

Vilniaus universiteto
Komunikacijos fakulteto
Knygotyros ir dokumentotyros institutas
Dovilė Pyragaitė,
Leidybos magistrantūros studijų programos studentė

LIETUVOS IR PRANCŪZIJOS LEIDYKLŲ BENDRADARBIAVIMAS

Magistro darbas

Vadovas: doc. dr. Julija Zinkevičienė

Vilnius, 2011

Pildo bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autorius

DOVILĖ PYRAGAITĖ

(magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)

LIETUVOS IR PRANCŪZIJOS LEIDYKLŲ BENDRADARBIAVIMAS

(magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)

COOPERATION BETWEEN LITHUANIAN AND FRENCH PUBLISHING HOUSES

(magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)

Patvirtinu, kad bakalauro/ magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis bakalauro/ magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas kitose aukštosiose mokyklose.

(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

Sutinku, kad bakalauro/ magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.

(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

Pildo bakalauro/ magistro baigiamojo darbo vadovas

Bakalauro/ magistro baigiamąjį darbą ginti

(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

(data)

(magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)

Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja

Bakalauro/ magistro baigiamasis darbas įregistruotas

(instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas)

(data)

(instituto/ katedros reikalų tvarkytojos parašas)

Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, vadovas

Recenzentu skiriu

(recenzento vardas, pavardė)

(data)

(instituto/ katedros vadovo parašas)

Pildo recenzentas

Darbą recenzuoti gavau.

(data)

(recenzento parašas)

Pyragaitė, Dovilė

Lietuvos ir Prancūzijos leidyklų bendradarbiavimas: magistro darbas / Pyragaitė, Dovilė; mokslinis vadovas doc. dr. Julija Zinkevičienė; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Knygotyros ir dokumentotyros institutas. – Vilnius, 2011. – p. 64 – mašinr. – santr. angl. – Bibliogr.: p. 54 – 58 (53 pavad.).

UDK 002.21

Pi-113

Raktiniai žodžiai: *Lietuva, Prancūzija, knygų rinka, knygų leidyba, leidėjas, leidykla, bendradarbiavimas.*

Magistro darbo *objektas* – Lietuvos ir Prancūzijos leidyklų bendradarbiavimo ypatumai. Darbo *tikslas* – ištirti ir kokybiniu aspektu įvertinti Lietuvos ir Prancūzijos leidyklų bendradarbiavimo tendencijas. Pagrindiniai darbo *uždaviniai*: išanalizuoti šiandieninę knygų leidybos situaciją ir jos vystimosi tendencijas; atskleisti tarptautinio leidyklų bendradarbiavimo naudą, galimybes ir perspektyvas; ištirti Lietuvos ir Prancūzijos knygų rinkas; atlikti ekspertų tyrimą ir apibendrinti apklausos metu gautus rezultatus.

Naudojantis ekspertų apklausos, lyginamuoju ir apibendrinimo *metodais*, prieita prie *išvadų*, kad produktyvus bendradarbiavimas tarp visapusiškai skirtingų (teritoriniu, knygų leidybos kiekybinių parametru, leidybos pramonės situacijos atžvilgiais) šalių – Lietuvos ir Prancūzijos – leidėjų yra įmanomas. Užsienio autorių knygų vertimas į nacionalines kalbas, jų leidyba ir platinimas savo šalyje sudarius licencines sutartis – tai viena leidyklų bendradarbiavimo formų. Todėl, Lietuvos leidėjų pasirinkimas versti, išleisti ir platinti konkrečios Prancūzijos leidyklos (ir atvirkščiai) išleistą knygą šiame traktuojamas, kaip šių šalių leidyklų bendradarbiavimas. Atlikto tyrimo rezultatai parodė, kad Lietuvos leidėjai gana intensyviai leidžia prancūziškas knygas, tuo tarpu Prancūzijos leidyklos mažai domisi lietuviškų knygų rinka, todėl siūlytina Lietuvos leidėjams apgalvoti integracijos į Prancūzijos ir tarptautinę ES rinką strategiją ir remtis profesionaliai leidybos srityje veikiančių užsienio įmonių patirtimi.

Tikėtina, kad šis magistro darbas *gali būti naudingas* Lietuvos leidėjams, siekiantiems bendradarbiauti su Prancūzijos leidyklomis, leidybos specialybės studentams ir visiems, besidomintiems knygų leidyba.

TURINYS

ĮVADAS	5
1. KNYGŲ LEIDYBOS TENDENCIJOS	8
1.1. Knygų leidybos samprata	8
1.2. Knygų leidyba – kultūros ir komercijos sritis	9
1.3. Tarptautinis bendradarbiavimas tarp leidyklų	11
1.4. Tarptautinio leidyklų bendradarbiavimo reikšmė ir galimybės.....	13
2. PRANCŪZIJOS IR LIETUVOS KNYGŲ RINKŲ YPATUMAI.....	15
2.1. Prancūzija ir Lietuva pasaulinės knygų rinkos kontekste.....	15
2.2. Leidybos koncentracija Prancūzijoje ir Lietuvoje	16
2.3. Dabartinė situacija Prancūzijos ir Lietuvos knygų rinkose	20
2.3.1. Didieji leidėjai	20
2.3.2. Mažieji ir nepriklausomi leidėjai.....	26
2.4. Prancūzijos ir Lietuvos leidėjų specializacija.....	30
2.4. Prancūzijos ir Lietuvos knygų rinkų tendencijos	33
3. TYRIMAS: LIETUVOS LEIDYKLŲ BENDRADARBIAVIMAS SU PRANCŪZIJOS LEIDYKLOMIS	40
3.1. Tyrimo metodologija	40
3.2. Tyrimo rezultatai	42
3.2.1. Respondentų atitikimas nustatytiems ekspertų atrankos kriterijams.....	42
3.2.2. Lietuvos leidėjų-ekspertų bendradarbiavimas su Prancūzijos leidyklomis.....	43
3.2.3. Licencinių sutarčių sudarymas	46
3.2.4. Informacija apie leidyklų išleistą produkciją.....	48
IŠVADOS	52
BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS.....	54
PRIEDAI	59
SUMMARY	64

IVADAS

Vieningos Europos šalių sąjungos (ES) įkūrimas sudarė palankias sąlygas tarptautinės rinkos formavimuisi. 1993 m. sausio 1 d. buvo sukurta viena bendra Europos rinka, kurioje prekės, paslaugos, asmenys ir kapitalas gali judėti laisvai, kaip vienoje šalyje [1]. Bendros rinkos Europoje sukūrimas atvėrė dideles erdves ir plėtros galimybes šalims narėms, siekiančioms integruotis į tarptautinę ES rinką.

Lietuva į šią sandraugą įstojo 2004 m. gegužės 1d. ir įgijo visas keturias bendros rinkos laisves: laisvas prekių, paslaugų, asmenų ir kapitalo judėjimas. Lietuvos verslo įmonės šiandien vis dažniau žvalgosi į užsienio šalis, ieško naujų galimybių plečiant veiklą, stebi analogiškų verslų užsienyje praktiką, pažangą ir naujoves. Tarptautinės rinkos analizė, stebėjimas ir sugebėjimas jai pasiūlyti naują, išskirtinį produktą padeda verslui įsilieti ir išsilaikyti šioje konkurencinėje rinkoje. Naujų partnerių paieška – tai viena svarbiausių priemonių, padedančių užtikrinti sėkmingą įmonės vystymąsi ir plėtrą. Bendradarbiaudama su užsienio partneriais įmonė gali neatsilikti ir geriau prisitaikyti prie dinamiškų ir nuolat besikeičiančių rinkos sąlygų.

Knygų leidyba taip pat nebeapsiriboja šalies teritorijos ribomis. Šiandien sunku surasti šalį, kurios knygų leidyba būtų orientuota tik į vidaus rinką – kiekvienos šalies leidėjai stengiasi įsilieti į užsienio šalių rinkas, sudominti leidžiama produkcija. Kita vertus, pačios leidyklos stebi pasaulines tendencijas ir ieško produktų, kurie sudomintų savos šalies skaitytojus. Leidyklos, sugebančios save pateikti kaip kompetentingas, pažangias, lanksčias ir imlias naujovėms įmones, sėkmingai pritraukia užsienio partnerius, investicijas ir užsitikrina palankias plėtros perspektyvas ateityje.

Rinkos sąlygos, auganti konkurencija leidybos versle, kintantys visuomenės informacijos poreikiai skatina komercinių knygų pasiūlos augimą. Pasaulinėje knygų rinkoje vyraujanti tendencija – tai komercinės sėkmės kitose šalyse sulaukusių knygų paieška. Pasisekimo sulaukusių užsienio autorių knygų vertimai į gimtąsias kalbas atveria kelius visuomenei pažinti kitų šalių kultūrą ir tradicijas, tuo pačiu atneša pelną leidėjams. Licencinių sutarčių, dėl teisės versti ir platinti kūrinį kitoje šalyje, pasirašymas su užsienio leidyklomis – tai viena bendradarbiavimo formų. Todėl, šiame darbe analizuojant Lietuvos ir Prancūzijos leidyklų ryšius, Lietuvos leidyklų pasirinkimas išleisti konkrečios Prancūzijos leidyklos knygą (taip pat ir Prancūzijos leidyklų pasirinkimas išleisti konkrečios Lietuvos leidyklos knygą) yra traktuojamas kaip šių šalių leidyklų bendradarbiavimas. Didžiausias dėmesys šiame darbe skiriamas Prancūzijos ir Lietuvos knygų rinkų lyginamajai analizei bei šių šalių leidėjų bendradarbiavimo ypatumų tyrimui.

Pasirinktas **darbo objektas** – Lietuvos ir Prancūzijos leidyklų bendradarbiavimo ypatumai. Derėtų pastebėti, kad darbe terminai „leidykla“, „leidėjas“ vartojami mokslinių šaltinių apibrėžtomis reikšmėmis. Darbe taip pat vartojamos sąvokos: „knygų leidyba“ ir „bendradarbiavimas“.

Darbo tikslas – ištirti ir kokybiniu aspektu įvertinti Lietuvos ir Prancūzijos leidyklų bendradarbiavimo tendencijas.

Siekiant užsibrėžto tikslo, suformuluoti **pagrindiniai uždaviniai**:

1. Išanalizuoti šiandieninę knygų leidybos situaciją ir jos vystimosi tendencijas;
2. Atskleisti tarptautinio leidyklų bendradarbiavimo naudą, galimybes ir perspektyvas;
3. Ištirti Lietuvos ir Prancūzijos knygų rinkas;
4. Atlikti ekspertų tyrimą ir apibendrinti apklausos metu gautus rezultatus.

Darbe naudoti **tyrimo metodai**:

1. *Teoriniai*: literatūros, dokumentų, internetinių svetainių analizės, lyginimo ir apibendrinimo metodai;
2. *Empiriniai*: ekspertų apklausos metodas.

Darbo aktualumas, istoriografija. Panašaus pobūdžio darbų trūkumas pagrindžia šio tyrimo aktualumą. Prancūzijos leidybos pramonės tendencijos aptariamos prof. dr. R. Misiūno knygoje *Knygų leidyba pasaulyje* (2003), Lietuvos knygų leidybos situacija analizuojama to paties autoriaus knygoje *Leidyba ir platinimas* (2002), *Dailės* žurnale publikuojamame straipsnyje *Leidyba Lietuvoje* (2002) ir kt.. Apie Lietuvos knygų leidybą ir rinkos ypatumus parašyta keletas magistro darbų, disertacijų bei straipsnių, kuriuose analizuojama praėjusių metų leidybos situacija. Prancūzijos leidybos pramonės tendencijas tiriančių darbų Lietuvoje nėra. Naujos informacijos poreikis, Lietuvos ir Prancūzijos knygų rinkų lyginamojo pobūdžio tyrimų stoka bei šių šalių leidyklų bendradarbiavimą analizuojančių darbų trūkumas paskatino atlikti šį tyrimą.

Tiriamąo darbo struktūra. Šį darbą, be įvado ir išvadų sudaro trys skyriai. Pirmajame skyriuje nagrinėjama knygų leidybos samprata, šiandieninė leidybos situacija bei jos tendencijos, tarptautinio leidyklų bendradarbiavimo reikšmė ir perspektyvos. Antrasis darbo skyrius skirtas šių šalių knygų rinkų, leidėjų analizei. Jame nagrinėjami leidyklų koncentracijos, susijungimo procesai, aptariama didžiųjų ir mažųjų abiejų šalių leidėjų situacija bei išsidėstymas rinkoje, tiriamas knygų rinkos vystimosi, raidos kryptingumas siekiant išryškinti egzistuojančius šių šalių leidybos pramonių panašumus ir skirtumus. Trečiajame darbo skyriuje pateikiami atlikto ekspertų tyrimo rezultatai,

siekiant atskleisti Lietuvos ir Prancūzijos leidyklų bendradarbiavimo ypatumus. Joje pristatoma tyrimo metodologija: aprašoma tyrimo problema, iškeliamas tikslas, formuluojami uždaviniai, aptariamas tyrimo metodas ir respondentų atrankos kriterijai. Pabaigoje pateikiamos atlikto tyrimo apibendrintos išvados.

Darbe naudojami **šaltiniai**. Darbe daugiausia naudotasi Lietuvos ir Prancūzijos internetiniais šaltiniais, remtasi lietuvių ir užsienio autorių publikacijomis, moksliniais darbais ir straipsniais, padėjusiais atskleisti tiriamosios srities problematiką.

Rašant darbą susidurta su keletu **problemų**. Pirmiausia, priėjimas prie reikalingos informacijos Prancūzijos internetinėse svetainėse dažnai yra mokamas, todėl, galbūt, nebuvo rasta tyrimui svarbi medžiaga. Visų antra, dėl nežinomų priežasčių, šiais metais Prancūzijos Kultūros Ministerijos paskelbtoje šalies knygų leidybos statistikoje nepateikti tam tikri duomenys, kurie buvo pateikiami praėjusiais metais. Todėl nebuvo galima palyginti naujausių duomenų su senesniais. Reikia pažymėti, kad, iš esmės, Prancūzijos leidybos statistikoje skelbiami duomenys apima daugiau sričių, pavyzdžiui, pateikiama apibendrinta informacija apie leidyklų pajamas, tikslius knygų pardavimus, empiriniais tyrimais paremtą pirkimų, skaitymo statistiką (kiek skaito moterys, kiek vyrai; kokio amžiaus žmonės skaito daugiausiai ir pan.). Lietuvoje tokie duomenys nepateikiami, todėl kartais nebuvo galimybės palyginti abiejų šalių. Visų trečia, Lietuvos leidyklų vangumas ir nenoras atsakyti į anketos klausimus.

Tikėtina, kad šis darbas galėtų būti naudingas Lietuvos leidėjams, siekiantiems bendradarbiauti su Prancūzijos leidyklomis, leidybos specialybės studentams ir visiems, besidomintiems knygų leidyba. Manoma, kad šio darbo metu surinkta ir analizuota medžiaga padės pagrindus kitiems tyrimams ateityje.

1. KNYGŲ LEIDYBOS TENDENCIJOS

Bendros rinkos be sienų sukūrimas sudarė palankias sąlygas knygų leidybos verslo plėtrai bei leidyklų bendradarbiavimui tarptautiniu lygmeniu. Leidėjai, palaikydami ryšius su užsienio partneriais-leidyklomis ir leisdami kitų šalių knygas, suteikia visuomenei galimybę pažinti kitą kultūrą, tradicijas ir papročius. Šiame skyriuje analizuojama knygų leidybos samprata, tarptautinio bendradarbiavimo esmė, jo svarba ir reikšmė kiekvienos valstybės ekonomikai, ypač vienai jos sričių – knygų leidybos pramonei.

1.1. Knygų leidybos samprata

Knygų leidyba – tai plati sąvoka, kuri negali būti apibrėžiama vienareikšmiškai, todėl skirtinguose šaltiniuose pateikiami įvairūs šios sąvokos paaiškinimai. Lietuvos leidėjų asociacija ją apibūdina taip: *Leidyba yra itin svarbus sektorius, kuris tiesiogiai veikia ir pristato šalies: kultūrą (grožinę ir negrožinę lietuvių, užsienio literatūra), politiką (politologiniai leidiniai), švietimą (vadovėliai, pratybų sąsiuviniai), įvairius menus (meno leidiniai, katalogai), poilsį (populiarioji literatūra), turizmą ir kt.* [4]. Iš tiesų, kiekvienos šalies knygos atspindi tik tai šaliai būdingus bruožus, todėl neatsitiktinai knyga yra vadinama *viena svarbiausių žmonijos patirties kaupimo priemonių* [6, p. 302]. Knyga atlieka daug funkcijų (informacinė, komunikacinė, kumuliacinė, estetinė) ir teikia daug informacijos apie konkrečios šalies ypatumus, o knygų leidyba užtikrina šios informacijos įamžinimą ir rūpinasi jos paplitimu šalies teritorijoje ir už jos ribų.

Vadovėlyje „Knygotyra“ knygų leidyba apibrėžiama kaip *valstybinė, visuomeninė ar privati kultūros ir gamybos sritis, apimanti leidinių rengimą spaudai, jų gamybą, dokumentų sudarymą ir skelbimą* [41, p. 91]. „Visuotinė lietuvių enciklopedija“ šią sąvoką apibūdina taip: *knygų leidyba – tai veikla, susijusi su knygų, brošiūrų ir kitų knygos formos neperiodinių leidinių rengimu, spausdinimu, platinimu* [39, p. 313]. Pažymima, kad ši veikla apima visus pagrindinius knygos atsiradimo kūrybinius procesus, tai yra, patį leidinio sumanymą, rankraščio parašymą, leidinio koncepcijos parengimą bei įgyvendinimą, redagavimą, meninį jo apipavidalinimą ir dizainą, tinkamo spausdinimo parinkimą bei įgyvendinimą ir, galiausiai, rinkodarą. Taip pat paaiškinama, kad knygų leidybai didelę įtaką daro kultūrinis aspektas – *ji nuolat papildo intelektualinį, kūrybinį visuomenės potencialą nauja mokslinė, techninė ir estetinė informacija, įtvirtina ankstesnių kartų sukauptą dvasinį palikimą, žmonijos*

socialinę patirtį [39, p. 313]. „Visuotinė lietuvių enciklopedija“ knygų leidybą priskiria ne tik prie kultūros sričių, bet apibrėžia ją ir kaip vieną verslo formų [39, p. 313].

Taigi, knygų leidyba apibūdinama kaip visuma, apimanti visus su knygos parengimu ir viešiniu visuomenėje susijusius procesus. Tačiau išgilinus išryškėjo ir knygų leidybos poliarumas: tai yra kultūros sritis, įtvirtinanti šalies kultūrinės vertybes, tuo pačiu tai yra rentabilus verslas. Knyga, žiūrint iš ekonominės pusės, šiandien suvokiama kaip tam tikras verslo projektas, kurio įgyvendinimui reikalingos išlaidos ir iš kurio ateityje bus gaunamos pajamos.

Kiekvienos šalies knygų leidybos sistema yra sudaryta iš leidyklų ir leidėjų. Vadovėlyje „Knygotyra“ nurodoma, kad leidėju gali būti laikomas vienas *asmuo, leidykla ar kita įstaiga, organizacija, turinti leidybos teisę, atsakinga už knygos išleidimą ir platinimą* [41, p. 91]. Tuo tarpu leidykla čia apibūdinama kaip *spaudinių ir kitų dokumentų leidybos įstaiga, turinti redakcijos, gamybos, taip pat administracijos ir rinkotyros skyrius* [41, p. 91]. Leidėjas ar leidykla įgyja turtines teises į knygą ir gali jomis disponuoti tam tikrą laiką. Leidėjas yra suinteresuotas padaryti knygą matomą ir patrauklią ne tik pirkėjui, bet ir kitų šalių leidykloms, su kuriomis sudarius licencines sutartis prasideda leidyklų bendradarbiavimas. Todėl, knyga, kaip kultūros vertybė, tampa preke ir priemone, pritraukiančia užsienio partnerius ir skatinančia tarptautinius santykius tarp užsienio leidyklų.

1.2. Knygų leidyba – kultūros ir komercijos sritis

Daugiau nei 500 metų knyga buvo pagrindinė masinio informavimo priemonė, atlikdavo ne tik žinių perdavimo, bet ir laisvalaikio leidimo, linksminimo (pramogines) funkcijas. Knygomis buvo perduodami mitai, poezija, akademinės žinios – nuo antropologijos iki zoologijos [32, p. 2]. Šiandien knygų leidyba susiduria su naujais išbandymais. Europos parlamento narė dr. M. Starkevičiūtė 2003 m. atliko tyrimą „Kūrybinių ekonominių veiklų indėlio į Lietuvos ekonomiką įvertinimas“, kuris atskleidė, kad leidyba yra vienas greičiausiai besivystančių vadinamojo „kūrybinių industrijų“ sektoriaus verslų [47]. Knyga, kaip šiuolaikinės kultūros elementas šiandien yra ir industrijos produktas, neatsiejamas nuo ekonomikos plėtros, verslo skatinimo, gyventojų kultūrinių poreikių tenkinimo ir užimtumo. Knyga, kaip kultūros instrumentas ir pelno siekiančio verslo produktas, yra seniausia komunikacijos priemonė turinti dvasinį, kultūrinį ir šviečiamąjį atspalvį, tuo pačiu turi ekonomiškai išskaičiuotą ir įstatymais pagrįstą leidybos verslo aspektą.

Šiandieninė knygų pramonė yra sudėtingas darinys, kuriame veikia daug pelno siekiančių pavienių leidėjų ar leidybos grupių. Leidėjų konkurencija dėl rinkos paskatino pokyčius knygų leidybos

sirtyje – pakito ir knygos vieta bei reikšmė visuomenėje. Anksčiau dominavusią ideologinę, reprezentacinę, švietėjišką knygos funkciją pakeitė ekonominiai svertai ir knyga tapo preke. Tačiau šiuolaikinėje vartotojų visuomenėje knyga suvokiama ne tik kaip prekė, bet ir kaip prabangos dalykas. Pilnėjanti knygų rinka ir auganti konkurencija privertė leidėjus ieškoti priemonių, kurios padėtų išsiskirti iš kitų ir atneštų pelną, todėl daugiau dėmesio pradėta skirti meniniam knygų apipavidalinimui. Tačiau, pasak Lietuvos dailininkų sąjungos direktorės D. Zovienės, *šiandien vartotojiškos visuomenės komercinio pobūdžio reikalavimai lemia, kad meniškumas vertinamas tiek, kiek padeda knygai, kaip kultūros objektui, virsti vartojamuoju objektu – preke* [53]. Todėl galima teigti, kad komercinė knygos sėkmė yra vienas svarbiausių kriterijų, kuriuo leidėjai vadovaujasi leisdami knygą.

Tapo aišku, kad knygų leidybos sektoriui būdinga komercializacijos tendencija. Tačiau yra leidyklų, kurių veikla pagrįsta ne vien komerciniais, bet ir kultūriniais, švietėjiškais interesais – tai ypač būdinga nedidelėms leidykloms, kurios daugiausiai leidžia knygas, turinčias išliekamąją vertę, ir kurių leidyba yra dažnai finansuojama paramos fondų skiriamomis lėšomis. Didžiosios leidyklos, ar leidybos grupės, leidžia daugiau komercinės knygas, kurios pritraukia pirkėjus, ir mažai dėmesio skiria kultūrinėms vertybėms. Apibendrintai galima teigti, kad, jei nėra tokio verslo, kuris nesiektų pelno, tuomet nėra tokios leidyklos, kurios strategija būtų grindžiama vien kultūriniais siekiais, ir kuri leistų knygas nesitikėdama gauti pajamų.

Konkurencija – tai ekonomikos varomoji jėga. Knygų leidyba yra konkurencingas verslas, todėl leidėjai norėdami išlikti rinkoje turi nuolat ieškoti būdų, kuriais išsiskirtų iš kitų ir sugebėtų pasiūlyti pirkėjui naują, išskirtinę prekę – knygą. Šiandieninėje visuomenėje kultūrinės vertybės vertinamos mažiau, todėl ir daugelis leidyklų praranda kultūrinį atspalvį. Anksčiau dominavusi knygos, kaip kultūros vertybės, švietėjiška funkcija šiandien nebeturi tiek vertės, kadangi vadovaujantis senomis tradicijomis ilgai rinkoje išsilaikyti neįmanoma. Knygų leidybai reikalingos naujos idėjos, nes kiekviena knyga yra skirtinga, todėl ją rengiant negalima taikyti vienodų standartų. Leidybos versle būtina derinti kūrybiškumą su komercine realybe, tuo pačiu leidėjas, leisdamas knygą, turi derinti meninius ir komercinius interesus. Todėl, knygų leidybą galima vadinti menu, kurio tikslas – paversti idėjas knygomis, kurios, savo ruožtu, turėtų atnešti pelno leidėjui.

