

ĐUA NHAU KIẾM TIỀN TỪ THẾ GIỚI ẢO

Trước sự hút khách khủng khiếp của game online Second Life, hãng thông tấn Reuters đã trở thành đại gia mới nhất của thế giới thực nhảy vào "xí chỗ" trong thế giới ảo này. Kể từ thứ 5 tới đây, Reuters sẽ bắt đầu đăng tải tin tức, hình ảnh và video clip

Trước sự hút khách khủng khiếp của game online Second Life, hãng thông tấn Reuters đã trở thành đại gia mới nhất của thế giới thực nhảy vào "xí chỗ" trong thế giới ảo này. Kể từ thứ 5 tới đây, Reuters sẽ bắt đầu đăng tải tin tức, hình ảnh và video clip thời sự về thế giới bên ngoài cho các thành viên của Second Life. Ngược lại, nhất cử nhất động bên trong thế giới Second Life cũng sẽ được "bố cáo" với bàn dân thiên hạ tại địa chỉ trang web: <http://secondlife.reuters.com>. Được Phòng thí nghiệm Linden ở San Francisco xây dựng nên, Second Life tựa như bóng chiếu của thực tại lên mạng Internet. Đó là một thế giới ảo, ba chiều nơi người dùng có thể tạo ra các nhân vật, ăn bận, phục sức cho chúng, mua sắm tài sản và tương tác với những người chơi khác.

Nguồn: Reuters

Hơn 900.000 người đã đăng ký để có thể tham gia vào thế giới kỳ thú ấy. Họ xây nhà, làm quen với hàng xóm láng giềng và làm những việc mình thích bên trong thế giới ảo ấy mà không sợ ai phê phán, cười chê. Trung bình mỗi ngày những người chơi chi khoảng 350.000 USD tiền ảo, tương đương 130 triệu USD một năm. Họ dùng số tiền đó để làm gì ư? Mua và bán đủ loại hàng hóa và dịch vụ bằng một loại tiền ảo có tên Linden Dollars. Một thị trường online hình thành, cho phép người dùng đổi Linden sang đồng USD thật. Điều này đồng nghĩa với việc người chơi hoàn toàn có thể kiếm được tiền tươi thóc thật từ các hoạt động trong game của mình. Thật ảo như nhau Về phần mình, Reuters đã cử ra một nhà báo lão làng là Adam Pasick làm giám đốc "Cục thông tin ảo" trên SecondLife. Nickname của Adam trong game này sẽ là Adam Reuters. "Cũng không khác mấy với việc làm phóng viên trong đời thực. Một khi bạn đã quen với nó, bạn sẽ thấy nó rất giống với công việc tôi đã làm suốt bấy nhiêu năm qua", ông nói. Trước Reuters, nhiều nhãn hiệu lớn như hãng xe Toyota, hãng đĩa Sony BMG, hãng máy tính Sun Microsystems và mạng thông tin công nghệ CNET đều đã nhảy vào Second Life. Adidas và American Appare thì bán quần áo và phụ kiện "sướng tay", vì người dùng rất thích phục sức cho avatar của mình. Starwood Hotels thì xây hẳn một hệ thống khách sạn ảo kiểu mới - mà theo kế hoạch, sẽ được triển khai trong thế giới thực vào năm 2008. Reuters sẽ có các phóng viên chuyên đưa tin và phân tích về các vấn đề tài chính, văn hóa đang diễn ra bên trong Second Life - đây là một chiến lược của hãng thông tấn này trong việc chinh phục những đối tượng công chúng mới bằng các công nghệ số "hot" nhất. "Trong Second Life, chúng tôi sẽ biến Reuters thành một phần của thế hệ trẻ. Chúng tôi đang đóng một vai trò tích cực trong cộng đồng ảo này bằng cách bắc một nhịp cầu nối thế giới bên ngoài với Second Life và ngược lại", giám đốc điều hành Tom Glocer cho biết. Các công dân của Second

Life có thể cập nhật những tin tức mới nhất thông qua một dịch vụ có tên Reuters News Center - một thiết bị di động mà bạn có thể mang kè kè theo mình trong môi trường ảo. Các tin tức sẽ tập trung chủ yếu vào nền kinh tế đang tăng trưởng bùng nổ và nền văn hóa của Second Life. Nếu thích thú, quan tâm tới tin tức nào, họ cũng có thể truy cập vào một diễn đàn có tên Reuters Atrium để bình luận, chia sẻ với những người khác. Trọng Cầm