

# ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THỰC TẾ ẢO TRONG THỂ NGHIỆM SẢN PHẨM BÁO CHÍ

Nguyễn Thị Thu Dung

Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

**Tóm tắt:** Trong những năm gần đây, công nghệ thực tế ảo (VR) đã được áp dụng cho lĩnh vực báo chí, nơi mà khái niệm tin tức VR nhập vai đã được đề xuất. Báo chí sử dụng công nghệ thực tế ảo nhập vai đề cập đến tin tức nhằm mục đích thiết lập kết nối giữa khán giả và câu chuyện bằng cách cung cấp trải nghiệm người dùng thứ nhất về các sự kiện hoặc tình huống. Nói dễ hiểu, cảm giác và ảo ảnh về sự hiện thân được tạo ra thông qua nhận thức không gian bởi các ứng dụng kỹ thuật số, là cơ sở của báo chí nhập vai. “Sự đắm chìm” trong báo chí đã được các nhà báo tận dụng để khơi dậy sự đồng cảm của khán giả dựa trên trải nghiệm đa kênh ứng dụng những thay đổi công nghệ trong những năm gần đây.

**Từ khóa:** công nghệ thực tế ảo, báo chí nhập vai, báo chí sử dụng thực tế ảo tăng cường, ...

## I. MỞ ĐẦU

Lev Manovich, giáo sư Khoa học Máy tính tại Trung tâm Sau đại học, Đại học New York đưa ra ý tưởng: “phần mềm là thông điệp” [4]. Theo tác giả, phần mềm là phương tiện chính trong thời buổi hiện nay và ông dựa trên sự sáng tạo văn hóa từ máy tính để bảo vệ ý tưởng của mình. Thực tế ảo là một kết quả khác của sự phát triển của máy tính và phần mềm đóng một vai trò cơ bản trong cả quá trình sản xuất và truyền bá hoặc tiêu thụ trải nghiệm.

Tác giả liên hệ: Nguyễn Thị Thu Dung

Email: dungnt@ptit.edu.vn

Đến tòa soạn: 19/8/2022, chỉnh sửa: 11/9/2022, chấp nhận đăng: 20/9/2022.

Tương tự như vậy, thực tế ảo được cấu thành như một phương tiện xây dựng tường thuật và giao tiếp [6,10], ngoài khái niệm công nghệ và thiết bị.

Marie-Laure Ryan trong cuốn “Kể chuyện thực tế ảo” [7] coi tường thuật là một thực tế ảo và xác định các mức độ đắm chìm khác nhau tùy theo trạng thái của con người. Do đó, bà định nghĩa thực tế ảo là một trải nghiệm tương tác và nhập vai, trong đó người dùng được đặt trong một không gian thông qua cơ thể và các thiết bị của họ (như kính hoặc màn hình gắn trên đầu).

Với mục tiêu vượt qua quan niệm công nghệ, Steuer trong cuốn “Định nghĩa thực tế ảo: Các chiều xác định khả năng ngoại cảm” định nghĩa thực tế ảo theo nghĩa hiện diện và khả năng ngoại cảm như sau: “hiện diện đề cập đến nhận thức tự nhiên về một môi trường, và ngoại cảm đề cập đến nhận thức qua trung gian của một môi trường” [10]. Do đó, ông đề xuất một định nghĩa về thực tế ảo mà không cần tham chiếu đến phần cứng: “Thực tế ảo được định nghĩa là một môi trường thực hoặc mô phỏng, trong đó một người nhận thức trải nghiệm khả năng ngoại cảm” [10].

Sherman & Craig trong “Hiểu về Thực tế ảo: Gia diện, ứng dụng và thiết kế” xuất bản năm 2003 [8] xác định bốn yếu tố tạo nên thực tế ảo:

- Thế giới ảo: một không gian tưởng tượng hoặc mô tả một tập hợp các đối tượng trong một

không gian và các quy tắc và mối quan hệ giữa chúng.

- Sự đắm chìm: cảm giác ở trong một môi trường; đắm chìm vật lý là một tính năng xác định của thực tế ảo.

