



VYTAUTO DIDŽIOJO UNIVERSITETAS
INFORMATIKOS FAKULTETAS
TAIKOMOSIOS INFORMATIKOS KATEDRA

Gintarė Gudaitytė

EL. LEIDYBA – PASAULIO TENDENCIJOS IR LIETUVOS REALIJOS

Magistro baigiamasis darbas

Verslo informatikos studijų programa, valstybinis kodas 62609P102
Informatikos studijų kryptis

Vadovas (-ė) Prof. Hab. Dr. V. V. Fomin
(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė)

(Parašas) (Data)

Apginta doc.dr. Daiva Vitkutė-Adžgauskienė
(Fakulteto dekanas)

(Parašas) (Data)

Kaunas, 2011

TURINYS

IVADAS	7
I. EL. LEIDYBOS PROCESAI, VALDYMAS IR TENDENCIJOS	10
1.1. Elektroninė leidyba ir jos sudedamosios dalys	10
1.2. Elektroninių leidinių pranašumai ir trūkumai	13
1.2.1. Naudojamumas	15
1.2.2. Prieinamumas	15
1.2.3. Patikimumas ir tęstinumas	16
1.3. Esamų el. periodinių leidinių tendencijos ir realijos	17
1.3.1. Pasaulinės leidybos tendencijos	19
1.3.2. Lietuvos leidybos realijos	21
II. TEISINĖ IR TECHNINĖ EL. LEIDINIŲ PROBLEMATIKA	25
2.1. Autorių teisės ir gretutinės teisės internete	25
2.2. Apsaugos priemonių taikymas	27
2.3. El. leidinių saugojimo formatų paplitimas	29
2.3.1. De Facto ir De Jure standartai	31
2.3.2. Atviri ir uždari standartai	32
2.4. El. leidinių skaitymo priemonių įvairovė	34
III. EL. LEIDINIŲ VERSLO MODELIŲ YPATUMAI	37
3.1. El. verslo modelio apibrėžimas	37
3.1.1. El. leidybos verslo modeliai	37
3.2. El. leidybos verslo modelio pagrindiniai elementai ir jų specifika	39
3.2.1. Produktas	40
3.2.2. Vartotojas/skaitytojas	41
3.2.3. Techninė infrastruktūra	42
3.2.4. Finansinė sąsaja	42
3.3. Sėkmingų ir nesėkmingų el. leidybos verslo modelių taikymas	43
IV. EL. PERIODINIŲ LEIDINIŲ LIETUVOJE RINKA: TYRIMO METODOLOGIJA IR DUOMENŲ ANALIZĖ	47
4.1. Tyrimo duomenų rinkimo ir analizės metodologija	47
4.2. El. periodinių leidinių naudojamumo analizė	51
4.3. Leidėjų pasirengimo el. leidybai analizė	58
IŠVADOS	63
REKOMENDACIJOS IR PASIŪLYMAI	65
LITERATŪROS SĄRAŠAS	67
PRIEDAI	71

SANTRAUPŲ IR TERMINŲ ŽODYNAS

1. El. leidyba – tai informacijos teikimo visuomenei metodas, kai informacijos turinys saugomas, perteikiamas ar platinamas skaitmenine forma ir pasiekiamas tik naudojant informacinių technologijų įrangą.
2. El. leidinys (angl. E-publication) – tai yra leidinio elektroninė versija, jo informacijos visateksčio skaitmeninio formato kompiuterinis failas, parengtas platinti internete arba įrašyti į elektronines laikmenas.
3. Periodiniai leidiniai (angl. Periodical) – reguliariai, nustatytais datomis leidžiami serialiniai leidiniai, tai laikraščiai, žurnalai.
4. El. periodinis leidinys – tik elektronine forma arba elektronine ir spausdinta forma išleistas periodinis leidinys.
5. Autorių teisės – tai išimtinės privatinės autoriaus teisės, susijusios su literatūros, mokslo ir meno kūrinių panaudojimu. Autorių teisės skirstomos į turtines ir neturtines.
6. PDA (angl. Personal Digital Assistant) – personalinis skaitmeninis asistentas, nešiojamų kompiuterių rūšis.
7. iPad – Tablet PC tipo mobilusis kompiuteris, kurį sukūrė Apple.
8. DRM (angl. Digital Rights Management) – skaitmeninės teisių valdymo technologijos – tai priemonė, naudojama kompanijų, apsaugoti savo skaitmeninius gaminius nuo nelegalaus naudojimo ir platinimo.
9. DOI (angl. Digital Object Identifier) – nuolatinis skaitmeninis identifikatorius, suteikiamas intelektinės nuosavybės objektui ir naudojamas jam skaitmeninėje erdvėje identifikuoti. DOI yra nepriklausomas nuo objekto vietos ir aprašo kur informacija apie jį gali būti rasta internete.
10. Formatas – tai taisyklių rinkinys, failo kodavimo sistemos apibrėžimas.
11. SDO (angl. Standards Development Organization) – standartus kurianti arba priimanti institucija.
12. Standartas – bendrąja prasme reiškia pavyzdys, nustatytas matas, norma. Tai techninė specifikacija, taisyklės, kurios skirtos gamintojui, kūrėjui, kurių turi laikytis kuriant, gaminant ar atliekant tam tikrą darbą ar suteikiant tam tikrą paslaugą.
13. De Jure – tai standartų tipas, standartizuojamas standartų organizacijų.
14. De Facto – tai standartų tipas, dažniausiai galiojantis konkrečioje įmonėje ar jų grupėje.
15. PDF (angl. Portable Document Format) – Adobe kompanijai priklausantis, tačiau atviras formatas, standartizuotas ISO.

16. EPUB (angl. Electronic Publication) el. leidinių formatas priskiriamas prie De Facto standartų.
17. Plain Text (.txt) – grynasis teksto formatas sudarytas vien iš rašmenų, tarp kurių gali būti eilučių skirtukų ir tabuliavimo ženklų.
18. HTML (angl. Hypertext Markup Language) – speciali žiniatinklio WWW dokumentų kūrimo kalba, dažniausiai pateikiama be jokių arba tik keliomis iliustracijomis.
19. W3C (angl. World Wide Web Consortium) – konsorciumas leidžiantis programinės įrangos standartus (rekomendacijas) žiniatinkliui.
20. MTTP – mokslinių tyrimų ir technologijų plėtra.

Santrauka

Magistro darbo autorius:	Gintarė Gudaitytė
Magistro darbo pavadinimas:	El. leidyba – pasaulio tendencijos ir Lietuvos realijos
Vadovas:	Prof. Hab. Dr. V. V. Fomin
Darbas pristatytas:	Vytauto Didžiojo Universitetas, Informatikos fakultetas, Kaunas, 2011 gegužė.
Puslapių skaičius:	70
Lentelių skaičius:	9
Paveikslų skaičius:	15
Priedų skaičius:	10

Darbe siekiama įvertinti elektroninių periodinių leidinių Lietuvoje perspektyvas ir pateikti šios el. verslo srities vystymo pasiūlymus bei techninius sprendimus. Kylanti problema – periodinės leidybos paklausos mažėjimas ir sudėtingas technologinis tokių leidinių perėjimas iš spausdintinės į elektroninę formą. Magistrinis darbas susideda iš teorinės dalies bei atliktų tyrimų. Teorinėje dalyje apžvelgiama el. leidybos sąvoka, jos privalumai, trūkumai, tendencijas pasaulyje ir Lietuvoje bei autorių teisių pažeidimų problemos ir jų sprendimo būdai. Darbe tiriama, kokie formatai yra paplitę ir naudojami el. leidiniams publikuoti. Apžvelgiama skaitymui skirtų įrenginių pasiūla, paplitimas ir galimos tendencijos. Pateikiami įvairių autorių siūlomi verslo modeliai, padedantys leidėjams efektyviau pereiti į el. erdvę. Atliktas kokybinis tyrimas, apklausti tradicinės ir el. leidybos atstovai. Tyrimas parodė, jog Lietuvoje sąlygos plėtoti el leidybos verslą kol kas nėra palankios. Darbe atliktas kiekybinis tyrimas, apklausti interneto vartotojai, išsiaiškinta, kad vartotojai domisi el. leidiniais, tačiau Lietuvos rinkoje dar palyginus nedidelė el. leidinių pasiūla ir žemas technologinis pasirengimas. Darbo pabaigoje pateiktos išvados, taip pat pasiūlymai, skatinantys geresnį el. leidinių technologinį pasirengimą ir plėtojimą.

Abstract

Author of Master Thesis: Gintarė Gudaitytė

Full title of Master Thesis: Electronic publishing – global trends and Lithuanian realities

Supervisor: Prof. Hab. Dr. V. V. Fomin

Presented at: Vytautas Magnus University, Faculty of Informatics, Kaunas,
May 2011.

Number of pages: 70

Number of tables: 9

Number of pictures: 15

Number of appendices: 10

This work is aimed at evaluating the future of electronic periodical publications in Lithuania and delivering suggestions for the development of this business area. The decreasing demand of periodical publishing and complex technological transformation from paper-based to electronic form of suchlike publications is an emerging problem. The master's thesis consists of its theoretical part and research that has been done. In the theoretical part of the thesis the concept of electronic publishing, its advantages and disadvantages, global and local (i.e. Lithuanian) tendencies, problems associated with copyright violations and some ways for their solution are reviewed. It is investigated which formats are common and mostly used for electronic publication. The supply, distribution and possible tendencies of readers for electronic media is reviewed. Business models proposed by various authors working in the field that help for the publishers to migrate to the electronic area more efficiently are presented. Qualitative research has been done and members of both conventional and electronic publishing have been interviewed. The research mentioned above has proven conditions for electronic publishing in Lithuania are not yet favourable. Also quantitative research has been done and Internet users have been interviewed. The results of this research have shown users in Lithuania are interested in electronic publications, but the supply in Lithuanian market is still low and technologic base is weak. The thesis ends with conclusions and guidelines for stimulating improved development and arrangement of electronic publishing.

IVADAS

Jau nuo XX a. paskutiniojo dešimtmečio vadinamoji elektronikos revoliucija atvėrė naujus komunikacijos kanalus ir pasiūlė naujų galimybių. Internetas, be abejonų, labiausiai paveikė kultūrinį, socialinį, ekonominį ir politinį gyvenimą. WWW pasaulinis tinklas – šiuo metu yra vienas iš svarbiausių informacijos teikimo ir gavimo šaltinių, vienas iš pagrindinių reklamos kanalų. Tyrimai rodo, jog informacijos ir medijos paklausa nuolat auga, tuo pačiu auga ir informacijos kūrėjų poreikis. Šioje internetinėje erdvėje bando įsitvirtinti ir tradicinės (popierinės) spaudos atstovai.

Tradicinė spauda egzistuoja jau nuo XV a. ketvirtojo dešimtmečio, jos pradininku laikomas vokiečių spaustuvininkas Johanas Gutenbergas, kurio išradimas, liejimo prietaisas ir rankinis spaustuvės atspaudos presas, padarė evoliuciją leidybos srityje ir paskatino žmones domėtis spaudos kultūra. Šiandieninė leidyba apibūdinama kaip spausdintų leidinių (knygų, laikraščių, žurnalų ir pan.) parengimas ir platinimas.

Pastaraisiais metais prasidėjęs šalyje ekonominis sunkmetis palietė ir leidybos verslo sritį. Naujausi duomenys rodo, kad periodinių leidinių populiarumas ir paklausa Lietuvoje mažėja. Leidinių, tenkančių vienam gyventojui, lyginant su praėjusiais metais sumažėjo 10 numerių. Per 2009-2010 m. laikotarpį labiausiai paveikta yra laikraščių leidybą, kurios tiražas, lyginant su 2009 m., sumažėjo 53,8 tūkst. egzempliorių. Vieni leidėjai pasitraukia iš šios verslo srities, kiti, atvirkščiai, bando diegti naujoves ir siekti populiarumo tarp skaitytojų. Dažniausias sprendimas – tradicinės spaudos transformacija į elektroninę leidybą.

Pati el. leidyba apibūdinama kaip leidyba, kurioje informacija yra skleidžiama per kompiuterinius tinklus arba kai informacija yra pateikiama naudojimui kompiuteriuose tinkamu formatu. El. leidinys gali būti spausdinto leidinio versija, kurioje iš esmės atkuriamas spausdinto dokumento turinys, teksto išdėstymas puslapiuose, iliustracijos ir panašiai, arba tik el. leidinys, neturintis spausdintų analogų. Akivaizdu, jog el. leidyba skatina žinių visuomenės kūrimą, kuris yra vienas svarbiausių pasaulio ir Lietuvos ekonomikos plėtros prioritetų. Informacija, jos gaminimas, apdorojimas ir sklaida yra žinių visuomenės variklis. Tačiau labai svarbu, kad individualius žmones pasiekianti informacija būtų pateikiama jiems pageidaujama ir suprantama forma.

Pasaulyje šiuo metu kaip tik ir vyksta pereinamasis laikotarpis iš tradicinės leidybos į elektroninę. Labiausiai šios tendencijos matomos vakaruose, kur elektroniniai leidiniai nėra naujiena, jų populiarumas nuolat auga. Tai rodo ir tai, kad 2010 metais pirmą kartą JAV buvo skaitoma daugiau naujienų internete nei laikraščiuose. Taip pat JAV interneto segmentas lenkia laikraščius pagal pajamas iš reklamos. Be to, išaugo vietinių žinių gavimo poreikis mobiliuoju

telefonu, populiarėja skaitymui skirti įrenginiai. Galima tikėtis, kad el. leidyba ateis sparčiau nei el. komercija ir bus nauja komercinės veiklos banga.

Pokyčiai leidybos versle neaplenkia ir Lietuvos, čia žengiami pirmieji žingsniai: pristatomi skaitymui skirti įrenginiai, skaitytojams po truputį siūlomi el. žurnalai, laikraščiai, knygos. Tačiau Lietuvoje dar mažai leidėjų, kurie ryžtasi šioms naujovėms ir savo leidžiamus spausdintinius leidinius mėgina pateikti ir elektroniniu formatu. Dažna priežastis to nedaryti – tai profesinės informacijos trūkumas apie komercinę el. leidybą, netinkamas verslo modelio sukūrimas, piratavimas, el. leidinių licencijavimo būdai, autorių teisių problemos, informacijos formatų nesuderinamumas ar netinkamumas, spartus naujų technologijų kitimas, pavienių autorių plitimas, jų naujausios informacijos sklaida. Kitos problemos – žmonės neturi galimybės informacijos priimti dėl socialiniu kliūčių, tokių kaip kompiuterinio raštingumo trūkumas, informacijos egzistavimas vartotojui nesuprantama kalba ir panašiai. Visų šių problemų pasekmė yra tai, kad Lietuvos el. leidybos ir skaitymo auditorija vis dar labai maža. Ieškoma atsakymų į klausimą, ar išlikusį leidinių paklausos poreikį Lietuvoje užpildys el. leidyba?

El. leidiniai leidžiami visame pasaulyje, tačiau taikomi modeliai vienoje valstybėje nebūtinai tinka ir bus sėkmingi Lietuvos rinkoje. Taikant tam tikrą el. leidybos modelį reikia atsižvelgti į vartotojų poreikius, nes tai jiems naujiena, inovacija. Kiekvienas leidėjas turi turėti verslo strategiją, padedančią vystyti jo el. verslą, nes paimti atspausdintą žurnalą ir jį perkelti į kompiuterį – nepakanka.

Elektroninė leidyba dažnai yra lyginama su tradicine leidyba: jai priskiriami tradicinės žiniasklaidos bruožai, verslo modeliai, lyginami privalumai, trūkumai, ieškoma skirtumų. Šiame darbe el. leidybą apžvelgsiu kaip atskirą vienetą ir pateiksiu šalies rinkoje kylančias problemas ir galimus sprendimo būdus.

Darbo tikslas. Įvertinti elektroninių periodinių leidinių Lietuvoje perspektyvas bei pateikti šios el. verslo sritys vystymo pasiūlymus bei techninius sprendimus.

Darbo problema. Mažėjanti periodinių leidinių paklausa tarp skaitytojų ir sudėtingas Lietuvos periodinių leidinių perkėlimas iš spausdintinės į elektroninę formą.

Siekiant išspręsti iškeltą problemą, suformuluoti šie *darbo uždaviniai*:

1. Išanalizuoti esamus el. leidybos modelius bei paaiškinti elektroninės leidybos sampratą, techninius privalumus, trūkumus bei tendencijas pasaulyje ir Lietuvoje;
2. Nustatyti ir įvertinti el. leidinių tarp vartotojų poreikį Lietuvoje ir išsiaiškinti šalies leidėjų techninį ir visuminį pasirengimą el. leidybai;
3. Identifikuoti esmines el. leidybos plėtros problemas Lietuvoje bei atlikti jų analizę;
4. Parengti leidėjams informatyvius sprendimus bei rekomendacijas orientuotas Lietuvos rinkai.

Tyrimo metodai:

Darbe naudojami atvejo analizės skirtingi duomenų rinkimo metodai – literatūros apžvalga, apklausa, interviu. Skirtingi metodai vienas kitą papildo ir leidžia gauti tikslesnius duomenis analizei. Darbe išanalizuota mokslinė literatūra, straipsniai, kurie padėjo suprasti esamą el. periodinių leidinių situaciją pasaulyje ir Lietuvos, pasiruošimą el. leidybai. Darbe taip pat taikytas kokybinis tyrimas – interviu. Apklausti keturi leidybos verslo atstovai, kurių pateikti atsakymai padėjo išsiaiškinti leidėjų nuomonę ir patirtį el. leidinių rinkoje Lietuvoje. Taip pat vykdyta apklausa, susijusi su el. leidinių paklausa. Naudotas apklausos būdas – anketavimas. Anketavimas padėjo atskleisti el. leidinių susidomėjimo lygį bei socialinių charakteristikų ryšį.

Šį darbą sudaro keturi skyriai, įvadas, išvados, rekomendacijos ir pasiūlymai. Pirmajame skyriuje yra siekiama pristatyti skaitytojui el. leidybos sąvoką, el. leidinių sudedamąsias dalis, funkcijas ir architektūrą. Gilinamasi į el. periodinių leidinių skirstymo tipus. Pateikiama el. leidinių techniniai pranašumai prieš spausdintinius. Apžvelgiami el. leidinių kokybės kriterijai. Aptariama esama el. periodinių leidinių situacija pasaulyje ir Lietuvoje, bei vyraujančios tendencijos.

Antrajame skyriuje pateikiamos el. periodinių leidinių publikavimo problemos, tokias kaip autorinių ir gretutinių teisių pažeidimai, piratavimas. Taip pat plačiai apžvelgiamos techninės problemos, t.y. taikomų sudėtingų apsaugos priemonių parinkimas, skirtingų el. leidinių formatų įvairovė ir suderinamumas su skaitymo įrenginiais.

Trečiajame skyriuje apžvelgiamas verslo modelių apibrėžimas, svarbiausios informacijos gavimo internete formos. Aptariama, į ką reikia atkreipti dėmesį, sudarant verslo modelį, kokie žingsniai yra svarbūs. Gilinamasi į pagrindinius verslo modelių elementus: produktą, vartotoją/skaitytoją, technologijas ir finansinę sąsają. Nagrinėjamas esamų sėkmingų ir nesėkmingų el. leidybos modelių taikymas.

Ketvirtasis skyrius skirtas pasirinkto kokybinio ir kiekybinio tyrimo analizei. Aptariama tyrimo duomenų rinkimo ir analizės metodologija. Siekiama įvertinti el. periodinių leidinių Lietuvoje perspektyvas, el. leidinių naudojamumą tarp vartotojų, jų dalyvavimo pobūdį el. leidinių rinkoje. Analizuojami el. leidinių vartotojų duomenys. Pateikiama interviu su leidybos atstovais analizė. Įvardijamos perėjime į el. leidybą kylančios techninės problemos, ieškoma šių problemų sprendimo būdų.

Darbo metu iškeltos hipotezės: Lietuvos vartotojai kol kas nejaučia didelio el. leidinių poreikio, nes spausdintinė leidyba užima didžiąją dalį rinkos. Lietuvos leidybos atstovų technologinis pasirengimas el. leidybai yra silpnas.

I. EL. LEIDYBOS PROCESAI, VALDYMAS IR TENDENCIJOS

Vis didėjantis vartotojų lankomumas ir skaitomumas internete, verčia ne vieną leidėją pereiti į internetą ir čia publikuoti savo leidinius. Tokiu būdu tarp leidėjų vyksta konkurencija, kuri skatina inovacijas. Tokios naujovės leidėjams suteikia daug galimybių, o tuo pačiu ir naujų problemų. Norint suvokti elektroninių periodinių leidinių principus, pirmiausiai reikia suprasti pačią elektroninę leidybą.

Šiame skyriuje apžvelgsiu el. leidybos ir el. leidinių sąvokas, jų sudedamąsias dalis, funkcijas ir architektūrą. Gilinamasi į el. periodinių leidinių skirstymo tipus. Pateikiama el. leidinių pranašumai prieš spausdintinius. Apžvelgiami el. leidinių kokybės kriterijai. Toliau aptariama esama el. periodinių leidinių situacija pasaulyje ir Lietuvoje bei vyraujančios tendencijos.

1.1. Elektroninė leidyba ir jos sudedamosios dalys

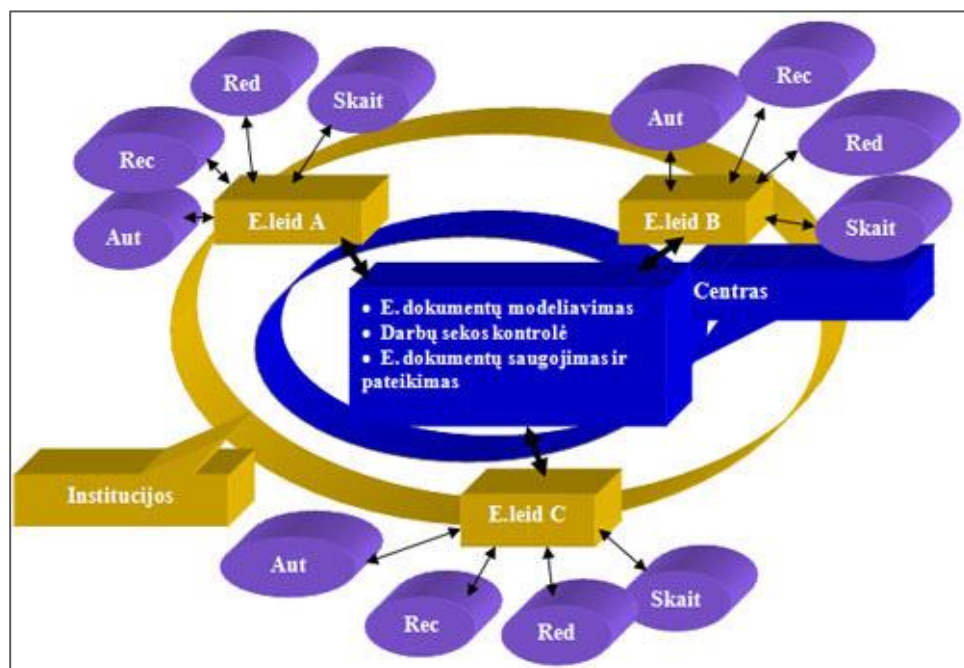
Analizuojant el. periodinius leidinius reikia suvokti kas yra elektroninė leidyba. El. leidyba – tai informacijos teikimo visuomenei metodas, kai informacijos turinys saugomas, perteikiamas ar platinamas skaitmenine forma ir pasiekiamas tik naudojant informacinių technologijų įrangą. El. leidyba apima priemones, verslo procesus bei sistemų architektūrą.

Taip pat labai svarbu apsibrėžti kas yra el. leidinys. Elektroninis leidinys (el. leidinys) (angl. e-publication) – tai yra leidinio elektroninė versija, jo informacijos visateksčio skaitmeninio formato kompiuterinis failas, parengtas platinti internete arba įrašyti į elektronines laikmenas. El. leidinio vartotojas skaito leidinį kompiuterio ekrane ar kitame skaitymui pritaikytame įrenginyje, arba išspausdintą. [1]

Tradiciniame leidybos procese galima išskirti daugybę dalių: atrinkimą ir recenzijas, redagavimą ir tikrinimą, dizainą ir poligrafinį rinkimą, spausdinimą, vadybą ir pardavimus, saugojimą ir paskirstymą. Akivaizdu, kad el. leidyboje atsiveria naujos galimybės. Interneto ir hiperteksto galimybės leidžia pagerinti ir papildyti minėtus procesus. Galima teigti, kad el. leidyba šiandien yra iš esmės dvejopa: fiktyvi ir nefiktyvi. Fiktyvi el. leidyba ypač populiari mokslo ir studijų srityje. Šiuo el. leidybos atveju yra rengiamas ir publikuojamas tik el. leidinys, o tradicinės leidybos procesas nevykdomas. El. dokumentas dažniausia yra hiperteksto forma, ir tai leidžia sukurti nuorodų sistemą, kuri gali jungti atskirus dokumentus ar dokumentų dalis, turėti nuorodas į kitų autorių el. dokumentus, naudoti vaizdo animaciją ir įgarsinimus. Pasaulyje ir Lietuvoje ši el. leidybos forma sparčiai plinta ir yra labai patogi vartotojams. Nefiktyvi el. leidyba – tai leidyklos išleisto leidinio el. dokumentas. Paprastai šiuo atveju dokumentas yra tiksli spausdinto leidinio

kopija. Vienos ir kitos el. leidybos dokumento parengimo procesų sekos skiriasi, tačiau saugojimas ir pateikimas labai panašūs. [2]

Apibendrinta el. leidybos sistemos architektūra pateikta 1 paveiksle. Šios schemos ženklų reikšmės: **Aut, Rec, Red, Skait** – autoriai, redaktoriai, recenzantai ir visi kiti asmenys, kurie dalyvauja el. publikacijos rengimo ir publikavimo procesuose. Iš schemos matoma, jog norint, kad tvarkinga informacija pasiektų tam tikrą skaitytojų ratą, leidiniui sukurti reikia nemažai asmenų. **E. leid A, E. leid B** – įvairūs padaliniai, kurie yra susiję su el. leidyba. **Centras** – virtualių el. leidybos paslaugų ir saugyklos realizacija, naudojant IT ir WEB technologijas, kuriose saugojami ir pateikiami el. duomenys.



1 pav. El. leidybos sistemos architektūra

Šaltinis: http://www.lidata.eu/index.php?file=files/mokymai/hsm/hsm.html&course_file=hsm_3_2.html

Interneto atsiradimas atvėrė naujas galimybes leidėjams, kaip ir elektroninių žurnalų ir laikraščių platintojams. Kompiuterinis tinklas yra tinkama elektroninių masinių komunikacijų priemonė, žadanti globalią visų leidėjų ir jų išteklių jungtį.

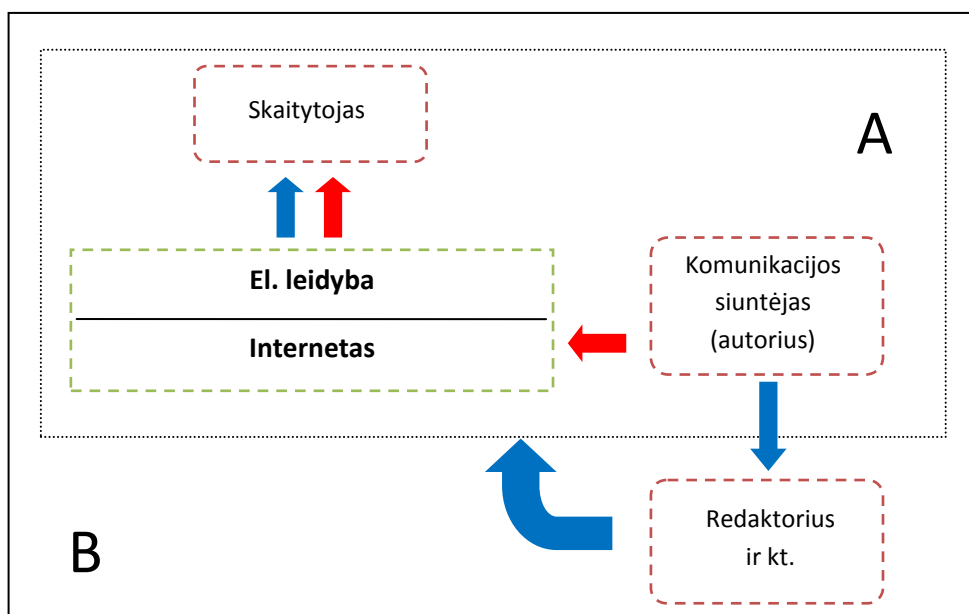
Darbe gilinamasi į periodinius leidinius – laikraščius ir žurnalus, kurie yra prieinami skaitmeniniu formatu ir pateikiami internete. Žurnalas, laikraštis – subrošiūruotas įvairaus turinio ir paskirties periodinis leidinys. Leidžiami savaitiniai, dvisavaitiniai, mėnesiniai, ketvirtiniai žurnalai. Jie gali būti spausdinti, garsiniai, elektroniniai. Rečiau nei kartą per pusę metų pasirodantis žurnalas, laikraštis vadinamas tęstiniu leidiniu. Žurnalai ir laikraščiai esti visuomeniniai, laisvalaikio, sporto, technikos, referatiniai, mokslo ir kt. [3]

El. periodinių leidinių, platinamų per WWW, leidyba yra interneto ir žiniatinklio komunikacijos dalis. Interneto komunikacijos ir jos modelio suvokimas suteikia galimybę

el. periodinių leidinių leidybą analizuoti sistemingai, pagal interneto komunikacijos modelį. Įvardinamos šios interneto komunikaciją apimančios sistemos [4]:

- diskusijų grupės;
- virtualūs žaidimai ir komunikacijos sistemos;
- failų perdavimo (FTP) ir nuotolinio terminalo protokolai;
- elektroninis paštas;
- informacinės sistemos. [5]

Interneto komunikacijos siuntėjas gali būti asmuo (elektroninio pašto vartotojas), socialinė grupė, profesionalūs komunikatoriai (WWW žurnalistai, leidėjai). Interneto komunikacijos pranešimas gali būti pokalbis, hipertekstas, naujienos, duomenų bazė, multimedijos elementai ir kt. Interneto komunikacijos gavėjas gali būti įvairi, nepastovi auditorija.



2 pav. El. leidinių kūrimo būdai

Šaltinis: autoriaus sudaryta schema.

El. leidinių autoriai internetinę komunikaciją gali skleisti ir be redakcijos pagalbos (2 pav. A), tačiau yra el. leidinių, kuriems sukurti dirba nemažai asmenų, kad leidinys atitiktų visus reikalavimus. Prie jo dirba redaktoriai, korektoriai ir kiti su leidyba susiję asmenys (2 pav. B).

Apibendrinant, galima teigti, kad internete yra nemažai komunikavimo sistemų, kuriomis informacija vartotojui pateikiama įvairiais pavidalais – tiek vaizdu, tiek ir garsu. Tokios el. leidinių technologinės galimybės labiau domina skaitytojus, jiems patogiau tokią informaciją priimti. Visa tai padeda aiškiau suprasti informacijos turinį.

1.2. Elektroninių leidinių pranašumai ir trūkumai

Interneto ryšys nuo pat pradžių buvo reklamuojamas kaip priemonė sudaranti sąlygas lengvai pasiekti multimediją, informaciją apie naujausius įvykius. Visam tam įgyvendinti reikalingas internetas ir tam skirtos specialios programos, [6] taip pat prieiga prie tinklo, kuriuose būtų publikuojama reikalinga informacija [7]. Tokios priėjimo prie interneto galimybės leidžia atnaujinti aktualią medžiagą. Tai labai svarbu ir el. leidiniams, kurie be šių technologijų negyvuotų.

El. leidyboje, kitaip nei tradiciniame leidinyje, yra galimybė planuoti savo veiklą ir dirbti daugiaveikliškai (angl. multitasking). Tai veikla, kai vienu metu daroma daug veiksmų [8]. Vartotojui tai svarbu, nes tokia veikla leidžia efektyviau dirbti. Atlikta nemažai daugiaveikliškumo tyrimų ir pateikti skirtingi rezultatai. Tyrimai parodė, kad kai kuriais atvejais daugiaveikliškumas iš tiesų veiksmingas būdas norint išnaudoti turimą laiką, tačiau kai kuriais atvejais nukenčia darbo kokybė telkiant dėmesį į daug darbų. [9]

Vartotojui naudojantis skaitymui pritaikytais įrenginiais, kuriuose įdiegtos modernios operacinės sistemos [9], sudaroma galimybė tuo pačiu metu skaityti el. leidinius, rašyti momentinius pranešimus, klausytis muzikos ir pan. Tai vienas iš svarbesnių el. leidinių naudojimo privalumų lyginant su tradiciniais leidiniais. El. leidinio skaitytojas gali pats organizuoti savo darbus ir juos valdyti viename įrenginyje.

