

Zacznijmy od definicji: e-wydania to cyfrowe odpowiedniki tradycyjnych publikacji, wyglądające na ekranie komputera dokładnie tak jak ich papierowe odpowiedniki. E-wydania zawierają więc identycznie wyglądające strony z artykułami i reklamami, niekiedy poszerzonymi o treści multimedialne (dźwięki, wideo, animacje), niedostępne w edycjach drukowanych. Szczególnie istotne z punktu widzenia wydawców jest to, by e-wydania zawierały dokładnie to samo, co ich papierowe odpowiedniki – jest to warunek, by dystrybuowane w ten sposób egzemplarze zostały zaliczone przez Związek Kontroli Dystrybucji Prasy (ZKDP), czyli organizację monitorującą dystrybucję gazet i czasopism.



Rysunek 1: E-wydania to cyfrowe kopie publikacji papierowych – na ilustracji widzimy przykładowe strony „Przeglądu Sportowego” w systemie e-Kiosk.pl.

## Zalety i wady e-wydań w porównaniu do tradycyjnej prasy

Zasadniczą siłą e-wydań jest to, co stanowi o sile mediów elektronicznych w ogóle, czyli możliwości w zakresie **przeszukiwania**. Wyobraźmy sobie stertę pieczołowicie składanych czasopism z interesującej nas dziedziny i zawsze to samo pytanie: w którym numerze podejmowany był nurtujący nas temat? Znalezienie czegokolwiek wśród kilkudziesięciu wydań ulubionego pisma jest nie lada wyzwaniem, chyba że się dysponuje elektronicznym archiwum tego pisma – wówczas wyszukanie trwa zaledwie kilka sekund.

Drugą zaletą jest znacznie bardziej prozaiczna: **cena**. Ze względu na brak kosztów druku i papieru wydawcy decydują się często na znaczące obniżenie ceny e-wydań swoich czasopism, sięgających niekiedy nawet kilkudziesięciu procent. Trzecim plusem jest **szybkość dostawy**. Nie trzeba w ogóle wychodzić z domu, by otrzymać zaprenumerowane pismo, i to natychmiast po jego ukazaniu się. Argument ten nabiera na znaczeniu zwłaszcza w ostatnim czasie w związku z nienadążaniem kolporterów z dostarczaniem zaprenumerowanych dzienników na czas.

Czwartą ważną zaletą e-wydań jest ich **interaktywność**. Aktywne linki ze spisu treści i okładki do artykułów znacząco ułatwiają nawigację po piśmie, a aktywne linki do opisywanych stron WWW pomagają pogłębić wiedzę o opisywanych lub reklamowanych produktach, usługach itp. Innymi, rzadziej wymienianymi zaletami są łatwość archiwizacji, możliwość robienia notatek czy zaznaczania tekstu bez niszczenia pisma. Dużą rolę odgrywają też względy ekologiczne.

„Moje ulubione gazety – <<Rzeczpospolita>> oraz <<Tygodnik Powszechny>> – zawsze miały niewygodne formaty, postanowiłem więc wypróbować wersję elektroniczną. Okazało się to wygodniejsze, głównie przez lepszy dostęp do archiwum (wcześniej powycinane kawałki gazet zajmowały kilkanaście

segregatorów, teraz to tylko kilka gigabajtów plików plus stworzony przeze mnie indeks artykułów na własne potrzeby). Cieszy mnie również możliwość wyszukiwania konkretnych informacji – to takie łatwiejsze wertowanie gazety. Wreszcie nie muszę też biegać rano do kiosku” – powiedział Sławomir Krempa, sekretarz redakcji wortalu Granice.pl.

Warto jeszcze dodać, że **prasa cyfrowa jest prawdziwym dobrodziejstwem dla rozsianej po całym świecie Polonii**, mającej dotąd co najmniej utrudniony dostęp do wydawanych w kraju gazet i czasopism. Nasi rodacy mogą teraz otrzymywać rodzime gazety i czasopisma dokładnie w tym samym momencie, w którym ukazują się one w kioskach w Polsce. Co więcej, mogą je teraz otrzymywać w identycznej cenie, jakby kupowali je w kraju. Przykładowo: e-prenumerata „Wprost” w postaci cyfrowej jest dla osób mieszkających za granicą tańsza aż o 75% (sic!) niż subskrypcja tradycyjnej wersji papierowej.