- Phản hồi cảm giác: phản hồi của hệ thống dựa trên vị trí vật lý của người dùng; trong phần lớn các trường hợp, nó thuộc loại đánh giá trực quan, riêng trong môi trường thực tế ảo, nó được xếp vào đánh giá xúc giác.

- Tương tác: phản ứng với hành động của người dùng; nó có thể là khả năng ảnh hưởng đến thế giới ảo hoặc thay đổi quan điểm bên trong.

Trong số các công nghệ hiện có, Thực tế ảo (VR), Thực tế tăng cường (AR), Thực tế hỗn hợp (MR), đồ họa CGI hoặc video 360 độ là một số công nghệ nhập vai thường được sử dụng trong báo chí. Các công nghệ nhập vai giúp người xem tin tức không phải là người đứng ngoài cuộc bằng cách tạo ra một loại trải nghiệm giác quan mới khiến khán giả cảm thấy như thể anh ta thực sự là một phần của môi trường đó. Sự đồng cảm được nâng cao từ phía khán giả trên thực tế là lý do chính để nhiều người ủng hộ báo chí nhập vai. Sự đồng cảm này gây ra hiện tượng “Phản ứng như thực” (RAIR) trong đó khán giả phản ứng với các tình huống như thể chúng có thật, mặc dù họ biết rằng đó là một môi trường ảo.

Hiện nay, báo chí nhập vai chủ yếu được thể hiện dưới hai hình thức: Một là video 360 °, có thể khiến khán giả đắm chìm trong những cảnh tin tức thực tế được chụp bởi thiết bị chụp ảnh. Do dạng sản phẩm mới này dễ phát triển nên nó đã được sử dụng rộng rãi trong ngành báo chí truyền thông. Phần còn lại được gọi là tin tức VR, tạo ra trải nghiệm kỹ thuật số mô phỏng chặt chẽ thế giới thực bằng công nghệ thực tế ảo. Sự tương tác giữa người dùng và môi trường ảo trong tin tức VR đảm bảo cảm giác đắm chìm mạnh mẽ hơn.

## II. ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THỰC TẾ ẢO: THÁCH THỨC TRONG ĐỔI MỚI QUY TRÌNH

Nước đang lên. Gió thổi qua tai và bạn có thể cảm thấy mái nhà dưới chân mình rung chuyển. Ở mọi hướng bạn nhìn, nước lũ đang từ từ dâng lên. Qua cơn mưa tầm tã, bạn có thể nhìn thấy những người hàng xóm của mình đang la hét đau khổ, đang đứng trên đỉnh nhà của họ, cũng như bạn, đang tuyệt vọng tìm kiếm sự giúp đỡ. Một cơ thể trôi qua, một tâm hồn tội nghiệp không đủ may mắn để có một mái nhà. Bạn nghe, và sau đó nhìn thấy một chiếc trực thăng bay trên đầu. Bạn vẫy tay cầu cứu nhưng nó cứ thế bay ngang qua. Khi nào thì nước ngừng? Điều gì xảy ra nếu không ai đến giúp bạn?



Hình 1. Các nhà báo đã sử dụng VR để giúp người xem hiểu rõ hơn về các sự kiện như cơn bão Katrina. Ảnh: REUTERS / Rick Wilking RTW / PN

Trải nghiệm khó chịu này đã được thiết kế bởi nhà báo NPR Barbara Allen và Phòng thí nghiệm Tương tác Con người Ảo của Đại học Stanford vào năm 2012 để xem VR có thể được sử dụng như thế nào để nâng cao sức mạnh kể chuyện của báo chí. Barbara đã nảy ra ý tưởng này để mô phỏng hậu quả của cơn bão Katrina, với mục đích giúp khán giả có thể hiểu rõ hơn về những mất mát và đau khổ của con người do cơn bão gây ra, những trải nghiệm mà các phương tiện truyền thông chỉ có thể gợi ý thông qua việc mô tả bởi các bức ảnh chụp từ xa hoặc trong các báo cáo bằng văn bản. Vào thời điểm thử nghiệm này được thực hiện, họ không thể ngờ rằng các ví dụ thực tế về báo chí VR sẽ

