

Sử dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo trong sản xuất chương trình truyền hình

Ngày nhận bài: 07/10/2024 | Ngày phản biện: 10/10/2024 | Ngày xuất bản: 24/10/2024

Tác giả: Nguyễn Thị Thu Trà (Học viện Báo chí và Tuyên truyền)

Tóm tắt: Trong bối cảnh cách mạng công nghệ như hiện nay, việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) vào sản xuất chương trình truyền hình đang trở nên ngày càng được quan tâm. Công nghệ AI tăng khả năng tổng hợp, phân tích dữ liệu và cá nhân hóa trải nghiệm người dùng, thúc đẩy sự chuyển đổi mạnh mẽ trong ngành báo chí, truyền hình. Các đơn vị sản xuất truyền hình hiện nay đang phải nhanh chóng thích ứng với môi trường số, chuyển từ sản xuất truyền thống sang các quy trình hiện đại và hiệu quả hơn. Công nghệ AI không chỉ mang lại tốc độ và hiệu quả trong sản xuất chương trình truyền hình mà còn mở ra cơ hội sáng tạo và thách thức, đòi hỏi sự linh hoạt và sáng tạo từ người làm báo chí.

Thế kỷ 21 đã chứng kiến cuộc cách mạng công nghệ bùng nổ, trong đó có thể kể đến tốc độ phát triển nhanh chóng của trí tuệ nhân tạo (AI). AI được tích hợp và dần thể hiện vai trò ở nhiều lĩnh vực của đời sống, trong đó có lĩnh vực báo chí, truyền thông. Trong bối cảnh này, truyền hình, một trong những phương tiện truyền thông đại chúng quan trọng, cũng đang trải qua một quá trình chuyển đổi mạnh mẽ. Các đài truyền hình và nhà sản xuất nội dung đang phải thích ứng nhanh chóng với môi trường số, thay đổi từ phương thức sản xuất truyền thống sang các quy trình hiện đại, hiệu quả hơn, không ngừng đổi mới và nâng cao chất lượng nội dung.

Với khả năng tự động hóa, phân tích dữ liệu và cá nhân hóa trải nghiệm người dùng, công nghệ AI đang ngày càng trở nên quan trọng và định hình mạnh mẽ không chỉ cách chúng ta tạo ra thông tin mà còn cách chúng ta tiếp cận và tiêu thụ thông tin. Việc áp dụng công nghệ AI trong sản xuất chương trình truyền hình không chỉ đem lại những tiện ích về tốc độ và hiệu quả mà còn mở ra những cơ hội sáng tạo cùng với

thách thức đồng thời, đòi hỏi sự linh hoạt và sáng tạo từ người làm báo chí.

1. Những thử nghiệm công nghệ AI trong sản xuất truyền hình trên thế giới và tại Việt Nam

Trí tuệ nhân tạo (AI) viết tắt của từ Artificial Intelligence. Thuật ngữ này xuất hiện lần đầu tiên vào năm 1956 khi được nhà khoa học máy tính người Mỹ John McCarthy đưa ra tại Hội nghị Dartmouth để mô tả ngành khoa học kỹ thuật tạo ra máy móc thông minh có thể bắt chước hành vi của con người. Từ đó tới nay, trí tuệ nhân tạo không ngừng phát triển và trở thành một phần không thể thiếu của cuộc sống hiện đại, được biết đến như “cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4” với những tác động mang tính biến đổi và toàn cầu.

Tuy nhiên, phải đến khi ChatGPT ra mắt vào tháng 11 năm 2022, AI mới có được sự hiện diện đáng kể, ghi nhận những phát triển mới trong xã hội. AI tạo sinh là làn sóng thứ ba, có khả năng nhận thức, tạo ra hình ảnh, video và văn bản mới hữu ích cho việc thiết kế và cá nhân hóa nội dung. GenAI trở nên nổi bật bắt đầu từ vào năm 2022 với sự ra mắt của các công cụ như ChatGPT, MidJourney và Stable Diffusion... Kể từ khi GenAI ra đời, những thay đổi đáng kể đã được ghi nhận trong nhiều lĩnh vực khác nhau, trong đó có lĩnh vực báo chí, truyền hình. Trên thế giới, đã có nhiều đài truyền hình trên có những thử nghiệm, ứng dụng AI.

Năm 2016, Đài truyền hình Yleisradio Oy (Phần Lan) đã thành lập một đội ngũ gồm các nhân viên quản lý dữ liệu cùng với các biên tập viên, khám phá các khả năng nhận dạng hình ảnh, phân cảnh, nhận dạng đối tượng và khuôn mặt, và nhận dạng ký tự quang học (OCR) trên các chương trình về các vấn đề trong cuộc sống. Dự án thử nghiệm này tuy không thành công do sự hạn chế về thuật toán, tuy nhiên nó đã cho phép đội ngũ biên tập viên YLE suy ngẫm về việc có thể tự động hóa các phần việc mà từ trước tới giờ vẫn được giải quyết bằng cách thủ công.

