

# Problematika elektronických periodik na Internetu Zkušenosti s “vydáváním” elektronického časopisu Ikaros

*Petra Jedličková, Ikaros*

## I. Co se rozumí pod pojmem elektronické publikování

S vývojem technologií a technických prostředků dochází ke zcela zákonitému vzniku nových médií, která - jako nová extenze člověka - rozšiřují možnosti publikování informací. Vzhledem k tomu, že většina informací je i během “klasického” publikačního procesu v nějaké z jeho fází v elektronické podobě, není se čemu divit, když nové technické prostředky umožňující příjem těchto produktů v elektronické podobě nastartovaly takovou explozi elektronického publikování. Ačkoli se tento příspěvek zaměřuje na problematiku elektronických periodik na Internetu, v širším pohledu je publikováním informací míněna *příprava, tvorba, zachycení, transformace, ukládání a diseminace dokumentů; hovoříme-li o elektronickém publikování, pak je výsledkem této činnosti zpřístupnění dokumentů v digitální podobě.*

## II. Základní členění elektronických publikací

Vezmeme-li v úvahu předchozí vymezení elektronického publikování, můžeme za elektronickou publikaci považovat v podstatě *jakýkoli dokument zpřístupňovaný v elektronické podobě*. Základní členění tedy vychází z rozdělení elektronických dokumentů **podle způsobu zpřístupňování**:

### **e-dokumenty přístupné on-line**

Zvláštní postavení v této skupině má globální počítačová síť Internet, kterou chápeme jako nové médium a o které v tomto příspěvku půjde především. Pokud bychom však toto rozdělení dokumentů chápali důsledně, museli bychom do této skupiny zahrnout obecně všechny dokumenty přístupné skupině uživatelů v rámci lokální nebo globální sítě. Za elektronické publikování, tedy zveřejnění nějakého dokumentu v elektronické podobě, můžeme totiž v tomto širším pojetí považovat i sdílení dokumentů v rámci intranetu nebo lokální počítačové sítě. Výzkumné nebo pracovní týmy totiž mohou zveřejnit/publikovat výsledky své práce (report, odborná stať, tabulky statistických dat, databáze) tak, aby tyto byly přístupné pouze určité skupině uživatelů v rámci dané sítě.

### **e-dokumenty přístupné off-line**

V této skupině jsou zařazeny všechny ostatní dokumenty v elektronické podobě, tedy například knihy, články, časopisy, stať, obrazy, fotografie, film, hudba apod. uložené a zpřístupňované na CD-ROM, videodiscích aj.

Zaměříme-li se blíže na **elektronické publikace na Internetu**, můžeme je dále dělit do několika skupin.

**podle způsobu vzniku:** elektronické mutace tištěných dokumentů  
dokumenty existující pouze v el. podobě

**podle periodicity:** monografie  
periodika pravidelná  
nepravidelná  
nepravá periodika

**Elektronické mutace tištěných dokumentů** často bývají pouze *přesnými kopiemi svých papírových předloh*. V lepším případě však více využívají možností multimediality a hypertextuality a rozšiřují tak možnosti práce s dokumenty nebo jsou speciálním doplňkem k papírovému dokumentu. Většina deníků zpravidla provozuje souběžně s vydáváním klasické tištěné podoby také zpravodajství na Internetu, kde prezentuje identické články s omezenou možností vyhledávání a orientace. Obsah elektronického “zrcadla” je navíc často ochuzen o některé drobnější informace, které jsou obsaženy v tištěné předloze. Podobné nepochopení a nedostatečné využití možností hypertextuality a multimediality provázelo zejména v minulosti prezentace některých institucí, které na webovské stránky prostě jen vystavily HTML podobu svých tištěných materiálů.