Tiek ir tradicinis – spausdintinis, ir naujasis – elektroninis leidinys turi savų privalumų ir trūkumų (lentelė Nr. 1), kurie įtakoja leidinio naudojamumą ir funkcionalumą.

Spausdintinių ir elektroninių leidinių privalumai ir trūkumai

1 lentelė

Spausdintinis	Elektroninis
Privalumai	
Nereikalinga papildoma įranga norint skaityti leidinį;	Leidiny pasiekiamas iš bet kurios pasaulio vietos ir anksčiau gaunamas negu išleidžiamas spausdintinis variantas;
Nevargina aklių, nereikia žiūrėti į monitorių;	Mažesnė nei popierinės versijos kaina;
Lengvai peržvelgiamas turinys, galima vartyti;	Multimedijos galimybės ir nuorodos;
Ne toks pažeidžiamas, kaip el. leidiniai saugomi el. skaityklėse ar kompaktinėse plokštelėse;	Nėra tarpinių išlaidų leidžiant el. leidinį;
Nereikia papildomų maitinimo šaltinių.	Lengva surinkti duomenis apie perkamumą, pirkėjus ir lankytojus;
	Nesudėtingas grįžtamasis ryšys su vartotoju;
	Gali būti labai greitai pagamintas ir išplatintas;
	Publikavimas internete be laiko apribojimų;
	Greita paieška;
	Neužima vietos;
	Naudoja mažai gamtos išteklių (medžiai, vanduo ir kt.);
	Galimybė susidaryti asmeninį archyvą.
Trūkumai	
Greitai nusidėvi;	Reikalingas interneto ryšys;
Dideli gamybos kaštai.	Skaitymas iš ekrano vargina;
	Nepatogu skaityti, jeigu mažas ekranas;
	Užtrunkama kol parsisiunčiamas el. leidinys;
	Suderinamumas su naudojama operacine sistema;
	Reikalingas papildomas įrenginys skaitymui;
	Trumpaamžiškumas saugant laikmenoje;
	Daugelis žmonių jaučia psichologinį pasipriešinimą technologijoms;
	Tam tikrų rūšių leidiniai nėra tinkami el. leidinių formatams (pvz. atlasai).

Šaltiniai: What are the Pros and Cons of Ebook Devices? <http://portable-ebook-reader.net/learn/what-are-the-pros-and-cons-of-ebook-devices/27/>

Advantages And Disadvantages Of Ebooks Versus Traditional Books.

<http://www.suite101.com/content/advantages-and-disadvantages-of-ebooks-versus-traditional-books-a331838>.

Достоинства и недостатки технологии E-book. <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook119/01/index.html>

Kasdien tobulėjanti multimedijos aplinka leidžia informaciją tvarkyti įvairiai, tačiau dar nėra sukurta vieninga elektroninio leidinio schema. Šiandienos elektroniniai leidiniai dar neturi informacijos tvarkymo taisyklių. Visa tai galima vadinti laisve, tačiau skaitytojui tai tampa pirmuoju laipteliu, kurį reikia peržengti norint pakliūti į šį platų elektroninės informacijos pasaulį. Pats el. leidinys gali būti kaip papildoma priemonė, pvz. kompaktinė plokštelė (CD-ROM) arba tiesiogiai prieinamas internete (gali būti naudojama tiek ir spausdintinis tiek ir el. variantas).

Pasaulyniame voratinklyje (angl. – WWW-World Wide Web) naudojamas technologijas, publikuojamų tinklalapių standartus reguliuoja W3C konsorciumas (angl. – World Wide Web Consortium). W3C deklaruoja tokius reikalavimus internetiniams produktams:

- naudojumas (skaitomumas) (angl. „usability“),

- turinio prieinamumas (angl. „accessibility“),
- nepriklausomumas nuo įrenginių (angl. „device independence“).

Visus šiuos reikalavimus aptarsiu tolesniuose poskyriuose.

1.2.1. Naudojamumas

Gero naudojamumo dogmos yra trys: greitas puslapio atvėrimas, intuityvi navigacija ir minimalistinis dizainas. [10]

Kad elektroninis leidinys būtų lengvai naudojamas, autoriams rekomenduojama [10]:

- optimizuoti paiešką;
- vartotojams turi būti žinomi pradžios taškai;
- naudoti perjungimo žodžius susietinai informacijai;
- būti nuspėjamu, nesistengti nustebinti grafika, filmukais, specialiais efektais, metodais;
- pateikti tinkamo detalumo informaciją;
- pateikti veiksmų iškvietimą kiekviename puslapyje;
- naudoti aiškiai suprantamus susitarimus, pavyzdžiui, mėlynai pabraukti nuorodas,
- leisti vartotojams veikti naudojant skirtingas terpes;
- naudoti interaktyvumą – įgalinti ryšį tarp autorių, informacijos tiekėjų ir vartotojų.

Autoriams nevertėtų:

- naudoti patrauklias populiarias etiketes;
- pateikti per daug pasirinkimų dokumento pradžioje;
- trumpinti antraštes – etiketes estetikos sumetimais.

Leidėjui tik pradėdant kurti el. leidinį – labai svarbu atsižvelgti į tai, ar jo produktas bus pateiktas aiškiai ir nesudėtingai. Kiekvienas skaitytojas atėjęs į svetainę tikisi greitai susirasti jam reikalingą informaciją, palaikyti kontaktą su autoriumi.

Tai tik keletas svarbesnių patarimų kuriuos įvardija Barker (1997) [10]. Be šių pastebėjimų taip pat labai svarbu, kad bet koku formatu atsisiųstas leidinys būtų nesudėtingai skaitomas, t.y. vartotojui nereikėtų diegti papildomų programų ir jo nevargintų griežti apsaugos priemonių apribojimais.

1.2.2. Prieinamumas

Leidinio autorius turi pasirūpinti, kad jo el. leidinys būtų lengvai pasiekiamas ir nesukeltų nepatogumų skaitytojui. Labai svarbu, kad el. leidinio informacija būtų prieinama visiems

naudotojams, ypačiai neįgaliams (akliems, silpnaregiams, kurtiems, turintiems judėjimo negalią). Internete publikuojami tinklalapiai turi būti nepriklausomi nuo naršyklių ir įrenginių įvairovės.

Turinio prieinamumui gerinti W3C konsorciumas pateikia tokias rekomendacijas autoriui:

- aiškiai nurodyti dokumento kalbą (lietuvių, anglų ir pan.);
- kurti lengvai transformuojamas lenteles, nenaudoti lentelių teksto išdėstymui;
- leisti vartotojams valdyti turinio pokyčius (judėjimą, blyksėjimą, garsą, automatinį objektų atsinaujinimą, sustabdymą, užlaikymą);
- garantuoti sąsajos veikimą, nepriklausomumą nuo įrenginių ir klaviatūros veikimą;
- leisti vartotojams pasirinkti valdymo įrenginį: pelę, klaviatūrą, balsą;
- naujausiomis technologijomis sukurtų el. leidinių turinys turi būti prieinamas asmenims, turintiems senas naršykles, tam turi būti pateikiamos el. leidinių tekstinės alternatyvos;
- pateikti aiškų navigavimo mechanizmą: orientavimosi informacija, navigacijos juostos;
- rašyti aiškiai, suprantamai, taisyklinga kalba;

Visam tam pasiekti, prieš išleidžiant, publikuojant el. leidinį, būtina atlikti testavimą.

1.2.3. Patikimumas ir tęstinumas

Vartotojai turi būti garantuoti, kad informacija yra patikima, žinoti, kas atsakingas už informacijos turinį, kas yra leidinio autorius. Dokumento dizainas turi būti pastovus ir stabilus, tai negalioja el. leidiniams, kurie yra išleisti kaip spausdinto leidinio variantai. Dokumentas privalo būti randamas toje pat vietoje, pagal tokius pat raktinius žodžius visada, dabar ir ateityje. Informacija turi būti prižiūrima, reguliariai atnaujinama, informuojant apie pakeitimus vartotoją.

Prieš išleidimą (publikavimą) leidiniai turi būti testuojami:

- naudojant visų rūšių naršykles originalioje kūrimo platformoje;
- naudojant visų rūšių naršykles kitoje negu kūrimo platforma;
- naudojant naršykles ir personaliniuose kompiuteriuose, ir darbo stotyse;
- įdiegus į serverį;
- analizuojant dizainą esant įvairioms monitoriaus skiriamosioms galioms ir dydžiams;
- patikrinti visus vidinius ir išorinius dokumento ar svetainės ryšius;
- patikrinti grafikos rezoliuciją ir dydžio keitimus;

- jei leidinyje yra formos ar el. pašto siuntimo priemonės, patikrinti, ar grąžina tinkamą naudojimui laukto formato informaciją ir ar ją išsaugo atitinkamame serverio kataloge;
- dar kartą testuoti, naudojant minimalią naršyklės konfigūraciją ir iš nutolusios vietovės;
- testuoti iš naujo, atlikus kokius nors pakeitimus.

Norint, kad el. leidinys būtų registruotas bibliotekos elektroninių šaltinių registre, nepakanka to, kad el. leidinys egzistuotų atskirai. Reikia, kad jis būtų aiškiai identifikuotas, būtų pastoviai pasiekiamas (angl. „available“), reguliariai palaikomas (angl. „maintained“) ir laisvai prieinamas visuomenei. Atsakomybė už el. leidinį turi būti konstatuota leidinyje ir bet kokio originalaus el. leidinio vientisumas privalo būti protingai (priimtina) išsaugotas. Leidėjas turi palaikyti tiek leidinių, kurie yra publikuojami kaip spausdintas variantas, tiek ir el. formatų patikimumą ir tęstinumą.

1.3. Esamų el. periodinių leidinių tendencijos ir realijos

Tradicinė spauda gyvuoja jau labai seniai, tačiau tiražai ir pasiūla nuolatos mažėja. Taip yra ne dėl to, kad atsiranda kažkas geriau už ją, tiesiog internetas, būdamas (subjektyviai) menkesnės kokybės, savo informacijos kiekiu sumažina tradicinės žiniasklaidos vertės suvokimą, kad ši nebegalėtų išsilaikyti. Tam didelės įtakos turi tai, kad vis daugiau žmonių pradeda naudotis kompiuterinėmis technologijomis. Kita, mano nuomone, svarbi priežastis mažinanti tradicinių leidinių paklausą, tai laiko stoka skaityti spausdintinę spaudą ir darbas, kuris dažniausiai nebesuvokiamas be kompiuterio. Todėl leidėjai, kad ir kaip nenorėtų, turi įgyvendinti naujus technologinius sprendimus, kurie padėtų jiems išlikti.

Plėtojantis mažmeninei prekybai internetu mokslininkai pradėjo tirti priežastis ir būdus, kaip tai efektyviai būtų galima panaudoti komerciniams tikslams įgyvendinti. Jie teigia, kad tiriant el. verslą, reikia laikyti šių dviejų požiūrių – technologinio (technologijos sprendžia, ar verslas bus sėkmingas), arba vartotojų (aiškinasi vartotojų savybes). El. verslo rinkos sėkmę lemia vartotojų noras ją priimti.

Kiekvienas verslas turi turėti strategiją, kaip užimti tam tikrą rinkos dalį. Labai svarbu gerai suprasti interneto veiksmingumą ir jo teikiamus privalumus ir trūkumus. Įmonei reikia gerai paskirstyti pinigus tarp interneto ir komunikacijos ir pardavimo kanalų. [11]

El. verslo sandarą pateikė Clarke (2004) [12], kuris lygino prieš el. leidybą esančius modelius ir dabar, kartu su tradicine spauda esančius, modelius (lentelė Nr. 2). Verslo modelių pakeitimai, kuriant el. leidinius, pirmiausiai buvo susieti su būtinybe: a) didinti el. leidinių paslaugų

skaičių internete b) atviros prieigos atsiradimo skatinimu, ir c) atskirtos spaudos galimybių plėtros potencialu.

El. leidybos plėtros efekto palyginimas

2 lentelė

Verslo klausimai	Prieš el. leidinius	Po el. leidinių
Kas moka? (vartotojas, gamintojas ar tretieji asmenys?)	Bibliotekos, institucijos; Moka vartotojas; atsižvelgiant į paklausą – mokestis už prenumeratą; Mokėjimas už skaitymo galimybę.	Autoriai, institucijos ar įkūrėjai; Finansavimas/institucijų parama; Privatus finansavimas; Tretieji asmenys; Reklamuotojai, rėmėjai; Gamintojo mokestis; Leidybos mokestis; Mokėjimas už skaitymo galimybę; arba/ir mokestis už publikavimą.
Dėl ko? (už prekes, aptarnavimą, ekspertizę, garantiją, apsaugą)	Spausdinti dienraščiai; Sugrupavimas + duomenų bazė; Pažymėjimas apie galiojimą ir kokybę; Kokybės kontrolės proceso valdymas.	Spauda + internetinė žurnalo versija; Gali būti susieta ir atskira; Individualių straipsnių pasiekimas ir naudojimas; Kainų struktūra; Atviros prieigos žurnalai; Tinklo paslaugos – standartinės ir pildomos; Kokybės kontrolės proceso valdymas; Mokamų ir atviros prieigos žurnalų bei publikacijų platinimas.
Kam?	Prenumeratos tarpininkai; Leidėjai.	Leidėjai; Prenumeratos tarpininkai; Nepriklausomi tarpininkai.
Kodėl? (numatoma vertė)	Reikalingumas + vertė; Platinimas; Įtrauktis ir pagrįstumus lyginant su tapačiomis grupėmis; Trumpas arba vidutinis intelektualios sukauptos kūrybos išlaikymas.	Reikalingumas + vertė; Platesnis platinimas, t.y. – daugiau ir greičiau gauti; Oficialus ir neoficialus leidimas; Ilgas intelektualios kūrybos išlaikymas.

Šaltinis: e-Publishing development and change. Ci. Inf., Brasília, v. 36, n. 1, p. 158-166, jan./abr. 2007

Apžvelgiant esamas tendencijas pasaulyje ir Lietuvoje svarbu įvertinti, el. leidinių paplitimo lygį ir kokiame lygyje yra Lietuvos rinka. Labai svarbus veiksnys mažinantis spaudos verslo sėkmę, reklamos sumažėjimas. Per 2010 metus reklama Lietuvos laikraščiuose „krito“ 6,8%, o žurnaluose – 3,9%. [13] Internetu kuo toliau, tuo daugiau reklamų, kurios parenkamos pagal vartotoją, jo pomėgius bei poreikius, paieškos kriterijus ar straipsnį, kuris tuo metu skaitomas. Tokio reklamos lankstumo tradicinė spauda pasiūlyti negali. Todėl ir reklamos užsakovai, dažniausiai pasirenka internetą, kaip reklamos skleidėją.

Kitas svarbus veiksnys, skatinantis analizuoti el. leidybos plėtrą ir kylančias jos problemas, tai mokamos spaudos pasaulyje plitimas, kuris Lietuvoje dar abejojama ar greitai įsitvirtins. Keletas tyrinėtojų nagrinėjo prekių pardavimo internetu teikiamą naudą. Lynch ir Ariely (2000) nustatė, kad vartotojai yra pasirengę mokėti didesnę kainą už parduodamas kokybiškas prekes internetu [14]. Schaupp ir Belanger (2005) nustatė, kad prekes įsigyti internetu yra patogiau, tai svarbus veiksnys

skatinantis interneto vartotojų pasitenkinimą [15], tačiau ar vartotojai tikrai norėtų mokėti už el. leidinius, jeigu jų internete yra ir taip daug ir dar nemokamų? Toliau darbe bus apžvelgiamos šio reiškinio tendencijos pasaulyje.

Dar viena priežastis kelianti sunkumų leidėjams, tai pavienių autorių kuriami el. leidiniai. Šios tendencijos plinta greitai. Leidėjai turės konkuruoti su autoriais, kurie skelbs naujausias žinias – nemokamai.

1.3.1. Pasaulinės leidybos tendencijos

El. leidyba yra nauja leidybos verslo niša, kuri Lietuvoje vis dar vertinama ir priimama kaip gana didelė naujovė, nors kitose pasaulio šalyse, ypač JAV, tai įsitvirtinusi niša [16].

Vakaruose elektroninių leidinių populiarumas auga. Tai rodo ir tai, kad 2010 metais pirmą kartą JAV buvo skaitoma daugiau naujienų internete nei laikraščiuose. Taip pat JAV interneto segmentas lenkia laikraščius pagal pajamas iš reklamos. Bendrovės „Pew Research Center“ tyrimo metu nustatyta, kad 46% amerikiečių skaito naujienas internete mažiausiai 3 kartus per savaitę, o laikraščius (taip pat ir jų „online“ versijas) – 40%. Tais pačiais metais JAV laikraščiai iš reklamos uždirbo apie 22,8 milijardo dolerių. Per 4 metus ši suma sumažėjo 46%. Tuo tarpu pajamos iš reklamos internete sudarė apie 25,8 milijardo dolerių. Tiesa, didžioji šios sumos dalis atitenka paieškoms ir kitiems servisams. Be to, tyrimo metu buvo išsiaiškinta, kad maždaug 47% amerikiečių gauna vietines žinias mobiliaisiais įrenginiais. Per keturis mėnesius planšetinių kompiuterių dalis padidėjo beveik 4% ir šiuo metu sudaro 7% skaitymui skirtų įrenginių rinkos [17], tai rodo, kad skaitymui skirti įrenginiai populiarėja.

Daugelis leidėjų norėtų gauti pajamas ir iš skaitytojų, tačiau atlikto tyrimo JAV metu paaiškėjo, kad verslo modelis su mokamu turiniu nėra perspektyvus. Įvedus šį modelį, tik 1% skaitytojų sutiko mokėti. Apklausos metu paaiškėjo, kad 23% amerikiečių pasiruošę mokėti 5 dolerius per mėnesį už galimybę skaityti vietines naujienas, jei vietinis laikraštis nutrauks savo veiklą. Tokios apklausos rezultatai rodo, kad interneto vartotojai nepasiruošę mokėti už el. leidinius. Skaitytojai nori ir tikisi gauti naujausią ir jiems įdomiausią informaciją nemokamai.

Amerikiečių dienraštis „New York Times“ nuo 2011 m. kovos 28 d. pradėjo imti mokesťį už prieigą prie savo svetainės per internetą, išmaniaisiais telefonais ir planšetiniais kompiuteriais. Vartotojai, kurie nenori ar negali įsigyti straipsnių, galės nemokamai skaityti ne daugiau kaip 20 straipsnių per mėnesį, tačiau net jei riba yra pasiekta, nuorodas į dienoraščius bus galima gauti socialiniuose tinkluose Facebook ir Twitter. Be to, vartotojai gali skaityti iki penkių straipsnių per dieną atvirai per Google paiešką. Mokamo modelio bandymai pradėti kovo viduryje Kanadoje ir visame pasaulyje. Užsiprenumeruoti „Times“ versiją kainuoja 15 dolerių per mėnesį už neribotą prieigą prie svetainės su išmaniuoju telefonu, 20 dolerių už prieigą prie interneto per iPad. Tie,

kurie nori prieiti ir skaityti straipsnius neribotai ir su telefonu ir iPad, turi susimokėti 35 dolerius. [18]

„New York Times“ yra tyręs Vakarų leidėjų tendencijas užsidirbti iš turinio internete, iki visiškos laisvos prieigos atsisakymo. 2010 m. birželį Rupert Murdoch žiniasklaidos korporacija „News Corp“ uždarė laisvą priėjimą prie populiarių Didžiosios Britanijos laikraščių „The Times“ ir „Sunday Times“. Prenumerata thetimes.co.uk thesundaytimes.co.uk svetainėse dabar kainuoja 1 svarą (apie 4 lt) per dieną, arba 2 svarai per savaitę. Mėnesinį abonementą galima įsigyti už 9 svarus (apie 36 litus). Su šiuo paketu galima skaityti laikraščius ir specializuotomis mobiliosiomis programomis.

Kitas leidinys apmokestinęs skaitymą – „The Wall Street Journal“, taip pat priklausantis „News Corp“. Jo mokestis už interneto prenumeratą vartotojui kainuoja 103 dolerius per metus, apie 9 doleriai per mėnesį. Tačiau dalį „The Wall Street Journal“ straipsnių internete galima skaityti nemokamai.

Dalinį apmokestinimą internetiniam turiniui taip pat taiko laikraštis „Financial Times“, kuris 2010 m. trečiąjį ketvirtį padidino interneto auditoriją iki 50% – iki 189 tūkst. abonentų. Pagal neoficialią informaciją, planus apmokestinti prieigą prie internetinės versijos taip pat turi Didžiosios Britanijos laikraštis „The Telegraph“. [19]

Toks dienraščių žingsnis yra labai rizikingas, tačiau apmokestinus visus populiariausius leidinius vartotojas bus priverstas susimokėti už turinį.

Dar vienas reiškinys sparčiai plintantis visame pasaulyje tai, pavienių leidėjų kūryba. Kaip pavyzdį galima pateikti JAV gyvenančios rašytojos istoriją. 26 metų Amanda Hocking rašė knygą apie vampyrus ir zombius romantiniais elementais. Mergina staiga tapo plačiai žinoma, dėka to, kad per metus pardavė apie 500 tūkst. egzempliorių savo kūrinių elektroniniu pavidalu „bookreaders“ per „Amazon“ ir „Barnes & Noble“. Autorės publikuota knyga internete kainavo nuo 0,99 iki 2,99 dolerių. Trečdalis pinigų atiteko autorei. Nuo pardavimų pradžios, autorė uždirbo apie 2 mln. dolerių. [20] Vertinant šios rašytojos pasiekimus, manoma, kad prasideda nauja autorių era. Tradiciniai leidėjai greitai praras daug savo pajamų, taip pat visuomenei nebebus primestas „skonis“, ir nebus galima slopinti naujų talentų. Tai geras šuolis ir paskata skaitytojams kurti savo el. leidinius ir už tai gauti pelną.

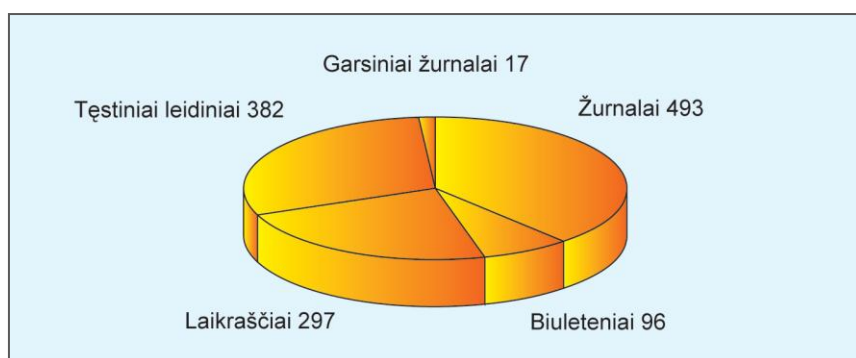
Hitchcock ir kt. (1996) nustatė, kad el. žurnalai yra remiami ir valdomi trijų pagrindinių šaltinių [21]: komercinių leidėjų, profesinės visuomenės ir akademinės asociacijos, atskirų subjektų ir verslo iniciatorių, ir tik nuo jų priklauso leidinių paplitimas ir pasiūla. Vartotojas tiesiog renkasi, kurį leidinį jam skaityti.

1.3.2. Lietuvos leidybos realijos

Lietuva, kaip ir daugelis Europos valstybių išgyvena transformacijos laikotarpį. Internetu platinami nemokami leidiniai paveržė iš tradicinės spaudos, radijo ir televizijų daug jaunų informacijos vartotojų. Nemokamos informacijos kultūra lemia, kad tiek internete, tiek nemokamuose leidiniuose kasdien pateikiama ta pati informacija, kaip ir daugelyje žiniasklaidos priemonių, ir tai destruktiviai veikia mokamas žiniasklaidos priemones. Be to leidybos priemonių finansinė padėtis ypač pablogėjo dėl finansų krizės. Reklamos rinka smarkiai sumažėjo, ir tai kelia rimtą grėsmę daugeliui tradicinių leidinių. Leidėjai priversti mažinti savo veiklos sąnaudas, atsisakyti brangaus informacijos parengimo, brangių informacijos šaltinių ir žurnalistų. Pradedama gaminti vis daugiau lengvo turinio informacijos, kurią parengti yra pigu.

Mokami tradiciniai leidiniai atidarė savo interneto puslapius, kuriuose pateikia daug spausdintos informacijos, tad daugybė skaitytojų nustoja pirkti leidinius. Tradicinių leidinių interneto svetainės negeneruoja pakankamai pajamų, kad tai finansiškai apsimokėtų. Garsių ir kokybiškų laikraščių interneto naujienų puslapiai naudoja savo motininių leidinių reputaciją, bet patys šią reputaciją naikina, nes dėl mažų įplaukų yra priversti naudoti žemos kokybės žurnalistikos medžiagą. O nemokami laikraščiai, kaip pavyzdys Lietuvoje „15 min“, savo tiražą išaugino labai greitai ir jo rinkos dalis toliau sėkmingai didėja [22]. Išvada – nemokamų leidinių kultūra labai sumažino mokamos spaudos paklausą.

Žvelgiant į Lietuvos spaudos statistikos duomenimis 2009 m. Lietuvoje užregistruota ir skaityta 1285 pavadinimų periodinių leidinių: laikraščių, žurnalų, biuletenių, tęstinių leidinių (3 pav.) [23].



3 pav. Periodinių leidinių leidyba 2009 m.

Šaltinis: Lietuvos spaudos statistika 2009 m. www.lnb.lt/doc/bkc/statistika2009.pdf

2010 m. periodinių leidinių buvo užregistruota 28 pavadinimais mažiau negu 2009 m. (žr. 3 lentelė). Ženkiai sumažėjo laikraščių skaičius – jų buvo išleista net 44 pavadinimų mažiau, o metinis tiražas smuko net 53,8 tūkst. egzempliorių (23,4 %). Gyventojų skaičius 2010 m. lyginant su 2009 m. sumažėjo 1,6 % [24]. Vienam Lietuvos gyventojui teko po 62 laikraščių numerius per

metus (net 16 mažiau negu 2009 m.). Žurnalų išspausdinta 5 pavadinimai mažiau, o metinis tiražas sumažėjo 12%. Vienam gyventojui buvo skirta 17 žurnalų numerių (4 mažiau negu 2009 m.) [25]. Visi šie duomenys rodo, kad periodinių leidinių populiarumas ir paklausa mažėja. Per 2009-2010 m. laikotarpį labiausiai paveikta laikraščių leidyba, kurios skaičiai rodo, kad spausdintinių leidinių su kiekvienais metais vis mažėja. Visus juos paveikė naujausios technologijos ir maža rinkos paklausa, be to, yra sumažėjęs reklamos į spausdintinius leidinius kiekis.

Žurnalų ir laikraščių leidyba 2005-2010 m.

3 lentelė

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Žurnalai ir kiti periodiniai leidiniai	543	566	581	587	589	561
<i>iš jų žurnalai</i>	434	449	474	488	489	484
<i>metinis tiražas, tūkst. egz.</i>	59,2	68,8	72,7	77,0	65,8	58,1
Laikraščiai	325	334	328	327	297	253
<i>vienkartinis tiražas, tūkst. egz.</i>	2140	2576	2474	2611	2149	1729
<i>metinis tiražas, tūkst. egz.</i>	218,2	258,3	269,6	290,8	229,4	175,6

Šaltinis: Lietuvos statistikos metraštis. www.stat.gov.lt/uploads/metraštis/LSM_2010_Lt.pdf

Asmeniškai gauti 2010 m. duomenys iš bibliografijos ir knygotyros centro, einamosios bibliografijos skyriaus spaudos statistikos grupės.

Remiantis, statistikos duomenimis per 2009 m. visuomenei pateikta 142 pavadinimų specialios paskirties leidinių iš kurių pusė – profesiniai žurnalai ir biuleteniai (4 pav.) [23].



4 pav. Žurnalai ir biuleteniai pagal paskirtį

Šaltinis: Lietuvos spaudos statistika 2009 m. www.lnb.lt/doc/bkc/statistika2009.pdf

Iš pateiktų specialios paskirties leidinių populiariausi – turizmo, laisvalaikio, sporto ir leidiniai vyrams, moterims, šeimai. Tai rodo, kad šioje rinkos dalyje tokių leidinių pasisėkimas ir paklausa yra didžiausia.

Kitas labai svarbus faktas, kuris pateiktas statistikos duomenyse, tai kad elektroninių išteklių fizinėse laikmenose užregistruota 19 pavadinimų daugiau negu 2008 m. – iš viso 259 [23]. Tai rodo, kad leidinių nespausdintiniame formate daugėja.

Leidinių, kurie turi ir spausdintinį ir elektroninį variantą Lietuvoje yra nedaug. Tokie leidiniai turi ir nemažai konkurentų, tai portalai, kurie talpina straipsnius ir juos publikuoja nemokamai. „Gemius Audience“ 2011 m. vasario mėnesio duomenimis, pagal realių lankytojų skaičių, šalies interneto svetainių gretose yra trys naujienų portalai, kurie turi ir spausdintinį variantą: Lrytas.lt, Balsas.lt, 15min.lt (5 pav.) [26]. Jie pritraukia didžiausią skaičių interneto vartotojų.

No.	Name	Reach	Trend
1.	delfi.lt	55.69%	1.07 ▼
2.	lrytas.lt	42.10%	4.07 ▼
3.	balsas.lt	39.81%	2.43 ▲
4.	15min.lt	39.06%	3.93 ▲
5.	one.lt	38.88%	4.52 ▼
6.	alfa.lt	37.76%	0.90 ▲
7.	skelbiu.lt	34.50%	8.82 ▼
8.	supermama.lt	34.45%	5.90 ▲
9.	draugas.lt	34.02%	5.08 ▼
10.	plius.lt	30.26%	4.70 ▼

5 pav. „Gemius Audience“ 2011 m. vasario mėn. internetinių portalų statistika

Šaltinis: Gemius Baltic, gemiusAudience <http://www.audience.lt/>

Apmokestinus nors vieną iš šių el. leidinių, tikėtina, jog leidinio populiarumas radikaliai pasikeistų, nes Lietuvos rinka dar nepasiruošusi mokėti už straipsnius internete.

	Vidutinė auditorija %
TV ANTENA	15,6
ŽMONĖS	14,9
LIETUVOS RYTAS	14,7
VAKARO ŽINIOS	14,3
SAVAITĖ (BUVUSI SAVAITĖ SU TV)	9,6
15 MINUČIŲ	9,1
GYVENIMO BŪDAS	5,8
EKSPRESS NEDELIA	5,3
STILIUS	4,9
TV PUBLIKA	4,9
JĮ	4,8
PANELĖ	4,5
REPUBLIKA	4,3
LAIMA	3,8
VALSTIEČIŲ LAIKRAŠTIS	3,8

6 pav. Lietuvos leidinių skaitomumas. 2010 ruduo.

Šaltinis: „TNS LT“ duomenys. <http://www.tns.lt/lt/ziniasklaidos-tyrimai-nacionalinis-skaitytoju-tyrimas-duomenys-baltijos-saliu-leidiniu-skaitomumas-2010-ruduo>

Iš „TNS LT“ duomenų matosi, kad populiariausi periodiniai leidiniai yra „TV Antena“, kuris leidžiamas šeštadieniais kartu su „Lietuvos ryto“ laikraščiu, antroje pozicijoje – „bulvarinis“ leidinys „Žmonės“, trečioje vietoje populiariausias Lietuvoje laikraštis „Lietuvos rytas“ (6 pav.)

[27], kuris be spausdintinio leidinio turi ir el. variantą. Venkatesh ir Chatterjee (2006) studijavo kainodaros problemas žurnaluose, kurie yra prieinami elektroniniu ir spausdintiniu formatais. Jie nustatė, kad internetinio varianto siūlymas vartotojui visada yra optimalus net ir tada, kai rinka stipriai pageidauja spausdinto leidinio [28].

II. TEISINĖ IR TECHNINĖ EL. LEIDINIŲ PROBLEMATIKA

Leidėjai dažnai nesiryžta pereiti į el. leidybą dėl daugelio internete kylančių problemų. Publikuojantys el. leidinius leidėjai nuolat susiduria su saugumo ir prieinamumo problemomis, tad reikia įdėti nemažai pastangų, kad el. leidinys skaitytojui būtų pateiktas patogiai ir saugiai. Tikėtina, jog tradicinė leidyba neišnyks, tačiau, žinant, tendencijas bei pavojus, kuriuos kelia neribojama laisvė, valstybės, Europos Sąjunga ir kitos institucijos turi būti žingsniu priekyje ir užtikrinti, kad virtualioje erdvėje atsiradusi spauda, kuriama tiek profesionalų, tiek vartotojų, būtų reguliuojama teisės. Todėl be elektroninių leidinių kokybės problemų iškyla ne mažiau svarbūs – autorių teisių apsaugos klausimai.

