

BÁO GIẤY ĐIỆN TỬ - KÊNH THÔNG TIN MỚI

Tháng tư này, De Tijd, một tờ báo về tài chính của Bỉ, bắt đầu phát hành một phiên bản "báo giấy điện tử": thiết bị có màn hình cảm ứng, tiêu thụ điện năng thấp, sử dụng mực kỹ thuật số. Công nghệ này đã được phản ánh ở bộ p

Tháng tư này, De Tijd, một tờ báo về tài chính của Bỉ, bắt đầu phát hành một phiên bản "báo giấy điện tử": thiết bị có màn hình cảm ứng, tiêu thụ điện năng thấp, sử dụng mực kỹ thuật số. Công nghệ này đã được phản ánh ở bộ phim hành động - viễn tưởng Minority Report (Sát nhân giấu mặt), trong đó một hành khách trên chuyến xe điện ngầm đã đọc báo USA Today qua một màn hình video mỏng, có thể gấp lại và được kết nối không dây. Tuy nhiên, giờ đây điều này không còn chỉ xuất hiện trên phim ảnh. Tháng này, De Tijd, một tờ báo về tài chính của Bỉ, bắt đầu phát hành một số phiên bản "báo giấy điện tử": thiết bị có màn hình cảm ứng, tiêu thụ điện năng thấp, sử dụng mực kỹ thuật số - hàng triệu vi chất capsule với chiều rộng chỉ bằng một sợi tóc, có thể hiển thị hình ảnh trắng đen tùy thuộc vào dòng điện. Đây chỉ là một trong những đợt thử nghiệm thiết bị giấy điện tử với tham vọng biến chúng trở thành "iPod của ngành báo chí". Tờ Herald Tribune, thuộc công ty The New York Times, cũng đang xem xét để đưa các bài viết lên một sản phẩm tương tự như của De Tijd vào cuối năm nay. Thiết bị mà De Tijd sử dụng có tên iLiad, do công ty iRex (chi nhánh của Philips Electronics) sản xuất. Sony cũng sắp cho ra mắt giấy điện tử, có khả năng tải sách, báo và podcast với giá khoảng 400 USD. Những sản phẩm này có trọng lượng trung bình 0,3 kg (đủ nhẹ để cầm bằng một tay), có thể cập nhật thông tin ngay khi tới các điểm truy cập không dây (Wi-Fi hotspot) hoặc qua kết nối Internet và cho phép lật trang bằng một phím bấm cảm ứng.

Hiện nay, các nhà xuất bản trên khắp thế giới đang phải vất vả đối phó với tình trạng giảm số lượng phát hành. Công nghệ giấy điện tử hứa hẹn giúp họ tiếp cận nhiều độc giả hơn trong khi vẫn tiết kiệm chi phí in ấn và phân phối. "Độc giả thường đọc tin tức trước khi đi làm và chúng tôi đã phát hành báo trước 7h30 sáng, nhưng điều đó chưa đủ", Kris Laenens, Giám đốc dự án giấy điện tử của De Tijd, cho biết. "Chúng tôi cần cung cấp thông tin tại bất cứ đâu và bất cứ khi nào họ cần". Tuy giấy điện tử chưa thể hiển thị màu sắc và chỉ có 16 mức độ đậm nhạt, chúng vẫn có thể thu hút các tổ chức quảng cáo tham gia thử nghiệm. Các đoạn thông tin có thể thay đổi theo các thời điểm trong ngày, do đó tránh được tình trạng quảng cáo bìa vào buổi sáng và cafe vào buổi tối. Tờ Les Echos, hiện thuộc Pearson (công ty mẹ của The Financial Times), lại tiếp cận công nghệ theo một hướng khác. Thay vì chuyển trực tiếp định dạng báo in vào thiết bị, công ty này tùy biến dữ liệu để nó trông như một phiên bản website. "Nhiều nhà xuất bản đang nhìn nhận nghiêm túc công nghệ giấy điện tử và đây thực sự là một kênh thông tin kiểu mới. Một số tổ chức cũng đang muốn trở thành những đơn vị đầu tiên hình thành nên thị trường mới", Jochen Dieckow, phụ trách kinh doanh và nghiên cứu của tổ chức báo chí IFRA (Đức), nhận xét.