„Na co dzień mieszkam za granicą, mam więc utrudniony dostęp do polskiej prasy. Problem ten rozwiązały mi e-wydania. Nie dość że mam najświeższą prasę, to jeszcze zaoszczędzam na kosztach jej zakupu” – powiedział Andrzej Knap, przebywający obecnie w Hiszpanii.

A wady? Przede wszystkim **wygoda korzystania**. Większość odbiorców e-wydań podkreśla, że nadal uważają za łatwiejsze czytanie gazet i czasopism w postaci papierowej. Łatwiej jest także **podzielić się ze znajomymi** wydaniem papierowym niż cyfrowym. Papierowe czasopismo łatwiej ponadto ze sobą zabrać w dowolne miejsce – na plażę czy do autobusu.

## A czemu nie serwisy WWW?

Idąc dalej: właściwie po co komu gazety i czasopisma w formie cyfrowej, skoro mamy darmowe serwisy WWW? Odpowiedź na to pytanie jest znacznie trudniejsza. W skrócie rzecz ujmując, można powiedzieć tak: **prasa cyfrowa oferuje zarówno czytelnikom, jak i ich wydawcom co najmniej tyle korzyści, co strony WWW**. Po pierwsze, interfejs „gazetowy” jest dla większości z nas bardziej przyjazny, przejrzysty i przystępny – jesteśmy do takiego sposobu korzystania z informacji po prostu przyzwyczajeni od setek lat. Po drugie, każde wydanie gazety czy czasopisma to zamknięta całość, która z psychologicznego punktu widzenia daje nam świadomość otrzymania pełnej dawki wiedzy z interesującego nas tematu. Po trzecie, informacje publikowane w czasopismach i gazetach są nadal często postrzegane jako pogłębione, lepiej sprawdzone i przez to bardziej wiarygodne.

Najważniejszą jednak odpowiedzią na tak postawione pytanie jest proces, który obecnie trwa w Stanach Zjednoczonych. Coraz większa grupa tamtejszych wydawców dostrzega potencjał w łączeniu zalet obu form prezentacji treści – e-wydania często zawierają odesłania do treści publikowanych także w serwisach WWW, np. za pomocą kanałów RSS, serwisy WWW zaś odesłania do pogłębionych informacji na stronach e-wydań. A zatem: prasa cyfrowa nie jest alternatywą dla stron WWW, lecz po prostu jeszcze jednym **kanalem dystrybucji informacji**, który może współistnieć z serwisami WWW.



Rysunek 2: Największymi zaletami prasy cyfrowej są szybkość dostawy oraz

łatwość przeszukiwania i archiwizacji. Najgorzej ocenianą cechą e-wydań jest łatwość czytania (źródło: Zinio).

## Technologia i sposób korzystania

Biorąc pod uwagę sposób dostępu, można wyróżnić dwa typy e-wydań. Pierwszym z nich są rozwiązania umożliwiające czytanie prasy elektronicznej w trybie online w przeglądarce WWW, a drugim systemy wymagające pobrania pliku na dysk, a następnie umożliwiające ich przeglądanie w trybie online lub offline. Jeśli chodzi o drugi typ systemów, to plik może być zapisany albo w formacie PDF, albo w innym (własnym) formacie opracowanym przez autorów systemu. Standard PDF jest co prawda szeroko rozpowszechniony, ale stworzony został z myślą o dokumentach technicznych i nie obsługuje części funkcji przydatnych w wypadku e-wydań, nie są też one w zadowalający wydawców sposób zabezpieczone. Posługiwanie się wyspecjalizowanym formatem plików zmusza natomiast użytkownika do instalacji specjalnego oprogramowania – darmowego czytnika prasy cyfrowej.