Šiame skyriuje aptarsiu esamas el. periodinių leidinių publikavimo kylančias problemas, tokias kaip autorių ir gretutinių teisių pažeidimai, piratavimas, taikomos apsaugos priemonės, skirtingų el. leidinių formatų įvairovė, skaitymo įrenginių paplitimas.

2.1. Autorių teisės ir gretutinės teisės internete

Legalų elektroninių leidinių naudojimą bandoma užtikrinti įforminant naudojimą teisiniais dokumentais. Autorių teisės į el. leidinius yra saugomos taip pat kaip ir teisės į įprastinius spausdintinius kūrinius, tačiau el. leidiniai gali būti ypač lengvai neteisėtai kopijuojami ir platinami. Elektroniniai išteklių – tai ne tas pats, kas dokumentai popieriuje. Juose gali būti panaudoti ne tik įvairiausi literatūros, mokslo ir meno kūriniai, bet ir gretutinių teisių objektai (atlikimas, fonogramos, filmų įrašai, radijo ir televizijos transliacijos). Todėl elektroninėje leidyboje svarbi ne tik autorių teisių apsauga, kuriai taikomi tie patys teisinės apsaugos principai kaip ir įprastame leidybos procese, bet ir gretutinių teisių apsauga. Elektroniniai išteklių yra autorių teisių, o duomenų bazės – ir gretutinių teisių objektai.

Elektroninių leidinių kūrėjai ir informacijos vartotojai privalo laikytis ir pasaulinių, ir atitinkamų šalių teisės reikalavimų. Lietuvos autorių teisių gynimo asociacijos agentūros svetainėje (<http://www.latga.lt/>) publikuojami autorių teisių reglamentuojantys dokumentai, Lietuvos Respublikos Autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymas. Šie dokumentai apibrėžia legalų elektroninių dokumentų naudojimą bei baudžiamąją atsakomybę už įstatymo pažeidimus.

Autorių teisės – tai išimtinės privatinės autoriaus teisės, susijusios su literatūros, mokslo ir meno kūrinių panaudojimu [29]. Autorių teisės į kūrinį atsiranda nuo jo sukūrimo momento. Tuo ir skiriasi autorinė teisė nuo pramoninės nuosavybės (išradimų, pramoninio dizaino, prekių ar paslaugų ženklų) srities, kad literatūros, mokslo ir meno kūrinių teisei apsaugai nereikia jokios

registracijos. Berno konvencijos 4 str. 2 d. draudžia taikyti bet kokius formalumus autorių teisių įgyvendinimui. Autorius arba jo teisių perėmėjas gali, bet ne privalo, visuomenę informuoti apie savo teises, panaudodamas autorių teisių apsaugos ženklą, kurį sudaro trys elementai: raidė C apskritime arba apvaliuose skliaustuose, autoriaus arba kito autoriaus teisių subjekto vardas (pavadinimas) ir kūrinio pirmojo išleidimo metai, pvz.: (C) Trys Kontinentai 2011. Nors šis ženklas ir neprivalomas, jį nurodyti naudinga, kad būtų žinoma, į ką reikia kreiptis leidimo, norint panaudoti kūrinį. Pavyzdžiui, autorinių teisių aprašymas gali būti toks:

(C) Jonas Petraitis 2011. Visos teisės saugomos. Draudžiama kopijuoti ir platinti be autoriaus sutikimo.

Jei elektroninis leidinys kuriamas reklamos tikslais, įsitikinkite, kad skaitytojai žinos, kad gali šiuo leidiniu naudotis nemokamai. Aprašymas galėtų atrodyti taip:

„Šio leidinio naudojimas nemokamas, prekiauti draudžiama“.

Autorių neturtinės teisės (moralinės teisės) – tai teisės, susijusios su pačia autoriaus asmenybe, t.y. jo vardu, jo garbe ir reputacija [29]. Autoriaus neturtinės teisės saugomos neterminuotai, jos negali būti perduodamos. Skiriamos tokios neturtinės teisės, kaip teisė į autorystę (nurodant jo vardą ant visų išleidžiamo kūrinio egzempliorių), teisė į vardą (nurodant jo vardą bet koku būdu naudojant kūrinį) bei teisė į kūrinio neliečiamybę (prieštaraujant bet kokiam kūrinio ar jo pavadinimo iškraipymui). Autorių išimtinės turtinės teisės reiškia, kad tik autorius gali atlikti tam tikrus veiksmus su kūriniumi, be jo leidimo niekas neturi teisės to daryti. Aišku, autorius gali perduoti ar suteikti kitiems asmenims naudotis tomis teisėmis. Autorių asmeninės neturtinės teisės saugomos neterminuotai. Tai reiškia, jos bus saugomos ir praėjus autorių turtinių teisių terminams.

Gretutinių teisių objektas – kūrinio atlikimas, tiek tiesioginis (gyvas atlikimas), tiek įrašytas į garso ar vaizdo laikmeną, fonograma, audiovizualinio kūrinio (filmo) pirmasis įrašas, transliuojančiosios organizacijos radijo ir televizijos laida bei programa [30]. Elektroninėje leidyboje naudojami atlikimų įrašai arba gyvi atlikimai transliuojami internete. Gretutinės teisės priklauso gretutinių teisių subjektams, kurie leidėjui gali suteikti tiek išimtinę, tiek neišimtinę licenciją.

Veiksmai laikomi autorių teisių ir gretutinių teisių pažeidimais numatyti LR autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymo 73 str. Iš esmės, pažeidimu bus laikomas bet koks išimtinių autoriaus į kūrinius ir gretutinių teisių pažeidimas, bet kokių techninių apsaugos priemonių pašalinimas, taip pat paslaugų tai padaryti siūlymas bei atitinkamų prietaisų pašalinimui gaminimas, importavimas, gabenimas, laikymas, turint tikslą platinti, ir platinimas. Pažeidimu bus laikoma ir informacijos apie autorių teisių valdymą panaikinimas arba pakeitimas be leidimo taip pat autoriaus ir atlikėjo asmeninių neturtinių teisių pažeidimas. Už autorių teisių ir gretutinių teisių pažeidimus gali būti taikoma civilinė, administracinė ir baudžiamoji atsakomybė. Panaudojant kūrinį ar atlikimo įrašą el.

leidinyje, reikia nurodyti autoriaus ar atlikėjo vardą ir to kūrinio atlikimo išleidimo metus. Nebent autorius pageidauja, kad jo vardas nebūtų nurodytas. Negalima iškraipyti, keisti kūrinio ar atlikimo įrašo iš esmės nepritarus autoriui ar atlikėjui. Jeigu nesilaikoma šių reikalavimų autorių teisių subjektai gali reikalauti, kad būtų atkurtos pažeistos asmeninės neturtinės teisės ir atlyginta moralinė žala.

2.2. Apsaugos priemonių taikymas

Kiekvienas skaitmeninis ar spausdintinis leidinys turi turėti apsaugą nuo plagijavimo, būtina kontroliuoti jo platinimą ir naudojimą. Tam kuriamos apsaugos priemonės, stabdančios akimirksniu visame internete plintančių skaitmeninių leidinių plitimą nelegaliam vartojimui. Masinis el. leidinių platinimas gali sukelti didelius nuostolius žiniasklaidos bendrovėms.

Apsaugos sistema turi būti lanksti, pritaikyta muzikos failams, vaizdo įrašams, el. leidiniams, nuotraukoms, taip pat turi turėti galimybę apsaugoti dokumentus skirtingose platformose (pvz. stacionarus, nešiojamas kompiuteris, PDA, mobilusis telefonas). Toliau aptarsiu esamas apsaugos sistemas, kurios taikomos el. leidiniams.

Elektroninė (skaitmeninė) autorių teisių valdymo sistema (DRM). DRM (angl. Digital Rights Management) suteikiama apsauga yra plataus pobūdžio, įgalinanti teisių turėtojus ne tik kontroliuoti prieigą ir naudojimąsi skaitmeninėmis kopijomis ir technine įranga, tačiau ir nustatantis tam tikrus apribojimus pačioms skaitmeninėms kopijoms, kurios paveiktos (apsaugotos) naujausiomis techninėmis apsaugos priemonėmis gali būti naudojamos tik specifiniuose įrenginiuose, sugebančiuose iššifruoti apsaugą. DRM suteikia kompleksinę apsaugą dėl kartu naudojamų techninių apsaugos priemonių ir informacijos apie teisių valdymą priemonių, bei aktyvios naudojimosi kontrolės mechanizmų, tiesiogiai sujungtų su interneto serveriais. Dažniausiai yra naudojama tik pramogų pramonės atstovų ir teisių turėtojų, kadangi yra brangiai kainuojanti. Tačiau, toks aukštas apsaugos lygis, paveikia ne tik piratus, neteisėtai besinaudojančius kūrinii kopijomis, bet ir teisėtus vartotojus, kurie nusipirkę kūrinii kopijas negali jomis tinkamai naudotis dėl įvairių apribojimų [31].

Leidinių apsaugai nuo vagystės taip pat naudojama DRM technologija. Ji dažnai naudojama knygoje ir žurnaluose, kuriuos galima įsigyti el. parduotuvėse. DRM apsauga patikrina, ar el. leidinys, kuris atidaromas kompiuteryje ar skaityklėje, tikrai priklauso tam asmeniui, kuris įsigijo šį ledinį. Deja, tai reiškia, kad dažnai teks susidurti su nepatogumais. Tokių el. leidinių negalima paskolinti ar parduoti [32]. Apsauga leidžia el. ledinį laikyti ir skaityti keliuose kompiuteriuose ar įrenginiuose vienu metu, tačiau jų skaičius yra ribotas. Kai kurie apžvalgininkai mano, kad DRM yra kažkas, kas daro el. leidybą komplikauta [33].

Žinomi keturi pagrindiniai el. leidinių formatai, tai Mobipocket, Topaz, ePub ir PDF. Daugiausia skaitytojai naudoja Epub formato el. leidinius, bet su skirtingomis DRM sistemomis.

Naudojant DRM apsaugą vartotojas prieš atidarant failą gali peržiūrėti patvirtintas teises, kurios apibrėžia galimus veiksmus konkrečiam dokumentui. Pavyzdžiui, laisvai perkelti PDF formato spausdinimas, kopijavimas ir iškirpimas, ir kitos pagrindinės funkcijos vartotojui yra prieinamos, tačiau, žiūrint į labiau apribotą el. leidinį, vartotojas negali spausdinti, kopijuoti arba įklijuoti parinkčių [34]. Leidėjai, norintys prekiauti el. leidiniais, patys sprendžia kokia DRM apsauga jiems reikalinga.

Skaitmeninis objekto identifikatorius (DOI). Dar viena naujovė, kuria siekiama saugoti autorių teises. Tai CrossRef organizacijos produktas. Organizacijos tikslas – remti novatoriškų technologijų, paremtų DOI (angl. Digital Object Identifier) sistema, plėtrą ir skatinti leidėjus, publikuojančius mokslinius ir kitus leidinius internete, bendradarbiauti, taip apsaugant autorines jų teises. DOI pirmasis projektas, kurio tikslas, kad elektroninio objekto vieta pasauliniame žiniatinklyje būtų visada atrasta, t. y. vartotojas, sekdamas DOI, visada rastų jau registruotą objektą (pvz., žurnalo straipsnį, paveikslą ir t. t.). Šiame projekte dalyvaujantys leidėjai, registruodami savo leidinių DOI, privalo užtikrinti, kad jo metaduomenyse visada būtų nurodytas teisingas URL adresas. Be to, nariai, pasirašę bendradarbiavimo sutartį šiame projekte, įpareigoti sujungti aktyviomis nuorodomis jų publikacijose cituojamas kitų CrossRef narių publikacijas. Skaitytojas, sekdamas šias nuorodas, keliauja nuo publikacijos iki publikacijos negaišdamas laiko papildomoms paieškoms. Daugelis leidėjų neapsiriboja vien privalomais reikalavimais ir toliau siekia sujungti nuorodomis ne tik straipsnius, knygas bei konferencijų straipsnius, bet ir lenteles, paveikslus su kitais originaliais cituojamais darbais. CrossRef technologijų infrastruktūra užtikrina, kad šios nuorodos veiktų. CrossRef palaiko aktyvias nuorodas į 44 milijonus skirtingo turinio šaltinių, tokių kaip mokslo žurnalai, konferencijos, straipsniai, knygos, knygų skyriai, standartai ir kt. CrossRef paslaugos taip pat apima ir daugiau iniciatyvų, susijusių su paieškos galimybėmis, metaduomenimis ir citavimo (Cited-by Linking) galimybėmis. [35]

Apibendrinant poskyrį galima teigti, kad autorių teisėms apsaugoti yra sukurta nemažai teisės aktų, tačiau niekas nėra tikras, kad jų darbai nebus panaudoti kitų asmenų. Ilgai galiojančios teisės suteikia autoriams ilgalaikį jų kūrinių saugumą. Tokia pati situacija ir su gretutinių teisių objektais, kurie el. leidyboje labai sparčiai plinta. Visi autorių darbai saugomi ir juos platinti ar kopijuoti be autoriaus sutikimo yra draudžiama. Už kiekvieną autorių teisių pažeidimą yra skirtos tam tikros nuobaudos, kurios, iš dalies, pristabdo masinį el. leidinių plagijavimą. Nuolat kuriamos ir tobulinamos apsaugos sistemos leidžia kovoti su plagijavimu. DRM viena tobulesnių daugialypių sistemų su gerai suplanuota architektūra, padeda kovoti su piratavimu. Kita priemonė leidžianti

autoriams kovoti su plagijavimu – skaitmeninės objekto identifikatorių sistemos, kurios leidžia autoriams bendradarbiauti ir užtikrinti jų informacijos patikimumą ir lengvą suradimą.

2.3. El. leidinių saugojimo formatų paplitimas

Publikuojant el. leidinius skaitytoji turi būti sudarytos sąlygos su bet koku skaitymui skirtu įrenginiu prieiti prie informacijos internete, todėl labai svarbu parinkti tinkamą leidinio formatą. Ši, galimų formatų įvairovė, sukelia leidėjams pasirinkimo sunkumų, kuriuos ir aptarsiu.

Formatas yra tam tikrų taisyklių rinkinys, apibrėžiantis, kokia informacija yra, ir turi būti pateikiama kompiuterio faile. Jei nebūtų failų formatų, nebūtų įmanoma kaupti informacijos ir ja keistis. Failų formatų yra labai daug, tačiau kai kurie jų naudojami tik specifinėms užduotims atlikti, tokie nėra plačiai paplitę, o standartinių failų formatus naudoja daugelis programų. [36]

El. leidiniams peržiūrėti yra sukurta nemažai įvairių formatų. Turinio formatai gali būti skirtingi: verbalinis, garso ir vizualinis [37]. Nuo pateikiamo formato ir jam naudojamų technologijų priklauso ir el. leidinio rūšis, tačiau šiuo metu jau galimos ir visų šių trijų formatų jungtys ar įvairios kombinacijos. 4 lentelėje pateiktos el. leidinių formatų rūšys ir jų funkcijų palaikymas. [38]

Formatas	Failo trumpinys	DRM palaikymas	Paveikslėlių palaikymas	Lentelių palaikymas	Garso palaikymas	Interaktyvumas	Žodžių perkėlimo galimybė	Atviras standartas	Įsimintinių pastabų palaikymas	Leidinių ženklėjimas
<u>Plain text</u>	.txt	–	–	–	–	–	+	+	–	–
<u>HTML</u>	.html	–	+	+	–	–	+	+	–	–
<u>PostScript</u>	.ps	–	+	?	–	–	–	+	?	?
<u>Portable Document Format</u>	.pdf	+	+	+	+	+	–	+	+	+
<u>DiVu</u>	.djvu	?	+	+	–	–	–	+	+	+
<u>EPUB (IDPF)</u>	.epub	+	+	+	+	+	+	+	+	+
<u>FictionBook</u>	.fb2	–	+	?	–	–	+	+	+	?
<u>Mobipocket</u>	.prc, .mobi	+	+	+	–	–	+	–	+	+
<u>Kindle</u>	.azw	+	+	+	+	–	+	–	+	+
<u>eReader</u>	.pdb	+	+	?	–	–	+	–	+	+
<u>TealDoc</u>	.pdb	+	+	?	–	–	+	+	?	+
<u>Broadband eBook</u>	.lrf, .lrx	+	+	?	–	–	+	–	?	?
<u>WOLF</u>	.wol	+	+	?	–	–	–	–	?	?
<u>Tome Raider</u>	.tr2, .tr3	+	+	?	–	–	+	–	?	?
<u>Arg hosReader</u>	.aeh	+	+	?	–	–	+	–	?	+
<u>Microsoft Reader</u>	.lit	+	+	?	–	–	+	–	?	+
<u>Multimedia EBook</u>	.exe	+	+	?	+	+	–	+	+	+
<u>Repligo</u>	.rgo	?	+	+	–	–	+	–	–	–

Paiškinimas: + palaiko; – nepalaiko; ? – nežinoma.

Šaltinis: *Comparison of e-book formats*. http://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_e-book_formats

Formatas – tai duomenų išdėstymo atmintyje arba jų pateikimo duomenų bazėje būdas, tam tikras standartas. Standartas, bendrąja prasme, reiškia pavyzdys, nustatytas matas, norma. Standartas gali būti suprantamas ir kaip susitarimu paremtas dokumentas, kuris nustato ir apibrėžia tam tikras taisykles, principus ar charakteristikas [39]. Tarptautiniame žodžių žodyne standartas – tai kompetetingų organizacijų priimtas ir patvirtintas normatyvinis dokumentas, nustatantis

produkcijos, technologinių procesų, metodų, sąvokų, simbolių arba kitų objektų privalomas normas, taisyklės ir reikalavimus jiems, siekiant optimalios tvarkos apibrėžtoje situacijoje. Standartai skirstomi į *De Jure* ir *De Facto*, kuriuos toliau ir aptarsiu.

2.3.1. De Facto ir De Jure standartai

Ypatingą susidomėjimą kelia standartai, skirti terminijai, dokumentacijai, duomenų apdorojimui ir kai kuriems kitiems panašioms standartizacijos objektams, nes jie padeda apdoroti informaciją [40]. Standartai yra skirstomi į *De Jure* ir *De Facto* standartus. Standartai ruošiami skirtingai, tačiau tiek *De Facto*, tiek *De Jure* standartai yra vienodai svarbūs dokumentų rengime.

De Facto standartus konkrečiam tikslui kuria privačios įmonės arba tam tikrų produktų pardavėjai. Dažniausiai tokie standartai suprantami kaip geroji praktika [41] [42]. Daug *De Facto* standartų yra plačiai pripažįstami ir taikomi, bet jie nėra formaliai patvirtinti pripažintos standartizacijos institucijos.

EPUB (angl. Electronic Publication) formatas priskiriamas prie *De Facto* standartų. Jį naudojant el. leidiniai yra patogūs tuo, kad su šiuo formatu galima lengvai skaityti skirtinguose įrenginiuose. Standartas, leidžia nesunkiai pasirinkti skaitymui patogų šrifto dydį ir formatą. EPUB formato el. leidinys, apsaugotas Adobe DRM kodavimo sistema. Ši sistema dažnam vartotojui sukelia nepatogumų, nes leidžia failą perskaityti tik vienoje programoje, su keletu įrenginių, pvz.: „Sony Reader“. Norint skaityti „Adobe EPUB“ leidinius, reikia nemokamai atsisiųsti „Adobe Digital Editions“ programą, susikurti „Adobe ID“ ir jų pagalba įsikelti el. leidinį į kompiuterį arba kitą skaitymui pritaikytą įrenginį.

Standartai, kuriuos išleido pripažinta standartizacijos organizacija (SDO – Standards Development Organization), yra vadinami *De Jure*. Šie standartai gali niekada nepasiekti rinkos, tai pagrindinis skirtumas nuo *De Facto* standartų, kurie gauna standarto statusą tik per rinkos pripažinimą. Iš kitos pusės, *De Jure* standartas yra „saugesnis“ – išleistas pripažintos standartizacijos agentūros, vadinasi, yra praėjęs tam tikrus standarto kūrimo etapus, kurie užtikrina standarto kokybę. Be to, *De Jure* statusas garantuoja, kad standartas bus atnaujinamas, jei iškils tam poreikis. [43]

Vienas populiariausių el. leidiniams skaityti standartų yra PDF formatas (Portable Document Format). Tai *De Jure* atviras failo formatas skirtas technologiškai neutraliam dvimačiam dokumentui atvaizduoti [44]. Iš skaitytojo pusės žiūrint – nelankstus formatas, kuris istoriškai buvo sukurtas tam, kad užtikrinti identišką dokumento atvaizdavimą skirtinguose kompiuteriuose, tad yra labai ribotos galimybės naudotis individualiais atvaizdavimo nustatymais. Tai nešiojamų/mobilių dokumentų formatas, ir, visų pirma, jis buvo skirtas būtent tik „pernešti“ dokumentą, užtikrinant jo vientisumą ir formą. Elektroninėje leidyboje dabar jis dažniausiai naudojamas gausiai iliustruotiems

žurnalams, kur viskas turi būti „savo vietose“. PDF formato knygų skaitymui kompiuteryje rekomenduojama naudoti nemokamas programas: FOXIT Reader, Adobe PDF Reader.

Kiti pripažinti standartai yra HTML ir Plain Text (.txt). HTML (santrumpa termino Hypertext Markup Language – speciali žiniatinklio WWW dokumentų kūrimo kalba) pateikiami dokumentai dažniausiai yra be jokių arba tik su keliomis iliustracijomis, o labai ilgi el. leidinių kūriniai be iliustracijų dažniausiai pateikiami Plain Text formatu, nes .txt formato kūrinius paranku įrašyti į kompiuterio bylą ir skaityti pasitelkiant bet kurią teksto tvarkyklę.

2.3.2. Atviri ir uždari standartai

Standartai gali būti skirstomi į atvirus (laisvus) ir uždarus (nuosavybinius), tai priklauso nuo veikimo principų ir nuo to, kas ir kaip gali susitarti ir kaip tie susitarimai bus skelbiami.

Atvirojo dokumento standartus gali bet kas laisvai naudoti, matyti jų aprašymus (specifikacijas) bei reikšti pasiūlymus dėl tobulinimo. Lietuvos Respublikos Vyriausybės patvirtintoje el. valdžios koncepcijoje parašyta [45]: „Atvirieji formatai – tokie keitimosi duomenimis formatai ir protokolai, kurie yra išsamiai aprašyti ir kuriais galima laisvai nemokamai naudotis.“ Pagrindiniai atvirųjų formatų principai:

- 1) *Prieinamumas*. Jie yra laisvai prieinami visiems (skaitymo ir įgyvendinimo prasme).
- 2) *Padidina galutinio vartotojo pasirinkimo laisvę*. Atvirieji standartai sukuria sąžiningą, konkuruojančią rinką standarto realizavimams. Jie „nepirriša“ vartotojo prie konkretaus tiekėjo ar tiekėjų grupės.
- 3) *Nemokami*. Atvirąjį standartą galima laisvai realizuoti visiems, už tai negali būti imamas mokestis (mokestis gali būti imamas tik už atitikimo standarto patikrinimą – sertifikavimą).
- 4) *Jokios diskriminacijos*. Atvirieji standartai bei organizacijos, kurios juos administruoja, negali teikti pirmenybės vienam realizuotojui prieš kitą dėl jokių kitų priežasčių, išskyrus techninius pateiktos realizacijos atitikimus standartui.

El. leidyboje populiariausi atviri standartai: HTML (.html), PDF (.pdf), EPUB (.epub), Plain Text (.txt), PostScript (.ps) ir FictionBook (.fb). Tik HTML, Plain Text ir PostScript neturi jokių apsaugų skaityti el. leidinį bet kuriame kompiuteryje, el. knygų skaityklėje ar mobiliajame telefone, suprantančiame šiuos formatus. PDF ir EPUB formatų turinys kartais būna apsaugotas DRM technologija. Lietuvos rinkoje nemokamus leidinius dažniausiai siūloma parsisiųsti .pdf formatu, kaip pavyzdys – „15min.lt“ ar „laikas.lt“. Tiesioginiam skaitymui internete populiariausi .html formato el. leidiniai.

Kalbant apie elektroninių leidinių rinką Lietuvoje ji dar tik formuojasi, tačiau ji jau yra smarkiai suskaidyta, nes siekdami apsaugoti savą prekybą skaitymui skirtais įrenginiais ir

elektroniniais leidiniais, pagrindiniai rinkos dalyviai yra pasirinkę savitus uždarus elektroninių leidinių formatus.

Uždarieji standartai priklauso įmonėms, kurios parduoda el. leidinius. Šie standartai ne retai tampa populiariu – *De Facto* standartu. Tokie formatai yra nesuderinami su konkurentų gaminiais, todėl vienoje parduotuvėje įsigytus leidinius galima atverti tik to paties gamintojo skaitymui skirtame įrenginyje. Tai dažniausiai vartotojui sukelia nepatogumų, nes jam reikia nuolat atsižvelgti į turimą įrenginį. Tokių uždarų formatų (standartų) grupei priskiriami Kindle (.azw), eReader (.pdb), Broadband eBook (.lrf, .lrx), Tome Raider (.tr2, .tr3), Microsoft Reader (.lit) [38].

Keičiantis informacija vien tik uždarais el. leidinių formatais atsiranda daug problemų. Vartotojai tampa priklausomi nuo firmų, kurioms priklauso uždari formatai, o tai praktiškai visada būna užsienio, dažniausiai netgi ne Europos Sąjungos firmos. Piliečiai verčiami pirkti ar nelegaliai naudoti tik kažkokio vieno gamintojo ar uždaros gamintojų grupės produktus – taigi tampa neįmanomas laisvas pasirinkimas ir užkertamas kelias laisvai konkurencijai tarp gamintojų. Apibendrinant galima teigti, jog naudojant vien uždarus el. leidinių formatus, informacijos mainams kyla tokios problemos:

- Nepriklausomi el. leidinių kūrėjai negali sukurti leidinių, 100% suderintų su uždaru formatu.
- Skatinamas, propaguojamas vieno gamintojo produktų naudojimas (dėl to, kad kitiems gamintojams neįmanoma pagaminti visiškai suderinamo produkto).
- Neužtikrinamas laisvas priejimas prie viešosios informacijos. Vartotojai yra priversti pirkti arba nelegaliai naudoti šiuos produktus.

Uždarų formatų nuosavybę turinčios bendrovės nuolatos konkuruoja dėl populiarumo ir pardavimų. 2010 metais populiariausias tarp skaitytojų pripažintas Kindle įrenginys palaikantis tik .txt, .pdf, .html, .prc, .mobi ir .azw formatus. Pasinaudojant įrenginio internetiniu ryšiu per wi-fi ar 3G mobilaus telefono ryšį, elektroninius leidinius galima parsisiųsti per 60 sekundžių [46]. Kindle konkurentas Google 2010 metų gruodį atidarė didžiausią pasaulyje virtualią elektroninių leidinių biblioteką. Šie el. leidiniai laikomi interneto „debesyje“, tad juos galima skaityti bet kuriuo prie žiniatinklio prijungtu kompiuteriu. Bibliotekoje eBookstore įsigytos knygos gali būti skaitomos įvairiomis skaityklėmis, tokiomis kaip „Sony Reader“ arba kompanijos Barnes & Noble gaminama Nook, tačiau jos nėra suderintos su populiariaja skaitykle Kindle [47]. Šiuo atveju Google meta iššūkį Kindle įrenginiui ir tampa labai konkurencingu.

2.4. El. leidinių skaitymo priemonių įvairovė

Technologijų amžiuje WWW technologiją bandoma integruoti į įvairius įrenginius, kad pasaulio žiniatinklio turinys būtų prieinamas ne tik kompiuteriais, bet ir išmaniais telefonais, televizoriais bei kitais prietaisais. Šios technologijos neaplenkė ir el. leidinių, kurių peržiūrai sukurti specialūs įrenginiai. Nors dažniausiai skaitymui naudojamas kompiuterio ekranas, tačiau tarp skaitytojų vis labiau populiarėja skaityklės ir planšetiniai kompiuteriai, kuriuos plačiau ir apžvelgsiu.

Skaityklės – vienas naujesnių IT rinkos produktų. Amerikoje jos perkamos aktyviai, juntama konkurencija. 2010 m. dėl didelės konkurencijos populiariausių elektroninių skaitymo įrenginių kaina buvo žemesnė nei 200 JAV dolerių [48]. Priešingai nei Lietuvoje, kur skaityklių pasiūla parduotuvėse – 4-5 gamintojai, siūlantys po du modelius. Apskritai, šalyje skaityklės yra žinomos ir naudojamos dar nedidelio procento potencialios auditorijos, o ir kainuoja pakankamai daug – nuo 400 iki 1700 Lt. Šiuo metu jos įvardijamos kaip prabangos prekė.

Remiantis „Informa Telecoms & Media“ telekomunikacijų naujienomis ir tyrimais, manoma, jog 2013 metais skaityklių pardavimų skaičius pasieks viršūnę – 14 milijonų parduotų įrenginių. Tačiau 2014 metais yra numatomas nuosmukis – pardavimų skaičius sumažės 7 procentais. „Informa Telecoms & Media“ 2010 liepą pranešė, jog pardavimų nuosmukis įvyks dėl to, jog su skaityklėmis konkuruos platesnės paskirties įrenginiai, tokie, kuriais galima ne tik skaityti knygas, bet ir naršyti internete, žaisti žaidimus ir t.t. Tokie įrenginiai galėtų būti mobilūs telefonai ar planšetiniai kompiuteriai (pvz., Apple iPad). „Informa Telecoms & Media“ apžvalgininkų nuomone konkurencijos grėsmė dabartinėms skaityklėms kyla dėl elektroninių leidinių pasiūlos tokiems įrenginiams, kaip mobiliesiems telefonams, planšetiniams kompiuteriams, kitiems nešiojamiesiems elektroniniams įrenginiams. [49]

Dauguma pasaulio leidėjų pabrėžia, kad spausdinimas ant popieriaus nėra esminė žurnalo savybė. Atvirkščiai, žurnalo patrauklumas yra susijęs su vartotojo patirtimi. Planšetiniai kompiuteriai nesumažina vartotojų patirties, nes juos naudojant neprarandamos žurnalui būdingos unikalios savybės [50]:

- Žurnalas yra linijinis, kurį sudaro lentelės su turiniu, temomis išdėstyti straipsniai, ir sukurtas taip, kad būtų skaitomas nuo pradžios link pabaigos.
- Žurnalas baigtinis, turi pradžią ir pabaigą.
- Žurnalas išeina periodiškai: kas savaitę, kas mėnesį arba kas ketvirtį.
- Vieningas žurnalas.
- Portatyvus žurnalas.
- Tekstūrinis žurnalas.

- Žurnalus galima išsaugoti, kolekcionuoti.

Pasaulyje skaityklių gamintojų yra nemažai. Skirtingi gamintojai, skirtingos funkcijos ir skirtingos galimybės įneša sąmyšio, ypač, kai tai yra naujas produktas. 5 lentelėje pateikiami bendri pardavime siūlomų skaityklių pranašumai ir trūkumai [51].

El. skaityklių pranašumai ir trūkumai

5 lentelė

Pranašumai	Trūkumai
Greitas puslapių perversimas;	Lėtas puslapių perversimas;
Greita paieška;	Skaityklė atpažįsta tik gamintojo sukurtą ir naudojamą leidinių formatą: Kindle, Apple;
Gali būti koreguojamas šriftas ir jo dydis;	Palyginus didelė kaina;
Skaitymo funkcija balsu;	Trumpas baterijos tarnavimo laikas;
e-Ink Sipex ekranai;	Neturi spalvų;
Nesudėtingas įrenginio naudojimas;	Spinduliavimas vargina akis;
Spalvotas ekranas;	Nepatogus klaviatūros valdymas, teksto rinkimas;
Energijos taupymas;	Maža vidinė talpa (512 MB);
Didelė talpa;	LCD, TFT ekranuose šviečiant saulei nesimato teksto ekrane.
Bluetooth;	
Wi-Fi;	
Belaidis ryšys;	
Plona, lengva.	

Šaltiniai: Pros and Cons of an E-book Reader <http://www.dotnet-fr.org/pros-and-cons-of-an-e-book-reader.html>

Autoriaus asmeninė informacija.

Vienas iš populiariausių šiuo metu siūlomų įrenginių skaitymui yra Apple iPad planšetinis kompiuteris, kuri turi ne tik skaitymo įrenginiams būdingas savybes, bet ir kompiuterio funkcijas, tokias kaip interneto svetainių, video peržiūra, Bluetooth. Jo kaina siekia apie 1300 litų, kuri yra dvigubai didesnė nei kitų gamintojų siūlomų skaityklių [52]. Taip pat didelę skaityklių rinkos dalį užima Kindle ir Sony skaitymo prietaisai. Tačiau jie pagal parametrus ir atliekamas funkcijas nusileidžia Apple iPad įrenginiui.

