

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

GRAFIČKI FAKULTET

GABRIJELA BALALA

**KOMPARATIVNA ANALIZA UPORABE
DIGITALNIH I TISKOVNIH MEDIJA**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2012



Sveučilište u Zagrebu
Grafički fakultet

GABRIJELA BALALA

**KOMPARATIVNA ANALIZA UPORABE
DIGITALNIH I TISKOVNIH MEDIJA**

DIPLOMSKI RAD

Mentor:

Izv.prof.dr.sc. Nikola Mrvac

Student:

Gabrijela Balala

Zagreb, 2012

Rješenje o odobrenju teme diplomskog rada

SAŽETAK

Digitalni mediji sve više uzimaju primat nad tiskovnim medijima te postaju sve popularniji kod korisnika. Tiskovni mediji, kao što su knjige, časopisi i novine, trenutno su još uvijek zastupljeni ali primjećujemo njihov pad u kvaliteti, popularnosti te cijeni. Razvojem novih uređaja, kao što su e-čitači, tableti te pametni telefoni (*Smartphone*), pospješuje se distribucija digitalnih medija.

Digitalizacijom sadržaja knjige mijenjamo gotovo svaki aspekt stvaranja knjige, počevši od osnovnog formata knjige, prirode autorstva, vlasništva, čitatelja te poslovnog modela u izdavaštvu. Časopisi se sve više okreću digitalnim izdanjima u kojima objedinjuju osnove tiskanog časopisa s novim medijima. E-novine definitivno predstavljaju budućnost dnevnih novina kao i časopisa, jer uz mlađe generacije koje su odrasle na novim tehnologijama tiskane novine neće imati dugoročnu budućnost.

Istraživanje se provodilo metodom anketiranja s ciljem da se prikaže trenutno stanje uporabe digitalnih i tiskovnih medija kod osoba iz grafičke struke te osoba izvan nje. Na temelju dobivenih rezultata pokušano je predvidjeti trenutno stanje u razvoju prihvaćanja digitalnih medija naspram tiskovnih, uporabu tiskovnih kao i digitalnih medija te razmišljanja ispitanika o budućnosti istih.

KLJUČNE RIJEČI

Tiskovni mediji, digitalni mediji, e-knjiga, e-časopis, e-novine

ABSTRACT

Digital media are increasingly taking precedence over printed media and are becoming increasingly popular with users. Print media, such as books, magazines and newspapers, are currently still represented but notice a drop in their quality, popularity and price. The development of new devices, such as e-readers, tablets and smartphones, enhances the distribution of digital media.

Digitizing the contents of the book changed almost every aspect of creating the book, starting with the basic format of the book, the nature of authorship, ownership, readers and business models in publishing. Journals are increasingly turning to digital editions in which combines the basics of the printed magazine with new media. E-newspapers are definitely the future of newspapers and magazines because with the younger generation who grew up on the new technologies the printed newspapers will not have a long-term future.

The survey was conducted by interviewing with the aim to show the current status of the use of digital and print media with people from the graphic profession and people beyond. Based on the results of attempts to predict the current state of development of the acceptance of digital versus print media, use of print and digital media, and their thinking about the future of these subjects.

KEY WORDS

Print media, digital media, e-books, e-magazines, e-newspapers

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. TISKANA KNJIGA NASPRAM E-KNJIGE.....	3
2.1. E-KNJIGA	3
2.2. PREDNOSTI E-KNJIGE NASPRAM TISKANE KNJIGE.....	5
2.3. FORMATI E-KNJIGA	6
2.3.1. Portable Document Format (.pdf)	6
2.3.2. Electronic publication (.epub)	7
2.3.3. Amazon Kindle formati (.azw, .kf8)	7
2.4. ELEKTRONIČKO IZDAVAŠTVO ZA E-KNJIGE.....	7
2.4.1. Autori i elektroničko izdavaštvo.....	8
3. TISKANE NOVINE I ČASOPISI NASPRAM E-NOVINA I E-ČASOPISA	9
3.1. E-NOVINE I E-ČASOPISI.....	9
3.2. PREDNOSTI E-NOVINA I E-ČASOPISA NASPRAM TISKOVNIH.....	11
3.3. ELEKTRONIČKO IZDAVAŠTVO ZA E-NOVINE I E-ČASOPISE.....	11
4. UREĐAJI ZA ČITANJE DIGITALNIH IZDANJA.....	12
4.1. E-ČITAČI	12
4.1.1. Kindle.....	13
4.1.2. Nook	14
4.1.3. Kobo	15
4.1.4. Sony Reader	15
4.2. TABLETI.....	16
4.2.1. iPad	17
4.3. RAČUNALA I PAMETNI TELEFONI (<i>SMARTPHONE</i>)	18
5. ISTRAŽIVAČI DIO.....	20
5.1 REZULTATI ANKETE	21
5.1.1. OSOBNİ PODACI.....	21
5.1.2. REZULTATI ANKETE - KNJIGA	23
5.1.3. REZULTATI ANKETE - NOVINE	40

5.1.4 REZULTATI ANKETE - ČASOPIS.....	57
6. USPOREDBA REZULTATA ANKETE S REZULTATIMA ANKETA U SVIJETU	76
6.1. Rezultati anketa ovisno o knjizi	76
6.2. Rezultati ankete ovisno o e-novinama i e-časopisima	77
7. ZAKLJUČCI.....	79
8. LITERATURA	82
9. PRILOG.....	86
9.1. Prilog A.....	86
POPIS SLIKA	107
POPIS GRAFIKONA	108
POPIS TABLICA	112

1. UVOD

Tiskovni mediji suočavaju se sa značajnim promjenama koje se nisu dogodile još od doba Johanna Gutenberga i izuma tiskarskog stroja. Mnoge medije kao što su knjige, novine te časopise zamjenjujemo samo jednim-digitalnim medijem. Sve više se okrećemo digitalnim uređajima i internetu za pronalazak informacija i zabavu, time napuštajući tradicionalne metode. Generalna populacija odmiče se od konzumacije tiskanih medija prema stvaranju novih digitalnih života [1,2,3].

Razvojem elektroničkih uređaja, kao što su e-čitači, tableti te pametni telefoni (*Smartphone*), digitalni mediji postižu sve veću popularnost kod korisnika. Kombiniranjem više medija u jednom te dostupnost, glavne su karakteristike digitalnih medija kao i elektroničkih uređaja. U ubrzanom svijetu u kojem danas živimo, jednostavnost, dostupnost te portabilnost postaju standard.

Iako ljubitelji tiskanih medija ne žele prihvatiti digitalne medije, nova generacija prelazi direktno na digitalne medije. Takozvana "*Generacija Y*", koja je odrasla s internetom i drugim digitalnim medijima, tiskane medije doživljavaju kao skupe, dosadne, ograničavajuće, itd. [1]. Također, veliki utjecaj na uporabu tiskovnih medija ima i osjećaj sentimentalnosti prema njima. Određeni korisnici, pogotovo starijih generacija, jutarnju kavu ne mogu zamisliti bez dnevnih novina. Upravo zbog tih sentimentalnih vrijednosti te osjećaja koje nam pružaju tiskovni mediji opstaju na tržištu.

Knjiga se kroz stotine godina nije znatno mijenjala te upravo zbog toga industrija nije mogla predvidjeti znatne promjene. No, bilo je jasno da se budućnost knjige neće puno razlikovati od one u glazbi, da njihov format neće biti fizički opipljiv. Tiskovine će evoluirati u elektroničke formate te biti distribuirane, kupljene, prodane te konzumirane putem digitalnih uređaja [1]. Smatra se kako će s vremenom knjiga u tiskanom obliku nestati te da će je zamijeniti e-knjiga. No, te pretpostavke odnose se za daleku budućnost. Realna očekivanja su da će do 2015. godine sve više knjiga odlaziti direktno u digitalnu

distribuciju, da će paralelno postojati nekoliko jakih platformi za čitanje, popularnost elektroničkog objavljivanja rasti te da će se poslovni modeli morati izmjenjivati [4].

Vijesti smo nekada davno samo čitali, pa slušali preko radija, televizija nam je omogućila da ih i vidimo a pojavom interneta vijesti smo u isto vrijeme mogli i čitati i vidjeti i čuti. Pojavom elektroničkih uređaja je revolucionarno što ih sada možemo i dotaknuti [5]. E-novine definitivno predstavljaju budućnost dnevnih novina kao i časopisa. Iako se „naša“ generacija još uvijek sentimentalno veže za novine u tiskovnom obliku, zbog tradicije, nezamjenjivog mirisa novina, među mlađim generacijama koje su odrasle s novim tehnologijama novine neće imati dugoročnu budućnost.

Naša generacija nalazi se na prekretnici. Prema tradiciji naučeni smo čitati knjige, novine te časopise u tiskovnom izdanju ali se također susrećemo i s digitalnim medijima kao što su e-knjige, e-časopisi, e-novine. Upravo zbog toga cilj ovog diplomskog rada je ispitati trenutno stanje uporabe i prihvaćanja tiskovnih kao i digitalnih medija te razmišljanja ispitanika o njihovim budućnostima. Činjenica je da su digitalni mediji sve više zastupljeni te da će vjerojatno jednog dana i istisnuti tiskovine, a anketom se želi uvidjeti trenutno stanje. Nakon ispitivanja, dobiveni rezultati će biti analizirani te uspoređeni sa sličnim anketama koje su provedene u svijetu.

2. TISKANA KNJIGA NASPRAM E-KNJIGE

Čitanje knjiga i dalje je jedno od najpopularnijih aktivnosti širom svijeta. Ljudi vole knjige od najranijeg djetinjstva te prema njima osjećaju vrlo sentimentalnu povezanost. Tiskane knjige pružaju nam specifičan osjećaj kada ih držimo u ruci, specifičan miris, čine sastavni dio našeg doma, itd..

Pojavom digitalnih medija tržište tiskanih medija prolazi kroz period mnogih promjena i restrukturiranja. E-knjigu mnogi su na početku doživljavali kao najvećeg neprijatelja tiskane knjige, no e-knjiga čitačima nudi zanimljivu alternativu naspram tiskane knjige. Mnogi vide budućnost isključivo u e-knjigama ali to ne znači nužno kraj tiskane knjige [1, 6, 7].

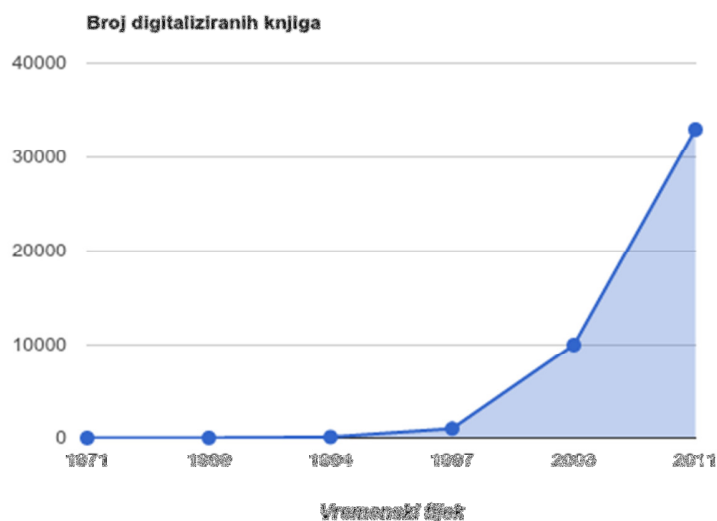
Izjavom: "Knjiga je mrtva, živjela knjiga!", možemo puno toga zaključiti o budućnosti knjige [8]. E-knjiga definitivno predstavlja budućnost knjige kao takve jer sa svim svojim karakteristikama je znatno u prednosti naspram tiskovne knjige. No, to ne znači da je tiskana knjiga "mrtva" te da će ona potpuno nestati iz uporabe.

Kada raspravljamo o tiskanoj i e-knjizi bitno je za napomenuti da se zapravo raspravlja o čitanju. Bilo da čitamo knjigu u tiskanom ili digitalnom izdanju, glavna misao vodilja bi trebala biti da se potakne ljude na čitanje. Čitanje se oduvijek smatralo vrlo intimnom i pasivnom djelatnošću, no pojavom e-knjiga čitanje postaje vrlo aktivna djelatnost [9]. Knjige kao takve postupno ćemo zamijeniti novim medijem, digitalnim medijem, ali tiskana knjiga će i dalje opstati kao dio naše tradicije.

2.1. E-KNJIGA

Elektronička knjiga (E-knjiga) je digitalna verzija tiskane knjige, koja se distribuira putem interneta [6, 10]. No, osim što e-knjiga može biti digitalna verzija tiskane knjige ona može postojati i isključivo u digitalnom obliku. Uređaji koji se koriste za čitanje e-knjiga su: e-čitači, tableti, osobna i prijenosna računala te pametni telefoni (*Smartphone*).

Elektronička knjiga (e-knjiga) nastala je 1971. godine s pokretanjem prve digitalne knjižnice pod nazivom “*Project Gutenberg*”. Prva knjiga postala je dostupna u srpnju 1971. godine kao *eText*¹, pokrenuta od strane Michaela Hart-a sa željom distribuiranja elektroničke verzije književnih djela diljem svijeta. Time “*Američka deklaracija o neovisnosti*” postaje prva e-knjiga. Zatim se 1974. godine pojavljuje internet koji dostiže svoj prvi vrhunac izumom internet mreže 1990. godine, a drugi vrhunac izlaskom prvog internet preglednika “*Mosaic*” 1993. godine. Od tada se internet proširio rapidno po cijelom svijetu. broj e-knjiga svake godine je također rapidno rastao uz pomoć velikog broja volontera diljem svijeta s ciljem besplatnog distribuiranja e-knjiga.



Grafikon 1. Broj digitaliziranih knjiga “Projekta Gutenberg”

Pojavom prvih e-čitača 1998. godine, kao što su *Rocket Ebook* i *SoftBook*, popularnost knjiga raste te se one počinju distribuirati i putem CD-a. No, tek pojavom modernih e-čitača i tableta, te povećanjem broja e-knjiga kao i konkurencije među digitalnim knjižnicama, broj e-knjiga kao i njihova prodaja postaju ozbiljna konkurencija tiskanim knjigama. Velika prekretnica za e-knjigu bila je 2010. godina kada su cijene e-čitača znatno

¹ Electronic Text (eText) je generalan pojam za dokument koji je čitljiv u digitalnom obliku a sastoji se većinom od tekstualnog sadržaja.

pale te 2011. godina kada je *Amazon* objavio da je prodaja e-knjiga nadmašila prodaju tiskovnih izdanja (grafikon 1.) [11, 12, 13].

2.2. PREDNOSTI E-KNJIGE NASPRAM TISKANE KNJIGE

Prazan papir kao i monitor ili ekran uređaja kada je ugašen imaju nešto zajedničko: oboje su prazni, bez konteksta te spremni za razne mogućnosti. Dok na papir stane samo ograničen broj informacija, slova, slika ili brojeva kod monitora ili ekrana uređaja nema ograničenja [1]. Tiskane knjige osim tradicije posjeduju i preprodajnu vrijednost kod određenih djela, što se gubi kod e-knjiga. Također, tiskana knjiga ne zahtijeva posjedovanje uređaja za čitanje, struje kao ni interneta [14]. No, e-knjiga posjeduje mnoge karakteristike koje su potpuno neizvedive kod tiskane knjige, kao što su:

- Interaktivnost- Linkovi, bilješke, socijalna interaktivnost, video i audio mogućnosti mogu biti ukomponirani u e-knjigu. Time se omogućuje autorima da ilustriraju jasnije svoj sadržaj čitateljima te pružaju interaktivnost s knjigom. Video omogućuje autorima da čitateljima pružaju nove perspektive o mjestima, ljudima te konceptima koje bi bilo teško razumjeti u tiskovnim izdanjima. Ove značajke postale su vrlo popularne i kod obrazovnih knjiga.
- Mogućnost pretraživanja- Knjige su tu kako bi nas obavijestile, stimulirale te zabavile kao čitatelja. Kako bi došli do dodatnih informacija, čitajući tiskanu knjigu, morali smo otići u biblioteku ili temu proučiti na internetu. Kod čitanja e-knjiga koje su povezane na neku od platforma, daljnje istraživanje je mnogo lakše. To je osobito važno kod generacije koja je odrasla uz digitalne medije, te se integracija interneta i knjige čini više relevantnim za mlađe čitatelje.
- Prenosivost- Danas postoje razni uređaji za čitanje e-knjiga a činjenica da zauzimaju vrlo malo prostora, definitivno je karakteristika koja ide najviše u korist e-knjiga. Na ovaj način možemo sa sobom ponijeti stotine knjiga ako to želimo, što je s tiskanim knjigama nezamislivo.
- Cijena- E knjiga je općenito jeftinija od tiskane knjige. Tiskanje, troškovi proizvodnje, materijali te distribucija, kod e-knjiga ili ne postoje ili su troškovi

znatno manji. Također određene e-knjige moguće je konzumirati potpuno besplatno. Bitno je za napomenuti da je model određivanja cijene e-knjige još uvijek nejasan, te da postoje problemi oko autorstva kao i kod određivanja poreza na e-knjige.

- Ekološki aspekt- Pošto e-knjiga ne zahtijeva materijale, proizvodnju i transport, e-knjiga postaje pravi “zeleni” proizvod. Negativno je što je za uređaje na kojima čitamo e-knjige potrebna struja.
- Tehnološke karakteristike- E-knjige imaju mogućnost mijenjanja veličine i boje fonta, što je odlična karakteristika za starije ili slabovidne korisnike. Također, mnogi uređaji za čitanje e-knjiga imaju mogućnost čitanja e-knjige što također uvelike pomaže slabovidnim osobama [7, 14, 15].

2.3. FORMATI E-KNJIGA

E-knjige mogu biti objavljene u različitim formatima. U Sjedinjenim Američkim Državama, vođe industrije –*Amazon, Barnes & Noble* i *Apple*- omogućuju korisnicima da čitaju kupljene knjige na različitim uređajima. Takva strategija ublažava problem različitih formata, a i sami korisnici rijetko imaju potrebu da knjigu iz jednog formata spremaju na uređaj koji zahtjeva drugačiji oblik. U Europi, gdje su e-knjige i e-čitači manje zastupljeni, izdavači i dalje raspravljaju o različitim svojstvima formata. Postoje tri formata koja su trenutno najviše zastupljena, a to su *ePUB, PDF* te *Amazon Kindle* formati.

2.3.1. Portable Document Format (.pdf)

PDF (Portable Document Format) format izrađen je od strane *Adobe-a* i prvenstveno se koristi za specijalizirane knjige. Dokument se ponaša kao niz fotografija, što znači da će se na uređaju svaka stranica dokumenta prikazati onako kako ju je autor zamislio. Time se povećavanje ili smanjivanje veličine fonta obavlja mnogo teže nego kod *ePUB* formata. *PDF* formati omogućuju izdavačima stvaranje raskošnog dizajna knjige, s fiksnim stranicama te ilustracijama. No, te knjige mogu biti nečitljive na nekim e-čitačima i drugim elektroničkim uređajima, pogotovo kod onih s malim ekranima.

2.3.2. Electronic publication (.epub)

Electronic publication (ePUB) format se uglavnom koristi za knjige proizvedene za masovno tržište. Tekst se prilagođava korisničkom uređaju, te omogućuje korisniku kontrolu kod veličine teksta na zaslonu uređaja. No, e-knjige objavljene u ePUB formatu nemaju statičke brojeve stranica, te time onemogućuju korisnike u pravilnom citiranju e-knjiga.

2.3.3. Amazon Kindle formati (.azw, .kf8)

Kindle e-čitači ne podržavaju *ePUB* format kao mnogi drugi e-čitači. *Amazon* koristi svoj vlastiti format, *AZW* i *KF8*, koji omogućuje zaštitu i upravljanje autorskim pravima. *AZW*² format temelji se na softveru od strane *Mobipocket-a*, koji je podružnica *Amazona*, a verzija *Mobipocket* formata dostupna je besplatno. Po karakteristikama je slična *ePUB* formatima, omogućujući fleksibilno okretanje stranica te je pogodan za manje elektroničke uređaje. S izlaskom *Kindle Fire-a* 2011. godine, izašao je i novi *Kindle Format 8 (KF8)* koji omogućuje više od 150 novih mogućnosti oblikovanja [6, 16].

2.4. ELEKTRONIČKO IZDAVAŠTVO ZA E-KNJIGE

Pojavom e-knjiga i e-čitača dolazi do znatne promjene u tradicionalnom izdavaštvu. Uz tiskana izdanja, izdavači kako bi opstali konkurentni na tržištu moraju osigurati i digitalna izdanja. Ta digitalna transformacija neće eliminirati tiskanu knjigu, već stvoriti nove formate za izdavače te nove mogućnosti zarade. Uloga posrednika se također mijenja u digitalnom okruženju. Proizvodnja e-knjiga ne zahtijeva tiskaru, tiskarske materijale, dostavu a u nekim slučajevima ne zahtijeva niti izdavača (grafikon 2.). Kako su ulaganja u digitalno tržište vrlo mala, izdavači kao i autori dalje će nastaviti proširivati svoje poslovanje preko interneta. Autori samopromocijom, izdavači vlastitim distribucijama a posrednici preko vlastitih platforma (CMS³) [6].

² Format e-čitača korišten isključivo za Amazon Kindle, skraćenica od Amazon Word.

³ Content Management System (CMS) je program koji omogućuje izdavanje, editiranje te modifikaciju digitalnog sadržaja.



Grafikon 2. Prikaz procesa proizvodnje tiskane i digitalne knjige

2.4.1. Autori i elektroničko izdavaštvo

Osim promjene u proizvodnji sadržaja, dolazi i do promjene uloge autora u elektroničkom izdavaštvu. Autorima više nije potrebno pronaći izdavačku kuću kako bi objavili svoje radove već to mogu učiniti preko raznih platformi za objavljivanje knjiga. Time autori dobivaju potpunu slobodu oko sadržaja, dizajna, određivanja cijene a njihovo objavljivanje radova postaje potpuno besplatno. Ovakav način objavljivanja posebno je koristan za knjige i priručnike korištene za edukativne svrhe, jer ne dolazi do zastarijevanja informacija. No, bez prisutnosti tradicionalnog izdavaštva, u takvom slobodnom izdavaštvu može doći do prenatrpanosti sadržaja, gramatičkih pogrešaka, nestručnosti te nezaštićenosti podataka. Međutim, takvo samostalno izdavaštvo može biti uspješno samo ako su autori poznati. Uspješni autori mogu preuzeti odgovornost za distribuciju, kao što su to učinili *Stephen King* i *Paulo Coelo*, te tako dobivaju ne samo naknadu za autora već i sav prihod prodaje [6,7,17,18].

3. TISKANE NOVINE I ČASOPISI NASPRAM E-NOVINA I E-ČASOPISA

Pojavom interneta tiskane novine i časopisi dobivaju snažnu konkurenciju, predstavljajući informacije na nove načine te mijenjajući osnovnu definiciju vijesti kao i cijelog izdavaštva. Već duži niz godina naklade novina i časopisa su u opadanju a čitatelji se sve više okreću internetu za pronalazak informacija. Čitatelji sve više vremena provode na internetu, preferirajući vijesti u digitalnim izdanjima ali istovremeno nisu spremni platiti za takve usluge. Kako bi povećali izvor prihoda te povećali prodaju, izdavači se sve više koncentriraju na digitalna izdanja koja bi bila isplativa [6].

3.1. E-NOVINE I E-ČASOPISI

Kao i kod e-knjiga, e-novine i e-časopisi postoje kao digitalna verzija tiskanih novina i časopisa ili kao isključivo elektroničke novine ili časopisi. Još od 1994 godine, kada su izašle prve e-novine, cilj je povezati osobine tiskanog izdanja s prednostima elektroničkih medija. Njihova sposobnost da se izdanja isporučuju odmah, bez procesa tiska te bez distribucije prodajnim mjestima i pretplatnicima, čine ih mnogo isplativijima od tiskanih izdanja.[6,19].

Vijesti smo prvo čitali na tiskovinama, zatim slušali na radiju, televizija nam je omogućila da ih vidimo, internet da ih istovremeno vidimo i slušamo a pojavom uređaja za čitanje digitalnih izdanja možemo ih i dotaknuti. Time je omogućeno stvaranje veze čitatelja s uređajem kao i s digitalnim sadržajem, koji je na neki način sprečavao publiku da postane lojalna te da se razvije emotivnu vezu kao kod tiskovina.

Razvojem uređaja za čitanje digitalnih izdanja, kao što su e-čitači i tableti, postiže se portabilnost te izgled kao i kod tiskanih izdanja. Tableti sa svojom portabilnošću, pristupom internetu, velikim ekranom, mogućnošću prikazivanja videa te distribucijskim kanalima, čine idealnu platformu za digitalna izdanja novina i časopisa.

Razvojem aplikacija stvorio se novi način naplate sadržaja. Time se naplata za sadržaj, koji je do sad bio dostupan besplatno putem web stranica, učinio prihvatljivim za korisnika. No, kako bi korisnici platili sadržaj on mora biti kvalitetan po sadržaju kao i po izgledu. Kako osnovne informacije vijesti zbog tehnološkog razvoja i umreženost nemaju vrijednost, e-novine i e-časopisi moraju ponuditi ekskluzivu kao i sadržajnije informacije od onih koje se nude besplatno [6,5].

The Daily su prve e-novine a *Project* prvi e-časopis (dizajniran za *iPad*), koje su svoj sadržaj započeli naplaćivati korisnicima a koji postoji isključivo u digitalnom izdanju. Digitalna izdanja novina i časopisa, kao što su *The New York Times*, *Wired*, *GQ*, postoje i u tiskanom izdanju pa korisnicima idea o naplaćivanju sadržaja nije bila toliko strana [20].



Slika 1. Izgled naslovnice *iPad* časopisa *Pokret O*

<http://www.topappreviews101.com/ipapping/10186/pokreto-screenshot-1.jpg>

U Hrvatskoj prvi e-časopis dostupan isključivo na *iPad-u* pokrenut je 2011. godine pod nazivom *Pokret O(tpora)* (slika 1.). No, iako je privukao pažnju mnogi medija i korisnika *Pokret O* nije zaživio kako se planiralo. Nakon 1500 “skinutih” aplikacija, pretplata časopisa se ukinula ali ne i sami časopis. Korisnici još uvijek nisu bili spremni prihvatiti ovaj novi medijski format, iako časopis izgledom kao i interaktivnim sadržajem nije

zaostajao za svjetskim inačicama ovakvog magazina. U produkcijskom timu “*Jasno&Glasno*”, iako prvi broj e-magazina nije ispunio očekivanja, ne odustaju te se potkraj 2012. godine očekuje novi rekoncipirani broj e-časopisa *Pokret O* [21,22].

3.2. PREDNOSTI E-NOVINA I E-ČASOPISA NASPRAM TISKOVNIH

Novine i časopisi do sada su bili vrlo statičan medij no pojavom interneta i uređaja za čitanje e-novina i e-časopisa oni postaju interaktivni. Interaktivnost se omogućuje između taktilnog korištenja samog uređaja i čitatelja kao i mogućnošću komentiranja sadržaja te obogaćivanjem sadržaja sa videom, zvukom te animacijama.

Nedostatak e-novina i e-časopisa naspram tiskovnih je to što oni zahtijevaju uređaj za čitanje takvih izdanja kao i pristup internetu. No, ako posjedujemo takav uređaj, digitalne verzije novina i časopisa dostupne su nam bilo kada i bilo gdje. Također, uređaji nam omogućuju pohranu starijih izdanja te tako dobivamo na uštedi prostora i vremena.

Pošto digitalne novine i časopisi ne zahtijevaju tisak kao ni materijale oni su znatno jeftiniji od tiskovnih izdanja, kao i za izdavača tako i za čitatelja. Iako postoje mnoga pitanja o zaštiti autorskih prava kao i o određivanju cijene, pretplaćivanje na e-novine ili e-časopise i dalje je najisplativija verzija [23,24].

3.3. ELEKTRONIČKO IZDAVAŠTVO ZA E-NOVINE I E-ČASOPISE

Budućnost medija definirana je brojnim pitanjima o razvoju tehnologije i njenom utjecaju na medije, novinarstvo, pisanje, autentičnost fotografija te zaštitu autorskih prava u digitalnom okruženju. Uz takva pitanja, izdavači moraju pronaći odgovore kako bi opstali na tržištu. Da bi novine i časopisi zaista saživjeli s digitalnim izdanjem izrada novina mora postati sastavni dio redakcije a ne se distribuirati samo preko aplikacija. Jer uz ubrzan razvitak tržišta digitalnih platformi, redakcije se moraju uključiti u samostalno kreiranje sadržaja. Samo dvije kompanije uspješno kreiraju digitalna izdanja unutar redakcijskih sustava koji se temelji na *InDesign*⁴ a to su *Adobe* i *Mag+*. *Mag+* razvio je alate za izradu digitalnih novina i časopisa čak godinu dana prije pojavljivanja *iPad-a* na tržištu.

⁴ Adobe InDesign je softverski program izrađen od strane Adobe Systems-a.

Posebnost takvih alata je njihova jednostavnost i brzina koja je nužna pri izradi novina i časopisa [25].

Budućnost izdavaštva definitivno leži u tzv. “*Multiplatform Branding-u*”, odnosno distribuciji sadržaja na više različitih medija. Uspješan primjer takve distribucije sadržaja su dnevne novine “*The Boston Globe*”. Otkako je 1872. godine počeo izlaziti kao dnevne novine, “*The Boston Globe*” prepoznao je razne pogodnosti različitih platformi te postao multimedijalni izvor vijesti i informacija. Osim što postoji u tiskanom izdanju, “*The Boston Globe*” distribuira se i putem web stranice, društvenih mreža (*Facebook, Twitter*), *iPhone* te *iPad* aplikacija te digitalnom verzijom tiskanog izdanja [5,26].

4. UREĐAJI ZA ČITANJE DIGITALNIH IZDANJA

Zavisno o tome za što ih želimo koristiti te koliko financijski izdvojiti za njih, postoje različiti uređaji za čitanje digitalnih izdanja. Ako primarno želimo čitati knjige, te povremeno novine i časopise uz ograničenu dostupnost internetu, e-čitači bi trebali biti naš prvi izbor. Ukoliko želimo više funkcija kao što je, pristup internetu, igranje igrice, gledanje filmova, slušanje glazbe te ekran u boji, odabrat ćemo neke od tableta. Za čitanje elektroničkih izdanja također možemo koristiti i osobna računala kao i laptope. No, oni su naspram ostalih uređaja vrlo ne praktični. Pametni telefoni (*Smartphone*) posjeduju dobre karakteristike, portabilnost te povezanost s internetom, ali njihov ekran malih dimenzija predstavlja problem.

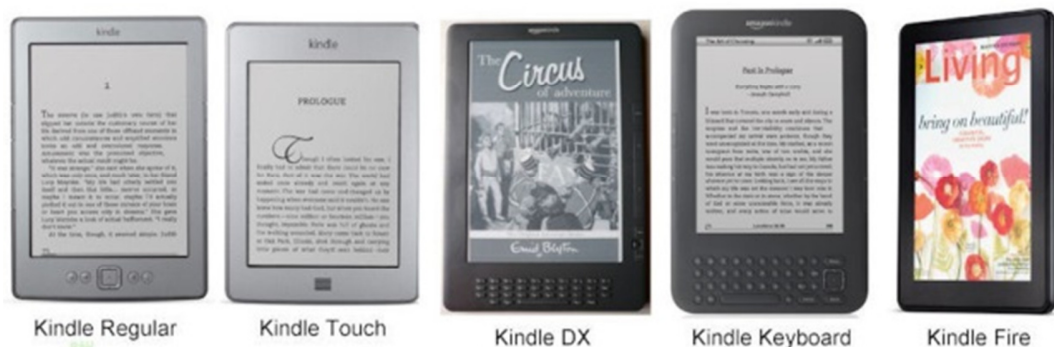
4.1. E-ČITAČI

Čitanje knjiga na osobnim računalima i laptopima vrlo je zamoran i nepraktičan proces, te su se upravo zbog toga razvili e-čitači. No, osim knjiga, u mogućnosti smo na njima čitati i digitalna izdanja novina i časopisa. Osim što izgledom podsjećaju na knjigu, uređaji rade na principu elektroničke tinte (*E-ink*). Time se osigurava iskustvo slično onom kada čitamo tiskanu knjigu. E-čitači ne zahtijevaju pozadinsko osvjetljenje, čak ni pod direktnom sunčevom svjetlu. Budući da zahtijevaju vrlo malo energije za okretanje stranica i time ne

troše puno bateriju, e-čitače možemo koristiti i do nekoliko tjedana. Najpoznatiji e-čitači danas su: *Amazon Kindle*, *Barnes & Noble Nook*, *Kobo* te *Sony Reader*.

4.1.1 . Kindle

Amazon-ov Kindle je prvi model e-čitača s integriranim mobilnim pristupom servisu za preuzimanje knjiga i drugih digitalnih izdanja. Na američkom tržištu pojavio se 2007. godine, te u Europi 2009. godine, te dobio veliku pažnju tržišta. Njegova jednostavnost, povezanost te integriranost s *Amazon-ovom* digitalnom knjižarom, glavne su karakteristike koje su *Kindle* učinile vrlo popularnim kod korisnika. Trenutno na tržištu postoji nekoliko modela *Kindla* koji se razlikuju po određenim tehničkim svojstvima kao i po cijeni.



Slika 2. Prikaz svih modela *Kindle* e-čitača

http://ww2.justanswer.com/uploads/OriginalSeadog/2012-01-04_211254_kindle_models.jpg

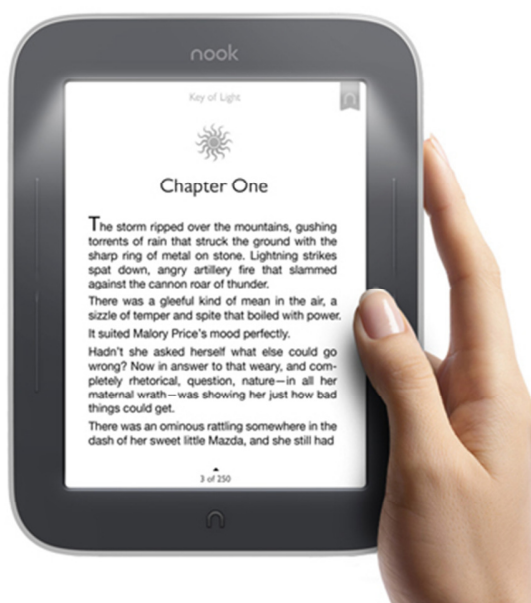
Osnovni model *Kindle* idealan je za korisnike koji samo žele čitati knjige bez distrakcije dodatnih mogućnosti. Zaslom mu je baziran na tehnologiji elektroničke tinte, lagan je, s *Amazon-ovom* digitalnom knjižarom povezan je preko *wi-fi-a*⁵ te je ujedno i najjeftiniji model. Model *Kindle Touch* baziran je na modelu *Kindle* uz određena poboljšanja. Posjeduje zaslon osjetljiv na dodir, znatno duže trajanje baterije, većeg je kapaciteta ali nije lagan kao i osnovni model *Kindle*. Zaslomom osjetljivim na dodir omogućeno je lakše okretanje stranica, korištenje bilješki te pretraga knjiga. *Kindle Touch 3G* izgledom je jednak modelu *Kindle Touch*, ali omogućava preuzimanje knjiga putem *wi-fi-a* kao i putem

⁵ Wi-Fi je tehnologija koja omogućuje elektroničkim uređajima razmjenu sadržaja bežično.

besplatne 3G mreže. *Model Kindle Keyboard* nešto je veći i teži od prethodnih modela, ali posjeduje tipkovnicu ispod zaslona. Ovakav tip e-čitača najprikladniji je za čitatelje koji vole taktilan osjećaj prilikom uporabe tipkovnice naspram zaslona osjetljivog na dodir. *Model Kindle Keyboard 3G* jednak je *Kindle Keyboard* modelu osim što *wi-fi* mreže posjeduje i besplatnu 3G mrežu. *Kindle DX* u pravilu je jednak *Kindle Keyboard-u* samo s mnogo većim ekranom. Umjesto standardnog 6 inčnog ekrana, ovaj model nudi ekran od 9,7 inča. No iako zbog svog velikog ekrana troši mnogi više baterije, kapacitet memorije ostaje isti kao i kod drugih modela [6, 27, 28,29,30].

