

# Tích hợp ứng dụng đa phương tiện mở rộng thể loại báo chí

DOÃN THỊ THUẬN<sup>1,\*</sup> & TRƯƠNG CÔNG BẢO THU<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn

<sup>2</sup> Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh

Ngày nhận: 10/10/2023 - Ngày chỉnh sửa: 06/11/2023 - Duyệt đăng: 12/11/2023

(\*) Liên hệ: doanthithuan8595@gmail.com

## Tóm tắt:

**Đ**a phương tiện (Multimedia) trên nền tảng báo chí là việc sử dụng nhiều phương tiện truyền thông khác nhau để trình bày nội dung thông tin trong các bài viết, bài báo, bao gồm sự kết hợp của văn bản, hình ảnh, âm thanh, video, và các yếu tố tương tác khác nhau để tạo ra một trải nghiệm tổng thể cho độc giả. Thể loại ký chân dung được xây dựng theo hướng đa phương tiện đã phát triển các chiều kích về dung lượng, hình ảnh, liên kết, hình thành một thể loại lớn, một trong những loại siêu tác phẩm báo chí: mega - story. Trong bối cảnh cách mạng công nghệ 4.0 và truyền thông đại chúng, tác phẩm báo chí không đơn thuần chỉ là ngôn từ. Việc tích hợp ứng dụng các nền tảng công nghệ đa phương tiện giúp tác phẩm báo chí trở nên ấn tượng và độc đáo.

**Từ khoá:** Đa phương tiện, báo chí, ký chân dung, siêu tác phẩm báo chí.

## Abstract:

Multimedia on a newspaper platform is the use of many different media to present content in articles, including the integration of text, images, audio, video, and various interactive elements to create a holistic experience for readers. The genre of “biographical articles” integrated into multimedia, has developed in all dimensions of capacity, imagery, and connection, forming a broad genre known as a mega-story. In the context of the 4.0 technology revolution and mass communication, journalistic works are no longer merely linguistic. The integration of multimedia technology platforms helps journalistic works become impressive and unique.

**Keywords:** Multimedia, Journalism, biographical articles, mega-story.

## 1. Tổng quan

Kể từ khi xuất hiện, báo điện tử có xu thế phát triển mạnh mẽ hơn các loại hình báo chí truyền thống bởi dung lượng thông tin lớn, sự tương tác nhanh chóng, hiệu quả, không gặp trở ngại về không gian, thời gian. Các thể loại báo chí đa phương tiện phát triển cùng với nhiều phương thức đổi mới về công nghệ. Trong bối cảnh cách mạng công nghệ 4.0, sự xuất hiện của các siêu tác phẩm báo chí mega - story đòi hỏi nền báo chí Việt Nam phải có bước chuyển mình, đầu tư cao về công nghệ và trình độ chuyên môn. Bước đầu khảo sát thể loại ký chân dung trong sự tích hợp với các ứng dụng đa phương tiện trên một số tờ báo điện

tử trên địa bàn TP.HCM cho thấy sự mở rộng đáng kể của các thể loại báo chí. Cụ thể, thể loại ký chân dung được xây dựng theo hướng đa phương tiện đã phát triển các chiều kích về dung lượng, hình ảnh, liên kết, hình thành một thể loại lớn, một trong những loại siêu tác phẩm báo chí: mega - story.

### 1.1. Thể loại ký chân dung

Thuật ngữ “chân dung” thường được sử dụng nhiều trong các lĩnh vực hội họa (tranh chân dung), điêu khắc (tượng chân dung), văn học (thể tài chân dung), nhiếp ảnh (ảnh chân dung). Theo định nghĩa của từ điển Tiếng Việt, cụm từ “chân dung” được hiểu là tác phẩm (hội họa, điêu khắc, nhiếp ảnh) thể hiện đúng

diện mạo, thần sắc, hình dáng một người nào đó. Từ điển thuật ngữ văn học (Lê Bá Hán và cộng sự, 2011) đã đưa ra khái niệm về chân dung con người trong văn học: “Nhà văn phát huy sở trường quan sát, lựa chọn chi tiết, cử chỉ, ngôn luận, kể cả tác phẩm, tư thế, hồi tưởng để dựng lại bộ mặt tinh thần của một con người, thường là nhà văn, nghệ sĩ, các nhà hoạt động xã hội nổi tiếng”.