Zejména poslední dobou se začínají objevovat snahy naopak *rozšířit obsah elektronické publikace využitím výhod, které nabízí prostředí WWW*. Nejčastěji se tak na stránkách deníků objevují nástroje k rychlejšímu vyhledávání v textech článků, přehlednější uspořádání a hyperlinky usnadňující orientaci. Text také může doprovázet obrazový materiál (často kvalitnější než v tištěné předloze) nebo zvukový doprovod (například záznam rozhovoru nebo vystoupení nějaké významné osobnosti). Někteří vydavatelé však využívají prostředí WWW pouze k informativní prezentaci svých papírových miláčků a na webovských stránkách tak zpravidla nabízejí pouze základní informace o redakci, produktech, maximálně pak s možností on-line objednávky nebo nahlédnutí do starších čísel časopisu nebo výběrových článků.

Zajímavějším počinem je však *souběžné vydávání elektronického dokumentu jako doplněk k papírovému*. Nejedná se tedy o přesnou (nebo nedokonalou) kopii, ale o doplnění papírového dokumentu o možnosti, které klasické nosiče nenabízí. Například počítačový týdeník může nabízet aktuální zpravodajství na Internetu, informace a články, které se do papírového vydání nedostaly (např. pro nedostatek místa), hyperodkazy na místa související s tematikou čísla, více obrazového materiálu nebo možnost stažení software, o kterém se v týdeníku píše. Obsah tohoto doplňku se tedy může překrývat s tištěným dokumentem, ale v mnohém jej doplňuje a rozšiřuje.

Někteří velcí zahraniční vydavatelé nabízejí ještě sofistikovanější formu elektronického publikování a obchodu s informacemi. Nadále vydávají periodika v tištěné formě, na Internetu však nabízejí *virtuální knihovnu*, která zpřístupňuje oprávněným uživatelům všechny tyto dokumenty (například formou předplatného). Velkou předností je především možnost vyhledávání ve všech člancích a několika časopisech současně, prohledávání bibliografických záznamů a případné objednání plných textů. Tyto formy elektronického “předplatného” bývají dále rozšířeny o návazné informační služby.

Stále častěji se objevují **dokumenty, které existují pouze v elektronické podobě**. K tomuto zákonitému vývoji dochází nejen díky zmíněnému faktu, že většina tištěných dokumentů primárně existuje v elektronické podobě, ale především proto, že elektronické publikování nabízí mnoho výhod a rozšířených možností oproti klasickému.

### III. Rozdíly mezi elektronickým a klasickým publikováním

#### Hypertext a multimedialita

Elektronické publikace lze logicky provázat se souvisejícími dokumenty nebo částmi dokumentů a podstatně tak rozšířit možnosti čerpání informací pro čtenáře, kdy je možno pružně přecházet z jednoho

dokumentu do druhého, zatímco u tištěného dokumentu by autor musel informace buď opsat a tím je duplovat a nebo na ně čtenáře odkázat, aby si je vyhledal sám. Hypertextualita v podstatě simuluje to, co se běžně odehrává v lidském mozku při řešení nějakého problému: logické spojování a asociace odvíjející se od základního tématu. Klasický lineární text je překonán nejen možnostmi hypertextu, ale také spojením obrazových, textových a vizuálních informací: multimedialitou.

### **Vyhledávání a navigace**

Pro vyhledávání informací v tištěných dokumentech v podstatě neexistuje rychlejší nástroj než lidské oko. Elektronické dokumenty však využívají možností výpočetní techniky k prohledávání velkých množství dat, které na Internetu navíc znamená vyhledávání a získání dokumentů fyzicky umístěných na různých místech v síti. S exponenciálně stoupajícím množstvím informací je toto jedna z největších předností elektronických publikací, která slibuje sofistikovanější metody indexace, analýzy, vyhledávání a získávání dokumentů na zadané téma.

Nový prvek vnáší do vyhledávání a navigace v elektronických zdrojích tzv. push technologie a aktivní kanály, moderní obdoba osobních profilů přinášejících uživateli pouze informace vybrané specifikovaným filtrem.

Elektronická publikace dále nabízí dokonalejší způsoby navigace mezi články, kapitolami nebo dalšími částmi publikace. Rychlé přecházení mezi částmi dokumentu usnadňuje práci a šetří čas.