4.1.2. Nook

Čitači tvrtke *Barnes & Noble*, koja je najveći američki lanac knjižara, pojavljuju se početkom 2010. godine te postaju glavni konkurenti *Amazon* e-čitačima. Trenutno postoje dva modela e-čitača kao i dva modela tableta. *NOOK Simple Touch* model e-čitača po karakteristikama je sličan *Amazon-ovom Kindle-u*.



Slika 3. *NOOK Simple Touch with GlowLight* e-čitač

<http://gottabemobile.wpengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2012/04/NookGlow24.jpg>

No, model *NOOK Simple Touch with GlowLight*, donosi revolucionalnu promjenu koja je do tada bila ne zamisliva-ugrađeno svjetlo. Ugrađeno svjetlo pruža optimalno osvjetljenje prilikom čitanja na zaslonu baziranom na elektroničkoj tinti, bilo da želimo čitati u mraku ili pri jakom osvjetljenju [6, 31].

4.1.3. Kobo

Postoje dva modela *Kobo* e-čitača, *Kobo Touch* i *Kobo Wi Fi* te tablet *Kobo Vox*. *Kobo* e-čitači po karakteristikama su slični konkurentnim modelima e-čitača. Oboje su bazirani na tehnologiji elektroničke tinte, zaslon je osjetljiv na dodir te posjeduju *wi-fi* mrežu.



Slika 4. *Kobo Wi-Fi* e-čitač

<http://cdn1.mobilemag.com/wp-content/uploads/2010/09/kobo-black-wifi.jpg>

Zanimljivo je da e-čitači dolaze u nekoliko boja a model *Kobo Wi Fi* dolazi sa 100 potpuno besplatnih knjiga [32].

4.1.4. Sony Reader

Sony-jevi e-čitači po karakteristikama su slični ostalim e-čitačima na tržištu. Za razliku od nekih ovi e-čitači podupiru više formata (*ePUB, PDF, TXT*). U ugrađenu memoriju moguće je pohraniti oko 1200 knjiga, ekran je osjetljiv na dodir te omogućuju preuzimanje knjiga putem *wi-fi* mreže [33].



Slika 5. Sony Reader e-čitač

<http://gadgets.softpedia.com/images/news/Upgraded-Sony-Reader-Rumored-to-Arrive-in-August-2.jpg>

4.2. TABLETI

Po definiciji tableti su prijenosna računala sa zaslonom osjetljivim na dodir. Od 2010.godine, kada je *Apple* lansirao prvi *iPad*, tržište tableta postaje sve konkurentnije. Tablet računala nisu isključivo namijenjena samo za čitanje digitalnih izdanja, oni korisniku omogućuju i pregledavanje internet stranica, pregled fotografija i videa, igranje igrica, čitanje i pisanje elektroničke pošte, kao i druge funkcije koje inače rade na osobnom računalu. Za razliku od e-čitača, tablet računala koriste *LCD*⁶ zaslone, koji omogućuju prikaz informacija u boji te mogućnost čitanja u mraku. No, *LCD* zaslone mogu izazvati refleksiju pri osvjetljenju te time boje na njemu mogu djelovati “isprano”.

⁶ Liquid Crystal Display (LCD) je ekran koji se temelji na tehnologiji tekućih kristala.



Slika 6. Usporedba zasloni na tehnologiji elektroničke tinte, *LCD* zasloni i papira

http://g-ecx.images-amazon.com/images/G/01/kindle/tequila/dp/eink-text._V139457038_.jpg

Osim toga, tablet računala su mnogi teža od e-čitača, imaju kraći vijek trajanja baterije, znatno su skuplja od e-čitača te, pošto su multifunkcionalni uređaji, mogu preopteretiti korisnika s informacijama [6].

4.2.1. iPad

Iako su tablet računala postojala i ranije, tek lansiranjem *iPad* je tablet računala, proizvedenog od strane *Apple-a*, on dobiva na popularnosti. Kao što je već rečeno u ovom diplomskom radu, tableti a time i *iPad* tablet računala, su multifunkcionalni uređaji koji se mogu koristiti i za čitanje digitalnih izdanja. Pomoću aplikacija vrlo je jednostavno doći do željenog digitalnog izdanja, bilo da je to knjiga, novine ili časopis.

Najvažnija karakteristika *iPad-a* je njegov velik zaslon osjetljiv na dodir, pomoću kojeg se obavljaju gotovo sve funkcije te se time postiže interaktivnost između uređaja i korisnika.



Slika 7. Usporedba *Retina* zaslona sa zaslonom *iPad 2*

<http://tablet-news.com/wp-content/uploads/2012/03/face-ipad-50x-600.jpg>

Najnovija generacija *iPad-a*, *iPad 3*, koristi novu tehnologiju zaslona-*Retina* zaslon. Time je njegova rezolucija dimenzija 2048x1536, zasićenost boja povećana je za 44% a broj piksela iznosi 3.1 milijuna. Pikseli su toliko blizu jedan do drugoga da na normalnoj udaljenosti naše oči ne mogu razabrati pojedinačne piksele (slika 7.). No, *Retina* zaslon ne bi bio moguć bez *A5X* čipa koji omogućuje tako velik broj piksela te čini *iPad 3* vrlo osjetljiv na dodir. *Apple* također nudi i preko 225 000 aplikacija od kojih su neke potpuno besplatne kao i specijalno dizajnirane isključivo za *iPad*. Aplikacije imaju veliku ulogu kod digitalnih izdanja, pogotovo novina i časopisa, od kojih neki postoje i isključivo u *iPad* izdanju [34].

4.3. RAČUNALA I PAMETNI TELEFONI (*SMARTPHONE*)

Razvitkom interneta digitalni mediji postaju sve popularniji te dostupniji korisnicima. Digitalne tiskovine prvotno su se konzumirale putem osobnih računala te laptopa. No, zbog njihove veličine, ekrana te ne prenosivosti, razvili su se drugi već navedeni uređaji. Zbog visoke cijene takvih uređaja, mnogo korisnika i danas koriste isključivo osobna računala. *Apple* je objavio besplatan softver za čitanje (*Kindle for PC*), koji radi isto kao i njihova aplikacija, te tako omogućuje preuzimanje digitalnih tiskovina na osobno računalo.



Slika 8. *Samsung Nexus S 4G* pametan telefon (*Smartphone*)

<http://c2499022.cdn.cloudfiles.rackspacecloud.com/wp-content/uploads/2011/07/nexus-s-4g.jpg>

Pametni telefoni (*Smartphone*) konzumiraju digitalne tiskovine također putem aplikacija. Njihova povezanost s internetom i dostupnost glavne su karakteristike takvih uređaja. No, zbog malog ekrana nisu pogodni za čitanje dužih publikacija i stručne literature [6].

5. ISTRAŽIVAČI DIO

Istraživački dio diplomskog rada proveo se putem ankete koja se sastoji od četiri dijela. Prvi dio ankete odnosi se na osobne podatke sudionika, njihov spol, dob, stupanj obrazovanja i da li se sudionici bave grafičkom strukom. Nakon toga anketa je podijeljena na tri komponente, uporabu knjiga, novina i časopisa u digitalnom i tiskovnom izdanju (slika 9).

The image displays four screenshots of a survey questionnaire titled "Komparativna analiza uporabe digitalnih i tiskovnih medija". The survey is divided into several sections:

- Spol:** Radio buttons for "Muško" and "Žensko".
- Dob:** Radio buttons for "18-25", "26-35", "36-45", and "46+".
- Stupanj obrazovanja:** Radio buttons for "SSS", "VSS", and "VSS".
- Da li se bavite grafičkom strukom (studant, učitelj ili radnik u grafičkoj struci?):** Radio buttons for "Da" and "Ne".
- KNJIGA:** Four numbered questions about digital vs. print book usage, each with radio buttons for "Ne", "Da (Čak sam, od ne znam koliko ih je u knjige)", "Da (Čak sam, manje poznato i u knjige)", "Da (Čak sam, manje znate u u knjige)", and "Preferujem u knjige".
- NOVINE:** A Likert scale question about digital vs. print newspaper usage, followed by radio buttons for "Da", "Ne", and "Ne znam".
- ČASOPIS:** A Likert scale question about digital vs. print magazine usage, followed by radio buttons for "Da", "Ne", and "Ne znam".

Slika 9. Izgled svih dijelova ankete

Cilj istraživanja je prikazati trenutno stanje uporabe digitalnih i tiskovnih medija, s naglaskom na ispitanike iz grafičke struke te ispitanika opće populacije. Također će se obratiti pažnja i na spol, dob te stupanj obrazovanja ispitanika. Anketa se provodila putem

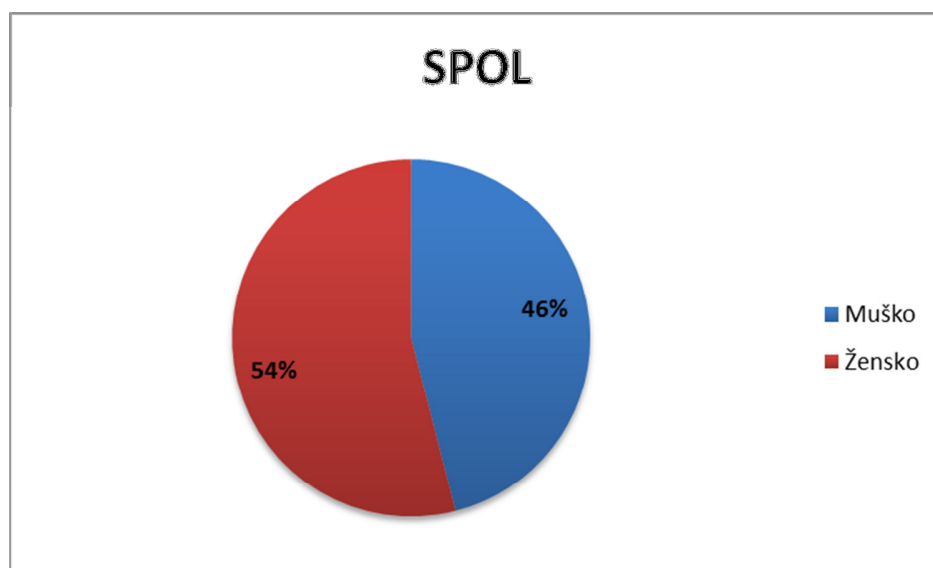
elektroničke pošte, društvenih mreža (*Facebook i Twitter*), osobno te putem telefona. Za izradu ankete korišten je softverski alat *google forms*.

5.1 REZULTATI ANKETE

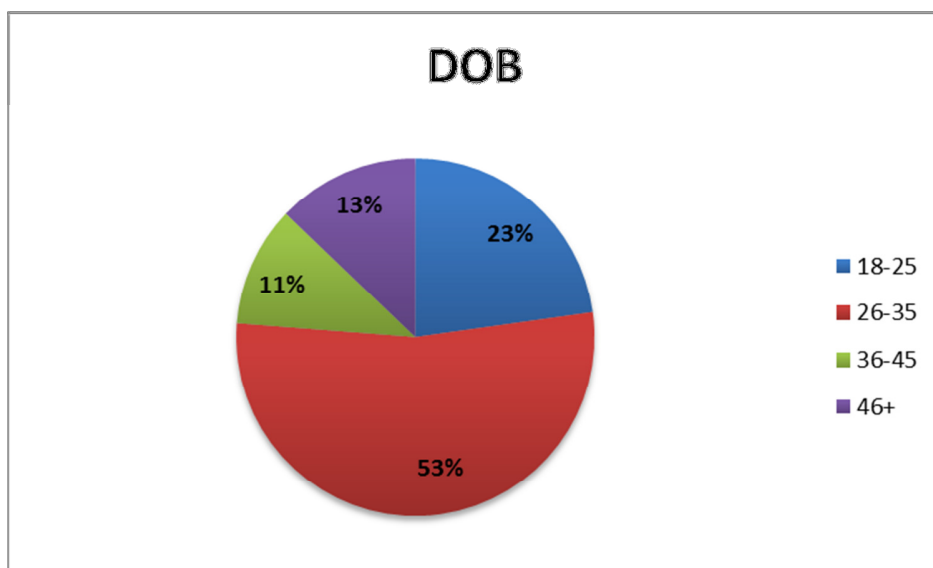
Ukupan broj ispitanika bio je 80. Sva pitanja, ponuđeni odgovori i odgovori od strane ispitanika (ovisno o spolu, dobi, stupnju obrazovanja i da li se bave grafičkom strukom) nalaze se u prilogu A.

5.1.1. OSOBNI PODACI

U anketi sudjelovalo je 37 muškaraca (46%) i 43 žena (54%) (grafikon 3.). Prema dobnoj skupini (grafikon 4.), većina ispitanika (54%) pripada dobnoj skupini od 26-35 godina. Zatim slijede dobne skupine od 18-25 godina (23%), 46+ (13%) te dobna skupina od 36-45 godina (11%). Više od pola ispitanika (60%) je visoko obrazovano (VSS), 20% ispitanika ima višu stručnu spremu (VŠS), a 20% ispitanika ima srednjoškolsko obrazovanje (SSS) (grafikon 5.). Ispitanici koji se bave grafičkom strukom (student, učenik ili radnik u grafičkoj struci) čine 34% a ostali 66% (grafikon 6.).



Grafikon 3. Odnos muških i ženskih sudionika ankete



Grafikon 4. Odnos dobnih skupina sudionika ankete



Grafikon 5. Odnos stupnja obrazovanja sudionika ankete

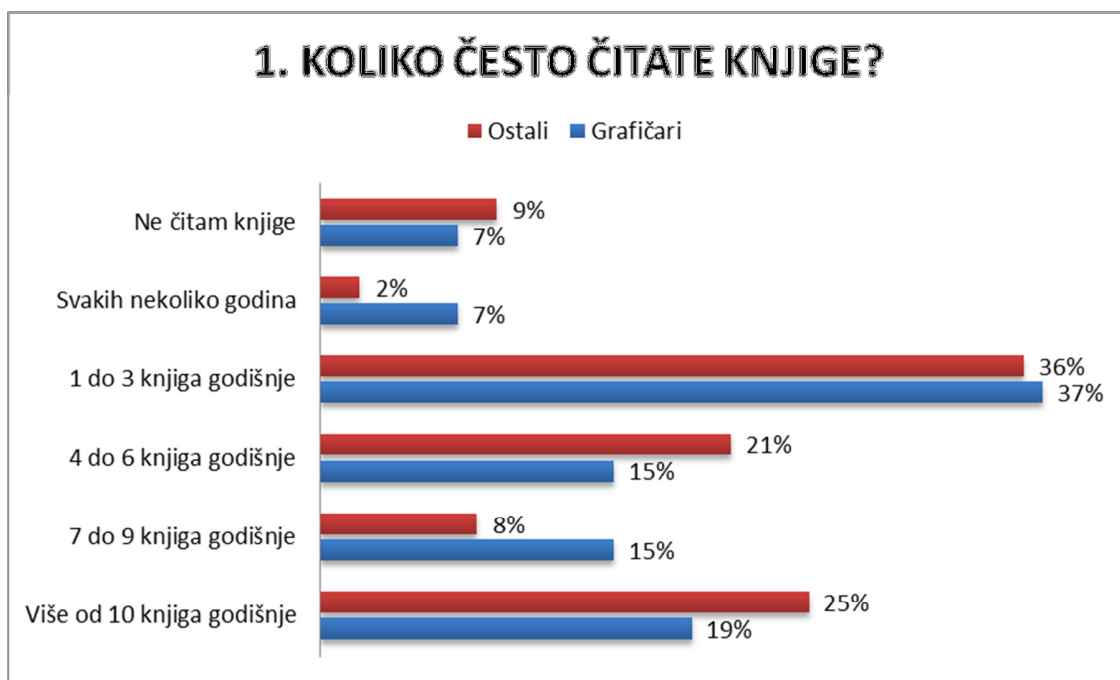


Grafikon 6. Odnos bavljenja grafičkom strukom unutar sudionika ankete

5.1.2. REZULTATI ANKETE - KNJIGA

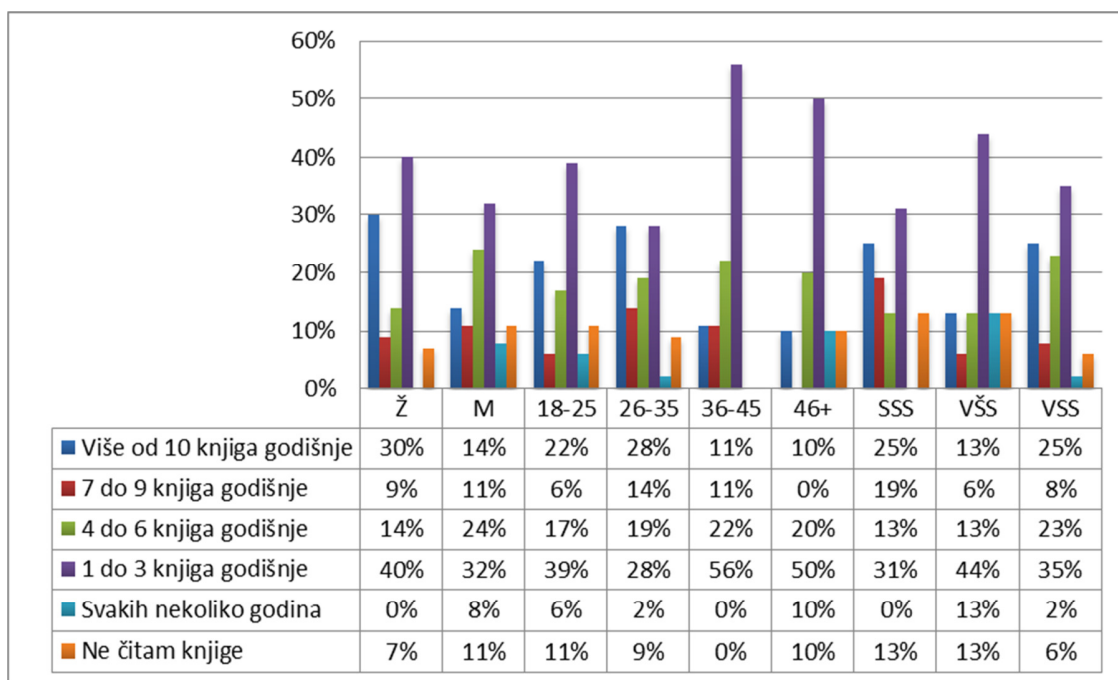
Na pitanje koliko često čitaju knjige (grafikon 7.), većina grafičara (37%) i ostalih ispitanika (36%) ankete odgovorila je 1 do 3 knjige godišnje. 4 do 6 knjiga godišnje čita 15% grafičara i 21% ostalih sudionika ankete, 7 do 10 knjiga godišnje čita 15% grafičara i 8% ostalih sudionika ankete, više od 10 knjiga godišnje čita 19% grafičara i 25% ostalih sudionika ankete. Svakih nekoliko godina, knjigu čita 7% grafičara i 2% ostalih sudionika ankete a knjige uopće ne čita 7% grafičara i 9% ostalih sudionika ankete.

Zaključak na temelju svih ispitanika je da polovica ispitanika uživa u čitanju knjige (više od 4 knjige godišnje) a druga polovica ili uopće ne čita knjige ili vrlo rijetko (manje od 3 knjige godišnje).



Grafikon 7. Učestalost čitanja knjige sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale sudionike ankete

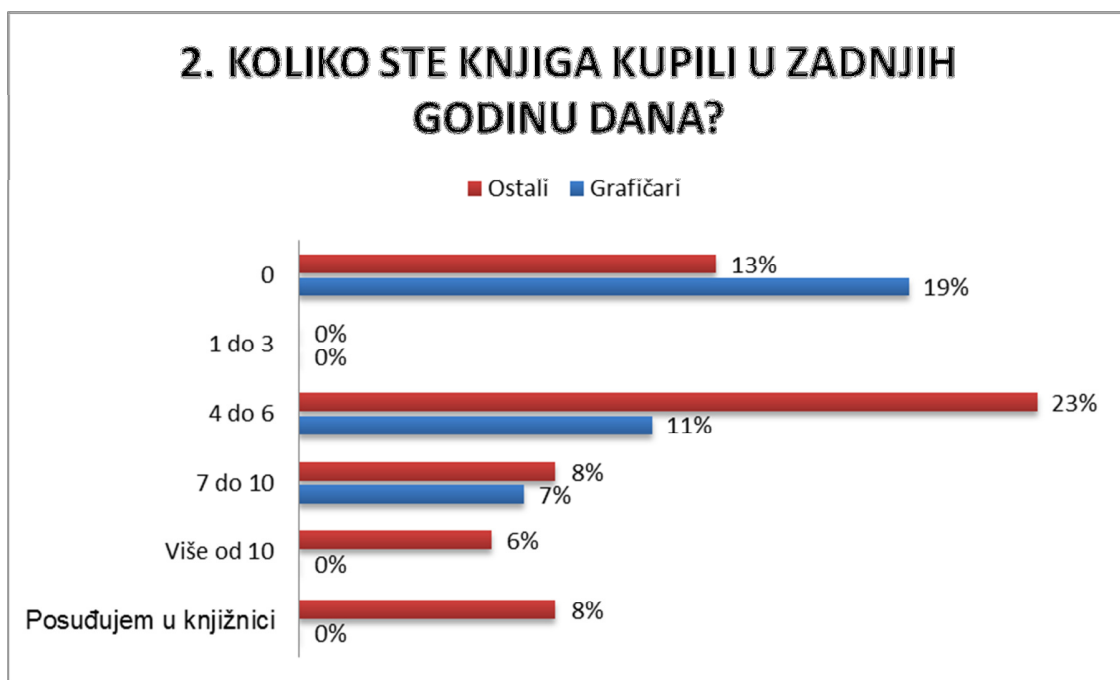
Sljedeći grafikon (grafikon 8.) prikazuje koliko često svi sudionici ankete čitaju knjige s podjelom na spol, dob te stupanj obrazovanja. Primijećeno je kako u čitanju knjiga više uživaju žene, dobna skupina od 26 do 35 godina te pripadnici srednje stručne spreme (57% ispitanika čita više od 4 knjige godišnje) i visoke stručne spreme (56% ispitanika čita više od 4 knjige godišnje). Također, kroz sve podjele najveći postotak ispitanika odgovorio je da najčešće pročita 1 do 3 knjige godišnje.



Grafikon 8. Učestalost čitanja knjige sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja

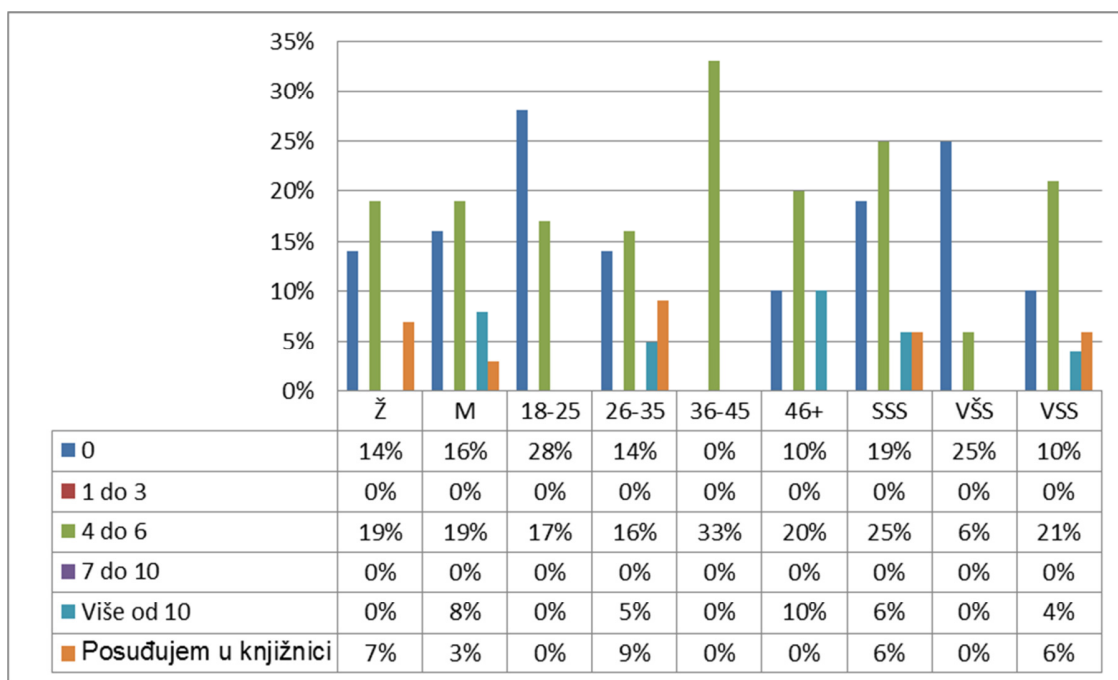
Što se tiče učestalosti kupovine knjiga u zadnjih godinu dana (grafikon 9.), većina grafičara (19%) nije kupila niti jednu knjigu ili 4 do 6 knjiga (11%) a većina ostalih ispitanika 4 do 6 knjiga (23%) ili nije kupila niti jednu knjigu (13%). Nitko od ispitanika nije kupio 1 do 3 knjige godišnje, 7 do 10 knjiga godišnje kupilo je 7% grafičara i 8% ostalih ispitanika ankete a više od 10 knjiga godišnje kupilo je 6% ostalih ispitanika i nitko od grafičara. Također, 8% ostalih ispitanika posuđuje knjige u knjižnici dok od skupine ispitanika grafičara nitko ne posuđuje u knjižnici.

Zaključak na temelju svih ispitanika je kao većina grafičara uopće ne kupuje knjige dok su ostali ispitanici naspram grafičara kupili više od 4 knjige u zadnjih godinu dana.



Grafikon 9. Učestalost kupovine knjiga u zadnjih godinu dana sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale sudionike ankete

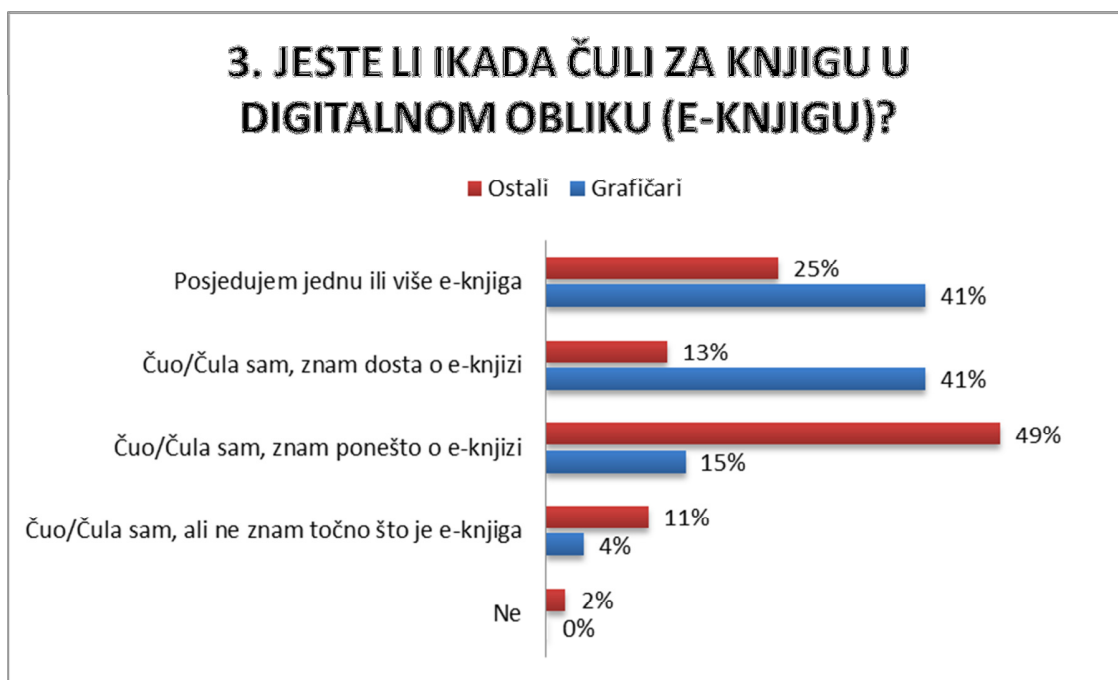
Sljedeći grafikon (grafikon 10.) prikazuje koliko su knjiga u zadnjih godinu dana kupili svi ispitanici ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja. Primijećeno je kako knjige više kupuju muškarci, ispitanici dobne skupine 36 do 45 godina te pripadnici srednje stručne spreme. Zanimljivo je kako više od 10 knjiga godišnje kupuje čak 10% starijih od 46 godina te 5% ispitanika u dobnoj skupini od 26 do 35 godina.



Grafikon 10. Učestalost kupovine knjiga u zadnjih godinu dana sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja

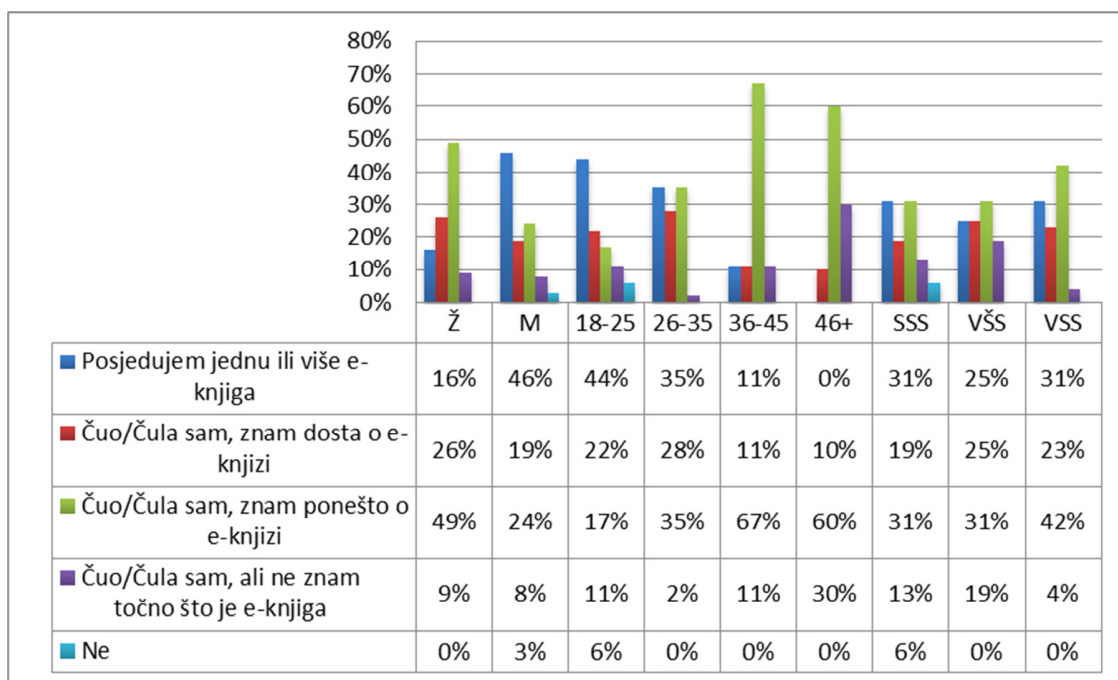
Na pitanje da li su ikada čuli za knjigu u digitalnom obliku (e-knjigu) (grafikon 11.), svi grafičari kao i ostali ispitanici (osim 2%) pokazali su poznavanje e-knjiga. Grafičari u podjednakim postocima (41%) ili posjeduju jednu ili više e-knjiga ili znaju dosta o e-knjizi dok 15 % zna ponešto o e-knjizi a 4% grafičara je čulo za e-knjigu ali ne zna točno što je. Ostali ispitanici znaju ponešto o e-knjizi (49%) a 25% posjeduje jednu ili više e-knjiga. 13% ispitanika zna dosta o e-knjizi dok je 11% čulo za e-knjigu ali ne zna točno što je e-knjiga.

Zaključak na temelju svih ispitanika je kako grafičari vrlo dobro poznaju pojam knjige u digitalnom obliku te velik broj grafičara i posjeduje jednu ili više e-knjiga. Ostali ispitanici su pokazali dobro poznavanje pojma knjige u digitalnom obliku te ih 25% i posjeduje jednu ili više e-knjiga.



Grafikon 11. Poznavanje pojma knjige u digitalnom obliku (e-knjige) sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale sudionike ankete

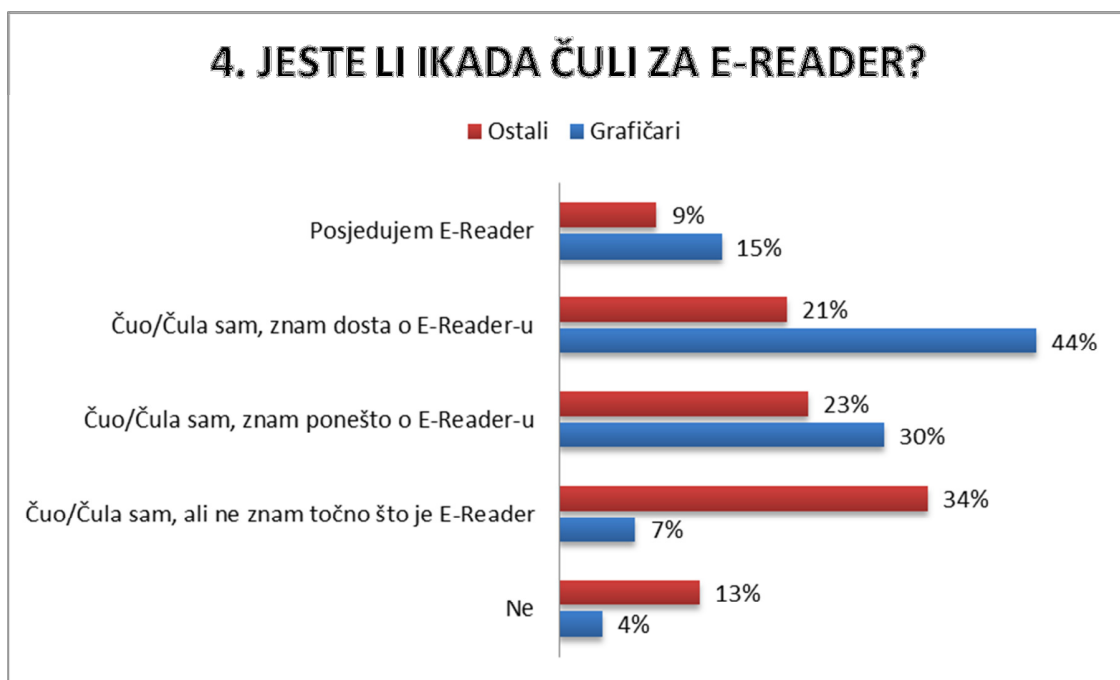
Sljedeći grafikon (grafikon 12.) prikazuje poznavanje pojma knjige u digitalnom obliku (e-knjige) ispitanika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja. Primijećeno je kako jednu ili više e-knjiga posjeduju većinom muškarci, ispitanici dobne skupine od 18 do 25 godina te pripadnici srednje stručne spreme kao i visoke stručne spreme. Veliko poznavanje pojma knjige u digitalnom obliku imaju žene, pripadnici dobne skupine od 26 do 35 godina i pripadnici visoke stručne spreme.



