

XEM MTV BẰNG... GOOGLE

Các kênh truyền hình từ lâu đã giám sát chặt chẽ sự sinh sôi nảy nở của video trực tuyến bằng một ánh mắt e dè. Nhiều site video đích thực là "đạo chích", cung cấp các clip vi phạm bản quyền, đánh cắp công chúng và cả

Các kênh truyền hình từ lâu đã giám sát chặt chẽ sự sinh sôi nảy nở của video trực tuyến bằng một ánh mắt e dè. Nhiều site video đích thực là "đạo chích", cung cấp các clip vi phạm bản quyền, đánh cắp công chúng và cả doanh thu quảng cáo kéch xù khỏi tay nhà đài. Tuy nhiên, cho tới gần đây, truyền hình bỗng nhìn thấy một khía cạnh khác của Video Internet - đối tác tiềm năng. Bản hợp đồng mới nhất giữa Google và MTV Networks chính là thí dụ điển hình cho góc nhìn mới này. Theo thỏa thuận, MTV sẽ cung cấp các video clip chương trình và quảng cáo cho các website thành viên trong mạng AdSense của Google. Doanh thu quảng cáo sau đó sẽ được chia đều cho Viacom (công ty mẹ của MTV), Google và chủ sở hữu các site thành viên. Bản thân website của Google cũng sẽ bán video clip MTV với giá 1.99 USD/clip. Chỉ mới bắt đầu

Nguồn: wirehub

Google khẳng định hãng muốn trở thành một "nền tảng công nghệ", giúp các đại gia truyền thông mở thêm những kênh phát hành và kiếm tiền mới. Thế nhưng đã có những lúc giới truyền thông không muốn Google - hay bất cứ hãng công nghệ nào khác - đảm nhận vai trò lớn đến như vậy. NBC và CBS từng yêu cầu những site như YouTube phải lập tức gỡ bỏ các nội dung có bản quyền. Một số khác thì chơi bài "Bế quan tỏa cảng", khóa chặt các nội dung độc quyền vào site riêng, từ chối cấp phép hay đăng tải chúng trên website ngoài. "Giới truyền thông luôn tự hỏi: Internet là bạn hay thù?", nhà phân tích Benjamin Schachter của UBS nói. "Hợp đồng của Google là một bước đi chiến lược quan trọng và đúng hướng". Nhiều khả năng đây mới chỉ là khúc dạo đầu. Giới phân tích, các nhà quảng cáo và website chuyên về video đều nhìn thấy một tương lai sáng sủa - nơi chủ sở hữu nội dung (từ các kênh truyền hình chuyên nghiệp cho đến người dùng máy tính với các clip cây nhà lá vườn vui nhộn) sẽ cho phép những hãng như Google vừa phát hành clip chương trình qua mạng, vừa bán quảng cáo đi kèm với clip. Nên nhớ rằng rất nhiều website đang muốn nhảy vào cuộc chơi Video. Doanh thu từ video trực tuyến được dự đoán sẽ đạt 385 triệu USD trong năm nay và bùng nổ thành 1,5 tỷ USD vào năm 2009. Phân chia lợi nhuận Hiện tại, Google chỉ phát hành video và quảng cáo của duy nhất một kênh MTV. Do đó, hãng chỉ nhận được gần một phần ba doanh thu quảng cáo. Số tiền này sẽ phải chia đều cho người dùng của dịch vụ Google AdSense. Trong tương lai, Google hy vọng sẽ có thể tự bán quảng cáo và kiếm được lợi nhuận nhiều hơn. Một số site đối thủ với Google Video đã xúc tiến được việc này. Lấy thí dụ, AOL của Time-Warner đã bán quảng cáo trước video clip từ hơn 1 năm nay. Trên site video mới của hãng (khai trương hồi tuần trước), quảng cáo xuất hiện trước gần như tất cả các nội

dung. Một số là do AOL tự bán, số khác đi kèm với clip gốc mà các đối tác cung cấp. Xu hướng tất yếu Giới phân tích đều dự đoán rằng trong tương lai, các hãng truyền thông sẽ trở nên cởi mở hơn với Internet. Họ sẽ trình chiếu, phát hành các nội dung độc quyền của mình qua mạng và chia sẻ lợi nhuận với các hãng công nghệ. "Hãy nhớ lại trường hợp của nhạc số. Internet đã cho thấy nó là một lực lượng không thể ngăn cản nổi, và vì thế, chúng ta phải áp dụng một cách tiếp cận khác, linh động hơn". Cách tiếp cận ấy là cả giới truyền thông lẫn doanh nghiệp Internet cần phải rũ bỏ cái tư tưởng độc quyền. Cả AOL lẫn Google đều bắt tay với MTV. Đây là điều dễ hiểu vì MTV muốn có càng nhiều người xem quảng cáo và truy cập về site mtv.com càng tốt. Trong khi ấy, AOL và Google chẳng đại gì mà từ chối miếng ăn đến miệng. Ngay sau bản hợp đồng giữa Google và MTV, nhiều site khác lập tức sẵn lòng một thỏa thuận tương tự. Guba là một ví dụ. "Chúng tôi muốn bắt tay với một kênh truyền hình nổi tiếng kiểu như MTV", giám đốc điều hành Thomas McInerney cho biết, không quên nói thêm rằng "thỏa thuận" sẽ được công bố trong quý tới. Tương tự, đối thủ của Google - Yahoo cũng đang mò mẫm tìm kiếm đối tác. Tổng giám đốc truyền thông xã hội Jason Zajac của Yahoo cho biết hãng sẽ "theo dõi chặt chẽ dịch vụ thử nghiệm của Google để tính toán dự án cho riêng mình". "Google và MTV là giai đoạn đầu tiên. Chỉ trong vòng 1 năm tới, chúng ta sẽ chứng kiến sự bùng nổ của thị trường video Internet. Guồng quay đang chuyển động chóng mặt", Rafat Ali, chủ biên của PaidContent.org nhận định. Trọng Cầm (Tổng hợp)