

Truyền hình đa nền tảng - vai trò, nguyên tắc và yếu tố tác động

ThS. NGUYỄN DƯƠNG CHÂN

Đài Truyền hình Việt Nam; Email: duongchan6688@gmail.com

Nhận ngày 31 tháng 8 năm 2023; chấp nhận đăng tháng 11 năm 2023.

Tóm tắt: Sự phát triển của khoa học công nghệ đã tác động mạnh mẽ đến mọi mặt đời sống xã hội trên toàn cầu, trong đó có lĩnh vực báo chí, truyền thông. Với những giá trị hợp thời thế, nền tảng truyền thông xã hội đang ép báo chí nói chung, truyền hình nói riêng phải thay đổi để giữ vị thế và đáp ứng nhu cầu phong phú, đa dạng của công chúng. Điều đó, khiến truyền hình không thể duy trì việc chỉ tạo ra những tin, bài, phóng sự... theo cách truyền thống, mà hướng tới việc sản xuất và tiêu thụ truyền hình trên đa nền tảng - một xu hướng mới và tất yếu. Bài viết làm rõ vai trò, nguyên tắc và những yếu tố tác động đến truyền hình đa nền tảng.

Từ khóa: truyền hình đa nền tảng, xu hướng truyền hình mới, công nghệ truyền hình, công chúng truyền hình.

Abstract: The development of science and technology has profoundly impacted all aspects of global social life, including the field of journalism and media. With values that resonate with the times, social media are "pushing" the media in general and television in particular to change to maintain their position and meet the diverse needs of the public. This makes television unable to maintain the traditional way of creating news, articles, reports... but instead aims to produce and consume television content across multiple platforms - a new and essential trend. The article clarifies the role, principles, and impact factors on multi-platform television broadcasting.

Keywords: multi-platform television, new television trends, television technology, television audience.

Truyền hình đa nền tảng là một xu hướng tất yếu

Trước hết, cần khẳng định rằng: Công nghệ lên ngôi sẽ sinh ra những sản phẩm truyền thông mới, trong đó có truyền hình đa nền tảng. Trong hơn một thập kỷ qua, môi trường làm truyền hình đã có những thay đổi to lớn. Truyền hình truyền thống (truyền hình tuyến tính) đã phát triển, từ một phương tiện độc lập sang đa nền tảng, với những nền tảng được bổ sung như: trên web, trên thiết bị di động, trên mạng xã hội... Đồng thời, sự tích hợp và lớn mạnh của viễn thông, công nghệ thông tin, truyền thông điện tử là cơ sở cho sự phát triển năng động của các siêu nền tảng, với nhiều hình thức truy cập và tương tác mới. Đặc biệt là sự ra đời của những sản phẩm truyền thông chưa từng có trong lịch sử.

Công nghệ cũng khiến con người gần như không thể tách rời các thiết bị điện tử hiện đại, nền tảng số hoá ra khỏi đời sống và công việc. Do đó, việc nghe phát thanh qua radio, xem truyền hình qua tivi, hay cập nhật thông tin qua báo giấy đã không còn phổ biến như trước kia. Sự lên ngôi của truyền hình đa nền tảng đã vô hình chung tạo ra sức ép lớn cho truyền hình tuyến tính, để rồi, bắt buộc các đài truyền hình phải tiến hành một cuộc cách mạng hướng đến truyền hình đa nền tảng nhằm khai thác tối đa nguồn tài nguyên của mình và phục vụ công chúng.

Thứ hai, công nghệ không những làm thay đổi nhu cầu của khán giả, biến họ trở thành công chúng chủ động, mà còn làm đổi thay thói quen tổ chức sản xuất của nhà báo đang làm việc tại các đài truyền