Grafikon 12. Poznavanje pojma knjige u digitalnom obliku (e-knjige) sudionika anketa s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja

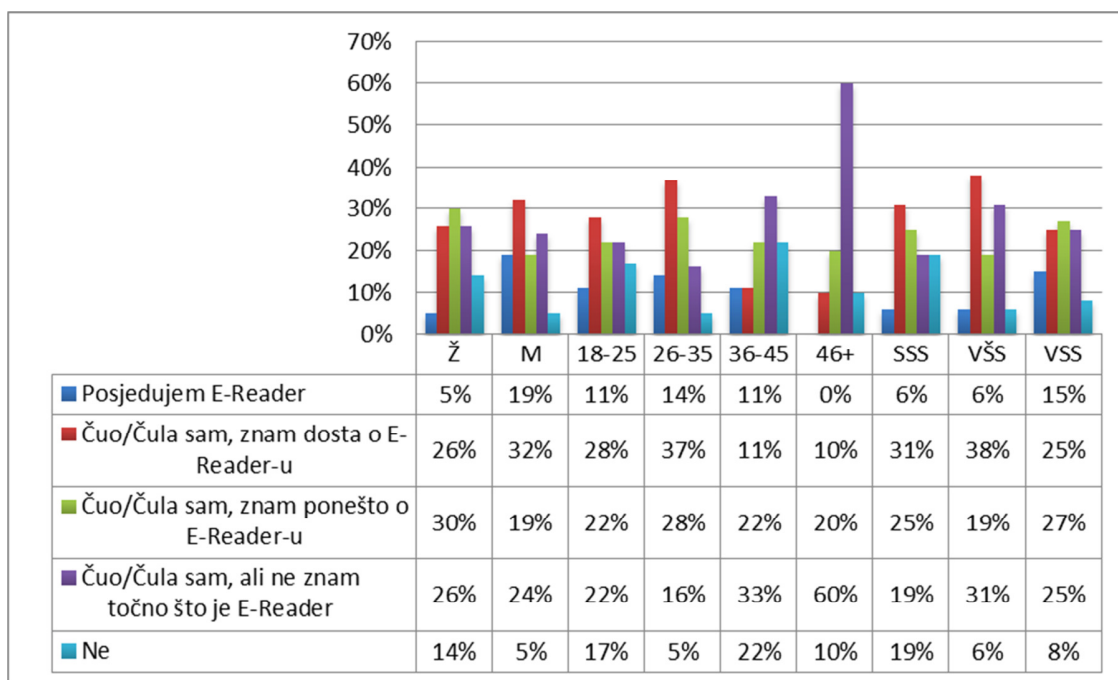
Na pitanje da li su ikada čuli za e-čitač (e-reader) (grafikon 13.), najviše grafičara (44%) zna dosta o e-čitačima, 30% zna ponešto o e-čitačima, njih 15% posjeduje e-čitač, 7% grafičara je čulo za e-čitač ali ne zna točno što je a samo 4% nije nikada čulo za e-čitač. Od ostalih ispitanika, najviše ispitanika (34%) je čulo za e-čitač ali ne zna točno što je e-čitač, 23% zna ponešto o e-čitačima, 21% zna dosta o e-čitačima, njih 9% posjeduje e-reader a 13% ne zna to je e-čitač.

Zaključak na temelju svih ispitanika je kako grafičari generalno posjeduju dobro poznavanje e-čitača dok njih 7% ne zna što je točno e-čitač. Ostali ispitanici su podijeljeni u poznavanju e-čitača a najveći postotak iako je čuo za e-čitač ne zna točno što je. Zabrinjavajuće je što 13% ostalih ispitanika i 4% grafičara nikada nije čulo za e-čitač.



Grafikon 13. Poznavanje pojma e-reader sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale sudionike ankete

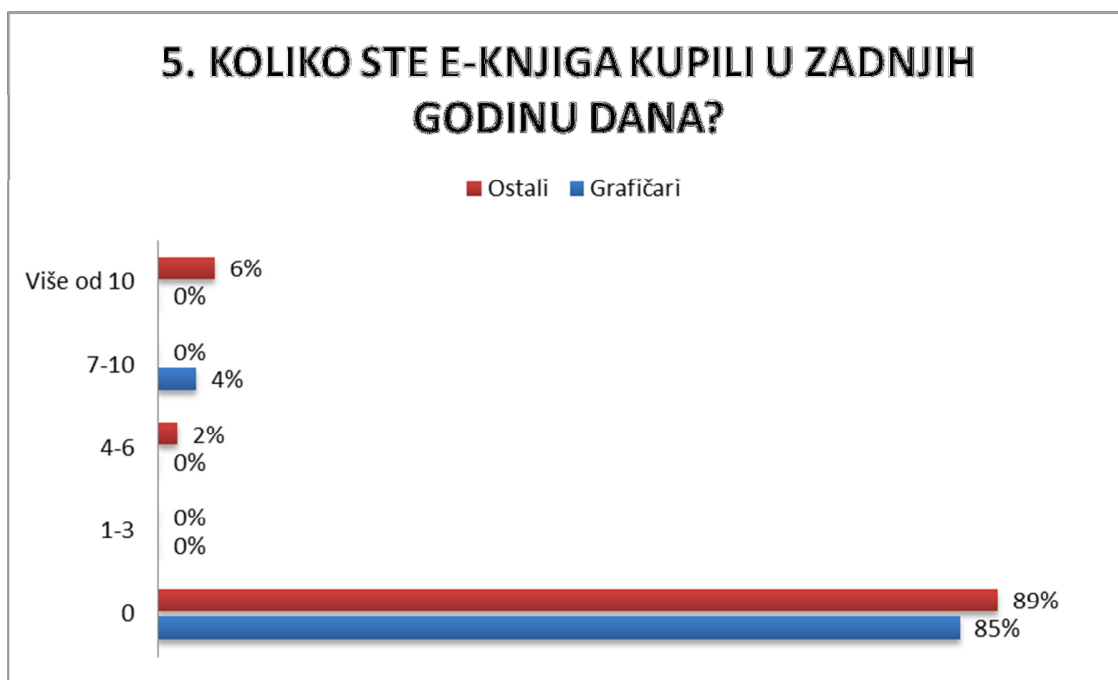
Sljedeći grafikon (grafikon 14.) prikazuje poznavanje pojma e-čitač ispitanika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja. Primijećeno je kako e-čitač posjeduju većinom muškarci, pripadnici dobne skupine od 26 do 35 godina te pripadnici visoke stručne spreme. Poznavanje pojma e-čitač generalno je pozitivan u gotovo svim skupinama, osim u dobnim skupinama od 36 do 45 godina gdje 22% ispitanika i od 46 godina i više gdje 10% ispitanika uopće ne poznaje pojam e-čitač.



Grafikon 14. Poznavanje pojma e-reader sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja

Što se tiče učestalosti kupovine e-knjiga u zadnjih godinu dana (grafikon 15.), najviše ispitanika, kako grafičara (85%) tako i ostalih ispitanika (89%), nije kupilo niti jednu e-knjigu. 1 do 3 e-knjiga nije kupio nitko od ispitanika, 4 do 6 e-knjiga kupilo je 2% ostalih ispitanika, 7 do 10 e-knjiga kupilo je 4% i više od 10 e-knjiga 6% grafičara.

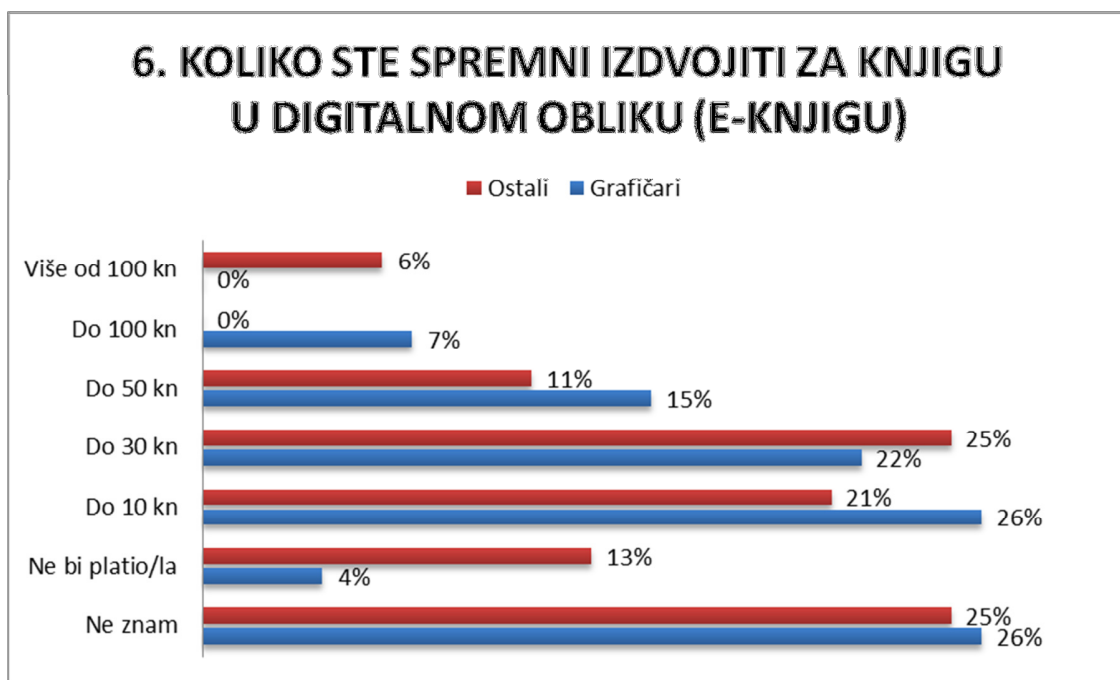
Zaključak na temelju svih ispitanika je da ispitanici većinom nisu kupili niti jednu e-knjigu u zadnjih godinu dana a vrlo mali postotak je kupio 4 ili više e-knjige. Zanimljivo je da je čak 6% ostalih ispitanika kupilo više od 10 knjiga u zadnjih godinu dana. Time možemo zaključiti kako tržište za e-knjige unutar ispitanika ipak postoji.



Grafikon 15. Učestalost kupovanja e-knjiga u zadnjih godinu dana sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale sudionike ankete

26% ispitanika grafičara za e-knjigu bi izdvojili do 10 kuna a isti postotak ne zna koliko bi izdvojili za e-knjigu. Ostali ispitanici, njih 25%, za e-knjigu bi izdvojilo do 30 kuna a isti postotak ne zna koliko bi izdvojilo za e-knjigu. 22% ispitanika grafičara za e-knjigu bi izdvojilo do 30 kuna, do 50 kn 15%, do 100 kuna 7%, 4% ne bi platilo za e-knjigu a nitko od ispitanika ne bi platio više od 100 kuna za e-knjigu. Ostali ispitanici za e-knjigu bi izdvojilo do 10 kuna (21%), ne bi platilo (13%), do 50 kuna (11%), više od 100 kuna (6%) a do 100 kuna nitko ne bi platio za e-knjigu (grafikon 16.).

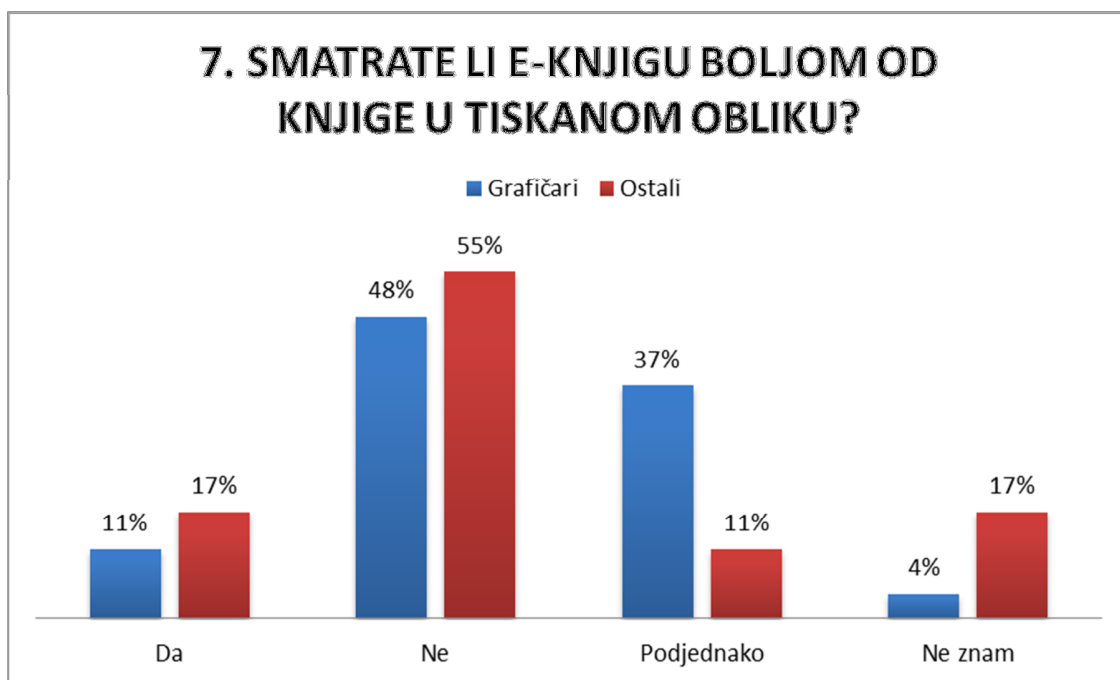
Zaključak na temelju svih ispitanika je iako bi grafičari u najvećem postotku za e-knjigu platili do 10 kuna, generalno su za e-knjigu spremni ići i do 100 kuna. Ostali ispitanici u najvećem postotku za e-knjigu bi izdvojili do 30 kuna a 6% ispitanika za e-knjigu izdvojio bi i više od 100 kuna. Također, veliki postotak grafičara kao i ostalih ispitanika uopće nema mišljenje o tome koliko bi platili za e-knjigu. Time je ukazano kako velik broj ispitanika uopće ne poznaje cijenu e-knjige.



Grafikon 16. Spremnost izdvajanja za knjigu u digitalnom obliku sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale sudionike ankete

Najviše ispitanika, grafičari (48%) i ostali ispitanici (55%), ne smatra e-knjigu boljom od tiskane knjige. E-knjigu boljom od tiskane knjige smatra 11% grafičara i 17% ostalih ispitanika, podjednako dobrom smatra ju 37% grafičara i 11% ostalih ispitanika. 4% grafičara i 17% ostalih ispitanika ne zna koji oblik knjige smatra boljim (grafikon 17.).

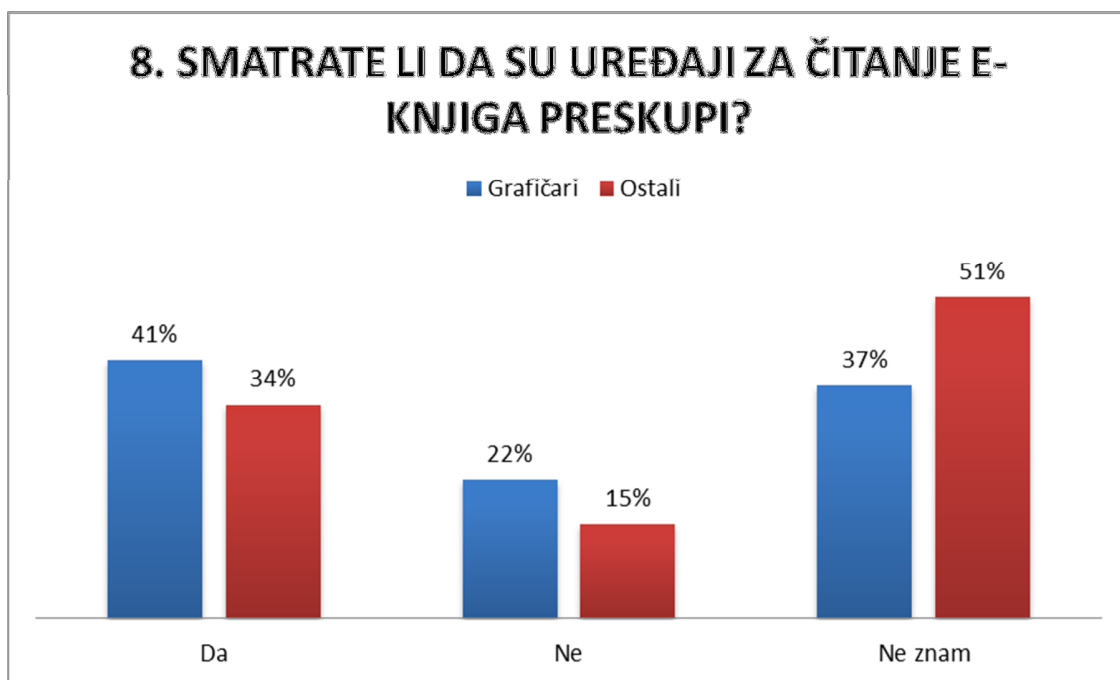
Zaključak na temelju svih ispitanika je da većina smatra kako e-knjiga nije bolja od knjige u tiskanom obliku.



Grafikon 17. Smatraju li sudionici ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike e-knjigu boljom od knjige u digitalnom izdanju

Uređaje za čitanje e-knjiga preskupim smatra 41% grafičara i 34% ostalih ispitanika a 22% grafičara i 15% ostalih ispitanika ih ne smatra preskupim. 37% grafičara i 51% ostalih ispitanika ne zna da li su uređaji za čitanje e-knjiga preskupi ili ne (grafikon 18.).

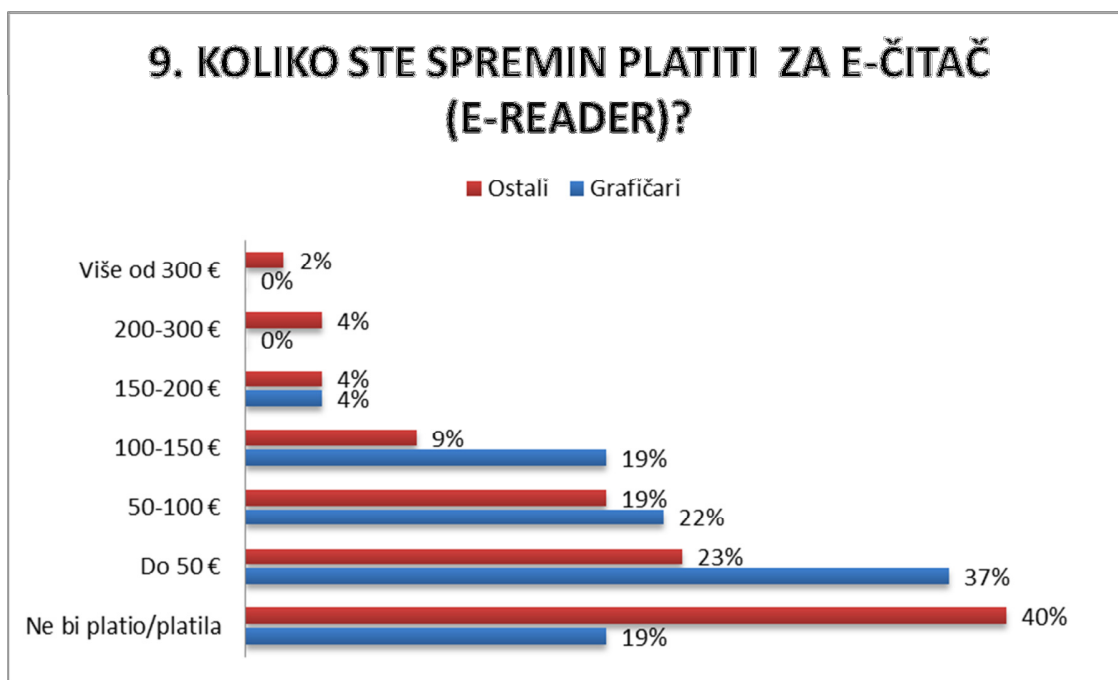
Zaključak na temelju svih ispitanika je da smatraju kako su e-čitači preskupi. Zanimljivo je kao većina ispitanika nema mišljenje o cijeni e-čitača te je time također ukazano kako većina ispitanika uopće nije upoznata s cijenom e-čitača.



Grafikon 18. Smatraju li sudionici ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike da su uređaji za čitanje e-knjiga preskupi

Najviše grafičara za e-čitač platilo bi do 50 eura (37%). Od 50 do 100 eura platilo bi 22%, od 100 do 150 eura platilo bi 19%, isti postotak ne bi platilo za e-čitač, od 150 do 200 eura platilo bi 4% a od 200 eura ne bi platilo nitko od grafičara. Najviše ostalih ispitanika ne bi platilo za e-čitač (40%). Od onih koji bi platili, 23% platilo bi do 50 eura, 19% platilo bi od 50 do 100 eura, 9% platilo bi od 100 do 150 eura, 4% platilo bi od 150 do 200 eura kao i od 200 do 300 eura i 2% bi platilo više od 300 eura (grafikon 19.).

Zaključak na temelju svih ispitanika je da većina ne bi platila za e-čitač ili bi platila do 50 eura. Od 50 do 150 eura platilo bi manji postotak ispitanika a 200 i više eura platilo bi zanemariv broj ispitanika. Time je ukazano kako je cijena e-čitača još uvijek previsoka.



Grafikon 19. Spremnost izdvajanja za e-čitač sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

Na pitanje da li bi se odlučili na kupnju e-čitača u budućnosti, najviše ispitanika, 33% grafičara i 47% ostalih ispitanika, smatra kako će možda u budućnosti kupiti e-čitač. 15% grafičara i 19% ostalih ispitanika ne bi kupilo e-čitač dok 19% grafičara i 9% ostalih ispitanika posjeduje e-čitač ili tablet. 19% grafičara planira kupiti tablet u budućnosti dok 4% planira kupiti tablet u sljedećih godinu dana. 7% grafičara planira kupiti e-čitač dok 4% njih planira kupiti e-čitač u idućih godinu dana. 9% ostalih ispitanika planira kupiti tablet u budućnosti a 6% njih planira kupiti tablet u idućih godinu dana. Na kupnju e-čitača u budućnosti odlučilo bi se 4% ostalih ispitanika a u sljedećih godinu dana 6% ostalih ispitanika (grafikon 20.).

Zaključak na temelju svih ispitanika je kako postoji zainteresiranost za kupnju e-čitača i tableta u budućnosti. Manji broj ispitanika planira kupiti e-čitač ili tablet u sljedećih godinu dana ili već posjeduju e-čitač ili tablet.



Grafikon 20. Spremnost na kupovinu e-čitača u budućnosti sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

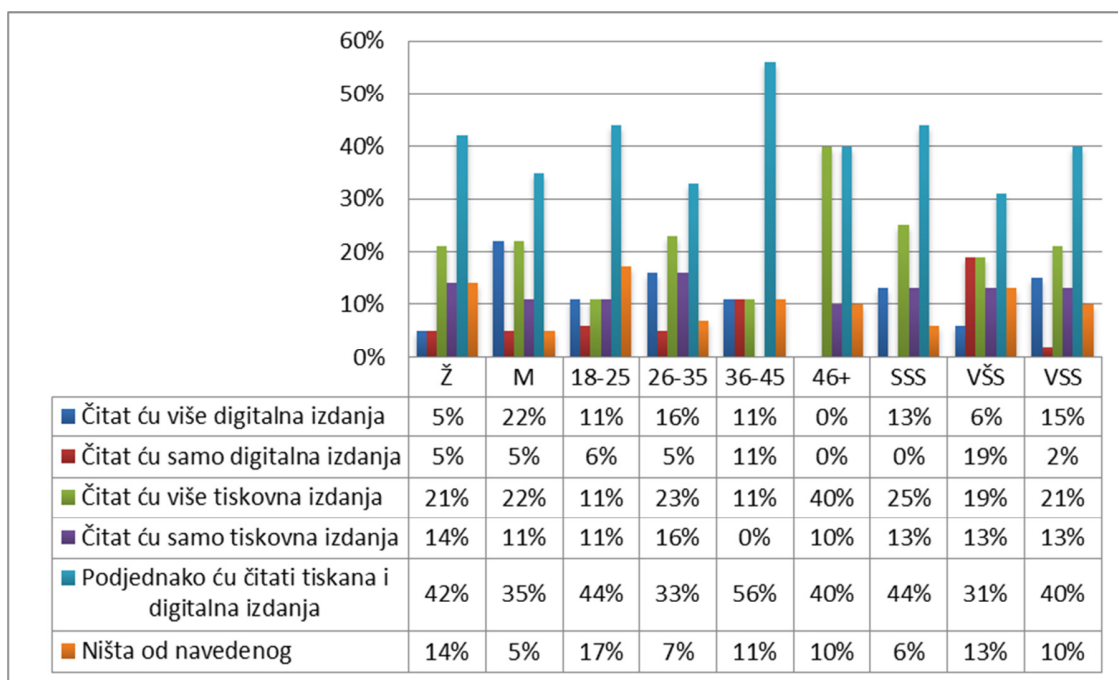
U budućnosti najviše grafičara (52%) i ostalih ispitanika (32%) podjednako će čitati tiskana i digitalna izdanja. 15% grafičara i 11% ostalih ispitanika čitat će više digitalna izdanja a isključivo samo digitalna izdanja 4% grafičara i 6% ostalih ispitanika. 11% grafičara i 26% ostalih ispitanika čitat će više tiskovna izdanja a isključivo samo tiskovna izdanja čitat će 11% grafičara i 13% ostalih ispitanika. Tiskovna i digitalna izdanja neće čitati 7% grafičara i 11% ostalih ispitanika (grafikon 21.).

Zaključak na temelju svih ispitanika je kako će u budućnosti podjednako čitati tiskana i digitalna izdanja. Zanimljivo je kao će grafičari u budućnosti čitati više digitalna a ostali ispitanici više tiskovna izdanja.



Grafikon 21. Budući planovi u vezi knjiga i e-čitača sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

Sljedeći grafikon (grafikon 22.) prikazuje buduće planove u vezi knjiga i e-čitača s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja. Primijećeno je kako će digitalna izdanja više čitati muškarci, pripadnici dobne skupine od 26 do 35 godina i pripadnici visoke stručne spreme. Tiskovna izdanja više će čitati muškarci, dobne skupine od 46 i više godina i pripadnici srednje stručne spreme. No, najveći postotak ispitanika u svim skupinama izrazio se kako će podjednako čitati tiskana i digitalna izdanja.



Grafikon 22. Budući planovi u vezi knjiga i e-čitača sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja

U prognoze da će knjiga nestati, najviše ispitanika grafičara (48%) kao i ostalih ispitanika (32%) smatra kako će knjiga opstati kroz manje naklade (kolekcionari). Također, 26% grafičara i 21% ostalih ispitanika smatra kako knjiga neće nestati a 19% grafičara i 25% ostalih ispitanika smatra kako će tiskana knjiga biti podjednako zastupljen kao i e-knjiga. Da će knjiga nestati kroz 30 godina smatra 7% grafičara i 4% ostalih ispitanika, kroz 20 godina smatra 4% ostalih ispitanika, kroz 10 godina 6% ostalih ispitanika a 9% ostalih ispitanika nema mišljenje (grafikon 23.).

Zaključak na temelju svih ispitanika je kako tiskana knjiga neće nestati. Ona će opstati kroz manje naklade (kolekcionari) ili će biti zastupljena jednako kao i e-knjiga.

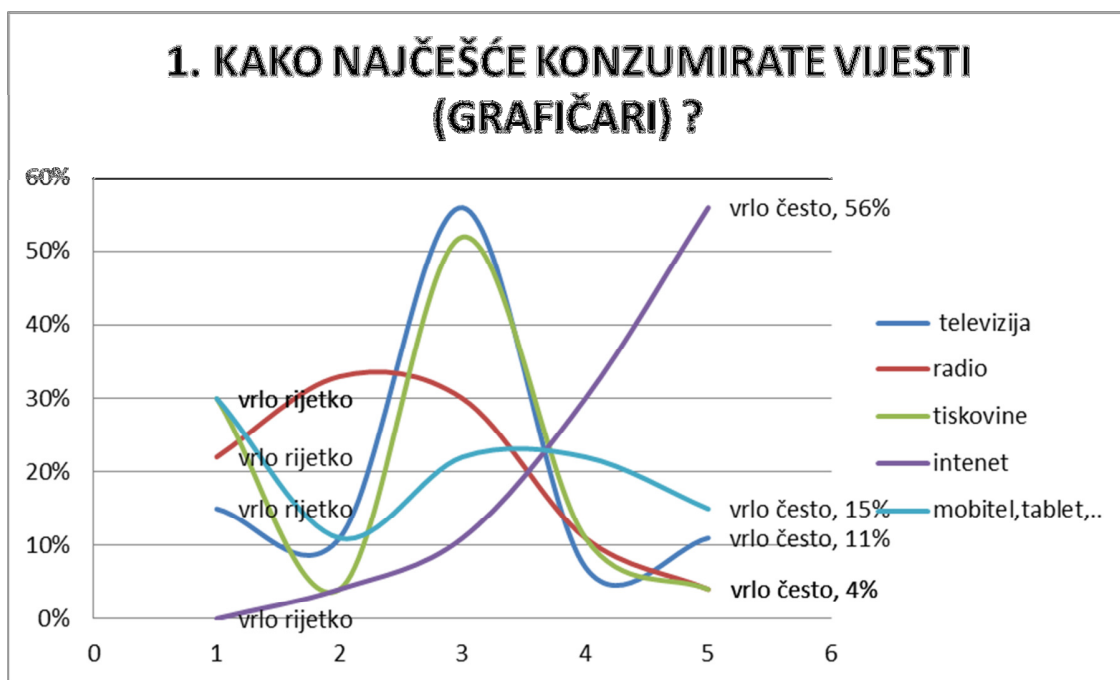


Grafikon 23. Prognoze nestanka tiskane knjige sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

5.1.3. REZULTATI ANKETE - NOVINE

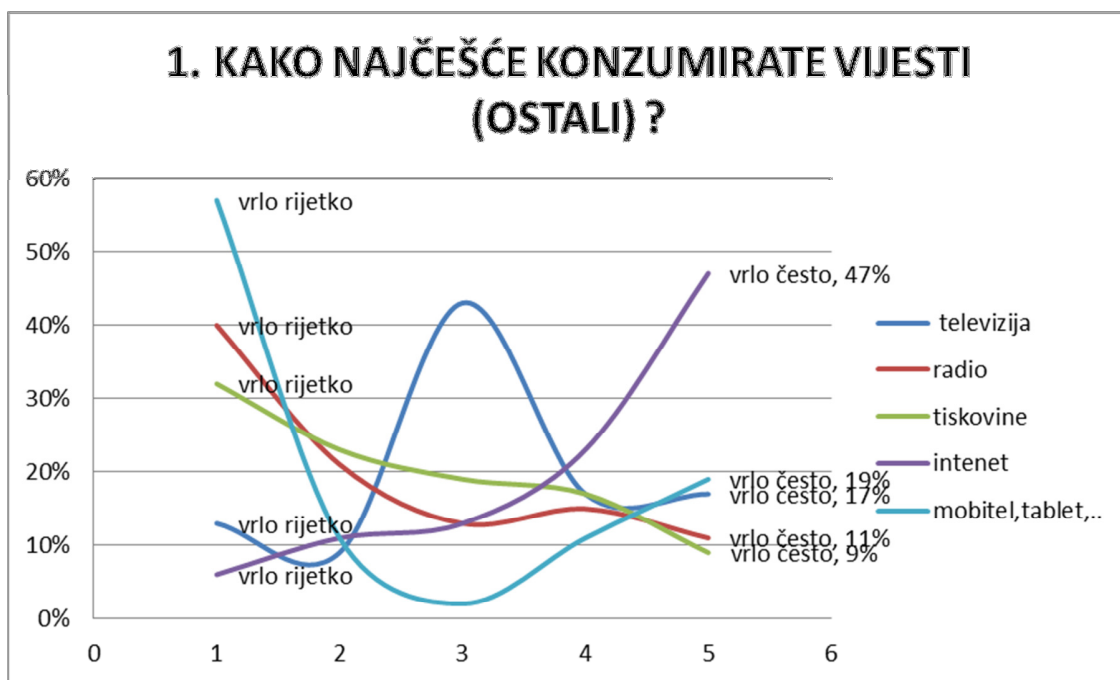
Na pitanje kako najčešće konzumiraju vijesti, ispitanicima je ponuđeno vrednovanje od 1 do 5. Broj 1 predstavlja najmanju vrijednost (vrlo rijetko) a broj 5 najveću vrijednost (vrlo često).

Ispitanici koji se bave grafičkom strukom, najčešće konzumiraju vijesti putem interneta (56%), zatim mobitela ili tableta (15%), televizije (11%) te tiskovina i radija (4%). Prema srednjoj vrijednosti, konzumacija vijesti putem televizije i tiskovina unutar ispitanika predstavlja srednju vrijednost (ponekad), preko radija konzumacija vijesti je rijetka a najviše ispitanika je odgovorilo kako vrlo rijetko konzumira vijesti putem mobitela i tableta (grafikon 24.).



Grafikon 24. Konzumacija vijesti sudionika ankete (grafičari)

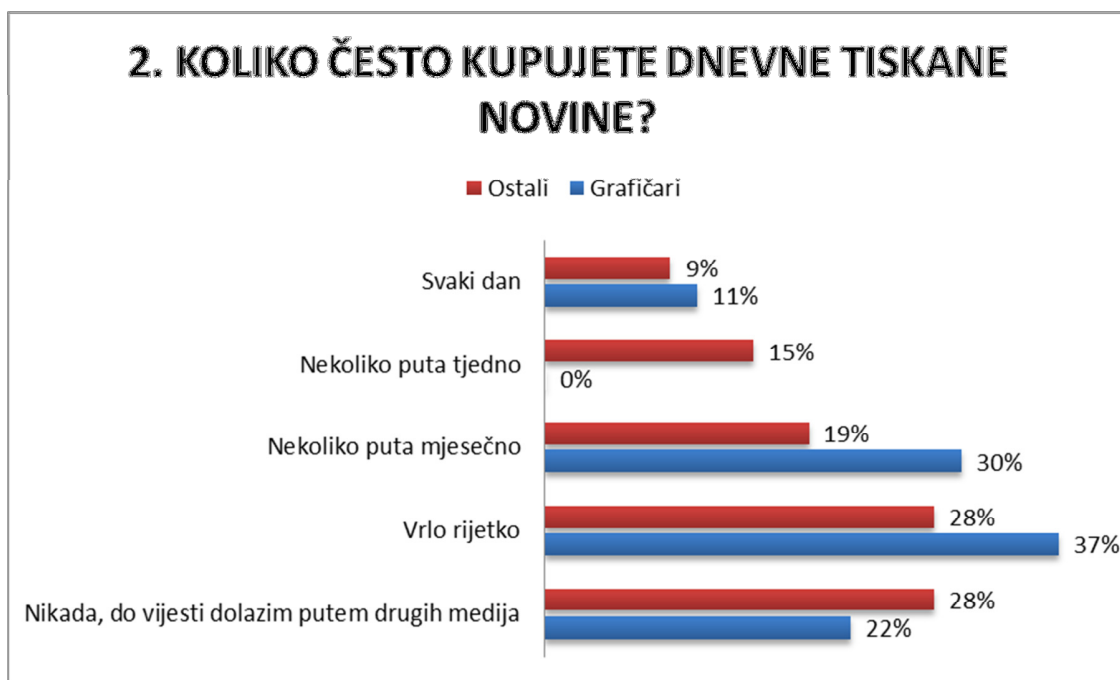
Ostali ispitanici najčešće konzumiraju vijesti putem interneta (47%), mobitela i tableta (19%), televizije (17%), radija (11%) te tiskovina (9%). Prema srednjoj vrijednosti, konzumacija vijesti preko televizije predstavlja srednju vrijednost (ponekad) dok preko radija, tiskovina, mobitela i tableta ispitanici konzumiraju vijesti vrlo rijetko (grafikon 25.).



