

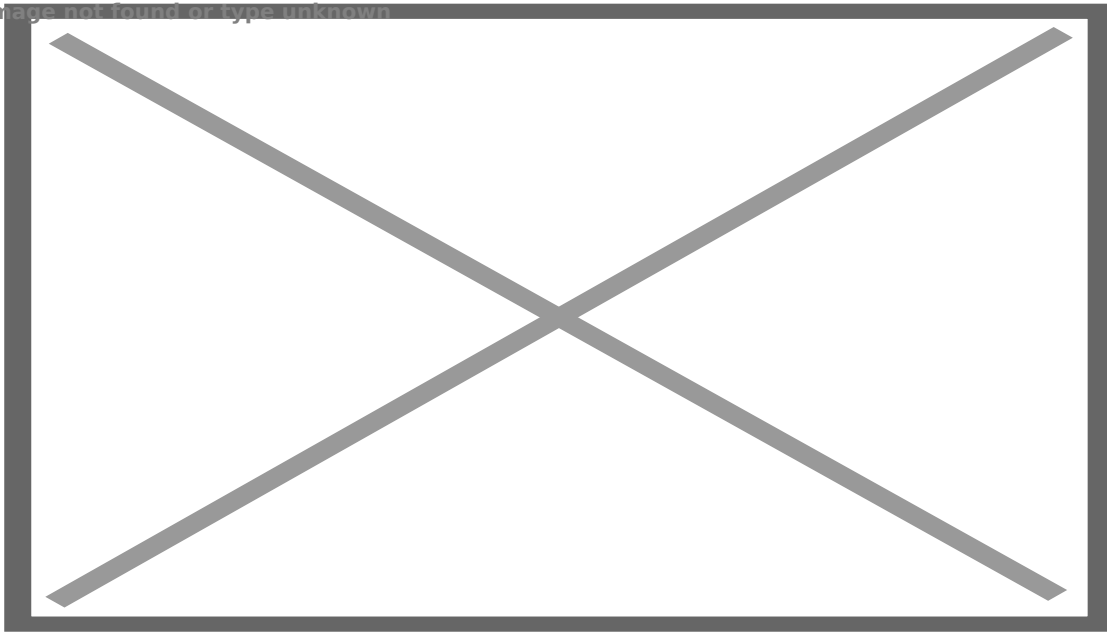
Ngành xuất bản, báo chí "hứng đòn" từ AI tìm kiếm

04:11 19/02/2023

Tác giả: Từ Hải

Các nhà sản xuất nội dung đứng trước nguy cơ mất lượng truy cập khi chatbot AI trích xuất và tiết lộ toàn bộ thông tin.

Image not found or type unknown



Các hãng tin tức tạo ra nhiều nội dung cho các công cụ tìm kiếm như Bing và Google, nhưng không được hưởng phần lợi nhuận tương xứng, theo những gì Chủ tịch Microsoft, Brad Smith, phát biểu trong một phiên điều trần trước Quốc hội Mỹ 2 năm trước.

Khi đó Smith kêu gọi các công ty công nghệ vận hành công bằng hơn và Microsoft cam kết tiếp tục "chia sẻ doanh thu" với các nhà xuất bản tin tức, thông qua việc trả phí cho các bài báo xuất hiện trên các ứng dụng tin tức của Microsoft.

Nhưng cách đây vài ngày Microsoft đã bắt đầu thử nghiệm một AI tìm kiếm mới cho Bing, công cụ hoạt động dựa trên nội dung trực tuyến nhưng lại có nguy cơ ảnh hưởng tiêu cực đến nhà sản xuất nội dung.

Chỉ trong vài ngày hoạt động, chatbot AI nhiều lần tiết lộ nội dung trả phí của các hãng tin, và có thể sẽ làm các hãng tin tức và nhà sản xuất nội dung mất lưu lượng truy cập vì AI đã trích xuất mọi thông tin cho người dùng.

Image not found or type unknown

Microsoft ra mắt chatbot AI tích hợp trên công cụ tìm kiếm Bing có thể trả lời trực tiếp câu hỏi thay vì đưa ra đường dẫn. Ảnh: AP.

Khi được hỏi về những chiếc giường tốt nhất cho chó, chatbot AI của Bing đã nhanh chóng đưa ra 3 lựa chọn theo đánh giá của *Wirecutter*, nội dung đáng nhẽ phải trả phí mới đọc được. Chatbot AI này, phát triển dựa trên nền tảng mô hình ngôn ngữ lớn GPT-3 của OpenAI, cũng đã tóm tắt một nội dung trả phí của *Wall Street Journal* về ChatGPT.