### **Interaktivita**

Pro komunikaci je významná také možnost okamžité interakce, kdy formy zpětné vazby pro vydavatele elektronických dokumentů Internet výrazně rozšiřuje. Díky tomuto dynamickému propojení mezi autorem a čtenářem může vzniknout spolupráce, pružnější zkvalitňování služeb vydavatele, možnosti diskuse a (sebe)vzdělávání.

### **Neomezenost prostoru a času**

Mnozí vydavatelé tištěných periodik jistě zápasí s omezeným prostorem, který je tištěnému dokumentu vymezen. Naplnění stránky, krácení článků a hledání obrazového aparátu vhodné velikosti jsou činnosti, které jsou elektronickému vydavateli zcela cizí, neubírají mu čas, nemají podstatný vliv na náklady a tak jediné, co je třeba v tomto směru při elektronickém publikování zvážit, je únosná velikost obrázků, délka textu a vhodná grafická úprava. Elektronický vydavatel se tak může plně soustředit na kvalitu obsahu a do elektronických dokumentů může v podstatě zahrnout neomezené množství souborů. Také nejnovější vývojové nástroje umožňují mj. tvorbu dynamických HTML dokumentů, které se svou kvalitou blíží klasickému DTP.

Ačkoli se většina seriózních vydavatelů elektronických periodik snaží dodržet pravidelnou periodicitu, i pro ně platí, že nejsou tolik omezeni časem jako klasičtí vydavatelé. Odpadá termín stanovený tiskárnou a také čas potřebný k vytištění a kompletaci materiálů. Elektronický dokument lze "publikovat" v podstatě kdykoli a proces převodu materiálů do HTML podoby zpravidla netrvá tak dlouho. U elektronických vydavatelství v podstatě odpadá celá řada institucí, které v tradičním "papírovém řetězci" hrály významnou úlohu: klasická redakce, tiskárna, distribuce. Redakce, čtenáři i autoři na Internetu jednou jsou, všichni jsou virtuálně spojeni, což významně urychluje, zlevňuje a jinak zvýhodňuje celý proces elektronického publikování.

### **Archivace**

Zatímco klasičtí vydavatelé chrlí nové a nové publikace a jen tiše doufají, že jsou někde shromažďovány, elektronický vydavatel dává svým čtenářům k dispozici nejen nejnovější publikaci

(číslo časopisu), ale také archiv všech předchozích čísel s možností jejich prohledávání. Nároky na prostor jsou v tomto případě (na rozdíl od archivace tištěných periodik) zcela zanedbatelné. Koneckonců i klasičtí vydavatelé se snaží svou produkci archivovat v elektronické podobě např. na CD ROM, protože výhody archivace materiálů v elektronické podobě jsou stále zřejmější. Moderní knihovny a informační centra proto kladou stále větší důraz na rozvoj elektronických fondů, vznikají tzv. virtuální knihovny apod.

#### **Finanční úspora**

Jednou z velkých výhod elektronického publikování, kterou ocení zejména vydavatelé dokumentů pro omezený okruh čtenářů, je nižší finanční náročnost. Náklady na elektronické vydavatelství, které budou rozebrány podrobněji v kapitole V., prakticky nejsou závislé<sup>1</sup> na velikosti skupiny uživatelů, zatímco u tištěných periodik hraje počet prodaných exemplářů důležitou roli při kalkulaci nákladů.

