

DỊCH VỤ KARAOKE "NET" NỔI RỘ

Công nghệ có thể thay đổi, nhưng sở thích của con người thì bất biến. Ai cũng mê những cuộc thi âm nhạc hấp dẫn, và đó là lý do vì sao ngày càng nhiều cuộc tuyển chọn "Giọng ca Karaoke vàng" chuyển dịch từ màn hình TV lên m&a

Công nghệ có thể thay đổi, nhưng sở thích của con người thì bất biến. Ai cũng mê những cuộc thi âm nhạc hấp dẫn, và đó là lý do vì sao ngày càng nhiều cuộc tuyển chọn "Giọng ca Karaoke vàng" chuyển dịch từ màn hình TV lên màn hình máy tính. Internet đang giống như một sân khấu lớn: Bất cứ ai nuôi mộng thành sao cũng có thể post video trình diễn của mình lên những site như YouTube hay GarageBand.com, với hy vọng sẽ lọt vào mắt xanh của ai đó. Trong một số trường hợp, kết quả thật nức lòng. Những video clip "cây nhà lá vườn" này ăn khách, chủ nhân của chúng trở nên nổi tiếng (dù tầm tầm thôi) và tiền (một chút xíu) bắt đầu đổ vào túi. Thế nhưng ý đồ của KSolo, Bix và SingShot thì khác hẳn. Với câu lạc bộ Karaoke ảo mới khai trương của mình, họ muốn tạo ra một sân chơi mới, nơi các màn trình diễn đều được đánh giá, chấm điểm và xếp hạng - hết như một cuộc thi tuyển ca sĩ.

Hai chàng sinh viên Trung Quốc trong một clip "cây nhà lá vườn", hát nhép lại ca khúc của nhóm BackStreet Boys. Clip của họ đã lọt vào mắt xanh của một công ty truyền thông tại Bắc Kinh, vốn đang tìm sinh viên hát nhép cho quảng cáo của Pepsi. Nguồn: Forbes

Cả 3 site đều yêu cầu bạn dùng mic máy tính để hát và người nghe sẽ đóng vai trò ban giám khảo, nhận xét và chấm điểm. Ở KSolo và SingShot, chỉ có "ca sĩ" mới được tham gia, trong khi với Bix Singer, kể cả vũ công, nghệ sĩ hài, hát nhép... đều được khuyến khích trình diễn thông qua Webcam. Gánh nặng bản quyền Tuy vậy, các site này đang vấp phải một thách thức lớn, ấy là khác với You Tube, người dùng không thể tải lên những bản nhạc hay video có bản quyền. KSolo, SingShot và Bix Singer đã phải mất nhiều tháng để tranh cãi với các hãng đĩa như EMI, Warner Music hay Sony BMG xung quanh bản quyền lời hát; và với các thư viện Karaoke như Songdog và Soundchoice về quyền sử dụng nhạc không lời. Nếu không thỏa thuận được, mỗi website có thể sẽ phải trả tới 150.000 USD cho mỗi ca khúc. Hiện tại, Bix có 1000 ca khúc, KSolo có 4000 còn SingShot cung cấp 2.500 bài hát. Đây là những con số tương đương với một quán Karaoke thuộc loại chuẩn, nhưng cả 3 site đều hứa hẹn mục lục bài hát sẽ không dừng lại tại đó. Vào thời điểm này, bạn chỉ có thể tìm thấy những ca khúc kinh điển của Beatles, nhưng những bài "hit" gần đây như Since U been gone của Kelly Clarkson thì biệt tăm. Danh mục bài hát của Bix thì quá nghèo nàn, thậm chí những ca khúc vang bóng một thời của Righteous Brothers như Unchained Melody cũng không có. Trong khi ấy, dịch vụ nhạc số của Apple Computer bán tới 2 triệu bài với giá chỉ

Nguồn: Karaoke-philipsburg

Những trang như YouTube và Google tìm kiếm Video đều may mắn thoát được gánh nặng bản quyền. Nếu người dùng của họ đăng tải những nội dung có bản quyền, các site này sẽ tuyên bố họ được bảo vệ bởi Luật Bản quyền số Thiên niên kỷ - theo đó, miễn là họ không khuyến khích hay thu lợi từ việc vi phạm, và chấp nhận gỡ bỏ các video clip vi phạm, họ sẽ không phạm pháp. Một hướng kinh doanh triển vọng Nhìn từ tình hình thực tế, luôn có khả năng YouTube sẽ gia nhập vào thị trường Karaoke ảo. Hiện tại, YouTube đăng tải 100 triệu video mỗi ngày. "Nếu các video karaoke và hát nhép này có lời, YouTube chẳng ngại gì mà không xóa mùi", nhà phân tích Phil Leigh nhận định. Bix, SingShot và KSolo thì đang nỗ lực tìm kiếm những nguồn thu để chi trả cho khoản tiền bản quyền ề cổ. Bix - dịch vụ mới đang ở giai đoạn beta - hoàn toàn miễn phí với cả người xem lẫn người post. Họ hy vọng có thể kiếm được khá tiền từ quảng cáo và tài trợ. Chuyên gia Ben Bjarin của Creative Strategy cho rằng mô hình kinh doanh của Bix rất có triển vọng. "Thử tưởng tượng, nếu như Coca-Cola tổ chức một cuộc thi yêu cầu người dùng post các video ngộ nghĩnh nhất mà họ có thể nghĩ ra về chai Coke trên Bix mà xem. Bix cho phép họ kiểm soát những nội dung mà người dùng đăng lên nên nhà tài trợ chẳng còn gì phải sợ cả". Tuy nhiên, Bjarin không lạc quan như vậy khi nhận định về mô hình của KSolo và SingShot. Cả hai site này đều thu phí người dùng 9,95 USD/tháng và chỉ cho phép các clip "ca nhạc" được tham gia. "Mặc dù karaoke có tiềm năng để trở thành một xu hướng lớn như podcast và blog, song quảng cáo mới chính là cách để duy trì nó dài lâu", Bjarin nói. Thiên Ý