo khá đa dạng, có thể thông qua thẻ tín dụng, ví điện tử, qua thuê bao điện thoại và Mobile money. Tuy nhiên việc bảo đảm an toàn dữ liệu khi đăng nhập vào hệ thống thanh toán của cơ quan báo chí vẫn là một vấn đề đáng quan ngại của đa số công chúng. Thao tác thanh toán điện tử chỉ diễn ra trong vài phút, tiện lợi và nhanh chóng nhưng các báo vẫn cần nghiên cứu thêm về cách thức bảo mật cho người đọc.

Ngoài ra, có thể áp dụng các mức ưu đãi hấp dẫn hơn, nhằm thu hút cũng như kích thích sự trả phí đối với người đọc. Có thể áp dụng hình thức miễn phí 1 tuần đầu tiên, sau đó giảm giá cho 3 tháng đăng ký.

Sau khi kết thúc thời gian giảm giá, giá tiền sẽ đưa về con số ban đầu. Trong 3 tháng sử dụng báo thu phí với giá ưu đãi, công chúng sẽ là người quyết định những trải nghiệm đó đủ tốt để đăng ký các tháng tiếp theo hay không.

Đẩy mạnh quảng bá, truyền thông nhiều hơn về dịch vụ trả phí của báo thông qua các trang mạng xã hội, nền tảng giải trí. Việc đó có thể đưa dịch vụ đó đến gần hơn với người dùng và trên hết là thế hệ trẻ. Đẩy mạnh được hành vi người dùng về vấn đề trả phí.

Hiện nay, Tạp chí điện tử Ngày Nay đã xếp bố cục giao diện báo để đối tượng công chúng của tạp chí này có thể thấy chuyên mục thu phí ngay khi vừa mới truy cập vào trang web. Điều này tăng hiệu quả tác động và người đọc thường xuyên có nhiều khả năng trở thành người trả phí nhất.

Tuy nhiên, bất cứ hình thức kinh doanh nào cũng cần có chiến dịch marketing phù hợp. Xây dựng một trang mạng xã hội cũng là một điều cần thiết cho quá trình truyền thông của các báo, không chỉ cho riêng chuyên mục thu phí. Mạng xã hội hiện tại được coi như một phương thức truyền thông có chi phí thấp nhưng hiệu quả cao. Hiện nay hầu như báo mạng điện tử nào cũng có một trang Facebook để chia sẻ tin tức, bài viết của mình đến gần hơn tới công chúng. Các báo còn tìm đường đến với Tiktok, Instagram, Zalo... ngày càng nhiều hơn. Thông qua mạng xã hội, cơ quan báo chí, tòa soạn cũng có thể thăm dò dư luận, nắm bắt nhu cầu thông tin của công chúng, đánh giá được chất lượng bài viết của mình để tìm hướng phát triển. Do vậy, quảng bá, truyền thông trên mạng xã hội là hình thức hiệu quả giúp công chúng biết và hiểu báo điện tử thu phí./

(1) Từ điển Cambridge

(2) <https://tuyengiao.vn/nghien-cuu/nghiep-vu-cong-tac-tuyen-giao/buc-tuong-phi-thay-doi-dien-mao-bao-chi-30984>

(3) <https://www.qdnd.vn/quoc-te/tin-tuc/paywall-va-cau-chuyen-thu-phi-doc-gia-truc-tuyen-648626>

(4) <https://ictnews.vietnamnet.vn/thu-tien-the-nao-tu-nguoi-doc-bao-online-v641817.html>

(5) <https://www.investopedia.com/terms/f/freemium.asp>

(6) <https://danviet.vn/thu-phi-doc-bao-dien-tu-duong-dai-van-phai-di-20210616110116717.htm>

(7) <https://danviet.vn/thu-phi-doc-bao-dien-tu-duong-dai-van-phai-di-20210616110116717.htm>

(8) <https://ngaynay.vn/account/payment.html>