

Hãng tìm kiếm Mỹ vừa phải đón nhận một tin không vui từ xứ sở Kangaroo, liên quan đến dịch vụ quảng cáo trực tuyến **AdWords**. Nhà chức trách Úc kết luận rằng **Google** phải chịu trách nhiệm về việc một số công ty đã lợi dụng dịch vụ của Google để quảng cáo không trung thực và thậm chí là có dấu hiệu lừa dối người xem. Theo thông tin của tờ *Sydney Morning Herald*, đơn kháng cáo của Google đã bị bác bỏ, và tòa án yêu cầu hãng phải có biện pháp kiểm soát nhằm chấm dứt tình trạng đường dẫn mở đến trang web không đúng với nội dung được quảng cáo.

Đơn kháng cáo của Google có mục đích kháng nghị quyết định của tòa án Úc đưa ra hồi tháng 9 năm ngoái. Tại thời điểm ấy, tòa án kết luận Google chịu trách nhiệm với 4 trường hợp khách hàng của hãng sử dụng AdWords trái quy định. Một ví dụ được đưa ra là một đại lý xe hơi tư nhân đăng ký quảng cáo đường dẫn đến trang Honda Úc, nhưng thực tế người dùng lại bị dẫn về trang web riêng của đại lý đó.

Trong khi đó, Google vẫn giữ vững quan điểm rằng trách nhiệm thuộc về chính những khách hàng sử dụng dịch vụ AdWords, và hãng không có khả năng kiểm soát nội dung đăng tải. "Chúng tôi cho rằng công ty sử dụng dịch vụ phải chịu trách nhiệm về mẫu quảng cáo mà họ đăng tải trên AdWords", trích phát biểu của Google sau khi phán quyết mới được đưa ra. Google cho biết hãng lấy làm thất vọng vì phán quyết của tòa án Úc.

Hiện chưa rõ Google sẽ làm gì để kiểm soát hoạt động **quảng cáo Google AdWords**. Khả năng lớn nhất là hãng buộc phải kiểm tra mọi đường dẫn nhằm bảo đảm thống nhất với kết quả trả về. Một biện pháp như thế này hoàn toàn có thể được thực hiện tự động. Cơ quan chức năng Úc tuyên bố họ xử lý Google với mục đích gửi đi một lời cảnh báo đến Bing, Yahoo! và những công cụ tìm kiếm khác về một số trách nhiệm nhất định mà các công ty này phải chịu. "Google và những nhà cung cấp dịch vụ tìm kiếm khác phải chịu trách nhiệm trực tiếp về những kết quả tìm kiếm thiếu trung thực và có tính lừa dối khách hàng", trích phát biểu của Rod Simms, chủ tịch Ủy ban cạnh tranh và người tiêu dùng Úc.

Đây không phải là lần đầu tiên Google gặp rắc rối với dịch vụ quảng cáo của mình. Tháng 8 năm ngoái, hãng tìm kiếm đã phải muối mặt nộp khoản tiền dần xếp 500 triệu USD cho Bộ tư pháp Mỹ, sau khi Google bị kết luận đã để cho các hãng dược phẩm Canada quảng cáo thuốc trên **AdWords** nhằm vào thị trường Mỹ.