Atlikus mokslinius tyrinėjimus Didžiojoje Britanijoje 2011 kovo mėnesį paskelbta, kad el. leidiniai ir skaityklės yra labiau populiariesni tarp vyresnės kartos skaitytojų nei jaunimo. Atliktos apklausos metu nustatyta, kad apie 6% asmenų virš 55 metų naudoja skaitykles, o 18-24 metų amžiaus grupėje skaityklėmis naudojasi vos 5%. Vykdyta apklausa taip pat parodė, kad Didžiojoje Britanijoje populiariausia el. leidinių skaityklė yra Amazon Kindle (47%), po to Apple iPad planšetinis kompiuteris (31%) ir Sony Reader (14%). [53]

Didžiausias nepasitenkinimas tarp skaitytojų kyla dėl prasto el. leidinių prieinamumo atliekant paiešką pagal pavadinimą. Daugiausiai el. leidinių pagal pavadinimą ir naujumą randama Amazon.com svetainėje, kuri turi didžiausią kolekciją, dukart didesnę nei Barnes ir Noble, Sony Reader Store, Apple iBookstore ir viešosios bibliotekos skolinimo sistemą [54].

Lietuvoje taip pat buvo vykdomas projektas MTTP potencialo didinimui. Rengtos inovatyvios programinės sistemos, skirtos elektroninio formato leidinių valdymui ir jų plačiam pritaikymui, sukūrimo galimybių studija, siekiant sumažinti didesnių investicijų į MTTP veiklas nesėkmės riziką [55].

Apibendrinant galima teigti, jog užsienio rinkose pastaraisiais metais sparčiai išpopuliarėjo elektroninio formato knygos ir jų skaityklės, kol kas to negalima pasakyti apie Lietuvos rinką. Joje elektroninių leidinių pasiūla yra labai menka, nėra visuotinai priimtų ir įsigalėjusių el. leidinių formatų, tačiau matoma, kad yra daug technologinės plėtros galimybių šiame segmente. Šešis mėnesius trukusio projekto metu buvo atliekami elektroninio formato leidinių rinkos tyrimai, analizuojami egzistuojančių technologijų sprendimai, formuluojamos galimos alternatyvos ir kuriami nauji technologiniai parametrai. Tai rodo, kad Lietuvoje įmonės bando gerinti el. leidinių potencialią ir ieško palankių sprendimų. Yra aišku, kad el. leidiniams skirtų įrenginių rinka Lietuvoje turi dideles ateities perspektyvas. Tikėtina, jog bus pradėta gaminti vis daugiau naujų ir tobulesnių modelių skaityklių, o jų kaina neviršys 250 litų.

III. EL. LEIDINIŲ VERSLO MODELIŲ YPATUMAI

Kiekvienai įmonei siekiančiai pelningo verslo svarbu sudaryti verslo planą, kuris duotų efektyvius rezultatus. Verslo planas žingsnis po žingsnio turėtų leisti siekti užsibrėžtų tikslų ir norimo rezultato. El. leidybos, kaip verslo srities, pagrindinis tikslas – sudaryti tokį verslo modelį, kuris pritrauktų kuo daugiau vartotojų, išnaudotų esamas galimybes, išnaudotų esamas rinkos nišas bei turėtų viziją plėstis ir vystytis.

Šiame skyriuje apžvelgiamas verslo modelių apibrėžimas, svarbiausios informacijos gavimo internete formos. Aptariama, į ką reikia atkreipti dėmesį, sudarant verslo modelį, kokie žingsniai yra svarbūs. Gilinamasi į pagrindinius verslo modelių elementus: produktą, vartotoją/skaitytoją, technologijas ir finansinę sąsają, nagrinėjamas esamų sėkmingų ir nesėkmingų el. leidybos modelių taikymas.

3.1. El. verslo modelio apibrėžimas

Nors verslo modelio sąvoka literatūroje minima gana dažnai, tačiau ji retai yra išsamiai apibrėžiama. Pagrindinė priežastis, kodėl visuomenė neskiria ypatingo dėmesio šiai koncepcijai, yra ta, kad verslo modelio sąvoka išvedama iš daugybės akademinų ir funkcinių disciplinų, tačiau nei vienoje neužima išskirtinės pozicijos [56].

Nagrinėjant el. leidybos verslo fenomeną, ypatingas dėmesys skiriamas el. verslo modeliams. El. verslas apima įvairius verslo modelius. Verslo modelis suprantamas kaip sistema, padedanti palaikyti vertingus kontaktus tarp pirkėjo ir pardavėjo [57]. Dar verslo modelis apibūdinamas, kaip conceptuali priemonė, kurioje yra elementai ir jų nustatyti ryšiai, kurie leidžia išreikšti konkrečios įmonės verslo logiką.

El. verslo modeliai gali būti įgyvendinami labai skirtingais būdais. Be to, bet kuri įmonė, įgyvendindama savo el. verslo strategiją, gali derinti keletą verslo modelių.

3.1.1. El. leidybos verslo modeliai

Informacijos internete yra daug ir ji platinama įvairiomis formomis. V. Urbonas (2003) išskiria du elektroninio leidinio modelius: periodinių leidinių elektroninius variantus ir originalius elektroninius leidinius. Spausdintinio periodinio leidinio elektroninis variantas skiriamas susipažinti su naujausiu numeriu, platinti informaciją apie leidinį ir jo redakciją [58]. Originalūs internetiniai dienraščiai ir žurnalai egzistuoja tik internete ir neturi spausdintinio atitikmens. Pastariesiems būdingas nuolatinis atsinaujinimas, operatyvumas, todėl dažnai aplenkia ne tik tradicines, bet ir

audiovizualines žiniasklaidos priemonės. Šie du el. leidybos tipai daro įtaką ir verslo modelių pasirinkimui. Žemiau pateiktame 7 paveiksle matome, kokios yra darbu artimiausios informacijos gavimo internete formos.



7 pav. Informacijos gavimo internete formos

Šaltinis: autoriaus sudaryta schema.

Šiame darbe daugiau orientuojamasi į elektroninius periodinius leidinius su spausdinto leidinio versija, taip pat internetinius dienraščius ir žurnalus, kurie skirti masiniam skaitymui (7 pav. dešinė pusė).

Masinio elektroninio periodinio leidinio su spausdintu variantu verslo modelis yra visiškai arba dalinai prieinamas vartotojams: čia gausu nemokamos informacijos, o esami apribojimai, tokie kaip nepilnas straipsnis, gali vartotojus nukreipti į kitus visiškai nemokamus el. leidinius su pilna informacija. Todėl atvirai publikuojantys el. leidinius leidėjai turi užsitikrinti, kad gaus pelną iš reklamos užsakovų. Toks verslo modelis priklauso verslas-verslui (angl. Business to business arba B2B) elektroninės komercijos modeliui. Šis modelis apibūdinamas kaip elektroninės komercijos ryšių tarp dviejų ar daugiau organizacijų realizavimas. Verslas-verslui modelis pasireiškia tuomet, kai sandoriai internete vyksta tarp įmonių (tiekėjų, platintojų, gamintojų ir pan.) [59]. Pirkimo-pardavimo procesas vyksta tarp įmonių (reklamos vieta/turinys kaip produktas), o galutinį el. leidybos produktą vartotojai/skaitytojai gauna nemokamai.

Kitas verslo modelis yra paremtas mokesčiais už skaitymą arba prenumeratą. Šis verslo modelis tinkamas populiariems, turintiems didelę auditoriją ir jau įsitvirtinusiems rinkoje elektroniniams periodiniams leidiniams. Kiekvienam leidėjui rūpi pritraukti ir neprarasti vartotojo, kuris galėtų už tam tikrą užmokestį skaityti spausdintinio leidinio variantą el. formatu. Tokio modelio geriausias pavyzdys – JAV ir Didžiojoje Britanijoje vykdomas el. leidinių apmokestinimas.

Šis verslo modelis yra pagrįstas – verslas-vartotojui modeliu (angl. Business to consumer arba B2C). Dangelmaier, Schmidtman, Felser (2000) nuomone, ši kategorija daugiausia naudojama elektroninės mažmeninės prekybos atstovų ir pasižymi plačiu pasirinkimu, neribotu laiku, asmeniniu kontaktu, plačiomis galimybėmis smulkiam verslui ir reklamai vystyti [60].

Dažniausiai naudojamos verslas-vartotojui modelio formos yra elektroninė parduotuvė, katalogai, duomenų bazės (adresų ar telefono numerių) ir pan. Pirkimo-pardavimo procesas vyksta tarp įmonės ir galutinio produkto vartotojo [61].

Galima ir B2B – B2C kombinacija, kaip ir tradicinėje leidyboje – leidėjas gauna pajamas ir iš skaitytojų (vienkartiniai prieigos mokesčiai, prenumerata), ir iš talpinamos reklamos leidinyje.

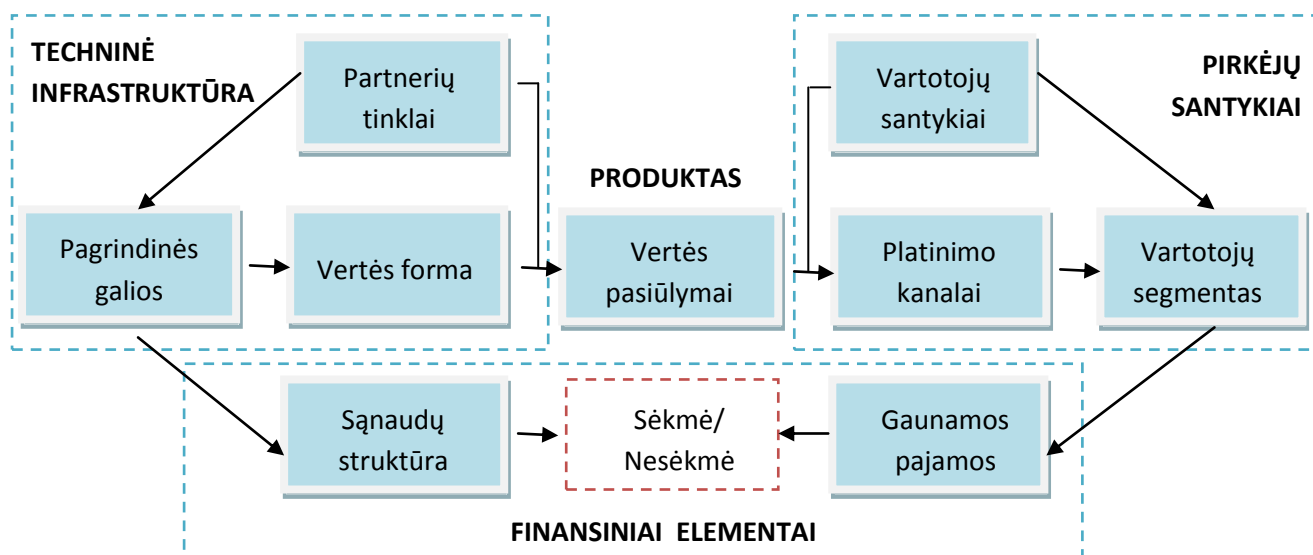
3.2. El. leidybos verslo modelio pagrindiniai elementai ir jų specifiška

Internetinės el. leidybos savybė – gebėjimas aprūpinti pageidaujamu turiniu skirtingų informacinių poreikių skaitytojų grupes, sujungiant leidinio skelbiamą medžiagą su atitinkamų interneto sričių, duomenų bazių, elektroninių konferencijų ir kitų informacijos šaltinių ištekliais [4]. Pageidaujamą turinį leistų atspindėti aiškiai suformuota leidėjo koncepcija – į ką yra orientuotas pats leidinys.

Fetscherin ir Knolmayer (2004) identifikavo penkis komponentus, kuriuos turėtų apimti žiniasklaidos industrijos verslo modelis: produktą, vartotoją, pajamas, kainodarą, turinio pristatymą/pateikimą. Šie autoriai naudojo laikraščių industriją kaip būdą patikrinti pateikiamo turinio efektyvumui ir pelningumui. Taip pat nustatė tinkamo pateikiamo nemokamo ir mokamo turinio parinkimo svarbą, o taip pat ir elektroninio turinio, kaip papildomo ar pakaitinio tradiciniam turiniui [62].

Pagal Osterwalder ir Pigneur (2003), verslo modelis gali būti suskirstytas į keturis blokus, kurie atsako į firmos klausimus „ką“, „kas“, „kaip“ ir „kiek“ [63]. Kitaip tariant, šie blokai leidžia įvertinti tai, ką kompanija siūlo, į ką ji yra orientuota, kaip tai gali būti suprantama ir kiek gali būti uždirbta, kuriant tam tikrą verslą. Šie blokai yra kaip pavyzdiniai el. leidybos verslo elementai, kurie apibūdinami taip (8 pav.) [63]:

1. Produktas, kuris apibūdina firmos vertės pasiūlymus.
2. Pirkėjų santykiai. Labai svarbu, kaip firma užmezga ryšį su savo klientais ir kokius santykius ji nori išlaikyti su jais.
3. Techninė infrastruktūra, kuri apibūdinama kaip veiksmas, išteklius ir partneriai, kurie yra būtini, kad aprūpintų pirmus du elementus. Svarbu tai, kad produktas pasiektų pirkėją, o pinigai – pardavėją.
4. Finansiniai elementai, kurie apibūdina gaunamų pajamų srautus, kaip uždirbami pinigai – kas už ką moka, kitaip tariant, kaip kompanija siekia pelno per kitus tris elementus.



8 pav. Verslo modelio elementai

Šaltinis: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.139.4002&rep=rep1&type=pdf>

Toliau darbe aptariama, kaip šie elementai įtakoja el. periodinius leidinius su spausdinto leidinio versija, taip pat internetinius dienraščius ir žurnalus.

3.2.1. Produktas

Analizuojant el. leidybos sritį svarbu tiksliai įvardinti, koks produktas bus siūlomas interneto vartotojams. Produkto elementai apima tai, ką įmonė siūlo ir gali pasiūlyti savo klientams. Be to, šis elementas apima ne tik produktus ir teikiamas paslaugas, tačiau ir tai kaip įmonė išsiskiria nuo galimų konkurentų.

Iš išvardintų leidybos formų darbe galinamasi į el. periodinius leidinius, kurie turi ir spausdintus variantus. Tokie el. leidiniai leidžia vartotojui rinktis, tai kas jam patogiau: ar skaityti analogišką spausdintam leidiniui el. variantą, ar tradicinį popierinį variantą. Tokio el. leidinio pranašumas – nesudėtingas jo gavimas neišėjus iš namų, taip pat mažesnė kaina, nei popierinio varianto. Kitas siūlomas leidėjų el. leidinys yra internetiniai dienraščiai, žurnalai, kuriuos leidėjai publikuoja kartu su turima popierine spauda, tačiau jų informacija pateikiama supaprastinta internetine forma. Šie leidiniai leidžia interneto vartotojui nesudėtingai prieiti prie tokios informacijos, o leidėjai gali nuolat atnaujinti informaciją. Dažniausiai tokie siūlomi leidėjų straipsniai yra apmokestinti ir skaitytojas turi galimybę perskaityti tik dalį publikuojamo leidinio, o už kitą dalį tenka susimokėti. Nemokamai publikuojantys tokius dienraščius ir žurnalus leidėjai rizikuoja prarasti spausdinto leidinio skaitytojus, todėl skaitmeniniu pavidalu publikuojami leidiniai turi pritraukti investicijų, reklamos, kitų rėmėjų.

Tam kad el. leidinys sėkmingai gyvuotų reikia gerai pažinti savo skaitytoją, kuriam šis leidinys bus skirtas. Todėl svarbu sudaryti gerus ryšius su galimais ir esamais el. leidinio vartotojais.

3.2.2. Vartotojas/skaitytojas

Kaip ir bet kurios žiniasklaidos rūšies, taip ir el. leidybos pagrindas yra bendravimas ir gaunamas grįžtamasis ryšys. Visi el. leidybos projektai yra kuriami tam, kad informuotų visuomenę, o grįžtantis ryšys, tai įvertinimas ir atsakymas, ar informacija ir žinios pasiekė vartotojus. El. leidyboje vartotojai yra labai svarbus segmentas.

Leidėjams, svarbiausias interneto komunikacijos ir elektroninių periodinių leidinių leidybos klausimas – auditorijos pažinimas. Interneto vartotojus/skaitytojus galima apibūdinti, kaip tikslinę visuomenės auditoriją, kuri naudojasi pasauliniu informacijos tinklu. Produkto vertės sukūrimas prasideda nuo galimų vartotojų nustatymo. Jų pažinimui svarbu atlikti tyrimą, kuris rodo, kokia yra auditorija, kam turi būti skirti elektroniniai leidiniai, kokius vartotojų komunikacijos poreikius tenkina elektroninė periodinė leidyba, koks auditorijos priėjimas prie elektroninių leidinių, kokios priėjimo problemos. Jei vartotojų poreikiai bus patenkinti, ir į rinką bus įvestas ieškomas, patikimas ar įvertinta el. leidinys, tai toks siūlomas produktas bus sėkmingas.

Rinkos prekių ar paslaugų poreikis skiriasi nuo individualaus poreikio. Individualus poreikis remiasi asmens ar bendruomenės noru pirkti. Rinkos poreikis yra visų žmonių, esančių rinkoje, noras įsigyti tam tikrą paslaugą ir visų individų poreikių suma [64]. Poreikis nėra tik tai, ko nori individai. Jis apima ir tai, kas galėtų būti nupirkta skirtingomis kainomis, už ką žmonės norėtų ir yra pasirengę mokėti. Leidėjams leidžiantiems mokamą el. leidinį reikia tiksliai įvertinti už kokią sumą skaitytojas pasirengęs įsigyti leidinį.

Vartotojas gali pats spręsti, kokią jam prekę ar paslaugą rinktis, įvertinant visas savo, kaip individo materialines, finansines ir technologines galimybes. Tuo tarpu informacinių portalų savininkai privalo išlaikyti savo vartotojus, patraukti jų dėmesį įvairiais būdais: suteikiant reikiamos informacijos; palaikant savo, kaip įmonės, autoritetą bei įvaizdį; užtikrinant vartotojams lengvai surandamą el. leidinį internete; nuolat bendraujant su vartotojais elektroninėmis ryšio priemonėmis; užtikrinant teikiamos, perduodamos ir gaunamos informacijos saugumą, slaptumą ir autentiškumą.

Šiuolaikinės technologijos leidžia pateikti tą pačią informacinę medžiagą skirtingai ir tokiu būdu pritaikyti skirtingiems vartotojų poreikiams. Vartotojams suteikiamos naujos ir gana plačios galimybės ir tuo pačiu garantuojamas laiko praleidimas ir mažesnės piniginių išlaidos [3]. Šis lankstus informacijos pasirinkimas suformavo visiškai kitokius vartotojų ir el. leidybos santykius. Tad galima daryti išvadą, jog el. leidybos leidėjų pagrindinis tikslas – suburti kuo daugiau skaitytojų, kurie sudarytų tam tikrą virtualią bendruomenę.

3.2.3. Techninė infrastruktūra

Techninė el. leidinių problematika išsamiai nagrinėta antrame skyriuje, o šiame skirsnyje pateikiama detalesnė techninė informacija skirta el. leidinių publikavimui.

Produkto pasiekimui ir jo publikavimui reikalinga techninė infrastruktūra. Prie el. periodinių leidinių, kuriuos reikia sukurti, dirba nemažai asmenų, kad leidinys atitiktų visus reikalavimus. Tačiau be jų labai svarbu įvardinti technologinius aspektus, tokius kaip prieinamumas, specialių įrenginių suderinamumas, apsaugos taikymas ir tinkamas formato pasirinkimas. Leidėjas, leisdamas analogišką spausdinto leidinio variantą ir publikuodamas internetinius žurnalus ir laikraščius, gali susidurti su šiais techniniais veiksniais:

- Tam, kad suteikti vartotojui galimybę lengvai prieiti prie publikuojamo el. leidinio reikia turėti įrenginį skirtą skaitymui, interneto ryšį. Interneto ryšys Lietuvoje palyginti lengvai/pigiai prieinamas, todėl vartotojui neturėtų kilti sunkumų. Kita problema el. leidiniams skaityti pritaikytų įrenginių maža pasiūla ir aukšta kaina.
- Leidėjai turi suteikti vartotojui galimybę lengvai prieiti prie publikuojamo el. leidinio ir jį nesudėtingai įsigyti.
- Sudaryti sąlygas vartotojui be didelio vargo atverti el. leidinį bet kokiame įrenginyje, pvz. jeigu publikuojamas el. žurnalas, jo formatas turi būti lengvai keičiamas ir pritaikytas peržiūrėti bet kokiame ekrane. Visa tai kainuoja leidėjui, kuris investuoja į gerą el. leidinio paruošimą;
- Apsaugoti el. leidinį, kad jo informacija nepasinaudotų tretieji asmenys, tačiau įdiegta apsauga nesukeltų sunkumų skaitytojui įsigijusiam el. leidinį. Tai vėlgi leidėjo investicija į tinkamai apsaugotą el. leidinį. Taip pat turi būti sudarytos geros techninės sąlygos leidėjams, kurie būtų užtikrinti dėl savo leidinių apsaugos ir gaunamo apmokėjimo.
- Paskutinis svarbus aspektas – patikimi partnerių tinklai, kurie būtų motyvuoti dalyvauti šiame versle ir kartu padėtų didinti pajamas.

3.2.4. Finansinė sąsaja

El. leidybos sąnaudos ir gaunamos pajamos lemia, ar el. leidinių verslas bus sėkmingas ar ne. Kalbant apie sąnaudas, leidėjas turėtų įvertinti: kiek jis gali išleisti savo el. verslui ir paskaičiuoti atsipirkimo galimybę. Išlaidos reikalingos sukurti spausdinto leidinio el. variantą yra mažesnės nei popierinio, nes nereikia spausdinti, transportuoti leidinių, sandėliuoti, todėl gamybos kaštai ženkliai sumažėja. Tačiau el. leidiniui patalpinti reikalingi duomenų centrai ir bazės, iš kurių skaitytojas galėtų atsisiųsti el. leidinį, todėl leidėjui tenka mokėti už galimybę patalpinti savo el. leidinį internete, taip pat susimokėti už svetainės išlaikymą.

Leidėjai gauna pajamas arba iš skaitytojų, kurie už galimybę gauti jiems įdomią informaciją moką tam tikrą pinigų sumą, arba iš reklamos užsakovų, už sudarytas sąlygas reklamuotis svetainėje ar skaitmeniniame leidinyje. Šie du dalyviai yra pagrindiniai leidėjų pajamų šaltiniai.

Apibendrinant, galima teigti, kad vartotojai/skaitytojai šiuo metu turi didelę pasirinkimo teisę, kurią suteikia plačios technologinės ir finansinės pačio vartotojo pasirinkimo galimybės. Norint sėkmingai konkuruoti rinkoje, leidėjai turi atkreipti dėmesį į vartotojo poreikius, į vartotojo nuostatas, į patį naudojamumą ir sukurti rinkoje tokį produktą, kuris išsiskirtų savo unikalumu bei atitiktų šiuos vartotojų poreikius.

3.3. Sėkmingų ir nesėkmingų el. leidybos verslo modelių taikymas

El. periodiniams leidiniams pritaikytų verslo modelių yra gana daug. Šioje dalyje apžvelgsiu literatūroje pateiktus modelius, kurie iš jų yra sėkmingi, o kurie sėkmės nesulaukė. L. Šarlauskienė (2000) analizuodama el. periodinius leidybos verslo modelius išskyrė šiuos [4]:

- mokestis už straipsnį;
- straipsnių prenumerata;
- nauja prenumeratos forma;
- autorizuotos sistemos (veikia tinklo licencijos pagrindu, naudojant slaptažodžius, vartotojo adresą);
- autentifikuotos sistemos (veikia kriptografijos sertifikatų pagrindu identifikuojant individualų vartotoją, naudojant PIN ar kitokį kodą);
- integruotos sistemos (elektroninės komercijos tarnybos kūrimo pagrindas).

Internetinio el. leidinio tipas priklauso nuo to, kokią koncepciją jis turi atitikti. Svarbu nustatyti, kokio tikslo leidėjas siekia išeidamas į žiniasklaidos rinką, kokiai auditorijai bus skirta publikacija. Žinoma, šiuos tikslus įgyvendinti padeda interneto technologinės galimybės ir tam tikri pridėtinės vertės komponentai, kuriuos reikia rinktis atsižvelgiant į kuriamą el. leidinį.

L. Šarlauskienė (2000) pabrėžia, kad elektroninių periodinių leidinių leidyboje svarbiausia tinkamai panaudoti interneto pridėtinės vertės komponentus, tokius kaip greitas publikavimas, atnaujinimas, nuorodos, kurios palengvina skaitymą ir paiešką, multimedijos elementai ir duomenų bazės, interaktyvi komunikacija su vartotojais bei paieškos lengvumas [4].

Tokie pridėtinės vertės komponentai veikia ir visuotinę el. periodinių leidinių leidybą, taip pat keičiasi ir žurnalistikos praktikos pokyčius. Autorių publikuojami straipsniai trumpesni nei spausdintų leidinių, straipsniuose gausu nuorodų, formuojasi naujas straipsnių stilius, gali atsirasti

teminiai skaitytojų forumai, komunikacijai su skaitytojais naudojamas elektroninis paštas, gausiai naudojama grafika. Kita naujovė – patys vartotojai gali kurti reportažus ir juos pateikti visuomenei.

Šiandien el. leidinių srityje yra suteikta galimybė ne vien tik skaityti, tačiau yra portalų kurie siūlo ir kitas vartotojui naudingas paslaugas, tokias kaip nemokamas el. paštas, balso paštas, pirkimas internetu, programinė įranga ir kt. Tokios priemonės pritraukia informacijos ieškančius vartotojus ir jie dažniau lankosi tokiuose internetiniuose puslapiuose.

R. G. Picard (2000) analizavo internetinio verslo modelius, kurie buvo sukurti tam tikroje technologijų evoliucijos stadijoje, buvo skirtingai finansuojami, skyrėsi gauti rezultatai. Jis išskiria šiuos internetinio verslo modelius [65]:

- mokamas internetas (angl. The Paid Internet);
- nemokamos internetinės svetainės (angl. The Free Web);
- internetiniame puslapyje siūloma reklama (angl. Internet/Web Ad Push);
- informacijos portalai ir asmeniniai puslapiai (angl. The Portal And Personal Portals);
- skaitmeniniai portalai (angl. The Digital Portal).

Modeliai, kuriuos R. G. Picard (2000) laiko neefektyviais (nepavykusiais), tai yra mokamo interneto, nemokamos internetinės svetainės ir reklamos interneto portalų. Kaip perspektyvius ir nuolat tobulėjančius modelius įvardina – informacinius, asmeninius ir skaitmeninius portalus. Informaciniai portalai yra paremti tradicinės spaudos modeliu, kurį kiekvienas leidėjas gali įgyvendinti. Skaitytojas, ieškodamas jį dominančios informacijos, gali susipažinti ir su siūlomais produktais ar paslaugomis. Šis verslo modelis efektyvus tuo, kad skaitytojas nelabai tam priešinasi, be to, reklaminiai skydeliai pastoviai keičiasi ir yra atnaujinami. Dažniausiai kylančios tokių portalų problemos – turinio sukūrimo sudėtingumas ir brangus išlaikymas [65].

R. G. Picard (2000) įvardinti modeliai rodo, kad leidėjams sėkmingiausia el. leidybos sritis, kuri atneštų pelną, – informaciniai leidiniai. Prie jų galima priskirti ir darbe analizuojamus periodinius dienraščius ir žurnalus. Tokiu atveju leidėjai siektų pelno ne iš vartotojų, o iš reklamos ir kitų finansinių šaltinių. Tačiau leidėjai, pradėdami tokį el. leidinio publikavimą, turi gerai įvertinti riziką ir turimas finansines galimybes.

Tarp el. leidybos įmonių prasideda ir naujos varžybos ties naujausiu verslo modeliu – universalių skaitmeninių portalų vystymu. Skaitmeniniai portalai nuolat plinta, tačiau technologijos vis dar yra vystomos. Ši technologija leidžia skaitmenizuoti vaizdo ir garso formatus, kurie nesudėtingai pasiekiami internetu. Stengiamasi padaryti, kad skaitmenizuoti portalai suteiktų geriausias paieškos, atrankos ir kitas sistemas. Leidėjams norintiems įgyvendinti skaitmeninio portalo verslo modelį reikėtų investuoti tik į naujausias technologijas, o viskas vykėtų per esamas technologijas [65]. Žinoma, tai priklauso ir nuo vartotojų turimų pajamų, tačiau jie patys irgi yra suinteresuoti naudoti naujas technologijas, todėl į jas investuoja nemažai savo finansų.

Apie naujienų pateikimo verslo modelius, t.y. elektroninius laikraščius, elektronines naujienas, žurnalus ir įprastinius fizinius leidinius diskutuoja ne vienas autorius. Mings, White (2000) ir Outing (2000) akcentuoja pajamų svarbą, bet daro tai skirtingai. Mings ir White (2000) analizuoja žiniasklaidą, kur iš fizinių laikraščių idėjos/turinys perteikiamas į elektroninę erdvę, o Outing (2000) analizuoja elektroninę žiniasklaidą. Visi autoriai sutaria, jog tik šių metodų kombinacija gali būti sėkmingo verslo modelio pavyzdys praktikoje [66] [67].

Stahl ir kt. (2004) nustatė, jog talpinant tą pačią informaciją tiek įprastinėje žiniasklaidoje, tiek elektroninėje, susiduriama su rinkos kanibalizmu. Mokslininkas turi omenyje, jog rinkos dalis pavagiama iš savęs paties, pavyzdžiui, buvę įprastinio laikraščio skaitytojai pereina į elektroninio turinio skaitymą, pasekmė – leidėjas kovoja pats su savimi [68].

Stahl ir kt. (2004) remdamiesi antrinės literatūros analize, sudarė šiuos verslo modelius internetinio turinio kūrimui ir publikavimui [68]:

- pajamos iš reklamos;
- skaitmeninio turinio pateikimas;
- nuolatinių svarbių naujienų publikavimas;
- informacijos išgavimas ir laikymas;
- interaktyvus kontaktų palaikymas.

Savo modelius jie apibūdino trimis pagrindinėmis bendrai susijusiomis charakteristikomis: savybės, kurios išskiria tinklo naujienas spausdinimui ir transliavimui; pagrindiniai komponentai ir veiksniai, kurie įtakoja verslo operacijas; valdybos strategijos ir jos veiklos rezultatų stebėsenos optimizavimas.

Apibendrinant galima teigti, jog verslo modelių yra išskiriama nemažai, jie dažnai jungiami ir taip atrandami naujesni bei tobulesni modeliai. Kalbant apie el. leidinių verslo modelius, mokslininkai sutaria, kad efektyviausi yra informaciniai naujienų portalai, kuriuose vartotojas gali rasti ir naudingos informacijos, ir papildomos bei nesusijusios informacijos, o tokios paslaugos, kaip mokama informacija, vis dar nepasitvirtina. Todėl leidėjams norintiems parduoti savo el. leidinius internete, teks dalį naujausios informacijos publikuoti nemokamai, kad sudomintų skaitytoją. Taip pat galima pastebėti, kad verslo modelyje labai svarbios technologinės naujovės. Jos pritraukia ir svarbias investicijas, ir vartotojus, tačiau vienų ir kitų poreikiai gali akivaizdžiai skirtis. Mokslininkai akcentuoja, kad didesnėms pajamoms gauti svarbu analizuoti tiek fizinių laikraščių perkėlimą į elektroninę erdvę, tiek ir pačios elektroninės žiniasklaidos idėjas, kurių kombinacija gali būti sėkmingo verslo modelio pavyzdys praktikoje. Kaip didžiausia problema įvardijamas rinkos kanibalizmas, kuris pačius leidėjus gali sužlugdyti kartu leidžiant tradicinius ir el. leidinius.

Apibendrinant visą skyrių galima prieiti prie išvados, kad tiek el. periodiniai leidiniai su spausdinto leidinio versija, tiek ir internetiniai dienraščiai ir žurnalai, leidžiami tradicinės spaudos leidėjų, būtų sėkmingi, tiesiog reikia sudaryti tinkamą verslo modelį. Gero verslo modelio pagrindas yra aptartų 4 elementų sąveika. Svarbu nusistatyti, koks el. leidinys bus leidžiamas, kokiai auditorijai skirtas, kokie bus jo finansiniai šaltiniai ir kokie techniniai veiksniai reikalingi, kad šis el. leidinys gyvuotų ir neštų pelną. Lietuvos rinkoje iš šių elementų svarbiausi techniniai veiksniai, kurie vis dar sunkiai vystosi, bei maža vartotojų rinka.