được tạo ra và phổ biến rộng rãi chỉ vài năm sau đó. Các phóng viên, tổ chức tin tức và các nhà sản xuất độc lập đã nắm bắt thời điểm để bắt đầu sản xuất nội dung báo chí dựa trên những phát triển về công nghệ. New York Times đã nhanh chóng tạo ra một ứng dụng điện thoại thông minh VR cao cấp để phân phối trải nghiệm VR cho người dùng. Các tổ chức tin tức khác như AP, Euronews, ABC News, BBC và nhiều hãng thông tấn báo chí cũng không nằm ngoài cuộc đua sử dụng công nghệ VR trong sản xuất và thể nghiệm sản phẩm báo chí.

Nhiều sản phẩm tin tức VR sống động đã xuất hiện trong những năm gần đây. Đối với chủ đề tin tức, các sản phẩm tin tức VR hiện tại chủ yếu tập trung vào các sự kiện phản ánh các vấn đề xã hội, các sự kiện lịch sử quan trọng và một số môn học có giá trị khoa học đại chúng mà người bình thường khó tiếp cận hoặc trải nghiệm. Về khung tường thuật, việc sản xuất tin tức VR đang rời xa cấu trúc kể chuyện tuyến tính và có kế hoạch được áp dụng bởi tin tức truyền thống: Trong tin tức VR nhập vai, khán giả không chỉ có thể hiểu toàn bộ sự kiện tin tức từ góc độ toàn giác (tất cả các giác quan) mà còn tham gia vào câu chuyện tin tức với tư cách là người ngoài cuộc hoặc thậm chí trở thành nhân vật chính để trải nghiệm cảm xúc của các bên liên quan. Về phương thức trải nghiệm người dùng và ảnh hưởng của phương tiện này, mức độ tham gia của người dùng vào tin tức khác nhau trong các trường hợp khác nhau.



Hình 2. Người dùng (phải) đang theo dõi phóng sự "Nạn đói ở Los Angeles" ("Hunger in Los Angeles") – một tác phẩm của Nonny de la Pena

Các đánh giá một tin tức VR sống động, hiệu quả chủ yếu tập trung vào: 1) sự đắm chìm và đồng cảm từ góc độ trải nghiệm người dùng và 2) độ chính xác, độ tin cậy và thái độ cảm xúc của khán giả từ góc độ hiệu ứng của phương tiện truyền thông.

Không giống như quy trình sản xuất tin tức truyền thống, tin tức VR nhập vai phải đối mặt với những thách thức sản xuất mới. Theo Sirkkunen chia sẻ trong Kỷ yếu của Hội nghị Mindtrek Học thuật Quốc tế lần thứ 20 [9], quy trình sản xuất kỹ thuật của tin tức VR nhập vai nói chung có thể được chia thành ba giai đoạn, đó là: 1) ghi lại nội dung mới bằng máy ảnh và / hoặc máy quay, máy ghi âm; 2) hậu kỳ bao gồm xử lý hình ảnh, đồ họa chuyển động và kỹ thuật tạo mô hình 3D, và 3) phân phối với công nghệ nghe nhìn và kho nội dung liên quan. Quá trình sản xuất này đòi hỏi kiến thức chuyên môn về xử lý hình ảnh, mô hình 3D và hoạt hình máy tính, rất khó và vượt quá tầm của đa số các nhà báo hiện nay. Do đó, các nhà báo truyền thống thường phải làm việc với những người thành thạo về công nghệ để hiểu rõ hơn về khả năng và hạn chế của công nghệ VR trong việc kể chuyện tin tức nhập vai.

Có thể thấy, theo cách thông thường các sản phẩm VR được tạo ra bởi kỹ thuật mô phỏng đồ họa 3D từ máy tính. Với phương pháp này, người làm báo cần đến các công cụ như máy ảnh hoặc máy quét ảnh (để chụp lại hiện trường), hoặc các tư liệu hình ảnh, audio, video sẵn có; phần mềm xây dựng mô hình số 3D (thường dùng hiện nay là phần mềm Sketch Up); phần mềm tích hợp các dữ liệu đồ họa/hoạt hình 3D (như Unity),... Tuy nhiên, trong sáng tạo tác phẩm báo chí, phương pháp này bị hạn chế bởi khá tốn thời gian trong khi thông tin báo chí thường đòi hỏi tính thời sự, đặc biệt đối với các thể loại như tin tức trên báo mạng điện tử. Những thể loại như điều tra, phóng sự có nội dung phức tạp hoặc những bài viết mang tính

giải trí, giáo dục, khoa học công nghệ,... được ưu tiên hơn khi áp dụng phương thức này.