Zasada działania systemu umożliwiającego czytanie e-prasy jest prosta. Po **rejestracji** i ewentualnym **zainstalowaniu czytnika** można kupić pismo w wersji elektronicznej. Zapłata może zostać uiszczona przelewem zwykłym lub elektronicznym, kartą płatniczą, a także poprzez SMS. W przypadku zakupu prenumeraty system powiadamia przez e-maile wysyłane na skrzynkę pocztową o możliwości pobrania kolejnego numeru. Standardowym udogodnieniem jest możliwość zmiany rozmiaru czytanego tekstu, jego przeszukiwania, zaznaczania fragmentów i dodawania notatek. Niektóre pisma lub ich fragmenty można także drukować (jest to jednak uzależnione od zgody wydawcy).

**Wzrost liczby dystrybuowanych w postaci cyfrowej tytułów  
w Stanach Zjednoczonych przez czterech najważniejszych  
dystrybutorów prasy cyfrowej**

	Liczba tytułów w 2004 r.	Liczba tytułów w 2008 r.
<b>Nxtbook Media</b>	100	600
<b>Texterity</b>	50	600
<b>Olive Software</b>	200	650
<b>Zinio</b>	275 (2005)	868

*Źródło: Digital Magazines 2008, Folio 2008*

Rysunek 3: Liczba tytułów.

## Za oceanem

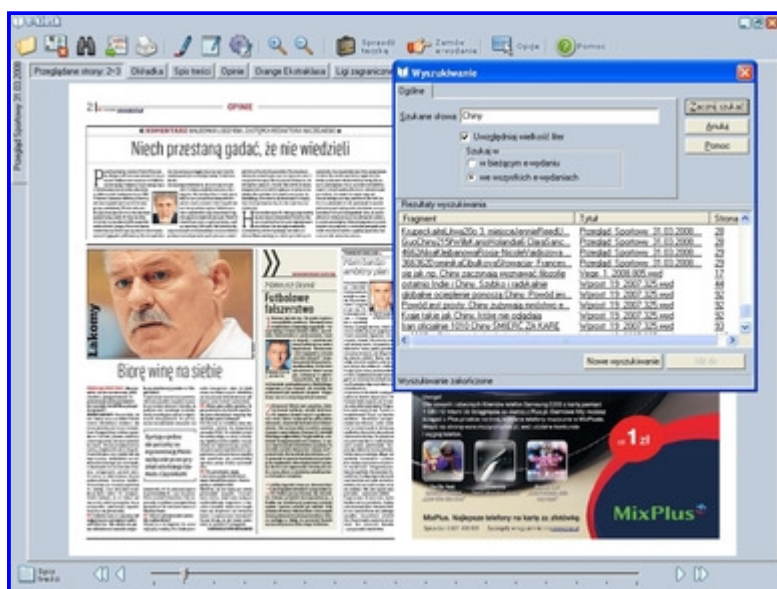
Największy sukces prasa cyfrowa odniosła na razie za oceanem. Najlepiej obrazuje to porównanie liczby dystrybuowanych obecnie i zaledwie cztery lata temu tytułów. Przykładowo: cyfrowy „Playboy” znajduje co miesiąc już 60–70 tysięcy nabywców, co stanowi nadal mniej niż 5% ogólnej liczby sprzedawanych egzemplarzy, niemniej jednak wydawca podkreśla, że jest to dla niego coraz istotniejszy kanał dystrybucyjny.

## E-wydania w Polsce

W naszym kraju już rok temu można było zaprenumerować aż 115 gazet i magazynów w formie elektronicznej (obecnie ok. 200). Pierwszym e-kioskiem był powstały na początku 2005 roku serwis **eGazety.pl**. We wrześniu tego samego roku do gry wkroczył **Netpress.pl**, a w lipcu 2006 roku wystartował **e-Kiosk.pl**. Wszystkie te kioski wymagają korzystania z wyspecjalizowanych czytników prasy elektronicznej. Netpress.pl działa, bazując na amerykańskim systemie firmy Zinio (jakiś czas temu

wprowadził też niektóre pisma w formie plików PDF), dwa pozostałe czytelniki są natomiast rozwiązaniami zrealizowanymi w naszym kraju.

