

Thực tế ảo - xu thế mới của báo chí truyền thông hiện đại

ThS ĐỖ THỊ THANH HÀ

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: dothanhha789@gmail.com

Nhận ngày 17 tháng 8 năm 2022; chấp nhận đăng tháng 9 năm 2022.

Tóm tắt: Trong thời đại số hoá hiện nay, ngành báo chí và truyền thông chủ yếu sử dụng phương tiện truyền thông phiên bản trực tuyến, dựa trên nền tảng Internet kèm hình ảnh, âm thanh, video. Tuy nhiên, những năm trở lại đây, các hãng thông tấn lớn trên thế giới đã sử dụng công nghệ thực tế ảo (VR) để sản xuất sản phẩm báo chí truyền thông. Đây được coi là công nghệ đột phá và chắc chắn sẽ còn cho phép chúng ta tiến xa hơn trong tương lai.

Từ khóa: thực tế ảo; virtual reality; xu thế; báo chí; truyền thông.

Abstract: In the current digitization era, the press and media industries mainly use online versions of media based on the Internet with images, audio, and videos. However, in recent years, big news agencies in the world have used virtual reality (VR) technology to produce media products. This is considered a breakthrough technology and will certainly allow us to go even further in the future.

Keywords: virtual reality; trend; journalism; communication.

1. Sơ lược quá trình hình thành, phát triển thực tế ảo

Thực tế ảo (Virtual Reality -VR) là một trải nghiệm truyền thông nhập vai tái tạo môi trường thực hoặc môi trường tưởng tượng, cho phép người dùng tương tác với thế giới này theo những cách mà họ cảm thấy như thể họ đang ở đó. Để tạo ra trải nghiệm thực tế ảo, đầu tiên, cần phải có khả năng tạo ra một thế giới ảo có thể thông qua quay video ghi lại cảnh trong thế giới thực hoặc bằng cách xây dựng môi trường ảo qua CGI⁽¹⁾. Tiếp đó, cần một không gian và những thiết bị mà người dùng có thể đắm mình trong môi trường ảo này. Thông thường, đó có thể là một phòng được thiết kế chuyên biệt với những “bức tường” màn hình cỡ đại chiếu các hình ảnh lập thể cùng các hệ thống máy móc kỹ thuật hỗ trợ. Để hòa mình vào không gian ảo hóa bằng công nghệ VR, người dùng cần một thiết bị đeo chuyên dụng, và phổ biến nhất hiện nay chính là

kính VR và thiết bị đeo tay (thiết kế giống găng tay, còn được gọi là găng tay xúc giác). Kính VR sẽ bao trùm tầm nhìn của đôi mắt con người, sau đó phủ lên một lớp hình ảnh ảo hóa, trong không gian cũng đã được ảo hoá bởi các màn hình gắn tường như trên. Tùy vào chủng loại và tính năng đi kèm, kính VR có khả năng tương tác với người dùng, có thể điều khiển không gian ảo hóa thông qua ngôn ngữ cơ thể (chạy, cầm nắm, nhìn, gật đầu...). Thiết bị đeo tay có thể chuyển tín hiệu thần kinh vận động thành các lệnh kỹ thuật số, được thiết kế để người đeo có cảm giác chân thật khi cầm nắm đồ vật trong thế giới ảo.

Năm 1838, Charles Wheatstone - nhà vật lý học người Anh là người đầu tiên mô tả hiện tượng lập thể và được trao tặng Huân chương Hoàng gia của Hiệp hội Hoàng gia Anh vào năm 1840 bởi những giải thích của ông về thị giác hai mắt, một nghiên cứu giúp ông chế tạo kính lập thể. Nghiên cứu đã chứng minh rằng não bộ kết hợp hai bức

ảnh của cùng một đối tượng được chụp từ các điểm khác nhau để làm cho hình ảnh có vẻ có chiều sâu và bao trùm hơn (hình ảnh 3 chiều).

Năm 1935, nhà văn khoa học viễn tưởng người Mỹ Stanley Weinbaum đã sáng tạo một mô hình hư cấu cho thực tế ảo thông qua truyện ngắn “Pygmalion’s Spectacles - Kính đeo mắt của Pygmalion”. Trong câu chuyện này, giáo sư Albert Ludwig đã phát minh ra một cặp kính cho phép người xem phim khi đeo nó sẽ cảm nhận không chỉ hình ảnh và âm thanh, mà còn có thể “chạm” hay cảm nhận từ vị giác, khứu giác.