Nhìn chung, chân dung con người trong lĩnh vực văn học, nghệ thuật có những đặc điểm khác biệt với hình ảnh con người trong tác phẩm báo chí. Arnold Hoffmann (1984) trong quá trình nghiên cứu về báo chí đã đưa ra quan điểm: “Đặc tả là sự phác họa sinh động và đầy sức sống về một con người, tập trung vào những đặc điểm và những nét đặc trưng chủ yếu về con người đó và trình bày con người đó trong những hoạt động xã hội liên quan tới họ”. Có thể nói, con người trong tác phẩm ký chân dung báo chí được đặt trong bối cảnh cụ thể nhằm phản ánh chân thật hình ảnh của họ đối với vấn đề cần truyền tải. Tác giả Nguyễn Đức Dũng (2003) trong nghiên cứu “Đặc điểm và mối quan hệ giữa ký văn học và ký báo chí” đưa ra quan điểm “ký chân dung có nhiệm vụ phản ánh về những con người có thật, tiêu biểu, điển hình. Nhân vật trong ký chân dung phải trực tiếp tham gia hành động và bộc lộ mình qua hành động. Sự kiện, hoàn cảnh hoặc tình huống là môi trường hành động để đối tượng bộc lộ những phẩm chất tiêu biểu. Ký chân dung không tái hiện những chân dung có nhiều mặt đối lập hoặc mâu thuẫn nhau. Trong ký chân dung, thái độ thẩm định của tác giả được biểu lộ trong những lời bình trực tiếp”. Khi nghiên cứu về “Tác phẩm báo chí”, các tác giả Tạ Ngọc Tấn và Nguyễn Tiến Hải (1995) cho rằng con người trong thể loại báo chí “có thể nói lên một mảng hiện thực nào đó: hoặc minh chứng cho một truyền thống lịch sử, một phong tục tập quán, một nếp nghĩ, nếp làm ăn của một địa phương, một tộc người hoặc một khuynh hướng xã hội nào đó. Chân dung con người có thể là tích cực hoặc tiêu cực, hạnh phúc hay bất hạnh, đáng biểu dương hay đáng phê phán...”. Các quan điểm trên cho thấy, con người trong báo chí phải là chân dung thực tế được phản ánh thông qua tác phẩm báo chí. Thông qua đó, nhân vật hiện lên với đầy đủ tính cách, lối sống, phẩm chất, năng lực, hoàn cảnh, địa vị xã hội, thể hiện thông điệp của tác giả về đời sống. Xác định “Ký chân dung có kết cấu linh hoạt và giọng điệu giàu chất văn học”, tác giả Dương Xuân Sơn (2004) cho rằng ký chân dung “là một thể loại

thuộc thể ký báo chí có đối tượng phản ánh là những con người hay tập thể người có thật, được coi là tiêu biểu vào những thời điểm nhất định, đáp ứng yêu cầu thông tin thời sự. Đó là những con người hay tập thể người có hành động, việc làm hoặc suy nghĩ nội tâm đáp ứng nhu cầu thông tin của công chúng”.

Ký chân dung là một thể loại đặc trưng và có nhiều điểm khác biệt so với các thể loại báo chí khác nhằm khai thác chiều sâu nội tâm, đặc điểm tính cách của nhân vật. Con người trong tác phẩm ký chân dung là một tính cách, một giá trị đạo đức, lối sống và hành động được khẳng định, lan tỏa trong cuộc sống. Đó là con người duy nhất, độc nhất và có sức ảnh hưởng lan tỏa lớn lao. Đây là tiền đề cơ sở, cũng là lý do tại sao thể loại mega - story tỏ ra phù hợp, đặc địa khi kết hợp với ký chân dung để trở thành một thể loại nổi bật trên trang báo điện tử.