Ši literatūroje apžvalga padėjo atrinkti pelningus modelius el. leidybos versle. Vystant el. leidybą mažoje šalyje, bet koku atveju reikia atlikti tyrimus, kurie padėtų išsiaiškinti kylančias problemas ir rasti galimus jų sprendimų būdus, atlikti tyrimai padėtų pritaikyti tikslingiausią modelį. Kitame skyriuje būtent ir analizuojama vartotojų ir leidybos specialistų nuomonė ir patirtis. Keliamos hipotezės: Lietuvos vartotojai kol kas nejaučiamas didelio el. leidinių poreikio, nes spausdintinė spauda užima didžiąją dalį rinkos. Lietuvos leidybos atstovų technologinis pasirengimas el. leidybai yra silpnas.

IV. EL. PERIODINIŲ LEIDINIŲ LIETUVOJE RINKA: TYRIMO METODOLOGIJA IR DUOMENŲ ANALIZĖ

Šiame skyriuje, remiantis atliktu kokybiniu ir kiekybiniu tyrimu, yra siekiama išmatuoti el. periodinių leidinių Lietuvoje perspektyvas, el. leidinių naudojamumą tarp vartotojų, jų dalyvavimo pobūdį el. leidinių rinkoje. Pirmajame poskyryje aptariama tyrimo duomenų rinkimo ir analizės metodologija. Antrajame poskyryje analizuojami el. leidinių vartotojų duomenys ir aiškinamasi jų susidomėjimo lygis el. leidiniais. Trečiame poskyryje pateikta interviu su leidybos atstovais analizė. Analizuojamos problemos, kylančios pereinant iš tradicinės į el. leidybą, bei jų sprendimo būdai, lemiantys el. leidybos efektyvumą ir populiarumą.

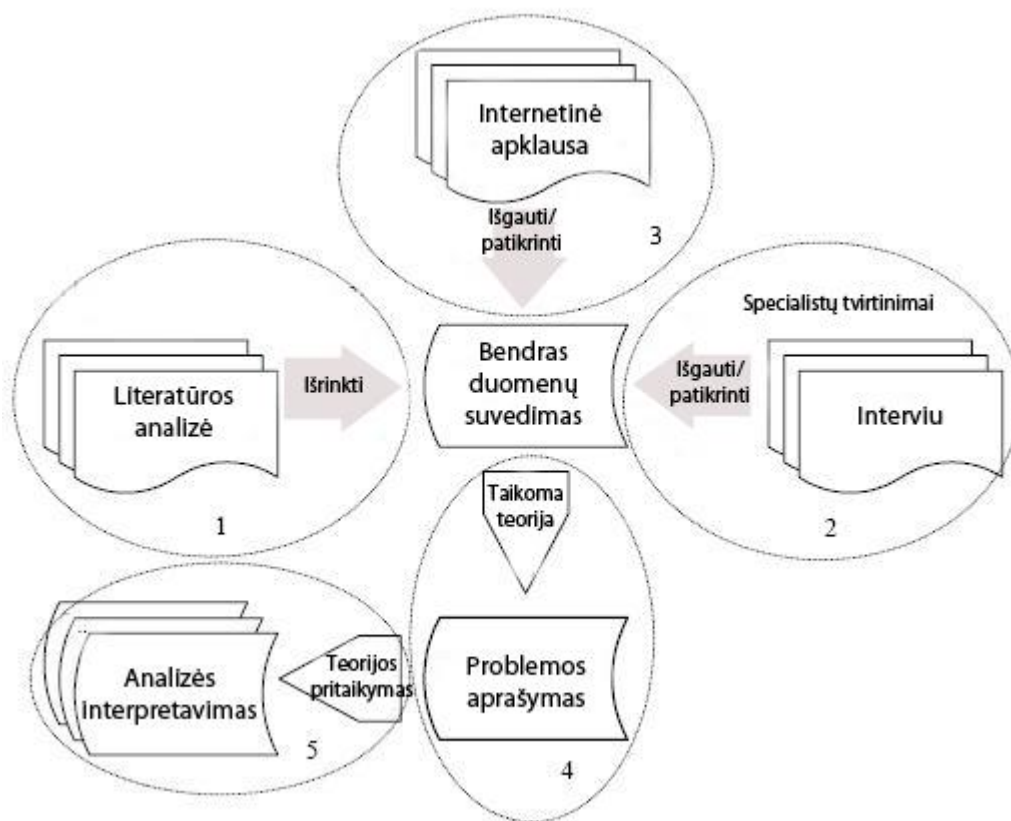
4.1. Tyrimo duomenų rinkimo ir analizės metodologija

Tyrimui atlikti naudojamas atvejo analizės metodas, kuris priskiriamas prie patirtinio mokymo(si) metodų, kurie sudaro galimybę iš arčiau susipažinti su konkrečia verslo patirtimi, ją išanalizuoti, apibendrinti ir pritaikyti praktikoje [69]. Šis metodas tinkamas analizuojamai situacijai, nes pateikia įvertinimus apie individus (el. leidybos vartotojus) ir parodo šiuo metu esančios aplinkos situaciją. Toks tyrimas padėjo nustatyti Lietuvos el. leidybos rinkoje esamus privalumus bei kylančias problemas. Leido numatyti reikalingų pakeitimų pobūdį šioje verslo srityje.

Pagrindiniai duomenys rinkti taikant kelis metodus (multi-method). Yin (1994) teigia, kad atliekant atvejo tyrimą pageidautina naudotis kuo daugiau šaltinių ir daug informacijos rūšių [70]. Integruoti kelis skirtingus tyrimų metodus yra strategija, kuria naudojasi ir informacinių sistemų tyrinėtojai (pavyzdžiui, Kaplan and Duchon, 1988; Lee, 1991; Gable, 1994). Šiam tyrimui, be literatūros analizės, naudojama keletas duomenų rinkimo metodų, t.y. kokybinis ir kiekybinis tyrimai. Toks kelių metodų taikymas padeda geriau įvertinti tyrimo rezultatus, jie būna tikslesni. Atlikta apklausa leido geriau suprasti dabartinę el. leidinių Lietuvos rinkoje padėtį žvelgiant iš vartotojo pozicijos, o interviu – pačių leidėjų nuomonę ir patirtį. Atvejo tyrimas visada turi turėti ribas [71]. Atliekamame tyrime orientuojamasi į Lietuvos el. periodinių leidinių problematiką, tiriamą esama rinka.

Šio tyrimo analizės vienetas – el. periodinė leidyba, o populiacija – el. leidinių vartotojai, leidėjai, iš kurių atrenkama imtis tyrimui. Analizės vienetas (objektas) yra kritinis tyrimo faktorius. Įprastai, tuo objektu būna veiklos sistema užuot analizavus atskirą individą ar individų grupę. Atvejo tyrimai yra labiau selektyvūs, akcentuoja vieną ar dvi nagrinėjamas problemas, kuriose yra analizuojamos sistemos supratimo pagrindas.

Darbe atlikta literatūros, statistikos ir straipsnių analizė, interviu su leidybos atstovais, įvairaus amžiaus asmenų apklausa apie el. leidinius, tai detaliau parodyta 9 paveiksle. Toks skirtingų duomenų šaltinių panaudojimas atliekant mokslinių tyrimų procesą, vadinamas trianguliacija (angl. triangulation) [72], kurią atliekant duomenys iš skirtingų šaltinių vieni kitus papildo, ir todėl daromos išvados tampa patikimesnėmis.



9 pav. Moksliniame tyrinėjime naudojami metodai

Šaltinis: autoriaus sudaryta schema.

Atliktu kokybiniu ir kiekybiniu tyrimu siekta sužinoti, kokia el. leidybos atstovų nuomonė ir patirtis, o internetine apklausa siekta išsiaiškinti el. leidinių poreikį tarp vartotojų. Visa tai leido įvertinti naudojamumą plačiąja prasme – popierinės spaudos perėjimo į el. leidybą perspektyvas. Ankstesniuose skyriuose buvo analizuojama el. periodinių leidinių pasaulyje tendencijos ir Lietuvoje kylančios dabartinės problemos, tad šiame tyrime stengiamasi išmatuoti, kiek tai atitinka literatūroje ir straipsniuose pateiktus duomenis. Šio tyrimo uždaviniai:

- Įvertinti el. periodinių leidinių tikrąsias kylančias problemas ir leidėjų matomas Lietuvoje rinkos perspektyvas, palyginti su literatūroje įvardijamomis problemomis.
- Įvertinti vartotojų susidomėjimą el. periodiniais leidiniais, palyginti su statistiniais duomenimis.
- Bendrai ištirti gautus tyrimų duomenis ir numatyti el. periodinių leidinių galimas rinkos perspektyvas Lietuvoje.

Siekiamas rezultatas: Tyrimo metu aiškinamasi, kodėl vieni leidėjai perėjo į el. leidybą, vienu metu leidžia popierinius ir skaitmeninius leidinius, o kiti vis dar laukia ir neskuba kurti el. leidinių. Siekiama ištirti el. periodinių leidinių nepopuliarumo priežastis.

Tyrimo metodas: Tikslesnėms tyrimo išvadoms gauti pasitelkti du skirtingi metodai: struktūruotas interviu ir internetinė apklausa. Skirtingi tyrimo metodai vienas kitą papildo ir leidžia pažvelgti į darbo problemą iš keleto perspektyvų: ištirti el. periodinių leidinių vartotojų naudojimą ir požiūrį, leidėjų nuomonę apie galimas el. leidinių perspektyvas ir pavojus. Interviu naudojamas kaip tiesioginė ir pagrindinė priemonė reikiamai informacijai gauti.

Interviu pasirinktas struktūruotas, jis turi griežtą planą – klausimai užduodami tam tikra seka, vienodi visiems, atsakymai žymimi užpildant standartizuotą formą (žr. 2 elementą, 9 pav.). Apklausiant respondentus įvesta ir papildomų klausimų apklausos metu, atsižvelgiant į situaciją (negrįžta struktūrizacija). Struktūruotas interviu suteikia galimybę gauti tikslius atsakymus, kurie tik dalinai keičiasi, atsižvelgiant į tai, kad tyrime apklausiami ir kuriantys el. periodinius leidinius ir tiek, kurie dar svarsto apie tokią galimybę. Interviu buvo atliekamas individualiai pateikiant respondentams suformuluotus klausimus. Interviu su respondentais truko nuo 10 iki 24 minučių.

Atliktos internetinės apklausos tikslas buvo įvertinti el. periodinių leidinių naudojimą ir susidomėjimą Lietuvos rinkoje (žr. 3 elementą, 9 pav.). Toks apklausos būdas pasirinktas neatsitiktinai. Siekiant gauti kuo daugiau atsakymų buvo paruošta anketa su jau pateiktais galimais atsakymų variantais, kad į klausimus būtų galima atsakyti patogiai ir greitai.

Tyrimo lokacija. Interviu imtas iš Kauno ir Vilniaus verslo atstovų. Apklausa vykdyta visoje šalies teritorijoje.

Atranka. Tyrime naudota tikimybinė atranka. Paprasta tikimybinė atranka (simple random sample) yra geriausiai žinomas metodas. Šis metodas užtikrina duomenų reprezentatyvumą, t. y. kiekvienas interneto vartotojas turi vienodas galimybes būti apklaustas. Apklausa sukurta naudojant internetinės apklausos valdymo įrankius. Kvietimas dalyvauti apklausoje buvo vykdomas keliais būdais: per nuorodą (URL: <http://www.apklausa.lt/f/elektroniniai-periodiniai-leidiniai-349h94a.fullpage>), reklamuojant apklausą apklausų svetainėje ir kviečiant dalyvauti apklausoje el. paštu. Nuorodą buvo leidžiama perduoti ir kitiems asmenims.

Tyrimo imtis. Internetinėje apklausoje dalyvavo 562 respondentai iš skirtingų Lietuvos miestų ir miestelių. Imties tikslas gauti informaciją apie el. leidinių naudojimą apklausiant dalį vartotojų, kurie atstovaus visą populiaciją. Suvedant duomenis, kai kurios anketos buvo nevisiškai užpildytos, todėl jos laikomo negaliojančiomis, tokių iš viso – 6. 6 lentelėje pateiktos pasirinktos demografinės imties charakteristikos ir jų pasiskirstymas procentais. Iš gautų rezultatų matoma, kaip pasiskirstė el. leidinių skaitytojai pagal amžių, lytį, išsilavinimą, gaunamas pajamas.

6 lentelė

Vartotojų demografinės charakteristikos

	Dažnumas	Procentai (%)
Lytis		
Moteris	384	69
Vyras	178	31
Amžius		
Iki 18 m.	20	6
18-25 m.	333	60
26-35 m.	124	22
36-50 m.	60	11
Virš 50 m.	25	2
Išsilavinimas		
Pradinis	3	1
Pagrindinis	23	4
Pagrindinis profesinis	5	1
Vidurinis	150	27
Aukštesnysis	97	17
Aukštasis	284	50
Vidutinės mėnesio pajamos		
Iki 1000 Lt	221	40
1001-1500 Lt	95	17
1501-2000 Lt	75	13
Daugiau nei 2000 Lt	90	16
Atsisakau nurodyti	81	14

Šaltinis: surinkti internetinės apklausos duomenys.

Analizuoti el. periodinius leidinius remiantis tik internetine gyventojų apklausa yra sudėtinga, visų pirma dėl nekompetencijos buvimo tarp asmenų, tad, kaip buvo minėta anksčiau, papildomai pasirinkta atlikti ir interviu. Interviu respondentai – asmenys, veikiantys tiriamuose tinkluose. Periodinių leidinių atstovai interviu pasirinkti dėl kelių priežasčių: visų pirma, norint pagilinti ir išsiaiškinti el. periodinių leidinių reikšmę visuomenei, reikia apklausti tos srities specialistus, vadovus ir atlikti visuotinę apklausą. Struktūruoto interviu klausimyną sudaro klausimai apie el. periodinių leidinių rinką, jų galimybes Lietuvoje, įžvelgiamus pavojus, kylančias problemas (Priedas Nr. 1.).

Tyrimų respondentai. Internetinės apklausos tikslinė grupė – visi asmenys besinaudojantys internetu. Apklausoje dalyvavo jaunesni nei 18 metų, kurie sudarė 6 % visų apklaustųjų, didžiausią dalį 60 % užėmė 18-25 metų asmenys, 26-35 metų – 22%, 36-50 metų –

11% ir tik 2 %, kurių amžius 50 ir daugiau. Apklausoje didesnis aktyvumas pastebėtas tarp moterų, kurios sudarė net 69 % visų gautų atsakymų. El. leidiniais domisi įvairaus išsilavinimo respondentai, tačiau didžiausias susidomėjimas tarp aukštąjį išsilavinimą turinčių asmenų.

Struktūruotas interviu atliktas su: UAB „Ūkininko patarėjas“ vyriausiuoju redaktoriumi-direktoriumi, UAB „Kaizen media“ žurnalo „Būk laimingas“ vyriausiąja redaktore, UAB „Elektroninės leidybos namai“ el. leidinių programuotoju-kūrėju, UAB „Jūsų Flintas“ leidyklos redaktoriumi-direktoriumi (respondentai davė sutikimą naudoti interviu metu gautą medžiagą baigiamojo darbo analizėje).

Tyrimo laikotarpis. Tyrimai atlikti 2011 m. vasario mėn. pabaigoje – balandžio mėn. viduryje. Interviu buvo atlikti kovo 14 – balandžio 7 dienomis, apklausos tyrimas – vasario 28 – balandžio 29 dienomis.

Tyrimo ribotumai: Internetinėje apklausoje ne visi klausimai buvo visiškai atsakyti, kuriais būtų galima remtis analizuojant duomenis.

Tyrimo galimybės. Norint išsamiau ištirti el. periodinių leidinių Lietuvos rinkoje veiksmingumą, perspektyvas ir populiarumą, būtų reikalinga atlikti vėlesnius tyrimus, nes šiuo metu dėl ekonominės krizės dauguma įmonių mažai dėmesio skiria naujoms technologijoms, investuoja į kitus padalinius, o ne į el. leidybą ar jos plėtrą.

Duomenų analizė. Kiekybinio tyrimo duomenų analizė atlikta naudojant SPSS v17.0 ir MS Excel programinę įrangą. Ataskaitoje pateikiami bendrieji atsakymų pasiskirstymai procentais. Visi gauti interviu buvo transkribuoti pažodžiui ir atlikta interviu (teksto) turinio analizė.

Teorijos pritaikymas sudarant tyrimą ir analizuojant gautus duomenis. Sudarant tyrimo klausimus buvo remtasi literatūroje aptarta esama el. leidinių pasiūla, jų priėmimo ir naudojimo galimybėmis, saugumo ir pažeidžiamumo sąlygomis. Analizuojant duomenis buvo atsižvelgta į el. leidybos modelių analizę, lyginama ar duomenys ir rezultatai panašūs, taip pat ar jie atitinka minėtus statistinius duomenys.

4.2. El. periodinių leidinių naudojamumo analizė

Anketinė apklausa atlikta internetu, apklausiant įvairaus amžiaus, skirtingos lyties bei skirtingas pajamas turinčius asmenis. Anketoje pateikta 18 klausimų (Priedas Nr. 7).

Šios atliktos internetinės apklausos *tyrimo tikslas* – išsiaiškinti elektroninių periodinių leidinių paplitimą ir numatyti jų perspektyvas Lietuvos vartotojų rinkoje.

Šio tyrimo uždaviniai:

1. Nustatyti, spausdintinės leidybos populiarumą tarp vartotojų, jų išleidžiamą sumą tokiems leidiniams ir el. leidinių įsigijimo mažesne kaina galimybes;

2. Identifikuoti, el. leidinių poreikį bei nustatyti, kokiems leidiniams vartotojas teikia pirmenybę;
3. Įvertinti, el. leidinių skaitomumo dažnumą ir kiek vidutiniškai praleidžiama laiko skaitant straipsnius (vienu kartu);
4. Nustatyti, el. leidinių informacijos turinio, pateikimo, pažeidimų, aplinkos dizaino, kokybės svarbą tarp vartotojų (techninė dalis);
5. Išsiaiškinti specialių skaitymo įrenginių naudojamumą tarp vartotojų;
6. Nustatyti, didesnę el. leidinių susidomėjimą skatinančias priemones;

Internetinėje apklausoje vartotojų pirmiausiai klausta, kaip dažnai (žr. Priedas 8.1.) ir kokių tikslų jie naudojami internetu (žr. Priedas 8.2.). Iš interneto naudojamumo lygio rezultatų matoma, kad 81 proc. visų apklaustų vartotojų internetu naudojami kiekvieną dieną, 5-6 dienas per savaitę internetu naudoja 13 proc. vartotojų. Tai rodo, kad beveik kiekvienam respondentui internetas reikalingas kasdien, jis yra būtinybė.

Aiškinantis, interneto naudojamumo paskirtį tarp vartotojų, dažniausiai, net 92 proc. apklaustųjų, internetą naudoja informacijos paieškai, kitas svarbus pagal naudojamumą veiksnys – internetinės bankininkystės paslaugos. Iš visų apklaustųjų 378 (67 proc.) respondentai atsakė, kad internete skaito, siunčiasi laikraščius, žurnalus, tai rodo, kad vartotojai domisi el. leidiniais internete.

Aiškintasi, ar vartotojai perka tradicinę spaudą ir kiek išleidžia jai pinigų per mėnesį, gauti rezultatai pateikti 7 lentelėje.

7 lentelė

Vartotojų spausdintos periodinės spaudos įsigijimas ir išleidžiama suma jiems

		Išleista pinigų per mėn. spausdintiniams leidiniams					Iš viso:
		0 Lt	10 Lt	10-20 Lt	20-30 Lt	30 ir daugiau Lt	
Spausdintų periodinių leidinių pirkimas	Taip, nuolat perku	1	14	35	13	20	82
	Kartais perku	0	203	88	15	10	316
	Neperku	164	0	0	0	0	164
	Iš viso:	165	217	123	28	30	562

Rezultatai rodo, kad dauguma respondentų kartais perka tradicinės spaudos leidinių, tačiau išleidžiama pinigų sumą per mėnesį neviršija 10 litų. Šie rezultatai atitinka statistikos duomenis ir patvirtina, kad tradicine spauda susidomėjimas mažėja.

Duomenys, kokiems leidiniams vartotojai teikia pirmumą: ar tradiciniams, ar elektroniniams, pateikti siejant juos su asmenų išsilavinimu. (8 lentelė).

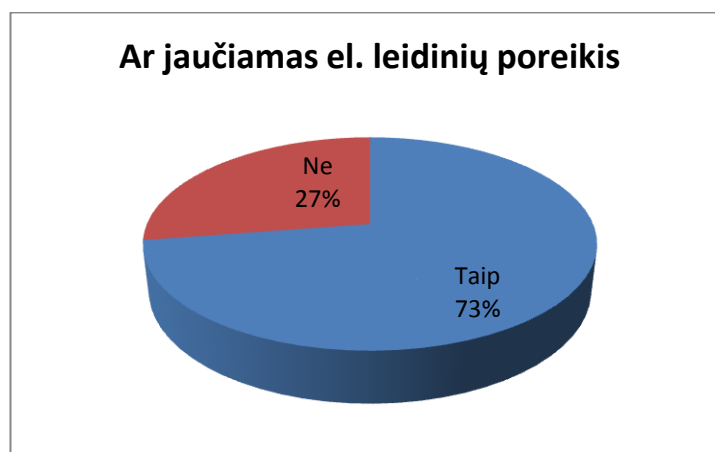
8 lentelė

Tradicinės ir elektroninės leidybos prioritetai pagal išsilavinimą

	Išsilavinimas						Iš viso:
	Pradinis	Pagrindinis	Pagrindinis profesinis	Vidurinis	Aukštesnysis	Aukštasis	
Tradicioniems, spausdintiems	1	6	1	46	14	55	125
Elektroniniams	2	17	4	104	83	226	437
Iš viso:	3	23	5	150	97	281	562

Iš pateiktos lentelės matyti, kad tradicinei spaudai pirmumą teikia nedaug respondentų, jų iš viso – 125 (22 proc.). Elektroninė leidyba pagal išsilavinimą laikoma naudingesne informacijos paieškai tarp vidurinį ir aukštąjį išsilavinimą turinčių asmenų (78 proc.). Tai rodo, kad el. leidiniai lenkia tradicinę spaudą pagal informacijos suteikimo galimybę, tad vartotojai dažniau ieško informacijos internete, o ne spausdintiniuose leidiniuose.

Kitas klausimas pateiktas siekiant išsiaiškinti ar vartotojai turi poreikį skaityti ir gauti kuo daugiau el. leidinių. Gauti duomenys pateikti 10 paveiksle.



10 pav. El. leidinių poreikio pasiskirstymas (%)

Gauti rezultatai rodo, kad dideliai daliai respondentų svarbu el. leidiniai ir jų pasiūla, jų poreikį jaučia 73 proc. apklaustųjų. Ši priemonė jiems reikalingi informacijos gavimo poreikiams patenkinti.

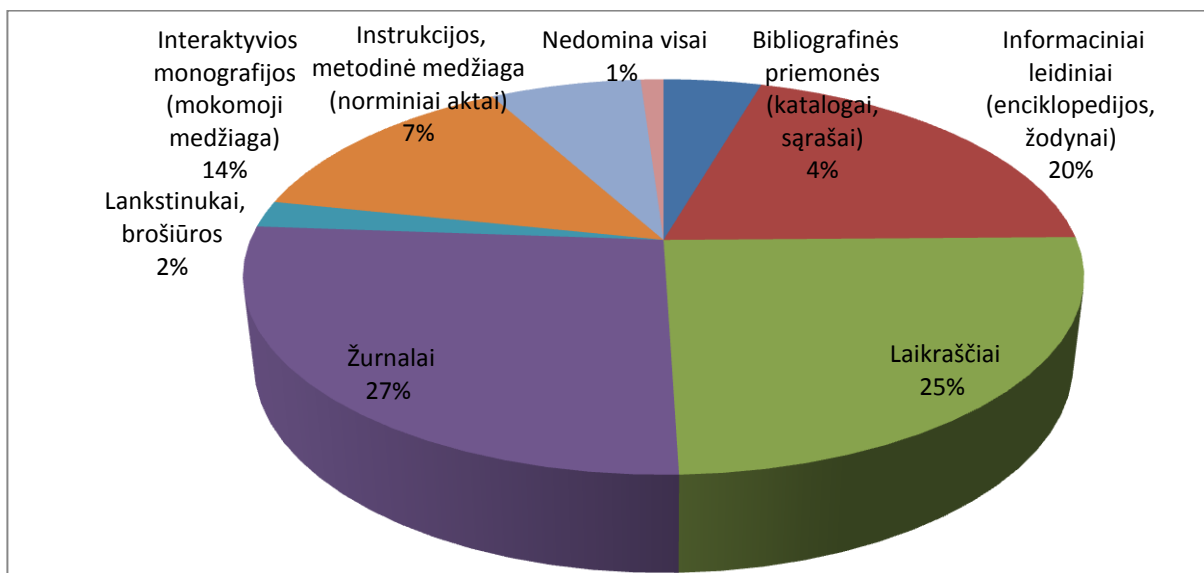
Vertinant, el. leidinių skaitymo dažnumą ir vidutiniškai praleidžiamą laiką skaitant straipsnius (vienu kartu), gauti duomenys pasiskirstė daugmaž vienodai (9 lentelė).

El. leidinių skaitymo dažnumas dienomis ir vienu kartu

		Vidutiniškai praleidžiamas laikas skaitant straipsnius (vienu kartu)					Iš viso:
		Mažiau nei 10 minučių	15 minučių	Valanda - pusė valandos	Ilgiau nei valanda	Neskaitau	
El. leidinių skaitymumas	Kelis kartus per dieną	11	55	65	18	0	149
	Kartą per dieną	10	85	54	6	0	155
	Skaitau tik darbo dienomis	3	17	16	3	0	39
	2 - 3 dienas per savaitę	47	67	93	12	0	219
	Neskaitau	0	0	0	0	0	0
	Iš viso:	71	234	218	39	0	562

Respondentai el. leidinius dažniausiai skaito 2-3 dienas per savaitę ir tam skiria nuo pusės iki valandos laiko. Kelis kartus ar kartą per dieną el. leidinius skaito 304 (54 proc.) respondentai, tai sudaro daugiau nei pusę apklaustųjų, jie vidutiniškai straipsnius skaito 15 minučių. Tokie rezultatai rodo, kad el. leidiniais interneto vartotojai domisi bei dažnai ir nemažai laiko per dieną skiria jų skaitymui.

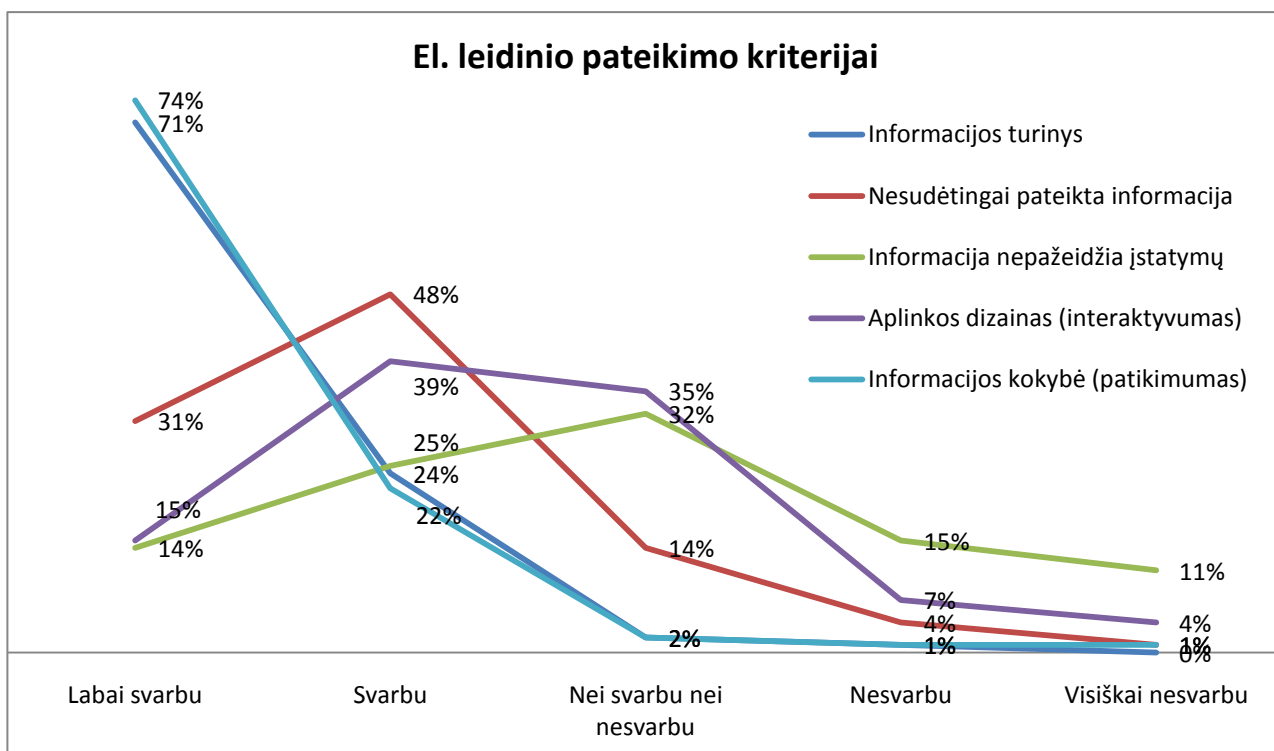
Kitas apklausos klausimas yra susijęs su el. leidinių rūšies populiarumu. Domimasi kokie el. leidiniai tarp vartotojų yra labiausiai skaitomi. Gauti rezultatai pateikti 11 paveiksle.



11 pav. Interneto vartotojų domėjimasis el. leidiniais pagal rūšis (%)

Iš gautų rezultatų matyti, kad internete dažniausiai skaitomi el. žurnalai (27 proc.) ir el. laikraščiai (25 proc.), kiti pagal populiarumą informaciniais leidiniais, tokie kaip enciklopedijos, žodynai, kurie sudaro 20 proc. visų skaitomų el. leidinių. Kiti leidiniai, tokie kaip biografinės priemonės, instrukcijos, metodinė medžiaga, lankstinukai – skaitytojų nelabai nedomina. Visiškai el. leidiniais nesidomi 1 proc. apklaustųjų.

Siekiant nustatyti, kas vartotojui, skaitančiam el. leidinius internete, svarbiausia, pateiktas klausimas susijęs su informacijos turiniu, jo pateikimu bei įvairius pažeidimus, aplinkos dizainą, kokybę. Gauti duomenys pateikti 12 paveiksle.



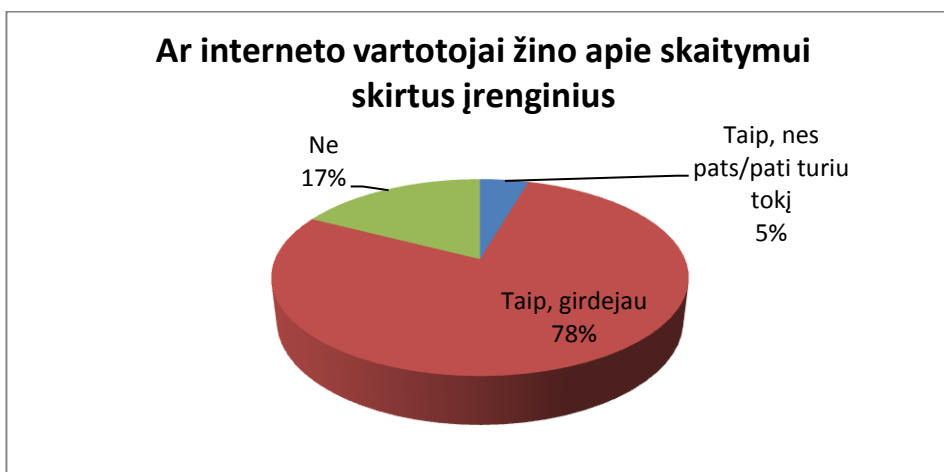
12 pav. El. leidinio pateikimo kriterijai pagal svarbą (%)

Kaip labiausiai jiems svarbius el. leidinio pateikimo kriterijus vartotojai išskiria informacijos kokybę (74 proc.) ir informacijos turinį (71 proc.). Tai rodo, kad vartotojas renkasi informaciją, kuri jam yra įdomi, aktuali ir patikima. Kitas pagal svarbumą įvardintas kriterijus – nesudėtingas informacijos pateikimas, kuris sudaro 39 proc. vartotojų atsakymų. Tai gali būti ir lengvas priėjimas prie dominančio el. leidinio, pati informacija pateikta aiškiai ir lakoniškiau nei spaudoje. Aplinkos dizainą (interaktyvumą) vartotojai vertina kaip svarbų ir tuo pačiu nelabai svarbų faktorių. Vartotojai galbūt dar nepratę prie interaktyvaus išskirtinio dizaino, kuris gali juos klaidinti, sukelti nepatogumų dėl formatų ar įrenginių nesuderinamumų atveriant tokį el. leidinį. Pagal gautus rezultatus matyti, kad vartotojams yra visiškai nesvarbu ar informacija nepažeidžia įstatymų. Patiems el. leidinių autoriams reikia stengtis apsaugoti ir stebėti savo darbus, kad nepasinaudotų jais kiti asmenys.