Khảo sát tác phẩm báo chí nhập vai của các cơ quan báo chí – truyền thông trên thế giới (trong đó có hãng tin lớn như BBC, NewYork Times, Ryot, Fusion,...) cho thấy đa số sử dụng kỹ thuật video 360 độ – kỹ thuật đơn giản hơn tạo ra không gian 3 chiều trong thực tế ảo. Với phương pháp này, người làm báo chí cần trang bị một camera 360 độ, phần mềm xử lý video 360 độ và phần mềm mô phỏng tương tác. Quy trình tác nghiệp tương tự như khi tác nghiệp với camera thông thường và không tốn nhiều thời gian như kỹ thuật mô phỏng 3D từ máy tính, thậm chí có thể phát trực tiếp sự kiện khi cần. Tuy nhiên, nếu như với camera thông thường người phóng viên cần phải lựa chọn các góc quay để tiếp cận vấn đề một cách khách quan và toàn diện nhất thì camera 360 độ lại thu tóm tất cả không gian của bối cảnh. Quan trọng là phóng viên lựa chọn được vị trí phù hợp để quay hình. Tùy phạm vi của bối cảnh mà vị trí đặt camera được thay đổi nhiều hay ít, nhằm giúp phóng viên thu thập được nhiều cảnh quay khác nhau phục vụ cho nội dung tác phẩm.



Hình 3. Tác phẩm “Attenborough and the Giant Dinosaur” của BBC (Nguồn: Engadget)

Ví dụ, khi xem tác phẩm “Attenborough and the Giant Dinosaur” (BBC) người xem có cảm giác như đang đứng trong một khu rừng, tận mắt quan sát một con khủng long to lớn đang đi lại, nghe thấy tiếng động của nó và đồng thời trực tiếp nghe Attenborough (một phát thanh viên và nhà tự nhiên học nổi tiếng

người Anh) trình bày. Điểm đặc biệt của tác phẩm này là Attenborough được đứng trong một môi trường ảo và toàn bộ bối cảnh được ghi lại bởi camera 360 độ. Góc nhìn mặc định được đặt ngay trước vị trí của Attenborough, khiến người xem như đang đứng đối diện với ông và nghe ông giảng giải. Trong khi “đắm chìm” vào bối cảnh, người xem sẽ quay đầu theo hướng chỉ của Attenborough hoặc theo hướng di chuyển của chú khủng long. Họ cũng có thể quay đầu theo hướng phát ra tiếng động của khủng long khi di chuyển bởi tiếng động này rất chân thực.

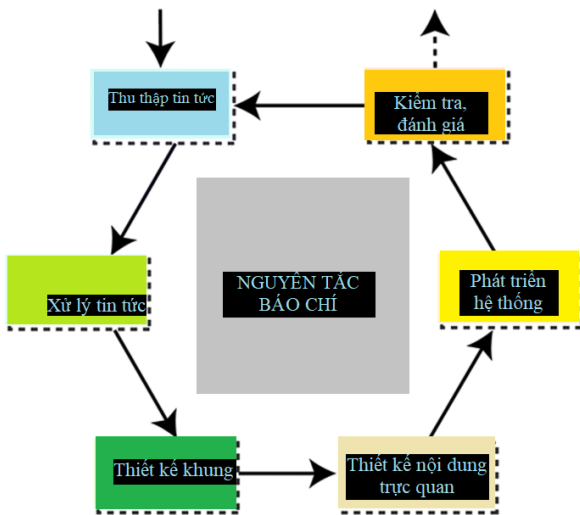
Một trong những thách thức của tin tức VR nhập vai là thiết kế một khung kể chuyện hợp lý, trong đó thời gian, không gian và quan hệ nhân quả của câu chuyện tin tức cho thấy một chuỗi đáng tin cậy. Một thách thức khác là cung cấp sự trình bày sinh động của câu chuyện thời sự thay vì tách rời sự kiện khỏi các ý kiến theo cách thông thường được các phóng viên hoặc người kể chuyện truyền thống áp dụng. Kiểu kể chuyện này phải được xử lý cẩn thận nếu không nó có thể làm giảm khả năng nói sự thật trước công chúng và do đó dẫn đến những tình huống khó xử về đạo đức. Do đó, các nhà báo chắc chắn phải đối mặt với thách thức trong việc cân bằng giữa thông tin tin tức và truyền tải sự kiện một cách chính xác trong tin tức VR sống động.

