

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA

HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

PHẠM THỊ MAI LIÊN

SỬ DỤNG PHƯƠNG PHÁP KỂ CHUYỆN BẰNG HÌNH ẢNH  
(VISUAL STORYTELLING) TRONG SÁNG TẠO  
TÁC PHẨM BÁO MẠNG ĐIỆN TỬ

LUẬN ÁN TIẾN SĨ BÁO CHÍ HỌC

HÀ NỘI - 2024

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA

HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

PHẠM THỊ MAI LIÊN

SỬ DỤNG PHƯƠNG PHÁP KỂ CHUYỆN BẰNG HÌNH ẢNH  
(VISUAL STORYTELLING) TRONG SÁNG TẠO  
TÁC PHẨM BÁO MẠNG ĐIỆN TỬ

Ngành : Báo chí học

Mã số : 9 32 01 01

LUẬN ÁN TIẾN SĨ BÁO CHÍ HỌC

Người hướng dẫn khoa học: 1. PGS, TS ĐỖ THỊ THU HẰNG

2. PGS, TS BÙI THU HƯƠNG

HÀ NỘI - 2024

## LỜI CAM ĐOAN

Luận án “**Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (visual storytelling) trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử**” là công trình nghiên cứu của riêng tôi, dưới sự hướng dẫn của PGS,TS. Đỗ Thị Thu Hằng và PGS,TS. Bùi Thu Hương. Các tài liệu sử dụng tham khảo, trích dẫn trong Luận án đều đảm bảo rõ nguồn, chính xác. Các số liệu thống kê, kết quả nghiên cứu và phát hiện mới, các kết luận là trung thực, chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nào của những tác giả khác.

Tôi xin cam đoan điều này là đúng sự thật. Nếu sai tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm.

*Hà Nội, ngày ... tháng ... năm 2024*

**Tác giả luận án**

**Phạm Thị Mai Liên**

## LỜI CẢM ƠN

Tác giả xin trân trọng cảm ơn PGS,TS. Đỗ Thị Thu Hằng - Trưởng Ban Nghiệp vụ Hội Nhà báo Việt Nam; PGS,TS. Bùi Thu Hương - Giảng viên Học viện Báo chí và Tuyên truyền đã tận tình hướng dẫn, động viên, chỉ dạy cho tôi về tri thức nghiên cứu khoa học để tôi có thể hoàn thiện Luận án này.

Tác giả luận án xin được gửi lời tri ân đến Quý Thầy, Cô trong Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Viện Báo chí - Truyền thông, đã truyền thụ cho tôi những kiến thức chuyên môn bổ ích và quý báu trong những năm qua. Đặc biệt, tôi xin bày tỏ sự biết ơn sâu sắc tới Ban Lãnh đạo Viện Báo chí - Truyền thông; đó vừa là những Người Thầy, vừa là những Lãnh đạo trực tiếp của tôi tại đơn vị công tác, đã dành nhiều thời gian, công sức cũng như tâm huyết trong sự nghiệp đào tạo cán bộ trẻ; là nguồn động viên, khích lệ to lớn giúp tôi vượt qua nhiều khó khăn trong quá trình thực hiện luận án này. Đồng thời, tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Quý Thầy, Cô, các Nhà khoa học... tham gia Hội đồng đánh giá luận án các cấp đã đưa ra những lời nhận xét công tâm, những góp ý có giá trị khoa học vô cùng quý giá, giúp tôi hoàn thiện Luận án ngày một tốt hơn.

Nhân cơ hội này, tôi cũng muốn gửi lời cảm ơn chân thành đến các Nhà báo, Phóng viên của các cơ quan báo chí và bạn bè, đồng nghiệp, cùng nhiều cơ quan, cá nhân khác trong cả nước, các bạn học viên, sinh viên của Học viện Báo chí và Tuyên truyền đã tạo điều kiện, tận tâm, tận lực giúp đỡ tôi trong suốt quá trình thu thập tư liệu cho Luận án.

Từ tận đáy lòng, xin được cảm ơn những người thân trong gia đình, bố mẹ, chồng con - những người đã âm thầm hy sinh, chịu nhiều vất vả, lặn lội động viên, chăm sóc cho tôi trong suốt hành trình thực hiện Luận án.

***Trân trọng cảm ơn!***

*Hà Nội, ngày ... tháng ... năm 2024*

**Tác giả luận án**

**Phạm Thị Mai Liên**

## MỤC LỤC

<b>MỞ ĐẦU .....</b>	<b>1</b>
<b>TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN.....</b>	<b>14</b>
<b>Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN CỦA VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU .....</b>	<b>54</b>
1.1. Các khái niệm cơ bản liên quan đến đề tài .....	54
1.2. Các lý thuyết tiếp cận vấn đề nghiên cứu .....	66
1.3. Đặc điểm, vai trò và phân loại phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử .....	73
1.4. Nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong quy trình sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử .....	81
1.5. Tiêu chí đánh giá việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử .....	91
<b>Chương 2: THỰC TRẠNG SỬ DỤNG PHƯƠNG PHÁP KỂ CHUYỆN BẰNG HÌNH ẢNH TRONG SÁNG TẠO TÁC PHẨM BÁO MẠNG ĐIỆN TỬ.....</b>	<b>97</b>
2.1. Tổng quan về các đơn vị khảo sát.....	97
2.2. Kết quả khảo sát thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử .....	101
2.3. Đánh giá thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh ở các tờ báo thuộc diện khảo sát .....	137
<b>Chương 3: VẤN ĐỀ ĐẶT RA, GIẢI PHÁP, KHUYẾN NGHỊ NHẪM THỨC ĐẨY SỬ DỤNG PHƯƠNG PHÁP KỂ CHUYỆN BẰNG HÌNH ẢNH TRONG SÁNG TẠO TÁC PHẨM BÁO MẠNG ĐIỆN TỬ .....</b>	<b>154</b>
3.1. Những vấn đề đặt ra đối với việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử .....	154
3.2. Một số giải pháp nhằm thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử .....	163
3.3. Khuyến nghị khoa học nhằm thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử .....	178
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>190</b>
<b>DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ LUẬN ÁN CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN.....</b>	<b>196</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>197</b>
<b>PHỤ LỤC .....</b>	<b>210</b>

## DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

BC-TT	:	Báo chí - truyền thông
BMĐT	:	Báo mạng điện tử
BTV	:	Biên tập viên
CLB	:	Câu lạc bộ
CQBC	:	Cơ quan báo chí
ĐPT	:	Đa phương tiện
MXH	:	Mạng xã hội
NTL	:	Người trả lời
NB/PV	:	Nhà báo/ phóng viên
PVS	:	Phỏng vấn sâu
TPBC	:	Tác phẩm báo chí
TTHA	:	Truyền thông hình ảnh
TTO	:	Tuổi trẻ Online
TTXVN	:	Thông tấn xã Việt Nam
VNE	:	Vnexpress
VTV	:	Đài Truyền hình Việt Nam
VOV	:	Đài Tiếng nói Việt Nam
VPCP	:	Văn phòng Chính phủ

## DANH MỤC BẢNG

<i>Bảng 1.1. Tương quan so sánh giữa kể chuyện trong văn học và kể chuyện trong báo chí.....</i>	<i>59</i>
<i>Bảng 2.1. Số lượng các tác phẩm điện khảo sát phân theo chủ đề .....</i>	<i>105</i>
<i>Bảng 3.1. Chỉ báo các ưu thế của mỗi dạng thức hình ảnh và gợi ý các tình huống sử dụng điển hình.....</i>	<i>171</i>

## DANH MỤC BIỂU ĐỒ

<i>Biểu đồ 2.1. Số lượng các tác phẩm được đăng tải ở các chuyên mục ..... 102</i>	102
<i>thuộc diện khảo sát..... 102</i>	102
<i>Biểu đồ 2.2. Mục đích đăng tải các TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh theo từng đơn vị khảo sát ..... 103</i>	103
<i>Biểu đồ 2.3. Tần suất sử dụng ảnh tĩnh để kể chuyện trong các tác phẩm BMĐT thuộc diện khảo sát ..... 110</i>	110
<i>Biểu đồ 2.4. Mức độ sử dụng ảnh tĩnh full màn hình trong các tác phẩm thuộc diện khảo sát ..... 110</i>	110
<i>Biểu đồ 2.5. Mức độ sử dụng slideshow để kể chuyện bằng hình ảnh trong mỗi tác phẩm BMĐT thuộc diện khảo sát ..... 111</i>	111
<i>Biểu đồ 2.6. Tần suất kể chuyện bằng video trong các tác phẩm theo từng trang báo (đơn vị tính %) ..... 114</i>	114
<i>Biểu đồ 2.7. Tần suất sử dụng từng kiểu video để kể chuyện bằng hình ảnh trong mỗi tác phẩm BMĐT (đơn vị tính: tác phẩm)..... 114</i>	114
<i>Biểu đồ 2.8. Số lượng tác phẩm và mức độ sử dụng các dạng đồ họa máy tính để kể chuyện bằng hình ảnh trên BMĐT ..... 115</i>	115
<i>Biểu đồ 2.9. Thực trạng sử dụng các nguyên tắc kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung các tác phẩm diện khảo sát (đơn vị tính: %).....120</i>	120
<i>Biểu đồ 2.10. Kết cấu câu chuyện hình ảnh trên các tờ báo diện khảo sát (%) .....124</i>	124
<i>Biểu đồ 2.11. Thực trạng sử dụng ngôi kể trên các báo diện khảo sát ..... 127</i>	127
<i>Biểu đồ 2.12. Tỷ lệ các phương thức tiến hành được sử dụng để kể chuyện ở bốn tờ báo diện khảo sát (%)..... 129</i>	129
<i>Biểu đồ 2.13. Mức độ sử dụng các hiệu ứng kỹ thuật để kể chuyện (%) ..... 136</i>	136
<i>Biểu đồ 2.14. Thành phần tham gia sản xuất TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (đơn vị tính: %) ..... 140</i>	140
<i>Biểu đồ 2.15. Dung lượng text trong các tác phẩm thuộc diện khảo sát..... 146</i>	146



## DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1. Khái niệm “hình ảnh” nhìn từ các thành tố cấu thành .....	56
Hình 2.1. Tác phẩm “Nâng tầm quan hệ giữa Việt Nam với CuBa, Argentina và Uruguay” (Nguồn: Báo Nhân dân điện tử) .....	108
Hình 2.2. Video được sử dụng để kể câu chuyện về những đứa trẻ trong sương....	113
Hình 2.3. Đồ họa thông tin trình bày, giải thích các chỉ tiêu về kinh tế đến năm 2030 trong Nghị quyết phát triển vùng do Bộ Chính trị ban hành .....	116
Hình 2.4. Đồ họa tĩnh được kết hợp cùng hiệu ứng tương tác đem lại cho công chúng sự liên tưởng về đôi cánh đại bàng đang bay (nguồn VNE).....	118
Hình 2.5. Ảnh chụp màn hình đồ họa tương tác về quy trình cấp phép_chuyến bay combo (nguồn VNE).....	119
Hình 2.6. Tác phẩm “Hà Nội rộng gấp ba, giá nhà đất gấp đôi” là một câu chuyện hoàn chỉnh (nguồn VNE) .....	122
Hình 2.7. Kịch bản tác phẩm Lương hưu chệch “đường ray” [189].....	133
Hình 2.8. Các hiệu ứng chuyển động hình ảnh được tích hợp trong phần mềm CMS của báo điện tử Vietnam+ .....	139
Hình 2.9. Trích một số bình luận của độc giả phía cuối tác phẩm_“Thị trường bất động sản, cần Bao Công hay Adam Smith?” trên TTO .....	143
Hình 3.1. Video full màn hình được sử dụng để kể câu chuyện lấn chiếm_vĩa hè tại Sài Gòn (nguồn: VNE).....	157
Hình 3.2. Mở đầu câu chuyện “Mùa hè khắc nghiệt” (nguồn: VNE) .....	160
Hình 3.3. Hình ảnh chụp bằng thiết bị bay không người lái từ trên cao (drone) mang lại ấn tượng thị giác với độc giả trong chùm tác phẩm “Sạt lở miền Tây” (Nguồn: VNE) .....	165
Hình 3.4. Quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT (Nguồn: Phạm Thị Mai Liên, 2024).....	167
Hình 3.5. Nhà báo sử dụng hình vẽ minh họa để kể lại câu chuyện một người con mất cha do ảnh hưởng của đại dịch covid-19 trong tình huống không muốn làm lộ danh tính nhân vật .....	170

## MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Sự ra đời của Internet, trí tuệ nhân tạo và các công nghệ mới buộc báo chí phải thay đổi từ phương thức sản xuất đến hình thức thể hiện tác phẩm. Sáng tạo tác phẩm báo chí (TPBC) để thu hút công chúng luôn là mục đích của các nhà báo, nhất là trong thời đại số. Các xu hướng báo chí mới như: báo chí dữ liệu, báo chí di động, báo chí sáng tạo, báo chí đa nền tảng, ... cùng các dạng thức TPBC mới như: Megastory, Long-form, E-magazine hay Spotlight... vốn không được cho là đặc thù của báo chí, ngày càng được sử dụng phổ biến, khiến người ta phải nghĩ làm sao để báo chí vừa giữ được những phương thức làm báo đáp ứng những nguyên tắc thông tin truyền thống, vừa ứng dụng sáng tạo những cách thức làm báo hiện đại để không bị bỏ xa trong cuộc đua thời cuộc?

Kể chuyện bằng hình ảnh (Visual Storytelling) trong sáng tạo TPBC nói chung và BMĐT nói riêng không chỉ là một phương pháp sáng tạo nội dung, cần coi đó là một chiến lược sử dụng nội dung trực quan để truyền đạt một câu chuyện nhằm tăng sức hấp dẫn của tác phẩm BMĐT, khẳng định uy tín, tạo thương hiệu của các CQBC trong bối cảnh lớp công chúng mới được hình thành.

Phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là một phương pháp hoạt động thực tiễn của nhà báo; việc ứng dụng phương pháp này trong hoạt động sáng tạo TPBC có khả năng tạo ra một câu chuyện trực quan, sống động, khơi gợi cảm xúc của người tiếp nhận. Báo chí hiện đại sử dụng phương thức này để truyền tải thông điệp tới công chúng và ngày càng cho thấy hiệu quả tác động mạnh mẽ, sâu rộng.

Tháng 12/2012, lần đầu tiên, bạn đọc báo NYT được tiếp cận với một dạng bài BMĐT hoàn toàn mới mang tên Snow Fall (Lở tuyết). Đối với những người làm báo thời điểm đó, các yếu tố như video, ảnh, đồ họa... không còn xa lạ và đã được sử dụng từ nhiều năm. Nhưng việc kết hợp nhiều yếu tố hình ảnh (gồm ảnh tĩnh, video tương tác, animation...) bên cạnh text một cách liền mạch, chặt chẽ để kể lại một chuỗi các sự kiện/sự việc/hành

động/tình tiết... một cách đầy đủ, có chiều sâu theo trình tự nhất định, trong bối cảnh cụ thể nhằm tái hiện câu chuyện trực quan, sống động, giàu cảm xúc... như vậy là rất ít ỏi. Tác phẩm này đã giành được nhiều giải thưởng báo chí quan trọng và đạt Giải Pulitzer năm 2013.

Tại Việt Nam, xu hướng sản xuất các dạng thức tác phẩm BMĐT mới, ứng dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung, được báo VietnamPlus (Thông tấn xã Việt Nam) tiên phong thực hiện vào giữa năm 2016. Sau VietnamPlus, từ năm 2017, nhiều CQBC cũng đã triển khai thực hiện các tác phẩm theo định dạng này. Trước tiên là những BMĐT lớn, có tiềm lực về kinh tế và có trong tay đội ngũ kỹ thuật - thiết kế mạnh như Nhân dân, VnExpress (VNE), Thanh Niên, Tuổi Trẻ (TTO)... Các tờ khác như báo Đảng địa phương, báo của các Bộ, Ngành... cũng vào cuộc cho dù cách làm còn khá đơn sơ và chưa thực sự được đầu tư vào vấn đề công nghệ cũng như mỹ thuật.

Với đặc trưng ưu việt là siêu văn bản (hypertext) và đa phương tiện (multimedia), BMĐT tỏ rõ ưu thế của mình so với các loại hình báo chí trong việc sản xuất các TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh. Tuy nhiên, các tác phẩm BMĐT sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh như thế nào? Đã đạt được kết quả gì và còn những hạn chế gì cần phải khắc phục? Các nhà báo đã sử dụng phương pháp này trong quy trình sáng tạo TPBC ra sao? Cần làm gì để thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo TPBC?... Qua nghiên cứu các tài liệu đã có, tác giả nhận thấy, đây vẫn đang là khoảng trống trong nghiên cứu lý luận và thực tiễn, cần thiết phải có công trình khảo sát, nghiên cứu thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT hiện nay, dựa vào kết quả nghiên cứu thực trạng đó mới có thể đề xuất những giải pháp, khuyến nghị phù hợp nhằm nâng cao chất lượng TPBC nói chung và tác phẩm BMĐT nói riêng trong thời gian tới.

Xác định những vấn đề vừa trình bày ở trên có tính thời sự, có ý nghĩa lý luận và thực tiễn, có những khoảng trống cần thiết phải nghiên cứu để tìm ra câu trả lời thỏa đáng. Tác giả lựa chọn nghiên cứu đề tài ***“Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (visual storytelling) trong sáng tạo tác phẩm báo mạng***

*điện tử*” làm đề tài nghiên cứu cho luận án tiến sĩ chuyên ngành Báo chí học với mục tiêu bổ sung vào khoảng trống trong nghiên cứu lý luận và thực tiễn trên.

## **2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu**

**Mục đích nghiên cứu:** Trên cơ sở nghiên cứu lý luận và thực tiễn, luận án khảo sát, phân tích thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (Visual Storytelling) trong sáng tạo tác phẩm BMĐT thuộc diện khảo sát. Từ đó, đánh giá thành công hạn chế, làm rõ những vấn đề đặt ra và đề xuất một số giải pháp, khuyến nghị nhằm thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT ở các toà soạn báo tại Việt Nam hiện nay.

**Nhiệm vụ nghiên cứu:** Để đạt được mục đích trên, trong phạm vi luận án, tác giả xác định những nhiệm vụ nghiên cứu sau đây:

*Một là*, nghiên cứu tổng quan những tài liệu của thế giới và của Việt Nam có liên quan đến đề tài, chất lọc những giá trị khoa học cần thiết để kế thừa cho luận án.

*Hai là*, hệ thống hoá cơ sở lý luận và thực tiễn việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT.

*Ba là*, khảo sát, phân tích, đánh giá thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT ở Việt Nam hiện nay, qua nghiên cứu 4 trường hợp BMĐT: Nhân dân điện tử, VNE, TTO và Vietnamplus trong năm 2023.

*Bốn là*, nhận diện vấn đề đặt ra, từ đó đề xuất một số giải pháp, khuyến nghị nhằm thúc đẩy việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT hiện nay.

## **3. Đối tượng nghiên cứu, phạm vi nghiên cứu**

**Đối tượng nghiên cứu** của luận án là lý luận, thực tiễn vấn đề sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (visual storytelling) trong sáng tạo tác phẩm BMĐT.

**Phạm vi nghiên cứu** của đề tài Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (visual storytelling) trong sáng tạo tác phẩm BMĐT là rất rộng do nội hàm ý nghĩa thuật ngữ “tác phẩm BMĐT” bao gồm đầy đủ các thể loại

TPBC truyền thống (tin, bài phản ánh, phỏng vấn, phóng sự, điều tra, bình luận, xã luận, chuyên luận...) và các dạng thức TPBC mới, riêng có ở loại hình BMĐT. Luận án chú trọng nghiên cứu việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (visual storytelling) trong sáng tạo tác phẩm BMĐT- từ góc nhìn các yếu tố nội dung và hình thức tác phẩm, các bước, khâu trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT.

Trong khuôn khổ nghiên cứu này, tác giả chỉ lựa chọn nghiên cứu và khảo sát các TPBC đăng tải trên 4 chuyên mục tương ứng 4 tờ BMĐT là: Chuyên mục E-magazine trên Nhân dân điện tử, Chuyên mục Spotlight trên VNE, Chuyên mục Megastory trên TTO và Chuyên mục Vietnam+ Spotlight trên Vietnamplus, trong năm 2023.

Lý do tác giả đưa ra lựa chọn này là vì:

*Thứ nhất*, trên cơ sở tổng quan tài liệu, xây dựng hệ thống khái niệm công cụ và phân tích các đặc điểm của phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh ở chương 1, tác giả nhận thấy phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là một trong nhiều phương pháp hoạt động thực tiễn của nhà báo để sáng tạo tác phẩm. Một tác phẩm BMĐT có thể sử dụng hình ảnh là yếu tố **duy nhất** để kể chuyện (VD các tác phẩm phóng sự ảnh, video, infographic... đứng độc lập) hoặc sử dụng hình ảnh là yếu tố **quan trọng** (kết hợp cùng văn bản và các kỹ thuật truyền thông khác) để kể chuyện (VD các tác phẩm được định danh là tác phẩm chuyên sâu, tác phẩm chất lượng cao...). Trong khuôn khổ luận án này, tác giả khoanh vùng hướng nghiên cứu của mình ở góc độ sử dụng hình ảnh là yếu tố **quan trọng** (kết hợp cùng văn bản và các kỹ thuật truyền thông khác) để kể chuyện trong tác phẩm BMĐT, nên việc lựa chọn các tác phẩm đăng tải ở 4 chuyên mục tương ứng 4 tờ BMĐT gồm: Chuyên mục E-magazine trên Nhân dân điện tử, Chuyên mục Spotlight trên VNE, Chuyên mục Megastory trên TTO và Chuyên mục Vietnam+ Spotlight trên Vietnamplus là phù hợp.

*Thứ hai*, đây là các chuyên mục mới xuất hiện so với các chuyên mục khác trên BMĐT, mang tính riêng có của loại hình. Tại đây, tập hợp các tác phẩm được các toà soạn định danh là TPBC chất lượng cao, phản ánh các vấn

đề phức tạp, có hàm lượng thông tin lớn, ảnh hưởng đến nhiều người... được CQBC tập trung đầu tư thời gian, công sức để sản xuất trên cơ sở ứng dụng một loạt các phương pháp sáng tạo nội dung hiện đại, trong đó không thể không kể tới phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh.

*Thứ ba*, qua quan sát thực tế đăng tải các tác phẩm trên 4 chuyên mục, điểm chung dễ nhận thấy nhất là hầu hết các TPBC đều chú trọng tới 3 yếu tố gồm: nội dung số - công nghệ số - mỹ thuật số. Phần lớn các tác phẩm được đăng tải đều sử dụng hình ảnh là yếu tố quan trọng (thậm chí là chủ đạo ở một số tác phẩm) tham gia vào quá trình NB/PV kể câu chuyện cho độc giả, dưới sự hỗ trợ đặc lực của công nghệ hiện đại, tạo hấp dẫn thị giác, giúp độc giả đến gần sự thật nhất có thể, thấu hiểu bối cảnh câu chuyện, bồi đắp cảm xúc và đưa ra hành động. Trong đó:

- Nhân dân điện tử thuộc báo Nhân dân, là một trong 4 cơ quan báo chí - truyền thông (BC-TT) lớn nhất của Việt Nam. Chuyên mục E-magazine trên báo Nhân dân điện tử tập hợp các bài báo “Special” được đầu tư kỹ lưỡng về nội dung, công nghệ và mỹ thuật.

- Tuổi trẻ Online - là một trong nhiều ấn bản của báo Tuổi trẻ - cơ quan ngôn luận của Đoàn TNCS thành phố Hồ Chí Minh. Chuyên mục Megastory “được báo Tuổi trẻ Online xây dựng và phát triển với mục đích kết hợp các xu hướng báo chí truyền thông và hiện đại trong bối cảnh công nghệ số có nhiều bước tiến vượt bậc” [PVS9].

- Báo VnEpress là báo điện tử tiếng Việt có nhiều người đọc nhất hiện nay. Luôn duy trì vị trí số 1 trong lĩnh vực báo chí tại Việt Nam theo thống kê của SimilarWeb. Nội dung báo chí chất lượng cao đăng tải trong chuyên mục Spotlight được đẩy mạnh đầu tư với các tác phẩm độc quyền, sử dụng dữ liệu, ứng dụng công nghệ làm báo hiện đại, có sức ảnh hưởng và giá trị thiết thực với cộng đồng [7, tr.193].

- Báo điện tử Vietnamplus trực thuộc Thông tấn xã Việt Nam (TTXVN) có lượng công chúng từ nhiều quốc gia truy cập nhất (với 217 quốc gia và vùng lãnh thổ truy cập năm 2022) hiện nay tại Việt Nam. VietnamPlus đi tiên phong trong việc áp dụng các công nghệ truyền thông mới: báo chí di

động, báo chí dữ liệu, ảnh/video 360 độ, cùng những sản phẩm báo chí độc đáo. Là nơi tập hợp các sản phẩm báo chí chất lượng cao của Vietnamplus, chuyên mục Vietnam+ Spotlight được hình thành và phát triển gắn với slogan “*sản phẩm báo chí chất lượng cao của Vietnamplus, đơn vị tiên phong, sáng tạo trong hành trình chuyển đổi số*” có địa chỉ tại đường link: <https://mega.vietnamplus.vn/> đăng tải nhiều tác phẩm được đầu tư công phu và bài bản, từng đoạt giải thưởng quốc tế về truyền thông sáng tạo.

Tóm lại, cả 4 tờ báo đều là những tờ báo đi tiên phong trong việc xây dựng, phát triển dạng TPBC mới, ở Việt Nam hiện nay. Nghiên cứu thực trạng, tìm ra những thành công và hạn chế của bốn tờ báo này trong việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT sẽ rút ra được những đặc điểm căn bản và cách thức ứng dụng phương pháp này trong sáng tạo nội dung tác phẩm BMĐT.

Năm 2023 là thời điểm các tờ báo trên thế giới, và cả Việt Nam đứng trước cuộc cạnh tranh khốc liệt trên đường đua giành lại thị phần công chúng trong bối cảnh phát triển như vũ bão của MXH, do đó các toà soạn báo hơn lúc nào hết cần đẩy mạnh việc ứng dụng thành tựu của khoa học công nghệ, đầu tư phát triển các dạng thức báo chí mới, thông tin tới công chúng bằng hình thức kể những câu chuyện thực sự hấp dẫn qua việc kết hợp nhiều yếu tố đa phương tiện, trong đó đặc biệt chú trọng tới các yếu tố hình ảnh. Luận án nghiên cứu trong phạm vi 1 năm trên 4 tờ báo - khoảng thời gian đủ dài để nhận định thực trạng sử dụng hình thức truyền thông số này trên các tờ BMĐT.

#### **4. Câu hỏi nghiên cứu và khung phân tích**

##### ***4.1. Câu hỏi nghiên cứu***

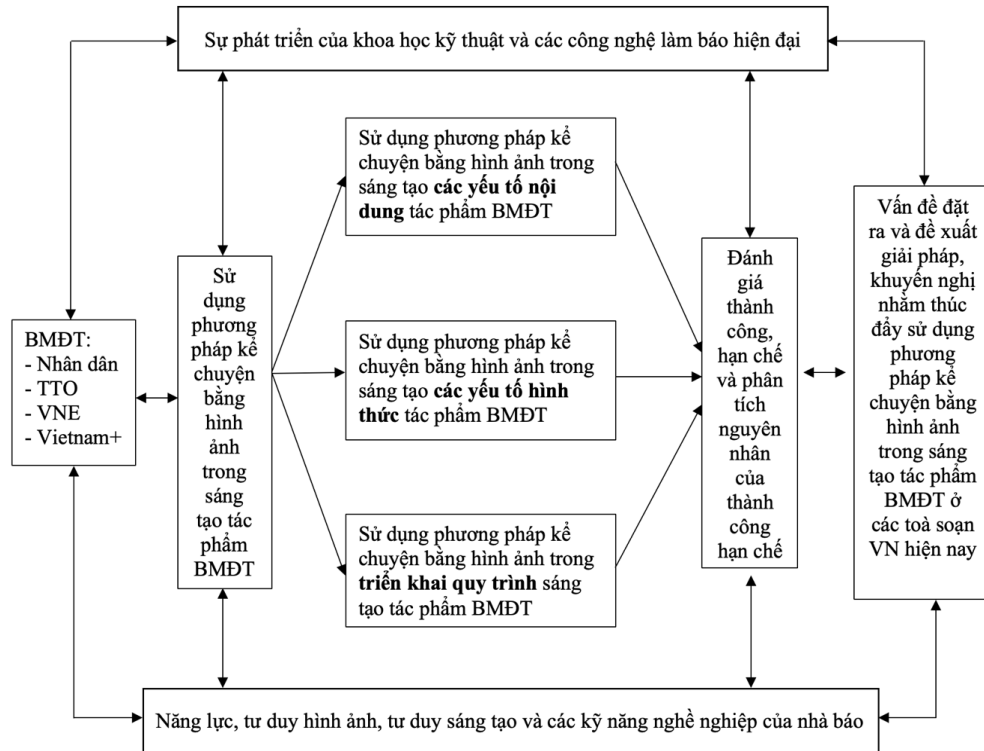
Luận án được thực hiện nhằm làm sáng rõ các câu hỏi nghiên cứu sau:

*Câu hỏi 1:* BMĐT hiện nay sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung và hình thức tác phẩm như thế nào?

*Câu hỏi 2:* Các nhà báo đã sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong triển khai quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT ra sao?

*Câu hỏi 3:* Cần làm gì để thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT ở các toà soạn báo tại Việt Nam hiện nay?

## 4.2. Khung phân tích



## 5. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

### 5.1. Cơ sở lý luận và các lý thuyết tiếp cận

Luận án tiếp cận mục tiêu và các nhiệm vụ nghiên cứu dựa trên những cơ sở lý luận chính sau đây: Chủ nghĩa Mác - Lê nin, Tư tưởng Hồ Chí Minh; Quan điểm, đường lối, chính sách pháp luật của Đảng, Nhà nước về vai trò của báo chí; Lý luận chung về BC-TT: khái niệm, vai trò, chức năng, nguyên tắc hoạt động, mối quan hệ tác giả - tác phẩm - công chúng.

Trong đề tài này, tác giả sử dụng các lý thuyết sau:

- Lý thuyết về mô hình, phân loại truyền thông trong cuốn Truyền thông - Lý thuyết và kỹ năng cơ bản [18]. Lý thuyết về đặc điểm, vai trò và chức năng của báo chí trong cuốn Cơ sở lý luận báo chí [15]. Đây là cơ sở lý luận chung của BC-TT. Đề tài cũng sử dụng lý thuyết về tâm lý tiếp nhận sản phẩm báo chí của công chúng được tác giả Đỗ Thị Thu Hằng (2013) xây dựng trong công trình nghiên cứu “Giáo trình Tâm lý học báo chí” [34]. Đặc biệt, nội dung về “Cơ chế tạo mẫu và đối chiếu mẫu trong tiếp nhận của công chúng truyền hình” đã chỉ ra 2 điều kiện cơ bản để công chúng có thể tiếp



nhận hình ảnh một cách dễ dàng từ góc độ người làm báo bao gồm: “*Một là, phải làm cho công chúng có càng nhiều càng tốt các hình mẫu về các vấn đề đang trình bày. Hai là, các hình ảnh được đưa ra bao lâu, với cường độ như thế nào, sự nhắc lại ra sao phải căn cứ vào khả năng phân tích và nhận biết của mắt, trên cơ sở đã xác định được công chúng đã có hình mẫu gì để tiếp cận*” [34, tr.39].

- Lý thuyết kể chuyện (Narrative theory): Lý thuyết này gợi ý rằng những câu chuyện là nền tảng cho sự giao tiếp và hiểu biết của con người, và những câu chuyện đó đóng một vai trò quan trọng trong việc hình thành cách mọi người hiểu về thế giới. Trong bối cảnh truyền thông tin tức trực tuyến, lý thuyết kể chuyện có thể được sử dụng để xem xét cách sử dụng các kỹ thuật kể chuyện nhằm truyền đạt nội dung tin tức cũng như thu hút và thuyết phục công chúng.

- Lý thuyết đóng khung, theo lý thuyết này cách một vấn đề được trình bày hoặc đóng khung có thể ảnh hưởng đến cách độc giả cảm nhận vấn đề đó. Trong bối cảnh truyền thông tin tức trực tuyến, Lý thuyết khung được sử dụng để phân tích cách sử dụng các kỹ thuật kể chuyện bằng hình ảnh để đóng khung các chủ đề hoặc vấn đề tin tức theo một cách cụ thể, đồng thời định hình nhận thức và ý kiến của công chúng. Bằng cách sử dụng các lý thuyết hướng dẫn này, các nhà nghiên cứu có thể hiểu rõ hơn về cách sử dụng các kỹ thuật kể chuyện bằng hình ảnh trong các phương tiện truyền thông tin tức trực tuyến để truyền đạt nội dung tin tức, thu hút khán giả và định hình nhận thức và thái độ của công chúng.

- Các lý thuyết về truyền thông hình ảnh (TTHA), nguyên lý thị giác của công chúng trong quá trình tiếp nhận sản phẩm báo chí. TTHA là lĩnh vực nghiên cứu rộng lớn với nhiều quan điểm tiếp cận. Szytko-Kwas, J, (2019) cho rằng “*TTHA dưới góc độ thị giác là khả năng đọc, diễn giải và thấu hiểu thông tin được hiển thị dưới dạng hình ảnh, đồng thời là khả năng trình bày thông tin thông qua thông điệp trực quan*” [142]. Roland Barthes (1977) đã bàn về phương thức tác động của hình ảnh, bao gồm nội dung trong tác phẩm hình ảnh và cảm xúc mà tác phẩm hình ảnh đó mang lại [140]. Trong chương

nội dung về lý thuyết hình ảnh, tác giả Paul Martin Lester (2013), làm rõ 4 lý thuyết hình ảnh có liên hệ trực tiếp với TTĐC và chia thành 2 nhóm cơ bản: Lý thuyết cảm quan của TTHA (gồm: thuyết Gestalt và chủ nghĩa kiến tạo); Lý thuyết cảm nhận của TTHA (gồm: ký hiệu học và nhận thức) [134, tr.43-71]. Từ các lý thuyết về TTHA này, tác giả luận án có thể hiểu rõ hơn về ý nghĩa, cơ chế tác động của hình ảnh đến người xem; gợi ý cách thức hiểu, phân tích các ngữ nghĩa của hình ảnh.

## ***5.2. Phương pháp nghiên cứu***

*Phương pháp nghiên cứu chung:* Dựa trên cơ sở có tính nguyên tắc của logic biện chứng, luận án sử dụng một số phương pháp nghiên cứu vừa truyền thống, vừa hiện đại của khoa học xã hội và nhân văn để nghiên cứu vấn đề sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT.

*Phương pháp nghiên cứu cụ thể:*

- *Phương pháp phân tích nội dung*, được tác giả tiến hành ở 2 cấp độ cụ thể là định lượng và định tính với cách thức thực hiện sau:

*Một là*, tập hợp, hệ thống, nghiên cứu các tài liệu của nước ngoài và của Việt Nam (như: sách, luận án, luận văn, đề tài khoa học, bài báo khoa học...) có liên quan đến vấn đề sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT nhằm thu thập thông tin cần thiết cho luận án trên cơ sở phân tích nội dung những tài liệu đã có.

Với sự trợ giúp của ứng dụng Research Rabbit AI (trợ lý nghiên cứu ảo, giúp tìm và sắp xếp các tài liệu nước ngoài), tác giả đã tìm được 67 tài liệu sử dụng hệ thống từ khoá có liên quan đến vấn đề nghiên cứu như: “Visual”, “Visual storytelling”, “Visual communication theory”, “Visual narrative journalism”, “Semiotics”, “Narrative theory”...

*Hai là*, phân tích nội dung tất cả các văn bản (cả nội dung được hiển ngôn và nội dung hàm ngôn) có liên quan đến đề tài luận án, nhằm lượng hoá nội dung một cách hệ thống, có thể nhân rộng dựa trên các tiêu chuẩn đã được xác định theo nội dung của đề tài luận án và để hiểu về giá trị của các tài liệu đã có, về thông điệp của các TPBC.

*Ba là*, khảo sát và thống kê: Cách thức này dùng để khảo sát thực tiễn

việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT, thống kê tần suất đăng tải các TPBC đăng tải trên trên 4 chuyên mục tương ứng 4 tờ BMĐT là: Chuyên mục E-magazine trên Nhân dân điện tử, Chuyên mục Spotlight trên VNE, Chuyên mục Megastory trên TTO và Chuyên mục Vietnam+ Spotlight trên Vietnamplus, thời gian trong năm 2023.

Cụ thể, để thu thập được 760 tác phẩm trên 4 tờ BMĐT, chúng tôi đã tiến hành code hệ thống Automation dựa trên nền tảng thư viện mở Selenium. Sử dụng công cụ lập trình Microsoft Visual Studio, ngôn ngữ lập trình C# kết hợp với JavaScript, chạy trên từng trang báo để lấy được toàn bộ các bài đăng tải trong năm 2023 trên 4 chuyên mục thuộc diện khảo sát.

Với mỗi trang báo, tiến hành thiết lập các câu lệnh truy vấn jQuery riêng để có thể lấy được các thành phần của bài báo (tiêu đề, link, tác giả, thời gian đăng tải...). Sau đó, đưa các câu lệnh này vào phần mềm Automation được lập trình bằng ngôn ngữ C#, phần mềm sẽ hỗ trợ tự động chạy, quét lần lượt từng bài báo để lấy ra các thông tin cần thiết [Phụ lục 3].

*Bốn là*, sử dụng bảng mã phân tích tác phẩm để phân loại 760 tác phẩm theo mục đích đăng tải, nhằm tách biệt 642 TPBC và 118 tác phẩm truyền thông (có nội dung đặt hàng) trên báo chí. Tiến hành phân tích nội dung thông điệp của các tác phẩm diện khảo sát để minh chứng cho vấn đề nghiên cứu. Hoặc, phân tích nội dung kịch bản, đề cương tác phẩm của các nhà báo nhằm thu thập thông tin mang tính định lượng và định tính.

*Năm là*, đi sâu tìm hiểu mức độ quan tâm của độc giả với các bài đăng, chúng tôi đã sử dụng công cụ Automation để chạy các câu jQuery truy vấn, nhằm thu nhận dữ liệu lượt react/like/share/comment của độc giả tương tác cuối mỗi bài đăng và xem đó như một chỉ báo để đánh giá hiệu quả sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong các tác phẩm thuộc diện khảo sát.

- *Phương pháp phỏng vấn chuyên gia* được dùng để nghiên cứu thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT của nhà báo. Phương pháp này được thực hiện vừa trực tiếp, vừa gián tiếp qua điện thoại và email, có dự kiến trước một số câu hỏi theo nội dung nghiên cứu. Cụ thể, tác giả luận án phỏng vấn sâu 20 trường hợp

thuộc các nhóm sau:

+ Nhóm 1 (12 trường hợp): Những người trực tiếp thực hiện, sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh, sản xuất các tác phẩm BMĐT chất lượng cao ở 4 tờ báo trong diện khảo sát bao gồm 4 biên tập viên, 4 phóng viên, 4 họa sĩ thiết kế đồ họa/lập trình viên;

+ Nhóm 2 (4 trường hợp): Những người làm công tác quản lý; phụ trách truyền thông và phát triển sản phẩm báo chí sáng tạo ở các cơ quan BMĐT.

+ Nhóm 3 (4 trường hợp): Chuyên gia trong lĩnh vực BC-TT.

Mục đích phỏng vấn nhằm thu thập được những ý kiến của người trả lời (NTL) về cách hiểu thuật ngữ “hình ảnh”, quan điểm về “kể chuyện” và “kể chuyện bằng hình ảnh” trên báo chí, quan điểm về hoạt động sáng tạo tác phẩm, về thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong hoạt động BC-TT hiện nay và gợi ý những giải pháp để giải quyết vấn đề.

Phương pháp xử lý thông tin: Để xử lý kết quả phỏng vấn sâu, tác giả luận án sử dụng phần mềm xử lý dữ liệu định tính Nvivo 11.4.0. Tuy nhiên, để giảm thiểu tối đa dung lượng của luận án, tác giả chỉ chiết suất những kết quả cần thiết, mà không đưa toàn bộ kết quả khảo sát vào Phụ lục luận án.

- *Phương pháp thảo luận nhóm* được dùng để lấy ý kiến của nhóm sinh viên lớp Truyền thông đa phương tiện K40 (Sinh viên năm cuối - Viện Báo chí - Truyền thông, HVBC TT) nhằm thu nhận những khó khăn mà sinh viên gặp phải, những mong muốn của sinh viên trong quá trình tiếp cận với những môn học như: Siêu phẩm số, Animation, Nhiếp ảnh, Báo chí truyền thông dữ liệu... làm cơ sở để đưa ra những kiến nghị, đề xuất với các cơ sở nghiên cứu, đào tạo, bồi dưỡng về BC-TT.

## **6. Đóng góp mới về khoa học của luận án**

Luận án là một trong những công trình đầu tiên nghiên cứu một cách hệ thống, bài bản, chuyên sâu về việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT, do vậy sẽ có nhiều phát hiện khoa học mới, không trùng lặp với các công trình nghiên cứu đã có.

Luận án làm rõ khái niệm kể chuyện bằng hình ảnh (visual storytelling), vai trò, đặc điểm, phân loại phương pháp sáng tạo; nguyên tắc

sử dụng; quy trình sử dụng; đi sâu phân tích một số trường hợp cụ thể để thấy hiệu quả của phương pháp này trong việc tạo ra các tác phẩm BMĐT chất lượng cao.

Kết quả khảo sát, phân tích, đánh giá, những kết luận khoa học về vấn đề *Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (visual storytelling) trong sáng tạo tác phẩm BMĐT* qua 4 trường hợp BMĐT được chọn khảo sát là những bằng chứng hoàn toàn mới, xác thực; được tác giả luận án tổng hợp, khái quát từ kết quả nghiên cứu thực tiễn hiện nay.

Luận án đã phân tích những vấn đề đặt ra hiện nay và đề xuất hệ thống các giải pháp và một số khuyến nghị khoa học nhằm thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT. Những đề xuất này có giá trị khoa học hoàn toàn mới theo nội dung nghiên cứu, đặt trong bối cảnh chính trị, xã hội hiện nay, chưa từng được ai công bố trong bất công trình nào của các tác giả khác.

## **7. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của đề tài**

### **7.1. Ý nghĩa lý luận**

Các thiết bị truyền thông với những bước tiến mạnh mẽ đã thay đổi cách tiếp cận truyền thông của công chúng, từ đó quay ngược lại thay đổi chính nội dung báo chí. Các yếu tố mang tính ổn định như các thể loại báo chí cũng đang biến đổi. Những luận chứng, luận cứ có giá trị khoa học của luận án không chỉ làm nền tảng quan trọng khẳng định sự cần thiết phải sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các tác phẩm BMĐT hiện đại, mà nó còn có giá trị tư liệu khoa học về lý luận và thực tiễn, đóng góp vào kho tàng lý luận BC-TT hiện có.

Việc nghiên cứu, phân tích, minh chứng để làm sáng tỏ tầm quan trọng của phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các tác phẩm BMĐT chất lượng cao chưa được đề cập bài bản. Luận án này bổ sung những vấn đề lý luận còn khuyết thiếu đó trong hệ thống lý luận BC-TT là khái niệm, đặc điểm, nguyên tắc, cách thức kể một câu chuyện bằng hình ảnh - được xem xét dưới góc độ là kỹ năng đặc biệt quan trọng của nhà báo thời đại số trong sáng tạo các dạng thức tác phẩm báo chí mới trên BMĐT.

Đề tài nghiên cứu của luận án có tính khai mở cho những đề tài nghiên cứu khoa học tiếp theo.

### ***7.2. Ý nghĩa thực tiễn***

Kết quả nghiên cứu của luận án có giá trị thực tiễn, gợi ý cho các cơ quan báo chí có dịp nhìn lại những việc đã làm được và những việc còn hạn chế của chính mình, từ đó có hướng đầu tư về con người và kỹ thuật công nghệ cho sự phát triển của báo chí Việt Nam trong tương lai.

Luận án là tài liệu khoa học bổ ích, có thể sử dụng cho các hoạt động nghiên cứu, giảng dạy, chỉ đạo thực tiễn về báo chí và cho những ai quan tâm đến lĩnh vực này.

### **8. Kết cấu của luận án**

Gồm phần Mở đầu; Tổng quan tình hình nghiên cứu; Nội dung chính của luận án gồm 3 chương, 11 tiết; Kết luận; Các công trình khoa học đã công bố của tác giả luận án có liên quan đến đề tài luận án; Tài liệu tham khảo; Phụ lục.

## TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

### 1. Khái quát tình hình nghiên cứu

Để làm rõ tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án, tác giả tự mình đặt ra câu hỏi: “Với vấn đề kể chuyện bằng hình ảnh trên báo chí thì các nghiên cứu trước đây đã đi theo những hướng nào nghiên cứu nào?”. Trong phạm vi các tài liệu tác giả tìm hiểu được, chủ yếu là từ các nguồn:

- Các giáo trình và sách đã được dịch và xuất bản tại Việt Nam;
- Các giáo trình và sách nước ngoài được các nhà xuất bản có uy tín trên thế giới phát hành;
- Các tài liệu nước ngoài tham khảo trên internet có nguồn gốc rõ ràng;
- Các công trình nghiên cứu của một số tác giả trên thế giới và trong nước...

Tác giả bước đầu nhận thấy một số hướng tiếp cận phổ biến liên quan đến kể chuyện bằng hình ảnh trên báo chí gồm:

*Thứ nhất*, hướng tiếp cận vấn đề kể chuyện bằng hình ảnh trên báo chí từ góc độ phân tích các chế độ ngữ nghĩa, ký hiệu học trong nghiên cứu thị giác.

*Thứ hai*, hướng tiếp cận vấn đề kể chuyện bằng hình ảnh trên báo chí từ góc độ nghiên cứu các nguyên lý thị giác và TTHA (nội dung thông tin, ngôn ngữ hình ảnh, tính biểu tượng và thông điệp mà nó muốn truyền tải).

*Thứ ba*, hướng tiếp cận vấn đề kể chuyện bằng hình ảnh trên báo chí từ phương diện sản xuất và sáng tạo tác phẩm BMDT.

*Thứ tư*, hướng tiếp cận vấn đề kể chuyện bằng hình ảnh trên báo chí từ góc độ nghiên cứu hành vi tiếp nhận của công chúng/người dùng.

Tuy vậy, những thống kê, so sánh, phân tích trong phần này mới dừng lại ở một phạm vi hạn hẹp, không thể bao quát và đầy đủ tất cả các công trình có liên quan trên thế giới, ở Việt Nam liên quan đến đề tài luận án.

#### **1.1. Hướng nghiên cứu về ký hiệu học trong truyền thông hình ảnh**

Năm 397 CN, Augustinô thành Hippo, một triết gia, nhà ngôn ngữ học người La Mã và là giám mục của Giáo hội Công giáo La Mã, lần đầu đề xuất nghiên cứu về các ký hiệu. Ông nhận ra rằng thiên nhiên chứa đầy những thực

thể được hiểu biết rộng rãi, đủ khả năng giao tiếp ở nhiều cấp độ phi ngôn ngữ. Đối với Augustine, các ký hiệu là mối liên hệ giữa tự nhiên và con người - giữa thế giới bên ngoài và bên trong. Quan trọng hơn, các ký hiệu từ tự nhiên cũng liên kết các cá nhân để hình thành ý nghĩa văn hóa, có thể được chuyển giao cho các thế hệ tương lai. Từ “Ký hiệu học” (Semiotics) xuất phát từ ngôn ngữ của đất nước ông: Semeion theo tiếng Hy Lạp là ký hiệu [134, tr.51-52].

Đến những năm đầu của thế kỷ XX, Charles Peirce (1839-1914) và Ferdinand de Saussure (1837-1913) đã đặt cơ sở cho ký hiệu học như là khoa học về ký hiệu và các chức năng của nó trong đời sống xã hội [60]. Saussure - một nhà ngôn ngữ học Thụy Sĩ, được biết đến với lý thuyết ký hiệu học dựa trên ngôn ngữ học cấu trúc. Ông phân biệt giữa "signifier" (cái biểu thị) và "signified" (cái được biểu thị), nhấn mạnh rằng mối quan hệ giữa chúng là tùy ý và phụ thuộc vào hệ thống ngôn ngữ. Peirce - một nhà triết học Mỹ, phát triển một hệ thống ký hiệu học rộng hơn, không chỉ giới hạn trong ngôn ngữ học. Ông phân loại các ký hiệu thành ba loại chính: biểu trưng (icon), chỉ số (index), và ký hiệu (symbol).

Sau thế chiến thứ hai, nhất là ở những năm 1960 - 1970, nhân loại chứng kiến sự bùng nổ của các nghiên cứu về ký hiệu học. Phong trào ký hiệu học phát triển rầm rộ, lan rộng và được vận dụng ở khắp các nước từ Nga qua Mỹ, từ Tây Âu đến Đông Âu. Sự bùng nổ của ký hiệu học đánh dấu bước ngoặt mang tính cách mạng của khoa học xã hội - nhân văn [60]. Nghiên cứu ký hiệu học đã mở rộng ra nhiều lĩnh vực khác nhau như văn học, điện ảnh, truyền thông, nghệ thuật, và văn hóa. Các trường phái như ký hiệu học cấu trúc (structural semiotics) và ký hiệu học hậu cấu trúc (post-structural semiotics) đã phát triển và đa dạng hóa các phương pháp nghiên cứu.

Ngày nay, ký hiệu học được ứng dụng rộng rãi trong phân tích truyền thông, thiết kế đồ họa, nghiên cứu văn hóa, và nghiên cứu truyền thông xã hội. Trong truyền thông, ký hiệu học nghiên cứu cách các thông điệp được mã hóa (tạo ra) và giải mã (hiểu) thông qua các ký hiệu như từ ngữ, hình ảnh, âm thanh và biểu tượng. Ký hiệu học là một thuật ngữ quen thuộc đối với các nhà báo, nhà truyền thông, nghiên cứu ngôn ngữ và tâm lý... Nó được sử dụng



rộng rãi trong nội dung đào tạo về BC-TT ở bậc trung học và chương trình đại cương ở bậc đại học trên thế giới [19]. Nói một cách đơn giản, ký hiệu học là hoạt động nghiên cứu giao tiếp bằng cách giải mã các dấu hiệu và ký hiệu trên hình ảnh.

Xem xét các hướng nghiên cứu liên quan đến ký hiệu học trong TTHA có thể điếm qua một số công trình tiêu biểu sau:

Tác giả Gillian Rose trong cuốn sách *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials* xuất bản năm 2016 mở đầu với một cái nhìn tổng quan về tầm quan trọng của nghiên cứu hình ảnh trong các lĩnh vực học thuật và thực hành nghề nghiệp. Rose nhấn mạnh sự cần thiết của việc hiểu rõ cách mà hình ảnh hoạt động và ảnh hưởng đến nhận thức của con người. Tại đây, tác giả trình bày một khung lý thuyết chi tiết về nghiên cứu hình ảnh, bao gồm các khái niệm cơ bản như: biểu tượng, ký hiệu học, và diễn ngôn trực quan. Đồng thời, giới thiệu 4 phương pháp phân tích hình ảnh, bao gồm: *Phân tích nội dung* (Tập trung vào việc định lượng các yếu tố trong hình ảnh và xác định các mẫu xuất hiện); *Phân tích diễn ngôn trực quan* (Khám phá cách hình ảnh tạo ra ý nghĩa thông qua các cấu trúc ngôn ngữ và văn hóa); *Phân tích ngữ cảnh* (Đánh giá bối cảnh mà hình ảnh được tạo ra và được sử dụng, bao gồm cả lịch sử và văn hóa); *Phân tích hành vi tiếp nhận* (Nghiên cứu cách mà các độc giả khác nhau tiếp nhận và phản ứng với hình ảnh) [106, tr.432]. Đây là gợi mở vô cùng quan trọng mà tác giả luận án đã kế thừa trong việc thiết kế nghiên cứu mình.

Trong công trình *VisualCommunication: Understanding Images in Media Culture* xuất bản năm 2020, hai tác giả Aiello và Parry đã lý giải tại sao hình ảnh lại có sức mạnh trong việc truyền tải thông điệp và ảnh hưởng đến nhận thức của con người. Cuốn sách trình bày các lý thuyết cơ bản và khung phân tích về TTHA, bao gồm: ký hiệu học, lý thuyết diễn ngôn và phân tích văn hóa. Trên cơ sở đó, các tác giả đã đi sâu vào phân tích các loại hình ảnh khác nhau trong văn hóa truyền thông, bao gồm: *Hình ảnh tĩnh* (như ảnh chụp, áp phích, tranh vẽ...) gắn với các yếu tố như bố cục, màu sắc, và biểu tượng học được sử dụng để tạo ra ý nghĩa; *Hình ảnh động* (như phim ảnh,

video và truyền hình...) kết hợp âm thanh, chuyển động, và kỹ xảo để truyền tải thông điệp; *Hình ảnh kỹ thuật số* (như ảnh trên nền tảng internet, hình ảnh thực tại ảo, thực tại tăng cường...) [85]. Đây là những gợi ý đặc biệt có ý nghĩa với tác giả luận án trong quá trình giải mã khái niệm “hình ảnh” ở chương 1 và bước đầu nhận diện/ phân loại các dạng thức hình ảnh cơ bản được sử dụng trên BMDT.

Từ góc độ nghiên cứu ký hiệu học, công trình này cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của ngữ cảnh văn hóa và xã hội trong việc hiểu và phân tích hình ảnh. Các yếu tố như chính trị, kinh tế, và văn hóa ảnh hưởng đến cách hình ảnh được tạo ra, phân phối, và tiếp nhận [85]. Gợi mở này giúp tác giả luận án nhận thức được bối cảnh của sự kiện/vấn đề/nhân vật không chỉ tác động tới NB/PV trong quá trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh để sáng tạo tác phẩm BMDT mà còn ảnh hưởng tới quá trình tiếp nhận thông tin của độc giả.

Quan tâm tới vấn đề trực quan hoá dữ liệu, các tác giả Per Ledin & David Machin trong cuốn *Doing visual analysis: From theory to practice* đã áp dụng cách tiếp cận ký hiệu học xã hội và cung cấp một loạt các công cụ phân tích cho phép mô tả và hiểu biết một cách có hệ thống về tất cả các dạng ký hiệu học (bao gồm từ trang web, sơ đồ, hình ảnh, kiến trúc, đoạn phim hay bao bì thực phẩm...) [137]. Đóng góp cốt lõi của cuốn sách này là đã chỉ ra cách chúng ta có thể lựa chọn các dạng ký hiệu học dựa trên các tiêu chí về mặt màu sắc, kết cấu, hình thức và tổ chức... để khám phá những ý tưởng và giá trị ẩn chứa bên trong thế giới vật chất này. Nghiên cứu này một lần nữa góp phần củng cố quan điểm “*hình ảnh là một dạng ký hiệu học*” mà tác giả luận án trình bày trong chương 1.

Nhóm tác giả Martin Thellefsen & Alon Friedman trong nghiên cứu “*Icons and metaphors in visual communication: The relevance of Peirce’s theory of iconicity for the analysis of visual communication*” mới công bố năm 2023 của mình đã chỉ rõ dấu hiệu học thị giác có nguồn gốc từ hai trường phái phổ biến, đó là dấu hiệu học của Ferdinand de Saussure và ký hiệu học của Charles S. Peirce [128]. Trên cơ sở đi sâu vào phân tích một

vài bức chân dung chính trị, tập trung vào cựu Tổng thống Hoa Kỳ Donald Trump, các tác giả đã chứng minh sự liên quan của dấu hiệu học Peircean đối với phân tích giao tiếp thị giác. Kết quả của nghiên cứu này gợi ý cho tác giả luận án về những hiểu biết của độc giả khi xem xét một hình ảnh trực quan đại diện xuất hiện trên báo chí trên cơ sở ứng dụng lý luận về dấu hiệu học hình ảnh Peircean.

Ở Việt Nam, kí hiệu học được khởi xướng bởi nhà nghiên cứu Phan Ngọc, Hoàng Trinh, tuy nhiên, mãi những năm gần đây, ký hiệu học mới được dịch và ứng dụng như một lí thuyết bởi các nhà nghiên cứu Trần Đình Sử, Lã Nguyên... Các nhà nghiên cứu đã có những đóng góp quan trọng trong việc giới thiệu và phát triển lý thuyết ký hiệu học tại Việt Nam được khẳng định qua một số công trình tiêu biểu đã được công bố như:

Cuốn sách “*Ký hiệu học văn hoá*” của tác giả Iu. M. Lotman do các dịch giả Lã Nguyên - Đỗ Hải Phong - Trần Đình Sử dịch từ nguyên bản tiếng Nga. Công trình này tập hợp 29 bài nghiên cứu công phu, sâu sắc của Iu. M. Lotman, người sáng lập trường phái Tartu, một trường phái khoa học nhân văn nổi tiếng ở Liên Xô những năm 60 - 80 thế kỷ trước [45]. Ký hiệu học văn hóa cung cấp cho người đọc cái nhìn toàn cảnh về hành trình tư tưởng - học thuật của Lotman, cũng như những thành tựu nghiên cứu của ông có liên quan đến các lĩnh vực ký hiệu học, ngôn ngữ học, thi pháp học, văn hóa học. Dù không trực tiếp đề cập và xem xét hình ảnh như một loại ký hiệu nhưng những ý kiến độc đáo của tác giả về những khái niệm phức tạp như “kí hiệu”, “biểu tượng”, “huyền thoại”, “ước lệ”, “cấu trúc”, “văn bản”, “ngôn ngữ nghệ thuật”... được trình bày trong cuốn sách này là những chỉ dẫn mang tính cơ sở lý luận giúp tác giả luận án hình thành nhận thức luận về nội hàm ý nghĩa của thuật ngữ “hình ảnh” trong hoạt động BC-TT.

Tác giả Lã Nguyên trong cuốn sách “*Phê bình ký hiệu học - Đọc văn như là hành trình tái thiết ngôn ngữ*” đã phát hiện lại lí thuyết ký hiệu học trên một chất liệu mới là các tác phẩm văn học Việt Nam. Trong công trình này, ngôn ngữ nghệ thuật của thời đại văn học và ngôn ngữ nghệ thuật trong sáng tác cá nhân được khảo sát dưới ánh sáng của kí hiệu học diễn ngôn và thi

pháp học lịch sử để có thể mô tả chúng trong sự thống nhất với nhau. Tuy chỉ dừng lại phân tích ở các tác phẩm văn học Việt Nam, nhưng trong quá trình phân tích kí hiệu học đối với văn bản, tác giả đều sử dụng các mã văn hóa, tức là mã liên văn bản đã có trước được thể hiện trong văn bản, không đối lập nhị nguyên cái biểu đạt và cái được biểu đạt, mà lưu ý tới kí hiệu học ba thành phần: tên gọi, nghĩa và ý nghĩa. Đây là cơ sở lý luận quan trọng giúp tác giả luận án tham khảo, giải mã ký hiệu hình ảnh trong TPBC nói chung và tác phẩm BMDT nói riêng dưới lăng kính ký hiệu học.

Gần đây, bài viết “*Ứng dụng ký hiệu học trong ngôn ngữ hình ảnh truyền hình*” của tác giả Phạm Bình Dương đăng tải trên Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông điện tử (tháng 12/2022) là một nghiên cứu trực diện về ứng dụng ký hiệu học trong ngôn ngữ hình ảnh trên báo chí. Nghiên cứu này đã chỉ rõ môi trường hoạt động của thông tin trên báo chí hiện mang đậm nét đa văn hoá, đòi hỏi các sản phẩm báo chí đáp ứng được hiệu quả tiếp cận. Ứng dụng ký hiệu học trong ngôn ngữ hình ảnh truyền hình giúp cung cấp thông tin đầy đủ, đồng thời, giới thiệu các giá trị mang tính bản sắc và chứa đựng yếu tố giao tiếp liên văn hoá [19]. Đây là những nội dung tham chiếu của tác giả luận án khi nghiên cứu ứng dụng ký hiệu học trong kể chuyện bằng hình ảnh trên BMDT.

## ***1.2. Hướng nghiên cứu về truyền thông hình ảnh và nguyên lý thị giác***

### ***Nhóm 1: Những công trình trên thế giới***

TTHA là lĩnh vực nghiên cứu rộng lớn với nhiều quan điểm tiếp cận. Cuốn *Visual communication: Images With Messages (Truyền thông hình ảnh: Hình ảnh với thông điệp*, (2013) của tác giả Paul Martin Lester, một nghiên cứu tổng hợp trên diện rộng những vấn đề liên quan đến TTHA. Cuốn sách với 446 trang nội dung, được kết cấu làm 2 phần với 16 chương (phần 1 gồm 6 chương; phần 2 gồm 10 chương) là một công trình nghiên cứu đồ sộ, tổng quan về TTHA. Trong phần 1, tác giả đã làm rõ nhiều vấn đề mang tính chuyên sâu như: Giải thích về bốn tín hiệu thị giác cũng như cách sử dụng chúng để hút sự chú ý của người xem; Mô tả chi tiết các lý thuyết hình ảnh (trang 14-41); Các nguyên lý thuyết phục bằng hình ảnh (trang 42-71), Định

kiến về thị giác (trang 72-97), Phân tích thị giác (trang 98-127)... Trong đó chương nội dung về lý thuyết hình ảnh, công trình đã lựa chọn, phân tích và làm rõ 4 lý thuyết hình ảnh có liên hệ trực tiếp với TTĐC và chia thành 2 nhóm cơ bản: Lý thuyết cảm quan của TTHA (gồm: thuyết Gestalt và chủ nghĩa kiến tạo); Lý thuyết cảm nhận của TTHA (gồm: ký hiệu học và nhận thức) [134, tr.43-71]. Đây là những nội dung quan trọng mà tác giả luận án đã kế thừa nhằm xây dựng khung lý thuyết cơ bản cho đề tài nghiên cứu.

Ở phần 2, từng định dạng hình ảnh như: typography, thiết kế đồ họa, đồ họa thông tin, hoạt hình, nhiếp ảnh, điện ảnh, truyền hình, web... được tác giả cuốn sách giới thiệu với mô tả chi tiết và phân tích chúng từ các quan điểm cá nhân, lịch sử, kỹ thuật, đạo đức, văn hóa và phê bình. Tuy không hoàn toàn đồng tình với cách phân loại các dạng hình ảnh như trong cuốn sách đề cập, nhưng đây là những gợi mở thú vị, cho tác giả luận án nhiều luận cứ quan trọng, làm cơ sở để nhận diện, xây dựng các tiêu chí sử dụng các định dạng hình ảnh trong quá trình kể chuyện bằng hình ảnh trên BMĐT.

Cuốn *Visual Thinking: Methods for making images memorable (Tư duy thị giác: Nguyên tắc làm cho hình ảnh được ghi nhớ)*, (1988) của Henry Wolf, nội dung cuốn sách xoay quanh vấn đề tư duy và kỹ năng tạo dựng hình ảnh hấp dẫn về thị giác [110]. Trên cơ sở nghiên cứu của tác giả Henry Wolf, tác giả luận án bước đầu mừng tượng và có thể nhận diện được các dạng thức hình ảnh có khả năng hấp dẫn thị giác của công chúng. Từ đó ứng dụng trong hoạt động sáng tạo tác phẩm BMĐT có sử dụng yếu tố hình ảnh là chủ đạo nhằm truyền đạt thông điệp của nhà báo.

Bàn về thiết kế sản phẩm truyền thông, tác giả Ellen Lupton trong cuốn *Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming*, đã khảo sát một loạt các kỹ thuật không chính thức khác nhau để đưa ra lý thuyết về thiết kế đồ họa tư duy (Graphic design thinking), phương pháp kích thích tư duy mới để đi đến hấp dẫn công chúng [101]. Đồng thời tác giả cũng chỉ ra 3 giai đoạn cơ bản của quá trình thiết kế bao gồm: xác định vấn đề (defining the problem), hình thành ý tưởng (inventing ideas) và tạo mẫu (creating form).

Đề cập đến lý thuyết TTHA, tác giả Parsa, A. F. (2004) trong cuốn

“*The Power of Image and the Rise of Visual Culture*” đã lý giải về lý thuyết TTHA gắn với tiềm năng vô tận của của ngôn ngữ trực quan: “While the number of words of the spoken language is limited, the dictionary of images that make up the visual language is unlimited.” (Tạm dịch: *Trong khi số từ của ngôn ngữ nói bị hạn chế thì cả một kho tàng hình ảnh tạo nên ngôn ngữ trực quan không bị giới hạn*) [133].

Quan niệm này đã được kế thừa và phát triển hơn bởi Arıkan, G. (2009) trong “*Image-to-Print Graphic Design*” khi ông cho rằng *giao tiếp trực quan phổ quát hơn bởi nó giúp ta tạo nên những mối liên hệ với mọi người bất chấp rào cản ngôn ngữ* [84].

Tác giả Szytko-Kwas, J, (2019) cho rằng “*TTHA dưới góc độ thị giác là khả năng đọc, diễn giải và thấu hiểu thông tin được hiển thị dưới dạng hình ảnh, đồng thời là khả năng trình bày thông tin thông qua thông điệp trực quan*” [146]. Roland Barthes (1979) đã bàn về phương thức tác động của hình ảnh, bao gồm nội dung trong tác phẩm hình ảnh và cảm xúc mà tác phẩm hình ảnh đó mang lại. Định nghĩa này vẫn tiếp tục được hoàn thiện bởi Mustafa Günay (2021) trong bài nghiên cứu “*Design in Visual Communication*” khi ông cho rằng: “Visual communication is the exchange of information created through the image between people without the need for words.” (Tạm dịch: *TTHA là sự trao đổi thông tin được tạo ra thông qua hình ảnh giữa người với người mà không cần đến lời nói*) [107].

Tuy được nhìn nhận ở nhiều góc độ khác nhau, nhưng quan điểm của các tác giả: Parsa, Arıkan, Szytko-Kwas và Mustafa Günay... đem đến cho tác giả luận án những chỉ dẫn quan trọng nhằm xây dựng định nghĩa hoàn chỉnh nhất về TTHA và nguyên lý thị giác trong lĩnh vực BC-TT.

### ***Nhóm 2: Những công trình ở Việt Nam***

Xem xét hình ảnh là một trong các yếu tố quan trọng hình thành nên tác phẩm BMDT, tác giả luận án đã tìm hiểu và nghiên cứu một số cuốn sách, tài liệu về TTHA nói chung và ảnh báo chí nói riêng. Cụ thể như sau:

Bài viết *Sự bất tiện nghi của hình ảnh* (2016) của Trần Trọng Vũ đăng trên tạp chí Mỹ thuật & Nhiếp ảnh (số 10, 2016), viết về triển lãm ảnh của

nghệ sĩ Laurent Branavon tại L'Espace - Trung tâm văn hoá Pháp tại Hà Nội. Tác giả bài viết chỉ ra sự đặc biệt trong cách tiếp cận thị giác hình ảnh của nghệ sĩ Laurent Branavon: là sự biến hoá - tồn tại và không tồn tại, mặc dù nó hiện hữu [13].

Tác giả Đỗ Phan Ái trong cuốn *Kỹ thuật và tạo hình nhiếp ảnh* [1] chủ yếu đưa ra những kiến thức cơ bản và chuyên sâu về kỹ thuật, cách vận hành máy ảnh, đo sáng, bố cục hình ảnh... trong nhiếp ảnh nói chung chứ chưa đi sâu vào nhóm ảnh báo chí, đặc biệt là các tác phẩm ảnh trên BMDT.

Tác giả Nguyễn Tiến Mão trong cuốn *Cơ sở lý luận ảnh báo chí* [53] luận bàn về những vấn đề lý luận chung của ảnh báo chí như khái niệm, đặc điểm, chức năng ... mà chưa đề cập tới lý luận và thực tiễn của việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh để biểu đạt thông tin báo chí.

Tác giả Brian Horton trong cuốn *Ảnh báo chí* [9], bàn về tinh hoa của nhiếp ảnh, về tiến trình tư duy của nhà nhiếp ảnh và người biên tập ảnh trong việc tìm kiếm mục tiêu khó nắm bắt nhất của ảnh báo chí: một bức ảnh tốt hàm chứa một lượng thông tin giúp người xem hiểu biết thêm đôi điều về thế giới xung quanh. Nói cách khác, cuốn sách này nói về những gì chứa đựng trong hình ảnh - điều mà không nhiều sách, công trình nghiên cứu về ảnh báo chí đề cập đến.

Tác giả Petr Tausk trong cuốn *Nhiếp ảnh báo chí* [65] khẳng định vai trò của nhiếp ảnh và vai trò của việc thông tin bằng ảnh trên báo chí; luận bàn về vấn đề đạo lý trong ảnh, nội dung và hình thức của ảnh báo chí. Ngoài ra, tác giả còn phân tích kỹ năng và kỹ thuật của quá trình sáng tạo một tác phẩm ảnh báo chí, cũng như luận bàn mối quan hệ hợp tác giữa phóng viên ảnh với tập thể ban biên tập của tòa soạn.

Luận án tiến sĩ “*Thể loại phóng sự ảnh báo chí hiện đại*” của tác giả Vũ Huyền Nga (2018) là công trình đầu tiên nghiên cứu một cách hệ thống về thể loại phóng sự ảnh báo chí [58]. Với 3 chương nội dung chính, tác giả Vũ Huyền Nga tập trung làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn của thể loại phóng sự ảnh báo chí, từ đó nhận diện thể loại phóng sự ảnh báo chí hiện đại và đưa ra một số đề xuất nhằm nâng cao chất lượng phóng sự ảnh báo chí hiện đại. Sở

đĩ tác giả tham khảo công trình này bởi theo quan điểm của tác giả (đọc thêm chương 1), có thể tạm phân loại phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT thành 2 dạng cơ bản là: dùng toàn bộ hình ảnh để kể một câu chuyện (như: Phóng sự ảnh, Phim tài liệu...) và hình ảnh là thành tố quan trọng, tham gia vào quá trình kể chuyện của NB/PV (như: Megastory, E-magezine, Spotlight...). Dù khuôn khổ luận án này chỉ lựa chọn nghiên cứu phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh dưới góc độ hình ảnh là thành tố quan trọng, tham gia vào quá trình kể chuyện nhưng việc tìm hiểu về thể loại phóng sự ảnh báo chí - một dạng tác phẩm điển hình hoàn toàn chỉ sử dụng hình ảnh để kể chuyện, là cơ sở quan trọng giúp tác giả có những so sánh đối chiếu về sự khác biệt giữa hai hình thức kể chuyện bằng hình ảnh trên báo chí nói chung và BMĐT nói riêng.

Nguyễn Thu Giang (2011) trong bài viết “*Truyền thông thị giác dưới sự quy chiếu của lý thuyết đóng khung*” đăng trên Tạp chí nghiên cứu con người (số 6) cho rằng: hình ảnh là một công cụ có khả năng đóng khung mạnh, bởi bản chất của hình ảnh được công chúng tiếp nhận ngay lập tức và ít bóc tách hơn ngôn từ [25]. Hình ảnh không có sự diễn giải ý nghĩa dài dòng nên nó giảm nhẹ gánh nặng nhận thức cho người xem và dễ được tiếp nhận hơn. Trong khi hình ảnh không có khả năng tạo ra các cú pháp ngôn ngữ mang tính duy lý thì nó vẫn được cho là có khả năng gây ra những kích thích mạnh mẽ về mặt cảm xúc.

Tác giả Ngô Anh Cơ trong luận án tiến sĩ với đề tài *Truyền thông thị giác từ góc nhìn thiết kế đồ họa Việt Nam hiện đại*, Luận án Tiến sĩ Nghệ thuật, Viện Văn hoá Nghệ thuật quốc gia Việt Nam, Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch bảo vệ thành công năm 2018 đã dành chương một bàn luận khá sâu về lý thuyết truyền thông thị giác [12]. Trên cơ sở những phân tích, đánh giá vai trò của truyền thông thị giác, tác giả đã xem xét dưới góc nhìn của nhà thiết kế đồ họa. Còn trong luận án này, tác giả cũng kế thừa và sử dụng lý thuyết truyền thông thị giác (truyền thông hình ảnh) nhưng dưới góc độ của nhà báo/nhà truyền thông với mục tiêu tăng cường hấp dẫn về mặt thị giác đối với công chúng tiếp nhận TPBC.



Cùng tác giả trên, trong bài viết "*Năm giai đoạn phát triển quan trọng của truyền thông thị giác*", Tạp chí Nghiên cứu Mỹ thuật, Viện Mỹ thuật - Trường đại học Mỹ thuật Việt Nam, số 3 15/ 9 /2017 đã chỉ rõ các giai đoạn phát triển quan trọng của truyền thông thị giác [11]. Tác giả luận án cũng đồng tình với quan điểm này và sẽ kế thừa trong nghiên cứu của mình.

### ***1.3. Hướng nghiên cứu về kể chuyện bằng hình ảnh từ phương diện sản xuất và sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử.***

#### ***Nhóm 1: Các nghiên cứu lý luận và thực tiễn về báo chí nói chung và BMĐT nói riêng***

##### ***\* Trên thế giới:***

Ra đời vào những năm 90 của thế kỷ XX, BMĐT trở thành đối tượng nghiên cứu của nhiều học giả giảng dạy ở các trường đại học trên thế giới. Khung lý thuyết về BMĐT dần được phác thảo tại thời điểm đó. Đến thế kỷ XXI, sự nghiên cứu về lý thuyết BMĐT đã giảm dần, lúc này người ta chỉ còn quan tâm đến thực tiễn hoạt động, những tác động và lợi nhuận thu về của BMĐT là bao nhiêu.

Năm 1999, trong cuốn sách *Writing For The Web: Writer's Edition*, tác giả Crawford Kilian cho rằng, một tờ báo có địa chỉ là một trang web trên internet không hoàn toàn giống báo chí truyền thống, bởi tờ báo có đường dẫn để người đọc báo có thể phản hồi thông tin, tương tác trực tiếp với tờ báo. Chính vì vậy, *kỹ thuật viết cho web cũng phải ngắn gọn, nổi bật để công chúng dễ dàng nắm bắt thông điệp của bài báo*. Crawford Kilian cũng đã nhấn mạnh đến tính năng tương tác của BMĐT, từ đó đặt ra yêu cầu đối với người làm BMĐT *phải tập trung hướng đến người đọc báo, dự đoán được những gì người đọc báo sẽ quan tâm, sẽ phản hồi ý kiến*, từ đó tránh những sai sót không đáng có [97]. Luận điểm này gần gũi với nội dung nghiên cứu mà tác giả luận án có thể kế thừa.

Cuốn sách của tác giả Jim Hall có tên *Online Journalism - a critical primer*, xuất bản năm 2001, cung cấp lý luận căn bản về BMĐT. Tác giả làm rõ những đặc điểm mang tính bản thể của tin tức trong bối cảnh Internet toàn cầu hiện nay, lịch sử phát triển của BMĐT từ khi world wide web ra đời cho

đến nay. Jim Hall khẳng định chúng ta đang sống trong *hiện thực một xã hội thông tin, mà Internet có tác động mạnh mẽ và toàn cầu* [108]. Tác giả luận án đồng tình với quan điểm này và sẽ kế thừa trong luận án.

Năm 2002, tác giả Mike, Ward đã xuất bản cuốn sách *Journalism Online* trong bối cảnh có một phương tiện truyền thông mới còn khá mới mẻ - phương tiện truyền thông trực tuyến. Cuốn sách đã giải quyết câu hỏi cấp bách thời điểm đó là làm thế nào để áp dụng các kỹ năng báo chí cơ bản vào phương tiện truyền thông trực tuyến. Theo đó, tác giả cuốn sách đã cung cấp một hướng dẫn cần thiết về mạng internet như một công cụ để nghiên cứu và xuất bản báo chí.

Công trình được trình bày thành 7 chương nội dung để lý giải các vấn đề như: Báo chí trực tuyến là gì? Các kỹ năng báo chí cốt lõi về xác định, thu thập, lựa chọn và trình bày tin tức và thông tin; Các kỹ năng đa phương tiện; Các phương pháp nghiên cứu trực tuyến bao gồm sử dụng các công cụ tìm kiếm, nhóm tin và danh sách; Xây dựng và viết câu chuyện cho Web; Giới thiệu về HTML và Thiết kế trang web để sử dụng hiệu quả nội dung. Trong đó, tác giả luận án đặc biệt quan tâm và thích thú với chương 5 của cuốn sách. Với gần 30 trang nội dung (trang 121-150) nói về “*Kết cấu câu chuyện trực tuyến*”, công trình này đã chỉ rõ một số *đặc điểm, tính chất của câu chuyện phi tuyến tính; từ đó đề cập một số kỹ năng xây dựng kết cấu và thực hiện câu chuyện trực tuyến* [148]. Đây là nội dung quan trọng mà tác giả sẽ kế thừa cho quá trình xây dựng cơ sở lý luận của luận án.

Báo cáo: “*The e-newspaper innovation - converging print and online*”, công bố năm 2005, tác giả Carina Ihlström đã bắt đầu bằng việc giới thiệu ngắn gọn về công nghệ giấy điện tử mới xuất hiện có thể trở thành nền tảng để phát triển BMDT với khả năng đọc báo tương tự như trong các sản phẩm truyền thông in ấn. *Những tờ báo điện tử hội tụ tất cả những ưu điểm của sự in ấn truyền thống và khả năng trực tuyến*. Bản báo cáo thảo luận về những thách thức trong việc thiết kế báo điện tử từ góc nhìn của một nhà xuất bản và phát hành. *Khó khăn của thiết kế báo điện tử nằm ở việc hỗ trợ đọc theo một đường thẳng như trong ấn bản in, trên trình duyệt web cũng như cung cấp*

*một cái nhìn tổng quan về nội dung* [94]. Báo cáo của Carina Ihlström đem đến cho tác giả luận án những tri thức bổ ích, có thể vận dụng khi nghiên cứu hoạt động tổ chức, thiết kế và trình bày tác phẩm BMĐT.