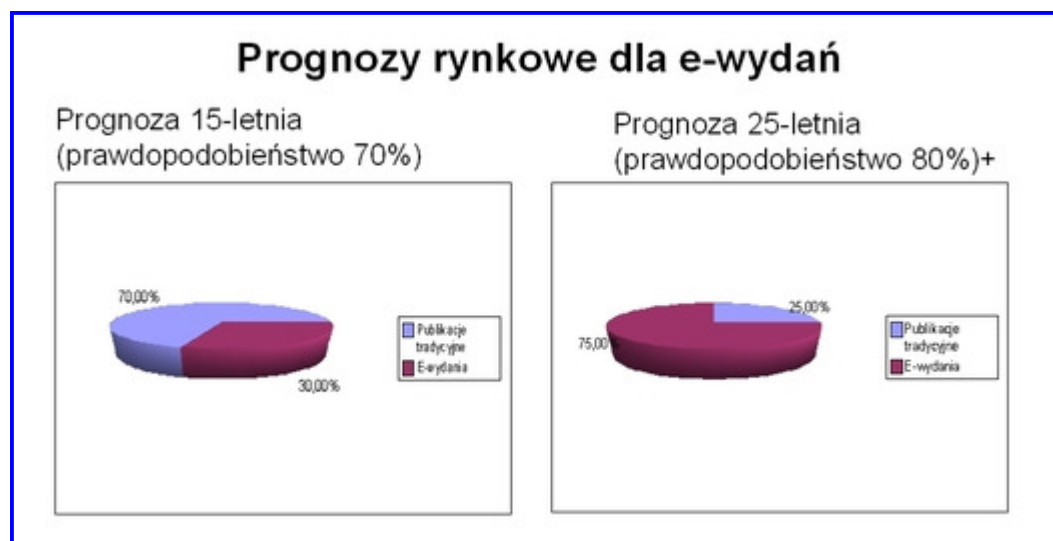
Systemy dystrybucji e-wydań oferowane przez te kioski różnią się nieco oferowanymi funkcjami. Czytelniki stosowane przez Netpress.pl i e-Kiosk.pl dają możliwość przeglądania wydań zarówno online, jak i offline. Wszystkie czytelniki oferują możliwość przeszukiwania nie tylko pojedynczych numerów, ale i całych archiwów zgromadzonych na dysku. Tylko w wypadku e-Kiosku.pl możliwy jest natomiast bezproblemowy zakup egzemplarzy archiwalnych (w Netpressie.pl możliwe jest to z pewnymi ograniczeniami). Pod względem estetyki i wygody korzystania czytelniki Netpressu i e-Kiosku prezentują się nieco lepiej od swego konkurenta. Różnic jest oczywiście więcej, są to jednak detale niedecydujące o zdecydowanej przewadze jednego produktu nad innymi.



Rysunek 4: Koniec kłopotów ze znalezieniem czegokolwiek w stercie gazet czy czasopism: wystarczy wpisać słowo i wcisnąć przycisk Szukaj, a w odpowiedzi otrzymamy informacje, w których pismach z domowego archiwum i w jakim kontekście dane słowo wystąpiło.

W naszym kraju istnieją jeszcze dwa kioski sprzedające e-wydania w postaci plików w formacie PDF. Są to prasa24.pl i netkiosk.pl, oferujące odpowiednio 6 i 14 tytułów. Należy podkreślić, że liczba oferowanych przez nie pism nie zwiększyła się w ciągu ostatniego półtora roku.

Oprócz tego dodać trzeba, że także i niektórzy wydawcy samodzielnie sprzedają swoje e-wydania (np. „Gazeta Wyborcza”, „Gazeta Prawna”, „Puls Biznesu”). Wykorzystują do tego technologie pozwalające na korzystanie z tych gazet za pośrednictwem przeglądarki internetowej. Na szczególną uwagę zasługuje zwłaszcza e-wydanie „Gazety Wyborczej”, które wyposażone zostało w funkcję automatycznego czytania przez syntetyzator mowy.