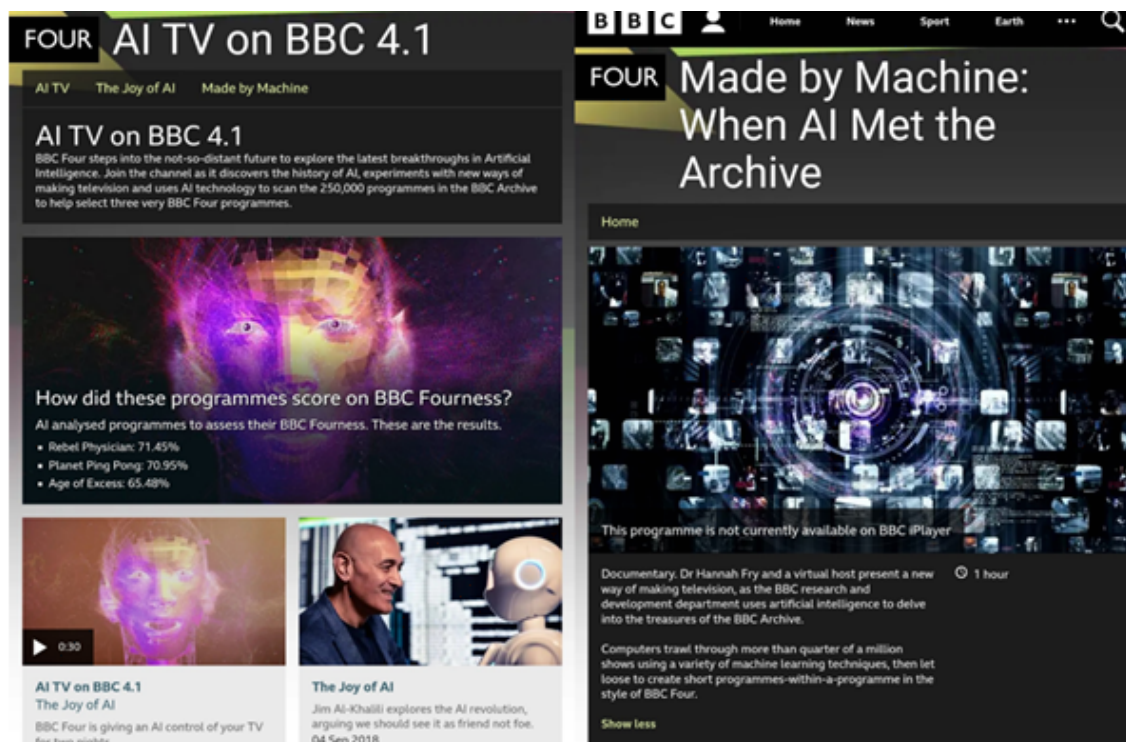
Năm 2018, bộ phận Nghiên cứu và Phát triển của BBC đã thử nghiệm ứng dụng AI với dự án “BBC 4.1 Artificial Intelligence TV”, phát sóng trên kênh BBC Four trong 2 ngày 4 & 5/9/2018. BBC đã sử dụng trí tuệ nhân tạo để tìm kiếm dữ liệu thông qua hơn 250.000 chương trình từ kho lưu trữ của BBC, AI đã phân tích về thể loại và chủ đề, sau đó chọn ra 150 chương trình phù hợp nhất cho 2 tập phát sóng đặc biệt “Made by

machine: When AI met the archive” và “The joy of AI”. Việc chọn lọc dữ liệu này được AI thực hiện dựa trên các kỹ thuật:

Nhận dạng đối tượng và cảnh: AI sẽ xác định đây là khung cảnh gì, khung cảnh này bao gồm những vật thể nào, con người có phải một đối tượng nổi bật trong khung cảnh đó không... Tiếp đó, nó sẽ tự động tạo ra một bộ sưu tập mà trong đó các cảnh đều có sự liên quan, nối tiếp với nhau.

Phân tích phụ đề: AI sử dụng quá trình xử lý ngôn ngữ tự nhiên khi quét phụ đề của các chương trình lưu trữ và sau đó tìm kiếm mối liên hệ giữa các từ ngữ, chủ đề.

Phân tích chuyển động: AI phân tích từng khung hình video để cố gắng phát hiện xem có nhiều hoạt động trên màn hình hay không. Sau đó, nó cố gắng tạo ra một bản tổng hợp với tốc độ của các hành động thay đổi từ chậm đến nhanh.



Ảnh 1: BBC 4.1 và chương trình Made by machine: When AI met the archive

Tháng 11/2018, Tân Hoa Thông tấn xã - hãng thông tấn chính thức của chính phủ Trung Quốc ra mắt một bản tin thời sự với "người dẫn chương trình ảo" tại Hội nghị Internet toàn cầu lần thứ 5 tổ chức tại Chiết Giang, Trung Quốc. MC ảo này được tạo ra với sự cộng tác của công ty công cụ tìm kiếm địa phương Sogou.com.



