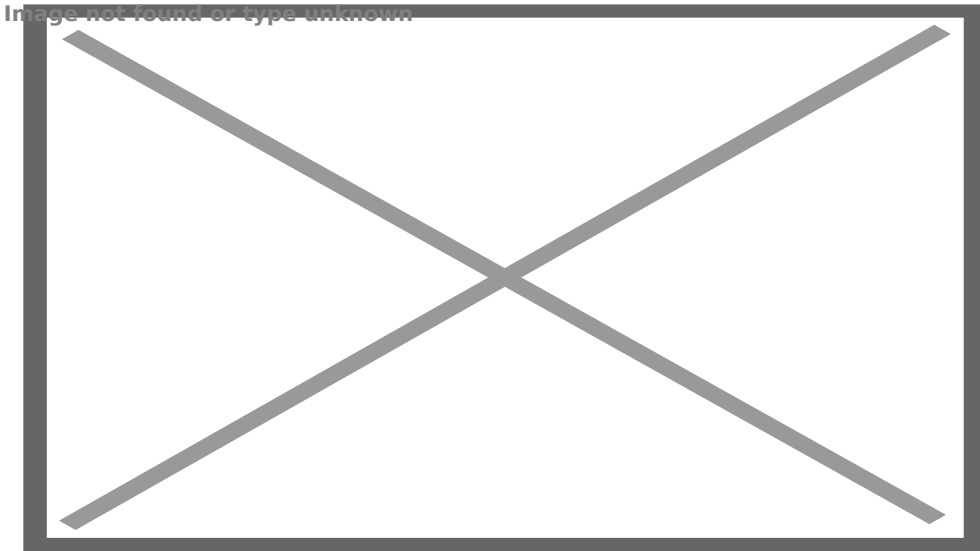


Không xem quảng cáo... đừng đọc báo!

17:14 29/07/2016

Tác giả: Ngọc Bích

Độc giả đọc báo mạng vẫn chỉ thích đọc miễn phí nhưng họ lại đang cắt đứt “nguồn sống” duy nhất của các tờ báo mạng là quảng cáo. Một số tờ báo lớn đã bắt đầu phản pháo bằng thông điệp “Không xem quảng cáo thì đừng đọc báo”.



Nhiều tờ báo đã bắt đầu áp dụng chính sách buộc độc giả phải tắt phần mềm chặn quảng cáo mới có thể đọc nội dung trên báo của họ.

Câu chuyện điển hình nhất của cuộc xung đột này là hồi tháng Ba vừa qua, những độc giả có sử dụng ứng dụng chặn quảng cáo (ad-blocking) cài đặt trên trình duyệt, khi truy cập vào website của tờ New York Times, họ không thể đọc bài và nhận được một thông điệp hiện trên màn hình: Những thứ tốt nhất trên đời không bao giờ miễn phí (The best things in life aren't free). Khi bấm vào thông điệp này, độc giả được New York Times giải thích: Quảng cáo giúp chúng tôi có ngân sách để nuôi sống những hoạt động báo chí. Sau đó, độc giả được lựa chọn 1 trong 2 cách: Tắt ứng dụng chặn quảng cáo và đọc nội dung như bình thường hoặc trả tiền thuê bao hàng tháng.

Hành động này của New York Times đã khiến rất nhiều độc giả nội giận. Họ đã lên các mạng xã hội như Twitter hay Reddit để xả nỗi bức xúc của mình.

“Thật khó chịu khi các vị trưng quảng cáo ra trước mắt chúng tôi. Nó khiến tôi mất tập trung và khiến thiết kế trang web của các vị trở nên rất xấu xí” – một độc giả nêu ý kiến. Nhiều người khác tỏ ra tán đồng với quan điểm này và phụ họa thêm rằng những quảng cáo trên báo điện tử có thể

là nguy cơ xâm hại quyền riêng tư và gây mất an toàn cho họ.

Bất chấp sự phản đối, New York Times vẫn kiên định với chính sách của mình và thậm chí còn có kế hoạch chặn tất cả những ứng dụng chặn quảng cáo trước khi người dùng truy cập trang báo của họ.