Hơn nữa, khán giả tin tức VR nhập vai không còn là những người tiếp nhận nội dung một cách thụ động mà là những người có quyền tự chủ, những người có thể chủ động khám phá nội dung tin tức ở một mức độ nhất định. Trong tình huống như vậy, nhận thức và ý định của người dùng có thể tác động đáng kể đến trải nghiệm của họ về tin tức VR nhập vai. Do đó, các nhà báo cần chú ý đến hành vi và trải nghiệm của người dùng khi thiết kế các sản phẩm tin tức VR nhập vai.

Tóm lại, mặc dù việc ứng dụng công nghệ VR trong lĩnh vực báo chí mang lại trải nghiệm

nhập vai hoàn toàn mới so với tin tức truyền thống, nhưng nó cũng mang đến những thách thức mới đối với quy trình sản xuất tin tức, khung tường thuật và tính chuyên nghiệp của báo chí.

Dựa trên thực tế thể nghiệm và sản xuất báo chí VR nhập vai, có thể tóm gọn quy trình sản xuất các sản phẩm báo chí VR theo mô hình dưới đây:



Hình 4. Quy trình sản xuất sản phẩm báo chí AR

Trong giai đoạn đầu của quy trình, các chủ đề tin tức cụ thể được chọn và thông tin liên quan được thu thập theo yêu cầu của các tổ chức sản xuất tin tức. Trong giai đoạn thứ hai, thông tin tin tức thu được từ nhiều kênh được sắp xếp và xử lý dựa trên các chủ đề tin tức đã xác định trong giai đoạn trước. Giai đoạn thứ ba là thiết kế khung, trong đó cấu trúc của nội dung và các mô-đun chức năng được xác định và thiết kế. Giai đoạn thứ tư tập trung vào thiết kế nội dung trực quan, đầu ra sẽ được đưa vào giai đoạn thứ năm để phát triển hệ thống. Trong giai đoạn thứ sáu, toàn bộ hệ thống được đánh giá để đảm bảo rằng sản phẩm đáp ứng các yêu cầu của cả sản phẩm tin tức (ví dụ: hiệu ứng truyền thông) và hệ thống VR (ví dụ: trải nghiệm người dùng). Trong suốt quá trình thiết kế và sản xuất, các nguyên tắc và nghiệp vụ báo chí được tuân thủ áp dụng.

Năm nguyên tắc được tác giả White DM tóm tắt và chia sẻ trong bài “Người gác cổng: một nghiên cứu điển hình trong việc lựa chọn tin tức” [12] dựa trên Điều lệ toàn cầu về đạo đức dành cho nhà báo [11]:

- Công bằng và không thiên vị: Nguyên tắc này chủ yếu được thể hiện trong ba giai đoạn đầu tiên của quá trình sản xuất tin tức VR nhập vai, bao gồm thu thập tin tức, xử lý tin tức và thiết kế khung hình. Người thiết kế nên cân nhắc thiết kế nội dung dựa trên nhiều nguồn để cân đối báo cáo. Cụ thể hơn, sự cân bằng giữa các nguồn khác nhau và sự thật cần được xem xét về sự khác biệt sâu sắc mà công nghệ thực tế ảo mang lại.
- Sự độc lập: Nguyên tắc này cần được xem xét cẩn thận trong giai đoạn thiết kế khung cho tin tức VR. Do thực tế là người dùng tham gia vào sự kiện tin tức VR với tư cách là một tác nhân có thể mâu thuẫn với nguyên tắc này, nhà báo nên phân biệt giữa ý kiến và dữ kiện trong quá trình thiết kế khung để đảm bảo rằng người dùng vẫn là người tham gia hoặc người quan sát với thái độ trung lập và không tự ý tham gia vào sự kiện tin tức.
- Sự thật và độ chính xác: Nguyên tắc này được áp dụng trong toàn bộ quá trình sản xuất, bao gồm cảnh, nhân vật, hoạt ảnh và tương tác. Các chi tiết trong tất cả các giai đoạn thiết kế này được yêu cầu phải phù hợp với sự kiện tin tức, cho phép người dùng truy cập thông tin chính xác qua nhiều kênh.
- Tính nhân văn: Nguyên tắc này nhắc nhở chúng ta rằng cần tránh những tài liệu tin tức có xu hướng gây ra tác động tiêu cực, chẳng hạn như bạo lực quá mức, cảnh đẫm máu... trong giai đoạn thu thập và xử lý tin tức. Trải nghiệm vật lý của người dùng nên được xem xét cẩn thận trong quá trình phát

triển hệ thống để tránh các phản ứng bất lợi.

- Trách nhiệm giải trình: Nguyên tắc này phù hợp với ý tưởng đánh giá của người dùng đối với hệ thống thực tế ảo. Tất cả các sản phẩm tin tức VR nhập vai phải được đánh giá cẩn thận và tinh chỉnh lặp đi lặp lại để đảm bảo hệ thống thân thiện với người dùng và được xã hội chấp nhận.

### III. CÁC VẤN ĐỀ ĐẠO ĐỨC KHI ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THỰC TẾ ẢO TRONG SẢN XUẤT SẢN PHẨM BÁO CHÍ

Một trong những mối đe dọa đáng lo ngại nhất từ sự xâm nhập của VR vào báo chí là khả năng các tổ chức tin tức giả mạo và những kẻ lừa đảo có thể bắt đầu sản xuất tin tức giả mạo dựa trên công nghệ VR.

Tom Kent - chủ tịch của Radio Free Europe / Radio Liberty, một tổ chức phát thanh truyền hình do chính phủ Hoa Kỳ tài trợ - là một trong những nhà báo đầu tiên nói về những thách thức đạo đức của việc đưa tin VR. Trong một bài đăng trên Medium năm 2015, ông đã mở đầu cuộc tranh luận về đạo đức trong lĩnh vực VR và báo chí, với trọng tâm là tin tức giả mạo: "...một bản tái tạo thực tế ảo của một cảnh liên quan đến Putin hoặc Obama, có thể chính xác đến mức bạn không thể phân biệt được đó là Putin thật hay Obama thật, hay liệu chúng được tái tạo như thế nào...".

Vào năm 2015, một chương trình mô phỏng thực tế ảo gây tranh cãi có tựa đề "08:46" đưa người xem vào góc nhìn của một nhân viên văn phòng bị mắc kẹt trong Trung tâm Thương mại Thế giới. Những sự kiện bi thảm của ngày 11 tháng 9 sống trong tâm trí người Mỹ được tái hiện: chiếc máy bay thứ hai lao tới, làn khói cuộn cuộn, những thi thể rơi và sự sụp đổ cuối cùng của những tòa tháp nguyên khối trong một đám khói đen dày. Khán giả từ khắp nơi trên

thế giới dán mắt vào màn hình của họ khi họ theo dõi sự hỗn loạn đang diễn ra, tự trải nghiệm về nỗi kinh hoàng không thể tưởng tượng được mà những người bị mắc kẹt bên trong phải trải qua. Những người ủng hộ trải nghiệm này coi đây là một con đường hướng tới sự đồng cảm với các nạn nhân và là một sự tái hiện nhập vai về một sự kiện lịch sử quan trọng. Những người phản đối cho rằng đó là một sự tái hiện không cần thiết nhuộm màu kinh dị và bi kịch. Câu hỏi đặt ra là ai có thể chấp nhận xem những xác người thật rơi trên bản tin? Về mặt đạo đức sự tái hiện ấy có cần thiết hay không? Đặc biệt là khi cân nhắc những ảnh hưởng của nó đến trẻ em và thanh thiếu niên? Đây chỉ là một trong số nhiều câu hỏi đặt ra cho các nhà quản lý khi đề cập đến việc sử dụng VR trong báo chí một cách có trách nhiệm.