Ảnh 2: Người dẫn chương trình ảo với khuôn mặt và giọng nói được mô phỏng theo Zhang Zhao – một người dẫn chương trình có thật tại Tân Hoa Xã

Sản phẩm này của Tân Hoa Xã đã tạo nên một cơn sốt lớn. Bằng chứng là sau đó, không ít cơ quan Truyền hình Châu Á đã đưa công nghệ Người dẫn chương trình ảo vào các sản phẩm của mình, có thể kể đến như Sana – MC AI có thể dẫn chương trình bằng 75 ngôn ngữ của India Today TV (Ấn Độ), Sasya, Nadira và Bhoomi của mạng lưới truyền hình miễn phí được xem nhiều nhất tại Indonesia – TVOne, hay MC AI dẫn chương trình thời tiết được tạo ra bởi công ty phát triển trí tuệ nhân tạo AIGC của FTV News (Đài Loan),...

Năm 2019, Atresmedia (Tây Ban Nha) đã khởi động một dự án phân loại nội dung tự động. Qua nền tảng này, kho lưu trữ của Atresmedia nhận được dữ liệu bao gồm file quay thô, bản tin và các chương trình đã phát sóng và có phụ đề đầy đủ. Các dữ liệu này được tích hợp vào hệ thống quản lý tài sản truyền thông, nơi nó được sửa đổi và bổ sung một lần nữa bởi các biên tập viên. Dự án này đã nhận được giải thưởng Xuất sắc trong Quản lý Truyền thông từ FIAT/IFTA vào năm 2021.

Các đơn vị truyền hình khác tại Tây Ban Nha, như Aragón TV (Aragón Noticias, 2021) và Televisió de Catalunya CCM cũng đã tiến hành thử nghiệm phân loại dữ liệu và tạo phụ đề tự động cho hệ thống quản lý tài sản truyền thông của mình.

Asharq News - mạng lưới tin tức tiếng Ả Rập đa nền tảng được thành lập vào tháng 11/2020, đã nghiên cứu trong suốt 18 tháng để phát triển một nền tảng tích hợp hệ

thống sản xuất AVID Media Central của họ với công nghệ Newsbridge, nhằm tạo ra dữ liệu mô tả cho 1.600 giờ phát sóng và nội dung cốt lõi hàng tháng cả bằng tiếng Anh và tiếng Ả Rập. Đơn vị này đã xây dựng mô hình chuyển đổi giọng nói tự động – thách thức cho một ngôn ngữ có nhiều tiếng địa phương như tiếng Ả Rập, đồng thời xác định các trường hợp sử dụng khác nhau và xác định độ chính xác trong việc tích hợp 2 công nghệ.

Năm 2021, kênh truyền hình TV2 (Na Uy) đã tiến hành các thử nghiệm về chuyển đổi giọng nói thành văn bản tự động và tạo phụ đề cho các chương trình Thời sự bằng cách sử dụng các dịch vụ Speechmatics (Speechmatics, 2023) và Azure (Microsoft, 2023) ...

Tại Việt Nam

Tại Việt Nam, năm 2019, Trung tâm Không gian Mạng Viettel (VTCC) kết hợp cùng báo Dân trí, báo Dân Việt, báo Dân sinh, Tạp chí Tài chính & Doanh nghiệp để ứng dụng AI vào việc tối ưu quá trình chuyển thể văn bản thành giọng nói tiếng Việt. Công nghệ Voice AI Text to Speech đã được tích hợp với hệ thống báo điện tử, chuyển thể từ nội dung văn bản sang âm thanh mà không cần qua bất kỳ bước thu âm hay xử lý âm thanh nào khác, giúp các cơ quan báo chí mở rộng thêm mảng báo nói trên các nền tảng số. Voice AI sử dụng công nghệ học sâu (deep learning) tiên tiến thay vì áp dụng các kỹ thuật truyền thống như HMM (Hidden Markov Model) hay ghép nối các từ,... giúp cho giọng đọc tự nhiên, liền mạch, tương đương giống đến 95% giọng người thật.

Ngày 8/7/2021, lần đầu tiên tại Việt Nam, Báo Lao Động ra mắt một bản tin truyền hình sử dụng biên tập viên ảo. Biên tập viên ảo trong bản tin của Báo Lao Động được tạo tự động trên máy tính, mô phỏng 100% khẩu hình, biểu cảm khuôn mặt, ngôn ngữ hình thể và phong cách dẫn chương trình của người thật dựa trên các thuật toán học máy (Machine Learning) và học sâu (Deep Learning).