hình. Công nghệ cho phép công chúng chuyển từ việc xem truyền hình một cách rất thụ động, thậm chí phụ thuộc hoàn toàn vào truyền hình tuyến tính, sang trải nghiệm tivi đa màn hình tương tác, đa nền tảng và trực tuyến. Họ sử dụng sự ưu việt của các thiết bị được kết nối Internet và các kênh phân phối kỹ thuật số để chủ động lựa chọn nội dung hợp lý (thuộc nhu cầu và thị hiếu), đúng nền tảng (thuận lợi và ưa thích) và đúng thời điểm (thời sự và cập nhật). Thêm vào đó, họ được chủ động kiến tạo thông tin qua việc tương tác với nhiều người dùng khác một cách nhanh chóng, thông qua các sản phẩm truyền hình được phân phối trên nền tảng số. Chính sự thay đổi này khiến quy trình tổ chức sản xuất có nhiều điểm khác biệt so với khi thực hiện trên truyền hình truyền thống. Và để thích nghi, các nhà báo cần điều chỉnh cách thực hiện đề tài, phù hợp với xu hướng mới này.

Thứ ba, chúng ta không còn sống trong một thế giới □mobile-first□(ưu tiên điện thoại di động), mà đang sống trong thế giới □mobile only□(chỉ dành cho điện thoại di động). Do có phạm vi tiếp cận rộng và mức chi trả cũng thấp hơn rất nhiều so với truyền hình truyền thống mà Internet và điện thoại thông minh đã trở thành những phương tiện chính để các đài truyền hình tiếp cận nhằm phân phối nội dung trên các □cửa hàng□kỹ thuật số mới (Facebook, Zalo, Twitter, VTVgo, YouTube, Web,...). Do vậy, để tận dụng lợi thế này, sản phẩm truyền hình phải được định dạng lại, bằng những thông số kỹ thuật riêng, tương thích với nhiều cửa hàng mới trên môi trường số. Hoạt động định dạng và phân phối này đã thách thức cấu trúc thị trường truyền hình tuyến tính (độc tài, tích hợp theo chiều dọc) và chức năng □gác cổng□của các nhà đài. Bên cạnh đó, nó cũng đặt ra vấn đề, các phóng viên nhận thức về vai trò nghề nghiệp của mình cũng như hình thành những thói quen tác nghiệp mới để thích nghi với xu hướng truyền hình đa nền tảng.

Để tăng doanh thu, huy động tối đa các nguồn lực, nhiều tổ chức truyền hình trên thế giới và ở Việt Nam bắt đầu tiếp cận đa nền tảng, bằng việc tuân theo xu hướng đa kênh phân phối và cá nhân hoá. Tuy nhiên, hoạt động này không dễ tạo ra hiệu quả do sự kỳ vọng được miễn phí của công chúng. Hơn

nữa, các nhà đài vẫn chưa thực sự nhận thức đủ về truyền hình đa nền tảng, cách thức các nền tảng vận hành để tổ chức sản xuất. Điều này tạo ra cơ hội, thách thức để truyền hình có thể cạnh tranh, cũng như giữ vững vị thế và tạo doanh thu.

Vai trò của truyền hình đa nền tảng

Bên cạnh những vai trò chung của một loại hình báo chí, truyền hình đa nền tảng còn có nhiều tác động, chức năng riêng, trong sự hoạt động, sự phát triển của truyền hình cụ thể:

Giải phóng băng thông (Bandwidth Web Hosting)

Truyền hình đa nền tảng giải phóng băng thông và không phụ thuộc vào nguồn cấp dữ liệu liên tục. Băng thông, ở đây, được hiểu là lượng dữ liệu được truyền qua thiết bị truyền dẫn/giấy. Nó càng lớn thì tốc độ truyền dữ liệu càng nhanh. Hơn nữa, truyền hình đa nền tảng có khả năng lưu trữ lớn. Do vậy, công chúng có thể truy cập nội dung nhanh chóng, tiện lợi khi có nhu cầu. Ở chiều ngược lại, với hoạt động kinh tế, truyền hình đa nền tảng hoàn toàn có thể tạo bức tường phí, cung cấp dịch vụ theo yêu cầu một cách hiệu quả.

Tăng độ nét cho các sản phẩm truyền hình

Truyền hình đa nền tảng hỗ trợ việc xem tivi với độ nét cao (High Definition) trên mọi thiết bị. Độ phân giải của các sản phẩm truyền hình càng tốt (1280x720) sẽ giúp khán giả hài lòng hơn về dịch vụ của nhà đài. Đồng thời, không phát sinh việc phải bảo trì, bảo dưỡng kỹ thuật đường truyền và góp phần giữ chỗ đứng cho những video chuyên nghiệp trong lòng khán giả ở môi trường kỹ thuật số hiện đại.