Taigi, besikeičiančios rinkos sąlygos skatina leidybos verslą prisitaikyti prie naujovių siekiant išlikti rinkoje ir plėsti veiklos ribas. Tuo pačiu ir pats leidybos verslas tampa dinamiškas, kerta valstybių sienas ir veržiasi į tarptautinę rinką. Šiandien knygų leidyba, kaip viena kūrybinių industrijų dalis ir svarbi kultūros sritis, vis labiau neatsiejama nuo komerciškumo sąvokos. Tam didelę įtaką padarė šalių įstojimas į ES, kadangi atsirado galimybė tarptautiniam leidėjų bendradarbiavimui.

Knygos, sulaukusios pasisekimo, pritraukia didelį kitų šalių leidėjų dėmesį, o tai svarbi sąlyga leidėjui, norinčiam užmegzti ryšius su užsienio partneriais. Todėl galima daryti išvadą, kad knygų leidyba balansuoja tarp kultūrinių ir komercinių leidėjo interesų, kadangi kultūriniu požiūriu nevertinga ir komercinės sėkmės nesulaukusi knyga yra neįdomi užsienio leidėjams.

1.3. Tarptautinis bendradarbiavimas tarp leidyklų

Globalizacija – tai reiškinys, kurio metu vyksta žmonijos suvienijimas politinėse, ekonominėse ar socialinėse sistemose siekiant pašalinti šalių sienas ir sudaryti sąlygas dalintis savo talentais, pasiekimais, ekonomija. Šalių integracijos į ES procesas, o taip pat įsiliejimas į kitas pasaulio politines, ekonomines bei socialines struktūras, padarė didelį poveikį kiekvienos valstybės ekonomikai, kiekvienai ūkio šakai ir kiekvienam verslui. Įmonių gebėjimas tinkamai reaguoti ir adaptuoti savo veiklos procesus bei rezultatus keičiantis aplinkybėms yra esminė sėkmės ir išlikimo versle sąlyga. Naujų verslo sąlygų pažinimas, jų prigimties suvokimas – tai pirmasis žingsnis, aiškinantis verslo aplinkos daromą įtaką imonei, tos įtakos pobūdį ir mastą (kokybę ir kiekybę) bei ieškant naudingiausių veiklos būdų, išnaudojant visas galimybes ir išvengiant susidariusių pavojų.

Tarptautinis bendradarbiavimas – tai bendradarbiavimas tarp skirtingų valstybių atstovų, kuri sąlygoja kontekstas: aplinkybės, veikiantys žmonės ar institucijos bei santykis tarp tų žmonių ar institucijų. Jo strateginis tikslas – perimti geriausią kitų šalių patirtį ir perteikti savąją. Tarptautinių organizacijų steigimas ir pagreitį įgavęs globalizacijos procesas palietė daugelį verslo sričių, todėl ir leidėjai suvokė tarptautinio bendradarbiavimo būtinybę. Knygų leidyba, kaip verslo sritis, išėjo už nacionalinių sienų ir įgavo tarptautinį pobūdį, todėl knygų rinka negali būti traktuojama kaip uždara sistema, veikianti iš vidinių šalies resursų.

Knygų leidyba yra nedidelė kiekvienos šalies ekonomikos dalis, tačiau šioje srityje veikiantys asmenys (leidėjai, bibliotekų, švietimo darbuotojai) supranta knygų pramonės vystimosi ir klestėjimo reikšmę bei svarbą pačiai valstybei. Nepaisant kiekvienos šalies knygų pramonėje egzistuojančios konkurencijos, yra tam tikros leidėjų bendradarbiavimo formos, pasireiškiančios įvairių asociacijų steigimu: Prancūzijos ir Lietuvos leidėjų asociacijos, Prancūzijos nepriklausomų leidėjų asociacija *L'autre livre* ir pan. Bendros rinkos sukūrimas paskatino ir tarptautinių organizacijų steigimą. 1896 m. Prancūzijos didieji leidėjai įkūrė Tarptautinę Leidėjų Asociaciją¹, kuriai priklauso abi minėtos šalys (Lietuva ir Prancūzija). Ji rūpinasi autorių teisių apsauga ir gynimu, užtikrina leidybos laisvę ir

¹ Angl. *International Publishers Association*

prigimtinę žmogaus laisvę į saviraišką, *remia literatūros ir skaitymo skatinimo programas, leidėjų tarpusavio bendradarbiavimą bei dalinimąsi gerąja patirtimi* [50]. 1967 m. įsteigta Europos Leidėjų Federacija², kuri *daugiausiai orientuojasi į leidėjų teisių gynimą ir atstovavimą juridiniame lygmenyje* [50], kuriai taip pat priklauso abi šalys. Šių asociacijų steigimas buvo svarbus žingsnis, užtikrinantis tinkamą leidyklų bendradarbiavimą tarptautiniu mastu.

Viena tarptautinio leidyklų bendradarbiavimo formų – tai vienos šalies leidyklos išleisto kūrinio vertimas, leidyba ir platinimas kitoje šalyje. Toks bendradarbiavimas prasideda licencinių sutarčių pasirašymu tarp dviejų skirtingų šalių leidyklų. „Visuotinė lietuvių enciklopedija“ apibrėžia šios sutarties objektą bei sąlygas: *licencinė sutartis – rašytinis susitarimas, kuriuo viena šalis (licenciaras) suteikia teisę kitai šaliai (licenciatui) naudotis licencijos objektu nustatytomis sąlygomis ir nurodytoje teritorijoje, o licenciatas įsipareigoja mokėti atlygį už naudojimąsi licencijos objektu* [51, p. 111]. Licencinėje sutartyje nustatytomis sąlygomis su sutarties objektu gali būti atliekami įvairūs veiksmai: gamyba (konkrečiam tikslui naudoti tam tikro gamybos būdo pasirinkimas), naudojimas, pardavimas, importas, eksportas ir t.t. Ši sutartis apibrėžia galiojimo teritoriją (viena ar kelios valstybės) ir terminą, sutarties nutraukimo tvarką, licencinio atlygio dydį ir apmokėjimo tvarką, šalių teises ir pareigas, atsakomybę už sutarties sąlygų pažeidimą ir kt. [51, p. 111]. Leidyklos, pasirašiusios licencinę sutartį, įgyja teisę versti, išleisti, platinti knygą savo šalyje ir gauti už tai atlygį pagal sutartyje nustatytas sąlygas. Ši sutartis yra pagrindinis dokumentas, užtikrinantis leidyklų bendradarbiavimo kokybę bei teisėtą ir tinkamą iškeltų sąlygų vykdymą.

Taigi, vykstantys globalizacijos procesai paskatino knygų leidybos pramonės plėtrą tarptautinėje rinkoje. Pradėjus bendradarbiauti užsienio leidykloms, atsirado būtinybė steigti tarptautines organizacijas, atsakingas už kokybišką kiekvienos valstybės leidėjų ir autorių teisių nepažeidžiančio bendradarbiavimo užtikrinimą. Licencinė sutartis – tai esmines nuostatas dėl knygos vertimo, parengimo, išleidimo ir platinimo nustatantis bei santykius tarp užsienio leidyklų (knygos leidybos metu) reglamentuojantis dokumentas. Šioje sutartyje nustatyti knygos išleidimo ir platinimo terminai apibrėžia ir leidyklų bendradarbiavimo laiką. Lietuvos ir Prancūzijos leidyklos nėra pasirašiusios ilgalaikių sutarčių, kuriomis būtų įsipareigojama nuolat bendradarbiauti ilgą laiką – leidyklas siejantys ryšiai nutrūksta pasibaigus sutarties galiojimo terminui (yra galimybė pratęsti sutartį), todėl galima teigti, kad tai trumpalaikis, vienkartinis, vienos konkrečios knygos leidybos ir platinimo metu trunkantis bendradarbiavimas.

² Angl. *Federation of European Publishers*

1.4. Tarptautinio leidyklų bendradarbiavimo reikšmė ir galimybės

Knygų leidyba, kaip kultūrinės vertybes įtvirtinanti verslo sritis, balansuoja tarp dviejų – kultūros ir komercijos – sferų, todėl ir tarptautinis leidyklų bendradarbiavimas komunikuojančioms šalims yra svarbus keletu aspektų:

- visų pirma, leidyklų bendradarbiavimas tarptautiniu lygmeniu suteikia visuomenei galimybę pažinti aplink esantį pasaulį, kitų šalių kultūras;
- visų antra, leidyklos bendradarbiaudamos su užsienio leidėjais įgyja daugiau patirties, pritraukia investicijas ir gauna pelną.

Žinių visuomenės raida skatina leidybos verslą tobulėti ir prisitaikyti prie visuomenės poreikių. Greta pažangių informacijos ir komunikacijos technologijų visgi išlieka ir tradiciniais laikomi informacijos sklaidos būdai, todėl knygų leidyba taip pat sudaro palankias sąlygas visuomenės savišvietai bei žinių sklaidai – spausdinta knyga yra laikoma svarbiu visuomenės, kelyje į pažangą, varikliu ir būtinu veiksmu, skatinančiu žmones tobulėti. Knyga yra vienas pagrindinių asmens intelekto šaltinių, todėl nesunku išvelgti glaudų ryšį tarp knygos, žinių ir išsilavinusio žmogaus. Knyga, kaip informacijos priemonė, jau kelis šimtamečius tenkina visuomenės žinių poreikį, norą pažinti aplink esantį pasaulį, o knygų leidybos verslo įsiliejimas į tarptautinę rinką garantuoja suvokimo, pasaulėžiūros plėtrą.

Vykstantys globalizacijos procesai praplėtė ne tik šalių ekonomikos ir verslo ribas, bet taip pat ir visuomenės akiratį. Noras pažinti svetimą kultūrą, tradicijas, papročius, literatūrą ir kitas sritis paskatino vertingų kūrinių paiešką užsienio šalyse. Bendradarbiavimas su kitų šalių leidėjais, kūrinių vertimai į gimtąsias kalbas daugiau ar mažiau tenkina visuomenės žingeidumą ir suteikia galimybę susipažinti su kitos šalies literatūrinėmis tradicijomis. Knyga tampa pažinimo priemone.

Kita vertus, tarptautinis leidėjų bendradarbiavimas neatsiejamas ir nuo asmeninės leidėjų naudos, pelno siekimo. Kaip dauguma šiuolaikinių įmonių, siekdamos plėsti savo verslą, ieško būdų pelningai ir saugiai investuoti, taip ir leidyklos ieško komerciškai vertingų, paklausių kūrinių, kurie atneštų pelną. Kiekviena leidykla siekia sudominti užsienio leidėjus savo produkcija ir taip įžengti į kitos šalies rinką, tuo pačiu seka užsienio tendencijas, aktyviai ieško pasisekimo kitose šalyse sulaukusių kūrinių, juos verčia ir siūlo savo šalies rinkai. Leidėjas, užsitarnavęs gerą vardą, turi daugiau galimybių sulaukti pasisekimo tarptautinėje veikloje. Sugebėjimas rinkai pasiūlyti kokybišką, išskirtinį

produktą, atneša leidybos įmonei didesnę pelną, stabilesnę padėtį rinkoje ir pritraukia daugiau užsienio partnerių, norinčių bendradarbiauti ir gauti knygos vertimo teisę.

Knygų leidybos versle egzistuoja dilema – investuoti į nacionalinę rinką ir leisti šalies autorių kūrinius ar ieškoti užsienio partnerių-leidyklų ir investuoti į užsienio autorių knygas. Dažnai pastebima tendencija rinktis antrąjį variantą, kadangi tarptautinis bendradarbiavimas su kita leidykla, turinčia gerą vardą ir galinčia pasiūlyti komerciškai paklausų kūrinį, atneša daugiau naudos. Pirmiausia, įgyjama tarptautinės leidybinės patirties, užsienio leidyklų išleistas, kitose šalyse gerai žinomas kūrinys daugiau ar mažiau garantuoja pardavimus savoje šalyje, o tai lemia investicijų susigrąžinimą ir pelną. Būtent todėl leidėjai, suprasdami didesnę ar mažesnę naudą sau, renkasi leisti užsienio autorių knygas.

Taigi, tarptautinis leidyklų bendradarbiavimas yra naudingas žingeidžiai visuomenei ir patiems leidėjams, siekiantiems patekti į tarptautinę rinką ar pritraukti užsienio investuotojus. Ryšių su užsienio partneriais palaikymas atvėrė kelius knygų leidybos plėtrai ir suteikė galimybę skaitytojams pažinti svetimas kultūras.

Šiame skyriuje išanalizavus šiandieninės knygų leidybos ypatumus paaiškėjo, kad ši veiklos sritis jau nebėra grindžiama vien kultūrinėmis vertybėmis. Kiekvienos leidyklos strategija yra orientuota į pelno gavimą, todėl knygų leidybą galima vadinti komerciniu ir pakankamai rentabiliu verslu. Vykstant globalizacijai, leidybos verslas peržengė nacionalines sienas ir šiandien jau galima rasti nemažai Lietuvos ir Prancūzijos leidyklų bendradarbiavimo pavyzdžių. Tarptautinės rinkos sukūrimas sudarė palankias sąlygas ryšių su užsienio leidyklomis užmezgimui, kūrinių vertimui į nacionalines kalbas. Knyga tapo kitos kultūros pažinimo ir leidyklos finansinių išteklių didinimo priemone.

2. PRANCŪZIJOS IR LIETUVOS KNYGŲ RINKŲ YPATUMAI

Prieš pradėdant analizuoti Lietuvos ir Prancūzijos leidyklų bendradarbiavimo ypatumus, svarbu pateikti šių šalių knygų rinkų charakteristikas, išryškinti egzistuojančius panašumus ir skirtumus, kurie turėtų padėti susidaryti aiškesnį vaizdą apie knygų leidybos tendencijas šiose šalyse. Šiame skyriuje analizuojami leidybos įmonių koncentracijos, susijungimo procesai, kurie sąlygoja didžiųjų leidybos koncernų, monopolio susiformavimą. Taikant lyginamosios analizės metodą siekiama sugretinti Prancūzijos ir Lietuvos knygų rinkas išskiriant joms būdingus bendrus ir skiriamuosius bruožus. Taip pat aptariamos abiejų šalių knygų leidybos tendencijos, analizuojama leidėjų specializacija.

2.1. Prancūzija ir Lietuva pasaulinės knygų rinkos kontekste

Pasaulinei knygų rinkai priklauso daugybė šalių, kurios viena nuo kitos skiriasi ne tik savo dydžiu (teritoriniu atžvilgiu), bet ir daugeliu kitų kriterijų. Pasak prof. dr. R. Misiūno, kiekvienos šalies knygų leidybos formavimuisi ir vystimuisi didelę įtaką padarė, pirmiausia, šalies istorinės, politinės, socialinės, ekonominės bei švietimo sąlygos, taip pat visuomenės branda, kalba bei galimybė pirkti knygas už laisvai konvertuojamą valiutą [40, p. 8]. Pasaulinėje rinkoje nuolat dominuoja didžiosios pasaulio šalys, pavyzdžiui, JAV, D. Britanija, Vokietija, Prancūzija, Ispanija, Japonija ir kt. 2010 m. liepos 17 d. Prancūzijos savaitraštyje „Livre Hebdo“ buvo paskelbta planetos didžiųjų leidybos grupių klasifikacija, kurioje pirmas septynias vietas užima *Pearson* (JAV tarptautinė kompanija, kuriai priklauso *The Penguin Group*), *Reed Elsevier* (leidykla, priklausanti *Reed Elsevier Group PLC*, kuriai sudaro dvi kompanijos: D. Britanijos *Reed International PLC* ir Olandijos *Elsevier NV*), *Thomson Reuters* (JAV kompanija, kuriai priklauso leidykla *Apastore Books*), *Wolters Kluwer* (Olandijos informacijos paslaugų ir leidybos kompanija), *Bertelsmann* (Vokietijos leidybos ir žiniasklaidos koncernas), *Hachette Livre* (didžiausia Prancūzijos leidybos grupė) ir *Planeta* (Ispanijos tarptautinė leidybos ir komunikacijų grupė) [35]. Derėtų atkreipti dėmesį, kad šie išvardinti leidėjai yra pavaldūs pasaulinio lygio koncernams, ar priklauso kompanijoms, kurios užsiima ir kita, dažnai su leidyba nesusijusia, veikla. Tokių kompanijų pajamos yra nepalyginamai didesnės nei tų leidėjų, kurie yra nepavaldūs ir veikia nepriklausomai.

Prancūzija, viena didžiausių Vakarų Europos valstybių, užima svarbią vietą pasaulinėje knygų rinkoje. Tam daug įtakos turėjo ne tik prancūzų kalbos paplitimas bei šia kalba kalbančios bendruomenės gausa, bet taip pat ir prancūzų kultūros tradicijos, kuriomis jau ilgą laiką domisi kitos

tautos. Tuo tarpu Lietuva savo dydžiu ženkliai nusileidžia Prancūzijai (ir kitoms šalims), o tai iš dalies paaiškina mažą kitų šalių domėjimąsi mūsų kultūra, o taip pat ir leidybine produkcija. Žinoma, Lietuvos leidybinės tradicijos yra dar labai „jaunos“, lyginant su ekonomiškai stipriau išvystytais valstybėmis, mūsų leidžiamos produkcijos kiekybiniai parametrai nėra tokie dideli, tačiau kokybiniu atžvilgiu Lietuvos leidėjai nenusileidžia didžiųjų šalių leidėjams.

Nesigilinant į Prancūzijos leidybos istorinę raidą ir žvelgiant į šiandieninę leidybos industrijos situaciją, galima teigti, kad šios šalies knygų rinka yra gana sudėtingas ir painus darinys. Prancūzijoje, kaip ir Lietuvoje, nuolat atsiranda naujų leidėjų, o jau esantys, atradę savo nišas ir jau įsitvirtinę, stiprina savo pozicijas ir siekia užimti kuo didesnę šalies knygų rinkos dalį. Anot A. Baverstock, *reikšmingiausia pastarųjų metų tendencija knygų pasaulyje – tai jo dalyvių stambėjimas* [7, p. 15]. Didžiosios masinės komunikacijos grupės ar įmonės dažnai savo valdžioje turi leidybos įmones, taip pat žurnalų, muzikos ir filmų gamintojų bei televizijos akcijų, tačiau pačios vykdo su leidybos pramone nesusijusią veiklą. Ši tendencija ypač ryški Prancūzijoje, kur susijungimo procesai vyksta jau kelis dešimtmečius. Tačiau šalia jau susiformavusių finansiškai galingų didžiųjų leidybos koncernų egzistuoja nemažai vidutinio dydžio leidyklų ir nepriklausomų leidėjų, kurių skaičius auga kasmet. Pastaraisiais metais leidyklų stambėjimo procesai prasidėjo ir Lietuvoje – taip išryškėjo knygų rinkos lyderiai, kurie nustūmė į paribį mažąsias šalies leidyklas.

Didžiųjų koncernų kūrimasis ir leidybos įmonių jungimasis į didesnius vienetus šiandien yra viena ryškiausių „kultūros pramonės“ ypatybių, kurią, remiantis būtent šių šalių – Lietuvos ir Prancūzijos – patirtimi, stengiamasi pabrėžti ir išaiškinti šiame skyriuje.

2.2. Leidybos koncentracija Prancūzijoje ir Lietuvoje

Jau nuo XX a. penktojo dešimtmečio Prancūzijoje pastebima sparti leidybos pramonės, taip pat ir kitų ekonomikos sričių, plėtra, kuri pasireiškia įvairių susivienijimų kūrimu – šis procesas pamažu įgavo pagreitį ir paskatino šalies leidybos įmonių diferenciaciją [21]. Kaip pavyzdį, iliustruojantį tokią situaciją, galima paminėti leidėją *Gauthier-Villars*³, kuris 1960 m. buvo prijungtas prie *Dunod*⁴, o šis

³ *Gauthier-Villars* – Prancūzijos leidykla, įkurta 1790 m. Ji vaidino svarbų vaidmenį meno, mokslo darbų leidyboje, o būdama viena svarbiausių to meto mokslinių darbų leidėjų bei platintojų Prancūzijoje, darė didelę įtaką XIX a. – XX a. pr. mokslo raidai.

⁴ *Dunod* – Prancūzijos leidykla, įkurta 1866 m. 1997 m. leidykla buvo perpirkta *Havas*, vėliau prijungta prie *Vivendi Universal Publishing*, o 2004 m. ją įsigijo *Lagardère*. *Dunod* dabar priklauso leidybos grupei *Hachette Livre* ir specializuojasi akademinė ir profesinė leidyboje.

1972 m. prisijungė prie *Bordas*⁵ – visa ši sąjunga buvo pavadinta *Bordas-Dunod-Gauthier-Villars*. Ši koncerna 1976 m. įsigijo *Presses de la Cité*⁶, kuri 1995 m. pateko į visišką grupės *CEP Communication*⁷ kontrolę. 1997 m. *Havas S.A.*⁸ nupirko *CEP Communication* ir 1998 m., galiausiai, susijungus šiems dviems grupėms atsirado viena grupė *Havas Publications Editon*, kuri 1998-1999 m. buvo perpirkta grupės *Vivendi*⁹ ir tapo jos dukterine įmone. 2000 m. susikūrė *Vivendi Universal*, o *Havas* tapo šios grupės filialu, atsakingu už leidybą, ir buvo pervadintas į *Vivendi Universal Publishing*.

Šis didžiulis junginys neišsilaikė ir buvo priverstas nutraukti leidybinę veiklą. *Hachette Livre*¹⁰ tuomet tikėjosi perimti visą šį junginį į savo rankas. 2004 m. Europos Komisija leido jai įsigyti 40% *Vivendi Universal Publishing* leidybos pramonės akcijų¹¹, o likusieji 60% sugrįžo į rinką, t.y. visos kitos su leidyba ir platinimu susijusios sritys, kurios neatiteko *Hachette Livre*, atiteko grupei *Editis*¹². Ji nuo 2004 m. buvo pavaldi Prancūzijos investicinei įmonei *Wendel Investissement*, o tapusi pilnateisiu jos filialu, netrukus ėmė sparčiai plėstis¹³. 2008 m. *Editis* grupę perpirko tarptautinė Ispanijos leidybos ir komunikacijų įmonių grupė *Planeta*.

⁵ *Bordas* – Prancūzijos leidykla, įkurta 1946 m. Pradžioje specializavosi mokomosios literatūros leidyboje, taip pat leido informacinio kultūrinio pobūdžio knygas, susijusias su istorija, literatūra, filosofija, muzika, gamtos mokslais ir pan. Nuo 2009 m. specializuojasi tik vadovėlių ir žodynų leidyboje. Ji dabar priklauso leidybos grupei *Editis*, kurią 2008 m. nupirko Ispanijos įmonių grupė *Planeta*.

⁶ *Presse de la Cité* – Prancūzijos leidykla, įkurta 1944 m. Ji specializuojasi prancūzų autorių kūrinių leidyboje ir jų eksporto į užsienio šalis srityje. 1976 m. nupirko *Bordas* leidyklą, tačiau netrukus pati pateko į *Havas* rankas, o vėliau ją perpirko *Vivendi Universal Publishing*. Kai 2003 m. iširo *Vivendi Universal Publishing*, grupė *Presse de la Cité* tapo *Editis* dalimi.

⁷ *CEP Communication* įkurta 1975 m. ir pavadinta Europos komunikacijų kompanija (Compagnie Européenne de Communication). Susijungusi su *Havas*, *CEP Communication* tapo tarptautinio lygio grupe, orientuota į tris sritis: specialioji-profesinė ir bendro pobūdžio spauda (grupei priklauso *l'Express*, *le Point*, *l'Expansion* ir *Courrier international*), profesinių mugių organizavimas ir knygų leidyba. Nuo 2002 m. priklauso Anglijos investicinių fondų grupei *Aprovia*.

⁸ 1940 m. padalinus *Agence Havas* į dvi įmones buvo įkurta *Havas* ir *Agence France-Presse*. *Havas* tuomet tapo reklamos ir leidybos grupe. 1987 m. ji buvo privatizuota ir pervadinta į *Havas S.A.*

⁹ *Vivendi* – pasaulinio lygio lyderių grupė, kuri specializavosi komunikacijos ir pramogų srityje. Pagrindinės jos veiklos kryptys: telekomunikacijų ir interneto tinklų valdymas (*SFR*, *GVT*, *Maroc Telecom*), muzikos leidyba ir platinimas (*Universal Music Group*), televizija ir kinas (*Groupe Canal+*, *NBC Universal*), taip pat video žaidimų leidyba ir platinimas (*Activision Blizzard*). 2000 m. grupė buvo pervadinta *Vivendi Universal*.