Ảnh 3: Bản tin có sự xuất hiện người dẫn chương trình AI đầu tiên trên Lao Động TV

Ngày 12/2/2023, một phóng sự truyền hình mang tên “Xu hướng phát triển trí thông minh nhân tạo tại Việt Nam” được thực hiện kịch bản thông qua ứng dụng ChatGPT, phát sóng trong chương trình “Cuộc sống tương lai – Cafetek” trên kênh HTV9 thuộc Đài Truyền hình TP. Hồ Chí Minh. Mặc dù kịch bản này không quá hay nhưng đầy đủ thông tin và góc nhìn, đủ để phục vụ thông tin cho khán giả.

Ngày 7/4/2024, trong khuôn khổ chương trình “Cuộc sống số” phát sóng trên kênh VTV1 Đài truyền hình Việt Nam, một người dẫn chương trình ảo đã xuất hiện bên cạnh BTV Việt Hà để cùng dẫn dắt chương trình với chủ đề “Ai ảnh hưởng bởi AI?”. Chương trình cũng chỉ ra cách thức vô cùng đơn giản để ai cũng có thể tạo ra được một phiên bản ảo cho chính mình.



Ảnh 4: BTV Việt Hà và Người dẫn chương trình ảo trong chương trình Cuộc sống số trên VTV1 ngày 7/4/2024

2. Ứng dụng của trí tuệ nhân tạo trong sản xuất chương trình truyền hình

Tiềm năng phát triển AI trong ngành truyền hình vô cùng lớn, AI có thể tự động hóa và tối ưu hóa các quy trình tạo nội dung, giúp công việc được thực hiện hiệu quả hơn và tiết kiệm chi phí hơn, tăng khả năng sáng tạo và đổi mới, từ đó có thể thu hút khán giả hơn.

Thứ nhất, AI có khả năng tìm kiếm, phân tích thông tin nhanh chóng.

AI có thể hỗ trợ phóng viên trong việc tổng hợp, phân tích và tạo ra thông tin từ các kho dữ liệu khổng lồ như báo chí, các trang web và mạng xã hội một cách hiệu quả. Nhờ đó, phóng viên có thể tiết kiệm thời gian, nâng cao chất lượng thông tin và phục vụ khán giả một cách tốt nhất.

Theo cách thông thường, khi muốn tìm hiểu thông tin về 1 vấn đề nào đó, các biên tập viên sẽ cần tìm đọc, phân tích và tóm tắt thông tin từ tất cả các nguồn khác nhau trên Internet. Thế nhưng với các ứng dụng hỏi đáp hiện tại như Chat GPT hay Gemini, các biên tập viên có thể đưa ra yêu cầu để nhận được câu trả lời tổng hợp thông tin từ nhiều tài liệu cùng một lúc. Điều này giúp các biên tập viên tiết kiệm thời gian tìm kiếm và cập nhật thông tin.

Thêm vào đó, các ứng dụng hỏi đáp tự động như Chat GPT hay Gemini đều đang dựa trên công nghệ máy học (Machine Learning), có khả năng cá nhân hóa kết quả cho

người dùng theo thời gian. Càng sử dụng, càng đặt nhiều câu hỏi, các ứng dụng này càng có sự cải thiện trong câu trả lời: kết quả có độ liên quan cao với tốc độ nhanh, mang dấu ấn cá nhân của người hỏi rõ nét hơn.

Với sự phổ biến của các nền tảng xã hội, công cụ tìm kiếm và trang web trong các quy trình truyền thông, việc kiểm soát cũng bắt đầu được thực hiện bởi các thuật toán có tiêu chí hiệu suất không tuân theo các tiêu chuẩn báo chí (Wallace, 2018). Do đó, nhiều bước vốn có trong quá trình thu thập tin tức bắt đầu phải tuân theo các logic lọc mới, được hướng dẫn bởi việc thu thập lợi nhuận cho các công ty công nghệ như Google, Meta, Microsoft và Apple. Ngay cả ở giai đoạn thu thập tin tức này, các tổ chức truyền thông vẫn đang sử dụng các hệ thống AI để lọc lượng lớn dữ liệu, cho dù trên phương tiện truyền thông xã hội hay công cụ tìm kiếm. Chỉ với những công nghệ này, người ta mới có thể truy cập và phân tích lượng lớn dữ liệu trên internet, tạo ra các câu chuyện trên báo chí.

Tuy nhiên, Open AI – công ty tạo ra Chat GPT đã tuyên bố rằng không có nguồn tài liệu tham khảo mang tính nền tảng trong Chat GPT. Ứng dụng này cũng không phân biệt được giữa sự thật và trí tưởng tượng. Chat GPT sẵn sàng trả lời mọi yêu cầu mà con người đưa ra, và nếu không tìm được thông tin có sẵn, ứng dụng này có thể “bịa” ra 1 câu trả lời với các thông tin không xác thực. Vì vậy, để có thể ứng dụng hiệu quả các công cụ trí tuệ nhân tạo trong việc tìm kiếm, tổng hợp thông tin thì bản thân người dùng cũng cần là người có chuyên môn trong lĩnh vực đó, đồng thời luôn có thói quen kiểm chứng lại mọi thông tin được các ứng dụng này đưa ra.

