

Kończy się era bezpłatnych informacji?

14 października 2009

Nie powinniśmy mieć złudzeń – korzystanie z wiadomości w serwisie internetowym, a może także nawet ich przeczytanie wiązać się będzie z opłatami. Pytanie tylko, jak szybko nastąpi masowe wprowadzanie opłat i kto tak naprawdę te opłaty poniesie.

Era bezpłatnych informacji w sieci zdaje się dobiegać końca. Przesłanie płynące z konferencji przedstawicieli mediów w Pekinie jest jasne – serwisy internetowe powinny w końcu zacząć płacić za możliwość korzystania z informacji, zdjęć czy nagrań wideo właścicieli majątkowych praw autorskich do tych treści. Chodzi w głównej mierze o agregatory wiadomości czy też wyszukiwarki internetowe. Zdaniem szefów koncernów medialnych serwisy takie, jak Facebook, YouTube czy Wikipedia, dostarczając informacji swoim użytkownikom, skutecznie ograniczają liczbę wejść do serwisów żyjących z informacji.

Hu Jintao, prezydent Chińskiej Republiki Ludowej, podkreślił jednak, że rolą mediów jest nie tylko zarabianie pieniędzy i dbanie o los swoich pracowników. Dał jasno do zrozumienia, że stacje telewizyjne, gazety czy serwisy internetowe powinny znacznie aktywniej włączyć się w działania na rzecz zapewnienia pokoju i szybkiego wyjścia z obecnego kryzysu gospodarczego – informuje agencja Associated Press.

Świat mediów w napięciu czeka na krok Ruperta Murdocha, szefa News Corporation, globalnego lidera medialnego, który zapowiedział, że już niedługo wszystkie jego serwisy informacyjne pobierać będą opłaty za wykorzystywanie materiałów stworzonych przez pracowników koncernu – podaje BBC News. W planach jest na razie wprowadzenie opłat za dostęp do Wall Street Journal z telefonów komórkowych – 2 dolary

tygodniowo. News Corporation chce w ten sposób zmniejszyć swoje uzależnienie od wydania drukowanego.

Nie brak jednak także osób, które uważają, że dostępu do informacji nie powinno się ograniczać, a jedynie próbować spieniężyć potencjał, jaki kryją w sobie agregatory wiadomości, do których można zaliczyć Google, Yahoo czy też Twitter.

Jednym z pomysłów jest wprowadzenie stałych opłat za dostęp do informacji tworzonych przez konkretne gazety czy serwisy. Ich ostateczny koszt poniosłby albo klient, albo firma dalej je udostępniająca. Powstaje jednak pytanie, czy to właśnie czytelnicy powinni ponosić dodatkowe koszty, skoro prawdopodobnym jest, że nawet płatne artykuły zawierać będą reklamy.

Z punktu widzenia Google czy Yahoo problemem nie będzie zapewne płacenie abonamentów kilkudziesięciu czy nawet kilkuset wydawcom. Problem pojawić się może w przypadku zwykłych czytelników. Wielu z nich nie będzie stać na to, by płacić co miesiąc kilkunastu serwisom za dostęp do zawartych tam informacji. Może się więc okazać, że masowe wprowadzenie opłat za możliwość czytania artykułów nie poprawi sytuacji – mniejsza liczba czytelników oznaczać będzie bowiem także niższe przychody z reklam.

Firmy medialne już dostrzegły poważne zmiany, jakie zachodzą w zakresie przekazywania informacji. Teraz czas, by serwisy internetowe agregujące wiadomości pogodziły się z tym, że nie wszystko, co jest w internecie jest darmowe. Czy ich modele biznesowe jednak wytrzymają zderzenie z kolejnymi wydatkami, które mogą stanowić całkiem znaczący udział w kosztach?

Z przeprowadzonego niedawno badania firmy Gemius wynika, że prawie każdy polski internauta zgodziłby się na zablokowanie emisji reklam w serwisie, gdyby ta kwota nie przekraczała 2 PLN. Jak widać, użytkownicy internetu są już świadomi

nadchodzących zmian. Czy rozwiązałoby to problem agregatorów i dodatkowych kosztów w postaci odpłatności za publikowane obce treści? Chyba nie całkiem, gdyż internauci zadeklarowali jedynie gotowość dopłacania takiej kwoty do rachunku za internet, a nie każdemu odwiedzanemu przez nich serwisowi.

Opracowanie: Michał Chudziński

Źródło: [Dziennik Internautów](#)