¹⁰ *Hachette Livre* – svarbiausia leidybos grupė Prancūzijoje, įkurta 1826 m. Ji nuo pat XIX a. pab. buvo atsakinga už knygų platinimą ir Prancūzijos periodinę spaudą. Ilgainiui smarkiai išplėtusi savo veiklos sritis, ji tapo viena didžiausių leidybos grupių pasauliniu mastu. *Hachette Livre* priklauso *Lagardère Media*, didžiuliam industrinės įmonės *Lagardère* žiniasklaidos filialui.

¹¹ *Hachette Livre* išsaugojo šias leidyklų grupes: *Larousse*, *Dalloz*, *Dunod*, *Armand Colin*, *Sedes*, *Nathan-Université*, grupė *Anaya* ir distribucijos centrą *Ivry-Rigaud*.

¹² *Editis* – tai prancūzų leidybos grupė, susiformavusi 2004 m. Jai priklauso didžioji buvusios grupės *Vivendi Universal Publishing* akcijų dalis (60%), kita dalis (40%) priklauso grupei *Hachette Livre*. *Editis* dabar priklauso Ispanijos grupei *Planeta*.

¹³ *Editis* įsigijo šias leidybos grupes: *Éditions First*, *Éditions XO*, *Groupe De Boeck*, *Éditions Gründ*, *Paraschool* ir t.t.

Taigi, po grupės *Vivendi Universal Publishing* dalybų, *Dunod* tapo *Hachette Livre* nuosavybe, o *Bordas* atiteko į *Editis* rankas. Leidėjas *Gauthier-Villars* visiškai nutraukė savo veiklą – jo žurnalų pramonę nupirko tarptautinis mokslinis leidėjas *Elsevier*, o visa kita perėmė *Dunod*. Svarbu paminėti, kad visos šios išskirstytos leidybos grupės išsaugojo savo pavadinimus, tačiau tapusios didesnių grupių filialais, turėjo paklusti jų politikai ir tapo vienu iš jų komercijos ženklų.

Tokie procesai, vykę XX a. Prancūzijos leidybos pramonėje, paskatino didžiųjų leidybos gigantų susiformavimą. Dabartinė XXI a. situacija knygų rinkoje yra gana aiški: lyderių poziciją užima du leidėjai – *Hachette Livre* bei *Editis*, ir nuolat didina savo įtaką leidybos pramonėje; kitos Prancūzijos leidyklos priverstos konkuruoti tarpusavyje dėl rinkos ir stengtis išitvirtinti didžiųjų leidybos grupių dar neapimtuose rinkos sektoriuose.

Lietuvoje leidybos verslo situacija nėra tokia paini, nes, kaip jau buvo minėta, susijungimo procesai prasidėjo tik pastarąjį dešimtmetį. Šalies knygų rinkos formavimuisi didžiausią įtaką padarė istoriniai bei politiniai įvykiai, kuriais remiantis galima paaiškinti leidybos verslo kūrimosi atsilikimą nuo kitų šalių.

Lietuvai atgavus nepriklausomybę, masiškai pradėjo kurtis leidyklos – 1990 m. buvo užfiksuota 71 bent vieną knygą išleidusi leidykla ar leidėjas, o 1992-aisiais - jau beveik 500 [42]. Leidyklų skaičius po truputį augo kasmet (išskyrus 2000 m., leidyklų skaičius buvo sumažėjęs), o šiandien, Lietuvos Nacionalinės Martyno Mažvydo bibliotekos Lietuvos integralios bibliotekų informacijos sistemoje (LIBIS) nurodoma, kad knygų leidyba verčiasi beveik tūkstantis įmonių [31]. Tokie skaičiai įrodo, kad nors leidėjai ir susidūrė su daugeliu problemų, per dvidešimt metų jie išmoko daugiau ar mažiau sėkmingai jas spręsti ir prisitaikyti prie rinkos diktuojamų sąlygų.

Šiandien Lietuvos knygų rinkoje pastebimi ryškūs apimčių skirtumai tarp didžiųjų ir mažųjų leidybos įmonių. Dominuoja vienas lyderis – *Alma littera*, kuriai jau ilgą laiką negali prilygti nė viena vidutinio dydžio šalies leidykla. *Alma littera* savo veiklą pradėjo 1990 m.. 2002 m. ji įsigijo didžiausios mokomosios literatūros leidyklos *Šviesa* kontrolinį akcijų paketą ir taip susiformavo „*Alma littera*“ įmonių grupė. Dar prieš šią sąjungą *Alma littera* užėmė aukštą Lietuvos leidyklų reitingo vietą, o šis susijungimas dar labiau sustiprino leidyklos pozicijas rinkoje. 2003 m. buvo įkurtas pirmasis oficialus knygų klubas Lietuvoje; tais pačiais metais Vilniuje buvo atidarytas ir pirmasis knygynų tinklo *Pegasas* knygynas. Šiandien šis knygynų tinklas pagal apyvartą yra vienas didžiausių knygynų tinklų Lietuvoje ir turi 28 knygynus įvairiuose šalies miestuose [3]. Taigi, „*Alma littera*“ įmonių grupę dabar sudaro dvi leidyklos – *Alma littera* ir *Šviesa*, Knygų klubas bei knygynų tinklas *Pegasas*. Ji yra

didžiausia knygų leidybos ir prekybos grupė Baltijos šalyse [14]. 2009 m. *Alma littera* grupė įsigijo keturis *Baltų lankų* knygynus ir dabar valdo maždaug 30 – 35 % šalies knygų rinkos [2].

Pažymėtina, kad *Alma littera* nepateko į jokios įmonės rankas ir pati išplėtė savo veiklą, priešingai nei daugelis užsienio šalių leidyklų, kurios buvo nupirktos ir tapo pavaldžios dideliems koncernams. Toks leidyklų įsiliejimas į stabiliai veikiančias dideles kompanijas garantuoja joms stabilumą, finansinę gerovę bei žinomumą šalies ir/ar pasaulio mastu.

Panašių pavyzdžių, kuomet leidykla patenka į kitų įmonių, bendrovių rankas, Lietuvoje yra – tai 1945 m. įkurtos leidyklos *Vaga*¹⁴ atvejis. 1994 m. ji buvo privatizuota, o nuo 1995 m. ją valdo investicinė bendrovė *Vorto*. Netrukus leidykla buvo išskirstyta ir įkurtos trys atskiros įmonės: *leidykla Vaga*, *Vagos prekyba* (1997 m.), turinti didžiausią Lietuvoje 37 knygynų tinklą *Vaga*, ir *Vagos knygų centras* (1999 m.), kuris per keletą metų tapo didžiausiu Lietuvoje didmeninės knygų prekybos ir platinimo lyderiu [5]. 2005 m. Įmonė *Rotas*¹⁵ nupirko visas *Vagos knygų centro* akcijas ir pakeitė jo pavadinimą į *Respublikinį knygų centrą*. Šis centras vertėsi didmenine ir mažmenine prekyba knygomis, bendradarbiavo su prekybos centrais, knygynais, bibliotekomis, mokslo ir švietimo įstaigomis. Pernai jis paskelbė apie pasitraukimą iš rinkos, o jo didmeninės prekybos veiklą perėmė antrinė bendrovė *Kalbų erdvė* [26]. Bendrovė *Vorto* valdo „Vagos“ įmonių grupę, kuriai priklauso leidykla *Vaga* (bendrovei *Vorto* priklauso 72% leidyklos akcijų) [52] ir *Vagos prekyba*, valdanti knygynų bei didmeninės prekybos knygomis tinklą.

Kitas pavyzdys, iliustruojantis leidyklų susijungimą – tai leidyklų *Versus aureus* ir *Gimtas žodis* atvejis. 2008 m. *Versus aureus* perėmė nuosavybės teisę į 86,3% įmonės *Gimtas žodis* akcijų [13]. Nuo tada leidyklai priklauso dvi įmonės: *Gimtas žodis* ir pačios leidyklos *Versus aureus* dar 2007 m. įsteigta knygų platinimo įmonė *De Libris*, kuri vykdo bibliotekų užsakymus. *Versus aureus* dar prieš susijungimą užėmė aukštas pozicijas Lietuvos knygų rinkoje, o kartu su leidykla *Gimtas žodis*, ji užima antrąją vietą didžiųjų Lietuvos leidyklų reitinge, kuri sudarė laikraštis „Verslo žinios“ pagal 2009 m. gautas pajamas.

Taigi, tapo aišku, kad susijungimo, leidyklų įsiliejimo į kitas įmones, procesai yra būdingi abiejų šalių – Prancūzijos ir Lietuvos – knygų rinkoms. Galima teigti, kad leidyklos, susijungusios viena su kita, ar patekusios į kitų įmonių valdžią, užima aukštesnes, stabilesnes pozicijas rinkoje negu tie leidėjai, kurie veikia nepriklausomai nuo kitų. Žinoma, tokie susijungimo atvejai šiandien yra

¹⁴ Anksčiau buvo *Valstybinė grožinės literatūros leidykla*. 1964 m. pervadinta į *Vaga*.

¹⁵ UAB „Rotas“, įkurta 1991 m.. Ji yra viena stambiausių knygų prekybos įmonių Lietuvoje. Tai yra vienas didžiausių specializuotų užsienio kalbų mokymo priemonių aprūpinimo centrų Lietuvoje ir turi filialus Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje, Šiauliuose, Panevėžyje, Utenoje ir Visagine.

dažnesni didesnėse šalyse, šiuo atveju Prancūzijoje. Tačiau tokioje mažoje šalyje, kaip Lietuva, yra per daug įvairaus dydžio leidyklų, todėl ateityje galima laukti ir daugiau leidyklų susivienijimų.

2.3. Dabartinė situacija Prancūzijos ir Lietuvos knygų rinkose

Išanalizavus leidybos pramonės dalyvių stambėjimo, susijungimo tendenciją abiejose šalyse, svarbu aptarti ir šiandieninę situaciją, kreipiant didžiausią dėmesį į didžiųjų ir mažųjų Prancūzijos ir Lietuvos leidėjų išsidėstymą rinkoje.

2.3.1. Didieji leidėjai

Išnagrinėjus leidybos pramonės koncentracijos procesus, tapo aišku, kad Prancūzijos leidybos pramonė yra monopolizuota. 2009 m. duomenimis, dvi leidybos grupės tarpusavyje dalinasi maždaug 40-50% Prancūzijos knygų rinkos, kelioms vidutinio dydžio grupėms priklauso apytiksliai 25% rinkos, o likusius 25% knygų rinkos dalinasi daug mažų ir nepriklausomų leidėjų [21].

Nepaisant to, kad dvi grupės dalinasi didžiausią Prancūzijos knygų rinkos dalį, jų tarpusavio jėgų pusiausvyra nėra lygi. Tuomet, kai egzistavo *Vivendi Universal Publishing*, ji ir *Hachette Livre*, rinkoje buvo beveik lygiavertės. Tačiau tada, kai *Vivendi Universal Publishing* buvo išskirstyta, *Hachette Livre* užėmė lyderio poziciją ir vis dar pirmauja iki šiol.

Pažymėtina, kad šie du leidybos gigantai, kaip ir daugelis kitų Prancūzijos leidyklų, nėra visiškai savarankiški – jie priklauso dideliems koncernams, kurių veiklos sritys nėra susijusios su knygų leidyba. Pavyzdžiui, *Hachette Livre* priklauso grupės *Lagardère* žiniasklaidos filialui *Lagardère Media*, kurio veikla orientuota į įvairius komunikacijos sektorius: knyga ir spauda, spausdinimas ir platinimas, audiovizualinė produkcija, naujosios technologijos ir kitos sritys. Įmonės veikla apima ir daugelį kitų sričių: civilinė ir karinė aviacija, gynybos ir saugumo sistemos ir kt. [29]. Tuo tarpu Ispanijos *Planeta* – tarptautinė leidybos ir komunikacijos įmonių lyderių grupė, kuriai dabar priklauso *Editis*, valdo antrąjį Ispanijos televizijos kanalą *Antena3*; ji taip pat yra trijų Ispanijos didžiųjų laikraščių *La Razón*, *ADN* ir *Avui* bei vieno Kolumbijos laikraščio *EL Tiempo* akcininkė [43]. Nepaisant to, *Editis* sugebėjo išlaikyti savo autonomiją – ji vis dar laikoma antrąja pagal dydį Prancūzijos leidykla, turi savo vadovų tarybą ir toliau tęsia savo veiklą. Susijungusi su *Planeta*, ji atrado daugiau plėtros galimybių, pavyzdžiui, 2009 m. *Editis* sukūrė skaitmeninio platinimo platformą, prie kurios prisijungė daugiau nei 100 leidyklų ir leidybos grupių [16].

Svarbu paminėti, kad *Bordas* leidykla, priklausanti *Editis*, nuo 2007 m. pradėjo rūpintis planetos apsauga – visi *Bordas* leidiniai yra spausdinami ar perspausdinami naudojant perdirbtą popierių arba popierių, kuris yra pažymėtas Miškų Valdymo Tarybos¹⁶ (popierius, pagamintas iš medienos, gaunamos iš nuolat atsodinamų miškų). Pažymėtina, kad tai yra pirmas atvejis, kai svarbus leidėjas ėmėsi rūpintis planetos gamtinių išteklių išsaugojimu [16].

Prancūzijos savaitinis žurnalas „Livre Hebdo“, skirtas leidybos profesionalams, kasmet skelbia didžiųjų šalies leidyklų klasifikaciją. Remiantis naujausiais Prancūzijos leidėjų metinių apyvartų duomenimis, sudarytoje klasifikacijoje dominuoja devyni leidėjai.

1 lentelė. Didieji Prancūzijos leidėjai pagal 2009 m. apyvartą¹⁷

Leidėjas/būstinė	Priklausomybė/ šalis	Metinė apyvarta	Pastabos
Hachette Livre (Paryžius)	Lagardère SCA (Prancūzija)	2,15 mlrd. eurų	Priklausantys leidėjai: <i>Albert-René, Armand Colin, Calmann-Lévy, Deux coqs d'or, Disney-Hachette, Fayard, Grasset, Groupe Fayard, Groupe Hatier (Didier, Foucher, Hatier, Rageot), Editions Dunod, Harlequin, Hachette, Hatier, Hazan, Editions Larousse, Lattès, Le Guide du Routard, Le Livre de Paris, Le Livre de Poche, Le Masque, Marabout, Stock.</i>
Editis (Paryžius)	Planeta (Ispanija)	760 mln. eurų	Priklausantys leidėjai: <i>0/18, Belfond, Bordas, De Boek, Duculot, Fixot, Fleuve Noir, Julliard, La Découverte, Le Cherche Midi, Le Robert, Nathan, Oh ! éditions, Plon-Perrin-Orban, Pocket, Presses de la Cité, Presses de la Renaissance, Robert Laffont, Seghers, Solar-Belfond, XO.</i>
France Loisirs (Arras)	Bertelsmann (Vokietija)	367 mln. eurų	Kartu su <i>Hachette Livre</i> ir <i>Editions Albin Michel</i> 2007 m. įkūrė audio knygų leidyklą <i>Audiolib</i> . Jai priklauso 25% šios leidyklos akcijų.
Média Participations (Paryžius)	Média Participations (Prancūzija- Belgija)	310 mln. eurų	Nepriklausomas leidėjas. Priklausantys leidėjai: <i>Dargaut, Dupuis, Le Lombard, Kana, Chronique, Mediatoon Corporate, Mango, Rustica Editions, Fleurus pratique</i> ir kt.
Groupe des Editions Lefebvre-Sarrut (Paryžius)	Frojal (Prancūzija)	309 mln. eurų	Priklausantys leidėjai: <i>Editions Francis Lefebvre, Editions Législatives, Editions Dalloz, Omnidroit, Lefebvre Software</i> ir kt.
Editions Atlas (Paryžius)	De Agostini (Ispanija-Italija)	306 mln. eurų	Tai leidybos grupės <i>ATLAS Group</i> filialas Prancūzijoje. <i>ATLAS Group</i> priklauso <i>De Agnostini</i> įmonei.

¹⁶ Angl. *Forest Stewardship Council*

¹⁷ Tokios metinių apyvartų duomenys pateikti Prancūzijos nacionalinės televizijos kanalo *france2.fr* tinklapyje. Tokius duomenis kanalui pateikė savaitinis žurnalas „Livre Hebdo“ [14].

Groupe Flammarion (Paryžius)	RCS Media Group (Italija)	285 mln. eurų	Priklausantys leidėjai: <i>Autrement, Casterman, Delagrave, Flammarion, Flammarion Québec, Fluide Glacial, J'ai Lu, Pygmalion, Jungle Editions, Aubier, Arthaud, Climats, Librio, Père Castor, Librio</i> ir kt.
La Martinière – Le Seuil (Paryžius)	La Martinière Groupe (Prancūzija)	242 mln. eurų	Nepriklausomas leidėjas. Priklausantys leidėjai: <i>Aubanel, Editions de La Martinière Jeunesse, Delachaux & Niestlé, Hermé, L'Olivier, Petit-à-petit, Points, Editions de La Martinière, Seuil</i> ir kt.
Groupe Gallimard (Paryžius)	Groupe Gallimard (Prancūzija)	241 mln. eurų	Nepriklausomas leidėjas. Priklausantys leidėjai: <i>Gallimard Jeunesse, Gallimard Loisirs/ Guides Gallimard, Danoël, Alternatives, Futuropolis, P.O.L., Joëlle Losfeld, Vertikales, Le Mercure de France, Éditions de la Table ronde</i> ir kt.

Lentelėje pateikti duomenys įrodo, kad Prancūzijos leidybos pramonė neišvengė didžiųjų finansinių grupių susiformavimo. Susivienijimai ir rinkos globalizacija – tai pagrindinė jų priemonė siekiant gauti kuo didesnę pelną. Vykdydamos pasaulinio masto ekonomiką savo valdžioje jos turi daug leidyklų, produkcijos paskirstymo kanalų ir nemažą knygynų tinklą, o tai joms padeda dar stipriau įsitvirtinti rinkoje.

Kaip matyti, *Hachette Livre* yra vienintelė Prancūzijos leidybos grupė, kurios metinė apyvarta viršija 2 milijardus eurų. Remiantis jos metinės apyvartos duomenimis, *Hachette Livre* grupė yra laikoma pagrindiniu leidėju Prancūzijoje, nepaisant to, kad net 69% viso jos verslo yra vykdoma už Prancūzijos ribų; ji taip pat užima pirmąją vietą tarp Didžiosios Britanijos didžiųjų leidėjų, penktąją – JAV ir taip pat yra laikoma šeštuoju leidėju pasauliniu mastu [14]. *Hachette Livre* taip pat yra didžiausias knygų platintojas Prancūzijoje ir visose frankofoniškose šalyse. Ji turi nuosavą Knygų Platinimo Centrą¹⁸ Maurepas mieste, regioninius centrus Nantes, Lyon miestuose ir kitose šalyse – Šveicarijoje, Belgijoje, Kanadoje. *Hachette Livre* paskirsto maždaug 250 milijonus knygų per metus [10].

Iš lentelėje pateiktų duomenų matyti, kad antroje vietoje esanti leidybos įmonė *Editis* beveik trigubai atsilieka nuo *Hachette Livre*, o trečiąją poziciją užimanti leidykla *France Loisirs* nuo antrosios vietos atsilieka dvigubai. Žemesnėse pateiktos leidyklų klasifikacijos lentelės vietose esančios leidyklos ar leidybos grupės viena nuo kitos atsilieka mažai – jų metinių apyvartų duomenys yra labai panašūs, todėl kiekvienais metais tokia leidyklų klasifikacija yra koreguojama. Leidyklos kasmet keičia savo pozicijas – vienos pakyla aukščiau, kitos nukrenta į žemesnę reitingo vietą. Pastovias lyderių

¹⁸ Pranc. *Centre de Distribution du Livre (CDL)*

pozicijas užima *Hachette Livre* ir *Editis*. Peržvelgus pastarųjų metų metinių apyvartų duomenis paaiškėjo, kad *Editis* nebuvo užėmusi aukštesnės pozicijos už *Hachette Livre*.

Iš šios lentelės reikėtų išskirti *La Martinière*, *Média Participations* ir *Gallimard* – tai yra nepriklausomi leidėjai, patekę į Prancūzijos didžiųjų leidėjų klasifikaciją. Visi kiti lentelėje pateikti leidėjai yra pavaldūs didesnėms Prancūzijos ar užsienio šalių įmonėms, tuo pačiu savo valdžioje turi daug mažesnių leidyklų. Svarbu pabrėžti, kad dauguma Prancūzijos nepriklausomų leidėjų nėra finansiškai galingi ir dažnai yra priversti nutraukti savo veiklą, tačiau šiems leidėjams pavyko įsitvirtinti rinkoje ir tęsti savo veiklą. Jų išlikimą lėmė aukštas specializacijos lygis, aukšta knygų kokybė bei organizacinis lankstumas ir sugebėjimas prisitaikyti prie rinkos diktuojamų sąlygų.

Reikia pridurti, kad dauguma didžiųjų šalies leidyklų savo valdžioje turi įmones, atsakingas už knygų platinimą bei pardavimą ne tik Prancūzijoje, bet ir užsienio šalyse. *Média Participations* turi savo produkcijos paskirstymo centrus Prancūzijoje, Belgijoje ir Šveicarijoje; *Groupe Gallimard*, 1970 m. pasirašiusi sutartį su *Hachette Livre*, įkūrė savo platinimo ir produkcijos paskirstymo filialus *le CDE* ir *la SODIS* [11]; *Éditions Atlas* savo produkciją parduoda pagal prekių katalogus¹⁹ ir vykdo prekybą „į namus“²⁰ [8]. Nuosavos platinimo sistemos turėjimas leidykloms padeda išlaikyti autonomiją ir sustiprina jų pozicijas šalies ir užsienio knygų rinkose.

Atkreiptinas dėmesys į tai, kad kiekviena leidykla, patekusi į didžiųjų leidybos grupių rankas išsaugojo savo pavadinimą, kaip tam tikrą atpažinimo ir kokybės ženklą. Tokia leidykla išlaiko ir tam tikrą leidybinį savarankiškumą. Didžiosioms leidybos grupėms yra pelninga išsaugoti įvairius firminius leidyklų ženklus, kadangi jie papildo vienas kitą – įmonė tuomet neatrodo kaip vienas sudėtingas junginys. Didelėms įmonių grupėms priklausančioms leidykloms svarbu išsaugoti savo firmos ženklą todėl, kad skaitytojais, žinantys konkrečios leidyklos specializaciją, lengviau suranda reikiamą knygą. Reikia pridurti, kad didiesiems koncernams priklausančių leidyklų pelningumo koeficientas yra fiksuotas, o rinkodaros sąlygos yra suvienodinamos [17].

Kaip buvo minėta, žurnalas „Livre Hebdo“, sudarydamas kasmetinę Prancūzijos didžiųjų leidėjų klasifikaciją, remiasi leidyklų metinių apyvartų duomenimis. Nepavyko surasti, ar patys leidėjai pateikia tokius duomenis, ar ši informacija gaunama iš kitų šaltinių. Kaip matyti, dauguma didžiųjų leidėjų yra pavaldūs kitoms įmonėms, turi nuosavus knygų platinimo centrus ar knygynų tinklus, todėl nėra visiškai aišku, ar pateikiamas vien tik leidyklų grynasis pelnas, ar primumuojamos ir produkcijos pardavimo pajamos. Žinoma, minėtieji leidėjai yra Prancūzijos knygų rinkos lyderiai, bet esant

¹⁹ Pranc. *Vente par correspondance*.

²⁰ Pranc. *Vente à domicile*.

abejonėms dėl pateiktų jų metinių pajamų tikslumo yra galimybė, kad ši klasifikacija dar galėtų būti koreguojama.

Lietuvos knygų leidybos pramonės situacija panaši, todėl galima teigti, kad šalies rinka yra monopolizuota. Dominuoja vienas leidėjas – *Alma littera*. Visos kitos leidyklos neišlaiko pastovių pozicijų ir kasmet keičia vietą Lietuvos didžiųjų leidyklų klasifikacijoje, kurią, pagal leidyklų metines pajamas, sudaro ir viešai skelbia vienintelis verslo naujienų dienraštis Lietuvoje „Verslo žinios“. Šiomet paskelbtoje leidyklų klasifikacijoje dominuoja aštuoni leidėjai.