Grafikon 25. Konzumacija vijesti sudionika ankete (ostali sudionici)

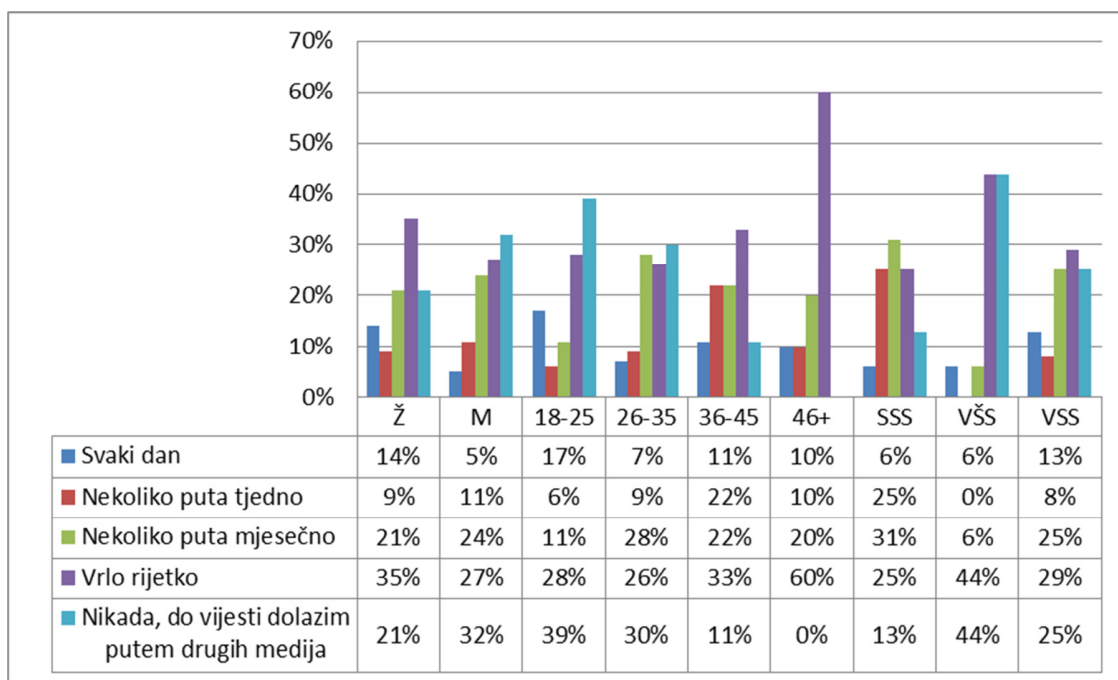
Na pitanje koliko često kupuju dnevne tiskane novine, grafičari (37%) kao i ostali ispitanici (28%), najčešće su odgovorili s vrlo rijetko. Nekoliko puta mjesečno odgovorilo je 30% grafičara i 19% ostalih ispitanika, nekoliko puta tjedno 15% ostalih ispitanika, svaki dan 11% grafičara i 9% ostalih ispitanika. Ispitanici koji do vijesti dolaze putem drugih medija čini 22% grafičara i 28% ostalih ispitanika (grafikon 26.).

Zaključak na temelju svih ispitanika je da većina njih dnevne tiskane novine kupuje vrlo rijetko ili do vijesti dolazi putem drugih medija.



Grafikon 26. Učestalost kupovine tiskanih novina sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

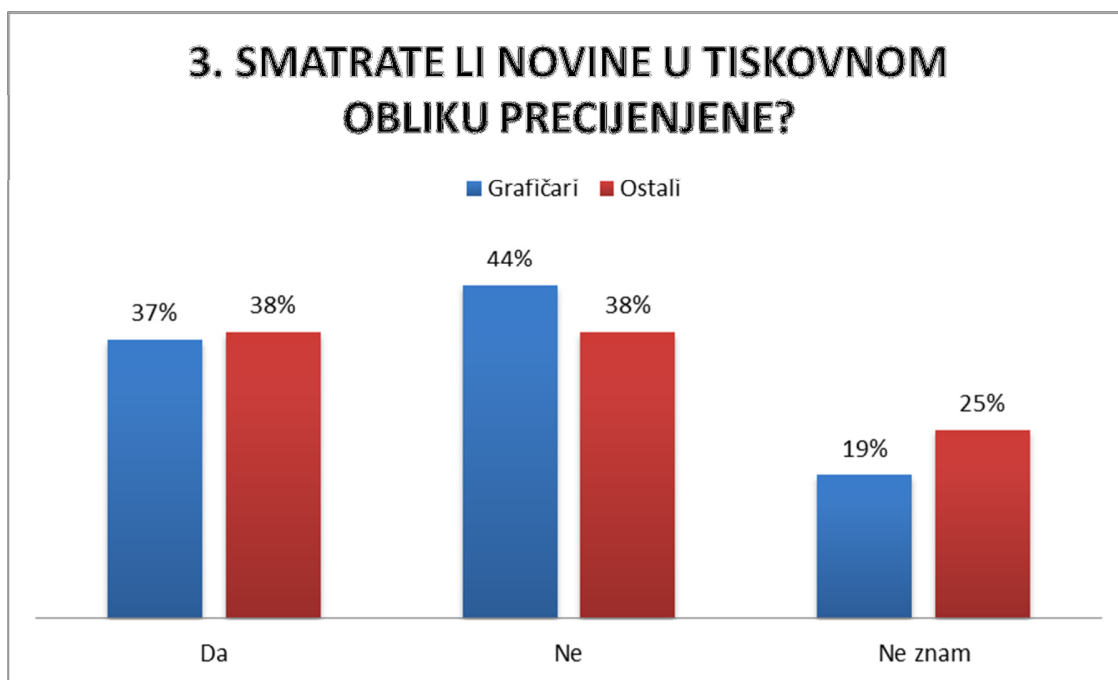
Sljedeći grafikon (grafikon 27.) prikazuje učestalost kupovine tiskovnih novina sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja. Primijećeno je kako većina ispitanika prema svim podjelama tiskane novine kupuje vrlo rijetko ili do vijesti dolazi putem drugih medija. Među ispitanicima koji tiskane novine kupuju svaki dan ili par puta tjedno, većina ispitanika je žensko, pripadnici dobne skupine od 36 do 45 godina te pripadnici srednje stručne spreme. Zanimljivo je kako je najveći postotak ispitanika koji je odgovorio da tiskane novine kupuje vrlo rijetko, pripadnici dobne skupine od 46 i više godina. Ispitanici koji dolaze do vijesti putem drugih medija većinom su muškarci, pripadnici mlađih dobnih skupina (manje od 35 godina) te visoko obrazovani.



Grafikon 27. Učestalost kupovine tiskovnih novina sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja

Novine u tiskovnom obliku većina ispitanika, grafičari (44%) i ostali ispitanici (38%), ne smatra precijenjenima. Dok 37% grafičara i 38% ostalih ispitanika novine u tiskovnom obliku smatra precijenjenima. 19% grafičara i 25% ostalih ispitanika nema mišljenje (grafikon 28.).

Zaključak na temelju svih ispitanika je da su ispitanici podijeljeni u mišljenju da li su novine u tiskovnom obliku precijenjene ili ne. Iako u nešto većem postotku grafičari kao i ostali ispitanici smatraju da novine u tiskovnom obliku nisu precijenjene.

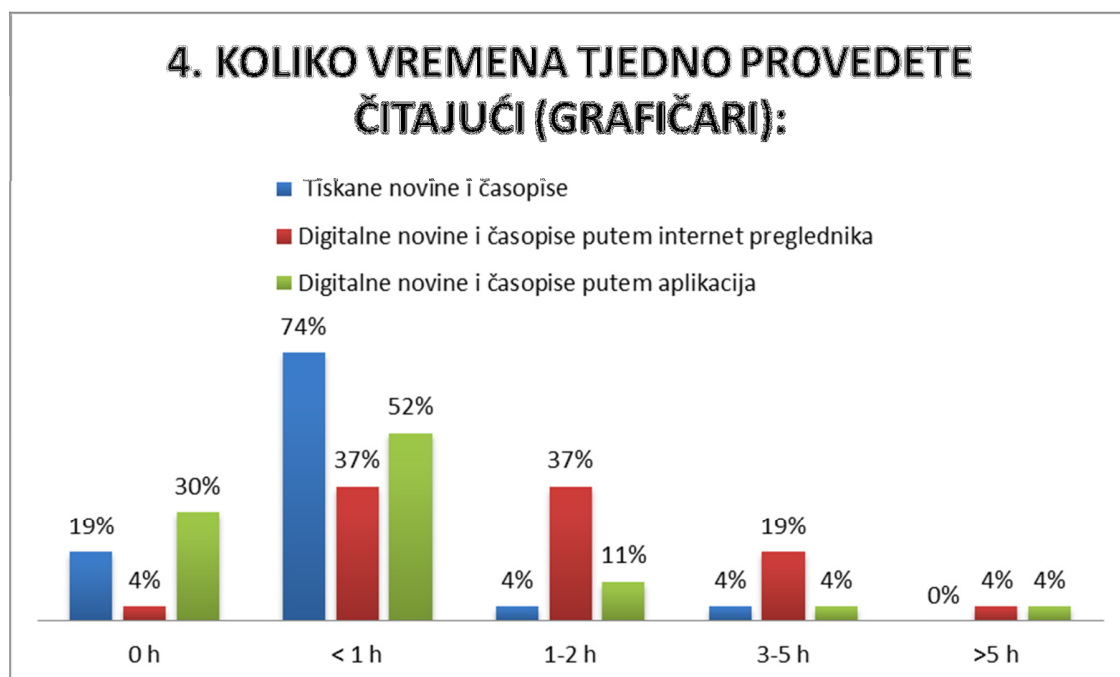


Grafikon 28. Precijenjenost novina u tiskovnom obliku sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

Na tjednoj bazi, ispitanici koji se bave grafičkom strukom najčešće provode manje od sat vremena čitajući tiskane novine i časopise (74%), digitalne novine i časopise putem internet preglednika (37%) te digitalne novine i časopise putem aplikacija (52%). Od jednog do dva sata tjedno tiskane novine i časopise čita 4% ispitanika, digitalne novine i časopise putem internet preglednika 37% te digitalne novine i časopise putem aplikacija 11%. Od tri do pet sati tjedno tiskane novine i časopise čita 4% ispitanika, digitalne novine i časopise putem internet preglednika čita 19% a digitalne novine i časopise putem aplikacija čita 4% ispitanika. Više od pet sati tjedno, digitalne novine i časopise putem internet preglednika kao i putem aplikacija čita 4% ispitanika. Postotak ispitanika koji ne ulaže nikakvo vrijeme za čitanje iznosi, 19% za tiskane novine i časopise, 4% za digitalne novine i časopise putem internet preglednika te 30% za digitalne novine i časopise putem aplikacija (grafikon 29.).

Zaključak na temelju ispitanika koji se bave grafičkom strukom, je kako provode najviše do sat vremena čitajući tiskane novine i časopise a za digitalne novine i časopise putem

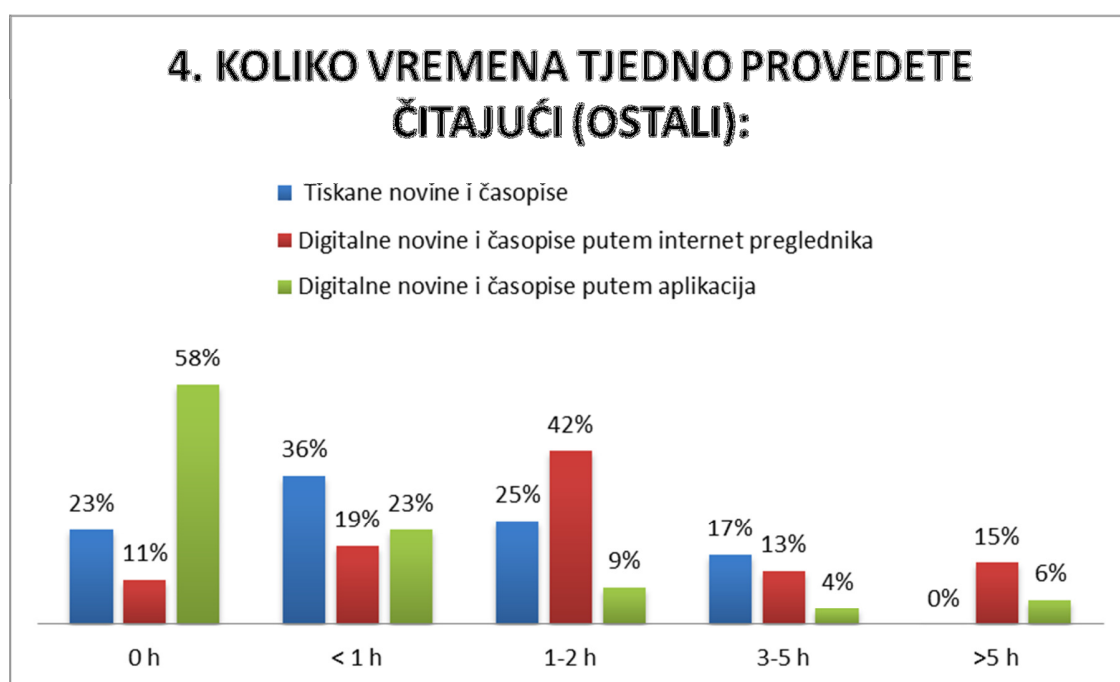
internet preglednika i putem aplikacija do dva sata. Također, velik postotak ispitanika uopće ne čita novine i časopise u bilo kojem obliku.



Grafikon 29. Tjedno provedeno vrijeme čitanja tiskovnih i digitalnih izdanja (grafičari)

Na tjednoj bazi, postotak ostalih ispitanika koji ne ulaže nikakvo vrijeme za čitanje iznosi, 23% za tiskane novine i časopise, 11% za digitalne novine i časopise putem internet preglednika te 58% za digitalne novine i časopise putem aplikacija. Manje od jednog sata tjedno, tiskane novine i časopise čita 36% ispitanika, digitalne novine i časopise putem internet preglednika 19% te digitalne novine i časopise putem aplikacija 23%. Od jednog do dva sata tjedno tiskane novine i časopise čita 25% ispitanika, digitalne novine i časopise putem internet preglednika 42% te digitalne novine i časopise putem aplikacija 9%. Od tri do pet sati tjedno tiskane novine i časopise čita 17% ispitanika, digitalne novine i časopise putem internet preglednika čita 13% a digitalne novine i časopise putem aplikacija čita 4% ispitanika. Više od pet sati tjedno, digitalne novine i časopise putem internet preglednika čita 15% a putem aplikacija čita 6% ispitanika (grafikon 30.).

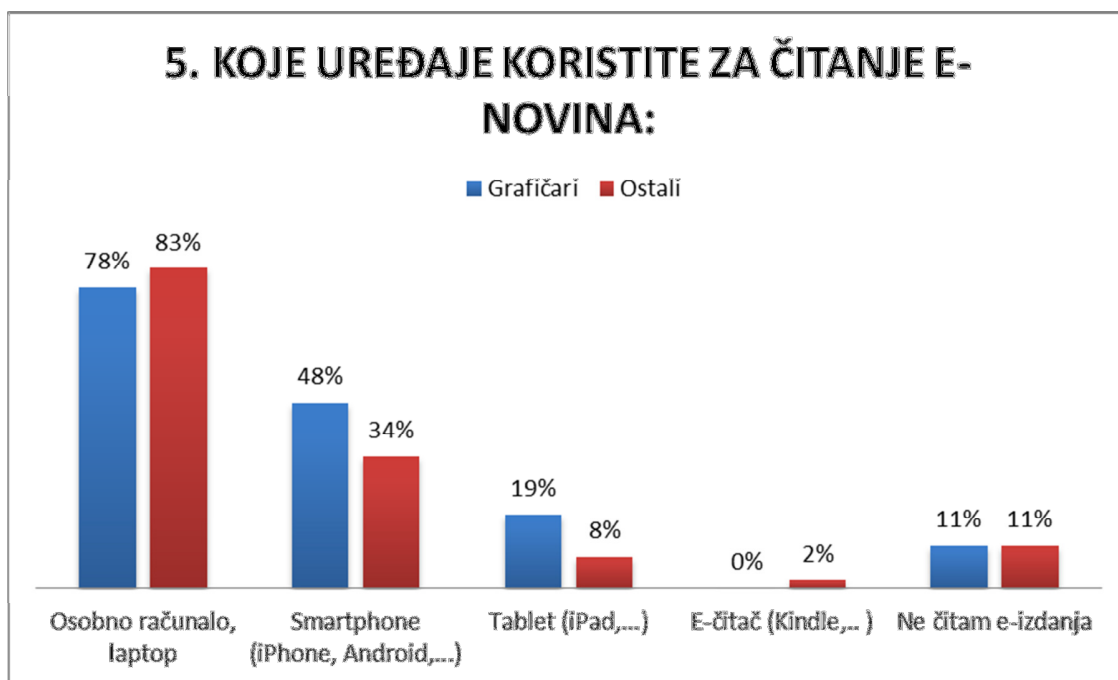
Zaključak na temelju ostalih ispitanika, je kako provode više vremena na čitanje tiskanih novina i časopisa te manje vremena na digitalne novine i časopise putem internet preglednika naspram grafičara. Također, velik postotak ispitanika uopće ne čita novine i časopise u bilo kojem obliku, ponajviše digitalne novine i časopise putem aplikacija (više od polovice ispitanika).



Grafikon 30. Tjedno provedeno vrijeme čitanja tiskovnih i digitalnih izdanja (ostali ispitanici)

Najviše ispitanika, 78% grafičara i 83% ostalih ispitanika, za čitanje e-novina koristi osobno računalo ili laptop. Za čitanje e-novina 48% grafičara i 34% ostalih ispitanika koristi pametne telefone, 19% grafičara i 8% ostalih ispitanika koristi tablet i 2% ostalih ispitanika koristi e-čitač. Također, 11% grafičara kao i ostalih ispitanika izjasnilo se kako ne čitaju e-izdanja novina (grafikon 31.).

Zaključak na temelju svih ispitanika, je kako za čitanje e-novina najčešće koriste osobno računalo ili laptop. Pametni telefoni također se koriste u velikom broju zbog relativno niske cijene dok tableti i e-čitači zbog svoje visoke cijene još nisu našli svoj put do korisnika.

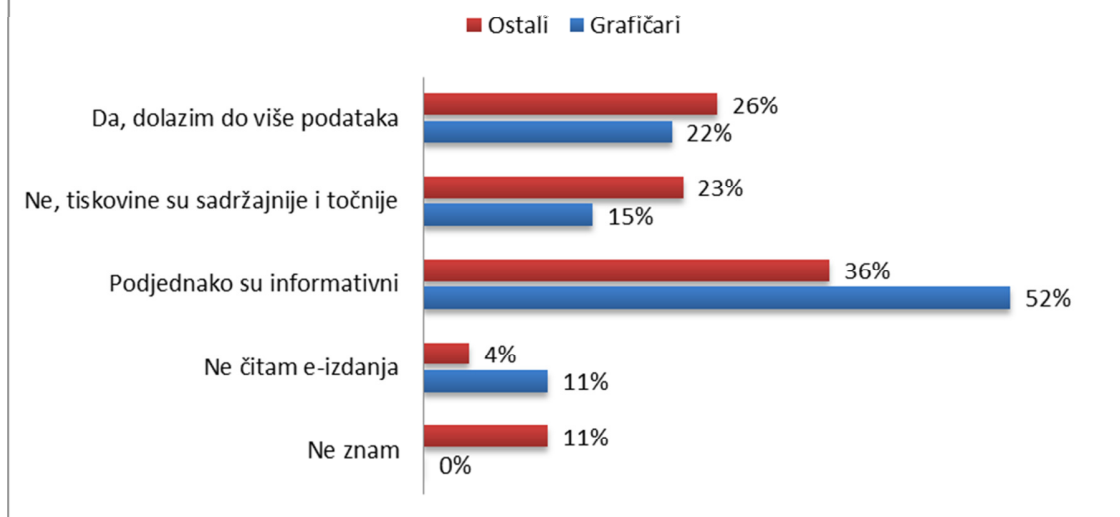


Grafikon 31. Korišteni uređaji za čitanje e-novina sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

Vijesti na internetu većina ispitanika, grafičari 52% i ostali ispitanici 36%, smatra podjednako informativnima kao vijesti u tiskovinama. 22% grafičara i 26% ostalih ispitanika smatra da su vijesti putem interneta kvalitetnije te da dolaze do više podataka. Dok 15% grafičara i 23% ostalih ispitanika smatra kako su vijesti u tiskovinama sadržajnije i točnije. 11% ostalih ispitanika nema mišljenje a 11% grafičara i 4% ostalih ispitanika uopće ne čitaju e-izdanja (grafikon 32.).

Zaključak na temelju svih ispitanika pokazao je kako većina ispitanika smatra vijesti na internetu podjednako informativnima kao i one u tiskovinama.

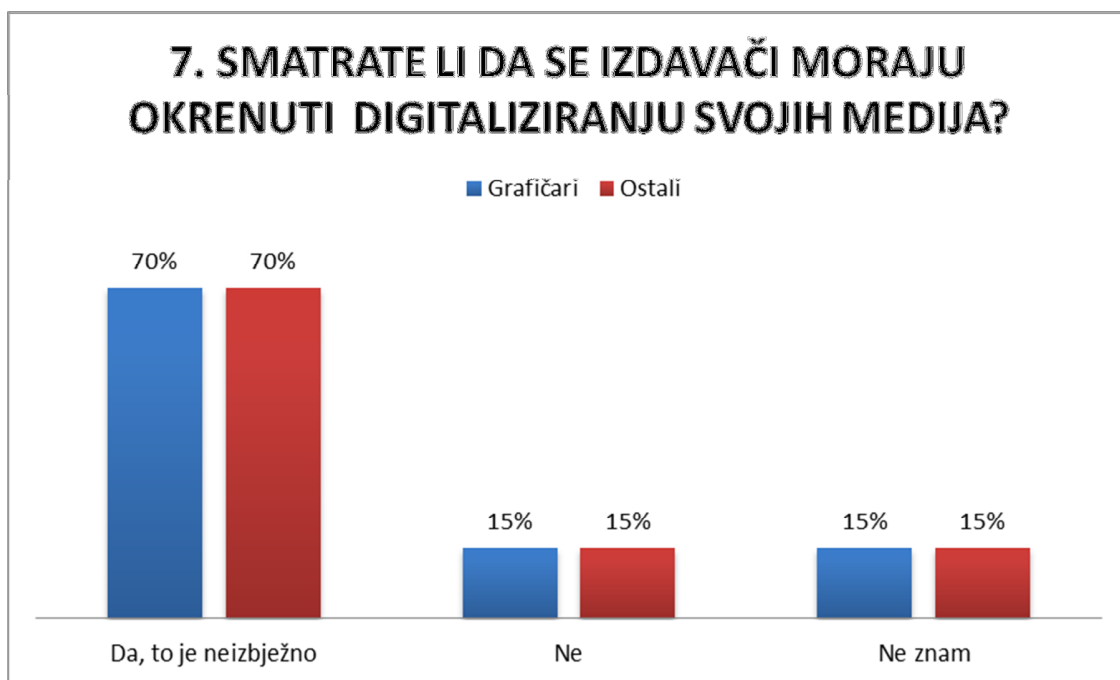
6. SMATRATE LI VIJESTI NA INTERNETU KVALITETNIJIMA OD ONIH U TISKOVINAMA?



Grafikon 32. Kvaliteta vijesti na internetu i tiskovinama prema sudionicima ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

Da se izdavači moraju okrenuti digitaliziranju svojih medija smatra većina ispitanika, 70% grafičara te isti postotak ostalih ispitanika. Nepotrebnim smatraju 15% grafičara te isti postotak ostalih ispitanika. Također, podjednak postotak od 15% grafičara i ostalih ispitanika nema mišljenje (grafikon 33.).

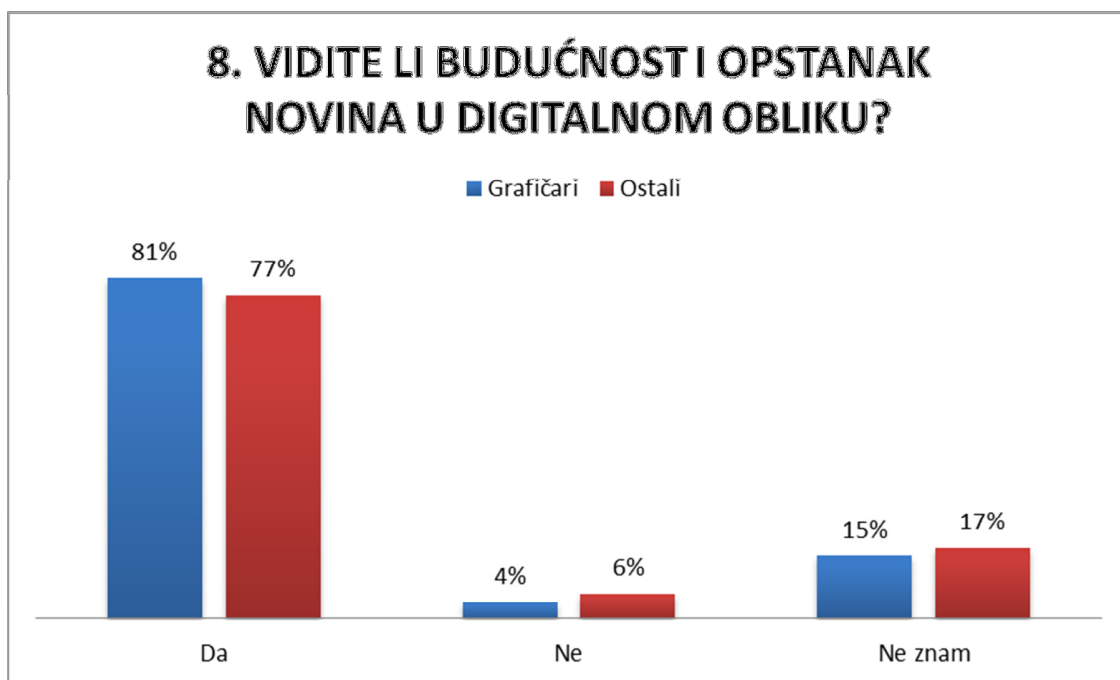
Zaključak na temelju svih ispitanika pokazao je kako velika većina ispitanika budućnost izdavaštva vidi u digitalizaciji medija.



Grafikon 33. Izdavači i digitaliziranje medija prema sudionicima ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

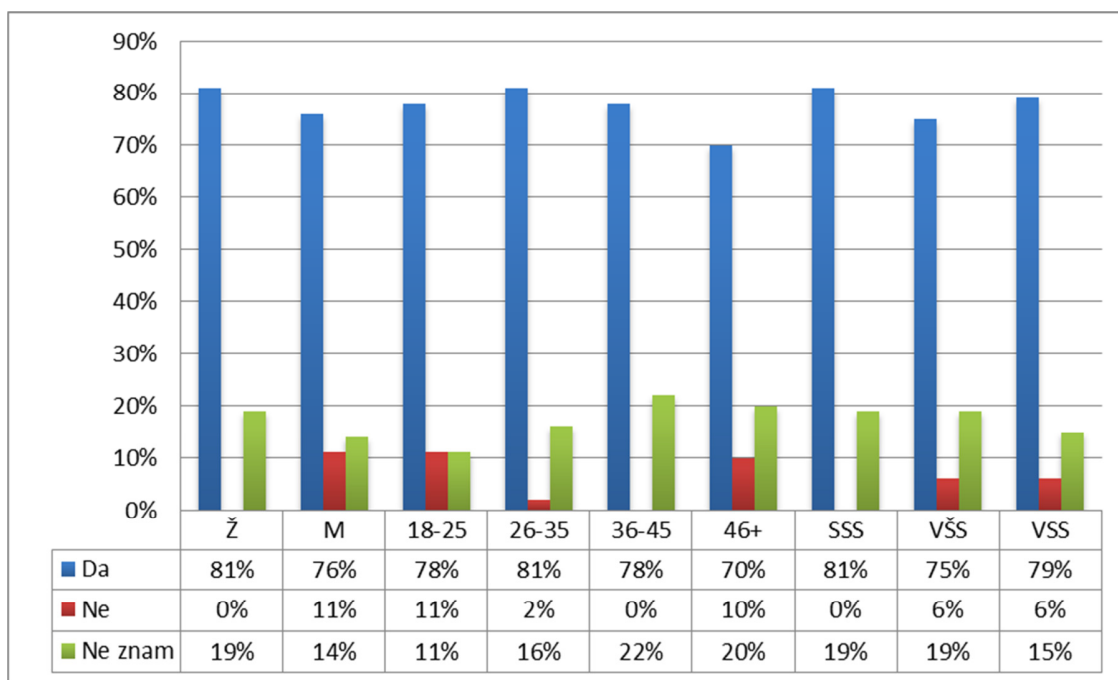
Opstanak i budućnost novina u digitalnom obliku smatra najveći postotak ispitanika, 81% grafičara i 77% ostalih ispitanika. Nasuprot tome, 4% grafičara i 6% ostalih ispitanika ne vidi budućnost i opstanak novina u digitalnom obliku. 15% grafičara i 17% ostalih ispitanika nema mišljenje (grafikon 34.).

Zaključak na temelju svih ispitanika je da budućnost i opstanak novina za većinu ispitanika leži u digitalnom obliku.



Grafikon 34. Budućnost i opstanak novina u digitalnom obliku prema sudionicima ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

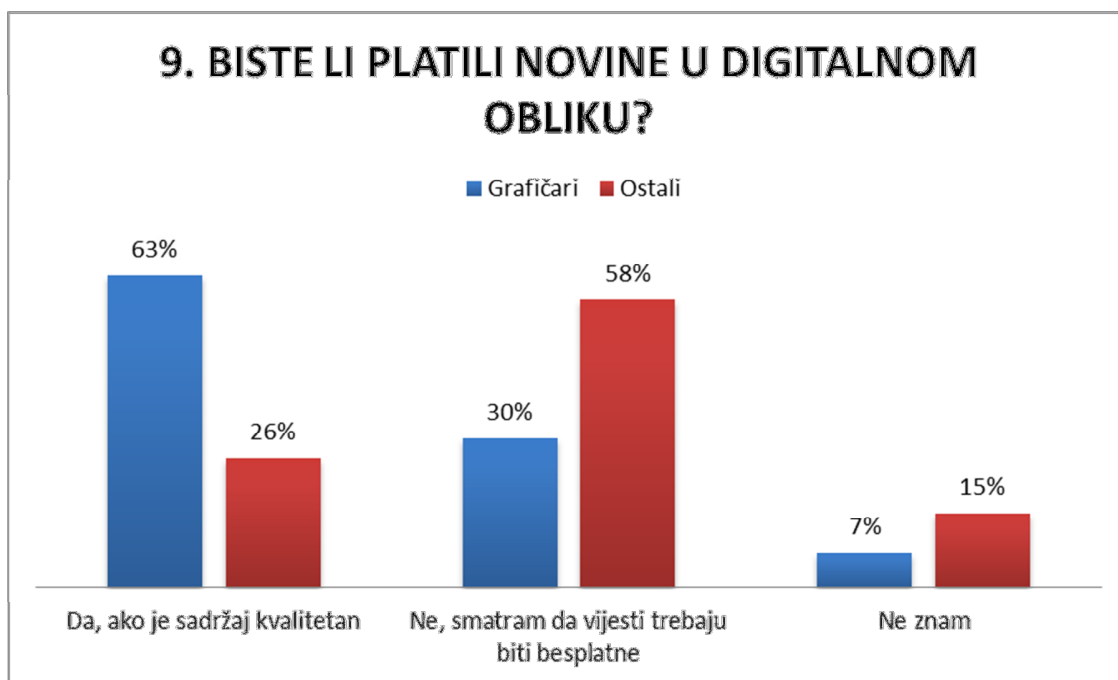
Sljedeći grafikon (grafikon 35.) prikazuje budućnost i opstanak novina u digitalnom obliku prema sudionicima ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja. U svim podjelama jasno je vidljivo kako većina ispitanika smatra da je budućnost i opstanak novina u digitalnom obliku.



Grafikon 35. Budućnost i opstanak novina u digitalnom obliku prema sudionicima ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja

63% grafičara platilo bi za novine u digitalnom obliku ako je sadržaj kvalitetan, a samo 26% ostalih ispitanika bi učinilo isto. 58% ostalih ispitanika smatra kako bi vijesti trebale biti besplatne, dok isto misli 30% grafičara. 7% grafičara i 15% ostalih ispitanika nema mišljenje (grafikon 36.).

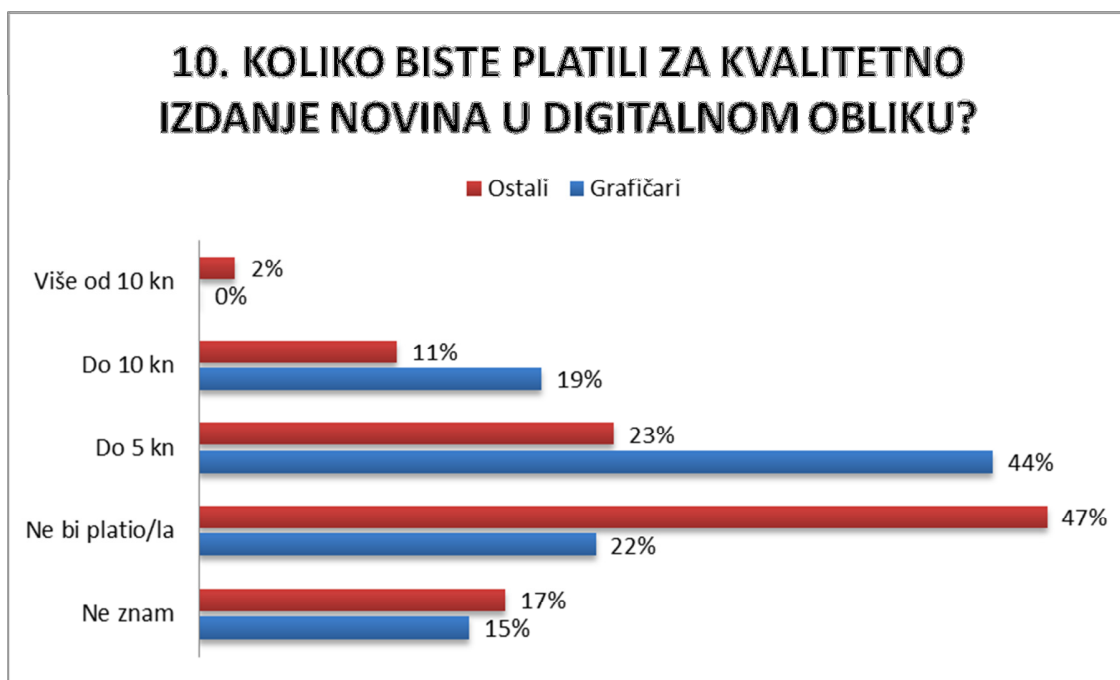
Zaključak na temelju ispitanika koji se bave grafičkom strukom je da bi platili za novine u digitalnom obliku ako je sadržaj kvalitetan. Većina ostalih ispitanika ne bi platila za novine u digitalnom obliku te smatra kako bi one trebale biti besplatne.



Grafikon 36. Spremnost plaćanja novina u digitalnom obliku sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

Za kvalitetno izdanje novina u digitalnom obliku najviše grafičara (44%) platilo bi do 5 kuna dok najviše ostalih ispitanika uopće ne bi platilo (47%). Ostali ispitanici koji bi izdvojili do 5 kuna za e-novine iznosi 23%, do 10 kuna 11%, više od 10 kuna 2%, a 17% nema mišljenje. Postotak grafičara koji bi za e-novine izdvojio do 10 kuna iznosi 19%, 22% ne bi platio a 15% nema mišljenje (grafikon 37.).

