

# Żegnaj darmowy internetcie?

8 sierpnia 2010

Jeszcze do niedawna rozrzućni po świecie wierni czytelnicy najstarszego brytyjskiego dziennika „Times” i weekendówki „Sunday Timesa” mogli w internecie przeczytać felieton ulubionego dziennikarza. Jednak idylla się skończyła. Rupert Murdoch, prezes News Corporation postanowił zrewolucjonizować świat darmowych portali.

Wzorem płatnego portalu amerykańskiego dziennika „Wall Street Journal” – tytułu również należącego do prasowego imperium Murdocha – brytyjski timesonline można czytać już tylko po dokonaniu opłaty. Jeszcze do niedawna w Wielkiej Brytanii tylko „Financial Times” miał płatną witrynę internetową. Jednak w przeciwieństwie do timesonline to portal stricte biznesowy z którego korzystają przede wszystkim ludzie biznesu i pracownicy dużych spółek na całym świecie.

Times jest dzisiaj drugim tytułem na Wyspach, który w internecie jest dostępny tylko wtedy, kiedy użyjemy karty kredytowej. Od początku lipca, aby dowiedzieć się co słychać w świecie „Timesa” należy zapłacić jednego funta za 24-godzinny dostęp lub wykupić stałą subskrypcję i odprowadzać do kieszeni Murdocha dwa funty tygodniowo.

Portal timesonline na kilka tygodni przed rewolucyjną zmianą zmienił szatę graficzną. Kusił odświeżonym layoutem, nowymi treściami, w tym przede wszystkim materiałami wideo, aż w końcu przyszedł ten dzień, kiedy po wejściu na stronę czytelnik został odesłany do rejestracji i płatności. W tej sytuacji można było udać się na stronę konkurencyjnego, niepłatnego portalu dziennika „The Independent”, ale w przypadku wiernych czytelników zagrały sentymenty. Od początku lipca należę do nielicznego grona internautów, którzy za możliwość przeczytanie nowych tekstów Jeremiego Clarksona czy Indii Knight zapłacą.

Zarówno Rupert Murdoch, jak i redaktor naczelny „Timesa” James Harding zakładają, że ich partyzanckie działania są początkiem rewolucji w mediach internetowych. Przekonani o zbliżającym się końcu niepłatnych portali dzienników czekają kiedy kolejne duże tytuły pójdą w ich ślady i tym samym zamkną erę darmowych treści w internecie. Kilka miesięcy temu na konferencji prasowej w Londynie Harding porównał darmowe witryny internetowe do wystaw domów towarowych, które klienci oglądają tylko z zewnątrz nie wchodząc do środka na zakupy.

W ślady „Timesa” na pewno pójdą kolejne tytuły należące do imperium Murdocha. To już tylko kwestia czasu, kiedy zaczniemy płacić za wejście na stronę internetową dzienników: „The Sun”, „News of the World”. O płatności nie wspominają jednak najwięksi konkurenci „Timesa”. Na razie bacznie obserwują branżę i efekty działań Murdocha. Kilka dni temu „The Guardian” wypuścił newsa na temat wielkich strat jakie poniósł „Times” po przejściu na płatność. W artykule zatytułowanym „Times stracił 90 proc. czytelników online” czytamy, że według obliczeń firmy Experian Hitwise portal timesonline jeszcze w lutym miał każdego dnia ponad 1,2 milionów wejść unikalnych użytkowników. Od momentu kiedy strona jest płatna liczba wejść na witrynę spadła aż o 90 proc. Na taki spadek byli jednak przygotowani redaktorzy Timesa, którzy obliczyli, że jeśli zaledwie 15 tys. czytelników za internetowe treści „Timesa” zapłaci 2 funty tygodniowo, to w skali rocznej tytuł zarobi na nich 1,4 miliona funtów.

Amerykański „Wall Street Journal” który zaczął pobierać opłaty za korzystanie ze strony pięć lat temu, dziś może się pochwalić 400 tysiącami wiernych użytkowników. Nie wiadomo jednak czy płatne witryny News Corporation przetrwają konkurencję. Być może w walce o czytelnika odejdą od pomysłu płatnych portali, ale może się też okazać i tak, że nawet garstka regularnie płacących abonentów internautów będzie atrakcyjniejsza od tych czytelników, którzy nie wyciągają z kieszeni kart kredytowych żeby zajrzeć na stronę. Tym

bardziej, że przyszłość drukowanych dzienników jest przesądzona. Według medioznawców za 20 lat znikną z rynku.

Autor: Joanna Biszewska

Źródło: [eLondyn](#)