Gần 30 năm sau, nhà quay phim Morton Heilig đã tạo ra Sensorama, chiếc máy VR đầu tiên (được cấp bằng sáng chế vào năm 1962). Đó là một gian phòng lớn có thể chứa tối đa bốn người cùng một lúc. Nó kết hợp nhiều công nghệ để kích thích tất cả các giác quan: có một video 3D đầy đủ màu sắc kết hợp, âm thanh, rung động, mùi và các hiệu ứng khí quyển, chẳng hạn như gió. Điều này được thực hiện bằng cách sử dụng mùi hương, một chiếc ghế rung, loa âm thanh nổi và một màn hình 3D lập thể. Heilig nghĩ rằng Sensorama là “rạp chiếu phim của tương lai” và ông muốn đưa mọi người đắm chìm hoàn toàn vào các bộ phim của họ với cảm nhận đầy đủ nhất từ các giác quan của con người. Sau phát minh này, sáu bộ phim ngắn đã được phát triển và sử dụng sensorama để người xem cảm nhận trọn vẹn bộ phim không chỉ bằng thính giác và thị giác, mà còn bằng cả khứu giác và xúc giác.

Trải qua quá trình phát triển không ngừng, công nghệ thực tế ảo tiếp tục được cải tiến hiện đại hơn. Năm 2010, Palmer Luckey, một doanh nhân 18 tuổi người Mỹ, đã tạo ra nguyên mẫu đầu tiên của tai nghe Oculus Rift. Nó có trường nhìn 90 độ, chưa từng thấy trước đây và dựa vào sức mạnh xử lý của máy tính để cung cấp hình ảnh. Sự phát triển mới này đã thúc đẩy và làm mới sự quan tâm nhiều hơn đến công nghệ VR. Năm 2020, Oculus Quest 2 được công bố vào ngày 16 tháng 9 năm 2020, trong sự kiện Face-

book Connect 7. Oculus Quest 2 nhận được hầu hết các đánh giá tích cực như một bản cập nhật gia tăng cho phiên bản 1 và tiếp tục tạo nên cơn sốt, bán được hàng triệu bản trên khắp thế giới. Từ đó đến nay, công nghệ thực tế ảo VR nhanh chóng đi sâu vào đời sống con người và trở thành công nghệ trải nghiệm cao cho con người trong nhiều lĩnh vực ngành nghề từ giải trí đến marketing, và cả báo chí - truyền thông.

2. Xu hướng ứng dụng công nghệ thực tế ảo trong sản xuất sản phẩm báo chí truyền thông hiện nay - một số sản phẩm tiêu biểu

Năm 2012, Nonny de la Peña đã sáng tạo ra bộ phim 3D “Hunger in Los Angeles” (Nạn đói ở Los Angeles). Đây là một video 3D đồ họa mô phỏng lại cảnh bên ngoài một ngân hàng thực phẩm ở Los Angeles. Đó là cảnh chúng ta đọc trên báo hoặc thấy trực tiếp hàng ngày, nhưng được tái hiện lại ở trong trường quay ảo. Trong đó, với sự hỗ trợ của các thiết bị kỹ thuật số xung quanh, nhân vật trải nghiệm sẽ được đeo chiếc ba lô đầy dây điện qua vai, đeo tai nghe và đeo kính, sau đó mô phỏng được bắt đầu. Âm thanh và hình ảnh ảo đưa nhân vật trải nghiệm vào ngay hiện trường dường như trong khi nó đang diễn ra: Tiếng ồn ào của thành phố tràn ngập đường phố khi mọi người xếp hàng chờ một hộp thức ăn nhỏ. Một cuộc tranh cãi nổ ra về lần phân phối thực phẩm cuối cùng. Một người đàn ông gục xuống, khi đó nhân vật trải nghiệm như thể đang đứng ngay cạnh người đàn ông, cảm nhận được toàn bộ không gian xung quanh. Chỉ có điều, người trải nghiệm sẽ không thể làm được gì để giúp đỡ người đàn ông này.

The New York Times là một trong những tờ báo đầu tiên và tích cực nhất với việc sử dụng VR. Năm 2015, The New York Times đã phân phối hơn một triệu tai nghe Google Cardboard cho những người đăng ký ấn bản in vào Chủ nhật và tạo ra một ứng dụng VR cao cấp để phân phối trải nghiệm VR do Hãng tạo ra. “The Displaced” - “Sự di tản”⁽³⁾ là đoạn phim 360° VR của The



Hình 1: Hình ảnh bên trái: Video 3D đồ họa “Nạn đói ở Los Angeles” và bên phải: người trải nghiệm cảnh trong phim⁽²⁾