Šiuo metu mokamų el. leidinių internete kaina nedaug skiriasi nuo spausdintinio varianto, todėl klausta vartotojų, ar jie apskritai pirktų el. leidinius, jeigu jie būtų parduodami gerokai žemesne kaina nei spausdintiniai. Gauti rezultatai parodė, kad Lietuvos rinka dar nepasiruošusi mokamiems leidiniams (Priedas 8.3.), nes 45 proc. apklaustųjų nežino ar tokių leidinių jiems iš viso

reikia. 29 proc. vartotojų įsigytų mokamus pigesnius leidinius, tačiau tai vėlgi priklausytų nuo daugelio faktorių, tokių kaip leidinio segmentas, priėjimo galimybės ir prašoma kaina.

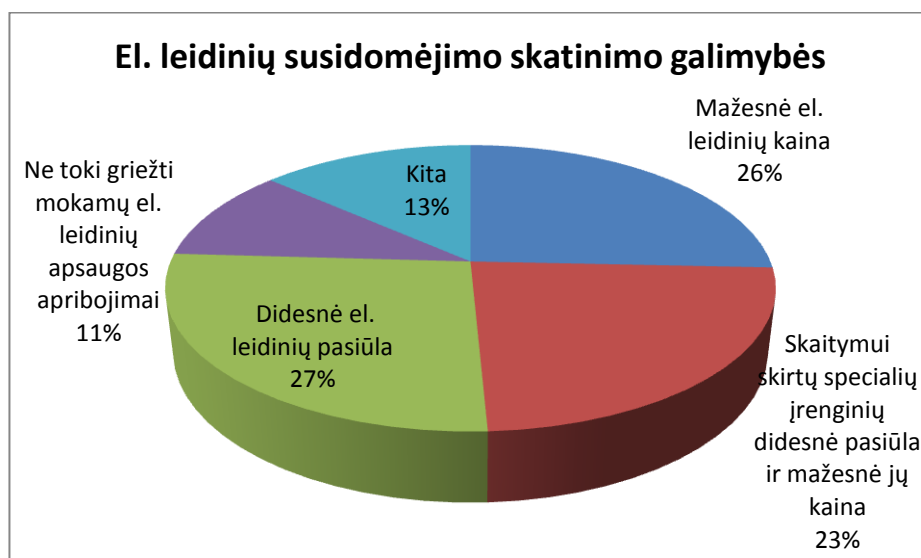
Kitas svarbus klausimas, el. leidiniams skirtų įrenginių paplitimas. Vis dar maža jų pasiūla ir aukšta kaina daugeliui vartotojų yra neprieinamas atributas. Todėl internetinėje apklausoje respondentų klausta, ar jie žino ką nors apie tokius rinkoje siūlomus įrenginius (13 pav.).



13 pav. Vartotojų žinios apie skaitymo įrenginius (%)

Atlikta apklausa parodė, kad specialius, el. leidiniams skaityti pritaikytus įrenginius, turi ir naudoja tik 25 respondentai (5 proc.) iš visų apklaustų asmenų. Tokie rezultatai rodo, kad rinka visiškai neužpildyta. Galima bandyti numatyti, jog paklausa tokiems įrenginiams atsirastų, jeigu būtų didesnė pasiūla ir mažesnė kaina, nes 78 proc. žino, kad tokie prietaisai yra.

Aiškinantis, kokios priemonės paskatintų interneto vartotojus labiau domėtis el. periodiniais leidiniais, jiems buvo pateikta keletas galimų jų susidomėjimą skatinančių variantų (14 pav.).



14 pav. Didesnį el. leidiniais susidomėjimą skatinančios galimybės (%)

Gauti rezultatai, pasiskirstę daugmaž vienodai: tiek ir mažesnė el. leidinių kaina, tiek ir didesnė jų pasiūla, kaip ir skaitymui skirtų specialių įrenginių didesnė pasiūla ir mažesnė jų kaina sudarytų palankias sąlygas el. leidybos plėtrai. Respondentams ne taip aktualu ar leidinys bus griežtai apsaugotas, šį atsakymą pasirinko tik 11 proc. respondentų.

Paskutiniame klausimu respondentai turėjo nurodyti, kas jų nuomone yra pranašesnis šiandien – ar tradicinis spausdintas leidinys, ar el. leidinys (15 pav.).



15 pav. Klausimas: Kaip manote, ar elektroniniai leidiniai pranašesni už tradicinius spausdintus leidinius? (%)

Kaip matyti diagramoje, respondentų nuomonės išsiskyrė, tačiau daugiausiai – 45 proc. nurodė, kad vis dėlto šie leidiniai yra lygiaverčiai. Toks pasiskirstymas rodo, kad kol kas vartotojams tiek esanti tradicinė spauda tiek ir el. leidiniai yra reikalingi. Vartotojai gali rinktis, kuriuo būdu jiems patogiau gauti reikalingą informaciją.

Atlikus internetinės apklausos tyrimo duomenų analizę galima apibendrinti, jog interneto naudojamumas Lietuvoje yra aukštas, žmonės vis dažniau informacijos ieško el. erdvėje, naudojami el. bankininkystės paslaugomis, skaito laikraščius, žurnalus. Spausdintinių leidinių įsigyjama vis mažiau, jiems išleidžiama suma neviršija 10 Lt per mėnesį. Apklaustų respondentų poreikis el. leidiniams yra aukštas, respondentų nuomone, šie leidiniai lenkia tradicinę spaudą pagal informacijos gavimo greitį. Dažniausiai skaitomi el. žurnalai ir el. laikraščiai. Skaitymui vartotojai skiria nemažai laiko per dieną. Renkantis kokią informaciją skaityti, vartotojai pirmumą teikia informacijos kokybei ir informacijos turiniui, o mažiausiai jam aktualu ar skaitomas straipsnis nepažeidžia įstatymų. Analizė taip pat parodė, jog el. leidiniams skaityti specialių įrenginių naudojamumas yra labai žemas, nors dauguma respondentų yra girdėję apie tokius rinkoje esamus įrenginius. Didesnį susidomėjimą el. leidiniais paskatintų: skaitymui skirtų specialių įrenginių

didesnė pasiūla ir mažesnė jų kaina, mažesnė el. leidinių kaina ir didesnė jų pasiūla. Apklausos dalyviai vienareikšmiškai pripažįsta, kad tiek tradicinės spauda, tiek el. leidiniai yra lygiaverčiai.

Apibendrinant galima teigti, kad Lietuvos vartotojams el. leidyba vis dar yra naujiena, inovacija, tačiau jie noriai skaito nemokamus el. leidinius ir tokiems leidiniams jų poreikis yra didelis. Toks požiūris sudaro pirmosios keliamos hipotezės pagrindą ir ją paneigia. Lietuvos vartotojai jaučia el. leidinių poreikį.

4.3. Leidėjų pasirengimo el. leidybai analizė

Siekiant išsiaiškinti, koks šiuo metu yra leidėjų pasirengimas el. leidybai, kokios, jų nuomone, rinkos perspektyvos ir su kokiomis problemomis jie susiduria, buvo atliktas kokybinis interviu tyrimas. Analizė atlikta remiantis transkribuotais respondentų interviu, kurie pateikti 3-6 prieduose.

Respondentai buvo atrinkti atsižvelgiant į tai, kokių leidinių grupę jie atstovauja. Tyrime dalyvavo du tradicinės spaudos leidėjai ir du atstovai dirbantys ir su el. leidiniais, vienas iš jų užsiima tik el. leidyba (Priedas Nr. 2). Toks, įvairių leidėjų pasirinkimas, leidžia atskleisti platesnį požiūrį į patį el. leidybos verslą.

Respondentams buvo užduoti klausimai apie el. periodinių leidinių rinkos perspektyvas, kas juos paskatino ar vis dar trukdo kurti el. leidinius, aptariamos socialinės, techninės, finansinės priežastys, aiškinamasi saugumo klausimai internetinėje aplinkoje, el. leidinių privalumai lyginant su tradicine spauda, skaitymo priemonių paplitimo vertinimas ir jų įtaka el. leidinių rinkai, el. leidinio populiarinimo, efektyvumo, gerinimo galimybės, informacijos apie el. leidinių publikavimą stoka.

Kalbant apie el. leidinių rinkos perspektyvas, respondentų nuomonės išsiskyrė. Tradicinės spaudos atstovas el. leidinius vertina neigiamai, mano, kad tokie leidiniai nėra naudingi jiems patiems, nes gali sužlugdyti spaudą, be to kyla daug problemų su informacijos nutekėjimu. Rinka yra perpildyta įvairios informacijos, kuri klaidina tiek reklamos užsakovus, tiek ir pačius skaitytojus. Tradicinės leidybos atstovo nuomone, el. leidiniai turi perspektyvas, nes dauguma jaunimo jau yra pripratę skaityti kompiuterio ekrane. Toks leidinys bus kaip alternatyva paremta patogumu. Respondentai teigia, kad tradicinė leidyba yra labai brangi, ir tai gali paskatinti pereiti į el. variantą.

El. leidinius publikuojantys atstovai pabrėžia, kad Lietuvoje maža rinka, tai išskiria, kaip didžiausią problemą. Jų teigimu, el. leidyba – tai tik laiko klausimas, kol kas viskas yra pereinamojoje stadijoje ir neaišku kas bus netolimoje perspektyvoje. Kita problema, kad Lietuvoje nėra sukurta įstatyminė bazė, skatinanti inovatyvų mastymą, iniciatyvą ir kūrybingumą. Dauguma gali pradėti

skaityti užsienio leidinius, kurie galutinai sužlugdys Lietuvos leidėjus. Pabrėžia, kad valdžios sudarytos sąlygos nėra palankios plėtoti nei tradicinę spaudą, nei el. leidybą.

Dauguma respondentų sutaria, kad tradicinė spauda greitai neišnyks, nes žmogui vis dar reikia patenkinti jo jusles, t.y., žmogui malonu paimti spausdintą leidinį, jį vartyti, tai tam tikra laisvalaikio praleidimo forma, kuri leidžia pailsėti nuo technologijų.

Aiškinantis kas paskatino ir kas trukdo leidėjams kurti el. leidinius, respondentų priežastys skyrėsi. Vieni leidėjai intensyviai veržiasi į el. leidybos rinką dėl reklamos pelno ir galimybės skaitytojams leidinį pasiūlyti pigiau, taip didinti jų susidomėjimą žurnalu. Kurti el. leidinių verslą taip pat paskatino domėjimasis, perspektyvos matymas ir tai, kad yra niša, kurią reikia kažkam užpildyti. Respondentai teigia, kad el. leidinys gali būti kitoks nei spausdintinis, jo informaciją galima papildyti vaizdo, garso medžiaga, padaryti jį interaktyvų. Publikuojantys el. leidinius leidėjai nėra tiksliai nusistatę priemonių, kaip jų leidinys galėtų išgyventi iš reklamos, todėl daugiau dėmesio skiria tradiciniai spaudos sklaidai ir populiarinimui. Vieno iš tradicinės spaudos atstovo daryti skaičiavimai nepasiteisino. Jo manymu internete per didelę konkurenciją ir didelę tikimybę, kad informacija nebus apsaugota, todėl savo spausdintinių leidinių kol kas dar nežada leisti el. formatu.

Kalbant apie esamą el. leidinių apsaugą ir prieinamumo pažeidimus, visi respondentai pripažįsta, kad nėra priemonių, kurios visiškai apsaugotų el. leidinius. Vienas iš respondentų pabrėžia, kad neverta saugoti, o reikia daryti taip, kad skaitytojui būtų patogų nusipirkti, būtų nesudėtinga surasti el. leidinį ir jį įsigyti už prieinamą kainą. Leidėjams reikia didinti žmonių sąmoningumą įsigyti mokamus leidinius, o ne apsaugoti.

Respondentai vertindami el. leidinių pranašumus prieš tradicinę spaudą, pataisė, kad taip leidinių lyginti nedera, nes abu yra reikalingi, tiesiog kiekvienas žmogus renkasi kas jam yra geriau.

Tradicinės leidybos atstovai teigia, kad popierinė spauda suteikia skaitymo džiaugsmą jaučiant leidinį jį paėmus į rankas. Respondentų nuomone, abu leidinių formatai turėtų būti lygiaverčiais partneriais, papildyti vienas kitą, o ne konkuruoti. Abu variantai nėra tobuli, todėl ir vienas ir kitas leidinys turi savų minusų ir plusų. Tradicinius ir el. leidinius publikuojančio pašnekovo nuomone, el. leidinys skaitytoją daro labiau priklausomą nuo pačio prietaiso ir interneto ryšio, skirtingai nei spausdintiniai, tačiau spausdintiniai leidiniai nėra dinamiški, jų turinys yra ribotas.

Pradėjus leisti el. leidinį yra didelė tikimybė, kaip teigia Stahl ir kt. (2004), kad popierinio formato skaitytojų sumažės, todėl buvo klausta leidėjų, ar jų tai negąsdina. Šiuo klausimu leidėjų nuomonės išsiskyrė. Tradicinės spaudos atstovai sutinka, kad pradėjus leisti el. leidinius, kurie bus neapmokestinami, tikrai egzistuoja tikimybė prarasti potencialus skaitytojus. Tačiau akcentuoja, jog nėra taip svarbu ar skaitytojas pasirinks popierinį ar el. formato leidinį, svarbiausiai pritraukti kuo

didesnį susidomėjusių leidinių vartotojų skaičių. Todėl baimės prarasti popierinio varianto skaitytojus – nėra. El. leidyba užsiimantis respondentas taip pat teigia, jog tradicinės leidybos atstovai neturėtų užsidaryti, o kaip tik stengtis pateikti savo leidinius el. formatu, nes tai skatina leidinio populiarinimą, yra daroma tam tikra reklama. Be to, paskaitęs straipsnius internete, vartotojas galbūt susidomės ir spausdintu leidiniu ir jį nusipirks.

Tradicinės ir el. leidybos atstovas pripažįsta, kad prasideda naujas technologijų etapas, todėl reikia tam ruoštis. Jaunoji karta jau „užauga su kompiuteriu“, todėl ir leidiniai jiems priimtinesni el. formatu. Mažėjančios tradicinės spaudos tendencijos vyrauja ne tik Lietuvoje, bet ir visame pasaulyje, todėl tradicinius leidinius pravartu leisti ir el. formatu. Jaunajai kartai susiformavę įpročiai sėdėti prie kompiuterio ir įsijungti savo mėgstamą interneto žiniasklaidos priemonę, o senoji karta vis dar turi įprotį iš ryto skaityti tradicinę spaudą. Tradicinės ir el. leidybos atstovas pabrėžia, kad svarbiausia „kuriamą turinį tinkamų būdu pateikti, kuo įvairesne forma“.

Skaitymui skirtų įrenginių populiarėjimo tendencija matoma visame pasaulyje. Toks augimas turi padaryti didelę įtaką ir el. leidybai. Todėl klausta leidėjų nuomonės, kokią įtaką, šių įrenginių atėjimas į rinką, turės el. leidinių plėtrai.

Visi respondentai sutinka su teiginiu, kad sumažinus skaityklių, planšetinių kompiuterių ir kitų skaitymui skirtų įrenginių kainą, el. leidinių skaitomumas būtų daug didesnis. Tradicinės spaudos atstovas mano, kad išpopuliarėjus skaitymui skirtiems prietaisams turėtų būti ir didelė el. leidinių pasiūla, ko šiuo metu nėra. Todėl kyla klausimas: Kas pirmiau turi atsirasti ar planšetinių kompiuterių naudojamumas, ar daugiau el. leidinių, kad atsirastų poreikis juos skaityti? El. leidinių atstovas teigia, kad „jei kiekvienas turėtų įrenginį, – tai automatiškai atsirastų poreikis ir pirkti, ir nelegaliai vartoti.“ Paminėta viena iš didžiausių problemų – nelegalus el. leidinių vartojimas. Su šia problema kovojama įvairiais būdais ir priemonėmis, bet kol kas nėra sukurta viena, tiek leidėjams, tiek ir vartotojams, priimtina apsaugos priemonė.

Mažos šalies rinkoje, dažniausia trūksta informacijos apie tam tikro verslo tobulinimą, gerinimą. El. leidybos verslas – ne išimtis. Tradicinės leidybos atstovai teigia, kad jiems informacijos apie el. leidybos verslą neužtenka. Ji yra slepiama, nes už ją reikia mokėti nemažus pinigus, o konkurentai tokia informacija nesidalina. Sukurti stabilų, gerai veikiančią el. leidinį reikia įdiegti apsaugas, į jį daug investuoti, kad vėliau jis atsipirktų. Viena iš tradicinės leidybos atstovo nuomone, didžiausia problema – nuolatinė el. leidinio priežiūra. El. leidybos atstovų nuomone, informacijos yra daug tačiau reikia ją mokėti atsirinkti. Vienas iš respondentų, kaip didžiausią problemą išskiria informacijos anglų kalba gausą, kuri skaitytojus gali pastūmėti pereiti prie leidinių užsienio kalba. Lietuvos leidėjai gali prarasti savo skaitytojus, kurie mieliau skaitys el. leidinį originalo kalba. Kitas el. leidybos atstovas, teigia, kad jam trūksta programavimo, techninio išmanymo, kuris jam padėtų siekti didesnio pelno, kartu siekiant, kad tai būtų naudinga ir pačiam

vartotojui. Galima prieiti prie išvados, kad Lietuvos leidėjai mažai suvokia apie technines el. leidinio savybes, publikavimo ypatumus, o tai riboja jų galimybes plėtoti el. leidinių verslą.

Atsakydami į klausimą, ko reikėtų kad leidinys būtų populiarus, leidėjai pateikė daug skirtingų nuomonių. Tradicinės leidybos atstovų teigimu, el. leidinys turi būti aktualus šiai dienai, neatsilikti nuo technologijų, padėti žmogui spręsti gyvenimo problemas. Vienas iš leidėjų pabrėžia, kad labai svarbu pasirinkti tinkamą segmentą, kuriam tavo leidinys priklauso. Reikia išsiaiškinti, ką skaitytojas nori gauti iš el. leidinio, ir pateikti tik jam aktualią informaciją, pavyzdžiui, apie jo darbą, hobį, sveikatą ar kt. Ši leidėjo nuomonė sutampa su vartotojų nuomone, kad svarbiausiai el. leidinyje – informacijos turinį. Tačiau, ar el. leidinys bus populiarus, labiausia lemia, kokia kaina jis bus siūlomas. Vartotojų apklausoje tik 29 % respondentų atsakė, kad sutiktų mokėti už el. leidinius, jeigu jie būtų pigesni nei spauda. Dauguma dar nėra, apskritai, apsisprendę, ar jiems yra priimtina mokėti už gaunamą informaciją internete. Tradicinės leidybos atstovo nuomone, skaitytojui svarbu, „į ką jis gali mažiausiai investuoti ir gauti didžiausią naudą, t.y. investuoti mažiausiai laiko, mažiausiai pastangų, mažiausiai pinigų“. El. leidinys, kuris atsižvelgtų į vartotojo poreikius, tikrai atneštų didelį pelną, tačiau tokiems tyrimams reikia daug laiko. Mokslas ir technologijos tobulėja, žmonių poreikiai keičiasi, todėl tokie tyrimai nespėja jų „vytis“.

El. leidybos atstovai, kaip svarbiausius kriterijus, kurie paskatintų vartotojus domėtis el. leidiniais, taip pat išskiria ir tinkamą turinio pateikimą ir prieinamą kainą. Kiti svarbūs veiksniai – patogaus įrenginio turėjimas ir greitai, nesudėtinga prenumerata. Vienas iš el. leidybos atstovų teigia, kad skaitytojams reikia „objektyvių faktų dėstymo be papildomų autorių interpretacijų“. Leidinys turėtų pasisekima, jeigu jis būtų orientuotas į vartotojo poreikius ir padėtų jam priimti sprendimus bet kokioje situacijoje.

Vienas iš tradicinės spaudos atstovų skeptiškai žiūri į el. leidybos rinką. Jo nuomone, nėra reikalo pereiti į el. leidybą, nes nei ekonominė, nei politinė situacija neverčia to daryti, be to rinka yra neaiški, nenusistovėjusi. Kaip techninę problemą, kuri sukeltų finansinius sunkumus tiek leidėjams, tiek ir skaitytojams, išskiria planšetinių kompiuterių mažą paplitimą ir aukštą kainą. Taip pat, kaip neigiamą faktą įvardija nemažą formatų paplitimą, kurių nesuderinamumas verčia skaitytojus taikytis prie skaitymo įrenginio. Kitas tradicinės spaudos atstovas teigiamai žiūri į el. leidinius ir pabrėžia, kad technologijos sparčiai tobulėja ir skatina leidinių perėjimą į el. erdvę. Žmonėms atsiranda vis didesnis poreikis informaciją susirasti ir gauti pasinaudojus internetu, todėl el. leidinį būtina publikuoti, ką ir planuoja daryti tradicinės spaudos atstovas. Didžiausia problema stabdanti perėjimą į el. leidybą, tai – finansinė padėtis. Respondento nuomone, investavus į el. leidinį, reikės nemažai laiko kol jis atsipirks.

El. leidybos atstovus paskatinusi kurti el. leidinius techninė priežastis: technologijų tobulėjimas, kurį, jų teigimu, reikia išnaudoti. Internetas suteikia daug galimybių, perduodama

greitai ir didelis informacijos kiekis. Kaip finansinę priežastį, įvardija galimybę uždirbti iš el. leidybos versle, tačiau teigiama, kad esant tokiai situacijai Lietuvoje, tokia šaka nėra labai pelninga.

Aiškinantis padedančių kurti ar gerinti el. leidybos verslą konkrečių pasiūlymų poreikį, respondentų nuomonės išsiskyrė. Vienas tradicinės spaudos atstovas kol kas apskritai nejaučia poreikio gauti naudingos informacijos apie el. leidinius, nes jam tai kol kas nėra aktualu. Be to, teigia, kad tokių asmenų siūlančių tobulinti jo verslą neatsiranda. Kitam tradicinės spaudos atstovui pasiūlymai yra reikalingi ir laukiami. Kiti leidybos atstovai taip pat pripažįsta, kad būtų įdomų gauti pasiūlymų, kurie padėtų gerinti jų verslą, tačiau labai didelio poreikio tam nejaučia.

Apibendrinant atlikto kokybinio tyrimo rezultatus, galima pastebėti, kad dauguma respondentų rėmėsi savo praktine, kaip specialisto, patirtimi arba kalbėjo iš vartotojo pusės. Taip pat respondentai išskyrė tam tikrus aspektus, kurie nebuvo minėti mokslinėje literatūroje, tačiau realiai egzistuoja, kaip, pavyzdžiui, grėsmė, jog dauguma vartotojų ateities perspektyvoje rinksis skaityti užsienio leidinius, arba valdžios sudarytos nepalankios sąlygos plėtoti tiek tradicinę spaudą, tiek el. leidybą. Kai kuriais atvejais, palyginti su užsienio moksline literatūra, galima pastebėti tam tikras internetines pasaulines tendencijas el. leidybos srityje ir Lietuvoje, paminėtina, akivaizdžiai jaučiama spausdintinių leidinių transformacijos būtinybė. Kita vertus, lyginant pasaulines ir Lietuvos tendencijas, visada reikia atsižvelgti į tai, jog Lietuvos rinka yra labai maža.

Lietuvos leidėjai nėra tikri dėl savo turimų naujausių technologijų žinių pakankamumo. Šis požiūris sudaro antrosios keliamos hipotezės pagrindą, todėl galima teigti, jog leidybos atstovų technologinis pasirengimas el. leidybai vis dar yra silpnas, hipotezė pasitvirtino.

IŠVADOS

1) *Tendencijos ir samprata.*

- Išanalizavus tendencijas, galima teigti, kad:
 1. Lietuva, kaip ir daugelis Europos valstybių, išgyvena leidybos transformacijos laikotarpį.
 2. Tradicinės spaudos paklausos mažėjimas skatina leidėjų perėjimą į el. leidybą arba šio verslo žlugimą.
 3. Pasaulyje sparčiai plintanti el. leidyba ir vartotojų skatinimas mokėti už turinį, verčia ir Lietuvos leidėjus imtis šio el. verslo, kurio dalis neatsiejama nuo el. komercijos.
- Išanalizavus el. leidybos sampratą matyti, jog el. leidyba dažnai yra lyginama su tradicine: jai priskiriami tradicinės žiniasklaidos bruožai, verslo modeliai, lyginami privalumai, trūkumai ir skirtumai, naudojama panaši architektūra.
- Sėkmingam el. leidinio publikavimui būtina laikytis nustatytų reikalavimų: naudojamumo, prieinamumo, patikimumo ir tęstinumo.
- Elektroninis periodinis leidinys gali būti spausdinto leidinio versija, kuriame iš esmės atkuriamas spausdinto dokumento turinys, teksto išdėstymas puslapiuose, iliustracijos ir pan. arba tik elektroninis periodinis leidinys, neturintis spausdintų analogų. El. leidinys yra interaktyvus, pasiekiamas iš bet kurios vietos, jo greitas publikavimas ir paieška, jo gamybos kaštai mažesni nei spausdinto varianto. El. leidinys turi daug pranašumų, tačiau ir nemažai trūkumų, tokių kaip nepatogumas jį skaitant, formatų nesuderinamumas ir kt.

2) *Verslo modeliai.*

- Tradicinė verslo modelio samprata nurodo keturias pagrindiniais elementų sąveikas, kurios leidžia nustatyti, koks el. leidinys turi būti leidžiamas, kokiai auditorijai skirtas, kas bus jo finansiniai šaltiniai ir kokie techniniai veiksmai reikalingi, kad šis el. leidinys gyvuotų ir neštų pelną.
- Išanalizavus pagrindinius el. leidiniams publikuoti skirtus verslo modelius, galima teigti, kad:
 1. Vieno ir visiems el. leidiniams tinkančio modelio nėra.
 2. Įvairūs esami modeliai jungiami ir atrandami vis naujesni, kurie kuriami orientuojantis į tam tikrą rinką ir verslo strategiją.
 3. Verslo modelyje svarbiausia technologinės naujovės, kurios pritraukia tiek skaitytojus, tiek ir investicijas.

4. Būtina analizuoti, tiek ir spausdintų leidinių perkėlimą į elektroninę erdvę, tiek ir pačios elektroninės žiniasklaidos idėjas, kurių kombinacija gali būti sėkmingo verslo modelio pavyzdys praktikoje.

3) *Technologiniai sprendimai.*

- Apžvelgus esamus el. leidybos formatus ir skaitymui skirtus įrenginius, galima daryti išvadas, kad:
 1. Populiariausi el. leidiniams publikuoti skirti nemokami standartai: HTML, PDF, EPUB.
 2. Renkantis formatą, būtina atsižvelgti ir į skaitymui skirtų įrenginių pasiūlą ir jų paplitimą.
 3. Siūloma nesirinkti įrenginių, kurie turi galimybę atidaryti tik uždarus standartus, nes taip skatinamas vieno gamintojo produktų naudojimas, nėra laisvės prieiti prie viešos informacijos.

4) *Lietuvos realijos.*

- Atlikus visapusišką tyrimą, galima teigti, kad Lietuvos rinka el. leidiniams yra labai maža, tad taikant tam tikrą el. leidybos modelį būtina atsižvelgti į vartotojų poreikius. Lietuvos vartotojams el. leidyba vis dar yra naujiena, inovacija, tačiau jie noriai skaito nemokamus el. leidinius, jais domisi. Skaitytojai pirmumą teikia informacijos kokybei ir informacijos turiniui, o mažiausiai jam aktualu ar skaitomas straipsnis nepažeidžia įstatymų.
- Atliktas interviu atskleidė, kad leidėjai Lietuvoje vis dar nusiteikę skeptiškai el. leidinių atžvilgiu, tačiau supranta, jog naujos technologijos sparčiai plinta, ir pripažįsta, kad tam reikia ruoštis. Kaip didžiausią problemą leidybos atstovai įvardina – mažą rinką, informacijos nutekėjimą (plagijavimą) ir įstatyminės bazės skatinančios inovatyvų mastymą, iniciatyvos ir kūrybingumo nebuvimą.
- Galima prieiti prie išvados, kad esminė el. periodinės leidybos problema Lietuvoje, nėra geros verslo strategijos ir perėjimo į el. leidybą modelio. Taip pat per maža skaitymui skirtų įrenginių pasiūla ir per didelė jų kaina. Apžvelgus techninius faktorius galima daryti išvadas, kad reikalingas papildomas dėmesys saugumo užtikrinimui, formatų suderinamumui, kurie Lietuvoje dar nėra tinkamai neįgyvendinti.

REKOMENDACIJOS IR PASIŪLYMAI

El. leidybos verslo sprendimai.

- Leidėjams rekomenduojama, prieš pradėdant publikuoti savo el. leidinius, pasidomėti esama rinka ir konkurencija, sudaryti vartotojų galimus segmentus ir tirti jų poreikius.
- Publikuoti tik dalį naujausios turinio informacijos, kuri sudomintų skaitytoją ir galbūt paskatintų jį įsigyti pilną publikuojamą el. leidinį.
- Leidėjai galėtų suteikti galimybę savo leidinio skaitytojams pigiau įsigyti specialius prietaisus el. leidiniams skaityti su sąlyga, kad jo el. leidinys bus prenumeruojamas.
- Būtina techniškai sutvarkyti, jog vartotojas greitai rastų norimą el. leidinį, ir sukurti nesudėtingą apmokėjimo procesą, jeigu el. leidinys apmokestintas.
- Leidėjams rekomenduojama, bet koku atveju, publikuoti leidinius internete, nes el. leidinio publikavimas kiekvienam spausdintam leidiniui būtų tam tikra reklama, kartu tai puiki terpė bendrauti su skaitytojais, gauti grįžtamąjį ryšį.

Technologiniai sprendimai.

- El. leidiniai, kurių visuotinė prieiga yra ribojama, galėtų būti apsaugoti nuo atgaminimo ir platinimo papildomai panaudojant technines apsaugos priemones. Patartina naudoti DRM apsaugą, kuri turi skirtingas sistemas ir leidžia el. leidinį apsaugoti įvairiais lygiais. Pasiūlymas būtų naudoti „Socialinį DRM“, kuris leidžia pirkėjui gauti atvirą failą su įrašytais savo duomenimis. Aktyvavus el. leidinį, jis autorizuojamas kompiuteryje ar kitame skaitymui pritaikytame įrenginyje panaudojant ID kodą. Kodas suteikia vartotojui teisę į įsigytą el. leidinį, taip pat leidžiama ir 2-5 kartus jį kopijuoti. Ši technologija leidėjui leis apsaugoti savo kūrinį, kad jis nebūtų įrašinėjamas masiškai, kartu perdėtai neribos ir vartotojo.
- Netolimoje perspektyvoje į el. leidinių tvarkymo sistemą būtų tikslinga įdiegti el. leidinių autorių teisių valdymo priemones, kurios galėtų automatiškai diferencijuoti vartotojus ir jiems suteikiamas prieigos teises, atsižvelgiant į intelektinės nuosavybės įstatymus, kurie apibrėžia naudojimo ribas. Rekomenduojama naudoti specialius ID kodus, slaptažodžius, aparatūrines technines apsaugos priemones. Tuomet el. leidinio skaitymas galimas tik atpažįstant įrenginį su varotojo ID kodu arba įvedus tam tikrą slaptažodį, kuris suteikia prieigą prie informacijos.
- Leidėjams rekomenduojama savo kūrinius registruoti skaitmeninėse objekto identifikatorių sistemose, kurios leidžia autoriams bendradarbiauti, kartu užtikrinti ir jų informacijos patikimumą, lengvą suradimą ir apsaugotas autorines teises. Pasiūlymas – naudoti skaitmeninio objekto identifikatorių DOI. Jis suteikiamas intelektinės nuosavybės objektui ir naudojamas jam

skaitmeninėje erdvėje identifikuoti. Informacija apie tą el. leidinį gali kisti, tačiau DOI vardas nekis.