Từ năm 2010 trở lại đây, *tính năng đa phương tiện* của BMĐT được nhắc đến nhiều hơn là *tính cập nhật tức thì* trong các nghiên cứu về ưu điểm của loại hình BMĐT. Điều này hoàn toàn phù hợp với thực tiễn phát triển như vũ bão của KHCN ở những năm đầu thế kỷ XXI. Những hoạt động nhỏ nhất của con người đều gắn liền với internet, được cập nhật liên tục trên MXH. Các nhà nghiên cứu đã chỉ ra rằng, tính nhanh chóng, tức thì của tin tức trên BMĐT không còn ưu thế hàng đầu, thay vào đó, tính đa phương tiện mới là ưu thế quan trọng nhất của loại hình này.

Trái ngược với quan niệm ưu tiên việc tiêu dùng thông tin nhanh chóng và sử dụng cấu trúc phân mảnh (chia nhỏ) trong các tin tức trực tuyến của tác giả Barnhurst (2012) [90], trong bài báo *Can we “Snowfall” this, Digital longform and the race for the tablet market* (2015), tác giả Dowling và Vogan khẳng định về tính hoàn chỉnh, toàn diện của TPBC đa phương tiện. Các tác giả nhận thấy rằng những bài báo dài thường cố gắng tạo ra một "thùng công - te - nơ nhận thức", một môi trường bảo vệ độc giả khỏi những phiền phức gây ra như trong các quá trình duyệt web điển hình ngày trước. Điểm đáng chú ý trong bài báo này là sự nhấn mạnh về ưu điểm của TPBC đa phương tiện *cho phép độc giả đắm mình trong câu chuyện được kể trên BMĐT* [99]. Đây là luận cứ quan trọng mà tác giả luận án kế thừa khi phân tích vai trò của việc sử dụng phương pháp kể chuyện nói chung và kể chuyện bằng hình ảnh nói riêng trong sáng tạo tác phẩm BMĐT.

*\* Ở Việt Nam:*

Tác giả Nguyễn Văn Dũng trong cuốn *Cơ sở lý luận báo chí* [15] luận bàn các vấn đề tổng quan về BC-TT quan trọng như: Khái quát về truyền thông, Quan niệm chung về báo chí, Tổng quan các loại hình, Công chúng báo chí, Chức năng xã hội của báo chí, Các nguyên tắc cơ bản của hoạt động báo chí, Tự do báo chí, Lao động báo chí, và cuối cùng Nhà báo - chủ thể hoạt động báo chí.

Cùng tác giả trên, cuốn *Tác phẩm báo chí* [15] chỉ ra những tri thức lý luận và thực tiễn về TPBC, phân loại TPBC và các thể loại báo chí. Tác giả làm rõ những yếu tố quan trọng nhất của từng thể loại như sự ra đời và phát triển, khái niệm và đặc điểm cơ bản của mỗi thể loại và kỹ năng thực hiện.

Đi sâu theo loại hình, tác giả Nguyễn Thị Hằng Thu (chủ biên) và các cộng sự trong *Giáo trình tác phẩm báo in* (2023) đem đến khung lý thuyết vững chắc về tác phẩm báo in như: cơ sở lý luận về tác phẩm báo in, các yếu tố nội dung, hình thức của tác phẩm báo in... Đặc biệt, nhóm tác giả đã giới thiệu chi tiết quy trình 6 bước cơ bản trong sáng tạo tác phẩm báo in nói chung và phân tích lý thuyết, kỹ năng sáng tạo một số thể loại tác phẩm báo in [72]. Dù tác giả luận án nghiên cứu về loại hình BMĐT, nhưng những giá trị học thuật liên quan đến quy trình sáng tạo tác phẩm nói chung và những kỹ năng sáng tạo một số thể loại TPBC tiêu biểu là kim chỉ nam quý báu cho tác giả luận án tìm tòi, bước đầu xây dựng quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT.

Bàn về mối quan hệ giữa phóng viên và biên tập viên trong tòa soạn, Tác giả Nguyễn Quang Hòa trong cuốn *Phóng viên và tòa soạn* [39] ngoài việc đưa ra các khái niệm, mô tả công việc cụ thể của phóng viên trong quá trình sáng tạo TPBC cuốn sách còn chỉ ra những lý luận và thực tiễn trong việc phối hợp cùng làm tốt cả hai công việc là phóng viên và biên tập, tổ chức trang hiểu nhau hơn, cùng làm tốt công việc của mình; vai trò của tòa soạn trong việc làm cho TPBC có giá trị hơn.

Tác giả Đinh Thị Thúy Hằng trong cuốn *Báo chí thế giới xu hướng phát triển* [38], đã đưa ra những lý luận, khái niệm, phạm trù và hoạt động báo chí đang phổ biến tại các trường đại học trên thế giới và trong nghiên cứu báo chí, từ đó chỉ ra xu hướng phát triển của báo chí thời kỳ hiện đại.

Bàn về vấn đề tổ chức tòa soạn, tác giả Đinh Văn Hùng trong cuốn *Tổ chức và hoạt động của tòa soạn* [44] phân tích cơ cấu tổ chức bộ máy toàn soạn; công tác phóng viên và công tác kế hoạch của tòa soạn, đặc điểm của lao động báo chí ở tòa soạn báo.

Bàn về lao động nhà báo, Tác giả Lê Thị Nhã trong cuốn *Lao động nhà*

*báo - Lý thuyết và kỹ năng cơ bản* [61]; ngoài việc đưa ra các khái niệm về nhà báo, cuốn Lao động nhà báo còn mô tả rõ về nhiệm vụ của từng chức danh trong CQBC, như: Tổng biên tập, Phó tổng biên tập, Biên tập viên, Phóng viên, Cộng tác viên...

*Tác nghiệp báo chí trong môi trường truyền thông hiện đại* (2014), Nxb Thông tin và Truyền thông, PGS, TS. Nguyễn Thành Lợi [52]. Cuốn sách gồm 5 chương đem đến cho độc giả những kiến thức về truyền thông xã hội trong kỷ nguyên số, phân tích những ảnh hưởng của truyền thông xã hội đối với báo chí, lý giải sự xuất hiện của xu hướng hội tụ truyền thông, tòa soạn hội tụ. Những xu hướng mới, những thách thức và những kỹ năng làm báo đa phương tiện trong thời đại công nghệ số được tác giả tìm tòi, giải thích và đúc kết trong cuốn sách.

*Một số xu hướng mới của báo chí truyền thông hiện đại* (2016), Nxb Thông tin và Truyền thông của nhóm tác giả Phạm Chiến Thắng, Phan Văn Kiên, Phan Quốc Hải và Nguyễn Đình Hậu [48]. Cuốn sách gồm 4 chương với chương đầu đề cập đến một số vấn đề và xu hướng chung của báo chí truyền thông trong thời đại số ở cả Việt Nam lẫn thế giới, trong đó, các xu thế mới như Megastory, Báo chí dữ liệu và Báo chí di động được đề cập khá kỹ.

Riêng về lĩnh vực BMĐT, để nghiên cứu cách thức truyền tải thông tin và cách sáng tạo tác phẩm cho báo mạng, tác giả của luận án cũng tham khảo riêng các cuốn sách:

*“Viết và biên tập cho báo online”*, Nguyễn Ánh Hồng, Nxb Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh, 2015 giới thiệu những kinh nghiệm, kỹ năng cơ bản về viết và biên tập báo online [41]. Qua đó giúp chúng ta nắm được các tính năng cơ bản, các thể loại nội dung đặc thù, nguyên tắc viết và biên tập, tổ chức sản xuất, khía cạnh kinh tế và các xu hướng phát triển của loại hình báo online.

Tài liệu *Các thủ thuật làm báo điện tử* trong Bộ sách tham khảo nghiệp vụ báo chí [6] bàn đến nội dung về Thiết kế báo điện tử trong tài liệu này là cơ sở để tác giả luận án có những nghiên cứu mang tính so sánh, tham chiếu về sự khác nhau giữa việc thiết kế và trình bày trên BMĐT với thiết kế, trình bày TPBC trên các loại hình khác.

Đặc biệt, nhắc tới các nghiên cứu về BMĐT đã được công bố tại Việt Nam trong nhiều năm qua, không thể không nhắc tới tác giả Nguyễn Thị Trường Giang với một loạt các công trình nghiên cứu có giá trị học thuật to lớn như:

Sách chuyên khảo “*Báo mạng điện tử - những vấn đề cơ bản*” (2011), đề cập đến yếu tố đa phương tiện trên loại hình BMĐT, *nó có thể đảm đương nhiệm vụ của cả phát thanh, truyền hình lẫn báo in một cách dễ dàng*. Bản thân nó mang trong mình sức mạnh của phương tiện truyền thông đại chúng (TTĐC) truyền thống, cùng kết hợp với mạng máy tính nên có nhiều ưu điểm vượt trội, trở thành kênh TTĐC vô cùng hiệu quả [26].

Hai công trình khác cùng tác giả Nguyễn Thị Trường Giang chủ biên là “*Sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử*” (2014) và “*Báo chí và Truyền thông đa phương tiện*” (2017) là những nghiên cứu có ý nghĩa lý luận và thực tiễn trong lĩnh vực BMĐT. Nếu như, cuốn sách “*Sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử*” là công trình đầu tiên đề cập đến đặc trưng và phương pháp sáng tạo các thể loại báo chí trong chuyên ngành BMĐT một cách hệ thống, bài bản và quy mô nhất [27]. Thì cuốn sách xuất bản sau đó mang tên “*Báo chí và Truyền thông đa phương tiện*” đã trình bày, lý giải những vấn đề căn bản về lý thuyết và thực tiễn BC-TT đa phương tiện như: đặc trưng của báo chí đa phương tiện, truyền thông đa phương tiện và ảnh hưởng xã hội của chúng... Nhiều vấn đề về phương pháp, cách thức làm việc liên quan trực tiếp đến công việc “bếp núc” của người làm báo, làm truyền thông trong lĩnh vực đa phương tiện cũng được các tác giả trình bày tỉ mỉ, công phu [28]. Đây là những chỉ dẫn quan trọng cho tác giả luận án trong quá trình nghiên cứu, tìm hiểu về phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT.

Tác giả Nguyễn Trí Nhiệm và Nguyễn Thị Trường Giang trong sách chuyên khảo “*Báo mạng điện tử - đặc trưng và phương pháp sáng tạo*”, đề cập đến nhiều khía cạnh khác nhau của BMĐT như đặc trưng, quy trình sản xuất, viết cho BMĐT, tổ chức diễn đàn, hình ảnh, âm thanh, video trên BMĐT [62]. Trong đó, các tác giả đã đề cập đến yếu tố đa phương tiện trên BMĐT, chính là sự kết hợp nhiều loại phương tiện (ngôn ngữ văn tự và phi

văn tự) để thực hiện và tạo nên một sản phẩm báo chí. Một sản phẩm báo chí được coi là một sản phẩm đa phương tiện khi nó tích hợp được nhiều trong số các phương tiện truyền tải thông tin như: văn bản, hình ảnh tĩnh, hình ảnh động, đồ họa, âm thanh, video và các chương trình tương tác. Các tác giả còn nhấn mạnh thêm: trên một sản phẩm BMĐT, tùy thuộc vào nội dung và yêu cầu của từng tòa soạn mà yếu tố đa phương tiện cũng khác nhau. Trong nhiều trường hợp, một thông tin có thể được truyền tải bằng nhiều phương tiện để công chúng dễ tiếp cận và lựa chọn, nhưng một số trường hợp khác, nhà báo sẽ quyết định hình thức nào là phù hợp với nội dung thông điệp.

*Giáo trình Tác phẩm báo mạng điện tử* xuất bản năm 2020 là công trình được tổng kết, đúc rút sau nhiều năm tập trung nghiên cứu về BMĐT của tác giả Nguyễn Thị Trường Giang. Những tri thức tổng quan về loại hình BMĐT trong cuốn sách đem đến cho tác giả luận án cái nhìn bao quát về loại hình báo chí mang nhiều ưu thế so với các loại hình khác. Ngoài ra, hai chương nội dung về thể loại phỏng vấn và thể loại phóng sự trên BMĐT là những nội dung tác giả luận án đặc biệt quan tâm và có kế thừa trong nghiên cứu của mình [29]. Bởi lẽ, khi xem xét, lựa chọn khảo sát tác phẩm theo chuyên mục, tác giả nhận thấy các tác phẩm thuộc thể loại phỏng vấn, phóng sự... đều sử dụng hình ảnh như một yếu tố trung tâm, cùng với text để trình bày một câu chuyện nhằm mục đích truyền thông điệp tải tới độc giả.

Ngoài ra còn nhiều bài báo khoa học về báo chí đa phương tiện trên Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông như *Chiến lược báo chí đa phương tiện*, PGS, TS. Đinh Thị Thúy Hằng (1/2014); *Hình ảnh, âm thanh và tương tác trong tác phẩm báo chí đa phương tiện*, PGS, TS. Hà Huy Phương (7/2014); *Việc ứng dụng đa phương tiện trong hoạt động báo chí truyền thông hiện nay*, TS. Nguyễn Đức Hạnh (6/2015); *Thời đại của các phương tiện truyền thông mới*, ThS. Nguyễn Thị Thu Hường (10/2016). Tác phẩm 2 kỳ “*Thách thức cũ, cơ hội mới: Đánh giá những biến đổi kỹ thuật số của báo chí*” của tác giả GS. Hans-Peter Rodenberg, Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông tháng 12/2016... cho chúng ta cái nhìn tổng quan về sự phát triển của báo chí trong kỷ nguyên số với những cơ hội và thách thức mới.

Riêng về lĩnh vực nghiên cứu về các dạng thức TPBC mới xuất hiện trên loại hình BMĐT như Megastory/Long-form..., các tài liệu đều gọi chung là Gói tin tức đa phương tiện. Có tương đối nhiều các tài liệu đã nghiên cứu riêng về vấn đề này như:

Luận án tiến sĩ “*Xu hướng sử dụng gói tin tức đa phương tiện trên báo mạng điện tử hiện nay*” của tác giả Ngô Bích Ngọc (2019). Luận án chia làm 4 phần: Cơ sở lý luận về việc sử dụng gói tin tức đa phương tiện trên báo mạng điện tử; Thực trạng xu hướng sử dụng gói tin tức đa phương tiện trên báo mạng điện tử hiện nay; Nghiên cứu trường hợp: chủ đề thể vận hội Olympic Rio 2016 và Bầu cử tổng thống Mỹ 2016; Đánh giá thành công hạn chế và dự báo xu hướng... [59]. Đây có thể xem là công trình nghiên cứu mới, có quy mô và bài bản về gói tin tức đa phương tiện trên BMĐT. Từ công trình nghiên cứu này, tác giả luận án đã có nhiều gợi mở giá trị trong hướng nghiên cứu ứng dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT. Theo đó, hình ảnh được xem là một yếu tố quan trọng cấu thành gói tin tức đa phương tiện trong tác phẩm BMĐT.

Trên Tạp chí Người làm báo cũng có nhiều bài viết về xu hướng sản xuất các loại hình Megastory như “*Xu hướng phát triển của báo chí trong kỷ nguyên kỹ thuật số*” của PGS,TS. Nguyễn Thị Trường Giang được trình bày dưới dạng Megastory dành riêng một phần nói về gói tin tức và sự ảnh hưởng của nó đến cục diện báo chí; “*Mega story*” và *những câu chuyện trực tuyến* của Vũ Thanh Hòa đăng trên phiên bản điện tử của Tạp chí Người làm báo tháng 6/2017: đưa đến cho độc giả thuật ngữ Megastory, các đặc điểm và tính năng ưu việt của nó. Trên cơ sở tiếp cận với các bài viết này, tác giả luận án bước đầu có thể nhận diện, phân biệt dạng thức tác phẩm mới Megastory - một trong số các dạng thức được đánh giá là ứng dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh một cách mạnh mẽ và thường xuyên nhất.

***Nhóm 2: Các nghiên cứu về kể chuyện (storytelling) và phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (Visual Storytelling) trong lĩnh vực báo chí***

Thuật ngữ “kể chuyện” trong báo chí không phải mới xuất hiện trong thời đại báo chí đa phương tiện. Thực ra, kỹ thuật này đã được sử dụng trong



viết báo từ rất lâu. Trong thế kỷ 19, các tác giả của các bản tin tức sơ khai đã bắt đầu sử dụng phương thức kể chuyện để làm cho các tin tức trở nên sống động hơn. Tuy nhiên, việc sử dụng kỹ thuật kể chuyện trong viết tin tức chưa thực sự phổ biến cho đến thập niên 60-70 khi báo chí trở nên cởi mở hơn về hình thức và phong cách thể hiện. Sau đó, các tác giả như: Tom Wolfe, Truman Capote, Gay Talese và Hunter S. Thompson đã sử dụng phong cách viết kể chuyện để tạo ra các bài báo và tác phẩm phi hư cấu. Các công trình của họ đã trở thành cơ sở thực tiễn quan trọng giúp nhà báo, nhà giáo Robert K. Manoff nghiên cứu và bước đầu đã định hình được khung lý thuyết về phong cách viết tin tức theo cách kể chuyện trong báo chí hiện đại. Những nghiên cứu của tác giả Robert K. Manoff được công bố trong cuốn sách "*Reading the News*" xuất bản lần đầu bởi Pantheon Books ở New York vào năm 1986.

Với dung lượng dài 260 trang, gồm 7 phần nội dung cơ bản, tác giả luận án đặc biệt quan tâm tới phần 7 "*Writing the News (by Telling the 'Story')*" của cuốn sách, do tác giả Robert K. Manoff biên soạn [138, tr.197]. Theo quan sát của tác giả, đây là một trong những nghiên cứu đầu tiên về phong cách viết tin tức theo cách kể chuyện và nhấn mạnh về tầm quan trọng của việc sử dụng phong cách này để tạo ra các TPBC.

Trong phần này, Manoff tập trung vào việc viết tin tức bằng cách kể câu chuyện để giải thích những sự kiện và đưa ra thông tin cho người đọc. Cuốn sách cung cấp cho các nhà báo cách *tiếp cận viết tin tức bằng cách sử dụng những yếu tố truyền thống của truyện cổ tích và tiểu thuyết để làm cho những sự kiện trong thế giới thực trở nên sống động và gây hứng thú cho người đọc*. Đồng thời, tác giả Manoff đã giới thiệu một số kỹ thuật và cách tiếp cận cụ thể để viết tin tức theo cách kể chuyện, đưa ra nhiều ví dụ minh họa để giải thích cho độc giả cách áp dụng ý tưởng này vào thực tế.

Đáng chú ý, tác giả Manoff đã chỉ ra 5 phương pháp kể chuyện mà nhà báo có thể sử dụng khi viết tin tức gồm: Sử dụng những chi tiết và mô tả cụ thể để đưa độc giả vào câu chuyện; Sử dụng lời nói của các nhân vật trong câu chuyện để làm nổi bật tính cách và tình huống của họ; Sử dụng cảm xúc và trải nghiệm cá nhân của tác giả để làm nổi bật câu chuyện và giúp độc giả

đồng cảm với nhân vật; Sử dụng các chi tiết không phải liên quan trực tiếp đến câu chuyện nhưng có thể giúp độc giả hiểu rõ hơn về bối cảnh và tình huống của nhân vật; Sử dụng kỹ thuật viết kịch tính, đẩy nhanh tốc độ của câu chuyện để làm nổi bật tính căng thẳng và hấp dẫn của nó [134].

Tuy cuốn sách mới chỉ đề cập tới kỹ năng viết tin tức theo cách kể chuyện, nhưng những tri thức, những quan điểm được trình bày trong cuốn sách này là những tiền đề quan trọng giúp tác giả luận án bước đầu hình thành khung lý luận về phương pháp kể chuyện trong báo chí nói chung, từ đó đặt nền móng vững chắc, đi sâu tìm hiểu về phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMDT.

Trong cuốn sách “*Storytelling, Branding in Practice*” do Springer xuất bản năm 2004, nhóm tác giả cho rằng “kể chuyện” chính là phương thức quan trọng để xây dựng thương hiệu [115].

Bàn về kỹ thuật kể chuyện trong TPBC văn học, nhóm tác giả Susan Jacobson, Jacqueline Marino, và Robert E Gutsche Jr (2015) trong bài báo “*The Digital Animation of Literary Journalism*” đã chỉ ra bốn yếu tố đặc trưng của câu chuyện bao gồm: bối cảnh; hội thoại; đặc tính và những căng thẳng, kịch tính. Thông qua việc phân tích 50 gói báo chí đa phương tiện dạng dài (long-form) đã được xuất bản năm 2012-2013 của 4 quốc gia có nền báo chí phát triển là Hoa Kỳ, Anh, Úc và Canada; nhóm tác giả cho rằng có 3 phương thức kể chuyện thường được sử dụng là: kể chuyện từ ngôi thứ nhất; kể chuyện theo ngôi thứ ba và kể chuyện kết hợp. Về ngôn ngữ, giọng điệu của câu chuyện được đánh giá theo các tiêu chí: nhẹ nhàng/gần gũi, trung lập và nghiêm trọng/ng nghiêm túc. Các yếu tố đa phương tiện giữ vai trò đặc biệt quan trọng trong việc xây dựng từng lớp nội dung của cách kể chuyện báo chí [144, tr.6]. Công trình đã đem đến cho tác giả luận án những chỉ dẫn quan trọng để xác định các yếu tố đa phương tiện trong tác phẩm BMDT, vai trò/ý nghĩa của việc sử dụng kết hợp các yếu tố khi truyền tải câu chuyện trên báo chí.

Việc “parallax scroll” (cuộn song song) - nội dung trôi trên trang với các tốc độ khác nhau được coi là đặc trưng hình thức của dạng thức gói báo

chí đa phương tiện dạng dài (long-form) [144, tr.14]. Các tác giả kết luận việc kết hợp công nghệ trong kể chuyện nhằm truyền tải thông điệp đã giúp long-form cải biến phù hợp hoàn cảnh (recontextualize) những kỹ thuật truyền thống của báo chí văn học. Điều này có thể dẫn đến một lập luận rằng: long-form không chỉ là việc phô diễn sức mạnh công nghệ, mà (thực ra) là: *Đa phương tiện là cốt lõi của cấu trúc tường thuật*. Đây đều là những luận điểm quan trọng mà tác giả luận án đặc biệt quan tâm và sẽ kế thừa để xây dựng khung lý thuyết về kể chuyện bằng hình ảnh trong tác phẩm BMĐT.

Không trực tiếp đề cập đến kể chuyện trên báo chí, tác giả Bùi Thị Ngọc Thu trong cuốn “*Story telling - nghệ thuật thuyết trình bằng câu chuyện*” xuất bản năm 2022 đi sâu vào phân tích nghệ thuật kể chuyện là một phương pháp hữu hiệu để thuyết phục công chúng dưới các góc độ: ý tưởng câu chuyện, cấu trúc bài thuyết trình như một câu chuyện, thuyết trình bằng câu chuyện, các kỹ thuật làm cho câu chuyện thú vị, làm cho các dữ liệu trong câu chuyện có ý nghĩa...[77]. Tuy nhiên, cuốn sách thiên về việc chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn và chỉ dừng lại ở việc sử dụng ngôn ngữ để kể chuyện trong giao tiếp thuyết phục công chúng chứ không đề cập tới việc sử dụng ngôn ngữ hình ảnh để kể chuyện trên truyền thông.

### ***Nhóm 3: Các nghiên cứu về kể chuyện bằng hình ảnh trong thời đại báo chí đa phương tiện***

Trích lời Steve Case, đồng sáng lập, chủ tịch và giám đốc điều hành công ty AOL, nhà cung cấp Internet lớn nhất toàn cầu “công ty của anh ta (AOL) nay không chỉ là tòa soạn thu thập tin tức (news-gathering) mà là tổ chức đóng gói tin tức (news-packaging) và Case cho rằng điểm khác biệt nổi bật giữa AOL và các tòa soạn truyền thống ở chỗ họ “đưa tin, phát triển các nguồn tin tức và viết các câu chuyện, và coi đó là vai trò mới nổi lên của BMĐT [108, tr.4-8]. Điều này có nghĩa là, thay vì chỉ thu thập tin tức và truyền dẫn lại tin tức đó một cách truyền thống, BMĐT có một vai trò “mới nổi” đó là truyền tải những câu chuyện đằng sau những tin tức mà nhà báo thu thập được. Điều này đòi hỏi mỗi nhà báo cần có khả năng phát hiện và xây dựng kết cấu câu chuyện mạch lạc, rõ ràng và sử dụng một hình thức hấp dẫn nhằm “kể” cho công chúng “nghe”.

Mark Deuze, có lẽ là người nghiên cứu các tính năng của việc kể chuyện ĐPT trên các trang web tin tức nhiều hơn bất kỳ học giả phương tiện truyền thông nào khác, trong cuốn *What is multimedia journalism (báo chí đa phương tiện là gì)* xuất bản năm 2004, ông đã đánh giá các trang web tin tức thông qua chất lượng các tiêu chí [125]: "siêu văn bản, tính tương tác và khả năng ĐPT", mà ông cho là "mẫu báo chí trực tuyến lý tưởng" (trang 141 và 206). Theo Deuze, *siêu văn bản* liên quan đến các liên kết bên trong hoặc bên ngoài đến một TPBC trực tuyến; *tương tác* có thể là cấu trúc điều hướng hoặc cơ chế phản hồi; *khả năng ĐPT* liên quan đến các yếu tố truyền thông được sử dụng để miêu tả một câu chuyện hoàn chỉnh nào đó, giúp công chúng tiếp nhận thông tin và ghi nhớ thông tin một cách dễ dàng hơn.

George Landow (2006) trong cuốn *Hypertext 3.0: Critical Theory and New Media in an Era of Globalization* nhận diện tính đa tuyến - phi đa tuyến (multilinearity - non multilinearity) và đa hình - phi đa hình (multivocality - non multivocality) là hai đặc điểm nhận diện của siêu văn bản [104]. Tính đa tuyến (từ các vai tương thuật khác nhau) và tính đa hình (từ các viễn cảnh khác nhau) phản ánh cách tiếp cận khác nhau trong kể chuyện hơn là những cấu trúc điều hướng đơn giản của phần lớn các tin tức ĐPT.

Nhóm tác Jackson Lankow, Josh Ritchie, Ross Crooks (2012) trong cuốn *“Infographics: The Power of Visual Storytelling”* (tạm dịch: “Đồ họa thông tin: Sức mạnh của kể chuyện bằng hình ảnh”) đi sâu vào nghiên cứu các hình thức truyền tải thông điệp một cách trực quan [111]. Trong môi trường truyền thông số, khi mà công chúng bị bủa vây bởi vô vàn các thông tin, nhiệm vụ của nhà báo/nhà truyền thông đó là phải truyền đạt thông điệp của mình một cách súc tích và hấp dẫn, tránh xa sự dài dòng. Nội dung trực quan - chẳng hạn như đồ họa thông tin và trực quan hóa dữ liệu - có thể thực hiện được điều này.

Cuốn sách đề cập đến cách tìm các câu chuyện trong dữ liệu mà nhà báo/nhà truyền thông thu thập được, từ đó chỉ ra các phương pháp giao tiếp bằng hình ảnh và chia sẻ chúng với công chúng để có tác động tối đa. Mặc dù với chỉ dừng lại ở đối tượng nghiên cứu là Inforgraphic - một trong rất nhiều

thành tố của hình ảnh, nhưng những nội dung được đề cập trong cuốn sách đã đưa đến cho tác giả luận án những phát hiện thú vị liên quan đến kể chuyện bằng hình ảnh trực quan, từ đó gợi mở những hướng nghiên cứu về kể chuyện bằng hình ảnh động, kể chuyện bằng hình ảnh tĩnh...

Năm 2012, tác giả Naomi Verity Busst - Nghiên cứu sinh tại Đại học Bond (Úc) đã bảo vệ thành công Luận án Tiến sĩ ngành Triết học với đề tài: *“Telling stories to a different beat: Photojournalism as a “Way of Life”*. Kết quả nghiên cứu của luận án có nhiều nội dung thú vị khi lần đầu tiên trình bày một lý thuyết có cơ sở về việc phóng viên ảnh có một lối sống như thế nào. Nghĩ về phóng sự ảnh như một lối sống chứ không phải là một nghề nghiệp, một cách tiếp cận để tạo ra hình ảnh hoặc một sản phẩm, đặt ý định, lý tưởng, giá trị và trách nhiệm của các phóng viên ảnh lên hàng đầu trong quá trình tìm hiểu và nâng cao hiểu biết về thực hành phóng sự ảnh.

Tác giả của luận án cũng chỉ rõ, trong khi hầu hết các nghiên cứu về phóng sự ảnh tập trung vào các nhiếp ảnh gia làm việc cho các tổ chức truyền thông, thì rất ít, nếu có, đã được thực hiện liên quan đến các phóng viên ảnh làm nghề tự do. Luận án này tập trung vào những câu chuyện và kinh nghiệm của các phóng viên ảnh tự do để phát triển một lý thuyết giải thích cho nền tảng tư tưởng, đạo đức và giá trị của thực hành phóng sự ảnh. Sử dụng một phương pháp lý thuyết có cơ sở, tác giả luận án đã thực hiện 23 cuộc phỏng vấn chuyên sâu với các phóng viên ảnh và các thành viên khác trong ngành để khám phá xem câu chuyện của họ tiết lộ điều gì về lối sống của phóng viên ảnh tự do [130]. Nghiên cứu này chứng minh rằng trở thành một phóng viên ảnh tự do không chỉ là một nghề nghiệp - đó là một lối sống được định hướng về mặt tư tưởng và đạo đức và được chi phối bởi những lý tưởng, giá trị và trách nhiệm vốn được coi là vốn có trong truyền thống của nghề phóng viên ảnh. Các kết luận này là những chỉ dẫn, gợi mở mới mẻ, đầy thú vị giúp tác giả có thể nhìn nhận một cách tổng thể mối tương quan giữa lối sống và sản phẩm sáng tạo của những phóng viên ảnh - chủ thể sáng tạo các câu chuyện hình ảnh thay vì tách rời thực tiễn khỏi sản phẩm.

Bài báo của Maria Massila -Merisalo (2014) có tên Story first -

Publishing Narrative Long-form Journalism in Digital Environment (*Câu chuyện là hàng đầu - Xuất bản báo chí tường thuật dài trong môi trường kỹ thuật số*) tại Journal of Magazine & New Media Research cho rằng “dù ĐPT giúp tăng cường tính chân thật, hấp dẫn của bài báo mạng nhưng cũng chính ĐPT đôi khi lại giảm sự “đắm chìm”, nhập tâm của độc giả vào dòng chảy bài viết”, và tác giả đưa ra kết luận nội dung câu chuyện của bài báo vẫn là yếu tố quan trọng nhất [123].

Về đặc điểm của kể chuyện kỹ thuật số, theo Viện Báo chí Hoa Kỳ, nghiên cứu đã chứng minh rằng cách kể câu chuyện quan trọng hơn chủ đề của nó [142]. Theo đó, có ba đặc điểm cơ bản của kể chuyện kỹ thuật số được chỉ ra: *Một là*, trong kể chuyện kỹ thuật số, nội dung thông điệp sẽ quyết định cách nhà báo trình bày câu chuyện. *Hai là*, về mặt cấu trúc, kể chuyện kỹ thuật số thường sử dụng cấu trúc phi tuyến tính. *Ba là*, kể chuyện kỹ thuật số sử dụng nhiều phương thức thông tin, mang tính tương tác cao và không ngừng phát triển câu chuyện.

Cuốn sách “*Feature and Narrative Storytelling for Multimedia Journalists*” (Tạm dịch: Tính năng và kể chuyện tường thuật cho các nhà báo đa phương tiện) của tác giả Duy Linh Tu - đại học Columbia được kết cấu với 3 phần và 10 chương nội dung [100]. Các nội dung về báo chí đa phương tiện hiện đại, Kỹ thuật sản xuất và hậu kỳ; Tính năng và kể chuyện tường thuật lần lượt được tác giả làm rõ. Trong đó, phần 3 của cuốn sách viết về kể chuyện tường thuật trên BMĐT là phần nội dung mà tác giả luận án đặc biệt quan tâm [100, tr.195-237]. Tại đây, tác giả Duy Linh Tu đã giới thiệu quy trình sản xuất câu chuyện bằng hình ảnh, trong đó đề cập tới các dạng thức hình ảnh như: video nổi bật, phim tài liệu, nhiếp ảnh... Đồng thời, nhấn mạnh rằng *kể chuyện là một nghệ thuật, và những câu chuyện tốt phải có sự tương tác giữa nội dung và cảm xúc của người đọc hoặc người xem*. Đây chính là những phần nội dung quan trọng giúp tác giả luận án có những tham chiếu đối với việc phân tích các giai đoạn của quá trình kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT của nhà báo.

Cuốn sách “*Digital Transformation in Journalism and News Media*” do

hai tác giả Marko M. Friedrichsen và Yusuf Kalyango Jr. biên soạn có một chương nội dung đáng chú ý mang tên "Understanding Quality in Digital Storytelling: A Theoretically Based Analysis of the Interactive Documentary" (2017) do tác giả J. O. Pavlik và J. V. Pavlik viết. Tại đây, tác giả Pavlik cho rằng: Kể chuyện kỹ thuật số trong báo chí là một lĩnh vực mà những người kể chuyện bắt đầu sử dụng các công cụ kể chuyện được kích hoạt bởi không gian kỹ thuật số [136].

Ngoài ra, còn một số công trình nghiên cứu liên quan đến kể chuyện và kể chuyện bằng hình ảnh trong thời đại báo chí đa phương tiện có thể kể đến như: Tác giả Miller, Carolyn Handler trong cuốn sách "*Digital Storytelling: A Creator's Guide to Interactive Entertainment*" (*Hướng dẫn Giải trí tương tác*) [129]; Tác giả Tuomo Hiippala trong cuốn sách "*The Multimodality of Digital Longform Journalism*" (*Tính đa dạng của longform kỹ thuật số*) [147], ... các tác giả đã nêu một số cách kể chuyện ĐPT trong thời đại kỹ thuật số, nhấn mạnh việc kết hợp các yếu tố ĐPT trong bài dài là một dạng TPBC có cách kể chuyện (hay tường thuật) và trình bày đa tuyến, cơ bản khác với các dạng TPBC truyền thống như phóng sự, điều tra (thường là đơn tuyến). Đây là một trong những chỉ dẫn quan trọng mà tác giả luận án sẽ kế thừa trong việc lựa chọn đối tượng khảo sát vấn đề sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT.

Trong đó, đáng chú ý hơn cả là cuốn sách "*The Multimodality of Digital Longform Journalism*", tác giả Tuomo Hiippala đã mô tả cấu trúc đa dạng của 12 bài viết dạng longform được xuất bản vào năm 2012-2013, để mô tả đặc điểm của thể loại mới nổi của kỹ thuật số - longform [147]. Tác giả đã giải thích làm thế nào các longforms kết hợp bằng văn bản ngôn ngữ, tạp chí ảnh, video ngắn và các chế độ ngữ cảnh khác, cho phép họ nhận ra một câu chuyện liền mạch, và do đó, để cung cấp trải nghiệm người dùng khác biệt với các thể loại báo chí khác, chẳng hạn như trang đích, triển lãm ảnh và những câu chuyện trong bài. Tác giả cũng nghiên cứu dòng chảy văn bản, luồng hình ảnh và luồng trang để nắm bắt cách viết, ngôn ngữ, hình ảnh, video và các loại nội dung khác được kết hợp, các phân tích cho thấy rằng các thể loại longform có xu hướng tổ chức

nội dung theo cấu trúc tuyến tính. Điều này có nghĩa là không giống cách trình bày các trang chủ/ trang đích (landing page) nơi trình bày các loại nội dung khác nhau cho người đọc lựa chọn, bài longforms dành toàn bộ màn hình cho một chế độ đơn tuyến tại một thời điểm. Các longforms kết hợp các nội dung này với nhau bằng cách sử dụng một số chuyển đổi lớn như trong phim: quét hình và tan biến (wipe - dissolve) - cách làm giống như trong phim ảnh.

Jacobson, Marino, and Gutsche (2015) gọi đây là một dạng “digital longform journalism” - longform kỹ thuật số và coi đây là một “thể loại mới nổi” trong báo chí [144]. Báo chí dạng dài kỹ thuật số, tích hợp liền mạch ngôn ngữ viết và ĐPT, ngày càng được công nhận là *một cách kể chuyện báo chí hiệu quả để truyền tải thông điệp tới công chúng*. Các bài báo dài tìm cách thu hút khán giả bằng cách kết hợp văn bản, hình ảnh, looping video, bản đồ động và hình ảnh hóa dữ liệu vào một chỉnh thống nhất, có cốt chuyện, tình tiết, nhân vật được kể.

*Multimedia Storytelling of Digital Communicators in a Multiplatform Word* (2015), Nxb Routledge, (Tạm dịch: Câu chuyện đa phương tiện cho nhà báo công nghệ trong thế giới đa nền tảng) của tác giả Seth.Gitner là một cuốn sách tương đối khái quát về loại hình Megastory dưới tên gọi là Multimedia Storytelling [141]. Tác giả trình bày được những đặc điểm cơ bản của một siêu TPBC, cách xây dựng và kết hợp các yếu tố đa phương tiện trong bài viết. Cuốn sách cũng nêu bật được một vài xu hướng mới phát triển của Megastory trong tương lai, trong đó nhấn mạnh vai trò của câu chuyện đa phương tiện. Tác giả luận án sẽ kế thừa những nội dung này vào hoạt động khảo sát việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh đối với các tác phẩm Megastory trên một số tờ BMĐT ở Việt Nam.

Phương pháp được hiểu là cách thức con người sử dụng để đạt được mục đích. Phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là cách thức, con đường mà các nhà báo thu thập hình ảnh, xử lý thông tin (sự kiện), phối hợp yếu tố hình ảnh với các yếu tố khác để “kể” cho công chúng “nghe” về một câu chuyện báo chí sinh động, có khả năng truyền cảm hứng... nhằm mục đích tạo hứng thú cho công chúng trong quá trình tiếp nhận thông điệp, từ đó thúc đẩy việc thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi của công chúng về một vấn đề, sự kiện, nào đó.



Câu chuyện hình ảnh là sự kết hợp giữa nhiều phương tiện truyền thông. Nó được xây dựng dựa trên hình ảnh, kết hợp với văn bản, giọng nói, chuyển động, sự chuyển tiếp (giữa các hình ảnh), âm nhạc, tạo nên một sản phẩm phong phú để diễn đạt, chia sẻ, mô tả, trình bày về một câu chuyện.

Qua quan sát của tác giả cho đến thời điểm làm luận án này, hiện tại Việt Nam chưa có công trình nghiên cứu trực diện về kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo TPBC. Mà phần lớn các công trình tác giả tìm thấy mới chỉ dừng lại ở việc nhận diện và phân tích phương pháp kể chuyện trên truyền thông nói chung. Có thể kể đến một số công trình như:

Cuốn sách dịch “*Kể chuyện thông qua dữ liệu*” của tác giả Cole Nussbaumer Knafllic, dịch giả Hồ Vũ Thanh Phong dịch năm 2021 đề cập sâu đến phương pháp kể chuyện thông qua dữ liệu [10]. Tuy nhiên, tác giả của cuốn sách chỉ dừng lại ở việc chỉ ra và phân tích các giai đoạn trong chu trình kể một câu chuyện thông qua dữ liệu, mà chưa đề cập tới câu chuyện hình ảnh. Dù vậy, đây cũng là tài liệu tham khảo rất hữu ích đối với tác giả luận án, bởi lẽ hình ảnh cũng được xem là một dạng dữ liệu được nhà báo khai thác và sử dụng để chuyển tải thông điệp của mình tới công chúng.

Cuốn sách “*Brand Story - Thổi hồn thương hiệu làm triệu người mê*” của tác giả David Aaker được dịch bởi dịch giả Nguyễn Nụ (2020) tuy không trực tiếp bàn tới các câu chuyện hình ảnh nhưng lại là công trình tiếng Việt hiếm hoi bàn sâu về câu chuyện truyền thông [13]. Theo đó, tác giả của cuốn sách đã giải nghĩa thế nào là một câu chuyện truyền thông (trang 15-68); Phân loại, các tìm kiếm các câu chuyện truyền thông và đặc biệt là đã dẫn ra và phân tích các câu chuyện truyền thông thương hiệu cụ thể có khả năng thuyết phục khách hàng.

Ở lĩnh vực học thuật, đáng chú ý là *Giáo trình Nhập môn truyền thông đa phương tiện* do PGS,TS. Đỗ Thị Thu Hằng (chủ biên), xuất bản tháng 12/2022. Đây được xem là công trình đầu tiên ở Việt Nam nghiên cứu một cách tổng thể cả về lý luận và ứng dụng thực tiễn dưới góc nhìn truyền thông đa phương tiện là dòng sản phẩm quan trọng nhất quyết định mức độ phát triển của ngành công nghiệp nội dung trong xã hội thông tin.

Với dung lượng dài 200 trang, cuốn sách đề cập tới 4 nhóm nội dung cơ bản gồm: Những vấn đề chung về truyền thông đa phương tiện; Sáng tạo nội dung và sản xuất sản phẩm truyền thông đa phương tiện; Ứng dụng và phát triển truyền thông đa phương tiện; Yếu tố kỹ thuật và công nghệ ngành truyền thông đa phương tiện. Đáng chú ý nhất là các nội dung được trình bày trong chương 2 của cuốn sách “Sáng tạo nội dung và sản xuất sản phẩm truyền thông đa phương tiện”. Tại đây, các tác giả đã phân tích các yếu tố trong sáng tạo nội dung truyền thông đa phương tiện. *Đề tài, chủ đề và chiến lược kể chuyện* được xem là các yếu tố quan trọng nhất trong sáng tạo nội dung truyền thông đa phương tiện. *Mặc dù các câu chuyện được kể trong các sản phẩm truyền thông đa phương tiện có những đặc điểm riêng biệt đối với từng loại hình, nhưng khuôn mẫu về cách kể chuyện đối với sản phẩm truyền thông đa phương tiện có đặc điểm chung* [35, tr.69]. Một số phương thức kể chuyện đa phương tiện được nhóm tác giả làm rõ gồm: kể chuyện nhiếp ảnh (storytelling photography), kể chuyện bằng yếu tố thị giác (visual storytelling), kể chuyện bằng âm thanh (audio storytelling) và phương thức kể chuyện tương tác (interactive storytelling). Tuy nhiên, nghiên cứu này mới chỉ dừng lại ở mức độ tổng quan về ngành truyền thông đa phương tiện chứ chưa đề cập trực diện tới hoạt động báo chí. Dù vậy, những nội dung nghiên cứu về phương thức kể chuyện bằng yếu tố thị giác (visual storytelling) là những cơ sở lý luận quan trọng giúp tác giả luận án có thể kế thừa và tiếp tục nghiên cứu, tìm hiểu sâu hơn về kể chuyện bằng hình ảnh (visual storytelling) trong sáng tạo tác phẩm BMĐT.

Phát hành vào quý I/2024, cuốn sách “*Nghệ thuật kể chuyện bằng hình ảnh*” của Giáo sư điện ảnh Julian Hoxter, do Nguyễn Thanh Bình (dịch) được xem là công bố mới nhất - theo quan sát của tác giả luận án, nghiên cứu trực diện về kể chuyện bằng hình ảnh trong lĩnh vực điện ảnh. Là một chuyên gia về biên kịch, giáo viên dạy viết kịch bản trong hơn 20 năm, tác giả Julian Hoxter đã chỉ ra rằng “*kịch bản là mắt xích quan trọng nhất trong cỗ máy sáng tạo của ngành sản xuất phim, nó là một hình thức viết “kỳ quặc”, nó cố gắng giao tiếp bằng hình ảnh theo những cách mà văn xuôi không thể làm được*” [46, tr.7]. Nội dung

cuốn sách tập trung đi sâu vào việc phân tích, hướng dẫn thực hành các nguyên tắc cơ bản của việc viết kịch bản trong ngành điện ảnh. 12 nguyên tắc viết kịch bản điện ảnh được trình bày trong sách là những chỉ dẫn ý nghĩa giúp tác giả luận án tham chiếu, bước đầu định hình các nguyên tắc kể chuyện bằng hình ảnh trên báo chí nói chung và BMĐT nói riêng.

#### ***1.4. Tiếp cận vấn đề kể chuyện bằng hình ảnh từ góc độ nghiên cứu hành vi tiếp nhận***

Công trình nghiên cứu “*Introducing the e-newspaper - Audience Preferences and Demands*” (2007), của nhóm tác giả Carina Ihlström Eriksson; Maria Åkesson, Đại học Halmstad, Thụy Điển cung cấp những kiến thức tổng quát về sự thích nghi của các phương tiện truyền thông mới nói chung và của BMĐT nói riêng qua những nghiên cứu thực nghiệm về sở thích và nhu cầu của những độc giả tiềm năng. Những phát hiện trong công trình nghiên cứu này dựa trên hai nghiên cứu: một bảng câu hỏi trực tuyến với 3626 người trả lời và một bảng đánh giá xây dựng trong cuộc sống thật của 10 gia đình qua hai tuần. Giả thuyết ban đầu là: những người có tầm nhìn đối với công nghệ dịch vụ mới thì sẽ dễ dàng thích nghi hơn là những người đã thực sự phải trải nghiệm công nghệ và dịch vụ trong giai đoạn phát triển ban đầu với những trục trặc kỹ thuật cố hữu. Câu hỏi nghiên cứu của bài báo cáo đó là: Kinh nghiệm sử dụng ảnh hưởng đến nhận thức về sở thích và nhu cầu đối với các báo điện tử như thế nào? Kết quả cho thấy các giả thuyết được chứng minh là sai, những người được thử nghiệm *có một kinh nghiệm sử dụng báo điện tử trong thực tế, dễ dàng thích nghi và hứng thú với các chức năng, giao diện tiên tiến* do có khái niệm và hiểu biết nhất định về BMĐT [95]. Từ nghiên cứu này, tác giả luận án có thể rút ra một luận cứ bổ ích: độc giả BMĐT dễ dàng tiếp cận, mong muốn được trải nghiệm các tác phẩm BMĐT ứng dụng kỹ thuật công nghệ tiên tiến trong truyền tải thông điệp.

Tác giả Đỗ Thị Thu Hằng trong cuốn *Giáo trình tâm lý học báo chí* [34] bàn đến các vấn đề như: Tâm lý học ứng dụng trong nghề báo; Giao tiếp báo chí; Tâm lý sáng tạo của người làm báo. Trong đó, tác giả luận án quan

tâm và kế thừa nhiều nội dung về Tâm lý tiếp nhận sản phẩm báo chí của công chúng. Đặc biệt, nội dung về “Cơ chế tạo mẫu và đối chiếu mẫu trong tiếp nhận của công chúng truyền hình” đã chỉ ra 2 điều kiện cơ bản để công chúng có thể tiếp nhận hình ảnh một cách dễ dàng từ góc độ người làm báo bao gồm: “*Một là, phải làm cho công chúng có càng nhiều càng tốt các hình mẫu về các vấn đề đang trình bày. Hai là, các hình ảnh được đưa ra bao lâu, với cường độ như thế nào, sự nhắc lại ra sao phải căn cứ vào khả năng phân tích và nhận biết của mắt, trên cơ sở đã xác định được công chúng đã có hình mẫu gì để tiếp cận*” [34, tr.39]. Đây là những gợi mở vô cùng quan trọng giúp tác giả luận án bước đầu đề xuất một số nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung tác phẩm BMĐT gắn với đặc thù về tiếp nhận sản phẩm báo chí của công chúng.

Cuốn sách dịch “*Hình ảnh điều khiển tâm trí*” của các tác giả Andrew, Van Leeuwen, Van Baaren được dịch bởi Hà Minh Tú (2021) đề cập tới 33 kỹ thuật điều khiển tâm lý trong truyền thông thị giác [2]. Tuy nhiên, yếu tố hình ảnh đề cập trong cuốn sách này chủ yếu là các hình ảnh xuất hiện trên các sản phẩm quảng cáo thay vì các hình ảnh xuất bản trên báo chí.

Trong cuốn “*Đổi mới sáng tạo trong báo chí 2023 - Báo cáo toàn cầu*” - đặc san của báo Nhân dân đề cập tới những cơ hội mới mà AI tạo sinh đem lại đối với ngành báo chí. Tác giả luận án đặc biệt quan tâm tới bài viết “*Cách để kết nối với Gen Z*” trong công trình này. Xem xét Gen Z là nhóm công chúng mục tiêu của báo chí, nghiên cứu đã làm rõ “chân dung” công chúng Gen Z với những đặc trưng cơ bản của lớp công chúng mới trong tiếp nhận thông tin, từ đó gợi ý những phương thức làm báo để thu hút, tương tác và giữ chân độc giả Gen Z. Nghiên cứu cũng khẳng định “*xu thế chuyển sang video, sự chuyển dịch sang hướng kể chuyện nhiều hình ảnh và phát thuật toán phát hiện làm nổi bật nội dung đang được công chúng tương tác nhiều nhất, hành vi của người dùng cho thấy họ ngày càng thích xem hơn đọc...*” [4, tr.42]. Những kết luận quan trọng này góp phần khẳng định vai trò việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung tác phẩm BMĐT, được tác giả trình bày trong chương 1 luận án của mình.

## 2. Đánh giá khái quát về các công trình nghiên cứu trong Tổng quan tình hình nghiên cứu và những vấn đề cần giải quyết trong luận án

### 2.1. Đánh giá khái quát những vấn đề đã được đề cập trong các công trình nghiên cứu ở Tổng quan

Trong Tổng quan tình hình nghiên cứu, tác giả luận án đã sưu tầm, thống kê, phân tích từ góc độ Báo chí học các tài liệu của nước ngoài và của Việt Nam theo 4 hướng nghiên cứu chính: (i) hướng nghiên cứu về ký hiệu học trong TTHA; (ii) hướng nghiên cứu về TTHA và nguyên lý thị giác; (iii) hướng nghiên cứu về kể chuyện bằng hình ảnh trên báo chí từ phương diện sản xuất và sáng tạo tác phẩm BMĐT; (iv) tiếp cận vấn đề kể chuyện bằng hình ảnh từ góc độ nghiên cứu hành vi tiếp nhận.

Từ phân tích những tài liệu này, tác giả luận án quan sát thấy: chưa có tài liệu nào đề cập đến vấn đề nghiên cứu của luận án là *Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT*. Tuy nhiên, thông qua nghiên cứu các tài liệu trên đây, tác giả luận án đã thu lượm được khá nhiều kiến thức quý giá về ký hiệu học trong TTHA; về sản xuất và sáng tạo TPBC và BMĐT, về TTHA và nguyên lý thị giác, về kể chuyện bằng hình ảnh tiếp cận từ nghiên cứu hành vi tiếp nhận, có thể áp dụng cho quá trình thực hiện luận án:

*\* Ở hướng nghiên cứu về ký hiệu học trong truyền thông hình ảnh*

*Thứ nhất*, khoa học về ký hiệu là một lĩnh vực nghiên cứu lâu đời, phát triển nở rộ những năm 1960-1970 trên thế giới. Các nghiên cứu về ký hiệu học là vô cùng đa dạng, đồ sộ, mang tính hệ thống và bài bản về nội dung, không có sự khác biệt nhiều về nội dung cơ bản trong lý thuyết ký hiệu học của nước ngoài và của Việt Nam. Qua điểm lược các công trình nghiên cứu về ký hiệu học, tác giả nhận có hai trường phái ký hiệu học tiêu biểu đã phát triển, làm đa dạng hóa các phương pháp nghiên cứu là: ký hiệu học cấu trúc (structural semiotics) và ký hiệu học hậu cấu trúc (post-structural semiotics). Sự bùng nổ của ký hiệu học đánh dấu bước ngoặt mang tính cách mạng của khoa học xã hội - nhân văn. Ban đầu là những nghiên cứu về ký hiệu học trong lĩnh vực văn hoá học, ngôn ngữ học, văn học... sau đó mở rộng biên độ chiếm lĩnh đối tượng sang các lĩnh vực nghệ thuật tạo hình, nghệ thuật biểu hiện và biểu diễn, trước

hết là sân khấu và điện ảnh. Cho nên tác giả luận án có thể kế thừa theo nguyên bản hoặc không, tùy theo mục đích khai thác tư liệu.

*Thứ hai*, ngày nay, ký hiệu học được ứng dụng rộng rãi trong phân tích truyền thông, thiết kế đồ họa, nghiên cứu văn hóa, và nghiên cứu truyền thông xã hội. Điềm qua các công trình nghiên cứu ứng dụng ký hiệu học trong truyền thông, tác giả nhận thấy có điểm tương đồng giữa các tài liệu của nước ngoài và Việt Nam khi các học giả đều thống nhất: ứng dụng ký hiệu học trong truyền thông là nghiên cứu cách các thông điệp được mã hóa (tạo ra) và giải mã (hiểu) thông qua các ký hiệu như từ ngữ, hình ảnh, âm thanh và biểu tượng. Ký hiệu học là một thuật ngữ quen thuộc đối với các nhà báo, nhà truyền thông, nghiên cứu ngôn ngữ và tâm lý... Nó được sử dụng rộng rãi trong nội dung đào tạo về báo chí - truyền thông ở bậc trung học và chương trình đại cương ở bậc đại học trên thế giới [19]. Nói một cách đơn giản, ký hiệu học là hoạt động nghiên cứu giao tiếp bằng cách giải mã các dấu hiệu và ký hiệu trên hình ảnh. Tuy nhiên, những tài liệu đó chỉ đề cập đến lý luận chung về ký hiệu học trong truyền thông, mà không đề cập đến vấn đề sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh - một dạng ký hiệu đặc biệt trong sáng tạo nội dung tác phẩm BMDT. Đây là khoảng trống mà luận án cần nghiên cứu.

*Thứ ba*, một số nghiên cứu trực diện liên quan đến ký hiệu học trong TTHA đã xuất hiện với nội dung tương đối hệ thống và bài bản. Tuy không thể bao quát hết, nhưng những tài liệu được tác giả luận án trình bày trong tổng quan đã giúp tác giả rút ra được một số luận cứ khoa học quan trọng như: (i) nghiên cứu hình ảnh dưới góc độ là một ký hiệu đóng vai trò đặc biệt quan trọng; (ii) ký hiệu học có mối liên quan mật thiết với phân tích giao tiếp thị giác; (iii) nhìn từ góc độ ký hiệu học, có 4 phương pháp phân tích hình ảnh gồm: phân tích nội dung, phân tích diễn ngôn trực quan, phân tích ngữ cảnh và phân tích hành vi tiếp nhận; (iv) trong văn hoá truyền thông có 3 loại hình ảnh cơ bản gồm: hình ảnh tĩnh, hình ảnh động và hình ảnh kỹ thuật số, mỗi loại hình ảnh này cần phân tích trong mối quan hệ với các yếu tố khác.

*\* Ở hướng nghiên cứu về truyền thông hình ảnh và nguyên lý thị giác*

Khi nghiên cứu về phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong báo chí nói chung và BMDT nói riêng, tác giả luận án xác định việc tìm tòi và tổng

hợp các tài liệu, công trình nghiên cứu về TTHA và nguyên lý thị giác là công việc nghiên cứu cơ bản, cần thực hiện đầu tiên để “chất lọc” những tri thức nền tảng, cơ bản nhất về vấn đề tiếp nhận thông điệp hình ảnh trên báo chí - từ góc độ của độc giả. Lấy đó làm luận cứ khoa học tiền đề để xây dựng cơ sở lý luận thiết kế thông điệp hình ảnh phù hợp với nhu cầu, thị hiếu và nguyên lý thị giác của công chúng. Chính vì vậy, những tài liệu này được tác giả luận án nghiên cứu kỹ lưỡng và cẩn trọng, từ đó rút ra một số nhận xét như sau:

*Thứ nhất*, tài liệu có liên quan đến TTHA và nguyên lý thị giác khá phong phú, đa dạng ở góc độ tiếp cận, như: tâm lý học, báo chí học, xã hội học, văn hoá học... Điều này cho thấy vai trò quan trọng của việc nhận diện các dạng thức hình ảnh có khả năng hấp dẫn thị giác của công chúng. Từ đó ứng dụng trong hoạt động sáng tạo tác phẩm BMĐT có sử dụng yếu tố hình ảnh là chủ đạo nhằm truyền đạt thông điệp của nhà báo.

*Thứ hai*, nội dung các lý thuyết về TTHA được đề cập tương đối bài bản, chuyên sâu. Các công trình nghiên cứu về vấn đề này có đặc điểm chung là tập trung vào các cách mà công chúng tiếp nhận các thông điệp hình ảnh. Một số nghiên cứu đã bước đầu giải thích về bốn tín hiệu thị giác cũng như cách sử dụng chúng để hút sự chú ý của người xem; Mô tả chi tiết các lý thuyết về TTHA, Các nguyên lý thuyết phục bằng hình ảnh, Định kiến về thị giác, Phân tích thị giác... đây là những luận cứ mang tính khoa học quan trọng mà tác giả có thể sử dụng cho luận án.

*\* Ở hướng nghiên cứu về kể chuyện bằng hình ảnh từ phương diện sản xuất và sáng tạo tác phẩm BMĐT*

Tác giả luận án xác định đây là công việc nghiên cứu quan trọng, cần thực hiện tỉ mỉ, kỹ lưỡng để thu lượm những tri thức nền tảng, cơ bản nhất về phương thức kể chuyện bằng hình ảnh trong các tác phẩm BMĐT từ các tài liệu của nước ngoài và của Việt Nam. Lấy đó làm luận cứ khoa học tiền đề để xây dựng cơ sở lý luận về phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh: khái niệm, đặc điểm, vai trò, phân loại, nguyên tắc sử dụng, quy trình sử dụng... Chính vì vậy, những tài liệu này được tác giả luận án nghiên cứu kỹ lưỡng và cẩn trọng, từ đó rút ra một số nhận xét như sau:

*Nhóm 1: Các nghiên cứu lý luận và thực tiễn về báo chí nói chung và BMĐT nói riêng.* Nhóm công trình này được tiếp cận ở hai góc độ:

*Thứ nhất*, các công trình nghiên cứu về báo chí nói chung: tài liệu về lý thuyết báo chí ở trên thế giới và ở Việt Nam khá phong phú về chủng loại tài liệu, tương đối hệ thống và bài bản về nội dung, không có sự khác biệt nhiều về nội dung cơ bản trong lý thuyết báo chí của nước ngoài và của Việt Nam, như: khái niệm, đặc trưng cơ bản, quy trình sáng tạo tác phẩm, nguyên tắc hoạt động..., cho nên tác giả luận án có thể kế thừa theo nguyên bản hoặc không, tùy theo mục đích khai thác tư liệu. Tuy nhiên theo quan sát của tác giả luận án, những tài liệu này chưa đề cập đến vấn đề sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT.

*Thứ hai*, các công trình nghiên cứu về BMĐT. Có thể thấy, tài liệu nghiên cứu về BMĐT trên thế giới và ở Việt Nam tuy không nhiều bằng các tài liệu nghiên cứu về báo chí nói chung nhưng nội dung khá bài bản và chuyên sâu. Đặc biệt, những tài liệu về BMĐT ở Việt Nam đã được sử dụng trong các cơ sở giáo dục đào tạo về BC-TT, do đó, những tài liệu này đảm bảo về tính khoa học, chuẩn mực về ngôn từ, có thể kế thừa theo nguyên bản. Dù vậy, những tài liệu đó chỉ đề cập đến lý luận chung về BMĐT, mà không đề cập đến vấn đề sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT. Đây là khoảng trống mà luận án cần nghiên cứu.

*Thứ ba*, qua nghiên cứu những tài liệu này, tác giả luận án đã rút ra được một số luận cứ mang tính khoa học, có thể sử dụng cho luận án như: (i) BMĐT được các nhà nghiên cứu tiếp cận từ nhiều góc độ khác nhau, từ các thời điểm khác nhau, tuy nhiên, họ đều có điểm chung khi khẳng định đây là loại hình báo chí có nhiều ưu thế nhất trong việc ứng dụng đa phương tiện. (ii) Điểm đáng chú ý trong các TPBC đa phương tiện là cho phép độc giả “đắm mình” trong câu chuyện được kể trên BMĐT. (iii) Độc giả BMĐT dễ dàng tiếp cận, mong muốn được trải nghiệm các tác phẩm BMĐT ứng dụng kỹ thuật công nghệ tiên tiến trong truyền tải thông điệp.

*Nhóm 2: Các nghiên cứu về kể chuyện trên báo chí*

Đối với đề tài “Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT”, ngoài các lý thuyết về TTHA, thì các lý thuyết về



kể chuyện (narrative theory) được tác giả luận án xem là nền tảng lý thuyết quan trọng, cần được nghiên cứu kỹ lưỡng, làm kim chỉ nam cho thiết kế nghiên cứu trong luận án. Qua tìm tòi, quan sát, tác giả luận án nhận thấy hệ thống các nghiên cứu về kể chuyện, kể chuyện trên BC-TT tương đối đa dạng và có lịch sử ra đời và phát triển lâu đời.

*Thứ nhất*, phần lớn các nghiên cứu được đề cập đều đồng ý rằng việc sử dụng kỹ thuật kể chuyện trong viết tin tức chưa thực sự phổ biến cho đến thập niên 60-70 khi báo chí trở nên cởi mở hơn về hình thức và phong cách thể hiện. Ở giai đoạn sơ khai, nó tồn tại như một kỹ thuật để làm cho các tin tức trở nên sống động hơn của các nhà báo. Các bài báo đó đã trở thành cơ sở thực tiễn quan trọng giúp nhà báo, nhà giáo Robert K. Manoff nghiên cứu và bước đầu đã định hình được khung lý thuyết về phong cách viết tin tức theo cách kể chuyện trong báo chí hiện đại.

*Thứ hai*, các nghiên cứu về kể chuyện trên báo chí đã đưa ra nhiều luận cứ quan trọng như: (i) kỹ thuật viết tin tức bằng cách kể chuyện làm cho những sự kiện trong thế giới thực trở nên sống động và gây hứng thú cho người đọc; (ii) có 5 phương pháp kể chuyện mà nhà báo có thể sử dụng khi viết tin tức; (iii) “kể chuyện” chính là phương thức quan trọng để xây dựng thương hiệu; (iv) có 4 yếu tố đặc trưng của câu chuyện bao gồm: bối cảnh; hội thoại; đặc tính và những căng thẳng, kịch tính. Đây đều là những luận điểm quan trọng mà tác giả luận án đặc biệt quan tâm và sẽ kế thừa để xây dựng khung lý thuyết về kể chuyện bằng hình ảnh trong tác phẩm BMĐT.

*Thứ ba*, điểm chung của các nghiên cứu về kể chuyện trên báo chí trong các công trình mà tác giả luận án thu lượm được là đều tập trung ở việc phân tích các kỹ thuật kể chuyện thông qua việc sử dụng văn bản chứ chưa đề cập đến các yếu tố khác trong TPBC như hình ảnh, âm thanh...

*Nhóm 3: Các nghiên cứu về kể chuyện bằng hình ảnh trong thời đại báo chí đa phương tiện*

*Thứ nhất*, tài liệu có liên quan đến kể chuyện trực tuyến, kể chuyện đa phương tiện trên BMĐT tương đối phong phú, đa dạng nhưng tập trung chủ yếu ở 2 góc độ tiếp cận là nội dung và kỹ thuật. Điều này cho thấy, BMĐT là loại hình báo chí mới, thu hút được nhiều sự quan tâm, chú ý của học giả khắp

nơi trên thế giới, cho nên, ở thời kỳ đầu mới xuất hiện, các nghiên cứu về loại hình này chủ yếu tập trung để xây dựng khung lý thuyết về loại hình (khái niệm, thuộc tính, bản chất, ...). Cho đến nay, BMĐT vẫn đang là một loại hình báo chí với rất nhiều các ưu thế nổi trội, thậm chí còn khá “nóng” trong thời kỳ công nghệ số phát triển. Tuy nhiên, “sức nóng” bây giờ không phải là tranh cãi về khung lý thuyết của loại hình như trước kia, mà là “nóng” ở sự tăng đột biến các tác phẩm BMĐT sử dụng phương thức kể chuyện trực tuyến, ứng dụng công nghệ số trong hoạt động sáng tạo và truyền tải thông điệp.

*Thứ hai*, qua nghiên cứu những tài liệu này, tác giả luận án đã rút ra được một số luận cứ mang tính khoa học, có thể sử dụng cho luận án như: (i) kể chuyện trực tuyến được các nhà nghiên cứu tiếp cận từ nhiều góc độ khác nhau, từ các thời điểm khác nhau, tuy nhiên, họ đều có điểm chung khi khẳng định đây là phương pháp sáng tạo nội dung có nhiều thế mạnh trong việc thu hút độc giả. (ii) Mặc dù các câu chuyện được kể trong các sản phẩm truyền thông đa phương tiện có những đặc điểm riêng biệt đối với từng loại hình, nhưng không mâu thuẫn về cách kể chuyện đối với sản phẩm truyền thông đa phương tiện có đặc điểm chung. (iii) Một số phương thức kể chuyện đa phương tiện có thể kể đến: kể chuyện nhiếp ảnh (storytelling photography), kể chuyện bằng yếu tố thị giác (visual storytelling), kể chuyện bằng âm thanh (audio storytelling) và phương thức kể chuyện tương tác (interactive storytelling)...

*Thứ ba*, nội dung liên quan đến kể chuyện trực tuyến, kể chuyện bằng hình ảnh trên BMĐT được đề cập trong các tài liệu khá tản mát, không sâu, thường ở dạng nêu vấn đề, hoặc đan xen trong quá trình diễn giải các vấn đề khác, thậm chí, chỉ được lướt qua vài dòng, hoặc đặt trong khung tham chiếu với các phương pháp kể chuyện trực tuyến khác. Hầu như không có tài liệu nào mang tính nghiên cứu lý luận chuyên sâu, bài bản, hệ thống, hầu như chưa có tài liệu nào đưa ra khái niệm về phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh mang tính khoa học, khái quát. Đây là khoảng trống mở, luận án cần tiếp tục nghiên cứu.

*\* Ở hướng nghiên cứu về kể chuyện bằng hình ảnh tiếp cận từ góc độ nghiên cứu hành vi tiếp nhận của công chúng*

Trong các lý thuyết về báo chí học, mối liên hệ giữa nhà báo - tác phẩm

- công chúng là nội dung được khẳng định trong nhiều công trình nghiên cứu của nước ngoài cũng như ở Việt Nam. Nghiên cứu vấn đề sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT, tác giả lựa chọn nhà báo - tác phẩm làm đối tượng nghiên cứu chính. Tuy nhiên, tác giả luận án cũng nhận thức được rằng, tiếp cận các tài liệu liên quan đến vấn đề nghiên cứu của luận án từ góc độ nghiên cứu hành vi là việc làm rất cần thiết. Điềm qua các các công trình nghiên cứu từ góc độ nghiên cứu hành vi tiếp nhận của công chúng, tác giả nhận thấy:

*Thứ nhất*, dù là tài liệu của nước ngoài, hay tài liệu trong nước, đều có nội dung nhất quán trong nhận thức về ý nghĩa, tầm quan trọng của việc nghiên cứu thói quen, nhu cầu, sở thích công chúng trong tiếp nhận sản phẩm báo chí nói chung và TPBC nói riêng. Lấy kết quả nghiên cứu thói quen, nhu cầu, sở thích của công chúng trong tiếp nhận TPBC làm cơ sở để gợi ý những phương thức làm báo để thu hút, tương tác và giữ chân độc giả.

*Thứ hai*, đã có những công trình nghiên cứu trực diện về hành vi tiếp nhận của công chúng BMĐT. Những luận cứ quan trọng mà tác giả luận án đã thu lượm được qua quá trình điểm lược các công trình nghiên cứu này là: (i) độc giả BMĐT dễ dàng tiếp cận, mong muốn được trải nghiệm các tác phẩm BMĐT ứng dụng kỹ thuật công nghệ tiên tiến trong truyền tải thông điệp; (ii) xu thế chuyển sang video, sự chuyển dịch sang hướng kể chuyện nhiều hình ảnh và phát thuật toán phát hiện làm nổi bật nội dung đang được công chúng tương tác nhiều nhất; (iii) hành vi của người dùng cho thấy họ ngày càng thích xem hơn đọc... Những kết luận quan trọng này góp phần khẳng định vai trò việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung tác phẩm BMĐT.

## **2.2. Những vấn đề luận án cần tiếp tục nghiên cứu**

### **2.2.1. Về mặt lý luận**

Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung là vấn đề tương đối mới mẻ, có thể tiếp cận theo nhiều hướng khác nhau. Do đó, tác giả luận án cần phải nghiên cứu lý thuyết mang tính khoa học liên ngành để xác lập khái niệm “phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh”; đặc điểm, vai trò và nhận diện các tiêu chí phân loại phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh.

Tác giả luận án cần xây dựng được cơ sở lý luận để nghiên cứu vấn đề

sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT: (i) Cần hệ thống hoá các khái niệm liên quan đến vấn đề nghiên cứu theo quan điểm riêng: hình ảnh và kể chuyện bằng hình ảnh/ tác phẩm BMĐT và hình ảnh trong tác phẩm BMĐT/ sáng tạo tác phẩm BMĐT và sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT. (ii) Cần tiếp cận, phân tích, đưa ra quan điểm nghiên cứu mới và kế thừa các lý thuyết đã có để nghiên cứu đặc điểm, vai trò và phân loại các phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT. (iii) Cần nhận diện quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT, từ đó xác định các nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung, hình thức của tác phẩm. (iv) Cần làm rõ các điều kiện thúc đẩy việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT.

### 2.2.2. Về mặt thực tiễn

Cần nghiên cứu phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT ở một số toà soạn BMĐT tại Việt Nam và trên thế giới để thấy được nét chung và đặc thù của mỗi toà soạn báo chí, làm tiền đề cho việc nghiên cứu trong thời gian tiếp theo.

Tác giả luận án cần tiến hành khảo sát, phân tích, đánh giá thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT (bằng nhiều phương pháp như: phỏng vấn chuyên gia, phân tích tác phẩm, khảo sát các bình luận/trương tác của công chúng, thảo luận nhóm...)

Trên cơ sở đánh giá khoa học về thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT, trong bối cảnh quốc tế và trong nước có sự tiên bộ không ngừng của KHCN, luận án cần đánh giá những thành công/ hạn chế của thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT, xác lập các vấn đề đặt ra.

Trên cơ sở xây dựng khung lý thuyết khoa học, thực tiễn khảo sát thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT, luận án cần đề xuất được những giải pháp và khuyến nghị phù hợp để thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT tại các toà soạn báo ở Việt Nam.

### **Tiểu kết Tổng quan tình hình nghiên cứu**

Tổng quan tình hình nghiên cứu là bước đầu tiên trong quá trình tác giả thực hiện luận án. Tài liệu nghiên cứu bám sát đề tài luận án sẽ giúp cho quá trình đến với mục tiêu nghiên cứu được định hướng rõ ràng hơn. Qua sưu tầm, thống kê, phân loại, sàng lọc, phân tích nội dung, đánh giá khái quát các tài liệu, rút ra những tri thức khoa học có giá trị kế thừa cho luận án, tác giả luận án đi đến kết luận sau đây:

*Thứ nhất*, ở góc độ tư liệu liên quan. Những đánh giá trong mục 2.1 của chương Tổng quan đã chỉ ra rằng, đã có không ít công trình nghiên cứu của thế giới và Việt Nam có nội dung liên quan đến 4 hướng nghiên cứu chính: (i) hướng nghiên cứu về ký hiệu học trong TTHA; (ii) hướng nghiên cứu về TTHA và nguyên lý thị giác; (iii) hướng nghiên cứu về kể chuyện bằng hình ảnh trên báo chí từ phương diện sản xuất và sáng tạo tác phẩm BMĐT; (iv) tiếp cận vấn đề kể chuyện bằng hình ảnh từ góc độ nghiên cứu hành vi tiếp nhận... trong đó có những luận cứ khoa học có giá trị gần gũi với đề tài luận án mà tác giả luận án có thể kế thừa. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều khoảng trống mà các tài liệu này để lại, cần được nghiên cứu một cách hệ thống và sâu sắc.

Có thể khái quát những khoảng trống và luận án cần tiếp tục nghiên cứu: (i) Những vấn đề lý luận và thực tiễn về phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT; (ii) Khảo sát, phân tích, đánh giá thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT ở Việt Nam hiện nay; (iii) Nêu rõ và phân tích những vấn đề đặt ra và đề xuất những giải pháp, khuyến nghị khoa học nhằm thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT tại các toà soạn báo ở Việt Nam.

Như vậy, theo quan sát của tác giả luận án về các tài liệu đã có, tính đến thời điểm tác giả nghiên cứu đề tài luận án, vẫn chưa có công trình nào nghiên cứu chuyên sâu ở mức độ luận án Tiến sĩ về *Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT*, cho nên, có thể khẳng định: Đề tài luận án “*Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (visual storytelling) trong sáng tạo tác phẩm BMĐT*” không trùng lặp với các công

trình nghiên cứu đã có, có ý nghĩa thời sự, có ý nghĩa khoa học về lý luận và thực tiễn, cần thiết được nghiên cứu.

*Thứ hai*, về phương diện nhận thức. Về quan điểm nghiên cứu của các tác giả ở nước ngoài và ở Việt Nam, dù tiếp cận ở các góc độ khác nhau, nhưng đều thể hiện sự nghiêm cẩn cần thiết trong nghiên cứu khoa học, tôn trọng hiện thực khách quan, thái độ tích cực và công bằng. Cùng một vấn đề lý thuyết, các tài liệu của Việt Nam và tài liệu của nước ngoài thường khá nhất quán về nội dung và quan điểm tiếp cận, cho nên, khi kế thừa tri thức khoa học từ các tài liệu này, tác giả luận án có thể không cần phải quá quan tâm đến lập trường chính trị, quan điểm nghiên cứu của các tác giả. Từ các công trình đã có, tác giả luận án được tiếp cận với nền tảng lý luận cơ bản, trên cơ sở đó kế thừa tri thức lý luận của các khoa học liên ngành như: tâm lý học, xã hội học, văn hoá học, ngôn ngữ học, báo chí học ... trong quá trình nghiên cứu luận án.

*Thứ ba*, từ góc độ phương pháp luận. Các công trình nghiên cứu đã có thường sử dụng phương pháp tư duy lô gic, đặt cái riêng trong cái chung, cái đơn lẻ trong mối quan hệ phổ biến... Điều này giúp ích nhiều cho tác giả khi nghiên cứu đề tài, tuy nhiên đây cũng là một khó khăn cho tác giả luận án, bởi khi bóc tách nghiên cứu từng vấn đề về phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT ở Việt Nam, có thể sẽ vấp phải định kiến về khuôn mẫu tư duy, cho nên, có thể tác giả luận án sẽ phải sử dụng một vài quan điểm nghiên cứu nào đó mang tính khiên cưỡng. Nhưng điều đó không ảnh hưởng đến việc kế thừa các giá trị khoa học của các công trình nghiên cứu.

Tóm lại, đã có hàng trăm tài liệu được tác giả luận án tìm kiếm, nghiên cứu và chỉ chắt lọc được không nhiều những nội dung liên quan trực diện đến đề tài “*Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (visual storytelling) trong sáng tạo tác phẩm BMĐT*”. Nhưng đó là những “hạt giống tri thức” vô cùng quý báu, đặt nền tảng đầu tiên về lý luận và thực tiễn, giúp tác giả luận án thực hiện nghiên cứu luận án được đúng hướng và đảm bảo chất lượng.

## Chương 1

### CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN CỦA VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU

#### 1.1. Các khái niệm cơ bản liên quan đến đề tài

##### 1.1.1. Hình ảnh và kể chuyện bằng hình ảnh

###### 1.1.1.1. Hình ảnh

Từ điển tiếng Việt định nghĩa hình ảnh là “*hình người, vật, cảnh tượng thu được bằng khí cụ quang học (như máy ảnh) hoặc để lại ấn tượng nhất định và tái hiện được trong trí óc, là khả năng gợi tả sống động trong cách diễn đạt. Hay nói cách khác, hình ảnh chính là sản phẩm của quá trình tái tạo hình dạng quang học của một vật thể, chẳng hạn như một hình được hình thành bởi ống kính hoặc gương*” [80, tr.556]. Hình ảnh có thể hai chiều như hình vẽ trên mặt phẳng hoặc ba chiều như các tác phẩm điêu khắc; có thể là hình ảnh tĩnh hoặc hình ảnh động. Tuy nhiên khái niệm hình ảnh trong Tiếng Việt vẫn chưa thể hiện đầy đủ khái niệm hình ảnh (visual).