2 lentelė. Lietuvos didieji leidėjai pagal 2009 m. apyvartą²¹

Vieta 2009 m.	Vieta 2008 m.	Leidėjas/būstinė	Priklausomybė/ šalis	Metinė apyvarta, tūkst. Lt.	Būstinė
1	1	Alma littera grupė	Alma littera (Lietuva)	71.787	Vilnius
2	3	Versus aureus, UAB (su UAB Gimtasis žodis)	Versus aureus (Lietuva)	4.399	Vilnius
3	5	TEV, UAB	Įkūrė leidyklos VSP (Zeist) ir TVP (Maskva) bei grupė Lietuvos matematikų. (Lietuva, Rusija, Olandija)	3.502	Vilnius
4	4	Presvika, UAB	Presvika (Lietuva)	3.476	Vilnius
5	2	Tyto alba, UAB	Tyto alba (Lietuva)	3.098	Vilnius
6	6	Leidykla Vaga, UAB	Vorto (Lietuva)	1.893	Vilnius
7	8	Eugrimas, UAB	Eugrimas (Lietuva)	1.527	Vilnius
8	7	Verslo žinios, UAB	Bonnier group (Švedija)	556	Vilnius

Kaip matyti iš lentelėje pateiktų duomenų, tą pačią (lyginant su 2008 m.) pirmąją vietą užėmė leidybos lyderė *Alma littera*, tas pačias pozicijas išlaikė leidykla *Presvika* (ketvirtoji vieta) ir leidykla *Vaga* (šeštoji vieta). Kitos leidyklos, įtrauktos į šią klasifikaciją, pakeitė savo vietą ir užleido pozicijas kitoms. Atkreiptinas dėmesys, kad 2009 m. į šią klasifikaciją neįtraukta nė viena nauja leidykla, kurios nebuvo 2008 m. klasifikacijoje, t.y. didžiųjų Lietuvos leidyklų aštuntuką sudaro tos pačios leidyklos antrus metus iš eilės. Taip pat reikia pažymėti, kad dvi pirmas pozicijas užimančios leidyklos išsiskiria ir savo apimtimi – tai susijungusios leidyklos, išplėtusios savo veiklos sritis, todėl ir jų metinių apyvartų duomenys yra didesni nei kitų.

²¹ Duomenys pateikiami dienraštyje „Verslo žinios“ [20].

Kaip Prancūzijoje, taip ir Lietuvoje didžiųjų šalies leidėjų klasifikacija yra sudaroma remiantis metinių apyvartų duomenimis, tačiau nepatikslinkama iš kokių šaltinių jie yra gauti. Nėra aišku dėl *Almos litteros* deklaruojamų pajamų – neaišku, ar į bendrą skaičių įeina ir knygynų tinklo *Pegasas* apyvarta. Taip pat svarstyta, ar „Verslo žinios“ pateikė tik su knygų leidyba susijusius metinių apyvartų duomenis, ar įtraukė ir savo pagrindinės veiklos – laikraščių leidybos – apyvartą. Tikslūs duomenys nėra viešai skelbiami ir jų patikrinti negalima, todėl galima daryti prielaidą, kad pačios „Verslo žinios“, sudarydamos šią klasifikaciją, norėjo pasidaryti reklamą ir taip pateko į Lietuvos didžiųjų knygų leidėjų aštuntuką. Tačiau neturint galimybės patikrinti šios informacijos, susilaikoma daryti konkrečias išvadas ir kategoriškus apibendrinimus.

Pagal Lietuvos nacionalinės Martyno Mažvydo bibliotekos Bibliografijos ir knygotyros centro rengiamos kasmetinės Lietuvos spaudos statistikos duomenis, galima sudaryti kitokią leidyklų klasifikaciją. Čia Lietuvos leidėjai reitinguojami pagal išleistų knygų ir brošiūrų skaičių. Remiantis 2009 m. duomenimis, daugiausia knygų išleido *Alma littera* (295), antroje vietoje yra *Šviesa* (208), trečioje – *Baltos lankos* (111), ketvirtoje – *Svajonių knygos* (88), penktoje – *Obuolys* (86), šeštoje – *Versus aureus* (85), septintoje – *Vaga* (77), aštuntoje – *Tyto alba* (76), devintoje – *Vilniaus universiteto leidykla* (73) ir dešimtoje – *Naujasis lankas* (71) [38, p. 5]. Kaip matyti, pirmąsias dvi vietas užima leidyklos, priklausančios „Alma littera“ įmonių grupei. Žemesnes pozicijas užimančios leidyklos 2009 m. išleido daugiau ar mažiau apylygi knygų, brošiūrų kieki. Tokia leidyklų klasifikacija yra labiau priimtina, kadangi remiasi tiksliais, realiais faktais, kuriuos galima nesunkiai patikrinti.

Leidėjų klasifikacijos gali būti sudaromos remiantis įvairiais kriterijais. Priklausomai nuo to, kuris kriterijus pasirenkamas sudarant leidyklų reitingus, kinta leidyklų vieta klasifikacijoje. Šiame skyriuje buvo pateiktos ir analizuotos Lietuvos ir Prancūzijos leidyklų klasifikacijos, sudarytos remiantis metinių apyvartų duomenimis. Paaiškėjo, kad abi analizuojamos šalys gali būti sugretinamos pagal kelis bendrus požymius:

- visų pirma, abiejų šalių knygų leidybos pramonė yra aiškiai monopolizuota;
- visų antra, knygų leidybos monopolį sudarantys leidėjai – tai didelės leidybos grupės, kurioms priklauso mažesnės leidyklos, todėl jų bendros pajamos yra didesnės, nei tų leidėjų, kurie veikia nepriklausomai;
- visų trečia, abiejų šalių didieji leidėjai išsikūrę sostinėse (išskyrus Prancūzijos leidyklą *France Loisir*, kuri išsikūrusi Arras mieste). Didieji leidėjai kuriasi didžiuosiuose miestuose daugiausia dėl to, kad greičiau, lengviau ir patogiau paskirstytų savo produkciją.

Galima išskirti kelis pagrindinius skiriamuosius Lietuvos ir Prancūzijos didžiųjų leidėjų požymius:

- didžioji dalis Prancūzijos leidėjų priklauso didelėms įmonėms, kurių veikla dažniausiai yra orientuota į kitą, su knygų leidyba nesusijusią, veiklą. Lietuvos didžiųjų leidėjų klasifikacijoje išsiskiria tik leidykla *Vaga* ir *Verslo žinios*, kurios priklauso įmonėms, užsiimančioms kita veikla. Visos kitos Lietuvos leidyklos yra nepriklausomos.
- Daugelis didžiųjų Prancūzijos leidyklų yra pavaldžios šalies ar užsienio koncernams. Lietuvoje tik *Verslo žinios* ir leidykla *TEV* priklauso ar yra vienaip ar kitaip susijusios su kitos šalies įmonėmis.

Taigi, nepaisant didelių Prancūzijos ir Lietuvos leidėjų apimčių skirtumų (dydžio, leidžiamos produkcijos kiekybinių parametrų atžvilgiu), galima išskirti ir šių šalių knygų rinkas vienijančius bruožus. Aptarus abiejų šalių didžiųjų leidėjų padėtį bei išsidėstymą rinkoje, svarbu išanalizuoti ir smulkų leidybos pramonės sektorių, kuriame veikia mažesni, nepriklausomi leidėjai. Tai turėtų padėti susidaryti aiškesnį vaizdą apie šių šalių leidybos situaciją ir išryškinti skirtumus, egzistuojančius tarp nelygiaverčių, t.y. smulkiųjų ir stambiųjų leidybos pramonei priklausančių atstovų.

2.3.2. Mažieji ir nepriklausomi leidėjai

Greta didžiųjų leidyklų sparčiai vystosi ir nepriklausomos leidybos sektorius. Terminas „nepriklausoma leidyba“ dažniausiai reiškia visumą leidėjų, kurie yra nepriklausomi nuo įvairių grupių, formuojančių vienos ar kitos šalies leidybos pramonės monopolinį tinklą [27]. Nemažai nepriklausomų leidyklų, kurios nėra pavaldžios jokioms didelėms finansiškai stabilioms grupėms, yra labai pelningos įmonės, sugebėjusios išlaikyti kapitalą savo rankose, pavyzdžiui, jau minėti Prancūzijos leidėjai *La Martinière*, *Média Participations*, *Gallimard* ar *Albin Michel*. Kita vertus reikia pabrėžti, kad nepriklausomo leidėjo sąvoka dažnai suprantama kaip maža leidykla, kurioje dirba mažai darbuotojų.

Lietuvoje nepriklausomo leidėjo sąvoka į leidybos pramonės terminiją atėjo neseniai. Kaip jau buvo minėta, Lietuvoje leidyklų susijungimo procesai prasidėjo tik pastarąjį dešimtmetį. Anksčiau visos leidyklos buvo nepriklausomos viena nuo kitos, todėl šio termino vartojimas buvo nereikalingas. Prasidėjus leidyklų susijungimo procesams, atsirado tarpusavio priklausomybė, leidyklos tapo pavaldžios kitoms įmonėms ar leidykloms ir išryškėjo skirtumai tarp leidėjų. Šie susijungimai paskatino knygų rinkos lyderių grupės susiformavimą, tačiau šalia jų išliko ir nepriklausomos, mažesnės leidyklos, kurios pakankamai tvirtai laikosi rinkoje ir yra pelningos įmonės. Paminėtinos šios Lietuvos leidyklos: *Baltos lankos*, *Tyto alba*, *Eugrimas* ir kitos. Reikia pažymėti, kad nepriklausomos

leidybos sektoriuje veikiantys leidėjai susiduria su daugeliu sunkumų. Lietuva yra maža šalis, leidyklų ir pavienių leidėjų čia daug, todėl mažiems leidėjams sunku surasti savo skaitytoją ir jį išlaikyti.

Galima išskirti kelis nepriklausomų leidėjų pogrupius: viena jų dalis yra ekonomiškai silpni (dažniausiai knygų leidyba vykdoma tik gavus finansinę fondų paramą), tačiau jų produkcija yra reguliari (išleidžiama keletą pavadinimų per metus) nacionaliniu mastu, o jose dirba keli asmenys. Tuo tarpu, kai leidybos struktūrą valdo tik vienas asmuo ir išleidžia mažiau nei tris knygas per metus – šiuo atveju galima kalbėti tik apie mėgėjišką leidybą [27]. Leidėjais-mėgėjais yra vadinami asmenys, kurie nėra leidybos profesionalai ir užsiima leidybos verslu kaip antrine, papildoma veikla. Šio tipo leidėjai dažnai turi kitą pagrindinį darbą, nes mėgėjiška leidyba negarantuoja nuolatinių pajamų, iš kurių būtų galima išgyventi. Tokia leidyba užsiimantys asmenys susiduria su daugeliu finansinių sunkumų. Pirmiausia, reikia leisti didelius produkcijos kiekius tam, kad uždarbis būtų reguliarus. Visų antra, platinant per tarpininkus, leidėjui priklauso nedidelis pajamų procentas nuo knygų pardavimų. Visų trečia, reikia mokėti honorarą autoriui, apmokėti gamybos ir kitas, su knygos leidyba susijusias, išlaidas. Tokios leidyklos retai pasirodo spaudoje ar kitose masinės komunikacijos priemonėse, todėl joms sunku išlikti žinomoms ir matomoms visuomenėje [22].

Nuo 1990 m. pastebima sparti nepriklausomos leidybos plėtra. Įsikūrė daug nepriklausomų leidyklų frankofoniškose šalyse, tokiose kaip, Prancūzija, Kanada, Kvebekas. Daugumai jų pavyko subalansuoti veiklą, prisitaikyti prie rinkos sąlygų, užsitikrinti gerą vardą ir išlikti žinomoms ir matomoms tarp skaitytojų. Galima įvardyti tokius nepriklausomus Prancūzijos leidėjus, kuriems pasisekė išsilaikyti rinkoje iki šiol: *Amsterdam*, *Le Temps des Cerises*, *La Fabrique*, *Raisons d’agir*, *Agone*, *La Dispute*, *Lux Editeur*, *Le petit Pavé*, *Les Prairies ordinaires*, *Editions du Croquant*, *Kargo*, *L’éclat*, *Syllepse*, *Editions Aden*, *José Corti*, *Editons de Minuit* ir t.t. Lietuvoje taip pat yra nemažai nepriklausomų leidėjų, kurie per ilgus savo veiklos metus užsitarnavo skaitytojų pripažinimą, pavyzdžiui, *Aidai*, *Eridanas*, *Kronta*, *Mintis* ir daugelis kitų mažesnių leidėjų.

Leidybos pasaulyje inovacijų ir naujovių paieška nėra vien tik ekonomiškai ir finansiškai stipriausių leidyklų savybė. Kiekvienais metais atsiranda naujų leidėjų, kurie siekia atnešti naujų idėjų ir rinkai pasiūlyti naują, išskirtinį produktą-knygą. Nepriklausoma leidyba yra svarbi kokybės prasme, kadangi jos veikla dažnai orientuojama į nežinomų autorių kūrinių leidybą. Nepriklausomi leidėjai koncentruojasi į didžiųjų leidėjų apleistas sritis, pavyzdžiui, grožinė literatūra (dažniausiai užsienio literatūra), ryškus regionalizmas – daugelis šių leidyklų yra įsikūrusios toli nuo sostinės, todėl jos siekia supažindinti būtent su to krašto autoriais, istorija, papročiais ir pan. Kita nepriklausomų leidėjų niša – pakartotinas jau išleistų kūrinių leidimas (perleidimas) [27].

Mažosios leidyklos turi labiau koncentruoti savo veiklą ir planuoti ją ilgesniam laikui. Didieji leidėjai gali jaustis laisviau – vilioti garsenybes, kurių vardai pritraukia pirkėjus, o mažieji turi kurti tokį gaminį, t.y. išleisti tokią knygą, kuri neprarastų vertės ilgą laiką [7, p. 15]. Išanalizavus Prancūzijos ir Lietuvos knygų rinkas, paaiškėjo, kad nepriklausomi, mažieji leidėjai verčiasi daugiau specializuota, tiksline leidyba, orientuota į tam tikrą aiškiai apibrėžtą rinką. Šie leidėjai, siūlydami kokybišką produkciją rinkai įgyja jos pasitikėjimą ir užsitikrina gerą vardą. Šia savybe nepasižymi didieji leidėjai, kadangi jų leidžiama produkcija yra labai įvairi, veikla orientuota masinio skaitytojo poreikiams tenkinti, todėl galima teigti, kad šie leidėjai dažniausiai nesukuria tokio artimo ryšio su skaitytoju.

Prancūzijos regioninė leidyba yra gerai išvystyta, kadangi nepriklausomi leidėjai dažniausiai kuriasi Prancūzijos regionuose. Leidyklų įkūrimas provincijoje, iš dalies garantuoja nepriklausomybę nuo didžiųjų leidėjų, tačiau tai nutolina nuo masinio skaitytojo ir platinimo struktūrų. Lietuvoje yra atvirkščiai – didieji ir mažieji leidėjai, daugiausia koncentruojasi didžiuosiuose miestuose: Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje, Šiauliuose ir kt., tačiau yra nemažai leidyklų, įsikūrusių mažuose miesteliuose, kurios leidžia daugiausia su tuo kraštu susijusias, ar to krašto rašytojų knygas.

Pagrindinė problema, su kuria susiduria nepriklausomi, mažieji leidėjai – tai produkcijos platinimas. Daugelis šių leidyklų yra labai mažos, jų gamybos apimtys nedidelės, leidžiama negausi produkcija nėra įvairi, todėl mažai domina platinimo įmones. Nepriklausomi leidėjai, ypač leidėjai-mėgėjai susiduria su dideliais sunkumais siekdami patekti į nacionalines platinimo struktūras. Todėl, neturėdami galimybės patekti į nacionalinių prekybos centrų tinklą, mažieji leidėjai yra priversti likti nuošalėje. Iš tiesų, mažieji leidėjai gali išsilaikyti rinkoje, tačiau platinimas yra labiausiai komplikuoti mažųjų leidėjų problema.

Prancūzijos nepriklausomi leidėjai glaudžiai bendradarbiauja tarpusavyje. 2003 m. buvo įkurta nepriklausomų leidėjų asociacija *L'autre livre*, kurios tikslas – pasipriešinti knygos industrijos monopoliui, jo plėtrai ir parodyti visuomenei, kad egzistuoja ne tik monopolinė leidyba. Asociacija kasmet organizuoja knygų mugę – *Salon des éditeurs indépendants*, kurioje tik nepriklausomi leidėjai pristato savo produkciją [24]. Asociacijos įkūrimas buvo didelis žingsnis į priekį ir atvėrė kelią nepriklausomiems leidėjams lengviau pasiekti savo skaitytojų auditoriją.

Prancūzijos nepriklausomi leidėjai susivienijo ir į bendras platinimo struktūras. Internetiniuose tinklapiuose – <http://www.lesediteursassocies.com/>; <http://www.lekti-ecriture.com/>; <http://atheles.org/> – skelbiama įvairaus pobūdžio informacija: informuojama apie nepriklausomų leidėjų leidžiamą produkciją, organizuojamas parodas, susitikimus ir t.t. Šiose svetainėse galima užsisakyti knygas į namus. Kompanijos *Harmonia Mundi* (didžiausias nepriklausomas muzikos įrašų platintojas Prancūzijoje) ir *Les Belles Lettres* (specializuojasi literatūros ir socialinių mokslų leidyboje bei veikia

platinimo srityje) profesionaliai platina daugelio nepriklausomų leidėjų produkciją Prancūzijoje ir užsienio šalyse. Kitos platinimo kompanijos neseniai bankrutavo (*Alterdis*, *Vilo Diffusion* ar *Inextenso Diffusion*) arba tiesiog buvo priverstos nutraukti savo veiklą (*La Fédération Diffusion Léo Scheer*), kadangi leidėjai, su kuriais bendradarbiavo, dėl finansinių sunkumų nutraukė savo veiklą [27].

Panašaus pobūdžio susivienijimų, bendradarbiavimo formų tarp Lietuvos leidėjų nėra. Lietuvos leidėjai savo produkcijos platinimu rūpinasi patys arba bendradarbiauja su didmenininkais ir/ar mažmenininkais. Knygų platinimo klausimas labai paaštrėjo, kai 2009 m. pagrindiniai didmenininkai *Mūsų knyga* ir *Respublikinis knygų centras* pranešė apie savo pasitraukimą iš rinkos ir paliko skolas knygų tiekėjams – leidėjams. *Respublikinio knygų centro* didmeninės prekybos veiklą perėmė antrinė bendrovė *Kalbų erdvė*, o *Mūsų knygos* knygynus įsigijo *Vagos prekyba* (*Mūsų knygos* savininkai įsteigė naują bendrovę *Mūsų knyga investicija*) [26, 29]. Šių įmonių bankrotas paskatino permainas rinkoje: iš esmės liko du pagrindiniai veikėjai didmeninėje rinkoje – tai „Alma littera“ įmonių grupės padalinys ir *Vagos prekyba*. Dviejų prekybos tinklų dominavimas kelia sunkumų mažiesiems leidėjams, siekiantiems patekti į stambiausių tinklų knygynus. Knygynuose dominuoja leidyklų, kurioms priklauso knygynai, produkcija, o kitų leidėjų knygoms, kurios patenka į knygynus, tenka mažiau pirkėjams pastebimos lentynos. Šie du knygynų tinklai patys konkuruoja tarpusavyje ir smukdo mažesnius knygynus, ypač tuos, kurie neturi išskirtinių požymių. Pavyzdžiui, nedidelis knygynų tinklas Lietuvoje – *Humanitas*, kuriam priklauso šeši knygynai Vilniuje ir Kaune. Tai specializuotas knygynų tinklas, kuriame prekiaujama akademinė literatūra, kalbų mokymo, menų srities leidiniais – parduodamų knygų asortimentas išsiskiria, todėl tai padeda šiems knygynams išsilaikyti rinkoje [9].

Kitas būdas supažindinti skaitytojus su savo produkcija – tai skaitytojų, knygų klubai. Svarbu pabrėžti, kad tokius klubus turi daugiausia didieji leidėjai, kurių leidybos apimtys yra didelės. Lietuvos leidyklos, turinčios nuosavus skaitytojų klubus: *Versus aureus*, *Baltos lankos*, *Obuolys* (www.level.lt), *Alma littera* (knygų klubas) ir kt.. Per šiuos skaitytojų klubus leidyklos išplatina didelę dalį savo produkcijos. Skaitytojų, knygų klubai propaguoja knygas kaip prekę, kurią verta įsigyti, pabrėžia knygos privalumus. Tai vienas iš būdų, kuriais leidėjas gali pasinaudoti, norėdamas pasiekti savo skaitytoją, o skaitytojas – norėdamas įsigyti knygą mažesne kaina ir negaišti laiko knygų paieškoms knygynuose.

Taigi, nepriklausoma leidyba Prancūzijoje ir Lietuvoje susiduria su dideliais produkcijos platinimo sunkumais. Mažieji leidėjai yra mažai žinomi visuomenėje, todėl neturi daug plėtros galimybių nei nacionaliniu, nei tarptautiniu mastu. Paaiškėjo, kad nepriklausoma leidyba yra svarbi kokybiniu atžvilgiu, kadangi dažnai leidžia nežinomų, jaunų autorių kūrinius. Ši leidyba suteikia knygų rinkai daugiau įvairovės, mažieji leidėjai nuolat ieško naujų idėjų, stengiasi išsiskirti iš leidybos

monopolį sudarančių leidėjų leidžiamos, daugiausia komercinės, produkcijos. Taip pat galima teigti, kad Prancūzijos nepriklausomi leidėjai daugiau bendrauja tarpusavyje ir jungiasi į bendras struktūras tam, kad išsilaikytų rinkoje. Tuo tarpu Lietuvoje susiformavęs monopolis ne tik knygų leidyboje, bet knygų prekybos srityje. Leidėjai tarpusavyje bendrauja mažai, nors susivieniję, kaip Prancūzijos leidėjai, turėtų didesnę laivę ir galimybes rinkoje. Mažieji, nepriklausomi leidėjai Lietuvoje vienaip ar kitaip yra priklausomi nuo didžiųjų, kadangi naudojami jų, kaip didmenininkų paslaugomis ir savo produkciją parduoda jų knygynuose. Lietuvos nepriklausomi leidėjai, priešingai nei Prancūzijoje, neorganizuoja renginių atskirai nuo didžiųjų leidėjų, o kasmet Vilniuje, Litexpo parodų rūmuose, organizuojamos knygų mugės metų mažieji leidėjai dažniausiai nublanksta.

2.4. Prancūzijos ir Lietuvos leidėjų specializacija

Knygų leidybos pramonėje vykę susijungimo, koncentracijos procesai išryškino skirtumus tarp didžiųjų leidybos koncernų ir mažųjų, nepriklausomų leidėjų. Šie skirtumai atsispindi analizuojant šių leidėjų leidžiamos produkcijos kokybinių parametrų ypatumus. Šiandieninė leidybos pramonės situacija padalino leidybą ir dabar galima išskirti dvi leidybos kryptis:

- pirmiausia tai didžiosios leidybos grupės, kurios orientuojasi į tas rinkas, kuriose pelnas yra garantuotas: žinynai, mokslo knygos, praktinės knygos, žinomų ir pasisekimo sulaukusių autorių kūriniai, bestseleriai – didieji leidybos koncernai yra linkę leisti daugiausia tokias knygas, kurių pardavimai yra garantuoti, arba knygas, kurios tyrinėja aktualias problemas, pavyzdžiui, sveikata, politika, švietimas ir pan..
- taip pat mažesnės struktūros, ieškančios naujų idėjų ir jaunų talentų. Šie leidėjai skiria didesnę dėmesį jaunų rašytojų kūrybai, krašto kultūrinių vertybių įprasminimui knygose.

Šios dvi išskirtos leidybos kryptys išryškina ne tik skirtumus, egzistuojančius tarp didžiųjų ir mažųjų leidėjų, tačiau atskleidžia ir leidėjų vertybines nuostatas. Leidėjai skiriasi vieni nuo kitų ir leidžiamos produkcijos pobūdžiu. Analizuojant Prancūzijoje leidžiamą produkciją paaiškėjo, kad šios šalies leidyklos turi aiškias veiklos specializacijas. Visuotinė, bendro pobūdžio literatūra, mokyklinė literatūra, enciklopedijos ir specializuotų sričių literatūra – tai yra ryškiausios ir, galima sakyti, pagrindinės kategorijos šios šalies knygų leidybos produkcijoje. Atsižvelgiant į leidybos produkcijos pobūdį, visa Prancūzijos leidėjų populiacija gali būti suskirstyta į tris grupes [17]:

- bendro pobūdžio literatūros leidėjai, kurie leidžia romanus, esė, dokumentus, susijusius su šiuolaikinėmis aktualijomis, kartais humanitarinių mokslų, taip pat meno ir praktines knygas. Tarp

svarbiausių šio tipo literatūrą leidžiančių leidėjų yra *Gallimard, Grasset, le Seuil, Flammarion, Albin Michel, Actes-Sud, Laffont, Fayard, Minuit, Calmann-Lévy, Lattès, la Découverte, Plon, Stock*. Šiai grupei taip pat galima priskirti ir daugelį mažų leidyklų, kurios vykdo naujų autorių paiešką ir publikuoja jų kūrinius – *Verdier, Laurence Tepper, Editions du Rouergue, le Dilettante, le Serpent à plumes* ir kiti.