Thứ hai, AI có thể hỗ trợ phóng viên viết kịch bản

Việc viết kịch bản cho các chương trình Truyền hình có thể được thực hiện nhờ sự trợ giúp của chatbot – các công cụ cung cấp cho người dùng những câu trả lời dựa trên những gì tổng hợp được, điển hình là ứng dụng Chat GPT.

“Xu hướng phát triển trí thông minh nhân tạo tại Việt Nam” là phóng sự truyền hình đầu tiên được thực hiện bởi trí tuệ nhân tạo, là một phần trong chương trình Cuộc sống tương lai – Cafetek, được phát sóng trên kênh HTV9. Trong phóng sự này, những người thực hiện chương trình quyết định thử để cho Chat GPT – một trong những sản phẩm của trí tuệ nhân tạo viết thử một kịch bản về chính công nghệ này tại

Việt Nam. Nhóm tác giả chương trình hỏi Chat GPT: "Thực hiện 1 phóng sự về chatbot và AI tại Việt Nam hiện nay cần mấy phần chính?"

Kết quả mà Chat GPT đưa ra: Để thực hiện một phóng sự về chatbot và AI tại Việt Nam hiện nay, cần có các phần chính sau đây:

1. Giới thiệu về các công nghệ chatbot và AI hiện nay.
2. Phân tích các ứng dụng của chatbot và AI tại Việt Nam.
3. Phân tích các vấn đề về bảo mật và quyền riêng tư khi sử dụng chatbot và AI tại Việt Nam.
4. Phân tích các cơ hội và thách thức của chatbot và AI tại Việt Nam.
5. Các giải pháp để tối ưu hóa sự sử dụng của chatbot và AI tại Việt Nam.

Trên cơ sở bố cục đó, đội ngũ biên tập tiếp tục để Chat GPT triển khai chi tiết nội dung phóng sự và ứng dụng AI này đã tự viết được hơn 500 chữ cho mỗi phần. Ngoài ra, nó còn đề xuất thêm những chuyên gia phỏng vấn để bổ sung vào phóng sự. Tuy nhiên, văn bản Chat GPT viết chưa thể dùng để thu âm lời bình được ngay mà còn phải rà soát và chỉnh sửa lại cách diễn đạt sao cho phù hợp với tính chất và góc nhìn của phóng sự. Ngoài ra, đội ngũ chương trình cũng đã phải đặt tới 8 câu hỏi để dẫn dắt Chat GPT hiểu được ý của bài phóng sự.

Phóng sự do Chat GPT đề xuất không quá hay nhưng đầy đủ thông tin và góc nhìn, thông qua kiểm duyệt nội dung để chính thức phát sóng. Thời gian để có được một kịch bản như vậy chỉ khoảng 8 phút - so với gần 1 tiếng nếu một biên tập viên bình thường có thể làm. Tuy nhiên, để các ứng dụng hỏi đáp như Chat GPT có thể xử lý được yêu cầu viết kịch bản, cần đưa ra nhiều câu hỏi thay vì chỉ hỏi 1 lần. Đặc điểm của ứng dụng này là khả năng tận dụng những gì mà mình đã học được trong quá trình được đào tạo, nghiên cứu để phản hồi lại người dùng. Càng đặt ra nhiều câu hỏi thì kết quả nhận được sẽ càng gần với nhu cầu cá nhân của người dùng hơn.

Cũng chính vì đặc điểm này mà Chat GPT cũng có thể cung cấp những đáp án sai lệch nếu như thông tin đầu vào (những câu hỏi, dữ kiện do phóng viên đặt ra) không

đủ tính minh bạch. Đây là rủi ro thường xảy ra nhất khi ứng dụng trí tuệ nhân tạo vào các sản phẩm. Khi nguồn cơ sở dữ liệu đầu vào không tin cậy hay xác thực, các ứng dụng trí tuệ nhân tạo có thể đưa ra những thông tin không chính xác, đặc biệt khi đối mặt với câu hỏi phức tạp, vấn đề hỏi không rõ ràng.

Viết kịch bản, sản xuất nội dung là giai đoạn bị ảnh hưởng nhiều nhất bởi sự ra đời của AI tạo sinh vào năm 2022. Công nghệ này cho phép tạo nội dung văn bản, âm thanh, nghe nhìn, đồ họa và đồ họa thông tin bằng các kỹ thuật học sâu mô phỏng quá trình học của con người. Các mô hình này xử lý lượng lớn dữ liệu phức tạp và không có cấu trúc và sử dụng dữ liệu đó để tạo nội dung mới ở cùng định dạng.

