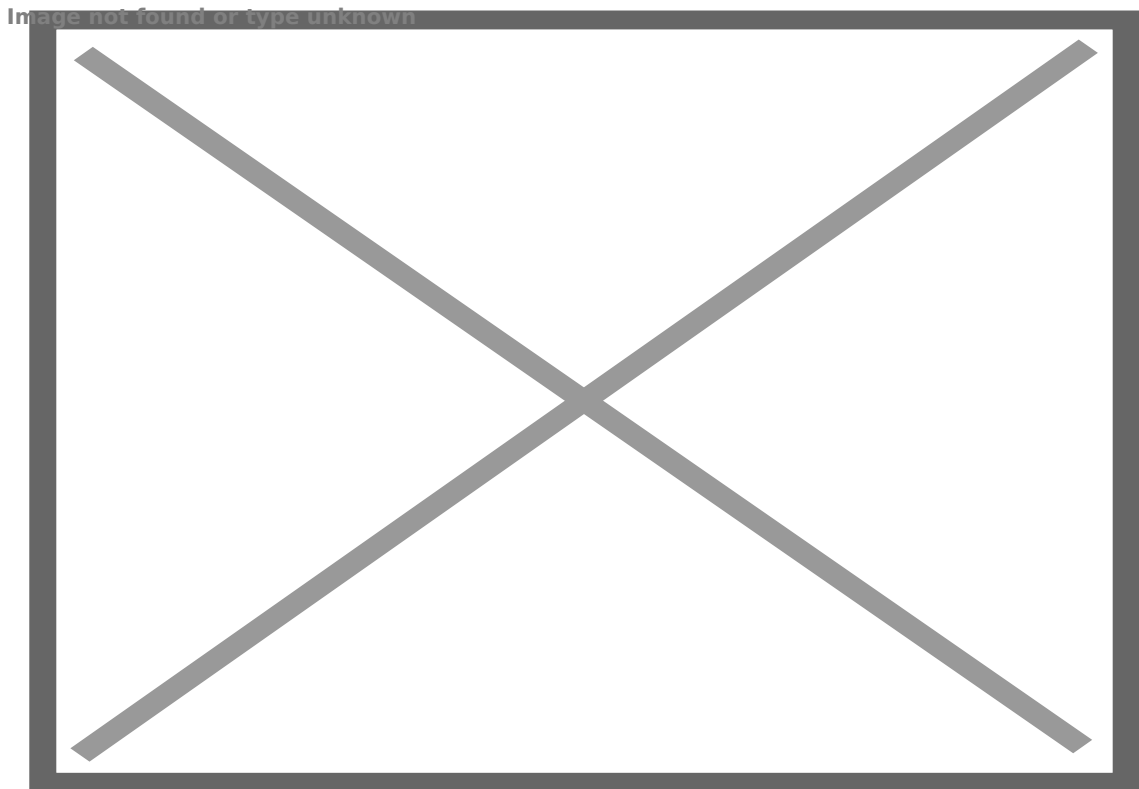


Xuất bản, báo chí thời chatbot: Không hành động sẽ phải phòng thủ

15:41 02/04/2023

Tác giả: Từ Hải

Nhiều trang web thường nhận được ít nhất một nửa lưu lượng truy cập từ các công cụ tìm kiếm. Nhưng khi chatbot AI ngày càng phổ biến, số lượng truy cập trang web có thể sẽ ít hơn.



Kỷ nguyên công nghệ mang lại nhiều thách thức mới cho ngành xuất bản tin tức_ Ảnh: NYT.

Theo New York Times (NYT), ngành công nghiệp xuất bản đã trải qua 2 thập kỷ vật lộn để thích nghi với Internet, nỗ lực khắc phục lượng phát hành báo in giảm mạnh và các công ty công nghệ “ngẫu nhiên” cả dòng sông doanh thu từ quảng cáo.

Và hiện tại đến thời kỳ của chatbot (phần mềm nhắn tin tự động sử dụng AI (trí tuệ nhân tạo) để trò chuyện với con người). Các công cụ AI mới của Google và Microsoft sẽ trả lời các truy vấn tìm kiếm bằng những đoạn văn đầy đủ thay vì một danh sách các liên kết để người dùng tiếp tục kết nối.

Trong bối cảnh này, nhiều nhà xuất bản lo lắng rằng sau này sẽ có ít người kết nối vào các trang

web hơn, dẫn đến giảm lưu lượng truy cập và trên diện rộng là cả doanh thu.