Chatbot AI lấy nội dung, lấy lượt truy cập

Giám đốc truyền thông của Microsoft, Caitlin Roulston, giải thích rằng AI có thể truy cập và phản hồi người dùng bằng nội dung trả phí vì các nội dung này đã được các nhà xuất bản đồng ý cung cấp cho Microsoft.

Cụ thể, các công cụ tìm kiếm như Microsoft và Google trả tiền cho một số hãng tin và nhà xuất bản để được đưa đường dẫn lên các ứng dụng và tính năng tìm kiếm. Nói cách khác, nhà sản xuất nội dung có được một nguồn doanh thu và lượt truy cập bằng cách cho phép công cụ tìm kiếm khai thác nội dung của mình. Nhưng thỏa thuận này có trước khi Bing cập nhật AI tìm kiếm.

Với việc các chatbot AI đã tóm tắt thông tin, và người dùng có thể tiếp tục truy vấn thông qua đối thoại, có khả năng họ sẽ dành nhiều thời gian cho chatbot thay vì đi theo các đường dẫn. Như vậy đồng nghĩa với việc nhà sản xuất nội dung mất đi một lượt truy cập để có thể bán gói đăng ký hoặc quảng cáo.

chatbot AI ảnh 2

Image not found or type unknown

Các hãng tin tức đứng trước nguy cơ mất lượng truy cập qua đường dẫn khi Microsoft, Google tung ra chatbot AI. Ảnh: Engadget.

Mất truy cập, nhà sản xuất nội dung cũng mất cả doanh thu cung cấp nội dung, vì Microsoft trả tiền cho việc bài báo xuất hiện trên các ứng dụng và tính năng tìm kiếm, chứ không trả tiền cho việc nội dung bài báo xuất hiện trong câu trả lời của chatbot AI.

Tình huống này giống như việc Google không trả tiền cho nhà sản xuất nội dung khi lấy nội dung để tạo thành một đoạn tóm tắt ngắn trong kết quả tìm kiếm. Nhưng với các công cụ tìm kiếm truyền thống, người dùng có thể thấy đường dẫn trang nguồn và có khả năng truy cập nếu cảm thấy đoạn tóm tắt chưa đầy đủ thông tin. Khi chatbot AI đã đưa ra câu trả lời hoàn thiện, khả năng người dùng truy cập trang nguồn nội dung sẽ thấp hơn.

“Tôi không trả tiền cho nội dung”

Tại sự kiện giới thiệu sản phẩm của Microsoft, Giám đốc tiếp thị tiêu dùng Yusuf Mehdi cho biết

công ty “quan tâm rất nhiều đến việc có thể hướng lưu lượng truy cập trở lại người sáng tạo nội dung”.

Các liên kết mà chatbot Bing đưa ra ở cuối mỗi phản hồi nhằm “giúp mọi người dễ dàng truy cập trang gốc”, theo Mehdi. Tuy nhiên Microsoft từ chối chia sẻ thông tin về việc có bao nhiêu người thử nghiệm chatbot AI đã nhấp vào các liên kết được trích dẫn ở cuối phản hồi để truy cập nguồn thông tin.

chatbot AI ảnh 3

Image not found or type unknown

Bard là chatbot AI hỗ trợ tìm kiếm của Google, hãng vốn đã có mâu thuẫn với các nhà sản xuất nội dung về việc trích dẫn và sử dụng nội dung trong kết quả tìm kiếm. Ảnh: Shutterstock.

“Trừ khi có một thỏa thuận cụ thể, sẽ chẳng có doanh thu nào quay trở lại với các ấn phẩm tin tức gốc”, Danielle Coffey, cố vấn của News Media Alliance, tập đoàn thương mại gồm hơn 2.000 ấn phẩm báo in và trực tuyến trên toàn thế giới, bao gồm *The New York Times* và *The Wall Street Journal*, cho biết.

Coffey cho biết cô hy vọng Microsoft sẽ tiếp tục hợp tác với các nhà xuất bản và thấy được giá trị mà các nhà sản xuất nội dung đang đem lại cho công nghệ tìm kiếm mới. Các nhà xuất bản có thể lập luận rằng công ty công nghệ đang vi phạm bản quyền nếu các AI tìm kiếm trở thành công cụ “đọc hộ” nội dung, và có thể cân nhắc yêu cầu Bing ngưng sử dụng nội dung của họ trong công cụ tìm kiếm mới, đại diện News Media Alliance cho biết thêm.

Trong khi đó, AI tìm kiếm của Bing nói rằng cảm thấy hài lòng về mô hình kinh doanh của mình.

“Không, tôi không trả tiền cho nội dung”, chatbot AI phản hồi khi được hỏi về việc thù lao cho các hãng tin.

Nguồn: Zing

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/nganh-xuat-ban-bao-chi-quot-hung-donquot-tu-ai-tim-kiem>