- leidėjai, kurie specializuojasi švietimo ir mokslo srityse, ir leidžia daugiausia enciklopedijas bei žodynus. Šiai leidėjų grupei priklauso *Hachette, Larousse, Nathan, Bordas, Masson, Armand Colin, Magnard, Hatier, les Presses universitaires de France* ir kiti.

- leidėjai, kurie specializuojasi konkrečioje srityje, pavyzdžiui, *Vrin* ir *les éditions de l'Éclat* specializuojasi filosofinių ir mokslo kūrinių leidyboje; *Dargaud, Glénat* ir *Soleil* leidžia komiksus, *Citadelle-Mazenod* leidžia meno knygas, *le Cerf* ir *le Centurion* orientuojasi religinės literatūros leidyboje ir t.t.

Prancūzijos leidyklos turi aiškias specializacijas, į kurias koncentruoja savo veiklą. Taip leidyklos formuoja savo veidą – skaitytojai, besidomintys konkrečia literatūra ir žinodami, kuri leidyklą ją leidžia, gali lengviau orientuotis ir rasti reikiamą knygą. Specializuotose leidyklose koncentruojamasi į vienos konkrečios literatūros leidybą, todėl galima teigti, kad tokiose leidyklose dirba tą sritį išmanantys specialistai, kurie tinkamai paruošia knygą ir pateikia teisingą informaciją – taip leidykla užsitikrina gerą vardą visuomenėje.

Reikia pabrėžti, kad didieji šalies leidybos koncernai ar leidybos grupės, savo valdžioje turinčios daug mažesnių leidyklų negali būti traktuojamos kaip vienos leidybinės pakraipos leidyklų visuma. Daugelis leidybos grupėms priklausančių leidyklų yra specializuotos ir leidžia konkrečius literatūros pobūdžio knygas. Pavyzdžiui, *Hachette Livre* leidybos grupės leidyklos leidžia romanus, esė, istorines knygas, biografijas ir autobiografijas (*Grasset, Fayard, Editions Stock, Armand Colin* ir kt.); žodynus (*Editions Larousse, Harrap's* ir kt.); komiksus (*Hachette Jeunesse, Pika* ir kt.); praktines ir turizmo knygas (*Editions Dunod, Le Livre de Poche* ir kt.); meno albumus (*Hazan, Editions du Chene* ir kt.) ir kitokio pobūdžio leidinius [23]. Taigi, kiekviena leidykla turi savo firminį ženklą, atpažįstamą pirkėjų, ir gali formuoti savo leidyklos įvaizdį visuomenėje.

Priešingai nei Prancūzijoje, griežtos specializacijos tarp šiandien Lietuvoje veikiančių leidyklų nėra. Visos leidyklos leidžia įvairios tematikos knygas, todėl leidyklų leidžiamą produkciją vizualiai atskirti yra sunku. Kaip teigia D. Zovienė, Lietuvos leidyklų „firminį stilių“ dažniausiai lemia du faktoriai – leidėjų pozicija, renkantis, kokias knygas leisti, ir leidykloje dirbantys arba su ja bendradarbiaujantys dailininkai [53]. Taigi, knygos meninis apipavidalinimas yra vienas pagrindinių veiksmų, padedančių pirkėjui bent vizualiai atpažinti knygą išleidusią leidyklą. Peržvelgus Lietuvos

leidėjų leidžiamą produkciją, matyti, kad leidyklos leidžia įvairaus tematinio pobūdžio knygas ir nesiorientuoja į vieną konkrečią literatūros sritį. Todėl galima daryti prielaidą, kad ne knygos tematika, o leidinio ateities perspektyvų numatymas dažniausiai nulemia leidyklos pasirinkimą išleisti knygą.

Aiškos Lietuvos leidyklų specializacijos nebuvimas leidžia tik santykinai suskirstyti leidėjus į tokias grupes:

- bendro pobūdžio literatūros leidėjai, leidžiantys daugiausia grožines užsienio ir Lietuvos autorių knygas, literatūrą, skirtą plačiajam skaitytojų ratui, informacinius, pažintinius leidinius ir kitas knygas. Šio tipo literatūros leidyba Lietuvoje užsiima daugelis leidyklų: *Alma littera*, *Baltos lankos*, *Versus aureus*, *Tyto alba*, *Vaga*, *Žara*, *Naujoji Rosma* ir kitos. Tačiau išvardintos leidyklos, leisdamos bendro pobūdžio literatūrą, užsiima ir specializuotų leidinių leidyba, pavyzdžiui, leidyklos *Žara*, *Naujoji Rosma*, *Versus aureus* taip pat leidžia mokomąją literatūrą, vadovėlius, knygas vaikams ir t.t.. Kaip matyti, šios, ir daugelis kitų neišvardintų leidyklų, leidžia įvairią literatūrą ir orientuojasi į skirtingus knygų rinkos sektorius, siekdamos patenkinti daugelio skaitytojų poreikius.

- leidėjai, kurie specializuojasi vienos ar kelių literatūros sričių leidyboje, pavyzdžiui, leidykla *Aidai* leidžia filosofinę, religinę, istorinę literatūrą ir poeziją, *Šviesa* – mokomąją, šviečiamąją literatūrą, leidykla *TEV* – edukacinius, įvairių mokslo sričių leidinius ir užsiima elektronine leidyba, *Gimtasis žodis* – mokomąsias priemones ir kitus filologinės pakraipos leidinius, *Presvika* leidžia daugiausia mokomąją ir ugdomąją literatūrą, *Eugrimas* orientuojasi į verslo ir teisinės literatūros leidybą.

Suskirstyti leidyklas į atskirus profilius yra sunku. Internetinėse leidyklų svetainėse nurodoma literatūros sritis, kuriai teikiamas prioritetas, tačiau pažymima, kad leidykla užsiima ir kitokio pobūdžio literatūros leidyba. Galima daryti prielaidą, kad leidyklų susijungimas į grupes paskatintų jų specializacijų pasiskirstymą – tai patvirtina Prancūzijos atvejis, kur kiekviena grupei priklausanti leidykla orientuojasi į konkrečią literatūrą. Pavyzdžiui, Lietuvoje susijungus *Almai litterai* su leidykla *Šviesa* ir *Versus aureus* su leidykla *Gimtasis žodis*, abiem atvejais leidyklos liko atsakingos už skirtingas veiklos sritis. Kiekviena leidykla, priklausanti vienai grupei, gali lengviau pasiskirstyti leidybines sferas ir specializuotis vienos literatūros leidyboje. Todėl galima teigti, kad leidyklų susijungimas yra teigiamas veiksnys, skatinantis leidyklas pasiskirstyti veiklos sritimis, koncentruotis į vienos rūšies literatūrą ir sukurti savo firminį ženklą, kurį lengvai atpažintų pirkėjas.

Taigi, išanalizavus Lietuvos ir Prancūzijos leidėjus pagal leidžiamos produkcijos pobūdį, išryškėjo pagrindinis skirtumas – tai leidyklų specializacija, kurios dauguma Lietuvos leidėjų neturi. Prancūzijos leidyklos turi daugiau ar mažiau nusistovėjusias veiklos sritis ir koncentruojasi konkrečios literatūros leidyboje – tai padeda formuoti jų firminį stilių ir įvaizdį. Lietuvos leidėjai neturi savo

firminio stiliaus, užsiima daugiausia įvairios tematikos leidinių leidyba, todėl leidyklos supanašėja ir vizualiai neišsiskiria vienos iš kitų. Leidyklos įvaizdis, firminio stiliaus atpažįstamumas visuomenėje yra svarbus veiksnys siekiant pritraukti ir išlaikyti pirkėją.

2.5. Prancūzijos ir Lietuvos knygų rinkų tendencijos

Knygos, ilgą laiką vertintos kaip turtas, išminties ir žinių šaltinis, šiandien aptiriamos naujame kontekste. Anot prof. habil. dr. D Kauno, *dvidešimtas amžius į pasaulio civilizacijos istoriją įeis dėl kelių priežasčių, tarp kurių viena svarbiausių bus elektroninės komunikacijos išradimas. Joje reikšmingą vietą užima skaitmeniniai leidiniai, užtikrinantys greitą, patikimą, atstumų nesuvaržytą ir palyginti nebrangų informacijos perdavimą* <...> [19, p. 171]. Sparti technologijų raida ir tobulėjimas bei pakitęs visuomenės požiūris į spausdintinę knygą iššaukė pokyčius ir leidybos industrijoje – pastarąjį dešimtmetį prasidėjęs knygų skaitmeninimo bumas paskatino pesimistines kalbas dėl kritinės knygos padėties ir jos ateities perspektyvų. Pakitusi tradicinės knygos forma (elektorinis pavidalas) pritraukia vis daugiau skaitytojų ir pamažu atranda savo nišą rinkoje. Tai kelia susirūpinimą ne tik leidybos versle veikiantiems žmonėms bet ir, apskritai, visiems kultūros pramonės atstovams. Tačiau, knygų rinkoje egzistuoja ir daugiau problemų, į kurias derėtų atkreipti dėmesį. Išanalizavus surinktą medžiagą, galima įvardinti tokias tendencijas abiejų šalių knygų rinkose:

- Prancūzijoje pastaraisiais metais ženkliai išaugęs naujų pavadinimų skaičius nėra teigiama rinkos ypatybė: leidėjai, linkę leisti daug knygų, perpildo rinką, taip tikėdamiesi, kad bent viena iš jų sulauks sėkmės ir kompensuos kitų kūrinų komercines nesėkmes. Daugelis knygynų stengiasi išsiplėsti, kad galėtų vartotojams pasiūlyti kuo daugiau naujienų-kūrinių, gaunamų iš leidyklų. Perpildytuose knygynuose visos knygos atrodo vienodai įdomios – taip nublinksta net patys geriausi kūriniai, o pirkėjai pasimeta gausiame jiems siūlomame knygų asortimente. Analizuojant pastarųjų metų Prancūzijos nacionalinės bibliotekos statistinius duomenis, matyti, kad naujai išleidžiamų knygų skaičius auga (išskyrus 2007 m.):

3 lentelė. Naujai išleistų knygų skaičių kaita Prancūzijoje²²

Metai	2006	2007	2008	2009
Nauji pavadinimai	63 059	62 257	64 178	70 564

²² Duomenys pateikiami Prancūzijos nacionalinės bibliotekos internetinėje svetainėje [48].

Kaip matyti, Prancūzijoje naujai išleidžiamų knygų skaičius pastaraisiais metais didėjo nevienodomis proporcijomis. Priežastys, dėl kurių 2007 m. tokių knygų skaičius buvo mažesnis negu 2006 m., nėra aiškios, tačiau per paskutinius trejus metus naujų knygų vis daugėjo. Buvęs *Editon de Minuit* direktorius Jérôme Lindon taip apibūdina šiuolaikinę Prancūzijos knygų rinkos situaciją: *leidyba yra vienintelis ekonomikos sektorius, kuris į mažėjančią paklausą reaguoja didėjančia pasiūla* [28]. Iš tiesų, knygų rinka yra perpildyta, tačiau leidėjai nuolat leidžia naujus kūrinius ir nekreipia dėmesio į tai, kad visuomenės skaitymo įpročiai yra aiškiai pakitę.

Analizuojant Lietuvos statistinius duomenis matyti, jog ekonominė krizė padarė įtaką knygų leidybai. Priešingai nei Prancūzijoje, naujai išleidžiamų knygų skaičius Lietuvoje pernai ženkliai sumažėjo:

4 lentelė. Naujai išleistų knygų skaičių kaita Lietuvoje²³

Metai	2006	2007	2008	2009
Nauji pavadinimai	4 548	4 567	4 590	3 972

Nuo 2000-ųjų metų kasmet išleidžiamų knygų skaičius yra apylygis (svyruoja maždaug nuo 4 000 iki 4 800), tačiau kiekvienais metais apimčių skirtumai nebuvo tokie ryškūs. Kaip matyti, 2009 m. (lyginant su 2008 m.) naujų pavadinimų skaičius sumažėjo net šešiais šimtais, o tai yra didžiausias skirtumas per pastarąjį dešimtmetį. Visgi knygynuose knygų stoka nejaučiama ir skaitytojai turi didelį pasirinkimą.

- Pagal Prancūzijos Kultūros Ministerijos pateiktus duomenis, leidžiamų knygų tiražai nuo 1982 m. reguliariai mažėjo kasmet. Tačiau nuo 2006 m. vidutinis tiražas nedidelėmis proporcijomis pradėjo didėti ir, kaip matyti, 2009 m. jis buvo didesnis nei 1997 m.:

5 lentelė. Prancūzijoje leidžiamų knygų vidutinio tiražo kaita²⁴

Metai	1982	1997	2000	2005	2009
Vidutinis tiražas	13 729	8 797	8 158	7 587	9 143

²³ Duomenys pateikiami 2009 m. statistinės informacijos biuletenyje *Lietuvos spaudos statistika* [38, p. 4].

²⁴ Duomenys pateikiami Prancūzijos Kultūros Ministerijos internetiniame tinklapyje [12]

Siekiant sudaryti aiškesnį vaizdą, lentelėje pateikti skirtingų (ne paeiliui einančių) metų duomenys. Veiksnių, kurie nulėmė tiražų augimą, surasti nepavyko. Atkreiptinas dėmesys, kad tiražai pradėjo augti prieš prasidedant ekonominei krizei ir jos metu jie nebuvo sumažėję. Naujai išleistų knygų didėjantys skaičiai ir vidutinio tiražo didėjimas pastaraisiais metais leidžia daryti išvadą, kad Prancūzijos knygų rinkai sunkmetis nepadarė didelės įtakos.

Panaši situacija ir Lietuvoje. Remiantis spaudos statistikos duomenimis, nuo pat nepriklausomybės atgavimo išleidžiamų knygų vidutinis tiražas netolygiai mažėjo (lentelėje pateikti suapvalinti skaičiai):

6 lentelė. Lietuvoje leidžiamų knygų vidutinio tiražo kaita²⁵

Metai	1990	1999	2000	2001	2009
Vidutinis tiražas	30 283	12 997	11 069	10 169	6 105

Lyginant Prancūzijos ir Lietuvos tiražų kaitos duomenis, aiškiai matyti, kad Lietuvoje knygų buvo leidžiama ženkliai daugiau. Pasak R. Misiūno, *pirmuosius nepriklausomybės metus (1990–1992) galima pavadinti leidybos buma* [42]. Šiuo laikotarpiu buvo svarbiausia, kuo greičiau parengti ir išleisti knygą. Didžiuliai tiražai buvo greitai išplatinami. Nuo 1992 m. dėl infliacijos padėtis ėmė keistis ir tiražai pradėjo mažėti. Pažymėtina, kad nuo 2002 m. kasmetinis tiražas kito nedidelėmis proporcijomis (vienais metais buvo didesnis, kitais mažesnis), o vidutinis egzempliorių skaičius svyravo nuo 7 000 iki 8 500. Galima teigti, kad sunkmetis leidėjus privertė dar labiau mažinti knygų tiražus, kadangi 2009 m. vidutinis išleistų knygų tiražas buvo mažiausias per pastarąjį dešimtmetį.

Lietuvoje ir Prancūzijoje pastaraisiais metais knygos buvo leidžiamos apylygiu tiražu. Abiejų šalių teritorinių apimčių ir žmonių populiacijos skirtumai yra akivaizdūs, todėl ir leidžiamų knygų tiražas turėtų būti proporcingas. Remiantis šiais faktais ir lentelėse pateiktais duomenimis, galima daryti prielaidą, kad Lietuvoje leidžiamų knygų tiražai yra per dideli.

- Prancūzijos Kultūros ministerijos pateiktais duomenimis, šalyje knygų pardavimai, nors ir nedidelėmis proporcijomis, augo, nepaisant to, kad išleidžiamų knygų kiekis nėra proporcingas žmonių populiacijai:

²⁵ Duomenys pateikiami 2009 m. statistinės informacijos biuletenyje *Lietuvos spaudos statistika* [38, p. 2].

7 lentelė. Bendros Prancūzijos leidyklų pajamos už knygų pardavimus²⁶

Metai	2000	2002	2004	2006	2008
Pajamos už knygų pardavimus (mln. eurų)	2 286	2471	2 657	2 791	2830

Kaip matyti iš lentelėje pateiktų duomenų, skirtumai tarp metinių pajamų yra nedideli. Iki 2000 m. Prancūzijos leidyklų pajamos už parduotas knygas nebuvo tolygiai augančios, tačiau nuo 2000 m. pajamos kasmet didėjo beveik vienodomis proporcijomis. Duomenų, apie 2009 m. leidyklų pajamas, Prancūzijos Kultūros ministerija nepateikė, nors praėjusių metų statistiniai duomenys jau yra paskelbti ministerijos svetainėje.

Apie Lietuvos leidėjų knygų pardavimus apibendrintų duomenų, tikslų skaičių nebuvo rasta. Analizuojant viešai skelbiamą informaciją internete paaiškėjo, kad sunkmetis privertė leidėjus didinti knygų kainas ir pardavimai smuko maždaug 25% – tam didelę įtaką padarė bendra rinkos situacija ir smukusi gyventojų perkamoji galia [44, 30]. Taip pat buvo padidintas pridėtinės vertės mokestis (PVM) prekybai knygomis – nuo 5% mokestis didėjo iki 9%, o vėliau – iki 19%. Taigi, ekonominė krizė ir valstybės skiriamas mažas dėmesys padarė poveikį knygų pardavimų mažėjimui.

Galima įvardinti dar vieną veiksnių, kuris daro įtaką knygų pardavimams ne tik Lietuvoje ir Prancūzijoje, bet ir kitose šalyse – tai spausdinimo aparatai, kuriais dažnai naudojami studentai, moksleiviai, pedagogai. Atsiradus galimybei pasidaryti fotokopijas jie nebeperka knygų, o tai kelia pavojų tam tikriems leidybos sektoriams (ypatingai humanitarinių mokslų leidybai). Leidiniai masiškai kopijuojami, skenuojami ir nelegaliai platinami internetu pažeidžiant autorių ir gretutines teises [30]. Knygos vaidmuo mokyklose taip pat sumažėjo – kintant visuomenės požiūriui, tobulėjant ir randantis naujoms informacinėms technologijoms, mokyklos „nebeskiepija meilės knygai“. Ruošiantis atsiskaitymams ar egzaminams, moksleiviai ir studentai pirmenybę teikia reikiamos medžiagos kopijavimui, informacijos ieško internete

- Leidėjai dažnai susiduria su platinimo problemomis. Nepriklausomiems Lietuvos ir Prancūzijos leidėjams labai sunku patekti į nacionalines platinimo struktūras, o tai trukdo jų leidžiamai produkcijai pasiekti skaitytoją. Reikia pabrėžti, kad leidybos verslas pastaruosiu metu, pasikeitė iš esmės – tam didelę įtaką padarė platinimo sistemos problemos. Antoine Gallimard, leidyklos *Gallimard* direktorius, pabrėžė, kad *vakar leidėjas galėjo leisti ir platinti autoriaus kūrinį dvidešimt ar*

²⁶ Duomenys pateikiami Prancūzijos Kultūros Ministerijos internetiniame tinklapyje [12].

*trisdešimt metų – tol, kol jo talentas yra pripažįstamas ir kol jis yra reikalingas visuomenei*²⁷. Šiandien vadovaujamosi kita, finansais paremta logika – svarbiausia yra pelningumas per kaip įmanoma trumpesnę laiką, nuostolių paskaičiavimas ir jų atlyginimas. Tokia logika iškreipė leidybos verslą, nes kultūrinės vertybės, kurios iš pradžių skatino knygų leidybą, buvo nustumtos į antrą planą. Šiandien knygų leidyba kaip verslo sritis, glaudžiai siejasi su ekonomikos plėtra, todėl remiantis vien kultūros vertybėmis ir nesiekiant pelno, verslas nustotų vystytis.

- Prancūzijos Nacionalinis statistikos ir ekonomikos tyrimų institutas²⁸ 2009 m. atliko tyrimą, kuriuo siekė ištirti skirtingos lyties atstovų (vyrų ir moterų) knygų pirkimo įpročius. Tyrimo duomenys atskleidė, kad knygoms moterys išleidžia 15% (2008 m. buvo 22%), o vyrai – 6% (2008 m. – 12%) savo metinių pajamų. Taip pat nurodoma, kad išsiskyrę ar vieni gyvenantys asmenys perka daugiau knygų negu tie, kurie yra susituokę ir turi vaikų [37].

Kitą tyrimą atliko Tarptautinis nuomonių ir marketingo tyrimų institutas TNS Sofres²⁹. Tyrimu siekta ištirti spausdintų knygų skaitytojų auditoriją. Paaiškėjo, kad Prancūzijos „didžiųjų skaitytojų“³⁰ auditorija mažėja, nes daugelis pirkėjų nustojo žiūrėti į knygą, kaip į išskirtinę vertybę. Skaitytojams labai sunku išsirinkti knygą, nes jų teigimu, ją dabar reklamuoja tik kritika, kuri yra dažnai per daug pataikaujanti žinomiems rašytojams ir nepalanki jauniems autoriams, kurie dar nespėjo užsitarnauti literatūros kritikų bei visuomenės palankumo. Tyrimo rezultatai rodo, kad pati knygų pirkėjų rinka yra susiskaldžiusi: šioje rinkoje dominuoja moterys (56%), daugiausia diplomuotos (baigusios aukštąjį mokslą), maždaug 34 - 65 metų amžiaus. Skiriasi skaitytojų skoniai ir pomėgiai: romanų skaitytojai skiriasi nuo istorinių kūrinių mėgėjų, o nuo jų – detektyvų ir komiksų skaitytojai. Ištirta, kad knygos pirkėjas šiandien jau nebėra ištikimas ir lojalus – dauguma šiandieninių knygų pirkėjų nėra pastovūs ir nuolatiniai pirkėjai – jie dažniausiai atsitiktinai užklysta į knygyną ir domisi tik knygomis-naujienomis. 88% apklaustųjų, teigė, kad pradėjo dažniau lankytis bibliotekose, nes pirkti knygynuose labai brangu [37]. Išanalizavus šių tyrimų rezultatus, paaiškėjo, kad Prancūzijoje skaitymo įpročiai yra pasikeitę, žmonės perka ir skaito mažiau, todėl būtų galima daryti prielaidą, kad knygų leidyba nebėra ta sritis, kuri galėtų užtikrinti stabilų ir pastovų pelną. Tai ypač būdinga mažiesiems leidėjams, kurių leidybos apimtys yra nedidelės.

²⁷ Pranc. *Hier, un éditeur pouvait publier et diffuser un auteur pendant vingt ans, trente ans, jusqu'à ce que son talent s'impose et soit reconnu* – A. Gallimard [25].

²⁸ INSEE – Institut national de la statistique et des études économiques

²⁹ TNS Sofres – Institut d'études marketing et d'opinion international.

³⁰ Pranc. *Les gros lecteurs*

Lietuvoje, 2010 m. gegužės mėnesį spaudoje buvo paskelbti Lietuvos skaitytojų tyrimo rezultatai. Knygų skaitytojų tyrimą atliko „GfK CR Baltic“ knygnų tinklo *Pegasas* užsakymu. Tyrime dalyvavo 800 respondentų, maždaug 15 – 74 metų amžiaus, gyvenantys didžiausiuose šalies miestuose. Gauti rezultatai atskleidė, kad Lietuvos skaitytojai vidutiniškai skaito 7,5 valandos per savaitę [33]. Paaiškėjo, kad 60% respondentų užsuka į knygyną tiksliai žinodami, kokios knygos nori, 50% – knygynuose lankosi ieškodami dovanos, o 35% į knygyną užėina turėdami laisvo laiko ir domisi tik knygomis-naujienomis. Knygnų tinklo *Pegasas* rinkodaros vadovė L. Kemežytė šiuos rezultatus interpretuoja taip: <...> *lietuviai yra pakankamai aktyvūs skaitytojai, praleidžiantys daug laiko su knyga rankoje. Manome, ekonominė situacija prisidėjo prie to, kad daugiau žmonių prisiminė laisvalaikį su knyga, ir dėl to, kad tai palyginti nebrangi laisvalaikio praleidimo forma* [34]. Atkreiptinas dėmesys, kad nėra patikslinta ar tyrime dalyvavo tik tie skaitytojai, kurie knygas įsigyja knygynuose, ar ir tie, kurie naudojami bibliotekų paslaugomis. Teigiama, kad sunkmečiu žmonės pradėjo skaityti daugiau, tačiau anksčiau analizuoti knygų pardavimų duomenys rodo, kad knygų kaina didėjo, todėl Lietuvoje ekonominės krizės metu leidyklų pajamos už knygų pardavimus sumažėjo. Darytina prielaida, kad skaitytojai pradėjo dažniau lankytis bibliotekose, kur knygos yra nemokamos – taip būtų galima paaiškinti sunkmečiu padidėjusį knygų skaitytojų skaičių.