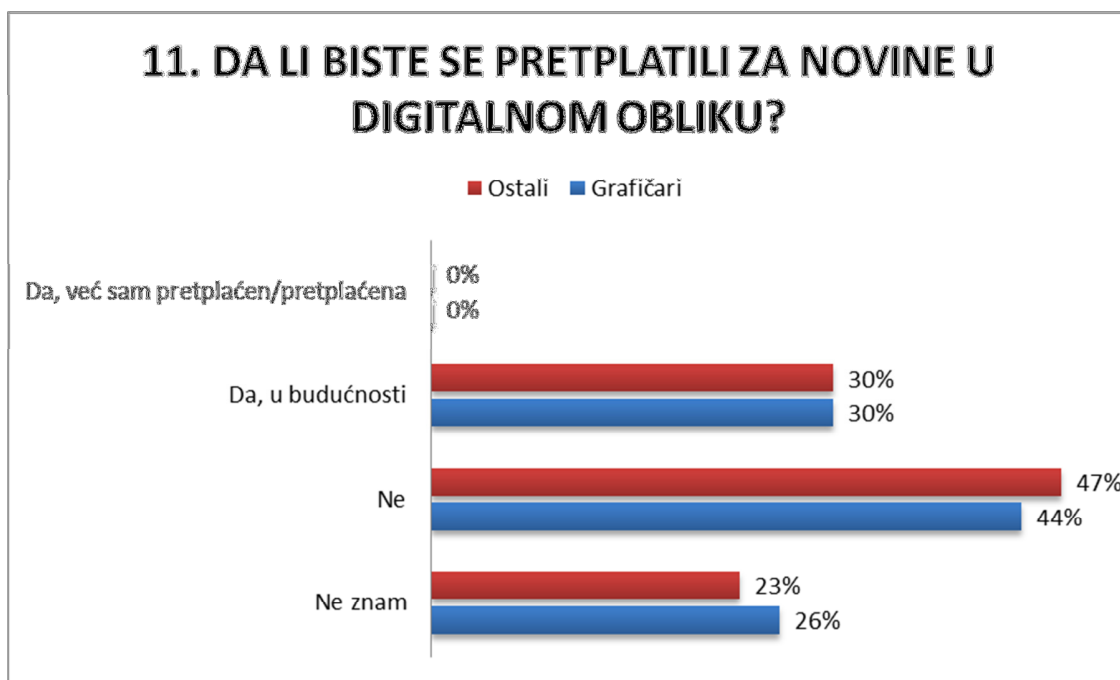
Zaključak na temelju svih ispitanika pokazao je kako većina ispitanika ne bi platila za kvalitetno izdanje novina u digitalnom obliku ili bi platili do 5 kuna. Također, velik broj ispitanika nije upoznat s cijenom novina u digitalnom obliku, od kojih 15% čine grafičari.



Grafikon 37. Spremnost plaćanja kvalitetnog izdanja e-novina sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

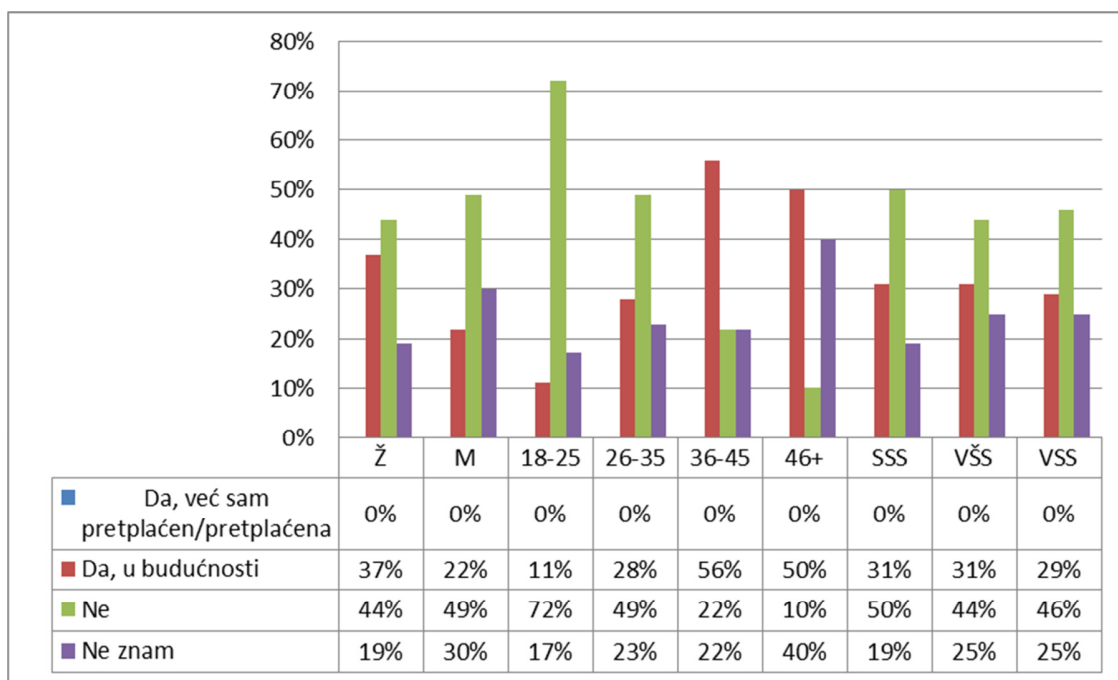
Za pretplatu digitalnih novina najveći postotak, grafičara (44%) i ostalih ispitanika (47%), se ne bi odlučio na pretplatu. Nitko od ispitanika nije pretplaćen na e-novine a 30% grafičara kao i ostalih ispitanika bi se u budućnosti odlučio za pretplatu. 26% grafičara i 23% ostalih ispitanika nema mišljenje (grafikon 38.).

Zaključak na temelju svih ispitanika je da nitko od ispitanika nije pretplaćen za novine u digitalnom obliku te da se nemaju namjeru pretplatiti za novine u digitalnom obliku u budućnosti. No, 30% ispitanika, u obje skupine, planira se pretplatiti za novine u digitalnom obliku u budućnosti.



Grafikon 38. Spremnost na pretplatu za e-novine sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

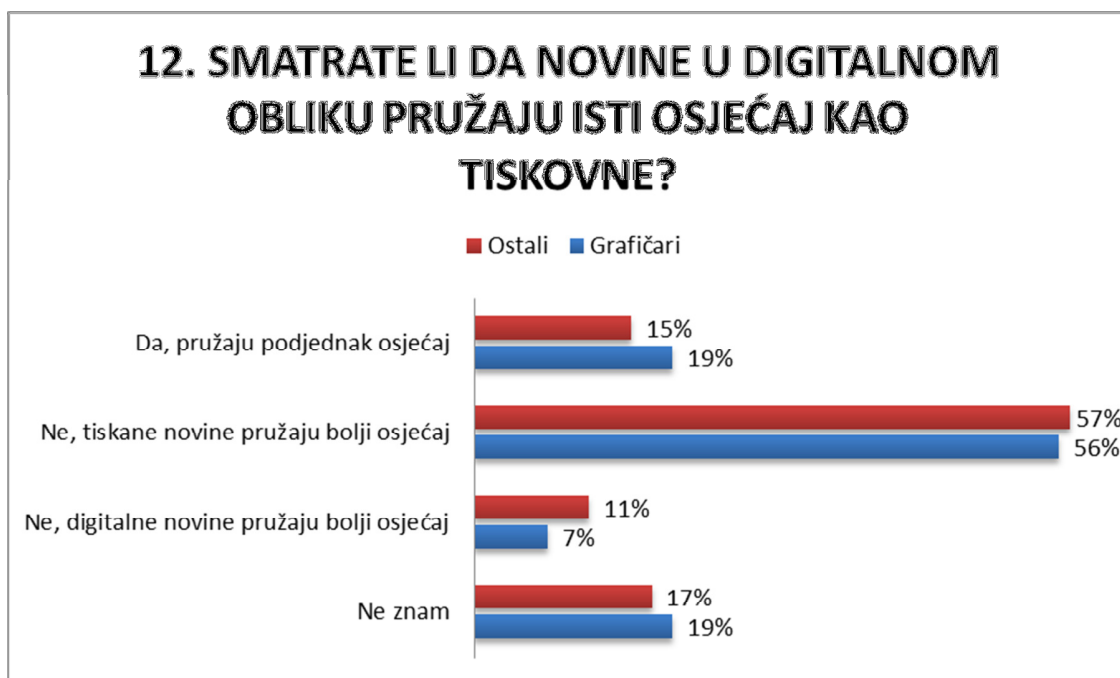
Sljedeći grafikon (grafikon 39.) prikazuje spremnost na pretplatu za e-novine sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja. U budućnosti većina ispitanika koja bi se pretplatila za novine u digitalnom obliku je žensko, pripada dobnoj skupini od 36 do 45 godine i pripada srednjoj te višoj stručnoj spremi.



Grafikon 39. Spremnost na pretplatu za e-novine sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja

Većina ispitanika, grafičari 56% i ostali ispitanici 57%, smatra kako tiskane novine pružaju bolji osjećaj nego e-novine. Da digitalne novine pružaju bolji osjećaj naspram tiskovnih smatra 7% grafičara i 11% ostalih ispitanika. Da pružaju podjednak osjećaj smatra 19% grafičara i 15% ostalih ispitanika dok 19% grafičara i 17% ostalih ispitanika nema mišljenje (grafikon 40).

Zaključak na temelju svih ispitanika je da tiskane novine pružaju bolji osjećaj naspram digitalnih. Upravo zbog tog osjećaja kojeg nam pružaju tiskovne novine (miris, opip), najmanji postotak ispitanika smatra digitalne novine boljim naspram tiskovnih.

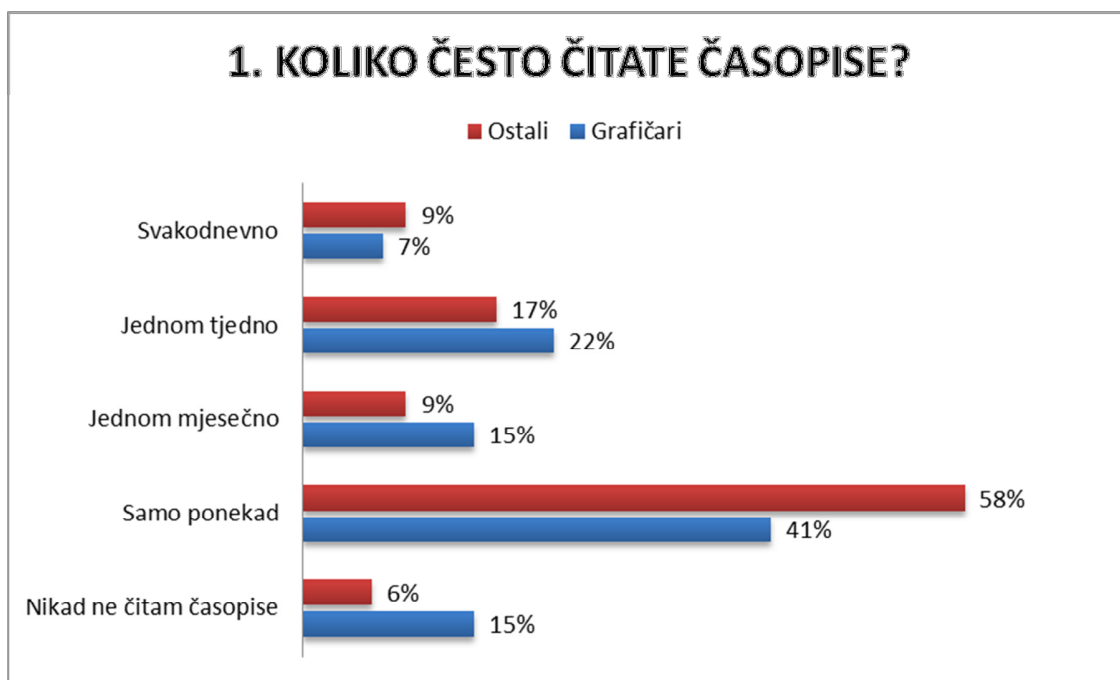


Grafikon 40. Osjećajnost prema tiskovnim i digitalnim novinama sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

5.1.4 REZULTATI ANKETE - ČASOPIS

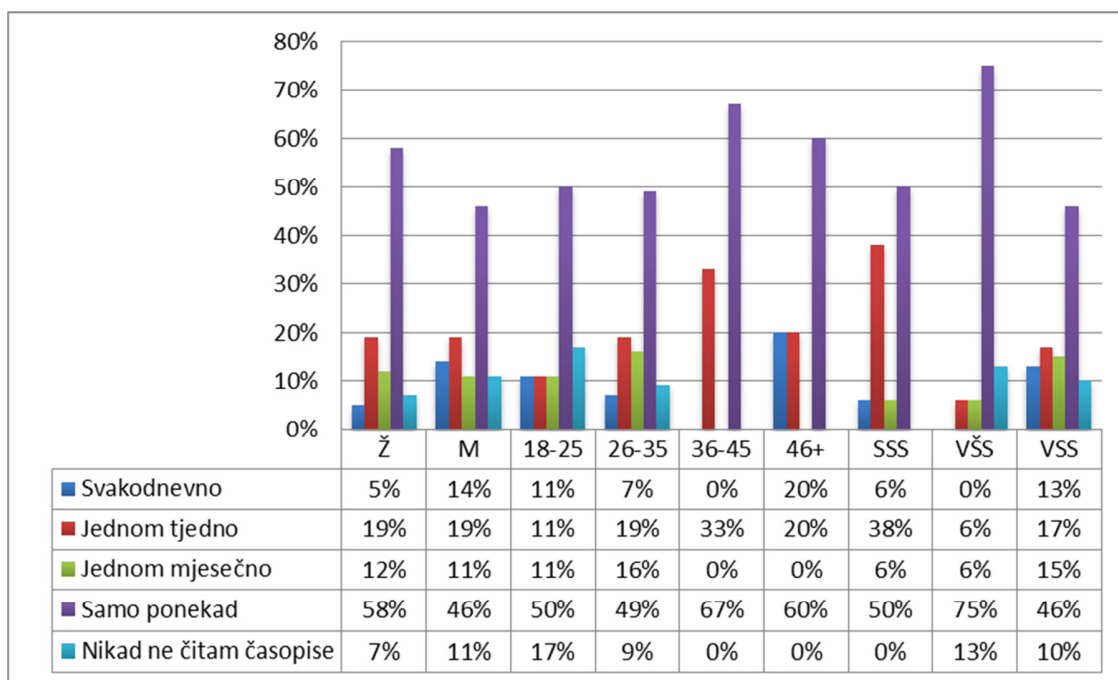
Na pitanje koliko često čitate časopise većina ispitanika, 41% grafičara i 58% ostalih ispitanika, časopise kupuje samo ponekad. Svakodnevno časopise čita 7% grafičara i 9% ostalih ispitanika, jednom tjedno 22% grafičara i 17% ostalih ispitanika te jednom mjesečno 15% grafičara i 9% ostalih ispitanika. Časopise uopće ne čita 15% grafičara i 6% ostalih ispitanika (grafikon 41.).

Zaključak na temelju svih ispitanika je kako časopise čitaju vrlo rijetko. Iako postoje ispitanici koji čitaju časopise svakodnevno, jednom tjedno i mjesečno, zabrinjavajuće je kako postotak onih koji ne čitaju časopise iznosi 15% kod grafičara i 6% kod ostalih ispitanika.



Grafikon 41. Učestalost čitanja časopisa sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

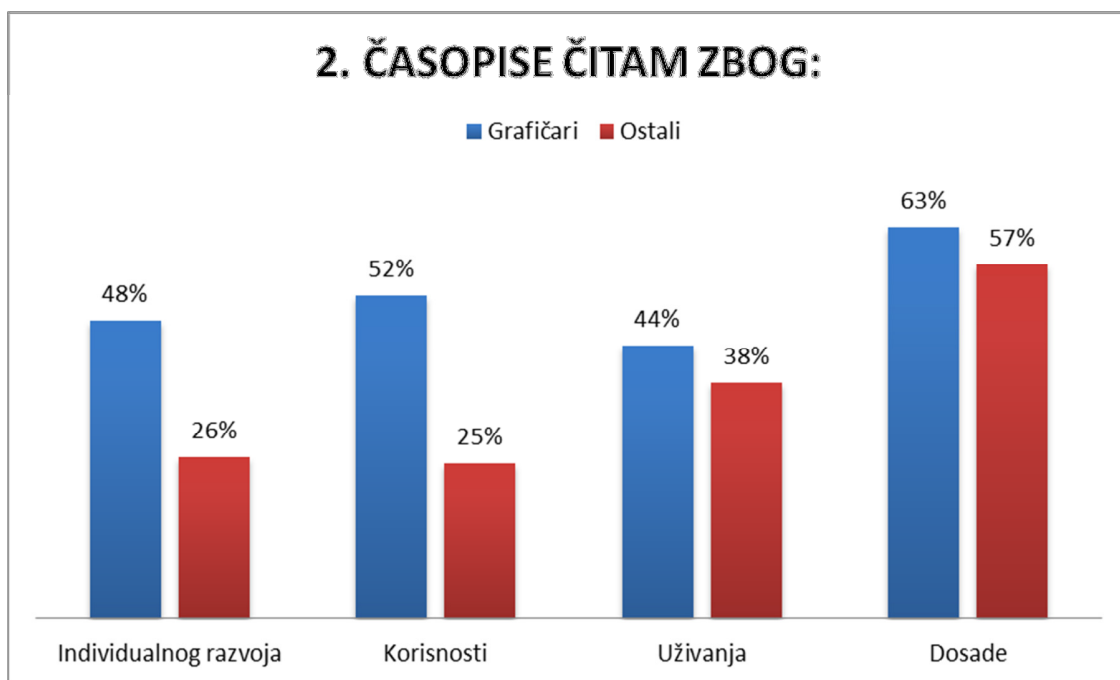
Sljedeći grafikon (grafikon 42.) prikazuje učestalost čitanja časopisa sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja. Velika većina u svim podjelama izjasnila se kako časopise čita samo ponekad. Od ispitanika koji čitaju časopise, najčešće su tu muškarci, ispitanici dobne skupine od 26 do 35 godina i pripadnici srednje stručne spreme.



Grafikon 42. Učestalost čitanja časopisa sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja

Na pitanje zbog čega čitaju časopise, ispitanicima je ponuđena mogućnost odabira više odgovora. Najveći razlog čitanja časopisa je dosada, grafičari 63% i ostali ispitanici 57%. Zbog uživanja časopis čita 44% grafičara i 38% ostalih ispitanika, zbog korisnosti 52% grafičara i 25% ostalih ispitanika te zbog individualnog razvoja časopise čita 48% grafičara i 26% ostalih ispitanika (grafikon 43.).

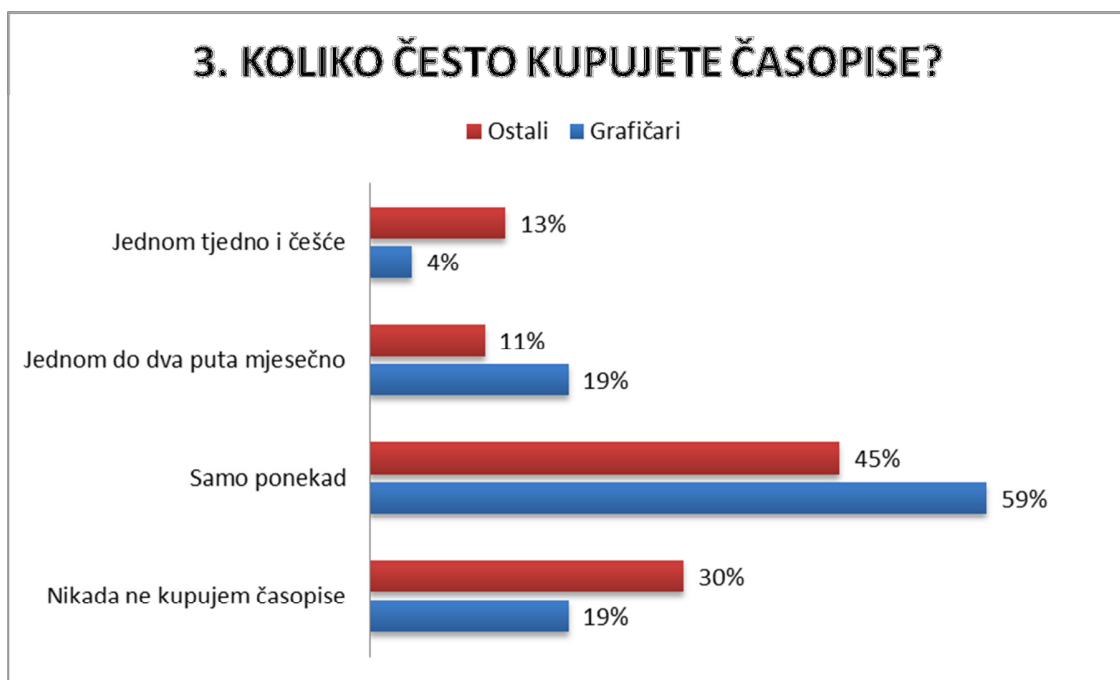
Zaključak na temelju svih ispitanika je kako časopise najčešće čitaju iz dosade, zatim uživanja, korisnosti te individualnog razvoja.



Grafikon 43. Razlozi čitanja časopisa sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

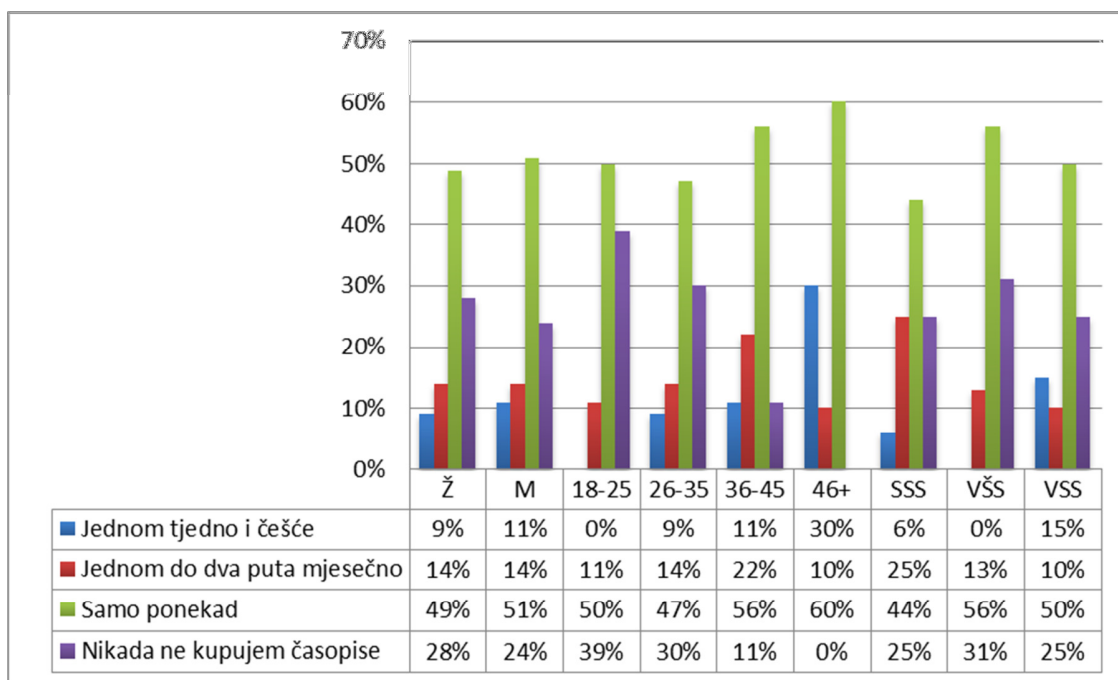
Na pitanje koliko često kupujete časopise najviše ispitanika, 59% grafičara i 45% ostalih ispitanika, časopise kupuje samo ponekad. Nikada ne kupuje časopise 19% grafičara i 30% ostalih ispitanika, jednom do dva puta mjesečno 19% grafičara i 11% ostalih ispitanika a jednom tjedno i češće 4% grafičara i 13% ostalih ispitanika (grafikon 44.).

Zaključak na temelju svih ispitanika je kako većina ispitanika časopise kupuje samo ponekad ili uopće ne kupuje časopise.



Grafikon 44. Učestalost kupovine časopisa sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

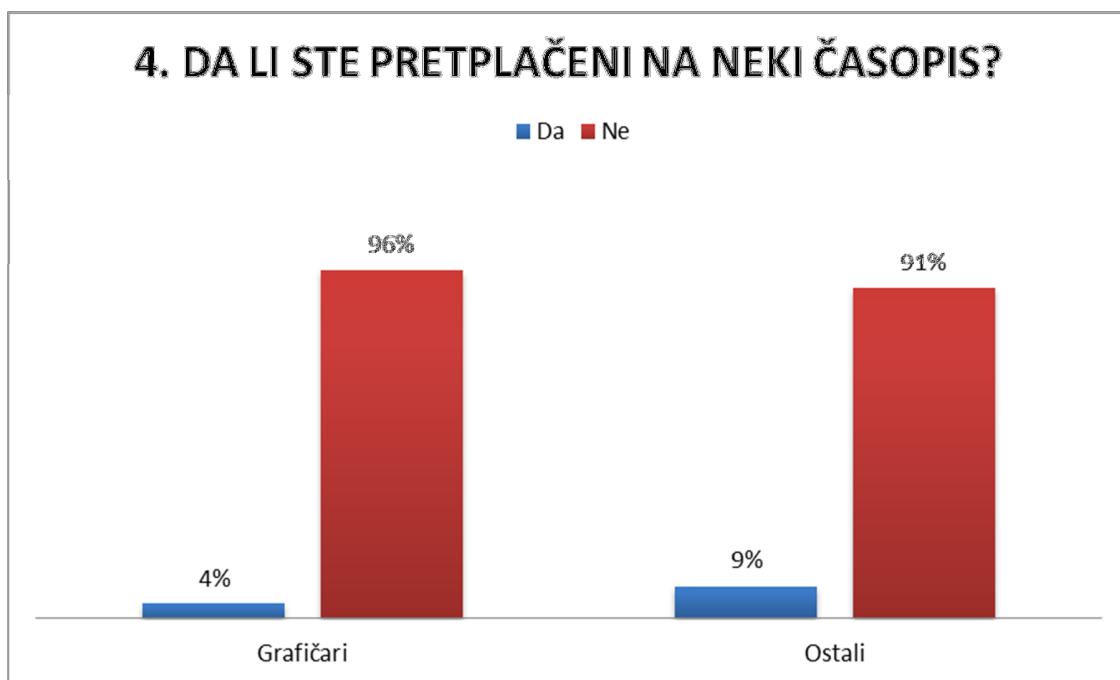
Sljedeći grafikon (grafikon 45.) prikazuje učestalost kupovine časopisa sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja. Velika većina ispitanika u svim podjelama izjasnila se kako časopise kupuje samo ponekad. Od ispitanika koji kupuju časopise, najčešće su to žene, pripadnici dobne skupine od 46 i više godina i ispitanici srednje stručne spreme. Ispitanici koji nikada ne kupuju časopise najčešće pripadaju mlađoj dobnoj skupini (do 35 godina).



Grafikon 45. Učestalost kupovine časopisa sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja

Većina ispitanika nije pretplaćena na neki časopis, grafičari 96% i ostali ispitanici 91%. Samo 4% grafičara i 9% ostalih ispitanika su pretplaćeni na neki časopis (grafikon 46.).

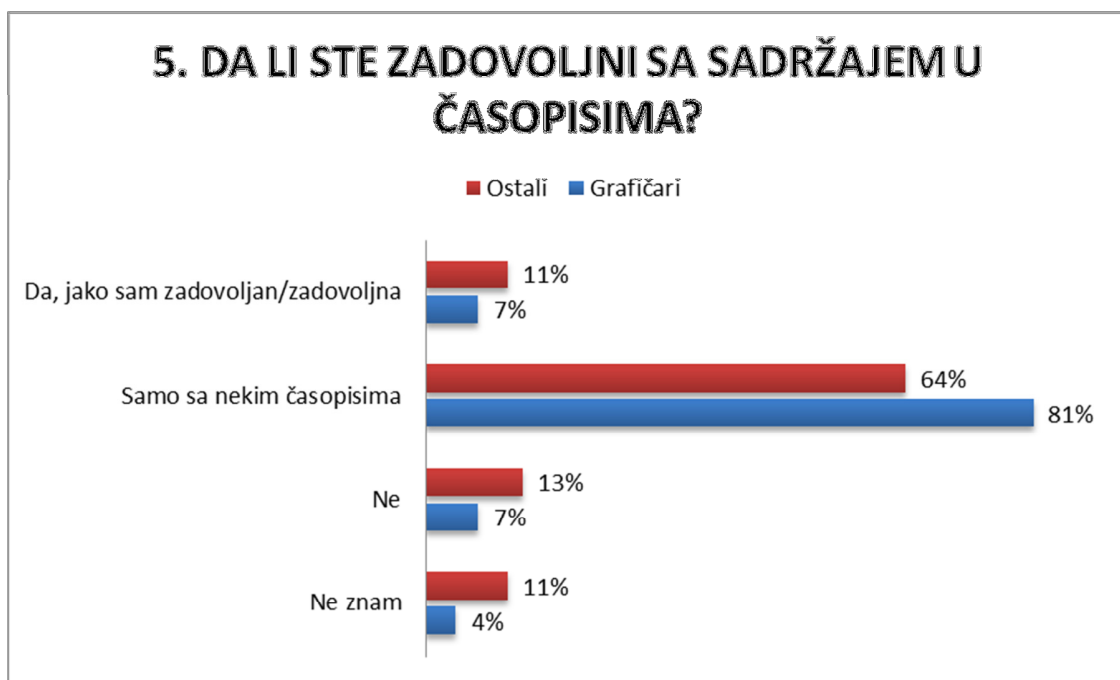
Zaključak na temelju svih ispitanika je kako velika većina nije pretplaćena za neki časopis.



Grafikon 46. Pretplaćenost na časopis sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

Najviše ispitanika, 81% grafičara i 64% ostalih ispitanika, smatra kako su zadovoljni sa sadržajem samo u nekim časopisima. Sa sadržajem u časopisima jako je zadovoljno 7% grafičara i 11% ostalih ispitanika a sa sadržajem nije zadovoljno 7% grafičara i 13% ostalih ispitanika. 9% grafičara i 11% ostalih ispitanika nema mišljenje (grafikon 47.).

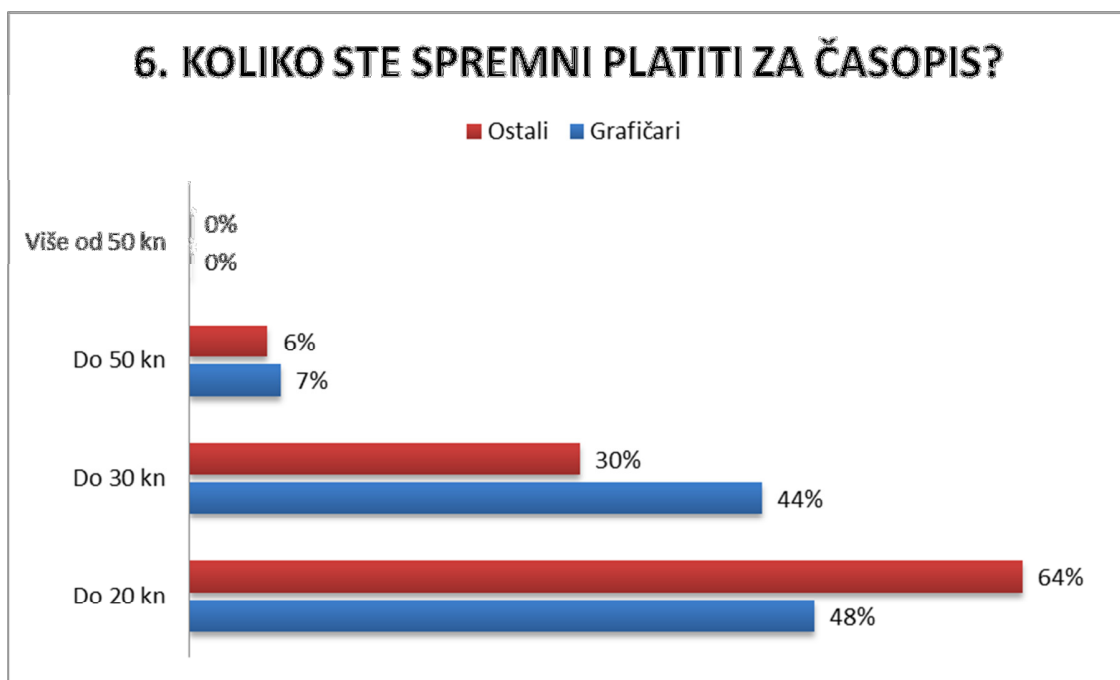
Zaključak na temelju svih ispitanika je da je većina ispitanika zadovoljna sa sadržajem u samo nekim od časopisa.



Grafikon 47. Kvaliteta sadržaja časopisa prema sudionicima ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

Najveći postotak ispitanika, 48% grafičara i 64% ostalih ispitanika, za časopis je spremno izdvojiti do 20 kuna. Do 30 kuna spremno je izdvojiti 44% grafičara i 30% ostalih ispitanika. Do 50 kuna spremno je izdvojiti 7% grafičara i 6% ostalih ispitanika a više od 50 kuna za časopis nije spreman odvojiti nitko od ispitanika (grafikon 48.).

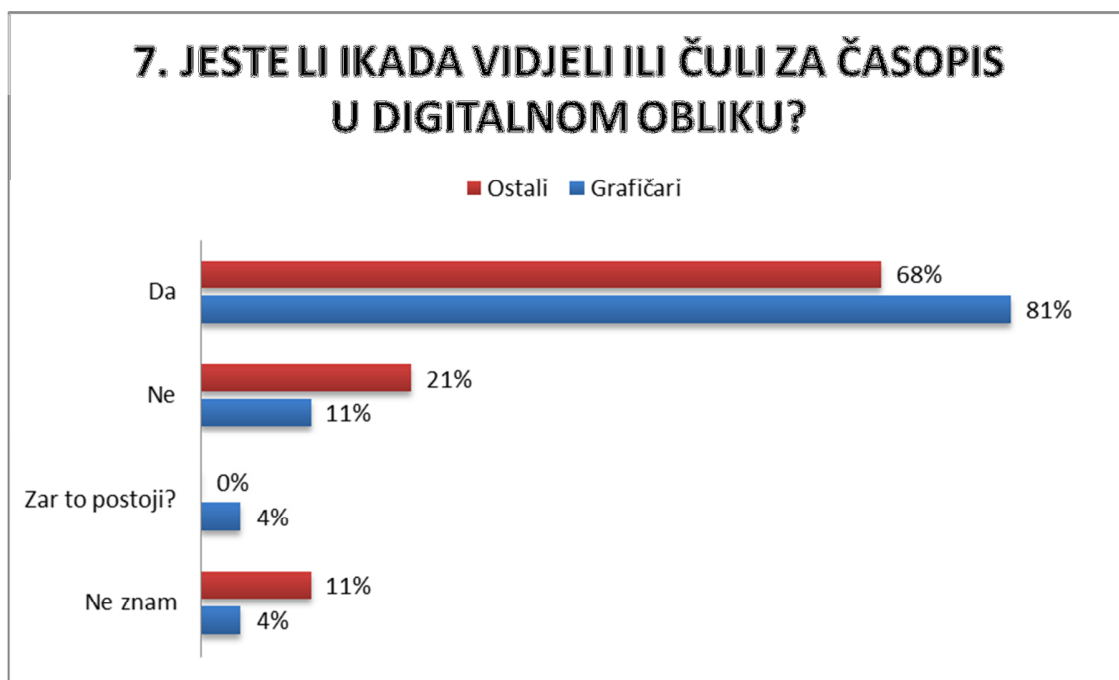
Zaključak na temelju svih ispitanika je da je većina njih za časopis spremna platiti maksimalno do 20 kuna. Više od 50 kuna nitko ne bi platio za časopis dok za cijenu do 50 kuna postoji zainteresiranost ispitanika.



Grafikon 48. Spremnost plaćanja časopisa sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

Na pitanje da li su ikada čuli ili vidjeli časopis u digitalnom obliku većina ispitanika, 81% grafičara i 68% ostalih ispitanika, je odgovorila pozitivno. Nikada nije čulo za časopis u digitalnom obliku 11% grafičara i 21% ostalih ispitanika dok 4% grafičara nikada nije čulo da e-časopis postoji. 4% grafičara i 11% ostalih ispitanika nema mišljenje (grafikon 49.).

