

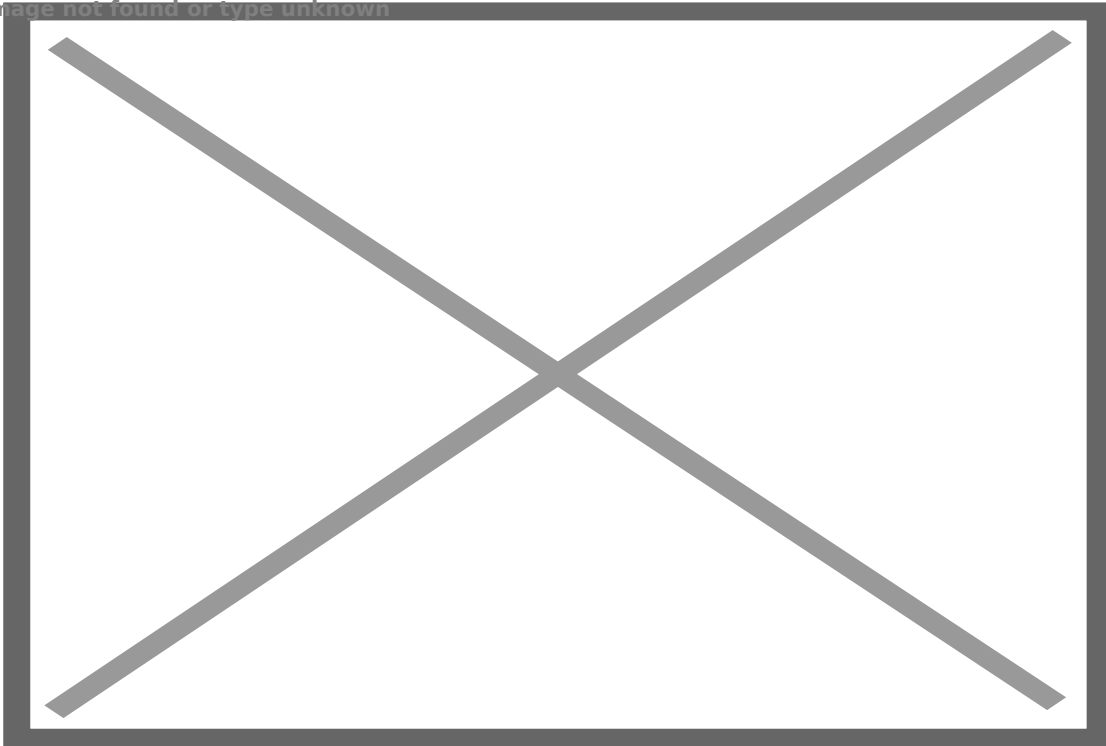
Social TV - Cơ hội mới để truyền hình sống sót ?

22:40 26/12/2016

Tác giả: Admin

Việc truyền hình “kết hôn” với Internet và các mạng xã hội diễn sẽ ra như thế nào, khi đó, quan điểm về truyền hình theo cách truyền thống sẽ phải thay đổi?

Image not found or type unknown



Ngày nay, mọi người có thể xem các chương trình tivi trên Internet một cách dễ dàng

Với [Internet](#), khả năng kết nối mọi nơi (anywhere), vào bất kỳ lúc nào (anytime), với mọi nội dung (anything) và cho mọi khán giả (anybody) đang làm cho tư duy truyền hình 24/7 có bị lung lay? Và yếu tố này sẽ tác động như thế nào tới sự phát triển của truyền hình Việt Nam? Đó là những nhận định về Truyền hình xã hội (Social TV) - một xu hướng phát triển mới của truyền hình hiện đại.

Social TV - Một cuộc cách mạng mới?

Social TV là một dạng thức truyền hình rất mới, đã phát triển ở một số quốc gia trên thế giới trong thời gian khoảng từ năm 2012 trở lại đây, thể hiện phổ biến trên nhiều mô hình cung cấp sản phẩm nội dung truyền hình gắn kết trực tiếp với giải pháp kỹ thuật hiện đại như: Apple TV, Roku TV, Amazon Fire TV...

Các sản phẩm này đảm nhận các vai trò không chỉ là giải pháp kết nối và lan tỏa tác phẩm điện

ảnh- truyền hình lên Internet, đó còn là mô hình truyền hình mới cho phép lưu trữ dữ liệu, phát các nội dung trên nhiều thiết bị và chia sẻ nội dung với hệ thống máy tính thông qua kết nối không dây, đặc biệt là cá thể hóa nội dung truyền hình theo yêu cầu của từng đối tượng.