Củng cố thương hiệu của nhà đài, thông qua bảng hiệu kỹ thuật số

Truyền hình đa nền tảng có thể tạo ra những bảng hiệu kỹ thuật số dễ dàng. Thông qua đó, nhà đài quảng bá tên, logo, link dẫn đến trang chủ,... và phổ biến chúng rộng rãi, khắp không gian mạng. Cùng với nội dung sản phẩm, biển báo, một mặt tạo dựng niềm tin, sự trung thành, sự công nhận thương hiệu của nhà đài cho công chúng; mặt khác, nó giúp họ dễ dàng nhận ra những thay đổi liên quan đến tên, logo,... Thậm chí, bảng hiệu còn hoạt động như một loại quảng cáo, giúp kích thích thị giác của những công chúng chưa chú ý đến nhà đài.

Thu hút công chúng trẻ và công chúng thích trải

nghiệm công nghệ

Bằng cách phân phối nội dung trên nhiều nền tảng và tương thích với mọi thiết bị di động, các đài truyền hình dễ dàng thu hút được khách hàng trẻ tuổi hoặc những người thích trải nghiệm công nghệ. Bởi, phần lớn thời gian tổ chức sinh hoạt sống của họ như: học tập, làm việc, xem tivi, □ đều diễn ra trên các thiết bị di động (điện thoại, máy tính bảng, máy tính xách tay, □). Xuất phát từ vai trò này, xu hướng □ hài hước hoá □ tin tức của nhiều nhà đài ra đời, hướng đến việc lôi cuốn, gây sự chú ý cho nhóm nhân khẩu học trẻ tuổi và yêu thích công nghệ.

Thu thập dữ liệu khán giả để sản xuất đúng nhu cầu

Một trong những thế mạnh của các nền tảng kỹ thuật số tồn tại dựa vào Internet đó là thời gian thực của các luồng dữ liệu. Nó có thể, ngay lập tức, cập nhật chính xác sở thích, nhu cầu, số lượng người truy cập vào các loại nội dung, các loại video, chủ đề được nhiều người quan tâm, □ ở từng thời điểm. Do vậy, dưới góc độ tích cực, nếu truyền hình cộng sinh cùng các nền tảng, thì việc sản xuất nội dung sẽ gần với nhu cầu của công chúng hơn và phân phối trúng đối tượng đích hơn.

Kích thích việc tìm kiếm, khám phá cho công chúng

Khác với truyền hình truyền thống, truyền hình đa nền tảng hỗ trợ đắc lực cho khán giả trong việc tìm kiếm, khám phá nội dung theo tiêu đề, theo ngày tháng, theo thể loại và nhiều tiện ích khác. Hơn nữa, nhờ vào trí thông minh nhân tạo, truyền hình đa nền tảng còn đưa ra nhiều đề xuất, dựa trên các lựa chọn xem trước đây để giúp công chúng khám phá nội dung mới. Khi thường xuyên tìm thấy những thứ yêu thích qua dịch vụ truyền hình, thì họ sẽ gắn bó hơn, tin tưởng hơn với thương hiệu của các nhà đài.

Cải thiện trải nghiệm xem cho khán giả

Điểm khác biệt lớn trong trải nghiệm xem tivi của truyền hình đa nền tảng so với truyền hình tuyến tính đó là xem theo lịch trình của từng khán giả. Công chúng được thoải mái thích xem theo nhu cầu, bất cứ lúc nào, ở đâu, quãng thời gian nào trong ngày. Hơn nữa, ở góc độ kỹ thuật, truyền hình đa nền tảng vô cùng thân thiện với khán giả. Họ chỉ cần bấm một vài thao tác là có thể xem, và không cần dùng đầu ghi hình DVR (Digital Video Recorder) để ghi lại chương trình mình thích, nếu muốn xem lại/lưu

trữ/xem khi có thời gian như trải nghiệm của truyền hình truyền thống.