### **IV. Problémy spojené s elektronickým publikováním**

#### **Etika**

Nové médium Internet je zároveň novým komunikačním prostředím, ve kterém se teprve formuje soustava pravidel, záruk a zákonů, jímž se veškerá činnost na tomto médiu řídí. Vynecháme-li celou skupinu otázek spojených s anonymitou na Internetu<sup>2</sup>, elektronickým podpisem a copyrightem, který bude rozebrán v samostatné kapitole, zůstává zde nevyřešená otázka záruk, jaké může vydavatel poskytnout svým čtenářům. Jedná se především o záruku za věrohodnost textu, u periodik pak záruku za dodržení periodicity a záruku archivace materiálů. Stejně jako klasický vydavatel může být nesolidní, investice do vydání dokumentu již signalizuje alespoň snahu o kontinuitu a cíl vydávání. Klasický vydavatel má navíc své produkty někde uložené v papírové podobě a pokud zanikne, bude možné tyto dokumenty i nadále použít. U elektronického vydavatelství vzniká složitá otázka důvěryhodnosti, protože pouze u seriózního vydavatele můžeme počítat s tím, že se virtuální vydavatelství nepřesune na neznámé místo na síti nebo nezmezí úplně spolu se všemi archívy. Možná právě tato nejistota vede mnohé uživatele Internetu k tomu, že si raději důležité dokumenty nebo články vytisknou. Jedině tak můžeme vysvětlit fakt, že existuje lineární závislost mezi rostoucím využíváním výpočetní a kancelářské techniky a spotřebou papíru.

Finanční náročnost a větší časo-prostorové omezení tištěných publikací paradoxně skýtá jednu z výhod klasického publikování: částečná eliminace nadprodukce informací a grafomanství. Omezovat autory na Internetu by však bylo v rozporu s jeho celkovým zaměřením, a tak nezbývá než apelovat na etiku: všichni, kdo publikují na Internetu (a v el. podobě obecně), by se měli vyvarovat duplikací, uveřejňování redundantních informací, publikování zbytečně paměťově náročných dokumentů (fotografie, video, zvuk) a především nepublikovat "za každou cenu".

#### **Omezená skupina uživatelů Internetu**

Internet je nazýván globální počítačovou sítí, a málokomu tak dochází, že přístup k této

---

<sup>1</sup> Při velmi vysokém počtu čtenářů, t.j. vysoké četnosti přístupů na server, musí vydavatel počítat s vyššími náklady na technické vybavení, protože bude pravděpodobně nucen zakoupit výkonnější server a realizovat rychlejší připojení k síti.

<sup>2</sup> Přestože již existují metody, jak zjistit adresu a případné další údaje o osobách komunikujících v kyberprostoru, absenteje sociální kontext a celá řada aurálních znaků běžných v osobním styku.

“celosvětové” studnici informací má pouze zlomek obyvatel planety Země. Obecnými bariérami přístupu mohou být ekonomické podmínky, politická atmosféra, úroveň vzdělanosti, stav telekomunikační sítě aj. Podle průzkumů uživatelské struktury Internetu tvoří v České republice většinu mladí (v intervalu 15-33 let se pohybuje 78% všech uživatelů Internetu v ČR), vzdělání (absolventi SŠ a VŠ pokrývají 76%), pravcoví (78%) muži (91,5%). České publikační aktivity na Internetu jsou dále specifické používáním jazyka, kterým mluví jen malý zlomek všech uživatelů Internetu a který navíc vyžaduje podporu kódování české diakritiky.

K elektronickým publikacím na Internetu má tedy u nás zatím přístup jen omezená skupina lidí. Na druhou stranu je však patrné, že právě akademická komunita je v internetovské uživatelské skupině dosti výrazně zastoupena. Mnohé z odborných dokumentů nebo publikace úzce vymezených zájmových či profesních skupin, které nemohly být kvůli omezením tištěné produkce vydány, mají právě na Internetu šanci vzniknout a dostat se ke svým čtenářům.

### **Autorská práva**

Jedním z nejdiskutovanějších současných problémů elektronického publikování je ochrana osobních dat a s tím spojené garance autorům, kteří publikují. Bez pružného, funkčního a použitelného legislativního nástroje ochrany duševního vlastnictví na počítačových sítích se jen těžko rozvine elektronické publikování, knihovny a archívace. Specifickou vlastností elektronických publikací totiž mimo jiné je, že jejich kopie jsou naprosto identické s originálem, a proto lze kupříkladu jen těžko dokázat, který ze dvou obsahově shodných digitálních dokumentů vznikl dříve.