## 1.2. Thể loại mega - story

Ramesh Jain và Malcolm Slaney (2013) trong quá trình nghiên cứu “Micro Stories và Mega Stories” đã đưa ra quan điểm truyền thông đa phương tiện làm thay đổi cách kể chuyện trên truyền thông. Theo đó, hình thức diễn ngôn mega - story hệ thống tất cả các sự kiện, chọn lọc và tổng hợp dựa trên mục tiêu của người kể chuyện. Việc ứng dụng công nghệ mới trên nền tảng Internet cho phép người dùng kể chuyện bằng những hình thức mới mẻ hơn. Người dùng dễ dàng chia sẻ câu chuyện cá nhân, những khoảnh khắc trong cuộc sống thường ngày thông qua các hình thức khác nhau như văn bản, âm thanh, hình ảnh, vị trí, trạng thái cảm xúc. Từ đó, nhu cầu kể chuyện và kết nối dữ liệu được mở rộng thành những câu chuyện lớn hơn (mega stories). Nghiên cứu trên phản ánh bản chất của mega - story lúc đầu chỉ là cách kể lại câu chuyện dựa trên việc tích hợp dữ liệu và lưu trữ trên nền tảng Internet. Tác giả Phạm Thị Hương (2020) trong quá trình nghiên cứu về “Ưu điểm của việc khắc họa chân dung bằng tác phẩm mega - story trên báo mạng điện tử” cho rằng khi thể hiện chân dung nhân vật bằng tác phẩm mega - story, nhà báo cần lựa chọn đối tượng là những cá nhân, tập thể có tầm ảnh hưởng trong xã hội, được xã hội biết đến hoặc có nhiều thành tích trong lĩnh vực chuyên môn. Đồng thời, tác giả cần thể hiện chân dung con người gắn liền với hoàn cảnh xã hội thực tế của nhân vật, từ đó khái quát chung thành vấn đề xã hội và những thông điệp xã hội cần tác động đến công chúng.

Nhìn chung, mega - story là một thể loại kết hợp

**Bảng 1. Thống kê số lượng tác phẩm mega - story giai đoạn từ tháng 08/2016 đến hết tháng 05/2022**

Tờ báo	Thanh Niên	Zing News	CafeF	Kênh 14	Tuổi Trẻ
Số lượng tác phẩm	2998	1171	1158	106	50

giữa báo chí và truyền thông đại chúng. Sự ra đời của mega - story là cộng hưởng những bài báo chuyên sâu về mặt nội dung và được đầu tư thiết kế một cách bài bản thông qua hình ảnh, ngôn ngữ, giúp người đọc hiểu sâu hơn về thông điệp mà tác giả muốn truyền tải, đồng thời trải nghiệm cảm giác tương tác trực tiếp với câu chuyện, là “một phần sống động” của sự kiện đó. Sự xuất hiện của mega - story đã đem lại diện mạo mới cho báo chí, đặc biệt là khả năng sáng tạo và linh hoạt.

Mỗi tác phẩm mega - story là sự cộng hưởng toàn diện giữa nội dung chuyên sâu của báo in và hình thức trình bày phong phú của báo mạng điện tử. Với đặc trưng này, việc khắc họa chân dung nhân vật bằng tác phẩm mega - story là sự phản ánh chân thật hình ảnh con người thông qua đa dạng chất liệu, từ ngôn ngữ, hình ảnh, âm thanh, màu sắc, đồ họa,... Việc kết hợp giữa nội dung và hình thức giúp tác giả khắc họa rõ nét chân dung nhân vật với đầy đủ nét tính cách, quan điểm, suy nghĩ ảnh hưởng đến xã hội và hoàn cảnh sống thực tế. Thực tế phát triển của thể loại đã cho thấy việc khắc họa chân dung nhân vật bằng tác phẩm mega - story trong bối cảnh cuộc cách mạng khoa học - công nghệ là một xu thế tất yếu của thời đại, cần được nghiên cứu và phát triển.

## 2. Kết quả nghiên cứu

### 2.1. Thực trạng mega story trên nền báo chí TP.HCM

Lựa chọn báo chí TP.HCM do tính chất năng động, cởi mở, sẵn sàng tiếp cận thử nghiệm và công nhận các yếu tố mới mẻ về nội dung, hình thức, nhóm tác giả tiến hành khảo sát toàn bộ các tuyến bài mega - story được đăng tải trên năm trang báo điện tử của các tờ Tuổi Trẻ, Thanh Niên, Zing News, CafeF, Kênh 14 trong khoảng thời gian từ tháng 08/2016 đến hết tháng 05/2022. Kết quả thu được như Bảng 1.

Có thể thấy, số lượng tin bài mega - story trên mỗi số báo là đáng kể, trung bình 03 bài/ ngày. Báo điện tử có thể mạnh theo sát được lượng truy cập, thời gian đọc trang và mức độ tương tác của người dùng để phát triển tin bài. Đối với dạng thức mega - story kết hợp giữa chữ viết, hình ảnh, âm thanh, đồ họa,... cần khoảng thời gian dài và nguồn nhân lực dồi dào để phát triển

tác phẩm. Việc sản xuất trung bình 03 tác phẩm/ ngày cho thấy nhu cầu đọc và sự quan tâm của công chúng dành cho loại hình này rất lớn, trở thành một động lực để các toà soạn phát triển thể loại này.