Về bản chất, các công nghệ nhập vai cố gắng xóa bỏ cảm giác là một bên thứ ba. Khi trải nghiệm VR kết nối khán giả về mặt không gian và thời gian với nỗi đau khổ xa xôi, nó sẽ xa rời khái niệm "khoảng cách thích hợp" thiết yếu đối với báo chí. Khoảng cách thích hợp là cần thiết để nuôi dưỡng cảm giác có trách nhiệm đối với người khác mà không bị ảnh hưởng bởi cuộc sống của họ, điều mà báo chí truyền thống thực hiện.

Ngoài ra, không thể có bất kỳ phân nội dung nào có thể tạo ra sự đồng cảm vừa đủ cho mọi người và chỉ dừng lại ở đó. Điều gì có khả năng tạo ra sự đồng cảm, cũng có thể tạo ra những cảm xúc mãnh liệt hơn như đau khổ, ghê tởm hoặc sợ hãi. Khoảng cách không phù hợp, khuyến khích khán giả chìm vào nỗi đau khổ xa xôi, có thể đưa họ đến những cảm xúc tiêu cực mãnh liệt, và làm cho nỗi đau khổ không còn xa nữa. Vì vậy, tăng cường sự đồng cảm rất có thể biến thành việc gây ra đau khổ. Do đó, xác định ranh giới giữa tạo ra sự đồng cảm và đau khổ là cần thiết.

## IV. KẾT LUẬN

Công nghệ không ngừng phát triển kéo theo sự thay đổi cả trong cách đọc giả tiếp cận tin tức và cách các tòa soạn sản xuất và phân phối tin tức. Các cơ quan báo chí lớn trên thế giới luôn coi công nghệ là một yếu tố không thể thiếu đối với sự phát triển của tòa soạn và luôn dành sự quan tâm lớn với công nghệ, đặc biệt là các công nghệ mới. Trong đó, ứng dụng công nghệ VR và AR là một trong những đột phá lớn trong ngành báo chí truyền thông. Công nghệ thực tế ảo đã, đang được nghiên cứu và triển khai, phục vụ việc sáng tạo các tác phẩm báo chí đa phương tiện tại nhiều nước.

Ở Việt Nam, ứng dụng công nghệ thực tế ảo trong báo chí vẫn còn rất mới mẻ, chưa có nhiều công trình khoa học nghiên cứu chuyên sâu. Tuy nhiên, một số cơ quan báo chí nước ta đã bước đầu tận dụng lợi thế của đồ họa 3D thông thường để truyền đạt thông tin và cũng có cơ quan báo chí đã thử nghiệm với camera 360 độ. Đài truyền hình Việt Nam VTV gần đây đã sử dụng công cụ đồ họa 3D để dựng nhiều clip mô phỏng lại nhiều sự kiện, tình huống. Ví dụ như hiện trường vụ tai xế xe tải Phan Văn Bắc cứu xe khách mất phanh khi đổ đèo Bảo Lộc. Vụ việc khi đó diễn ra quá nhanh, lại ở trên đường đèo nên không có camera để ghi lại hình ảnh. Trong trường hợp này công cụ mô phỏng đồ họa 3D trở nên hữu ích khi có thể dựng lại vụ việc theo quang cảnh hiện trường và lời kể của lái xe cũng như của các nhân chứng có mặt tại đó.



Hình 5. Hình ảnh trích từ clip Xe tải cứu xe khách mất phanh khi đổ đèo của VTV

VietnamPus cũng là một trong những đơn vị báo chí đầu tiên thực hiện thử nghiệm newsgame từ đầu năm 2015 và sau đó là video 360 độ với thiết bị Theta S của Ricoh. Những ứng dụng tuy còn sơ khai nhưng đều cho thấy tiềm năng, cơ hội phát triển của thể loại báo chí nhập vai sử dụng công nghệ thực tế ảo tại Việt Nam.