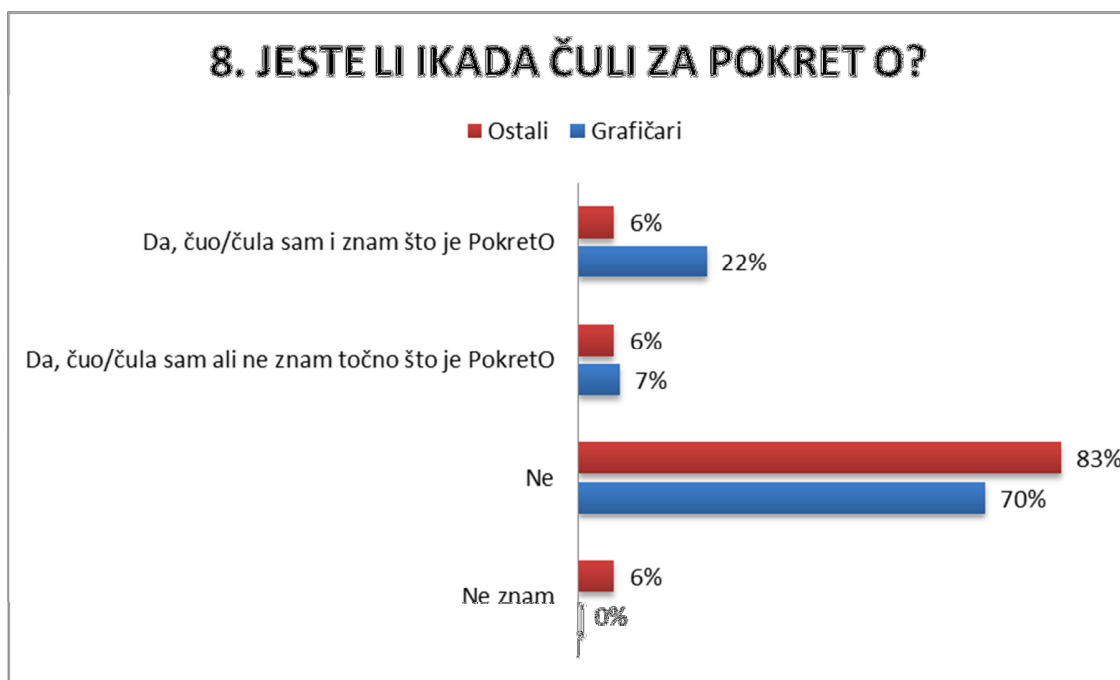
Na temelju svih ispitanika ustanovljeno je kako većina ispitanika poznaje pojam časopisa u digitalnom obliku. Zanimljivo je kako veliki postotak ispitanika uopće ne zna za pojam knjige u digitalnom obliku te da 4% grafičara uopće ne zna da takva vrsta časopisa postoji.



Grafikon 49. Poznavanje časopisa u digitalnom obliku sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

Za Pokret O nikada nije čula većina ispitanika, 70% grafičara i 83% ostalih ispitanika. 22% grafičara i 6% ostalih ispitanika zna što je Pokret O a 7% grafičara i 6% ostalih ispitanika je čulo za Pokret O ali ne zna točno što je. 6% ostalih ispitanika nema mišljenje (grafikon 50.).

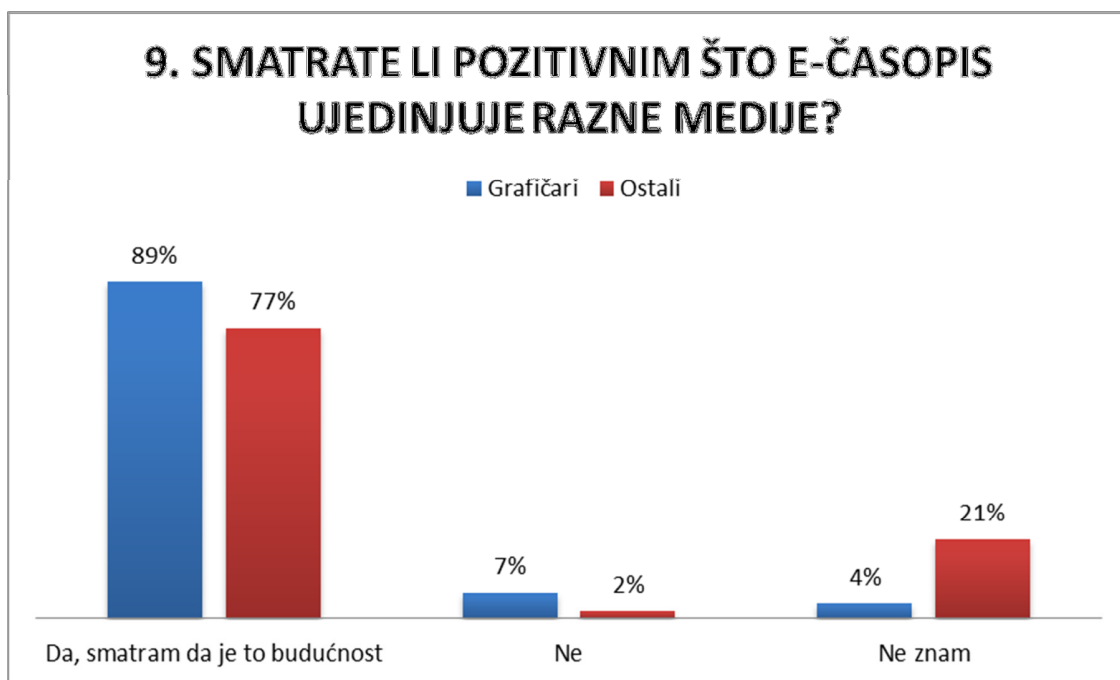
Na temelju svih ispitanika zaključeno je kako velika većina ispitanika uopće nije čula za Pokret O (prvi hrvatski iPad časopis). Zanimljivo je kako samo 22% ispitanika koji se bave grafičkom strukom zna što je Pokret O.



Grafikon 50. Poznavanje Pokret O-a sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

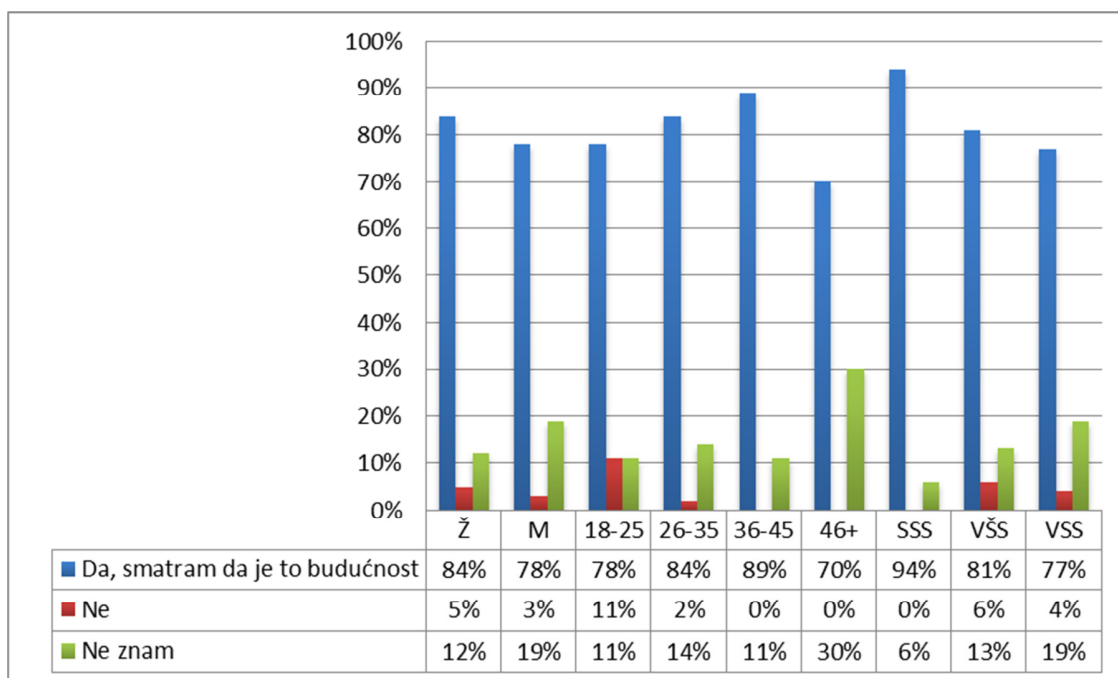
Većina ispitanika, 89% grafičara i 77% ostalih ispitanika, smatra pozitivnim što e-časopis ujedinjuje razne medije te smatra da je to budućnost. 7% grafičara i 7% ostalih ispitanika ne smatra pozitivnim to što e-časopis ujedinjuje razne medije a 4% grafičara i 21% ostalih ispitanika nema mišljenje (grafikon 51.).

Na temelju svih ispitanika zaključeno je kako velika većina ispitanika smatra pozitivnim što e-časopis ujedinjuje razne medije te smatraju da je to budućnost novina. Zanimljivo je kako 7% grafičara smatra kako ujedinjavanje raznih medija u e-časopisima nije pozitivna karakteristika.



Grafikon 51. Razmišljanja ispitanika s podjelom na grafičare i ostale ispitanike da e-časopisi ujedinjaju razne medije

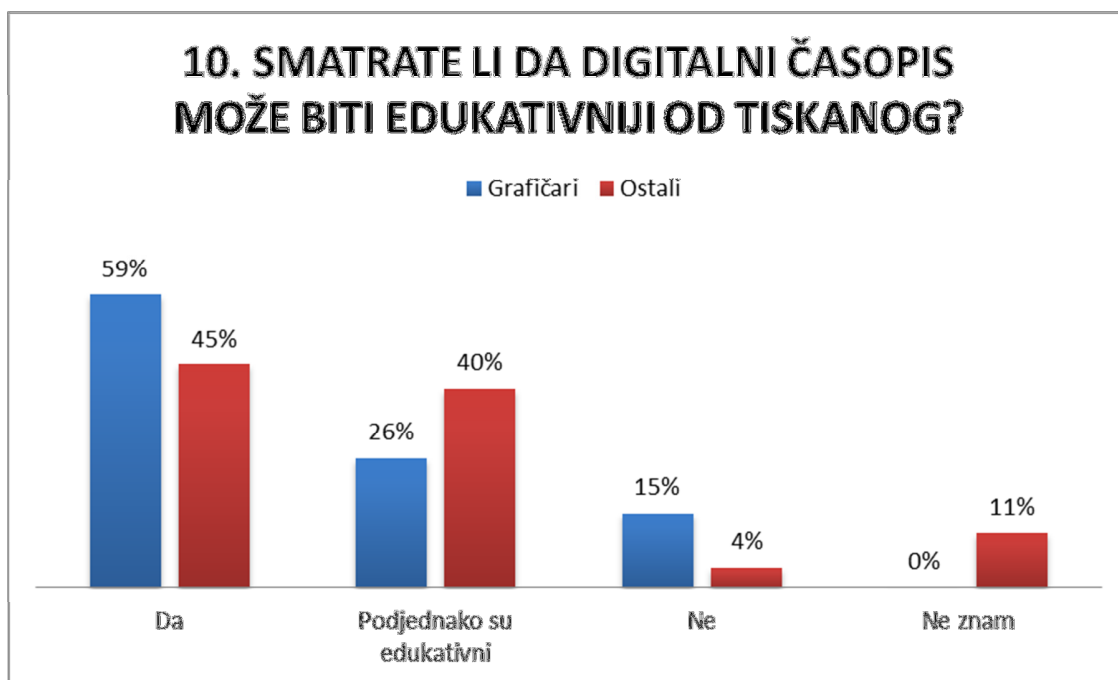
Sljedeći grafikon (grafikon 52.) prikazuje razmišljanja ispitanika o ujedinjavanju raznih medija u e-časopisima s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja. Ispitanici u svim podjelama u većini smatraju kako je ujedinjavanje raznih medija u e-časopisima pozitivno. Zanimljivo je kako u najvećim postocima ispitanici dobne skupine do 25 godina smatraju negativnim ujedinjavanje raznih medija u časopisima a ispitanici dobne skupine od 46 i više godina nemaju mišljenje.



Grafikon 52. Razmišljanja ispitanika o ujedinjavanju raznih medija u e-časopisima s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja

Da digitalni časopis može biti edukativniji od tiskanog smatra većina ispitanika, 59% grafičara i 45% ostalih ispitanika. Da su podjednako edukativni smatra 26% grafičara i 40% ostalih ispitanika a da časopis ne može biti edukativniji od tiskanog smatra 15% grafičara i 4% ostalih ispitanika. 11% ostalih ispitanika nema mišljenje (grafikon 53.).

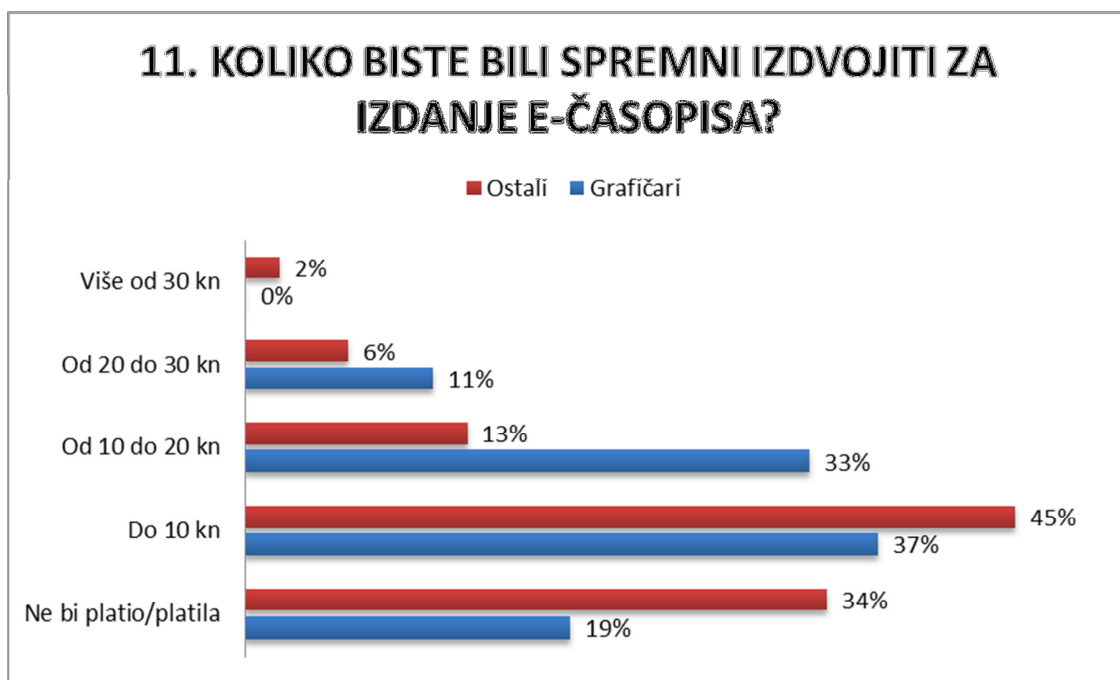
Na temelju svih ispitanika zaključeno je kako većina ispitanika smatra digitalni časopis edukativnijim ili podjednako edukativnim od tiskanog časopisa. Zanimljivo je kako 15% ispitanika koji se bave grafičkom strukom smatra tiskani časopis edukativnijim od digitalnog.



Grafikon 53. Edukativnost digitalnog časopisa naspram tiskovnog prema ispitanicima ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

Većina ispitanika, 37% grafičara i 45% ostalih ispitanika, za izdanje e-časopisa izdvojila bi do 10 kuna. Od 10 do 20 kuna izdvojilo bi 33% grafičara i 13% ostalih ispitanika, od 20 do 30 kuna izdvojilo bi 11% grafičara i 6% ostalih ispitanika a više od 30 kuna izdvojilo bi samo 2% ostalih ispitanika. Za izdanje e-časopisa ne bi platilo 19% grafičara i 34% ostalih ispitanika (grafikon 54.).

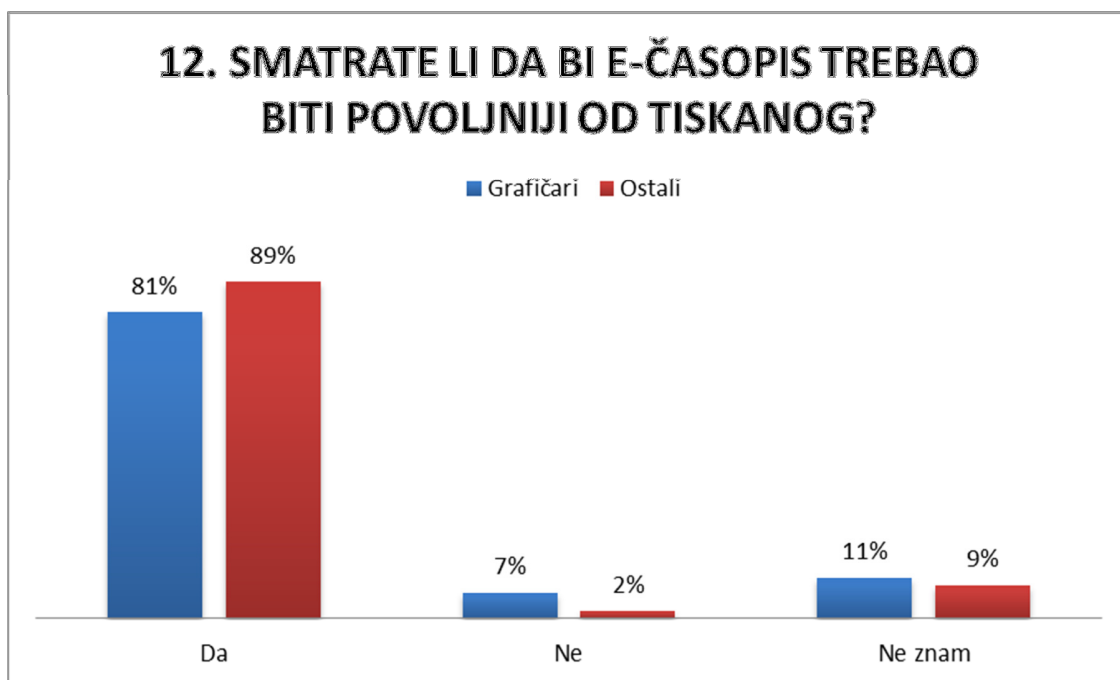
Na temelju svih ispitanika najveći postotak ispitanika za izdanje e-časopisa platio bi do 10 kuna ili uopće ne bi platio za e-časopis. No, velik broj ispitanika za e-časopis platio bi i do 30 kuna. Time je ustanovljeno kako postoji tržište za e-časopise te da su ispitanici za kvalitetno izdanje e-časopisa spremni izdvojiti realnu cijenu.



Grafikon 54. Spremnost izdvajanja za izdanje e-časopisa sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

Da bi e-časopis trebao biti povoljniji od tiskanog smatra većina ispitanika, 81% grafičara i 89% ostalih ispitanika. 7% grafičara i 2% ostalih ispitanika smatra da bi e-časopis trebao biti skuplji od tiskanog a 11% grafičara i 9% ostalih ispitanika nema mišljenje (grafikon 55.).

Na temelju svih ispitanika zaključeno je kako velika većina ispitanika smatra kako bi e-časopis trebao biti povoljniji od tiskanog s obzirom na to da se za njega ne koriste materijali te nema troškova proizvodnje kao kod tiskanog časopisa.



Grafikon 55. Povoljnost digitalnog časopisa s obzirom na tiskovni prema sudionicima ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

Na pitanje da li se slažu ili ne da je kopiranje i distribucija e-časopisa i novina bez pristanka prihvatljiva, ispitanicima je ponuđeno vrednovanje od 1 do 5. Broj 1 predstavlja najmanju vrijednost (potpuno se ne slažem) a broj 5 najveću vrijednost (potpuno se slažem).

Da je kopiranje i distribucija e-časopisa i e-novina bez pristanka prihvatljivo smatra 4% grafičara i 25% ostalih ispitanika. Srednja vrijednost svih ispitanika je da se niti slažu niti ne slažu da je kopiranje i distribucija e-časopisa i novina bez pristanka prihvatljiva (grafikon 56.).

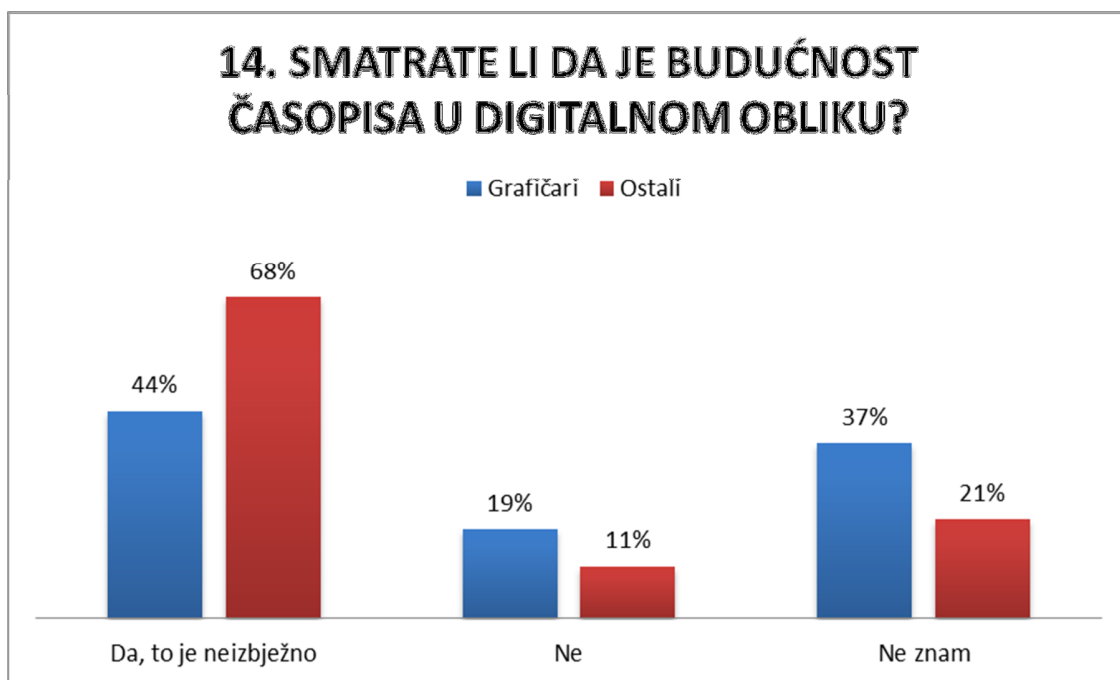
Na temelju svih ispitanika zaključeno je kako većina ispitanika ima podijeljeno mišljenje u vezi kopiranja i distribucije e-časopisa i novina bez pristanka.



Grafikon 56. Prihvaćenost kopiranja i distribucije e-časopisa i novina ispitanika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

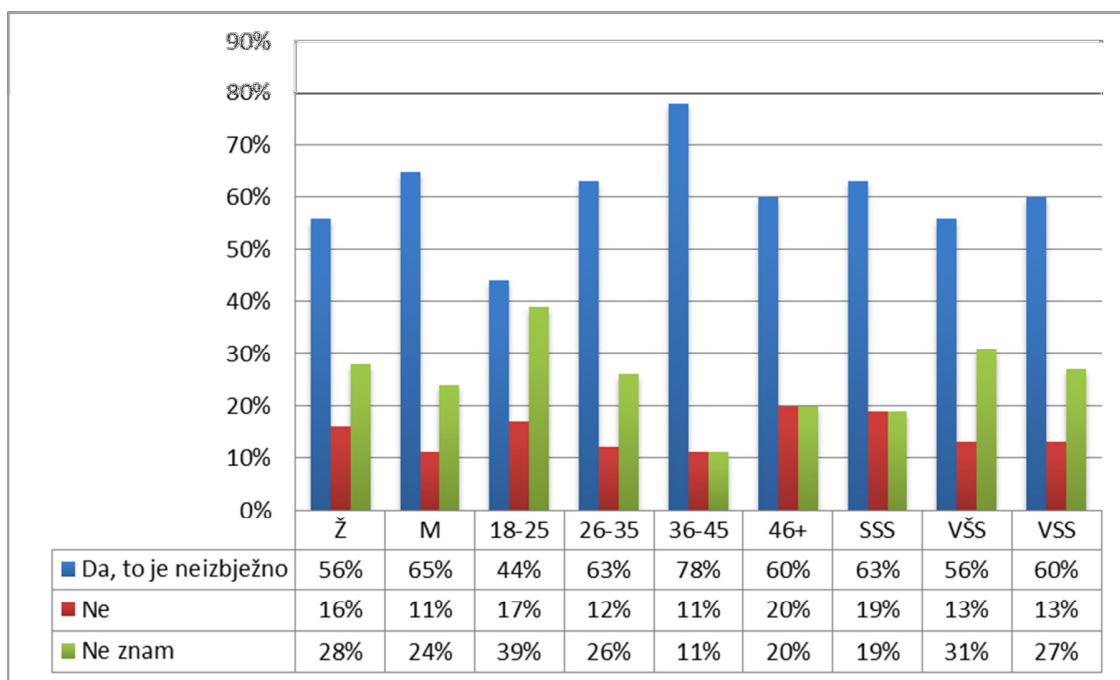
Većina ispitanika, 44% grafičara i 68% ostalih ispitanika, smatra kako je budućnost časopisa u digitalnom obliku. 19% grafičara i 11% ostalih ispitanika smatra kako budućnost časopisa nije u digitalnom obliku a 37% grafičara i 21% nema mišljenje (grafikon 57.).

Na temelju svih ispitanika zaključeno je kako većina ispitanika smatra da je budućnost časopisa u digitalnom obliku. Zanimljivo je da čak 17% ispitanika koji se bave grafičkom strukom smatra kako budućnost časopisa ne leži u digitalnom obliku. Također, velik broj ispitanika nema mišljenje o budućnosti časopisa.



Grafikon 57. Budućnost časopisa u digitalnom obliku ispitanika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike

Sljedeći grafikon (grafikon 58.) prikazuje razmišljanja ispitanika o budućnosti časopisa u digitalnom obliku s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja. Ispitanici u svim podjelama u najvećem postotku smatraju kako budućnost časopisa leži u digitalnom obliku. Pripadnici dobne skupine od 46 i više godina s najvećim postotkom smatraju kako budućnost časopisa ne leži u digitalnom obliku. Također velik broj unutar ispitanika u svim podjelama nije siguran koja je budućnost časopisa.



Grafikon 58. Budućnost časopisa u digitalnom obliku ispitanika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja

6. USPOREDBA REZULTATA ANKETE S REZULTATIMA ANKETA U SVIJETU

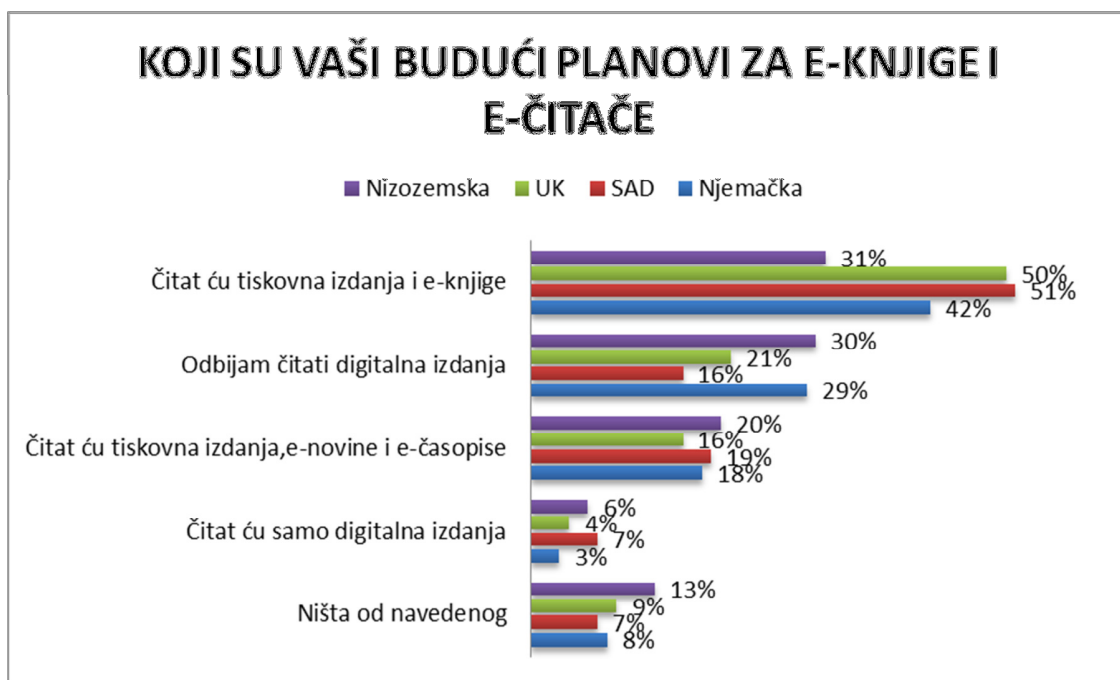
Rezultati ankete uporabe tiskovnih i digitalnih medija te razmišljanja ispitanika o njihovim budućnostima, bit će uspoređeni s anketama u svijetu. Odabrane su dvije ankete, od kojih se jedna bazira na uporabu i budućnost e-knjige naspram tiskovne (*Turning the Page, The Future of eBooks*) [6], te ankete koja se bazira na uporabu i budućnost e-novina i e-časopisa naspram tiskovnih (*The Future of Newspapers and Magazines in the Digital Era*) [35].

6.1. Rezultati anketa ovisno o knjizi

Rezultati ankete od strane *PWC-a, Turning the Page, The Future of eBooks*, provedeni su na uzorku od 1000 ispitanika, unutar dobne skupine od 18 do 65 godina u Njemačkoj, SAD-u, Ujedinjenom Kraljevstvu i Nizozemskoj.

U anketi u ovom diplomskom radu zaključeno je kako muškarci općenito više kupuju knjige (tiskovno i digitalno izdanje) dok u čitanju knjiga više uživaju žene visokog obrazovanja te srednje dobne skupine. Rezultati poznavanja pojma e-knjige i e-čitača slična su rezultatima ankete u ovom diplomskom radu (grafikon 12. i 13.). Većina ispitanika poznaje pojam e-knjige kao i e-čitača, podjednako u svim zemljama. Generalno, e-knjige najčešće kupuju mlađi muškarci visokog obrazovanja koji uživaju u čitanju knjiga a isto vrijedi i za anketu u ovom diplomskom radu (grafikon 10.).

Distribucija e-knjige je niska u obje ankete, gdje su se ispitanici izjasnili kako nisu kupili niti jednu e-knjigu u posljednjih godinu dana (grafikon 15.). U obje ankete ispitanici su se izjasnili kako je cijena e-čitača još uvijek previsoka. Konzumenti očekuju manje cijene e-čitača kao i e-knjiga, te gotovo pola ispitanika smatra kako su cijene previsoke (grafikon 19.). Za kupnju e-čitača ili tableta, u obje ankete, definitivno postoji zainteresiranost ispitanika u budućnosti (grafikon 20.).



Grafikon 59. Budući planovi za e-knjige i e-čitače ispitanika ankete *"Turning the Page. The Future of eBooks"*

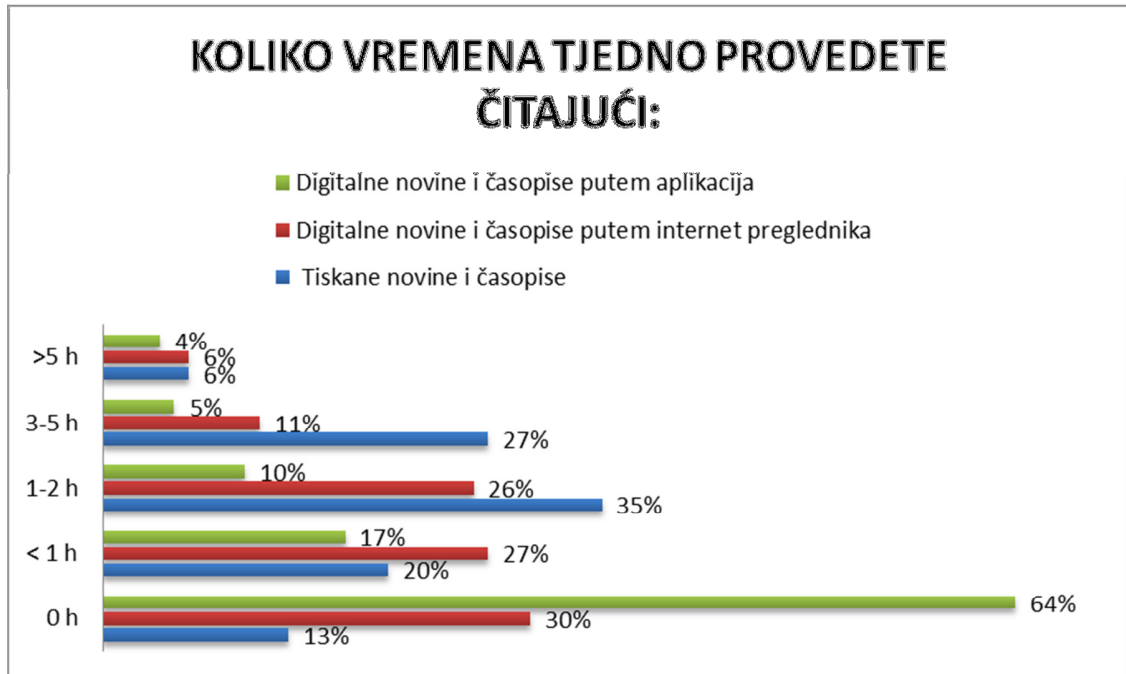
U budućnosti, ispitanici obje ankete, smatraju kako će tiskano i digitalno izdanje knjige biti u podjednakoj uporabi (grafikon 21.). Zanimljivo je kako je prihvaćanje e-knjiga veće u SAD-u i Ujedinjenom Kraljevstvu, gdje 7% ispitanika smatra kako će čitati isključivo digitalna izdanja (grafikon 59.) [6].

6.2. Rezultati ankete ovisno o e-novinama i e-časopisima

Rezultati ankete od strane *elasticpath-a, The Future of Newspapers and Magazines in the Digital Era*, provedeni su na uzorku od 1010 ispitanika starijih od 18 godina u SAD-u.

Kod ankete u ovom diplomskom radu, zaključeno je kako su ispitanici upoznati s pojmom e-novina i e-časopisa. Vijesti najčešće konzumiraju putem interneta ili televizije a novine i časopise u tiskanom obliku kupuju vrlo rijetko. Što se tiče vremena kojeg provedu na čitanje digitalnih i tiskovnih izdanja, rezultati u anketama se razlikuju. U SAD-u iako gotovo polovica ispitanika čita neki od digitalnih oblika novina i časopisa, tiskana izdanja su još uvijek u prednosti (grafikon 60.). U anketi u ovom diplomskom radu primijećeno je

kako su mišljenja ispitanika podijeljena, te da je čitanje tiskanog izdanja novina i časopisa u opadanju te da raste vrijeme provedeno na čitanje digitalnih izdanja (grafikon 29. i 30.).



Grafikon 60. Vrijeme provedeno na čitanje tiskovnih i digitalnih izdanja novina i časopisa ispitanika ankete *"The Future of Newspapers and Magazines in the Digital Era"*

Uređaji koje ispitanici koriste za čitanje e-časopisa i e-novina, u obje ankete, u većini su osobna računala ili laptopi. No, primijećen je porast uporabe pametnih telefona u obje ankete (grafikon 31.). Također, u obje ankete, ispitanici u većini ili nisu spremni platiti za e-novine i e-časopise ili su spremni platiti vrlo malu cijenu (grafikon 37. i 54.). Što se tiče pretplate, ispitanici ankete u ovom diplomskom radu nisu pretplaćeni za e-novine i e-časopise, ali primijećeno je kako postoji interes kod određenih ispitanika (grafikon 38.).

U budućnosti, prema ispitanicima ankete iz ovog diplomskog rada, zaključeno je kako većina ispitanika smatra kako je budućnost novina i časopisa u digitalnom obliku. No, primijećeno je kako velik broj ispitanika još uvijek nije dovoljno informiran o mogućnostima i cijeni digitalnih izdanja (grafikon 52.) [35].