Thứ ba, sử dụng người dẫn chương trình AI

Trong những năm gần đây, nhiều đài truyền hình tại châu Á đang sử dụng những người dẫn chương trình được tạo ra bởi phần mềm trí tuệ nhân tạo để thay thế cho người thật.

Năm 2018, Tân Hoa Xã gây sốt khi giới thiệu hai nam dẫn chương trình AI - một người đọc bản tin tiếng Anh và người còn lại đọc bản tin tiếng Trung Quốc tại Hội nghị Internet toàn cầu lần thứ 5 tổ chức tại Chiết Giang, Trung Quốc. 1 năm sau đó, Tân Hoa Xã tiếp tục phát triển công nghệ và cho ra mắt nữ Xin Xiaomeng - người dẫn thời sự AI mới, được mô hình hóa giọng nói và phong cách dựa trên nữ MC dẫn chương trình thực Qui Meng. 3 người dẫn chương trình AI này đều là sự hợp tác giữa Tân Hoa Xã và công ty công cụ tìm kiếm Sogou. Mỗi MC AI này có thể làm việc 24 giờ một ngày trên trang web chính thức và các nền tảng truyền thông xã hội khác nhau, qua đó giúp giảm chi phí sản xuất và nâng cao hiệu quả của tin tức. Tuy nhiên, công nghệ này vẫn có những hạn chế. Cụ thể trong bản tin, biểu cảm gương mặt và giọng nói của MC còn lộ rõ sự chưa tự nhiên.

Bên cạnh đó, một số đơn vị sản xuất truyền hình khác tại Châu Á cũng đưa công nghệ Người dẫn chương trình ảo vào các sản phẩm của mình, có thể kể đến như Sana – MC AI có thể dẫn chương trình bằng 75 ngôn ngữ của India Today TV (Ấn Độ), Sasya, Nadira và Bhoomi của mạng lưới truyền hình miễn phí được xem nhiều nhất tại Indonesia – TVOne, hay MC AI dẫn bản tin thời sự tối với hình mẫu là biên tập viên tin tức nổi tiếng Kim Joo Ha của Đài MBN (Hàn Quốc),...

Tại Việt Nam, Báo Tuổi trẻ cũng đã thử nghiệm việc sử dụng MC AI cho các bản tin 30s Nóng và chuyên mục Robot Hỏi – Đáp Covid 19. Đây là việc làm được Báo Tuổi trẻ cho là cần thiết vào thời điểm dịch Covid năm 2021, khi toàn dân thực hiện giải pháp “ai ở đâu ở yên đó”. Cũng trong năm 2021, Báo Lao Động ra mắt một bản tin truyền hình sử dụng biên tập viên ảo dựa trên hệ thống LDO-AI.

Những người thực hiện chương trình Cuộc sống số, phát này 7/4/2024 trên kênh VTV1, cũng đã tạo ra người dẫn chương trình AI bằng cách người dẫn chương trình đến trường quay ghi hình các hành động, cử chỉ và lời nói của mình trong 30 phút, sau đó đưa những dữ liệu này vào ứng dụng có tên AI Clip và đã có thể tạo ra phiên bản ảo của chính mình.

Thứ tư, AI giúp đẩy nhanh tốc độ hậu kỳ sản phẩm

Một số hệ thống AI thông minh có thể tự động nhận diện các cảnh quay quan trọng, loại bỏ các cảnh không cần thiết, thêm hiệu ứng và chuyển động, cắt ghép các phân đoạn video, và tạo ra một bản chỉnh sửa cuối cùng. Công nghệ nhận dạng giọng nói và dịch thuật tự động cũng cho phép tạo ra phụ đề và thuyết minh tự động. Điều này nâng cao khả năng tiếp cận và tương tác với người xem, đồng thời giảm thời gian và công sức cho việc chú thích và thuyết minh thủ công.

Các thuật toán AI có thể tối ưu hóa video cho các nền tảng và kích thước màn hình khác nhau bằng cách động điều chỉnh tỷ lệ khung hình, độ phân giải và cài đặt mã hóa khác. Điều này cực kỳ cần thiết trong thời đại Báo chí di động như hiện nay.

AI có thể tự động chọn các đoạn quay quan trọng hoặc hấp dẫn nhất từ những cảnh gốc để tạo ra thước phim nổi bật hoặc video giới thiệu, bằng cách xác định những khoảnh khắc đáng chú ý dựa trên các yếu tố như tương tác của người xem. Đây cũng là một điểm cộng lớn khi khán giả có xu hướng ưa chuộng những nội dung “nhanh”, giúp họ trong thời gian ngắn nhưng vẫn nắm được những thông tin nổi bật.