Tăng mức độ tương tác

Về cơ bản, việc sản xuất, phân phối và tiêu thụ của truyền hình đa nền tảng đều hướng đến mục tiêu tăng và cải thiện mức độ tương tác của khán giả. Các tính năng bổ sung như: Thích, Bình luận, Chia sẻ, Bày tỏ cảm xúc, Theo dõi, Đăng ký, Phát trực tuyến, □ , ở giao diện trên ứng dụng của truyền hình đa nền tảng không những đơn giản, thân thiện mà còn vô cùng dễ sử dụng và hấp dẫn. Đây chính xác là một phẩm chất khá hoàn hảo của truyền hình đa nền tảng, dựa trên cơ sở trí thông minh nhân tạo và thuật toán.

Tạo cơ hội cho hoạt động kinh tế truyền hình

Truyền hình đa nền tảng không những giúp kiếm tiền từ số lượng đăng ký trực tuyến tăng lên, mà còn tính thêm phí từ những dịch vụ bổ sung hoặc xem video theo yêu cầu. Mặt khác, truyền hình đa nền tảng giúp các sản phẩm của mình tồn tại lâu hơn trên môi trường kỹ thuật số. Bởi vậy, lợi ích có thể đến từ việc quảng cáo, cho dù bị phân mảnh và từ uy tín thương hiệu của các nhà đài. Các yếu tố kể trên, nếu biết khai thác, sẽ tạo ra nhiều cơ hội cho hoạt động kinh tế - đang gặp nhiều khó khăn - trong bối cảnh các nền tảng lên ngôi.

Nguyên tắc của truyền hình đa nền tảng

Bảo đảm phạm vi bao phủ toàn cầu

Đây là nguyên tắc quan trọng nhất của truyền hình đa nền tảng. Hay nói một cách khác, đa nền tảng là tính phổ biến mới của truyền hình. Nhất là, trong bối cảnh kỷ nguyên kỹ thuật số, khi dịch vụ truyền thông phát triển, thói quen truyền thông của khán giả thay đổi và phân tán mạnh mẽ, đa dạng. Việc tiếp cận thông tin, giao tiếp xã hội của công chúng không chỉ dừng lại ở mỗi quốc gia, mà còn ở cấp độ toàn cầu. Do vậy, tính phổ biến cần được giải quyết trên toàn bộ các nền tảng truyền thông để tổng hợp đủ các phân khúc nhằm tiếp cận công chúng.

Bảo đảm việc đưa tin thời sự và công bằng

Cũng giống như truyền hình truyền thống, nguyên tắc này, thường được hiểu là nhìn nhận một vấn đề/câu chuyện khách quan ở nhiều góc độ, khía cạnh khác nhau, không thiên vị hay bỏ qua bất kỳ một yếu tố cụ thể nào của vấn đề/câu chuyện. Khách

quan và không thiên vị là hai yếu tố quan trọng của sự công bằng. Nói một cách khác, nó đòi hỏi sự độc lập của truyền hình đa nền tảng với lợi ích thương mại hoặc cơ quan quản lý nhà nước.

Bảo đảm việc phục vụ lợi ích của thiểu số

Với truyền hình đa nền tảng, mục tiêu phục vụ các lợi ích đa dạng của xã hội đa nguyên trên một kênh duy nhất đã được giảm tải rõ rệt. Thay vào đó, nó có nhiều kênh phân phối, sản xuất nội dung sát nhu cầu của từng nhóm khán giả mục tiêu và cho phép quảng cáo chéo nội dung của từng nhóm đến mọi đối tượng khán giả.

Mặt khác, giao diện của truyền hình đa nền tảng vừa thân thiện, vừa đa năng, không những đáp ứng được độ phức tạp của sự phân mảnh văn hoá, mà còn đáp ứng được sự cá nhân hoá của phương tiện kỹ thuật số, theo nhu cầu công chúng. Bảo đảm việc phục vụ lợi ích của nhóm thiểu số cũng chính là bảo đảm tính toàn diện và chức năng văn hoá của truyền hình.