Sau “phát súng tiên phong” này, hàng chục tờ báo mạng trên khắp thế giới cũng đang chuẩn bị áp dụng chính sách tương tự để bảo vệ nguồn thu từ quảng cáo vốn đã ít ỏi lại không ngừng “teo tóp” của mình đang bị các phần mềm ad-blocking đe dọa.

PageFair, một công ty phần mềm đang giúp đỡ các hãng xuất bản tin tức vô hiệu hóa phần mềm chặn quảng cáo, đã ước tính có khoảng 200 triệu người dùng máy tính và khoảng 420 triệu người dùng smartphone có cài đặt phần mềm ad-blocking. Con số này đang không ngừng tăng lên trong khi cả thế giới chỉ có khoảng 1,8 tỷ người dùng smartphone.

Từ rất nhiều năm nay, các nhà xuất bản tin tức đã gần như không thể làm gì được những ứng dụng (add-on) kiểu như Adblock Plus hay uBlock Origin. Những ứng dụng này cho tải miễn phí và chặn quảng cáo trên internet rất hiệu quả nhờ cơ chế ngăn chặn người dùng tự động kết nối với các địa chỉ lưu trữ quảng cáo thuộc “danh sách đen” của họ. Tuy nhiên, cơ chế này lại gặp một “tử huyệt” là người dùng sẽ không thể xem nội dung tin tức nếu nhà xuất bản dùng chung máy chủ cho quảng cáo và nội dung.

Không chỉ có PageFair, thời gian gần đây có nhiều công ty start-up ví dụ như Sourcepoint hay Secret Media đang cung cấp cho các nhà xuất bản tin tức nhiều giải pháp khác để ngăn chặn các phần mềm ad-blocking.

Hồi tháng 6 vừa qua, công ty Oriel đã cho ra đời công cụ “chặn ứng dụng chặn quảng cáo” (anti-ad-blocking) cho nền tảng WordPress – hệ thống quản trị nội dung cho khoảng 60 triệu trang web trên khắp thế giới.

Aidan Joyce, giám đốc điều hành của Oriel cho biết thêm: “Công nghệ chặn quảng cáo là một thứ công cụ khá “ngu đần” bởi nó chặn mặc định tất cả mọi loại quảng cáo, không phân biệt quảng cáo kém chất lượng hay quảng cáo có nội dung tốt. Hầu hết những độc giả dùng ad-blocking lại không phản đối những quảng cáo hợp lý để đổi lấy một nội dung có chất lượng và miễn phí”.

Trong cuộc thử nghiệm bắt đầu từ hồi tháng Ba, New York Times nhận ra rằng hơn 40% số độc giả của họ đồng ý đánh đổi bằng cách cho phép quảng cáo xuất hiện trên màn hình của họ và họ được

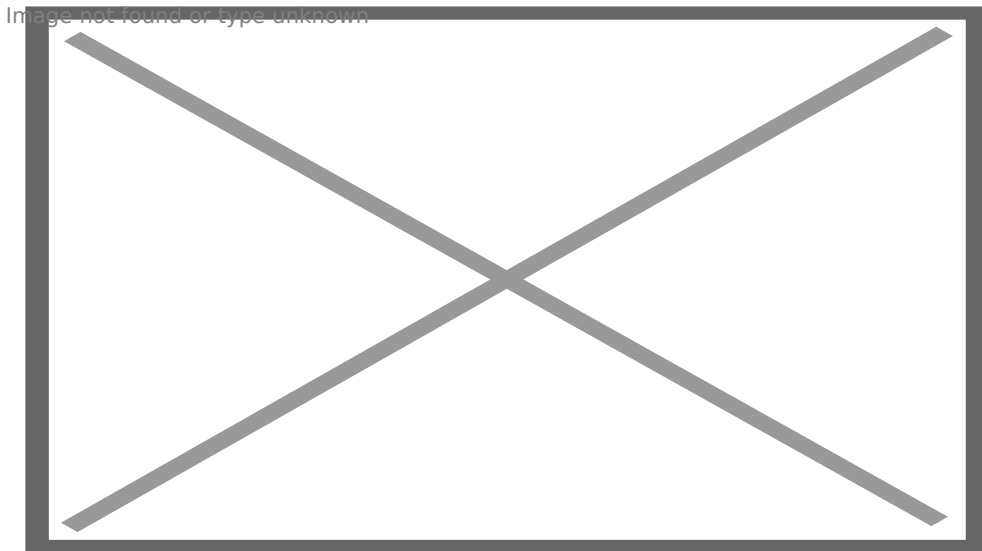
đọc nội dung những bài báo.