Trong các nghiên cứu thuộc lĩnh vực báo chí khi đưa ra khái niệm ảnh báo chí có sự tương đồng nhất định với khái niệm hình ảnh (visual). Trong cuốn “Ảnh báo chí” của Brian Horton đưa ra định nghĩa: “*Tường thuật bằng chiếc máy ảnh, tóm giữ một thoáng chốc điển hình để cho mọi người cùng chiêm ngưỡng*” [9, tr.39]. Trong cuốn Cơ sở lý luận ảnh báo chí của tác giả Nguyễn Tiến Mão đưa ra các quan niệm khác nhau về ảnh báo chí dựa trên tính thời sự, nơi đăng tải, mục đích, nhiệm vụ [53]. Nhìn chung khái niệm ảnh báo chí được nghiên cứu khá kỹ lưỡng dưới nhiều góc độ, dù có nhiều sự khác biệt nhưng hầu hết đều có sự thống nhất về hai đặc điểm: thuộc loại hình hình ảnh tĩnh và phải truyền tải được thông tin.

Hiện nay, sự phát triển của KHCN tạo ra các dạng thức hình ảnh mới, khái niệm ảnh báo chí không phản ánh đầy đủ các yếu tố hình ảnh được sử dụng trong các TPBC hiện đại. Do đó tác giả đề xuất mở rộng và bổ sung khái niệm ảnh báo chí để đưa ra khái niệm hình ảnh (visual) trong lĩnh vực báo chí để phù hợp với tình hình thực tiễn cũng như đáp ứng yêu cầu của nghiên cứu.

*Đầu tiên*, khái niệm hình ảnh (visual) trong lĩnh vực báo chí cần được

mở rộng về mặt dạng thức. Theo tác giả Đỗ Thị Thu Hằng: "*Visual (yếu tố thị giác): Bao gồm: (1). Analog và digital; (2). Still or Moving (Hình ảnh tĩnh và hình ảnh động, các ứng dụng mở rộng như: BMP, JPG, GIF, TIF, PNG, AVI, MOV...).* Các dạng visual cũng có phân loại theo tiêu chí sản phẩm, bao gồm: (1). *Phác họa (line drawings); Images (Grayscale & Color) - Hình ảnh (Thước xám và màu); Animation (Hoạt hình); Simulation (Mô phỏng); Virtual Reality (Thực tế ảo); Augmented Reality (Thực tế tăng cường)*" [35, tr.38-39]. Do đó thay vì giới hạn chỉ ảnh tĩnh, yếu tố hình ảnh trong báo chí cần bao gồm nhiều dạng thức mới như video, ảnh động, hình ảnh đồ họa, các hiệu ứng chuyển động... Những dạng thức mới này hiện đang được sử dụng thường xuyên hơn trong các tác phẩm BMDT và ngày càng chiếm vai trò quan trọng. Nhìn chung bất cứ dạng thức nào có thể được tiếp nhận bằng thị giác cần được coi là hình ảnh (visual) trong báo chí.

Tác giả Paul Martin Lester trong công trình "*Visual Communication: Images with Messages*" đưa ra một số cách hiểu về thuật ngữ hình ảnh. Xem xét từ góc độ hình thức thể hiện, hình ảnh có thể bao gồm các kiểu sau: typographic, thiết kế đồ họa, đồ họa thông tin, hoạt hình, nhiếp ảnh, điện ảnh, hoạt hình, truyền hình, máy tính và web. Xem xét khái niệm hình ảnh rộng hơn trong nghiên cứu thị giác, tác giả đã giải thích bốn tín hiệu thị giác của hình ảnh gồm: màu sắc, hình thức, độ sâu và chuyển động [134].

*Thứ hai*, khái niệm hình ảnh (visual) trong báo chí cần được mở rộng hơn về khả năng truyền tải thông tin. Trước đây các yếu tố hình ảnh được sử dụng trong TPBC cần đảm bảo tiêu chí truyền tải thông tin. Nhưng với sự xuất hiện của các định dạng báo chí mới, không gian sáng tạo của nhà báo được mở rộng kết hợp với sự thay đổi trong thị hiếu của công chúng, các yếu tố mang tính nghệ thuật như typography, hình ảnh đồ họa, các hiệu ứng chuyển động, tương tác... được sử dụng như một cách tăng sức hấp dẫn, sinh động cho các TPBC. Do đó khái niệm hình ảnh (visual) trong báo chí cần bao trùm cả các các yếu tố mang giá trị thông tin và giá trị nghệ thuật.

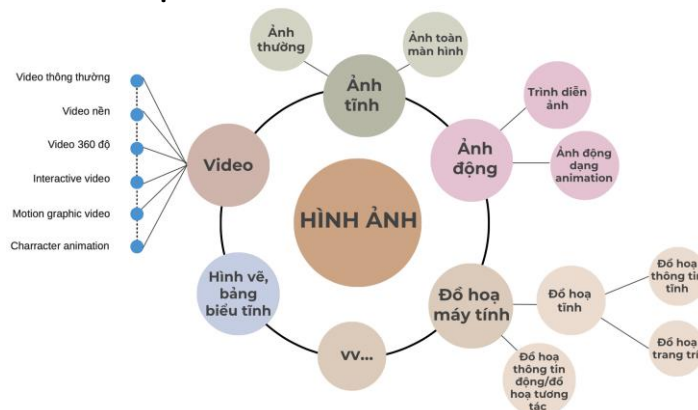
*Thứ ba*, cần xem xét khái niệm hình ảnh (visual) trên phương diện ngôn ngữ tiếng Anh nhằm đảm bảo sự tường minh trong cách hiểu và phân biệt với



các từ như: “photo”, “picture” hay “image” – dù các từ này đều có thể dịch là “hình ảnh” trong văn cảnh tiếng Việt. Ví dụ, “photo” là từ viết tắt của “photograph” - chỉ một bức ảnh được chụp bằng máy ảnh [146]; “picture” là những hình ảnh được tạo ra bởi hội họa truyền thống và kỹ thuật số; “image” mang ý nghĩa hình ảnh là sự cảm nhận của người tiếp nhận, nó ảnh hưởng bởi nhãn quan (quan điểm tri) và văn hoá [134, tr.43-71]. Trong đó, khái niệm hình ảnh (visual) có ý nghĩa bao quát hơn cả.

Từ ba yêu cầu trên, tác giả đưa ra khái niệm hình ảnh trong lĩnh vực báo chí: *Hình ảnh (visual) là những yếu tố liên quan đến thị giác, gồm: ảnh tĩnh, ảnh động, video, đồ họa máy tính, hình vẽ minh họa/bảng biểu...; chứa đựng một nội dung cụ thể, được sử dụng để truyền tải thông tin hoặc tạo ra hiệu ứng.*

Dưới đây là khái niệm hình ảnh nhìn từ các thành tố cơ bản cấu thành:



Hình 1.1. Khái niệm “hình ảnh” nhìn từ các thành tố cấu thành

#### 1.1.1.2. Kể chuyện

Kể chuyện (hay còn được gọi là phương thức biểu đạt tự sự) là một hoạt động phổ biến, diễn ra hàng ngày trong đời sống, sinh hoạt, giao tiếp của con người. *Tự sự* hay *kể chuyện* là bất kỳ sự tường thuật nào để kết nối các sự kiện, trình bày cho người đọc hoặc người nghe bằng một chuỗi câu viết hoặc nói, hoặc một chuỗi hình ảnh [132].

Theo từ điển Tiếng Việt, “kể là trình bày có đầu, có đuôi cho người khác biết” [80, tr.467]. Kể chuyện có thể được hiểu là hành động tường thuật các sự kiện, hoặc tình tiết trong một câu chuyện để giải trí hoặc truyền tải một

thông điệp. Kể chuyện thường được thực hiện bằng cách sử dụng các câu chữ, hình ảnh, âm thanh và các kỹ thuật truyền thông khác để tạo ra một câu chuyện có tính hấp dẫn và sâu sắc. Kể chuyện là một hoạt động phổ biến trong văn hóa dân gian và cũng được sử dụng trong các lĩnh vực khác như giáo dục, truyền thông và giải trí...

Một cách diễn đạt khác cho rằng: kể chuyện là kể lại một chuỗi sự việc có đầu có cuối, liên quan đến một hay một số nhân vật. Mỗi câu chuyện cần nói lên được một điều có ý nghĩa [5, tr.11].

Hoặc có quan niệm cho rằng: Kể chuyện là dựng lại cho người đọc, người nghe một chuỗi sự việc có đầu có cuối, liên quan đến một hay một số nhân vật, sự việc, từ đó giúp cho người đọc, người nghe hình dung được sự việc hoặc câu chuyện ấy và làm cho họ rung cảm với câu chuyện.

Điём qua các công trình nghiên cứu trên thế giới, thuật ngữ “kể chuyện” (storytelling) – xuất hiện lần đầu tiên vào cuối thế kỷ 20. Từ thời điểm đó đến nay, đã có nhiều định nghĩa được nêu ra cho thuật ngữ “kể chuyện”. Hầu hết các nhà tự sự học cổ điển (Bal 1985, Genette 1980, Prince 1973) coi câu chuyện là đối tượng nghiên cứu của họ và về cơ bản, các nhà nghiên cứu cho rằng: kể chuyện là kể lại một chuỗi các sự kiện được sắp xếp theo trình tự thời gian và nhân quả. Các thức kể chuyện thường bị chi phối bởi phương tiện và bối cảnh mà người kể sử dụng để tái hiện nội dung câu chuyện.

Phát triển nghiên cứu về cách thức kể chuyện trong báo chí, tác giả Beasley (1998) trong “Journalists’ Attitude Toward Narrative Writing” cho rằng: kể chuyện (storytelling) là cách sắp xếp, truyền đạt thông tin theo một câu chuyện mạch lạc thông qua việc sử dụng những yếu tố văn học như nhân vật, bối cảnh, bình luận...” [92, tr.80].

Tác giả Alexander nhận định “Kể chuyện là đưa nội dung có ý nghĩa vào ngữ cảnh cụ thể. Đối với một đối tượng nhất định, một câu chuyện là một chuỗi nội dung, thu hút đối tượng đó bằng cảm xúc và ý nghĩa” [84, tr.13].

Có thể thấy, đã có nhiều quan điểm về “kể chuyện” được các nhà nghiên cứu đưa ra. Trên cơ sở các quan điểm trên, có thể tổng hợp 4 dấu hiệu bản chất của “kể chuyện” như sau:

*Một là*, kể chuyện sử dụng từ ngữ, hình ảnh, âm thanh và các kỹ thuật truyền thông khác. Không chỉ dừng lại việc sử dụng từ ngữ, kể chuyện sử dụng hài hoà các yếu tố khác gồm hình ảnh, âm thanh, các kỹ thuật truyền thông khác... để thể hiện câu chuyện. Các yếu tố này tạo nên sự sống động, trực quan của câu chuyện được kể.

*Hai là*, mục đích của kể chuyện nhằm trình bày câu chuyện. Câu chuyện là một tổ hợp của tất cả các sự kiện trong một tự sự, cả những sự kiện được biểu hiện ra bên ngoài và những sự kiện mà người tiếp nhận phán đoán đều tạo nên câu chuyện.

*Ba là*, kể chuyện khuyến khích trí tưởng tượng tích cực, tạo ra cảm xúc đối với người tiếp nhận. Khi kể chuyện, người tiếp nhận tưởng tượng ra câu chuyện. Vai trò của người tiếp nhận khi nghe kể chuyện là chủ động tạo ra các hình ảnh, hành động, nhân vật và sự kiện sống động, đa giác quan - thực tế - của câu chuyện trong tâm trí họ, dựa trên “màn trình diễn” của người kể và dựa trên kinh nghiệm quá khứ, niềm tin và sự hiểu biết của chính người tiếp nhận, từ đó tạo ra cảm xúc (có thể là tích cực hoặc tiêu cực). Trong quá trình tiếp nhận thông điệp từ người kể chuyện, việc đối tượng tiếp nhận thay đổi cảm xúc thế nào chính là thước đo đánh giá sự thành công của một câu chuyện được kể.

*Bốn là*, trong một tác phẩm, kể chuyện có thể xuất hiện trong một phần nội dung đơn lẻ (như một đồ hoạ thông tin, một video, một bức ảnh tĩnh hay một box thông tin) hoặc xuyên suốt trong toàn bộ tác phẩm.

Dựa trên những điểm chung đó và có bổ sung những điểm mới, tác giả luận án đưa ra khái niệm: *Kể chuyện là hoạt động sử dụng văn bản, hình ảnh, âm thanh và các kỹ thuật truyền thông khác để kể lại một chuỗi các sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết... theo trình tự nhất định trong bối cảnh cụ thể, nhằm tạo ra một câu chuyện hấp dẫn, sống động, có khả năng khơi gợi cảm xúc của người tiếp nhận. Kể chuyện có thể xuất hiện trong một phần hoặc xuyên suốt toàn bộ tác phẩm.*

Dưới góc độ BC-TT, có thể chỉ ra một số điểm khác biệt cơ bản giữa kể chuyện báo chí và kể chuyện văn học như sau:

Bảng 1.1. Tương quan so sánh giữa kể chuyện trong văn học  
và kể chuyện trong báo chí

Tiêu chí so sánh	Kể chuyện trong văn học	Kể chuyện trong báo chí
Mục đích	Chủ yếu là giải trí, giáo dục.	Cung cấp thông tin một cách chính xác, hấp dẫn, trung thực.
Hình thức thể hiện	Tiểu thuyết, truyện ngắn, tùy bút, hoặc thơ...	Thường dưới dạng bài phóng sự, bút ký, ghi chép, bài báo đa phương tiện (spotlight, megastory, e-magezine...)
Phong cách	Tập trung vào phát triển nhân vật, tạo bối cảnh sống động, mô tả chi tiết các tình huống và cảm xúc của nhân vật.	Tập trung vào truyền tải sự kiện, vấn đề, nhân vật cụ thể với tốc độ nhanh. Ngôn ngữ ngắn gọn, rõ ràng, thực tế giúp công chúng có cái nhìn tổng quan nhất, dễ hiểu nhất về sự kiện, vấn đề, nhân vật.
Phương tiện sử dụng	Văn bản (text) là chủ yếu	Kết hợp nhiều yếu tố: text, ảnh tĩnh, ảnh động, video, audio, tương tác...
Tính chân thật	Dựa trên những câu chuyện có thật hoặc hư cấu do tác giả sáng tác từ hiện thực đời sống.	Tôn trọng hoàn toàn sự thật, không hư cấu.

### 1.1.1.3. Kể chuyện bằng hình ảnh

Tác giả Barthes trong cuốn sách *An Introduction to the structural analysis of narrative* đã trình bày quan điểm kể chuyện bằng hình ảnh phải truyền đạt thông điệp trong một bối cảnh cụ thể với tối thiểu các từ đi kèm. Có 2 cách hình ảnh kể chuyện là sử dụng khung đơn (được minh họa rõ nhất bằng bức ảnh tin tức) hoặc khung định lượng (có thể được tìm thấy trong truyện tranh) [91].

Trong công trình nghiên cứu mang tên *How films tell stories: The narratology of cinema*, tác giả Brown (2018) dù dành phần lớn dung lượng tập trung phân tích các chiến lược kể chuyện trong phim, nhưng tác giả đã đề cập đến kể chuyện điện ảnh và đưa ra quan điểm “kể chuyện điện ảnh là việc giải thích cách các yếu tố của bộ phim phối hợp với nhau để liên kết các câu chuyện” [93].

Theo tác giả Trischa Goodnow trong bài viết “Narrative theory: Visual Storytelling” công bố trong cuốn sách *Handbook Of Visual Communication - Theory, Methods, And Media*: hầu hết các lý thuyết kể chuyện hiện đại đều

tập trung vào cách kể chuyện dựa trên ngôn ngữ, bằng lời nói hoặc bằng văn bản. Phần lớn những gì con người biết về thế giới, họ biết qua những câu chuyện được kể. Tác giả khẳng định: từ thời cổ đại, những bản vẽ minh họa các quan điểm đã được sử dụng trong câu chuyện, tuy nhiên lúc này mới chỉ mang tính chất bổ sung và không quá cần thiết cho việc kể chuyện. Với sự ra đời của nhiếp ảnh và phim, “việc kể chuyện đã trở thành một phương thức kể chuyện đa phương thức mà trong đó văn bản và hình ảnh đều là những yếu tố không thể thiếu của câu chuyện” [143, tr.267].

Đi sâu vào tìm hiểu lý thuyết kể chuyện bằng hình ảnh trong TTHA, tác giả Trischa Goodnow đưa ra một số nhận định quan trọng về kể chuyện bằng hình ảnh như sau:

*Thứ nhất*, kể chuyện bằng hình ảnh là sử dụng một bức ảnh/ chùm ảnh hoặc cũng có thể là chuỗi hình trong video... để tạo nên câu chuyện trực quan. Để hiểu câu chuyện hình ảnh, đòi hỏi khả năng phán đoán từ phía công chúng, công chúng phải “đoán” được các sự kiện đã thúc đẩy khoảnh khắc trong hình ảnh và các sự kiện diễn ra sau hình ảnh đó. *Bản chất suy luận* của cách kể chuyện bằng hình ảnh thu hút công chúng theo những cách mà những câu chuyện bằng lời nói không thể làm được.

*Thứ hai*, kể chuyện bằng hình ảnh cơ bản giống như kể chuyện bằng văn bản ở các khía cạnh: cấu trúc câu chuyện (có phần mở đầu, phần giữa và phần kết thúc) và các yếu tố tạo nên một câu chuyện (gồm: nhân vật, địa điểm, cốt truyện và người kể chuyện) [143].

Để có cái nhìn đầy đủ hơn về thuật ngữ “kể chuyện bằng hình ảnh”, tác giả luận án mạnh dạn đặt trong tương quan để tìm ra những tương đồng và khác biệt giữa kể chuyện bằng hình ảnh và kể chuyện văn bản. Nhìn chung, cả 2 hình thức này đều có khả năng tạo ra những câu chuyện mạnh mẽ và ảnh hưởng sâu sắc đến người tiếp nhận, tùy thuộc vào cách chúng được sử dụng và bối cảnh câu chuyện. Có thể chỉ ra một số điểm khác biệt cơ bản giữa kể chuyện bằng hình ảnh và kể chuyện bằng văn bản trên các tiêu chí như: phương tiện truyền tải, cách thức tiếp nhận, tốc độ truyền tải thông điệp, nhịp độ của câu chuyện, chi tiết, hiệu ứng, tính chủ động trong tiếp nhận [Phụ lục 6, Bảng 1].

Trên cơ sở tìm hiểu và kế thừa các công trình đi trước, cùng với những nỗ lực xác định tương đồng và khác biệt cơ bản giữa kể chuyện bằng văn bản và kể chuyện bằng hình ảnh dưới góc nhìn BC-TT, tác giả luận án cho rằng: *Kể chuyện bằng hình ảnh là cách thức thu thập, sử dụng ảnh tĩnh, ảnh động, video, đồ họa máy tính, hình vẽ minh họa/bảng biểu... để kể lại một chuỗi các sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết... theo trình tự nhất định trong bối cảnh cụ thể, nhằm tạo ra câu chuyện trực quan, sống động, có khả năng khơi gợi cảm xúc của người tiếp nhận.*

### **1.1.2. Tác phẩm báo mạng điện tử và hình ảnh trong tác phẩm báo mạng điện tử**

#### *1.1.2.1. Tác phẩm báo mạng điện tử*

Theo Từ điển tiếng Việt, “tác phẩm” là danh từ gọi chung cho mọi loại tác phẩm như: văn học, mỹ thuật, âm nhạc, khoa học, báo chí, kiến trúc,... Tác phẩm là một công trình do các nhà văn hoá, nghệ thuật hoặc khoa học sáng tạo ra [80, tr.851].

Theo tác giả Nguyễn Thị Trường Giang trong Giáo trình tác phẩm báo mạng điện tử (2020), “báo mạng điện tử là một loại hình báo chí được xây dựng dưới hình thức một trang web, phát hành trên mạng Internet, có ưu thế trong chuyển tải thông tin một cách nhanh chóng, tức thời, đa phương tiện và tương tác cao” [29, tr.9].

Để hiểu về tác phẩm BMĐT trước hết xem xét từ góc độ TPBC nói chung. Điềm qua các công trình nghiên cứu liên quan, có thể khái quát bốn góc độ tiếp cận về TPBC gồm: *Một là*, TPBC được xem xét dưới góc độ văn bản học, dựa trên mối quan hệ biện chứng giữa nội dung và hình thức của tác phẩm, là một bộ phận cấu thành một sản phẩm báo chí. *Hai là*, TPBC được xem xét dưới góc độ giá trị thông tin mà tác phẩm truyền tải đã tác động đến công chúng, đến xã hội trong từng thời điểm. *Ba là*, TPBC được xem xét từ nội hàm của thuật ngữ này. *Bốn là*, TPBC được xem xét từ góc độ các quy định trong văn bản quy phạm pháp luật của Việt Nam [72].

Trong khuôn khổ luận án này, tác giả kế thừa khái niệm TPBC của tác giả Nguyễn Thị Hằng Thu trình bày trong Giáo trình tác phẩm báo in (2023),

theo đó: TPBC là một bộ phận nhỏ nhất để cấu thành một sản phẩm báo chí, phản ánh hiện thực khách quan có ý nghĩa xã hội, biểu đạt thông tin bằng ngôn ngữ đa phương tiện và các thể loại tương ứng [72, tr.13].

Cho đến thời điểm thực hiện luận án này, hầu như chưa có nghiên cứu báo chí học nào đưa ra khái niệm riêng biệt về tác phẩm BMĐT, mà chỉ được nghiên cứu chuyên sâu theo các thể loại tác phẩm được đăng tải trên loại hình BMĐT cụ thể như: tin, phỏng vấn, phóng sự, bình luận...

Trên thực tế, tác phẩm BMĐT là một TPBC chỉ được thực hiện để đăng tải trên loại hình BMĐT, do đó, TPBC này phải mang đặc trưng cơ bản của loại hình BMĐT như: *khả năng đa phương tiện, tính tức thời và phi định kỳ, tính tương tác, khả năng lưu trữ và tìm kiếm thông tin* [29, tr.17]. Chính vì vậy, dựa trên phân tích và kế thừa những quan điểm về BMĐT, TPBC, những điều đã được quy định trong Luật Báo chí và trong các văn bản quy phạm pháp luật khác, chất lọc những điểm tương đồng, bổ sung những điểm mới, tác giả luận án đưa ra khái niệm Tác phẩm BMĐT:

*Tác phẩm BMĐT là bộ phận nhỏ nhất cấu thành một sản phẩm BMĐT, phản ánh hiện thực khách quan có ý nghĩa xã hội, biểu đạt thông tin bằng các yếu tố đa phương tiện như: văn bản, ảnh tĩnh, ảnh động, video, đồ họa máy tính, hình vẽ minh họa/bảng biểu... có khả năng ứng dụng các hiệu ứng kỹ thuật để tăng tính tương tác, tạo trải nghiệm mới mẻ cho độc giả.*

#### 1.1.2.2. Hình ảnh trong tác phẩm báo mạng điện tử

Hình ảnh có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc truyền tải thông tin, hấp dẫn thị giác của công chúng khi tiếp nhận tác phẩm báo chí. Tác giả Vũ Huyền Nga, trong bài viết Lý thuyết TTHA, cho biết: trong một cuộc khảo sát nhanh trên nhóm đối tượng tham gia đọc báo ở Việt Nam (khoảng hơn 200 người), khi được hỏi về thứ tự quan tâm của họ đến các thành tố của tờ báo là bài viết, tiêu đề, box thông tin và hình ảnh, có đến 49,69% người đọc hỏi quan tâm hình ảnh đầu tiên. Nghiên cứu ở phạm vi rộng hơn (900 người), nghiên cứu về thói quen đọc báo đã chỉ ra rằng độc giả nhìn vào bức ảnh đầu tiên, quét qua các chú thích, đọc tiêu đề. Nếu tiếp tục quan tâm, họ mới đọc đến bài báo. Hai nghiên cứu trên chỉ ra rằng hình ảnh là yếu tố quan trọng của

TPBC, là một trong những nội dung đầu tiên thu hút sự quan tâm của đa số công chúng. Nếu coi tiêu đề của TPBC là “chìa khoá” thì hình ảnh là “cánh cửa” dẫn công chúng đến với nội dung thông tin. “Cánh cửa” rộng hay hẹp phụ thuộc vào tính hấp dẫn của hình ảnh [57].

Để nhận diện một cách đầy đủ về “hình ảnh trong tác phẩm BMĐT” tác giả luận án tìm ra mối tương quan của hình ảnh trong tác phẩm BMĐT với hình ảnh trong tác phẩm báo in và tác phẩm truyền hình.

Trước hết, tác giả luận án cho rằng hình ảnh trong tác phẩm BMĐT, tác phẩm báo in hay tác phẩm truyền hình có những điểm tương đồng cơ bản như: đều được sử dụng để truyền tải toàn bộ hoặc một phần nội dung thông tin của tác phẩm; giúp thu hút sự chú ý của người tiếp nhận và làm cho tác phẩm trở nên hấp dẫn, dễ tiếp cận hơn; cần tuân thủ nguyên tắc về tính chính xác, có nguồn gốc rõ ràng, tôn trọng bản quyền tác giả...

Bên cạnh những điểm tương đồng, hình ảnh trong tác phẩm BMĐT, tác phẩm báo in hay tác phẩm truyền hình cũng có những khác biệt nhất định về định dạng, khả năng cập nhật và thay đổi, cách thức truyền tải [Phụ lục 6, Bảng 2].

Trên cơ sở làm rõ các khái niệm “hình ảnh” và “tác phẩm BMĐT”, xem xét những tương đồng và khác biệt của hình ảnh trong các loại hình TPBC, có thể nhận định: *Hình ảnh trong tác phẩm BMĐT là yếu tố duy nhất hoặc mang tính chủ đạo (kết hợp cùng văn bản và các yếu tố khác) tạo thành thông điệp cụ thể. Bao gồm các thành tố cơ bản như: ảnh động, video, đồ họa máy tính, ảnh tĩnh và hình vẽ minh họa/bảng biểu mang định dạng số... được sử dụng cùng các hiệu ứng kỹ thuật để tăng tính trực quan, thu hút công chúng tiếp nhận.*

### ***1.1.3. Sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử và sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử***

#### ***1.1.3.1. Sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử***

Theo từ điển tiếng Việt, “sáng tạo” là *tạo ra những giá trị mới về vật chất hoặc tinh thần* hoặc “sáng tạo” là *tìm ra cái mới, cách giải quyết mới, không bị gò bó, phụ thuộc vào cái đã có* [80, tr.817].



Tác giả Lê Thị Nhã trong *Giáo trình Lao động nhà báo* cho rằng: “Sáng tạo là làm ra cái mới, phát hiện cái mới. Sáng tạo khác với sự lặp đi lặp lại, cũ mòn, nhàm chán” [61, tr.25].

Sự sáng tạo của nhà báo trong lao động báo chí nói chung thể hiện ở việc phát hiện chủ đề, tìm kiếm góc độ phản ánh, chọn lựa chi tiết và thể hiện qua bố cục, ngôn ngữ như thế nào để thu hút, thuyết phục được công chúng. Có nghĩa là không những phát hiện ra cái mới, cái độc đáo trong nội dung mà nhà báo còn sáng tạo ra những hình thức hấp dẫn, mới mẻ để chuyển tải nội dung đó. Sự sáng tạo đến một mức độ nhất định sẽ hình thành phong cách của nhà báo.

Với ý nghĩa này, sáng tạo tác phẩm BMDT có thể được hiểu là *toàn bộ quá trình nhà báo sử dụng tư duy và các kỹ năng nghề nghiệp (từ khâu lên ý tưởng, bắt đầu sản xuất, cho đến khi hoàn thành tác phẩm và tác phẩm đó được công chúng trong xã hội sử dụng) để tạo ra một tác phẩm BMDT độc đáo về nội dung, mới mẻ về hình thức chuyển tải đến công chúng trên cơ sở tuân thủ nghiêm túc nguyên tắc khách quan, chân thật.*

*1.1.3.2. Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử*

**\* Sử dụng**

Từ điển tiếng Việt định nghĩa, “*sử dụng*” có nghĩa là *đem dùng vào mục đích nào đó, khai thác hoặc vận hành một thứ gì đó để đạt được hiệu quả hoặc kết quả mong muốn* [80, tr.845].

**\* Phương pháp**

Phương pháp là “*cách thức nhận thức, nghiên cứu hiện tượng của tự nhiên và đời sống xã hội*” hoặc là “*hệ thống các cách sử dụng để tiến hành một hoạt động nào đó*” [80, tr.766]. Phương pháp là một khái niệm được sử dụng phổ biến trong ngôn ngữ hàng ngày, và là đối tượng nghiên cứu của lý luận về phương pháp hay phương pháp luận. Phương pháp luận đã có từ hàng ngàn năm nay. Ở Việt Nam có không ít sách giáo khoa về phương pháp luận. Khi tiến hành một hoạt động nào đó, chẳng hạn khi tiến hành nghiên cứu một đề tài khoa học, ai cũng phải xác định và lựa chọn phương pháp để

đạt được mục tiêu. Tuy nhiên, khái niệm phương pháp lại được sử dụng theo nhiều nghĩa; từ đó, một thao tác hay một hoạt động đối với người này được gọi là phương pháp nhưng đối với người kia không được gọi là phương pháp. Điều đó gây khó khăn cho việc thảo luận để xác định và lựa chọn phương pháp phù hợp.

Khái niệm phương pháp được định nghĩa theo nhiều cách khác nhau. Theo từ điển triết học, phương pháp là “cách thức đạt tới mục tiêu” [55, tr.458]. Trong từ điển Bách khoa Việt Nam, các tác giả định nghĩa phương pháp là “hệ thống các nguyên tắc vận dụng những nguyên lý, lý luận phản ánh hiện thực khách quan, nhằm chỉ đạo hoạt động nhận thức và hoạt động cải tạo thực tiễn của con người” [40, tr.154]; hoặc là “hệ thống những nguyên tắc được rút ra từ tri thức về các quy luật khách quan để điều chỉnh hoạt động nhận thức và thực tiễn nhằm thực hiện mục đích nhất định” [11, tr.11]; hoặc là “cách thức được chủ thể sử dụng nhằm đạt được mục đích đã vạch ra” [47, tr.11].

Theo tác giả Đỗ Văn Khang, trong phần 4 cuốn sách “Lý luận văn học”, nxb Giáo dục Việt Nam năm 2014: Phương pháp là linh hồn của một nội dung đang vận động - được biểu hiện thành những giải pháp khắc phục trở ngại, để từ khởi điểm đạt tới mục đích một cách tối ưu [22, tr.315].

Đáng chú ý, trong bài viết “Khái niệm phương pháp: định nghĩa và phân loại” nhóm tác giả Nguyễn Ngọc Hà và Nguyễn Thị Huyền đã nhìn nhận khái niệm “phương pháp” với 7 nội dung cơ bản, từ đó nhóm tác giả giải thích tóm tắt khái niệm phương pháp với nghĩa là “cách thức đạt tới mục tiêu” [30, tr.16].

Qua nghiên cứu các tài liệu đã có, tác giả luận án cho rằng: *Phương pháp là các cách thức được sử dụng để tiến hành một hoạt động cụ thể nào đó, nhằm đạt mục tiêu đã đặt ra.*

#### **\* Phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh**

Nhà văn Lỗ Tấn (Trung Quốc) đã nói về *phương pháp kể chuyện* như một nghệ thuật xử lý thông tin và biểu đạt thông tin một cách đầy đủ, có chiều sâu theo logic chủ đề, từ đó có thể nắm được bản chất, quy luật vận động của sự việc. Theo ông, có một số cách kể chuyện, như: Vạch ra mối quan hệ nội tại giữa các sự kiện theo một chủ đề; Đề cập từng phần riêng rẽ, từng nhánh

của câu chuyện để tuyên bố chính thức về cái tổng thể - bản chất của câu chuyện; Mượn nguyên có để giải thích nguyên nhân; Kể theo quan hệ đối lập tốt - xấu, trắng - đen, chính - phụ; Kể theo chi tiết điển hình trung tâm (cốt truyện); Bắt đầu kể từ sự kiện không chính thức để làm đòn bẩy tôn sự kiện chính [42, tr.121-141].

*Phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là các cách thức nhà báo sử dụng ảnh tĩnh, ảnh động, video, đồ họa máy tính, hình vẽ minh họa/bảng biểu... và các kỹ thuật truyền thông khác để kể lại một chuỗi các sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết... một cách đầy đủ, có chiều sâu theo trình tự nhất định trong bối cảnh cụ thể, nhằm tạo ra một câu chuyện trực quan, sống động, có khả năng khơi gợi cảm xúc của người tiếp nhận.*

Trên cơ sở phân tích và giải mã một loạt các khái niệm liên quan đến vấn đề nghiên cứu như: hình ảnh, kể chuyện, kể chuyện bằng hình ảnh, tác phẩm BMĐT, hình ảnh trong tác phẩm BMĐT, sáng tạo tác phẩm BMĐT, sử dụng, phương pháp; phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh, tác giả luận án cho rằng:

*Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT là cách thức nhà báo dùng ảnh động, video, đồ họa máy tính, ảnh tĩnh và hình vẽ minh họa/bảng biểu... mang định dạng số; làm yếu tố duy nhất hoặc quan trọng (kết hợp cùng văn bản và các yếu tố khác) để kể lại một chuỗi các sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết... một cách đầy đủ, có chiều sâu theo trình tự nhất định trong bối cảnh cụ thể. Mục đích tạo ra một tác phẩm BMĐT độc đáo về nội dung, mới mẻ về hình thức chuyển tải, làm tăng tính trực quan, sống động, khả năng tương tác và khơi gợi cảm xúc của công chúng trên cơ sở ứng dụng các hiệu ứng kỹ thuật và tuân thủ nghiêm túc nguyên tắc khách quan, chân thật.*

## **1.2. Các lý thuyết tiếp cận vấn đề nghiên cứu**

Lý thuyết về đặc điểm, vai trò và chức năng của báo chí nói chung và BMĐT nói riêng được xem là bộ khung quan trọng nhất, tạo cơ sở nhận thức ban đầu để tiến hành nghiên cứu này. Ngoài ra, có một số lý thuyết khác để tiếp cận vấn đề nghiên cứu như:

### 1.2.1. Lý thuyết kể chuyện (*narrative theory*)

Aristotle được coi là một trong những người đầu tiên đặt nền móng cho lý thuyết kể chuyện qua tác phẩm "Poetics". Ông phân tích cấu trúc và thành phần của bi kịch Hi Lạp, đưa ra các khái niệm như mimesis (bắt chước) và catharsis (thanh lọc), đồng thời khẳng định: “Bi kịch mô phỏng hành động, nó mô phỏng những con người đang hành động” [3, tr.37]. Mà “sự mô phỏng hành động là nhờ vào cốt truyện”, “cốt truyện là sự kết hợp các sự kiện, tính cách là cái cho ta biết tính chất của nhân vật hành động” [3, tr.35]. Cho nên, “hành động và cốt truyện làm thành mục đích của bi kịch”. “Cốt truyện là cơ sở, là linh hồn của bi kịch, sau đó mới đến các tính cách” [3, tr.36]. Ba thành phần của cốt truyện kịch theo Aristotle, là sự diễn biến, sự nhận biết (phát hiện), sự đau khổ.

Cũng trong lý thuyết kể chuyện của Aristotle, tác giả đưa ra sáu yếu tố chính của bi kịch: cốt truyện (plot), nhân vật (character), tư tưởng (thought), ngôn ngữ (diction), giai điệu (melody), và cảnh quan (spectacle). Trong đó, cốt truyện được xem là yếu tố quan trọng nhất, với sự sắp xếp các sự kiện phải hợp lý và logic [3].

Kể từ những nền móng đầu tiên của lý thuyết kể chuyện do Aristotle khởi xướng, các nhà lý thuyết ở nhiều lĩnh vực khác nhau - từ giáo dục đến văn học, tâm lý học, xã hội học đến truyền thông... đưa ra những quan điểm khác nhau về lý thuyết kể chuyện.

Theo lý thuyết kể chuyện của Barbatsis, *câu chuyện là một phương tiện mạnh mẽ để tổ chức và truyền tải thông tin*. Ông giải thích rằng câu chuyện không chỉ là một chuỗi các sự kiện mà còn *bao gồm các yếu tố như cốt truyện, nhân vật, bối cảnh, và người kể chuyện*. Phân tích các cách thức kể chuyện trong TTHA, tác giả Barbatsis khẳng định: kể chuyện không chỉ giới hạn trong văn bản mà còn rất quan trọng trong các phương tiện truyền thông như phim, truyền hình và quảng cáo. Ông thảo luận về cách mà các hình ảnh và âm thanh có thể kể câu chuyện một cách mạnh mẽ và tác động đến cảm xúc của người xem [117].

Có thể nói, hầu hết các lý thuyết kể chuyện hiện đại đều tập trung vào cách kể chuyện dựa trên ngôn ngữ, bằng lời nói hoặc bằng văn bản. Nhưng, sự

phát triển của ngôn ngữ hình ảnh thúc đẩy Trischa Goodnow nghiên cứu, khám phá cấu trúc và hoạt động của kể chuyện trong TTHA [143, tr.267]. “*Từ ngữ và hình ảnh đều là các yếu tố cần thiết của câu chuyện*”, “*những hình ảnh kể chuyện này phải truyền đạt thông điệp của tác giả trong một bối cảnh cụ thể với tối thiểu các từ đi kèm*”. Và cũng tương đồng như lý thuyết kể chuyện, 4 yếu tố tạo nên một câu chuyện hình ảnh là: nhân vật, địa điểm, cốt truyện và người kể chuyện [143, tr.266].

Nhìn chung, lý thuyết kể chuyện là một lĩnh vực nghiên cứu phức tạp, đa dạng, có một lịch sử hình thành và phát triển lâu dài. Dù có một số học giả công bố các nghiên cứu liên quan đến kể chuyện và kể chuyện trong TTHA ở các công trình khác nhau, nhưng tương đối đồng nhất khi tập trung vào cấu trúc và các thành phần của câu chuyện gồm: nhân vật, địa điểm/bối cảnh, cốt truyện và ngôi kể. Trong đó:

- *Nhân vật* là các thực thể mà qua đó câu chuyện được kể. Nhân vật có thể là sự kiện/vấn đề/nhân vật rất cần thiết cho việc kể chuyện bằng hình ảnh vì ai đó/điều gì đó phải thúc đẩy hoạt động.

- *Địa điểm/bối cảnh* của câu chuyện có thể mang hai hình thức là cụ thể và lịch sử. Bối cảnh cụ thể là môi trường nhìn thấy được; bối cảnh lịch sử là hoàn cảnh ra đời, các yếu tố văn hóa, xã hội, kinh tế, chính trị... trong thời kỳ đó, ảnh hưởng đến cốt truyện, nhân vật và thông điệp của câu chuyện.

- *Cốt truyện* là yếu tố trung tâm trong lý kể chuyện nói chung và kể chuyện trong TTHA nói riêng. Là yếu tố phân biệt câu chuyện với các loại thông tin khác [143]. Nó đề cập đến trình tự các sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết trong một câu chuyện. Bao gồm các phần như khởi đầu, phát triển, đỉnh điểm, và kết thúc được sắp xếp theo tuyến tính, phi tuyến tính hoặc kết hợp.

- *Ngôi kể* xác định mối quan hệ giữa người kể chuyện và câu chuyện. Có các dạng ngôi kể gồm: ngôi thứ nhất (kể câu chuyện từ góc nhìn của người đang trải qua các sự kiện trong câu chuyện); ngôi thứ hai (cho phép người kể chuyện kể câu chuyện từ quan điểm “của bạn”); ngôi thứ ba (góc nhìn của một người đang quan sát mọi hành động diễn ra).

### 1.2.2. Các lý thuyết về truyền thông hình ảnh

Truyền thông hình ảnh (Visual Communication) là truyền tải nội dung thông tin về sự kiện, vấn đề, nhân vật thông qua sự hỗ trợ bằng thị giác. TTHA có chứa các khía cạnh hình ảnh bao gồm: dấu hiệu, áp phích, bản vẽ, ảnh chụp, video, đồ họa... Việc giải thích của hình ảnh là chủ quan và để hiểu chiều sâu của ý nghĩa, truyền đạt trong một hình ảnh đòi hỏi phải phân tích.

Trong lĩnh vực khoa học xã hội và nhân văn, có lẽ cũng xuất phát từ tính sẵn có của hình ảnh (như là kết quả của sự nhìn), kèm theo đó là việc hình ảnh không có khả năng kết hợp với nhau để tạo ra các cú pháp (syntax) ngôn ngữ tường minh, mà các nghiên cứu về hình ảnh cũng còn thiếu tính toàn diện. Theo Matteo Stocchetti và Karrin Kukkonen thì “các phân tích về hình ảnh dường như chỉ quan tâm tới việc phê bình hình thức văn hóa và mỹ học, trong khi những vấn đề mang tính xã hội lại hoàn toàn bị bỏ lơ, hoặc bị cho là thứ yếu” [127, tr.1].

Độ vênh giữa một bên là sự thiếu vắng những nghiên cứu mang tính hệ thống về TTHA, và một bên là sức tác động ngày càng mạnh mẽ của nó đến công chúng (chủ yếu nhờ vào sự phổ cập của các loại phương tiện truyền thông thị giác - visual media) cần được khắc phục. Cần xem xét truyền thông thị giác (truyền thông hình ảnh) trên cơ sở tham chiếu các đặc trưng cụ thể của hình ảnh, từ đó tìm ra những phương pháp sáng tạo nội dung gắn với việc phát huy sức mạnh của hình ảnh trên các phương tiện TTĐC trong đó có BMĐT.

Từ những 1977, tác giả Roland Barthes chỉ ra hai đặc trưng cơ bản của hình ảnh đó là: *hình ảnh là những thông điệp không có bộ mã và thường cung cấp cho độc giả các “gợi ý”, “chỉ dẫn” trực quan nhiều hơn là những tuyên bố rõ ràng* [140, tr.17]. Điều này đúng với ảnh tĩnh, loại ảnh này được sử dụng trên BMĐT phải kết hợp với một số yếu tố khác (chú thích ảnh, tit báo, box thông tin, đồ họa thông tin...) để tạo ra được một thông điệp truyền thông trọn vẹn, đảm bảo việc độc giả khi xem ảnh sẽ tiếp nhận thông điệp đó một cách chính xác. Đây có lẽ là lí do sâu xa vì sao có không ít người nhầm lẫn cho rằng hình ảnh chỉ là công cụ minh họa hoặc trang trí cho phần chữ. Có thể

dễ dàng nhận thấy rằng ngay cả các bức ảnh tràn màn hình thì phần chữ (tít báo, sapo, hoặc lời dẫn được thiết kế cùng ảnh ...) vẫn là yếu tố quan trọng để độc giả hiểu được thông điệp của bức ảnh là gì. Do vậy, khi đưa ra khái niệm về ảnh báo chí, các nhà khoa học, các chuyên gia trong lĩnh vực BC-TT đều nhấn mạnh rằng chú thích ảnh là yêu cầu bắt buộc của ảnh báo chí. Không có khả năng tự tạo một thông điệp truyền thông trọn vẹn, những yếu tố hình ảnh trong tác phẩm ảnh báo chí vẫn là yếu tố quan trọng nhất bởi khả năng sao chép hiện thực một cách gần như tuyệt đối, nên yếu tố hình ảnh có sức tác động mạnh mẽ trong việc gây ấn tượng về cảm xúc hơn là tạo tập những lý lẽ duy lý đối với người xem. Phần ngôn từ đi kèm chỉ mang ý nghĩa là bổ sung, làm rõ các thông tin (ví dụ như: tên nhận vật, thời gian, địa điểm, các con số liên quan...) mà yếu tố hình ảnh không diễn tả hết chứ không phải là yếu tố quyết định trong tác phẩm ảnh báo chí.

Đặc trưng thứ hai của hình ảnh đó là thường cung cấp cho độc giả các “gợi ý”, “chỉ dẫn” trực quan nhiều hơn là những tuyên bố rõ ràng. Bức ảnh trong tác phẩm “Trả nợ dòng Mekong” trên báo điện tử Vnexpress ngày 18/7/2023 có thể không đưa ra thông điệp hiển ngôn nào về mức độ nguy hiểm của việc khai thác cát ở hạ nguồn sông Mekong [Phụ lục 7, Hình 1]. Tuy nhiên, cảnh tượng dãy nhà dân bị sạt lở nằm trên bờ sông Cái Vũng, huyện Hồng Ngự, tỉnh Đồng Tháp cùng hình ảnh một số người dân (có thể là chủ nhà) chỉ biết đứng nhìn trong sự đau xót và bất lực lại “gợi ý” về một thông điệp truyền thông ngầm ẩn rằng: việc con người khai thác cát một cách quá đà như một hành động tàn phá thiên nhiên. Thông điệp này khiến người xem ý thức được rõ ràng hệ quả của việc làm trên sẽ tạo ra ngày càng nhiều những điểm nóng về sạt lở, gây ảnh hưởng nghiêm trọng tới cuộc sống, huỷ hoại tài sản và thậm chí là cướp đi tính mạng của những người dân đang sinh sống hai bên bờ sông.

Qua việc chỉ ra và phân tích hai đặc trưng nêu trên của yếu tố hình ảnh trong TPBC, có thể nhận thấy rằng việc hình ảnh không có khả năng diễn nghĩa như ngôn từ tưởng chừng là một hạn chế nhưng thực chất lại là lợi thế. Hình ảnh giảm nhẹ gánh nặng nhận thức cho người xem và dễ dàng được tiếp nhận hơn. Dù hình ảnh không có khả năng tự tạo ra thông điệp một cách trọn

ven nhưng lại có khả năng gây ra những kích thích mạnh mẽ về mặt cảm xúc, để lại ấn tượng sâu sắc với độc giả. Nói cách khác, nguyên lý đề TTHA trên báo chí nói chung, và BMDT nói riêng đạt được hiệu quả, thì cần hiểu và tận dụng được tối đa các đặc trưng của yếu tố hình ảnh trong quá trình truyền thông thị giác trên sản phẩm báo chí. Nguyên lý này quyết định việc tòa soạn sẽ lựa chọn loại hình ảnh nào, sắp xếp chúng ra sao và sử dụng các yếu tố hỗ trợ (tít báo, lời dẫn, đồ hoạ...) như thế nào để đạt được hiệu quả của truyền tải thông điệp.

Dù đã có những phát hiện quan trọng, nhưng những nghiên cứu của Roland Barthes về lý thuyết TTHA mới chỉ dừng lại ở những bức ảnh tĩnh, trong khi hình ảnh là một khái niệm rộng lớn, bao gồm nhiều dấu hiệu khác như video, đồ hoạ, ảnh động... Kế thừa và phát triển những nghiên cứu của Roland Barthes, năm 2004, tác giả Parsa, A. F. đã lý giải về lý thuyết TTHA gắn với sự tiềm năng vô tận của của ngôn ngữ trực quan: “While the number of words of the spoken language is limited, the dictionary of images that make up the visual language is unlimited.” (Tạm dịch: *Trong khi số từ của ngôn ngữ nói bị hạn chế thì cả một kho tàng hình ảnh tạo nên ngôn ngữ trực quan không bị giới hạn*) [133]. Quan niệm này tiếp tục được kế thừa và phát triển hơn bởi Arıkan, G. (2009) khi ông cho rằng *giao tiếp trực quan phổ quát hơn bởi nó giúp ta tạo nên những mối liên hệ với mọi người bất chấp rào cản ngôn ngữ* [87]. Đến năm 2013, xuất hiện nghiên cứu tổng hợp trên diện rộng những vấn đề liên quan đến truyền TTHA. Trong đó đề cập tới 4 lý thuyết hình ảnh có liên hệ trực tiếp với TTĐC và chia thành 2 nhóm cơ bản: Lý thuyết cảm quan của TTHA (gồm: thuyết Gestalt và chủ nghĩa kiến tạo); Lý thuyết cảm nhận của TTHA (gồm: ký hiệu học và nhận thức) [134, tr.43-71]. Các lý thuyết về TTHA là những cơ sở quan trọng định hướng nghiên cứu cho tác giả luận án.

### ***1.2.2. Lý thuyết đóng khung***

Lý thuyết này gợi ý rằng cách một vấn đề được trình bày hoặc đóng khung có thể ảnh hưởng đến cách độc giả cảm nhận vấn đề đó. Trong bối cảnh xã hội thông tin, lý thuyết đóng khung có thể được sử dụng để phân tích cách sử dụng các kỹ thuật kể chuyện bằng hình ảnh để đóng khung các chủ đề hoặc vấn đề tin tức theo một cách cụ thể, đồng thời định hình nhận thức và ý kiến của công chúng.



Bằng cách sử dụng lý thuyết này, tác giả luận án có thể hiểu rõ hơn về cách sử dụng các kỹ thuật kể chuyện bằng hình ảnh trong các phương tiện truyền thông trực tuyến để truyền đạt nội dung tin tức, thu hút khán giả và định hình nhận thức và thái độ của công chúng.

Lý thuyết đóng khung (framing theory) bắt nguồn từ lĩnh vực tâm lý học và xã hội học. Erving Goffman định nghĩa “khung” chính là những giản đồ diễn giải (schemata of interpretation) cho phép con người “xác định, tiếp nhận, định dạng và dán nhãn cho vô số những sự biến diễn ra trong cuộc sống của họ” [102, tr.21].

Sau khi Goffman áp dụng lý thuyết đóng khung vào phạm vi tổ chức kinh nghiệm của con người, nhiều nhà nghiên cứu đã phát triển lý thuyết này cho lĩnh vực hẹp hơn là TTĐC. Quá trình đóng khung của báo chí là “gần như hoàn toàn ngầm ẩn, và được thừa nhận như lẽ tất nhiên. Cả nhà báo lẫn công chúng đều không nhận ra rằng đây thực chất là một quá trình kiến tạo mang tính xã hội (social construction), mà chỉ đơn giản xem nó là việc phóng viên phản ánh lại sự kiện” [149].

“Khung” được Gamson định nghĩa là “ý tưởng tổ chức cốt lõi” giúp “giải nghĩa về các sự kiện liên quan, cũng như gợi ý xem đâu mới là vấn đề cần xem xét” [150]. Việc đóng khung chính là quá trình “quyết định xem cái gì được chọn, cái gì bị loại bỏ, và cái gì được nhấn mạnh. Nói tóm lại, tin tức cho chúng ta biết về một thế giới đã được đóng gói” [149].

Định nghĩa tường minh nhất về quá trình đóng khung của TTĐC có lẽ được đưa ra bởi Robert Entman, theo đó: “Quá trình đóng khung chủ yếu liên quan tới việc *lựa chọn (selection)* và *làm nổi bật (salience)*. Đóng khung có nghĩa là lựa chọn một số khía cạnh trong cách hiểu về hiện thực, rồi làm cho nó nổi bật lên trên văn bản truyền thông bằng cách nhấn mạnh vào một cách đặt vấn đề, một cách lý giải, một cách đánh giá đạo đức, hoặc/và một cách xử lý nào đó” [101].

Trên cơ sở chỉ ra các định nghĩa về thuyết đóng khung, bản thân hành vi “đóng khung”, theo nghĩa đen dùng cho hình ảnh nhiều hơn so với văn bản viết. Việc áp dụng lý thuyết này vào phân tích hình ảnh và việc sử dụng

phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trên BMDT là rất hữu dụng, bởi lẽ hình ảnh là công cụ có khả năng đóng khung rất mạnh, khi mà công chúng dễ dàng chấp nhận nó một cách vô thức hơn văn bản viết.

Theo lý thuyết đóng khung, việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trên BMDT bị giới thuyết bởi góc nhìn của tờ báo đó vào đời sống xã hội. Ví dụ như trên báo Vnexpress, chúng ta rất hiếm gặp những câu chuyện hình ảnh về các vị quan chức, lãnh đạo trong các sản phẩm báo chí sáng tạo trên chuyên mục Spotlight, mà phổ biến nhất là những câu chuyện hình ảnh kể về cuộc sống sinh hoạt đời thường của người dân gắn với những vấn đề xã hội (như môi trường, y tế, giáo dục...). Khác với Vnexpress, báo Nhân dân điện tử bị chi phối mạnh bởi tính tuyên truyền chính trị cho nên số lượng E-magazine có chủ đề thời sự chính trị với hình ảnh của lãnh đạo, quan chức là nhiều nhất dù đó có phải là sự việc mà độc giả quan tâm nhất hay không.

Lý thuyết đóng khung không chỉ cần cho những người làm báo và người làm quản lý báo chí mà nó còn áp dụng cho quá trình tiếp nhận của công chúng. Công chúng báo chí cũng có “khung” nhận thức của riêng họ, “khung” nhận thức này được hình thành dựa trên kinh nghiệm và kiến thức cá nhân trước đó của họ. Khi tiếp cận với một sản phẩm truyền thông nói chung và 1 câu chuyện hình ảnh trên BMDT nói riêng, công chúng sử dụng “khung” nhận thức của họ để giải thích các thông điệp truyền thông. Do vậy, cách đóng khung của nhà báo cần phù hợp với cách diễn giải khung của độc giả.

### **1.3. Đặc điểm, vai trò và phân loại phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử**

#### ***1.3.1. Đặc điểm cơ bản của phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử***

Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là một cách sáng tạo để chuyển tải thông tin cho độc giả thông qua việc nhà báo dùng ảnh tĩnh, ảnh động, video, đồ họa máy tính, hình vẽ minh họa/bảng biểu... và các kỹ thuật truyền thông khác để kể lại một chuỗi các sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết... một cách đầy đủ, có chiều sâu theo một trình tự nhất định trong một bối cảnh cụ thể, với mục đích tạo ra một câu chuyện trực quan, sống động, có khả

năng khơi gợi cảm xúc của người tiếp nhận. Đây là một phương pháp hiệu quả để thu hút sự chú ý của độc giả và giúp họ hiểu được nội dung một cách trực quan và dễ dàng. Một số đặc điểm cơ bản của phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMDT bao gồm:

*Một là*, có thể sử dụng hình ảnh là yếu tố duy nhất hoặc là yếu tố quan trọng (kết hợp cùng văn bản và các yếu tố khác) để kể chuyện. Tư duy hình ảnh, tư duy sáng tạo và các kỹ năng nghề nghiệp của nhà báo chi phối cách thức nhà báo lên chiến lược/kịch bản cụ thể để thu thập, thực hiện và kết nối một loạt các thành tố hình ảnh gồm: ảnh tĩnh, ảnh động, video, đồ họa máy tính, hình vẽ minh họa/bảng biểu... và các kỹ thuật truyền thông khác trong một tác phẩm BMDT.

*Hai là*, kể lại một chuỗi các sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết... một cách đầy đủ, có chiều sâu để biểu đạt thông tin. Có thể có sự hỗ trợ của text và các yếu tố khác để tạo ra nội dung số nhằm truyền đạt thông tin, khơi gợi cảm xúc của công chúng [143]. Hình ảnh tăng trực quan và gây ấn tượng với người đọc. Trong khi đó, văn bản cung cấp những thông tin chi tiết hơn về câu chuyện, đưa ra các ý kiến, suy nghĩ và nhận định để giải thích hoặc bổ sung cho hình ảnh.

*Ba là*, sử dụng các phần mềm đồ họa, thiết kế hình ảnh để sáng tạo các yếu tố hình thức tác phẩm nhưng không làm thay đổi bản chất câu chuyện. Trong hoạt động báo chí, sử dụng các phần mềm đồ họa và thiết kế hình ảnh để trình bày tác phẩm nhằm tăng tính thẩm mỹ và trực quan cho bài báo nhưng không được sửa đổi hay bổ sung các thông tin sai lệch, hoặc thay đổi nội dung câu chuyện để tạo ra hiệu ứng hoặc cảm xúc cho người đọc [111]. Việc sử dụng các kỹ thuật đồ họa và thiết kế tạo ra những hiệu ứng mới mẻ, giúp công chúng có thể tương tác và tạo ra nhiều trải nghiệm riêng có khi tiếp nhận tác phẩm. Tính tương tác của phương pháp này thể hiện qua việc nhà báo sử dụng các hình ảnh động, các kỹ thuật kể chuyện khác nhau tạo ra trải nghiệm đặc biệt cho độc giả, giúp cho độc giả có cảm giác tham gia vào câu chuyện [125].

Ngoài ra, phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh còn mang tính tương

tác hiệu quả khi sử dụng các công nghệ số như: chồng mờ (dissolve), kỹ thuật kể chuyện cuộn (scrolly telling), hiệu ứng rèm (wipe), thu phóng (zoom)... để trình bày thông tin một cách trực quan và dễ hiểu hơn [144]. Những công nghệ này giúp cho độc giả có thể tương tác trực tiếp với nội dung, chọn lựa thông tin và động tác trong câu chuyện theo ý muốn của mình, tạo cảm giác “đắm chìm” và những trải nghiệm sống động. Tính tương tác hiệu quả của phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh giúp cho câu chuyện trở nên hấp dẫn, độc đáo, thu hút được sự quan tâm của độc giả và tạo ra ấn tượng sâu sắc về nội dung được truyền tải.

*Bốn là*, phản ánh tư duy sáng tạo của nhà báo trong việc truyền tải thông điệp tới công chúng. Tính sáng tạo của việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh được thể hiện ở việc phát hiện chủ đề, đề tài; tìm kiếm góc độ phản ánh; tạo ra nhiều hình ảnh độc đáo, chọn lựa các hình ảnh đắt giá và thể hiện chúng thế nào cho hấp dẫn, lôi cuốn, thuyết phục công chúng. Những hình ảnh được tạo ra và lựa chọn không chỉ mang tính thẩm mỹ mà còn phải phù hợp với nội dung và bối cảnh của câu chuyện. Nhà báo cần phải có tư duy sáng tạo, tư duy logic, tổng hợp vấn đề... để thiết kế, lựa chọn và xây dựng một kết cấu chuyện hình ảnh hấp dẫn.

### ***1.3.2. Vai trò của phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử***

Như đã trình bày trong phạm vi nghiên cứu của đề tài, sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT có thể được nghiên cứu ở hai góc độ là: Sử dụng toàn bộ hình ảnh để kể chuyện (trong các tác phẩm BMĐT ở chuyên mục video, infographic...) và Sử dụng hình ảnh là yếu tố quan trọng (kết hợp cùng văn bản và các yếu tố khác) để kể chuyện (điển hình ở các TPBC tích hợp đa phương tiện trong các chuyên mục như E - magazine, Megastory, Spotlight...). Trong khuôn khổ nghiên cứu của mình, tác giả lựa chọn đi sâu nghiên cứu góc độ thứ hai là *Sử dụng hình ảnh là yếu tố quan trọng (kết hợp cùng văn bản và các yếu tố khác) để kể chuyện trong các TPBC tích hợp đa phương tiện* (cụ thể ở đây là các TPBC được đăng tải ở các chuyên mục E - magazine, Megastory, Spotlight trên 4 tờ BMĐT thuộc

diện khảo sát). Từ góc độ nghiên cứu đó, tác giả luận án khái quát một số vai trò/ ý nghĩa cơ bản của phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT như sau:

*Thứ nhất*, sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh làm nổi bật thông tin, thu hút sự chú ý của độc giả và giúp tác phẩm BMĐT trở nên sống động, độc đáo và sáng tạo hơn. Với sự phát triển của công nghệ thông tin, độc giả có xu hướng ngày càng “lười đọc” và yêu cầu thông tin phải được trình bày một cách trực quan, đẹp mắt và đầy sáng tạo” [PVS13]. Phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh giúp tác phẩm BMĐT trở nên sống động hơn, thú vị hơn và dễ dàng thu hút được sự chú ý của độc giả [PVS5].

Hình ảnh và đồ họa được sử dụng để tạo ra các hiệu ứng trực quan, bao gồm sử dụng màu sắc, hình ảnh, font chữ và layout để tạo ra một bố cục thú vị và hấp dẫn. Các phương tiện trực tuyến còn cho phép tác giả sử dụng các định dạng tương tác như video, slideshow, đồ họa động ... để trình bày thông tin một cách độc đáo và sáng tạo hơn.

*Thứ hai*, phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh giữ vai trò then chốt trong việc truyền tải cảm xúc tới độc giả. Bởi vì, hình ảnh có khả năng kích thích trực tiếp các giác quan của con người, tạo ra một trải nghiệm tương tác đa chiều và giúp độc giả nhận thức được sâu sắc hơn về thông tin được truyền tải. “Các hình ảnh cũng có khả năng thể hiện được các tình cảm, cảm xúc của nhân vật hoặc tình huống được miêu tả, từ đó tạo ra một sức hút đặc biệt và giúp độc giả dễ dàng cảm nhận và đồng cảm với những điều mà tác giả muốn truyền tải” [134].

*Thứ ba*, sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh giúp giải thích các sự kiện phức tạp một cách dễ hiểu, trực quan. “Đây là một cách tiếp cận hiệu quả để giải thích một vấn đề phức tạp, tạo ra ấn tượng đầu tiên cho độc giả và giúp họ dễ dàng tiếp cận với nội dung báo” [PVS14]. Ngoài ra, trong tác phẩm BMĐT, hình ảnh có thể được sử dụng để thể hiện thông tin bổ sung, làm rõ ý tưởng hoặc chỉ dẫn cho độc giả. Ví dụ như sử dụng các infographic để trình bày số liệu thống kê, biểu đồ để minh họa xu hướng, hay các hình ảnh tương tác để giải thích một quy trình hoặc kỹ thuật mang tính trực quan, giúp độc giả dễ dàng tiếp nhận.

*Thứ tư*, sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh làm tăng tính tương tác của bài viết. Tác phẩm BMĐT có thể tích hợp đa phương tiện - đây là tính cốt lõi tạo ra sự khác biệt của việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trên các loại hình báo chí [144]. Các hình ảnh trong tác phẩm BMĐT có thể là những ảnh tĩnh, hình ảnh động hoặc video. Báo chí có thể sử dụng các phần mềm đồ họa, hiệu ứng kỹ thuật để tạo ra những hình ảnh chất lượng cao và tương tác độc giả để thu hút sự chú ý của người đọc.

### ***1.3.3. Phân loại các phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử***

Có nhiều cách thức phân loại các phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong tác phẩm BMĐT. Phân loại theo cách thức tiến hành có thể có các hình thức: kể chuyện tuyến tính, kể chuyện phi tuyến tính, kể chuyện kết hợp. Phân loại theo thành tố sử dụng chính yếu, có thể chia thành: Kể chuyện bằng ảnh tĩnh, kể chuyện bằng ảnh động, kể chuyện bằng video, kể chuyện bằng hình ảnh đồ họa máy tính...

#### ***1.3.3.1. Theo cách thức tiến hành***

Phân loại phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh theo cách thức tiến hành có thể kể tới hình thức: kể chuyện tuyến tính, kể chuyện phi tuyến tính, kể chuyện kết hợp [104].

*Phương pháp kể chuyện tuyến tính* bằng hình ảnh là phương pháp sử dụng các hình ảnh đơn giản để liên kết với nhau theo một trình tự nhất định, tạo thành một câu chuyện có tính tuyến tính và dễ hiểu. Tức là các hình ảnh sẽ được sắp xếp theo trình tự thời gian hoặc theo một quy luật nào đó, giống như việc xem một bộ phim hoạt hình hay đọc một cuốn truyện tranh. Phương pháp này thường được sử dụng trong các TPBC, quảng cáo hoặc giáo dục để truyền tải thông tin một cách đơn giản, dễ hiểu và hấp dẫn cho độc giả hoặc khán giả.

*Phương pháp kể chuyện phi tuyến tính* bằng hình ảnh là một cách sử dụng hình ảnh và các yếu tố trực quan khác để kể một câu chuyện không theo thứ tự tuyến tính, mà thường là theo một cách phi tuyến tính hơn. Các yếu tố trực quan này có thể bao gồm kích thước, màu sắc, độ sáng, độ tương phản, hình dạng, chuyển động... Các yếu tố này thường được sắp xếp và sử dụng để

tạo ra các cảm giác, tưởng tượng và ý tưởng cho độc giả, thay vì chỉ đơn thuần là truyền tải thông tin. Kể chuyện phi tuyến tính bằng hình ảnh cũng thường được sử dụng để tạo ra các trải nghiệm tương tác và thú vị cho độc giả [142].

*Phương pháp kể chuyện kết hợp* bằng hình ảnh là một phương pháp sáng tạo và hiệu quả để truyền tải thông tin, câu chuyện hoặc ý tưởng bằng cách sử dụng cả hình ảnh và text. Tuy nhiên, với phương pháp này, hình ảnh và text không chỉ đơn thuần là tương quan hoặc bổ sung lẫn nhau mà còn được sắp xếp và kết hợp một cách hợp lý (khi thì theo một trình tự thời gian, xa-gần, trước-sau... khi lại không theo một trật tự nào nhất định mà công chúng có thể tương tác vào bất kỳ vị trí/nội dung nào tùy ý) để tạo ra sự bất ngờ, tạo ra những phản ứng về mặt cảm xúc đối với người tiếp nhận. “Phương pháp này thường được sử dụng trong các TPBC, truyền thông và tiếp thị để giải thích và trình bày các thông tin phức tạp, đồng thời cũng giúp tăng tính tương tác và thu hút sự chú ý của người đọc” [147].

#### 1.3.3.2. Theo thành tố sử dụng

Như đã trình bày ở mục 1.1.1, hình ảnh là những yếu tố liên quan đến thị giác, bao gồm các thành tố cơ bản như: ảnh tĩnh, ảnh động, video, đồ họa máy tính, hình vẽ minh họa/bảng biểu...; chứa đựng một nội dung cụ thể, được sử dụng để truyền tải thông tin hoặc tạo ra hiệu ứng. Nhìn nhận dưới góc độ các thành tố cấu thành được nhà báo sử dụng, có thể phân chia phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh thành các nhóm cơ bản sau: Kể chuyện bằng ảnh tĩnh, kể chuyện bằng ảnh động, kể chuyện bằng video, kể chuyện bằng hình ảnh đồ họa máy tính, kể chuyện bằng hình vẽ/bảng biểu...

*Phương pháp kể chuyện bằng ảnh tĩnh* là việc sử dụng các hình ảnh đơn hoặc ảnh bộ do chính nhà báo tác nghiệp hoặc ảnh tư liệu có nguồn gốc rõ ràng, được chụp bằng máy ảnh để kể câu chuyện đầy đủ, có chiều sâu thông qua một hoặc nhiều lát cắt, những khoảnh khắc điển hình của sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết... nhằm truyền đạt thông tin một cách hấp dẫn trong tác phẩm BMDT. Ở đây, các tác giả sẽ sử dụng các kỹ thuật chụp ảnh, biên tập ảnh kết hợp cùng một số hiệu ứng kỹ thuật để tái hiện lại sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết... trong một bối cảnh và theo một trình tự nhất định.

Phương pháp này thường được sử dụng trong thể loại ảnh tin (đối với hình ảnh đơn) và phóng sự ảnh (đối với ảnh bộ) trên BMDT để truyền tải thông tin về các sự kiện chính trị - xã hội, thể thao - văn hoá, khoa học - công nghệ... Bên cạnh đó, ảnh tĩnh cũng được sử dụng kết hợp với các yếu tố khác trong một tác phẩm tích hợp ĐPT để làm nổi bật nội dung tác phẩm.

Về hình thức xuất hiện và cách sắp xếp, ảnh tĩnh chủ yếu được sử dụng thông qua hai kiểu: ảnh kích thước lớn, tràn màn hình (full screen) với ý nghĩa độc lập, thể hiện một nội dung trong dây chuyền tuyến tính; ảnh kích thước cơ bản, được mã hóa theo hướng chéo thị giác, thường là nằm bên phải một đoạn văn bất kỳ, với ý nghĩa giải thích, bổ sung bằng chứng [59, tr.43]. Việc bố trí những bức ảnh với chú thích, hoặc xen kẽ một cách hợp lý giữa các khối văn bản sẽ làm cho người đọc không cảm thấy nhàm chán, đơn điệu khi tiếp nhận thông tin [29, tr.21]

*Phương pháp kể chuyện bằng ảnh động* là một kỹ thuật sử dụng ảnh dưới dạng slideshow (trình diễn ảnh) và animation để truyền tải thông tin, truyền đạt câu chuyện, kể về một sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết... hoặc trình bày một ý tưởng. Theo đó:

Ảnh động trong tác phẩm BMDT thường được thể hiện qua hai hình thức là slideshow (trình diễn ảnh) và animation. Hình thức trình diễn ảnh gồm nhiều bức ảnh khác nhau được sắp xếp theo một ý đồ nhất định [29, tr.24]. Tùy theo thiết kế của từng BMDT mà các slideshow ảnh có số lượng, tốc độ chuyển ảnh, giao diện trình diễn khác nhau... tạo ra những hiệu quả truyền tải thông tin khác nhau. Đối với animation - đây là những ảnh động được tạo ra từ sự kết hợp của nhiều ảnh tĩnh, gần giống với nguyên lý làm phim hoạt hình. Khác với ảnh động dạng trình diễn, ảnh động dạng animation là hình ảnh được tạo nên từ các ảnh riêng lẻ, hoàn chỉnh, chuyển động mềm mại và liên mạch với tốc độ cao như một đoạn phim. “Các sản phẩm animation có thể được ghi lại với cả hai kỹ thuật truyền thông analog media (với các sản phẩm như: flip book (sách tranh tạo chuyển động khi lật trang giấy), phim nhựa, băng video) và digital media (với các sản phẩm như: ảnh động GIF, flash animation hay online car-toon (các hoạt hình thiết kế cho internet))” [35, tr.77].



*Phương pháp kể chuyện bằng video*, là cách thức các nhà báo sử dụng các dạng video khác nhau để truyền tải thông điệp. Căn cứ vào hình thức sử dụng, video có thể gồm các dạng như: Video gồm hình ảnh và âm thanh thông thường; Video nền (toàn màn hình, làm background); Video 360 độ; Interactive video (video tương tác - giống video game); Motion graphics video (video loại mới: có chữ hoạt họa “nhảy múa” trong màn hình, thuộc loại animation); Character animation (video đồ họa có tính cách và câu chuyện của nhân vật)... Theo mục đích sử dụng, có thể chia video thành 3 loại: “Video minh họa cho bài viết, video dành riêng cho web, các chương trình video phát lại từ các đài truyền hình và các chương trình video theo yêu cầu với các định dạng chủ yếu là FLV có dung lượng nhỏ, phù hợp với việc xem video trên internet. Ngoài ra, một số định dạng video khác có dung lượng lớn hơn cũng được sử dụng như MP4, MPEG...” [29, tr31]. Trong khuôn khổ luận án, tác giả sử dụng các phân loại video theo hình thức sử dụng.

*Phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh đồ họa máy tính* là cách thức nhà báo sử dụng các hình ảnh được thiết kế bằng các chương trình, phần mềm đồ họa ứng dụng trên máy vi tính để mô tả, diễn giải hoặc minh chứng cho những chi tiết, ý tưởng nào đó một cách trực quan, đẹp mắt, thú vị và có tính năng tương tác cao. Sự kết hợp giữ đường nét, hình khối, màu sắc trong đồ họa tạo ra những hình ảnh, không gian có chiều sâu.

Có nhiều quan điểm khác nhau trong cách phân chia các dạng hình ảnh đồ họa máy tính. Trên cơ sở tổng quan các tài liệu nghiên cứu có liên quan đến đề tài luận án, tác giả cho rằng đồ họa máy tính có thể tồn tại dưới hai hình thức là: Đồ họa tĩnh (gồm infographic và đồ họa trang trí); Đồ họa thông tin động.

Kể chuyện bằng đồ họa thông tin tĩnh (infographic) thực chất là hình thức diễn đạt thông tin hàm chứa lượng dữ liệu đồ sộ, phức tạp bằng đồ thị, biểu đồ, bảng, bản đồ, lược đồ ... [29, tr.26] nhờ ngôn ngữ tạo hình riêng biệt giúp độc giả tiếp nhận thông tin nhanh, dễ hiểu, dễ nhớ; có thể đứng độc lập thành 1 tác phẩm riêng biệt hoặc kết hợp cùng các yếu tố khác trong một tác phẩm.

Đồ họa trang trí là việc nhà báo sử dụng các kỹ năng thiết kế đồ họa để tạo khung viền, hình khối, màu sắc nhằm mục đích trang trí cho các bức ảnh tĩnh hoặc các khối văn bản trở nên bắt mắt hơn. Đồ họa trang trí không thể đứng độc lập mà chỉ là một yếu tố hỗ trợ cho các yếu tố khác trong một tác phẩm BMĐT.

Với thế mạnh của loại hình, đồ họa thông tin động có thể thấy ở các dạng: hình vẽ, đồ thị, biểu đồ, bảng, bản đồ, lược đồ biểu diễn thông tin dưới hình thức tương tác; hoặc là sự kết hợp đường nét, hình khối, màu sắc trong đồ họa tạo ra những hình ảnh, không gian 3D, cho phép người dùng tương tác trực tiếp với câu chuyện bằng cách nhấp chuột hoặc chạm vào các phần khác nhau của hình ảnh để tiếp tục câu chuyện. Kể chuyện bằng đồ họa thông tin động phụ thuộc rất lớn vào sự phát triển của KHCN, là một cách hiệu quả để thu hút sự chú ý của khán giả và tạo ra nhiều trải nghiệm mới mẻ đối với độc giả BMĐT.

Thông thường, kể chuyện bằng hình ảnh đồ họa máy tính được sử dụng trong các sản phẩm báo chí dữ liệu, sản phẩm báo chí chuyên sâu. Hình thức này phụ thuộc rất nhiều vào designer (người thiết kế) và coder (người lập trình). Các thiết kế kể chuyện bằng hình ảnh đồ họa thường được tạo ra bằng các công cụ thiết kế đồ họa như Adobe Photoshop, Illustrator hoặc Canva...

*Phương pháp kể chuyện bằng hình vẽ/bảng biểu...* sử dụng các hình vẽ hoặc bảng/biểu tĩnh kèm theo các đoạn văn bản ngắn, các số liệu cụ thể để kể câu chuyện và truyền tải thông tin đến người xem. Thông thường, các hình vẽ hoặc bảng/biểu sẽ được sắp xếp theo một thứ tự nhất định để tạo thành một câu chuyện liên tục được trình bày hoàn chỉnh. Các nhân vật (nếu có) trong câu chuyện được thể hiện bằng các hình vẽ và ký hiệu đặc trưng, và các phần của câu chuyện thường được chia thành các khung hình đơn lẻ để tạo ra sự liên kết giữa các tình tiết trong câu chuyện.

#### **1.4. Nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong quy trình sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử**

##### ***1.4.1. Quy trình sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử***

Từ điển Tiếng Việt định nghĩa: “*Quy trình là trình tự phải tuân theo để tiến hành một công việc nào đó*” [80, tr.785]. Với ý nghĩa này, một TPBC nói chung hay một tác phẩm BMĐT nói riêng, từ khi lên ý tưởng, bắt đầu sản

xuất cho đến khi hoàn thành sản phẩm và sản phẩm đó được công chúng trong xã hội sử dụng, cũng đều phải tuân theo một quy trình gồm các bước nhất định, gọi là “quy trình sáng tạo tác phẩm báo chí”. Từ đó, có thể hiểu “*Quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT*” là các bước tiến hành mà nhà báo cần phải trải qua để có được một tác phẩm BMĐT hoàn chỉnh, đến được với công chúng”.

Trong toàn bộ quy trình ấy, tùy thuộc vào bề dày tri thức và sự chuyên nghiệp trong kỹ năng làm báo, sự năng động của nhà báo, có những bước trong quy trình này được thực hiện đồng thời mà vẫn đem lại kết quả tốt, nhưng cũng có những bước phải thực hiện riêng rẽ mới có kết quả tốt.

Phân tích “Quy trình sản xuất sản phẩm BMĐT”, tác giả Nguyễn Thị Trường Giang cho rằng: công đoạn sáng tạo tác phẩm trong quy trình này gồm 3 khâu cơ bản là Lựa chọn, tìm kiếm đề tài; Thu thập thông tin và Xử lý nguồn tư liệu vừa thu thập được [29, tr.56-57].

Đi sâu nghiên cứu Quy trình sáng tạo tác phẩm báo in, tác giả Nguyễn Thị Hằng Thu và các cộng sự cho rằng: “Quy trình sáng tạo tác phẩm báo in được thực hiện chủ yếu ở ngoài toà soạn... là một vòng tròn khép kín, được thực hiện dưới sự chỉ đạo trực tiếp của Ban biên tập, chịu sự chi phối nghiêm ngặt của Luật Báo chí và các văn bản quy phạm pháp luật khác” [72, tr.73].

“Hoạt động sáng tạo tác phẩm báo chí ở bất cứ loại hình báo chí nào cũng tuân thủ các bước căn bản: (1) Tìm kiếm đề tài; (2) Khai thác và xử lý tư liệu; (3) Xây dựng bố cục cho tác phẩm; (4) Thể hiện tác phẩm báo chí; (5) Biên tập bản thảo theo nhiều cấp độ; (6) Theo dõi quá trình đăng tải và xử lý thông tin phản hồi từ bạn đọc, từ dư luận xã hội” [72, tr.74].

Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu đi trước và có bổ sung những điểm mới, tác giả luận án nhận thấy: Quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT truyền thống về cơ bản cũng trải qua các bước trong quy trình sáng tạo TPBC nói chung, tuy nhiên với dạng tác phẩm BMĐT “dài hơi”, chuyên sâu - quy trình sáng tạo tác phẩm này có những điểm khác biệt thể hiện rõ sự ảnh hưởng của đặc trưng loại hình BMĐT là khả năng tích hợp đa phương tiện, ứng dụng nhiều công nghệ hiện đại trong thực hiện và trình bày tác phẩm. Quy trình đó bao gồm các bước cơ bản sau:

### **Bước 1: Tìm kiếm, phát hiện đề tài**

Đề tài chính là yếu tố nội dung, là đối tượng phản ánh của tác phẩm BMĐT. Đề tài trả lời các câu hỏi: Ai? Cái gì? Ở đâu? Khi nào? Như thế nào? Tại sao?. Đề tài có ở mọi nơi, có thể dễ dàng phát hiện hoặc cũng có thể rất khó thấy, đòi hỏi nhà báo phải có góc nhìn đa dạng, có chiều sâu hiểu biết, có “linh cảm nghề nghiệp” đủ tốt, có sự tinh nhạy, kiên trì đeo bám thực tiễn thì mới tìm ra. Đề tài được khám phá từ nhiều nguồn khác nhau, do Ban biên tập giao cho phóng viên, hoặc do phóng viên tự khám phá đề tài.