Tại Hoa Kỳ, kể từ năm 2014 đến nay, tất cả các sự kiện lớn như Oscars, Grammys, Super Bowl... đều đã xuất hiện trên các dạng thức Social TV khác nhau, cạnh tranh trực tiếp với các phương thức **truyền hình** truyền thống trong việc thu hút khán giả.

Còn ở nhiều nước khác trên thế giới, Social TV cũng phát triển rất mạnh mẽ như: giải pháp phát sóng truyền hình Ovee của hệ thống ITVS Châu Á đã cho phép tích hợp các phương tiện truyền thông khác với truyền hình trong đó khán giả truyền hình có thể vừa xem, vừa đưa ra phản hồi nhận xét trực tiếp.

Mô hình Social TV của đài TBS Nhật Bản (giới thiệu tại Hội nghị ABU Việt Nam 2014) cho thấy các game show, phim truyền hình được sản xuất theo mô hình 50/50, trong đó logic phát sinh phát triển của 50% tác phẩm là do khán giả quyết định thông qua một trang web trực tuyến.

Mô hình Google TV được ra mắt từ 2013, cũng đã cho thấy rằng chỉ từ một chiếc TV bình thường nhưng đã có thể kết hợp với chức năng Google Search để giúp người sử dụng tìm được những chương trình, kênh sóng truyền hình ưa thích. Mô hình Social TV của Google cho phép khán giả cùng một lúc vừa xem nội dung truyền hình, vừa lướt web hay kết nối mạng xã hội nhờ vào các trình duyệt như trên thiết bị di động hoặc tính năng “dịch đoạn phim đang chiếu theo thời gian thực”. Chắc chắn rằng, những tính năng sẽ được nâng cấp của Google TV giúp cho **khán giả** truyền hình không còn là người phải ngồi “thụ động” trước màn hình mà sẽ trở thành một cá nhân tương tác, kết nối trong một “mạng lưới” truyền hình kiểu mới.

Phần lớn các dạng thức Social TV này thể hiện những ưu việt như: dễ dàng thiết lập chương trình nội dung theo yêu cầu; kết nối miễn phí với tất cả các hạ tầng chia sẻ video trực tuyến như: PBS Video, YouTube, YouTube Live, Google Hangouts On Air, Ustream...; xem và kết nối với mạng xã hội cùng thời điểm; sử dụng các tính năng hội thoại - chia sẻ (chat), thăm dò khán giả, đo lường cảm xúc...; liên kết các mạng lưới trực tuyến thành “hệ sinh thái số”...

Gần đây nhất, tại Triển lãm CES 2016 (Hoa Kỳ), dịch vụ truyền hình Internet [Netflix](#) hiện đang có mặt 130 quốc gia tuyên bố sẽ thâm nhập vào thị trường Việt Nam. Những cạnh tranh trong lĩnh vực truyền hình mới này còn có sự tham gia của nhiều sản phẩm khác của VTV, FPT, Viettel, Mobifone.

Khi truyền hình “kết hôn” với mạng xã hội

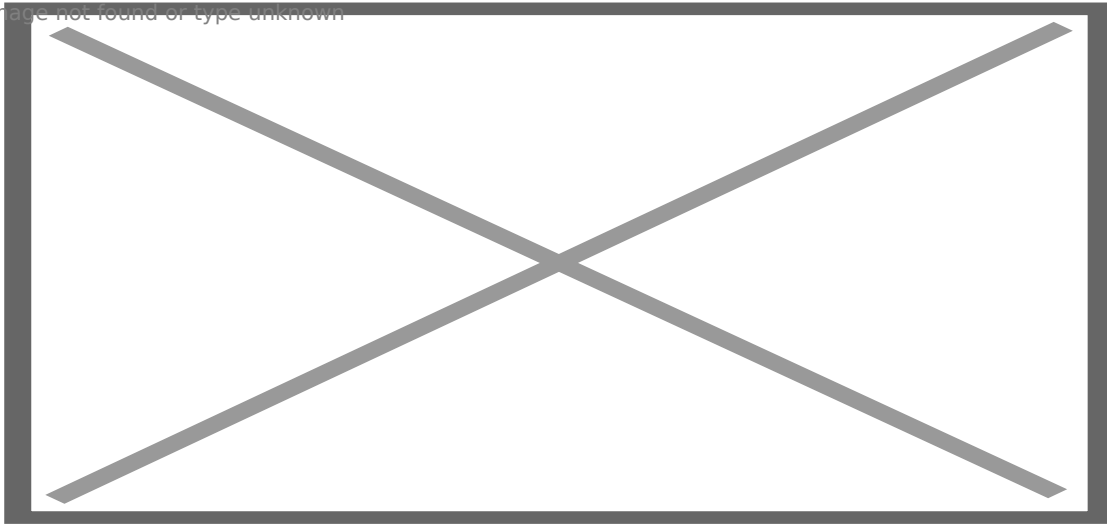
Nhận thức của đài truyền hình theo cách cũ - tức là xếp khung chương trình hàng ngày vào các khe thời gian (timeslot) thích hợp, ưu tiên chương trình đỉnh để phát sóng trong khung giờ vàng (gold time) sẽ không còn phù hợp? Yếu tố này sẽ tác động như thế nào tới sự phát triển của truyền hình Việt Nam?