Trong một hội nghị diễn ra hồi tháng Sáu vừa qua, Mark Thompson – giám đốc điều hành của tập đoàn New York Times cho biết: “Không có ai từ chối việc đóng góp để tạo ra những tác phẩm báo chí chất lượng cao bởi họ có quyền được đọc những bài báo đó. Nhưng về lâu dài, những độc giả không đăng ký thuê bao tháng mà vẫn còn dùng ứng dụng chặn quảng cáo, chúng tôi sẽ buộc phải ngăn chặn họ đọc những bài viết của chúng tôi”.

Điều bất công là để phục vụ những độc giả ghét quảng cáo, các tòa soạn đã lên kế hoạch cung cấp các gói thuê bao giá cao hơn hiện nay.

Ben Barokas, giám đốc điều hành của Sourcepoint dự báo, đến khoảng năm 2020, hầu hết tất cả các nhà xuất bản tin tức sẽ áp dụng công nghệ “ngăn chặn những ứng dụng chặn quảng cáo”. Theo quan điểm của vị giám đốc này, có giải pháp dung hòa hơn là các tòa soạn nên chuẩn bị nhiều gói dịch vụ khác nhau dành cho độc giả như: Đọc miễn phí kèm quảng cáo, có phí giá rẻ với rất ít quảng cáo và hoàn toàn không có quảng cáo nhưng giá đắt hơn...

Ở một góc độ khác, mối xung đột giữa độc giả và tòa soạn trên chiến trường ứng dụng chặn quảng cáo đã buộc ngành công nghiệp tin tức phải trở nên minh bạch hơn trong mối quan hệ giữa họ và độc giả.



Khoảng 420 triệu người dùng smartphone có cài đặt phần mềm ad-blocking khi đọc báo điện tử.

(Ảnh minh họa)

“Nếu các tòa soạn thất bại trong việc cải thiện chất lượng quảng cáo, họ sẽ bị độc giả xa lánh và đẩy khách hàng của mình sang những nền tảng khác, chẳng hạn như Facebook. Thêm vào đó, việc ngăn chặn những độc giả có sử dụng ứng dụng chặn quảng cáo sẽ là hành động “đuổi khách” sang với đối thủ của mình. Ở một khía cạnh nào đó, sẽ có những tờ báo cho rằng với độc giả chẳng

mang lại lợi lộc gì thì việc họ bỏ đi cũng chẳng đáng tiếc.

Có điều, họ quên mất rằng, những độc giả “không lợi nhuận gì” ấy lại có thể giúp họ phân tán nội dung bằng cách chia sẻ link bài viết tới bạn bè của họ thông qua email, diễn đàn hay các trang mạng xã hội”, Blanchfield phân tích thêm.

Theo khảo sát của YouGov – một chi nhánh thuộc Ủy ban quảng cáo tương tác (Anh), hơn một nửa số độc giả Anh cho biết họ sẵn sàng tắt ứng dụng chặn quảng cáo nếu đó là cách duy nhất để có thể truy cập các trang báo mạng. Nhưng vẫn có đến 39% số người được khảo sát khẳng định họ sẽ không tắt ad-blocking cho dù họ truy cập bất kỳ trang nào.

Trong lúc này, các tờ báo lớn nhất ở Thụy Điển đang chuẩn bị cùng nhau phối hợp để thực hiện đồng loạt chiến dịch “chặn đứng độc giả dùng phần mềm chặn quảng cáo” vào tháng 8 tới. Chiến dịch này sẽ kéo dài 1 tháng và họ hy vọng việc đó sẽ đủ sức kêu gọi độc giả nói không với phần mềm chặn quảng cáo mỗi khi đọc báo điện tử.

Nguồn: Infonet

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/khong-xem-quang-cao-dung-doc-bao>