

TRUYỀN HÌNH, tiếng Anh: Television, gốc ghép từ tiếng Hy Lạp cổ τῆλε (tèle) nghĩa là “xa” và từ Latin visio (sight) nghĩa là “nhìn thấy”. “Truyền hình” được hiểu theo hai nghĩa: 1- Công nghệ liên lạc điện tử cho phép chuyển ảnh động (và âm thanh) vượt qua khoảng cách. 2- Phương tiện truyền thông đại chúng và các tổ chức thực hiện truyền thông đại chúng bằng phương tiện này.

Quá trình hình thành, phát triển công nghệ truyền hình (TH): khoảng giữa thế kỷ XIX đã có những phát minh TH ảnh tĩnh vượt khoảng cách. Năm 1843, Alexander Bain (Scotland, 1810 - 1877) phát minh ra máy Fax. Cuối thế kỷ XIX, các nhà khoa học phát minh ra phương pháp truyền các điểm ảnh vượt khoảng cách (phát minh hiện tượng “suất quang dẫn” của Willoughby Smith (Anh, 1828 -1891) năm 1873; phát minh về hiệu quả hình ảnh của Heinrich Rudolf Hertz (Đức, 1857 - 1894) năm 1887; phát minh đĩa hình của Paul Nipkow (Đức, 1860 - 1940) năm 1885; phát minh về “phóng tia điện tử” của Wilhelm Hallwachs (Đức, 1859 - 1922),...

Vào những năm 20 của thế kỷ XX, trên cơ sở phát minh đĩa hình “Nipkow” đồng thời tại các nước Anh, Mỹ, Nga nhanh chóng hình thành công nghệ TH cơ học. Do các bối cảnh địa chính trị nên việc nghiên cứu phát triển TH ở Liên Xô cũ diễn ra độc lập, song song với các nước phát triển khác và có các kết quả tương đương. Vào những năm 30 đã có những thiết bị TH điện tử đầu tiên như máy thu hình điện tử và các thiết bị TH điện tử. Năm 1932 tại Chicago (Mỹ) lần đầu tiên thực hiện truyền dẫn tín hiệu TH điện tử. Từ thập kỷ 50 xuất hiện công nghệ TH màu đầu tiên ở Mỹ, sau đó đến Nga và các nước khác. Đến những năm 90, kỹ thuật TH (bao gồm cả TH cơ học, TH điện tử, TH đen trắng, TH màu) là TH tương tự. Từ những năm 70 các nghiên cứu về TH số đã được đẩy mạnh tại các nước phát triển và đến thập kỷ 90 được áp dụng rộng rãi tại các hãng, đài TH ở Mỹ, Nhật Bản sau đó là các nước phát triển khác, trong đó có Nga. Công nghệ kỹ thuật số chủ yếu được áp dụng để làm ra các thiết bị đầu vào (thu hình, ghi hình, lưu giữ hình), còn đầu ra (phát và thu hình) vẫn dùng thiết bị tương tự và bắt đầu xen kẽ sử dụng thiết bị kỹ thuật số. Từ cuối thập kỷ đầu của thế kỷ XXI đồng loạt nhiều nước trên thế giới bắt đầu chuyển sang công nghệ TH số; cho phép tiết kiệm tần số, nâng cao chất lượng, tăng gấp bội số chương trình, kênh TH, đáp ứng tính chủ động của người xem, thuận lợi cho lưu giữ. Quá trình này đến nay vẫn chưa kết thúc. Việt Nam là nước có lộ trình số hóa TH không muộn hơn so với nhiều nước phát triển. Lý do khiến thời gian tồn tại song song hai hình thức công nghệ TH tương tự và TH số kéo dài không phải do công nghệ, mà là lý do kinh tế: rất nhiều đầu thu hình là đầu thu kỹ thuật tương tự nên việc chuyển đổi ngay sang phát sóng kỹ thuật số sẽ khiến rất nhiều người không xem được, hoặc phải bỏ tiền mua thiết bị chuyển đổi tín hiệu số (từ nơi phát tín hiệu) sang tín hiệu tương tự (đổ vào đầu thu hình tại nhà). Vì vậy, việc chấm dứt TH tương tự nhanh hay chậm phụ thuộc điều kiện và chính sách kinh tế - xã hội của mỗi nước. Đa

số các nước có chính sách hỗ trợ đối với người dân trong quá trình chuyển đổi sang truyền hình số.