Mặt khác, khảo sát từ năm tờ báo trên nhằm tới mục tiêu xác định sự phát triển của mega - story trong bối cảnh báo chí chuyên nghiệp, tại các tờ báo đã có quá trình phát triển, uy tín truyền thông và lượng bạn đọc đáng kể.

Báo Tuổi Trẻ ra đời vào ngày 02/09/1975, là cơ quan ngôn luận của Đoàn TNCS Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh. Đến hiện nay, Báo Tuổi Trẻ đã phát triển bao gồm các ấn bản: Nhật báo Tuổi Trẻ, tuần báo Tuổi Trẻ Cuối Tuần, bán nguyệt san Tuổi Trẻ Cười, báo điện tử Tuổi Trẻ Online và Tuoi Tre News. Trong suốt chặng hành trình 42 năm, độc giả được chứng kiến những sự kiện trọng đại, những bước đi chính yếu, những đổi mới nổi bật, chân dung con người tiêu biểu,... được ghi lại trên Tuổi Trẻ một cách trình tự và hệ thống. Đời sống và tâm tình con người được đặt trong bối cảnh xã hội, in đậm dấu ấn trên từng trang viết của báo Tuổi Trẻ, đáp ứng nhu cầu và kỳ vọng của công chúng. Báo Tuổi Trẻ thường phối hợp thể hiện bằng nhiều thể loại (tường thuật, bình luận, tiểu phẩm hoặc tin, phỏng vấn) nhằm giúp người đọc có được nhiều thông tin và xúc cảm. Cùng với sự phát triển của khoa học công nghệ, báo Tuổi Trẻ là một trong những tờ báo uy tín, chất lượng với việc ứng dụng mega - story thể hiện chân dung con người với những tấm gương điển hình, tiên tiến trong mọi lĩnh vực của đời sống xã hội.

Báo Thanh Niên là cơ quan ngôn luận của Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam với số báo đầu tiên có tên gọi “Tuần tin Thanh niên”, ra đời vào ngày 03/01/1986. Đến nay, báo Thanh Niên được xem là một trong những tờ báo uy tín hàng đầu bởi việc khai thác những sự kiện quan trọng, những vấn đề gai góc trong đời sống xã hội. Bên cạnh đó, những câu chuyện đời thường, những tấm gương tiêu biểu về hoạt động thiện nguyện, đóng góp cho xã hội, những kinh nghiệm và bài học trong cuộc sống,... đều được tờ báo khai thác sâu sắc với nhiều khía cạnh khác nhau, đáp ứng nhu cầu của công chúng. Không chỉ là một tờ báo với nội

dung phong phú, đặc sắc, cập nhật tin tức từng giờ mà báo Thanh Niên còn truyền tải thông tin hấp dẫn qua việc kết hợp nền tảng truyền thông đa phương tiện.

Báo điện tử Zing News chính thức ra mắt vào tháng 01/2008, nhằm phổ biến thông tin rộng rãi đến giới trẻ Việt Nam. Hiện nay, cơ quan chủ quản của Zing News là Hội xuất bản Việt Nam. Với việc thể hiện nội dung phong phú, đa dạng kết hợp với việc thay đổi hình thức thể hiện và ứng dụng nền tảng công nghệ để tiếp cận độc giả nhiều hơn, Zing News nhanh chóng khẳng định được vị thế và tầm ảnh hưởng của mình trong đời sống của giới trẻ Việt Nam. Số lượng chuyên mục trên trang của Zing News đa dạng. Các bài viết thể hiện độ nhạy về mặt tin tức và khả năng nắm bắt xu hướng nhanh chóng, đem đến nguồn thông tin dồi dào, chất lượng, được cập nhật liên tục trong ngày. Zing News thường xuyên thay đổi hình thức thể hiện nhằm bắt kịp xu hướng tiếp cận của độc giả trong thời đại công nghệ số. Các nội dung được thể hiện theo nhiều hình thức khác nhau như Video, Phóng sự ảnh, Longform, Infographic, Tra cứu tương tác... nhận về nhiều phản hồi tích cực từ độc giả.