### **Bước 2: Khai thác và xử lý dữ liệu cho tác phẩm BMĐT**

Dữ liệu cho tác phẩm BMĐT là tất cả bằng chứng có thể về con người, sự việc, vấn đề... được lưu giữ trong không gian, thời gian và trong từng con người có liên quan trực tiếp hay gián tiếp đến đề tài tác phẩm. Dữ liệu cho các tác phẩm BMĐT chuyên sâu đòi hỏi phải là nguồn dữ liệu sâu về nội dung, đa dạng về chủng loại với dung lượng lớn. Mục đích khai thác dữ liệu cho đề tài cần phải được nhà báo xác định rõ, để tránh sa đà vào những thông tin, hình ảnh không cần thiết, làm loãng chủ đề tác phẩm; hoặc có thể sẽ bị thiếu thông tin, hình ảnh khi thể hiện tác phẩm.

Sau khi khai thác dữ liệu, nhà báo tiến hành xử lý dữ liệu. Mục đích của xử lý dữ liệu là làm cho khối lượng dữ liệu khổng lồ, đa dạng và lộn xộn trở thành hệ thống, rõ ràng, logic, phù hợp với ý tưởng bố cục tác phẩm và thông điệp mà nhà báo muốn truyền tải tới công chúng [72, tr.79].

### **Bước 3: Tạo khung tác phẩm và lên phương án sử dụng các công nghệ - kỹ thuật để thể hiện tác phẩm**

Công đoạn này là quá trình làm việc nhóm chuyên sâu của ekip thực hiện tác phẩm, phụ thuộc vào điều kiện thực tế của mỗi CQBC. Tuy nhiên có thể khái quát thành 3 cách thức tạo khung tác phẩm và lên phương án sử dụng các công nghệ - kỹ thuật để thể hiện tác phẩm như sau:

*Thứ nhất*, các khối văn bản, hình ảnh do chính NB/PV kết hợp cùng họa sỹ thiết kế trình bày thực hiện được đưa vào hệ thống lưu trữ dựa trên những template được tích hợp sẵn trong phần mềm CMS của toà soạn để tiến hành biên tập ở nhiều cấp độ khác nhau [PVS5].

*Thứ hai*, đóng gói nội dung dữ liệu và tạo khung tác phẩm trên một nền tảng của bên thứ ba cung cấp (VD như Shorthand).

*Thứ ba*, hoàn toàn do ekip tự thực hiện bằng cách sử dụng các ngôn ngữ lập trình. Thiết kế ý tưởng trình bày tác phẩm phải dựa trên những nguyên lý về thiết kế hình ảnh hấp dẫn thị giác, đồng thời phù hợp với thị hiếu của công chúng. Với cách làm này, những NB/PV có thể điều chỉnh từng yếu tố/chi tiết dù là nhỏ nhất trong bài. Nhờ đó, mỗi câu chuyện được kể đều mang tính riêng có, đem đến những trải nghiệm mới lạ cho độc giả, thể hiện sự sáng tạo không giới hạn của đội ngũ những người thực hiện...

#### **Bước 4: Biên tập tác phẩm theo nhiều cấp độ**

NB/PV trước hết cần phải tự biên tập tác phẩm của mình từ nội dung đến hình thức như: ngữ pháp, chính tả, từ ngữ, khung hình, bố cục, màu sắc hoặc điều chỉnh dung lượng dài - ngắn, thêm bớt chi tiết, tình tiết hoặc kiểm tra lại số liệu, tên nhân vật, chú thích... nếu có bất cứ nghi ngờ cần ngay lập tức xác minh lại qua điện thoại, từ điển, sách báo, qua chuyên gia... Khi thấy đã có đủ chất lượng để đăng tải thì mới đẩy lên hệ thống biên tập cấp trưởng phòng - ban phụ trách trực tiếp biên tập tiếp. Tránh tình trạng trưởng phòng - ban bị “quá tải” vì biên tập những lỗi đơn giản nhất như lỗi chính tả, văn phong.

#### **Bước 5: Theo dõi quá trình đăng tải và xử lý thông tin phản hồi từ bạn đọc, từ dư luận xã hội**

Với đặc trưng của loại hình BMĐT, tác phẩm sau khi đã đăng tải hoàn toàn có thể bổ sung, hoặc thay thế những hình ảnh hay hơn, tốt hơn (nếu NB/PV thấy cần thiết) để có một tác phẩm BMĐT hoàn thiện nhất về nội dung, hấp dẫn nhất về mặt hình ảnh trên cơ sở theo dõi phản hồi của độc giả. Phản hồi của độc giả có thể khen - chê, ủng hộ - phản đối. Việc xử lý những thông tin phản hồi của độc giả có thể do PV/NB trực tiếp thực hiện dưới sự chỉ đạo của Ban biên tập, có thể do Ban biên tập thực hiện. Công việc này có thể diễn ra trong thời gian ngắn, những cũng có thể diễn ra trong thời gian dài, có thể phải nhờ tới sự can thiệp của luật pháp hoặc các cơ quan chức năng.

Tóm lại, quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT là tương đối chặt chẽ và khép kín. Trong suốt quá trình này, việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng

hình ảnh cần đảm bảo một số những nguyên tắc cơ bản để có thể tạo ra tác phẩm BMĐT chất lượng, để lại nhiều ấn tượng và cảm xúc trong lòng công chúng.

***1.4.2. Nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung và hình thức tác phẩm báo mạng điện tử***

Phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh có thể được xem là phương pháp sáng tạo độc đáo, cho ra đời những TPBC chất lượng, tạo điểm nhấn, song cũng chỉ là một trong rất nhiều phương pháp sáng tạo TPBC. Trước khi xem xét và làm rõ các nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung và hình thức tác phẩm BMĐT, tác giả luận án nhận thức rõ nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh luôn phải bám sát nguyên tắc hoạt động của báo chí nói chung như: tính chính trị - tư tưởng, tính chân thực, khách quan, đại chúng, thời sự... Trong đó, *tính chính trị - tư tưởng* là nguyên tắc quan trọng đầu tiên của báo chí cách mạng Việt Nam, điều này ảnh hưởng đến ý nghĩa bao trùm của sứ mệnh và công việc của người làm báo. Tư duy và góc nhìn chính trị, tư tưởng chính là điểm xuất phát để nhà báo thiết kế mạch câu chuyện, lựa chọn các hình ảnh phù hợp với nội dung của tác phẩm và đồng thời không sai lệch về định hướng chính trị, giá trị tư tưởng, văn hoá mà nền báo chí Việt Nam theo đuổi. Đứng trên lập trường quan điểm đó, tác giả luận án làm rõ các nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT như sau:

***1.4.2.1. Nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung***

Theo nghiên cứu mới nhất của tổ chức Skyword (Tổ chức nghiên cứu về BC-TT, có trụ sở đặt tại thành phố Boston, Mỹ), số lượng ảnh được chụp trong 12 tháng qua chiếm tới 10% toàn bộ bức ảnh của nhân loại. Cũng từ những khảo sát được công bố của tổ chức này, các con số: tăng 94% lượt view đối với bài viết có ảnh; tăng 54% lượng like trên facebook với những status kèm ảnh; mức độ tác động tới não bộ của ảnh nhanh hơn 60.000 lần so với chữ viết [158] ... là những con số thuyết phục để khẳng định nhu cầu hình ảnh của nhân loại tăng rất mạnh trong những năm qua, nhất là khi công nghệ phát triển với sự nở rộ của điện thoại thông minh.

Công chúng báo chí hiện đại không chỉ có nhu cầu xem ảnh, đọc tin tức đơn lẻ, mà họ còn muốn biết câu chuyện sau hình ảnh và đoạn text đó đề đi đến “phán quyết” cuối cùng trang báo nào đáng đọc, thông tin nào đáng được quan tâm. Do đó, sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung TPBC cần đáp ứng được nhu cầu và thị hiếu của độc giả. Độc giả thích các câu chuyện chân thực, sống động và họ đặc biệt thích các câu chuyện được kể bằng những hình ảnh bắt mắt, đầy ắp ý nghĩa và nội dung thông tin [PVS9]. Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh giúp củng cố thông điệp của NB/PV đồng thời làm cho thông điệp trở nên thú vị và dễ liên tưởng hơn.

Khi NB/PV biết kết hợp nội dung hấp dẫn, lối viết cuốn hút và cách kể chuyện bằng hình ảnh hợp lý, sinh động... sẽ tạo ra các câu chuyện đa phương tiện chân thực, sống động, có tính tương tác cao, có khả năng đưa độc giả đắm chìm vào các sự kiện và tình huống trong thế giới thực, kích thích họ cả về trí tuệ và cảm xúc khi tiếp nhận thông tin [PVS17]. Để làm được điều này, ngoài yêu cầu phải đảm bảo các nguyên tắc của thông tin báo chí nói chung, NB/PV cần quan tâm đến một số nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung tác phẩm BMĐT cơ bản sau đây:

*Một là, các thành tố của hình ảnh được sử dụng có đề tài/chủ đề đa dạng, kết nối với văn bản, tạo ra một tác phẩm BMĐT hoàn chỉnh. Trong lĩnh vực báo chí, đề tài là đối tượng phản ánh của TPBC, là con người và sự việc có thật trong cuộc sống hiện thực khách quan mà xã hội quan tâm, được nhà báo nhận thức, lựa chọn để phản ánh trong tác phẩm [76, tr.34]. Các thành tố của hình ảnh được sử dụng trong tác phẩm ngoài việc phản ánh đề tài/chủ đề đa dạng, cần được khai thác trong mối quan hệ kết nối với văn bản (tít, sapo, nội dung các phần của tác phẩm...) mang ý nghĩa bổ sung cho nhau nhằm tạo ra một thông điệp rõ ràng.*

Việc kết hợp hình ảnh và text cần dựa trên nguyên tắc “để hình ảnh tự nói lên thông điệp”, lược bớt văn bản (text) và các yếu tố không cần thiết. Đây là yếu tố quan trọng nhất của phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh.

NB/PV cần lược bớt văn bản, loại bỏ những yếu tố không cần thiết và để những hình ảnh tự nói lên tất cả. Hình ảnh có giá trị bằng ngàn lời nói, vì vậy hãy để hình ảnh “kể” cho công chúng “nghe” nhiều nhất có thể [158].

*Hai là*, cần sử dụng hình ảnh có các chất liệu gắn với đề tài của tác phẩm và phản ánh đúng bản chất hiện thực. Chất liệu đó có thể là một chuỗi các sự kiện/ sự việc/ hành động/ tình tiết... được tái hiện một cách đầy đủ, có chiều sâu để biểu đạt thông tin.

Hiện thực được xem là đối tượng phản ánh trong quá trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là bởi vì, hình ảnh được xây dựng dựa trên các sự kiện/ sự việc/ hành động/ tình tiết... thực tế trong cuộc sống. Báo chí là một hoạt động đặc thù, và phản ánh đúng bản chất hiện thực là yêu cầu bắt buộc đối với người làm báo [15]. Đối với tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh, tác giả của bài báo có thể sử dụng nhiều kỹ thuật, ứng dụng nhiều hiệu ứng công nghệ để sáng tạo và trình bày hình ảnh nhằm tăng tính hấp dẫn cho bài báo, nhưng tuyệt đối không làm sai lệch bản chất của sự kiện, sự vật, hiện tượng đã xảy ra trong thực tiễn đời sống.

Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh cần tuân thủ các nguyên tắc về đạo đức nghề nghiệp trong đó đáng chú ý là quy định về tôn trọng bản quyền, bảo vệ nguồn tin... Điều này không chỉ có ý nghĩa đối với cá nhân NB/PV mà còn đặc biệt quan trọng trong việc hình thành uy tín của toà soạn BMĐT trong bối cảnh AI ngày càng trở nên phổ biến và có nhiều ảnh hưởng sâu rộng tới đời sống xã hội.

Hình ảnh ngoài việc tái hiện các sự kiện/ sự việc/ hành động/ tình tiết... theo đúng bản chất sự việc, còn tạo ra chiều sâu thông tin và hình thành cảm xúc của độc giả. Đây là ưu thế của phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh so với các phương pháp thông tin khác trên báo chí. Trước hết, sử dụng phép ẩn dụ trực quan để tạo chiều sâu ý nghĩa cho hình ảnh. Kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung nói chung và sáng tạo tác phẩm BMĐT nói riêng cần được thực hiện với việc chất lọc kỹ càng từng hình ảnh, để tận dụng tối đa thế mạnh của từng dấu hiệu hình ảnh (VD: ảnh tĩnh là khoảnh khắc điển hình; video với lợi thế sống động, chân thực; bảng/ biểu có ý nghĩa diễn giải, minh



chúng; đồ hoạ với lợi thế trực quan, dễ hiểu...) trong việc truyền tải câu chuyện hấp dẫn. NB/PV cần sử dụng phép ẩn dụ trực quan để tạo ra những hình ảnh với các tầng lớp ý nghĩa có khả năng truyền tải ngữ cảnh/bối cảnh câu chuyện và tạo ra những liên tưởng cho công chúng. Ví dụ, hình ảnh một chiếc đồng hồ đại diện cho thời gian trôi qua, trong khi những đám mây đen thể hiện rằng thời gian bão tố, khó khăn đang ở phía trước...Hay việc khéo léo sử dụng lợi thế của ánh sáng trong tác nghiệp hình ảnh cũng tạo ra nhiều ý nghĩa. Ví dụ, hình ảnh đen trắng mang ý nghĩa bí ẩn và nguy hiểm, hình ảnh màu sắc tươi sáng mang lại cảm giác an toàn. Khi muốn phản ánh xung đột hoặc đối kháng, bóng đổ hoặc màu tối là những kỹ thuật nên được nhà báo/PV sử dụng. *Thứ hai*, mỗi tác phẩm BMĐT sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh đều cần có một hình ảnh “mạnh mẽ nhất” kết hợp với nội dung quan trọng để tác động tới cảm xúc của công chúng. Mặc dù ấn tượng đầu tiên là điều cần thiết, nhưng hình ảnh “mạnh mẽ nhất” phản ánh đầy đủ cao trào của câu chuyện sẽ tạo nên hoặc phá vỡ một câu chuyện được hình dung. Khi cao trào được truyền tải một cách mạnh mẽ và đầy đủ thông qua thị giác của công chúng, ngoài việc để lại ấn tượng sâu đậm nhiều khả năng nó sẽ làm thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi của công chúng theo đúng yêu cầu, mục tiêu mà nội dung bài báo mong muốn đạt được.

#### *1.4.2.2. Nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố hình thức*

Các yếu tố hình thức (như bố cục, ngôn ngữ, thể loại...) của tác phẩm BMĐT có vai trò quan trọng trong việc làm rõ chủ đề tác phẩm. Những ưu thế của loại hình BMĐT, cộng hưởng với sự phát triển như vũ bão của kỹ thuật và công nghệ làm báo hiện đại đã trở thành tiền đề cho nhà báo thỏa sức sáng tạo nhằm tạo ra ngày càng nhiều các tác phẩm BMĐT mới mẻ, độc đáo về hình thức thể hiện. Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố hình thức của tác phẩm BMĐT, ngoài việc làm rõ nội dung chính của tác phẩm, còn góp phần quan trọng trong việc định hình các dạng thức tác phẩm mới có khả năng hấp dẫn công chúng.

Một số nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố hình thức tác phẩm BMĐT có thể kể tới như:

*Một là*, sử dụng ngôi kể phù hợp nhằm làm nổi bật câu chuyện hình ảnh. Như đã phân tích ở mục 1.2.1, lý thuyết kể chuyện là một lĩnh vực nghiên cứu phức tạp, đa dạng, có một lịch sử hình và phát triển lâu dài. Dù có một số học giả công bố các nghiên cứu liên quan đến kể chuyện và kể chuyện trong TTHA ở nhiều công trình khác nhau, nhưng tương đối đồng nhất khi tập trung vào cấu trúc và các thành phần của câu chuyện gồm: nhân vật, địa điểm/bối cảnh, cốt truyện và ngôi kể. Ngôi kể xác định mối quan hệ giữa người kể chuyện và câu chuyện. Theo đó, có các dạng ngôi kể thường được sử dụng để kể chuyện là ngôi thứ nhất, ngôi thứ hai và ngôi thứ ba.

Nếu ngôi kể thứ nhất cho phép người kể chuyện có thể trực tiếp nói ra những điều mình thấy, nghe, trải qua một cách chủ quan; ngôi thứ hai cho phép người kể chuyện kể câu chuyện từ quan điểm “của bạn”; thì ngôi kể thứ 3 giúp cho người kể chuyện kể linh hoạt, tự do, mang tính khách quan có thể đánh giá từng nhân vật nhưng hạn chế trong việc trực tiếp nói về suy nghĩ, tình cảm của người kể chuyện [143, tr.265]. Với tính chất đặc trưng của TPBC là phản ánh hiện thực khách quan, sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT cần khai thác ưu thế của dạng ngôi kể thứ 3 (kể từ góc nhìn của người đang quan sát mọi hoạt động diễn ra) để tăng cường tính xác thực của thông tin. Để kể một câu chuyện có thật một cách khách quan, hấp dẫn phụ thuộc rất nhiều vào sự sáng tạo trong góc nhìn của NB/PV trước sự kiện/vấn đề/nhân vật.

*Hai là*, kể chuyện bằng hình ảnh theo đa dạng các cách thức tiến hành nhằm tác động tới thị giác cảm tính và thị giác lý tính của độc giả. Độc giả dễ bị thu hút bởi các câu chuyện ảnh có bố cục hợp lý, có khả năng tái hiện hành động. Những hình ảnh này có thể tạo ấn tượng hoặc lập tức gây nhầm chán cho độc giả, dẫn tới việc họ có tiếp tục theo dõi bài báo này hay không. Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT cần phải đáp ứng được mục tiêu dẫn dắt độc giả đến hành động đọc hoặc xem các hình ảnh tiếp theo cho tới khi câu chuyện kết thúc. Kỹ thuật này gọi là *tạo đường dẫn* cho quá trình tiếp nhận của độc giả, đáp ứng được nguyên tắc “tạo hấp dẫn cho hành vi xem, chuyển nhanh một cách có hiệu quả sang hành vi đọc bằng các thông tin phù hợp với nhu cầu và thị hiếu công chúng” [34, tr.45].

*Ba là*, kể toàn bộ câu chuyện theo đa dạng cách thức kết cấu. Nghĩa là câu chuyện hình ảnh cần đầy đủ các phần mở, thân, kết. Tất cả các dạng nội dung mang tính truyền tải thông tin thông thường về sự kiện theo nguyên tắc 5W 1H truyền thống không đủ để giữ chân công chúng BMĐT. Tác phẩm BMĐT sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh cần đem đến cho công chúng một *câu chuyện hoàn chỉnh, có bối cảnh, diễn biến, cao trào và kết thúc* [143] được kết cấu theo các phần hoặc các lớp thông tin cụ thể.

*Bốn là*, các hiệu ứng kỹ thuật cần chú trọng tính chuyển động của hình ảnh. Bộ não của con người luôn được điều chỉnh để chuyển động. Chuyển động biểu thị sự thay đổi, và bộ não luôn đánh giá sự thay đổi đó là tốt hay xấu. Mặc dù video truyền thống cũng được xem là hình ảnh động, nhưng cùng với sự ra đời của loại hình BMĐT, sự phát triển của công nghệ truyền thông, NB/PV sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT hoàn toàn có thể làm mới câu chuyện hình ảnh của mình bằng các hiệu ứng ảnh động trong nhiếp ảnh, ảnh GIF, 3D... nhằm đem đến những trải nghiệm vừa đảm bảo tính chân thực nhưng cũng đầy rẫy sự mới mẻ, hấp dẫn đối với độc giả của mình.

*1.4.2.3. Các điều kiện thúc đẩy việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong quy trình sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử*

*Thứ nhất*, quan điểm, nhận thức của lãnh đạo cơ quan báo chí (như: đặt mục tiêu xây dựng mô hình toà soạn số, sản xuất các sản phẩm báo chí số phục vụ lớp công chúng mới; sẵn sàng đổi mới phương thức làm báo hiện đại; chấp nhận đầu tư cơ sở vật chất/kỹ thuật; chế độ nhuận bút cao...) là điều kiện tiên quyết thúc đẩy việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong quy trình sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử ở bất kỳ một toà soạn báo nào. Đây là một trong những yếu tố khách quan ảnh hưởng trực tiếp tới việc hình thành động lực giúp phóng viên, nhà báo đầu tư thời gian, trí tuệ, quyết định sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh để tạo ra các tác phẩm BMĐT chất lượng cao về cả nội dung và hình thức.

*Thứ hai*, điều kiện về năng lực chuyên môn của đội ngũ những người làm báo. Năng lực, trình độ, tư duy hình ảnh của nhà báo là *điều kiện cốt lõi* quyết định việc có thể sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo

nội dung tác phẩm BMĐT hay không. Trong thời đại công nghệ 4.0, mỗi nhà báo khi tham gia vào quá trình tác nghiệp đều phải là những nhà báo đa kỹ năng. Tức là không chỉ viết, chụp, quay phim mà thậm chí còn biết “chăm sóc” độc giả của mình bằng những câu chuyện có thật, sinh động và hấp dẫn [28].

Nếu năng lực, trình độ... là điều kiện để tạo ra những từng cá nhân xuất sắc, thì “sự phối hợp ăn ý” của từng cá nhân trong ekip thực hiện tác phẩm là điều kiện thúc đẩy việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh diễn ra trọn vẹn. “Sự phối hợp ăn ý” có thể được hiểu là sự đồng nhất về thế giới quan, lập trường tư tưởng, cảm xúc/rung động trước sự vật/hiện tượng, ý thức về trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp. Tác phẩm BMĐT sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là sản phẩm tập thể, trong đó NB/PV ảnh là những người đóng vai trò thu thập thông tin, lên ý tưởng, tìm ra và phát triển câu chuyện; họa sĩ thiết kế trình bày/nhân viên lập trình... là những nhân tố giúp NB/PV hiện thực hoá ý tưởng kể chuyện của mình một cách hiệu quả nhất, đảm bảo tính thẩm mỹ cho câu chuyện [PVS13].

*Thứ ba*, điều kiện về cơ sở vật chất - kỹ thuật. Ngoài những đòi hỏi về chuyên sâu về chuyên môn nghiệp vụ đối với ekip thực hiện, kinh phí đầu tư thực hiện các dự án báo chí sáng tạo, báo chí chất lượng cao cũng là những yếu tố quan trọng thúc đẩy việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT.

Để câu chuyện hình ảnh được kể hấp dẫn nhất, thu hút công chúng bằng những trải nghiệm “đắm chìm” thì không thể không kể tới các điều kiện về nền tảng công nghệ số của mỗi toà soạn. Đây là yếu tố đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra những tác phẩm BMĐT sáng tạo. Các công nghệ mới như AR/VR, 360 độ, video trực tiếp... sẽ giúp tạo ra những tác phẩm độc đáo, thu hút sự chú ý của khán giả bằng việc họ được trải nghiệm cảm giác “đắm chìm” trong sự kiện cùng với nhân vật.

### **1.5. Tiêu chí đánh giá việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử**

#### **\* Cơ sở xây dựng tiêu chí:**

Từ điển Tiếng Việt định nghĩa: Tiêu chí (danh từ) là tính chất, dấu hiệu làm căn cứ để nhận biết, xếp loại một sự vật, một khái niệm [80, tr.956]. Như

vậy, tiêu chí để đánh giá một sự việc/vấn đề là những căn cứ được đưa ra để làm thang đo, đánh giá đúng bản chất của sự việc/vấn đề đó. Xây dựng tiêu chí cần dựa trên những yếu tố có thể lượng hoá được, lấy đó làm căn cứ đánh giá sự việc/vấn đề. Tiêu chí nghiên cứu *Thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT* chính là những căn cứ để nhận biết, đánh giá mức độ sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT như thế nào trong thực tiễn, đã đạt được những kết quả gì và còn những hạn chế nào cần phải khắc phục. Chính vì vậy, để xác định tiêu chí nghiên cứu *Thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT*, luận án phải dựa trên cơ sở lý luận và thực tiễn sau đây:

- **Cơ sở lý luận:** Xây dựng tiêu chí đánh giá việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT cần phải dựa trên: (i) Cơ sở lý luận của Chủ nghĩa Mác - Lê nin, Tư tưởng Hồ Chí Minh về vai trò của BMĐT trong xã hội thông tin; (ii) Cơ sở lý luận báo chí về chức năng, nhiệm vụ của BMĐT, quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT; (iii) Cơ sở lý luận về TTHA, lý thuyết kể chuyện, lý thuyết đóng khung trong truyền tải thông điệp tới công chúng tiếp nhận.

- **Cơ sở thực tiễn:** Từ việc xác định cơ sở lý luận, việc xây dựng tiêu chí đánh giá việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT còn phải dựa trên cơ sở thực tiễn: (i) Dựa trên tình hình thực tế tác phẩm BMĐT ứng dụng những phương pháp mới trong sáng tạo tác phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu của lớp công chúng số; (ii) Dựa vào môi trường BMĐT đang hoạt động, như: chính trị, kinh tế, xã hội, truyền thống văn hoá dân tộc...; sự phát triển của khoa học kỹ thuật và các công nghệ làm báo hiện đại; (iii) Dựa vào năng lực, tư duy hình ảnh, tư duy sáng tạo và các kỹ năng nghề nghiệp của nhà báo trong thời đại số; (iv) Dựa vào quy trình sáng tạo tác phẩm ở các toà soạn BMĐT.

**\* Tiêu chí đánh giá thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong triển khai quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT:**

- **Tiêu chí 1:** Sử dụng phương thức kể lại một chuỗi các sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết... một cách đầy đủ, có chiều sâu để biểu đạt thông

tin. Biểu hiện ở một số khía cạnh như: chủ đề, đề tài, mục đích sử dụng hình ảnh mà nhà báo lựa chọn trong các tác phẩm diện khảo sát. Tất cả các khía cạnh này được tác giả luận án đặt trong sự chi phối của năng lực, tư duy hình ảnh và tư duy sáng tạo của nhà báo để nghiên cứu.

Thực tế ứng dụng các phương pháp sáng tạo tác phẩm BMĐT, không phải đơn vị tác phẩm BMĐT nào cũng có thể sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh, đó phải là những tác phẩm dài hơi, chủ đề lớn, được nhiều người quan tâm; có cốt truyện (diễn biến), có nhân vật, có tình huống, có các lớp của câu chuyện.

- **Tiêu chí 2:** Các thành tố của hình ảnh được sử dụng đa dạng, kết nối với văn bản tạo ra thông điệp rõ ràng. Hay nói cách khác, sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là sự kết hợp đa dạng, nhuần nhuyễn các thành tố như: ảnh động, video, đồ họa máy tính, ảnh tĩnh và hình vẽ minh họa/bảng biểu mang định dạng số... cùng với văn bản để tạo ra tác phẩm BMĐT hoàn chỉnh, mang thông điệp rõ ràng.

- **Tiêu chí 3:** Tuân thủ một số nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT nhằm tạo ra 1 tác phẩm BMĐT độc đáo về nội dung, mới mẻ về hình thức. Thực tế, tùy vào từng vấn đề/chủ đề cụ thể, mà nhà báo sẽ ưu tiên đảm bảo một hoặc nhiều nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong 1 tác phẩm BMĐT.

- **Tiêu chí 4:** Xây dựng kết cấu câu chuyện theo chiều dọc (kết cấu thành các lớp, độc giả cần click để đến những lớp thông tin trong cùng) hoặc chiều ngang (kết cấu thành các phần, độc giả dùng thao tác cuộn chuột để theo dõi diễn biến từng phần).

- **Tiêu chí 5:** Khai thác ưu thế từ góc nhìn của người đang quan sát toàn bộ hoạt động diễn ra để kể chuyện. Theo lý thuyết kể chuyện: có các dạng ngôi kể thường được sử dụng để kể chuyện là ngôi thứ nhất, ngôi thứ hai và ngôi thứ ba. Nếu ngôi kể thứ nhất cho phép người kể chuyện có thể trực tiếp nói ra những điều mình thấy, nghe, trải qua một cách chủ quan; ngôi thứ hai cho phép người kể chuyện kể câu chuyện từ quan điểm “của bạn”; thì ngôi kể thứ 3 giúp cho người kể chuyện kể linh hoạt, tự do, mang tính khách quan có

thể đánh giá từng nhân vật nhưng hạn chế trong việc trực tiếp nói về suy nghĩ, tình cảm của người kể chuyện [143, tr.265]. Với tính chất đặc trưng của TPBC là phản ánh hiện thực khách quan, sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT cần khai thác ưu thế của dạng ngôi kể thứ 3 (kể từ góc nhìn của người đang quan sát toàn bộ hoạt động diễn ra) để tăng cường tính xác thực của thông tin. Để kể một câu chuyện có thật một cách khách quan, hấp dẫn phụ thuộc rất nhiều vào sự sáng tạo trong góc nhìn của NB/PV trước sự kiện/vấn đề/nhân vật.

- **Tiêu chí 6:** Kể chuyện bằng hình ảnh theo cách thức tiến hành (kể chuyện tuyến tính, phi tuyến tính hoặc kết hợp) để trình bày diễn biến sự kiện/vấn đề/nhân vật.

- **Tiêu chí 7:** Các cách thức nhà báo sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong triển khai quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT. Biểu hiện ở 3 khía cạnh chính là: (i) Cách thức lựa chọn, phát hiện đề tài; (ii) Cách thức khai thác, xử lý các dữ liệu hình ảnh trong tác phẩm BMĐT; (iii) Cách thức tạo khung và sử dụng các hiệu ứng kỹ thuật để kể chuyện bằng hình ảnh trong tác phẩm BMĐT.

### **Tiểu kết chương 1**

Toàn bộ nội dung chương 1 tập trung nghiên cứu cơ sở lý luận và thực tiễn về vấn đề sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (visual storytelling) trong sáng tạo tác phẩm BMĐT - tiền đề quan trọng nhất để triển khai vấn đề nghiên cứu. Trên cơ sở nghiên cứu và kế thừa các nguồn tài liệu khác nhau, với sự nhận thức của riêng mình, tác giả luận án bước đầu xây dựng được cơ sở lý luận một cách có hệ thống về vấn đề sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (visual storytelling) trong sáng tạo tác phẩm BMĐT:

*Thứ nhất*, tác giả luận án đưa ra 3 nhóm khái niệm theo góc nhìn riêng như: (i) Hình ảnh và kể chuyện bằng hình ảnh; (ii) Tác phẩm báo mạng điện tử và hình ảnh trong tác phẩm báo mạng điện tử; (iii) Sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử và sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử. Từ những khái niệm này, tác giả đã trình bày một số khác biệt giữa kể chuyện trong văn học và kể chuyện trong báo chí;

giữa kể chuyện bằng hình ảnh và kể chuyện bằng văn bản; giữa hình ảnh trong tác phẩm BMĐT, tác phẩm truyền hình, tác phẩm báo in để tìm ra nội hàm ý nghĩa của các khái niệm.

*Thứ hai*, khi nghiên cứu vấn đề sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT, ngoài bộ khung quan trọng nhất là lý thuyết về đặc điểm, vai trò và chức năng của báo chí nói chung và BMĐT nói riêng; tác giả đã khái quát một cách cơ bản các lý thuyết tiếp cận vấn đề nghiên cứu đó là *Lý thuyết kể chuyện*, *Các lý thuyết về TTHA* và *Lý thuyết đóng khung*.

*Thứ ba*, tác giả luận án đưa ra 4 đặc điểm cơ bản của phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT gồm: (i) Có thể sử dụng hình ảnh là yếu tố duy nhất hoặc là yếu tố quan trọng (kết hợp cùng văn bản và các yếu tố khác) để kể chuyện. (ii) Kể lại một chuỗi các sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết... một cách đầy đủ, có chiều sâu để biểu đạt thông tin. (iii) Sử dụng các phần mềm đồ họa, thiết kế hình ảnh để sáng tạo các yếu tố hình thức tác phẩm nhưng không làm thay đổi bản chất câu chuyện. (iv) Phản ánh tư duy sáng tạo của nhà báo trong việc truyền tải thông điệp tới công chúng.

*Thứ tư*, sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT có thể được nghiên cứu ở hai góc độ là: Sử dụng toàn bộ hình ảnh để kể chuyện (trong các tác phẩm BMĐT ở chuyên mục video, infographic...) và Sử dụng hình ảnh là yếu tố quan trọng (kết hợp cùng văn bản và các yếu tố khác) để kể chuyện (điển hình ở các TPBC tích hợp đa phương tiện trong các chuyên mục như E - magazine, Megastory, Spotlight...). Trong khuôn khổ nghiên cứu của mình, tác giả lựa chọn đi sâu nghiên cứu góc độ thứ hai là *Sử dụng hình ảnh là yếu tố quan trọng (kết hợp cùng văn bản và các yếu tố khác) để kể chuyện trong các TPBC dài hơi, chuyên sâu, tích hợp đa phương tiện* (cụ thể ở đây là các TPBC được đăng tải ở các chuyên mục E - magazine, Megastory, Spotlight trên 4 tờ BMĐT thuộc diện khảo sát). Từ góc độ nghiên cứu đó, tác giả luận án khái quát một số 4 vai trò/ ý nghĩa cơ bản của phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT như sau: (i) Làm nổi bật thông tin, thu hút sự chú ý của



độc giả đối với tác phẩm BMĐT. (ii) Giữ vai trò then chốt trong việc truyền tải cảm xúc tới độc giả. (iii) Giúp giải thích các sự kiện phức tạp một cách dễ hiểu, trực quan. (iv) Làm tăng tính tương tác của bài viết.

*Thứ năm*, tác giả đã giới thiệu khái quát các tiêu chí phân loại phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT. Theo đó, có thể phân loại theo cách thức tiến hành và theo thành tố sử dụng.

*Thứ sáu*, trên cơ sở khái quát các tài liệu liên quan, tác giả luận án làm rõ quy trình 5 bước trong sáng tạo tác phẩm BMĐT và bước đầu chỉ ra 6 nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung và hình thức của tác phẩm BMĐT. Từ đó, làm rõ các điều kiện thúc đẩy việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT.

*Thứ bảy*, từ việc xác định các cơ sở lý luận và cơ sở thực tiễn, tác giả luận án xây dựng 7 tiêu chí đánh giá thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT để tiến hành khảo sát, phân tích thực trạng ở chương 2.

**Chương 2**  
**THỰC TRẠNG SỬ DỤNG PHƯƠNG PHÁP KỂ CHUYỆN**  
**BẰNG HÌNH ẢNH TRONG SÁNG TẠO TÁC PHẨM**  
**BÁO MẠNG ĐIỆN TỬ**

**2.1. Tổng quan về các đơn vị khảo sát**

**2.1.1. Báo Nhân dân điện tử (*nhandan.vn*)**

Báo Nhân Dân trực thuộc Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam ra đời ngày 11/3/1951. Hiện có 3 loại hình gồm: In, Điện tử và Truyền hình, xuất bản/phát sóng với 06 ngôn ngữ: Tiếng Việt, tiếng Anh, tiếng Pháp, tiếng Nga, tiếng Tây Ban Nha, tiếng Trung Quốc.

Tính đến năm 2024, báo Nhân dân có tổng số 758 người lao động, trong đó có 487 người đã được cấp thẻ Nhà báo. Hệ thống phóng viên thường trú của Báo có mặt tại 63 tỉnh, thành phố trên cả nước. Các cơ quan thường trực Báo Nhân Dân đặt tại TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Cần Thơ. Ngoài ra, có 06 cơ quan thường trú ở nước ngoài tại Trung Quốc, Pháp, Thái Lan, Lào, Campuchia, Nga.

Báo Nhân dân điện tử phát hành trên mạng Internet ngày 21/6/1998, trở thành nhật báo chính thức đầu tiên của Việt Nam lên mạng ở địa chỉ [www.nhandan.org.vn](http://www.nhandan.org.vn) và hiện phát hành đồng thời cả ở các địa chỉ [nhandan.vn](http://nhandan.vn) và [nhandan.com.vn](http://nhandan.com.vn). Báo Nhân dân điện tử hiện đạt hơn 1 triệu views/ngày [7]. Ban điện tử - Báo Nhân dân chịu trách nhiệm phát hành Báo Nhân dân điện tử.

Về cơ cấu tổ chức, Ban hiện có 85 người ở 6 bộ phận tiếng Việt, Anh, Nga, Pháp, Trung, Tây Ban Nha. Riêng bộ phận tiếng Việt có gần 40 người và là bộ phận duy nhất trực thuộc Ban có cấp phòng. Ba phòng gồm: Phòng Phóng viên Tiếng Việt, Phòng biên tập Tiếng Việt, Phòng Công nghệ. Trong đó, phòng biên tập Tiếng Việt là lực lượng nòng cốt tham gia sản xuất các TPBC đa phương tiện (đăng tải trong chuyên mục E-magazine). Phòng công nghệ với cơ cấu 11 nhân sự ngoài trách nhiệm vận hành hệ thống, còn là lực lượng quan trọng cùng tham gia vào các dự án đa phương tiện.

### **2.1.2. Báo điện tử VietnamPlus (vietnamplus.vn)**

VietnamPlus hay Vietnam+ là báo điện tử chính thức của TTXVN, với chức năng và nhiệm vụ thông tin, tuyên truyền về đường lối, chủ trương, chính sách, pháp luật của Đảng Cộng sản Việt Nam, Nhà nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, về các sự kiện thời sự chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội diễn ra trên đất nước Việt Nam và thế giới theo quan điểm của Đảng và Nhà nước.

Được thành lập ngày 15/9/2008 và chính thức hoạt động vào ngày 13/11/2008, VietnamPlus có sự hỗ trợ của mạng lưới PV rộng khắp với trên 1.300 PV, BTV tại 63 tỉnh, thành phố và 30 phân xã tại nước ngoài trải đều trên năm châu lục của TTXVN. VietnamPlus là báo điện tử nhiều ngôn ngữ nhất của Việt Nam khi đó gồm: tiếng Việt, tiếng Anh, tiếng Pháp, tiếng Tây Ban Nha. VietnamPlus được bổ sung thêm tiếng Trung vào năm 2010 và tiếng Nga vào năm 2020.

Tính riêng năm 2022, VietnamPlus phát gần 62.000 tin bài các thể loại, Trong đó, xuất bản gần 150 bài megastory; gần 2.700 tin ảnh; gần 800 tin video; gần 2.500 tin infographics. Tỷ lệ truy cập đạt gần 1,1 triệu lượt, tăng hơn các năm trước, với 217 quốc gia và vùng lãnh thổ truy cập.

VietnamPlus đi tiên phong trong việc áp dụng các công nghệ truyền thông mới: báo chí di động, báo chí dữ liệu, ảnh/video 360 độ, cùng những sản phẩm báo chí độc đáo. Ứng dụng nhiều công nghệ trong sản xuất tin, bài; Triển khai ứng dụng chatbot tự động tương tác với độc giả tích hợp trên fanpage, độc giả có thể yêu cầu thông tin cần đọc và hệ thống tự động giới thiệu những tin bài phù hợp...

Là nơi tập hợp các sản phẩm báo chí chất lượng cao của Vietnamplus, chuyên mục Vietnam+ Spotlight được hình thành và phát triển gắn với slogan “*sản phẩm báo chí chất lượng cao của Vietnamplus, đơn vị tiên phong, sáng tạo trong hành trình chuyển đổi số*” có địa chỉ tại đường link: <https://mega.vietnamplus.vn/> đăng tải nhiều sản phẩm báo chí được đầu tư công phu và bài bản, từng đoạt các giải thưởng quốc tế về truyền thông sáng tạo.

### **2.1.3. Báo Tuổi trẻ Online (*tuoitre.com.vn*)**

Báo Tuổi trẻ được thành lập chính thức vào năm 1975, trực thuộc Thành đoàn TP. Hồ Chí Minh. Từ khi thành lập đến nay, báo Tuổi Trẻ đã nhanh chóng phát triển thành tờ báo lớn, có uy tín trong cả nước với 12 văn phòng đại diện tại: Hà Nội, Hải Phòng, Nghệ An, Huế, Đà Nẵng, Quy Nhơn, Nha Trang, Đà Lạt, Đắk Lắk và Cần Thơ, Tiền Giang, Đồng Nai.

Hiện nay, Tuổi Trẻ đã phát triển thành một tổ hợp truyền thông đa phương tiện, sản xuất trên cả lĩnh vực báo giấy và báo mạng. Lĩnh vực báo giấy bao gồm: Nhật báo Tuổi Trẻ, Tuổi Trẻ Cuối Tuần (phát hành hàng tuần), Tuổi Trẻ Cười (phát hành 2 lần trong 1 tháng), Tuổi Trẻ Xuân (phát hành 1 lần trong năm, vào đầu dịp Tết).

Hệ sinh thái báo điện tử Tuổi Trẻ bao gồm: Tuổi Trẻ Online, Tuổi Trẻ Cuối Tuần Online, Tuổi Trẻ Cười Online, Tuổi Trẻ TV và Tuổi Trẻ News. Tất cả được hiện diện trên website: [www.tuoitre.vn](http://www.tuoitre.vn).

Báo điện tử Tuổi Trẻ Online ra mắt chính thức ngày 1/12/2003. Chưa đầy hai năm sau, TTO đã vươn lên vị trí thứ ba về số lượt truy cập trong bảng xếp hạng tất cả các website tiếng Việt trên thế giới.

Báo TTO bắt đầu sản xuất Megastory vào năm 2015 với tác phẩm đầu tiên mang tên “Đồng bằng sông Cửu Long và hạn mặn trăm năm”. Trong quá trình sản xuất và sáng tạo, TTO đã học hỏi và đúc kết kinh nghiệm từ các tác phẩm của The New York Times, The Guardian và Telegraph để tạo ra những sản phẩm có dấu ấn riêng cũng như nội dung đặc sắc nhất để gửi đến bạn đọc. Các đề tài Megastory mà TTO khai thác rất đa dạng, trải dài từ đời sống, xã hội, kinh tế, chính trị, tiêu dùng...

Chuyên mục Megastory “được báo Tuổi trẻ Online xây dựng và phát triển với mục đích kết hợp các xu hướng báo chí truyền thống và hiện đại trong bối cảnh công nghệ số có nhiều bước tiến vượt bậc” [PVS9].

Năm 2023, dự án Trung tâm phức hợp Tuổi Trẻ được thực hiện theo đúng kế hoạch đề ra, đảm bảo tiến độ, hiệu quả đầu tư, góp phần vào việc hoàn thành nhiệm vụ chính trị, đem lại nguồn thu và sự phát triển của Báo. Thành lập mới Trung tâm

Phát triển nội dung số, tạo cột mốc phát triển của tòa soạn trong giai đoạn chuyển đổi số [7, tr.194]. Theo hệ thống đo đếm quốc tế Similarweb, tháng 12/2023, TTO lọt top 5 tờ BMĐT có lượng truy cập lớn nhất Việt Nam [Phụ lục 7, Hình 2].

#### **2.1.4. Báo điện tử Vnexpress (vnexpress.net)**

Vnexpress (VNE) ra đời ngày 26/02/2001 do nhà báo Thang Đức Thắng và ông Trương Đình Anh (Giám đốc Trung tâm Internet FPT) sáng lập. Ý tưởng thành lập tờ Tin nhanh Việt Nam (<http://VNE.net>) được hai ông đưa ra vào hồi đầu năm 2000. Chỉ sau khi ra đời hơn một năm, ngày 25/11/2002, trang tin điện tử VNE chính thức trở thành tờ BMĐT độc lập đầu tiên tại Việt Nam. Hơn 20 năm qua, VNE được vận hành theo 3 khối: *Nội dung*, *Kinh doanh* và *Công nghệ*.

Hệ thống xuất bản của VNE được đánh giá có công nghệ tiên tiến, bảo mật và tùy biến, phục vụ việc đưa thông tin đồ sộ về dung lượng, đa dạng về loại hình, liên tục được cải biến. VNE sử dụng hơn 200 máy chủ trên 6 cụm dữ liệu của CDNs, đáp ứng được cùng lúc 230.000 CCU.

Để đáp ứng sự tăng trưởng về nội dung, nâng cao trải nghiệm của độc giả, đội ngũ VNE không ngừng nghiên cứu và triển khai nhiều công nghệ mới đáp ứng nhu cầu thể hiện nội dung bằng nhiều hình thức khác nhau như bài eMagazine, livestream trực tuyến... mang đến bức tranh toàn cảnh và trải nghiệm trực quan cho độc giả.

Theo thống kê của SimilarWeb vào tháng 10/2022, VNE đạt 181,4 triệu visits (phiên truy cập), đứng vị trí số 1 trong lĩnh vực báo chí tại Việt Nam, cao gấp 1,6 lần so với đơn vị đứng thứ hai và nằm trong top 40 các website về báo chí được truy cập nhiều nhất toàn cầu. Hệ thống dữ liệu VnExpress Analytics ghi nhận lượng độc giả tăng 7%, hiện diện thường xuyên ở 173 quốc gia và vùng lãnh thổ (xem thêm hình 2.1).

Đến tháng 12/2023, VNE duy trì vị thế báo điện tử số 1 Việt Nam với lượng độc giả thường xuyên đạt trung bình 44 triệu users/tháng, truy cập gần 6 tỷ lượt. Nội dung báo chí chất lượng cao được đẩy mạnh với các tác phẩm độc quyền, sử dụng dữ liệu, ứng dụng công nghệ làm báo hiện đại, có sức ảnh hưởng và giá trị thiết thực với cộng đồng như: Khủng hoảng đăng kiểm;

Lương hưu chệch “đường ray”; “Khát” cao tốc; 6.000 năm bồi lở của hạ nguồn Mekong; Hồ đen dữ liệu cá nhân... [7, tr.193].

Cũng trong năm 2023, độc giả đã chia sẻ tới *VnExpress* hơn 5 triệu bình luận, ý kiến, tạo nên không gian tương tác cởi mở, hữu ích cho cộng đồng và là nguồn tham khảo quan trọng với những người làm chính sách.

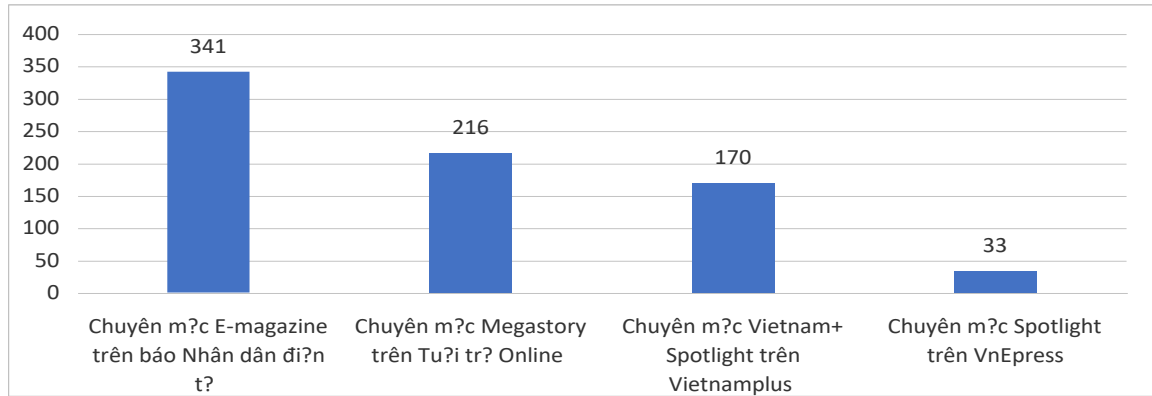
Thống kê của Google Analytics, trung bình, mỗi ngày, tờ báo này cập nhật khoảng 170 đầu mục tin bài trong đó, 95% tin, bài trên trang đều do phóng viên, biên tập viên của báo tự sản xuất. Trong số 17 trang nội dung chuyên đề, các trang Thời sự, Kinh doanh, Thế giới, Giải trí, Thể thao, Pháp luật, Giáo dục luôn được nhiều người quan tâm nhất. Mới đây, trang Góc nhìn là nơi thể hiện các ý kiến sắc sảo của độc giả và các nhà báo tên tuổi về các vấn đề thời sự của VNE cũng nhận được sự quan tâm của rất nhiều người.

Với đội ngũ 230 nhà báo, cùng sự hỗ trợ của hơn 100 kỹ sư công nghệ và 200 nhân viên kinh doanh, văn phòng, VNE hiện là tờ báo tiếng Việt đi đầu trong việc đưa các yếu tố ĐPT vào các tác phẩm báo chí và cố gắng xây dựng các tác phẩm báo chí ĐPT độc lập, mang bản sắc riêng có. Đội ngũ kỹ thuật của VNE đang nghiên cứu và đã thử nghiệm đưa vào sử dụng các công nghệ mới như: Hệ thống khuyến nghị người dùng, trợ lý ảo, cá nhân hoá độc giả và ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong hoạt động xuất bản nội dung... VNE cũng là một trong những tờ báo đầu tiên tại Việt Nam tiên phong và chú trọng việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong các TPBC của mình để đưa tin.

## **2.2. Kết quả khảo sát thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử**

Như đã phân tích ở phần *Phạm vi nghiên cứu*, trong khuôn khổ luận án này, tác giả khoanh vùng hướng nghiên cứu của mình ở góc độ sử dụng hình ảnh là yếu tố **quan trọng** (kết hợp cùng văn bản và các kỹ thuật truyền thông khác) để kể chuyện trong tác phẩm BMĐT, do đó chỉ lựa chọn nghiên cứu và khảo sát các TPBC đăng tải trên trên 4 chuyên mục tương ứng 4 tờ BMĐT là: Chuyên mục E-magazine trên Nhân dân điện tử, Chuyên mục Spotlight trên *VnEpress*, Chuyên mục Megastory trên Tuổi trẻ Online và Chuyên mục Vietnam+ Spotlight trên Vietnamplus, thời gian trong năm 2023.

Kết quả khảo sát bằng bảng mã phân tích 760 TPBC ở các chuyên mục thuộc diện khảo sát cho thấy số lượng tác phẩm được đăng tải ở các chuyên mục này có sự phân hoá rõ rệt giữa các báo.



*Biểu đồ 2.1. Số lượng các tác phẩm được đăng tải ở các chuyên mục thuộc diện khảo sát*

Có thể khẳng định, cả 4 tờ báo đều đặt mục đích cung cấp thông tin tới công chúng lên hàng đầu, xem đây là nhiệm vụ tối thượng của mỗi CQBC. Điều này thể hiện ở số lượng tác phẩm do toà soạn thông tin nhiều áp đảo, thậm chí là tuyệt đối (ở báo VNE) so với các mục đích khác như: Đăng bài nghiên cứu của chuyên gia; bài phát biểu/văn bản của các vị lãnh đạo/các cơ quan Đảng, Nhà nước hay bài nhằm mục đích kinh doanh (do khách đặt hàng)...

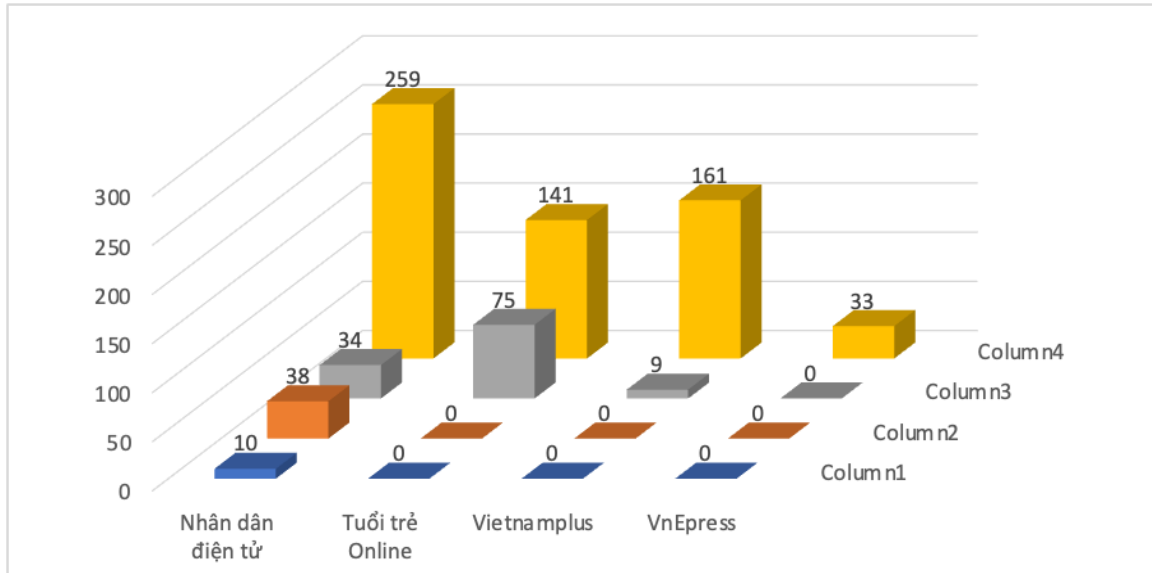
Sử dụng bảng mã phân tích tác phẩm để phân loại 760 tác phẩm theo mục đích đăng tải, tác giả luận án thu được 642 TPBC (chiếm 84,5%) và 118 (chiếm 15,5%) tác phẩm truyền thông (có nội dung đặt hàng) trên báo chí. Trong đó, TTO có số lượng tác phẩm truyền thông (có nội dung đặt hàng) nhiều nhất (75/141 tác phẩm). Điều này trùng khớp với kết quả khảo sát PVS9 khi cho biết “thực tế trong thời gian gần đây, phần lớn các Megastory trên TTO được đăng tải nhằm mục đích kinh doanh theo định hướng của toà soạn”. Báo VNE thì ngược lại, không có nội dung đặt hàng đối với các tác phẩm ở chuyên mục Spotlight. Việc không bị chi phối bởi các nội dung mang tính chính trị khô cứng, hoặc các nội dung do đối tác đặt hàng trở thành một trong những lý do khiến các câu chuyện hình ảnh được khai thác và đăng tải trên VNE trở nên gần gũi và mang hơi thở cuộc sống.

*Column1: Trích nguyên văn bài nghiên cứu của chuyên gia*

*Column2: Đăng bài phát biểu/văn bản của lãnh đạo/các cơ quan Đảng, Nhà nước*

*Column3: Nội dung khách hàng đặt hàng*

*Column4: Toà soạn thông tin*



*Biểu đồ 2.2. Mục đích đăng tải các TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh theo từng đơn vị khảo sát*

Báo Nhân dân điện tử có số lượng tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh được đăng tải với nhiều mục đích nhất (cả 4 mục đích). Như đã đề cập ở phần tổng quan các đơn vị khảo sát, Báo Nhân dân nói chung và Nhân dân điện tử nói riêng ngoài mục đích là cung cấp thông tin tới độc giả giống như các tờ báo khác, còn là cơ quan ngôn luận của Đảng, Nhà nước. Về tổ chức bộ máy, Nhân dân là cơ quan trung ương của Đảng Cộng sản Việt Nam. Do đó, Nhân dân điện tử đăng nhiều tác phẩm có nội dung chuyên biệt của một tờ báo Đảng như: bài phát biểu của các lãnh đạo cấp cao của Đảng, Nhà nước; văn bản/chỉ thị của các CQNN (72/341 bài, chiếm 21,1%) nhưng được ứng dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong truyền tải thông tin, khiến các nội dung này trở nên dễ tiếp cận với độc giả hơn. Có thể kể đến một số bài đăng như: “Phát biểu của Tổng bí thư Nguyễn Phú Trọng tại Hội nghị Đảng uỷ công an Trung ương năm 2023” [169], “Phát biểu của chủ tịch Quốc hội Vương Đình Huệ tại Khai mạc Hội nghị Nghị sĩ trẻ toàn cầu lần thứ 9” [170], “Phát biểu của Chủ tịch nước Võ Văn Thưởng tại Hội nghị thượng



đình doanh nghiệp APEC” [171] ... Các tác phẩm này đều có nội dung trích nguyên văn bài phát biểu của các vị lãnh đạo cấp cao của Đảng và Nhà nước trong các bối cảnh cụ thể. Với dung lượng text rất dài (trên 2000 chữ), nội dung rất kén độc giả vì sự phức tạp và tính vĩ mô của vấn đề, các tác phẩm thuộc nhóm này thường rất khó tiếp cận được tới đại đa số công chúng. Bởi vậy, để có thể thu hút sự chú ý của độc giả, các tác phẩm này đã tận dụng tối đa sức mạnh của hình ảnh trong việc kể chuyện tuyến tính. Ứng dụng nhiều các kỹ thuật trong việc kể chuyện bằng hình như: sử dụng một loạt các hình ảnh tràn màn hình, kích thước lớn để kích thích thị giác của công chúng; chia nội dung tác phẩm thành các phần nhỏ, các phần được ngăn cách/kết nối nhau bằng các dấu hiệu hình ảnh tĩnh/động; ứng dụng các hiệu ứng kể chuyện cuộn/chồng mờ/thu phóng để trình diễn tác phẩm... Tất cả những điều này làm cho tác phẩm trở nên bắt mắt, dễ tiếp cận hơn rất nhiều so với một bài báo chỉ đăng lại nội dung phát biểu theo cách truyền thống.

### ***2.2.1. Thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung tác phẩm báo mạng điện tử***

#### ***2.2.2.1. Đề tài/chủ đề/mục đích sử dụng hình ảnh trong các tác phẩm điện khảo sát***

Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung tác phẩm BMĐT trước hết thể hiện ở đề tài/chủ đề tác phẩm. Phần lớn các TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung thuộc diện khảo sát đều phản ánh các đề tài “Đời sống xã hội” (28,4%) và “Thời sự chính trị tổng hợp” (22%), sau đó đến các đề tài như “Văn hoá - Nghệ thuật - Giải trí - Du lịch” (14,2%), “Kinh tế” (12,8%). Các nhóm đề tài còn lại (gồm: Khoa học - Y tế - Sức khoẻ, Giáo dục, Môi trường, Thể thao) có tỷ lệ đăng tải chỉ dao động từ 1,5% - 7,5%. Điều này tương đối phù hợp với vai trò và chức năng cơ bản của thông tin báo chí cũng như tôn chỉ mục đích của các toà soạn báo.

Xem xét chủ đề/đề tài theo từng tờ báo cũng đem đến những bất ngờ thú vị khi báo Nhân dân vốn nổi tiếng là một tờ báo Đảng lớn nhất tại Việt Nam, tưởng chừng sẽ là tờ báo khai thác chủ đề chính trị nhiều nhất nhưng thực tế, Nhân dân điện tử cùng với TTO và VNE có số lượng tác phẩm về chủ

đề đời sống xã hội nhiều nhất. Đây là minh chứng cho việc đổi mới tầm nhìn và chiến lược của báo Nhân dân phù hợp với xu thế chuyển đổi số báo chí, đúng như lời của TBT Lê Quốc Minh trong Hội nghị tổng kết 2021 và triển khai nhiệm vụ 2022 của Bộ TT&TT diễn ra chiều ngày 22/12/2021: “Báo Nhân Dân là cơ quan là tiếng nói của Đảng, Nhà nước và nhân dân và báo Nhân Dân không chỉ dành cho chi bộ, không chỉ dành cho đảng viên, mà nơi nào có nhân dân thì nơi đó chắc chắn có Báo Nhân Dân”.

*Bảng 2.1. Số lượng các tác phẩm điện khảo sát phân theo chủ đề*

STT	Chủ đề tác phẩm	Các tờ báo thuộc diện khảo sát				Tổng
		Nhân dân điện tử	TTO	Vietnam+	VNE	
1	Thời sự chính trị tổng hợp	94	12	59	2	167
2	Đời sống xã hội	108	62	31	15	216
3	Kinh tế	71	11	6	9	97
4	VH-NT, Giải trí, Du lịch	25	50	33	0	108
5	Thể thao	2	6	2	1	11
6	Môi trường	6	3	12	5	26
7	KH, Y tế, Sức khỏe	24	29	3	1	57
8	Giáo dục	6	18	12	0	36
9	Chủ đề khác	5	25	12	0	42

Trong 4 tờ báo khảo sát, Vietnam+ hiện là tờ báo có số lượng tác phẩm tại chuyên trang Spotlight khai thác đề tài thời sự chính trị nhiều nhất so với các nhóm đề tài còn lại với 59/170 tác phẩm, chiếm tỷ lệ 34,7%. Phần lớn các tác phẩm này có nội dung phản ánh hoạt động của các Lãnh đạo cấp cao Đảng và Nhà nước ta. Đó có thể là các cuộc hội đàm, các chuyến thăm cấp Nhà nước, các chuyến công tác vì mục đích mở rộng quan hệ đối tác chiến lược... giữa các nguyên thủ quốc gia. Điều này là phù hợp với thực tiễn tổ chức bộ máy nhân sự khi TTXVN - cơ quan chủ quản của Vietnam+, là cơ quan thông tấn duy nhất có các PV ảnh chuyên trách của các lãnh đạo cấp cao Đảng, Nhà nước. Vì vậy, liên quan đến đề tài thời sự chính trị, Vietnam+ có lợi thế nổi trội hơn cả so với các tờ báo khác khi sở hữu độc quyền các hình ảnh của nguyên thủ quốc gia trong các hoạt động quan trọng cấp Nhà nước.

Nếu các câu chuyện hình ảnh xoay quanh các đề tài về “đời sống xã hội” là chủ đề được khai thác thường xuyên nhất trên BMĐT, thì ở chiều

ngược lại, các câu chuyện hình ảnh về chủ đề “thể thao”, “môi trường”, “giáo dục”... rất ít được khai thác và đăng tải. Cụ thể, báo Nhân dân điện tử và Vietnam+ ít xuất hiện các câu chuyện hình ảnh về thể thao nhất (trong một năm, mỗi báo chỉ có 2 bài về chủ đề này được đăng tải). Đề tài về môi trường là nhóm đề tài ít được TTO quan tâm nhất khi chỉ có 3 bài liên quan đến lĩnh vực này trong suốt một năm. Đối với VNE - tờ báo có số lượng tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh tương đối khiêm tốn hoàn toàn không đầu tư nhân lực, công nghệ để thực hiện các TPBC quy mô lớn về các đề tài như Giáo dục hay Văn hoá - nghệ thuật - giải trí - du lịch. Thực trạng này phù hợp với tôn chỉ mục đích, thế mạnh của từng CQBC.

Đi sâu tìm hiểu nhận thức của NB/PV về mục đích, ý nghĩa của việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung tác phẩm BMĐT, tác giả nhận thấy một số thực trạng sau:

*Thứ nhất*, hầu hết các NB/PV tham gia trả lời PVS đều thừa nhận vai trò, ý nghĩa của việc sử dụng câu chuyện hình ảnh giúp TPBC *nổi bật thông tin, tăng tính thẩm mỹ nhằm thu hút sự chú ý của độc giả* [Phụ lục 2]. Kết quả khảo sát mục đích và ý nghĩa chính của việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong các tác phẩm BMĐT được xem là một trong những chỉ báo về mức độ nhận thức của NB/PV đối với việc ứng dụng phương pháp này trong sáng tạo các yếu tố nội dung tác phẩm. Cụ thể: Có  $\frac{3}{4}$  tờ BMĐT (Nhân dân điện tử, TTO và Vietnam+) chiếm tỷ lệ cao nhất ở nhóm này lần lượt là 47.2%, 46.3% và 55.9%. Điều này phù hợp với kết quả khảo sát các dấu hiệu hình ảnh được các NB/PV sử dụng khi ứng dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong quá trình sáng tạo các TPBC của mình. Theo đó, việc sử dụng nhiều đồ hoạ trang trí ở cả 3 tờ BMĐT là nguyên nhân chính tạo ra ý nghĩa làm nổi bật thông tin, tăng tính thẩm mỹ nhằm thu hút sự chú ý của độc giả.

*Thứ hai*, VNE tận dụng tối đa việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh để *giải thích các sự kiện phức tạp một cách dễ hiểu, trực quan*. Trong tác phẩm BMĐT, hình ảnh có thể được sử dụng để thể hiện thông tin bổ sung, làm rõ ý tưởng hoặc chỉ dẫn cho độc giả. Với tỷ lệ 69.7% trên tổng số TPBC sử dụng hình ảnh (trong đó chủ yếu là đồ hoạ động, bản/biểu đồ tương tác...) được đăng tải trong năm 2023 để biến những câu chuyện phức

tạp thành những câu chuyện trực quan, sống động... VNE thực sự là một điển hình về khả năng tích hợp đa phương tiện trong các sản phẩm của mình, ngày càng khẳng định là tờ báo tiên phong không chỉ trong việc ứng dụng công nghệ mới, mà còn rất tích cực trong việc ứng dụng các phương pháp mới trong sáng tạo các yếu tố nội dung TPBC.

*Thứ ba*, cả bốn tờ báo diện khảo sát nhận thức rõ phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh *giữ vai trò then chốt trong việc truyền tải cảm xúc tới độc giả*, nhưng chưa khai thác được nhiều lợi thế này khi tác nghiệp, thu thập, kết nối các dữ liệu hình ảnh trong quá trình sáng tạo TPBC của mình. Bằng chứng là, cả bốn tờ báo đều có những câu chuyện hình ảnh cảm xúc, ấn tượng, có khả năng kích thích trực tiếp các giác quan của con người, tạo ra một trải nghiệm tương tác đa chiều và giúp độc giả nhận thức được sâu sắc hơn về thông tin được truyền tải... nhưng tỉ lệ này còn thấp. Cụ thể, Nhân dân điện tử nổi trội hơn cả với 10.6%, lần lượt sau đó là Vietnam+ (8.2%), TTO (7.9%) và VNE (6.1%).

Các câu chuyện hình ảnh: “Những di sản độc đáo trên rẻo cao Mù Cang Chải” [177], “Người thầy” thâm lặng [178]... là hai trong số các tác phẩm minh chứng cho việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh giữ vai trò then chốt trong truyền tải cảm xúc tới độc giả. Nếu câu chuyện hình ảnh về “Những di sản độc đáo trên rẻo cao Mù Cang Chải” đem đến cho độc giả những cảm xúc dung dị, bình yên, gần gũi và mộc mạc như chính cuộc sống, nếp sinh hoạt hàng ngày của bà con người dân tộc thiểu số nơi rẻo cao Mù Cang Chải, thì những hình ảnh trong câu chuyện ““Người thầy” thâm lặng” lại đem đến nhiều cung bậc cảm xúc trái ngược về bộ môn giải phẫu học (ĐH Y Dược TP.HCM) nơi tiếp nhận và lưu trữ hàng trăm thi thể hiến tặng sau khi qua đời. Câu chuyện về các thi thể (xác ướp, xác tươi) được ví như những “đóa hoa bất tử”, “người thầy thâm lặng” - nơi khởi đầu của biết bao thế hệ sinh viên y khoa trước khi trở thành bác sĩ thực thụ đem lại những xúc động, lắng đọng về cái tâm thiện lành của những người hiến xác. Còn hình ảnh những thi thể hiến tặng nằm lặng lẽ trong hòm inox bên trong phòng thực nghiệm xác ướp lại đem tới cảm giác rợn người. Những điều này tạo ra ấn tượng mạnh về cảm xúc đối với người xem, tăng hiệu quả truyền tải thông điệp của TPBC [Phụ lục 7, Hình 3-4].

*Thứ tư*, tỷ lệ sử dụng các hình ảnh nhằm mục đích minh họa đơn thuần, tạo quãng nghỉ cho mắt vẫn còn khá cao ở đa số các báo điện khảo sát. ¾ tờ báo điện khảo sát là TTO, Nhân dân điện tử và Vietnam+ có tỷ lệ sử dụng hình ảnh nhằm mục đích minh họa đơn thuần, tạo quãng nghỉ cho mắt lần lượt là 42.1%, 33.7% và 33.5%. Trên thực tế, nếu chỉ tập trung vào số lượng hình ảnh sử dụng, việc ứng dụng các công nghệ trong việc trình diễn tác phẩm và các hình ảnh là chưa đủ với một câu chuyện hình ảnh đúng nghĩa. Quan trọng hơn cả vẫn là nội dung, ý nghĩa, câu chuyện mà đằng sau những hình đó thể hiện là gì.



Chủ tịch Quốc hội Vương Đình Huệ dẫn đầu Đoàn đại biểu cấp cao Quốc hội Việt Nam vào kết thúc tốt đẹp chuyến thăm chính thức Cuba, Argentina và Uruguay theo lời mời của Chủ tịch Quốc hội Chính quyền Nhân dân nước Cộng hòa Cuba Esteban Lazo Hernandez, Chủ tịch Hạ viện nước Cộng hòa Argentina Cecilia Moreau và Chủ tịch Thượng viện nước Cộng hòa Đông Uruguay Beatriz Argimón Cedeira. Thành công của chuyến thăm tiếp

*Hình 2.1. Tác phẩm “Nâng tầm quan hệ giữa Việt Nam với CuBa, Argentina và Uruguay” (Nguồn: Báo Nhân dân điện tử)*

Diễn hình có thể kể tới tác phẩm “Nâng tầm quan hệ giữa Việt Nam với CuBa, Argentina và Uruguay” [179] xuất bản trên báo Nhân dân điện tử ngày 29/4/2023. Đây là câu chuyện lớn với nhiều lĩnh vực, nội dung được đề cập, ekip sản xuất đã rất dày công trong việc thu thập thông tin, thiết kế câu chuyện thành nhiều phần, mỗi phần thể hiện một nội dung quan trọng trong quan hệ hợp tác giữa Việt Nam với một quốc gia cụ thể... tuy nhiên hình ảnh sử dụng trong câu chuyện này hầu như chỉ có tác dụng để minh họa cho bài viết hoặc nhằm tạo quãng nghỉ cho độc giả khi tiếp cận một TPBC có dung lượng hơn 6000 chữ. Cụ thể, tác phẩm này sử dụng tới 23 hình ảnh với các hiệu ứng trình diễn ảnh như sildeshow, kỹ thuật kể chuyện cuộn theo chiều dọc... nhưng toàn bộ đều là ảnh tĩnh, các ảnh tĩnh này đa phần đều là ảnh trung cảnh hoặc toàn cảnh, xuất hiện trên trang với kích thước nhỏ, chú thích ảnh ít có giá trị bổ sung thông tin, nội dung các bức ảnh chung một format... không có tác dụng hấp dẫn thị giác hay tạo cảm xúc mạnh đối với công chúng

tiếp cận. Thậm chí, cách sử dụng nhiều ảnh, nội dung và kích thước na ná nhau, không có những hình ảnh tạo điểm nhấn đem lại cảm giác nhàm chán đối với công chúng tiếp nhận.

*Thứ năm*, báo điện tử VNE “loại bỏ việc sử dụng các hình ảnh minh hoạ, không có giá trị thông tin đang dần trở thành văn hoá của VNE. Đặc biệt với các tác phẩm chất lượng cao trong chuyên mục Spotlight thì tỷ lệ bằng 0” [PVS13]. VNE tập trung sử dụng hình ảnh vừa làm nổi bật thông tin, tạo cửa tiếp nhận, tăng tính tương tác vừa giải thích các sự kiện phức tạp một cách dễ hiểu, trực quan; nhưng vẫn đảm bảo vai trò then chốt trong việc truyền tải cảm xúc tới độc giả. Dù tỷ lệ này chưa cao, chỉ có 7/33 tác phẩm làm được điều này (chiếm 21.2%), nhưng không thể phủ nhận sự cố gắng của tờ báo này trong việc tận dụng tối đa vai trò của phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung TPBC.

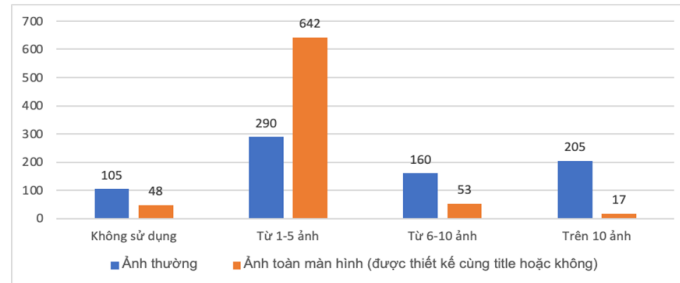
#### *2.2.1.2. Thực trạng sử dụng các thành tố hình ảnh trong các tác phẩm điện tử khảo sát*

Các thành tố hình ảnh bao gồm: ảnh tĩnh, ảnh động, video, đồ hoạ máy tính, hình vẽ/bảng biểu tĩnh... được NB/PV sử dụng để truyền tải thông tin và gây ấn tượng với người đọc. Trong khi đó, văn bản cung cấp những thông tin chi tiết hơn về câu chuyện, đưa ra các ý kiến, suy nghĩ và nhận định để giải thích hoặc bổ sung cho hình ảnh. Việc kết hợp hai yếu tố này giúp NB/PV truyền tải thông tin một cách trực quan và dễ hiểu, có khả năng khơi gợi cảm xúc của công chúng. Đồng thời, việc sử dụng phương pháp này cũng giúp TPBC trở nên hấp dẫn hơn, thu hút được sự chú ý của độc giả và tăng tính tương tác với công chúng. Tuy nhiên, để áp dụng phương pháp này một cách hiệu quả, cần phải cân bằng giữa yếu tố thị giác và văn bản để đảm bảo tính xác thực và trung thực của câu chuyện.

#### *> Ảnh tĩnh được sử dụng phổ biến nhất trong các tác phẩm báo mạng điện tử thuộc diện khảo sát*

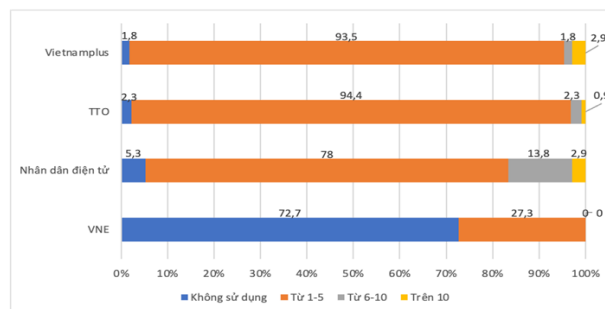
Bảng số liệu về mức độ sử dụng các dấu hiệu hình ảnh trong mỗi TPBC thuộc diện khảo sát [Phụ lục 4] nói nên thực trạng BMĐT hiện nay không giới hạn số lượng ảnh tĩnh trong 1 bài. Trong đó, ảnh thường (do PV/NB chụp hoặc do toà soạn khai thác từ nhiều nguồn ảnh khác nhau) được sử dụng nhiều nhất,

trên 10 ảnh/bài (chiếm ~27%). Cũng là ảnh tĩnh, nhưng đăng tải toàn màn hình, được thiết kế cùng title hoặc không có tần suất sử dụng 1-5 ảnh/bài chiếm đa số, ngoài ra còn có 70 tác phẩm sử dụng trên 6 ảnh full màn hình/bài.



*Biểu đồ 2.3. Tần suất sử dụng ảnh tĩnh để kể chuyện trong các tác phẩm BMĐT thuộc diện khảo sát*

Đi vào cụ thể từng trang báo cũng có những điểm đáng chú ý, nếu báo TTO, Vietnam+, VNE có mức độ dùng ảnh thường trong mỗi tác phẩm của mình tương đối vừa phải, cầm chừng (từ 1-5 ảnh/bài) thì Nhân dân điện tử đặc biệt đăng rất nhiều ảnh thường/tác phẩm (42,2% các tác phẩm trên Nhân dân điện tử dùng trên 10 ảnh/bài). Đăng ở hình thức full màn hình là hình thức mở đầu câu chuyện rất phổ biến trong các dạng thức tác phẩm mới như Megastory hay Emagazine... Các tờ báo Nhân dân điện tử, TTO, Vietnam+ sử dụng hình thức này trong hầu hết các tác phẩm diện khảo sát. Ngoài ra, hình thức này còn được sử dụng phổ biến trong phần nội dung tác phẩm nhằm tạo những kích thích về mặt thị giác (trung bình dùng 2-4 ảnh toàn màn hình/bài). Tỷ lệ các tác phẩm không dùng ảnh full màn hình ở 3 tờ báo này là không đáng kể, chủ yếu rơi vào các dạng bài infographic đứng độc lập.



*Biểu đồ 2.4. Mức độ sử dụng ảnh tĩnh full màn hình trong các tác phẩm thuộc diện khảo sát*

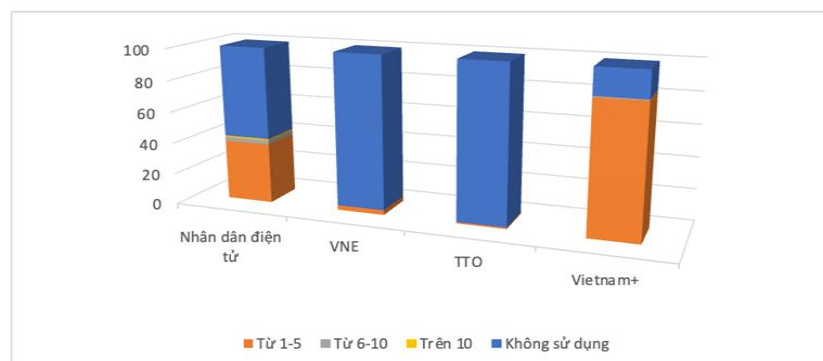
VNE khác biệt nhất khi không sử dụng ảnh full màn hình để mở đầu câu chuyện như đa số, mà chỉ sử dụng loại ảnh kích thước lớn này trong nội

dung bài để tạo điểm nhấn, thu hút hướng nhìn của công chúng. Dù vậy, mức độ sử dụng ảnh full màn hình trong nội dung bài cũng khá thấp, trung bình chỉ dùng 1-2 ảnh full màn hình trong phần nội dung của bài, đạt tỷ lệ 27,3%. VNE dùng text - đó có thể là lời của PV/NB, hoặc lời nói của nhân vật, hoặc tái hiện một chi tiết đắt giá... để mở đầu và dẫn dắt công chúng bước vào câu chuyện của mình với rất nhiều các dấu hiệu hình ảnh được sử dụng một cách hài hoà, tương hỗ nhau để làm bật nội dung câu chuyện.