Như vậy, các dạng thức của Social TV làm thay đổi nhận thức của chúng ta về truyền hình ở những khía cạnh quan trọng:

- Nhận thức về sự đổi mới cả nội dung và hình thức, định dạng của sản phẩm truyền hình;
- Nhận thức về sự thay đổi quy trình, công nghệ sản xuất tác phẩm truyền hình, vai trò của nhà sản xuất, các phương thức sản xuất...;
- Nhận thức về những cơ hội mới mà [truyền hình](#) hiện đại: phương thức tiếp cận công chúng khán giả, những nhu cầu mới của công chúng, cơ hội phát triển thị trường truyền hình...;
- Nhận thức về vai trò mới, về tương lai của truyền hình trong sự phát triển của xã hội thông tin, trong những thách thức của các phương thức truyền thông hiện đại...

Những vấn đề trên chưa được đề cập, nghiên cứu một cách xác đáng ở Việt Nam. Thậm chí trong nội dung của các văn bản quan trọng là: Quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc đến năm 2025, Quy hoạch truyền dẫn, phát sóng phát thanh, truyền hình đến năm 2020, Nghị định 06/2016/NĐ-CP quản lý cung cấp và sử dụng dịch vụ phát thanh truyền hình... cũng chưa đề cập đến những vấn đề này.

Image not found or type unknown



Cuộc sống giải trí hiện nay đã khác xưa rất nhiều

Và những câu hỏi đặt ra

Mặc dù Social TV phát triển rất nhanh trong thực tế, nhưng khái niệm về Social TV lại khá mới mẻ trên cả lý thuyết và thực tiễn, rõ nhất là việc phản ánh khái niệm này tương đối phức tạp. Một số nhà nghiên cứu nước ngoài định nghĩa rằng, “Social TV là sự kết hợp giữa TV và mạng xã hội”, đó là sự kết hợp của truyền hình và phương tiện truyền thông xã hội, là cách để hàng triệu người hiện nay chia sẻ trải nghiệm truyền hình của họ với người xem khác trên phương tiện truyền thông xã hội.

- Social TV là gì, đặc điểm, tính chất của loại hình **truyền hình** hiện đại này? Sự ra đời, phát triển của Social TV tác động thế nào đến quy trình sản xuất truyền hình truyền thống và với những người sản xuất chương trình?
- Sự tác động của Social TV đến xã hội? “Cộng đồng trực tuyến” của mạng xã hội và sự hình thành lớp công chúng khán giả truyền hình mới sẽ diễn ra như thế nào?
- Những cơ hội, thách thức mà Social TV mang đến cho thị trường truyền thông nói chung, thị trường truyền hình nói riêng? Sự lo ngại về “tính chính thống”- những vấn đề bất cập của mạng xã hội liệu có thay đổi cùng với sự phát triển của Social TV?
- Vấn đề cần đặt ra đối với việc quản lý báo chí, áp dụng với Social TV? Hình dung trong tổng thể quy hoạch truyền hình toàn quốc có gì bất cập?

Bên cạnh đó, còn có thể đặt ra nhiều câu hỏi khác như: Sự kết hợp giữa TV với mạng xã hội (Facebook, Twitter, Pinterest và Google+) được thể hiện như thế nào? Liệu Social TV thể hiện sự

tương tác, liên kết giữa mạng xã hội với báo chí, phục vụ đời sống xã hội hiệu quả hơn? Social TV có cung cấp nhiều thông tin, cơ hội sản xuất nội dung mới? Social TV liệu có là môi trường mới lan tỏa nhanh hơn, sâu rộng hơn cho các sản phẩm truyền hình? Sự ra đời của các thế hệ truyền hình mới trước đó như truyền hình kỹ thuật số, truyền hình [Internet](#), truyền hình IPTV, Multiscreen... tác động như thế nào đến xu hướng phát triển Social TV? Đó là những vấn đề cần được nghiên cứu và phân tích xác đáng./.

TS. Bùi Chí Trung

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/social-tv-co-hoi-moi-de-truyen-hinh-song-sot>