AI mang đến nguy cơ mới cho giới xuất bản

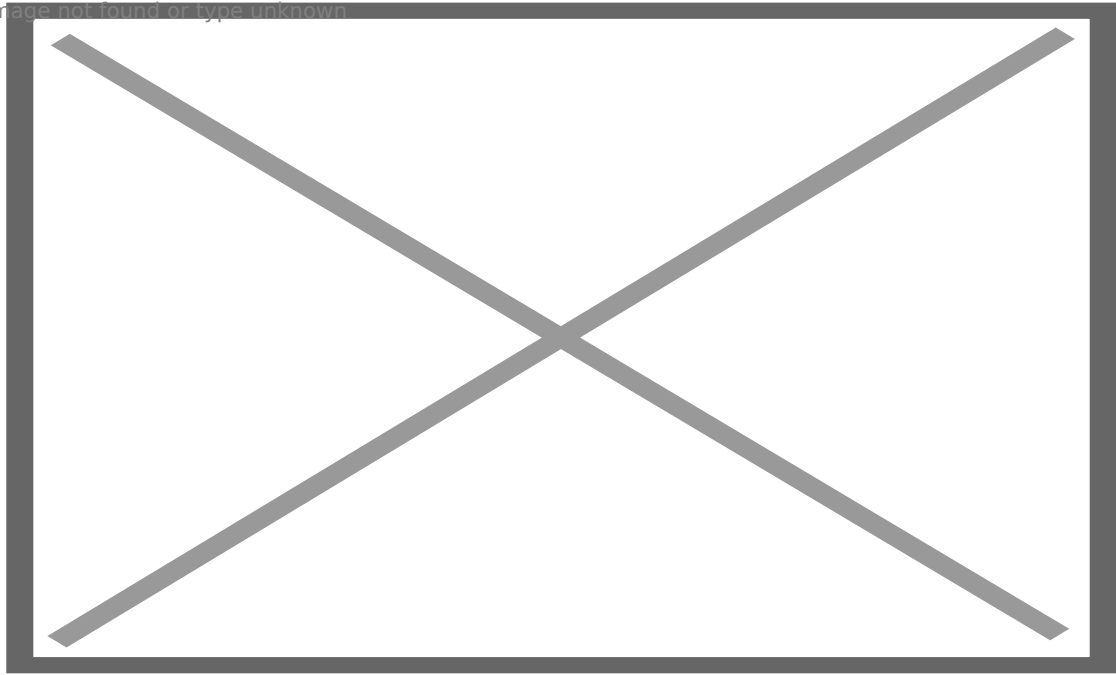
Hiện tại, các công cụ AI vẫn chỉ được dùng ở mức hạn chế, vì vậy các nhà xuất bản như Condé Nast và Vice vẫn chưa thấy ảnh hưởng gì đến hoạt động kinh doanh của họ. Nhưng trong bối cảnh AI đang là một xu hướng không thể cưỡng lại, nhiều người trong ngành xuất bản ngày càng quan tâm đến chủ đề này tại các hội nghị ngành và lên kế hoạch đối phó, có thể là yêu cầu các đơn vị vận hành chatbot phải trả tiền nếu sử dụng nội dung của ngành xuất bản.

Bryan Goldberg, Giám đốc điều hành của BDG, công ty xuất bản các tạp chí về lối sống và văn hóa như Bustle, Nylon và Romper, cho biết: “Về cơ bản, bạn có thể gọi đây là quá trình Wikipedia hóa rất nhiều thông tin. Khi người dùng đặt ra câu hỏi, chatbot sẽ cung cấp thông tin đầy đủ giống Wikipedia và lúc đó các trang web mở không còn phát huy tác dụng”.

Các nhà xuất bản nội dung đều có liên kết với công cụ tìm kiếm, chỉ khác nhau ở mức nào. Hiện tại, công cụ tìm kiếm sẽ được hưởng lợi từ việc có các liên kết thông tin đáng tin cậy trong kết quả tìm kiếm. Còn các nhà xuất bản được hưởng lợi từ lưu lượng truy cập vào các trang web của họ nhờ vào việc xuất hiện trong công cụ tìm kiếm.

Brian Morrissey, người viết bản tin kinh doanh truyền thông The Rebooting, chia sẻ rằng lưu lượng truy cập tìm kiếm từ Google chiếm một nửa, hoặc nhiều hơn, tổng số lượt truy cập vào nhiều trang web. “Các công cụ tìm kiếm đã trở thành trụ cột của hoạt động kinh doanh xuất bản trên Internet”, ông nói.

Image not found or type unknown



Các chatbot AI đang đẩy lên nguy cơ trong ngành xuất bản tin tức_ Ảnh: NurPhoto.

Kyle Sutton, Giám đốc về công cụ tìm kiếm và sản phẩm của báo Gannett, cũng đồng tình và cho biết mối quan hệ này cho đến nay là đôi bên cùng có lợi.

Nhưng Barbara Peng, Chủ tịch của thương hiệu tin tức kỹ thuật số Insider, cho biết các dịch vụ AI mới có thể thay đổi tất cả điều đó. Microsoft đang kết hợp chatbot vào Bing, công cụ tìm kiếm của họ. Còn chatbot tìm kiếm của Google, Bard, thì thậm chí còn hoạt động tách biệt với công cụ tìm kiếm này.

Bà Peng nói thêm: “Đây sẽ là một cuộc cách mạng. Sẽ mất một khoảng thời gian nhưng tôi nghĩ AI sẽ thay đổi mối quan hệ của mọi người với quá trình tìm kiếm và tiêu thụ thông tin”.