Rysunek 5: Badania przeprowadzone w USA dowodzą, że w ciągu najbliższych 25 lat aż 75% wszystkich publikacji prasowych dystrybuowanych będzie w postaci cyfrowej.

## Co nas czeka w przyszłości

Choć sceptyków może to dziwić, najnowsze badania amerykańskie przekonują, że jesteśmy w przededniu kolejnej cyfrowej rewolucji, identycznej do tej, która dokonała się już np. na rynku muzycznym. Zgodnie z tymi przewidywaniami za 25 lat trzy na każde cztery sprzedane publikacje będą miały formę cyfrową! Jeśli te przewidywania się ziszcą, papierowe czasopisma i gazety staną się zapewne drogim, a zatem ekskluzywnym atrybutem wysokiego statusu społecznego.

W popularyzacji e-wydań pomoże na pewno **upowszechnienie czytników sprzętowych**, takich jak słynny Kindle propagowany przez Amazona. Czytniki te na razie mają jednak wiele wad, np. wysoką cenę i bardzo ograniczone możliwości wyświetlania obrazów kolorowych, co uniemożliwia ich szersze zastosowanie na rynku e-prasy. Przełomem będzie na pewno wprowadzenie do sprzedaży urządzeń bazujących na tzw. **e-papierze**, czyli cienkim i giętkim polimerowym wyświetlaczu pozbawionym ramy. Nie świeci on własnym światłem, a tekst widziany jest w świetle odbitym, czyli tak jak w trakcie czytania zwykłej gazety. E-papier można zrolować lub złożyć w kostkę i schować do kieszeni, a do pracy potrzebuje znacznie mniej prądu niż notebook. Na razie jednak e-papier nie wyszedł ciągle z fazy badań laboratoryjnych.

### **Jerzy Karwelis, dyrektor wydawniczy „Forbesa” i „Newsweeka”, szef komisji e-wydań przy ZKDP**

E-wydania dają wydawcom do ręki zupełnie nowe możliwości. Aktywne linki w ogłoszeniach płatnych pozwalają mierzyć faktyczną skuteczność reklam, a aktywne adresy e-mailowe – nawiązać natychmiastowy kontakt. Brak kosztów druku i papieru pozwala na lepsze dostosowanie ceny do możliwości nabywczych grupy docelowej. Cyfrowy charakter produktu daje z kolei czytelnikom niebywałą dotąd możliwość wyszukiwania informacji. Zalety e-wydań doceniają zwłaszcza wydawcy prasy B2B, dla których prasa cyfrowa oznacza przede wszystkim ogromne oszczędności. W przyszłości e-wydania staną się w pełni multimedialne i będą w sposób konwergentny integrować zalety bardziej aktualnych serwisów WWW z pogłębionymi treściami publikowanymi na łamach gazet i czasopism. Wydawcy nauczą się też, jak wykorzystywać e-wydania do przeprowadzania skomplikowanych badań czytelniczych bez konieczności zatrudniania wyspecjalizowanych pracowni badawczych.

**Piotr Kubiszewski, prezes e-Kiosku.pl**

Tak, to prawda – tradycyjne gazety i czasopisma łatwiej się czyta. Ale czy łatwiej wyszukuje się w nich informacje? Czy łatwiej się je dostarcza? Czy łatwiej się je archiwizuje? Wyobraźmy sobie firmę zatrudniającą 20 pracowników, która prenumeruje „Dziennik”. W pewnym momencie prezes uświadamia sobie, że w wydaniu sprzed mniej więcej tygodnia przeczytał ważną informację, do której koniecznie musi teraz dotrzeć. No i zaczyna się burza – gdzie są egzemplarze sprzed tygodnia? Kto wziął numer z wtorku, a kto ze środy? Gdzie jest dodatek z czwartku? I w końcu: w którym miejscu o tym napisali? A przecież wystarczy tylko zgromadzić na dysku elektroniczne egzemplarze pisma i uruchomić opcję Szukaj, a po kilku sekundach poszukiwany artykuł zostanie wyświetlony na ekranie komputera.