- El. leidinių autoriams, kurie publikuoja ar dar tik ruošiasi publikuoti savo el. periodinį leidinį, reikėtų gerai apsvarstyti, kokį standartą pasirinkti, kad jų leidinį galėtų skaityti kuo didesnis skaitytojų skaičius, neatsižvelgiant į skaitymo priemonių įvairovę. Atlikus formatų apžvalgą el. leidiniams publikuoti patartina naudoti .pdf, .epub formatus, kurie yra plačiausiai paplitę ir palaiko beveik visas el. leidybos skaitymo ir formatavimo funkcijas.
- Rekomenduotina naudoti atviro standarto formatus, kurie turi daugiau privalumų nei uždari formatai. Prie tokių el. leidinių lengviau prieiti, tai padidina galutinio vartotojo pasirinkimo laisvę ir šis standartas neteikia pirmenybės vienam realizuotojui.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. В. А. Вуль. Общая характеристика электронных изданий. <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook119/01/index.html>. Žiūrėta: 2011 01 06.
2. E. leidybos sistemos architektūra. <http://edok.sf.library.lt/leidyba/3MM/fcontent.html>. Žiūrėta: 2011 01 06.
3. Informacijos šaltiniai. <http://www.ir.mb.vu.lt/informacijos-saltiniai>. Žiūrėta: 2011 01 20.
4. L. Šarlauskienė. Elektroninių periodinių leidinių leidyba. *Informacijos mokslai*. 2000, nr. 14, p. 95-104. ISSN 1382–0561.
5. Living books and dynamic Electronics libraries. <http://crics3.bvsalud.org/cgi-bin/crics3/text0?id=crics3-mr1.2-mr1.2.1-02>. Žiūrėta: 2011 01 20.
6. T. Henderson, D. Kotz, ir I. Abyzov. The changing usage of a mature campus-wide wireless network. International Conference on Mobile Computing and Networking archive, Proceedings of the 10th Annual international Conference on Mobile Computing and Networking, Philadelphia, PA, 2004, p. 187-201.
7. P.G. Shotsberger, ir R. Vatter. Teaching and learning in the wireless classroom, Computer. 2001, 34:3, p. 110–111.
8. D.C. McFarlane. Interruption of people in human – computer interaction: A general unifying definition of human interruption and taxonomy. N. R. Laboratory, ed., 1997.
9. What is Multitasking? <http://www.wisegeek.com/what-is-multitasking.html>. Žiūrėta: 2011 01 22.
10. P.G. Barker. Electronic libraries of the future. Encyclopedia of library and information science. New York, 1997.
11. S. Baker, J. Hempel. The Future of Technology. Wiser about the Web. Business Week, 2006.
12. R. Clarke. Open source software and open content as models for eBusiness. In: international ecommerce conference. Slovenia, 2004.
13. UAB „Verslo žinios“. Pernai žiniasklaidoje reklamos mažėjo tik spaudoje. http://vz.lt/rss/straipsnis/2011/02/09/Pernai_ziniasklaidoje_reklamos_mazejo_tik_spaudoje2. Žiūrėta: 2011 02 15.
14. J. G. Lynch, D. Ariely. Wine Online: Search costs affect competition on price, quality, and distribution. *Marketing Science*, 19 83-103, 2000.
15. L. Schaupp, ir F. Bélanger. A conjoint analysis of online consumer satisfaction. Journal of Electronic Commerce Research, 2005 p. 6, 2, 95-111.
16. „Leidykla Vaga“ vyriausioji redaktorė A. Puzauskaitė. El. skaityklių populiarumui koją kiša menka lietuviškų el. knygų pasiūla. <http://www.pinigukarta.lt/naujienos-nuomones/makroekonomika-naujienos/it-naujienos/elektroniniu-skaitikliu-populiarumui-koja-kisa-menka-lietuvisku-elektroniniu-knygu-pasiula#more-13379>. Žiūrėta: 2011 02 05.
17. В США онлайн-новости победили газеты. <http://www.lenta.ru/news/2011/03/14/pew/>. Žiūrėta: 2011 03 20.
18. „The New York Times“ Announces Digital Access With In App Subscriptions. <http://www.macrumors.com/2011/03/17/the-new-york-times-announces-digital-access-with-in-app-subscriptions>. Žiūrėta: 2011 03 18.
19. Газета NYT вводит частичную оплату доступа к онлайн-контенту <http://www.digit.ru/business/20110317/381323995.html>. Žiūrėta: 2011 03 18.

20. Как одинокая писательница заработала миллионы без издательств.
<http://showtime.delfi.lv/news/assorts/news/kak-odinokaya-pisatelnica-zarabotala-milliony-bez-izdatelstv.d?id=37308947>. Žiūrėta: 2011 03 18.
21. S. Hitchcock, L. Carr. A Survey of STM online Journals 1990-1995: The Calm Before the Storm. Directory of Electronic Journals, Newsletters and Academic Discussion Lists. Washington DC, Association of Research Libraries. Office of Scientific and Academic Publishing. 1996. p. 7-28.
22. Trečdaliu auga „15 min“ tiražas. <http://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/trecdaliu-auga-15-min-tirazas-56-140050>. Žiūrėta: 2011 03 10.
23. Lietuvos spaudos statistika 2009 m. www.lnb.lt/doc/bkc/statistika2009.pdf. Žiūrėta: 2011 03 10.
24. Gyventojų skaičius metų pradžioje ir vidutinis metinis gyventojų skaičius. Požymiai: gyvenamoji vietovė, lytis.
<http://db1.stat.gov.lt/statbank/SelectVarVal/Define.asp?Maintable=M3010201&PLanguage=0>. Žiūrėta: 2011 03 10.
25. Lietuvos statistikos metraštis. www.stat.gov.lt/uploads/metraštis/LSM_2010_Lt.pdf. Žiūrėta: 2011 03 10.
26. Gemius Baltic, gemiusAudience <http://www.audience.lt/>. Žiūrėta: 2011 03 15.
27. „TNS LT“ duomenys. <http://www.tns.lt/lt/ziniasklaidos-tyrimai-nacionalinis-skaitytoju-tyrimas-duomenys-baltijos-saliu-leidiniu-skaitomumas-2010-ruduo>. Žiūrėta: 2011 03 15.
28. R. Venkatesh, R. Chatterjee. Bundling, Unbundling, and Pricing of Multiform Products: the Case of Magazine Content. Journal of Interactive Marketing, 2006, p. 21-40.
29. Autorių teisių apsauga. Autorių teisės. <http://proin.ktu.lt/~webdev/index.php/teiss/autori-teisi-apsauga/6-puslapis>. Žiūrėta: 2011 04 02.
30. Autorių teisių apsauga. Gretutinės teisės. <http://proin.ktu.lt/~webdev/index.php/teiss/autori-teisi-apsauga/8-puslapis>. Žiūrėta: 2011 04 02.
31. Q. Liu, R. Safavi-Naini ir N. P. Sheppard Digital Rights Management for Content Distribution. 2003. URL: <http://crpit.com/confpapers/CRPITV21ALiu.pdf>.
32. What is DRM? Digital Restrictions Management.
http://www.defectivebydesign.org/what_is_drm. Žiūrėta: 2011 03 04.
33. TinHat. eBooks and Digital Rights Management (DRM), for ePublishers.
http://www.tinhat.com/ebooks_epublishing/epublishers_drm.html. Žiūrėta: 2011 03 25.
34. K. Coyle. The Technology of Rights: Digital Rights Management. Based on a talk originally given at the Library of Congress, November 19, 2003. URL:
http://www.kcoyle.net/drm_basics.pdf.
35. Info for Publisher. <http://www.crossref.org/02publishers/index.html>. Žiūrėta: 2011 03 05.
36. File format. http://en.wikipedia.org/wiki/File_format. Žiūrėta: 2011 03 05.
37. Pavlik J. V. *New Media Technology*. USA, 1998.
38. Comparison of e-book formats. http://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_e-book_formats. Žiūrėta: 2011 03 10.
39. Standartas. <http://lt.wikipedia.org/wiki/Standartas>. Žiūrėta: 2011 03 10.
40. N. Bliūdžiuvienė. Standartizacija: samprata ir rezultatai. ISSN 0204–2061. KNYGOTYRA. 2008. URL: <http://www.leidykla.vu.lt/fileadmin/Knygotyra/51/192-211.pdf>.

41. K. Molholm Standards and interoperability. *Information Services & Use*, 2006, no. 26, p. 29–37.
42. D. O. Stephens, International standards and best practices in RIM. *Information Management Journal*, 2000, vol. 34, no. 2, p. 68–71.
43. W. Dich. Technology & Standards Watch. XML-based Office Document Standards, 2007. URL: <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/techwatch/tsw0702.doc>.
44. Adobe® Portable Document Format. Version 1.7, November 2006, URL: http://www.adobe.com/content/dam/Adobe/en/devnet/acrobat/pdfs/pdf_reference_1-7.pdf.
45. Dėl Elektroninės valdžios koncepcijos patvirtinimo. http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=198184. Žiūrėta: 2011 02 25.
46. Britain's love affair with the Kindle confirmed: It was the best-selling gadget this year. <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-1342830/Kindle-Amazons-best-selling-product-2010.html>. Žiūrėta: 2011 03 04.
47. Google opens e-book store in Kindle challenge. http://www.google.com/hostednews/afp/article/ALeqM5g2Hr-Mh_RIPiBWolbHEosvEaJUba?docId=CNG.a6128ca07e64f9fd6daa0b6d7193cca8.721. Žiūrėta: 2011 03 04.
48. In Price War, E-Readers Go Below \$200. *The New York Times*. <http://www.nytimes.com/2010/06/22/technology/22reader.html?r=1&ref=technology/>. Žiūrėta: 2011 03 14.
49. E-Reader Sales to see a Boom by 2013. <http://www.mobile-broadband.org.uk/news/e-reader-sales-to-see-a-boom-by-2013/>. Žiūrėta: 2011 03 14.
50. The Magazine Subscription Website Business Model. http://www.mequoda.com/articles/subscription_websites/the-magazine-subscription-website-business-model/. Žiūrėta: 2011 03 10.
51. Pros and Cons of an E-book Reader. <http://www.dotnet-fr.org/pros-and-cons-of-an-e-book-reader.html>. Žiūrėta: 2011 03 10.
52. Navigating the eReader Labyrinth. <http://sacramentobookreview.com/archive/ereaders/>. Žiūrėta: 2011 03 11.
53. E-book popularity set to increase this year. <http://www.redsauce.com/e-book-popularity-set-to-increase-this-year-5653>. Žiūrėta: 2011 03 11.
54. Survey of Kindle, Nook, iPad, Sony and OverDrive eBook Store Collection Size. <http://www.ebookreaderguide.com/2011/03/13/kindle-nookcolor-ipad2-sony-overdrive-which-ebookstore-has-most-ebook-titles/>. Žiūrėta: 2011 03 10.
55. Agmis pasirašė sutartį dėl ES iš dalies finansuojamų elektroninio formato leidinių mokslinių tyrimų. <http://agmis.lt/ltu/News/E-book-funding>. Žiūrėta: 2011 03 10.
56. R. Stutley. *Pavyzdinis verslo planas*. Kaunas: Smaltijos leidykla, 2005.
57. J. Hentrich. B2B-Katalog-Management – E-Procurement und Sales im Collaborative Business. Galileo Press, 2001.
58. V. Urbonas. *Pasaulio žiniasklaidos sistemos*. Klaipėda: Klaipėdos universitetas, 2003.
59. J.P. Baron, M.J. Shaw, A.D. Bailey. Web-based E-catalog Systems in B2B Procurement, in: *Communications of the ACM*, 43, Jg., Nr. 5, 2006, p. 93-100.
60. W. Dangelmaier, A. Schmidtman, W. Felser. Jenseits vom Warenkorb, in: *Absatzwirtschaft*, 43, Jg., Nr. 3, 2000, p. 110-116.

61. St. Kaplan, M. Sawhney. E-Hubs: The New B2B Marketplaces. *Harvard Business Review*, 78. Jg., Nr. 3, 2000, p. 97-103.
62. M. Fetscherin, G. Knolmayer. Business models for content delivery: an empirical analysis of the newspaper and magazines industry, *The International Journal on Media Management*, Vol. 6 Nos 1/2, 2004.
63. A. Osterwalder, Y. Pigneur. Proceedings of the 5th international conference on Electronic commerce (ICEC '03) Association for Computer Machinery, NY, USA ISBN:1-58113-788-5 DOI: 10.1145/948005.948061, 2003. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.139.4002&rep=rep1&type=pdf>.
64. P. Goodwin. Concentration: Does the Digital Revolution Change the Basic Rules of Media Economics? *The Economics of the Mass Media*. Northampton, MA: USA, 2006. p. 555-571.
65. R. G. Picard. Changing Business Models of Online Content Services – Their Implications for Multimedia and Other Content Producers. *JMM – The International Journal on Media Management* 2000. URL: www.robertpicard.net/PDFFiles/ChangingBusinessModels.pdf
66. S.M. Mings, P.B. White. Profiting from online news: the search for viable business models, in Kahin, B. and Varian, H.R. (Eds). *Internet Publishing and Beyond: The Economics of Digital Information and Intellectual Property*, MIT Press, Cambridge, MA, 2000.
67. S. Outing. *Newspaper and New Media: The Digital Awakening of the Newspaper Industry*, Graphic Arts Technical Foundation, Pittsburgh, PA, 2000.
68. F. Stahl, M.-F. Schafer, ir W. Maass. Strategies for selling paid content on newspaper and magazine web sites: an empirical analysis of bundling and splitting of news and magazine articles, *The International Journal on Media Management*, Vol. 6 Nos ½, 2004. URL: www.alexandria.unisg.ch/export/PDF/Publikation/13002.pdf.
69. D. Kolb. *Experiential Learning: Experience as a Source of Learning and Development*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 1984.
70. R. Yin. *Case study research: Design and methods* (2nd ed.). Beverly Hills, CA: Sage Publishing. 1994.
71. R. Stake. *The art of case research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1995.
72. N. K. Denzin, Y. S. Lincoln. *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks (Calif.), 1994.

PRIEDAI

Priedas Nr. 1

Preliminarūs interviu klausimai:

1. Kaip vertinate dabartinę elektroninių leidinių rinką ir jos perspektyvas?
2. Ar leidžiate el. leidinius? Kas paskatino (-ų) juos kurti?
3. Ar leisdami el. leidinį esate (būtumėt) tikri dėl jo apsaugos ir prieinamumo pažeidimų?
4. Kaip manote, ar el. leidiniai pranašesni už tradicinius spausdintus leidinius?
5. Ar nebijote, kad leisdami el. leidinį galite prarasti popierinio varianto skaitytojus?
6. Kaip manote ar mažesnė skaitymui skirtų įrenginių kaina paskatintų labiau domėtis el. leidyba?
7. Ar užtenka informacijos apie el. leidinius, jų publikavimo galimybes?
8. Koks Jūsų manymu turėtų būti el. leidinys, kad visuomenė susidomėtų juo, jį prenumeruotų?
9. Kokios techninės, finansinės ar socialinės priežastys paskatino (trukdo) Jums kurti el. leidinį?
10. Ar jaučiate poreikį profesionalios konsultacijos ir konkrečių pasiūlymų, kurie įtakotų gerinti (kurti) el. leidinį?

Interviu imtas iš šių leidybos respondentų:

Tradicinės spaudos atstovai:

- Vytenis Neverdauskas, UAB „Ūkininko patarėjas“ leidyklos vyriausiasis redaktorius, direktorius.
- Dalia Petrulienė, UAB „Kaizen media“, žurnalo „Būk laimingas“ vyriausioji redaktorė.

El. leidybos atstovas:

- Arūnas Gudiničius, UAB „Elektroninės leidybos namai“, el. leidinių programuotojas, kūrėjas.

Tradicinės ir el. leidybos atstovas:

- Sikstas Ridzevičius, UAB „Jūsų Flintas“ leidyklos direktorius, redaktorius, leidėjas.

Atsakymai: Vytenis Neverdauskas, UAB „Ūkininko patarėjas“ leidyklos vyriausiasis redaktorius-direktorius.

Kaip vertinate dabartinę elektroninių leidinių rinką ir jos perspektyvas?

Situacija yra labai paradoksali, labai greitai vystosi, ir man regis šiuo metu pasiekė lubas. Persotinta rinka. Daugiau jie išsilaikyti negalės, nes nėra reklamos. Tiek reklamos davėjas blaškosi po visus tinklalapius nežinodamas, kur jam dėti reklamas ir negali patikrinti efektyvumo. Kai kurie periodiniai leidiniai, laikraščiai, pradžia susižavėję gyvaisiais tinklalapiais, stipriai nukentėjo, sakykim geras pavyzdys, Lietuvos ryto pavyzdys, kuris sukūrė atvira tinklapį, nemokamą, sudėjo ten visą savo laikraštį ir jų tiražas sistemingai eina žemyn. Kitas variantas, pusę laikraščio deda, dar kažkaip tai varijuoja. Kiti tinklapiai mėgina vogti iš laikraščių medžiagas pavyzdžiui šiandien keliem tinklapiam parašėm į paštą, nes jie neturi kaip kitaip pritraukti skaitytojų, jie neturi žurnalistų, neinvestuoja į žurnalistiką, absoliučiai. Nereikia kolektyvo, nereikia administracijos, ūkio didelių išlaidų, nereikia vairuotojų, nieko... Tikrai tinklapėlių atrodo sukūrei, pora administratorių pasamdei ir turi „eit“. Bet dabar liepto galas prieinamas, dabar perspektyva yra liūdna! Nebus to ką visi įsivaizdavo, kad visi laikraščiai užsidarys, o gyvuos tinklapiai. Galų gale spausdinta spauda, laikraštis, žurnalas jį gali nešti kažkur pasidėti, plažė skaityt, autobuse, miške, netgi vonioj, kur tik tai nori. Tai vat, yra tokia situacija.

Ar leidžiate el. leidinius? Kas paskatino (-ų) juos kurti?

Mėginome daryti... Žurnalą „Meisteris ir Margarita“ badėm daryti vieną iš variantų pusiau elektrinį spausdintą, kad nebūtų spaustuvės kaštų, tada pirmiausiai nereikės spausdinti, atkrenta popierius, atkrenta spausdinimas ir nereikia nešti, ekspedijuoti, atkreta keturios funkcijos. Atrodė bus neblogai. Mėginom daryti ekonominius paskaičiavimus, pasikvietėm vieną kompaniją. Buvo tikimybė gauti Europos paramą, ir taip paskaičiavom, kad iš to nieko gero neišeis. Protingesnis variantas buvo, apskritai uždaryti žurnalą ir prie elektroninio neprieiti.

Bet dabar tarkime Jūsų turimi žurnalai, ar darysit juos elektroninius, kad skaitytojas galėtų juos vartoti ekrane?

Yra variantas tas, tai planšetės. Šis variantas galimas, bet tai turi būti apmokestinta. Jeigu apmokestinta viskas atsistoja į savo vietas. Nereikės spausdinti nereikės popieriaus... Bet, sakykim, galbūt mes įdiegiam planšetes, bet yra lietuviai, gudručiai, bus puse planšečių nelegalių, garantuoju, absoliučiai. Yra hakeriai, yra „chebra“, jaunimėlis antrojo klasėje žino kaip juos nulaužti ir net banko sąskaitas, nekalbu apie planšetes. Ta prasme šito proceso sukontroliuoti neįmanoma. Jeigu

paskaičiuoti ekonominį efektą, bus „nelegalai“, o iš antros pusės tu gali gyventi iš 50 proc. Tad tada gali daryti, bet ant visko skaičiuoti ekonominio efekto tu negali. Bus pusę informacijos gaunama dykai. Televizijos programas dykai gauna, žaidimus, ką tik tai nori...

Ar leisdami el. leidinį esate (būtumėt) tikras dėl jo apsaugos ir prieinamumo pažeidimų?

Jeigu grybą nusipjausi pats, o jį suvalgys kitas, tai velniam... tai nebent tik tai savo malonumui. Apsaugos sistemos yra labai kuklios lyginant su įsilaužimo galimybėm, visada. Bet kuria sritį paimt, bet kuria pramonę paimt, tarkim karo. Jeigu sugalvoja, sakykim kokią viena raketą, tai būtinai bus surasti koki penki radarai, kurie tą raketą pagaus. Viskas atvirkštiniu variantu. Tai skatina progresą.

Kaip manote, ar el. leidiniai pranašesni už tradicinius spausdintus leidinius?

Ir taip, ir ne. Yra transportavimo, sakykim klausimai tas kad nepasitampysi kompiuterio planšetės, na telefone tu gali žiūrėtis, tarkim „iPhone“. Nėra to skaitymo malonumo. Dėl ko laikraščius skaito? Ne vien dėl to kad gauti informaciją, bet tas skaitymo malonumas, skaitymo džiaugsmas, nenusakoma žodžiais, iš tiesų malonu paimti žurnalą pavartyti pirmyn, atgal. Panašiai kažkas tai susieta su rūkymu. Pats procesas, užsiėmimas, bendravimas ir žmogus su laikraščiu, knyga, žurnalu bendrauja. Jis negali bendrauti su televizorium. Spauda suteikia bendravimo džiaugsmą. Ją gali ir po pagalve pasidėti, kompiuterio po pagalve nepasidėti. Aš manyčiau, jie turėtų tapt po truputį lygiaverčiais partneriais, papildyti vienas kitą. Nėra nei tas tobulas, nei tas, be abejonės. Atsiras dar trečias variantas. Gal bus garsinis variantas, kur iš vis nereikės skaityti...

Ar nebijote, kad leisdami el. leidinį galite prarasti popierinio varianto skaitytojus?

Be abejonės, tai yra tikrai taip. Tai yra Lietuvos ryto pavyzdys, kurie prarado žymią dalį savo skaitytojų. Be abejo galima juos apmokestinti, bet tada jis iš karto nervuosis, kodėl aš turiu skaityt apmokestinta, jeigu šalia kitas tinklapis yra dykai. Tai aš tavęs iš viso neskaitysiu! Tinklapių yra krūvos, jie klonuojami, totaliai.

Kaip manote ar mažesnė skaitymui skirtų įrenginių kaina paskatintų labiau domėtis el. leidyba?

Kad atsirastų ką skaityti turi būti leidiniai elektriniai, pasiūla, tačiau turi būti ir kas juos skaitytų. Tai kas pirmiau kiaušinis ar višta. Kas pirmiau turi atsirasti ar planšetės, ar daugiau leidinių, kad juos skaitytų? Čia toks amžinas klausimas. Ir sunku pasakyti koks tai turėtų būti atsakymas.

Ar užtenka informacijos apie el. leidinius, jų publikavimo galimybes?

Man kaip leidėjui, neužtenka informacijos, visi slepia. Tai yra komercinė paslaptis. Koks nors variantas yra kaip projektas, už jį sumokėjo leidėjas pinigus, jie pasirašo konfidencialumo sutartį, kad daugiau tokio pat analogo netiražuočiau. Arba jeigu ne pasirašo tada labai pigiai daroma ir bet koks pavyzdžiui aš būčiau tavo konkurentas, ir kokį pigų programinį variantą, aš pakiščiau tau koją. Užlaužčiau tavo tinklapį. Skaitytojai pradėtų eiti iš proto. Nebesilankytų skaitytojai. Pasamdyčiau vieną hakerį, kuris kala nuolat tavo tinklapį ir tada jau „ragai“. Skaitytojui nėra ką veikt.

O jeigu rimta tinklapį padaryt su visom apsaugom, labai rimtai ir kainuoja, jo priežiūra nuolatine nuo ryt iki vakaro ir panašiai..Tai čia yra iš ties problema. Ir norit dirbti su mūsų vienu ar kitu leidiniu, mums reiktų pasamdyti kompaniją, kuri konkrečiai dirbu su juo. O šiaip kaip daroma, visi slepia, žiauru. Viską slepia. Sako, kodėl aš tau turiu sakyti, juk aš už tai mokėjau pinigus! Sako, tu pats sugalvok.

Koks Jūsų manymu turėtų būti el. leidinys, kad visuomenė susidomėtų juo, jį prenumeruotų?

Geras klausimėlis, šia tema reiktų parašyti dvi geras disertacijas. Jos būtų gan brangiai nupirktos. Kaip sukurti sugalvoti nauja elektrinį leidinį, kurį iš tikrųjų žmonės norėtų skaityti? Reikia aiškintis ką mes turime rinkoje šiandien ir ko dar nėra. Kaip tą nustatyti. Pirmiausiai, kuriam segmente esam, socialiniai sluoksniai eina, amžiaus sluoksniai, išsilavinimas, pajamos, ir ta turi susisegmentuoti labai tiksliai tai, ir kiekvienam segmente turi būti atskiri poreikiai. Reikia išsiaiškinti ko žmogui reikia. Bet vėl gi reikia išsiaiškinti ar jam reikia iš darbo pusės, ar iš kasdieninės informacijos ar iš hobio pusės, kas tai turi būti konglomeratas, tokio segmento ir tokiam žmogui pakišt visą informaciją apie jo profesinę veiklą, kultūrinei veiklai žingeidumui patenkinti, sveikatai patenkinti... Pateikti kaip kokį „buterbrodą“ ir žiūrėti ar jis „praris“ ar „nepraris“. Bet iš kart jis nubalsuos pinigais. Balsuojama pinigais. Ar jis pirsks tą paslaugą ar nepirks. Arba jis galvos čia vieko vertas leidinys kam man čia tokį siūlot. Tai vat, kaip jį sudominti, kaip atrinkti tai kas jam įdomiausia, naudinga reikalinga. Į ką jis gali mažiausiai investuoti ir gauti didžiausią naudą. Investuoti mažiausiai laiko, mažiausiai pastangų, mažiausiai pinigų ir gauti daugiausiai naudos. Sukūrus tokį tinklapį kuris atsižvelgtų į žmogaus poreikius, būtų galima uždirbti didelius pinigus. Galima būtų parduoti ne būtinai Lietuvoje, tarkim Italijoje, Japonijoje, Vokietijoje, visoje Europos sąjungoje. Tai ilgas mokslinis tiriamasis darbas. Kol vyksta tyrimai, visuomenė nuvažiuoja dar toliau ir mokslas pradeda vytis iš paskos. Tik genialus numatymas, kur pasitaiko tik kartą per vieną tūkstantmetį padaro į priekį kažkokį atradimą, tas mokslininkas laikomas kažkoks psichas kurio naujovių nieks nepriima, o iš tikrųjų jis numato priekį.

Kokios techninės, finansinės ar socialinės priežastys paskatino (trukdo) Jums kurti el. leidinį?

Jokių priežasčių, galima būtų... Idėjos pačios nepagaunu. Kodėl jį reiktų kurti šiandien? Gal tai po kiek metų reikės kurti, bet tai įsivaizduojam situacija, kad popierius pabrangsta tiek tarkim aukso

vertės. Kito kelio nėra. Visi pereina į el. leidinius. Tarkim pabrangsta naftos barelio kaina, na kokius 500 dolerių. Transportas visas sustoja, nuvežt jokio laikraščio, žurnalo niekur negali. Belieka pereiti į elektrinę sistemą. Dabartinė ekonominė situacija neverčia pereiti į el. erdvę. Nėra tokios būtinybės, juo labiau kad rinka yra neaiški, nenusistovėjusi. Kai kas yra prisisteigę po 15 tinklalapių tarkim *balsas.lt* turi krūvas įvairių įraivusių... Po to patys nežino kas ten juose vyksta. Nei ekonominės nei politinės būtinybės kurti el. leidinį nėra. Socialinė priežastis būtų tokia, kad neįpirktų. Pigius, bulvarinius, beveik visi laikraščiai Lietuvoj yra bulvariniai. Tarkim „Vakaro žinios“ kiek kainuoja? 50 centų? Nu kažkas tiek. Ten nėra ką skaityti ir ten niekas reklamos nededa. Yra socialinis sluoksnis kuris perka būtent tokius... Yra sluoksnis kuris perka brangesnį, kurie diferencijuojasi pagal segmentus. Tarkim sakykim žemės ūkio tai „Ūkininko patarėjas“... Socialinės problemos tarkim tokios irgi nėra. Nėra dėl ko pereiti į elektroninę. Tarkim jeigu šiandien pereitume, reikėtų tada įsigyti tas planšetes dar kažkas tai tokio... Papildomų investicijų reikėtų galbūt ir leidėjui, vartotojui kažin kiek kainuotų. Tarkim laikraščio metinė prenumerata apie 300 Lt Lietuvoj, tuo tarpu planšetė kainuos tris, keturis kartus daugiau. Tai dabar klausimas ar su ja galėsi visus laikraščius skaityti? Ten daug formatų yra, kuriuos reikia suderinti. Ar tik vieno leidėjo spaudą? ar tikrai vieną laikraštį apskritai? Čia yra daug tokių techninių dalykų.

Ar jaučiate poreikį profesionalios konsultacijos ir konkrečių pasiūlymų, kurie įtakotų gerinti (kurti) el. leidinius?

Ne, poreikio nejaučiu. Tarp kitko kas įdomu, daug siūlytojų ir nėra. Pavyzdžiui, eina visokį siūlo daiktus, priemones, dulkių siurblius, verslo planus... Tačiau tokių pasiūlymų, kad daryti elektrinį leidinius tokių aktyvių vėl gi nebuvo. Tai vat, kai reikėjo „Meisterį ir Margaritą“ renovuoti tai mes patys susiradom. Siūlančių ir aktyvių nėra. Jeigu ateitų labai motyvuotas siūlytojas ir kad neigtų mano pačio sukurtus argumentus, galbūt aš pakeisčiau savo nuomonę. Iš tikrųjų... Turėtų pateikti ekonominius, kažkokių skaičiavimus. Galų gale bent minimalų verslo planą, projektą kas iš to bus. Ir perspektyva turėtų būti skaičiuojama ne mažiau trim, keturiem metams. Čia jau minimaliai. „Įgazuoti“ spausdintinį leidinį reikia mažiausiai 6 metų. Verslo planas turi būti aiškus, matytųsi, kad jis aiškiai pelningesnis, atsipirktų ir visa kita.

Atsakymai: Dalia Petrulienė, UAB „Kaizen media“, žurnalo „Būk laimingas“ vyriausioji redaktorė.

Kaip vertinate dabartinę elektroninių leidinių rinką ir jos perspektyvas?

Elektroniniai leidiniai turi perspektyvas, daugelis jaunimo, ypač jaunimo, skaito elektronines versijas. Nemanau, kad išnyks popieriniai leidiniai, kadangi yra žmonių, kurie nori paliesti daiktą, turėti jį, skaityti, ramioj aplinkoj būti, kažkokioj atsipalaidavusioj vietoj, o ne sėdėti prie kompiuterio ir jį skaityti. Todėl, kad visiškai išnyktų, tai aš nemanau. Tai bus tam tikra alternatyva, kad galėtų žmogus rinktis. Sakykim, jeigu jis nori skaityti kompiuteryje tada jis gali prenumeruoti leidinį ir skaityti būtent kompiuteryje, o jeigu ne tada jis prenumeruoja ir skaito popierinį variantą. Galbūt, popieriniai tiražai greičiausiai mažės. Elektroninių leidinių rinka... jie bus pigesni, nes leidyba yra labai brangus dalykas.

Ar leidžiate el. leidinius? Kas paskatino (-ų) juos kurti?

Kol kas šis leidinys yra kūrimo stadijoje, bet netrukus jis turėtų būti paleistas. Paskatino tai, kad ir dėl reklamos, daugiau leidinį pamato internete ir kai kas nori mokėti mažiau, ir jiems patinka būti internete. Jie turės prisijungimo kodą ir taip galės susimokėti, kad galėtų matyti visą leidinį.

Ar leisdami el. leidinį esate (būtumėt) tikri dėl jo apsaugos ir prieinamumo pažeidimų?

Jaučiamės nesaugiai ir galvojame kokias apsaugas reiks padaryti. Todėl mes dar nepaleidžiam jo, galvojame kokia apsaugą padaryti, kad nebūtų galima leidinio kopijuoti.

Kaip manote, ar el. leidiniai pranašesni už tradicinius spausdintus leidinius?

Nemanau, papildyt jie vienas kita gali, bet kad jie būtų daug pranašesni tai nepasakyčiau, vien dėl pačio žmogaus patogumo. Žurnalas yra vis vien daugiau laisvalaikio praleidimo forma, jisai gali jį vartyti, turėti rankose, ta prasme liesti, jausti jį...

Ar nebijote, kad leisdami el. leidinį galite prarasti popierinio varianto skaitytojus?

Yra toksai variantas, kad dalis skaitytojų aišku sumažės, jie galės nusipirkti elektroninį variantą. Tokios kaip baimės, tai nėra, svarbu, kad atsirastų kuo daugiau skaitytojų, kad ir kokios formos leidinio.

Kaip manote ar mažesnė skaitymui skirtų įrenginių kaina paskatintų labiau domėtis el. leidyba?

Manau, kad taip. Jeigu būtų didesnė jų pasiūla ir nedidelė kaina, manau ir el. leidiniais susidomėtų didesnė dalis vartotojų.

Ar užtenka informacijos apie el. leidinius, jų publikavimo galimybes?

Neužtenka, užtai, kad tai yra labai brangios galimybės. Yra labai dideli įdėjimai, tam, kad publikuoti leidinį, reikia turėti didelį pinigų rezervą, tam kad jį išpublikuoti ir kad jis kažkada pradėtų atsipirkti.