Tín hiệu hình ảnh động, âm thanh được truyền đi bằng các phương thức khác nhau: truyền qua sóng mặt đất, truyền qua cáp, truyền qua vệ tinh, truyền qua mạng Internet.

Là một công nghệ, TH được áp dụng rất rộng rãi vào các lĩnh vực khác nhau, từ viễn thông, sản xuất kinh doanh, quản lý xã hội, nghiên cứu khoa học,... đến an ninh, quốc phòng, y tế, giáo dục,... Nhưng áp dụng rộng rãi và quy mô lớn, độ bao trùm cao, tiếp cận nhiều người nhất là trong lĩnh vực truyền thông đại chúng.

Quá trình hình thành, phát triển TH như một phương tiện thông tin đại chúng: Quá trình này được bắt đầu từ khi có phát sóng (tín hiệu) chương trình thường xuyên. Từ thời điểm đó hình thành dần khán giả xem TH. Năm 1928 tại Chicago (Mỹ) đã có trạm phát TH đầu tiên sử dụng thiết bị TH cơ học và sóng phát thanh. Tại Liên Xô cũ, từ năm 1934 đã bắt đầu phát chương trình TH cơ học thử nghiệm với tần suất mỗi tháng mười hai lần, mỗi lần một giờ. Năm 1934, Đức là nơi thực hiện phát sóng TH điện tử đầu tiên. Thế vận hội mùa hè 1936 tại Đức là sự kiện lớn đầu tiên được TH trực tiếp. Tại Anh, từ năm 1936 bắt đầu phát thường kỳ các chương trình TH điện tử. Tháng 11.1937, BBC thực hiện TH lễ đăng quang của vua George VI. Năm 1937, Pháp đã lắp đặt máy phát TH trên tháp Eiffel. Tại Leningrad (nay là Sankt-Peterburg) phát sóng thường kỳ TH điện tử bắt đầu từ tháng 9.1938, mỗi tuần hai lần.

Chiến tranh thế giới lần thứ Hai đã làm gián đoạn sự phát triển của TH ở châu Âu. Còn tại Mỹ chương trình TH tập trung cho đề tài chiến tranh, kêu gọi ủng hộ chính phủ, mua trái phiếu hỗ trợ quân đội,... Sau chiến tranh, TH trở thành phương tiện giải trí, thông tin, báo chí và phát triển hết sức nhanh chóng. TH phát triển mạnh và nhanh nhất tại Mỹ. Năm 1951 nước Mỹ có 8 triệu tivi. Cuối thập kỷ 60 nước Mỹ có tới gần 80/200 triệu tivi trên toàn cầu. Các hãng TH lớn như NBC, ABC, CBS là các hãng làm chủ nền TH Mỹ nhiều thập kỷ. BBC (Anh) và TH Trung ương (Liên Xô trước đây). Hãng NHK (Nhật Bản), CCTV (Trung Quốc), KBS (Hàn Quốc)... cũng là những đơn vị TH lớn.

Do đặc điểm chính trị - xã hội của từng nước nên có những nước TH nhà nước, TH công có vị trí chủ chốt như Nga, Trung Quốc, Nhật Bản, Anh,... và ngược lại, có những quốc gia TH tư nhân lại đóng vai trò chính như Mỹ, Đức,...

Từ thập niên 70 của thế kỷ XX, công nghệ truyền dẫn qua vệ tinh tín hiệu TH thành hiện thực. Các hãng TH lớn có thể phủ sóng toàn cầu. Đến những thập kỷ cuối của thế kỷ XX, TH giải trí phát triển rất mạnh mẽ, kèm theo doanh thu quảng cáo lớn nhất trong tất cả các phương tiện thông tin đại chúng. Đây là thời kỳ hoàng kim của truyền hình. Cạnh tranh giữa các kênh TH rất gay gắt. Chất lượng hình ảnh âm thanh

tín hiệu TH liên tục được nâng cao. TH đã trở thành phương tiện thông tin đại chúng phổ cập nhất trên toàn thế giới, kể cả ở các nước kém phát triển.

