

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

一项分析西班牙数字新闻信息消费中免费文化的研究

马德里卡洛斯三世大学 (UC3M) 的一项研究显示了公民为互联网上新闻信息付费的低意愿, 以及将该行业数字内容货币化的不可行性。

研究还表明, 在过去十年中, 信息产业内容的同质化进程加速, 导致行业内差异化产品日益减少。在这种情况下, 研究显示: 社会中的很大一部分人已经不再将信息视为具有附加值的产品。研究人员之一, UC3M 传播系教师、研究员 Manuel Goyanes 表示: “越来越多的人认为可以有意或无意地通过在社交网络平台上阅读新闻来充分了解信息这个事实加速了该现象的进程。许多公民否定了数字信息的价值, 因此他们非常清楚自己不会为此付费。”

此外, 研究员还指出了互联网的兴起是导致新闻产出经济贬值的根本原因。“免费文化是自互联网普及以来的一种普遍现象。我们将其定义为: 这个趋势就是公民理所当然的将新闻视为免费提供给社会的公共产品。”Goyanes 指出。

研究还分析了在新闻失去其传统价值及差异化的背景下, 如何将公民与数字信息相关联。研究人员指出: “如果许多报社发现自己陷入财务困境, 那正是因为他们没有在人力资源和技术上进行必要的投资从而开发出一个有趣的产品。”

参考书目: Goyanes, M., Demeter, M. y de Grado, L. (2022). The culture of free: Construct explication and democratic ramifications for readers' willingness to pay for public affairs news. *Journalism*, 23(1), 207-223.