Tác động của thế hệ AI mới, có thể tạo ra văn bản, hình ảnh và các nội dung khác từ lời yêu cầu cơ bản, đã trở thành ưu tiên hàng đầu trong các cuộc thảo luận của giới xuất bản. Một hội nghị ở New York vào tháng 5, Đại hội Truyền thông Tin tức Thế giới, sẽ có các bài phát biểu quan trọng về vấn đề này.

Tìm ra giải pháp đối phó

Cory Haik, Giám đốc điều hành của Vice Media cho biết họ đã thành lập một đội đặc nhiệm trong những tháng gần đây để xây dựng cách tiếp cận của riêng mình. Bà dự đoán: “AI sẽ có tác động rất lớn đến xuất bản theo những cách mà chúng ta thậm chí còn chưa thể hiểu được.

Tờ Washington Post ngày 27/3 đã công bố tin bổ nhiệm một phó tổng biên tập kinh doanh để lãnh đạo một nhóm nội bộ xem xét tác động của AI đối với báo chí và chiến lược kỹ thuật số của tờ báo này.

Giám đốc điều hành của News Corp, Robert Thomson, người đã thúc đẩy các công ty công nghệ trả tiền cho nội dung tin tức trong nhiều năm, cũng cho biết trong một cuộc phỏng vấn: “Nếu bạn không nhận ra sớm và xác định vấn đề là gì thì bạn sẽ rơi vào thế phải phòng thủ”.

Ông Thomson cho biết các công ty công nghệ nên trả tiền cho đơn vị xuất bản khi sử dụng nội dung của họ như nguồn dữ liệu ban đầu của AI. Các chatbot đưa ra câu trả lời cho người dùng bằng cách tổng hợp thông tin từ Internet. Ông Thomson cũng thông tin rằng News Corp, công ty sở hữu The Wall Street Journal và The New York Post cùng nhiều tờ báo khác, đang đàm phán với “một vài công ty” về việc sử dụng nội dung của họ.

Ông nói: “Những đơn vị này thừa nhận rằng các cuộc thảo luận là cần thiết”.

Roger Lynch, CEO của Condé Nast, công ty sở hữu những tạp chí lớn như Vogue, Vanity Fair và Glamour, đồng ý rằng những người sáng tạo nội dung nên được trả thù lao. Ông cho biết một điểm thuận lợi đối với các nhà xuất bản là công chúng không biết rõ thông tin nào là đáng tin cậy trong môi trường số nên “họ sẽ phải tìm đến các nguồn đáng tin cậy”.

Liên minh truyền thông tin tức, đại diện cho 2.000 đơn vị thông tấn báo chí trên toàn thế giới, cũng đang hướng tới xây dựng các nguyên tắc làm việc với AI để bảo vệ các nhà xuất bản. Theo một bản dự thảo về vấn đề này, họ đưa ra nguyên tắc rằng việc sử dụng nội dung của nhà xuất bản để phát triển AI cần “một bản thỏa thuận và sự cho phép rõ ràng”.

Các công cụ tìm kiếm phản hồi

Yusuf Mehdi, người đứng đầu bộ phận Bing của Microsoft, cho biết trong một cuộc phỏng vấn rằng họ vẫn coi việc đưa người dùng đến với các nhà xuất bản tin tức là “mục tiêu hàng đầu”. Và mặc dù Bing mới tích hợp AI chưa đầy 2 tháng, dữ liệu “đã cho thấy rằng chúng tôi đang thúc đẩy nhiều lưu lượng truy cập hơn đến các nhà xuất bản”, ông nói.

“Một phần lý do khiến lưu lượng truy cập tăng lên là do chúng tôi không chỉ trả lời tốt câu hỏi của người dùng mà còn cung cấp các liên kết”, ông Mehdi bày tỏ. Khi chatbot của Bing trả lời câu hỏi của người dùng, nó cũng chú thích các nguồn thông tin ở phía cuối trang.

Ông Mehdi cũng cho biết Microsoft đang bắt đầu cuộc trò chuyện với các nhà xuất bản về công cụ tìm kiếm mới. Ông Mehdi nói: “Ý định của chúng tôi là muốn chia sẻ doanh thu gia tăng trong trải nghiệm trò chuyện đó”.

Ông Mehdi cũng cho biết Microsoft đang xem xét hiển thị nhiều bài báo hơn từ một nhà xuất bản nhất định trong phần chú thích cuối trang hoặc bán quảng cáo đối với các liên kết trong câu trả lời của AI và chia đôi số tiền thu được.

Một phát ngôn viên của Google cho biết trong một tuyên bố rằng công ty “cam kết mạnh mẽ trong việc hỗ trợ một hệ sinh thái tin tức lành mạnh và sôi động” và sẽ ưu tiên thúc đẩy lưu lượng truy cập tới các đơn vị xuất bản.

Nữ phát ngôn này nói: “Đây là những ngày đầu tiên thử nghiệm Bard và chúng tôi hoan nghênh các cuộc trò chuyện với phía nhà xuất bản để lấy ý kiến đóng góp của họ”.

Theo Zing

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/xuat-ban-bao-chi-thoi-chatbot-khong-hanh-dong-se-phai-phong-thu>