Bảo đảm việc phản ánh bản sắc văn hoá quốc gia, dân tộc

Truyền hình đa nền tảng phải bảo đảm việc phản ánh bản sắc văn hoá quốc gia, dân tộc trên các nền tảng, hoạt động xuyên biên giới. Cụ thể, nó tham gia xây dựng, bảo vệ và quảng bá hình ảnh đất nước, văn hoá, con người của mỗi quốc gia trên phạm vi toàn cầu. Nguyên tắc này liên quan mật thiết đến văn hoá và kinh tế, khi truyền hình đa nền tảng cạnh tranh thu hút một phần phân mảnh khán giả, với các nền tảng truyền thông xã hội.

Các tập đoàn kinh tế tư nhân - chủ sở hữu của các nền tảng xuyên biên giới - dựa vào công nghệ kỹ thuật số để làm gia tăng lợi nhuận, theo quy mô, từ dữ liệu nội dung, cạnh tranh thị phần quảng cáo, dữ liệu khán giả, □ Do vậy, nguyên tắc này vừa giúp các đài truyền hình quốc gia đạt mục tiêu quảng bá, nhờ hoạt động hợp tác, liên doanh; đồng thời vô hiệu hoá quyền lực của các nền tảng, nhờ vào việc sản xuất các chương trình mang tính địa phương - nơi mà cánh tay công nghệ của nền tảng chưa với tới.

Bảo đảm việc cung cấp nội dung chất lượng, sáng tạo

Với những đặc điểm nội tại của các nền tảng như: cá nhân hoá, tương tác, tìm kiếm, chia sẻ, di động □, truyền hình đa nền tảng hiển nhiên được

thêm nhiều lợi thế, nếu tập trung hơn nữa vào đầu tư chất lượng nội dung. Có nghĩa là: nó không chỉ bắt nhịp được xu hướng cập nhật thông tin, mà còn bảo đảm được quy mô và chiều sâu của vấn đề.

Chỉ khi có được những video có nội dung chính xác, kịp thời, hấp dẫn, đa chiều, được cắt dựng cẩn thận □ đúng giá trị cốt lõi của tin tức, thì mới đủ sức để cạnh tranh trong môi trường truyền thông số sôi động, nhằm giữ vị thế và thu hút khán giả.

Yếu tố tác động đến truyền hình đa nền tảng

Cuộc Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư và toàn cầu hoá 3.0

Lý thuyết về toàn cầu hóa cho rằng, toàn cầu hóa 3.0 làm thế giới có từ cỡ nhỏ xuống cỡ siêu nhỏ và đồng thời san bằng sân chơi toàn cầu. Nếu như, toàn cầu hóa 1.0 tập trung ở các quốc gia, toàn cầu hóa 2.0 tập trung ở các công ty, thì toàn cầu hóa 3.0 đặc biệt hơn cả: nó tạo ra động lực để cho phép các cá nhân cộng tác và cạnh tranh trên thị trường toàn cầu.

Một trong những kết quả của cuộc Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư, đó là hệ thống thế giới phẳng. Nó là sản phẩm của sự hội tụ giữa máy tính cá nhân và phần mềm xử lý công việc. Một bên thì cho phép các cá nhân tiếp cận với các sản phẩm số trên thế giới, gần như miễn phí; bên còn lại cho phép các cá nhân cộng tác với nhau, dựa vào cùng một cơ sở dữ liệu số, ở bất kỳ nơi đâu, bất kỳ khoảng cách nào trên thế giới. Chính quá trình làm phẳng của cuộc Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư và co lại của quá trình toàn cầu hoá 3.0 giúp con người của các châu lục, của mọi màu da, đều có thể tham gia và gần nhau hơn.

Sự tiếp cận rộng rãi với thông tin, công nghệ được phân phối qua các nền tảng kỹ thuật số toàn cầu, khiến mọi ngành, mọi lĩnh vực cải thiện phẩm chất, tốc độ hoặc giá cả theo chiến thuật đi tắt đón đầu. Thay vì các thông tin và số liệu trên giấy tờ hoặc được tập hợp tương đối chậm chạp trên máy tính, giờ đây, bằng điện toán đám mây và hàng loạt các phát minh mới về xử lý, người ta làm quen với một khối lượng dữ liệu khổng lồ: Big Data. Ở phía công chúng, nhiều hành vi mới, thói quen mới được hình thành. Họ quan tâm đến quyền truy cập vào các nền tảng kỹ thuật số phát triển nhờ Internet; họ yêu cầu, chủ động cung cấp thông tin, buộc các tổ chức, doanh nghiệp phải thích nghi theo cách của họ.