7. ZAKLJUČCI

Digitalna tehnologija i internet izazvali su goleme promjene u komunikaciji i društvu u vrlo kratkom vremenu. Posljednjih godina dominira pojam “*informacijskog društva*” koji ističe umreženost, razmjenu i rast medija. Pojavom interneta te digitalnih medija, korisnici su iz jednosmjerne komunikacije (tiskovine, radio, televizija) došli do višesmjerne komunikacije (digitalni mediji, internet) [35]. Tiskani mediji (knjige, novine, časopisi) predstavljaju jednosmjernu komunikaciju između čitatelja i tiskovine. Pojavom digitalnih inačica tiskovina (e-knjiga, e-novine, e-časopis), komunikacija postaje višesmjerna. Digitalni uređaji, kao što su e-čitači, tableti, pametni telefoni, svojim multimedijalnim sadržajem te povezanosti s internetom omogućuju bolju komunikaciju između samog uređaja i korisnika već i komunikaciju s drugim ljudima ili medijima putem interneta.

Tržište knjiga kao i novina i časopisa prolazi kroz tranzicijsko razdoblje. Naklada tiskovnih knjiga je u opadanju a na tržištu se pojavljuju novi formati, elektronički uređaji, izdavači se okreću novim poslovnim modelima te čitači postaju sve više zainteresirani za e-knjigu. Ponašanje čitača se mijenja, oni su naučeni na čitanje preko ekrana te nošenje raznih elektroničkih uređaja. Time su otvoreniji za prihvaćanje digitalnih medija i elektroničkih uređaja. Iako su elektronički uređaji za čitanje e-knjiga, novina i časopisa vrlo atraktivni, oni su za masovno tržište još uvijek preskupi. Kako bi postali prihvatljivi, njihova cijena ne bi trebala biti veća od 100 eura. Također, cijena e-knjiga bi trebala biti niža od cijene tiskane knjige jer se za nju ne troše nikakvi materijali.

Izdavači se također moraju okrenuti takozvanom *multiplatform branding-u*, gdje će sadržaj učiniti dostupnim putem raznih medija, formata i platformi. Sadržaj više nije ograničen samo na tekst već uključuje zvuk, video, mogućnost igranja igra te povezanost s internetom. No, e-knjige te elektronički uređaji neće značajno promijeniti izdavaštvo u skoroj budućnosti. Razlika je što će oni osim tiskanih knjiga u svoju ponudu uključiti i e-knjigu. Pojava digitalnih medija neće eliminirati tiskanu knjigu, već stvoriti nove formate za izdavače s novim obavezama i mogućnostima. Također, digitalno okruženje stvara i

nove mogućnosti zarade, kao što su aplikacije te posebna izdanja e-knjiga sa zvukom i videom. Izdavači bi razvitkom vlastitih platformi za distribuciju digitalnog sadržaja stvorili nove izvore zarade kao i dopiranje do novih korisnika. Autorima se također omogućuje samostalno izdavaštvo te se tako napušta tradicionalna uloga izdavača u promoviranju i distribuciji knjiga. Kako bi izdavači uspjeli u digitalnom izdavaštvu, potrebno je riješiti određene probleme. Zaštita autorskih prava te ilegalno kopiranje još uvijek nisu definirane po zakonu te stvaraju mnoge probleme izdavačima kao i autorima. Također, na tržištu postoji mnogo formata za čitanje e-knjiga, što stvara probleme unutar izdavača i korisnika.

Zaključak o trenutnom stanju zastupljenosti tiskane i e-knjige je da će one biti podjednako zastupljene osim u nekim slučajevima. Smatra se kako će specijalizirane knjige zbog zastarivanja podataka te knjige koje su nam potrebne samo u određenim trenucima (vodiči za putovanja, skripte) biti potpuno zamijenjene s digitalnim izdanjima. No, u sljedećih nekoliko godina, tiskana knjiga će i dalje biti glavni izvor zarade. Tehnologija se može rapidno mijenjati ali navika ljudi ne. Sentimentalnost koju osjećamo prema tiskanim knjigama nije lako zamjenjiva digitalnim oblicima.

S druge strane, budućnost tiskanih novina i časopisa nije toliko optimistična. Pojavom uređaja kao što su tableti, digitalne novine i časopisi dobivaju na vizualnoj atraktivnosti, multimedijalnosti te dostupnosti. Izdavači će se trebati više posvetiti digitalnim izdanjima novina i časopisa jer će neka izdanja u potpunosti zamijeniti aplikacijama ili isključivo digitalnim izdanjima [6].

Rezultati ankete pokazali su očekivane rezultate. Većina ispitanika tiskane knjige, novine i časopise čita i kupuje vrlo rijetko. Poznavanje pojma digitalnih inačica knjiga, novina i časopisa kao i e-čitača, većina ispitanika odgovorila je pozitivno unutar svih podjela (spol, dob, stupanj obrazovanja te da li se bave grafičkom strukom ili ne). Mali broj ispitanika posjeduje e-čitač a ispitanici koji ne posjeduju e-čitač za njega bi platili do 50 eura ili uopće ne bi platili. Uređaji koji se najčešće koriste za čitanje e-novina i e-časopisa su osobna računala i laptopi s porastom uporabe pametnih telefona. Time možemo zaključiti kako su cijene elektroničkih uređaja još uvijek previsoke ali i da postoji zainteresiranost za kupnju

elektroničkih uređaja za čitanje u budućnosti. Također, interes za digitalna izdanja knjiga, novina i časopisa postoji ali su ispitanici vrlo malo informirani o mogućnostima i cijeni digitalnih izdanja. Kako većina ispitanika do informacija dolazi putem interneta smatraju kako bi i digitalna izdanja trebala biti besplatna. U budućnosti ispitanici smatraju kako tiskane knjige neće nestati već da će opstati kroz manje naklade. Opstanak izdavaštva vide kroz digitaliziranje medija ali smatraju kako bi e-izdanje trebalo biti povoljnije od tiskanog.

Pretpostavlja se kako bi do 2015. godine cijena elektroničkih uređaja trebala znatno pasti a ekrani u boji kao i dostupnost internetu postati standard. Tableti će postati glavna platforma za čitanje novina i časopisa te postajati sve lakši s dužim trajanjem baterije. Sve više izdavača proširit će svoje poslovanje na razne platforme te sadržaj povezati s multimedijalnim komponentama. Specijalizirane knjige, kao što su kuharice te vodiči za putovanja, bit će dostupni samo u digitalnom izdanju ili putem aplikacija s interaktivnim dodacima. Kako će potražnja za tiskanim knjigama biti u opadanju, moguće je kako će određena izdanja biti potpuno zamijenjena s digitalnim izdanjima ili tiskana isključivo na zahtjev. No, tiskana izdanja knjiga, kao što su religiozne knjige ili knjige za djecu, i dalje će biti vrlo tražene [6].

8. LITERATURA

- [1] Jeff Gomez (2008). *Print Is Dead: Books in our Digital Age*, Macmillan, New York, SAD
- [2] John David Ebert (2011). *The New Media Invasion: Digital Technologies and the World They Unmake*, McFarland&Company, Jefferson, SAD
- [3] John B. Thompson (2005). *Books In The Digital Age*, Polity Press, Cambridge, UK
- [4] <http://www.futurologija.com/2010/10/17/buducnost-knjiga-u-post-gutenberg-eri/>, Futurologija, *Budućnost knjiga u post Gutenberg eri*, 25.07.2012.
- [5] Iva Biondić (2010). *Hoće li iPad i tablet uređaji spasiti novinarstvo?*, dostupno na: <http://www.nclstudij.com/vijesti/iPad%204%20MadeIn.pdf>, 1.07.2012.
- [6] Pwc (2010). *Turning the Page, The Future of eBooks*, dostupno na: http://www.pwc.com/en_GX/gx/entertainment-media/pdf/eBooks-Trends-Developments.pdf, 10.07.2012.
- [7] Steve Paxhia i Bill Trippe (2009). *Digital Platforms and Technologies: Implementations Beyond "eBook"*, dostupno na: <http://gilbane.com/Research-Reports.html>, 10.07.2012.
- [8] Jane Yellowlees Douglas (2001). *The End of Books--or Books Without End?: Reading Interactive Narratives*, The University of Michigan Press, Michigan, SAD
- [9] Catherine C. Marshall, *Reading and Writing the Electronic Book*, Morgan&Claypool Publishers
- [10] <http://en.wikipedia.org/wiki/E-book>, Wikipedia, *E-book* (originalna knjiga: Oxford Dictionaries, Oxford University Press, 2010.), 11.07. 2012.

- [11] Marie Lebert (2009). *A Short History of eBooks*, dostupno na: <http://www.etudes-francaises.net/dossiers/ebookEN.pdf>, 1.07.2012.
- [12] Joel Falconer (2011). *The 40-year history of ebooks,illustrated*, dostupno na: <http://thenextweb.com/shareables/2011/03/17/the-40-year-history-of-ebooks-illustrated/>, 12.07.2012.
- [13] Sue Polanka (2012). *No Shelf Required 2: Use and Management of Electronic Books*, American Library Association, SAD
- [14] <http://online-bookstores-review.toptenreviews.com/the-advantages-of-ebooks-versus-traditional-books.html>, TopTenReviews, *The Advantages of eBooks Versus Traditional Books*, 1.08.2012.
- [15] <http://www.3dissue.com/e-books-vs-print-books/>, 3D Issue, *E-books vs print books*, 1.08.2012.
- [16] <http://www.amazon.com/gp/feature.html?docId=1000729511>, Amazon, *Kindle Format 8*, 2.08.2012.
- [17] <http://www.lulu.com/>, Lulu, *eBook Publishing*, 25.07.2012.
- [18] Educause (2008), *7 things you should know about... Lulu*, dostupno na: <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ELI7033.pdf>, 25.07.2012.
- [19] Carina Ihlstrom, Maria Akesson, Stig Nordvist, *From print to web to e-paper-The challenge of designing the e-newspaper*, dostupno na: http://diginews.se/files/040627_elpub_carina_maria_stig.pdf, 24.07.2012.
- [20] <http://www.digitaltrends.com/mobile/the-daily-review-hands-on-with-the-first-ipad-only-newspaper/>, DIGITAL TRENDS, *The Daily review: Hands on with the first iPad-only newspaper*, 2.08.2012.

- [21] <http://www.zimo.co/2011/08/18/sto-se-dogodilo-s-ipad-magazinom-pokret-otpora-pricali-smo-s-borisom-licinom/18914>, Zimo, *Što se dogodilo s iPad magazinom Pokret Otpora. Pričali smo s Borisom Ličinom*, 25.07.2012.
- [22] <http://www.jutarnji.hr/pokret-o-lansira-ipad-magazin--ovo-nema-veze-s-print-magazinom--to-je-kao-da-radite-web--tv-i-novine--sve-u-isto-vrijeme-/929535/>, Jutarnji, *Ovo nema veze s print magazinom. To je kao da radite web, TV i novine, sve u isto vrijeme!*, 25.07.2012.
- [23] <http://www.articlesbase.com/advertising-articles/top-ten-benefits-of-digital-magazines-680030.html>, Articlesbase, *Top Ten Benefits of Digital Magazines*, 26.07.2012.
- [24] <http://collegewebeditor.com/blog/index.php/archives/2009/03/23/digital-magazines-future-advantages-challenges-and-best-practices/>, collegewebeditor, *Digital magazines: future, advantages, challenges and best practices*, 26.07.2012.
- [25] <http://www.madein.hr/madein-teme/ljudi-i-dogaaji/323-digitalno-izdavstvo-digitalne-novine-i-magazini-ipad-i-tablet.html>, madeIN, *Digitalno izdavaštvo. Digitalne novine I magazini. iPad I tablet.*, 26.07.2012.
- [26] http://www.boston.com/bostonglobe/reader/new_look/, The Boston Globe, *Globe Reader*, 26.07.2012.
- [27] http://www.amazon.com/dp/B0051QVF7A/?tag=gocous-20&hvadid=8782642877&hvpos=1t1&hvexid=&hvnetw=g&hvrnd=5756888251494852554&hvpone=&hvptwo=&hvqmt=b&ref=pd_sl_1lgozzhr94_b, Amazon, *Kindle*, 26.07.2012.
- [28] <http://best-kindle-comparison-review.toptenreviews.com/>, TopTen REVIEWS, *Best Kindle Comparison Review*, 26.07.2012.
- [29] <http://www.squidoo.com/kindlecomparison>, Squidoo, *Kindle Comparison*, 26.07.2012.
- [30] Educause (2010). *7 things you should know about...E-READERS*, dostupno na: <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ELI7058.pdf>, 26.07.2012.

[31] <http://www.barnesandnoble.com/p/nook-simple-touch-with-glowlight-barnes-noble/1108046469?ean=9781400501717#nook-commentary-features-1>, BARNES&NOBLE, *NOOK Simple Toich with GlowLight*, 26.07.2012.

[32] <http://www.kobobooks.com/ereaders>, kobo, *eReaders*, 26.07.2012.

[33] <http://www.sony.co.uk/product/rd-reader-ebook/tab/overview>, Sony, Reader *Wi-Fi*, 26.07.2012.

[34] <http://www.apple.com/ipad/features/>, Apple, *iPad. It's brilliant. In every sense of the word.*, 26.07.2012.

[35] Elasticpath (2011.). *The Future of Newspapers and Magazines in the Digital Era*, dostupno na: <http://www.elasticpath.com/pdf/research-papers/elastic-path-research-future-of-magazines-and-newspapers.pdf>, 10.07.2012.

[35] Zlatan Krajina, Tena Peršin (2008.). *Digitalne vijesti: mediji, tehnologija i društvo*, dostupno na:

<http://www.google.hr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fhrcaak.srce.hr%2Ffile%2F70793&ei=tpBDUNrTCsfEtAajtYGgAg&usg=AFQjCNGf5pJ8PiVhbSJIQ82GRhyJiT8Qdg&sig2=Ih9cKWadO03L9Qy4S6eS3A&cad=rja>, 10.07.2012.

9. PRILOG

9.1. Prilog A

U ovom prilogu nalaze se detaljni rezultati ankete. Pitanja i odgovori ankete prikazani su ovisno o tome da li se ispitanici bave grafičkom strukom ili ne (tablica 1.), ovisno o spolu (tablica 2.), ovisno o dobi (tablica 3.) te ovisno o stupnju obrazovanja (tablica 4.).

Tablica 1. Rezultati ankete ovisno o tome da li se ispitanici bave grafičkom strukom ili ne

REZULTATI ANKETE (OVISNO O GRAFIČKOJ STRUCI)				
PITANJE	ODGOVORI	GRAFIČARI / OSTALI		
		Grafičari	Ostali	Ukupno
KNJIGA				
1. Koliko često čitate knjige?	1 do 3 knjiga godišnje	10	19	29
	4 do 6 knjiga godišnje	4	11	15
	7 do 9 knjiga godišnje	4	4	8
	Više od 10 knjiga godišnje	5	13	18
	Svakih nekoliko godina	2	1	3
	Ne čitam knjige	2	5	7
2. Koliko ste knjiga kupili u zadnjih godinu dana?	0	5	7	12
	1 do 3 knjiga godišnje	0	0	0
	4 do 6 knjiga godišnje	3	12	15
	7 do 10 knjiga godišnje	2	4	6
	Više od 10 knjiga godišnje	0	3	3
	Posuđujem u knjižnici	0	4	4
3. Jeste li ikada čuli za knjigu u digitalnom obliku (e-knjigu)?	Ne	0	1	1
	Čuo/Čula sam, ali ne znam točno što je e-knjiga	1	6	7
	Čuo/Čula sam, znam ponešto o e-knjizi	4	26	30
	Čuo/Čula sam, znam dosta o e-knjizi	11	7	18
	Posjedujem jednu ili više e-knjiga	11	13	24
4. Jeste li ikada čuli za E-Reader?	Ne	1	7	8
	Čuo/Čula sam, ali ne znam točno što je E-Reader	2	18	20
	Čuo/Čula sam, znam ponešto o E-Reader-u	8	12	20
	Čuo/Čula sam, znam dosta o E-Reader-u	12	11	23
	Posjedujem E-Reader	4	5	9
5. Koliko ste e-knjiga kupili u zadnjih godinu	0	23	47	70
	1 do 3 knjiga godišnje	0	0	0

dana?	4 do 6 knjiga godišnje	0	1	1
	7 do 10 knjiga godišnje	1	0	0
	Više od 10 knjiga godišnje	0	3	3
6. Koliko ste spremni izdvojiti za knjigu u digitalnom obliku (e-knjigu)?	Do 10 kn	7	11	18
	Do 30 kn	6	13	19
	Do 50 kn	4	6	10
	Do 100 kn	2	0	2
	Više od 100 kn	0	3	3
	Ne bi platio/la	1	7	8
	Ne znam	7	13	20
7. Smatrate li e-knjigu boljom od knjige u tiskanom obliku?	Da	3	9	12
	Ne	13	29	42
	Podjednako	10	6	16
	Ne znam	1	9	10
8. Smatrate li da su uređaji za čitanje e-knjiga preskupi?	Da	11	18	29
	Ne	6	8	14
	Ne znam	10	27	37
9. Koliko ste spremni platiti za e-čitač (E-Reader)?	Do 50 €	10	12	22
	50-100 €	6	10	16
	100-150 €	5	5	10
	150-200 €	1	2	3
	200-300 €	0	2	2
	Više od 300 €	0	1	1
10. Biste li kupili e-čitač (E-Reader) u budućnosti? *	Ne bi platio/platila	5	21	26
	Planiram kupiti e-čitač u sljedećih godinu dana	1	3	4
	Planiram kupiti e-čitač u budućnosti	2	2	4
	Planiram kupiti tablet u sljedećih godinu dana	1	3	4
	Planiram kupiti tablet u budućnosti	5	5	10
	Posjedujem e-čitač ili tablet	5	5	10
	Možda	9	25	34
Ne	4	10	14	
11. Koji su vaši budući planovi u vezi e-knjiga i e-čitača (E-Reader-a)?	Podjednako ću čitati tiskana i digitalna izdanja	14	17	31
	Čitat ću samo tiskovna izdanja	3	7	10
	Čitat ću više tiskovna izdanja	3	14	17
	Čitat ću samo digitalna izdanja	1	3	4
	Čitat ću više digitalna izdanja	4	6	10
	Ništa od navedenog	2	6	8
12. Vjerujete li u prognoze da će	Da, kroz 10 godina	0	3	3
	Da, kroz 20 godina	0	2	2

tiskana knjiga nestati?	Da, kroz više od 30 godina	2	2	4
	Ne, bit će jednako zastupljena kao i e-knjiga	5	13	18
	Opstat će kroz manje naklade (kolekcionari)	13	17	30
	Ne	7	11	18
	Ne znam	0	5	5

NOVINE

1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Preko televizije **	Vrlo rijetko (1)	4	7	11
	Rijetko (2)	3	5	8
	Ponekad (3)	15	23	38
	Često (4)	2	9	11
	Vrlo često (5)	3	9	12
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Preko radija **	Vrlo rijetko (1)	6	21	27
	Rijetko (2)	9	11	20
	Ponekad (3)	8	7	15
	Često (4)	3	8	11
	Vrlo često (5)	1	6	7
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Preko tiskovina **	Vrlo rijetko (1)	8	17	25
	Rijetko (2)	1	12	13
	Ponekad (3)	14	10	24
	Često (4)	3	9	12
	Vrlo često (5)	1	5	6
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Putem interneta **	Vrlo rijetko (1)	0	3	3
	Rijetko (2)	1	6	7
	Ponekad (3)	3	7	10
	Često (4)	8	12	20
	Vrlo često (5)	15	25	40
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Putem mobitela, tableta,... **	Vrlo rijetko (1)	8	30	38
	Rijetko (2)	3	6	9
	Ponekad (3)	6	1	7
	Često (4)	6	6	12
	Vrlo često (5)	4	10	14
2. Koliko često kupujete dnevne tiskane novine?	Svaki dan	3	5	8
	Nekoliko puta tjedno	0	8	8
	Nekoliko puta mjesečno	8	10	18
	Vrlo rijetko	10	15	25
	Nikada, do vijesti dolazim putem drugih medija	6	15	21
3. Smatrate li novine u tiskanom obliku precijenjene?	Da	10	20	30
	Ne	12	20	32
	Ne znam	5	13	18
4. Koliko vremena tjedno provedete čitajući: - Tiskane novine i časopise **	0 h (1)	5	12	17
	< 1 h (2)	20	19	39
	1-2 h (3)	1	13	14
	3-5 h (4)	1	9	10
	>5 h (5)	0	0	0
4. Koliko vremena	0 h (1)	1	6	7

tjedno provedete čitajući: - Digitalne novine i časopise putem internet preglednika **	< 1 h (2)	10	10	20
	1-2 h (3)	10	22	32
	3-5 h (4)	5	7	12
	>5 h (5)	1	8	9
4. Koliko vremena tjedno provedete čitajući: - Digitalne novine i časopise putem aplikacija **	0 h (1)	8	31	39
	< 1 h (2)	14	12	26
	1-2 h (3)	3	5	8
	3-5 h (4)	1	2	3
	>5 h (5)	1	3	4
5. Koje uređaje koristite za čitanje e-novina? *	Osobno računalo, laptop	21	44	65
	Smartphone (iPhone, Android,...)	13	18	31
	Tablet (iPad,...)	5	4	9
	E-čitač (Kindle,..)	0	1	1
	Ne čitam e-izdanja	3	6	9
6. Smatrate li vijesti na internetu kvalitetnijima od onih u tiskovinama?	Da, dolazim do više podataka	6	14	20
	Podjednako su informativni	14	19	33
	Ne, tiskovine su sadržajnije i točnije	4	12	16
	Ne znam	0	6	6
	Ne čitam e-izdanja	3	2	5
7. Smatrate li da se izdavači moraju okrenuti digitaliziranju svojih medija?	Da, to je neizbježno	19	37	56
	Ne	4	8	12
	Ne znam	4	8	12
8. Vidite li budućnost i opstanak novina u digitalnom obliku?	Da	22	41	63
	Ne	1	3	4
	Ne znam	4	9	13
9. Biste li platili novine u digitalnom obliku?	Da, ako je sadržaj kvalitetan	17	14	31
	Ne, smatram da vijesti trebaju biti besplatne	8	31	39
	Ne znam	2	8	10
10. Koliko biste platili za kvalitetno izdanje novina u digitalnom obliku?	Do 5 kn	12	12	24
	Do 10 kn	5	6	11
	Više od 10 kn	0	1	1
	Ne bi platio/la	6	25	31
	Ne znam	4	9	13
11. Da li biste se pretplatili za novine u digitalnom obliku?	Da, u budućnosti	8	16	24
	Da, već sam pretplaćen/pretplaćena	0	0	0
	Ne	12	25	37
	Ne znam	7	12	19
12. Smatrate li da novine u digitalnom obliku pružaju isti osjećaj kao tiskovine ?	Da, pružaju podjednak osjećaj	5	8	13
	Ne, digitalne novine pružaju bolji osjećaj	2	6	8
	Ne, tiskane novine pružaju bolji osjećaj	15	30	45

	Ne znam	5	9	14
ČASOPIS				
1. Koliko često čitate časopise?	Svakodnevno	2	5	7
	Jednom tjedno	6	9	15
	Jednom mjesečno	4	5	9
	Samo ponekad	11	31	42
	Nikad ne čitam časopise	4	3	7
2. Časopise čitam zbog: *	Individualnog razvoja	13	14	27
	Korisnosti	14	13	27
	Uživanja	12	20	32
	Dosade	17	30	47
3. Koliko često kupujete časopise?	Jednom tjedno i češće	1	7	8
	Jednom do dva puta mjesečno	5	6	11
	Samo ponekad	16	24	40
	Nikada ne kupujem časopise	5	16	21
4. Da li ste pretplaćeni na neki časopis?	Da	1	5	6
	Ne	26	48	74
5. Da li ste zadovoljni sa sadržajem u časopisima?	Da, jako sam zadovoljan/zadovoljna	2	6	8
	Samo sa nekim časopisima	22	34	56
	Ne	2	7	9
	Ne znam	1	6	7
6. Koliko ste spremni platiti za časopis?	Do 20 kn	13	34	47
	Do 30 kn	12	16	28
	Do 50 kn	2	3	5
	Više od 50 kn	0	0	0
7. Jeste li ikada vidjeli ili čuli za časopis u digitalnom obliku?	Da	22	36	58
	Ne	3	11	14
	Zar to postoji?	1	0	1
	Ne znam	1	6	7
8. Jeste li ikada čuli za Pokret O?	Da, čuo/la sam ali ne znam točno što je Pokret O	2	3	5
	Da, čuo/la sam i znam što je Pokret O	6	3	9
	Ne	19	44	63
	Ne znam	0	3	3
9. Smatrate li pozitivnim što e-časopis ujedinjuje razne medije?	Da, smatram da je to budućnost	24	41	65
	Ne	2	1	3
	Ne znam	1	11	12
10. Smatrate li da digitalni časopis može biti edukativniji od tiskanog?	Da	16	24	40
	Podjednako su edukativni	7	21	28
	Ne	4	2	6
	Ne znam	0	6	6
11. Koliko biste bili spremni izdvojiti za	Do 10 kn	10	24	34
	Od 10 do 20 kn	9	7	16

izdanje e-časopisa?	Od 20 do 30 kn	3	3	6
	Više od 30 kn	0	1	1
	Ne bi platio/platila	5	18	23
12. Smatrate li da bi e-časopis trebao biti povoljniji od tiskanog?	Da	22	47	69
	Ne	2	1	3
	Ne znam	3	5	8
13. Da li se slažete ili ne, da je kopiranje i distribucija e-časopisa i novina bez pristanka prihvatljiva? **	Potpuno se ne slažem (1)	8	10	18
	Umjerenost se ne slažem (2)	3	9	12
	Podjednako (3)	11	16	27
	Umjerenost se slažem (4)	4	5	9
	Potpuno se slažem (5)	1	13	14
14. Smatrate li da je budućnost časopisa u digitalnom obliku?	Da, to je neizbježno	12	36	48
	Ne	5	6	11
	Ne znam	10	11	21

*Ispitanici su imali mogućnost odabira više odgovora

**Ispitanici su prema vrijednostima od 1 do 5 morali označiti odgovore (1 predstavlja najmanju a 5 najveću vrijednost)

Tablica 2. Rezultati ankete ovisno o spolu ispitanika

REZULTATI ANKETE (OVISNO O SPOLU)				
PITANJE	ODGOVORI	SPOL		
		Muško	Žensko	Ukupno
KNJIGA				
1. Koliko često čitate knjige?	1 do 3 knjiga godišnje	10	19	29
	4 do 6 knjiga godišnje	4	11	15
	7 do 9 knjiga godišnje	4	4	8
	Više od 10 knjiga godišnje	5	13	18
	Svakih nekoliko godina	2	1	3
	Ne čitam knjige	2	5	7
2. Koliko ste knjiga kupili u zadnjih godinu dana?	0	5	7	12
	1 do 3 knjiga godišnje	0	0	0
	4 do 6 knjiga godišnje	3	12	15
	7 do 10 knjiga godišnje	2	4	6
	Više od 10 knjiga godišnje	0	3	3
	Posuđujem u knjižnici	0	4	4
3. Jeste li ikada čuli za knjigu u digitalnom obliku (e-knjigu)?	Ne	0	1	1
	Čuo/Čula sam, ali ne znam točno što je e-knjiga	1	6	7
	Čuo/Čula sam, znam ponešto o e-knjizi	4	26	30
	Čuo/Čula sam, znam dosta o e-knjizi	11	7	18
	Posjedujem jednu ili više e-knjiga	11	13	24

4. Jeste li ikada čuli za E-Reader?	Ne	1	7	8
	Čuo/Čula sam, ali ne znam točno što je E-Reader	2	18	20
	Čuo/Čula sam, znam ponešto o E-Reader-u	8	12	20
	Čuo/Čula sam, znam dosta o E-Reader-u	12	11	23
	Posjedujem E-Reader	4	5	9
5. Koliko ste e-knjiga kupili u zadnjih godinu dana?	0	23	47	70
	1 do 3 knjiga godišnje	0	0	0
	4 do 6 knjiga godišnje	0	1	1
	7 do 10 knjiga godišnje	1	0	0
	Više od 10 knjiga godišnje	0	3	3
6. Koliko ste spremni izdvojiti za knjigu u digitalnom obliku (e-knjigu)?	Do 10 kn	7	11	18
	Do 30 kn	6	13	19
	Do 50 kn	4	6	10
	Do 100 kn	2	0	2
	Više od 100 kn	0	3	3
	Ne bi platio/la	1	7	8
	Ne znam	7	13	20
7. Smatrate li e-knjigu boljom od knjige u tiskanom obliku?	Da	3	9	12
	Ne	13	29	42
	Podjednako	10	6	16
	Ne znam	1	9	10
8. Smatrate li da su uređaji za čitanje e-knjiga preskupi?	Da	11	18	29
	Ne	6	8	14
	Ne znam	10	27	37
9. Koliko ste spremni platiti za e-čitač (E-Reader)?	Do 50 €	10	12	22
	50-100 €	6	10	16
	100-150 €	5	5	10
	150-200 €	1	2	3
	200-300 €	0	2	2
	Više od 300 €	0	1	1
	Ne bi platio/platila	5	21	26
10. Biste li kupili e-čitač (E-Reader) u budućnosti? *	Planiram kupiti e-čitač u sljedećih godinu dana	1	3	4
	Planiram kupiti e-čitač u budućnosti	2	2	4
	Planiram kupiti tablet u sljedećih godinu dana	1	3	4
	Planiram kupiti tablet u budućnosti	5	5	10
	Posjedujem e-čitač ili tablet	5	5	10
	Možda	9	25	34
	Ne	4	10	14
11. Koji su vaši budući planovi u vezi e-knjiga i	Podjednako ću čitati tiskana i digitalna izdanja	14	17	31

e-čitača (E-Reader-a)?	Čitat ću samo tiskovna izdanja	3	7	10
	Čitat ću više tiskovna izdanja	3	14	17
	Čitat ću samo digitalna izdanja	1	3	4
	Čitat ću više digitalna izdanja	4	6	10
	Ništa od navedenog	2	6	8
12. Vjerujete li u prognoze da će tiskana knjiga nestati?	Da, kroz 10 godina	0	3	3
	Da, kroz 20 godina	0	2	2
	Da, kroz više od 30 godina	2	2	4
	Ne, bit će jednako zastupljena kao i e-knjiga	5	13	18
	Opstat će kroz manje naklade (kolekcionari)	13	17	30
	Ne	7	11	18
	Ne znam	0	5	5

NOVINE

1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Preko televizije **	Vrlo rijetko (1)	4	7	11
	Rijetko (2)	3	5	8
	Ponekad (3)	15	23	38
	Često (4)	2	9	11
	Vrlo često (5)	3	9	12
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Preko radija **	Vrlo rijetko (1)	6	21	27
	Rijetko (2)	9	11	20
	Ponekad (3)	8	7	15
	Često (4)	3	8	11
	Vrlo često (5)	1	6	7
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Preko tiskovina **	Vrlo rijetko (1)	8	17	25
	Rijetko (2)	1	12	13
	Ponekad (3)	14	10	24
	Često (4)	3	9	12
	Vrlo često (5)	1	5	6
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Putem interneta **	Vrlo rijetko (1)	0	3	3
	Rijetko (2)	1	6	7
	Ponekad (3)	3	7	10
	Često (4)	8	12	20
	Vrlo često (5)	15	25	40
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Putem mobitela, tableta,... **	Vrlo rijetko (1)	8	30	38
	Rijetko (2)	3	6	9
	Ponekad (3)	6	1	7
	Često (4)	6	6	12
	Vrlo često (5)	4	10	14
2. Koliko često kupujete dnevne tiskane novine?	Svaki dan	3	5	8
	Nekoliko puta tjedno	0	8	8
	Nekoliko puta mjesečno	8	10	18
	Vrlo rijetko	10	15	25

	Nikada, do vijesti dolazim putem drugih medija	6	15	21
3. Smatrate li novine u tiskanom obliku precijenjene?	Da	10	20	30
	Ne	12	20	32
	Ne znam	5	13	18
4. Koliko vremena tjedno provedete čitajući: - Tiskane novine i časopise **	0 h (1)	5	12	17
	< 1 h (2)	20	19	39
	1-2 h (3)	1	13	14
	3-5 h (4)	1	9	10
	>5 h (5)	0	0	0
4. Koliko vremena tjedno provedete čitajući: - Digitalne novine i časopise putem internet preglednika **	0 h (1)	1	6	7
	< 1 h (2)	10	10	20
	1-2 h (3)	10	22	32
	3-5 h (4)	5	7	12
	>5 h (5)	1	8	9
4. Koliko vremena tjedno provedete čitajući: - Digitalne novine i časopise putem aplikacija **	0 h (1)	8	31	39
	< 1 h (2)	14	12	26
	1-2 h (3)	3	5	8
	3-5 h (4)	1	2	3
	>5 h (5)	1	3	4
5. Koje uređaje koristite za čitanje e-novina? *	Osobno računalo, laptop	21	44	65
	Smartphone (iPhone, Android,...)	13	18	31
	Tablet (iPad,...)	5	4	9
	E-čitač (Kindle,...)	0	1	1
	Ne čitam e-izdanja	3	6	9
6. Smatrate li vijesti na internetu kvalitetnijima od onih u tiskovinama?	Da, dolazim do više podataka	6	14	20
	Podjednako su informativni	14	19	33
	Ne, tiskovine su sadržajnije i točnije	4	12	16
	Ne znam	0	6	6
	Ne čitam e-izdanja	3	2	5
7. Smatrate li da se izdavači moraju okrenuti digitaliziranju svojih medija?	Da, to je neizbježno	19	37	56
	Ne	4	8	12
	Ne znam	4	8	12
8. Vidite li budućnost i opstanak novina u digitalnom obliku?	Da	22	41	63
	Ne	1	3	4
	Ne znam	4	9	13
9. Biste li platili novine u digitalnom obliku?	Da, ako je sadržaj kvalitetan	17	14	31
	Ne, smatram da vijesti trebaju biti besplatne	8	31	39
	Ne znam	2	8	10
10. Koliko biste platili za kvalitetno izdanje novina u digitalnom obliku?	Do 5 kn	12	12	24
	Do 10 kn	5	6	11
	Više od 10 kn	0	1	1
	Ne bi platio/la	6	25	31

	Ne znam	4	9	13
11. Da li biste se pretplatili za novine u digitalnom obliku?	Da, u budućnosti	8	16	24
	Da, već sam pretplaćen/pretplaćena	0	0	0
	Ne	12	25	37
	Ne znam	7	12	19
12. Smatrate li da novine u digitalnom obliku pružaju isti osjećaj kao tiskovine ?	Da, pružaju podjednak osjećaj	5	8	13
	Ne, digitalne novine pružaju bolji osjećaj	2	6	8
	Ne, tiskane novine pružaju bolji osjećaj	15	30	45
	Ne znam	5	9	14

ČASOPIS

1. Koliko često čitate časopise?	Svakodnevno	2	5	7
	Jednom tjedno	6	9	15
	Jednom mjesečno	4	5	9
	Samo ponekad	11	31	42
	Nikad ne čitam časopise	4	3	7
2. Časopise čitam zbog: *	Individualnog razvoja	13	14	27
	Korisnosti	14	13	27
	Uživanja	12	20	32
	Dosade	17	30	47
3. Koliko često kupujete časopise?	Jednom tjedno i češće	1	7	8
	Jednom do dva puta mjesečno	5	6	11
	Samo ponekad	16	24	40
	Nikada ne kupujem časopise	5	16	21
4. Da li ste pretplaćeni na neki časopis?	Da	1	5	6
	Ne	26	48	74
5. Da li ste zadovoljni sa sadržajem u časopisima?	Da, jako sam zadovoljan/zadovoljna	2	6	8
	Samo sa nekim časopisima	22	34	56
	Ne	2	7	9
	Ne znam	1	6	7
6. Koliko ste spremni platiti za časopis?	Do 20 kn	13	34	47
	Do 30 kn	12	16	28
	Do 50 kn	2	3	5
	Više od 50 kn	0	0	0
7. Jeste li ikada vidjeli ili čuli za časopis u digitalnom obliku?	Da	22	36	58
	Ne	3	11	14
	Zar to postoji?	1	0	1
	Ne znam	1	6	7
8. Jeste li ikada čuli za Pokret O?	Da, čuo/la sam ali ne znam točno što je Pokret O	2	3	5
	Da, čuo/la sam i znam što je Pokret O	6	3	9