Koks Jūsų manymu turėtų būti el. leidinys, kad visuomenė susidomėtų juo, jį prenumeruotų?

Leidinyje turėtų būti aktualus šiai dienai. Jeigu jis šiai dienai nėra aktualus jis bus nieko vertas. Jis turi būti reikalingas, būtent, šiai dienai. Šiuo metu. Aš perkeltine prasme sakau šiai dienai, reikia tiesiog keistis, eiti koja kojon su gyvenimu, ir jis turi atspindėti, tai kas yra svarbiausia. Leidinys turi padėti žmogui. Jis gauna iš jo kažką naujo, ar tai pasitikėjimo daugiau, ar kitokių žinių.

Kokios techninės, finansinės ar socialinės priežastys paskatino (trukdo) Jums kurti el. leidinį?

Na aš manau, kad technologijos sparčiai tobulėja, jos skatina tobulinti ir leidinius. Socialinės, tai kad žmonėms atsiranda poreikis skaityti informaciją internete, reikia tai duoti, todėl ir kursim elektroninį leidinį. O dėl finansų tai sunku pasakyti, nes daug teks investuoti, kad patalpinti savo žurnalą į internetą. Ilgai truks kol atsipirks.

Ar jaučiate poreikį profesionalios konsultacijos ir konkrečių pasiūlymų, kurie įtakotų gerinti (kurti) el. leidinį?

Taip jaučiu, norėčiau, kad kas ateitų ir pasiūlytų gerų idėjų, nes šiuo metu mes dar tik kūrimo stadijoje esame, mums viskas nauja ir įdomu.

Atsakymai: Arūnas Gudiničius, UAB „Elektroninės leidybos namai“, el. leidinių programuotojas, kūrėjas.

Kaip vertinate dabartinę elektroninių leidinių rinką ir jos perspektyvas?

Iš principo rinkos apskritai ne labai yra Lietuvoj, o perspektyvos aš, manau iš principo niekur nesidėsime nuo šito, ta prasme, tai jau vyksta tas dalykas, ten didžiuliai pinigai vaikšto. O Lietuvai, aišku maža šita rinka, viena iš didžiausių bėdų, maža rinka. Pastebit, kokie tiražai. Bet tarkim lyginant Lenkijoje, kokie ten tiražai išleidžiami, tos pačios popierinės knygos, tai čia tas pas ir elektroninė, ypač pradžioj tie tiražai iš vis maži. Iš principo aš dabar nematau jokios elektroninės leidinių rinkos Lietuvoj, bet jaučiu atsirast kažkokia tai.. Čia laiko klausimas manau.

Ar leidžiate el. leidinius? Kas paskatino (-ų) juos kurti?

Dirbam jau dešimt metų, aš manau, ir matot jeigu tos skaitmeninės knygos, jų būna labai įvairių, netgi sunku pasakyti kas yra skaitmeninis leidinys, tai gali būti ir internetinė svetainė ir popietinės knygos analogas, skaityklėje gali būti kažkokia ten knyga su video, audio, visokiais interaktyvumais, žaidimais ir toks gali būti elektroninis leidinys. Tai va mes ką leidžiam, apskritai visa kita leidžiam, bet tikrai popierinių neleidžiam leidinių. **Bet tarkim būna, kad yra analogas popierinis ir kažkas nori elektroninio leidinio?** Jo, taip, būna, bet dažniausiai nėra taip, kad tekstas paimamas vienas prie vieno, dažniausiai yra praturtinama kažkuri informacija, video, audio. O tai mes labiau tokia nedidelė čia Lietuvoj įmonė, kuri specializuojasi vien šitoje srityje. Yra tokių kurios leidžia popierinius ir kartais vieną kitą... O kas paskatino kurti? domėjimasis, perspektyvos matymas. Nors prieš dešimt metų atrodė, kad galbūt greičiau tas momentas įvyks, tačiau per tuos dešimt metų daug kas keičiasi, visokie formatai ir panašiai. Pačioje elektroninėje leidyboje daug kas keičiasi, tiesiog įdomu, yra tam tikra niša, kurią reikia užimti, galbūt.

Ar leisdami el. leidinį esate (būtumėt) tikri dėl jo apsaugos ir prieinamumo pažeidimų?

Esam tikri, kad nukopijuos. Jokių abejonių nėra. Esam keletą išleidę apsaugotų, keletą, bet tai sudaro kokius 5 procentus visų leidinių. Nesaugom, nes neapsimoka iš principo. Didėja išlaidos ir matot, dažniausiai, žiūrima, kaip būna modelis tos leidybos. Jeigu yra uždėbama iš kuo daugiau mažmeninės prekybos, popierinių knygų tarkim, tuomet gal yra prasmė šiek tiek apsaugos. Bet yra parduodamas visas tiražas tarkim vadovėlio kažkokio, iš principo tai ne mūsų reikalas. Ir mes parduodam visą tiražą ir kažkokį ten užsakymą ir po vieną mes nepardavinėjame, o jei pardavinėjame tai už simbolišką kainą, kažkokios didelės įtakos nedaro. Aš apskritai netikiu apsaugom tom manau, kad leidėjai turi galvoti kažkokius apsikritai, ne kaip apsaugoti, bet patogiai parduoti. Tai turi būti

patogu, kad žmogui būtų sudėtingiau rasti nulaužtą negu įsigyti legalų, ir aišku, kaina turi būti teisinga. Ir šiaip didinti reikia sąmoningumą žmonių leidėjams, o ne apsaugoti, nieks nepirks apsaugoto daikto.

Kaip manote, ar el. leidiniai pranašesni už tradicinius spausdintus leidinius?

Turbūt vienareikšminto atsakymo nėra, sunku pasakyti, turbūt tai priklauso nuo to koks leidinio tipas. Tarkim grožinė, tai manau, kad ko gero popierinė, kodėl? aš pats labiau popierinę mėgstu skaityti, bet tarkim mokslinę, kurią reikia skaityti ne tai, kad išsidrėbus ant lovos, tiesiog dirbt, surast kažką, tai manau, kad tikrai geriau. **O tarkim žurnalas?** Tai daugiau laisvalaikio leidinys, daugiau priklauso nuo to kokį jūs turit prietaisą. Tarkim jūs turit skaityklę ar planšetinį kompiuterį kuris smagiai, viskas gražiai vartosi, ko gero ir laisvalaikis gali būti visai maloniai ant sofos gulint, žiūrėti. Vienintelio, kas pranašesnis tai neįmanoma, nereikia taip lyginti, man atrodo, tiesiog ir tie ir tie yra reikalingi. Galbūt vieni gali išsiversti tik su popierium, kiti tik su elektroniniu ir tie, kurie naudos abu.

Ar nebijote, kad leisdami el. leidinį galite prarasti popierinio varianto skaitytojus?

Tikriausia didžiausia baimė tradiciniams leidėjams. Bet mano nuomonė šiuo klausimu, tarkim kaip yra su muzika. Daug kas sako, kad pardavinėsim tuos mp3, tarkim internete, kaip ir skaitmeninį variantą ir nieks nepirks kompaktinių diskų. O jeigu nepardavinėsim mp3, tai daug kas kompaktinius diskus pirs. Bet daug kas sako ypač, kad vyksta mp3 sklaida, nesvarbu kaip ar nemokamai ar piratiškai, tai reklama iš principo. Ir jeigu žmogus dar sąmoningas žino, kad bent kartais reikia susimokėti. Parsisiųs paklausys, nepatiks, nepirks, o jei patiks nusipirks originalą ar tai kompaktą arba elektroninę knygą. Aš manau, čia tokia baimė leidėjų, tai yra nežinojimas situacijos, atsilikimas nuo situacijos, visiškas užsidarymas. Nelieskit manęs yra kaip yra, ir taip tegul būna tūkstantis metų.

Kaip manote ar mažesnė skaitymui skirtų įrenginių kaina paskatintų labiau domėtis el. leidyba?

Aš manau taip, tai nėra vienas iš didžiausių ypač Lietuvoj, tas pragyvenimo lygis, o kaina yra tokia pati, kaip tarkim Amerikoje. Jei jų kaina kristų du, tris, keturis kartu, o be to eina tendencija žemyn, ir jei kiekvienas turėtų įrenginį tai automatiškai atsirastų poreikis ir pirkti, ir nelegaliai vartoti.

Ar užtenka informacijos apie el. leidinius, jų publikavimo galimybes?

Informacijos apie viską yra labai daug, tiesiog ją reikia mokėti atsirinkti. Man tikrai užtenka, o kas sako kad neužtenka, tai tas tiesiog nemoka jos surasti, aš manau. Pagrinde visa informacija anglų

kalba, tai irgi tam tikras pavojus leidybai, kai pradės visi gerai skaityti angliškai kam reikės tų leidinių lietuviškai? Tiesiog nusipirks iš „Amazono“ originalo kalba ir skaitys. Savo kalba gal ir maloniau yra skaityti, bet originalo kalba vėl kitaip.

Koks Jūsų manymu turėtų būti el. leidinys, kad visuomenė susidomėtų juo, jį prenumeruotų?

Aišku pirmiausiai turi būti geras turinys. Antra – turėtų būti prieinamas paprastai, reikia turėti kur skaityti patogiai, tarkim prietaisai kalbant apie nešiojamus. Ir paprasta prenumerata, vos ne vieno mygtuko paspaudimu. Ir žinoma teisinga kaina. Turėtų būti keletą kartų pigiau, o ne kai dabar 10 procentų.

Kokios techninės, finansinės ar socialinės priežastys paskatino Jus kurti el. leidinį?

Socialinės, turbūt, kad yra poreikis iš žmonių tokiems leidiniams. Finansinės, kad galbūt yra galimybių uždirbti šiame sektoriuje. Kodėl nepabandžius? nors tai nėra labai pelninga, kol kas, žinant šią situaciją. O techninės priežastys – technologijos keičiasi ir reikia jas išnaudoti.

Ar jaučiate poreikį profesionalios konsultacijos ir konkrečių pasiūlymų, kurie įtakotų gerinti (kurti) el. leidinį?

Sunku pasakyti, nes aš ir pats tokius pasiūlymus galiu teikti. Iš idėjų, ką išleisti, taip būtų įdomu. O šiaip šitokio poreikio nėra, tiesiog idėjų niekam per daug nebūna.

Atsakymai: Sikstas Ridzevičius, UAB „Jūsų Flintas“ leidyklos direktorius, redaktorius, leidėjas.

Kaip vertinate dabartinę elektroninių leidinių rinką ir jos perspektyvas?

Tas žodis vertinate gal man painus, ką konkrečiai pavyzdžiui. **Lietuvos rinkos...** Turbūt turim esminį dalyką suvokt, kad gyvenam atviroj erdvėj, jeigu kuriam intelektualinį produktą, tai jis turi būt arba labai universalus, naudojamas daug kartų arba tikti ne tik vienam formatui. Tai jeigu tarkim, na aš jeigu analizuoju, tarkim, lyderius Lietuvos rytą ir Delfi, tai Lietuvos rytas turi tą būdą, kad jų kuriamas turinys yra naudojamas ir elektroniniam ir popieriniam formate, taip jie gali išsilaikyt. „Delfis“ pasuko į tą pusę, kad vartotojas kuria turinį, reiškia daugiau, ką stebiu, kad pas juos tendencija atsiranda, na dalykai, kad tai erdvė reikštis tiesiog piliečiui ir jam sukurti, kartu būt kūrėju to elektroninio leidinio. O reiškia, jeigu Lietuvoje, tai Lietuvos skaitytojas, vartotojas nėra orientuotas į kokybę, jam reiškia, turbūt liks, internetas nemokamai, šūkis, kas gal kažkiek ir skiriasi nuo pasaulio. Pasaulyje gal yra ir kur tu arba sumoki už kažkokį tikslinį dalyką arba tik dalį turinio gauni nemokamai. Tai jeigu kalbėt apie dabartinius elektroninius leidinius ir jų perspektyvas, tai Lietuvoj, manau, neturim dėkingos įstatyminės bazės skatinančios, reiškias inovatyvų mastymą, iniciatyvą ir kūrybingumą ir tas nėra gerai. Gali būt, kad tapsime vartotojais kitų šalių elektroninių leidinių ir ne tik elektroninių, nes dabar įvyko žiniasklaidoje, kad Lietuviško kapitalo, aiškaus Lietuviško kapitalo žiniasklaidos įmonių, na kaip ir neliko beveik rinkoje. Galima sakyti, tai turbūt ir stabdo investicijas šio sektoriaus, reiškias gavosi atvirkščiai negu valdžia tikėjosi, jie nepadėjo užaugti Lietuvos įmonėm įeit į elektroninius leidinius, o reiškias, mokesčių politika padarė, kad jos išeitų iš popierinės, spausdintinės ir ateitų į niekur. Tai kaip bus ateityje, sunku spręst, manau kad esam tam tikroj pereinamoje transformacijoje, kurioje niekada neaišku, kaip bus.

Ar leidžiate el. leidinius? Kas paskatino (-ų) juos kurti?

Na čia reikėtų susitarti dėl sąvokų kas yra elektroninis leidinys, kas yra tarkim elektroninė svetainė.

Na čia ir popierinio varianto analogas pdf formatu internete ir svetainė su straipsniais.

„Pdfinius“ variantus mūsų vartotojas gali įsigyti, tačiau čia tada irgi jau pradeda skirtis koncepcijos.

Aš manau, šiuo metu mes nesam išsigryninę, kaip mes išgyventume iš interneto, kuris išsilaiko iš reklamos pinigų, Lietuvos atveju ir išsilaikydamas iš reklamos pinigų, na ką jis gali siūlyti ir kiek jis turės, reiškias užsakymų, o mes daugiau likome popierinėje leidyboje, kurioje reikia sukurt kažką ko neduos elektroninis leidinys.

Ar leisdami el. leidinį esate (būtumėt) tikri dėl jo apsaugos ir prieinamumo pažeidimų?

Tai manau, būt tikru dėl kažko elektroniniame pasaulyje nėra jokių galimybių, net teorinių, tai kaip ir apskritai dėl daug ko gyvenime. Čia turbūt išeitis yra sugalvot, net jeigu tau pakenktų specialiai apsaugai tai nemanau, kad tu nenukentėtum.

Kaip manote, ar el. leidiniai pranašesni už tradicinius spausdintus leidinius?

Na, manau klausimas yra toks diskriminacinis. Negalima diskriminuot, tai pranašumas ne tas žodis, kuo jie kitokie, kuo jų vartojimas skiriasi, tai tada elektroninis vartojimas tave daro labiau priklausomą nuo tavo naudojamo elektroninio įrankio, nuo jo „batareikos“ stiprumo, nuo interneto ryšio aplink tave, o spausdintas, aišku jis neturi galimybės tvarkyt dinaminio vaizdo, turi ribotas turinio apimties galimybes, tai yra kitaip.

Ar nebijote, kad leisdami el. leidinį galite prarasti popierinio varianto skaitytojus?

Vėl šitas klausimas toks apie baimes. Tai ar tas jausmas yra baimė? Aš nežinau, kad yra jį baigiasi tam tikras technologijų etapas ir prasideda naujas technologijų etapas, tai tas jausmas yra. Ar aš asmeniškai pasiruošęs naujam technologijų etapui, tai moraliai pasiruošęs, o fiziškai turiu mokytis. Turiu kaupti žinias apie elektroninę leidybą ir jos galimybes ir pasirinkti tinkamą savo sugebėjimams vystymo kryptį toje erdvėje. **Bet dabar tarkim leidžiat elektroninius leidinius, tai matosi skirtumas, kad mažiau perka popierinių variantų?** Iš principo popierinių variantų perka mažiau žmonės, tai yra tendencija pasaulyje ir Lietuvoje, jaunoji karta, kuri jau užaugo su kompiuteriu jai jau nebereikia popierinio, nebėra to įpročio, jeigu dar vyresni žmonės mėgsta atsidaryti pašto dėžutę prieš pusryčius ar po pusryčių, atsinešti laikraštį jį perverst, perskaityti, tai jaunas žmogus turi jau įprotį įsijungti savo mėgiamą interneto žiniasklaidos priemonę. Yra ir kiti įpročiai tarkim, kaip aš minėjau į pirmą klausimą atsakinėdamas, esmė tame, kad, reiškias, kuriamą turinį tinkamą būdu pateikti, kuo įvairesne forma.

Kaip manote ar mažesnė skaitymui skirtų įrenginių kaina paskatintų labiau domėtis el. leidyba?

Čia ne man šitas klausimas, šius rinkos tyrimus daro prekyautojai skaityklėmis ar interneto tiekėjai, ar ryšio tiekėjai, aišku kaip aš manau, kad ir mobiliosiose telefonuose tarkim koks nors „omnitelas“ padarytų akciją, visiems „Aipadą“ už vieną litą, arba kokį Samsung „Tabą“ imk už litą ir mokėt už abonentinį mokestį ir skaityk, skaityk, aš manau, ta plėtra būtų žvėriškai didelė. **O galvojate ką nors panašaus padaryti su elektroniniais leidiniais, tarkim prenumeruokit elektroninį leidinį ir gaukit nebrangiai planšetinį kompiuterį?** Čia jau idėja, gerai šitą idėją užsirašau.

Ar užtenka informacijos apie el. leidinius, jų publikavimo galimybes?

Ar užtenka informacijos? Čia yra tokia... vėl gi šitas klausimas į kurį yra sunku atsakyti. Reiškias, jeigu šiandien bandyti rinkti informaciją apie elektroninius leidinius ir jų publikavimo galimybes galima daugiau per parą nieko neveikti ir turbūt trūks laiko. Tai klausimą galbūt reiktų reformuluoti: kokios formos elektroniniai leidiniai jus labiausiai domina ir ką galvojate veikti su informacija, kurią turite ta forma? Jo. Kad klausimas būtų orientuotas į veiklą. Dabar informacijos yra kiek yra. Man trūksta tarkim programavimo išmanymo, kad suprasčiau ką aš su turima informacija galėčiau padaryti, kas būtų nauda vartotojui ir pelnas man. Tai vat. Man trūksta mechaninės informacijos, gero programuotojo.

Koks Jūsų manymu turėtų būti el. leidinys, kad visuomenė susidomėtų juo, jį prenumeruotų?

Čia geras, klausimas, šitas labai geras. Atsakymas toks, kokia turi būti visuomenė, kad skaitytų, tai kas yra objektyvu ir nemanipuluota ta visuomenės nuomonė, nes dar ir visuomenė nori būti, tokia turi polinkį būti gniuždoma, apgaudinėjama arba skriaudžiama. Analogiškai ir... aš tai galvoju, kad žmonės vėl pasiilgo objektyvių faktų dėstymo be papildomų autorių interpretacijų. Man, kokio reiktų leidinio? Jeigu, tai būtų leidinys apie ekonomiką, kuriame būtų pateikiami visiškai konkretūs faktai apie situaciją Lietuvoje. Kiek vyriausybė surinko mokesčių? Kaip juos perskirstė? Kiek bankai išdavė paskolų? Kuriems verslo sektoriams? Ir tai man padėtų princine susigaudyti. Ir aš galvoju, kad reikia kažko, kad vat būtų, orientuota į tai, kad padėtų žmonėms priimti sprendimus visose gyvenimo situacijose. Aš norėčiau, kad toks leidinys turėtų pasisekimo.

Kokios techninės, finansinės ar socialinės priežastys paskatino Jus kurti el. leidinį?

Tai turbūt socialinės... Stebėseną žmonių, elgsenos, kad atsiradus didelėms galimybėms per internetą, nori pasiekti labai daug, labai greitai. Yra tai, kad turi kažką pasiūlyti savo misiją, savo veiklą atitinkanti tokį elgesį žmonių. **O iš finansinės pusės, nesiekiat pelno?** Jeigu darbą myli, tai pinigai ateina, o jeigu tai yra kaip verslo įmonė, tai ji be abejo siekia pelno, mes nesam visuomeninė, viešojoji įstaiga, siekiame pelno.

Ar jaučiate poreikį profesionalios konsultacijos ir konkrečių pasiūlymų, kurie įtakotų gerinti (kurti) el. leidinį?

Taip, konsultavimas turi remtis į tai ką mes sugebame daryti, kame esame ekspertai ir parodymas mums patiems būdų, kai tai mes sugebame daryt perkelti į elektroninę leidybą. Šiaip būtų įdomu.

Internetinė apklausa. Elektroniniai periodiniai leidiniai.

Gerb. respondente, užpildžius šią anketą, bus siekiama išsiaiškinti Jūsų požiūrį į elektroninius periodinius leidinius. Šios anketos duomenys bus panaudoti magistriniame darbe. Anketa yra anoniminė. Ačiū už sugaištą laiką ir Jūsų atsakymus.

1. Lytis:

- ☐ Moteris
- ☐ Vyras

2. Amžius:

- ☐ Iki 18 m.
- ☐ 18-25 m.
- ☐ 26-35 m.
- ☐ 36-50 m.
- ☐ Virš 50 m.

3. Išsilavinimas:

- ☐ Pradinis
- ☐ Pagrindinis
- ☐ Pagrindinis profesinis
- ☐ Vidurinis
- ☐ Aukštesnysis
- ☐ Aukštasis

4. Vidutinės mėnesio pajamos:

- ☐ Iki 1000 Lt
- ☐ 1001-1500 Lt
- ☐ 1501-2000 Lt
- ☐ Daugiau nei 2000 Lt
- ☐ Atsisakau nurodyti

5. Kaip dažnai naudojotės internetu?

- ☐ Kiekvieną dieną
- ☐ 5 - 6 dienas per savaitę
- ☐ 2 - 4 dienas per savaitę
- ☐ Labai retai
- ☐ Nesinaudoju

6. Kokiais tikslais naudojotės internetu?

- ☐ Informacijos paieškai ir tiesioginėms (online) paslaugoms
- ☐ Švietimui, mokymuisi
- ☐ Klausytis radijo, žiūrėti televizijos programas
- ☐ Žaidimams, filmams siųstis
- ☐ Skaityti, siųstis laikraščius, žurnalus
- ☐ Naudotis internetinės bankininkystės paslaugomis
- ☐ Ieškoti informacijos, susijusios su sveikatos priežiūra
- ☐ Darbo reikmėms

7. Ar perkate spausdintus periodinius leidinius?

- ☐ Taip, nuolat perku
- ☐ Kartais perku
- ☐ Neperku

8. Kiek išleidžiate pinigų per mėnesį pirkdami spaudą ar kitą literatūrą?

- ☐ 0 Lt
- ☐ 10 Lt
- ☐ 10-20 Lt
- ☐ 20-30 Lt
- ☐ 30 ir daugiau Lt

9. Kokiems šaltiniams teikiate pirmumą ieškodami Jums naudingos informacijos?

- ☐ Tradiciniams, spausdintiems
- ☐ Elektroniniams

10. Ar jaučiate el. leidinių poreikį?

- ☐ Taip
- ☐ Ne

11. Kaip dažnai skaitote elektroninius leidinius?

- ☐ Kelis kartus per dieną
- ☐ Kartą per dieną
- ☐ Skaitau tik darbo dienomis
- ☐ 2 - 3 dienas per savaitę
- ☐ Neskaitau

12. Kiek vidutiniškai praleidžiate laiko skaitydami straipsnius (vienu kartu)?

- ☐ Mažiau nei 10 minučių
- ☐ 15 minučių
- ☐ Valandą - pusę valandos
- ☐ Ilgiau nei valandą
- ☐ Neskaitau

13. Kokie elektroniniai leidiniai labiausiai Jus domina (pasirinkite du)?

- ☐ Bibliografinės priemonės (katalogai, sąrašai)
- ☐ Informaciniai leidiniai (enciklopedijos, žodynai)
- ☐ Laikraščiai
- ☐ Žurnalai
- ☐ Lankstinukai, brošiūros
- ☐ Interaktyvios monografijos (mokomoji medžiaga)
- ☐ Instrukcijos, metodinė medžiaga (norminiai aktai)
- ☐ Nedomina visai

14. Kas Jums elektroniniame periodiniame leidinyje yra svarbiausia?

	Labai svarbu	Svarbu	Nei svarbu nei nesvarbu	Nesvarbu	Visiškai nesvarbu
<i>Informacijos turinys</i>					
<i>Nesudėtingai pateikta informacija</i>					
<i>Informacija nepažeidžia įstatymų</i>					
<i>Aplinkos dizainas (interaktyvumas)</i>					
<i>Informacijos kokybė (patikimumas)</i>					

15. Ar pirtumėt el. leidinį jeigu jo kaina būtų mažesnė nei spausdintinio varianto?

- ☐ Taip, pirkčiau
- ☐ Ne, nepirkčiau
- ☐ Nežinau

16. Ar iki šiol, ką nors girdėjote apie elektroninę knygų skaityklę?

- ☐ Taip, nes pats/pati turiu tokią
- ☐ Taip, girdėjau
- ☐ Ne

17. Kas paskatintų Jus skaityti daugiau elektroninių periodinių leidinių (galimi keli atsakymai)?

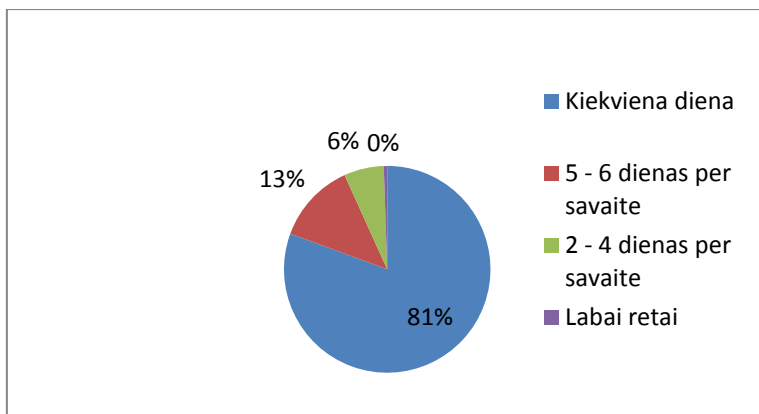
- ☐ Mažesnė el. leidinių kaina
- ☐ Skaitymui skirtų specialių įrenginių didesnė pasiūla ir mažesnė jų kaina
- ☐ Didesnė el. leidinių pasiūla
- ☐ Ne toki griežti mokamų el. leidinių apsaugos apribojimai
- ☐ Kita

18. Kaip manote, ar elektroniniai leidiniai pranašesni už tradicinius spausdintus leidinius?

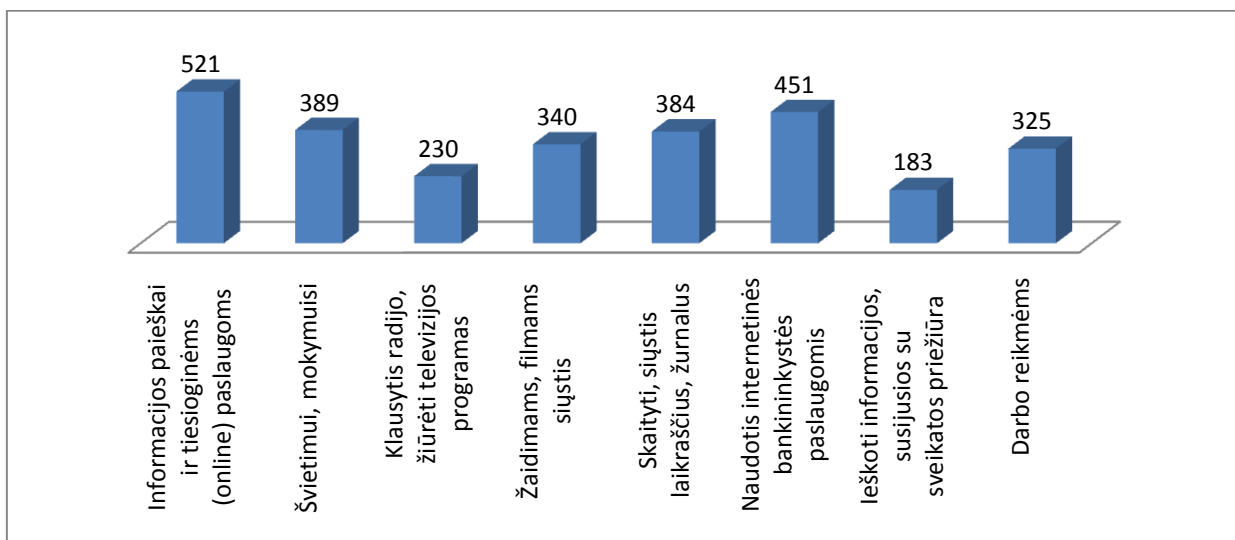
- ☐ Taip
- ☐ Ne
- ☐ Lygiaverčiai

Kiti el. leidinių naudojamumo analizės rezultatai

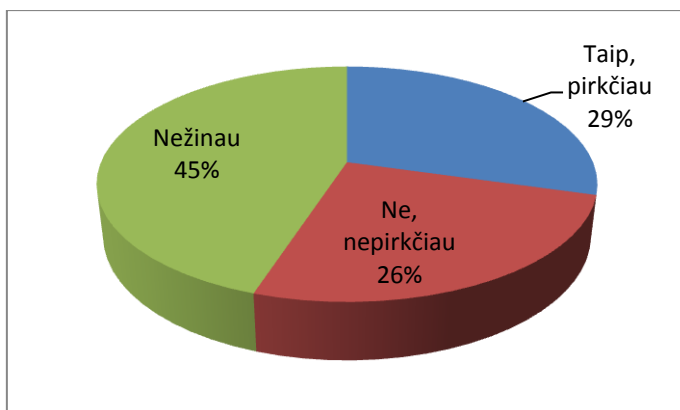
8.1. Kaip dažnai naudojātės internetu?



8.2. Kokiais tikslais naudojātės internetu?



8.3. Ar pirktumėte el. leidinį jeigu jo kaina būtų mažesnė nei spausdintinio varianto?



Antrojo magistrinio tiriamojo darbo santrauka

Magistro darbo autorius:	Gintarė Gudaitytė
Magistro darbo pavadinimas:	Asmeninis trumpalaikių kreditų valdymas
Vadovas:	Doc. dr. Algirdas Deveikis
Darbas pristatytas:	Vytauto Didžiojo Universitetas, Informatikos fakultetas, Kaunas, 2010 gegužė.
Puslapių skaičius:	28
Lentelių skaičius:	6
Paveikslų skaičius:	4
Priedų skaičius:	0

Tiriamajame darbe apžvelgiama el. bankininkystės samprata, jos stipriosios ir silpnosios pusės, analizuoja, kaip užtikrinti saugumą ir stabilumą, nustatyti kylančią riziką ir kaip visa tai valdyti internetinėje erdvėje. Darbe apžvelgiamos esamos kreditų bendrovės Lietuvoje, koki yra vartotojų tipai ir paskolų išdavimo ypatumai. Analizuojamos trys greitųjų kreditų bendrovės ir jų paskolų teikimo sąlygos, aprašyti šių paskolų bendrovių teikiamų paslaugų privalumai ir trūkumai. Pateikti kredito unijos teikiamu paskolų išdavimo ypatumai.

Apžvelgus literatūrą ir esamas paskolos teikimo formas, aprašyta nauja trumpalaikių asmeninių kredito valdymo sistema. Pateiktas šios sistemos veikimo principas, jos dalyviai ir jų funkcijos, galima rizika ir saugumo užtikrinimas. Aprašytos šios paskolų teikimo sistemos galimos vystymo perspektyvos.

Trečiojo magistrinio tiriamojo darbo santrauka

Magistro darbo autorius:	Gintarė Gudaitytė
Magistro darbo pavadinimas:	Asmeninis ilgalaikių ir trumpalaikių kreditų valdymas
Vadovas:	Doc. dr. Algirdas Deveikis
Darbas pristatytas:	Vytauto Didžiojo Universitetas, Informatikos fakultetas, Kaunas, 2010 gruodis.
Puslapių skaičius:	27
Lentelių skaičius:	2
Paveikslų skaičius:	11
Priedų skaičius:	0

Šiame darbe pateikta naujos kreditų sistemos realizavimo idėja, adaptuojant egzistuojančius informatikos metodus ir modelius. Pateikti teisiniai aspektai leidžiantys vykdyti paskolos išdavimą tarp fizinių asmenų. Analizuojama asmeninių kreditų sistemos kūrimo metodika ir jau egzistuojančių modelių panaudojimas tinkantis kredito sistemos vystymui. Pateikiama sistemos veikimo architektūra, kuri išskaidoma į tris dalis.

Aptariami kreditų sistemos projektiniai sprendimai, jos funkciniai ir nefunkciniai reikalavimai. Aprašoma būsimos sistemos funkcijos ir jos dalyviai. Pateikiami panaudos modeliai, veiklos konteksto, sekų ir diegimo diagramos. Įvardinami rezultatai, analizuojant metodų, modelių pritaikomumą praktiniams uždaviniams spręsti.