Tác động của cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0 và Toàn cầu hóa 3.0 khiến truyền hình của các quốc gia, trong đó có Việt Nam, từ chỗ chỉ truyền thông tin một chiều (truyền hình tuyến tính), tương tác hai chiều (truyền hình Internet), chuyển sang tương tác đa kênh, đa chiều, đa nền tảng. Đồng thời, trí tuệ nhân tạo (AI) và máy móc học đang phá vỡ các phương thức sản xuất, phân phối truyền thống và nhiều phương thức kinh doanh khác, trong ngành truyền hình. Nó mang lại cả cơ hội, lẫn thách thức để ngành truyền hình thực hiện một cuộc cách mạng mới, nhằm thích nghi với bối cảnh số.

Sự ra đời và phát triển của các nền tảng kỹ thuật số

Nền tảng kỹ thuật số ra đời và phát triển được coi là một trong những thành quả rực rỡ của Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư và toàn cầu hoá 3.0. Nhiều ngành, nhiều lĩnh vực trong xã hội, tranh thủ tận dụng cơ hội để kiếm tiền, bằng các chiến lược đa nền tảng. Ở cấp độ cơ bản nhất, nền tảng có thể kết nối được các tài nguyên với người tham gia, khi cần thiết. Nó thường được tạo và sở hữu một thực thể duy nhất (một người điều phối) hoạt động với nhiều dịch vụ hấp dẫn, để khuyến khích sự tham gia của người dùng. Nền tảng, khi đạt đến lượng tới hạn, sẽ phát huy tối đa tính ưu việt của hệ sinh thái, vốn phong phú về tài nguyên và người tham gia. Mỗi thiết kế, trong cấu trúc của nền tảng, đều tạo ra những giá trị khác nhau và thu hút người dùng tương đối khác nhau.

Mạng xã hội trực tuyến là dịch vụ cung cấp cho cộng đồng rộng rãi người sử dụng khả năng tương tác, chia sẻ, lưu trữ và trao đổi thông tin với nhau trên môi trường Internet, bao gồm dịch vụ tạo blog, diễn đàn (forum), trò chuyện trực tuyến (chat) và các hình thức tương tự khác. Nó cũng tồn tại những hình thức tương tác khác như: thư điện tử (e-mail); điện thoại, xem phim, ảnh (voice chat); chia sẻ tập tin (share files); nhật ký điện tử (Facebook, Zalo, Twitter,...); trò chơi (games),... trên Internet.

Nền tảng truyền thông xã hội lên ngôi tạo sức ép lớn cho báo chí, truyền thông, trong đó có ngành truyền hình của Việt Nam nói riêng và của thế giới nói chung. Buộc họ phải sử dụng sự tiện lợi từ dịch vụ và sự thân thiện từ giao diện thiết kế của các nền tảng để thích nghi, phát triển, cạnh tranh giữ vị thế

và tồn tại trong lòng công chúng. Cũng có nghĩa rằng, phương tiện truyền thông truyền thống, bao gồm cả truyền hình tuyến tính, bắt buộc phải làm một cuộc cách mạng nhằm hướng tới việc vừa giữ được giá trị cốt lõi, vừa độc lập sinh tồn cùng các siêu nền tảng, hoàn thiện ở mức độ cao.