	Ne	19	44	63
	Ne znam	0	3	3
9. Smatrate li pozitivnim što e-časopis ujedinjuje razne medije?	Da, smatram da je to budućnost	24	41	65
	Ne	2	1	3
	Ne znam	1	11	12
10. Smatrate li da digitalni časopis može biti edukativniji od tiskanog?	Da	16	24	40
	Podjednako su edukativni	7	21	28
	Ne	4	2	6
	Ne znam	0	6	6
11. Koliko biste bili spremni izdvojiti za izdanje e-časopisa?	Do 10 kn	10	24	34
	Od 10 do 20 kn	9	7	16
	Od 20 do 30 kn	3	3	6
	Više od 30 kn	0	1	1
	Ne bi platio/platila	5	18	23
12. Smatrate li da bi e-časopis trebao biti povoljniji od tiskanog?	Da	22	47	69
	Ne	2	1	3
	Ne znam	3	5	8
13. Da li se slažete ili ne, da je kopiranje i distribucija e-časopisa i novina bez pristanka prihvatljiva? **	Potpuno se ne slažem (1)	8	10	18
	Umjereno se ne slažem (2)	3	9	12
	Podjednako (3)	11	16	27
	Umjereno se slažem (4)	4	5	9
	Potpuno se slažem (5)	1	13	14
14. Smatrate li da je budućnost časopisa u digitalnom obliku?	Da, to je neizbježno	12	36	48
	Ne	5	6	11
	Ne znam	10	11	21

*Ispitanici su imali mogućnost odabira više odgovora

**Ispitanici su prema vrijednostima od 1 do 5 morali označiti odgovore (1 predstavlja najmanju a 5 najveću vrijednost)

Tablica 3. Rezultati ankete ovisno o dobi ispitanika

REZULTATI ANKETE (OVISNO O DOBI)						
PITANJE	ODGOVORI	DOB				Ukupno
		18-25	26-35	36-45	45+	
KNJIGA						
1. Koliko često čitate knjige?	1 do 3 knjiga godišnje	7	12	5	5	29
	4 do 6 knjiga godišnje	3	8	2	2	15
	7 do 9 knjiga godišnje	1	6	1	0	8
	Više od 10 knjiga godišnje	4	12	1	1	18
	Svaki nekoliko godina	1	1	0	1	3
	Ne čitam knjige	2	4	0	1	7
2. Koliko ste knjiga kupili u zadnjih godinu dana?	0	5	6	0	1	12
	1 do 3 knjiga godišnje	0	0	0	0	0
	4 do 6 knjiga godišnje	3	7	3	2	15
	7 do 10 knjiga godišnje	0	0	0	0	0

	Više od 10 knjiga godišnje	0	2	0	1	3
	Posuđujem u knjižnici	0	4	0	0	4
3. Jeste li ikada čuli za knjigu u digitalnom obliku (e-knjigu)?	Ne	1	0	0	0	1
	Čuo/Čula sam, ali ne znam točno što je e-knjiga	2	1	1	3	7
	Čuo/Čula sam, znam ponešto o e-knjizi	3	15	6	6	30
	Čuo/Čula sam, znam dosta o e-knjizi	4	12	1	1	18
	Posjedujem jednu ili više e-knjiga	8	15	1	0	24
4. Jeste li ikada čuli za E-Reader?	Ne	3	2	2	1	8
	Čuo/Čula sam, ali ne znam točno što je E-Reader	4	7	3	6	20
	Čuo/Čula sam, znam ponešto o E-Reader-u	4	12	2	2	20
	Čuo/Čula sam, znam dosta o E-Reader-u	5	16	1	1	23
	Posjedujem E-Reader	2	6	1	0	9
5. Koliko ste e-knjiga kupili u zadnjih godinu dana?	0	18	34	8	10	70
	1 do 3 knjiga godišnje	0	0	0	0	0
	4 do 6 knjiga godišnje	0	1	0	0	1
	7 do 10 knjiga godišnje	0	0	0	0	0
	Više od 10 knjiga godišnje	0	3	0	0	3
6. Koliko ste spremni izdvojiti za knjigu u digitalnom obliku (e-knjigu)?	Do 10 kn	3	10	2	3	18
	Do 30 kn	2	11	4	2	19
	Do 50 kn	3	5	1	1	10
	Do 100 kn	0	2	0	0	2
	Više od 100 kn	0	2	0	1	3
	Ne bi platio/la	5	3	0	0	8
	Ne znam	5	10	2	3	20
7. Smatrate li e-knjigu boljom od knjige u tiskanom obliku?	Da	3	7	1	1	12
	Ne	10	22	7	3	42
	Podjednako	4	10	0	2	16
	Ne znam	1	4	1	4	10
8. Smatrate li da su uređaji za čitanje e-knjiga preskupi?	Da	9	15	5	0	29
	Ne	3	10	1	0	14
	Ne znam	6	18	3	10	37
9. Koliko ste spremni platiti za e-čitač (E-Reader)?	Do 50 €	4	14	1	3	22
	50-100 €	4	9	2	1	16
	100-150 €	1	7	2	0	10
	150-200 €	1	0	0	2	3
	200-300 €	0	1	1	0	2
	Više od 300 €	0	1	0	0	1
	Ne bi platio/platila	8	11	3	4	26
10. Biste li kupili e-čitač (E-Reader) u budućnosti? *	Planiram kupiti e-čitač u sljedećih godinu dana	0	3	1	0	4
	Planiram kupiti e-čitač u budućnosti	1	3	0	0	4

	Planiram kupiti tablet u sljedećih godinu dana	1	2	1	0	4
	Planiram kupiti tablet u budućnosti	3	4	1	2	10
	Posjedujem e-čitač ili tablet	3	5	2	0	10
	Možda	4	19	4	7	34
	Ne	6	7	0	1	14
11. Koji su vaši budući planovi u vezi e-knjiga i e-čitača (E-Reader-a)?	Podjednako ću čitati tiskana i digitalna izdanja	8	14	5	4	31
	Čitat ću samo tiskovna izdanja	2	7	0	1	10
	Čitat ću više tiskovna izdanja	2	10	1	4	17
	Čitat ću samo digitalna izdanja	1	2	1	0	4
	Čitat ću više digitalna izdanja	2	7	1	0	10
	Ništa od navedenog	3	3	1	1	8
12. Vjerujete li u prognoze da će tiskana knjiga nestati?	Da, kroz 10 godina	0	2	0	1	3
	Da, kroz 20 godina	0	2	0	0	2
	Da, kroz više od 30 godina	2	1	1	0	4
	Ne, bit će jednako zastupljena kao i e-knjiga	5	6	3	4	18
	Opstat će kroz manje naklade (kolekcionari)	4	23	3	0	30
	Ne	6	8	1	3	18
	Ne znam	1	1	1	2	5

NOVINE

1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Preko televizije **	Vrlo rijetko (1)	3	8	0	0	11
	Rijetko (2)	2	5	0	1	8
	Ponekad (3)	10	20	5	3	38
	Često (4)	3	5	2	1	11
	Vrlo često (5)	0	5	2	5	12
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Preko radija **	Vrlo rijetko (1)	7	16	1	3	27
	Rijetko (2)	5	10	3	2	20
	Ponekad (3)	5	7	1	2	15
	Često (4)	0	7	3	1	11
	Vrlo često (5)	1	3	1	2	7
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Preko tiskovina **	Vrlo rijetko (1)	4	17	2	2	25
	Rijetko (2)	3	4	1	5	13
	Ponekad (3)	8	12	3	1	24
	Često (4)	2	5	3	2	12
	Vrlo često (5)	1	5	0	0	6
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Putem interneta **	Vrlo rijetko (1)	1	0	0	2	3
	Rijetko (2)	1	3	1	2	7
	Ponekad (3)	1	5	2	2	10
	Često (4)	5	9	4	2	20
	Vrlo često (5)	10	26	2	2	40
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Putem mobitela, tableta,... **	Vrlo rijetko (1)	8	15	6	9	38
	Rijetko (2)	3	5	0	1	9
	Ponekad (3)	2	4	1	0	7
	Često (4)	2	10	0	0	12

	Vrlo često (5)	3	9	2	0	14
2. Koliko često kupujete dnevne tiskane novine?	Svaki dan	3	3	1	1	8
	Nekoliko puta tjedno	1	4	2	1	8
	Nekoliko puta mjesečno	2	12	2	2	18
	Vrlo rijetko	5	11	3	6	25
	Nikada, do vijesti dolazim putem drugih medija	7	13	1	0	21
3. Smatrate li novine u tiskanom obliku precijenjene?	Da	3	20	4	3	30
	Ne	9	16	4	3	32
	Ne znam	6	7	1	4	18
4. Koliko vremena tjedno provedete čitajući: - Tiskane novine i časopise **	0 h (1)	4	12	1	0	17
	< 1 h (2)	10	19	3	7	39
	1-2 h (3)	3	7	3	1	14
	3-5 h (4)	1	5	2	2	10
	>5 h (5)	0	0	0	0	0
4. Koliko vremena tjedno provedete čitajući: - Digitalne novine i časopise putem internet preglednika **	0 h (1)	2	3	0	2	7
	< 1 h (2)	4	12	2	2	20
	1-2 h (3)	8	14	6	4	32
	3-5 h (4)	3	7	0	2	12
	>5 h (5)	1	7	1	0	9
4. Koliko vremena tjedno provedete čitajući: - Digitalne novine i časopise putem aplikacija **	0 h (1)	8	19	5	7	39
	< 1 h (2)	7	15	2	2	26
	1-2 h (3)	2	3	2	1	8
	3-5 h (4)	0	3	0	0	3
	>5 h (5)	1	3	0	0	4
5. Koje uređaje koristite za čitanje e-novina? *	Osobno računalo, laptop	15	35	7	8	65
	Smartphone (iPhone, Android,...)	6	21	3	1	31
	Tablet (iPad,...)	4	2	2	1	9
	E-čitač (Kindle,...)	0	1	0	0	1
	Ne čitam e-izdanja	3	4	0	2	9
6. Smatrate li vijesti na internetu kvalitetnijima od onih u tiskovinama?	Da, dolazim do više podataka	4	12	2	2	20
	Podjednako su informativni	8	16	6	3	33
	Ne, tiskovine su sadržajnije i točnije	2	10	1	3	16
	Ne znam	2	4	0	0	6
	Ne čitam e-izdanja	2	1	0	2	5
7. Smatrate li da se izdavači moraju okrenuti digitaliziranju svojih medija?	Da, to je neizbježno	11	32	7	6	56
	Ne	4	4	2	2	12
	Ne znam	3	7	0	2	12
8. Vidite li budućnost i opstanak novina u digitalnom obliku?	Da	14	35	7	7	63
	Ne	2	1	0	1	4
	Ne znam	2	7	2	2	13
9. Biste li platili novine u digitalnom obliku?	Da, ako je sadržaj kvalitetan	5	18	3	5	31
	Ne, smatram da vijesti trebaju biti besplatne	11	21	4	3	39
	Ne znam	2	4	2	2	10
10. Koliko biste platili za kvalitetno izdanje	Do 5 kn	5	12	4	3	24
	Do 10 kn	2	5	1	3	11

novina u digitalnom obliku?	Više od 10 kn	0	1	0	0	1
	Ne bi platio/la	9	18	3	1	31
	Ne znam	2	7	1	3	13
11. Da li biste se pretplatili za novine u digitalnom obliku?	Da, u budućnosti	2	12	5	5	24
	Da, već sam pretplaćen/pretplaćena	0	0	0	0	0
	Ne	13	21	2	1	37
	Ne znam	3	10	2	4	19
12. Smatrate li da novine u digitalnom obliku pružaju isti osjećaj kao tiskovine ?	Da, pružaju podjednak osjećaj	2	7	1	3	13
	Ne, digitalne novine pružaju bolji osjećaj	1	6	1	0	8
	Ne, tiskane novine pružaju bolji osjećaj	11	26	6	2	45
	Ne znam	4	4	1	5	14

ČASOPIS

1. Koliko često čitate časopise?	Svakodnevno	2	3	0	2	7
	Jednom tjedno	2	8	3	2	15
	Jednom mjesečno	2	7	0	0	9
	Samo ponekad	9	21	6	6	42
	Nikad ne čitam časopise	3	4	0	0	7
2. Časopise čitam zbog: *	Individualnog razvoja	10	13	3	1	27
	Korisnosti	9	14	2	2	27
	Uživanja	8	13	6	5	32
	Dosade	10	29	3	5	47
3. Koliko često kupujete časopise?	Jednom tjedno i češće	0	4	1	3	8
	Jednom do dva puta mjesečno	2	6	2	1	11
	Samo ponekad	9	20	5	6	40
	Nikada ne kupujem časopise	7	13	1	0	21
4. Da li ste pretplaćeni na neki časopis?	Da	2	2	1	1	6
	Ne	16	41	8	9	74
5. Da li ste zadovoljni sa sadržajem u časopisima?	Da, jako sam zadovoljan/zadovoljna	1	4	3	0	8
	Samo sa nekim časopisima	11	33	4	8	56
	Ne	3	4	1	1	9
	Ne znam	3	2	1	1	7
6. Koliko ste spremni platiti za časopis?	Do 20 kn	9	22	6	10	47
	Do 30 kn	7	18	3	0	28
	Do 50 kn	2	3	0	0	5
	Više od 50 kn	0	0	0	0	0
7. Jeste li ikada vidjeli ili čuli za časopis u digitalnom obliku?	Da	15	31	6	6	58
	Ne	2	7	3	2	14
	Zar to postoji?	0	1	0	0	1
	Ne znam	1	4	0	2	7
8. Jeste li ikada čuli za Pokret O?	Da, čuo/la sam ali ne znam točno što je Pokret O	0	3	1	1	5
	Da, čuo/la sam i znam što je Pokret O	2	7	0	0	9
	Ne	15	32	8	8	63

	Ne znam	1	1	0	1	3
9. Smatrate li pozitivnim što e-časopis ujedinjuje razne medije?	Da, smatram da je to budućnost	14	36	8	7	65
	Ne	2	1	0	0	3
	Ne znam	2	6	1	3	12
10. Smatrate li da digitalni časopis može biti edukativniji od tiskanog?	Da	11	23	2	4	40
	Podjednako su edukativni	6	14	6	2	28
	Ne	1	4	0	1	6
	Ne znam	0	2	1	3	6
11. Koliko biste bili spremni izdvojiti za izdanje e-časopisa?	Do 10 kn	4	17	7	6	34
	Od 10 do 20 kn	5	9	1	1	16
	Od 20 do 30 kn	2	4	0	0	6
	Više od 30 kn	0	1	0	0	1
	Ne bi platio/platila	7	12	1	3	23
12. Smatrate li da bi e-časopis trebao biti povoljniji od tiskanog?	Da	17	36	8	8	69
	Ne	0	2	0	1	3
	Ne znam	1	5	1	1	8
13. Da li se slažete ili ne, da je kopiranje i distribucija e-časopisa i novina bez pristanka prihvatljiva? **	Potpuno se ne slažem (1)	5	6	2	5	18
	Umjereno se ne slažem (2)	3	6	2	1	12
	Podjednako (3)	6	17	3	1	27
	Umjereno se slažem (4)	3	5	1	0	9
	Potpuno se slažem (5)	1	9	1	3	14
14. Smatrate li da je budućnost časopisa u digitalnom obliku?	Da, to je neizbježno	8	27	7	6	48
	Ne	3	5	1	2	11
	Ne znam	7	11	1	2	21

*Ispitanici su imali mogućnost odabira više odgovora

**Ispitanici su prema vrijednostima od 1 do 5 morali označiti odgovore (1 predstavlja najmanju a 5 najveću vrijednost)

Tablica 4. Rezultati ankete ovisno o stručnoj spremi ispitanika

REZULTATI ANKETE (OVISNO O STRUČNOJ SPREMI)					
PITANJE	ODGOVORI	STUPANJ OBRAZOVANJA			
		SSS	VŠS	VSS	Ukupno
KNJIGA					
1. Koliko često čitate knjige?	1 do 3 knjiga godišnje	5	7	17	29
	4 do 6 knjiga godišnje	2	2	11	15
	7 do 9 knjiga godišnje	3	1	4	8
	Više od 10 knjiga godišnje	4	2	12	18
	Svakih nekoliko godina	0	2	1	3
	Ne čitam knjige	2	2	3	7
2. Koliko ste knjiga kupili u zadnjih godinu dana?	0	3	4	5	12
	1 do 3 knjiga godišnje	0	0	0	0
	4 do 6 knjiga godišnje	4	1	10	15
	7 do 10 knjiga godišnje	0	0	0	0
	Više od 10 knjiga godišnje	1	0	2	3
	Posuđujem u knjižnici	1	0	3	4

3. Jeste li ikada čuli za knjigu u digitalnom obliku (e-knjigu)?	Ne	1	0	0	1
	Čuo/Čula sam, ali ne znam točno što je e-knjiga	2	3	2	7
	Čuo/Čula sam, znam ponešto o e-knjizi	5	5	20	30
	Čuo/Čula sam, znam dosta o e-knjizi	3	4	11	18
	Posjedujem jednu ili više e-knjiga	5	4	15	24
4. Jeste li ikada čuli za E-Reader?	Ne	3	1	4	8
	Čuo/Čula sam, ali ne znam točno što je E-Reader	3	5	12	20
	Čuo/Čula sam, znam ponešto o E-Reader-u	4	3	13	20
	Čuo/Čula sam, znam dosta o E-Reader-u	5	6	12	23
	Posjedujem E-Reader	1	1	7	9
5. Koliko ste e-knjiga kupili u zadnjih godinu dana?	0	12	15	43	70
	1 do 3 knjiga godišnje	0	0	0	0
	4 do 6 knjiga godišnje	1	0	0	1
	7 do 10 knjiga godišnje	0	0	0	0
	Više od 10 knjiga godišnje	2	0	1	3
6. Koliko ste spremni izdvojiti za knjigu u digitalnom obliku (e-knjigu)?	Do 10 kn	8	4	6	18
	Do 30 kn	2	5	12	19
	Do 50 kn	1	0	9	10
	Do 100 kn	0	0	2	2
	Više od 100 kn	1	0	2	3
	Ne bi platio/la	3	1	4	8
	Ne znam	1	6	13	20
7. Smatrate li e-knjigu boljom od knjige u tiskanom obliku?	Da	4	1	7	12
	Ne	10	6	26	42
	Podjednako	1	5	10	16
	Ne znam	1	4	5	10
8. Smatrate li da su uređaji za čitanje e-knjiga preskupi?	Da	8	5	16	29
	Ne	1	3	10	14
	Ne znam	7	8	22	37
9. Koliko ste spremni platiti za e-čitač (E-Reader)?	Do 50 €	6	3	13	22
	50-100 €	2	4	10	16
	100-150 €	1	2	7	10
	150-200 €	0	1	2	3
	200-300 €	0	1	1	2
	Više od 300 €	1	0	0	1
	Ne bi platio/platila	6	5	15	26
	Planiram kupiti e-čitač u sljedećih godinu dana	1	2	1	4
10. Biste li kupili e-čitač (E-Reader) u budućnosti? *	Planiram kupiti e-čitač u budućnosti	0	0	4	4
	Planiram kupiti tablet u sljedećih godinu dana	0	2	2	4

	Planiram kupiti tablet u budućnosti	2	1	7	10
	Posjedujem e-čitač ili tablet	1	1	8	10
	Možda	8	9	17	34
	Ne	4	1	9	14
11. Koji su vaši budući planovi u vezi e-knjiga i e-čitača (E-Reader-a)?	Podjednako ću čitati tiskana i digitalna izdanja	7	5	19	31
	Čitat ću samo tiskovna izdanja	2	2	6	10
	Čitat ću više tiskovna izdanja	4	3	10	17
	Čitat ću samo digitalna izdanja	0	3	1	4
	Čitat ću više digitalna izdanja	2	1	7	10
	Ništa od navedenog	1	2	5	8
12. Vjerujete li u prognoze da će tiskana knjiga nestati?	Da, kroz 10 godina	2	0	1	3
	Da, kroz 20 godina	0	0	2	2
	Da, kroz više od 30 godina	1	1	2	4
	Ne, bit će jednako zastupljena kao i e-knjiga	4	2	12	18
	Opstat će kroz manje naklade (kolekcionari)	7	10	13	30
	Ne	1	3	14	18
	Ne znam	1	0	4	5

NOVINE

1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Preko televizije **	Vrlo rijetko (1)	2	4	5	11
	Rijetko (2)	1	2	5	8
	Ponekad (3)	7	4	27	38
	Često (4)	4	4	3	11
	Vrlo često (5)	2	2	8	12
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Preko radija **	Vrlo rijetko (1)	5	4	18	27
	Rijetko (2)	5	3	12	20
	Ponekad (3)	2	2	11	15
	Često (4)	4	2	5	11
	Vrlo često (5)	0	5	2	7
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Preko tiskovina **	Vrlo rijetko (1)	4	6	15	25
	Rijetko (2)	3	1	9	13
	Ponekad (3)	4	8	12	24
	Često (4)	3	1	8	12
	Vrlo često (5)	2	0	4	6
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Putem interneta **	Vrlo rijetko (1)	1	1	1	3
	Rijetko (2)	2	1	4	7
	Ponekad (3)	0	1	9	10
	Često (4)	7	3	10	20
	Vrlo često (5)	6	10	24	40
1. Kako najčešće konzumirate vijesti? - Putem mobitela, tableta,... **	Vrlo rijetko (1)	7	7	24	38
	Rijetko (2)	3	1	5	9
	Ponekad (3)	1	1	5	7
	Često (4)	2	2	8	12
	Vrlo često (5)	3	5	6	14

2. Koliko često kupujete dnevne tiskane novine?	Svaki dan	1	1	6	8
	Nekoliko puta tjedno	4	0	4	8
	Nekoliko puta mjesečno	5	1	12	18
	Vrlo rijetko	4	7	14	25
	Nikada, do vijesti dolazim putem drugih medija	2	7	12	21
3. Smatrate li novine u tiskanom obliku precijenjene?	Da	8	8	14	30
	Ne	3	5	24	32
	Ne znam	5	3	10	18
4. Koliko vremena tjedno provedete čitajući: - Tiskane novine i časopise **	0 h (1)	1	4	12	17
	< 1 h (2)	8	8	23	39
	1-2 h (3)	4	3	7	14
	3-5 h (4)	3	1	6	10
	>5 h (5)	0	0	0	0
4. Koliko vremena tjedno provedete čitajući: - Digitalne novine i časopise putem internet preglednika **	0 h (1)	1	3	3	7
	< 1 h (2)	6	0	14	20
	1-2 h (3)	6	8	18	32
	3-5 h (4)	2	3	7	12
	>5 h (5)	1	2	6	9
4. Koliko vremena tjedno provedete čitajući: - Digitalne novine i časopise putem aplikacija **	0 h (1)	8	8	23	39
	< 1 h (2)	6	2	18	26
	1-2 h (3)	1	2	5	8
	3-5 h (4)	0	2	1	3
	>5 h (5)	1	2	1	4
5. Koje uređaje koristite za čitanje e-novina? *	Osobno računalo, laptop	13	11	41	65
	Smartphone (iPhone, Android,...)	8	8	15	31
	Tablet (iPad,...)	1	1	7	9
	E-čitač (Kindle,..)	0	0	1	1
	Ne čitam e-izdanja	1	4	4	9
6. Smatrate li vijesti na internetu kvalitetnijima od onih u tiskovinama?	Da, dolazim do više podataka	6	6	8	20
	Podjednako su informativni	3	6	24	33
	Ne, tiskovine su sadržajnije i točnije	5	0	11	16
	Ne znam	1	1	4	6
	Ne čitam e-izdanja	1	3	1	5
7. Smatrate li da se izdavači moraju okrenuti digitaliziranju svojih medija?	Da, to je neizbježno	11	12	33	56
	Ne	3	3	6	12
	Ne znam	2	1	9	12
8. Vidite li budućnost i opstanak novina u digitalnom obliku?	Da	13	12	38	63
	Ne	0	1	3	4
	Ne znam	3	3	7	13
9. Biste li platili novine u digitalnom obliku?	Da, ako je sadržaj kvalitetan	5	6	20	31
	Ne, smatram da vijesti trebaju biti besplatne	10	7	22	39
	Ne znam	1	3	6	10
10. Koliko biste platili za kvalitetno izdanje	Do 5 kn	5	5	14	24
	Do 10 kn	2	3	6	11

novina u digitalnom obliku?	Više od 10 kn	0	0	1	1
	Ne bi platio/la	8	4	19	31
	Ne znam	1	4	8	13
11. Da li biste se pretplatili za novine u digitalnom obliku?	Da, u budućnosti	5	5	14	24
	Da, već sam pretplaćen/pretplaćena	0	0	0	0
	Ne	8	7	22	37
	Ne znam	3	4	12	19
12. Smatrate li da novine u digitalnom obliku pružaju isti osjećaj kao tiskovine ?	Da, pružaju podjednak osjećaj	3	1	9	13
	Ne, digitalne novine pružaju bolji osjećaj	2	3	3	8
	Ne, tiskane novine pružaju bolji osjećaj	8	11	26	45
	Ne znam	3	1	10	14

ČASOPIS

1. Koliko često čitate časopise?	Svakodnevno	1	0	6	7
	Jednom tjedno	6	1	8	15
	Jednom mjesečno	1	1	7	9
	Samo ponekad	8	12	22	42
	Nikad ne čitam časopise	0	2	5	7
2. Časopise čitam zbog: *	Individualnog razvoja	4	6	17	27
	Korisnosti	5	7	15	27
	Uživanja	6	9	17	32
3. Koliko često kupujete časopise?	Dosade	12	9	26	47
	Jednom tjedno i češće	1	0	7	8
	Jednom do dva puta mjesečno	4	2	5	11
	Samo ponekad	7	9	24	40
4. Da li ste pretplaćeni na neki časopis?	Nikada ne kupujem časopise	4	5	12	21
	Da	0	2	4	6
5. Da li ste zadovoljni sa sadržajem u časopisima?	Ne	16	14	44	74
	Da, jako sam zadovoljan/zadovoljna	3	2	3	8
	Samo sa nekim časopisima	10	11	35	56
	Ne znam	2	3	4	9
6. Koliko ste spremni platiti za časopis?	Ne	1	0	6	7
	Do 20 kn	10	8	29	47
	Do 30 kn	5	7	16	28
	Do 50 kn	1	1	3	5
7. Jeste li ikada vidjeli ili čuli za časopis u digitalnom obliku?	Više od 50 kn	0	0	0	0
	Da	12	12	34	58
	Ne	3	3	8	14
	Zar to postoji?	0	0	1	1
8. Jeste li ikada čuli za Pokret O?	Ne znam	1	1	5	7
	Da, čuo/la sam ali ne znam točno što je Pokret O	1	0	4	5
	Da, čuo/la sam i znam što je Pokret O	1	1	7	9

	Ne	14	14	35	63
	Ne znam	0	1	2	3
9. Smatrate li pozitivnim što e-časopis ujedinjuje razne medije?	Da, smatram da je to budućnost	15	13	37	65
	Ne	0	1	2	3
	Ne znam	1	2	9	12
10. Smatrate li da digitalni časopis može biti edukativniji od tiskanog?	Da	8	13	19	40
	Podjednako su edukativni	7	2	19	28
	Ne	1	0	5	6
	Ne znam	0	1	5	6
11. Koliko biste bili spremni izdvojiti za izdanje e-časopisa?	Do 10 kn	8	6	20	34
	Od 10 do 20 kn	3	5	8	16
	Od 20 do 30 kn	1	3	2	6
	Više od 30 kn	0	0	1	1
	Ne bi platio/platila	4	2	17	23
12. Smatrate li da bi e-časopis trebao biti povoljniji od tiskanog?	Da	16	13	40	69
	Ne	0	0	3	3
	Ne znam	0	3	5	8
13. Da li se slažete ili ne, da je kopiranje i distribucija e-časopisa i novina bez pristanka prihvatljiva? **	Potpuno se ne slažem (1)	2	6	10	18
	Umjereno se ne slažem (2)	2	1	9	12
	Podjednako (3)	6	5	16	27
	Umjereno se slažem (4)	0	2	7	9
	Potpuno se slažem (5)	6	2	6	14
14. Smatrate li da je budućnost časopisa u digitalnom obliku?	Da, to je neizbježno	10	9	29	48
	Ne	3	2	6	11
	Ne znam	3	5	13	21

*Ispitanici su imali mogućnost odabira više odgovora

**Ispitanici su prema vrijednostima od 1 do 5 morali označiti odgovore (1 predstavlja najmanju a 5 najveću vrijednost)

POPIS SLIKA

Slika 1. Izgled naslovnice <i>iPad</i> časopisa <i>Pokret O</i> http://www.topappreviews101.com/ipapping/10186/pokreto-screenshot-1.jpg	10
Slika 2. Prikaz svih modela <i>Kindle</i> e-čitača http://ww2.justanswer.com/uploads/OriginalSeadog/2012-01-04_211254_kindle_models.jpg	13
Slika 3. <i>NOOK Simple Touch with GlowLight</i> e-čitač http://gottabemobile.wpengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2012/04/NookGlow24.jpg	14
Slika 4. <i>Kobo Wi-Fi</i> e-čitač http://cdn1.mobilemag.com/wp-content/uploads/2010/09/kobo-black-wifi.jpg	15
Slika 5. <i>Sony Reader</i> e-čitač http://gadgets.softpedia.com/images/news/Upgraded-Sony-Reader-Rumored-to-Arrive-in-August-2.jpg	16
Slika 6. Usporedba zaslona na tehnologiji elektroničke tinte, <i>LCD</i> zaslona te papira http://g-ecx.images-amazon.com/images/G/01/kindle/tequila/dp/eink-text._V139457038_.jpg	17
Slika 7. Usporedba <i>Retina</i> zaslona sa zaslonom <i>iPad 2</i> http://tablet-news.com/wp-content/uploads/2012/03/face-ipad-50x-600.jpg	18
Slika 8. <i>Samsung Nexus S 4G</i> pametan telefon (<i>Smartphone</i>) http://c2499022.cdn.cloudfiles.rackspacecloud.com/wp-content/uploads/2011/07/nexus-s-4g.jpg	19
Slika 9. Izgled svih dijelova ankete	20

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Broj digitaliziranih knjiga "Projekta Gutenberg"	4
Grafikon 2. Prikaz procesa proizvodnje tiskane i digitalne knjige	8
Grafikon 3. Odnos muških i ženskih sudionika ankete	21
Grafikon 4. Odnos dobnih skupina sudionika ankete	22
Grafikon 5. Odnos stupnja obrazovanja sudionika ankete	22
Grafikon 6. Odnos bavljenja grafičkom strukom unutar sudionika ankete	23
Grafikon 7. Učestalost čitanja knjige sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale sudionike ankete	24
Grafikon 8. Učestalost čitanja knjige sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja.....	25
Grafikon 9. Učestalost kupovine knjiga u zadnjih godinu dana sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale sudionike ankete	26
Grafikon 10. Učestalost kupovine knjiga u zadnjih godinu dana sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja.....	27
Grafikon 11. Poznavanje pojma knjige u digitalnom obliku (e-knjige) sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale sudionike ankete	28
Grafikon 12. Poznavanje pojma knjige u digitalnom obliku (e-knjige) sudionika anketa s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja.....	29
Grafikon 13. Poznavanje pojma e-reader sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale sudionike ankete	30
Grafikon 14. Poznavanje pojma e-reader sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja.....	31
Grafikon 15. Učestalost kupovanja e-knjiga u zadnjih godinu dana sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale sudionike ankete	32
Grafikon 16. Spremnost izdvajanja za knjigu u digitalnom obliku sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale sudionike ankete	33
Grafikon 17. Smatraju li sudionici ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike e-knjigu boljom od knjige u digitalnom izdanju.....	34

Grafikon 18. Smatraju li sudionici ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike da su uređaji za čitanje e-knjiga preskupi	35
Grafikon 19. Spremnost izdvajanja za e-čitač sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike.....	36
Grafikon 20. Spremnost na kupovinu e-čitača u budućnosti sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	37
Grafikon 21. Budući planovi u vezi knjiga i e-čitača sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	38
Grafikon 22. Budući planovi u vezi knjiga i e-čitača sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja	39
Grafikon 23. Prognoze nestanka tiskane knjige sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike.....	40
Grafikon 24. Konzumacija vijesti sudionika ankete (grafičari).....	41
Grafikon 25. Konzumacija vijesti sudionika ankete (ostali sudionici).....	42
Grafikon 26. Učestalost kupovine tiskanih novina sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	43
Grafikon 27. Učestalost kupovine tiskovnih novina sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja	44
Grafikon 28. Precijenjenost novina u tiskovnom obliku sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	45
Grafikon 29. Tjedno provedeno vrijeme čitanja tiskovnih i digitalnih izdanja (grafičari)...	46
Grafikon 30. Tjedno provedeno vrijeme čitanja tiskovnih i digitalnih izdanja (ostali ispitanici)	47
Grafikon 31. Korišteni uređaji za čitanje e-novina sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	48
Grafikon 32. Kvaliteta vijesti na internetu i tiskovinama prema sudionicima ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	49
Grafikon 33. Izdavači i digitaliziranje medija prema sudionicima ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	50

Grafikon 34. Budućnost i opstanak novina u digitalnom obliku prema sudionicima ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	51
Grafikon 35. Budućnost i opstanak novina u digitalnom obliku prema sudionicima ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja.....	52
Grafikon 36. Spremnost plaćanja novina u digitalnom obliku sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	53
Grafikon 37. Spremnost plaćanja kvalitetnog izdanja e-novina sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	54
Grafikon 38. Spremnost na pretplatu za e-novine sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike.....	55
Grafikon 39. Spremnost na pretplatu za e-novine sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja	56
Grafikon 40. Osjećajnost prema tiskovnim i digitalnim novinama sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	57
Grafikon 41. Učestalost čitanja časopisa sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike.....	58
Grafikon 42. Učestalost čitanja časopisa sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja.....	59
Grafikon 43. Razlozi čitanja časopisa sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike.....	60
Grafikon 44. Učestalost kupovine časopisa sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike.....	61
Grafikon 45. Učestalost kupovine časopisa sudionika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja	62
Grafikon 46. Pretplaćenost na časopis sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike.....	63
Grafikon 47. Kvaliteta sadržaja časopisa prema sudionicima ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	64
Grafikon 48. Spremnost plaćanja časopisa sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike.....	65

Grafikon 49. Poznavanje časopisa u digitalnom obliku sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	66
Grafikon 50. Poznavanje Pokret O-a sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike.....	67
Grafikon 51. Razmišljanja ispitanika s podjelom na grafičare i ostale ispitanike da e-časopisi ujedinjuju razne medije.....	68
Grafikon 52. Razmišljanja ispitanika o ujedinjavanju raznih medija u e-časopisima s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja.....	69
Grafikon 53. Edukativnost digitalnog časopisa naspram tiskovnog prema ispitanicima ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	70
Grafikon 54. Spremnost izdvajanja za izdanje e-časopisa sudionika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	71
Grafikon 55. Povoljnost digitalnog časopisa s obzirom na tiskovni prema sudionicima ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	72
Grafikon 56. Prihvaćenost kopiranja i distribucije e-časopisa i novina ispitanika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	73
Grafikon 57. Budućnost časopisa u digitalnom obliku ispitanika ankete s podjelom na grafičare i ostale ispitanike	74
Grafikon 58. Budućnost časopisa u digitalnom obliku ispitanika ankete s podjelom na spol, dob i stupanj obrazovanja	75
Grafikon 59. Budući planovi za e-knjige i e-čitače ispitanika ankete " <i>Turning the Page. The Future of eBooks</i> "	77
Grafikon 60. Vrijeme provedeno na čitanje tiskovnih i digitalnih izdanja novina i časopisa ispitanika ankete " <i>The Future of Newspapers and Magazines in the Digital Era</i> "	78

POPIS TABLICA

Tablica 1. Rezultati ankete ovisno o tome da li se ispitanici bave grafičkom strukom ili ne	86
Tablica 2. Rezultati ankete ovisno o spolu ispitanika.....	91
Tablica 3. Rezultati ankete ovisno o dobi ispitanika	96
Tablica 4. Rezultati ankete ovisno o stručnoj spremi ispitanika.....	101