Đài Truyền hình TP Hồ Chí Minh là 1 trong những đơn vị tại Việt Nam đã tận dụng lợi thế này của trí tuệ nhân tạo để sáng tạo các nội dung cho Newz – 1 nền tảng báo chí đa phương tiện của cơ quan này. Từ 1 phóng sự phát trên truyền hình với định dạng

video ngang, trước đây các biên tập viên cần chọn thủ công ra những cảnh đặc sắc nhất, di chuyển khung hình cho phù hợp để tạo ra 1 video mới theo định dạng dọc thì bây giờ, các ứng dụng chỉnh sửa video như CapCut hoàn toàn có thể tự động chọn ra những cảnh đó để chuyển đổi thành 1 video định dạng dọc, thời lượng ngắn đăng trên các nền tảng như Tiktok, Reels để dễ thu hút khán giả hơn. Nếu họ có hứng thú với video ngắn định dạng dọc đó, họ sẽ tò mò và tìm đến phóng sự đầy đủ trên truyền hình.

Tuy nhiên, việc sử dụng AI để biên tập hình ảnh truyền hình tự động vẫn có hạn chế như AI có thể không nhận diện được những yếu tố tạo nên sự sáng tạo và cảm xúc trong video. Ngoài ra, AI cũng có thể gặp khó khăn trong việc nhận diện và xử lý các yếu tố đặc biệt trong video, như âm thanh phức tạp hoặc hình ảnh không rõ nét.

Trí tuệ nhân tạo có thể tự động tạo ra một nội dung sơ lược dựa trên dữ liệu đầu vào, đồng thời có thể giúp tự động hóa các công việc có tính lặp lại như kiểm tra chính tả, ngữ pháp, chuyển lời nói thành văn bản (sử dụng công nghệ Speech to text). Điều này giúp phóng viên tiết kiệm thời gian tìm kiếm và biên tập thông tin, đặc biệt với những tin tức mang tính cập nhật đơn thuần như thể thao, báo cáo tài chính, thời tiết,... để tập trung vào việc phân tích và khai thác nhiều khía cạnh nội dung sâu hơn – những tác vụ mà AI không thể thực hiện được.

Công nghệ trí tuệ nhân tạo giúp biên tập viên tiết kiệm thời gian tiến hành các nhiệm vụ như bóc băng phỏng vấn, chuyển từ file ảnh, âm thanh, video sang dạng văn bản; tạo phụ đề cho sản phẩm,... Nền tảng chuyển đổi giữa âm thanh và văn bản của Microsoft hiện đang được nhiều cơ quan, đơn vị sử dụng trong việc sản xuất Truyền hình.

Tại Việt Nam, năm 2023, Bộ Thông tin và Truyền thông cho ra mắt nền tảng chuyển đổi giọng nói tiếng Việt thành văn bản VAIS và Nền tảng giọng nói nhân tạo tiếng Việt tự nhiên Vbee. Công nghệ Vbee - Nền tảng giọng nói nhân tạo tiếng Việt tự nhiên có thể học theo bất kỳ giọng của một người nào đó trong vòng bốn giờ đồng hồ với độ tương tự trên 95%, đa dạng vùng miền, giới tính và độ tuổi, đặc biệt có thể dự đoán cách đọc, các từ viết tắt, từ vay mượn, các từ ngữ đặc trưng của tiếng Việt mà các giải pháp nước ngoài không thể. Hiện VAIS đã được nhiều đơn vị báo chí, truyền hình sử

dụng để phục vụ gỡ băng bài phát biểu tại các kỳ họp, sự kiện.

Thứ năm, AI có thể phân tích sở thích và hành vi của khán giả để đưa ra các khuyến nghị phù hợp

Trí tuệ nhân tạo có khả năng phân tích dữ liệu từ hành vi và sở thích của khán giả truyền hình để đưa ra các khuyến nghị phù hợp. Bằng cách thu thập dữ liệu từ các nguồn như lượt xem, tương tác xã hội và phản hồi từ khán giả, AI có thể phân tích các mẫu và xu hướng trong sở thích của khán giả. Dựa trên thông tin này, AI có thể đề xuất các nội dung phổ biến, thời gian phát sóng tối ưu và thậm chí các chương trình mới dựa trên sở thích và yêu cầu của khán giả.

Một trong những ứng dụng đầy hứa hẹn nhất của AI trong phương tiện truyền thông là tăng cường mức độ tương tác của khán giả thông qua các trải nghiệm được cá nhân hóa. Công nghệ AI cho phép tạo nội dung tương tác và tương tác thời gian thực với người xem thông qua chatbot và các công cụ tương tác khác. Cá nhân hóa này rất quan trọng để duy trì sự quan tâm của người xem trong thời đại mà nội dung phong phú và khả năng tập trung ngắn.