> *TTO và VNE ít dùng slideshow để kể chuyện*

Slideshow là một công cụ trình bày hình ảnh đa năng và hấp dẫn, giúp NB/PV có thể trình bày thông tin một cách sinh động và thu hút độc giả. Sử dụng slideshow đem lại những ưu thế nhất định, tuy nhiên không phải CQBC nào cũng ưa chuộng hình thức này trong hoạt động sáng tạo nội dung TPBC của mình, nhất là đối với các CQBC được biết đến với phong cách trẻ gần gũi với nhóm công chúng trẻ như TTO và VNE gần như không sử dụng sildeshow để kể chuyện.

Đối với 2 tờ báo Nhân dân điện tử và Vietnam+, tùy vào giao diện, hệ thống CMS của mỗi báo dẫn đến số lượng slideshow được sử dụng trong bài cũng có sự khác biệt. Kết quả khảo sát cho thấy, Báo Vietnam+ là trường hợp tương đối đặc biệt so với 3 tờ báo còn lại, khi tất cả các bài diện khảo sát đều được thiết kế chung một format là toàn bộ ảnh trong mỗi bài viết sẽ được hiển thị trong một slideshow duy nhất toàn bài với chế độ xem lật ngang. Nghĩa là khi độc giả click vào bất kỳ 1 bức ảnh đơn lẻ nào trong bài, lập tức sẽ chuyển sang chế độ xem slideshow ảnh, tất cả các ảnh trong 1 bài được tập hợp thành 1 slideshow duy nhất.



*Biểu đồ 2.5. Mức độ sử dụng slideshow để kể chuyện bằng hình ảnh trong mỗi tác phẩm BMDT thuộc diện khảo sát*



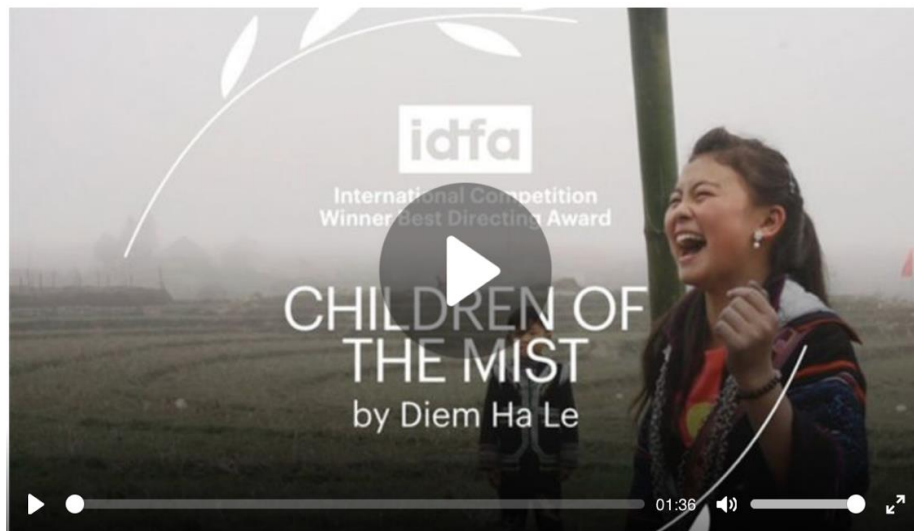
Điều này hoàn toàn khác biệt với Nhân dân điện tử, dù cũng thường xuyên sử dụng slideshow, nhưng là các slideshow đơn lẻ, mỗi sildeshow có số lượng ảnh tĩnh không cố định, trung bình từ 2-5 ảnh/slideshow. Mỗi câu chuyện hình ảnh trên Nhân dân điện tử sẽ có trung bình khoảng 2-3 slideshow/bài. Độc giả sau khi xem xong 1 slideshow ảnh trên nhân dân điện tử, muốn xem tiếp slideshow thứ hai trong bài sẽ buộc phải đóng slideshow thứ nhất và mở ra slideshow thứ hai để tiếp tục trình tự xem ảnh của mình. Điều này tạo ra sự khác biệt cơ bản về kỹ thuật dùng để kể chuyện bằng hình ảnh mà NCS sẽ phân tích kỹ hơn ở mục 2.2.3 trong luận án này.

> *Sử dụng video để tái hiện câu chuyện hoàn chỉnh, nhằm gây ấn tượng, tạo cảm xúc đối với công chúng... nhưng mức độ sử dụng chưa nhiều.*

Cả 4 tờ BMĐT thuộc diện khảo sát dù đều sử dụng video để tái hiện câu chuyện hoàn chỉnh, có bối cảnh, diễn biến, cao trào và kết thúc... tuy nhiên mức độ sử dụng chưa nhiều. VNE và Vietnam+ là hai toà soạn báo dẫn đầu về mức độ sử dụng video trong kể chuyện bằng hình ảnh nhưng cũng chỉ đạt tỉ lệ tương đối thấp, chỉ giao động từ 24,2-23,5%.

Dù chưa được dùng thường xuyên, nhưng hiệu quả mà video đem lại trong các câu chuyện hình ảnh là không thể phủ nhận. Chẳng hạn như trong bài “Cuộc trốn tìm trên vỉa hè Sài Gòn” [181], ngay khi truy cập, độc giả sẽ thấy xuất hiện một video full màn hình ghi lại hình ảnh cuộc rượt đuổi đến nghẹt thở giữa đại diện cơ quan chức năng và các tiểu thương trên một tuyến vỉa hè Sài Gòn. Đây là một video hiện trường với hình ảnh và âm thanh thông thường, được sử dụng thêm các hiệu ứng kỹ thuật để dán text trực tiếp vào hình ảnh nhằm giải thích, bổ sung thông tin cho thông điệp mà nhà báo muốn truyền tải. Phía dưới đoạn video là lời thoại của các nhân vật được đề cập trong câu chuyện. Cách làm này ngoài việc đưa độc giả vào giữa bối cảnh của câu chuyện, còn tạo ra sự thích thú ngay từ những giây phút đầu tiên khi độc giả tiếp nhận tác phẩm.

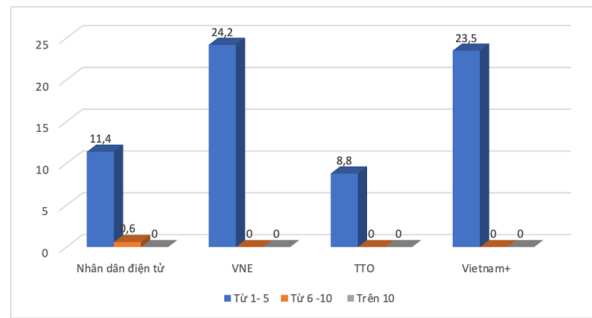
Hay trong câu chuyện về quá trình làm phim tài liệu của đạo diễn trẻ Hà Lệ Diễm lần đầu tiên đưa phim tài liệu Việt Nam vinh dự lọt vào danh sách đề cử của giải Oscar 2023 (trong seri và “Những người phụ nữ đưa Việt Nam ra thế giới” trên báo Nhân dân điện tử).



*Hình 2.2. Video được sử dụng để kể câu chuyện về những đứa trẻ trong sương  
(Nguồn: Nhân dân điện tử)*

Những hình ảnh video vô cùng chân thực, xúc động của cô bé dân tộc H'mông tên Di - nhân vật chính trong phim đã tái hiện trọn vẹn nỗi sợ hãi, sự cô đơn, lạc lõng khi một đứa trẻ phải lớn lên, về cách mà một tuổi thơ biến mất của những đứa trẻ vùng cao. Những hình ảnh sống động, chân thực được kết hợp cùng với lời kể của các nhân vật đã đem đến cho công chúng một câu chuyện hoàn chỉnh, có bối cảnh, diễn biến, cao trào và kết thúc, để lại ấn tượng mạnh mẽ trong lòng công chúng.

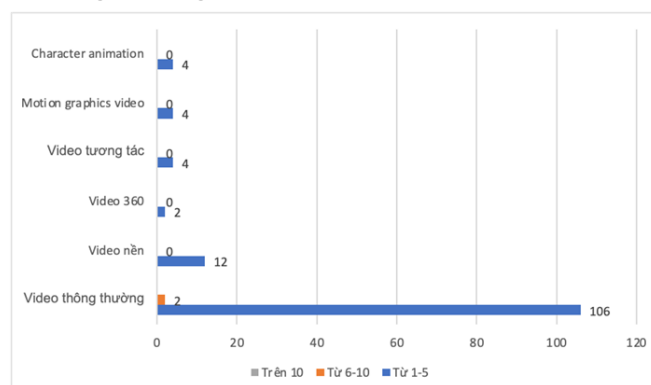
Xét tương quan mức độ sử dụng video giữa 4 tờ báo điện khảo sát nhận thấy, các CQBC có thể mạnh về ứng dụng công nghệ trong sản xuất nội dung như VNE (24,2%), Vietnam+ (23,5%) có mức độ sử dụng video để kể chuyện nhiều hơn các CQBC truyền thống. Một phần lý do xuất phát từ đặc điểm của yếu tố này đòi hỏi phải có hạ tầng kỹ thuật đủ tốt, hệ thống máy chủ có dung lượng lưu trữ lớn... cùng với những yêu cầu đặc thù đối với người sản xuất video. Nếu VNE biết đến là tờ BMĐT độc lập đầu tiên ở Việt Nam, do nhà báo Thang Đức Thắng và ông Trương Đình Anh (Giám đốc trung tâm Internet FPT) sáng lập, là tờ báo đi đầu trong việc đưa các yếu tố đa phương tiện vào các TPBC và cố gắng xây dựng các TPBC đa phương tiện độc lập có chất lượng tiệm cận với các tờ báo lớn trên thế giới [PVS13]... thì Vietnam+ lại là tờ báo trực thuộc một cơ quan thông tấn lớn nhất Việt Nam, được đầu tư kỹ lưỡng về công nghệ hướng tới phát triển CQBC đa phương tiện [PVS 5].



*Biểu đồ 2.6. Tần suất kể chuyện bằng video trong các tác phẩm theo từng trang báo (đơn vị tính %)*

Video thường xuất hiện xen kẽ ở giữa tác phẩm hoặc có thể là video mở đầu tác phẩm. Có các kiểu video: Video với hình ảnh và âm thanh thông thường (kiểu truyền thống); Video nền (toàn màn hình, làm background); Video 360 độ; Video tương tác; Video loại mới: có chữ hoạt hoạ “nhảy múa” trong màn hình, thuộc loại animation (motion graphics); Video đồ hoạ có tính cách, câu chuyện của nhân vật (character animation). Trong đó, kiểu video truyền thống vẫn là kiểu video phổ biến nhất (có 106 tác phẩm sử dụng video) do có các yêu cầu đối với người thực hiện, yêu cầu về nền tảng kỹ thuật đơn giản hơn các kiểu video còn lại.

Kiểu video nền (kích thước toàn màn hình) bắt đầu được các tờ BMDT quan tâm và đưa vào sử dụng. Khác với video kiểu truyền thống, video nền đòi hỏi độ phân giải video lớn hơn để đảm bảo không bị mờ, nhoè hình ảnh ở khổ lớn, do đó cũng cần dung lượng lưu trữ và tốc độ tải trang đủ lớn để quá trình tiếp nhận của công chúng được diễn ra thuận lợi.



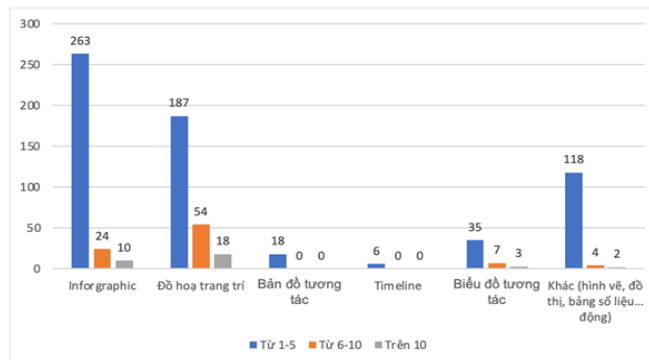
*Biểu đồ 2.7. Tần suất sử dụng từng kiểu video để kể chuyện bằng hình ảnh trong mỗi tác phẩm BMDT (đơn vị tính: tác phẩm)*

Các dạng Video 360 độ; Video tương tác; Video loại mới: có chữ hoạt

hoạ “nhảy múa” trong màn hình, thuộc loại animation (motion graphics); Video đồ hoạ có tính cách, câu chuyện của nhân vật (character animation)... rất ít được sử dụng trong các tác phẩm BMĐT bởi lẽ, để sản xuất được những video như thế, đòi hỏi toà soạn phải huy động một nguồn nhân lực lớn, có sức sáng tạo và trình độ chuyên môn cao, đồng thời cần đáp ứng được những yêu cầu phức tạp về nền tảng kỹ thuật.

> Đồ hoạ máy tính được sử dụng với đa dạng các hình thức thể hiện.

Cùng với ảnh tĩnh, hình ảnh từ đồ hoạ máy tính được xem là dấu hiệu hình ảnh làm nên thành công của các câu chuyện hình ảnh trên bốn tờ báo điện khảo sát. Có nhiều kiểu đồ hoạ được sử dụng trên BMĐT như: Đồ hoạ tĩnh (gồm inforgraphics và đồ hoạ trang trí); Đồ hoạ thông tin động (gồm: bản/biểu đồ tương tác, timeline, hình vẽ, đồ thị, bảng số liệu...động). Các hình ảnh đồ hoạ máy tính không chỉ hoàn thiện về nội dung mà còn có tính thẩm mỹ cao, tích hợp nhiều hiệu ứng tương tác sáng tạo.



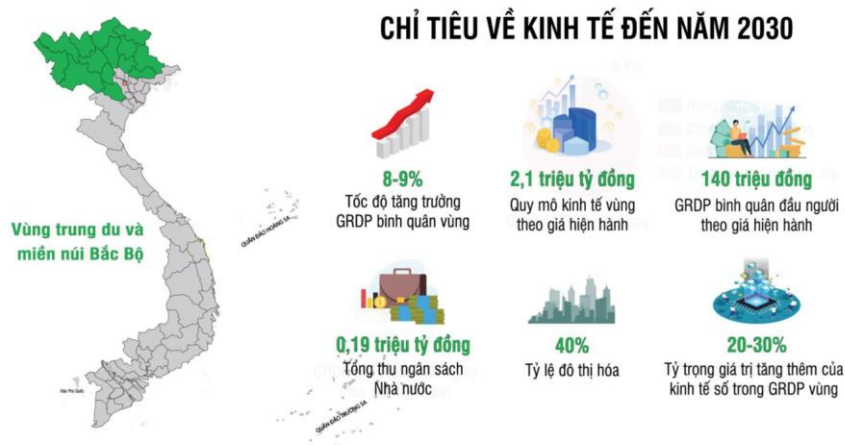
*Biểu đồ 2.8. Số lượng tác phẩm và mức độ sử dụng các dạng đồ hoạ máy tính để kể chuyện bằng hình ảnh trên BMĐT*

Đồ hoạ tĩnh (gồm inforgraphic và đồ hoạ trang trí); hình vẽ, đồ thị, bảng số liệu... động; biểu đồ tương tác là bốn kiểu đồ hoạ được ưa dùng nhất trên các tờ báo điện khảo sát. Kết quả khảo sát từng tờ BMĐT cho thấy một số nội dung chính như sau:

*Thứ nhất, nhân dân điện tử và Vietnam+ thể hiện ưu thế nổi trội trong việc sử dụng inforgraphic để giải thích các sự kiện phức tạp một cách dễ hiểu, trực quan.* Inforgraphics (đồ hoạ thông tin tĩnh) là hình thức thông tin trực quan không còn mới mẻ so với các toà soạn báo ở Việt Nam. Báo Nhân dân điện tử có tần suất sử dụng Inforgraphics trong các câu chuyện hình ảnh là nhiều nhất

(có 128/341 tác phẩm sử dụng, chiếm 37,5%), tiếp đó đến Vietnam+ (với 49/170 tác phẩm sử dụng, chiếm tỷ lệ 28,8%).

Để có các sản phẩm Inforgraphics thực sự chất lượng đòi hỏi nhà báo phải tìm ra được câu chuyện đằng sau những thông tin, dữ liệu, con số dày đặc tưởng chừng rất khô khan, nhằm chấn và kể lại cho công chúng của họ nghe bằng các đồ hoạ trực quan. Chẳng hạn trong bài: *Các Nghị quyết phát triển vùng: Gỡ “điểm nghẽn”, phát huy tốt nhất lợi thế của từng địa phương* [163] trên báo Nhân dân điện tử, nhóm tác giả thực hiện tác phẩm này đã làm tốt nhiệm vụ sử dụng Inforgraphics để giải thích, chứng minh cho luận điểm về những giải pháp hàng đầu để giải tỏa các “điểm nghẽn”; thúc đẩy tỉnh, thành phố, các vùng tăng cường liên kết, xây dựng quy hoạch phù hợp để phát triển bứt phá là: đầu tư phát triển hạ tầng đồng bộ, tháo gỡ “nút thắt” về chính sách, phát triển kinh tế-xã hội gắn với tăng cường củng cố quốc phòng an ninh và đặc biệt phát huy vai trò điều phối của Trung ương... Đây là vấn đề mang tính vĩ mô, phức tạp của một quốc gia, do đó rất khó cho công chúng tiếp nhận và hiểu những thông tin PV/NB cung cấp nếu chỉ dùng văn bản và các hình ảnh minh hoạ đơn giản.



Hình 2.3. Đồ hoạ thông tin trình bày, giải thích các chỉ tiêu về kinh tế đến năm 2030 trong Nghị quyết phát triển vùng do Bộ Chính trị ban hành (nguồn: Nhân dân điện tử)

Bằng việc sử dụng một loạt các Inforgraphics, các chỉ tiêu về kinh tế/xã hội đến năm 2030 theo từng vùng trong Nghị quyết phát triển vùng cụ thể được đơn giản hoá, dễ tiếp cận hơn. Và trên hết, việc sử dụng phương pháp kể

chuyện bằng đồ họa thông tin tĩnh như trong tác phẩm này đã góp phần quan trọng trong việc đưa Nghị quyết đến gần hơn với người dân, tăng cường sự ảnh hưởng sâu rộng của các chủ trương, chính sách vĩ mô vào thực tiễn đời sống xã hội.

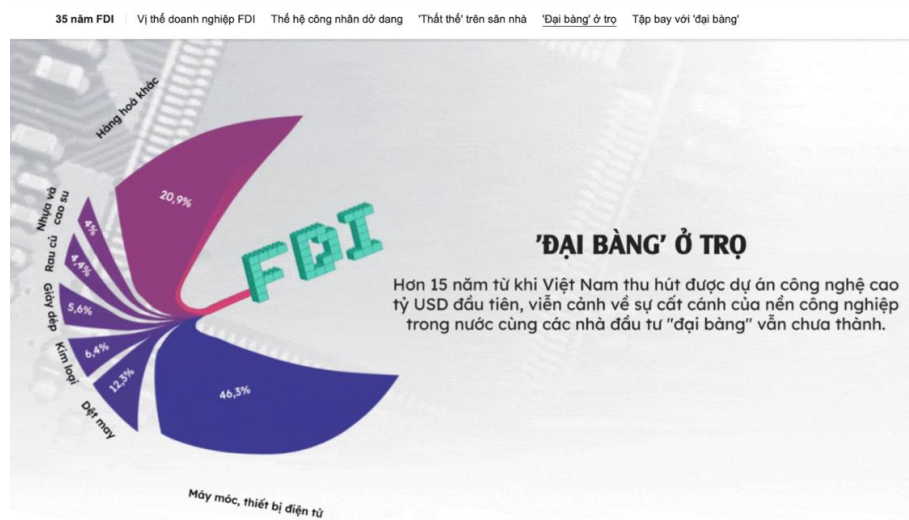
Nếu như Nhân dân điện tử thường xuyên sử dụng Inforgraphics để trình bày, giải thích các câu chuyện phức tạp, mang tính vĩ mô thì Vietnam+ lại sử dụng hình thức này để “kể” những câu chuyện về đời sống xã hội một cách nhẹ nhàng và gần gũi. Như trong câu chuyện: “*Gốm Chăm - Nghề thủ công đầu tiên của Việt Nam được vinh danh*” [164], ngoài rất nhiều ảnh tĩnh được sử dụng kết hợp cùng text, đồ họa trang trí... thì infographic giới thiệu về nghệ thuật làm gốm của người Chăm được xem là điểm nhấn quan trọng trong câu chuyện hình ảnh này. Thay hàng ngàn chữ viết, và các hình ảnh minh họa đơn lẻ, nghèo thông tin... cách sử dụng Inforgraphics này đã giúp công chúng dễ dàng hình dung được bối cảnh, nội dung và những thông điệp ý nghĩa về nghề gốm trong câu chuyện trực quan và giàu cảm xúc mà nhà báo muốn truyền tải.

*Thứ hai*, TTO thường xuyên sử dụng đồ họa trang trí nhằm tăng tính thẩm mỹ, kích thích thị giác của công chúng. Trong các tác phẩm được khảo sát trên TTO, có tới 78,7% tác phẩm sử dụng đồ họa trang trí nhằm tăng tính thẩm mỹ, kích thích thị giác của công chúng trong quá trình tiếp nhận thông điệp.

Đồ họa trang trí xuất hiện trên TTO chủ yếu là các bức ảnh tĩnh được “trang trí” bằng cách tạo khung cho ảnh, kết hợp với các hình ảnh đồ họa tĩnh, màu sắc, text.. để tăng tính thẩm mỹ. Có thể kể tới câu chuyện “*Di sản từ ... bữa cơm nhà*” [165], bằng các hình ảnh tĩnh, được trình bày đẹp mắt nhằm đem đến cho công chúng thông điệp về sự tinh tế và chăm chút trong khâu chuẩn bị các món ăn, từ việc lựa chọn nguyên liệu tươi ngon đến cách chế biến, thể hiện tình yêu thương như cách mà một người mẹ hay người cha thường dành cho gia đình mình [Phụ lục 7, Hình 5].

*Thứ ba*, các báo đều sử dụng đa dạng các hình thức đồ họa thông tin, trong đó VNE nổi bật trong việc sử dụng các kiểu đồ họa thông tin động vừa để giải thích các sự kiện phức tạp một cách dễ hiểu, trực quan vừa đưa độc giả “đắm chìm” vào các sự kiện và tình huống trong thế giới thực, kích thích họ cả về trí tuệ và cảm xúc khi tiếp nhận thông tin.

Đồ hoạ động chuyển tải lượng thông tin và dữ liệu khổng lồ. Chẳng hạn trong tuyển bài về chủ đề “35 năm FDI” [167], đồ hoạ động là yếu tố cốt lõi, được nhà báo sử dụng để giải thích, chứng minh cho các luận điểm về nền kinh tế Việt Nam sau 35 năm kể từ khi chính thức cấp giấy phép đầu tư trực tiếp từ nước ngoài (FDI) với những thành công đáng kể như: đóng góp vào GDP ngày càng tăng, giúp Việt Nam tăng cường hợp tác quốc tế, nâng cao vị thế... Bên cạnh đó, những hạn chế lớn như: sự thiếu liên kết giữa khối FDI với doanh nghiệp trong nước, chuyển giao công nghệ chưa hiệu quả, quá trình quản lý FDI còn nhiều bất cập dẫn đến những bài học đau thương về sự cố môi trường, nhà máy FDI phá sản rời VN bỏ lại công nhân với các khoản nợ lương, BHXH... cũng được thể hiện một cách vô cùng chi tiết, chuyên sâu nhưng rất dễ hiểu về nội dung; sinh động, ấn tượng, hấp dẫn về hình thức thông qua các yếu tố đồ hoạ thông tin động được thiết kế đẹp mắt, ứng dụng nhiều công nghệ trong trình diễn.



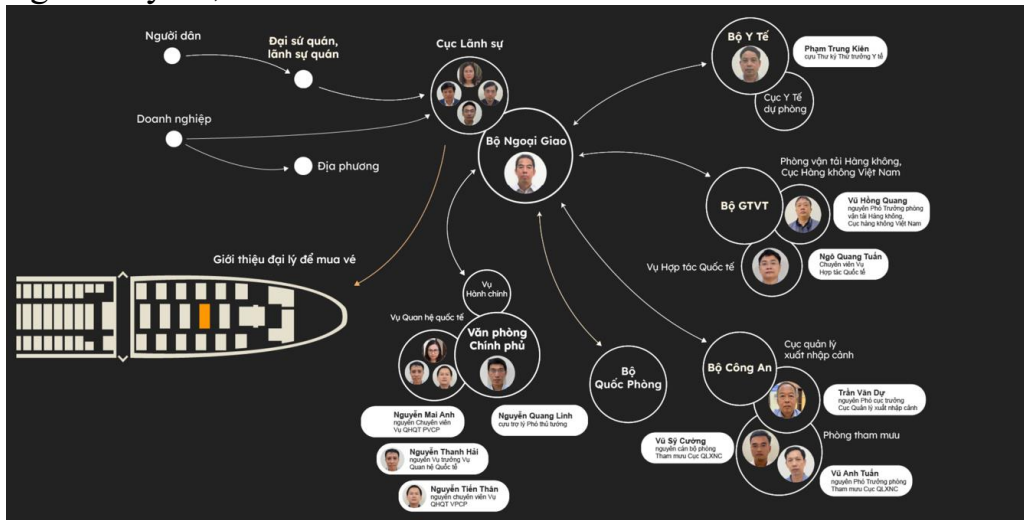
Hình 2.4. Đồ hoạ tĩnh được kết hợp cùng hiệu ứng tương tác đem lại cho công chúng sự liên tưởng về đôi cánh đại bàng đang bay (nguồn VNE)

Trong tuyển bài này, hàng loạt các bản/biểu đồ tương tác đã được các nhà báo thực hiện. Hệ thống đồ hoạ động được trình bày đồng thời trên một trang web. Tuy kích thước đồ hoạ không lớn, chỉ có một số nhãn văn bản chú thích nhưng lượng thông tin mà các đồ hoạ này cung cấp cho công chúng lại rất lớn. Trong chuỗi tác phẩm này, đồ hoạ động giữ vai trò chủ đạo, tuy nhiên các nhà báo vẫn sử dụng linh hoạt cả đồ hoạ tĩnh và ảnh tĩnh kèm theo hiệu ứng tương tác.

Đồ hoạ động tạo ra hàng loạt các tương tác sống động. Trong câu



chuyện về “Dòng tiền hồi lộ chuyến bay giải cứu” [168], PV/NB đã sử dụng nhiều đồ họa tương tác sống động để kể tường tận từng bước trong quy trình cấp phép chuyến bay combo. Bắt đầu từ những công dân có nhu cầu, đăng ký với Đại sứ quán, lãnh sự quán, phòng bảo hộ công dân (cục lãnh sự) lọc hồ sơ, chọn ra người ưu tiên... mỗi lần độc giả click hoặc cuộn chuột thì lại hiện ra các cơ quan tiếp theo tiếp nhận, xử lý. Và khi con chỏ chuột đến cơ quan nào, thì từng cán bộ liên quan trong quy trình này lại hiện ra với chức danh, vị trí công tác đầy đủ, chi tiết.



Hình 2.5. Ảnh chụp màn hình đồ họa tương tác về quy trình cấp phép chuyến bay combo (nguồn VNE)

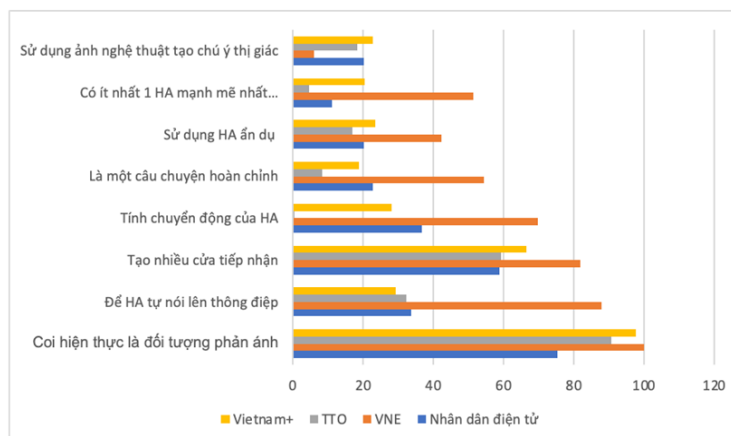
Không chỉ vậy, bằng cách sử dụng đồ họa tương tác, nhóm tác giả đã mô phỏng lại Đường dây nhận hồi lộ từ các doanh nghiệp đến 21 bị can ở 5 Bộ, VPCP và 2 địa phương với hàng trăm cá nhân liên quan tạo ra những mắt xích phức tạp. Mỗi một thao tác kéo chuột, độc giả lại được cung cấp vô vàn thông tin, tình tiết đắt giá khác như: Dòng tiền hồi lộ vụ chuyến bay giải cứu từ 2020 đến 1/2022; So sánh số tiền tham nhũng từ doanh nghiệp của các quan chức tại 5 Bộ; Chức vụ và số tiền nhận hồi lộ của 16 bị can; Địa điểm nhận hồi lộ; Số tiền các bị can đã đưa/nhận hồi lộ, hưởng lợi và khắc phục... Tất cả đều được kể lại bằng hình ảnh, giúp độc giả tái hiện lại toàn bộ câu chuyện với đầy đủ các yếu tố bối cảnh, nhân vật, tình tiết, diễn biến, cao trào và kết thúc.

### 2.2.1.3. Mức độ tuân thủ các nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong các tác phẩm điện khảo sát

Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu



tổ nội dung tác phẩm BMĐT còn được thể hiện ở việc tuân thủ nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT.



*Biểu đồ 2.9. Thực trạng sử dụng các nguyên tắc kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung các tác phẩm điện khảo sát (đơn vị tính: %)*

◆ *Coi hiện thực là đối tượng phản ánh và sử dụng hình ảnh có khả năng tạo ra nhiều cửa tiếp nhận dành cho công chúng là 2 nhóm nguyên tắc kể chuyện bằng hình ảnh được sử dụng nhiều nhất ở các tờ báo điện khảo sát.*

Hiện thực được xem là đối tượng phản ánh trong quá trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là bởi vì, hình ảnh được xây dựng dựa trên các sự kiện, tình huống và đối tượng thực tế trong cuộc sống. Báo chí là một hoạt động đặc thù, và phản ánh đúng bản chất hiện thực là yêu cầu bắt buộc đối với người làm báo. Đối với tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh, tác giả của bài báo có thể sử dụng nhiều kỹ thuật, ứng dụng nhiều hiệu ứng công nghệ để thiết kế và trình bày hình ảnh nhằm tăng tính hấp dẫn cho bài báo, nhưng tuyệt đối không làm sai lệch bản chất của sự kiện, sự vật, hiện tượng đã xảy ra trong thực tiễn đời sống.

Ngoài ra, độc giả dễ bị thu hút bởi các câu chuyện ảnh có bố cục hợp lý, có khả năng tái hiện hành động. Những hình ảnh này có thể tạo ấn tượng hoặc lập tức gây nhầm chán cho độc giả, dẫn tới việc họ có tiếp tục theo dõi bài báo này hay không. Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT cần phải đáp ứng được mục tiêu dẫn dắt độc giả đến hành động đọc hoặc xem các hình ảnh tiếp theo cho tới khi câu chuyện kết thúc. Kỹ thuật này gọi là *tạo đường dẫn* cho quá trình tiếp nhận của độc

giả, đáp ứng được nguyên tắc “tạo hấp dẫn cho hành vi xem, chuyển nhanh một cách có hiệu quả sang hành vi đọc bằng các thông tin phù hợp với nhu cầu và thị hiếu công chúng” [34, tr.45].

Nhắc lại câu chuyện “Cuộc trốn tìm trên vỉa hè Sài Gòn” [181] đăng tải trên VNE, ngay khi truy cập, độc giả sẽ thấy xuất hiện một video full màn hình ghi lại hình ảnh cuộc rượt đuổi đến nghẹt thở giữa đại diện cơ quan chức năng và các tiểu thương trên một tuyến vỉa hè Sài Gòn với hình ảnh và âm thanh chân thực, sống động. Video chỉ dài 20s, nhưng những hình ảnh đắt giá trong video này ngay lập tức gây được sự chú ý của người đọc, kích thích trí tò mò của độc giả, “dẫn dắt” độc giả đến hành động đọc, xem tiếp theo (thậm chí là đọc, xem) tới những hình ảnh cuối cùng để trả lời cho những câu hỏi như: chuyện gì đang xảy ra? Ai đuổi ai? Vì sao phải bỏ trốn? Kết cục của những người bỏ trốn là gì?... Ngoài video mở đầu, trong bài còn rất nhiều các cửa tiếp nhận khác được thiết kế cho mục đích “dẫn dắt, giữ chân” độc giả như ảnh tĩnh, đồ họa thông tin tĩnh, đồ họa tương tác, audio, video... Có thể nói, trong ví dụ này, tất cả các dữ liệu hình ảnh mà nhà báo sử dụng đã hoàn thành xuất sắc sứ mệnh tạo ra nhiều cửa tiếp nhận dành cho công chúng, giúp công chúng dễ dàng đón nhận nội dung mà nhà báo muốn truyền tải thông qua câu chuyện này.

♦ *VNE thường kể một câu chuyện hình ảnh hoàn chỉnh, có bối cảnh, diễn biến, cao trào và kết thúc. Trong đó, có ít nhất một hình ảnh mạnh mẽ nhất kết hợp cùng nội dung quan trọng để tác động tới cảm xúc của công chúng, tạo cao trào.*

54,5% các tác phẩm diện khảo sát trên VNE là một câu chuyện hình ảnh có đầy đủ các phần mở, thân, kết. Tỷ lệ này chưa phải quá cao, nhưng thể hiện sự cố gắng của tờ báo này trong việc tuân thủ một trong những nguyên tắc quan trọng nhất để kể câu chuyện hình ảnh hiệu quả. Chẳng hạn câu chuyện “Hà Nội rộng gấp ba, giá nhà đất gấp đôi” [182] đăng tải ngày 04/8/2023 trên VNE là một câu chuyện hoàn chỉnh. Mở đầu câu chuyện, tác giả tái hiện bối cảnh câu chuyện Hà Nội những năm 2008 trong tờ trình mở rộng địa giới với hình ảnh trung tâm được sử dụng là bản đồ tương tác kết hợp đồ họa thông tin thể hiện dữ liệu liên quan đến vấn đề mà bài báo đề cập.

Tiếp sau đó, diễn biến của việc mở rộng Hà Nội được kể lại với các tình tiết/diễn tiến đáng chú ý như: tái định hình trung tâm Hà Nội, nguồn cung mới căn hộ/nhà đất Hà Nội năm 2008 và 2023... bằng những hình ảnh tĩnh, đồ hoạ dữ liệu giúp độc giả dễ dàng nắm bắt tiến trình, những thay đổi.



Hình 2.6. Tác phẩm “Hà Nội rộng gấp ba, giá nhà đất gấp đôi” là một câu chuyện hoàn chỉnh (nguồn VNE)

Cao trào của câu chuyện này được tạo ra khi NB/PV phản ánh “những cánh đồng bất động sau 15 năm” - một trong nhiều hệ lụy của việc mở rộng quy mô quá nhanh, trong khi khung pháp lý để điều chỉnh thị trường BĐS Hà Nội chưa theo kịp. Và kết quả của câu chuyện này là thực trạng tăng trưởng giá nhà cao hơn hai lần thu nhập trung bình của người dân Hà Nội, đặt ra một vấn đề đáng lo ngại cho những nhà quản lý, người dân về việc sở hữu nhà của người Thủ đô có nguy cơ lâu hơn nếu khoảng cách này tiếp tục được nới rộng.

◆ *Về vấn đề pháp luật và đạo đức nghề nghiệp khi sử dụng hình ảnh trong tác phẩm BMDT*

Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh để sáng tạo nội dung tác phẩm BMDT một cách hiệu quả cần tuân thủ các nguyên tắc về đạo đức nghề nghiệp trong đó đáng chú ý là quy định về tôn trọng bản quyền, bảo vệ nguồn tin... Điều này không chỉ có ý nghĩa đối với cá nhân NB/PV mà còn đặc biệt quan trọng trong việc hình thành uy tín của toà soạn BMDT trong bối cảnh AI ngày càng trở nên phổ biến và có nhiều ảnh hưởng sâu rộng tới đời sống xã hội.

Việc tuân thủ các nguyên tắc về đạo đức nghề nghiệp trước hết được thể hiện ở việc dẫn nguồn ảnh của NB/PV trong tác phẩm của mình. Kết quả phân tích các tác phẩm trên 4 tờ báo điện khảo sát cho thấy, TTO hiện là tờ báo sử dụng ảnh không có chú thích hoặc không dẫn nguồn cụ thể nhiều nhất

(chiếm tỷ lệ 49,3%). Tỷ lệ này ở Nhân dân điện tử và Vietnamplus lần lượt là 24,9% và 26,5%. Riêng VNE không có hiện tượng sử dụng ảnh không có chú thích hoặc không dẫn nguồn cụ thể. Toàn bộ 33 tác phẩm thuộc diện khảo sát trên VNE đều sử dụng các hình ảnh nhằm đảo bảo quyền lợi cho nhân vật/nguồn tin, tôn trọng bản quyền hình ảnh (đạt tỷ lệ 100%).

Đi sâu tìm hiểu những khó khăn, thách thức của ekip thực hiện tác phẩm trong bối cảnh AI có khả năng tạo ra hình ảnh bằng phương pháp PVS, tác giả luận án thu được kết quả khá thú vị khi các nhà báo cho rằng không những không là thách thức, khó khăn mà AI còn là công cụ hỗ trợ đắc lực, giúp nhà báo có thể tạo ra tác phẩm chất lượng và nhanh chóng [PVS13,17].

Hình 6 [Phụ lục 7] là một minh chứng điển hình của việc AI trở thành công cụ đắc lực, giúp nhà báo có báo có thể tạo ra tác phẩm chất lượng và nhanh chóng. Trong tác phẩm “*Thế hệ công nhân dờ dang*” [183], hình ảnh đồ họa công nhân kết hợp cùng tiêu đề và đoạn dẫn nhập mở đầu tác phẩm được thực hiện bởi AI. Với những tình huống kể lại sự việc/sự vật/tình tiết... đã xảy ra trong quá khứ, việc tìm hình ảnh tư liệu hay sử dụng hình ảnh tác nghiệp trực tiếp là điều khó khả thi, thậm chí không thể thực hiện. Nhưng nếu chỉ dùng văn bản để “kể” lại sự việc/sự vật/tình tiết... đã xảy ra trong quá khứ thì không đủ để thu hút, “lôi kéo” độc giả vào tác phẩm của mình. Nếu tiến hành vẽ lại một cách thủ công để mô tả sự việc/sự vật/tình tiết... thì quá mất sức và mất nhiều thời gian. Lúc này, AI trở thành công cụ hỗ trợ tuyệt vời cho NB/PV thực hiện tác phẩm của mình. Sử dụng hình ảnh do AI tạo ra trong tình huống này vừa đảm bảo tính hấp dẫn về mặt thị giác, vừa tiết kiệm thời gian công sức của NB/PV mà vẫn đảm bảo tái hiện được toàn bộ sự việc/sự vật/tình tiết... đã xảy ra trong quá khứ một cách khách quan nhất. Tất nhiên, đối với các tác phẩm sử dụng hình ảnh do AI tạo ra nhất thiết phải có chú thích rõ ràng để tránh những hiểu lầm không đáng có và đảm bảo các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp của nhà báo.

### ***2.2.2. Thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố hình thức tác phẩm báo mạng điện tử***

#### ***2.2.2.1. Về kết cấu câu chuyện trong các tác phẩm điện khảo sát***

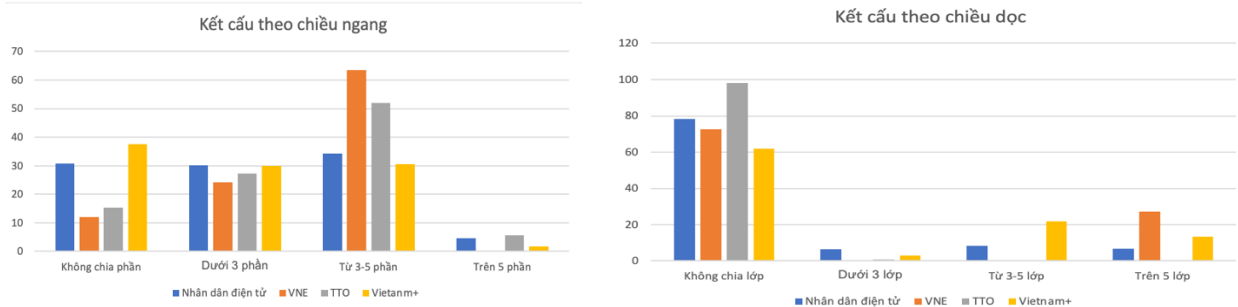
Từ điển Tiếng Việt định nghĩa: “kết cấu” là sự phân chia và bố trí các

phần, các chương mục theo một hệ thống nhất định để thể hiện nội dung của tác phẩm [80, tr.469]. Với cách hiểu đó, để tạo nên tính chỉnh thể, toàn vẹn của một TPBC nói chung, kết cấu là một trong những yếu tố hình thức quan trọng bậc nhất của câu chuyện. Kết cấu là sự bố trí, sắp xếp các yếu tố, bộ phận của tác phẩm theo trình tự và nguyên tắc nào đó. Kết cấu vừa giúp nhà báo chuyển tải thông điệp đến người đọc theo đúng ý tưởng và chiến lược nội dung của mình, vừa cho thấy tư duy sáng tạo kỹ năng nghề nghiệp của họ trong việc triển khai và tổ chức TPBC. Như đã phân tích ở chương 1, kết cấu câu chuyện trong tác phẩm BMĐT có thể chia thành hai dạng:

- Kết cấu theo chiều ngang là sự sắp xếp, phân bố, tổ chức các thành phần trong một tác phẩm BMĐT thành các chương, phần, mục theo kịch bản nội dung tác phẩm mà nhà báo xây dựng. Công chúng thường sử dụng thao tác cuộn chuột để tiếp nhận tác phẩm một cách dễ dàng.

- Kết cấu theo chiều dọc là sự sắp xếp, phân bố, tổ chức các thành phần trong một tác phẩm BMĐT thành các lớp thông tin tương ứng số lần click chuột của độc giả để đi đến lớp thông tin trong cùng. Kết cấu này buộc độc giả phải tham gia tương tác trực tiếp với tác phẩm bằng cách click chuột và các lớp nội dung mà nhà báo thiết kế sẵn. Kiểu kết cấu này thường được áp dụng cho các tác phẩm có nhiều mạch thông tin nhỏ, hàm lượng thông tin lớn.

Hiện nay, dù đều sử dụng hai dạng kết cấu tác phẩm trong thực tế, nhưng kết cấu theo chiều ngang được sử dụng phổ biến hơn nhiều so với kết cấu theo chiều dọc trong các tác phẩm BMĐT thuộc diện khảo sát.



*Biểu đồ 2.10. Kết cấu câu chuyện hình ảnh trên các tờ báo điện tử khảo sát (%)*

Cụ thể, kết cấu tác phẩm theo chiều ngang với cách thức chủ yếu là chia tác phẩm thành các phần nội dung trong một chỉnh thể thống nhất thường được các nhà báo sử dụng nhiều nhất. Trung bình các tác phẩm có kết cấu từ

3-5 phần nội dung, thường được xây dựng trong các tác phẩm đơn kỳ, có dung lượng text trên 2000 từ (chiếm tỷ lệ 55,4%). Trong đó thể loại bài phản ánh/tường thuật/tổng hợp thông tin là thể loại sử dụng kết cấu tác phẩm theo chiều ngang chủ đạo.

Kết quả khảo sát thực trạng xây dựng kết cấu câu chuyện cho các tác phẩm BMĐT chất lượng cao bằng phương pháp PVS. Đại diện lãnh đạo một số toà soạn BMĐT cũng có chung một số nhận định như: “Nếu muốn cho câu chuyện của mình thú vị thì NB/PV phải kể nó bằng các công nghệ khác nhau, mà giúp cho mỗi thao tác của độc giả đều là tiêu thụ tin tức, tiết kiệm thời gian cho độc giả nhất có thể” [PVS1]; “Độc giả hiện nay rất “lười” click, nhưng lại “mê” thao tác cuộn chuột” [PVS5]; “Facebook và Tiktok - những MXH có số lượng người dùng lớn nhất hiện nay hoạt động theo định dạng cuộn, chúng tôi đã học hỏi cách thức này để thu hút độc giả của mình” [PVS9]; “Qua phân tích hành vi người dùng, đến nay VNE định hướng các NB/PV sử dụng định dạng kể chuyện cuộn, chủ động chỉ đạo các họa sĩ thiết kế đồ họa giảm yêu cầu độc giả click nhất có thể” [PVS13]... và kết cấu câu chuyện theo chiều ngang với những lợi thế riêng có của mình rất phù hợp với những đòi hỏi từ thực tiễn như kể trên.

Tuy nhiên, trên thực tế không phải câu chuyện nào cũng phù hợp với kết cấu theo chiều ngang. So với 3 BMĐT còn lại, VNE hiện có tỷ lệ tác phẩm sử dụng kết cấu chiều dọc nhiều hơn với nhiều hơn 5 lớp nội dung được thiết kế. VD như tác phẩm *Dòng tiền hối lộ chuyến bay giải cứu* [188] buộc ekip thực hiện phải thiết kế theo kết cấu chiều dọc với rất nhiều những yêu cầu click chuột dành cho độc giả. Bởi đây là vấn đề phức tạp có hàm lượng thông tin quá lớn, chia thành rất nhiều các mạch thông tin nhỏ, nhiều lớp thông tin khác nhau... nên nếu xây dựng theo kết cấu chiều ngang sẽ không thể phản ánh được tổng thể vấn đề.

#### 2.2.2.2. *Thực trạng sử dụng ngôi kể chuyện trong các tác phẩm điện khảo sát*

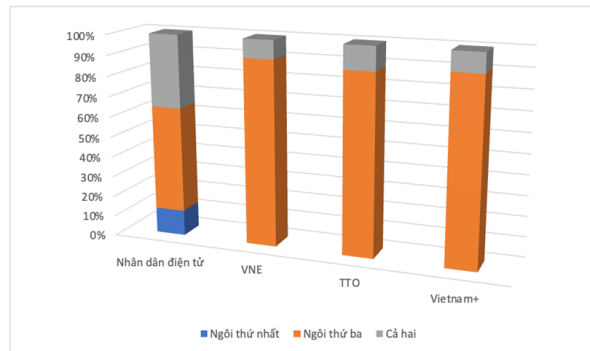
Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố hình thức của tác phẩm BMĐT thuộc diện khảo sát còn được thể hiện ở ngôi kể chuyện. Nhìn chung, các tờ báo điện khảo sát khá tương đồng nhau khi tỷ lệ

sử dụng ngôi thứ ba (tức là kể từ góc nhìn của nhà báo - người đang quan sát mọi hoạt động diễn ra) nhiều nhất (thậm chí chiếm tỷ lệ áp đảo) để dẫn dắt và kể câu chuyện của mình. Xuất phát từ sự phổ biến, tính chất khách quan trong thông tin mà việc dùng ngôi kể này đem lại, ngôi kể thứ ba là ngôi kể được ưa chuộng trong ngôn ngữ báo chí nói chung và BMĐT nói riêng ở Việt Nam.

Sử dụng ngôi kể thứ 3 - từ góc nhìn của nhà báo, người đang quan sát mọi hoạt động/sự việc diễn ra trong câu chuyện "*Con khát*" sinh đủ 2 con của TP HCM [184], tác phẩm đã phản ánh một hiện thực khách quan: sinh đủ hai con trở thành "con khát" của ngành dân số TP HCM trong thời gian dài, thay vì nỗ lực vận động người dân "dừng ở hai con để nuôi dạy cho tốt" như nhiều địa phương khác. Mở đầu tác phẩm, NB/PV kể câu chuyện về chị Tra - điển hình cho một thế hệ phụ nữ TP HCM sau năm 2000 - quyết sẽ dừng lại ở một đứa, bỏ qua lời kêu gọi "sinh đủ hai con" suốt hai thập kỷ của thành phố với nhiều tình tiết chân thực [Phụ lục 7, Hình 7].

Từ đó lý giải nguyên nhân, trình bày những nguy cơ, hệ lụy về một tương lai dân số sụt giảm, đồng nghĩa lực lượng lao động bị thu hẹp, kéo giảm đà tăng trưởng của "đầu tàu" kinh tế bằng một loạt các tình tiết, diễn biến được trực quan quan hoá bằng bản/biểu đồ tương tác, ảnh tĩnh và video. NB/PV trong câu chuyện này đóng vai trò là người quan sát toàn bộ mọi hoạt động, sự việc diễn ra và kể lại cho công chúng toàn bộ diễn biến một cách linh hoạt, tự do, mang tính khách quan, có thể đánh giá từng nhân vật/sự việc/vấn đề. Việc không thể trực tiếp nói về suy nghĩ, tình cảm của người kể chuyện khi sử dụng ngôi kể thứ 3 không những không làm ảnh hưởng tới tổng thể câu chuyện mà còn làm câu chuyện của nhà báo trở nên khách quan, chân thực hơn đối với công chúng tiếp nhận.

Bên cạnh việc thường xuyên sử dụng ngôi kể thứ ba để kể câu chuyện của mình, riêng Nhân dân điện tử có một số bài (chiếm 12,6%) sử dụng ngôi thứ nhất - người kể chuyện có thể trực tiếp nói ra những điều mình thấy, nghe, trải qua một cách chủ quan. Ngôi kể này thường được sử dụng trong các bài trích nguyên văn phát biểu của lãnh đạo cấp cao Đảng Nhà nước - loại bài chỉ có trên báo Nhân dân điện tử mà không có trên 3 tờ báo còn lại.



*Biểu đồ 2.11. Thực trạng sử dụng ngôi kể trên các báo điện tử khảo sát*

Ở một số trường hợp đặc biệt, khi NB/PV với tư cách là người quan sát, phản ánh sự việc lại chính là người trực tiếp nói ra những điều mình thấy, nghe, trải qua một cách chủ quan. Cách sử dụng ngôi kể này đã đem đến hiệu quả cao trong việc tạo ra cảm xúc đối với người tiếp nhận. VD tác phẩm *Nhật ký phóng viên: Chúng tôi đã ghi hình các bác sĩ như thế nào* [185] trên báo TTO là một trong số ít các câu chuyện được kể theo ngôi thứ nhất - người kể chuyện có thể trực tiếp nói ra những điều mình thấy, nghe, trải qua một cách chủ quan nhưng lại tạo hiệu ứng mạnh mẽ về mặt cảm xúc.

Xuyên suốt tác phẩm là nhật ký của NB/PV kể về chính hành trình của mình trong quãng thời gian tác nghiệp tại các điểm nóng bùng phát covid-19, được chứng kiến hình ảnh những chiến sĩ áo trắng, không quản sự nguy hiểm, ngày đêm công hiến tại tâm dịch - “đó là những ký ức không thể phai mờ”, được kể lại đầy xúc động và chân thật. Việc sử dụng ngôi kể thứ nhất trong trường hợp này không những không làm giảm tính khách quan của thông tin, mà còn tạo ra cảm giác chân thật, giàu cảm xúc nơi độc giả. Điều này được minh chứng ở số lượng lượt tương tác, bình luận của độc giả ở cuối tác phẩm.

Đi sâu tìm hiểu mức độ quan tâm của độc giả với các bài đăng bằng cách sử dụng công cụ Automation để chạy các câu jQuery truy vấn, nhằm thu nhận dữ liệu lượt react/like/share/comment của độc giả tương tác cuối mỗi bài đăng, tác giả luận án nhận thấy: tác phẩm *Nhật ký phóng viên: Chúng tôi đã ghi hình các bác sĩ như thế nào* [185] sử dụng ngôi kể thứ nhất, đăng trên báo TTO là một trong 3 tác phẩm trên chuyên mục Megastory của tờ báo này có lượt tương tác hiển thị cao nhất trong năm 2023 với 102 lượt React (trong đó



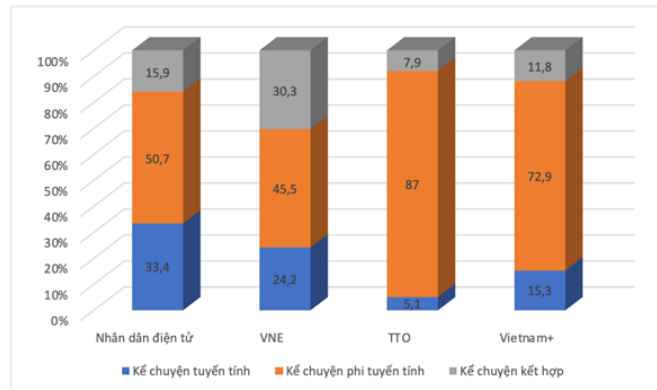
gồm: 10 star, 41 like, 51 heart). Đồng thời, sử dụng công cụ phân tích nội dung các bình luận của độc giả bằng từ khoá, tác giả luận án nhận thấy các bình luận của độc giả cuối tác phẩm này đều theo hướng tích cực, nhiều bình luận bày tỏ cảm xúc, sự xúc động của bản thân sau khi được nghe câu chuyện do NB/PV trực tiếp trải qua và kể lại [Phụ lục 7, Hình 8].

Trên thực tế có các tác phẩm sử dụng kết hợp cả 2 dạng ngôi kể thứ nhất và thứ ba trong cùng 1 tác phẩm, thường ở các thể loại bài phỏng vấn nhân vật. Trong đó, tỷ lệ sử dụng cả 2 ngôi kể ở Nhân dân điện tử cũng cao hơn 3 tờ báo còn lại (chiếm 35,5%) do đặc thù thể loại bài mà Nhân dân đăng tải. Theo đó số lượng bài phỏng vấn nhân vật ở báo Nhân dân điện tử là nhiều hơn cả so với 3 tờ báo còn lại.

Ngôi thứ hai cho phép người kể chuyện kể câu chuyện từ quan điểm “của bạn” chưa được sử dụng trên các tác phẩm diện khảo sát. “Bởi kể câu chuyện từ quan điểm “của bạn” nghĩa là NB/PV kể chuyện từ quan điểm của độc giả. Với đặc thù là sản phẩm truyền thông đại chúng, độc giả là đại đa số công chúng, việc lựa chọn 1 quan điểm vừa mang tính điển hình, đặc trưng vừa đảm bảo tính khách quan, chính xác, vừa là người am hiểu toàn bộ nội dung mà NB/PV muốn đề cập là điều rất khó đối với NB/PV, thậm chí không khả thi và không phù hợp trong hoạt động báo chí” [PVS6,14].

#### *2.2.2.3. Các cách thức tiến hành kể chuyện bằng hình ảnh trong các tác phẩm diện khảo sát*

Khảo sát tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh theo cách thức tiến hành cho thấy: Xét trên tổng thể cả 4 tờ báo thuộc diện khảo sát, các NB/PV đã sử dụng các cách thức tiến hành câu chuyện tương đối linh hoạt và đa dạng. Trong đó, phổ biến nhất hiện nay là hình thức NB/PV sử dụng các yếu tố trực quan để kể một câu chuyện không theo một trình tự cố định, mà thường được sắp xếp và sử dụng để tạo ra các trải nghiệm tương tác thú vị, kích thích sự tưởng tượng và ý tưởng cho độc giả, thay vì chỉ đơn thuần là truyền tải thông tin (kể chuyện phi tuyến tính); với tỷ lệ các tác phẩm sử dụng là 65,7%. Cách kể chuyện tuyến tính chiếm 20,9% và có 13,4% tác phẩm sử dụng kết hợp cả hai cách kể chuyện này.



*Biểu đồ 2.12. Tỷ lệ các phương thức tiến hành được sử dụng để kể chuyện ở bốn tờ báo điện tử khảo sát (%)*

Đi sâu phân tích từng tờ báo cụ thể cho thấy, có 2 xu hướng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh theo cách thức tiến hành ở 4 tờ báo điện tử khảo sát hiện nay: (i) Tỷ lệ các tác phẩm kể chuyện tuyến tính, kể chuyện phi tuyến tính, kể chuyện kết hợp phân bố tương đối đồng đều, thể hiện sự đa dạng trong việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh theo cách thức tiến hành; (ii) Kể chuyện phi tuyến tính là cách thức được các nhà báo sử dụng nhiều hơn cả để truyền tải thông điệp tới người tiếp nhận.

Trong đó, VNE là tờ theo xu hướng (i) rõ nhất, các tác phẩm điện tử khảo sát của VNE tuy số lượng không nhiều, nhưng lại có tỷ lệ các tác phẩm kể chuyện tuyến tính (24,2%), kể chuyện phi tuyến tính (45,5%), kể chuyện kết hợp (30,3%) đồng đều nhất. Tiếp đó đến Nhân dân điện tử khi có 33,4% tác phẩm sử dụng hình thức kể chuyện tuyến tính; 50,7% tác phẩm sử dụng hình thức kể chuyện phi tuyến tính và 15,9% các tác phẩm sử dụng hình thức kể chuyện kết hợp.

Hai tờ báo TTO và Vietnam+ đại diện cho xu hướng (ii), nghĩa là chủ yếu tập trung vào cách thức kể chuyện phi tuyến tính để truyền tải thông điệp tới công chúng (với tỷ lệ lần lượt là 87% và 72,9%). Các hình thức kể chuyện tuyến tính và kể chuyện kết hợp có được sử dụng nhưng chiếm tỷ lệ không đáng kể. Chính điều này phần nào làm giảm bớt sự đa dạng, sự mới mẻ trong hình thức thể hiện tác phẩm với hình ảnh là yếu tố quan trọng.

### ***2.2.3. Thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong triển khai quy trình sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử***

Thực tế ứng dụng trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT, không phải đơn vị tác phẩm BMĐT nào cũng có thể sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh, đó phải là những tác phẩm dài hơi, chủ đề lớn, được nhiều người quan tâm; có cốt truyện (diễn biến), có nhân vật, có tình huống, có các lớp của câu chuyện [PVS17]. Khảo sát thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong triển khai quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT bằng phương pháp quan sát kết hợp PVS, tác giả luận án nhận thấy quy trình này ở 4 tờ báo đều trải qua các bước tương đối giống nhau. Tuy nhiên, cụ thể trong từng bước, từng khâu lại có những cách thức thực hiện mang tính đặc thù của mỗi tờ báo.

#### ***2.2.3.1. Cách thức lựa chọn, phát hiện đề tài trong các tác phẩm điện khảo sát***

Cách thức NB/PV lựa chọn, phát hiện đề tài trong triển khai quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT trước hết phụ thuộc vào định hướng thông tin của toà soạn báo. Mỗi một CQBC sẽ có những định hướng thông tin khác nhau xuất phát từ đặc thù riêng của mỗi tờ báo. Ví dụ, Báo Nhân dân nói chung và Nhân dân điện tử nói riêng với đặc thù là cơ quan ngôn luận của Đảng, Nhà nước thường khai thác các tuyến đề tài mang tính chính trị - chuyên biệt của một tờ báo Đảng như: bài phát biểu của các lãnh đạo cấp cao của Đảng, Nhà nước; văn bản/chỉ thị của các CQNN (72/341 bài, chiếm 21,1%). Báo VNE thì ngược lại, với phong cách trẻ trung, hiện đại, hướng đến nhóm công chúng mục tiêu là những người trẻ... VNE xác định rõ 3 yếu tố tin tức cơ bản trong tất cả các sản phẩm của toà soạn là *Thời sự, Bất thường và Người nổi tiếng* [Phụ lục 7, Hình 9].

*Thứ hai*, cách thức NB/PV lựa chọn, phát hiện đề tài trong triển khai quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT phụ thuộc rất lớn vào hệ thống dữ liệu/hình ảnh mà NB/PV có khả năng tìm kiếm, thu thập. Theo PVS 13, điều quan trọng nhất khi thực hiện các tác phẩm BMĐT chất lượng cao, chuyên sâu là đề tài đó có đủ dữ liệu để làm hay không. Dữ liệu ở đây không đơn

thuần chỉ là thông tin được ghi lại bằng văn bản, mà phải là 1 bộ dữ liệu chất lượng về hàm lượng thông tin, đa dạng về chủng loại. Một trong những thực tế tại toà soạn hiện nay là trong nhiều thời điểm, ekip thực hiện gặp khó khi hiện thức hoá ý tưởng đề tài/chủ đề do phần dữ liệu không đầy đủ chứ không phải là vấn đề đồ hoạ hay ứng dụng những giải pháp công nghệ tiên tiến trong quy trình sáng tạo tác phẩm.

*Thứ ba*, đề tài/chủ đề có thể đến từ mọi nơi và mọi lúc. Khảo sát quy trình sáng tạo các tác phẩm thuộc diện khảo sát cho thấy: Không phải đề tài nào cũng có thể thực hiện thành các dạng tác phẩm chuyên sâu, tích hợp đa phương tiện như Spotlight... “Phải là những đề tài đủ hay, có tính phát hiện, góc nhìn mới, và có nguồn dữ liệu lớn thì toà soạn mới quyết định thực hiện các tác phẩm chuyên sâu về nội dung, đầu tư về hình thức” [PVS5].

Trên thực tế, cả 4 toà soạn báo thuộc diện khảo sát đều có sự tương đồng trong cách thức mà NB/PV lựa chọn/phát hiện đề tài cho câu chuyện của mình. Theo đó: đề tài thường bắt nguồn từ phóng viên đề xuất, thường là đề tài có nội dung chuyên sâu về một chủ đề lớn/nhân vật có tầm ảnh hưởng, mang tính phức tạp hoặc có thể không phải là những vấn đề quá lớn, mà là những câu chuyện nhỏ trong đời sống hàng ngày, nhưng có đủ dữ liệu hay, đủ để thể hiện một thông điệp cụ thể thì toà soạn vẫn sẽ quyết định thực hiện bài dài hơi, chuyên sâu [PVS1,5,9,13]. Trong một số dự án đặc biệt, đề tài sẽ có BBT giao thực hiện. Ví dụ: loạt bài về FDI trên VNE, loạt bài về Chuyển đổi số trên Nhân dân điện tử...

#### *2.2.3.2. Thực trạng khai thác và xử lý các dữ liệu hình ảnh trong các tác phẩm diện khảo sát*

Các dữ liệu cần có để làm ra một tác phẩm BMĐT bao gồm dữ liệu tĩnh (văn bản, sách báo, số liệu thống kê...) và dữ liệu động (hình ảnh tại hiện trường; bối cảnh tự nhiên, xã hội; không gian, thời gian diễn biến của sự vật/sự việc/nhân vật; hình ảnh, lời nói chính danh của các đối tượng như nhân chứng, cá nhân có thẩm quyền.... Đối với tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh, các dạng thức hình ảnh là những dữ liệu quan trọng, không thể thiếu mà NB/PV cần đặc biệt đầu tư thời gian, công sức trong quá trình khai thác, thu thập.

Sau khi đã xác định được đề tài, chủ đề của tác phẩm, NB/PV tiến hành khai thác, thu thập dữ liệu hình ảnh theo lợi thế của từng dạng thức hình ảnh trong truyền tải thông điệp. Ví dụ với đề tài, thông điệp mang tính khoảnh khắc điển hình, NB/PV sẽ đầu tư tác nghiệp ảnh tĩnh; với những câu chuyện có nhiều tình tiết mang tính hành động, nhất định không thể không sử dụng video; với những câu chuyện phức tạp, dữ liệu nhiều con số và mang tính minh chứng, sử dụng đồ họa thông tin là phương án thường được NB/PV lựa chọn nhất... [PVS2, 3,6,10,14,15].

Khâu xử lý dữ liệu (gồm cả hình ảnh và thông tin) ở các toà soạn báo điện khảo sát hiện nay tùy thuộc vào khả năng và thói quen làm việc của nhà báo, đồng thời phục thuộc rất lớn vào công cụ kỹ thuật mà toà soạn báo đang sở hữu.

Tuy nhiên có thể khái quát thành một số công đoạn cơ bản như:

(i) Phân loại dữ liệu (nhóm các dữ liệu cùng giá trị thông tin, cùng thể hiện một chi tiết/hành động vào một nhóm);

(ii) Chọn thông tin, hình ảnh “đắt” thể hiện rõ nhất thông điệp của tác phẩm, có khả năng tạo cảm xúc đối với công chúng;

(iii) Sắp xếp các thông tin, hình ảnh thành các phần/các lớp dữ liệu theo mức độ quan trọng hoặc theo ý đồ kể chuyện của nhà báo; loại bỏ những chi tiết, hình ảnh trùng lặp, ít có giá trị thông tin hoặc rườm rà dễ gây ra sự “xao nhãng” đối với người tiếp nhận;

(iv) Kiểm chứng thông tin, hình ảnh qua nhiều nguồn khác nhau để đảm bảo mức độ tin cậy; đồng thời xác định các chi tiết, hình ảnh cần bổ sung (nếu có)

(v) Sắp xếp các thông tin, hình ảnh đã chọn theo các góc độ nhìn nhận vấn đề của chính mình và xem lại tổng quan câu chuyện vừa được phác thảo.

STT	Ý chính	Nội dung	Nhân vật / Nguồn tin	Dữ liệu	Ý nghĩa của dữ liệu	
1	<b>Giấc mơ lương hưu</b> (Tan vỡ/Chật vật/Xa vời giấc mơ lương hưu)					
2	STT	Ý chính	Nội dung	Nhân vật / Nguồn tin	Dữ liệu	Ý nghĩa của dữ liệu
3	<b>Giấc mơ lương hưu</b>					
4	Hy vọng	Từ năm 1995, cho phép tất cả người lao động đều có cơ hội hưởng lương hưu khi hết tuổi lao động, thay vì chỉ nhóm công, viên chức. Làm rõ ý nghĩa lương hưu và mong muốn của nhà nước trong tạo ra mạng lưới an sinh, xây dựng mô hình nhà nước phúc lợi.	Nguyên thủ trưởng Bộ LĐTBXH Phạm Minh Tuấn, Người lao động PouYuen	Tổng số người lao động, tham gia BHXH, và nữ BHXH giai đoạn 1995-2020 (Sheet 1BHXH)	Tỷ lệ nữ BHXH thay đổi qua 2 lần thay đổi chính sách	Sự thay đổi của tỷ lệ tham gia và nữ BHXH trong hai lần sửa Luật BHXH năm 2006 và 2014 (làm nổi bật hai mốc này)
5	Giấc mơ dở dang	Từ Luật 2006 (thực thi năm 2008) đến Luật 2014 (thực thi từ 2016) thay đổi, sửa đổi chính sách về BHXH một lần, tăng thời gian đóng BHXH để hưởng lương hưu từ 20 lên 25 năm (nhằm cân đối quỹ hưu trí). Luật ban hành, chưa có hiệu lực, người lao động phải đổi và đổi quyền rút BHXH một lần (điểm là đợt định công của công nhân PouYuen (TP HCM)).				
6		Ngày sau đó, 2015, Quốc hội có Nghị quyết tạm hoãn 1 điều luật, cho phép người lao động rút BHXH một lần. Người lao động thành công đổi quyền lợi.				
7	Phần 1			Key visual: Bức tranh nữ BHXH một lần từ 2016 đến nay (sheet 2Rut_BHXH)		Đặc điểm của người rút BHXH một lần, theo độ tuổi, nơi làm việc, giới tính, lý do
8		Giai đoạn bùng nổ của các ngành thâm dụng lao động đặt công nhân vào tình thế rút BHXH một lần thế nào? (Đúng nó từ thời điểm này)				
9	Nguyên nhân	Người lao động mất niềm tin vào chính sách lương hưu? Tìm thêm công nhân đang nhận lương hưu, cách tính lương hưu, bất cập trong cách tính, lương hưu thấp, quy định mức đóng, chủ trương nguyên tắc đóng hưởng, lao động trực tiếp sản xuất, mức đóng thấp, lương hưu thấp, thất vọng, không tin vào lương hưu.		Case study: Tỷ lệ sa thải theo độ tuổi của Công ty Tj Hùng (5 Sa, Thai)		Độ tuổi nào bị sa thải nhiều nhất (vời nam và nữ)
10		Thách thức của nhà nước trong lần sửa luật BHXH một lần của người lao động? Chính sách thu hút đầu tư, không ràng buộc được mức đóng trên thu nhập thực tế để lương hưu thấp.				
11	Lịch sử lặp lại	Luật BHXH sửa đổi lần 3, một lần nữa người lao động phải đóng giữa lựa chọn về chính sách rút BHXH một lần. Thách thức các cách lương hưu, mức hưởng.				
13	Bối cảnh và nguyên nhân	Tại sao Bộ LĐTBXH đưa ra các lựa chọn hiện tại? Ưu/nhược của từng lựa chọn	Chuyên gia, nhà quản lý, người chịu trách nhiệm chính sách	Những khác biệt: Bàn chọn phương án đóng BHXH nào? (đang lương đồng tỷ lệ)		<a href="https://www.expressnet.vn/suat-hat-p-huon-an-trinh-luong-dong-biet-thi-em-xa-hoi-45942.html">https://www.expressnet.vn/suat-hat-p-huon-an-trinh-luong-dong-biet-thi-em-xa-hoi-45942.html</a>
14	Phần 2	Bối cảnh kinh tế khó khăn khiến người lao động giảm/mất việc, cần tiền nên chọn rút BHXH một lần		Tỷ lệ DN tham gia đóng BHXH		
15	Thách thức	Doanh nghiệp trốn đóng BHXH		Tiền lương chậm đóng, nợ đóng BHXH bắt buộc (sheet 4No_BHXH)		
16		Các vấn đề cũ chưa được giải quyết khiến người lao động chưa tin vào chính sách lương hưu				
17		Câu chuyện của người từng rút BHXH và người nhận lương hưu, cuộc sống của họ hiện ra sao? Họ nghĩ gì về chính sách này	Người lao động từng rút BHXH và người lao động đã/chưa bị nhận lương hưu	Dự báo số người được hưởng lương hưu (sheet 6Tuoi_nghi_huu)		
18	Phần 3	Rút BHXH ảnh hưởng đến Dự BHXH ra sao => hệ quả toàn xã hội				
19	Phần 4	Ngày cơ giới mô tả về mô hình nhà nước phúc lợi? Bài học từ việc cho rút BHXH 1 lần trong quá khứ ở những người hưởng lương nhà nước.	Chuyên gia, người chịu tác động chính sách			
20		Đề xuất để thoát khỏi tình huống bế tắc, giúp giấc mơ lương hưu không sắc				

Hình 2.7. Kịch bản tác phẩm Lương hưu chệch “đường ray” [189]

Các công đoạn này có thể được thực hiện tuần tự hoặc linh hoạt, thể hiện rõ nét trên kịch bản tác phẩm. Ví dụ trong tác phẩm “Lương hưu chệch đường ray” đăng tải trên VNE. Sau khi lựa chọn được đề tài, xác định được thông điệp muốn truyền tải là “Sự tan vỡ/chật vật/xa vời giấc mơ lương hưu”, nhóm tác giả đã tiến hành lên kịch bản tác phẩm. Trong đó các yếu tố như nhân vật/nguồn tin/loại dữ liệu/key visual... được xác định rõ ràng, cụ thể theo mức độ quan trọng hoặc theo ý đồ kể chuyện của nhà báo.

### 2.2.3.3. Tạo khung và sử dụng hiệu ứng kỹ thuật để kể chuyện bằng hình ảnh trong các tác phẩm diện khảo sát

Bối cảnh chuyển đổi số sâu rộng trong lĩnh vực BC-TT khiến tất cả các dạng nội dung mang tính truyền tải thông tin thông thường về sự kiện theo nguyên tắc 5W 1H truyền thống không đủ để giữ chân công chúng. Tác phẩm BMĐT sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh cần đem đến cho công chúng một câu chuyện với kết cấu hoàn chỉnh, có bối cảnh, diễn biến, cao trào và kết thúc [PVS1].

Trong quy trình sáng tạo tác phẩm, việc quyết định lựa chọn định dạng kết cấu, tạo khung tác phẩm phụ thuộc vào mục đích mà NB/PV xác định ngay từ

khâu lên ý tưởng, lựa chọn đề tài, thu thập dữ liệu và lên kịch bản tác phẩm. NB/PV với tư cách là người sáng tạo nội dung tác phẩm BMĐT cần trả lời được các câu hỏi: Kết cấu này có phù hợp với tính chất câu chuyện mà mình đang kể không? Có phù hợp với thông điệp mà mình muốn truyền tải đến độc giả hay không? Và nó có phải là cách tốt nhất để độc giả tiếp thu thông tin mà mình đang truyền tải hay không?... trước khi đi đến quyết định thiết kế câu chuyện của mình theo từng phần nội dung hay từng lớp thông tin cụ thể.

Công đoạn này là quá trình làm việc nhóm chuyên sâu của ekip thực hiện tác phẩm, phụ thuộc vào điều kiện thực tế của mỗi CQBC. PVS 4 đại diện của 4 CQBC diện khảo sát đang công tác ở vị trí lãnh đạo toà soạn báo hoặc người phụ trách trực tiếp bộ phận đổi mới sáng tạo trong CQBC, tác giả luận án thu được một số thực trạng về cách thức tạo khung tác phẩm và sử dụng hiệu ứng kỹ thuật để kể chuyện bằng hình ảnh trong các tác phẩm diện khảo sát như sau:

> *Về các cách thức tạo khung tác phẩm thuộc diện khảo sát*

Nhân dân điện tử hiện đang thực hiện đóng gói nội dung dữ liệu và tạo khung tác phẩm trên nền tảng shorthand (được BBT mua bản quyền sử dụng hàng năm). Ưu điểm nổi trội của nền tảng này cho phép hầu hết các NB/PV trong toà soạn có thể tự tạo ra các tác phẩm hấp dẫn về mặt hình ảnh mà không cần các kỹ năng phát triển hoặc thiết kế web, dựa trên những định dạng được thiết kế sẵn. Ngoài các chuyên đề chuyên sâu, phương án này vừa giúp NB/PV dễ dàng sử dụng, chủ động hơn vừa giúp rút ngắn đáng kể thời gian sản xuất một TPBC trên chuyên mục Emagazine [PVS1,2,3,4].

Báo TTO và Vietnam+ có sự tương đồng trong cách thức tạo khung tác phẩm TTO và VN+ là hai cơ quan khá tương đồng trong cách thức tạo khung tác phẩm và lên phương án sử dụng các công nghệ - kỹ thuật để thể hiện tác phẩm. Nghĩa là, các tác phẩm đăng tải trên chuyên mục Megastory (TTO) và Spotlight (VN+) được thực hiện theo cách các khối văn bản, hình ảnh do NB/PV kết hợp cùng hoạ sỹ thiết kế trình bày thực hiện được đưa vào hệ thống lưu trữ dựa trên những template được thiết kế riêng cho các định dạng bài Megastory [x.thêm Phụ lục 7, Hình 10], tích hợp sẵn trong phần mềm CMS của toà soạn để tiến hành biên tập ở nhiều cấp độ khác nhau [PVS5,8,9].

Với cách thức này, thời gian thực hiện có thể không nhanh bằng việc sử dụng nền tảng do bên thứ 3 cung cấp nhưng cũng là một phương án hiệu quả để có thể sản xuất các dạng bài Megastory một cách thường xuyên. Các phương án sử dụng các công nghệ - kỹ thuật để thể hiện tác phẩm này giúp Nhân dân điện tử, TTO và VN+ có số lượng các tác phẩm đăng tải trên các chuyên mục diện khảo sát trong thời gian 1 năm là tương đối nhiều. Tuy nhiên, cả hai hình thức này đều dựa trên định dạng được thiết kế sẵn có nên bộc lộ một số hạn chế nhất định về chất lượng tác phẩm và hiệu quả truyền tải thông tin mà tác giả luận án sẽ trình bày ở phần đánh giá kết quả khảo sát trong chương 3.

Khác với 3 tờ báo trên, từng tác phẩm trên chuyên mục Spotlight của tờ báo này được sản xuất hoàn toàn độc lập (không theo template dựng sẵn), dưới sự phối hợp chặt chẽ của NB/PV nội dung, nhân viên thiết kế đồ họa, nhân viên lập trình tự viết các câu lệnh được mã hoá riêng đối với từng tác phẩm. Cụ thể, theo PVS 13, 14, 15 “toàn bộ dữ liệu sau khi được khai thác, xử lý sẽ được chuyển đến bộ phận đồ họa. Người thiết kế đồ họa lên một wireframe (khung xương/cấu trúc dây) - là một công cụ trực quan để xem tổng thể tác phẩm (giống kiểu storyboard - bảng phân cảnh), thể hiện ý tưởng bài đó trình bày như thế nào, đồ họa ra sao”. Sau đó toàn bộ ekip thực hiện tác phẩm bao gồm cả những NB/PV làm nội dung, nhân viên thiết kế đồ họa, nhân viên lập trình sẽ liên tục trao đổi cho tới khi hoàn thiện bản cuối cùng trên một wireframe. Sử dụng phần mềm chuyên dụng figma để đóng gói khung tác phẩm với đầy đủ thông tin, hình ảnh đã được thiết kế và chuyển cho nhân viên lập trình tiến hành mã hoá thành các câu lệnh.