Cuối thế kỷ XX đến đầu thế kỷ XXI với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số, TH tương tác, TH qua Internet phát triển mạnh. Số lượng kênh TH tăng nhanh, vượt quá cả nhu cầu thông thường. Người xem có quyền chủ động chọn kênh, chọn chương trình, chọn phương tiện để xem.

Truyền hình miễn phí và truyền hình trả tiền: Các kênh TH thương mại có hai hình thức chủ yếu: 1- Truyền hình miễn phí (Free TV). Các kênh TH miễn phí bù đắp chi phí thông qua quảng cáo. Mức thu quảng cáo phụ thuộc vào số lượng người theo dõi và thành phần người xem thường xuyên của kênh đó. 2- Truyền hình trả tiền (Pay TV). Hình thức trả tiền có thể đa dạng. Tại Anh trong thời gian dài, hãng BBC thu phí qua thuế truyền hình. Đa số các hãng Pay TV thu tiền qua thuê bao. Với sự phát triển mạnh của truyền hình cáp, truyền hình vệ tinh, truyền hình Internet, việc thu tiền hình thức thuê bao ngày càng thuận tiện. Người ta không những có thể trả tiền thuê bao cho kênh, gói kênh, mà còn có thể trả tiền cho mỗi lượt xem sản phẩm TH (Pay per view). Trong giai đoạn trước đây truyền hình miễn phí và truyền hình trả tiền có các hệ thống truyền dẫn riêng rẽ. Hiện nay về cơ bản không có ranh giới về truyền dẫn giữa các kênh trả tiền và kênh miễn phí. Các kênh miễn phí thường được truyền dẫn chung trên hạ tầng của truyền hình trả tiền, nhưng là gói nội dung người xem được sử dụng mà không phải bỏ thêm chi phí.

Tại Việt Nam trước thập niên đầu của thế kỷ XXI truyền hình trả tiền chưa thu được lợi nhuận đáng kể do thua kém các kênh truyền hình miễn phí về độ phủ sóng, số lượng người theo dõi. Thói quen xem truyền hình miễn phí của người xem tại Việt Nam cũng là yếu tố khiến truyền hình trả tiền không thể phát triển mạnh ngay trong giai đoạn trước. Từ thập kỷ đầu của thế kỷ XXI và nhất là sang thập kỷ thứ hai, cùng với việc chấm dứt kỹ thuật truyền dẫn tương tự chuyển sang truyền dẫn số, truyền hình trả tiền bước vào giai đoạn phát triển bùng nổ với sự tham gia của cả các hãng, công ty truyền hình trả tiền truyền thống (như VCTV, SCTV, K Plus...), và các hãng, công ty có hạ tầng viễn thông (như Viettel, FPT..). Các đơn vị loại hình thứ hai có lợi thế về hội tụ thuê bao viễn thông và thuê bao truyền hình, nhưng các đơn vị loại hình đầu có lợi thế gắn chặt với các đơn vị sản xuất nội dung lớn. Thời gian đầu giữa các đơn vị kinh doanh truyền hình trả tiền bức tranh chủ yếu là cạnh tranh ít có yếu tố hợp tác, vì dựa trên cơ sở nội dung riêng và truyền dẫn riêng. Nhưng rất nhanh chóng yếu tố hợp tác, cùng chia sẻ nội dung trên các hệ thống truyền dẫn của nhau đã thành xu hướng chủ đạo (trao đổi gói kênh khiến đơn vị kinh doanh truyền hình trả tiền này có thể thu tiền từ các thuê bao của đơn vị kinh doanh truyền hình trả tiền khác).

Thị trường truyền hình trả tiền tại Việt Nam hiện nay có sự xâm nhập mạnh mẽ của các hãng quốc tế, đặc biệt trong lĩnh vực giải trí (như Netflix).