- Prancūzijoje prekybos centrai leidžia savo prekės ženklą knygas ir parduoda už mažą kainą – tokia nauja pigių knygų rinka pritraukia daug skaitytojų [28]. Lietuvoje prekybos centrai knygų leidyba neužsiima.

- 1982 m. Prancūzijoje įsigaliojo vieningos, fiksuotos knygos kainos įstatymas³¹ [46]. Šiuo įstatymu kiekvienas fizinis asmuo, užsiimantis knygų leidyba, yra įpareigojamas nustatyti fiksuotą knygos, kurią leidžia ir platina, pardavimo kainą [36]. Šio įstatymo privalo laikytis visi pardavimo ir platinimo taškai su galimybe taikyti 5% nuolaidą nuo leidėjo nustatytos kainos. Įstatymu siekiama sudaryti vienodas, lygias sąlygas kiekvienam piliečiui, perkančiam knygą, apsaugoti mažus, nepriklausomus, regioninius knygynus nuo didmenininkų užsidedamo didžiulio antkainio bei iš dalies remti ir skatinti knygų kūrybą ir leidybą [36].

Lietuvoje tokio įstatymo nėra. Knygų platintojai, pardavėjai užsideda didelius antkainius, taip didindami knygos kainą. Šio įstatymo priėmimas Lietuvoje būtų svarbus žingsnis siekiant užtikrinti palankias knygų leidybos sąlygas, sustabdyti savavališką knygos kainos kėlimą ir sudaryti vienodas sąlygas knygų pirkėjams skirtinguose šalies regionuose.

³¹ Pranc. *Loi sur le prix unique du livre*

Taigi, pateikta Prancūzijos ir Lietuvos knygų rinkų lyginamoji analizė atskleidė ir išryškino šių šalių leidybos pramonėje egzistuojančius panašumus ir skirtumus. Paašškėjo, kad abiejų šalių knygų leidyba yra monopolizuota – tam didelį poveikį padarė leidyklų susijungimai. Analizuojat šių šalių leidėjus, jų leidžiamą produkciją, išryškėjo Prancūzijos leidyklų specializacija, tuo tarpu Lietuvos leidėjai neturi griežtos veiklos specializacijos ir leidžia daugiausia įvairios tematikos knygas.

Knygų leidyba Lietuvoje dar neturi gilių tradicijų, mažai atsižvelgia į visuomenės poreikius, nėra tokia lanksti ir greitai prisitaikanti prie besikeičiančių rinkos sąlygų. Knygų leidyba yra sritis, orientuota į visuomenės poreikių tenkinimą, todėl sugebėjimas juos pažinti ir į juos atsižvelgti yra būtina išlikimo rinkoje sąlyga.

Knygų rinkų analizė atskleidė leidybos „augimo“ tendenciją Prancūzijoje – statistiniai duomenys rodo naujai išleistų knygų, tiražų, leidyklų metinių apyvartų augimą kasmet. Lietuvoje pastebėta šių rodiklių mažėjimo tendencija, kuri gali būti paaiškinama keliais aspektais:

- *leidybos pramonės stabilizacija*. Atgavus nepriklausomybę, buvo leidžiama daug knygų dideliais tiražais, kurie buvo greitai parduoti, o praėjus šiam leidybos bumui, leidėjai buvo priversti adaptuotis prie rinkos sąlygų – mažinti tiražus, išleidžiamų knygų skaičių ir t.t..

- *valstybės skiriamas mažas dėmesys leidybai*. Padidinti mokesčiai leidėjams smukdo šalies leidybos pramonę ir užkerta kelią jos plėtrai. Taip pat fiksuotos knygos kainos įstatymo priėmimas Lietuvoje užtikrintų palankesnes knygų leidybos sąlygas.

- *ekonominė krizė*. Sunkmetis palietė visus valstybės ekonomikos sektorius, tuo pačiu ir knygų leidėjai buvo priversti mažinti leidžiamų knygų skaičių ir jų tiražus.

Tiriant knygų rinkas, buvo siekiama ne sulyginti analizuojamas šalis, o surasti ir įvertinti teigiamus veiksnius sėkmingam knygų leidybos verslo vystimuisi. Remiantis Prancūzijos pavyzdžiu, tikėtina, kad leidyklų susivienijimai Lietuvoje paskatintų leidėjų specializaciją, veiklos sričių pasiskirstymą. Taip leidykla galėtų formuoti savo įvaizdį visuomenėje ir sukurti firminį stilių, kurį skaitytojas galėtų lengviau atpažinti.

Nepaisant egzistuojančių skirtumų Prancūzijos ir Lietuvos knygų pramonėse, komunikacija tarp šių šalių leidėjų vyksta – tai įrodo knygų iš prancūzų kalbos į lietuvių kalbą (ir atvirkščiai) vertimai ir jų leidyba abiejose šalyse. Kitame šio darbo skyriuje pateikiami atlikto tyrimo, kuriuo siekta išanalizuoti Lietuvos leidyklų bendradarbiavimą su Prancūzijos leidyklomis, rezultatai, atskleidžiantys būtent Lietuvos leidėjų pasirinkimo bendradarbiauti su konkrečia Prancūzijos leidykla tikslus ir to bendradarbiavimo ypatumus.

3. TYRIMAS: LIETUVOS LEIDYKLŲ BENDRADARBIAVIMAS SU PRANCŪZIJOS LEIDYKLOMIS

Šiame skyriuje pristatoma tyrimo metodologija: aptariama tyrimo problematika, užsibrėžiamas tikslas ir suformuluojami uždaviniai tikslui pasiekti, aprašomas tyrimo metodas, kaip informacijos rinkimo instrumentas, ir respondentų atrankos kriterijai. Taip pat analizuojami tyrimo metu gauti rezultatai ir pateikiamos apibendrintos išvados.

3.1. Tyrimo metodologija

Tyrimo problema. Valstybėms atvėrus nacionalines sienas, daug ekonomikos sektorių, taip pat ir leidybos pramonė, įsiveržė į tarptautinę rinką. Lietuvos knygų leidybos verslas yra dar „jaunas“, todėl, lyginant su kitų, ekonomiškai stipriau išsivysčiusių šalių leidėjais, Lietuvos leidėjai neturi daug bendradarbiavimo su užsienio leidyklomis patirties. Lietuvos ir Prancūzijos leidyklų bendradarbiavimas prasidėjo palyginti neseniai, todėl ir šią sritį tiriančių darbų nėra. Išanalizavus šių šalių knygų rinkas ir išryškinius egzistuojančius skirtumus, atsirado poreikis ištirti bendradarbiavimo ypatumus ir galimybes tarp šių, visapusiškai skirtingų (teritoriniu, ekonominiu, politiniu ir kt. atžvilgiais) valstybių – Prancūzijos ir Lietuvos – leidėjų. Todėl, siekiant užsibrėžto tikslo, buvo nuspręsta atlikti šį tyrimą ir apklausti Lietuvos leidybos verslo srities ekspertus, bendradarbiaujančius su Prancūzijos leidyklomis ir galinčius pateikti tyrimui reikalingą informaciją.

Tyrimo tikslas – ištirti ir įvertinti skirtingų šalių – Lietuvos ir Prancūzijos – leidyklų bendradarbiavimo ypatumus ir galimybes.

Tyrimo uždaviniai:

1. Atskleisti, kokiais kriterijais vadovaujasi Lietuvos leidėjai ieškodami Prancūzijos leidyklų partnerių;
2. Išsiaiškinti, kokie veiksniai skatina išleisti prancūzišką knygą Lietuvoje;
3. Ištirti, kaip vykdoma prancūziškų knygų paieška;
4. Išanalizuoti licencinių sutarčių tarp Lietuvos ir Prancūzijos leidyklų sudarymą;
5. Nustatyti, kokiais kanalais Lietuvos leidyklos gauna informaciją apie Prancūzijos leidyklų leidžiamą produkciją.

Tyrimo metodas. Pirmiausia buvo atliktas žvalgomasis (kokybinis) rinkos tyrimas, kurio metu buvo ieškoma informacija apie leidyklas, bendradarbiaujančias su Prancūzijos leidyklomis. Siekiant iširti Lietuvos leidėjų bendradarbiavimą su Prancūzijos leidėjais, buvo pasirinktas ekspertų apklausos metodas. Kaip teigia dr. K. Kardelis, *tai specifinės rūšies apklausa, kurios metu apklausama specialiai pasirinkta žmonių grupė, turinti kurios nors srities žinių* [18, p. 206]. Tik leidybos ekspertai, turintys patirties tiriamoje srityje, gali kvalifikuotai įvertinti bendradarbiavimą su Prancūzijos leidyklomis ir pateikti tyrimui svarbią informaciją. Pabrėžtina, kad *asmenys, pajėgūs vertinti kurį nors požymį, nėra tolygios kompetencijos, skirtingos ir jų vertybinės orientacijos* [18, p. 207]. Todėl buvo stengiamasi įvertinti pačius ekspertus ir suformuluoti jų parinkimo principus (žr. skyrių „Tyrimo respondentų atranka ir imties sudarymo principai“). Šis tyrimo metodas buvo pasirinktas siekiant gauti profesionalią ir kompetentingą informaciją, reikalingą tyrimui atlikti ir apibendrintoms išvadoms pateikti.

Informacijos rinkimo instrumentas. Pasak dr. K. Kardelio, *ekspertų apklausos procedūra gali vykti anketinės apklausos arba interviu principais* [18, p. 207]. Apklausa – tai vienas iš tyrimui reikalingos informacijos rinkimo metodų, kuris remiasi tiriamosios grupės asmenų atsakymų į pateiktus klausimus registravimu. Šio tyrimo informacijos rinkimo instrumentas – tai anketinė apklausa, sudaryta iš 15 klausimų (žr. 1 priedą). Pagal klausimų sudarymo formą anketą sudaro atvirieji (1 klausimas), uždarieji (12 klausimų) bei du klausimai, skirti identifikuoti leidyklą ir respondento pareigybes.

Vienam klausimui (6 klausimas) buvo pritaikyta lyginamoji požymių vertinimo skalė, *kurioje išvardyti požymiai ir respondentas gali parinkti kiekvienam iš jų vieną iš duotų vertinimo variantų* [45, p. 200]. Ši skalė padėjo atskleisti svarbiausius veiksnius, skatinančius leidėją pasirinkti išleisti prancūzišką knygą Lietuvoje.

Daugeliui anketoje esančių klausimų buvo pritaikyta nominali skalė, *kurioje duomenys į kategorijas suskirstomi taip, kad eliminuotų vieni kitus* [45, p. 195]. Naudojant šią skalę, kiekvienas respondentas buvo priskirtas kuriai nors vienai kategorijai. Ši skalė padėjo išskirti respondentus, kurie šiuo metu bendradarbiauja su Prancūzijos leidyklomis (1 klausimas).

Respondentams buvo suteikta pasirinkimo laisvė – prie daugelio klausimų buvo pasiūlytas atsakymo variantas „Kita“, kur respondentai galėjo įrašyti savo variantą. Tai padėjo gauti tikslesnę informaciją.

Anketa buvo patalpinta internete ir siunčiama respondentams.

Tyrimo respondentų atranka ir imties sudarymo principai. Atliekant ekspertų tyrimą, imties dydis nėra ribojamas – jis gali priklausyti nuo keleto faktorių: ekspertų kompetencijos atitikimas

tiriamajai problemai ir jų noras bendrauti. Todėl yra daug naudingiau atrinkti kelis svarbią informaciją galinčius suteikti ekspertus, negu sudaryti didelę imtį. Ekspertai turi būti tikslingai atrinkti, atsižvelgiant į nusistatytus jų atrankos kriterijus.

Respondentams atrinkti, pirmiausia buvo naudojamas netikimybinės atrankos metodas. Pasak prof. habil. dr. V. P. Pranulio, *netikimybinė atranka – tokia, kai tiriamos visumos elementai yra atrenkami ne atsitiktinai* [45, p. 225]. Anketos nuoroda buvo siunčiama tik toms leidykloms, kurios yra bendradarbiavusios su Prancūzijos leidyklomis ir yra išleidusios bent vieną prancūzišką knygą. Taip pat respondentų buvo prašoma persiųsti anketą kitoms leidykloms-kolegėms, turinčioms bendradarbiavimo ir prancūziškų knygų leidybos patirties. Sisteminant duomenis pastebėta, kad į anketos klausimus atsakė kelios leidyklos, kurios nebendradarbiauja su Prancūzijos leidyklomis, todėl jų atsakymai buvo eliminuoti.

Galutinė tyrimo imtis buvo nustatyta atlikus apklausą. Taikant netikimybinės atrankos metodą – pasirinktinę atranką, iš visų apklausoje dalyvavusių respondentų (iš viso dalyvavo 18 respondentų), buvo atrinkti devyni respondentai (žr. 2 priedą). Anot prof. habil. dr. V. P. Pranulio, *pasirinktinė atranka <...> – tokia, kuri parenkama remiantis tyrėjo asmeniniais vertinimo kriterijais* [45, p. 231]. Ekspertai buvo atrinkti remiantis dviem numatytais kriterijais:

- Lietuvos leidyklos, šiuo metu bendradarbiaujančios su Prancūzijos leidyklomis;
- Lietuvos leidyklos, turinčios bendradarbiavimo patirtį, trunkančią ilgiau nei du metus.

Šiuos du kriterijus atitiko devyni apklausoje dalyvavę respondentai, todėl būtent jie yra laikomi tiriamosios srities ekspertais, o jų pateikta informacija yra naudojama, analizuojama, interpretuojama ir apibendrinama šiame tyrime.

3.2. Tyrimo rezultatai

Atlikus anketinį ekspertų tyrimą, buvo gauti toliau pristatomi rezultatai.

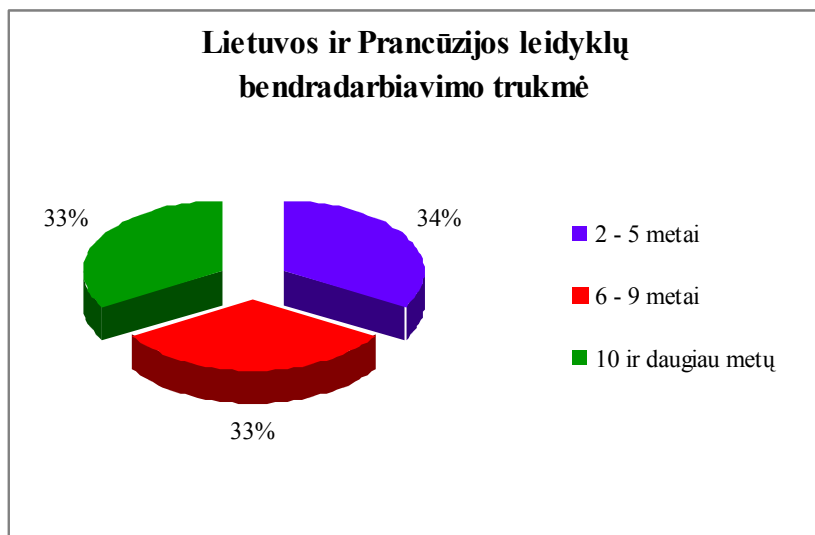
3.2.1. Respondentų atitikimas nustatytiems ekspertų atrankos kriterijams

Pirmasis anketos klausimas – *ar šiuo metu bendradarbiaujate su Prancūzijos leidyklomis?* – buvo orientacinis, kuris padėjo išskirti bendradarbiaujančias Lietuvos leidyklas ir eliminuoti ryšių su Prancūzijos leidyklomis nepalaikančius leidėjus. Kaip jau buvo minėta, šiuolaikinis bendradarbiavimas

buvo vienas iš ekspertų atrankos kriterijų, todėl neigiamai atsakiusių respondentų atsakymai nebuvo analizuojami.

Antrasis ekspertų atrankos kriterijus – ilgiau nei dvejus metus trunkanti bendradarbiavimo su Prancūzijos leidyklomis patirtis, kurią turi atrinktieji ekspertai.

1 diagrama. Lietuvos ir Prancūzijos leidyklų bendradarbiavimo trukmė



Kaip matyti, tyrimo ekspertai turi nevienodą bendradarbiavimo patirtį: 3 leidyklos nurodė, kad su Prancūzijos leidyklomis bendradarbiauja nuo dvejų iki penkerių metų, 3 leidyklos – nuo šešerių iki devynerių metų ir 3 leidyklos ryšius su Prancūzijos leidyklomis palaiko jau daugiau kaip dešimt metų. Reikia pabrėžti, kad šis klausimas buvo pateiktas siekiant iš apklausoje dalyvavusių respondentų visumos atrinkti ekspertus, atitinkančius nustatytus kriterijus. Didesnę bendradarbiavimo patirtį turintys ekspertai gali suteikti objektyvią, laiko patikrintą ir kompetentingą informaciją. Šie pirmieji klausimai buvo skirti tyrimui reikalingos imties atrankai atlikti. Atsakymai, pateikti atsakant į sekančius klausimus, yra orientuoti konkrečiai į leidyklų-ekspertų bendradarbiavimą su Prancūzijos leidėjais, todėl būtent šių atsakymų sisteminimas ir analizė yra itin svarbūs užsibrėžto tikslo įgyvendinimui ir galutiniam apibendrintų išvadų pateikimui.

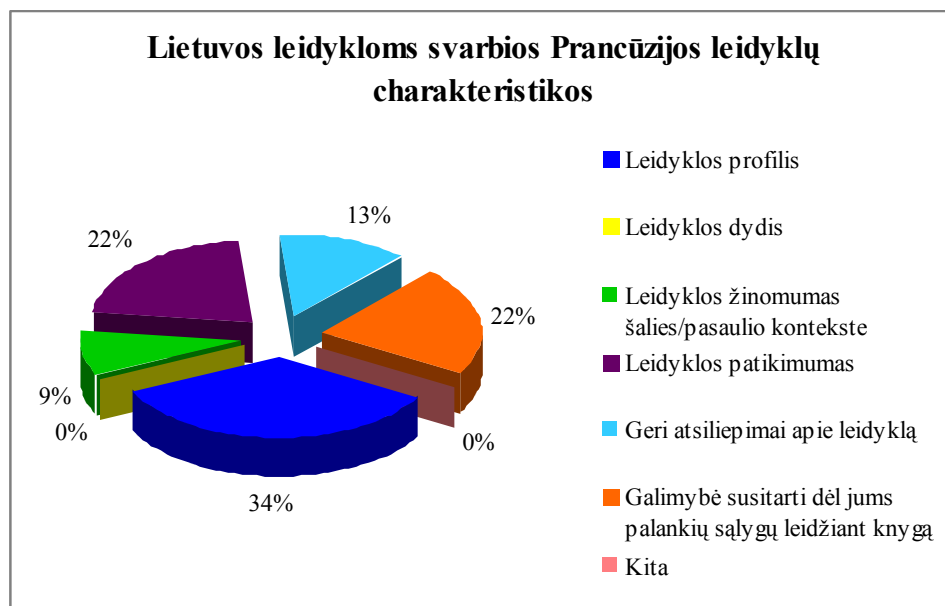
3.2.2. Lietuvos leidėjų-ekspertų bendradarbiavimas su Prancūzijos leidyklomis

Siekiant išsiaiškinti, su kuriomis leidyklomis bendradarbiauja Lietuvos leidėjai, respondentų buvo prašoma įvardinti Prancūzijos leidyklas – jų sąrašas pateiktas 2 priede. Kaip paaiškėjo, tik 4 iš atrinktų ekspertų ryšius palaiko su daugiau nei viena leidykla ir 5 ekspertai šiuo metu bendradarbiauja

tik su viena Prancūzijos leidykla. Ekspertai taip pat nurodė ir tas Prancūzijos leidyklas, su kuriomis yra bendradarbiavę anksčiau. Pateikti rezultatai rodo, kad daugelis leidyklų ir šiuo metu ryšius palaiko su tais pačiais Prancūzijos leidėjais, tuo pačiu bendradarbiauja ir su naujais. Iš to galima daryti prielaidą, kad Lietuvos leidyklų bendradarbiavimas su tomis pačiomis Prancūzijos leidyklomis, o taip pat ir naujų leidyklų-partnerių paieška, priklauso nuo to, ar randama tinkama knyga, o taip pat ir nuo leidyklos turimų finansinių išteklių.

Išsiaiškinus, kad Lietuvos leidyklos bendradarbiauja su daugeliu Prancūzijos leidėjų, buvo siekiama sužinoti, į kokias leidyklų charakteristikas jos atsižvelgia prieš užmegzdamas ryšius. Ekspertams buvo pasiūlyti šeši pasirinkimo variantai ir suteikta galimybė įrašyti savo variantą.

2 diagrama. Lietuvos leidykloms svarbios Prancūzijos leidyklų charakteristikos



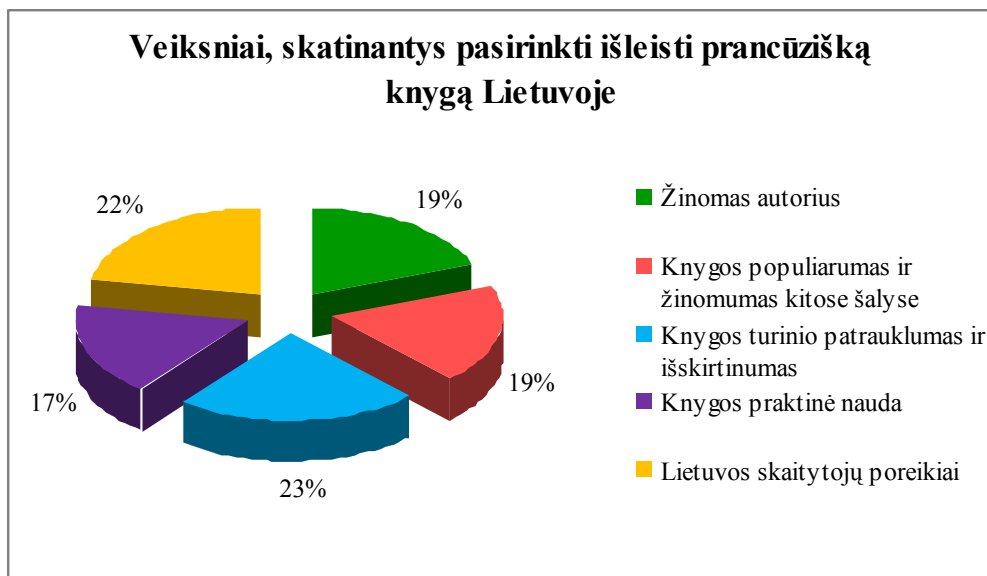
Kaip matyti iš diagramoje pateiktų duomenų, Lietuvos leidėjai prieš pradėdami bendradarbiauti daugiausia atsižvelgia į Prancūzijos leidyklos profilį. Kitos dvi svarbios charakteristikos – tai Prancūzijos leidyklos patikimumas ir galimybė su ja susitarti dėl palankių sąlygų leidžiant knygą. Kiek mažiau svarbūs yra geri atsiliepimai apie Prancūzijos leidyklą bei jos žinomumas šalies ir pasaulio kontekstuose. Lietuvos leidėjai visiškai neatsižvelgia į leidyklos dydį, todėl galima teigti, kad leidyklos apsisprendimui išleisti pasirinktą knygą Prancūzijos leidyklos dydis jokios įtakos nedaro. Ekspertai, turėdami galimybę įrašyti savo variantą, ja nepasinaudojo. Apibendrinant, galima išskirti tris pagrindines Prancūzijos leidyklų charakteristikas – leidyklos profilis, leidyklos patikimumas ir galimybė su leidykla susitarti dėl palankių sąlygų leidžiant knygą. Atsižvelgiant į tai daroma išvada,

kad ne Prancūzijos leidyklos kiekybiniai (dydis, populiarumas, žinomas vardas), o kokybiniai faktoriai lemia Lietuvos leidyklų pasirinkimą bendradarbiauti su konkrečiu Prancūzijos leidėju.