New York Times chỉ dài khoảng 11 phút, nhưng phác họa rõ nét cảnh hoang tàn, đổ nát, cảnh sống trong các trại tị nạn của hơn 60.000 người trên khắp thế giới khi phải rời bỏ quê hương vì chiến tranh, bạo loạn, nội chiến, mà trong đó có đến một nửa là trẻ em. Công nghệ thực tế ảo đã lột tả chi tiết, sống động, những lớp học chỉ còn mỗi chiếc bảng đen với những chiếc bàn, ghế gãy nát, ngổn ngang trên sàn... hoặc ruộng dưa chuột nóng nực, mà hàng ngày trẻ em phải làm việc từ 4h sáng. Điều đặc biệt là với việc sử dụng công nghệ thực tế ảo VR, độc giả đang được đứng cùng các em nhỏ, cảm nhận âm thanh, cuộc sống như thể đang ở nơi di tản đó vậy. “The Displaced” - “Sự di tản” đã giành giải Liên hoan Sáng tạo Cannes Lions - một giải thưởng danh giá được coi là Giải Oscar của ngành quảng cáo, sáng tạo, truyền thông.

Thực tế ảo của Liên hợp quốc (UNVR)⁽⁴⁾, một dự án truyền thông được thực hiện bởi Chiến dịch hành động Mục tiêu phát triển bền vững của Liên hợp quốc, sử dụng sức mạnh của cách kể chuyện nhập vai để truyền cảm hứng cho người xem nhằm tăng cường sự đồng cảm, hành động và thay đổi xã hội tích cực. Dự án được xây dựng và thực hiện với mong muốn phổ biến nội dung nhân đạo và mở rộng tác động của các nội dung này tới thế giới trong video 360° thực tế ảo. Loạt tác phẩm đã cung cấp cho mọi người dân trên Trái đất sự hiểu biết sâu sắc hơn đối với những hoàn cảnh sống hàng ngày đang phải đối mặt với

những khó khăn và phức tạp trong cuộc sống. Thêm vào đó, Liên hợp quốc cũng muốn qua đó thúc đẩy những hành động cấp bách hơn nữa cho những người có nguy cơ bị bỏ lại phía sau, nhất là khi các Mục tiêu phát triển bền vững (SDGs) ở các khu vực này không được đáp ứng. Một số video tiêu biểu của Thực tế ảo Liên hợp quốc có thể tính đến như:

- Clouds Over Sidra - Jordan (tháng 1 năm 2015): Là câu chuyện về một người tị nạn Syria 12 tuổi sống trong Trại tị nạn Za’atri ở Jordan. Cô bé đã ở đó từ mùa hè năm 2013. Trải nghiệm của độc giả sử dụng công nghệ thực tế ảo là theo cô bé đến trường, đến căn lều tạm bợ của cô, đến sân bóng đá, đồng hành cùng cô bé trong cuộc sống hàng ngày.

- Nepal Earthquake - Nepal (tháng 5 năm 2016): Vào ngày 25 tháng 4 năm 2015, một trận động đất mạnh 7,8 độ richter đã tàn phá đất nước Nepal. Độc giả trải nghiệm công nghệ thực tế ảo sẽ được cảm nhận như đang đứng giữa những đồng hoang tàn đổ nát, nghe được âm thanh cuộc sống sau khi trận động đất đi qua.

- Tháng 1 năm 2021, Liên hợp quốc sản xuất video 360° thực tế ảo “Sudan now” dẫn dắt độc giả như đang sống trong không gian Sudan với những con người nơi đây, những con đường đất đỏ và trải nghiệm cuộc sống hàng ngày của họ.

3. Giải pháp tăng cường ứng dụng thực tế ảo VR cho sản xuất sản phẩm báo chí truyền thông ở Việt Nam hiện nay

Hiện nay ở Việt Nam, nhiều cơ quan báo chí truyền thông đã từng bước áp dụng các công nghệ số hiện đại như: AI, IoT, Cloud, Big Data... vào hoạt động của mình. Các cơ quan Thông tấn xã Việt Nam, VOV, VTV hay VietnamPlus, Vn-Express, Zing... đã trở thành các đơn vị báo chí đa phương tiện hiện đại. Mặc dù bản thân công nghệ thực tế ảo càng ngày càng gần với cuộc sống công dân Việt Nam, tuy nhiên, thực tế ảo VR ứng dụng trong báo chí truyền thông chưa thực sự có những bước phát triển đột phá. Trong

thời gian tới, để tăng cường hơn nữa việc ứng dụng thực tế ảo VR trong sản xuất báo chí truyền thông, cần một số giải pháp như sau:

Một là, ứng dụng công nghệ hiện đại và hạ tầng kỹ thuật cao của các cơ quan báo chí cần theo kịp xu thế phát triển của Cách mạng công nghiệp 4.0, nhưng phải phù hợp với trình độ tiếp cận và sử dụng các thiết bị thông minh của độc giả. Tuy nhiên, công nghệ hiện đại thường đi kèm với những chi phí đắt đỏ. Vì vậy, bên cạnh sự tự chủ của các cơ quan báo chí truyền thông, cần thiết có sự vào cuộc và hỗ trợ từ Chính phủ để tăng cường nguồn lực đầu tư cho cơ quan báo chí truyền thông.