Chẳng hạn như tại Việt Nam, Truyền hình FPT định vị là đơn vị tiên phong ứng dụng công nghệ này để khán giả có thể trải nghiệm dịch vụ truyền hình với tính cá nhân hóa cao. Khi đăng nhập, các tài khoản sẽ ghi nhớ thói quen xem chương trình, lịch sử các nội dung yêu thích. Từ những lần truy cập tiếp theo, người dùng sẽ được đề xuất và hiển thị những nội dung, dựa trên những sở thích và thói quen xem hàng ngày, giúp giảm thời gian tìm kiếm và tiếp cận được những nội dung mình yêu thích một cách nhanh nhất.

Tuy nhiên, việc sử dụng trí tuệ nhân tạo trong việc phân tích sở thích và hành vi khán giả cũng đòi hỏi sự cân nhắc về quyền riêng tư và bảo mật dữ liệu. Cần đảm bảo rằng dữ liệu được thu thập và sử dụng một cách đúng đắn và tuân thủ các quy định về quyền riêng tư.

Trong giai đoạn phân phối nội dung, các hệ thống AI đã góp phần đẩy nhanh quá trình truyền bá nội dung đến công chúng, vốn ngày càng bị phân mảnh và phân phối trên nhiều nền tảng trực tuyến khác nhau. Thông qua các hoạt động thuật toán, việc phân

phối tin tức ngày càng trở nên cá nhân hóa và tương tác hơn, thông qua việc chia sẻ và bình luận giữa người dùng, cảnh báo và đề xuất. AI cũng được sử dụng để kiểm duyệt nội dung trên phương tiện truyền thông xã hội và các trang web báo chí để loại trừ nội dung bạo lực, phân biệt chủng tộc, cực đoan...

3. Kết luận

Trong lĩnh vực báo chí nói chung và đối với các đơn vị sản xuất truyền hình nói riêng, việc ứng dụng các công cụ AI giúp tiết kiệm thời gian và công sức cho đội ngũ sản xuất, đồng thời cho phép họ tập trung vào những công việc sáng tạo hơn. Tuy nhiên việc sử dụng AI cũng đặt ra rất nhiều lo ngại, đặc biệt là nguy cơ đối mặt với tin giả, các vấn đề pháp lý và đạo đức báo chí hay vấn đề lạm dụng bản quyền đối với tác phẩm gốc của các nhà báo. Quá trình thu thập tin tức, lựa chọn thông tin luôn là một trong những hoạt động quan trọng nhất của các nhà báo, cần có kiến thức về nghề nghiệp của mình để chọn thông tin có liên quan nhất để đưa tin. Trong khi đó, khó có thể dạy AI nhận ra các giá trị và chuẩn mực để lựa chọn một vấn đề đáng đưa tin.

Điều này đòi hỏi các phóng viên, nhà báo truyền hình ngày càng nâng cao hiểu biết và kỹ năng của mình trong học tập và ứng dụng AI hiệu quả trong công việc, sử dụng thành thạo các công cụ AI cơ bản dành cho biên tập viên, như phần mềm hỗ trợ biên tập, công cụ phân tích dữ liệu, hệ thống đề xuất nội dung; có khả năng vận hành và sử dụng hiệu quả các công cụ AI để hỗ trợ công việc biên tập, ví dụ như tự động hóa các tác vụ đơn giản, phân tích xu hướng nội dung, tối ưu hóa tiêu đề và mô tả,... Đồng thời, khi ứng dụng AI, mỗi nhà báo, phóng viên cần luôn tuân thủ đạo đức nghề nghiệp, vận dụng khả năng tư duy, phản biện, thích ứng và sáng tạo để tránh những sai sót khi ứng dụng trí tuệ nhân tạo vào sản xuất nội dung báo chí nói chung và sản xuất chương trình truyền hình nói riêng./.

Tài liệu tham khảo

1. Jake Bickerton (2018), BBC 4 turns to AI to create two nights of programming about AI, <https://www.broadcastnow.co.uk/tech/bbc-4-turns-to-ai-to-create-two-nights-of-programming-about-ai/5131773.article>, truy cập ngày 1 tháng 10 năm 2024.

2. Olayemi Ajibulu (2024), "An Exploration into the Fusion of Artificial Intelligence and Broadcasting in the 21st Century", *Tạp chí International Journal of Multidisciplinary Approach and Studies*, số 11(1), tr. 43-47
3. Santy, R. D., Habibillah, M. I., Dimyati, Y. R., Nofia, V. S. S., Luckyardi, S., Gaol, T. V. L., & Oktafiani, D. (2021), "Artificial Intelligence as Human Behavior Detection for Auto Personalization Function in Social Media Marketing", *Tạp chí International Journal of Research and Applied Technology*, số 1(1), tr. 25-34.
4. Virginia Bazán-Gil (2023), "Artificial intelligence applications in media archives", *Tạp chí El Profesional de la Información*, số 32(5), tr.17-22.
5. Zhang Yayin (2022), The Integration of Traditional Broadcasters with Artificial Intelligence in Television News Programmes, *Hội thảo 2nd International Academic Conference on Public Art and Human Development*.