

Cổ phiếu Facebook giảm 56 tỷ USD sau khi bị hơn 100 công ty lớn “tẩy chay”

09:31 28/06/2020

Cổ phiếu của Facebook đã giảm 8,3% xuống còn 216,08 USD khi tiếng chuông kết thúc phiên giao dịch vào thứ Sáu - xóa sạch 56 tỷ USD giá trị thị trường của Facebook.

Hơn 100 công ty bao gồm Unilever, Dove, Honda và Ben & Jerry đã rút hợp đồng cấm quảng cáo trên Facebook để hỗ trợ chiến dịch #StopHateForProfit.

Cổ phiếu của nền tảng khổng lồ đã giảm 8,3% xuống còn 216,08 USD vào cuối ngày thứ Sáu - mức thấp nhất trong ba tháng - sau khi hơn 100 nhà quảng cáo tẩy chay và thông tin



Bị hơn 100 công

ty lớn “tẩy chay”, cổ phiếu Facebook giảm mạnh 56 tỷ USD

Điều này đã xóa sạch 56 tỷ đô la giá trị thị trường Facebook và giáng một đòn mạnh vào tài sản cá nhân của Zuckerberg (- 7,2 tỷ USD) đẩy anh từ vị trí thứ ba xuống thứ tư trên bảng xếp hạng Bloomberg Billionaires Index với khối tài sản ròng giảm còn 82,3 tỷ USD.

Coca-Cola và Unilever là những tập đoàn lớn mới nhất thực hiện việc ngừng quảng cáo trên Facebook vào thứ Sáu, nhằm tham gia chương trình hỗ trợ cho chiến dịch #StopHateForProfit.

Coca-Cola tuyên bố tạm dừng tất cả quảng cáo trên mạng xã hội này trong ít nhất 30 ngày với nội dung “không có sự phân biệt chủng tộc trên thế giới và không có nơi nào phân biệt chủng tộc trên phương tiện truyền thông xã hội” trong khi Unilever, một trong những nhà quảng cáo lớn nhất thế giới, cho biết họ sẽ ngừng hợp đồng với Facebook trong cả năm còn lại.

Trước những áp lực đó, Zuckerberg vào thứ Sáu đã buộc phải công bố các chính sách nội dung mới cho nền tảng, bao gồm các hạn chế chặt chẽ hơn đối với quảng cáo và nhãn cho các bài đăng “có hại”.

“Tiếp tục quảng cáo trên nền tảng này vào thời điểm này sẽ không tăng thêm giá trị cho mọi người và xã hội. Chúng tôi sẽ theo dõi liên tục và sẽ xem xét lại những hợp đồng của chúng tôi nếu cần thiết”, Unilever nói trong một tuyên bố.

Đặc biệt, Facebook đã trở thành mục tiêu của một phong trào leo thang - rút tiền quảng cáo nhằm gây sức ép buộc gã khổng lồ truyền thông xã hội phải làm nhiều hơn để ngăn chặn nội dung phân biệt chủng tộc và bạo lực được chia sẻ trên nền tảng của mình.

“Chúng tôi đã quyết định rằng bắt đầu từ bây giờ cho đến ít nhất là cuối năm nay, chúng tôi sẽ không chạy quảng cáo về thương hiệu của mình trên các nền tảng truyền thông xã hội Facebook, Instagram và Twitter ở Mỹ”, Unilever nói.

Chiến dịch #StopHateForProfit diễn ra khi Facebook phải đối mặt với áp lực ngày càng tăng đối với phương pháp tiếp cận thông tin sai lệch và các bài đăng gây mâu thuẫn, kể cả từ tổng thống Trump.

Trúc Mai