Báo điện tử CafeF chính thức ra đời vào tháng 03/2008 với định hướng phát triển là kênh tin tức tài chính, chú trọng về mặt dữ liệu. Các thông tin về hoạt động, sự kiện tài chính của doanh nghiệp đều được thể hiện trên báo. Trong đó, tính đối thoại cao là một trong những đặc trưng và ưu điểm vượt trội của CafeF. Nắm bắt xu hướng phát triển của khoa học công nghệ, CafeF đã cho ra đời nhiều nội dung đạt chất lượng và số lượng cao, kết hợp truyền thông đa phương tiện với các dạng bài mega - story, thể hiện rõ bối cảnh và chân dung con người trong đời sống xã hội.

Kênh 14 được sở hữu và vận hành bởi tập đoàn VCCorp, là một trong những trang thông tin điện tử dành cho giới trẻ ở Việt Nam với đa dạng các chủ đề về giải trí, xã hội, người của công chúng,... Các thông tin và nội dung trong tờ báo chủ yếu hướng đến đối tượng chính là thanh thiếu niên, học sinh, sinh viên,... Cùng với sự phát triển của khoa học công nghệ, trong thời gian vừa qua, Kênh 14 đã triển khai nhiều tuyến bài longform đạt hiệu quả về chất lượng và số lượng, thu hút sự chú ý của giới trẻ về các nội dung sâu sắc, phù hợp với nhu cầu và thị hiếu của công chúng.

## 2.2. Đặc điểm nội dung

Tương đồng với các thể loại báo chí khác, các tác phẩm ký chân dung ứng dụng mega - story đều phản ánh đa dạng hình ảnh con người ở mọi ngành nghề,

lĩnh vực của đời sống. Theo thống kê, chân dung nhân vật xuất hiện trên báo Thanh Niên và Kênh 14 phổ biến ở hai nhóm: (1) Nhóm chân dung văn nghệ sĩ, người nổi tiếng, bao gồm những người hoạt động trong lĩnh vực văn hóa - nghệ thuật như đạo diễn, diễn viên, ca sĩ, nhạc sĩ,... Đây cũng là nhóm đối tượng thường xuyên được phản ánh trong tác phẩm ký chân dung ứng dụng mega - story; (2) Nhóm doanh nhân, nhà quản lý là những người điều hành, tạo ra giá trị cho doanh nghiệp và cộng đồng. Trong khi đó, các tác phẩm của Zing News chủ yếu khai thác chân dung con người ở các chủ đề như sau: (1) Nhóm doanh nhân, nhà quản lý là những người điều hành, tạo ra giá trị cho doanh nghiệp và cộng đồng, ở đây chủ yếu là lãnh đạo quốc gia và trên thế giới; (2) Nhóm gương tiêu biểu trong các ngành nghề, lĩnh vực như kinh tế, văn hóa, giáo dục, y tế, khoa học,... Đối với CafeF, do đặc thù về lĩnh vực là trang thông tin kinh tế - tài chính, các dạng bài ký chân dung phản ánh trên CafeF chủ yếu thể hiện hình ảnh của nhóm doanh nhân, người điều hành, các chuyên gia trong lĩnh vực tài chính. Khác với các tờ báo trên, tác phẩm ký chân dung xuất hiện trên báo Tuổi Trẻ Online chủ yếu ở lĩnh vực giáo dục. Đó là hình ảnh giảng viên - học sinh - sinh viên ưu tú, điển hình.

Về mặt nội dung, các tác phẩm khắc họa chân dung nhân vật theo định dạng mega - story thường không giới hạn về sức sáng tạo, sự thể hiện tác phẩm, tuy nhiên vẫn có một số yêu cầu cơ bản như sau: Một là, lựa chọn đề tài đa dạng, phong phú, đáp ứng yêu cầu của thời cuộc. Đề tài trong tác phẩm mega - story cần được triển khai ở nhiều góc độ, khía cạnh, thể hiện quan điểm và cái nhìn mới, đồng thời có thể khai thác thông tin sâu sắc và đa chiều về nhân vật; Hai là, nhân vật trong tác phẩm mega - story phải có nhiều góc cạnh, vấn đề cần được khai thác; Ba là, cần có sự kết hợp giữa nghệ thuật kể chuyện và yếu tố báo chí trong cùng một tác phẩm; Bốn là, sự hòa nhập của cái "tôi" trong ngòi bút của nhà báo với các chi tiết ký sự, thể hiện quan điểm của người viết nhưng vẫn cố gắng lùi lại, giữ tính khách quan, trung thực; Năm là, sự phối hợp chặt chẽ giữa nội dung và hình ảnh trong định hướng, phong cách và thông điệp của sản phẩm.