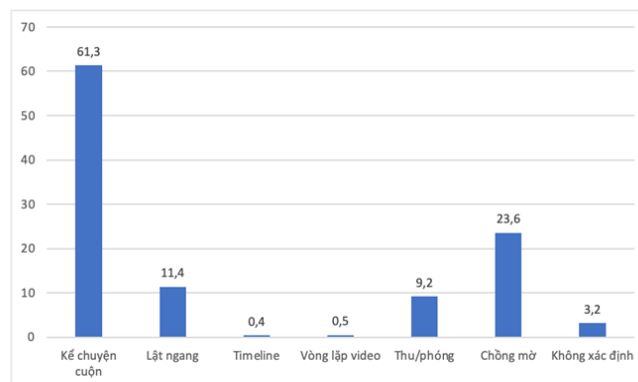
Với cách làm này, những NB/PV có thể điều chỉnh từng yếu tố/chi tiết dù là nhỏ nhất trong bài (VD muốn độc giả nhấp chuột vào đâu, cuộn chuột như thế nào, hiển thị hình ảnh gì, kích thước ra sao, độc giả tương tác bằng cách gì... tất cả đều do NB/PV lên ý tưởng thiết kế). Nhờ đó, mỗi câu chuyện được kể đều mang tính riêng có, đem đến những trải nghiệm mới lạ cho độc giả, thể hiện sự sáng tạo không giới hạn của đội ngũ những người thực hiện... Tuy nhiên, “thời gian trung bình để hoàn thành riêng khâu thiết kế đồ họa và viết các câu lệnh (code) sẽ mất khoảng 7 - 10 ngày, tổng thời gian để hoàn thiện 1 tác phẩm trên mục Spotlight trung bình mất 2 tháng” [PVS13].



> Về thực trạng sử dụng các hiệu ứng kỹ thuật kể chuyện bằng hình ảnh trong tác phẩm BMDT thuộc diện khảo sát

Lên phương án sử dụng các hiệu ứng kỹ thuật để kể chuyện nhằm tạo trải nghiệm mới mẻ, tăng khả năng tương tác và hấp dẫn thị giác là khâu cuối cùng trong quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh của NB/PV. Quyết định này được đưa ra sau khi NB/PV đã tiến hành một loạt các hoạt động/thao tác nghề nghiệp như lên ý tưởng, phát hiện đề tài; khai thác và xử lý các dữ liệu hình ảnh; tạo khung tác phẩm...

Kết quả khảo sát bằng phương pháp PVS cho thấy tùy vào điều kiện thực tế mà mỗi CQBC lại có phương án sử dụng các công nghệ - kỹ thuật để thể hiện tác phẩm khác nhau. Đi sâu tìm hiểu các hiệu ứng kỹ thuật được sử dụng để kể chuyện bằng hình ảnh trong các tác phẩm diện khảo sát, tác giả luận án thu được một số kết quả sau:



Biểu đồ 2.13. Mức độ sử dụng các hiệu ứng kỹ thuật để kể chuyện (%)

Các kỹ thuật được sử dụng để kể chuyện tạo ra hiệu ứng đặc biệt nhằm thu hút sự chú ý của độc giả, giúp cho độc giả có cảm giác tham gia vào câu chuyện. Trong đó, hiệu ứng chồng mờ (dissolve), kỹ thuật kể chuyện cuộn (scrolly telling), thu phóng (zoom), lật ngang, dòng thời gian (timeline), vòng lặp video... để trình bày thông tin một cách trực quan và dễ hiểu hơn. Những công nghệ này giúp cho độc giả có thể tương tác trực tiếp với nội dung, chọn lựa thông tin và động tác trong câu chuyện theo ý muốn của mình, tạo cảm giác “đắm chìm” và những trải nghiệm sống động.

Trong số các tác phẩm thuộc diện khảo sát, kỹ thuật kể chuyện cuộn vẫn là kỹ thuật phổ biến nhất (chiếm 61,3%). Điều này hoàn toàn phù hợp với những phân tích trong kết quả khảo sát kết cấu câu chuyện ở mục trên. Khi kỹ thuật này là lựa chọn phù hợp nhất để trình bày câu chuyện theo kết cấu

ngang với các chương, phần, mục theo kịch bản nội dung tác phẩm mà nhà báo xây dựng. Trong một tác phẩm BMDT thuộc diện khảo sát, thường sử dụng trung bình từ 1-2 hiệu ứng kỹ thuật để thể hiện thông điệp. Trong đó, bộ 3 hiệu ứng kể chuyện cuộn, chồng mờ và thu phóng thường được kết hợp với nhau trong một tác phẩm nhất. Một số tác phẩm sử dụng hiệu ứng kể chuyện cuộn kết hợp với lật ngang hoặc dòng thời gian (timeline) để trình bày diễn biến câu chuyện theo tuyến tính thời gian.

Xem xét số lượng tương tác, những phản hồi của độc giả được hiển thị phía cuối các tác phẩm diện khảo sát như một trong số các chỉ báo về hiệu quả sử dụng các hiệu ứng kỹ thuật để kể chuyện. Tác giả luận án đã sử dụng công cụ Automation để chạy các câu jQuery truy vấn, nhằm thu nhận dữ liệu lượt react/like/share/comment của độc giả tương tác cuối mỗi bài đăng, thu được một số kết quả đối với 2 tờ BMDT là TTO và VNE (riêng Nhân dân điện tử và Vietnamplus không có dữ liệu do các toà soạn này không hiển thị lượt tương tác/comment của độc giả phía cuối bài đăng). Kết quả bước đầu khá tương thích với thực trạng sử dụng hiệu ứng kỹ thuật để thể hiện tác phẩm. Khi top 10 các tác phẩm diện khảo sát có nhiều lượt react/like/share/comment của độc giả nhất ở mỗi báo đều là các tác phẩm sử dụng đa dạng, linh hoạt các hiệu ứng kỹ thuật trong thể hiện tác phẩm nhằm tăng trải nghiệm người dùng, trong đó kỹ thuật kể chuyện cuộn được sử dụng nhiều hơn cả. Một số các hiệu ứng kỹ thuật khác như: timeline, vòng lặp video... cũng gây được nhiều sự tò mò, chú ý của độc giả nhưng do tính chất phức tạp về mặt kỹ thuật, đòi hỏi những can thiệp kỹ thuật chuyên sâu nên chưa thể trở thành kỹ thuật kể chuyện phổ biến trong các toà soạn báo.

### **2.3. Đánh giá thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh ở các tờ báo thuộc diện khảo sát**

#### **2.3.1. Thành công và nguyên nhân thành công của các tờ báo điện tử khảo sát trong sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh**

##### **2.3.1.1. Là các toà soạn tiên phong trong ứng dụng, đổi mới, sáng tạo các hình thức làm báo hiện đại**

Thấu hiểu nhu cầu của độc giả là không chỉ dừng lại ở việc cập nhật thông tin. Độc giả ngày nay còn muốn thấu hiểu thế giới vốn đang ngày càng phức tạp, xem xét tin tức ảnh hưởng thế nào đến cuộc sống, tìm kiếm giải pháp cho vấn đề

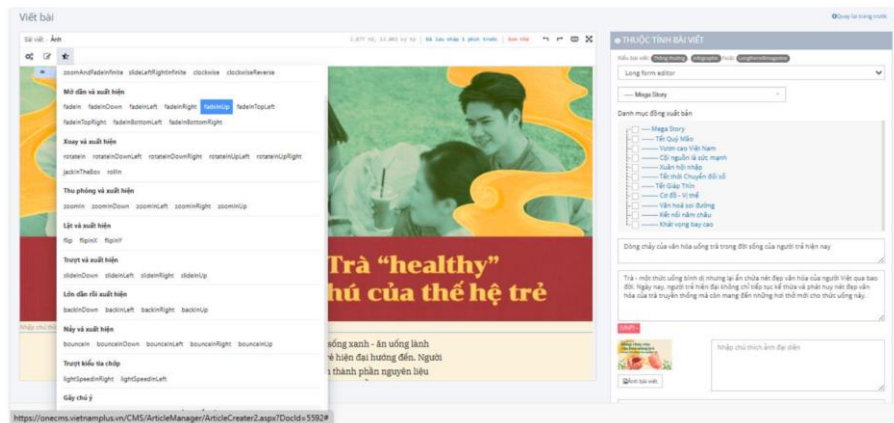
đang diễn ra trong xã hội, ở cả cấp độ cá nhân. Cả 4 toà soạn báo đều cho thấy năng lực và sự tiên phong trong phân khúc các CQBC ứng dụng đổi mới sáng tạo các hình thức làm báo hiện đại, cho ra đời các TPBC chất lượng cao nhằm mục đích cung cấp đầy đủ, cân bằng mong muốn của độc giả - biết tin tức, thấu hiểu bối cảnh, bồi đắp cảm xúc và đưa ra hành động.

Các nội dung thông tin bước đầu được phân loại dựa trên nhu cầu độc giả. Cả bốn tờ báo đều có riêng chuyên trang, chuyên mục về báo chí đa phương tiện, nơi hội tụ những gì tốt nhất (gồm cả nhân lực và vật lực) của toà soạn để có được những TPBC thực sự chất lượng và riêng có. Mỗi tác phẩm, mỗi đề tài đều được lên kế hoạch, phân luồng và tổ chức phóng viên thực hiện với tôn chỉ cao nhất - phục vụ đúng thông tin độc giả cần, vì sự tiến bộ của xã hội; mạnh tay lược bỏ nội dung vô bổ, gây lãng phí thời gian. Bên cạnh việc ngày càng nâng cao tốc độ và chất lượng tin tức, các toà soạn đầu tư vào những bài báo diễn giải, tạo khác biệt thông qua việc trình bày chúng thành những câu chuyện chuyên sâu thú vị, góp thêm nhiều góc nhìn minh triết về nhân vật, sự kiện, vấn đề [PVS1,13].

Trích nội dung trong bài báo “Vnexpress tròn 23 tuổi” đăng ngày 26/2/2024, đại diện tờ báo này đã viết: “Song song việc tạo ra những nội dung hữu ích, hấp dẫn, chúng tôi còn theo đuổi mục tiêu cá nhân hoá, phục vụ đúng nhu cầu của từng độc giả để bạn đọc tiết kiệm thời gian, năng lượng, và dễ dàng ra quyết định giữa bề thông tin hiện hữu. Từ mong muốn đó, tháng 11/2023, *VnExpress* ra mắt thử nghiệm *MyVnE* - một sản phẩm kết hợp giữa lựa chọn chủ đề chủ động của độc giả và nội dung do toà soạn đề xuất. Thuật toán này được phát triển dựa trên tiêu chí: đúng người; đúng nội dung; đúng thời điểm; và đúng hình thức phân phối” [159].

Có thể thấy, ngoài phát triển nội dung, cả bốn tờ báo điện khảo sát đều đã và đang áp dụng nhiều công nghệ mới vào quá trình sản xuất và phát hành nội dung. Từ việc sử dụng hệ thống quản lý nội dung (CMS) hiện đại, tới việc triển khai các giải pháp công nghệ thông tin tiên tiến nhằm cải thiện trải nghiệm người dùng trên các nền tảng số. Trong đó:

- Hai tờ báo Vietnamplus và TTO hiện nay đang đầu tư vào phát triển một loạt các template được tích hợp sẵn trong phần mềm CMS giúp NB/PV có thể trực tiếp thao tác trong quá trình đẩy bài lên hệ thống lưu trữ [PVS5,9].



Hình 2.8. Các hiệu ứng chuyển động hình ảnh được tích hợp trong phần mềm CMS của báo điện tử Vietnam+

- Báo Nhân dân điện tử có mức đầu tư lớn hơn khi đóng gói nội dung dữ liệu và tạo khung tác phẩm trên một nền tảng của bên thứ ba cung cấp là shorthand. Nền tảng này cho phép người dùng tạo nội dung hấp dẫn về mặt hình ảnh mà không cần các kỹ năng phát triển hoặc thiết kế web. Cách thức này có ưu thế trang bị cho NB/PV những công cụ dễ dàng sử dụng, đặc biệt rút ngắn thời gian thực hiện tác phẩm trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT mà vẫn đảm bảo các tiêu chí về nội dung và hình thức của một tác phẩm trên chuyên mục E-magazine [PVS1].

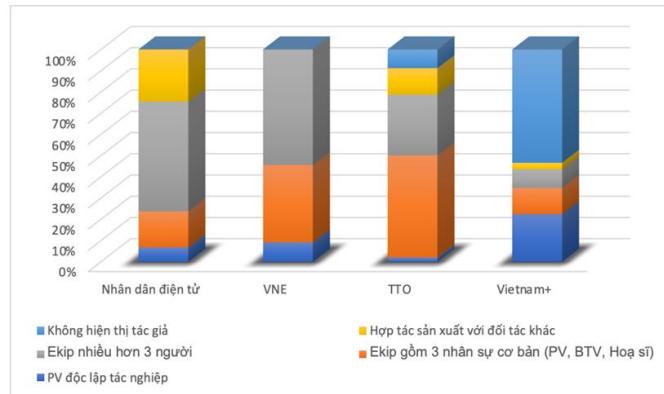
- Báo VNE với tiềm lực về kỹ thuật công nghệ rất mạnh, có thể nói là hàng ở Việt Nam hiện nay đã triển khai những giải pháp công nghệ tiên tiến trong tạo khung xương/cấu trúc dây (VD: wireframe,...), sử dụng các phần mềm chuyên dụng (ví dụ như figma) để đóng gói khung tác phẩm với đầy đủ thông tin, hình ảnh đã được thiết kế; nhân viên lập trình tiến hành mã hoá thành các câu lệnh... đem đến những trải nghiệm mới mẻ, riêng có cho người dùng [PVS13].

### 2.3.1.2. Phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh bước đầu được nhận diện và đầu tư sử dụng

Các TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh cơ bản được thực hiện bài bản, được chú trọng đầu tư nhiều về thời gian, trí tuệ của nhà báo, những tiến bộ của KHCN. Mức độ nhìn nhận và đầu tư sử dụng được thể hiện ở những nội dung cơ bản như:

*Thứ nhất*, thành phần tham gia thực hiện tác phẩm: Kết quả khảo sát

thành phần tham gia sản xuất TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh cho thấy, hầu hết các TPBC trong diện khảo sát không phải là sản phẩm do các phóng viên độc lập tác nghiệp, mà đại đa số đều phải huy động nguồn nhân lực lớn, với đội ngũ thực hiện cơ bản từ 3 vị trí nhân sự (Nhà báo/PV, BTV, Hoạ sĩ thiết kế trình bày) trở lên.



*Biểu đồ 2.14. Thành phần tham gia sản xuất TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (đơn vị tính: %)*

Riêng Vietnam+ không hiển thị tên tác giả cuối bài, còn lại 3 tờ báo Nhân dân điện tử, VNE và TTO đều có tỷ lệ bài báo là kết quả của sự hợp tác sản xuất bởi ekip từ 3 nhân sự trở lên chiếm đại đa số. Đặc biệt, VNE và Nhân dân điện tử là hai tờ báo có tỷ lệ các tác phẩm là sản phẩm của ekip nhiều hơn 3 nhân sự (xin được tạm gọi là bộ phận đổi mới, sáng tạo trong CQBC) cao nhất, lần lượt là 54,5% và 51.6%. Bộ phận này được các toà soạn định danh với nhiều chức danh cụ thể như: Tổ chức sản xuất/Tổ chức thực hiện, phụ trách nội dung, Trình bày; Ảnh, Video; Đồ hoạ...

*Thứ hai*, thời gian, kinh phí thực hiện các câu chuyện hình ảnh trên cũng là một trong những chỉ báo quan trọng để tác giả luận án nhận định: Phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh bước đầu được nhận diện và đầu tư sử dụng. Theo PVS 14, một trong 4 phóng viên nội dung trực tiếp tham gia thực hiện câu chuyện hình ảnh “Mùa hè khắc nghiệt” [190] đăng tải trên VNE ngày 19/6/2023: Tác phẩm trên có sự đóng góp của 4 phóng viên nội dung, 2 nhân viên đồ hoạ. Trong đó, bốn phóng viên nội dung gồm Thu Hằng - phụ trách báo chí chất lượng cao đóng vai trò là người triển khai, chấp nối các câu chuyện. Gia Chính phóng viên phụ trách lĩnh vực tài nguyên và môi trường đóng vai trò thu thập hàng nghìn trường dữ liệu quan trắc trong hàng chục năm của

hàng chục trạm quan trắc trên cả nước đồng thời ghi nhận công việc hằng ngày của thợ điện ở Hà Nội, phỏng vấn chuyên gia cho nội dung của bài. Phóng viên Đức Hùng thường trú tại Hà Tĩnh ghi nhận câu chuyện ở nơi có nhiệt độ cao nhất cả nước. Phóng viên Việt Đức ở địa bàn phía nam phụ trách phỏng vấn, ghi hình các chuyên gia. “Để thực hiện được tác phẩm, từ lúc triển khai đề tài đến khi tác phẩm lên trang mất gần hai tháng. Chi phí thực hiện rõ ràng sẽ tốn kém hơn các tác phẩm báo chí bình thường vì huy động nhân lực lớn, việc xây dựng các câu chuyện trong bài cũng sẽ mất công, mất sức nhiều hơn” [PVS14].

### *2.3.1.3. Phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh được sử dụng cho đa dạng các chủ đề tác phẩm*

Phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh ngày càng được sử dụng cho đa dạng các chủ đề tác phẩm khác nhau. Không bó buộc trong những đề tài lớn, mang tính toàn cầu, mà những đề tài gần gũi trong đời sống xã hội, hay cụ thể hơn là thời sự chính trị, văn hoá, kinh tế, khoa học, y tế, sức khoẻ, giáo dục... cũng sử dụng phương pháp này để truyền tải thông điệp tới công chúng.

Khảo sát các TPBC trên 4 tờ BMĐT, phần lớn sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung đều phản ánh các đề tài “Đời sống xã hội” (28,4%) và “Thời sự chính trị tổng hợp” (22%), sau đó đến các đề tài như “Văn hoá - Nghệ thuật - Giải trí - Du lịch” (14,2%), “Kinh tế” (12,8%). Các nhóm đề tài còn lại (gồm: Khoa học - Y tế - Sức khoẻ, Giáo dục, Môi trường, Thể thao) có tỷ lệ đăng tải dao động từ 1,5% - 7,5%. Điều này tương đối phù hợp với vai trò và chức năng cơ bản của thông tin báo chí cũng như tôn chỉ mục đích của các toà soạn báo.

Theo PVS 13, điều quan trọng nhất khi thực hiện các tác phẩm BMĐT chất lượng cao, chuyên sâu là đề tài đó có đủ dữ liệu để làm hay không. Dữ liệu ở đây không đơn thuần chỉ là thông tin được ghi lại bằng văn bản, mà phải là 1 bộ dữ liệu chất lượng về hàm lượng thông tin, đa dạng về chủng loại. Một trong những thực tế tại toà soạn hiện nay là trong nhiều thời điểm, ekip thực hiện gặp khó ở phần dữ liệu không đầy đủ chứ không phải là vấn đề đồ hoạ hay ứng dụng những giải pháp công nghệ tiên tiến trong quy trình sáng tạo tác phẩm. Điều này một lần nữa cho thấy phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh có thể sử dụng cho đa dạng các chủ đề tác phẩm khác nhau. Không

nhất thiết phải là những đề tài lớn, mang tính toàn cầu, hay đề tài gần gũi trong đời sống xã hội... mà điều quan trọng nhất là với đề tài đó, chủ đề đó NB/PV sẽ khai thác được hệ thống dữ liệu như thế nào.

Tuy vậy, không phải bất cứ câu chuyện về chủ đề nào cũng có thể chọn phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh để thể hiện. Dù thuộc chủ đề nào, thì đó phải là những câu chuyện có nhiều dữ liệu để khai thác, vùng ảnh hưởng rộng, tác động đến nhiều người. Bản thân sự việc diễn ra phải sinh động, có nhiều hoạt động, các hình ảnh chụp phải đảm bảo giúp độc giả hình dung dễ dàng hơn là đọc chữ, lượng dữ liệu thu thập về phải đủ lớn để có thể xây dựng đồ hoạ, biểu đồ...

#### *2.3.1.4. Việc kết hợp các dấu hiệu hình ảnh để kể chuyện bước đầu đem lại hiệu quả và hấp dẫn công chúng*

Cả 4 toà soạn diện khảo sát đã đạt được những thành công nhất định trong việc kết hợp các dấu hiệu hình ảnh phổ biến như: ảnh tĩnh, đồ hoạ thông tin, video để kể chuyện bằng hình ảnh một cách hiệu quả và hấp dẫn công chúng. Các chỉ báo thể hiện điều này có thể kể đến như: Tần suất sử dụng các dấu hiệu hình ảnh tương đối nhiều (đặc biệt dùng thường xuyên nhất là các dấu hiệu hình ảnh cơ bản như ảnh tĩnh và đồ hoạ thông tin); Đa dạng về nội dung thể hiện; Có khả năng tạo cảm xúc đối với công chúng tiếp nhận.

Về hình thức thể hiện, trình bày câu chuyện hình ảnh trên trang báo cũng phong phú, khi thì hình ảnh xuất hiện với kích thước lớn (full màn hình) gây ấn tượng mạnh về mặt thị giác đối với công chúng tiếp nhận ngay những giây đầu tiên tiếp cận câu chuyện, khi lại xuất hiện dưới dạng slideshow hoặc được sử dụng hiệu ứng thu phóng hình ảnh tạo ra tính chuyển động làm cho công chúng tiếp cận có cảm giác được tham gia, tương tác với câu chuyện với những hình ảnh chân thực, sống động.

Diễn hình có thể kể đến trong năm 2023, độc giả đã chia sẻ tới VNE hơn 5 triệu bình luận, ý kiến, tạo nên không gian tương tác cởi mở, hữu ích cho cộng đồng và là nguồn tham khảo quan trọng với những người làm chính sách [158]. Trong từng câu chuyện cụ thể cũng nhận về số lượng bình luận, ý kiến cuối bài lớn, thể hiện sức hấp dẫn, hiệu quả bước đầu trong việc thu hút công chúng. VD như tác phẩm “*Thế hệ công dân dờ dang*” trên VNE thu về 295 ý kiến của độc giả cùng với hàng ngàn lượt thích.

Xem xét số lượng tương tác, những phản hồi của độc giả được hiển thị phía cuối các tác phẩm diện khảo sát như một trong số các chỉ báo trong việc kết hợp các dấu hiệu hình ảnh để kể chuyện một cách hiệu quả. Tác giả luận án đã sử dụng công cụ Automation để chạy các câu jQuery truy vấn, nhằm thu nhận dữ liệu lượt react/like/share/comment của độc giả tương tác cuối mỗi bài đăng, thu được một số kết quả đối với 2 tờ BMĐT là TTO và VNE (riêng Nhân dân điện tử và Vietnamplus không có dữ liệu do các toà soạn này không hiển thị lượt tương tác/comment của độc giả phía cuối bài đăng). Kết quả cho thấy, top 10 các tác phẩm diện khảo sát có nhiều lượt react/like/share/comment của độc giả nhất ở mỗi báo đều là các tác phẩm sử dụng đa dạng, linh hoạt các dấu hiệu hình ảnh để kể chuyện. Trong đó ảnh tĩnh, video, đồ hoạ máy tính là những thành tố thường xuyên được kết hợp, đóng vai trò tương hỗ nhau trong truyền tải thông điệp mà tác phẩm chứa đựng.



Hình 2.9. Trích một số bình luận của độc giả phía cuối tác phẩm

*“Thị trường bất động sản, cần Bao Công hay Adam Smith?” trên TTO*

Đi sâu phân tích nội dung các comment của độc giả bằng công cụ tìm kiếm theo từ khoá, tác giả luận án nhận thấy tất cả các tác phẩm được đăng tải có lượt react/like/share/comment của độc giả tương tác cuối mỗi bài đăng đều thể hiện thái độ tích cực, thậm chí là vượt trên kỳ vọng của độc giả, để lại cho độc giả rất nhiều những ấn tượng tốt đẹp trong suy nghĩ, cảm xúc về công sức mà NB/PV đã đầu tư thực hiện tác phẩm. Dẫu biết “các bình luận của độc giả trên BMĐT phải trải qua quá trình biên tập, những bình luận đảm bảo một số các tiêu chí nhất định về nội dung, chính tả mới được toà soạn cho phép hiển thị” [PVS5,13] nhưng việc một tác phẩm BMĐT thu hút được nhiều lượt



react/like/share/comment của độc giả cũng là một chỉ báo cho thấy phần nào mức độ quan tâm của độc giả với những thông điệp mà NB/PV truyền tải trong câu chuyện của mình.

#### *2.3.1.5. Hình ảnh từ đồ họa máy tính ở các tờ soạn ngày càng được đầu tư về chất lượng*

Như đã phân tích ở mục 1.3.3. đồ họa máy tính có thể tồn tại dưới hai hình thức là: Đồ họa tĩnh (gồm infographic và đồ họa trang trí); Đồ họa thông tin động. Từ kết quả khảo sát mức độ sử dụng đồ họa máy tính ở các tác phẩm thuộc diện khảo sát, có thể thấy các hình ảnh đồ họa máy tính ở 4 tờ báo ngày càng được nâng tầm chất lượng, khẳng định thương hiệu, định hình phong cách kể chuyện hình ảnh ở mỗi tờ báo. Ngoài text, ảnh chụp, đồ họa tĩnh là yếu tố có tần suất sử dụng lớn trong các câu chuyện hình ảnh trên BMĐT (466/760 tác phẩm, chiếm 61,3%).

Theo PVS1, đồ họa thông tin không còn là một hình thức mới lạ trên BMĐT. Nhưng chất lượng nội dung và hình thức thể hiện đã có sự thay đổi đáng kể trong vài năm trở lại đây. Nếu trước đây, những infographic (chủ yếu là đồ họa tĩnh) trở thành phương thức thông tin quen thuộc của NB/PV thì hiện nay, trước những đòi hỏi của xu thế mới, sự thay đổi nhu cầu thị hiếu của công chúng hiện đại đã buộc những người làm báo tìm tòi, phát triển các hình thức thông tin bằng đồ họa máy tính. Một loạt các kỹ thuật được ứng dụng trong thiết kế và trình diễn thông tin đồ họa động như hình vẽ, đồ thị, biểu đồ, bảng, bản đồ, lược đồ biểu diễn thông tin dưới hình thức tương tác; hoặc là sự kết hợp đường nét, hình khối, màu sắc trong đồ họa tạo ra những hình ảnh, không gian 3D, cho phép người dùng tương tác trực tiếp với câu chuyện bằng cách nhấp chuột hoặc chạm vào các phần khác nhau của hình ảnh để tiếp tục câu chuyện...

Việc sử dụng hình ảnh đồ họa (tĩnh và động) nói chung là cách tiếp cận hiệu quả để giải thích một vấn đề phức tạp một cách minh triết, tạo ra ấn tượng đầu tiên cho độc giả và giúp họ dễ dàng tiếp cận với nội dung thông điệp. Trong đó, hình ảnh đồ họa tĩnh đặc biệt được sử dụng nhiều so với đồ họa động bởi sự đơn giản, tiết kiệm thời gian, chi phí và dễ dàng hơn trong quá trình thực hiện so với các đồ họa động [PVS2].

Dù không quá phổ biến như đồ họa tĩnh, nhưng đồ họa động vẫn là một

“vũ khí” lợi hại ở một số CQBC. VNE, Nhân dân điện tử là những điển hình trong việc sử dụng các đồ hoạ động để tạo ra những câu chuyện thực sự ấn tượng và riêng có. Đây là những tờ BMĐT rất thành công trong việc sử dụng công nghệ hiện đại nhằm phát triển các sản phẩm báo chí mới để thu hút độc giả. Không chỉ dừng lại ở việc sáng tạo các sản phẩm đồ hoạ động, mà các tờ báo này còn đổi mới từ những yếu tố truyền thống sẵn có. Đó chính là bước đột phá khiến cho những tờ báo này ngày càng trở thành một trong những tờ báo “tiên phong” của sự sáng tạo và phát triển. Sự sáng tạo là không giới hạn và nó đang ngày càng giúp phóng viên chuyển tải hết nội dung của sự kiện, vấn đề trên báo chí một cách hiệu quả.

### **2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân hạn chế của các tờ báo điện tử khảo sát trong sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh**

#### **2.3.2.1. Đơn điệu trong việc sử dụng ngôi kể chuyện**

Trong các tác phẩm điện tử khảo sát, tỷ lệ tác phẩm sử dụng ngôi kể thứ ba (nhà báo, tác giả) là nhiều nhất (thậm chí chiếm tỷ lệ áp đảo) để dẫn dắt và kể câu chuyện của mình (x.thêm biểu đồ 2.10). Ngôi kể thứ hai hoàn toàn không được sử dụng, ngôi kể thứ nhất đã sử dụng nhưng số lượng không đáng kể. Thực trạng này xuất phát từ sự phổ biến, tính chất khách quan trong thông tin mà việc dùng ngôi kể này đem lại, ngôi kể thứ ba là ngôi kể được ưa chuộng trong ngôn ngữ báo chí nói chung và BMĐT nói riêng ở VN. Tuy nhiên, điều này vô hình chung làm cho các câu chuyện hình ảnh có phần đơn điệu về ngôi kể chuyện. Bởi mỗi ngôi kể chuyện đều có những đặc điểm, thế mạnh khác nhau.

*Thứ nhất*, ngôi kể ảnh hưởng đến mức độ thân mật và liên kết giữa người đọc và nhân vật. Ngôi thứ nhất thường tạo cảm giác gần gũi và cá nhân hơn, trong khi ngôi thứ ba có thể tạo khoảng cách hoặc khách quan hơn. *Thứ hai*, ngôi kể có thể điều chỉnh cảm xúc và trải nghiệm của người đọc qua cách mà câu chuyện được kể. Ngôi thứ nhất có thể khiến người đọc cảm thấy họ đang trải nghiệm mọi sự kiện cùng với nhân vật, trong khi ngôi thứ ba có thể cung cấp nhiều góc nhìn khác nhau, làm phong phú thêm câu chuyện. *Thứ ba*, lựa chọn ngôi kể cũng có thể ảnh hưởng đến cách thức xây dựng kịch tính và duy trì sự bất ngờ trong câu chuyện. Mỗi ngôi kể đều có khả năng tiết lộ hoặc ẩn đi thông tin theo cách riêng, ảnh hưởng đến việc xây dựng sự hồi hộp và giải quyết mâu thuẫn trong câu chuyện.

Chính vì những đặc điểm và thế mạnh khác nhau như trên mà khi

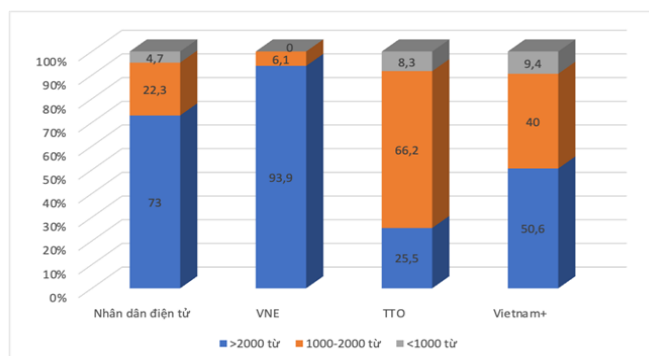
NB/PV sử dụng một cách linh hoạt, đa dạng các ngôi kể chuyện sẽ góp phần làm cho câu chuyện của mình được công chúng chú ý hơn.

2.3.2.2. *Việc xây dựng kết cấu câu chuyện hình ảnh mạch lạc, chặt chẽ với nhiều lớp lang trên các tờ báo điện khảo sát chưa được quan tâm nhiều*

Kết cấu câu chuyện hình ảnh có thể được phân thành hai dạng là kết cấu theo chiều ngang (với các chương, phần, mục được thiết kế) và kết cấu theo chiều dọc (với các lớp thông tin tương ứng số lần click chuột của độc giả để đi đến lớp thông tin trong cùng). Hiện nay, sử dụng kết cấu theo chiều ngang để kể chuyện bằng hình ảnh được sử dụng phổ biến hơn nhiều so với kết cấu theo chiều dọc.

Việc xây dựng kết cấu câu chuyện hình ảnh mạch lạc, chặt chẽ với nhiều lớp lang trên các tờ báo điện khảo sát chưa được quan tâm nhiều. Điều này thể hiện ở tỷ lệ những câu chuyện hình ảnh không chia phần, chia lớp vẫn còn khá cao ở một số BMĐT thuộc diện khảo sát.

Theo kết quả khảo sát kết cấu câu chuyện theo chiều ngang, Nhân dân điện tử và Vietnamplus là 2 BMĐT có số lượng tác phẩm không chia phần nhiều nhất chiếm tỷ lệ lần lượt là (30,8% và 37,6%). Trong khi các tác phẩm này, ngoài việc sử dụng hình ảnh là yếu tố quan trọng để truyền tải thông điệp, đều có dung lượng text rất lớn. Trong ba cơ quan BMĐT có tỷ lệ tác phẩm chứa >2000 từ nhiều nhất là Nhân dân điện tử, VNE và Vietnamplus thì có tới hai BMĐT (Nhân dân điện tử, Vietnamplus) có số lượng tác phẩm không chia phần nhiều nhất. Tương tự, ở khảo sát kết cấu câu chuyện theo chiều dọc, cả 4 tờ báo đều có số lượng tác phẩm không chia lớp rất cao (đều chiếm tỷ lệ trên 60%) dù dung lượng text trong các tác phẩm chiếm đa số từ 1000 từ trở lên.



Biểu đồ 2.15. Dung lượng text trong các tác phẩm thuộc diện khảo sát

Việc các tác phẩm có dung lượng dài (đa số trên 1000 từ), cùng hệ thống hình ảnh đa dạng, hàm lượng thông tin lớn... nhưng tỷ lệ tác phẩm có kết cấu thành các phần, các lớp lang lại chưa tương xứng cho thấy việc xây dựng kết cấu câu chuyện trong các tác phẩm diện khảo sát chưa được quan tâm nhiều. Điều này làm ảnh hưởng sâu sắc tới quá trình tiếp nhận/tâm lý tiếp nhận của công chúng. Bởi lẽ, các TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh đa số là những câu chuyện lớn, vùng ảnh hưởng rộng, tác động đến nhiều người, chứa đựng hàm lượng thông tin đồ sộ, phức tạp với dung lượng rất dài. Nếu không được kết cấu thành các phần (theo chiều ngang) hoặc các lớp (theo chiều dọc) sẽ gây khó khăn cho độc giả trong quá trình tiếp nhận thông tin.

### *2.3.2.3. Chưa tận dụng được tối đa sức mạnh của video khi kể chuyện bằng hình ảnh*

Video là phương tiện trực quan và sống động, giúp kể chuyện một cách sinh động và gợi cảm xúc. Trước những lợi thế riêng có của video, cả 4 tờ BMĐT thuộc diện khảo sát dù đều sử dụng video để truyền tải những câu chuyện hình ảnh tuy nhiên mức độ sử dụng chưa nhiều, video thường xuất hiện xen kẽ ở giữa tác phẩm hoặc có thể là video mở đầu tác phẩm. Với sự phát triển của công nghệ và kỹ thuật hiện đại, có rất nhiều các kiểu video có thể ứng dụng trong truyền tải thông điệp trên báo chí. Nhưng trên thực tế, loại video với hình ảnh và âm thanh thông thường (kiểu truyền thống) được sử dụng nhiều nhất cũng chỉ đạt tỷ lệ 14,2%. Video nền được sử dụng nhiều thứ hai nhưng chỉ có 12 tác phẩm diện khảo sát sử dụng. Các dạng thức video còn lại rất hiếm hoi trong các tác phẩm BMĐT. Việc sử dụng video ít về số lượng và tần suất là một chỉ báo cho thấy video chưa được các NB/PV sử dụng nhiều để phát huy thế mạnh của dạng thức này trong chuyên tải thông điệp tới công chúng.

Đi sâu tìm hiểu quy trình sáng tạo tác phẩm bằng phương pháp PVS những người thực hiện, các ý kiến trả lời đều thống nhất: độc giả của họ rất thích xem video, tuy nhiên việc quyết định có thể dùng video hay không phụ thuộc vào nhiều yếu tố như bối cảnh câu chuyện, năng lực tác nghiệp tại hiện trường của NB/PV, mục đích sử dụng video để làm gì?... [PVS2,8,13,14]. Đây đều là các yếu tố quan trọng không chỉ tác động đến tần suất, mức độ sử dụng mà còn ảnh hưởng tới chất lượng video trong các câu chuyện hình ảnh trên BMĐT.

Trong số các tác phẩm diện khảo sát, một số tác phẩm sử dụng video với hình ảnh và âm thanh thông thường, không thực sự được đầu tư về nội

dung và hình thức của video. Điển hình có thể kể đến tác phẩm “Nông nghiệp vững vai trò trụ đỡ” - trong Chuyên đề chuyên sâu “Dự báo năm 2023” gồm chuỗi bài phỏng vấn dành đạo bộ, ngành, địa phương và chuyên gia các lĩnh vực đăng trên báo Nhân dân điện tử. Tác phẩm có sử dụng đa dạng các thành tố hình ảnh khác nhau như ảnh full màn hình được thiết kế cùng tiêu đề bài báo hoặc không, các đồ họa trang trí, đồ họa thông tin tìn, video... để kể một câu chuyện toàn cảnh ngành nông nghiệp Việt Nam qua phần trả lời phỏng vấn của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Lê Minh Hoan. Tuy nhiên, video được sử dụng trong câu chuyện này gần như không đem lại nhiều giá trị, không có cả khả năng hấp dẫn thị giác. Video có dung lượng dài gần 4 phút, nhưng từ đầu đến cuối chỉ là một khuôn hình duy nhất, không có sự tương tác giữa người phỏng vấn và người được phỏng vấn [Phụ lục 7, Hình 11]. Rõ ràng, trong tình huống này, việc sử dụng video thiếu ấn tượng về mặt hình ảnh, chưa hấp dẫn về nội dung vô hình chung chỉ làm cho dung lượng tác phẩm nặng hơn, khó lưu trữ và ảnh hưởng tới tốc độ hiển thị tác phẩm chứ không thể khiến cho tác phẩm trở nên hấp dẫn hơn, thông tin dễ được tiếp nhận hơn. Tóm lại, dù việc dùng video trong tổng thể TPBC bằng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh chỉ là điểm xuyết, với tỷ lệ vừa phải nhưng chất lượng của video phải có giá trị tạo điểm nhấn, tinh, chứ không phải là sử dụng đại trà, đăng video càng nhiều càng tốt.

Trải nghiệm xem video trong các tác phẩm BMDT cũng đặt ra nhiều vấn đề đáng suy nghĩ. Trên Nhân dân điện tử, trải nghiệm xem video có phần bất tiện khi độc giả cần dừng thao tác lăn chuột, bấm nút play và chờ load từ 3s đến 5s thì video mới chạy. Điều này ảnh hưởng lớn tới trải nghiệm xem của độc giả. Còn TTO, video sẽ tự động phát sau 3s. Việc sử dụng video để kể chuyện của nhà báo cũng gặp nhiều khó khăn bởi để sản xuất video đòi hỏi sự kết hợp của nhiều yếu tố như: kỹ năng tác nghiệp, thiết bị, bộ nhớ lưu trữ dung lượng lớn...[PVS18].

*2.3.2.4. Về việc tuân thủ các nguyên tắc trong sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh cũng bộc lộ một số hạn chế nhất định*

*Thứ nhất*, dù sử dụng các thành tố của hình ảnh làm yếu tố quan trọng, kết hợp với văn bản để tạo câu chuyện hoàn chỉnh, nhưng tỷ lệ hình ảnh có khả năng tự nói lên thông điệp, sử dụng hình ảnh ẩn dụ để truyền tải ngữ cảnh ở đa số các báo điện khảo sát vẫn còn thấp, riêng VNE có sự khác biệt đáng kể.

Để hình ảnh tự nói lên thông điệp, lược bớt văn bản (text) và các yếu tố không cần thiết được xem là yếu tố quan trọng nhất của phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh. Dù vậy, các tờ báo Nhân dân điện tử, TTO và Vietnam+ đều đã dùng nguyên tắc này để kể chuyện, nhưng mức độ sử dụng còn tương đối thấp. Trong khi đó, VNE là tờ báo dùng hình ảnh “kể” cho công chúng “nghe” nhiều nhất có thể.

Kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung nói chung và sáng tạo tác phẩm BMDT nói riêng cần được thực hiện với việc chặt lọc kỹ càng từng hình ảnh, để tận dụng tối đa từng bức ảnh hoặc khung hình. NB/PV có thể sử dụng phép ẩn dụ trực quan để tạo chiều sâu ý nghĩa cho hình ảnh. Tuy nhiên trên thực tế, nguyên tắc này dường như chưa được coi trọng ở các tờ báo Nhân dân điện tử, TTO và Vietnam+. Minh chứng là tỷ lệ này còn thấp. Chỉ có VNE nhỉnh hơn với tỷ lệ 42,4% tác phẩm sử dụng phép ẩn dụ trực quan để tạo chiều sâu ý nghĩa cho hình ảnh.

Ví dụ, hình ảnh những người bán hàng rong trên đường Nguyễn Hữu Cảnh, người dân ăn uống đông đúc trên một vỉa hè quận Gò Vấp hay hình ảnh khách hàng ngồi tràn ra vỉa hè trước các quán cà phê trên đường Nguyễn Siêu... trong tác phẩm “*Kinh tế vỉa hè - thị trường vô thừa nhận*” [193] trên báo điện tử VNE dù không mang một thông điệp hiển ngôn nào, nhưng khi nhìn vào những hình ảnh này, chúng ta đều thấy rằng: dù không được thừa nhận, nhưng hoạt động kinh doanh trên vỉa hè đã và đang rất phát triển, đem lại nguồn thu nhập lớn cho không ít tiểu thương. Thậm chí, hè phố không chỉ là nơi những người buôn bán nhỏ mưu cầu sinh kế, mà có khả năng tạo ra các doanh nghiệp triệu USD, hấp dẫn nhà đầu tư như nhiều start-up công nghệ thời thượng (qua câu chuyện của Đoàn Văn Minh Nhựt và Hồ Đức Hải - hai nhà đồng sáng lập thương hiệu Bánh mì Má Hải được PV/NB đề cập trong bài viết). NB/PV đã khéo léo sử dụng phép ẩn dụ trực quan để tạo chiều sâu ý nghĩa cho hình ảnh, từ đó truyền tải thông điệp: dù đi ngược với chức năng giao thông vốn có, nhưng kinh tế vỉa hè vẫn tồn tại, thậm chí trở thành một trong những bộ phận quan trọng nhất của kinh tế phi chính thức - khu vực sản xuất, kinh doanh không có tư cách pháp nhân. Từ đó, bài báo đưa ra một vấn

đề đáng bàn luận về việc tìm lời giải cho bài toán kinh tế vĩa hệ tại Việt Nam sao cho vừa hợp tình vừa hợp lý.

*Thứ hai*, tính chuyển động của hình ảnh chưa được chú trọng nhiều. Riêng VNE quan tâm điều này hơn cả. Bộ não của con người luôn được điều chỉnh để chuyển động. Chuyển động biểu thị sự thay đổi, và bộ não luôn đánh giá sự thay đổi đó là tốt hay xấu. Mặc dù video truyền thống cũng được xem là hình ảnh động, nhưng cùng với sự ra đời của loại hình BMĐT, sự phát triển của công nghệ truyền thông, NB/PV sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT hoàn toàn có thể làm mới câu chuyện hình ảnh của mình bằng các hiệu ứng ảnh động trong nhiếp ảnh, ảnh GIF... nhằm đem đến những trải nghiệm vừa đảm bảo tính chân thực nhưng cũng đầy rẫy sự mới mẻ, hấp dẫn đối với độc giả của mình. Dầu vậy, để giúp độc giả của mình “đắm chìm” trong câu chuyện hình ảnh với đầy rẫy những chuyển động, đòi hỏi PV/NB và cả hệ thống CQBC thực sự đầu tư về chất lượng nội dung tác phẩm cũng như nền tảng công nghệ tiên tiến, hiện đại - đây là điều không phải CQBC truyền thống nào cũng có thể đáp ứng ngay được. Do đó, tỷ lệ sử dụng hình ảnh động ở đa số các tờ báo điện khảo sát chưa cao, thậm chí TTO hầu như không sử dụng hình ảnh động (chỉ có 0,5% tác phẩm sử dụng hình ảnh động).

Riêng VNE với thế mạnh nổi bật về nền tảng công nghệ, tờ báo này nhanh chóng cho thấy sự quan tâm, chú trọng đến tính chuyển động của hình ảnh (với tỷ lệ 69,7%). Các biểu đồ tương tác, bản đồ tương tác, đồ họa thông tin động, hình ảnh động... liên tục được thiết kế và sử dụng trong các tác phẩm điện khảo sát của VNE.

*2.3.2.5. Định dạng của các câu chuyện hình ảnh chưa được thiết kế đa nền tảng, hầu hết mới được thiết kế cho định dạng website*

Các tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh thường là sự kết hợp của rất nhiều các dấu hiệu hình ảnh (tĩnh và động), vì vậy không tránh khỏi việc thời gian truy cập các tác phẩm này sẽ lâu hơn bởi dung lượng lớn. Đây cũng là một hạn chế của việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo TPBC. Khi hiển thị trên các thiết bị khác như điện thoại thông minh độc giả rất khó tương tác và trải nghiệm đọc, xem cũng bị hạn chế rất nhiều.

Hệ thống đồ họa với nhiều dữ liệu thống kê được trình bày thành các

bản/biểu đồ tương tác, nhiều chú thích được trình bày với cỡ chữ nhỏ trở nên khó theo dõi khi xem qua màn hình điện thoại. Bên cạnh đó, các TPBC chất lượng cao sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh hầu hết được thiết kế cho định dạng website, nên khi hiển thị trên các sản phẩm điện thoại thông minh, thao tác của người dùng rất khó tương tác. Đơn cử như trong tác phẩm “Dòng tiền hồi lộ chuyến bay giải cứu” [194], các biểu đồ đồ họa tương tác, những thống kê về “dòng tiền hồi lộ vụ chuyến bay giải cứu từ 2020 đến tháng 1/2022”; về “so sánh số tiền tham nhũng từ doanh nghiệp của các quan chức tại 5 Bộ”... khi thực hiện xem bằng định dạng mobile đều rất bé, khó theo dõi. Thậm chí, đồ họa thông tin động mô phỏng đường dây nhận hồi lộ từ các doanh nghiệp đến 21 bị can ở 5 Bộ, VPCP và 2 địa phương - được xem là dữ liệu hình ảnh “đắt giá” nhất trong bài lại chỉ hiển thị được trên định dạng website, còn định dạng mobile lại không thể hiện thị.

Toàn bộ quá trình đưa, nhận, môi giới, lừa đảo hồi lộ được mô phỏng bằng đồ họa động một cách trực quan, giúp lý giải vấn đề một cách minh triết. Mỗi click chuột của độc giả ở một vị trí trong đồ họa động này sẽ tạo ra những chuyển động về đường đi của dòng tiền hồi lộ trong mối quan hệ phức tạp giữa 21 bị can ở 5 Bộ, Văn phòng chính phủ và 2 địa phương trực tiếp liên quan đem đến cho độc giả cảm giác chân thực, sống động, như được “đắm chìm” trong câu chuyện mà nhà báo đang kể [Phụ lục 7, Hình 12].

Trong khi đó, độc giả đọc qua điện thoại thông minh, sẽ chỉ nhìn thấy biểu đồ dưới dạng thống kê đơn thuần. Dù là biểu đồ tương tác, được chia thành các lớp thông tin... nhưng rõ ràng kém hấp dẫn hơn, khó hình dung bao quát về vấn đề hơn so với phiên bản website [Phụ lục 7, Hình 13].

Nhìn chung, trước xu thế báo chí điện thoại đang ngày càng phát triển, việc không tích hợp cho người dùng trên điện thoại có thể là một bất lợi của tờ báo khi muốn lôi kéo nhiều lượt truy cập tới các bài viết của mình.



## Tiểu kết chương 2

Toàn bộ nội dung chương 2 tập trung làm rõ thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT trên cơ sở 7 tiêu chí đánh giá ở chương 1 của luận án này. Tác giả khoanh vùng hướng nghiên cứu của mình ở góc độ sử dụng hình ảnh là yếu tố **quan trọng** (kết hợp cùng văn bản và các kỹ thuật truyền thông khác) để kể chuyện trong tác phẩm BMĐT, do đó chỉ lựa chọn nghiên cứu và khảo sát các TPBC đăng tải trên trên 4 chuyên mục tương ứng 4 tờ BMĐT. Từ những dữ liệu khách quan thu được từ quá trình khảo sát tác phẩm bằng bảng mã phân tích, PVS 20 trường hợp, tiến hành code hệ thống Automation dựa trên nền tảng thư viện mở Selenium để chạy các câu jQuery truy vấn nhằm thu nhận dữ liệu lượt react/like/share/comment của độc giả tương tác cuối mỗi bài đăng... nghiên cứu thu được một số thực trạng sau đây:

Về thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố **nội dung** tác phẩm BMĐT:

*Thứ nhất*, đề tài/chủ đề/mục đích sử dụng hình ảnh trong các tác phẩm điện khảo sát là rất đa dạng.

*Thứ hai*, các thành tố của hình ảnh được sử dụng linh hoạt, kết nối với văn bản tạo ra thông điệp rõ ràng.

*Thứ ba*, về mức độ tuân thủ các nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh, tác giả nhận thấy một số thực trạng như:

- ◆ Cõi hiện thực là đối tượng phản ánh và sử dụng hình ảnh có khả năng tạo ra nhiều cửa tiếp nhận dành cho công chúng là 2 nhóm nguyên tắc kể chuyện bằng hình ảnh được sử dụng nhiều nhất ở các tờ báo điện khảo sát.

- ◆ VNE nổi trội với khả năng kể một câu chuyện hình ảnh hoàn chỉnh, có bối cảnh, diễn biến, cao trào và kết thúc. Trong đó, có ít nhất một hình ảnh mạnh mẽ nhất kết hợp cùng nội dung quan trọng để tác động tới cảm xúc của công chúng, tạo cao trào.

- ◆ Vấn đề pháp luật và đạo đức nghề nghiệp khi sử dụng hình ảnh trong tác phẩm BMĐT được thể hiện ở việc dẫn nguồn ảnh, sử dụng AI là công cụ hỗ trợ đắc lực, giúp nhà báo có thể tạo ra hình ảnh chất lượng và nhanh chóng.

Về thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng

tạo các yếu tố **hình thức** tác phẩm BMĐT: *Thứ nhất*, các câu chuyện được xây dựng theo kết cấu chiều dọc hoặc chiều ngang. *Thứ hai*, các tác phẩm điện khảo sát thường khai thác ưu thế từ góc nhìn của người đang quan sát mọi hoạt động diễn ra để kể chuyện (sử dụng ngôi thứ 3 để kể chuyện). *Thứ ba*, sử dụng tương đối đa dạng, linh hoạt các cách thức tiến hành (tuyến tính, phi tuyến tính, kết hợp) để trình bày diễn biến sự kiện/vấn đề/nhân vật.

Về thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong triển khai **quy trình** sáng tác tác phẩm BMĐT được thể hiện ở (i) Cách thức lựa chọn, phát hiện đề tài; (ii) Thực trạng NB/PV khai thác và xử lý các dữ liệu hình ảnh và (iii) Thực trạng tạo khung, sử dụng hiệu ứng kỹ thuật để kể chuyện bằng hình ảnh trong các tác phẩm điện khảo sát của NB/PV.

Từ kết quả khảo sát thực trạng, tác giả làm rõ 5 thành công chính và phân tích nguyên nhân thành công của việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trên các tờ báo điện khảo sát theo góc nhìn riêng như: Cả bốn tờ báo là các toà soạn tiên phong trong ứng dụng, đổi mới, sáng tạo các hình thức làm báo hiện đại; Phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh bước đầu được nhận diện và đầu tư sử dụng; Phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh được sử dụng cho đa dạng các chủ đề tác phẩm; Việc kết hợp các dấu hiệu hình ảnh để kể chuyện đã đem lại hiệu quả và hấp dẫn công chúng; Đồ họa thông tin ở các toà soạn ngày càng được đầu tư về chất lượng.

Ngoài ra, tác giả khái quát 5 hạn chế và phân tích nguyên nhân các hạn chế của việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT như sau: *Một là*, đơn điệu trong việc sử dụng ngôi kể chuyện. *Hai là*, việc xây dựng kết cấu câu chuyện hình ảnh mạch lạc, chặt chẽ với nhiều lớp lang trên các tờ báo điện khảo sát chưa được quan tâm nhiều. *Ba là*, chưa tận dụng được tối đa sức mạnh của video khi sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh. *Bốn là*, việc tuân thủ các nguyên tắc trong sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh cũng bộc lộ một số hạn chế nhất định. *Năm là*, định dạng của các câu chuyện hình ảnh chưa được thiết kế đa nền tảng, hầu hết mới được thiết kế cho định dạng website.

### Chương 3

## VẤN ĐỀ ĐẶT RA, GIẢI PHÁP, KHUYẾN NGHỊ NHẪM THỨC ĐẨY SỬ DỤNG PHƯƠNG PHÁP KỂ CHUYỆN BẰNG HÌNH ẢNH TRONG SÁNG TẠO TÁC PHẨM BÁO MẠNG ĐIỆN TỬ

### 3.1. Những vấn đề đặt ra đối với việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử

#### 3.1.1. *Đòi hỏi sự thống nhất về nguyên tắc, quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử*

Kết quả PVS đội ngũ những người làm báo tại 4 toà soạn diện khảo sát đều thừa nhận vai trò của hình ảnh trong các TPBC, nhất là trong xu hướng báo chí thị giác (visual journalism), báo chí dữ liệu như hiện nay [Phụ lục 2]. “Hình ảnh giúp cho các TPBC trở nên sinh động, hấp dẫn độc giả hơn. Ngoài ra, chúng còn đóng vai trò hỗ trợ thông tin, giúp cho các lập luận của nhà báo trở nên vững chắc và có tính thuyết phục hơn” [PVS5]. Tuy nhiên, từ nhận thức về phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo TPBC còn “mơ hồ” về quy trình, chưa tường minh về các nguyên tắc sử dụng phương pháp này; dẫn đến khó khăn trong quá trình tổ chức và thực hiện.

Thực trạng này tạo ra *mâu thuẫn đòi hỏi phải có sự thống nhất về nguyên tắc, quy trình sử dụng và tính kinh nghiệm, không tập trung, thiếu nhất quán* của các bộ phận bên trong toà soạn trong việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh khi sáng tạo tác phẩm BMĐT. Nói cách khác, ứng dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh chỉ đem lại hiệu quả tối ưu khi mỗi CQBC xác định được rõ mục tiêu, nội dung và xây dựng được hệ thống nguyên tắc, quy trình sử dụng thống nhất, đáp ứng được yêu cầu đặc thù của các dạng TPBC sử dụng phương pháp sáng tạo này. Cần xây dựng quy trình cụ thể cho việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong tổng thể quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT chất lượng cao.

Khảo sát bằng phiếu hỏi với 100 học viên Cao học Quản lý báo chí truyền thông tháng 5 năm 2022 tại Học viện Báo chí và Tuyên truyền cho những dữ liệu về nhu cầu được tập huấn về báo chí số, ứng dụng công nghệ

trong sáng tạo nội dung, quản trị tòa soạn số là rất cao (65% ở cơ quan báo chí trung ương, 82% ở cơ quan báo chí địa phương). Trích dẫn ý kiến phỏng vấn nhóm người trả lời là lãnh đạo các cơ quan báo chí địa phương:

*Chúng tôi cần được chỉ dẫn cụ thể là cần mua sắm, lắp đặt cơ sở hạ tầng kỹ thuật gì, làm báo chí dữ liệu là làm những việc gì, phân phối trên các nền tảng là những nền tảng nào, cụ thể ra sao, ứng dụng trí tuệ nhân tạo và công nghệ, sự khác biệt của các nền tảng là như thế nào. Chúng tôi chưa có nhân lực lãnh đạo và người tổ chức thực hiện được công nghệ số chất lượng và đồng bộ [37].*

Dù mới đề cập tới “dữ liệu” nói chung, nhưng nghiên cứu trên phần nào cho thấy sự thiếu đồng bộ trong nhận thức từ lãnh đạo các CQBC đến đội ngũ những nhà báo thực thi hoạt động thu thập thông tin dữ liệu nói chung, hình ảnh nói riêng, xâu chuỗi chúng thành một câu chuyện, được biểu diễn nhờ sự hỗ trợ của các công nghệ đa phương tiện. Nguyên nhân chủ yếu của thực trạng này là: Các khâu, các bước của quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung và hình thức tác phẩm BMDT chất lượng cao được tiến hành phụ thuộc vào tính sáng tạo, năng lực, trình độ cá nhân của người tổ chức và thực hiện, đặc biệt là những kinh nghiệm làm báo của cá nhân. Bằng kinh nghiệm và tính sáng tạo cá nhân, những thành công của họ, nếu được khẳng định thường xuyên, trở thành “mẫu” để cho các hoạt động khác theo đó làm theo, mà không xem xét được ưu điểm, hạn chế, nguy cơ, thách thức của việc làm theo “mẫu” đó.

Như vậy là, bên cạnh việc phụ thuộc vào kinh nghiệm và sự sáng tạo của một số cá nhân trong CQBC, do thiếu hụt một khung tiêu chí hoặc một quy trình sử dụng được chuẩn hoá, ngay cả những khâu những bước để tạo ra tác phẩm chất lượng cao được coi là “mẫu” vẫn thể hiện những hạn chế khó tránh. Ví dụ, hầu hết trong “mẫu” không chú trọng tới những ưu thế riêng có của từng dạng thức hình ảnh, dẫn tới nguy cơ sử dụng hình ảnh không hiệu quả, tạo sự nhầm lẫn, làm nặng dung lượng tác phẩm một cách không cần thiết. Bên cạnh đó, không có sự nhất quán trong nguyên tắc sử dụng hình ảnh của các đối tác, các kênh truyền thông khác, hay của AI, dẫn tới tình trạng khó xác định được nguồn

tin, kiểm chứng thông tin... dẫn đến nguy cơ khủng hoảng. Việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các tác phẩm BMĐT chất lượng cao nhằm khẳng định thương hiệu, uy tín của tòa soạn nếu chỉ phụ thuộc vào các cá nhân có kinh nghiệm cũng có thể dẫn tới tình trạng không thể thay thế với một số vị trí thực hiện, quản lý các dự án báo chí chất lượng cao, từ đó dẫn tới khủng hoảng nhân lực nếu có những sự chuyển đổi nhân sự, cũng là một nguyên nhân gây khủng hoảng trong CQBC.

### ***3.1.2. Chất lượng tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh chưa tương xứng với số lượng tác phẩm đăng tải***

Như đã phân tích ở mục 2.2, kết quả khảo sát bằng bảng mã phân tích các TPBC tại các chuyên mục Emagazine, Megastory, Spotlight (thuộc 4 tờ BMĐT) trong thời gian một năm từ tháng 1/2023 đến hết tháng 12/2023 cho thấy số lượng tác phẩm được đăng tải ở các chuyên mục này có sự phân hoá rõ rệt giữa các báo.

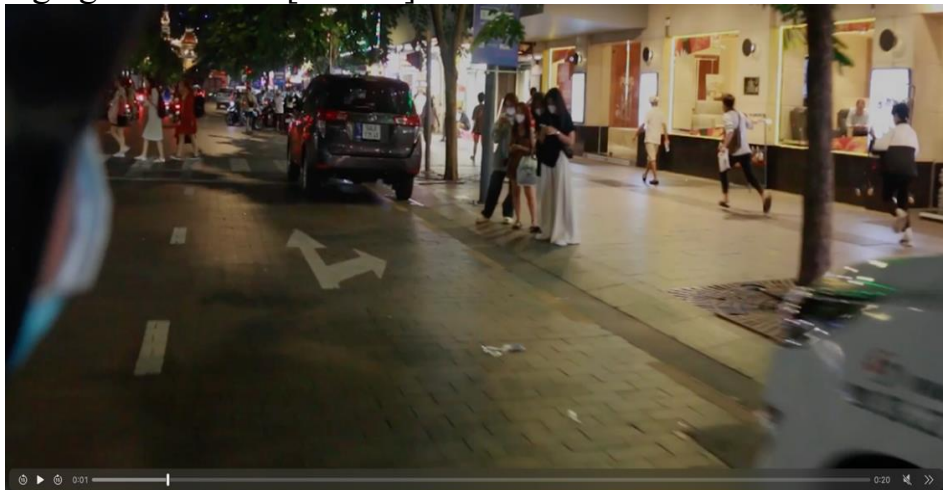
Cùng trong khoảng thời gian một năm, báo Nhân dân điện tử có tần suất đăng tải tác phẩm ở chuyên mục E-magazine là nhiều nhất (chiếm tỷ lệ 44,9%). Tiếp sau đó là báo TTO (chiếm tỷ lệ 28,4%), Vietnam (chiếm tỷ lệ 22,4%). Đáng chú ý, trong nhóm 4 tờ BMĐT được lựa chọn khảo sát, VNE được đánh giá là tờ báo hiện đại, luôn đi đầu trong việc ứng dụng những phương pháp mới để sáng tạo nội dung và trình bày tác phẩm nhưng lại chỉ có 33 tác phẩm (chiếm tỷ lệ 4,3%) được đăng tải tại chuyên mục Spotlight trong suốt một năm.

Có sự chênh lệch lớn về số lượng tác phẩm được đăng tải giữa các báo các báo Nhân dân điện tử, TTO và Vietnamplus với báo VNE là vậy, nhưng chất lượng các tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trên 3 tờ BMĐT này lại chưa thực sự tương xứng với số lượng tác phẩm mà các tòa soạn đã thực hiện.

Trong khi đó, VNE là tờ BMĐT hiện đại, ứng dụng nhiều kỹ thuật công nghệ mới vào sản xuất các sản phẩm báo chí số lại có số lượng các TPBC chất lượng cao tại chuyên mục Spotlight rất khiêm tốn (chỉ đăng tải 33 bài/năm) so với các trang BMĐT còn lại nhưng lại có hiệu quả truyền tải thông tin “đáng nể”. Có 2 lý do chính dẫn đến thực tế này:

*Một là*, hiện nay, VNE đánh giá sản phẩm trên 2 nhóm chỉ số: Volume (pageview, user) và Ingest (chỉ số gắn kết của độc giả) – Ví dụ, độc giả đọc bao nhiêu, độc giả kéo đến đâu, tỷ lệ % đọc hết bài, tỷ lệ đọc hiệu quả... Theo PVS13, “những bài chuyên sâu đăng tải trên mục Spotlight được một “đặc quyền” từ Ban biên tập đó là tập trung đầu tư vào chỉ số Ingest (chỉ số gắn kết của độc giả) và thực tế chỉ số này của các tác phẩm trên mục Spotlight luôn luôn thuộc top đầu của toà soạn, cao hơn trung bình gấp nhiều lần. Tất nhiên trong quá trình sáng tạo tác phẩm, ekip thực hiện vẫn cố gắng để tác phẩm của mình đạt hoàn hảo cả 2 chỉ số, nhưng điều này là rất khó”.

*Hai là*, toà soạn định nghĩa đây là một sản phẩm tạo uy tín. Điều này có thể hiểu: bất kỳ toà soạn nào cũng phải bỏ chi phí để PR, tại sao thay vì sử dụng tiền để PR sản phẩm thì không dùng để đầu tư vào những TPBC chất lượng? Nó vừa là để PR cho toà soạn, vừa để các NB/PV, BTV trong toà soạn nhìn thấy “có những sản phẩm thực sự chất lượng và tôi có thể tạo nó”. Đây như một cách để tiếp thêm động lực làm nghề, đam mê với nghề của đội ngũ những người làm báo [PVS13].



“Máy nay đô thị có đi không?”

Chị Lê Thị Chi (41 tuổi) hỏi bảo vệ quán hủ tiếu bằng chất giọng Quảng Ngãi.

*Hình 3.1. Video full màn hình được sử dụng để kể câu chuyện lẩn tránh vỉa hè tại Sài Gòn (nguồn: VNE)*

Bên cạnh đó, chất lượng tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh chưa tương xứng với số lượng tác phẩm đăng tải còn thể hiện

ở việc các tác phẩm chưa tận dụng được tối đa ưu thế của một số dạng thức hình ảnh để truyền tải câu chuyện. Ví dụ, hiệu quả mà video đem lại trong các câu chuyện hình ảnh là không thể phủ nhận. Chẳng hạn như trong bài “Cuộc trốn tìm trên vỉa hè Sài Gòn” [181], ngay khi truy cập, độc giả sẽ thấy xuất hiện một video full màn hình ghi lại hình ảnh cuộc rượt đuổi đến nghẹt thở giữa đại diện cơ quan chức năng và các tiểu thương trên một tuyến vỉa hè Sài Gòn.

Đây là một video hiện trường với hình ảnh và âm thanh thông thường, tuy nhiên đã được sử dụng thêm các hiệu ứng kỹ thuật để dán text trực tiếp vào hình ảnh nhằm giải thích, bổ sung thông tin cho thông điệp mà nhà báo muốn truyền tải. Phía dưới đoạn video này là lời thoại của các nhân vật được đề cập trong câu chuyện. Cách làm này ngoài việc đưa độc giả vào giữa bối cảnh của câu chuyện, còn tạo ra sự thích thú ngay từ những giây phút đầu tiên khi độc giả tiếp nhận tác phẩm. Tuy nhiên ưu thế của video dường như lại chưa được tận dụng tối đa khi thực tế số lượng tác phẩm BMĐT sử dụng video để kể chuyện còn rất khiêm tốn. Là hai toà soạn dẫn đầu về tần suất sử dụng video để kể chuyện, nhưng VNE và Vietnam+ cũng chỉ đạt tỷ lệ tương đối thấp, chỉ giao động từ 23,5-24,2% trên tổng số lượng tác phẩm diện khảo sát, hai báo BMĐT còn lại chỉ đạt tỷ lệ ~10%.

### ***3.1.3. Đòi hỏi nguồn nhân lực chất lượng cao, mang tính đồng bộ, có khả năng phối hợp ăn ý***

Yếu tố con người vẫn là yếu tố cốt lõi trong quy trình sáng tạo tác phẩm. Đặc biệt với các tác phẩm BMĐT chất lượng cao, chuyên sâu, những đòi hỏi về kỹ năng tác nghiệp đa phương tiện, mức độ am hiểu vấn đề/sự việc/sự kiện/nhân vật..., tư duy hình ảnh, tư duy sáng tạo... là những yêu cầu quan trọng quyết định tới chất lượng tác phẩm. Nhưng trên thực tế, việc tuyển dụng nhân sự đảm trách các sản phẩm báo chí chất lượng cao, đáp ứng được những yêu cầu trên gặp rất nhiều khó khăn. Đơn cử như trường hợp báo VNE, việc tuyển dụng nhân sự chất lượng cao làm việc tại ban Spotlight diễn ra từ khi thành lập ban đến nay vẫn chưa đáp ứng được những đòi hỏi từ thực tiễn. “Chúng tôi sử dụng rất nhiều các hình thức khác nhau để tuyển người như

đăng tuyển trên các phương tiện TTĐC, qua kênh của các giảng viên khoa Báo chí - Trường ĐH KHXH&NV Tp.HCM, qua các mối quan hệ cá nhân... nhưng trong vòng hơn 1 năm từ khi thành lập ban (tháng 4/2023) đến nay, ban cũng chỉ tuyển được 6 nhân sự dù thực tế có nhiều hồ sơ apply và đã tiến hành phỏng vấn hơn 20 hồ sơ ứng tuyển nhưng không phải ứng viên nào cũng đáp ứng được những yêu cầu về chuyên môn nghiệp vụ” [PVS13].

Với một số câu chuyện có nội dung phức tạp hoặc trừu tượng, việc diễn đạt chúng thông qua hình ảnh đòi hỏi sự sáng tạo và kỹ năng nghệ thuật cao của đội ngũ những người thực hiện. Một trong những khó khăn khi thực hiện các sản phẩm này là lượng dữ liệu thu thập về phải đủ lớn để xây dựng thành câu chuyện hình ảnh với sự tham góp của rất nhiều các dấu hiệu hình ảnh như hình ảnh tĩnh, video, bản/biểu đồ tương tác, đồ họa thông tin... Để tiếp cận các nguồn dữ liệu hàng chục năm nhiều lúc không thuận lợi, phóng viên phải vận dụng các mối quan hệ trong nhiều ngày để có thể lấy được các dữ liệu này. Do đó, cần đội ngũ những phóng viên đa năng, giàu kinh nghiệm và mạng lưới mối quan hệ đủ rộng để có thể khai thác được các dữ liệu quan trọng [PVS5].

Dù rằng, để thực hiện các TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh hiệu quả, ekip sẽ lên các kịch bản từ lý tưởng nhất cho đến tối thiểu có thể đạt được nhằm ứng phó với các khả năng tiếp cận thông tin của phóng viên. Nhưng việc tìm các lát cắt hình ảnh để thể hiện đề tài mong muốn cũng không đơn giản vì thường phải là những câu chuyện điển hình, nhân vật điển hình. Như câu chuyện hình ảnh “Mùa hè khắc nghiệt” đã đề cập ở trên, phóng viên thường trú khu vực Hà Tĩnh đã phải đi hàng trăm kilomet về vùng rừng núi hiểm trở, gặp các nhân vật từng trải để tìm ra câu chuyện thú vị, ghi nhận những hình ảnh chân thực, sống động để truyền tải cho độc giả” [PVS14].





Hình 3.2. Mở đầu câu chuyện “Mùa hè khắc nghiệt” (nguồn: VNE)

Bên cạnh đó, việc chấp nối các dữ liệu mà phóng viên chuyển về cũng không hề đơn giản. Vì những lát cắt này do các phóng viên khác nhau, văn phong khác nhau nên nếu như chỉ chấp nối một cách cơ học thì người đọc sẽ dễ dàng nhận thấy sự lủng củng, thiếu logic. Do đó, người đóng vai trò chấp nối (thường được định danh là Tổ chức thực hiện/Tổ chức sản xuất) cần có tư duy tổng hợp, phân tích và văn phong thể hiện mạch lạc.

Cuối cùng, để tác phẩm thành hình, không thể không nhắc tới những đóng góp của Hoạ sĩ thiết kế, trình bày, người thiết kế đồ hoạ, nhân viên lập trình. Khả năng thấu hiểu câu chuyện, tư duy thẩm mỹ hiện đại, sự am hiểu về công nghệ trình diễn/hiển thị... là những yêu cầu bắt buộc để hoàn thiện câu chuyện hình ảnh một cách tốt nhất, hấp dẫn và lôi cuốn nhất.

Có thể thấy, để có một câu chuyện hình ảnh xuất hiện trước mắt độc giả, sự nỗ lực, ‘sự dấn thân’, kinh nghiệm/kỹ năng tác nghiệp... của mỗi cá nhân NB/PV là chưa đủ. Ở Nhân dân điện tử, có những sản phẩm chuyên sâu, đã đạt những giải thưởng báo chí danh giá là kết quả của ekip gần 20 người tham gia thực hiện, hay như tác phẩm gần nhất đạt giải thưởng của Bộ KHCN là loạt bài “Trí tuệ nhân tạo” cũng cần tới ekip 6 người tham gia thực hiện [PVS1]. Điều này một lần nữa cho thấy những đòi hỏi về nguồn nhân lực không chỉ chất lượng cao mà còn phải có số lượng đủ lớn, mang tính đồng bộ là một vấn đề đặt ra trong quy trình sáng tạo các tác phẩm BMĐT sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh hiện nay.

Vì là sản phẩm của tập thể, nên tính đồng bộ trong nhận thức, khả năng *phối hợp ăn ý* của những người thực hiện thể hiện qua việc thường xuyên trao đổi, cầu thị và tôn trọng nhau ... là những yếu tố cốt lõi để tạo ra một sản phẩm chất lượng. Chỉ một mắt xích dù là nhỏ nhất không đảm bảo chất lượng công việc được giao đồng nghĩa với việc cả một ekip vận hành bị ảnh hưởng. “Sự phối hợp ăn ý” có thể hiểu là sự đồng nhất về thế giới quan, lập trường tư tưởng, cảm xúc/rung động trước sự vật/hiện tượng, ý thức về trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp của nhà báo, PV ảnh, hoạ sĩ thiết kế trình bày... Sản phẩm BMĐT sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là sản phẩm tập thể, trong đó nhà báo/ phóng viên là những người đóng vai trò thu thập thông tin, lên ý tưởng, tìm ra và phát triển câu chuyện; hoạ sĩ thiết kế trình bày là nhân tố giúp nhà báo/PV hiện thực hoá ý tưởng kể chuyện của mình một cách hiệu quả nhất, đảm bảo tính thẩm mỹ cho câu chuyện. Tuy nhiên, để câu chuyện hình ảnh được kể hấp dẫn nhất, thu hút công chúng bằng những trải nghiệm “đắm chìm” thì không thể không kể tới nền tảng công nghệ số của mỗi toà soạn. Sự kết hợp nhuần nhuyễn giữa nhà báo/PV với hoạ sĩ thiết kế trình bày sẽ đem lại hiệu quả tốt nhất khi có sự hỗ trợ của nền tảng CMS tùy vào điều kiện của từng toà soạn BMĐT.

### ***3.1.4. Sử dụng đa dạng các thành tố hình ảnh kết hợp cùng hiệu ứng mang đến thách thức về khả năng lưu trữ, tốc độ hiển thị trên trang***

Năng lực cạnh tranh của mỗi CQBC phụ thuộc nhiều nhất vào hai yếu tố là nội dung và công nghệ. Để tăng lượng truy cập, giữ chân công chúng, xây dựng thương hiệu và tăng doanh thu từ nội dung... điều kiện tiên quyết đối với các CQBC là đảm bảo chất lượng nội dung báo chí. Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung TPBC giúp cho các TPBC trở nên sinh động, lôi cuốn độc giả hơn, làm cho các lập luận của nhà báo trở nên vững chắc và tăng tính thuyết phục. Theo PVS5 “đây là xu hướng nên được các cơ quan báo chí chú trọng bởi nó sẽ làm tăng giá trị cho các tác phẩm báo chí, dễ thu hút người đọc, tăng cường trải nghiệm cho độc giả”. Các công nghệ mới như AR/VR, 360 độ, video trực tiếp... sẽ giúp tạo ra những tác phẩm độc đáo, thu hút sự chú ý của khán giả bằng việc họ được trải nghiệm

cảm giác “đắm chìm” trong sự kiện cùng với nhân vật. Tuy nhiên, vấn đề đặt ra đối với các TPBC sử dụng đa dạng các thành tố hình ảnh kết hợp cùng các hiệu ứng kỹ thuật trong thể hiện tác phẩm tạo ra những thách thức về mặt kỹ thuật đối với khả năng lưu trữ và tốc độ hiển thị trên trang.

Hiện nay, nhiều CQBC đã và đang đẩy mạnh các hoạt động đầu tư về công nghệ, có cơ quan báo chí thực hiện phối hợp với công ty công nghệ, có cơ quan báo chí tự làm phần mềm. Điển hình có thể kể tới trường hợp báo Nhân Dân thời gian qua đã thực hiện đổi mới và phát triển theo mô hình: “cơ quan báo chí - công nghệ” với việc thành lập Ban công nghệ với quy mô phù hợp, quy tụ được những tài năng công nghệ, có khả năng vận hành hệ thống và nghiên cứu những sản phẩm báo chí - công nghệ mới... Đồng thời, đầu tư công nghệ hiện đại, ứng dụng trí tuệ nhân tạo, báo chí tự động cũng như kết nối được dữ liệu với các cơ quan báo chí khác và tuyển dụng, đào tạo đội ngũ nhân sự công nghệ giỏi [PVS1].

Tuy nhiên, không phải cơ quan báo chí nào cũng có thể đầu tư mạnh về công nghệ như Nhân dân, mà phần lớn phải lệ thuộc vào công nghệ của đối tác hoặc có trường hợp các phần mềm đã trang bị chỉ đáp ứng một hoạt động trong quy trình làm báo hiện đại mà chưa có hệ thống lưu trữ đủ lớn, công nghệ trình diễn/hiển thị đủ mạnh... chính điều này tạo nên những “bất tiện” trong trải nghiệm của người dùng khi tiếp cận với các TPBC có nhiều dữ liệu hình ảnh trực quan, sống động.

### ***3.1.5. Áp lực tài chính, thời gian thực hiện tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh***

Áp lực tài chính, doanh thu, thời gian thực hiện là những bài toán chưa có lời giải khi sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung tác phẩm BMĐT.

Về kinh phí, có cơ quan báo chí có được nguồn kinh phí từ Nhà nước cho ứng dụng các kỹ thuật số vào sản xuất nội dung, có cơ quan báo chí phải tự cân đối từ nguồn tài chính của mình. Dù là thuộc nhóm nào, phần lớn các cơ quan báo chí (đặc biệt là các cơ quan báo chí địa phương) gặp nhiều khó khăn về tài chính do nguồn ngân sách được cấp (nếu có) chỉ chiếm tỷ lệ thấp,

hoạt động kinh doanh báo chí khó khăn, doanh thu sụt giảm trong khi nguồn vốn đầu tư cho công nghệ số để sản xuất nội dung là rất lớn.