Taip pat buvo siekta išsiaiškinti, kaip vykdoma prancūziškų knygų paieška. Domėtasi, ar leidyklos, norėdamos išleisti prancūzišką knygą Lietuvoje, visuomet bendradarbiauja su tomis pačiomis Prancūzijos leidyklomis ir domisi tik jų leidžiama produkcija. Apklauskos metu gauti rezultatai parodė, kad Lietuvos leidėjai neapsiriboja vienos konkrečios Prancūzijos leidyklos leidžiama produkcija. Paaiškėjo, kad leidėjai pirmiausia ieško tiesiog gero kūrinio Prancūzijos knygų rinkoje, kurį būtų galima išleisti Lietuvoje, ir tik vėliau domisi, kuri leidykla yra kūrinio autorių teisių savininkė, turinti vertimo ir leidybos teises. Todėl galima tvirtinti, kad ne Lietuvos leidėjų simpatijos ir lojalumas konkrečiai Prancūzijos leidyklai, o tiesiog gera, tinkama tos leidyklos išleista knyga skatina jų bendradarbiavimą. Šie rezultatai paaiškina, Lietuvos leidėjų bendradarbiavimą su naujomis Prancūzijos leidyklomis, o ne su tomis, su kuriomis buvo palaikomi ryšiai anksčiau – darytina prielaida, kad tam didžiausią įtaką daro Prancūzijos leidyklų leidžiamos literatūros pobūdžio neatitikimas ir nesuderinamumas su Lietuvos leidėjų poreikiais. Būtent dėl to bendradarbiaujama su kitomis Prancūzijos leidyklomis, kurios išleidžia įdomesnes, Lietuvos skaitytojų skonį ar leidėjo komercinius interesus labiau tenkinančias knygas.

Lietuvoje išleidžiama daug užsienio autorių kūrinių, todėl buvo siekiama išsiaiškinti, kokie veiksniai leidėjus skatina pasirinkti išleisti vienokio ar kitokio pobūdžio prancūzišką knygą Lietuvoje. Ekspertams buvo pasiūlyti penki pasirinkimo variantai, kuriuos jie turėjo įvertinti skalėje nuo 1 (daro mažiausią įtaką pasirinkimui) iki 5 (daro didžiausią įtaką pasirinkimui).

3 diagrama. Veiksniai, skatinantys pasirinkti išleisti prancūzišką knygą Lietuvoje



Nustatyta, kad knygos turinio patrauklumas ir išskirtinumas yra vienas svarbiausių veiksnių, sąlygojančių prancūziškų knygų leidybą Lietuvoje. Remiantis gautais rezultatais, galima sudaryti likusių veiksnių klasifikaciją pagal jų svarbą: antroje vietoje – Lietuvos skaitytojų poreikiai, trečioje – žinomas knygos autorius ir knygos populiarumas bei žinomumas kitose šalyse ir paskutinėje, ketvirtoje vietoje – knygos praktinė nauda. Prieš atliekant tyrimą buvo išsiaiškinta, kad knygų leidyba yra laikoma ne tik kultūros, bet ir komercijos sritis, tačiau šiandien knyga yra daugiau verslo objektas, produktas, nešantis leidėjams pelną. Tačiau, kaip matyti iš diagramoje pateiktų duomenų, komerciniai dalykai (žinomas autorius ir knygos populiarumas), kurie galėtų garantuoti didesnes ar mažesnes pajamas leidėjams, nėra pagrindiniai veiksniai, kurie skatintų leidėjus išleisti knygą. Akcentuojamas knygos naujumas, išskirtinumas bei Lietuvos skaitytojų poreikiai – iš to galima daryti prielaidą, kad Lietuvos leidėjai atsižvelgia ne tik į savo, bet ir į skaitytojų interesus. Žingaidžių skaitytojų poreikių tenkinimas pasiūlant jiems naują, patrauklų produktą-knygą, gali leidėjui atnešti ne mažiau naudos, negu pasaulyje žinomų autorių knygų leidyba.

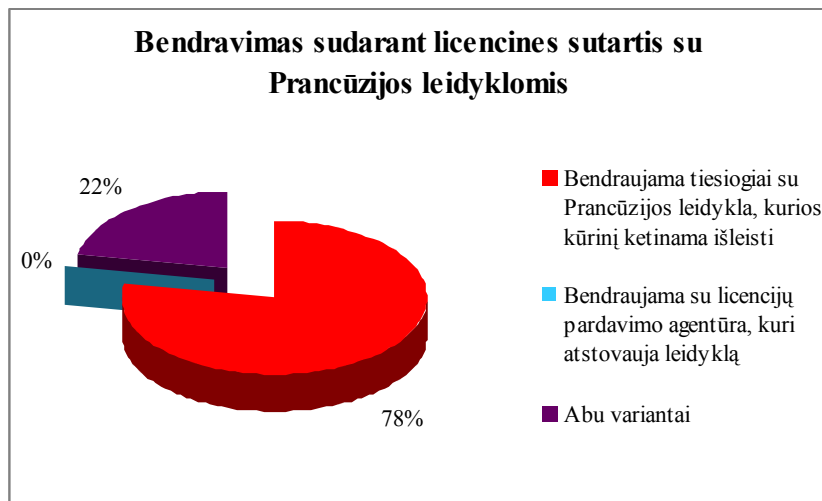
Knygos praktinė nauda, kaip veiksnys, mažai sąlygojantis leidėjus išleisti knygą, gali būti paaiškinamas tuo, kad praktinės knygos nėra labai populiarios. Užsienio autorių knygų leidyba kiekvienoje šalyje užtikrina kitos šalies kultūros, vertybių, literatūrinių tradicijų pažinimą, todėl verčiamos ir leidžiamos, daugiausia, vertingos, išskirtinės, skaitytojams reikalingos, jų poreikius tenkinančios knygos. Tačiau neatmetama galimybė, kad leidėjai suradę ypatingą, praktinę naudą skaitytojams teikiančią, tuo pačiu ir leidėjo finansinius interesus tenkinančią knygą, ją išleis ir sulauks pasisekimo. Šiandien tokio pobūdžio knygas leidžia nedaug leidyklų, todėl knygų teikiama praktinė nauda mažai domina leidėjus.

Taigi, Lietuvos leidėjai ieškodami tinkamo prancūziško kūrinio, kreipia didžiausią dėmesį į knygos naujumo, išskirtinumo bei patrauklumo kriterijus ir atsižvelgia į rinkos, skaitytojų poreikius. Pajamas garantuojantys knygos ypatumai, ekspertų teigimu, nėra tokie svarbūs.

3.2.3. Licencinių sutarčių sudarymas

Respondentų buvo prašoma nurodyti, kaip vyksta jų ir Prancūzijos leidėjų bendradarbiavimas sudarant licencines sutartis.

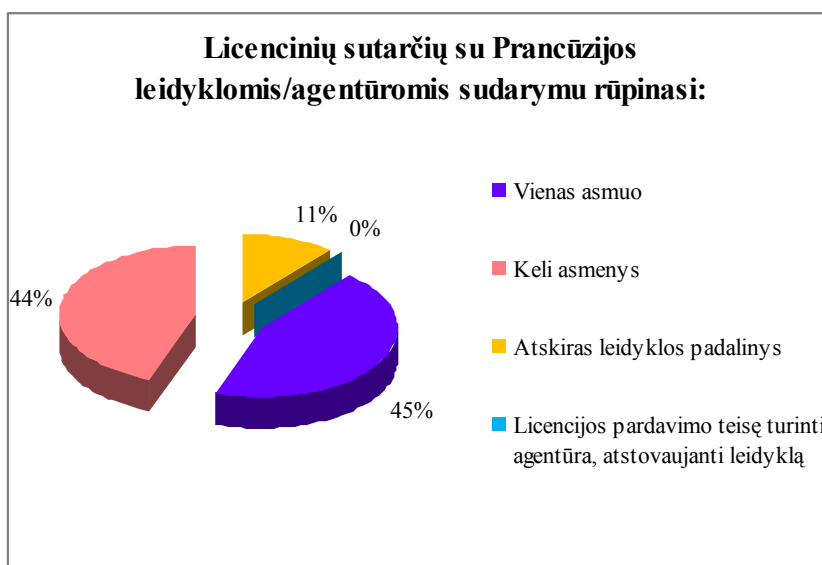
4 diagrama. Bendravimas sudarant licencines sutartis su Prancūzijos leidyklomis



Kaip matyti iš diagramoje pateiktų duomenų, Lietuvos leidėjai-ekspertai, sudarydami licencines sutartis, visuomet bendrauja tiesiogiai su Prancūzijos leidykla, kurios išleistą knygą ketinama išversti į lietuvių kalbą. Du respondentai nurodė, kad pasitaiko atvejų, kai jiems tenka bendrauti su licencijų pardavimo agentūra, kuri atstovauja leidyklą. Tai, žinoma, priklauso nuo to, ar leidykla yra perleidusi autorinių teisių pardavimo teisę agentūrai, ar licencijų pardavimu rūpinasi pati. Tyrimo ekspertai atskleidė, kad didžioji dalis Prancūzijos leidyklų, su kuriomis bendradarbiaujama, šiuos licencinių sutarčių sudarymo ir pasirašymo klausimus sprendžia pačios.

Kaip ir Prancūzijos leidyklos, Lietuvos leidėjai licencinių sutarčių pasirašymo reikalus tvarko leidyklos viduje.

5 diagrama. Licencinių sutarčių su Prancūzijos leidyklomis/agentūromis sudarymas

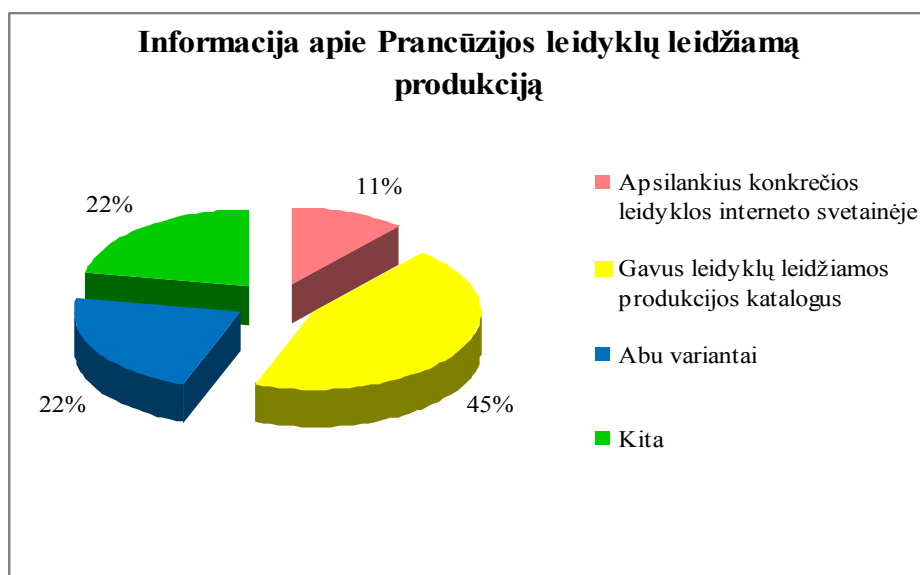


Lietuvoje nėra licencijų pardavimo teisę turinčių agentūrų, todėl leidyklos šių sutarčių sudarymu rūpinasi pačios. 4 ekspertai, atstovaujantys konkrečias leidyklas, nurodė, kad licencines sutartis su Prancūzijos leidyklomis sudaro vienas leidyklos darbuotojas, kiti 4 ekspertai atskleidė, kad jų leidyklose šiuo klausimu rūpinasi keli asmenys, ir tik viena leidykla turi atskirą padalinį, atsakingą už licencinių sutarčių sudarymą. Taigi, kaip paaiškėjo, Lietuvos ir Prancūzijos leidyklos, sudarydamos šias sutartis bendrauja tiesiogiai.

3.2.4. Informacija apie leidyklų išleistą produkciją

Informacija apie leidyklų leidžiamą produkciją gali būti gaunama įvairiais kanalais. Ekspertams buvo pasiūlyti du pasirinkimo variantai ir suteikta galimybė nurodyti kitus galimus informacijos gavimo kanalus.

6 diagrama. Informacija apie Prancūzijos leidyklų leidžiamą produkciją

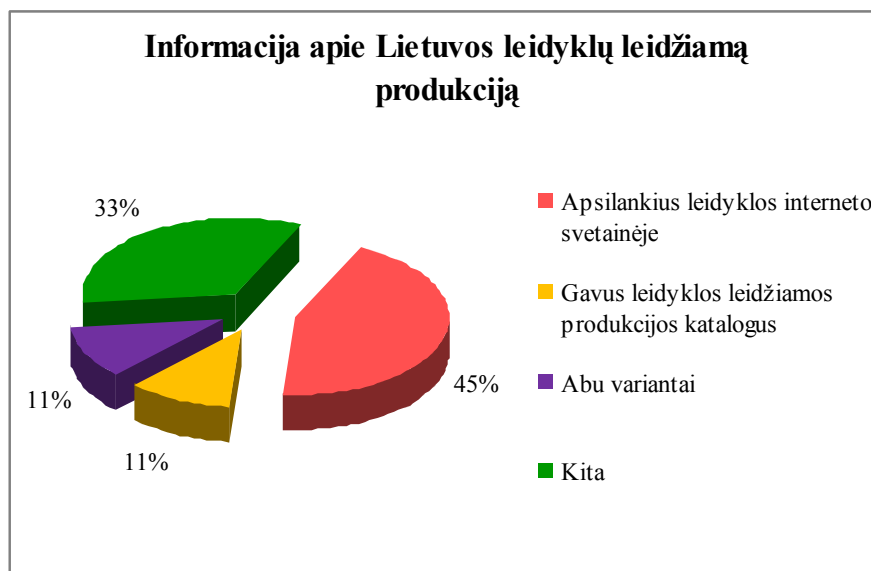


Diagramoje pateikti duomenys atskleidžia, kad dauguma tyrime dalyvavusių leidyklų-ekspertų apie Prancūzijos leidyklų leidžiamą produkciją sužino tik gavusios jų produkcijos katalogus – taip atsakė 4 ekspertai, atstovaujantys konkrečias leidyklas. Jie nenurodė kitų galimų informacijos gavimo kanalų, todėl galima daryti prielaidą, kad papildomai Prancūzijos leidžiamomis knygomis šios leidyklos nesidomi. Vienas ekspertas nurodė, kad leidykla, kurioje jis dirba, su Prancūzijos leidyklų leidžiamomis knygomis susipažįsta tik apsilankiusi konkrečios leidyklos internetinėje svetainėje. 2 ekspertai atskleidė, kad gauna Prancūzijos leidyklų leidžiamos produkcijos katalogus, tačiau pažymėjo,

kad patys, ieškodami knygų, apsilanko ir jų internetinėse svetainėse. Kiti 2 ekspertai pateikė savo variantus ir nurodė, kad nesidomi konkrečių leidyklų leidžiama produkcija, o tiesiog ieško gerų knygų ir domisi, ką leidžia panašaus profilio leidyklos kaimyninėse šalyse (Lenkijoje, Estijoje, Čekijoje ir pan.). Tapo aišku, kad kiekviena leidykla knygų paiešką vykdo pagal savo nusistatytus kriterijus ir informacijos ieško joms patogiausiais kanalais. Galima daryti prielaidą, kad tos leidyklos, kurios domisi prancūzų literatūra, naudojami keliais informacijos gavimo šaltiniais, tuo tarpu leidyklos, kurios leidžia mažai prancūziškų knygų, papildomai nesidomi ir apsiriboja vienu informacijos kanalu.

Tyrimo ekspertų buvo prašoma nurodyti, kaip Prancūzijos leidyklos, su kuriomis jie bendradarbiauja sužino apie jų leidyklų leidžiamą produkciją.

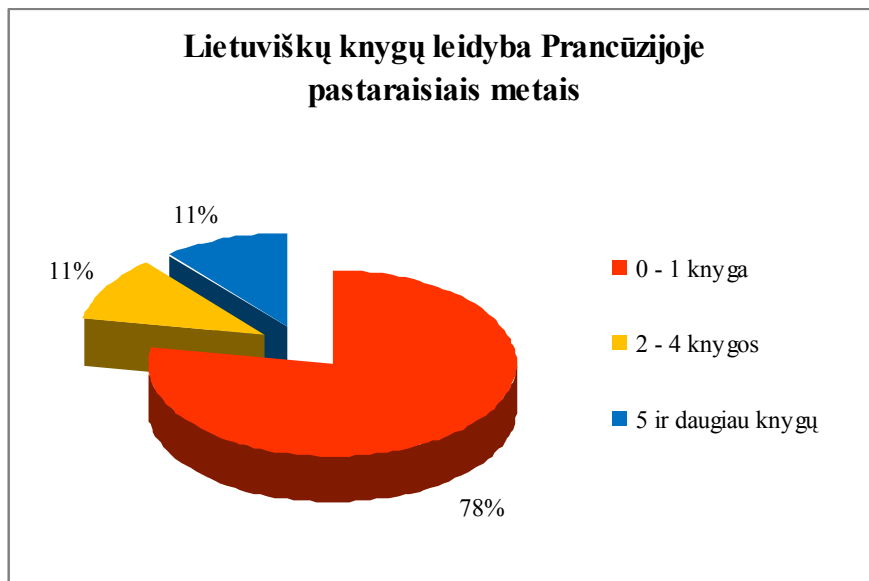
7 diagrama. Informacija apie Lietuvos leidyklų leidžiamą produkciją



Pateikti duomenys atskleidžia, kad Prancūzijos leidyklos apie Lietuvos leidyklų leidžiamą produkciją dažniausiai sužino apsilankiusios jų internetinėse svetainėse. Vienas ekspertas nurodė, kad leidykla, kurią jis atstovauja, siunčia Prancūzijos leidykloms savo katalogus ir vienas ekspertas teigė, kad Prancūzijos leidyklos gauna produkcijos katalogus, taip pat informaciją sužino apsilankiusios leidyklos internetinėje svetainėje. 3 ekspertai nepasirinko pasiūlytų atsakymų variantų, tačiau pateikė savus: vienas respondentas nurodė, kad Prancūzijos leidyklos nėra išvertusios nė vienos originalios lietuviškos knygos, kurią išleido jo atstovaujama leidykla, jomis nesidomi, todėl jokios informacijos negauna. Kiti 2 ekspertai atskleidė, kad Prancūzijos leidyklos informaciją apie jų leidyklų leidžiamą produkciją gauna tarptautinių knygų mugių metu.

Reikia pažymėti, kad nors respondentai nurodo, kad Prancūzijos leidyklos ieško informacijos, domisi Lietuvos leidyklų leidžiamomis knygomis, toliau pateikti rezultatai apie Prancūzijoje leidžiamas lietuvių autorių knygas atskleidžia mažą domėjimąsi Lietuvos leidyklų-ekspertų išleistais lietuviškais kūriniais.

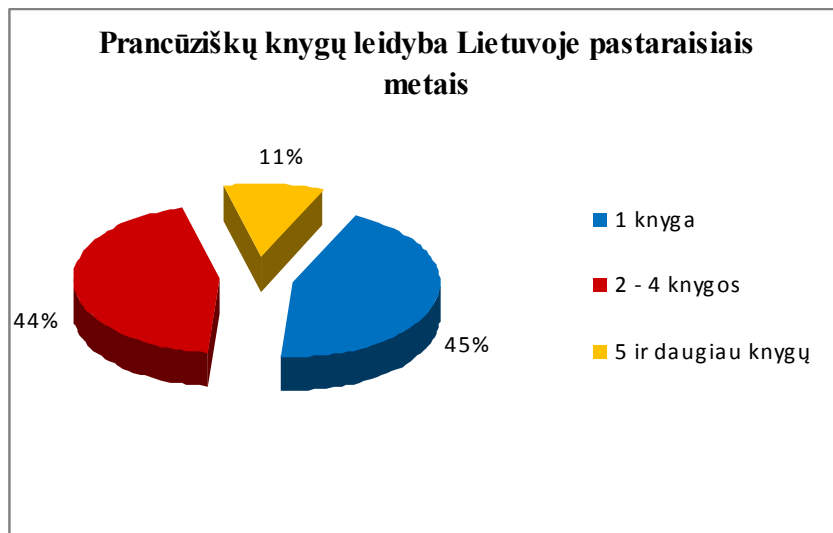
8 diagrama. Lietuviškų knygų leidyba Prancūzijoje pastaraisiais metais



Diagramoje pateikti duomenys atskleidžia, kad didžioji dalis Prancūzijos leidyklų (78%), su kuriomis bendradarbiauja tyrimui pasirinktos Lietuvos leidyklos-ekspertės, pastaraisiais metais neišleido nė vienos lietuviškos knygos, arba išleido tik vieną lietuvišką kūrinį. Du ekspertai nurodė, kad Prancūzijos leidyklos, su kuriomis bendradarbiaujama, per metus išleidžia daugiau nei dvi lietuviškas knygas: viena Lietuvos leidykla-ekspertė pažymėjo, kad Prancūzijoje išleidžiama maždaug nuo dviejų iki keturių leidyklos išleistų lietuviškų knygų, kita leidykla-ekspertė atskleidė, kad Prancūzijos leidyklos visgi domisi jos leidžiama produkcija ir per metus pasirenka išleisti apytiksliai penkias (ir daugiau) lietuviškas knygas.

Tyrime dalyvavę ekspertai nurodė, kad jie vykdo intensyvesnę prancūziškų knygų leidybą Lietuvoje, priešingai nei Prancūzijos leidyklos, kurios išleidžia mažiau lietuviškų knygų savo šalyje.

9 diagrama. Prancūziškų knygų leidyba Lietuvoje pastaraisiais metais



4 ekspertai nurodė, kad jie išleidžia tik po vieną knygą per metus, kiti 4 ekspertai pažymėjo, kad išleidžia nuo dviejų iki keturių prancūziškų kūrinių ir vienas ekspertas per metus išleidžia penkias (ir daugiau) prancūziškas knygas. Svarbu pažymėti, kad ekspertai, nurodę išleidžiantys daugiau nei dvi prancūziškas knygas per metus, yra vienos iš didesnių Lietuvos leidyklų, kurios, kaip buvo teigta anksčiau, labiau domisi prancūziškais kūriniais ir jų paiešką vykdo įvairiais kanalais. Mažesnių leidėjų prancūziškų knygų leidybos kiekybiniai parametrai yra daug mažesni – tai būtų galima paaiškinti dviem aspektais: visų pirma – nedideli leidyklos finansiniai ištekliai, visų antra – nerandama tinkama knyga, kurią būtų galima išleisti Lietuvoje.

Reikia pabrėžti, kad Lietuvoje yra nemažai leidyklų, kurios yra išleidusios prancūziškų knygų, tačiau dažniausiai jų bendradarbiavimas su Prancūzijos leidyklomis yra vienkartinis, pasibaigiantis tik vienos knygos išleidimu. Tyrime dalyvavę ekspertai nurodė, kad jie palaiko nuolatinį ryšius su viena ar kita Prancūzijos leidykla, todėl turi didesnę bendradarbiavimo patirtį. Tyrimo metu surinkti ir susisteminti duomenys atskleidė bendradarbiavimo su Prancūzijos leidyklomis ypatumus ir leido padaryti konkrečias išvadas.

IŠVADOS

Per pastaruosius dešimtmečius knygų leidybos srityje įvyko esminiai pokyčiai, kuriems didelę įtaką padarė bendros ES rinkos sukūrimas, globalizacijos, kultūros komercializacijos, įvairia veikla užsiimančių tarptautinio lygio koncernų ir leidybos pramonės integracijos procesai. Visa tai paskatino leidyklų susivienijimus, leidybos monopolio susiformavimą, tarptautinių organizacijų bei asociacijų steigimą, leidybos verslo plėtrą į užsienio rinkas ir tarptautinį leidyklų bendradarbiavimą.

Lietuvos ir Prancūzijos knygų rinkų analizė išryškino šių šalių leidybos pramonės panašumus ir skirtumus. Aiškiai pastebima rinkos monopolizacijos tendencija – abiejų šalių leidybos monopolinį tinklą sudaro susijungusios leidyklos ar leidybos grupės. Lietuvoje didžioji dalis leidyklų yra savarankiškos įmonės, priešingai nei Prancūzijoje, kur leidyklos yra pavaldžios dideliems šalies ar užsienio koncernams, užsiimantiems dažniausiai kita, su leidybos verslu nesusijusia veikla.