## 2.3. Đặc điểm về hình thức

Với đặc thù là thể loại ứng dụng nền tảng đa phương tiện để truyền tải thông điệp, tác phẩm mega - story đặt ra một số yêu cầu nhất định về kỹ thuật. Nghiên cứu của các tác giả Bateman, Delin và Henschel (2007) đã cho thấy những khám phá mới mẻ về cấu trúc chung

**Bảng 2. Tổng hợp đặc điểm về nội dung của tác phẩm ký chân dung theo định dạng mega - story**

Đặc điểm	Nội dung
Đề tài	Đề tài được thể hiện một cách linh hoạt, đa dạng và phong phú, phụ thuộc chủ yếu vào quan điểm của từng cơ quan báo chí và người viết. Đề tài trong tác phẩm mega - story được triển khai ở nhiều góc độ, khía cạnh, thể hiện quan điểm và cái nhìn mới, đồng thời có thể khai thác thông tin sâu sắc và đa chiều về nhân vật.
Tuyển nhân vật	Nhân vật có nhiều góc cạnh, câu chuyện, vấn đề cần được khai thác.
Nghệ thuật kể chuyện	Có sự kết hợp linh hoạt và chặt chẽ giữa nghệ thuật kể chuyện (storytelling), yếu tố văn chương, nghệ thuật và yếu tố báo chí trong cùng một tác phẩm.
Tác giả/ nhà báo	Người viết phải nhập vai, hòa mình vào cuộc sống của nhân vật để thấu hiểu tâm tư, tình cảm, góc khuất, khía cạnh riêng; đồng thời vẫn giữ được tính khách quan, trung thực trong việc chuyển tải nội dung.
Sự kết hợp giữa nội dung và hình thức	Có sự phối hợp chặt chẽ giữa nội dung và hình thức trong định hướng, phong cách và thông điệp của sản phẩm. Tối ưu hoá các yếu tố thị giác: thiết kế, hình ảnh, màu sắc. Sử dụng các liên kết trực tuyến.

của các trang đích (landing page) so với cấu trúc trên các trang nhất của báo in. Thông qua quá trình nghiên cứu, có thể thấy rằng so với hình thức in ấn, các trang đích dành nhiều không gian thể hiện nội dung hơn cho các trang điều hướng.

Xem xét tính chất liên kết của toàn bộ một trang web tin tức, việc chuyển đổi từ báo in sang kỹ thuật số dường như đã thúc đẩy sự xuất hiện của cấu trúc mới như các mẩu tin tức (news bite). Tuy nhiên, các trang web tin tức vẫn giữ lại khía cạnh của thiết kế báo truyền thống. Theo thời gian, kiểu bố cục thông thường này đã phát triển mạnh mẽ hơn, giúp các tòa soạn báo có thể trình bày tin tức thông qua các phương tiện truyền thông kỹ thuật số. Đây chính là tiền thân trong việc ứng dụng các nền tảng đa phương tiện để thể hiện tác phẩm mega - story, không chỉ về mặt hoạt động báo chí mà còn về cấu trúc đa phương thức.

Từ các dạng cấu trúc truyền thống dựa trên nền tảng đa phương thức, sự phát triển của khoa học và công nghệ cho phép các cơ quan báo chí sáng tạo ra nhiều hình thức mới mẻ. Các giải pháp này được hình thành xuất phát từ việc có thể phối hợp sử dụng nhiều hệ thống ký hiệu, chẳng hạn như ngôn ngữ và hình ảnh (Knox, 2009). Ngoài ra, việc ứng dụng các phương tiện thông tin đại chúng đã góp phần thúc đẩy các nguồn thông tin mở rộng. Tác giả Bateman (2011) đưa ra giả thuyết rằng bất kỳ hình thức ký hiệu học hoàn chỉnh nào cũng gồm ba tầng lớp. Một là, cơ sở vật chất nền tảng. Đối với dạng thức mega - story, yếu tố quan trọng cơ bản chính là màn hình. Hai là, cơ sở nền tảng sẽ quyết định nguồn ký hiệu sẵn có, bao gồm chữ viết, hình ảnh, biểu đồ, video, đồ họa,... Các nguồn tài nguyên này được tạo lập nhằm giúp người viết lựa chọn phương thức thể hiện để tạo ra những tác phẩm có cấu trúc phức tạp hơn. Ba là, tất cả các phương thức ký hiệu học đều có một thành phần cụ thể là hình thức diễn ngôn nhằm mục đích hỗ trợ việc giải thích ngữ

cảnh của các nguồn ký hiệu học.