Không đứng ngoài xu thế của báo chí thế giới, báo chí nhập vai sử dụng công nghệ thực tế ảo cũng là tương lai phát triển của báo chí Việt Nam hiện đại. Chính vì vậy, những thay đổi trong quy trình sản xuất sản phẩm báo chí, các nguyên tắc báo chí hay các vấn đề đạo đức báo chí đặt ra khi ứng dụng công nghệ thực tế ảo cũng là điều mà các nhà quản lý, các cơ quan báo chí Việt Nam cần nghiêm túc nghiên cứu trước khi thực sự bước chân vào sản xuất thể loại báo chí mới này.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Benítez, María José, and Susana Herrera. 2020. *Cómo Producir Reportajes Inmersivos con Vídeo en 360°*. Barcelona: UOC
- [2] De la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Giannopoulos, E., Pomés, A., Spaniang, B., Friedman, D., Sánchez-Vives, M.V., Slater, M.: *Immersive journalism: Immersive virtual reality for the first-person experience of news*. *Pres. Teleoper. Virtual Environ.* 19(4), 291–301 (2010). <http://dx.doi.org/10.1162/pres.a.00005>. Accessed 1 Nov 2016
- [3] Fisher, Joshua A., and Janíce Tisha Samuels. 2021. A proposed curriculum for an introductory course on interactive digital narratives in virtual reality. In *Interactive Digital Storytelling*. Berlin/Heidelberg: Springer, pp. 462–77.
- [4] Manovich, L.: *Software is the message*. *J. Vis. Cult.* 13(1), 79–81 (2014)

- [5] Marconi, Francesco, and Taylor Nakagawa. 2017. Report: How Virtual Reality Will Impact Journalism. New York: Associated Press
- [6] Rubio-Tamayo, J.L., Gétrudix, M.: Realidad virtual (HMD) e Interacción desde la perspectiva de la construcción narrativa y la comunicación: propuesta taxonómica. *Icono 14* 14(2), 1–24 (2016)
- [7] Ryan, M.-L.: *La Narración Como Realidad Virtual*. Paidós, Barcelona (2004)
- [8] Sherman, W.R., Craig, A.B.: *Understanding Virtual Reality: Interface, Application, and Design*. Elsevier, Amsterdam (2003)
- [9] Sirkkunen E, Väätäjä H, Uskali T, Rezaei PP (2016) Journalism in virtual reality: future research opportunities and challenges. In: *Proceedings of the 20th International Academic Mindtrek Conference*.
- [10] Steuer, J.: Defining virtual reality: dimensions determining telepresence. *J. Commun.* 42(4), 73–93 (1992)
- [11] The Global Charter of Ethics for Journalists. 30th IFJ World Congress in Tunis. <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists.html>
- [12] White DM (1950) "The gatekeeper": a case study in news selection. *Magazine Q* 27: 383-390.

## APPLICATION OF VIRTUAL REALITY TECHNOLOGY IN PRESS PRODUCTS TESTING

**Abstract:** In recent years, virtual reality (VR) technology has been applied to the field of journalism, where the concept of immersive VR news has been proposed. Immersive reality journalism refers to news that aims to establish a connection between an audience and a story

by providing a first-person user experience of events or situations. In a word, the feeling and illusion of embodiment created through spatial perception by digital applications, is the basis of immersive journalism. "Immersion" in journalism has been used by journalists to ignite audience empathy based on a multi-channel experience that embraces technological changes in recent years.

**Keywords:** virtual reality technology, immersive journalism, augmented reality journalism, etc.



**Nguyễn Thị Thu Dung**, nhận học vị Thạc sĩ năm 2017. Hiện công tác tại Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông. Lĩnh vực nghiên cứu: Các loại hình báo chí hiện đại, báo chí điều tra, phóng sự truyền hình, kỹ năng sản xuất phim, các vấn đề đạo đức, văn hóa trong sản xuất và phát hành các sản phẩm báo chí - truyền thông, ...