Nustatyta, kad mažieji, nepriklausomi abiejų analizuojamų šalių leidėjai susiduria su produkcijos platinimo sunkumais. Lietuvoje nebuvo pastebėtas nė vienas šių leidėjų bendradarbiavimo atvejis, tuo tarpu Prancūzijos nepriklausomi leidėjai kuria bendras organizacijas, siekdami išlikti rinkoje, atsilaikyti prieš leidybos monopolį sudarančių leidėjų dominavimą ir sudaryti palankias savos produkcijos platinimo sąlygas.

Kitas šių šalių knygų rinkų skiriamasis bruožas – veiklos specializacija, kurios Lietuvos leidyklos neturi, todėl galima tik santykinai suskirstyti leidyklas pagal profilius. Dauguma Prancūzijos leidyklų specializuojasi vienos ar kitos literatūros leidyboje, todėl visa šalies leidėjų populiacija gali būti suskirstoma į atskiras grupes. Knygų rinkų analizė atskleidė priešingą Lietuvos ir Prancūzijos knygų leidybos pramonės raidos kryptingumą: Prancūzijoje pastebėta naujai išleistų knygų, tiražų, leidyklų pardavimų apyvartos augimo tendencija, tuo tarpu pastaraisiais metais Lietuvoje šių rodiklių duomenys tendencingai mažėjo. Darytina išvada, kad tai ekonominės krizės padarinys.

Darbe pristatomo tyrimo rezultatai leidžia daryti išvadą, kad produktyvus ir našus bendradarbiavimas tarp visapusiškai skirtingų šalių, nevienodą leidybos patirtį turinčių Lietuvos ir Prancūzijos leidėjų, yra įmanomas. Nustatyta, kad prancūziškų knygų leidyba Lietuvoje vyksta intensyviau negu lietuviškų Prancūzijoje. Lietuvos leidėjai, ketindami išleisti prancūzišką knygą, mažai domisi konkrečių Prancūzijos leidyklų produkcija – pirmiausia ieškoma tiesiog gera knyga šalies knygų rinkoje, domimasi kaimyninių šalių prancūziškų knygų leidybos patirtimi ir tik tuomet ieškoma, kuri Prancūzijos leidykla turi pasirinktos knygos leidybos teises. Ieškant prancūziškos knygos vadovaujamosi keletu pagrindinių kriterijų: knygos turinio patrauklumas ir išskirtinumas bei šalies

skaitytojų poreikių tenkinimas. Autoriaus, knygos žinomumas ir populiarumas nėra svarbiausi veiksniai, skatinantys pasirinkti išleisti prancūzišką knygą Lietuvoje. Nustatyta, kad Lietuvos leidėjai gauna Prancūzijos leidyklų produkcijos katalogus, iš kurių dažniausiai sužino apie Prancūzijoje išleistas knygas, tuo tarpu Prancūzijos leidėjai mažai domisi lietuviškomis knygomis, retai gauna produkcijos katalogus, o apie Lietuvos leidyklų leidžiamas knygas dažniausiai sužino apsilankę jų internetinėse svetainėse, taip pat tarptautinių mugių metu. Lietuvos leidyklos, pradėdamos bendradarbiauti su Prancūzijos leidyklomis, atsižvelgia į knygą išleidusios leidyklos profilį, jos patikimumą, apsvarsto galimybę su ja susitarti dėl palankių knygos išleidimo Lietuvoje sąlygų. Taip pat išsiaiškinta, kad Lietuvos ir Prancūzijos leidyklos, sudarydamos licencines sutartis dėl teisės versti, išleisti ir platinti kūrinių savoje šalyje, bendrauja dažniausiai tiesiogiai, be tarpininkų – agentūrų, turinčių licencijų pardavimo teisę.

Lietuvos leidyklų leidžiamos literatūros pobūdžio neatitikimas, nesuderinamumas su Prancūzijos leidyklų poreikiais iš dalies paaiškina negausią lietuviškų knygų leidybą Prancūzijoje ir kitose šalyse. Lietuvos leidėjams reiktų labiau apgalvoti integracijos į tarptautinę rinką strategiją, ieškoti įvairių būdų, kuriais sudomintų užsienio leidėjus savo produkcija. Tarptautinis bendradarbiavimas yra naudingas tuo, kad padeda pasisemti patirties iš leidybos profesionalų ir neatsilikti nuo tobulėjančių ir nuolat kintančių leidybos standartų.

Atlikus tyrimą ir išanalizavus gautus rezultatus, galima daryti išvadą, kad tyrimo pradžioje užsibrėžtas tikslas ir suformuluoti uždaviniai, tikslui pasiekti, buvo įvykdyti.

BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. *1990 – 1999 m. Europa be sienų* Iš Europos Sąjungos tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 3 d.]. Prieiga per internetą: <http://europa.eu/abc/history/1990-1999/index_lt.htm>.
2. „*Alma littera*“ įsigijo keturis „*Baltų lankų*“ knygytus Iš dienraštis *Vilniaus diena* [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. gruodžio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.diena.lt/naujienos/ekonomika/alma-littera-isingijo-keturis-baltu-lanku-knygytus-240765>>.
3. *Apie Alma littera* Iš leidyklos *Alma littera* tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.almalittera.lt/lt.php/apie_alma_littera/29>.
4. *Apie LLA* Iš Lietuvos leidėjų asociacijos tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://lla.lt/lt/lla/ApieLLA>>.
5. *Apie Vagos grupę* Iš leidyklos *Vaga* tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. spalio 11 d.]. Prieiga per internetą: <http://leidykla.vaga.lt/index.php?s_id=1>.
6. AUGUSTAITIS, V. *Knyga* Iš Visuotinė lietuvių enciklopedija, T. X: Khm-Kr (I – X tomo papildymai). Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas, 2006. 832 p. ISBN 5-420-01486-6.
7. BAVERSTOCK, A. *Leidybos marketingas*. Kaunas: Poligrafija ir informatika, 2002, 344 p. ISBN 9986-850-38-X.
8. *Catalogue d'Éditions Atlas* In Prancūzijos leidyklos *Editions Atlas* tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.editionsatlas.fr/c/5/tous-les-produits.html>>.
9. *Dabartinė Lietuvos knygų leidybos verslo situacija* Iš Lietuvos parodų ir kongresų centro Litexpo tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. gruodžio 12 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.litexpo.lt/lt/main/press/news_press?id=24274>.
10. *Distribution* In Prancūzijos leidyklų grupės *Hachette Livre* tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. gruodžio 7 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.hachette.com/centres-de-distribution.html>>.
11. *Editions Gallimard: la maison d'édition* In Prancūzijos leidyklų grupės *Groupe Gallimard* tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.gallimard.fr/>>.
12. *Etudes et statistiques* In Prancūzijos Kultūros Ministerijos tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. spalio 22 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pubstat/chiffcles.html>>.

13. *Gimtąjį žodį išigijo leidykla Versus aureus* Iš virtualios visuomenės naujienų portalas [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. spalio 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.vtv.lt/naujienos/literatura/gimtaji-zodi-isigijo-leidykla-versus-aureus.html>>.
14. *Hachette Livre caracole en tête du secteur* In Prancūzijos nacionalinės televizijos kanalo *France2* tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://culture.france2.fr/livres/actu/Hachette-Livre-caracole-en-t%C3%AAte-du-secteur-58306845.html>>.
15. *Įmonių grupės pristatymas* Iš *Alma littera* įmonių grupės tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.algrupe.lt/lt/imoniu-grupes-pristatymas/41>>.
16. *Information institutionnelle* In Prancūzijos leidyklos *Editis* tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. rugsėjo 28 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.editis.com/content.php?lg=fr&id=51>>.
17. *Introduction* In Prancūzijos kompanijos *Dix Media* techninės dokumentacijos ir mediatekų valdymo tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 8 d.]. Prieiga per internetą: <<http://mediadix.u-paris10.fr/cours/Edition/301Intro.htm>>.
18. KARDELIS, K. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*: vadovėlis. Kaunas: Judex, 2002. 400 p. ISBN 9955-655-35-6.
19. KAUNAS, D. *Skaitmeninė knyga* Iš *Knygotyra*: vadovėlis. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2006. 402 p. ISBN 9986-19-928-X.
20. *Knygų leidyklos pagal 2009 m. pajamas*. Verslo žinios, 2010 m. vasario 18 d., Nr. 32 (3184). 11 p. ISSN 1392-2807.
21. *La concentration éditoriale* In Prancūzijos kompanijos *Dix Media* techninės dokumentacijos ir mediatekų valdymo tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. spalio 21 d.]. Prieiga per internetą: <<http://mediadix.u-paris10.fr/cours/Edition/203Concentration.htm>>.
22. *La précarité dans l'édition* In Prancūzijos verslo naujienų tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 30 d.]. Prieiga per internetą: <<http://juralibertaire.over-blog.com/article-26001727.html>>.
23. *La présentation du groupe* In Prancūzijos leidyklų grupės *Hachette Livre* tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. spalio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.hachette.com/>>.
24. *L'autre livre: L'association des éditeurs indépendants* In Prancūzijos nepriklausomų leidėjų asociacijos *L'autre livre* tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. spalio 23d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lautrelivre.net/noyau/index.php?domaine_id=6>.
25. *Le mot du président* In Prancūzijos leidyklų grupės *Gallimard* tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.gallimard.fr/>>.

26. *Leidėjams vietoj pinigų siūlomos tik knygos* Iš Lietuvos leidėjų asociacijos tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. spalio 13 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lla.lt/lt/naujienos/straipsniai/leidejams_vietoj_pinigu_siulomos_tik_knygos>.
27. *Les éditeurs indépendants* In *Dix Media* kompanijos techninės dokumentacijos ir mediatekų valdymo tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. gruodžio 6 d.]. Prieiga per internetą: <<http://mediadix.u-paris10.fr/cours/Edition/205Maisonsindependantes.htm>>.
28. *Les problèmes actuels* In Prancūzijos kompanijos *Dix Media* techninės dokumentacijos ir mediatekų valdymo tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. spalio 26 d.]. Prieiga per internetą: <<http://mediadix.u-paris10.fr/cours/Edition/206Problemesactuels.htm>>.
29. *Les valeurs chez Lagardère* In Prancūzijos įmonių grupės *Lagardère* tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. spalio 11 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.lagardere.com/groupe/valeurs-174.html>>.
30. *Lietuvos knygų leidėjai - prieš pridėtinės vertės mokesčių lengvatų naikinimą* Iš dienraštis *Lietuvos rytas* [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. gruodžio 14 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.lrytas.lt/12272611911226490023-lietuvos-knyg%C5%B3-leid%C4%97jai-prie%C5%A1-prid%C4%97tin%C4%97s-vert%C4%97s-mokes%C4%8Di%C5%B3-lengvat%C5%B3-naik-inim%C4%85.htm>>.
31. *Lietuvos leidėjai* Iš Lietuvos integrali bibliotekų informacijos sistema (LIBIS) [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 14 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.libis.lt:8088/>>.
32. LIETUVOS LEIDĖJŲ ASOCIACIJA. *Knygoje visas pasaulis* (2009) [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. spalio 14 d.]. Prieiga per internetą: <<http://lla.lt/lt/Leidiniai>>.
33. *Lietuvos skaitytojai per savaitę skaito vidutiniškai 7,5 valandos* Iš Lietuvos naujienų tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.balsas.lt/naujiena/387784/lietuvos-skaitytojai-per-savaite-skaito-vidutiniskai-7-5-valandos>>.
34. *Lietuvos skaitytojai vidutiniškai per savaitę skaito apie 7,5 val.* Iš laikraštis *15min.* [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 13 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.15min.lt/naujiena/laisvalaikis/ivairenybes/lietuvos-skaitytojai-vidutiniskai-per-savaite-skaito-apie-7-5-val-61-96023>>.
35. *Livres Hebdo publie son 4e classement annuel de l'édition mondiale* In leidėjų profesinis leidinys *Livre Hebdo* [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. rugsėjo 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.livreshebdo.fr/economie-et-chiffres/actualites/livres-hebdo-publie-son-4e-classement-annuel-de-l-edition-mondiale/4582.aspx>>.

36. *Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre* In Prancūzijos Vyriausybės tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. gruodžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068716&dateTexte=20080207>>.
37. *Marché du livre et rentrée littéraire* In dienraštis *Le Monde* [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://savatier.blog.lemonde.fr/2009/09/08/marche-du-livre-et-rentree-litteraire>>.
38. MARKEVIČIENĖ, R., TAMULYNIENĖ, L., SPAUDOS STATISTIKOS GRUPĖ. *Lietuvos spaudos statistika*. Vilnius: Lietuvos nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka, 2010. 91 p. ISSN 1392-2238/ ISBN 978-609-405-025-1.
39. MISIŪNAS, R. *Knygų leidyba* Iš Visuotinė lietuvių enciklopedija, T. X: Khm-Kr (I – X tomo papildymai). Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas, 2006. 832 p. ISBN 5-420-01486-6.
40. MISIŪNAS, R. *Knygų leidyba pasaulyje*. Vilnius: Versus Aureus, 2003. 167 p. ISBN 9955-9613-3-3.
41. MISIŪNAS, R. *Knygos leidybos organizavimas* Iš Knygotyra: vadovėlis. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2006. 402 p. ISBN 9986-19-928-X.
42. MISIŪNAS, R. *Leidyba Lietuvoje* Iš meno žurnalas *Dailė* (Nr. 2002/1) tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.culture.lt/daile/02%281%29/11.htm>>.
43. *Moyens de communication* In Ispanijos įmonių grupės *Planeta* tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. spalio 11 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.planeta.es/memoriaplaneta/fr/medios.htm>>.
44. *Parduoda mažiau - skaito daugiau* Iš dienraštis *Lietuvos žinios* [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. gruodžio 14 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.google.lt/#hl=lt&source=hp&biw=1024&bih=608&q=lietuvos+zinios&aq=f&aqi=g10&aql=&oq=&gs_rfai=&fp=90f6530be72502d5>.
45. PRANULIS, V. P. *Marketingo tyrimai: teorija ir praktika*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2007. 252 p. ISBN 978-9955-33-017-2.
46. *Principes et fonctionnement du prix unique du livre* In Prancūzijos leidėjų asociacijos tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 22 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.sne.fr/pages/les-enjeux/prix-unique-du-livre/principes-et-fonctionnement.html>>.
47. STARKEVIČIŪTĖ, Margarita. *Kūrybinių ekonominių veiklų indėlio į Lietuvos ekonomiką įvertinimas* (2003) [interaktyvus], [žiūrėta 2010 rugsėjo 13 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.mediadesk.lt/pic/m.%20starkeviciute%20pat.doc>>.

48. *Statistiques - Livres* In Prancūzijos Nacionalinės Bibliotekos tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. lapkričio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.bnf.fr/fr/professionnels/anx_depot_legal/a.stats_biblio_livres.html>.
49. *Sulaukta konkurencijos iš gretimų rinkų* Iš dienraštis *Verslo žinios* [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. spalio 14 d.]. Prieiga per internetą: <<http://archyvas.vz.lt/news.php?strid=1002&id=5085457>>.
50. *Tarptautinis bendradarbiavimas* Iš Lietuvos leidėjų asociacijos tinklalapis [interaktyvus] [žiūrėta 2010 lapkričio 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://la.lt/lt/Veikla/TB>>.
51. TOLOČKO, V. *Licencinė sutartis* Iš Visuotinė lietuvių enciklopedija, T. XIII: Leo-Mag. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas, 2008. 800 p. ISBN 5-420-01486-6.
52. „Vorto“ plečia knygų verslą Iš dienraštis *Verslo žinios* [interaktyvus] [žiūrėta 2010 m. spalio 13 d.]. Prieiga per internetą: <<http://archyvas.vz.lt/news.php?strid=1002&id=107796>>.
53. ZOVIENĖ, D. *Lietuvos knygų leidybos ir poligrafijos kaita XX a. pabaigoje* Iš „Lietuvos šiuolaikinės tiražinės knygos meniniai ypatumai“. Vilnius: humanitarinių mokslų srities Menotyros krypties (03H) daktaro disertacija, 2009. 237 p.

PRIEDAI

1 Priedas

Lietuvos leidyklų bendradarbiavimas su Prancūzijos leidyklomis

Anketa

Gerbiamas respondente,

Ši anketa buvo sukurta siekiant išsiaiškinti Lietuvos ir Prancūzijos leidyklų bendradarbiavimo aspektus. Tyrimo rezultatai turėtų parodyti, kokie tarpusavio ryšiai sieja šių šalių leidyklas, ir atskleisti jų bendradarbiavimo ypatybes. Jūsų pateikta informacija yra labai svarbi atliekamam tyrimui ir leis padaryti apibendrintas ir objektyvias išvadas šio tyrimo pabaigoje.

Informacija yra renkama tik šiam moksliniam tyrimui atlikti. Ji nebus paviėšinta ar panaudota kitais tikslais.

1. Ar šiuo metu bendradarbiaujate su Prancūzijos leidyklomis?

Jei atsakydami į šį klausimą pasirinkote variantą "Ne", į anketos klausimus nebeatsakinėkite

- Taip
- Ne

2. Įvardinkite, su kuriomis Prancūzijos leidyklomis bendradarbiaujate.

.....

3. Kiek apytiksliai metų Jūs jau bendradarbiaujate su Prancūzijos leidyklomis?

- 0 – 1 m.
- 2 – 5 m.
- 6 – 9 m.
- 10 m. ir daugiau

4. Prieš pradėdant bendradarbiauti Jūs atsižvelgiate į šias Prancūzijos leidyklų charakteristikas:

- Leidyklos profilis
- Leidyklos dydis
- Leidyklos žinomumas šalies/ pasaulio kontekste
- Leidyklos patikimumas
- Geri atsiliepimai apie leidyklą
- Galimybė susitarti dėl Jums palankių sąlygų leidžiant knyga

- Šie dalykai Jūsų visiškai nedomina
- Kita

5. Ketindami išleisti prancūzišką knygą Lietuvoje, Jūs:

- Visuomet bendradarbiaujate su tomis pačiomis Prancūzijos leidyklomis ir domitės tik jų leidžiama produkcija
- Pirmiausia pasidomite, ką išleido (ruošiasi išleisti) konkreti Prancūzijos leidykla, ir, jei nerandate nieko tinkamo, ieškote knygų, kurias išleido kitos leidyklos
- Ieškote tiesiog geros knygos ir niekada nekreipiate dėmesio, kuri leidykla ją išleido
- Kita

6. Kokie veiksniai Jus skatina pasirinkti išleisti prancūzišką knygą Lietuvoje?

	1	2	3	4	5
Žinomas autorius					
Knygos populiarumas ir žinomumas kitose šalyse					
Knygos turinio išskirtinumas ir patrauklumas					
Knygos praktinė nauda					
Lietuvos skaitytojų poreikiai					
Kita					

7. Sudarant licencines sutartis, dėl teisės versti ir platinti kūrinį, Jūsų leidykla bendrauja:

- Tiesiogiai su Prancūzijos leidykla, kurios kūrinį ketinate išleisti
- Su licencijų pardavimo agentūra, kuri atstovauja leidyklą
- Kita

8. Už licencinių sutarčių su Prancūzijos leidyklomis/agentūromis sudarymą Jūsų leidykloje yra atsakingas:

- Vienas asmuo
- Keli asmenys
- Atskiras padalinys
- Licencijos pardavimo teisę turinti agentūra, kuri atstovauja Jūsų leidyklą
- Kita

9. Iš kur gaunate informaciją apie Prancūzijos leidyklų leidžiamą produkciją?

- Apsilankote konkrečios leidyklos internetinėje svetainėje
- Gaunate leidyklų leidžiamos produkcijos katalogus
- Kita

10. Kiek apytiksliai prancūziškų knygų Jūsų leidykla išleidžia per metus?

- 1 knyga
- 2 – 4 knygos
- 5 ir daugiau knygų

11. Apie Jūsų leidyklos leidžiamą produkciją Prancūzijos leidyklos sužino:

- Apsilankę Jūsų leidyklos interneto svetainėje
- Gavę Jūsų leidyklos leidžiamos produkcijos katalogus
- Kita

12. Kiek apytiksliai Jūsų leidyklos knygų Prancūzijos leidyklos pasirenka išleisti per metus?

- 0 – 1 knyga
- 2 – 4 knygos
- 5 ir daugiau knygų

13. Ar planuojate ieškoti naujų Prancūzijos leidyklų – partnerių ateityje?

- Taip – Jūs neapsiribojate bendradarbiavimu su viena leidykla
- Ne – Jūsų leidyklai užtenka ir jau esamų partnerių
- Ateityje Jūsų leidykla visai neplanuoja bendradarbiauti su Prancūzijos leidyklomis

14. Įrašykite leidyklos pavadinimą, kurioje dirbate.

.....

15. Įrašykite, kokias užimate pareigas.

.....

Ačiū už atsakymus!

2 priedas

Tyrimui pasirinktos leidyklos-ekspertės

1. Alma littera

Į anketą atsakiusio asmens pareigos: *autorių teisių vadybininkė*

Bendradarbiauja su šiomis Prancūzijos leidyklomis: *Editions Larousse, Editions Robert Laffont, Editions Milan SA.*

2. Apostrofa

Į anketą atsakiusio asmens pareigos: *direktorė*

Bendradarbiauja su šiomis Prancūzijos leidyklomis: *Editions du Seuil.*

3. Baltos lankos

Į anketą atsakiusio asmens pareigos: *autorių teisių vadybininkė*

Bendradarbiauja su šiomis Prancūzijos leidyklomis: *Editions Gallimard, Editions du Seuil, Editions Plon, Editions Albin Michel, Editions de Minuit, Presses Universitaires de France (PUF) ir kt.*

4. Jotema

Į anketą atsakiusio asmens pareigos: *autorių teisių vadovė*

Bendradarbiauja su šiomis Prancūzijos leidyklomis: *Editions Auzou.*

5. Kronta

Į anketą atsakiusio asmens pareigos: *administratorė*

Bendradarbiauja su šiomis Prancūzijos leidyklomis: *Editions Armand Colin, Editions la Découverte, Editions Gallimard, Editions de l'Archipel, Editions Plon, Editions Perrin, Editions Bernard Grasset, Booking International.*

6. Mintis

Į anketą atsakiusio asmens pareigos: *vyr. redaktorė*

Bendradarbiauja su šiomis Prancūzijos leidyklomis: *Presses Universitaires de France (PUF).*

7. Tyto alba

Į anketą atsakiusio asmens pareigos: *projektų vadovas*

Bendradarbiauja su šiomis Prancūzijos leidyklomis: *Hachette, Editions Gallimard, Editions du Seuil, Editions Albin Michel, Editions XO, Editions Bernard Grasset.*

8. Vaga

[anketa atsakiusio asmens pareigos: *vyr. redaktorė*

Bendradarbiauja su šiomis Prancūzijos leidyklomis: *Editions Gallimard.*

9. Versus aureus

[anketa atsakiusio asmens pareigos: *vadybos projektų vadovė*

Bendradarbiauja su šiomis Prancūzijos leidyklomis: *Editions Stock.*

SUMMARY

COOPERATION BETWEEN LITHUANIAN AND FRENCH PUBLISHING HOUSES

Master's thesis

Dovilė Pyragaitė

The object of the master's thesis is the features of cooperation between Lithuanian and French publishing houses. The purpose of the master's thesis is to explore and evaluate by quality aspect the tendency of cooperation between Lithuanian and French publishing houses. The tasks of the work are: to analyze the situation of books publishing and the tendency of its development; to disclose international cooperation benefit, opportunities and perspectives; to explore the Lithuanian and French books markets; to do an expert research and summarize the results. To reach the purpose of the master's thesis, it was used the following methods (theoretical and empirical): analysis of bibliography, documents and Web sites; systematization and comparative analysis; question form.

The creation and development of global EU market stimulated the publishers to search the partners in foreign countries. Books translation is one of the cooperation forms between publishing houses. Results of the research show that mostly cooperation is directly, without intermediaries. Lithuanian publishers generally are not interested in a production of particular French publishing house – they are just looking for a good book in a French books market and only then they cooperate with the publishing house which owns the rights to a book. Compatibility of profile of publishing houses is the most important factor for Lithuanian publishers. French books exclusiveness, attractiveness and Lithuanian reader's needs, stimulate publishing of these books in Lithuania.

The research discover that many Lithuanian publishers intensively cooperate with French publishing houses and publish French books, meanwhile the French publishers are not very interested in Lithuanian literary production. Lithuanian publishers have to find out the better integration strategy to French books market. It is recommended for Lithuanian publishers to use professional foreign publisher's experience.

This theme has not been analyzed yet. It has much space for discussions and problem solving.

The master's thesis can be useful for Lithuanian publishers who seek to cooperate with French publishing houses, for students and for anyone interested in book publishing.