Một trong những ví dụ điển hình cho đặc trưng trên chính là một phần trang đích của ấn bản quốc tế The New York Times, ngày 23 tháng 12 năm 2015. Trong hình thức trình bày, các bố cục tạo thành trang đích đã được đánh dấu bởi các nguồn ký hiệu sẵn có: ngôn ngữ viết, chữ tượng hình, hình ảnh minh họa. Ngoài ra còn có sự kết hợp của các nguồn ký hiệu khác, bao gồm cấu trúc ngôn ngữ, hình minh họa thay thế được cung cấp bởi tòa soạn The New York Times và các bản tin tài trợ khác.

Ở Việt Nam, các yêu cầu về hình thức trình bày tác phẩm mega - story cũng thể hiện một số đặc trưng nhất định. Nhà báo Phan Văn Tú đã xác định một số điều kiện tiêu biểu như sau: Thứ nhất, tác phẩm báo chí cần tận dụng các yếu tố đa phương tiện và truyền thông thị giác để thu hút sự quan tâm của công chúng; Thứ hai, cần kết hợp các yếu tố thị giác như hình ảnh, video, đồ họa, chữ viết nhằm trực quan hóa tác phẩm, tạo ra những nội dung ấn tượng, nổi bật, ý nghĩa; Thứ ba, cần lựa chọn phương tiện phù hợp thể hiện từng chi tiết, tuyển nhân vật trong tác phẩm. Thực tế, trong quá trình sản xuất, người viết cần phải lên ý tưởng kịch bản, dựa vào nội dung để sáng tạo hình thức thể hiện. Đây chính là một trong những tính chất quan trọng tạo ra hiệu quả cho việc trình bày tác phẩm ký chân dung theo định dạng mega - story. Đồng thời, theo quan điểm của phóng viên Phan Nhơn, các yếu tố liên quan đến tiếng động hiện trường cũng là một trong những điều kiện quan trọng, cần lưu ý về kỹ thuật khi thực hiện sản phẩm mega - story.

Bên cạnh đó, để có thể thu hút được công chúng tham gia vào quá trình trải nghiệm tác phẩm mega - story, theo kỹ thuật viên thiết kế Phạm Phan Khôi Nguyễn, cần lưu ý phân chia nội dung thành các phần ngắn riêng biệt giúp người xem dễ tiếp nhận thông tin. Cụ thể, đối với thể loại mega - story, việc tách biệt nội

**Bảng 3. Tổng hợp đặc điểm về hình thức của tác phẩm ký chân dung theo định dạng mega - story**

Đặc điểm	Nội dung
Tính đa phương tiện	- Lựa chọn phương tiện phù hợp thể hiện từng chi tiết, tuyến nhân vật trong tác phẩm. - Việc phân chia nội dung thành các phần ngắn riêng biệt giúp người xem dễ tiếp nhận thông tin. Cụ thể, đối với thể loại mega - story, việc tách biệt nội dung thành từng phần nhỏ được thể hiện bằng hình ảnh, hộp thoại (box) thông tin bên lề, video ngắn, lời phát biểu,...
Truyền thông thị giác	Sự kết hợp các yếu tố thị giác như hình ảnh, video, đồ họa, chữ viết nhằm trực quan hóa tác phẩm, tạo ra những nội dung ấn tượng, nổi bật, ý nghĩa.
Các thành tố phụ trợ, mở rộng	Các yếu tố liên quan đến hiện trường được lưu ý khi thực hiện sản phẩm mega - story. Các liên kết cập nhật, bổ sung tin tức.

dung thành từng phần nhỏ được thể hiện bằng hình ảnh, hộp thoại (box) thông tin bên lề, video ngắn, lời phát biểu,...

Tóm lại, đối với thể loại mega - story, không có một khuôn mẫu nào quy định về bố cục trình bày. Đối với từng đề tài, tùy theo nội dung và cách truyền tải thông điệp, mỗi nhà báo sẽ phát triển hình thức thể hiện riêng. Việc thể hiện hình thức trong tác phẩm mega - story giúp độc giả hình dung ra được bức tranh tổng thể của câu chuyện, đồng thời theo dõi từng chi tiết theo diễn biến của sự kiện. Chính vì vậy, việc ứng dụng nền tảng đa phương tiện là một trong những yếu tố quan trọng góp phần thu hút công chúng, tạo nên sự thành công của tác phẩm. Do đó, cần chú trọng, đầu tư và phát triển các các yếu tố về kỹ thuật và truyền thông thị giác.