Sự thay đổi trong nhu cầu của công chúng truyền hình

Trong một thời gian dài, các gia đình, ở khắp mọi nơi trên thế giới, đều coi truyền hình là nguồn cung cấp thông tin, phương tiện giải trí, công cụ giáo dục. Tuy nhiên, theo dòng chảy công nghệ, văn hoá tiêu dùng, sự tác động của các nền tảng truyền thông xã hội, truyền hình biến đổi cả về nội dung lẫn phương tiện, để hoàn thiện hơn và không còn là một phương tiện độc lập. Nguyên nhân cơ bản nhất đến từ sự thay đổi trong nhu cầu của công chúng. Ngược về quá khứ, truyền hình đã từng có riêng một tháp ngà nơi chỉ có những phóng viên, biên tập viên và họ tương tác với công chúng theo một chiều tuyến tính, bằng thư tay, điện thoại,... Đến hôm nay, nó trở thành một loại dịch vụ số, còn khán giả thì đóng tròn hai vai - vừa là khách hàng, vừa là những nhà cung cấp thông tin cho truyền hình.

Ở vai khách hàng, họ không còn bị động tiếp nhận thông tin một chiều, tuyến tính, từ các nhà đài. Ngược lại, họ chủ động xem mọi lúc, mọi nơi và trên mọi thiết bị, khi có nhu cầu. Hơn nữa, công chúng hiện đại còn muốn được tương tác với truyền hình nhanh hơn, hiệu quả hơn, nhiều hơn và tương tác với cả những khán giả khác, chung hoặc không có chung sở thích về một chương trình hay video sản phẩm. Không những thế, họ còn là nhà cung cấp khi muốn chia sẻ thông tin, phát hiện, đánh giá, phản hồi về một sản phẩm truyền hình nào đó, thông qua nhiều hình thức (video, hình ảnh,... tự quay/chụp), và tự phân phối trên nền tảng truyền thông xã hội. Đối với những nhu cầu mới này, truyền hình truyền thống không thể đáp ứng được. Từ việc lưu trữ số lượng khổng lồ các video sản phẩm, phân loại, sắp xếp chúng để dễ tìm kiếm, cho đến việc tương tác đa chiều, thuận tiện. Bởi vậy, xu hướng truyền hình đa nền tảng ra đời là một tất yếu.

Trong một thế giới đa nền tảng, tính hình tuyến đã không còn là vấn đề của truyền hình. Chỉ cần có nhu cầu, có thiết bị thông minh kết nối Internet, bắt

cứ khi nào, khán giả cũng có thể chủ động xem, mà không cần phải chờ đợi. Theo Our World in Data, năm 2022, số lượng thiết bị di động chính thức vượt qua dân số thế giới cụ thể: số người trên trái đất khoảng 7,9 tỷ, thì có đến 8,6 tỷ thiết bị di động được đăng ký mới và kích hoạt. Trong đó, Việt Nam đứng thứ 12 trong số những quốc gia có lượng người dùng Internet hàng ngày lớn nhất thế giới, có tỷ lệ người dùng điện thoại di động ở cao top đầu thế giới, 61 triệu người.

Sẽ không nói quá khi khẳng định, chính thiết bị di động thông minh, hiện đại, có kết nối Internet đã làm thay đổi văn hoá xem truyền hình của công chúng. Khi văn hoá xem thay đổi, phần lớn công chúng sẽ cảm thấy những trải nghiệm xem truyền hình tuyến tính không còn phù hợp với điều kiện của mỗi cá nhân. Từ đó, họ muốn được cải thiện tốt hơn hoạt động này, trên nhiều màn hình khác nhau, nội dung được cá nhân hoá, phù hợp với không gian và thời gian tổ chức sinh hoạt sống. Thêm nữa, họ muốn vừa xem, vừa giao tiếp xã hội, vừa phản hồi, đánh giá, chia sẻ hay đóng góp, bổ sung cho những sản phẩm truyền hình. Quan trọng hơn, ở mức cao nhất của thang nhu cầu, họ tự làm những sản phẩm theo sở thích, cách tiếp cận riêng và phân phối chúng trên các nền tảng truyền thông xã hội. Từ đó, kho video khổng lồ - do khán giả tự sản xuất - tiếp cận công chúng toàn cầu, khắp không gian mạng.