Về thời gian thực hiện, tùy thuộc vào nội dung chuyển tải mà thời gian thực hiện mỗi tác phẩm sẽ khác nhau. Khảo sát trường hợp một số tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh điển hình như: Những người phụ nữ đưa Việt Nam ra Thế giới (Nhân dân điện tử); Sạt lở Miền Tây (VNE), Thảm họa khốc liệt từ thiên tai, sạt lở đất đá (Vietnam+) cho thấy, thời gian trung bình để thực hiện các tác phẩm này là từ 1,5-2 tháng. “Có những tuyến bài, phóng viên phải mất nhiều tháng trời thu thập thông tin hình ảnh, tiến hành tác nghiệp, thậm chí còn phải đối mặt với sự nguy hiểm, mỗi đe dọa cả từ thiên nhiên lẫn con người” [PVS5]. Điều này cho thấy, ngoài đòi hỏi cao về chất lượng nhân sự, kinh phí đầu tư lớn, thời gian thực hiện dài, kỳ công cũng là những thách thức phải đối mặt của khi muốn thực hiện các câu chuyện hình ảnh hấp dẫn, ấn tượng, có khả năng lôi kéo độc giả.

### **3.2. Một số giải pháp nhằm thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử**

Trên cơ sở phân tích những vấn đề đặt ra đối với việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT, và kết quả khảo sát thực tế tại 4 tờ BMĐT gồm: Nhân dân điện tử, TTO, Vietnam+ và VNE, luận án đề cập tới 5 nhóm giải pháp chính nhằm thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử: (i) Nhóm giải pháp đồng nhất và đồng bộ hoá nguyên tắc, quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT; (ii) Nhóm giải pháp tăng cường kỹ năng quản lý hoạt động sản xuất sản phẩm báo chí kể chuyện bằng hình ảnh ở toà soạn báo; (iii) Nhóm giải pháp nhằm tăng cường kỹ năng kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung và hình thức tác phẩm báo chí của nhà báo; (iv) Nhóm giải pháp hạn chế những khó khăn kỹ thuật – công nghệ; (v) Nhóm giải pháp nhằm tối ưu hoá kinh phí và thời gian thực hiện tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh.

### ***3.2.1. Nhóm giải pháp đồng nhất và đồng bộ hoá nguyên tắc, quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử***

Bao gồm các giải pháp chính sau: (i) Thiết lập các nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung và hình thức tác phẩm BMĐT; (ii) Xây dựng và chuẩn hoá quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh với các bước, các khâu cụ thể trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT.

#### ***3.2.1.1. Thiết lập các nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử***

Để việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT thể hiện như “một nỗ lực có tính kế hoạch” như bản chất vốn có của hoạt động này, thì việc xây dựng một danh sách nhằm xác định rõ nội dung, yêu cầu, công việc cụ thể khi ứng dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT - với các nguyên tắc sử dụng cụ thể là điều cần thiết.

Cần thiết lập những quy tắc, quy định cụ thể, rõ ràng nhằm tạo cơ sở cho việc khai thác, xử lý, sử dụng các dữ liệu hình ảnh kết nối với văn bản và các kỹ thuật truyền thông khác là việc làm cần thiết. Nhằm mục đích kể lại một chuỗi các sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết... một cách đầy đủ, có bối cảnh/chiều sâu cụ thể để tạo ra một tác phẩm BMĐT độc đáo về nội dung, mới mẻ về hình thức thể hiện.

Kết quả khảo sát thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT cho thấy: Trong nhiều trường hợp, hình ảnh có sức mạnh hơn vạn lời nói/chữ viết. Chẳng hạn, để mô tả cảnh sạt lở ở miền Tây, một bức ảnh chụp bằng thiết bị bay không người lái từ trên cao (drone) sẽ mang lại ấn tượng thị giác rất mạnh đối với độc giả.



Quốc lộ 91 đoạn qua xã Bình Mỹ, huyện Châu Phú, An Giang, bị sạt lở 40 m từ năm 2020, đến nay chính quyền địa phương vẫn đang khắc phục. Ảnh: Hoàng Nam

*Hình 3.3. Hình ảnh chụp bằng thiết bị bay không người lái từ trên cao (drone) mang lại ấn tượng thị giác với độc giả trong chùm tác phẩm “Sạt lở miền Tây” (Nguồn: VNE)*

Ở đây, bức ảnh “Quốc lộ 91 đoạn qua xã Bình Mỹ, huyện Châu Phú, An Giang, bị sạt lở 40m từ năm 2020, đến nay chính quyền địa phương vẫn đang khắc phục” đăng tải trong tác phẩm “Đời chạy lở miền Tây” thuộc chùm tác phẩm “Sạt lở miền Tây” đăng tải trên VNE đã tác động tới độc giả bằng cả lý tính lẫn cảm tính, cho phép độc giả nhập vai vào câu chuyện một cách trực tiếp, tạo ra một ấn tượng thị giác mạnh mẽ mà không một văn bản nào có thể lột tả được hết mức độ nguy hiểm, những thiệt hại to lớn của hiện tượng này mang lại. Một số nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh khác có thể được xem xét như: dù là sử dụng dấu hiệu hình ảnh nào cũng cần phản ánh đúng bản chất sự việc, để hình ảnh tự nói lên thông điệp; chú trọng tính chuyển động của hình ảnh; kể toàn bộ câu chuyện; sử dụng phép ẩn dụ trực quan để tạo chiều sâu ý nghĩa cho hình ảnh; nhấn mạnh hình ảnh quan trọng nhất của câu chuyện; tôn trọng bản quyền hình ảnh...

*3.2.1.2. Xây dựng và chuẩn hoá quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử*

Trên cơ sở các quy định, quy tắc cụ thể của việc khai thác, xử lý, sử dụng các dữ liệu hình ảnh kết nối với văn bản và các kỹ thuật truyền thông

khác để kể chuyện hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT, cần cụ thể hoá mô hình quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT nhằm tận dụng nguồn lực, thống nhất và huy động một cách có hiệu quả các vị trí nhân sự tham gia quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT.

Việc xây dựng và chuẩn hoá quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh với sự tham gia của các đầu mối công việc là ekip đổi mới sáng tạo trong toà soạn báo cần được xem là một trong những giải pháp quan trọng để nâng cao chất lượng TPBC phù hợp với điều kiện thực tế của mỗi toà soạn. Quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT nhất thiết phải nằm trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT của toà soạn báo để tạo ra một quy trình khép kín. Trên cơ sở tổng kết lý luận và thực tiễn, luận án đề xuất quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh với 5 bước cơ bản sau đây:

Bước 1: Xác định câu chuyện mà nhà báo muốn kể thông qua hình ảnh.

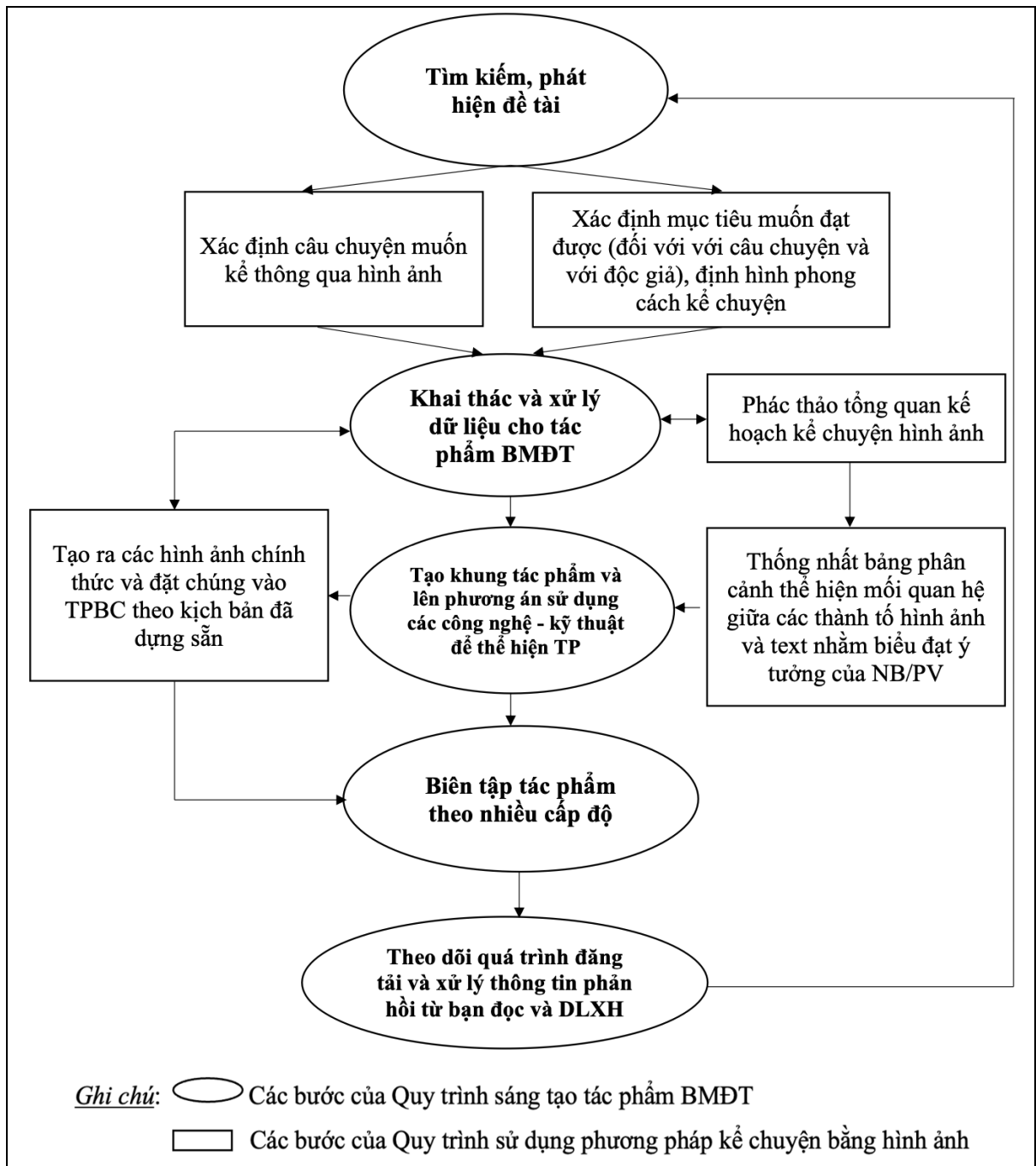
Bước 2: Xác định mục tiêu muốn đạt được (đối với với câu chuyện của mình và đối với độc giả) nhằm định hình phong cách kể chuyện.

Bước 3: Phác thảo tổng quan kế hoạch kể chuyện hình ảnh (trong đó các kế hoạch thu thập, khai thác, số hoá, đồ hoạ hình ảnh, chiến lược sử dụng ngôi kể, phương án xây dựng kết cấu câu chuyện... phải được thể hiện rõ).

Bước 4: Thống nhất một bảng phân cảnh thể hiện mối quan hệ giữa các thành tố của hình ảnh trong câu chuyện nhằm biểu đạt ý tưởng của NB/PV.

Bước 5: Tạo ra các hình ảnh chính thức và đặt chúng vào TPBC theo kịch bản đã dựng sẵn.

Trên cơ sở tổng kết lý luận và thực tiễn, để làm rõ mối liên hệ giữa các bước trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT với các phần công việc cụ thể trong quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh, luận án lần đầu tiên giới thiệu Mô hình thể hiện quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong triển khai quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT.



Hình 3.4. Quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT (Nguồn: Phạm Thị Mai Liên, 2024)

Nhìn vào mô hình này, có thể nhận thấy trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT, các bước như: Tìm kiếm, phát hiện đề tài; Khai thác và xử lý dữ liệu cho tác phẩm; Tạo khung tác phẩm và lên phương án sử dụng các kỹ thuật - công nghệ để thể hiện tác phẩm là những công đoạn thể hiện đậm nét nhất việc ứng dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh của NB/PV để



truyền tải thông điệp trong tổng thể tác phẩm. Các công việc cụ thể trong quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh vừa giống, vừa có những nét đặc thù so với các công việc trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT.

Tuy vậy, đây không phải là mô hình “cứng”. Cần xây dựng mô hình mô phỏng quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT có thể thay đổi linh hoạt khi xuất hiện những công nghệ làm báo mới, phù hợp với những điều kiện thực tiễn về con người và cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật ở mỗi toà soạn. Ví dụ: một dự án báo chí chuyên sâu, xây dựng thành một chuyên đề riêng trên BMĐT, đòi hỏi sự tham gia ở nhiều vị trí và công việc mới, huy động nguồn lực toàn toà soạn tham gia, với một mức đầu tư về hạ tầng kỹ thuật đặc biệt ...

### ***3.2.2. Nhóm giải pháp tăng cường kỹ năng quản lý hoạt động sản xuất sản phẩm báo chí kể chuyện bằng hình ảnh ở toà soạn báo***

#### ***3.2.2.1. Xây dựng bộ chỉ báo các ưu thế của mỗi dạng thức hình ảnh***

Từ nghiên cứu trường hợp các báo Nhân dân điện tử, Vietnam+, TTO và VNE, tác giả luận án nhận thấy: Dù khác nhau về tôn chỉ mục đích, đối tượng công chúng mục tiêu, cách thức và quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm, các toà soạn BMĐT tại Việt Nam đã bước đầu quan tâm và chú trọng phát triển các dạng thức TPBC mới, ứng dụng nhiều phương pháp sáng tạo nội dung hiện đại. Bằng cách này, các toà soạn BMĐT vừa duy trì bản sắc truyền thống, vừa khẳng định vị thế là kênh thông tin chất lượng, uy tín. Để đáp ứng những yêu cầu của thực tiễn sáng tạo các dạng thức tác phẩm mới, ứng dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung, đội ngũ những người làm báo cần nhận thức sâu sắc vai trò, ý nghĩa và ưu thế của mỗi dạng thức hình ảnh để sử dụng một cách linh hoạt, đạt hiệu quả truyền đạt thông tin tốt nhất. Do đó, việc xây dựng bộ chỉ báo các ưu thế của mỗi dạng thức hình ảnh và gợi ý các tình huống sử dụng điển hình, gắn với đặc thù và các điều kiện thực tế tại mỗi CQBC là việc làm cần thiết.

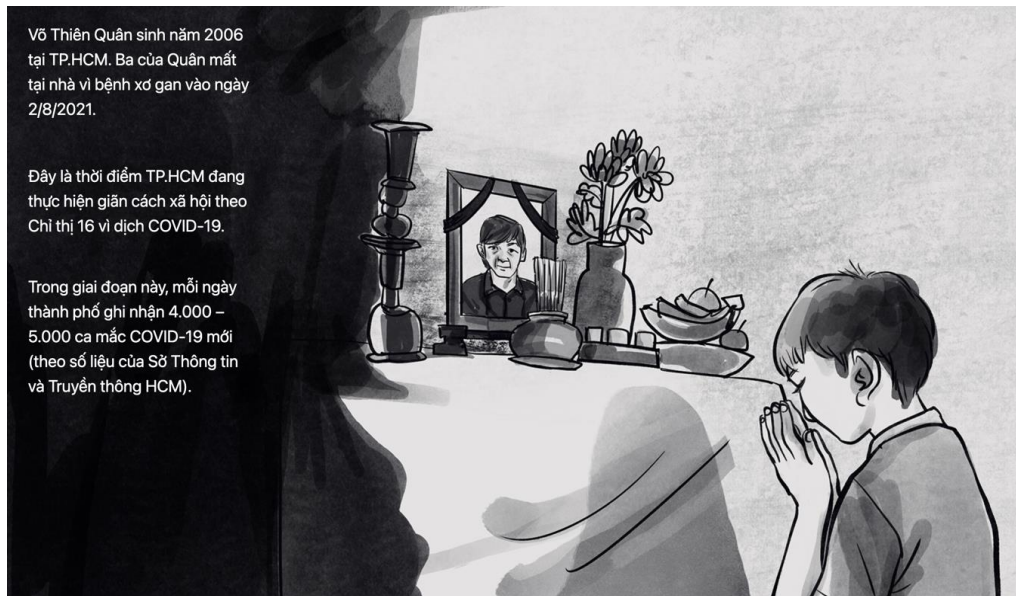
Xây dựng bộ chỉ báo các ưu thế của mỗi dạng thức hình ảnh và gợi ý các tình huống sử dụng điển hình cần dựa trên cơ sở lý luận của Chủ nghĩa

Mác - Lê nin, Tư tưởng Hồ Chí Minh về vai trò của báo chí trong xã hội thông tin; lý luận và thực tiễn về chức năng, nhiệm vụ của báo chí, quy trình sáng tạo TPBC. Ngoài ra, xây dựng bộ chỉ báo các ưu thế của mỗi dạng thức hình ảnh và gợi ý các tình huống sử dụng điển hình cần dựa trên cơ sở lý luận về truyền thông hình ảnh và nguyên lý thị giác trong tiếp nhận thông điệp trên báo chí; tình hình thực tế ở mỗi toà soạn báo khi ứng dụng những phương pháp mới trong sáng tạo tác phẩm đáp ứng như cầu của lớp công chúng số...

Nếu xây dựng thành công bộ chỉ báo các ưu thế của mỗi dạng thức hình ảnh và gợi ý các tình huống sử dụng điển hình trong quy trình sáng tạo TPBC sẽ giúp NB/PV tự trả lời được câu hỏi “*đâu là cách tốt nhất để tôi kể câu chuyện đó với độc giả?*”. NB/PV tận dụng những ưu thế của các dạng thức hình ảnh nhằm tìm ra những phương thức truyền tải thông tin hấp dẫn nhất, đem lại nhiều trải nghiệm mới mẻ cho người đọc. NB/PV dù tham gia vào vị trí nào trong quy trình sáng tạo TPBC chất lượng cao cũng cần nhận thức rõ thế mạnh và hạn chế của từng dạng thức hình ảnh để từ đó đưa ra những quyết định sử dụng dạng thức nào, gắn với hoạt động/tình tiết... nào trong câu chuyện một cách hợp lý và hiệu quả.

Ví dụ, với hầu hết các đề tài sẽ đều yêu cầu NB/PV phải có hình ảnh, hình ảnh giống như bằng chứng cho bài, có tính diễn giải, tăng tương tác, tạo cảm xúc... Trường hợp NB/PV có câu chuyện với nhiều những bức ảnh tĩnh ghi lại những khoảnh khắc điển hình, mỗi khoảnh khắc tập trung vào một lát cắt, một tình tiết cụ thể trong tổng thể câu chuyện muốn truyền tải, có thể nghĩ tới việc kể chuyện hình ảnh đó dưới dạng một phóng sự ảnh. Với video – đây là phương tiện trực quan và sống động, giúp kể chuyện một cách sinh động và gợi cảm xúc, dùng video để thể hiện những câu chuyện mà ảnh tĩnh không thể lột tả được, thiên về việc phát triển các tình tiết trong một diễn biến/hiện tượng với sự kết hợp của hình ảnh, âm thanh, tiếng động, lời nói... tạo cảm xúc và đem đến những trải nghiệm toàn diện đối với người tiếp nhận. Với hình vẽ, nên sử dụng trong các trường hợp tác phẩm BMDT có đề tài/chủ đề nhạy cảm, đau thương, tác giả không muốn hoặc không thể làm lộ danh tính

nhân vật nhưng vẫn đạt hiệu quả tối đa trong việc truyền tải thông điệp và khơi gợi cảm xúc của độc giả... Trường hợp nhà báo sử dụng hình vẽ minh họa để kể lại câu chuyện một người con mất cha do ảnh hưởng của đại dịch covid-19 trong phần 3 – tác phẩm “Con hẻm nhỏ” đăng tải báo điện tử VOV là một minh chứng điển hình của việc sử dụng ưu thế nổi trội của hình vẽ, dù không không muốn hoặc không thể làm lộ hình ảnh, danh tính nhân vật nhưng tác phẩm vẫn đạt hiệu quả tối đa trong việc truyền tải thông điệp và khơi gợi cảm xúc của độc giả.



*Hình 3.5. Nhà báo sử dụng hình vẽ minh họa để kể lại câu chuyện một người con mất cha do ảnh hưởng của đại dịch covid-19 trong tình huống không muốn làm lộ danh tính nhân vật*

*(Nguồn: Phần 3 - Tác phẩm “Con hẻm nhỏ” đăng tải báo điện tử VOV)*

Từ những phân tích trên, kết hợp với kết quả nghiên cứu thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMDT ở 4 tờ báo diện khảo sát, luận án giới thiệu *Bộ chỉ báo các ưu thế của mỗi dạng thức hình ảnh và gợi ý các tình huống sử dụng điển hình trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMDT* mang tính chất tham khảo đối với các tòa soạn báo ở Việt Nam hiện nay.

*Bảng 3.1. Chỉ báo các ưu thế của mỗi dạng thức hình ảnh và gợi ý các tình huống sử dụng điển hình*

<b>Dạng thức hình ảnh</b>	<b>Các chỉ báo về ưu thế</b>	<b>Tình huống sử dụng điển hình</b>
Ảnh tĩnh	- Khoảnh khắc điển hình - Tiết kiệm tài nguyên	Tập trung vào một thông điệp/chi tiết cụ thể
Ảnh động	- Tăng cường sự chú ý so với ảnh tĩnh - Dung lượng vừa phải	Truyền đạt quy trình/chuỗi hành động trong một thời gian ngắn
Video	- Trải nghiệm toàn diện - Thể hiện cảm xúc - Phát triển tình tiết	Nhấn mạnh diễn biến hành động (nhân vật), hiện tượng (vấn đề)
Đồ hoạ máy tính	- Sáng tạo không giới hạn - Tùy chỉnh theo nhu cầu - Tương tác sống động	Muốn tạo hình ảnh và các trải nghiệm tương tác không tồn tại trong thực tế
Hình vẽ/bảng biểu	Đơn giản hoá thông tin phức tạp	- Tổ chức và trình bày dữ liệu phức tạp, đồ sộ - Không muốn làm lộ danh tính nhân vật

Cũng giống như Mô hình mô phỏng quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT, Bộ chỉ báo trên có thể tùy chỉnh, thay đổi linh hoạt để phù hợp với mỗi giai đoạn phát triển của toà soạn báo, phù hợp với bối cảnh tác nghiệp thực tế và những điều kiện thực tiễn về năng lực, tư duy hình ảnh, tư duy sáng tạo và các kỹ năng nghề nghiệp của nhà báo.

#### *3.2.2.2. Tổ chức bộ phận ban chuyên môn/đội/nhóm chuyên trách sản xuất sản phẩm báo chí kể chuyện bằng hình ảnh*

Vai trò của bộ phận ban chuyên môn/đội/nhóm chuyên trách sản xuất sản phẩm báo chí kể chuyện bằng hình ảnh là tạo các TPBC chất lượng cao, từ đó góp phần khẳng định uy tín và thương hiệu của toà soạn báo. Quan trọng như vậy nhưng hiện nay bộ phận/đội/nhóm chuyên sản xuất TPBC chất lượng cao của một số cơ quan BMĐT chưa được tổ chức thành một bộ phận chuyên môn hoá, chuyên về sản xuất sản phẩm báo chí kể chuyện bằng hình ảnh. Ví dụ với Nhân dân điện tử, dù quy mô của Ban lên tới 85 nhân sự, nhưng “hiện nay phòng biên tập Tiếng Việt kiêm nhiệm là lực lượng nòng cốt

tham gia sản xuất các TPBC chất lượng cao ứng dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh, đăng tải trên mục E-magazine. Phòng công nghệ với cơ cấu 11 nhân sự nhưng cũng không thể dồn toàn lực trong việc tham gia vào các dự án ĐPT do còn nhiệm vụ quan trọng là vận hành hệ thống.” [PVS1].

Nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng cao của thông tin bằng hình ảnh, các toà soạn báo cần quan tâm, khuyến khích phát triển đội ngũ những nhà báo đa phương tiện, có tư duy hình ảnh, khả năng sáng tạo và có sự am hiểu nhất định về các công nghệ - kỹ thuật làm báo hiện đại, có khả năng làm việc nhóm và tập hợp họ lại thành một bộ phận chuyên trách, xây dựng thành lực lượng nòng cốt tham gia sản xuất các dự án báo chí sáng tạo của toà soạn trên cơ sở xác định và phân định rõ chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn.

Để làm được điều này, *Thứ nhất*, cần xây dựng cơ chế tuyển dụng các nhà báo có kỹ năng đa phương tiện, có tư duy hình ảnh và dễ dàng thích ứng với các công nghệ làm báo hiện đại. *Thứ hai*, về tổ chức phòng/ban chuyên môn cần được thực hiện trên ba trụ cột nhân sự nòng cốt, đại diện ba vị trí nhân sự không thể thiếu của một ekip sản xuất sản phẩm báo chí kể chuyện bằng hình ảnh đó là: nhân sự phụ trách nội dung; nhân sự phụ trách thiết kế đồ hoạ và kỹ sư lập trình. Các vị trí nhân sự này nhằm đáp ứng yêu cầu căn bản của một toà soạn số đó là sản xuất các TPBC dựa trên Nội dung số - Mỹ thuật số - Công nghệ số. *Thứ ba*, cần rà soát lại cơ chế nhuận bút phù hợp với công sức, trí tuệ, mức độ đầu tư mà ekip thực hiện đã bỏ ra. Quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các tác phẩm BMĐT chất lượng cao rõ ràng phức tạp hơn, đòi hỏi nhiều hơn thời gian, công sức và đặc biệt là tư duy sáng tạo không ngừng của đội ngũ những người thực hiện. Vì vậy, chế độ nhuận bút cần tương xứng với mức độ đầu tư của ekip thực hiện vừa để tạo động lực cho đội ngũ cho những người làm báo tham gia vào bộ phận ban chuyên môn/đội/nhóm chuyên trách sản xuất sản phẩm báo chí kể chuyện bằng hình ảnh, vừa là một trong những cách thức thu hút nhân sự chất lượng cao từ bên ngoài toà soạn.

*3.2.2.3. Tạo cơ chế và bộ phận giám sát, đo lường hiệu quả của tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh*

Thực tế khảo sát quy trình sáng tạo các tác phẩm BMĐT chất lượng

cao sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh cho thấy thường mất thời gian hơn so với các TPBC truyền thống do đặc thù về nội dung và trình bày hình thức tác phẩm. Bởi vậy, cần xây dựng một cơ chế và bộ phận giám sát, đo lường hiệu quả của tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh. Điều này có thể được tiến hành dựa trên các nội dung như sau:

*Một là*, xác lập các nhóm tính chất đề tài/vấn đề phù hợp để đầu tư thực hiện tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là những đề tài dài hơi, tầm ảnh hưởng rộng, mang tính vấn đề thay vì chỉ ưu tiên tính cập nhật thời sự như một số thể loại TPBC truyền thống.

*Hai là*, ứng dụng công nghệ đo đếm dữ liệu trong xây dựng cơ chế giám sát, đo lường hiệu quả của tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh dựa trên các chỉ số: lượt view, số lần cuộn/click chuột, thời gian lưu lại trên bài, vùng tác phẩm được độc giả tiếp cận nhiều, số lượng/nội dung các phản hồi của độc giả... Trong đó cần xác lập các nhóm chỉ số ưu tiên đối với tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là các chỉ số thể hiện *sự gắn kết của độc giả* với bài báo thay vì chỉ quan tâm tới lượt view như các tác phẩm truyền thống.

### ***3.2.3. Nhóm giải pháp nhằm tăng cường kỹ năng kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung và hình thức tác phẩm báo chí của nhà báo***

Nhằm tăng cường kỹ năng kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung và hình thức tác phẩm báo chí của nhà báo cần tổ chức đa dạng các hình thức đào tạo cho các thành viên trong toà soạn. Trong đó:

*Thứ nhất*, tổ chức các khoá tập huấn ngắn hạn tại toà soạn, nhằm cung cấp kiến thức cơ bản và thực hành tại chỗ là con đường ngắn nhất và các thức hiệu quả nhất để đào tạo kỹ năng cơ bản về kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung và hình thức tác phẩm báo chí. Tùy thuộc vào nguồn lực và yêu cầu về việc sử dụng các phương thức kể chuyện bằng hình ảnh mà có thể tổ chức các khoá đào tạo về kể chuyện bằng hình ảnh khác nhau về đối tượng, nội dung, phương pháp và hình thức tổ chức.

Các đối tượng cần tham gia khoá học đầu tiên thuộc: Ban Biên tập hoặc Ban Thư ký toà soạn (cá nhân trực tiếp phụ trách biên tập, duyệt xuất bản các

TPBC chất lượng cao); bộ phận sản xuất các TPBC đa phương tiện/chuyên sâu của toà soạn báo, các phụ trách ban chuyên môn của toà soạn, bộ phận thiết kế trình bày, bộ phận kỹ thuật phụ trách ứng dụng CNTT...

Nội dung các khoá tập huấn có thể thay đổi linh hoạt và tùy thuộc vào thời gian, đặc điểm công việc và khả năng tham gia tập huấn. Các nội dung cơ bản bao gồm: Tổng quan về truyền thông hình ảnh; Nghệ thuật Storytelling; Đặc thù, yêu cầu của kể chuyện bằng hình ảnh trong truyền tải thông điệp; Giới thiệu và thực hành các nhóm kỹ năng xây dựng kết cấu câu chuyện hình ảnh, sáng tạo các thành tố hình ảnh...; Cập nhật các kỹ thuật và công nghệ làm báo hiện đại trong biểu diễn hình ảnh để thể hiện thông tin...

Về phương pháp, phương tiện và hình thức tổ chức tập huấn: nên sử dụng phương pháp cùng tham gia, tăng cường thực hành, truyền kinh nghiệm, sử dụng phối hợp các phương tiện giảng dạy truyền thống và hiện đại. Việc tổ chức nhiều khoá tập huấn ngắn ngày, với nội dung từ cơ bản tới chuyên sâu, gắn với hướng dẫn thực hành các công đoạn trong quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm cụ thể từ thực tiễn sẽ đem lại hiệu quả tích cực hơn.

Về giảng viên và chuyên gia tư vấn các khoá đào tạo: Ngoài việc tận dụng nguồn lực sẵn có là những nhà báo giỏi nghiệp vụ của toà soạn hoặc những nhà báo đồng nghiệp của các cơ quan đối tác trong và ngoài nước, nên tiếp cận tham vấn của các cơ sở đào tạo BC-TT có uy tín trong cả nước như: Viện Báo chí - Truyền thông - Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Viện Đào tạo Báo chí - Truyền thông - Đại học KHXH&NV; Khoa Truyền thông đa phương tiện - Đại học Swinburne Việt Nam, Trung tâm đào tạo Nghiệp vụ Hội Nhà báo Việt Nam.

*Thứ hai*, tổ chức các cuộc hội thảo, trao đổi kinh nghiệm trong nước và quốc tế về ứng dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT. Các cơ sở đào tạo nâng cao kiến thức và kỹ năng kể chuyện bằng hình ảnh trên báo chí, Hội Nhà báo Việt Nam cũng như các hiệp hội nghề nghiệp và chính các toà soạn báo cần tổ chức nhiều hơn các hội thảo về ứng dụng kỹ thuật kể chuyện trong sáng tạo TPBC nói chung và ứng dụng

phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong tác phẩm BMĐT nói riêng. Thu hút và khuyến khích sự tham gia của các cá nhân, các bộ phận thuộc các CQBC trong nước và quốc tế tham gia chia sẻ kinh nghiệm, đóng góp ý kiến, hình thành các bộ tài liệu tham khảo, tiến tới hình thành khung lý luận và các hướng ứng dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong các loại hình báo chí nói chung và các thể loại TPBC nói riêng.

*Thứ ba*, tổ chức tham quan nghiên cứu kinh nghiệm sản xuất các dự án báo chí đa phương tiện ứng dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh ở các toà soạn báo trong nước và quốc tế. Kể chuyện bằng hình ảnh (visual storytelling) đã được sử dụng như một phương thức hữu hiệu trong nhiều dự án báo chí đa phương tiện ở các toà soạn báo tại nhiều quốc gia phát triển trên thế giới. Những khác biệt cơ bản giữa kể chuyện bằng hình ảnh trong các toà soạn báo ở các nước phát triển và ở nước ta hiện nay có nguyên nhân chính về sự khác biệt giữa văn hoá thị giác, tuy duy làm nghề và khả năng tiếp cận, ứng dụng những công nghệ làm báo tiên tiến nhất, hiện đại nhất chi phối mạnh mẽ. Nếu các nhà báo đa phương tiện ở nước ta được tham quan, học tập, nghiên cứu kinh nghiệm tác nghiệp, tiếp cận những công nghệ tiên tiến ở các toà soạn báo nước ngoài đã thành công trong lĩnh vực này, trên cơ sở hiểu rõ nguyên nhân dẫn đến sự khác biệt, thì những bài học trực quan sẽ giúp ích cho họ rất nhiều.

Tuy nhiên cũng cần lưu ý rằng, mỗi toà soạn báo đều có tính đặc thù trong điều kiện để triển khai các dự án báo chí đa phương tiện, do đó không thể mang khuôn mẫu của bất cứ toà soạn nào từ nước ngoài, dù thành công đến mấy, áp dụng một cách máy móc ở Việt Nam. Chính vì vậy, việc học hỏi kinh nghiệm của những toà soạn báo có thể mạnh sử dụng hình ảnh để kể chuyện trên báo chí trong nước cũng rất có ý nghĩa. Bản thân 4 toà soạn báo điện khảo sát cũng là những CQBC đi tiên phong trong việc ứng dụng các phương pháp làm báo hiện đại và bước đầu đã gặt hái những thành công nhất định. Do đó, tìm tòi, học hỏi kinh nghiệm của các toà soạn báo trong nước để nâng cao kỹ năng kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung và hình thức tác phẩm báo chí của nhà báo là một giải pháp thiết thực và không kém phần hiệu quả.



### 3.2.4. Nhóm giải pháp khắc phục những khó khăn kỹ thuật – công nghệ

*Bao gồm các giải pháp cụ thể:* (i) Xây dựng đội ngũ kỹ thuật viên, lập trình viên rành về công nghệ truyền thông; (ii) Đầu tư kịp thời, hiệu quả về hạ tầng kỹ thuật trong việc sản xuất các sản phẩm báo chí chất lượng cao; (iii) Đầu tư thiết bị thu thập, tạo dựng hình ảnh và khuyến khích NB/PV sử dụng các công cụ hỗ trợ để kể chuyện bằng hình ảnh.

*Thứ nhất*, về xây dựng đội ngũ kỹ thuật viên, lập trình viên rành về công nghệ truyền thông: Trên thế giới, mô hình tiêu chuẩn hiện là 6 đến 8 nhà báo thì cần có một nhân sự công nghệ làm việc cùng trong suốt quá trình sản xuất các tác phẩm báo chí chuyên sâu. Tuy nhiên, tại Việt Nam, cơ cấu tổ chức tại nhiều cơ quan báo chí hiện chưa có cơ chế thành lập bộ phận chuyên trách về công nghệ truyền thông mà đa phần là những nhân viên kỹ thuật chịu trách nhiệm vận hành hệ thống toà soạn điện tử sẽ kiêm nhiệm các công việc này.

*Thứ hai*, đầu tư kịp thời, hiệu quả về hạ tầng kỹ thuật trong việc sản xuất các sản phẩm báo chí chất lượng cao. Mỗi tòa soạn cần đầu tư phương tiện và đào tạo để từ cán bộ tới phóng viên, biên tập viên và kỹ thuật viên có thể tiếp cận nhanh chóng và thành thạo sử dụng những công nghệ - kỹ thuật làm báo hiện đại, sử dụng các ứng dụng như chuyển giọng nói sang văn bản hoặc ngược lại; các phần mềm biên tập văn bản, âm thanh, hình ảnh; các ứng dụng tự động quyết các xu hướng, đề tài đang được dư luận quan tâm; các phần mềm thu thập dữ liệu, tự động tạo ra các bài báo theo format lặp đi lặp lại như tin tức thời tiết, tài chính, thể thao.. để dần thu hẹp thời gian thực hiện các tác phẩm chất lượng cao so với các tác phẩm truyền thống.

Ngoài ra, việc đầu tư hệ thống thiết bị lưu trữ cũng vô cùng cần thiết. Các tác phẩm BMDT chất lượng cao nói chung và các tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh nói riêng như đã phân tích, thường có dung lượng rất lớn bởi sự đồ sộ của khối lượng dữ liệu, thông tin, hình ảnh. Ngoài chức năng thông tin, các tác phẩm này cần được xem là tư liệu, là tài sản lâu dài của cơ quan báo chí. Những dữ liệu được xử lý và thể hiện bằng hình ảnh trực quan, những bức ảnh chụp các nhân vật/sự kiện, những bản

đồ/hình vẽ, video... trong các tác phẩm này hoàn toàn có thể được tái sử dụng cho các tác phẩm khác, sử dụng ở nhiều ấn phẩm, trên nhiều nền tảng khác nhau. Vì vậy, cơ quan báo chí nên cân nhắc việc đầu tư cho hệ thống lưu trữ vừa trực tuyến, vừa tại chỗ. Đối với hệ thống lưu trữ trực tuyến, CQBC có thể mua tài khoản dịch vụ lưu trữ đám mây được bảo mật dữ liệu mã hoá. Đối với hệ thống lưu trữ tại chỗ, tùy mục đích mà cơ quan báo chí nên sử dụng các loại ổ cứng khác nhau cho phù hợp (Ví dụ, với mục đích lưu trữ hiệu suất cao, tốc độ nhanh có thể sử dụng ổ cứng SSD; với mục đích lưu trữ lâu dài, tiết kiệm chi phí và ít bị hư hại hơn SSD có thể sử dụng ổ cứng HDD) và sử dụng nhiều ổ cứng với dung lượng nhỏ (từ 1TB đến 2TB) để quản trị rủi ro. Đặc biệt lưu ý, công tác lưu trữ dữ liệu phải do cơ quan quản lý mà không phải do cá nhân nhà báo quản lý.

*Thứ ba*, đầu tư thiết bị thu thập, tạo dựng, thiết kế hình ảnh và khuyến khích NB/PV sử dụng các công cụ hỗ trợ để kể chuyện bằng hình ảnh. Các thiết bị như máy ảnh, máy quay video, phần mềm thiết kế đồ họa và các công cụ hỗ trợ khác cần được cập nhật thường xuyên để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của công việc. Ngoài ra, cần đảm bảo rằng đội ngũ người làm báo có thể sử dụng và khai thác tối đa các công cụ này thông qua các chương trình đào tạo và hỗ trợ kỹ thuật. Khuyến khích nhân viên sử dụng các công cụ hỗ trợ và công nghệ mới trong quá trình sản xuất cũng là một yếu tố quan trọng. Các phần mềm và công cụ hiện đại như Adobe Creative Suite, Final Cut Pro, và các nền tảng thiết kế trực tuyến có thể giúp nâng cao hiệu quả và chất lượng của quá trình sản xuất. Việc sử dụng các công cụ này không chỉ giúp tạo ra các tác phẩm chất lượng cao mà còn mở rộng khả năng sáng tạo và khám phá các phương thức truyền tải thông tin mới.

### ***3.2.5. Nhóm giải pháp nhằm tối ưu hoá kinh phí và thời gian thực hiện tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh***

*Một là*, tận dụng trí tuệ nhân tạo (AI) vào một số khâu, bước trong quy trình sáng tạo tác phẩm nhằm giảm thiểu kinh phí, rút ngắn thời gian thực hiện tác phẩm. Việc liên tục cập nhật và ứng dụng AI trong báo chí cần được các toà soạn báo nhìn nhận là một giải pháp mang tính chiến lược giúp tối ưu

hoá kinh phí và thời gian thực hiện quy trình sản xuất nội dung, giúp nhà báo tiết kiệm thời gian, công sức để tập trung vào những nhiệm vụ sáng tạo quan trọng hơn. Đối với các hoạt động của ekip thực hiện các TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh, ứng dụng AI trong các hoạt động như: thống kê, xử lý dữ liệu thô, gợi ý phương án thiết kế trực quan, cá nhân hoá nội dung trực quan cho từng độc giả dựa trên AI phân tích sở thích, vị trí, lịch sử duyệt web của họ để cung cấp nội dung hình ảnh phù hợp; tạo chatbot giúp các TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh tiếp cận công chúng; tự động làm báo cáo thống kê về lượt truy cập, độc giả, doanh thu... sẽ hỗ trợ một cách tích cực nhất cho hoạt động sáng tạo nội dung và quá trình ứng dụng các phương pháp sáng tạo nội dung mới trong sản xuất sản phẩm báo chí.

*Hai là*, phân định rõ các dạng tác phẩm có các tính chất như thế nào thì nên sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh và ngược lại để đưa ra các quyết định đầu tư thực hiện chính xác, nhanh chóng và hiệu quả. Trên thực tế không nhất thiết tất cả các tác phẩm báo chí đều cần ứng dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong truyền tải thông tin. Những đề tài có nhiều hoạt động, diễn biến, tình tiết, đảm bảo các tiêu chí nội dung cơ bản như: Thời sự - Người nổi tiếng - Bất thường có thể được xem xét đầu tư sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung và hình thức của tác phẩm. Với các đề tài/thông tin mang tính chất đơn lẻ, nội dung đơn giản, đòi hỏi phải cập nhật nhanh chóng, tức thì... không nên sử dụng phương pháp này trong quy trình sáng tạo tác phẩm.

### **3.3. Khuyến nghị khoa học nhằm thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử**

#### **3.3.1. Đối với các tòa soạn báo**

Ban biên tập là bộ phận lãnh đạo cao nhất của tờ báo về mọi mặt, tư tưởng nội dung nghiệp vụ, xu hướng chính trị, trách nhiệm đối ngoại. Nhiệm vụ và chức năng của Tổng biên tập và Phó Tổng biên tập, Ban Thư ký tòa soạn là bộ phận tư vấn các vấn đề nghiệp vụ, chuyên môn của tờ báo, đánh giá rút kinh nghiệm từng số báo, đề xuất tuyên bài, các chương trình tuyên truyền, các nội dung trọng điểm, các vấn đề quản lý, đào tạo...Ban biên tập

phải như “bộ tư lệnh”, Toà soạn chính là “bộ tổng tham mưu”, các phóng viên, biên tập viên là những “người lính thiện chiến”.

Trên cơ sở phân tích thực trạng, bước đầu làm rõ những vấn đề đặt ra và đề xuất các nhóm giải pháp nhằm thúc đẩy việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT, tác giả đưa ra một số khuyến nghị khoa học đối với các cơ quan báo chí nhằm thúc đẩy việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT, cụ thể:

*Một là*, đội ngũ lãnh đạo toà soạn báo cần nhận thức đúng vai trò và ý nghĩa của việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung TPBC. Xây dựng chiến lược phát triển nội dung dài hạn, trong đó lấy phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là phương pháp trọng tâm để đổi mới nội dung và quy trình làm báo truyền thống.

Quan điểm, nhận thức của lãnh đạo cơ quan báo chí (sẵn sàng đổi mới, chấp nhận đầu tư cơ sở vật chất/kỹ thuật, chế độ nhuận bút cao...) là một trong những yếu tố khách quan ảnh hưởng trực tiếp tới việc hình thành động lực giúp phóng viên, nhà báo đầu tư thời gian, trí tuệ, quyết định sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh để tạo ra các tác phẩm BMĐT chất lượng cao về cả nội dung và hình thức.

Như đã trình bày ở chương 2 trong phần đánh giá thực trạng, cả 4 toà soạn báo đều cho thấy năng lực và sự tiên phong trong phân khúc các CQBC ứng dụng đổi mới sáng tạo các hình thức làm báo hiện đại, cho ra đời các TPBC chất lượng cao. Để làm được điều này, không thể không nhắc tới sự nhận thức đúng đắn vai trò và ý nghĩa của việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo TPBC, sự chỉ đạo sát sao, “tư duy sẵn sàng đổi mới, không ngại đầu tư của lãnh đạo các cơ quan báo chí” [PVS1].

*Hai là*, tập trung thúc đẩy chuyển đổi số, tạo tiền đề xây dựng toà soạn số và phát triển báo chí số. Từ quan điểm đổi mới phương thức làm báo hiện đại, từ những nhận thức trong xây dựng mô hình toà soạn số, sản xuất các sản phẩm báo chí số phục vụ lớp công chúng mới... hiện nay mỗi toà soạn diện khảo sát ngoài việc đầu tư kinh phí, đều cần chỉ đạo thiết lập một ban/nhóm hoạt động đóng vai trò hạt nhân trong hoạt động sáng tạo tác phẩm BMĐT chất lượng cao.

Ở báo Nhân dân - Ban điện tử được đầu tư phát triển, đi đầu trong việc ứng dụng phương thức làm báo hiện đại. Ở VNE, Phó TBT kiêm Tổng thư ký toà soạn là lãnh đạo quản lý trực tiếp ban Spotlight từ những ngày đầu tiên khi hình thành ý tưởng thành lập ban [PVS13]. Ở TTO, việc thành lập mới Trung tâm phát triển nội dung số trong năm 2023 đã tạo cột mốc phát triển của toà soạn trong giai đoạn chuyển đổi số, đồng thời khẳng định sự quan tâm, đầu tư của BBT trong việc phát triển các sản phẩm chất lượng cao. Tương tự, báo Vietnamplus cũng không nằm ngoài xu thế đó. Chuyên mục Vietnam+ Spotlight được hình thành và phát triển gắn với slogan “*sản phẩm báo chí chất lượng cao của Vietnamplus, đơn vị tiên phong, sáng tạo trong hành trình chuyển đổi số*” có địa chỉ tại đường link: <https://mega.vietnamplus.vn/> đăng tải nhiều sản phẩm báo chí được đầu tư công phu và bài bản, từng đoạt các giải thưởng quốc tế về truyền thông sáng tạo - Đây là thành quả không chỉ của ekip thực hiện tác phẩm mà còn là của tập thể toà soạn với quan điểm và định hướng đúng đắn của BBT.

*Ba là*, xây dựng một chế độ nhuận bút phù hợp, xứng đáng với công sức, trí tuệ mà NB/PV bỏ ra. Tôn vinh, khen thưởng kịp thời đối với những trường hợp NB/PV tác nghiệp trong điều kiện nguy hiểm nhưng có được tác phẩm hay, chất lượng và dành được sự quan tâm của đông đảo công chúng.

*Bốn là*, chủ động, tích cực xây dựng cơ chế đào tạo, hợp tác với các tổ chức báo chí, đào tạo báo chí trong và ngoài nước nhằm tăng cường mối quan hệ, mở rộng môi trường rèn nghề cho đội ngũ NB/PV của toà soạn. Thay đổi mô thức đào tạo/phát triển nguồn nhân lực vốn có kết hợp với việc chú trọng công tác tuyển dụng nhân sự mới cần đáp ứng các yêu cầu làm báo hiện đại.

### **3.3.2. Đối với chủ thể sáng tạo tác phẩm báo mạng điện**

Kết quả khảo sát 642 TPBC và 118 tác phẩm truyền thông trên các báo điện tử khảo sát về thành phần tham gia sản xuất tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh cho thấy: Hầu hết các tác phẩm trong diện khảo sát không phải là sản phẩm do các NB/PV độc lập tác nghiệp, mà đại đa số đều phải huy động nguồn nhân lực lớn, với đội ngũ thực hiện là một ekip với ít nhất từ 3 vị trí nhân sự (Nhà báo/PV, BTV, Hoạ sĩ thiết kế trình bày) trở lên.

Để có một câu chuyện hình ảnh độc đáo, giàu cảm xúc là cả một quá

trình phối hợp thực hiện của một ekip với các vị trí công việc trong toà soạn báo như: tổ chức thực hiện/sản xuất (người giữ vai trò lên kế hoạch, tổ chức, chấp nối), PV ảnh/PV nội dung (giữ vai trò thu thập thông tin, dữ liệu hình ảnh), Hoạ sĩ thiết kế đồ hoạ, nhân viên lập trình... Quá trình này diễn ra đòi hỏi kỹ năng làm việc nhóm, tinh thần cầu thị và tôn trọng nhau của mỗi cá nhân cụ thể. Trên cơ sở nhận thức vai trò, trách nhiệm của từng đầu mỗi công việc trong một ekip thực hiện TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh, tác giả đề xuất một số khuyến nghị đối với ekip thực hiện nhằm thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT như sau:

*Một là*, phát huy sự sáng tạo và hợp tác chặt chẽ hơn các khâu trong quy trình thực hiện. Vai trò của phóng viên, biên tập viên trong xây dựng kịch bản thô cho các câu chuyện hình ảnh là đặc biệt quan trọng. Bên cạnh đó, vai trò của những nhà lập trình (coder), hoạ sĩ thiết kế đồ hoạ... cũng quan trọng không kém trong việc thể hiện các câu chuyện hình ảnh sống động và giàu cảm xúc. Nếu trước đây, tư duy làm báo truyền thống là công nghệ chạy theo thông tin, công nghệ phục vụ thông tin, thì đối với các tác phẩm BMĐT sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh, hai lĩnh vực công nghệ - thông tin luôn song hành, có vai trò vị trí ngang nhau, cùng giúp nhau nâng tầm tác phẩm.

Trong quá trình thiết kế và xây dựng các câu chuyện hình ảnh, ngoài ý tưởng kịch bản, thì việc khó nhất chính là việc trình diễn/hiển thị các dữ liệu hình ảnh trong tổng thể một câu chuyện hoàn chỉnh. Các hoạ sĩ thiết kế đồ hoạ sẽ phải thấu hiểu bối cảnh câu chuyện, xâu chuỗi và số hoá các dữ liệu hình ảnh do PV thu thập và được lựa chọn sử dụng, hình dung được cách thức trình diễn/hiển thị các dữ liệu này trong một câu chuyện hoàn chỉnh. Từ đó làm việc với đội ngũ kỹ thuật, các coder sẽ phải viết nhiều lệnh, thực hiện nhiều tác vụ khác nhau, trên html 5 hoặc html 6, xây dựng trên cơ sở CSS (Cascading Style Sheets - một ngôn ngữ lập trình được sử dụng để định dạng và trang trí trang web), sử dụng mã nguồn mở...[PVS16] để độc giả có thể tiếp cận tác phẩm này trên nhiều dạng khác nhau, từ máy tính desktop, laptop, ipad, iphone, các smart phone thông minh...

*Hai là*, kết hợp nhuần nhuyễn các dấu hiệu hình ảnh khi kể chuyện, các dấu hiệu hình ảnh cần có sự tương hỗ, bổ trợ thông tin cho nhau, chứ không phải nhắc lại thông tin hoặc minh họa đơn thuần. Việc lựa chọn các dấu hiệu hình ảnh để thể hiện câu chuyện, ý tưởng của tác giả cũng cần được xem xét trên các tiêu chí cơ bản như: trực quan, dễ hiểu, thể hiện góc nhìn minh triết về một vấn đề phức tạp, có khả năng tạo tương tác và đảm bảo tính thẩm mỹ.

*Ba là*, giảm bớt dung lượng text, tăng cường sử dụng các hình ảnh chất lượng, có giá trị thông tin, có khả năng hấp dẫn thị giác. Thực tế khảo sát các tác phẩm ở 4 tờ BMDT được cho là tiên phong trong việc ứng dụng các phương pháp sáng tạo nội dung mới, cách thức làm báo hiện đại... vẫn còn có những tác phẩm với dung lượng text quá dài (lên tới 5.000 đến 6.000 chữ). Một nghiên cứu khác về chuyển động của mắt tiết lộ hành vi đọc của tác giả Eva-Pia Worland và Ami Anderson trong cuốn Cẩm nang phóng viên [24] cho thấy việc sử dụng quá nhiều chữ trong một tác phẩm sẽ gây trở ngại rất lớn trong quá trình tiếp nhận thông tin của công chúng, thậm chí có thể khiến công chúng “bỏ qua”, không muốn đọc nội dung tác phẩm là gì.

#### **NGHIÊN CỨU CHUYỂN ĐỘNG CỦA MẮT TIẾT LỘ HÀNH VI ĐỌC**

*Một số phát hiện thú vị:*

- Các bức ảnh, màu sắc và thông tin đồ họa lôi kéo ánh mắt hướng vào trang báo.
- Bài báo nào có ảnh sẽ được chú ý trước và được đọc nhiều hơn những bài báo khác.
- 60% hình đồ họa thu hút được sự chú ý.
- Các tác phẩm ảnh có tác dụng như điểm khởi đầu để mắt hướng vào.
- Nhiều cửa thông tin để bạn đọc đọc vào bài báo, nhưng cần giữ cân bằng, không được gây nhầm lẫn.
- Có định hướng rõ ràng bắt đầu đọc từ đâu và tiếp tục như thế nào sẽ giúp thu hút độc giả bài viết.
- Độc giả coi trang đôi là một trang, vì vậy việc tổ chức và trình bày trên trang đôi cần thống nhất.
- Một bài báo đặt ở vị trí không tốt có thể thu hút bạn đọc nếu có ảnh màu.
- Bài báo được trình bày không tốt làm cho người đọc mất hứng thú đọc báo.
- Bài càng ngắn thì càng được đọc nhiều, bài càng dài thì càng có ít người đọc.

(Nguồn: Eva-dia Worland và Ami Anderson; *Nghiên cứu chuyển động của mắt*; TLTK 18, tr.72)

Ngoài ra, việc sử dụng nhiều ảnh trong một tác phẩm cũng cần cân nhắc tới yếu tố chất lượng của hình ảnh. Cần mạnh dạn lược bỏ những hình ảnh không cần thiết, không có vai trò bổ sung thông tin cho câu chuyện, không có giá trị tạo cảm xúc hay kích thích khả năng tương tác của độc giả. Vì khi quá lạm dụng việc sử dụng các ảnh như vậy sẽ tạo cảm nhàm chán đối với công chúng tiếp nhận, đồng thời tạo ra trở ngại không đáng có về dung lượng lưu trữ và tốc độ hiển thị hình ảnh trên trang... gây ảnh hưởng không tích cực tới trải nghiệm của người dùng.

*Bốn là*, đối với vị trí phóng viên ảnh chuyên trách của tòa soạn, yêu cầu quan trọng nhất là không ngừng nâng cao về trình độ tư duy hình ảnh, chuyên môn nghiệp vụ. Phóng viên ảnh là lực lượng cơ hữu của tòa soạn, do vậy sẽ là nguồn cung cấp ảnh thường xuyên và liên tục nhất cho tờ báo của mình. Việc sáng tạo các bức ảnh báo chí cho các sản phẩm báo chí chất lượng cao cũng giống như việc chế biến các “món ăn”. Nếu như phóng viên ảnh không thể làm ra được những “món ăn” ngon thì Biên tập viên ảnh, Trưởng ban ảnh, thậm chí là Thư ký tòa soạn hoặc người giữ vai trò chấp nối các dữ liệu hình ảnh để tạo ra câu chuyện hoàn chỉnh, dù có tư duy tổng hợp giỏi đến đâu, am hiểu câu chuyện đến mức nào cũng không thể bố trí, sắp xếp các “món ăn dở” thành một “bữa cơm” ngon, phù hợp với nhu cầu và thị hiếu của độc giả.

*Năm là*, tất cả các vị trí công việc cần không ngừng rèn luyện phong cách làm báo chuyên nghiệp qua việc lập kế hoạch, lên kịch bản/đề cương chi tiết của tác phẩm và làm theo kế hoạch. Bên cạnh đó, cần nhận thức rõ thế mạnh và hạn chế của từng thành tố hình ảnh để từ đó đưa ra những quyết định sử dụng thành tố nào với hoạt động/tình tiết... nào trong câu chuyện một cách hợp lý và hiệu quả...

### ***3.3.3. Đối với các cơ sở nghiên cứu, đào tạo, bồi dưỡng báo chí truyền thông***

Hiện nay, tại Việt Nam có một số cơ sở nghiên cứu, đào tạo, bồi dưỡng báo chí - truyền thông như Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn (Đại học Quốc gia Hà Nội), Trường Đại



học Văn hoá Hà Nội, Trường Đại học Khoa học (Đại học Huế), Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn (Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh) và một số cơ sở giáo dục đại học ngoài công lập. Để thực hiện tốt nhiệm vụ nghiên cứu, đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực phục vụ hoạt động làm báo đa phương tiện, ứng dụng nhiều phương thức làm báo hiện đại; các cơ sở đào tạo cần có những điều kiện nhất định để đảm bảo chất lượng đào tạo, trang bị cho người học những thái độ, kiến thức và kỹ năng cần thiết.

Kết quả nghiên cứu bằng phương pháp thảo luận nhóm đối với nhóm sinh viên lớp Truyền thông Đa phương tiện K40 (Sinh viên năm cuối, Viện Báo chí - Truyền thông, HVBC&TT) về những khó khăn của sinh viên khi tiếp cận các môn học chuyên ngành như: Siêu phẩm số (Mega Story), Thiết kế đồ hoạ, Animation, Báo chí truyền thông dữ liệu, Nhiếp ảnh... sinh viên thường gặp phải một số khó khăn như sau [Phụ lục 5]:

- *Về tài liệu học tập:*

+ Chương trình đào tạo ngành Truyền thông đa phương tiện có nhiều môn học mới mẻ nhưng đa số chưa có tài liệu, giáo trình chính thức cho sinh viên. Vì vậy khó tiếp cận các vấn đề mang tính hệ thống, phải vừa thực hành, vừa mày mò, thiếu góc nhìn khái quát, tổng thể. Vì chưa tường minh về khung lý thuyết, nên dù được tham gia các buổi học với các giảng viên mời ngoài là những nhà báo/ chuyên gia giỏi nghề, nhưng sinh viên chưa thể khai thác tối đa hiệu quả buổi học, chưa biết đặt câu hỏi đúng, trúng vấn đề.

+ Các tài liệu học tập, nghiên cứu trong lĩnh vực BC-TT đa phương tiện, hiện nay, đã có thể tìm được trong thư viện số của nhà trường, trên Internet nhưng tính cập nhật chưa cao. Muốn tiếp cận các tài liệu mới nhất, các tài liệu có giá trị nghiên cứu hay tìm đọc những tác phẩm đa phương tiện hay, mang tính mẫu mực của các tòa soạn có tính đột phá như The New York Times, South China Morning Post phải mất phí - đây là một trở ngại lớn với sinh viên.

- *Về chương trình học:* Chương trình học ngành Truyền thông Đa phương tiện đã trang bị cho sinh viên từng nhóm kiến thức đơn lẻ qua các học phần Siêu phẩm số (Mega Story), Thiết kế đồ hoạ, Animation, Báo chí truyền thông dữ liệu, Nhiếp ảnh... nhưng chưa có một học phần mang tính tổng quan

về tư duy triển khai một sản phẩm báo chí truyền thông đa phương tiện với dữ liệu hình ảnh là trung tâm. Ví dụ như cách để kết nối các hình ảnh thành một câu chuyện, cách xác định hình ảnh quan trọng để ưu tiên hiển thị khi thiết kế, cách để kết nối ý nghĩa của các yếu tố hình ảnh và văn bản để tạo nên những câu chuyện hấp dẫn, có chiều sâu, có thông điệp rõ ràng... Việc thiếu nền tảng là một trong những nguyên nhân khiến sinh viên khó triển khai các sản phẩm báo chí kể chuyện có giá trị, có chiều sâu.

- *Các điều kiện về cơ sở vật chất, hạ tầng* cũng là một trong những thách thức với sinh viên để tiếp cận hiệu quả các môn chuyên ngành. Do đặc thù ngành học, sinh viên cần sử dụng nhiều loại trang thiết bị như máy tính, máy ảnh, máy ghi âm, máy quay, flycam và các công nghệ mới, các phần mềm thiết kế đồ họa chuyên nghiệp có tính phí, internet tốc độ cao... Dù Học viện đã đầu tư trường quay, phòng máy, nhưng trên thực tế, hệ thống cơ sở hạ tầng này chưa thể đáp ứng được đủ nhu cầu của các lớp, để tất cả sinh viên đều có cơ hội được thực hành.

Thảo luận nhóm về mong muốn của sinh viên chuyên Truyền thông đa phương tiện cho thấy:

+ Thứ nhất, sinh viên có mong muốn được trang bị những kiến thức về tư duy hình ảnh, cách thức kết nối các dữ liệu hình ảnh và văn bản thành một câu chuyện hoàn chỉnh để thực hiện một tác phẩm báo chí đa phương tiện sống động, hấp dẫn, trực quan.

+ Thứ hai, sinh viên mong muốn được tiếp cận các TPBC chất lượng cao, có tính phí của các toà soạn báo điện hình, mẫu mực trong lĩnh vực BC-TT đa phương tiện trên thế giới.

+ Thứ ba, về phương tiện thực hành, ngoài việc nâng cấp phần mềm CMS của các trang web là sản phẩm thực hành sinh viên hiện có (như [truyenthongtre.vn](http://truyenthongtre.vn), [songtre.vn](http://songtre.vn)) bằng cách tích hợp các công nghệ - kỹ thuật làm báo hiện đại tiệm cận với các toà soạn BMĐT hiện nay; sinh viên mong muốn được sử dụng các phần mềm thiết kế đồ họa, các phần mềm biên tập chỉnh sửa ảnh, audio, video... bản quyền, được trả phí thay vì phải sử dụng những bản dùng thử (miễn phí) với rất nhiều tính năng bị hạn chế như hiện nay.

Trên cơ sở kết quả thảo luận nhóm của sinh viên chuyên ngành Truyền thông đa phương tiện về những khó khăn trong quá trình tiếp cận các môn học chuyên ngành và những mong muốn của sinh viên trong việc nâng cao trình độ, tư duy và kỹ năng tác nghiệp các sản phẩm BC-TT đa phương tiện qua việc ứng dụng các phương pháp sáng tạo mới. Chúng tôi xin đưa ra một số khuyến nghị, đề xuất đối với các cơ sở nghiên cứu, đào tạo, bồi dưỡng về BC-TT nhằm đáp ứng nhu cầu đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong bối cảnh dần định hình nền báo chí số với sự phổ biến hơn các mô hình toà soạn số như: (i) Tăng cường công tác nghiên cứu khoa học về truyền thông hình ảnh nói chung và kể chuyện bằng hình ảnh trong truyền tải thông điệp nói riêng; (ii) Xây dựng môn học “Visual story telling – Lý thuyết và kỹ năng cơ bản”, định vị môn học này nằm trong nhóm các môn Kiến thức ngành của ngành Truyền thông đa phương tiện; (iii) Đầu tư nâng cấp hệ thống các website - sản phẩm thực hành của sinh viên, có khả năng ứng dụng các công nghệ làm báo hiện đại, giúp quá trình đào tạo sinh viên tiệm cận với yêu cầu tuyển dụng nhân sự của các toà soạn báo trong bối cảnh hình thành báo chí số.

Trước hết, các cơ sở nghiên cứu, đào tạo cần thường xuyên nghiên cứu lý luận về các lĩnh vực báo chí học, truyền thông hình ảnh, truyền thông đa phương tiện và tổng kết thực tiễn trên phạm vi quốc tế thông qua việc tăng cường công tác nghiên cứu khoa học về truyền thông hình ảnh nói chung và kể chuyện bằng hình ảnh trong truyền tải thông điệp nói riêng. Coi công tác nghiên cứu khoa học về truyền thông hình ảnh nói chung và kể chuyện bằng hình ảnh trong truyền tải thông điệp nói riêng là một trong những định hướng nghiên cứu trọng tâm nhằm đáp ứng những đòi hỏi thực tiễn về nguồn nhân lực làm báo hiện đại. Những kiến thức mới được xây dựng từ nghiên cứu khoa học là tiền đề để nâng cao chất lượng giảng dạy, tăng cường uy tín và danh tiếng cho đội ngũ giảng viên và đóng góp nhiều hơn cho ngành báo chí - truyền thông.

Ngoài ra, các cơ sở nghiên cứu, đào tạo, bồi dưỡng về báo chí - truyền thông còn phải tổng kết thực tiễn hoạt động sáng tạo các sản phẩm báo chí chất lượng cao, chuyên sâu, ứng dụng nhiều công nghệ làm báo mới ở các toà

soạn báo trên thế giới (như New York Times, The Guardian, SMCP...). Dù khác nhau về thể chế chính trị, văn hoá, nhưng những kết quả khảo sát, nghiên cứu khoa học mang tính đa quốc gia không chỉ giúp tìm ra sự tương đồng và khác biệt của việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo TPBC mà còn dự báo sự phát triển của phương thức làm báo này trên phạm vi toàn cầu, là cơ sở khoa học quan trọng cung cấp cho người học kiến thức cập nhật mang tính toàn cầu.

Thứ hai, về chương trình đào tạo, các cơ sở đào tạo cần xem xét xây dựng môn học “Visual story telling - Lý thuyết và kỹ năng cơ bản”. Định vị môn học này nằm trong nhóm các môn Kiến thức ngành của ngành Truyền thông đa phương tiện, trước khi trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng chuyên biệt về Nhiếp ảnh, Thiết kế đồ hoạ... để sản xuất Siêu phẩm số, Animation... Ngoài ra nghiên cứu đưa nội dung này thành một chuyên đề quan trọng trong học phần Truyền thông hình ảnh thuộc khối kiến thức chuyên ngành của chuyên ngành Ảnh báo chí.

Thứ ba, để hoạt động đào tạo, bồi dưỡng gắn bó chặt chẽ với các hoạt động thực hành nghề nghiệp, các cơ sở đào tạo cần đầu tư nâng cấp hệ thống các website - sản phẩm thực hành của sinh viên, có khả năng ứng dụng các công nghệ làm báo hiện đại, giúp quá trình đào tạo sinh viên tiệm cận với yêu cầu tuyển dụng nhân sự của các tòa soạn báo trong bối cảnh chuyển đổi số. Ngoài ra, cần có cơ chế đầu tư kinh phí mua bản quyền hoặc cập nhật các phần mềm thiết kế đồ hoạ, các phần mềm biên tập chỉnh sửa ảnh, audio, video... chuyên dụng, hiện đại. Việc đầu tư kinh phí mua tài khoản đọc báo của một số tờ trên thế giới báo mạnh về ứng dụng kỹ thuật - công nghệ làm báo hiện đại, mạnh về kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo TPBC cũng là việc làm cần thiết giúp sinh viên có cơ hội được tiếp cận với các sản phẩm báo chí hiện đại, mẫu mực qua đó đúc rút được những bài học kinh nghiệm cho bản thân.

### Tiểu kết chương 3

Trong chương 3 này, từ việc nghiên cứu trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT, chỉ ra những thành công, hạn chế và làm rõ nguyên nhân của thành công, hạn chế đối với việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT ở chương 2, tác giả trình bày 5 vấn đề đặt ra đối với việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử là: (i) *Đòi hỏi sự thống nhất về nguyên tắc, quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT*; (ii) *Chất lượng tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh chưa tương xứng với số lượng tác phẩm đăng tải*; (iii) *Đòi hỏi nguồn nhân lực chất lượng cao, mang tính đồng bộ, có khả năng phối hợp ăn ý*; (iv) *Sử dụng đa dạng các thành tố hình ảnh kết hợp cùng hiệu ứng mang đến thách thức về khả năng lưu trữ, tốc độ hiển thị trên trang*; (v) *Áp lực tài chính, thời gian thực hiện tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh*.

Căn cứ vào những vấn đề đặt ra từ thực tiễn khách quan và khảo sát thực trạng, tổng hợp từ kết quả PVS ý kiến các nhà báo, các chuyên gia nghiên cứu BC-TT, thảo luận nhóm sinh viên... tác giả luận án đề xuất 5 nhóm giải pháp chính nhằm thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử: (i) Nhóm giải pháp đồng nhất và đồng bộ hoá nguyên tắc, quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT; (ii) Nhóm giải pháp tăng cường kỹ năng quản lý hoạt động sản xuất sản phẩm báo chí kể chuyện bằng hình ảnh ở toà soạn báo; (iii) Nhóm giải pháp nhằm tăng cường kỹ năng kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung và hình thức tác phẩm báo chí của nhà báo; (iv) Nhóm giải pháp hạn chế những khó khăn kỹ thuật - công nghệ; (v) Nhóm giải pháp nhằm tối ưu hoá kinh phí và thời gian thực hiện tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh với một hệ thống gồm 13 giải pháp cụ thể đối với báo chí nói chung và BMĐT nói riêng. Từ đó, đưa ra một số khuyến nghị khoa học đối với: các toà soạn báo; các chủ thể sáng tạo tác phẩm BMĐT; các cơ sở nghiên cứu, đào tạo và bồi dưỡng BC-TT. Trong đó:

Đối với các toà soạn báo: Cần nhận thức đúng vai trò và ý nghĩa của việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung và hình thức TPBC. Tập trung thúc đẩy chuyển đổi số, tạo tiền đề xây dựng toà soạn số và phát triển báo chí số. Xây dựng một chế độ nhuận bút phù hợp, xứng đáng với công sức, trí tuệ mà NB/PV bỏ ra. Chủ động, tích cực xây dựng cơ chế đào tạo, hợp tác với các tổ chức báo chí, đào tạo báo chí trong và ngoài nước nhằm tăng cường mối quan hệ, mở rộng môi trường rèn nghề cho phóng viên.

Đối với các chủ thể sáng tạo tác phẩm BMĐT: Phát huy sự sáng tạo của mỗi cá nhân trong nhóm thực hiện, tăng cường hơn nữa sự hợp tác giữa các cá nhân ở tất cả các khâu trong quy trình thực hiện tác phẩm. Chú trọng việc kết hợp nhuần nhuyễn các dấu hiệu hình ảnh khi kể chuyện, đảm bảo có sự tương hỗ, bổ trợ thông tin cho nhau, tránh nhắc lại thông tin hoặc minh họa đơn thuần. Tăng cường sử dụng các hình ảnh chất lượng, có khả năng tạo cảm xúc và hấp dẫn thị giác, giảm bớt dung lượng text. Không ngừng nâng cao trình độ, tư duy hình ảnh và khả năng thích ứng với các công nghệ làm báo hiện đại.

Đối với các cơ sở nghiên cứu, đào tạo, bồi dưỡng BC-TT: Tăng cường công tác nghiên cứu khoa học về truyền thông hình ảnh nói chung và kể chuyện bằng hình ảnh trong truyền tải thông điệp nói riêng. Xây dựng môn học “Visual story telling - Lý thuyết và kỹ năng cơ bản”, định vị môn học này nằm trong nhóm các môn Kiến thức ngành của ngành Truyền thông đa phương tiện. Đầu tư nâng cấp hệ thống các website - sản phẩm thực hành của sinh viên, có khả năng ứng dụng các công nghệ làm báo hiện đại, giúp quá trình đào tạo sinh viên tiệm cận với yêu cầu tuyển dụng nhân sự của các toà soạn báo trong bối cảnh định hình báo chí số.

## KẾT LUẬN

### 1. Việc cần thiết nghiên cứu đề tài của luận án:

BMĐT ra đời là một bước phát triển mang tính cách mạng của nền báo chí thế giới. Hành trình phát triển đó luôn song hành với sự phát triển của kỹ thuật, công nghệ và chính điều này đã dần thay đổi cách thức và nhu cầu tiếp nhận thông tin của công chúng. Công chúng hiện nay vẫn tìm kiếm thông tin thời sự, chính xác về mặt nội dung nhưng có sự đòi hỏi cao hơn về mặt hình thức cũng như chiều sâu của thông tin. Việc ứng dụng những thành tựu công nghệ số trên nền tảng Internet, các thiết bị kỹ thuật cao vào hoạt động sản xuất sản phẩm báo chí vừa là thực tế, vừa yêu cầu để báo chí thích ứng và phát triển trong bối cảnh chuyển đổi số.

Sự ra đời và phát triển như vũ bão của MXH tạo ra sự cạnh tranh khốc liệt đối với báo chí chính thống trong việc giành thị phần công chúng. Trong bối cảnh phát triển của xã hội thông tin, khi MXH trở thành một kênh thông tin quan trọng, ngày càng chiếm lượng lớn thị phần công chúng, thì báo chí càng cần đầu tư hơn nữa về nội dung thông tin cũng như hình thức của tác phẩm để tăng khả năng thu hút độc giả.

Đối với những người làm BMĐT, các yếu tố như video, ảnh, đồ họa... không còn xa lạ và đã được sử dụng từ nhiều năm. Nhưng việc kết hợp nhiều yếu tố hình ảnh (gồm ảnh tĩnh, video tương tác, animation...) bên cạnh text một cách liền mạch, chặt chẽ để kể lại một chuỗi các sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết... một cách đầy đủ, có chiều sâu theo một trình tự nhất định trong một bối cảnh cụ thể là chưa phổ biến. Từ đó, nhiều dạng thức TPBC đa phương tiện được ra đời như Mega Story, Spotlight, E-magazines... Dù được định danh khác nhau, nhưng điểm chung của các dạng thức TPBC này là phản ánh các vấn đề phức tạp, có hàm lượng thông tin lớn, ảnh hưởng đến nhiều người... được CQBC tập trung đầu tư thời gian, công sức để sản xuất trên cơ sở ứng dụng một loạt các phương pháp mới trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT.

Phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là một phương pháp hoạt động thực tiễn của nhà báo; dùng ảnh tĩnh, ảnh động, video, đồ họa máy tính, hình

vẽ minh hoạ/bảng biểu... và các kỹ thuật truyền thông khác để kể lại một chuỗi các sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết... một cách đầy đủ, có chiều sâu theo một trình tự nhất định trong một bối cảnh cụ thể, với mục đích tạo ra một câu chuyện trực quan, sống động, có khả năng khơi gợi cảm xúc của người tiếp nhận. Có hai cách thức ứng dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT đó là: (i) Sử dụng hình ảnh là yếu tố **duy nhất** để kể chuyện (VD các tác phẩm phóng sự ảnh, video, infographic... đứng độc lập); (ii) Sử dụng hình ảnh là yếu tố **quan trọng** (kết hợp cùng văn bản và các kỹ thuật truyền thông khác) để kể chuyện (VD các tác phẩm được định danh là tác phẩm chuyên sâu, tác phẩm chất lượng cao...). Tuy nhiên, các tác phẩm BMĐT hiện nay sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh như thế nào? Đã đạt được kết quả gì và còn những hạn chế gì cần phải khắc phục? Các nhà báo đã sử dụng phương pháp này trong quá trình sáng tạo TPBC ra sao? Cần làm gì để thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo TPBC?... vẫn đang là khoảng trống trong nghiên cứu lý luận và thực tiễn. Cho nên, việc nghiên cứu lý luận và thực tiễn để nhận diện những vấn đề đặt ra và đề xuất những giải pháp và khuyến nghị khoa học nhằm thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT, là việc làm cần thiết trong bối cảnh có sự cạnh tranh khốc liệt giữa báo chí chính thống và MXH như hiện nay.

2. Kiểm chứng toàn bộ quá trình nghiên cứu đề tài của luận án theo mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu đã đề ra, luận án đã đạt được những kết quả sau:

*Thứ nhất*, luận án đã tổng hợp và nghiên cứu một số lượng lớn công trình nghiên cứu là sách, luận án, bài báo khoa học, của thế giới và của Việt Nam theo 4 hướng nghiên cứu chính: (i) hướng nghiên cứu về ký hiệu học trong TTHA; (ii) hướng nghiên cứu về TTHA và nguyên lý thị giác; (iii) hướng nghiên cứu về kể chuyện bằng hình ảnh trên báo chí từ phương diện sản xuất và sáng tạo tác phẩm trong báo chí học; (iv) tiếp cận vấn đề kể chuyện bằng hình ảnh từ góc độ nghiên cứu hành vi tiếp nhận. Qua nghiên cứu Tổng quan, có thể khẳng định: (i) Từ các công trình nghiên cứu này, tác giả luận án đã chắt lọc và tiếp thu, kế thừa được một số nội dung có giá trị khoa học nhất định, có liên quan đến đề tài luận án; (ii) Mặc dù các công trình



này có đề cập đến 4 hướng nghiên cứu như kể trên, nhưng chưa có công trình nào nghiên cứu chuyên sâu ở mức độ luận án Tiến sĩ về *Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT*, cho nên, có thể khẳng định: đề tài của luận án là mới, không trùng lặp với các công trình nghiên cứu đã có trong những năm gần đây.

*Thứ hai*, phát triển giá trị khoa học của những nghiên cứu trước đó, soi chiếu dưới ánh sáng của lý luận Mác - Lê nin, Tư tưởng Hồ Chí Minh, quan điểm, đường lối, chính sách pháp luật của Đảng và Nhà nước về vai trò của báo chí, dựa trên cơ sở lý luận về báo chí - truyền thông và khoa học liên ngành, bám sát khung lý thuyết về kể chuyện, lý thuyết đóng khung, các lý thuyết về TTHA... luận án đã hệ thống hoá, cập nhật, bổ sung và có cách tiếp cận mới những vấn đề lý luận về sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT; xác lập các tiêu chí đánh giá thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT. Từ nghiên cứu những vấn đề lý luận này, tác giả luận án rút ra kết luận: Phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh là cách thức *nhà báo dùng ảnh động, video, đồ họa máy tính, ảnh tĩnh và hình vẽ minh họa/bảng biểu mang định dạng số... làm yếu tố duy nhất hoặc yếu tố quan trọng (kết hợp cùng văn bản và các yếu tố khác) để kể lại một chuỗi các sự kiện/sự việc/hành động/tình tiết... một cách đầy đủ, có chiều sâu theo trình tự nhất định trong bối cảnh cụ thể. Mục đích là tạo ra một tác phẩm BMĐT độc đáo về nội dung, mới mẻ về hình thức chuyển tải, làm tăng tính trực quan, sống động, khả năng tương tác và khơi gợi cảm xúc của công chúng*. Việc ứng dụng phương pháp này cần tuân thủ một số nguyên tắc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT.

