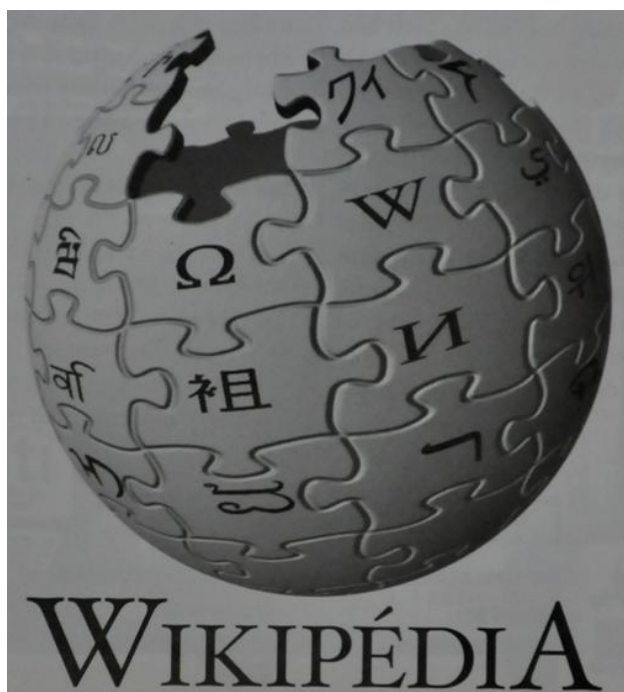


Các định nghĩa khác nhau về Social Media trên Wikipedia

Lần đầu tiên định nghĩa về *Social Media* được đưa ra trên Wikipedia vào ngày 9.7/2006. Từ đó đến nay, định nghĩa này đã liên tục được chỉnh sửa và hoàn thiện bởi hàng trăm tác giả với hơn 500 lần cập nhật.



Năm 2007, Wikipedia định nghĩa: “*Social Media* diễn tả các kỹ thuật và thực hành mà mọi người dùng để chia sẻ ý kiến, thấu hiểu kinh nghiệm và viễn cảnh tương lai. *Social Media* có thể được tồn tại dưới nhiều hình thức, bao gồm văn bản, hình ảnh, âm thanh và *video*. Những trang tiêu biểu sử dụng các kỹ thuật này là *blog*, bảng tin nhắn (*message boards*), *podcasts*, *wikis*, và *vlog* (*Video blog*) để cho phép người dùng tương tác với nhau. Một số ứng dụng truyền thông cộng đồng đáng chú ý là Wikipedia, MySpace (*social networking*), Gather.com (*social networking*), YouTube (chia sẻ *video*), Second Life (thực tế ảo), Digg (chia sẻ tin tức) Flickr (chia sẻ ảnh) và Miniclip (chia sẻ *game*).

Dễ nhận thấy là định nghĩa trên bị ảnh hưởng mạnh mẽ bởi sự ra đời của web 2.0. Bước sang năm 2008 và nửa đầu năm 2009, Wikipedia đưa ra định nghĩa mới về *Social Media*: “*Social Media* là nội dung được tạo ra bởi người dùng bằng cách sử dụng các kỹ thuật xuất bản có phạm vi rộng và sức ảnh hưởng mạnh mẽ. Nói một cách cơ bản nhất, *Social Media* là sự biến đổi trong cách mọi người khám phá, đọc và chia sẻ tin tức, thông tin và nội dung. Đó là sự hợp nhất giữa khoa học và kỹ thuật, chuyển đổi từ hình thức độc thoại (từ một đến nhiều người) sang hình thức đối thoại (từ nhiều người đến nhiều người) và là sự dân chủ hóa thông tin, biến mọi người từ những người đọc nội dung thành các nhà xuất bản nội dung”.

Hiện tại, *Social Media* được định nghĩa: “*Social Media* là hình thức truyền thông được thiết kế để trở nên phổ biến thông qua các tương tác xã hội, được tạo ra bằng cách sử dụng các kỹ thuật xuất bản có phạm vi rộng và sức ảnh hưởng mạnh mẽ. *Social Media* hỗ trợ nhu cầu của con người trong việc tương tác xã hội, sử dụng Internet và các kỹ thuật dựa trên nền tảng web để chuyển đổi hình thức truyền tin theo kiểu truyền thông độc thoại (từ một tới nhiều người) sang đối thoại (từ nhiều người đến nhiều người). Nó hỗ trợ cho các thông tin và kiến thức dân chủ,

biến đổi mọi người từ người tiêu dùng nội dung sang các nhà sản xuất nội dung. Giới kinh doanh cũng xem truyền thông cộng đồng như một nơi mà người dùng tự sản xuất nội dung (*user-generated content* – UGC) hoặc truyền thông khởi tạo từ người dùng (*consumer-generated media* – CGM).

Social Media gồm có ba thành phần:

1. Ý tưởng nghệ thuật, thông tin hoặc *meme* (ý tưởng, hành vi, phong cách được truyền từ người này sang người khác).
2. Truyền thông (chất liệu, máy tính hoặc giao tiếp bằng ngôn ngữ).
3. Bề mặt xã hội (người thân, cộng đồng cùng chung sở thích, những lan truyền trong xã hội, phổ biến thông tin qua máy móc hoặc tổ chức, hoặc các chất liệu truyền thông khác như in ấn).

Những hình thức chung của *Social Media*:

- Ý tưởng, các câu khẩu hiệu (*slogan*), những lời phát biểu có khả năng ghi nhớ cao và tạo hứng thú cho những người khác lặp lại.

- Những hoạt động phổ biến thông tin trực tiếp như phát biểu công khai, lễ nhậm chức, biểu diễn, thể hiện.

- Truyền thông qua máy móc bằng cách “chia sẻ”, cung cấp hoặc các kỹ thuật tìm kiếm (bao gồm cả các thiết bị trên *Internet* lẫn điện thoại).

- Báo in, được thiết kế để phát hành lại.

Định nghĩa hiện hành của Wikipedia khá đầy đủ so với những quan điểm trước đây và tiếp cận đúng nghĩa của một “kênh truyền thông”. Một điều chắc chắn là đây sẽ không phải là định nghĩa cuối cùng về *Social Media*. Sự thay đổi không ngừng của công nghệ và xã hội sẽ còn tiếp tục cho ra đời những cách hiểu mới về *Social Media*.

Tác giả: Thanh Khoa

Tạp chí Marketing số 59 tháng 10.2009

Trang 43.