### 3. Kết luận

Con đường phát triển của báo chí song hành với tiến trình phát triển lịch sử văn hóa không chỉ của một vùng đất mà rộng hơn, của tầng văn hoá địa phương, quốc gia và nhân loại. Báo chí là một hiện tượng xã hội đang có sự thay đổi mạnh mẽ từng ngày. Sự thay đổi đó tác động trực tiếp đến diện mạo tinh thần của xã hội hiện đại. Đồng thời, khả năng và điều kiện thụ hưởng các tác phẩm báo chí còn được coi là một chỉ số quan trọng để đánh giá trình độ văn minh và sự phát triển của xã hội hiện đại. Trong bối cảnh thế giới có nhiều chuyển biến phức tạp, đồng thời xuất phát từ yêu cầu của công cuộc đổi mới đất nước, hoạt động báo chí phải gắn liền với thông tin thời sự; những sự kiện diễn ra hằng ngày, hằng giờ đồng thời phải có sự tổng hợp, phân tích, đánh giá nhằm rộng đường dư luận. Đặc biệt, trong thời đại bùng nổ thông tin, việc ứng dụng sự tiên bộ của khoa học công nghệ đã đặt báo chí vào công cuộc chuyển mình, trở thành kênh tiếp cận thông tin nhanh nhất, cập nhật nhất, hiện đại nhất, đóng góp vai trò quan trọng trong xã hội. Vấn đề này đặt ra nhiệm vụ cho báo chí trong việc thay đổi phương thức tiếp cận về nội dung lẫn hình thức để đáp

ứng nhu cầu của công chúng.

Các tác phẩm mega - story được xem là “siêu tác phẩm báo chí” hay “tác phẩm báo chí hiện đại”, tạo điều kiện cho công chúng tiếp nhận thông tin một cách đa dạng và sâu sắc với hình thức thể hiện mới. Theo nhà báo Hoàng Nhật (Vietnamplus), sự phát triển của mega - story “đưa báo chí trở lại con đường đúng chức năng, nhiệm vụ của nó là định hướng độc giả, cung cấp những giá trị mang tính cốt lõi của báo chí, thay vì chạy đua về tin tức với mạng xã hội”. Thực tế, công chúng trong thời hiện đại không chỉ có nhu cầu đọc thông tin thời sự mà còn phải đảm bảo giá trị về mặt nội dung và mang tính định hướng. Việc khắc họa chân dung con người thông qua tác phẩm mega - story đang phát huy vai trò mạnh mẽ, làm tốt chức năng tuyên truyền đường lối, chính sách của Đảng và nhà nước, góp phần xây dựng hình ảnh thành phố, đất nước và con người Việt Nam toàn diện. Các cơ quan báo chí đang tiếp tục phát huy hơn nữa thế mạnh của các tác phẩm ký chân dung ứng dụng mega - story trong đời sống hiện đại, tiếp tục có những định hướng, chủ trương cụ thể để phát triển cũng như đưa ra các giải pháp phù hợp trong bối cảnh và nguồn lực của từng tờ báo.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

Dương Xuân Sơn. (2014). *Các loại hình báo chí truyền thông*. NXB Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.

Hoffmann, A. (1984). *How to Write a Journalistic Contribution*. International Organization of Journalists. Prague, Czechoslovakia.

Nguyễn Đức Dũng. (2003). *Đặc điểm và mối quan hệ giữa ký văn học và ký báo chí*. Luận án TS., ĐH Quốc gia Hà Nội. Thư viện quốc gia, mã: LA03 0078.3.

Phạm Thị Hương. (2020). Ưu điểm của việc khắc họa chân dung bằng tác phẩm mega- story trên báo mạng điện tử. *UED Journal of Social Sciences, Humanities and Education*, ISSN 1859-4603, 10(Special), 76-86.

Quinn, S. & Filak, V. F. (2005). *Convergent journalism an introduction: Writing and producing across media*. Routledge.

Slaney, M. (2013). *Micro stories and Mega stories*. IEEE Published by the IEEE Computer Society.