

YOUTUBE - PHÁT MINH TUYỆT NHẤT NĂM 2006

Tạp ch

Tạp chí Time hôm thứ hai (6/11) cho biết trang web chia sẻ video trực tuyến YouTube đã giành được giải thưởng "Phát minh của năm 2006".

Một cụ ông 79 tuổi người Anh đã nghỉ hưu, sống một cuộc sống rất bình dị cho tới trước khi xuất hiện trên YouTube. Giờ thì ông đã là "ngôi sao" tầm cỡ quốc tế.

Một năm trước, những câu chuyện kiểu này không tài nào xảy ra được. Nhưng trong vòng 12 tháng qua, hàng ngàn con người bình thường đã đột nhiên trở thành nổi tiếng. Thế giới đã thay đổi và cuộc chơi cũng đã thay đổi, mà tác giả của những thay đổi đó, không ai khác, chính là YouTube.

2006 quả là một năm thú vị của làng công nghệ. Nintendo phát minh ra một máy chơi game mới có thể điều khiển giống như "đũa thần". Các hãng ô tô phát minh ra loại xe mới chạy được 3145 dặm chỉ hết một gallon gas. Một con robot biết đạp xe, một loại ô đặc biệt không thấm nước....

Nhưng vượt trên tất cả, YouTube đã mở ra một cách thức mới giúp hàng triệu con người giải trí, giáo dục, gây shock... với một quy mô và mức độ chưa từng thấy. Đó là lý do vì sao nó được Time bình chọn là Phát minh của Năm 2006.

Nhưng nếu YouTube là Phát minh của năm, vậy thì chính xác ai là người đã phát minh ra nó? Chúng ta đều biết ai là người sáng lập ra YouTube: 3 anh chàng tuổi chưa đến 30 có tên Steve Chen, Chad Hurley và Jawed Karim. Trong một bữa tiệc tại thung lũng Silicon vào năm 2004, họ tán gẫu với nhau rằng chia sẻ ảnh qua mạng với bạn bè bây giờ thật dễ dàng, nhưng tại sao chia sẻ video lại nhọc nhằn đến thế.

Thế rồi cả ba quyết tâm làm một cái gì đó. Họ mơ về một viễn cảnh nơi bất cứ định dạng video nào cũng được chấp nhận và người dùng có thể xem được trên bất cứ trình duyệt Web nào, bất cứ loại máy tính nào. Họ đã xây dựng nên một cái "làng" video ảo, một website nơi người người có thể post lên những video clip của riêng mình, xem video của người khác, bình phẩm, chấm điểm, tìm kiếm... Đó chính là YouTube.

Nhưng dù cho chính họ là người khai sinh ra YouTube, cả ba vẫn không thực sự hiểu hết những điều mình làm được. Họ chỉ nghĩ mình đã xây dựng một công cụ tiện ích giúp mọi người chia sẻ

video clip mà thôi. Họ đoán già đoán non là có thể người ta sẽ dùng YouTube để post các mặt hàng đấu giá trên eBay. Còn bộ mặt hiện tại của YouTube, xin thể là họ chưa hề nghĩ tới.

Ngay từ phút đầu nhìn thấy YouTube, người dùng đã phải lòng nó. Thay vì post lên đây những bộ phim gia đình để rao bán (như cha đẻ của YouTube tin thế), họ đã quay các video clip say xỉn, nhảy nhót, các sự cố nực cười rồi "ném" chúng lên YouTube. Họ upload lên những dự án khoa học dớ dẩn, những màn guitar solo kinh dị, những cảnh mắt thấy tai nghe tại New Orleans sau khi cơn bão Katrina tràn qua và cuộc chiến tại Iraq nhìn từ cả hai phía....

Họ ngồi trong phòng riêng và trút tất cả những bí mật thầm kín, đáng hổ thẹn nhất của mình lên webcam. YouTube đã dựng lên được một thế giới riêng cho họ, những con người hiện đại cô đơn, chịu nhiều sức ép và rất có nhu cầu giải bày, thể hiện mình.

Kết quả là chỉ sau 18 tháng, YouTube đã trở thành một hiện tượng văn hóa toàn cầu với hơn 70.000 thành viên mới và 100 triệu video clip được xem mỗi ngày.

Vậy thực tế là chuyện gì đã xảy ra? YouTube đã ném mình vào khu vực giao thoa của 3 cuộc cách mạng: Trước hết, cuộc cách mạng trong sản xuất video với những mẫu máy quay camera giá rẻ và những phần mềm biên tập video đơn giản, vỡ lòng. Thứ hai, cuộc cách mạng xã hội mà giới phân tích vẫn gọi là Web 2.0, đã sản sinh ra những site như MySpace, Wikipedia, Flickr..., cho phép người dùng tạo ra và chia sẻ thông tin với nhau.

Cuộc cách mạng thứ ba là về lĩnh vực văn hóa. Người dùng đã tỏ ra ngán ngấm và hết kiên nhẫn với truyền thông chính thống. Họ không muốn những video clip bị cắt gọt từ Iraq, Libăng hay Dafur do những phóng viên lão luyện làm ra. Họ muốn sự thật, một sự thật trần trụi từ những chiến binh đang chiến đấu tại đó, từ những người dân đang sống và có thể chết tại đó.

Có thể những video clip đó không hoàn hảo, nhưng chúng rất đời, rất thực. Đó là lý do vì sao mà các siêu sao như Paris Hilton và P.Diddy phải cạnh tranh công bằng với một chú mèo nhỏ cuộn tròn ngủ hết sức đáng yêu hay một anh chàng vô danh nhảy như robot.

Chưa đầy một năm sau khi chính thức khai trương, YouTube đã trở thành một gã khổng lồ trong lĩnh vực truyền thông. Tháng trước, cả văn phòng 30 người đã rỗng rảnh chuyển đến đại bản doanh của Google trong một thương vụ trị giá tới 1,65 tỷ USD.

Nhưng không phải là không có những rắc rối. YouTube đang là đích ngắm của những vụ kiện liên quan đến bản quyền, song nên nhớ rằng hãng không phải là Napster. Rất khôn ngoan, YouTube đã bắt tay cùng NBC, CBS, Universal Music, Sony BMG và Warner Music.

Lời cuối: Về bản chất, YouTube là một cộng đồng và một nét văn hóa thú vị hơn là một con gà đẻ trứng vàng. Nó là sự hiện thực hóa lời hứa hẹn mà Web 1.0 đã đưa ra từ 15 năm trước. Nếu blog biến những người dân thường trở thành nhà báo thì YouTube lăng xê họ lên thành ngôi sao. Thách thức thật sự mà truyền thông truyền thống phải đối mặt không phải là bảo vệ các nội dung có bản quyền ra sao, mà là nghĩ cách phải cạnh tranh thế nào khi gặp một đối thủ tốt hơn.

Có thể Hurley và 2 cộng sự của anh ta đã sáng lập ra YouTube, nhưng chính chúng ta, trong phòng ngủ và những căn hầm của mình, với đường truyền băng thông rộng và webcam giá rẻ, mới là những người phát minh ra nó.

Trọng Cẩm