Có thể nói, chưa bao giờ mọi thành viên trong xã hội được chủ động tiếp cận thông tin trực tuyến một cách dễ dàng như thế. Nó dẫn đến sự mờ nhạt trong khung tham chiếu với thời kỳ trước khi có Internet. Nghĩa là giờ đây, người dùng, người tạo nội dung và nội dung của truyền hình sẽ có phạm vi tiếp cận lớn hơn, ở mọi không gian, địa điểm. Truyền hình hoàn toàn có thể coi và sử dụng nội dung của người dùng như một nguồn tin, với điều kiện, phải xác minh kỹ lưỡng. Vì vậy, tiêu chuẩn phát sóng tin tức thay đổi, từ phổ biến nhất quán cho đối tượng mục tiêu, chuyển sang khai thác đa nền tảng để phục vụ nhiều khán giả trên toàn cầu. Nó đồng nghĩa với việc, thừa nhận sự thống trị của nền tảng trực tuyến, bên cạnh cách truyền tải truyền thống; thừa nhận sự tái bản nhiều lần một thông điệp, qua nhiều kênh khác nhau, không chỉ tạo ra xu hướng toàn cầu hoá tin tức, mà còn tạo ra việc thương mại hoá các kênh được sử

dụng. Quá trình hình thành và phát triển của truyền hình gắn liền với những thay đổi, trong nhu cầu của khán giả. Và nhu cầu ấy, lại đến từ thành quả của sự phát triển công nghệ kỹ thuật số.

Như vậy, khán giả toàn cầu lẫn khán giả Việt Nam, từ chỗ thụ động chuyển sang chủ động tiếp nhận, tương tác đa chiều, thậm chí, trực tiếp tạo ra nội dung và tham gia vào quá trình tổ chức sản xuất của truyền hình. Nó chứng minh một thực tế, ở truyền hình đa nền tảng, nhu cầu của khán giả đã thay đổi mạnh và đạt mức độ cao nhất (khẳng định bản thân qua các sản phẩm tự sản xuất), trong tháp nhu cầu. Bởi vậy, họ có quyền tiếp nhận hoặc từ chối đối với tất cả các sản phẩm truyền hình khi thấy phù hợp hoặc không phù hợp. Và cùng với thành quả của khoa học kỹ thuật, công nghệ số, sự thay đổi trong nhu cầu của khán giả là một động lực quan trọng để truyền hình truyền thống đi theo xu hướng truyền hình đa nền tảng trên phạm vi hành tinh./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Adsplus.vn (2023). Thống kê Mạng xã hội 2023; <https://adsplus.vn>.
2. Đài Truyền hình Việt Nam (2020). Hội thảo Thị trường truyền hình hiện đại (thứ sáu ngày 03/07/2020); Truy cập 28/05/2021.
3. Nguyễn Thị Trường Giang (2020). Xu hướng phát triển của báo chí trong kỷ nguyên kỹ thuật số. Tạp chí Người làm báo điện tử, ngày 22/04/2020. <https://nguoiambao.vn/xu-huong-phat-trien-cua-bao-chi-trong-ky-nguyen-ky-thuat-so-n6967.html>. Truy cập ngày 27/11/2022.
4. Nghị định 97/2008/NĐ-CP về quản lý, cung cấp sử dụng dịch vụ Internet và thông tin điện tử trên Internet.
5. Nguyễn Thành Lợi (2014). Tác nghiệp báo chí trong môi trường truyền thông hiện đại. NXB Thông tin và Truyền thông, 6/2014.
6. Kỷ yếu Hội thảo khoa học (2019); □Truyền thông Sáng tạo và truyền thông Đa nền tảng - Xu thế quốc tế và ứng dụng ở Việt Nam hiện nay□; Viện Báo chí, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Hà Nội; truy cập ngày 20/05/2021.
7. Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế (2014): Báo chí trong quá trình toàn cầu hoá: cơ hội, thách thức và triển vọng do Hội Nhà báo Việt Nam, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, báo Nhân dân, Đài PTTH Quảng Ninh và ĐH Tổng hợp Viên, Áo tổ chức.
8. Resende, G., Melo, P., Sousa, H., Messias, J., Vasconcelos, M., Almeida, J., & Benevenuto, F. (2019). (Mis)information dissemination in WhatsApp: Gathering, analyzing and countermeasures. In The World Wide Web conference (pp. 818-828). <https://doi.org/10.1145/3308558.3313688>.