Hai là, nguồn nhân lực khoa học công nghệ chất lượng cao cũng vô cùng quan trọng để có thể vận hành và xử lý dữ liệu trong quá trình sáng tạo sản phẩm truyền thông. Thực tế ở Việt Nam, riêng về công nghệ thông tin, năm 2020, Việt Nam thiếu 400.000 nhân sự, năm 2021, con số này rơi vào khoảng 500.000 nhân sự⁽⁵⁾. Để chuyển đổi số thành công, không chỉ cần đội ngũ phóng viên, biên tập viên có chuyên môn nghiệp vụ giỏi mà cùng với đó cần hiểu biết về công nghệ mới để theo kịp xu hướng của thế giới.

Ba là, hợp tác, liên kết giữa các chủ thể trên thị trường báo chí truyền thông trong nước và hợp tác quốc tế chuyển giao công nghệ trong thực hiện chuyển đổi số. Theo đó, cần có sự gắn kết giữa các cơ quan báo chí truyền thông với các công ty công nghệ cũng như sự hỗ trợ của các cơ quan chuyên ngành để vận hành hiệu quả trong sản xuất sản phẩm báo chí truyền thông. Việc liên kết, hợp tác mở ra cơ hội phát triển cho mỗi chủ thể và chính quá trình này làm giàu thêm hệ thống dữ liệu cũng như nâng cao năng lực của nguồn nhân lực.

Như vậy, các tác phẩm được sản xuất bằng công nghệ thực tế ảo VR đã đưa đến cho con người một trải nghiệm không thể nào quên và đã thực sự chạm đến được nhiều tầng nấc cảm xúc tinh tế nhất của con người thông qua việc kích

hoạt các giác quan. Những năm gần đây, hầu hết các hãng thông tấn lớn trên thế giới đều đẩy mạnh sản xuất video 360° thực tế ảo nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông từ sự cảm nhận đắm chìm của độc giả vào không gian sự kiện. BBC, CNN, The Guardians,... đều đang ngày càng sản xuất và cải tiến chất lượng sử dụng VR để truyền thông cho các sản phẩm của mình. Việt Nam cũng không nằm ngoài xu thế tất yếu ấy, Đảng, Nhà nước cùng các cơ quan báo chí truyền thông vẫn đang từng bước đưa báo chí trở thành một loại hình quen thuộc đối với công chúng./.

(1) Computer-Generated Imagery (CGI) là việc tạo ra các hình ảnh tĩnh hoặc động bằng phần mềm máy tính. CGI thường được dùng để chỉ các hình ảnh đồ họa máy tính 3D được dùng để tạo ra nhân vật, cảnh quan và hiệu ứng đặc biệt trong phim và game...

(2) Hunger in Los Angeles: <https://www.youtube.com/watch?v=SSLG8auUZKc>

(3) The displaced: <https://www.youtube.com/watch?v=ecavbpCuvkI>

(4) <https://www.youtube.com/c/unitednations/search?query=virtual%20reality>.

(5) Hải Yến, *Thiếu nguồn nhân lực công nghệ chất lượng cao đáp ứng chuyển đổi số*, Báo Tin tức, Thông tấn xã Việt Nam, ngày 24.04.2021

Tài liệu tham khảo

1. Bùi Thị Vân Anh, *Báo nhúng - Hướng đi mới của báo chí hiện đại*, bài đăng ngày 11.10.2016 trên nguoilambao.vn, <https://nguoilambao.vn/bao-nhung-huong-di-moi-cua-bao-chi-hien-dai-n3711.html>

2. Hải Yến, *Thiếu nguồn nhân lực công nghệ chất lượng cao đáp ứng chuyển đổi số*, Báo Tin tức, Thông tấn xã Việt Nam, ngày 24.04.2021

3. <https://www.digitalbodies.net/sxswedu-vr-ar-digital-literacy-ethical-issues/>

4. Hunger in Los Angeles: <https://www.youtube.com/watch?v=SSLG8auUZKc>