Thách thức và cơ hội của TH thời kỳ số hóa: Bước sang thế kỷ XXI, Truyền hình ở dạng truyền thông đứng trước các thách thức đe dọa vị thế dẫn đầu vốn có của loại hình này trong các phương tiện thông tin đại chúng. Các đổi mới trong kỹ thuật truyền hình khiến bản thân truyền hình như một phương tiện truyền thông phát triển vượt bậc, nhưng lại tạo ra các nguy cơ cho vị trí của các đài TH và kênh TH truyền thông. Kỹ thuật số tạo ra các chuyển biến mang tính cách mạng trong mọi khâu của truyền thông - từ sản xuất nội dung đến phương thức truyền dẫn nội dung, đến cách thức và hoàn cảnh tiếp nhận nội dung và các thiết bị đầu cuối. Trong hệ thống truyền thông đại chúng diễn ra quá trình hội tụ các loại hình truyền thông khác nhau. Một đơn vị truyền thông có thể vừa là báo viết, phát thanh, truyền hình, báo mạng. Xuất hiện mô hình “Tòa soạn đa phương tiện”. Hơn thế nữa, quá trình sản xuất nội dung và truyền dẫn, cung cấp nội dung không còn là đặc quyền của các đơn vị truyền thông truyền thống. Mỗi cá nhân sử dụng mạng Internet, đặc biệt là người tham gia mạng xã hội, có thể là chủ nhân của “kênh truyền hình” cá nhân và thu thập được số lượng người xem khá lớn. Truyền hình truyền thống bộc lộ các hạn chế: Sự phụ thuộc của khán giả vào lịch phát sóng, ràng buộc về điều kiện, bối cảnh, thiết bị theo dõi. độ tương tác yếu, chi phí lớn cho sản xuất và truyền dẫn...

Vào thập kỷ thứ hai của thế kỷ XXI, ở quy mô toàn cầu, lần đầu tiên chi quảng cáo trên Internet đuổi kịp và bắt đầu vượt lên so với quảng cáo trên các đài TH. Số lượng người xem TH thường xuyên, và quan trọng hơn, là thời gian xem truyền hình của công chúng giảm đi song song với việc thời gian dành cho tiếp nhận thông tin từ Internet tăng mạnh. Với sự cạnh tranh của các phương tiện truyền thông khác như mạng Internet, TH không những mất vị thế quan trọng nhất trong các phương tiện truyền thông đại chúng, mà đứng trước thách thức phải thoát khỏi mô hình truyền thông để duy trì chỗ đứng trên thị trường truyền thông. Quá trình cải cách này của TH diễn ra mạnh mẽ. Đối phó với việc không còn vị trí độc quyền trong hình thức truyền dẫn là truyền hình, các Đài TH hiện nay hầu như không còn là “Truyền hình thuần chất” mà cũng trở thành các đơn vị đa phương tiện. Truyền hình hiện nay được truyền dẫn trên mọi hạ tầng kỹ thuật. Nội dung số hóa thích ứng với việc người xem có khả năng xem khi nào muốn và ở hạ tầng nào thuận tiện với họ. Bên cạnh việc thay đổi cách thức kỹ thuật tiếp cận người xem, các đài TH tiếp tục giữ các ưu thế truyền thống vốn có: chất lượng nội dung; thói quen gắn bó của công chúng với kênh và nhãn hiệu kênh quen thuộc; thất lượng nội dung, độ tin cậy của thông tin; tính chuyên nghiệp của đội ngũ sản xuất nội dung... Tất cả các yếu tố trên cho phép dự báo dù không còn là phương tiện truyền thông đại chúng có vị trí áp đảo về thị trường, TH vẫn sẽ thích ứng để là phương tiện truyền thông phổ cập trong thời gian tới.

Tài liệu tham khảo

1. Tạ Ngọc Tấn, *Truyền thông đại chúng*, Nxb CTQG Sự thật, HN, 2001
2. Trương Văn Minh, *Truyền hình trong dòng chảy văn hóa đại chúng*, Nxb. Đại học Quốc gia Tp. Hồ Chí Minh, Tp. Hồ Chí Minh, 2016.
3. *Большая Советская Энциклопедия (Đại Bách khoa toàn thư Xô Viết)*, Nxb. Đại Bách khoa toàn thư Xô Viết, Matxcova, 1926 - 1984.
4. *Encyclopedia Britannica*, <https://www.britannica.com>.
5. Albert Abramson, *The History of Television, 1942 to 2000*, Jefferson, NC, and London, McFarland, 2003.
6. Amanda D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, New York University Press, 2007.