*Thứ ba*, bám sát cơ sở lý luận và sử dụng các phương pháp nghiên cứu phù hợp, tác giả luận án đã nghiên cứu, phân tích, đánh giá khách quan và khoa học thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT hiện nay, thông qua khảo sát trường hợp 4 BMĐT trong năm 2023. Từ những kết quả nghiên cứu thực trạng, tác giả đi đến kết luận rằng, mọi thành công và hạn chế của việc sử dụng phương pháp kể

chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMDT phần lớn được quyết định bởi phẩm chất đạo đức, năng lực chuyên môn và tư duy sáng tạo của lãnh đạo CQBC và đội ngũ những người làm BMDT. Bởi điều kiện về cơ sở vật chất – kỹ thuật tốt và hiện đại đến bao nhiêu, cũng không thể phát huy tác dụng nếu không có tư duy hình ảnh, tư duy làm báo của con người.

*Thứ tư*, căn cứ vào kết quả nghiên cứu thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMDT; từ những gợi ý trong PVS ý kiến của đội ngũ những người làm báo, thiết kế đồ họa, lập trình viên, đội ngũ quản lý báo chí, đội ngũ chuyên gia tư vấn... tham gia vào quá trình sản xuất các tác phẩm BMDT, luận án trình bày 5 vấn đề đặt ra và đề xuất 5 nhóm giải pháp (với 13 giải pháp cụ thể) cùng một số khuyến nghị khoa học đối với các toà soạn báo; các chủ thể sáng tạo tác phẩm BMDT; các cơ sở nghiên cứu, đào tạo và bồi dưỡng BC-TT nhằm thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo TPBC ở các toà soạn báo Việt Nam hiện nay.

Nhìn chung, luận án nghiên cứu về đề tài *Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMDT* đã đưa ra những luận chứng, luận cứ, luận điểm có giá trị là tư liệu khoa học về lý luận và thực tiễn, đóng góp một phần nhỏ vào kho tàng lý luận báo chí - truyền thông hiện nay.

Luận án không chỉ là công trình nghiên cứu khoa học, phân tích, chứng minh tính cần thiết của việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các tác phẩm BMDT chất lượng cao, chuyên sâu về nội dung, hấp dẫn về hình thức trước bối cảnh cạnh tranh khốc liệt giữa báo chí chính thống và MXH, mà còn có ý nghĩa thiết thực trong việc nâng cao ý thức ứng dụng các phương pháp mới trong sáng tạo nội dung của nhà báo trong hoạt động báo chí, góp tạo ra các TPBC chất lượng, tăng cường uy tín và mức độ ảnh hưởng của CQBC đối với công chúng và xã hội.

Toàn bộ kết quả nghiên cứu của luận án là trung thực, những trích dẫn được nêu rõ nguồn, những kết luận khoa học được tác giả luận án rút ra từ kết quả nghiên cứu lý luận và thực tiễn hiện nay, những khuyến nghị được đề xuất và công bố trong luận án là hoàn toàn mới, được khái quát từ nội dung đề tài nghiên cứu, chưa từng được ai công bố trong bất cứ công trình nào của các

tác giả khác. Những kết quả nghiên cứu của luận án có giá trị ứng dụng trong thực tiễn, trong các CQBC, cơ quan quản lý báo chí và các cơ sở đào tạo báo chí - truyền thông ở Việt Nam hiện nay.

Từ những kết quả nghiên cứu trên, *có thể kết luận rằng: Luận án đã thực hiện thành công mục tiêu và các nhiệm vụ đã đề ra.*

3. Các kết quả nghiên cứu đã trả lời các câu hỏi nghiên cứu dựa trên cơ sở khoa học, phù hợp với thực tiễn:

Câu hỏi 1: Đã được trả lời. Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong truyền tải thông điệp là một trong những phương pháp hữu hiệu nhằm tăng sức hấp dẫn của tác phẩm BMĐT, khẳng định uy tín, tạo thương hiệu của các CQBC trong bối cảnh lớp công chúng mới được hình thành. Có hai cách thức ứng dụng phương pháp này trong thực tiễn đó là: Sử dụng toàn bộ hình ảnh để kể chuyện (trong các tác phẩm BMĐT ở chuyên mục video, infographic...) và Sử dụng hình ảnh là yếu tố quan trọng (kết hợp cùng văn bản và các yếu tố khác) để kể chuyện (điển hình ở các TPBC tích hợp đa phương tiện trong các chuyên mục như E - magazine, Megastory, Spotlight...). Luận án đã làm rõ thực trạng sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo các yếu tố nội dung (đề tài/chủ đề; mục đích sử dụng các thành tố hình ảnh; mức độ tuân thủ các nguyên tắc sử dụng) và các yếu tố hình thức (kết cấu, ngôi kể, cách thức tiến hành) trong các tác phẩm BMĐT thuộc diện khảo sát.

Câu hỏi 2: Đã được trả lời. Kết quả nghiên cứu đã chứng minh các nhà báo đã sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong triển khai một số bước cụ thể trong quy trình sáng tạo tác phẩm BMĐT gồm: Cách thức lựa chọn, phát hiện đề tài; Thực trạng khai thác và xử lý các dữ liệu hình ảnh và Cách thức tạo khung tác phẩm, sử dụng hiệu ứng kỹ thuật để kể chuyện bằng hình ảnh trong các tác phẩm diện khảo sát.

Câu hỏi 3: Đã được trả lời. Luận án đã trình bày những vấn đề đặt ra, từ đó đề xuất 5 nhóm giải pháp nhằm thúc đẩy sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh ở các toà soạn báo tại Việt Nam hiện nay gồm: (i) Nhóm giải pháp đồng nhất và đồng bộ hoá nguyên tắc, quy trình sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT; (ii) Nhóm giải pháp tăng cường kỹ năng quản lý hoạt động sản xuất sản phẩm

báo chí kể chuyện bằng hình ảnh ở toà soạn báo; (iii) Nhóm giải pháp nhằm tăng cường kỹ năng kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo nội dung và hình thức TPBC của nhà báo; (iv) Nhóm giải pháp hạn chế những khó khăn về kỹ thuật - công nghệ; (v) Nhóm giải pháp nhằm tối ưu hoá kinh phí và thời gian thực hiện tác phẩm sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh với một hệ thống gồm 13 giải pháp cụ thể đối với báo chí nói chung và BMĐT nói riêng. Từ đó, đưa ra một số khuyến nghị khoa học đối với: các toà soạn báo; các chủ thể sáng tạo tác phẩm BMĐT; các cơ sở nghiên cứu, đào tạo và bồi dưỡng BC-TT.

Như vậy, từ các kiểm chứng trên *có thể đi đến kết luận: Các câu hỏi nghiên cứu mà luận án đưa ra ban đầu đã được trả lời thoả đáng trên cơ sở khoa học, phù hợp với tình hình thực tiễn sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT hiện nay.*

4. Với kết quả nghiên cứu và đề xuất trong luận án, sẽ mở ra những hướng nghiên cứu tiếp theo, như: nghiên cứu sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong chiến lược marketing; trong thể loại phóng sự ảnh báo chí; trong lĩnh vực điện ảnh...

5. Luận án *Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (visual storytelling) trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử* là công trình nghiên cứu khoa học độc lập của tác giả luận án, được hoàn thành dưới sự hướng dẫn khoa học của PGS,TS. Đỗ Thị Thu Hằng và PGS,TS. Bùi Thu Hương; được sự giúp đỡ của nhiều cơ quan, đơn vị, cá nhân trong cả nước; được kế thừa trí tuệ khoa học của nhân loại, của các học giả đi trước. Tuy đã cố gắng làm việc nghiêm túc, cẩn trọng tiếp thu và chỉnh sửa theo ý kiến góp ý của các Thầy Cô, các nhà khoa học, bạn bè, đồng nghiệp... nhưng luận án chắc chắn sẽ còn nhiều thiếu sót. Tác giả luận án kính mong Quý vị góp ý kiến để luận án được sửa chữa ngày một hoàn thiện hơn. Trân trọng cảm ơn!

**DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ  
CỦA TÁC GIẢ LUẬN ÁN CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN**

1. Phạm Thị Mai Liên (2021), *Kể chuyện thông qua dữ liệu trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử*, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, (12).
2. Phạm Thị Mai Liên (2021), *Kể chuyện thông qua dữ liệu trong sáng tạo tác phẩm báo chí về đại dịch Covid-19*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế “Quản trị khủng hoảng thông tin trong bối cảnh đại dịch Covid-19”.
3. Phạm Thị Mai Liên (2022), (thành viên biên soạn), *Giáo trình Nhập môn truyền thông đa phương tiện*, (PGS,TS. Đỗ Thị Thu Hằng chủ biên), Nxb Thông tin và truyền thông, Hà Nội.
4. Phạm Thị Mai Liên (2022), (thành viên biên soạn), *Giáo trình Tổ chức sản xuất sản phẩm truyền thông đại chúng*, (PGS,TS. Đỗ Thị Thu Hằng chủ biên), Nxb Thông tin và truyền thông, Hà Nội.
5. Phạm Thị Mai Liên (2022), *Kể chuyện thông qua dữ liệu trong sáng tạo tác phẩm báo chí*, (Trong sách: “Báo chí truyền thông: những điểm từ thực tiễn”, Tập 5, PGS,TS. Đỗ Thị Thu Hằng chủ biên), Nxb Thông tin và truyền thông, Hà Nội.
6. Phạm Thị Mai Liên (2024), *Kể chuyện bằng hình ảnh từ góc nhìn phương pháp sáng tạo nội dung tác phẩm báo chí*, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, (2).
7. Phạm Thị Mai Liên (2024), *Các yếu tố ảnh hưởng và nguyên tắc kể chuyện bằng hình ảnh trên báo mạng điện tử*, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, (6).

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

### A. Tài liệu Tiếng Việt

1. Đỗ Phan Ái (2010), *Kỹ thuật và tạo hình nhiếp ảnh*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
2. Andrew, Van Leeuwen và Van Baaren, Hà Minh Tú (dịch) (2019), *Hình ảnh điều khiển tâm trí*, Nxb Lao động, Hà Nội.
3. Aristotle (1999), *Nghệ thuật thơ ca*, (Lê Đăng Bảng - Thành Thế Thái Bình... dịch), Nxb Văn học, Hà Nội.
4. Báo Nhân dân (2024), *Đổi mới sáng tạo trong báo chí 2023 - Báo cáo toàn cầu*, Đặc san của Báo Nhân dân.
5. Bộ Giáo dục và đào tạo (2014), *Sách giáo khoa Tiếng Việt lớp 4*, tập 1, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
6. Bộ Sách tham khảo nghiệp vụ (2006), *Các thủ thuật làm báo điện tử*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
7. Bộ Thông tin và Truyền thông (2023), *Báo cáo tổng kết công tác năm 2023, phương hướng nhiệm vụ năm 2024*, Nxb Thông tin truyền thông, Hà Nội.
8. Bộ Thông tin và Truyền thông (2024), *Dự thảo Báo cáo Đánh giá tình công tác quản lý nhà nước quý I/2024 và nhiệm vụ công tác trọng tâm Quý II/2024*, Phục vụ Hội nghị giao ban quản lý nhà nước quý I/2024 với đối tượng quản lý, Hà Nội.
9. Brian Horton (2003), *Ảnh báo chí*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
10. Cole Nussbaumer Knaflitz (2021), *Storytelling with data - Kể chuyện thông qua dữ liệu*, (Hồ Vũ Thanh Phong dịch) Nxb Thế giới, Hà Nội.
11. Ngô Anh Cơ (2017), “Năm giai đoạn phát triển quan trọng của truyền thông thị giác”, Tạp chí Nghiên cứu Mỹ thuật, (3), tr.57-67.
12. Ngô Anh Cơ (2018), *Truyền thông thị giác từ góc nhìn thiết kế đồ họa Việt Nam hiện đại*, Luận án tiến sĩ, Viện Văn hoá Nghệ thuật quốc gia Việt Nam, Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, Hà Nội.
13. David Aaker, Nguyễn Nụ (dịch) (2020), *Brand Story - Thổi hồn thương hiệu làm triệu người mê*, Nxb Hồng Đức, Hà Nội.
14. David Eagleman, Trần Tuấn Hiệp (dịch) (2020), *Não bộ kể gì về bạn?* Nxb Dân trí, Hà Nội.

15. Nguyễn Văn Dũng (Chủ biên) (2006), *Tác phẩm báo chí*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
16. Nguyễn Văn Dũng (2011), *Báo chí truyền thông hiện đại*, Nxb Quốc gia, Hà Nội.
17. Nguyễn Văn Dũng (2012), *Cơ sở lý luận báo chí*, Nxb Lao động, Hà Nội.
18. Nguyễn Văn Dũng (Chủ biên), Đỗ Thị Thu Hằng (2012), *Truyền thông lý thuyết và kỹ năng cơ bản*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
19. Phạm Bình Dương (2022), “*Ứng dụng ký hiệu học trong ngôn ngữ hình ảnh truyền hình*”, Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông điện tử, ngày 29/12/2022.
20. Đại học Quốc gia Hà Nội, Đại học KHXH&NV, Khoa Báo chí - Truyền thông (2012), *Báo chí - Những vấn đề lý luận và thực tiễn*, tập 9, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
21. Hữu Đạt (2000), *Phong cách học và các phong cách chức năng tiếng Việt*, Nxb Văn hoá thông tin, Hà Nội.
22. Hà Minh Đức (Chủ biên) (2014), *Lý luận văn học* (tái bản lần thứ hai), Nxb Giáo dục, Hà Nội.
23. Eric May (2017), *Kỹ năng kể câu chuyện hấp dẫn bằng hình ảnh*, Khóa đào tạo thuộc Hội Nhà báo Việt Nam tháng 03/2017, Hà Nội.
24. Eva-Pia Worland và Ami Anderson (2010), *Cẩm nang phóng viên*, Tài liệu của dự án “Đào tạo nâng cao báo chí Việt Nam” giữa Việt Nam và Thụy Điển, Hà Nội.
25. Nguyễn Thu Giang (2011), “*Truyền thông thị giác dưới sự quy chiếu của lý thuyết đóng khung*”, Tạp chí Nghiên cứu Con người, (6).
26. Nguyễn Thị Trường Giang (2011), *Báo mạng điện tử - Những vấn đề cơ bản*, Nxb Chính trị - Hành chính, Hà Nội.
27. Nguyễn Thị Trường Giang (chủ biên) (2015), *Sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
28. Nguyễn Thị Trường Giang (Chủ biên) (2017), *Báo chí - Truyền thông đa phương tiện*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
29. Nguyễn Thị Trường Giang (Chủ biên) (2020), *Giáo trình tác phẩm báo mạng điện tử*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.

30. Nguyễn Ngọc Hà, Nguyễn Thị Huyền (2019), *Khái niệm phương pháp: định nghĩa và phân loại*, Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam, (4).
31. Lê Thu Hà (2016), *Xu hướng tiếp nhận sản phẩm báo chí của công chúng Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Hà Nội.
32. Vũ Quang Hào (2012), *Ngôn ngữ báo chí*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
33. Đỗ Thị Thu Hằng (2010), *PR công cụ phát triển báo chí*, Nxb Trẻ, Hà Nội.
34. Đỗ Thị Thu Hằng (2013), *Giáo trình Tâm lý học báo chí*, Nxb Đại học Quốc gia, thành phố Hồ Chí Minh.
35. Đỗ Thị Thu Hằng (Chủ biên) (2022), *Giáo trình Nhập môn truyền thông đa phương tiện*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
36. Đỗ Thị Thu Hằng (Chủ biên) (2022), *Giáo trình Tổ chức sản xuất sản phẩm truyền thông đại chúng*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
37. Đỗ Thị Thu Hằng, Tạ Bích Loan, Phạm Thị Mai Liên (2023), *Vấn đề đặt ra và giải pháp xây dựng, quản trị toà soạn số hiện nay*, Tham luận hội thảo quốc tế “Quản trị toà soạn báo chí số: Lý luận, thực tiễn, kinh nghiệm tại khu vực Asean”, Hội Nhà báo Việt Nam, Hà Nội.
38. Đinh Thị Thúy Hằng (2008), *Báo chí Thế giới và Xu hướng phát triển*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
39. Nguyễn Quang Hòa (2002), *Phóng viên và Tòa soạn*, Nxb Văn hóa thông tin, Hà Nội.
40. Hội đồng quốc gia chỉ đạo biên soạn Từ điển Bách khoa Việt Nam (2003), *Từ điển Bách khoa Việt Nam*, tập 3, Nxb Từ điển Bách khoa, Hà Nội.
41. Nguyễn Ánh Hồng (2015), *Viết và biên tập cho báo online*, Nxb Đại học Quốc gia, thành phố Hồ Chí Minh.
42. Hội Nhà báo Việt Nam (1992), *Nghề nghiệp và công việc của nhà báo*, Nxb Lao động, Hà Nội.
43. Phạm Thị Hương (2020), *Ưu điểm của việc khắc họa chân dung bằng tác phẩm Mega Story trên báo mạng điện tử*, Tạp chí Khoa học Xã hội, Nhân văn & Giáo dục, (Tập đặc biệt), tr.76-86.



44. Đinh Văn Hường (2007), *Tổ chức và hoạt động của tòa soạn*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
45. Iu. M. Lotman (2015), *Ký hiệu học văn hoá*, (Lã Nguyên, Đỗ Hải Phong, Trần Đình Sử dịch), Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
46. Julian Hoxter (2024), *Nghệ thuật kể chuyện bằng hình ảnh*, (Nguyễn Thanh Bình dịch), Nxb Lao động, Hà Nội.
47. Đoàn Văn Khái, Nguyễn Anh Tuấn, Dư Đình Phúc (2012), *Giáo trình Logic học và phương pháp học tập, phương pháp nghiên cứu khoa học*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
48. Phan Văn Kiên, Phan Quốc Hải, Phạm Chiên Thắng, Nguyễn Đình Hậu (2016), *Một số xu hướng mới của báo chí truyền thông hiện đại*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
49. Đặng Phương Kiệt (Chủ biên) (2001), *Cơ sở tâm lý học ứng dụng*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
50. Nguyễn Thế Kỳ (2013), *Báo chí dưới góc nhìn thực tiễn*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
51. Line Ross (2004), *Nghệ thuật thông tin*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
52. Nguyễn Thành Lợi (2014), *Tác nghiệp báo chí trong môi trường truyền thông hiện đại*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
53. Nguyễn Tiên Mão (2005), *Cơ sở lý luận ảnh báo chí*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
54. Mats Wikman và Phạm Thị Thúy Hằng (2010), *Những trang báo đẹp - Cẩm nang dành cho các nhà thiết kế*, Tài liệu của dự án “Đào tạo nâng cao báo chí Việt Nam” giữa Việt Nam và Thụy Điển, Hà Nội.
55. M.M.Rodentan (1986), *Từ điển triết học*, Nxb Tiến bộ, Mátxcova.
56. Huỳnh Văn Mười (Uyên Huy) (2019), *Nghệ thuật thị giác và những vấn đề cơ bản*, Nxb Mỹ thuật, Hà Nội.
57. Vũ Huyền Nga (2017), *Lý thuyết truyền thông hình ảnh* in trong cuốn *Báo chí - Truyền thông: Những điểm nhìn từ thực tiễn*, Tập 3, Nguyễn Văn Dũng (chủ biên) (2017), Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
58. Vũ Huyền Nga (2018), *Thẻ loại phóng sự ảnh báo chí hiện đại*, Luận án tiến sĩ, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Hà Nội.

59. Ngô Bích Ngọc (2019), *Xu hướng sử dụng gói tin tức đa phương tiện trên báo mạng điện tử hiện nay*, Luận án tiến sĩ, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Hà Nội.
60. Lã Nguyên (2017), *Phê bình ký hiệu học - Đọc văn như là hành trình tái thiết ngôn ngữ*, Nxb Phụ nữ, Hà Nội.
61. Lê Thị Nhã (2016), *Giáo trình Lao động nhà báo*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
62. Nguyễn Trí Nhiệm, Nguyễn Thị Trường Giang (Đồng chủ biên) (2014), *Báo mạng điện tử - đặc trưng và phương pháp sáng tạo*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
63. Lê Đắc Như, Nguyễn Gia Như (2016), *Truyền thông đa phương tiện*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
64. Paul Bradshaw, Trịnh Ngọc Minh - Trịnh Huy Nam (dịch) (2020), *Cẩm nang báo chí trực tuyến - Kỹ năng sinh tồn và lớn mạnh trong kỷ nguyên số*, Nxb Trẻ, thành phố Hồ Chí Minh.
65. Petr Tausk (1985), *Nhiếp ảnh báo chí*, Tài liệu tham khảo nghiệp vụ Thông tấn xã Việt Nam, Hà Nội.
66. Hà Huy Phượng (2014), *Văn bản báo chí đa phương tiện*, Tạp chí Lý luận Chính trị & Truyền thông, (6+7).
67. Đinh Xuân Sơn, Đinh Văn Hường, Trần Quang (1995), *Cơ sở lý luận báo chí và Truyền thông*, Nxb Văn hóa thông tin, Hà Nội.
68. Tạ Ngọc Tấn (chủ biên), Nguyễn Tiến Hải (1995), *Tác phẩm báo chí*, Tập I, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
69. Tạ Ngọc Tấn (1999), *Cơ sở lý luận báo chí*, Nxb Văn hóa thông tin, Hà Nội.
70. Tạ Ngọc Tấn (2010), *Toàn cầu hóa truyền thông đại chúng và những hệ quả của nó*, Tạp chí Triết học, (4).
71. The Missouri Group (2007), *Nhà báo hiện đại*, Nxb Trẻ, thành phố Hồ Chí Minh.
72. Thomas M.Siebel, Phạm Anh Tuấn (dịch) (2020), *Chuyển đổi số*, Nxb Tổng hợp thành phố Hồ Chí Minh.
73. Thông tấn xã Việt Nam (2018), *Những sáng tạo trong báo chí*, Báo cáo toàn cầu 2018 - 2019, Hà Nội.

74. Thông tấn xã Việt Nam (2019), *Những sáng tạo trong báo chí*, Báo cáo toàn cầu 2019 - 2020, Hà Nội.
75. Thông tấn xã Việt Nam (2020), *Đổi mới sáng tạo trong báo chí*, Báo cáo toàn cầu 2020 - 2021, Hà Nội.
76. Nguyễn Thị Hằng Thu (Chủ biên) (2023), *Giáo trình tác phẩm báo in*, Nxb Thanh niên, Hà Nội.
77. Bùi Thị Ngọc Thu (2022), *Story telling - nghệ thuật thuyết trình bằng câu chuyện*, Nxb Lao động, Hà Nội.
78. Đỗ Bích Thảo Trân (2020), *Mega Story: Dạng thức báo chí mới trên nền tảng truyền thông đa phương tiện*, Tạp chí Khoa học và Công nghệ.
79. Nguyễn Quang Uẩn (Chủ biên) (2010), *Tâm lý học đại cương*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
80. Viện Ngôn ngữ học (1995), *Từ điển Tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng.
81. Trần Trọng Vũ (2016), *Sự bất tiện nghi của hình ảnh*, Tạp chí Mỹ thuật & Nhiếp ảnh, (10).
82. X.A. Mikhailóp (2014), *Báo chí hiện đại nước ngoài: Những quy tắc và nghịch lý*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.
83. Nguyễn Như Ý (chủ biên) (2007), *Đại từ điển Tiếng Việt*, Nxb Đại học Quốc gia, thành phố Hồ Chí Minh.

#### **B. Tài liệu Tiếng nước ngoài**

84. Alexander, B. (2011). *The New Digital Storytelling - Creating Narratives with New Media*. Santa Barabara, California: Praeger.
85. Aiello and Parry (2020), *VisualCommunication: Understanding Images in Media Culture*, SAGE Publications.
86. Aristotle (2012), *Aristotle poetics*, (Tarán, L., & Gutas, Dimitri, trans.) Leiden, Netherlands/Bos-ton, MA: Brill.
87. Arikan, G. (2009), *Image-to-Print Graphic Design*, Konya: Eğitim Academic Publications.
88. Ashok Banerji, Ananda Mohan Ghoh (2010), *Multimedia Technologies*, Tata McGraw Hill Education.
89. A&C Black (2006), *Dictionary of Media Studies*, A&C Black Publishers Ltd.

90. Barnhurst, Kevin G. (2012), *The form of Online News in the Mainstream US Press, 2001 - 2010*, Journalism Studies 12 (5-6).
91. Barthes, R., & Duisit, L. (1975). *An Introduction to the structural analysis of narrative*. *New Literary History*, 6(2), 237.
92. Beasley, B. (1998), "Journalists' Attitudes Toward Narrative Writing", *Newspaper Research Journal*, 19 (1), 78-89.
93. Brown, L. A. (2018), *How films tell stories: The narratology of cinema*, Creative Arts Press Nashville, TN.
94. Carina Ihlström (2005), *The e-newspaper innovation - converging print and online*, University of Halmstad.
95. Carina Ihlström Eriksson, Maria Åkesson (2007), *Introducing the e-newspaper - Audience Preferences and Demands*, University of Halmstad.
96. Carlson, D. (2003), *The history of online journalism*. In: Kawamoto, K. (ed.) *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*, pp. 31-56. Rowman & Littlefield, Oxford.
97. Crawford Kilian (1999), *Writing for the Web*, Self - Counsel Press, USA, Canada.
98. David Campbell (2013), *Visual Storytelling in the Age of Post-Industrialist Journalism*, World Press Photo Academy.
99. Dowling and Vogan (2015), *Can we "Snowfall" this, Digital longform and the race for the tablet market*, Digital Journalism.
100. Duy Linh Tu (2015), *Feature and Narrative Storytelling for Multimedia Journalists*, Focal Press.
101. Ellen Lupton (2011), *Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming*, Princeton Architectural Press.
102. Erving Goffman (1974), *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, Northeastern University Press.
103. Frank Ash (2016), *Storytelling: structuring your story*, BBC Journalism Academy.
104. George Landow (2006), *Hypertext 3.0: Critical Theory and New Media in an Era of Globalization*, Baltimore; London: The Johns Hopkins University Press.

105. Gitner, Seth (2015), *Multimedia Storytelling for Digital Communicators in a Multiplatform World*, New York: Routledge.
106. Gillian Rose (2016), *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*, 4th Edition, SAGE Publications.
107. Günay, M. (2021), *Design in Visual Communication*, Art and Design Review, 9, 109-122.
108. Hall, J. (2001), *Online Journalism - a critical primer*, Pluto Press.
109. Hernandez, J Rue (2015), *The Principles of Multimedia Journalism: Packaging Digital News*, Routledge Taylor & Francis Group.
110. Herry Wolf (1988), *Visual Thinking: Methods for making images memorable*, Rizzoli International Publications.
111. Jackson Lankow, Josh Ritchie, Ross Crooks (2012), *Infographics: The Power of Visual Storytelling*, John Wiley & Sons, Inc., New York.
112. Jain, R., & Slaney, M. (2013), *Micro Stories and Mega Stories*, IEEE Multimedia, 20(1), 86-90.
113. John Hertbert (2020), *Journalism in the Digital Age*, Focal Press.
114. Josef Muller - Brockmann (1999), *A History of Visual Communication*, Niggli Verlag.
115. Klaus Fog, Christian Budtz, Baris Yakaboylu (2004), *Storytelling - Branding in Practice*, Springer.
116. Kress, Leuween (1996), *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, London: Routledge.
117. K. Smith, S. E. Moriarty, G. Barbatsis và K. Kenney (Eds.) (2005), *Handbook of visual communication: Theory, methods, and media; 1st Edition*; Routledge Taylor & Francis Group (pp. 329-350).
118. Lawrie Zion and David Craig (2015), *Ethics for Digital Journalists*, Routledge, New York.
119. Lev Manovich (2001), *The Language of New Media*, MIT Press.
120. Mallery Jean Tenore (2012), *What do we mean by 'longform journalism' & how can we get it 'to go'?*, MIT Press.
121. Marcel Danesi (2009), *Dictionary in Communication and media*, M.E. Sharpe, Inc., New York.

122. Marguerite Helmers, Charles A. Hill (2004), *Defining Visual Rhetorics*, Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
123. Maria Massila -Merisalo (2014), *Story first - Publishing Narrative Long-form Journalism in Digital Environment*, Journal of Magazine & New Media Research.
124. Marita Sturken & Lisa Cartwright (2009) *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*, Oxford: Oxford University Press, pp. 279-287.
125. Mark Deuze (2004), *What is multimedia journalism?* Journalism Studies 5(2): 139-152.
126. Mark S. Luckie (2012), *The Digital Journalist's Handbook*, CreateSpace Independent Publishing Platform.
127. Matteo Stocchetti & Karin Kukkonen (2011), *Images in Use - Towards the critical analysis of visual communication*, John Benjamin Publishing Company.
128. Martin Thellefsen & Alon Friedman (2023), *Icons and metaphors in visual communication: The relevance of Peirce's theory of iconicity for the analysis of visual communication*, Public Journal of Semiotics 10 (2).
129. Miller, Carolyn Handler (2014). *Digital Storytelling: A Creator's Guide to Interactive Entertainment*, New York: Focal Press.
130. Naomi Verity Busst (2012), "Telling stories to a different beat: Photojournalism as a "Way of Life", Bond University.
131. Oliver Lindberg (2016), *A Journey into the digital long-form*, Digital Journalism.
132. Oxford English Dictionary (online), *Definition of "narrative"*.
133. Parsa, A. F. (2004), *The Power of Image and the Rise of Visual Culture*, Izmir: Ege University Faculty of Communication Publications.
134. Paul Martin Lester (2013), *Visual Communication: Images with Messages*, 6th edition, Wadsworth Publishing.
135. Paul Messaris & Linus Abraham (2001), *The Role of Images in Framing News Stories*, in trong cuốn *Framing public life, Perspectives on media and our understanding of the social world* (tuyển tập chủ biên

- bởi Stephen D. Reese, Oscar H. Gandy, Auguste E. Grant), Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
136. Pavlik, J. O., & Pavlik, J. V. (2017), Understanding Quality in Digital Storytelling: A Theoretically Based Analysis of the Interactive Documentary. I M. Friedrichsen, & Y. Kamalipour, *Digital Transformation in Journalism and News Media* (p. 381-396). Springer International Publishing.
137. Per Ledin & David Machin (2018), *Doing visual analysis: From theory to practice*, London: SAGE.
138. Robert Karl Manoff and Michael Schudson (1986), *Reading the News*, Pantheon Books, New York.
139. Robert Spence (2014), *Information Visualization*, Springer International Publishing.
140. Roland Barthes (1977), *Image Music Text*, Fontana Press.
141. Seth Gitner (2015), *Multimedia Storytelling of Digital Communicators in a Multiplatform World*, Routledge.
142. Shahira Fahmy, Mary Angela Bock, Wayne Wanta (2014), *Visual Communication Theory and Research - A Mass Communication Perspective*, Palgrave Macmillan US.
143. Sheree Josephson, James D. Kelly, Ken Smith (2020), *Handbook Of Visual Communication - Theory, Methods, And Media*; 2nd Edition; Routledge Taylor & Francis Group.
144. Susan Jacobson, Jacqueline Marino, and Robert E. Gutsche Jr (2015), *The Digital Animation of Literary Journalism*, SAGE Publications.
145. Susanne Stubberud Rom, *Design for digital storytelling in journalism*, Department of Design - NTNU, Norwegian University of Science and Technology.
146. Szytko-Kwas, J. (2019), *Reception of Press Photography in the Context of the Theory of Visual Literacy*, *Studia Medioz-nawcze* 2019, Vol. 19, No. 1 (76), pp. 29-41.
147. Tuomo Hiippala (2017), *The Multimodality of Digital Longform Journalism*, Digital Journalism.

148. Ward, Mike (2002), *Journalism Online*, Oxford: Focal Press, 2002.
149. William A. Gamson (1985), *Goffman's Legacy to Political Sociology*, Theory and Society, Vol. 14, No. 5.
150. William A. Gamson & Andre Modigliani (1989), *Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach*, American Journal of Sociology 95 (No. 1).

### C. Website

151. <https://www.historyofvisualcommunication.com/01-rocks-and-caves>.
152. <https://www.historyofvisualcommunication.com/02-ideograms>.
153. <https://hoanghatblog.wordpress.com/2017/06/20/long-form-su-tien-hoa-cua-bao-dien-tu/>.
154. <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>
155. <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/33800/photos-on-facebook-generate-53-more-likes-than-the-average-post-new-data.aspx#:~:text=As%20a%20result%2C%20our%20study,than%20the%20average%20post%2C%20too>.
156. <https://www.newswhip.com/2015/10/five-quick-things-to-know-about-successful-facebook-videos/>
157. <https://digiday.com/media/silent-world-facebook-video/>.
158. Tổ chức Nghiên cứu về báo chí - truyền thông, *Thống kê của tổ chức Skyword*, <http://www.skyword.com/>, Trụ sở đặt tại thành phố Boston, Mỹ.
159. <https://vnexpress.net/vnexpress-tron-23-tuoi-4714668.html>
160. <https://vnexpress.net/cuoc-tron-tim-tren-via-he-sai-gon-4659517.html>
161. <https://nhandan.vn/megastory/tri-tue-nhan-tao-viet-nam/#cauchuyen>
162. <https://nhandan.vn/megastory/nhung-nguoi-phu-nu-dua-viet-nam-ra-the-gioi/>
163. [https://special.nhandan.vn/giaiphapphattrien\\_nghiquietvung/index.html](https://special.nhandan.vn/giaiphapphattrien_nghiquietvung/index.html)
164. <https://mega.vietnamplus.vn/gom-cham-nghe-thu-cong-dau-tien-cua-viet-nam-duoc-unesco-ghi-danh-5436.html>
165. <https://tuoitre.vn/di-san-tu-bua-com-nha-20231221202137724.htm>
166. <https://tuoitre.vn/them-hoat-dong-trai-nghiem-them-kien-thuc-cho>



- tuong-lai-20231207193605264.htm
167. <https://vnexpress.net/topic/35-nam-fdi-27202>
168. <https://vnexpress.net/dong-tien-hoi-lo-chuyen-bay-giai-cuu-4594645.html>
169. <https://special.nhandan.vn/phat-bieu-cua-TBT-tai-Hoi-nghi-CA-Trung-uong/index.html>
170. [https://special.nhandan.vn/Phat\\_bieu\\_cua\\_Chủ\\_tịch\\_Quốc\\_hội\\_Vương\\_inh\\_Hue\\_tại\\_khai\\_mác\\_Hội\\_nghi\\_Nghi\\_si\\_tre\\_toan\\_cau\\_lan\\_thu\\_9/index.html](https://special.nhandan.vn/Phat_bieu_cua_Chủ_tịch_Quốc_hội_Vương_inh_Hue_tại_khai_mác_Hội_nghi_Nghi_si_tre_toan_cau_lan_thu_9/index.html)
171. [https://special.nhandan.vn/Phat\\_bieu\\_cua\\_Chủ\\_tịch\\_nuoc\\_Vo\\_Van\\_Thuong\\_tai\\_Hoi\\_nghi\\_Thuong\\_dinh\\_Doanh\\_nghiep\\_APEC/index.html](https://special.nhandan.vn/Phat_bieu_cua_Chủ_tịch_nuoc_Vo_Van_Thuong_tai_Hoi_nghi_Thuong_dinh_Doanh_nghiep_APEC/index.html)
172. <https://vnexpress.net/doi-chay-lo-o-mien-tay-4641037.html>
173. <https://vnexpress.net/the-he-cong-nhan-do-dang-4675690.html>
174. <https://tuoitre.vn/me-mon-gion-lua-chon-cua-cac-giac-quan-20231017062156502.htm>
175. <https://tuoitre.vn/xo-so-tu-chon-giai-tri-lanh-manh-va-hien-dai-20230715164518721.htm>
176. <https://mega.vietnamplus.vn/nestle-viet-nam-dan-dau-trong-top-100-doanh-nghiep-ben-vung-nam-2023-5520.html>
177. <https://tuoitre.vn/nhung-di-san-van-hoa-doc-dao-tren-reo-cao-mu-cang-chai-20231229104223832.htm>
178. <https://tuoitre.vn/nguoi-thay-tham-lang-cua-bac-si-2023022210324424.htm>
179. [https://special.nhandan.vn/hoptac\\_vietnam\\_mylatin/index.html](https://special.nhandan.vn/hoptac_vietnam_mylatin/index.html)
180. <https://vnexpress.net/dong-mekong-gian-du-4634044.html>
181. <https://vnexpress.net/cuoc-tron-tim-tren-via-he-sai-gon-4659517.html>
182. <https://vnexpress.net/ha-noi-rong-gap-ba-gia-nha-dat-gap-doi-4636489.html>
183. <https://vnexpress.net/the-he-cong-nhan-do-dang-4675690.html>
184. <https://vnexpress.net/con-khat-sinh-du-2-con-cua-tp-hcm-4647874.html>
185. <https://tuoitre.vn/ba-nam-va-mai-mai-20230827141053891.htm>
186. <https://tuoitre.vn/lan-chiem-via-he-long-duong-e961.htm>

187. <https://vnexpress.net/kinh-te-via-he-thi-truong-vo-thua-nhan-4660981.html>
188. <https://vnexpress.net/dong-tien-hoi-lo-chuyen-bay-giai-cuu-4594645.html>
189. <https://vnexpress.net/luong-huu-chech-duong-ray-4587152.html>
190. [https://vnexpress.net/mua-he-khac-nghiet-4617151.html#box\\_comment](https://vnexpress.net/mua-he-khac-nghiet-4617151.html#box_comment)
191. <https://tuoitre.vn/thi-truong-bat-dong-san-can-bao-cong-hay-theo-adam-smith-2023022514415199.htm>
192. <https://special.nhandan.vn/nong-nghiep-vung-vai-tro-tru-do/index.html>
193. <https://vnexpress.net/kinh-te-via-he-thi-truong-vo-thua-nhan-4660981.html>
194. <https://vnexpress.net/dong-tien-hoi-lo-chuyen-bay-giai-cuu-4594645.html>

## PHỤ LỤC

### PHỤ LỤC 1 BẢNG MÃ PHÂN TÍCH TÁC PHẨM TRÊN CÁC TRANG BÁO MẠNG ĐIỆN TỬ ĐIỆN KHẢO SÁT

#### A. Tên báo/chuyên mục

0. Chuyên mục E-magazine trên báo Nhân dân điện tử
1. Chuyên mục Spotlight trên VnEpress
2. Chuyên mục Megastory trên Tuổi trẻ Online
3. Chuyên mục Vietnam+ Spotlight trên Vietnamplus

#### B. Chủ đề chính mà tác phẩm đề cập tới là gì?

- |  |                             |
|--|-----------------------------|
| 0. Thời sự chính trị tổng hợp                | 5. Môi trường               |
| 1. Đời sống xã hội                           | 6. Khoa học, y tế, sức khoẻ |
| 2. Kinh tế                                   | 7. Giáo dục                 |
| 3. Văn hoá - nghệ thuật - giải trí - du lịch | 8. Khác (ghi rõ)            |
| 4. Thể thao                                  |                             |

#### C. Mục đích đăng tải

- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| 0. Toà soạn thông tin           | 2. Trích nguyên văn bài phát biểu/ văn bản của lãnh đạo/các cơ quan Đảng, Nhà nước |
| 1. Nội dung khách hàng đặt hàng | 3. Trích nguyên văn bài nghiên cứu của chuyên gia                                  |

#### D. Phân loại tác phẩm

0. Tin
1. Bài phản ánh/tường thuật/tổng hợp thông tin
2. Phỏng vấn
3. Phóng sự
4. Bài phân tích, bình luận về các sự kiện/vấn đề nổi bật
5. Khác (ghi rõ):.....

#### E. Mục đích của việc sử dụng ảnh trong tác phẩm là gì?

0. Chuyển tải một phần nội dung của chủ đề chính
1. Chuyển tải nhiều phần nội dung của chủ đề chính
2. Chuyển tải toàn bộ chủ đề chính
3. Chỉ nhằm mục đích minh hoạ, trang trí cho nội dung bài viết
4. Khác (ghi rõ).....

#### F. Dung lượng chữ trong tác phẩm

- |                  |                       |                  |
|------------------|-----------------------|------------------|
| 0. Dưới 1000 chữ | 1. Từ 1000 - 2000 chữ | 2. Trên 2000 chữ |
|------------------|-----------------------|------------------|

#### G. Các dữ liệu để kể/dẫn chuyện chủ đạo trong tác phẩm

Các dữ liệu để kể/dẫn chuyện chủ đạo	0. Không	1. Có
1. Text		
2. Ảnh chụp		
3. Ảnh động (animation, slideshow)		
4. Đồ hoạ tĩnh (gồm đồ hoạ thông tin và đồ hoạ trang trí)		
5. Đồ hoạ động		
6. Video		
7. Hình vẽ/ bảng biểu		
8. Khác (ghi rõ) ...		

#### H. Ngôi kể chuyện

0. Ngôi thứ nhất                      1. Ngôi thứ ba (nhà báo, tác giả)                      2. Cả hai

**I. Phân loại phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh theo cách thức tiến hành**

0. Kể chuyện tuyến tính                      1. Kể chuyện phi tuyến tính                      2. Kể chuyện kết hợp

**J. Về kết cấu TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh**

**J1. Câu chuyện được kết cấu mấy phần (theo chiều ngang)**

0. Không chia phần                      2. 3 - 5 phần  
1. <3 phần                      3. > 5 phần

**J2. Chiều sâu của câu chuyện được kể (mất bao nhiêu click để đến những thông tin trong cùng?)**

0. Không chia lớp                      2. 3 - 5 lớp  
1. <3 lớp                      3. > 5 lớp

**J3. Các hiệu ứng kỹ thuật được sử dụng để kể chuyện**

Các hiệu ứng kỹ thuật được sử dụng để kể chuyện	0. Không	1. Có
1. Kể chuyện cuộn (Scrollytelling techniques) bao gồm: cuộn song song (parallax scrolling) và cuộn 1 trang (single-page scroll).		
2. Lật ngang		
3. Dòng thời gian (Timeline)		
4. Vòng lặp video		
5. Hiệu ứng thu/phóng hình ảnh		
6. Hiệu ứng chông mờ (dissolve)		
7. Khác (ghi rõ) : .....		

**K. Về nội dung TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh**

**K1. Các dấu hiệu hình ảnh được sử dụng trong tác phẩm**

Các dấu hiệu hình ảnh		0. Không	1. Từ 1-5	2. Từ 6-10	3. Trên 10
1. Ảnh tĩnh	1.1. Ảnh thường				
	1.2. Ảnh toàn màn hình (được thiết kế cùng title hoặc không)				
2. Ảnh động	2.1. Slideshow (số slideshow/bài)				
	2.2. Animation				
3. Video	3.1. Video gồm hình ảnh và âm thanh thông thường				
	3.2. Video nền (toàn màn hình, làm background)				
	3.3. Video 360 độ				
	3.4. Interactive video (video tương tác) (giống video game)				
	3.5. Motion graphics video (video loại mới: có chữ hoạt họa “nhảy múa” trong màn hình, thuộc loại animation)				
	3.6. Character animation (video đồ họa có tính cách và câu chuyện của nhân vật)				
4. Đồ họa máy tính	4.1. Đồ họa tĩnh				
	4.1.1. Infographics				
	4.1.2. Đồ họa trang trí				

	4.2. Đồ họa thông tin động				
	4.2.1. Bản đồ tương tác				
	4.2.2. Timeline				
	4.2.3. Biểu đồ tương tác				
	4.2.4. Khác (hình vẽ, đồ thị, bảng số liệu... động)				
5.	Hình vẽ/ bảng biểu tĩnh				

**K2. Ý nghĩa chính của việc sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong tác phẩm BMDT**

0. Làm nổi bật thông tin, tạo ra cửa tiếp nhận để tăng tính tương tác của bài viết

1. Giữ vai trò then chốt trong việc truyền tải cảm xúc tới độc giả
2. Giúp giải thích các sự kiện phức tạp một cách dễ hiểu, trực quan
3. Minh họa đơn thuần, tạo quãng nghỉ cho mắt
4. Bao gồm cả 3 đáp án 0,1 và 2

5. Khác (ghi rõ): .....

**K3. Các nguyên tắc kể chuyện hình ảnh được sử dụng trong tác phẩm**

Các nguyên tắc kể chuyện hình ảnh	0. Không	1. Có
1. Luôn coi hiện thực là đối tượng phản ánh		
2. Để hình ảnh tự nói lên thông điệp		
3. Tạo ra nhiều “cửa tiếp nhận” dành cho công chúng		
4. Chú trọng tính chuyên động của hình ảnh		
5. Là một câu chuyện hoàn chỉnh, có bối cảnh, diễn biến, cao trào và kết thúc.		
6. Sử dụng hình ảnh ẩn dụ để truyền tải ngữ cảnh (VD: hình ảnh đồng hồ đại diện cho thời gian trôi qua; hình ảnh mây đen thể hiện bão tố, khó khăn...)		
7. Có ít nhất 1 hình ảnh “mạnh mẽ nhất” kết hợp với nội dung quan trọng để tác động tới cảm xúc của công chúng, tạo cao trào.		
8. Sử dụng hình ảnh mang tính thẩm mỹ cao/ ảnh nghệ thuật với kích thước lớn để tạo sự chú ý về mặt thị giác		

**L. Thành phần tham gia sản xuất TPBC sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh**

0. PV ảnh/nhà báo độc lập tác nghiệp

1. Hợp tác sản xuất theo ekip cơ bản gồm 3 nhân sự: Nhà báo/PV ảnh, BTV và Họa sĩ thiết kế trình bày
2. Sản phẩm của ekip nhiều hơn 3 nhân sự là bộ phận đôi mới sáng tạo trong CQBC (gồm: tổ chức thực hiện/tổ chức sản xuất, nội dung, trình bày + đồ họa, ảnh, biên tập, tổng hợp/phân tích dữ liệu...)
3. Toà soạn hợp tác sản xuất với các đối tác khác.
4. Không có thông tin người thực hiện.

**M. Về góc độ đạo đức nghề nghiệp của nhà báo**

0. Sử dụng các hình ảnh nhằm đảm bảo quyền lợi cho nhân vật/ nguồn tin, tôn trọng bản quyền TP.

1. Sử dụng các hình ảnh không rõ nguồn gốc với mục đích gây shock, giật gân, câu khách phục vụ mục tiêu kinh tế của tòa soạn báo
2. Sử dụng các hình ảnh không ăn nhập với các yếu tố khác (text, đồ họa, audio..) để kích thích sự tò mò của độc giả
3. Sử dụng các hình ảnh minh họa hoặc ảnh tư liệu (không có chú thích, không dẫn nguồn cụ thể)
4. Khác (ghi rõ):.....

**PHỤ LỤC 2**  
**HƯỚNG DẪN PHÒNG VẤN SÂU**  
**DÀNH CHO LÃNH ĐẠO CƠ QUAN BÁO CHÍ, NHÀ BÁO,**  
**PHÓNG VIÊN ẢNH, CHUYÊN GIA, HOẠ SĨ, NHÀ LẬP TRÌNH**

*Họ và tên người trả lời phỏng vấn:*

*Chức vụ:*

*Cơ quan:*

*SĐT:*

*Email:*

*Thâm niên công tác:*

*Thời gian phỏng vấn:*

*Địa điểm phỏng vấn:*

**1. Quan điểm của người trả lời (NTL) về cách hiểu thuật ngữ “hình ảnh”**

- Hình ảnh là gì? (khái niệm, đặc điểm, phân loại)

- Hình ảnh có thể được hiểu là những loại nào? (xin hãy kể tên cụ thể).

*Thế mạnh/ hạn chế của từng loại hình ảnh là gì?*

- Có ý kiến cho rằng “hình ảnh là tất cả những gì thu nhận được bằng thị giác” (ngoại trừ âm thanh), anh chị nghĩ sao về điều này? Liệu text có được xem là hình ảnh?

- Hình ảnh trong tác phẩm BMDT gồm những kiểu nào? Khác gì so với hình ảnh trong các TPBC thuộc các loại hình khác (điển hình như truyền hình)?

- Hình ảnh có cần thiết để truyền tải thông điệp truyền thông không? Mức độ cần thiết là thế nào?

- Trong báo chí - truyền thông, khi nào thì nên sử dụng hình ảnh để kể chuyện khi nào thì không? Liệu việc sử dụng hình ảnh để kể chuyện có làm thay đổi những thể loại tác phẩm báo chí truyền thống mà mình vẫn nghĩ hay không?

- Sử dụng hình ảnh là chủ yếu trong tác phẩm có ảnh hưởng tới khả năng lưu trữ và tốc độ hiển thị trên trang không? Giải quyết vấn đề này thế nào?

**2. Quan điểm của NTL về kể chuyện và kể chuyện bằng hình ảnh**

- Nói đến kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo TPBC có thể hiểu theo

2 góc độ: “dùng toàn bộ hình ảnh để kể chuyện” và “hình ảnh là yếu tố tham gia vào câu chuyện đó”. Anh chị thấy cách hiểu này có hợp lý không?

- Với tư cách là người làm nghiên cứu giảng dạy về BC-TT, anh/chị nghĩ “kể chuyện bằng hình ảnh” là gì? Làm sao để xác định tác phẩm nào sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh, tác phẩm nào không?

- Nếu câu chuyện kể bằng toàn bộ bằng hình ảnh thường sẽ dưới dạng nào? Và liệu nó có ở các CQBC hiện nay không? Cụ thể là ở 4 tờ Nhân dân điện tử, VNE, TTO, VN+?

- Khi “kể chuyện bằng hình ảnh” có những khó khăn, thách thức là gì? Nhất là khi có sự phổ biến của AI?

- Kể chuyện gồm 2 thành tố là kể (cách thức) và chuyện (nội dung), ở đây cụ thể là “kể chuyện bằng hình ảnh” thì khác gì so với kể chuyện bằng ngôn ngữ viết/nói?

- Về cách thức kể chuyện bằng hình ảnh: tác giả có thể tạm chia thành kể chuyện tuyến tính và phi tuyến tính không? Có thể gợi ý cho tác giả các cách thức “kể” nào khác không? (ngôi kể, kết cấu câu chuyện, các hiệu ứng kỹ thuật được dùng để kể chuyện?)

- “Kể chuyện bằng ảnh” và “thông tin bằng hình ảnh” có là một không?

- Có ý kiến cho rằng: sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm BMĐT để làm nổi bật thông tin, giải thích sự kiện phức tạp, tạo cảm xúc với người tiếp nhận, thậm chí chỉ đơn thuần để minh họa, trang trí... Anh/chị nghĩ sao về điều này? Liệu còn mục đích nào khác không?

- Khi quyết định lựa chọn hình ảnh là yếu tố chính để kể chuyện, anh/chị gặp phải những khó khăn gì?

### **3. Quan điểm của NTL về hoạt động sáng tạo tác phẩm**

- Sáng tạo tác phẩm báo chí với sáng tạo tác phẩm truyền thông khác (VD: điện ảnh, âm nhạc...) khác nhau thế nào? sự khác nhau đó liệu có ảnh hưởng tới quyết định sử dụng hình ảnh để kể chuyện của anh/chị không?

- Theo anh chị quá trình sáng tạo sẽ bắt đầu từ đâu? Nó có khác so với trong sáng tạo một bộ phim/video âm nhạc?

- Khi quyết định sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh trong sáng tạo tác phẩm (báo chí hoặc điện ảnh hoặc âm nhạc...) cụ thể anh chị nghĩ quy trình đó sẽ diễn ra như thế nào?

- Có tiêu chí gì cụ thể không? (VD tiêu chí về đề tài/vấn đề, về nhân vật, về nội dung thông tin, hình thức thông tin ...) Ai là người quyết định dùng hình ảnh để kể chuyện hoặc không dùng, dùng với mức độ/liều lượng nào?

- Sự sáng tạo ở đây thể hiện ở những vị trí nhân sự nào trong ekip thực hiện tác phẩm/sản phẩm? Do định hướng từ cấp trên chỉ đạo xuống, hay ý kiến từ đội ngũ PV đề xuất lên? những khó khăn về nguồn lực như thế nào?

- Khi nói đến sáng tạo có cần yếu tố nghệ thuật hay gì đó không?

- Kịch bản/ kế hoạch thực hiện tác phẩm ra sao? Bố trí, bày biện như thế nào?

- Nên tổ chức nhân sự sao cho hiệu quả? 1 người phụ trách kết nối, huy động PV phụ trách các mảng miếng tham gia? Hay xây dựng chuyên 1 đội ngũ làm việc ở bộ phận đổi mới sáng tạo trong CQBC?

#### **4. Một số vấn đề khác**

- Nói về hình ảnh ẩn dụ: Có thể NB không có ý định sử dụng hình ảnh để ẩn dụ ý nghĩa nào đó, nhưng hình ảnh có nhiều lớp lang ý nghĩa đưa đến cho người tiếp nhận thì sao? Liệu sử dụng hình ảnh để tạo ra chiều sâu ý nghĩa có thể là một nguyên tắc sử dụng không?

- Anh/ Chị có nghĩ rằng báo chí thì nên sử dụng hình ảnh mang nhiều ý nghĩa không? hoặc có những hình ảnh nghĩ là đơn nghĩa nhưng khi đăng tải độc giả lại hiểu theo nhiều ý nghĩa không? và hệ quả của nó là gì? Anh/chị có thể cho 1 VD nào đó không?

- Video có quan trọng trong kể chuyện bằng hình ảnh không? Nếu có cần những tiêu chí sử dụng video cụ thể nào không?

- Hiện nay AI có khả năng tạo ra hình ảnh. Vậy, đâu là vai trò của con



*người? đâu là vai trò của AI? Có tạo ra thách thức/ mối đe dọa gì?*

*- Theo anh/chị báo chí có nên tăng cường việc dùng hình ảnh để kể chuyện không? Vì sao?*

*- Liệu có thể xem đây là xu hướng/ chiến lược phát triển nội dung của các toà soạn báo trong thời gian tới không? Nếu có thì sẽ gặp những khó khăn, thách thức gì không?*

### **Mã trường hợp**

1. PVS1: Nam, Nhà báo, Lãnh đạo CQBC
2. PVS2: Nữ, Nhà báo
3. PVS3: Nữ, Nhà báo kiêm thiết kế đồ hoạ
4. PVS4: Nam, Phóng viên ảnh
5. PVS5: Nam, Nhà báo, Lãnh đạo CQBC
6. PVS6: Nam, Nhà báo, PV ảnh
7. PVS7: Nữ, Nhà báo
8. PVS8: Nam, Nhà báo, BTV, Admin phần mềm quản trị nội dung toà soạn BMDT
9. PVS9: Nam, Nhà báo, Phụ trách phát triển SPBC sáng tạo trong CQBC
10. PVS10: Nam, Nhà báo, PV ảnh
11. PVS11: Nam, Nhà báo, BTV
12. PVS12: Hoạ sĩ thiết kế, trình bày
13. PVS13: Nữ, Nhà báo, Phụ trách phát triển SPBC chất lượng cao trong CQBC
14. PVS14: Nam, Nhà báo, PV
15. PVS15: Nam, Nhà báo, PV ảnh
16. PVS16: Nam, Nhà báo, Lập trình viên
17. PVS17: Nữ, Chuyên gia báo chí - truyền thông
18. PVS18: Nữ, Nhà chuyên môn khoa học
19. PVS19: Nữ, Nhà chuyên môn khoa học
20. PVS20: Nam, Nhà chuyên môn khoa học

### PHỤ LỤC 3

## MÔ TẢ CÔNG CỤ THU THẬP DỮ LIỆU CÁC THÀNH PHẦN CỦA BÀI BÁO ĐIỆN KHẢO SÁT

1. Để thu thập được 760 tác phẩm trên 4 tờ BMDT, chúng tôi đã tiến hành code hệ thống Automation dựa trên nền tảng thư viện mở Selenium. Sử dụng công cụ lập trình Microsoft Visual Studio, ngôn ngữ lập trình C# kết hợp với JavaScript, chạy trên từng trang báo để lấy được toàn bộ các bài đăng tải trên 4 chuyên mục được lựa chọn.

Với mỗi trang báo, tiến hành thiết lập các câu lệnh truy vấn jQuery riêng để có thể lấy được các thành phần của bài báo (bao gồm: tiêu đề, link, tác giả, thời gian...) sau đó đưa các câu lệnh này vào phần mềm Automation được lập trình bằng ngôn ngữ C#, phần mềm sẽ hỗ trợ tự động chạy, quét lần lượt từng bài báo để lấy ra các thông tin cần thiết.

Link	React	Star	Like	Heart	Comment
<a href="https://tuotire.vn/chi...">https://tuotire.vn/chi...</a>	28	0	10	18	1
<a href="https://tuotire.vn/nhu...">https://tuotire.vn/nhu...</a>	12	0	7	5	0
<a href="https://tuotire.vn/hdb...">https://tuotire.vn/hdb...</a>	4	0	1	3	0
<a href="https://tuotire.vn/hoi...">https://tuotire.vn/hoi...</a>	9	5	2	2	0
<a href="https://tuotire.vn/202...">https://tuotire.vn/202...</a>	2	0	2	0	0
<a href="https://tuotire.vn/cuo...">https://tuotire.vn/cuo...</a>	6	0	4	2	0
<a href="https://tuotire.vn/ngu...">https://tuotire.vn/ngu...</a>	4	0	3	1	0
<a href="https://tuotire.vn/xu-h...">https://tuotire.vn/xu-h...</a>	0	0	0	0	0
<a href="https://tuotire.vn/di-s...">https://tuotire.vn/di-s...</a>	5	0	2	3	0
<a href="https://tuotire.vn/thay...">https://tuotire.vn/thay...</a>	5	0	3	2	0
<a href="https://tuotire.vn/han...">https://tuotire.vn/han...</a>	23	10	7	6	0
<a href="https://tuotire.vn/the...">https://tuotire.vn/the...</a>	3	0	1	2	0
<a href="https://tuotire.vn/tua...">https://tuotire.vn/tua...</a>	9	5	2	2	0
<a href="https://tuotire.vn/tha...">https://tuotire.vn/tha...</a>	10	0	5	5	0
<a href="https://tuotire.vn/pho...">https://tuotire.vn/pho...</a>	11	0	5	6	1

Hình 1: Giao diện công cụ thu thập dữ liệu các thành phần của bài báo (như: tiêu đề, link, tác giả, thời gian đăng tải...)

```
> const articleNode = document.querySelectorAll("[class^=title-news]");
var title_al = "";
for(var i = 0; i < articleNode.length; i++)
{
  if(articleNode[i].nodeType == Node.ELEMENT_NODE)
  {
    const result = articleNode[i].querySelector("a[href]");
    const link = result.href;
    const title = result.title;
    console.log(title + ": " + link);
    title_al += title + "#";
  }
}return title_al;
```

*Hình 2: Câu lệnh truy vấn trong mã nguồn phần mềm lấy dữ liệu các thành phần của bài báo (gồm: tiêu đề, link, tác giả, thời gian đăng tải...)*

2. Đi sâu tìm hiểu mức độ quan tâm của độc giả với các bài đăng, chúng tôi đã sử dụng sử dụng công cụ Automation để chạy các câu jQuery truy vấn để thu nhận dữ liệu lượt react/like/share/comment của độc giả tương tác cuối mỗi bài đăng.

**PHỤ LỤC 4**  
**MỨC ĐỘ SỬ DỤNG CÁC DẤU HIỆU HÌNH ẢNH/TÁC PHẨM**  
**THUỘC DIỆN KHẢO SÁT**

Các dấu hiệu hình ảnh		Mức độ sử dụng/bài				Tổng
		Không dùng	Từ 1-5	Từ 6-10	Trên 10	
1. Ảnh tĩnh	1.1. Ảnh thường	105	290	160	205	
	1.2. Ảnh toàn màn hình (được thiết kế cùng title hoặc không)	48	642	53	17	
2. Ảnh động	2.1. Slideshow (số slideshow/bài)	472	275	10	3	
	2.2. Animation	760	0	0	0	
3. Video	3.1. Video gồm hình ảnh và âm thanh thông thường	652	105	3	0	
	3.2. Video nền (toàn màn hình, làm background)	748	12	0	0	
	3.3. Video 360 độ	758	2	0	0	
	3.4. Interactive video (video tương tác) (giống video game)	756	4	0	0	
	3.5. Motion graphics video (video loại mới: có chữ hoạt họa “nhảy múa” trong màn hình, thuộc loại animation)	756	4	0	0	
	3.6. Character animation (video đồ họa có tính cách và câu chuyện của nhân vật)	755	4	1	0	
4. Đồ họa máy tính	4.1. Đồ họa tĩnh					
	4.1.1. Infographics	463	263	24	10	
	4.1.2. Đồ họa trang trí	501	187	54	18	
	4.2. Đồ họa thông tin động					
	4.2.1. Bản đồ tương tác	742	18	0	0	
	4.2.2. Timeline	754	6	0	0	
	4.2.3. Biểu đồ tương tác	715	35	7	3	
4.2.4. Khác (hình vẽ, đồ thị, bảng số liệu... động)	636	118	4	2		
5. Hình vẽ/ bảng biểu tĩnh		622	130	8	0	

**PHỤ LỤC 5**  
**MẪU BIÊN BẢN THẢO LUẬN NHÓM**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  
**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

**MẪU BIÊN BẢN THẢO LUẬN NHÓM**

*Phục vụ nghiên cứu Luận án với đề tài:*

*“Sử dụng phương pháp kể chuyện bằng hình ảnh (visual story telling)  
trong sáng tạo tác phẩm báo mạng điện tử”*

Chủ đề thảo luận:.....  
Mục đích thảo luận:.....  
Thời gian:.....  
Địa điểm:.....  
Người tham gia thảo luận:.....  
Người thực hiện:.....  
Khoa:.....  
Giới thiệu:.....  
Nội dung buổi thảo luận:.....

*Hà Nội, ngày .... tháng... năm 2024*

**Thư ký**

**Người chủ trì**

**Phạm Thị Mai Liên**

## PHỤ LỤC 6

### MỘT SỐ BẢNG SO SÁNH NỘI DUNG SỬ DỤNG TRONG LUẬN ÁN

#### 1. Những khác biệt cơ bản giữa kể chuyện bằng hình ảnh và kể chuyện bằng văn bản trong chuyển tải thông điệp

<b>Tiêu chí so sánh</b>	<b>Kể chuyện bằng hình ảnh</b>	<b>Kể chuyện bằng văn bản</b>
Phương tiện truyền tải	Hình ảnh (kết hợp với âm thanh hoặc không) để truyền tải câu chuyện (VD: điện ảnh, truyền hình, truyện tranh, nhiếp ảnh, video...).	Sử dụng câu từ để truyền tải câu chuyện (VD: tiểu thuyết, truyện ngắn, thơ và bài viết...)
Cách thức tiếp nhận	Thông qua các giác quan trực quan và thính giác, tạo trải nghiệm phong phú và đa chiều.	Sử dụng trí tưởng tượng để hình dung bối cảnh, nhân vật và hành động dựa trên mô tả ngôn từ.
Tốc độ truyền tải thông điệp	Nhanh chóng và trực tiếp, có thể kể một câu chuyện trong một khoảng thời gian ngắn hơn so với văn bản.	Thường yêu cầu thời gian để đọc và hiểu, do đó câu chuyện có thể được truyền tải chậm hơn.
Nhịp độ của câu chuyện	Được điều chỉnh bởi đạo diễn/ BTV, giúp kiểm soát cảm xúc, sự căng thẳng của người xem.	Người đọc có thể điều chỉnh nhịp độ của câu chuyện theo ý muốn và sở thích cá nhân.
Chi tiết	Trực quan, giúp người xem dễ hình dung bối cảnh, nhân vật, hành động.	Miêu tả chi tiết về nội tâm nhân vật - điều mà hình ảnh khó thể hiện đầy đủ.
Hiệu ứng	Các hiệu ứng kỹ thuật được sử dụng để tạo ra không gian, thời gian và cảm xúc mà không cần nhiều lời giải thích.	Cách sử dụng ngôn từ và phong cách viết tạo ra hiệu ứng về cảm xúc và ý nghĩa.
Tính chủ động trong tiếp nhận	Người xem tiếp nhận thông tin ít có sự tưởng tượng hơn do tính trực quan của hình ảnh	Người đọc tiếp nhận chủ động hơn thông qua việc tưởng tượng, diễn giải, tạo ra trải nghiệm cá nhân hóa.

2. *Tương quan so sánh hình ảnh trong ba loại tác phẩm: Báo mạng điện tử, Truyền hình, Báo in*

<b>Tiêu chí so sánh</b>	<b>Hình ảnh trong tác phẩm BMDT</b>	<b>Hình ảnh trong tác phẩm truyền hình</b>	<b>Hình ảnh trong tác phẩm báo in</b>
<b>Định dạng</b>	Có nhiều định dạng như: JPEG, PNG, GIF... thường kèm theo các yếu tố tương tác. Có thể nhấp chuột xem chi tiết.	Gồm các khung hình chuyển động liên tiếp, kết hợp với âm thanh tạo trải nghiệm liền mạch, nhiều định dạng độ phân giải như HD, Full HD, 4K.	Là hình ảnh tĩnh; ít có khả năng tương tác. Kích thước và chất lượng ảnh cần phù hợp với yêu cầu in ấn.
<b>Khả năng cập nhật và thay đổi</b>	Nhanh chóng, thường xuyên. Dễ thay đổi khi có thông tin mới hoặc hình ảnh tốt hơn.	Có thể cập nhật trong các bản tin đang và sẽ phát sóng ngay sau đó, nhưng khó thay đổi khi bản tin đã phát sóng.	Không thể thay đổi hoặc cập nhật cho đến số báo sau.
<b>Các thức truyền tải</b>	Trên nền tảng internet. Tốc độ truyền tải phụ thuộc vào kết nối của người dùng.	Qua sóng truyền hình hoặc internet (TH trực tuyến). Tốc độ truyền tải phụ thuộc vào băng thông và công nghệ phát sóng.	In trên giấy. Quá trình sản xuất, phân phối mất nhiều thời gian hơn.

## PHỤ LỤC 7

### MỘT SỐ HÌNH ẢNH SỬ DỤNG TRONG LUẬN ÁN

1. Dãy nhà bị sạt lở nằm trên bờ sông Cái Vừng, huyện Hồng Ngự, tỉnh Đồng Tháp - một trong những điểm nóng sạt lở của tỉnh. Ảnh: Ngọc Tài



2. Top 5 báo điện tử/trang tin được truy cập nhiều nhất ở Việt Nam tháng 12/2023 (nguồn: Similarweb)





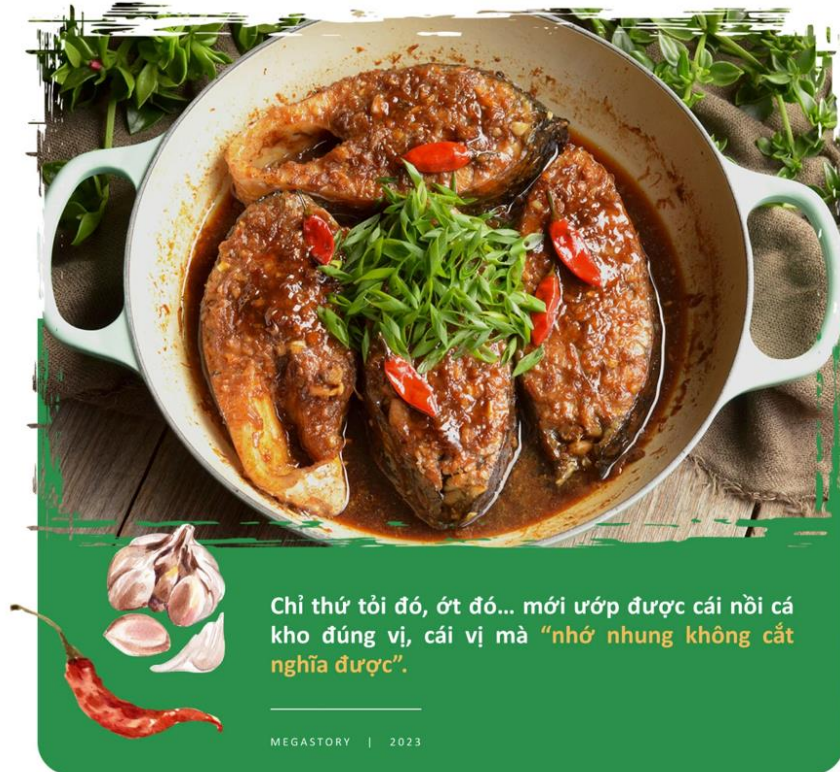
3. Một số hình ảnh được sử dụng trong tác phẩm “Những di sản độc đáo trên rẻo cao Mù Cang Chải” - Nguồn: Báo Tuổi trẻ Online



4. Một số hình ảnh được sử dụng trong tác phẩm ““Người thầy” thăm lặng” - Nguồn: Báo Tuổi trẻ Online



5. Đồ họa trang trí trong tác phẩm “Di sản từ... bữa cơm nhà” trên TTO

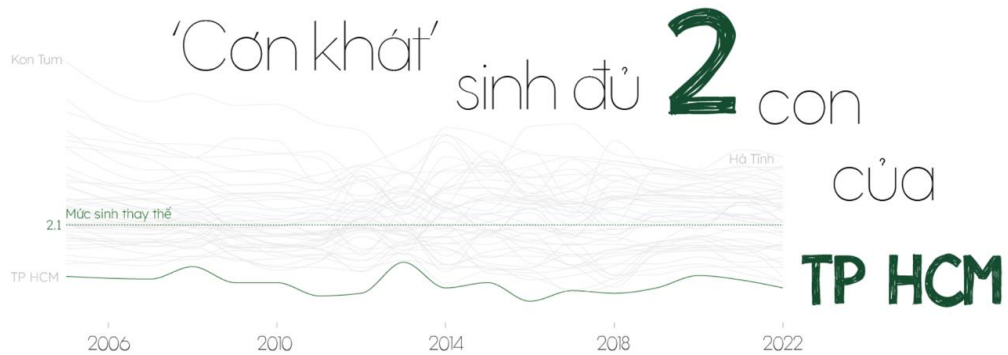


6. Đồ họa công nhân trong bài “Thế hệ công nhân dờ dang” được vẽ bởi ứng dụng Generative AI của Adobe Firefly (Nguồn: VNE)





7. Sử dụng ngôi kể thứ 3 tạo sự khách quan trong thông tin mà NB/PV truyền tải (nguồn: VNE)



Bụng lâm râm đau báo hiệu cơn chuyển dạ, chị Võ Thị Tra (TP HCM) phóng xe máy gần 20 km đến bệnh viện, mang theo hai vali - một để đồ đi đẻ, một đầy ắp sách vở.

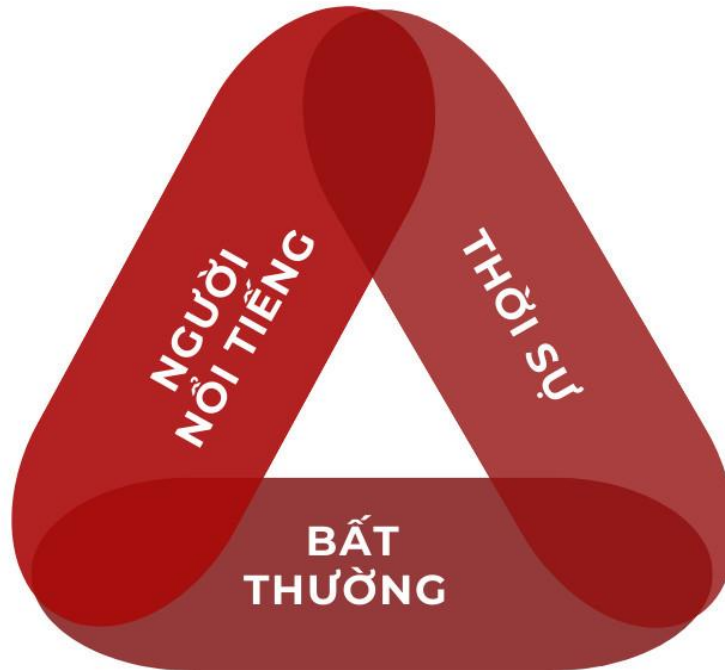
8. Một số phản hồi của độc giả cuối tác phẩm “Nhật ký phóng viên: Chúng tôi đã ghi hình các bác sĩ như thế nào” trên báo TTO

**Hong Ha**  
 Chúng tôi những người cùng tham gia hỗ trợ tuyến đầu chống dịch không thể nào và sẽ mãi không thể quên những ngày tháng đó.  
 Trả lời Chia sẻ 10 tháng trước 7

**Trần Ngọc Hồng**  
 Đọc mà nước mắt cứ tuôn trào vì những người chiến sĩ áo trắng vĩ đại trong thời bình cũng như khóc thương lẫn nữa cho những người không may đã qua đời trong đại dịch. Thật tự hào Việt Nam.  
 Trả lời Chia sẻ 10 tháng trước 7

**xuan\*\*\*\*@gmail.com**  
 Những hình ảnh giữa đại dịch mà phóng viên Tuổi Trẻ lặn lội ghi chép không sợ, hy sinh thật can đảm. Bạn đọc ghi nhận công lao to lớn của các phóng viên. Mến chúc báo Tuổi Trẻ thành công tốt đẹp!  
 Trả lời Chia sẻ 10 tháng trước 7

### 9. Ba yếu tố tin tức cơ bản của Vnexpress hiện nay



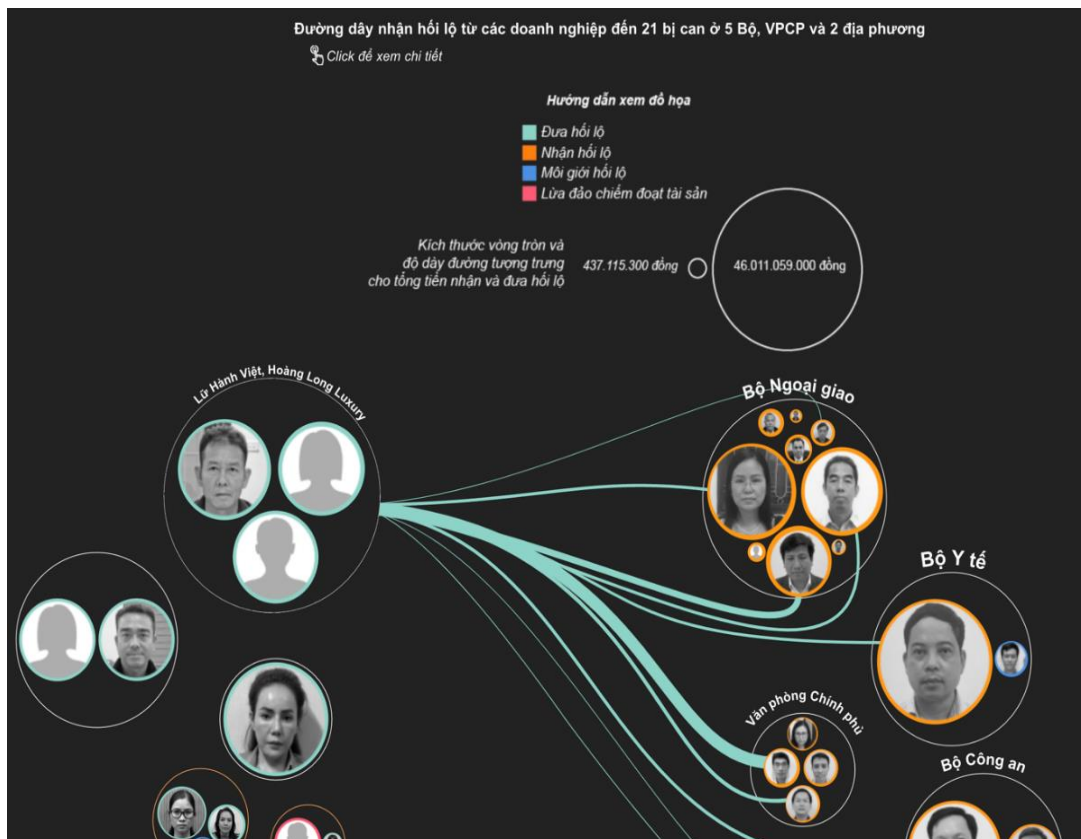
### 10. Những template được thiết kế riêng cho các định dạng bài Megastory, tích hợp sẵn trong phần mềm CMS của toà soạn Vietnam+

The screenshot shows the 'Viết bài' (Write article) interface in the Vietnam+ CMS. The main content area displays a 'Mục lục tự động' (Automatic table of contents) section with six numbered items. Below this, there are sections for 'Nội dung nổi bật và Trích dẫn' (Highlighted content and quotes) and 'Thư viện ảnh' (Image library). The right-hand sidebar contains 'THUỘC TÍNH BÀI VIẾT' (Article settings) and 'Danh mục đồng xuất bản' (Publishing categories) sections.

11. Video được dùng trong tác phẩm “Nông nghiệp vững vai trò trụ đỡ”  
(nguồn: Nhân dân điện tử)



12. Đồ họa thông tin động mô phỏng đường dây nhận hối lộ từ các doanh nghiệp đến 21 bị can ở 5 Bộ, VPCP và 2 địa phương trên định dạng website



13. Đồ họa thông tin động mô phỏng đường dây nhận hối lộ từ các doanh nghiệp đến 21 bị can ở 5 Bộ, VPCP và 2 địa phương trên định dạng mobile