### **Délka archivace**

Možnost archivovat předchozí čísla/publikace je již zmíněnou nespornou výhodou elektronických vydavatelství, na druhou stranu však nikdo přesně neví, jak dlouho budou data na patřičném serveru přístupná a čitelná (s tím souvisí i otázka kvality záznamového média). V souvislosti s elektronickými publikacemi vyvstává v oblasti archivace otázka povinných výtisků, určení jednotlivých typů dokumentů a které soubory na síti za ně považovat (monografie, periodika, mapy, fotografie...) a s tím spojená nutnost definovat, co všechno je považováno za elektronický dokument.

### **Zpětné zásahy do textu**

Elektronické publikace vystavené na síti se rovněž výrazně odlišují možnostmi autora do nich neustále zasahovat, opravovat chyby, zpřesňovat formulace nebo je jinak měnit. Dokument fixovaný na papíře takto upravovat nelze. Na první pohled se zdá, že především ti, kdo mají zkušenosti s vydáváním papírových dokumentů, by ocenili možnost, opravit překlepy a drobné chyby, které přehlédla trojí korektura textu před tiskem. Tato nesporná výhoda se však může lehce obrátit v nevýhodu nebo spíše nebezpečí zvyšování nedůvěry k elektronickým publikacím. Jak vyřešit situaci, kdy někdo popíše nepřesnosti nebo nekonzistence v textu nějakého autora, který zareaguje na kritiku tak, že tyto nedostatky ze svého textu hbitě odstraní<sup>3</sup>? Jak věřit autorovi kritiky nějakého serveru, na který je z jeho článku odkazováno, když je jeho text již starší a když dnešní stav kritizovaného serveru neodpovídá stavu, o němž se zmiňuje?

---

<sup>3</sup> Přestože již existuje tzv. elektronický podpis nebo jiné metody, jak jednoznačně určit datum a původce posledního zásahu do dokumentu, nerozvinulo se dosud plně jejich využívání a většina uživatelů Internetu k příslušným prostředkům nemá přístup.

### **Knihovnické postupy**

Elektronické publikování by mělo vyvolat jisté změny v tradičním nahlížení na metody zpracování, ukládání a zpřístupňování zaznamenaného poznání. Není dosud jasná definice a třídění elektronických dokumentů, neexistuje jednotný způsob jejich popisu, indexace a archivace a tradiční registrace (ISBN a ISSN) nerespektuje specifika elektronických publikací. Nové médium si pravděpodobně vynutí změny v chápání dokumentu jako *fyzického* dokumentu a upřednostňování formy před obsahem.

## **V. Virtuální vydavatelství: náklady, potřebné vybavení, správa**

Prostředí Internetu a zdokonalující se vývojářské nástroje otevřely možnosti mnoha publikačním aktivitám, které v "předinternetovském období" nemohly být uskutečněny především z důvodů finanční a organizační náročnosti. Exponenciální nárůst těchto aktivit v prostředí WWW však vyvolává falešnou představu, že publikovat na Internetu lze zcela zadarmo bez jakýchkoli odborných znalostí a dovedností. Elektronické vydavatelství však jisté investice a technické a organizační zajištění v každém případě vyžaduje.

### **Co potřebuje virtuální vydavatel**

#### **Paměťový prostor na WWW serveru**

Obvykle se platí za MB spotřebovaného místa (stovky za MB měsíčně). Většina ISP (Internet Service Provider = poskytovatel připojení k Internetu) je ochotna dohodnout se na spolupráci (na slevách). Podmínkou je umístění reklamy nebo jiná propagace (pokud se elektronické publikace stanou slavnými a oblíbenými, pak se taková investice ISP vrátí od jiných zákazníků). Alternativou k pronajmutí je umístění vlastního počítače k ISP (platit ISP se musí stejně), navíc je potřeba vlastní počítač tj. minimálně 10000 Kč - pro začátek stačí pomalý. V tomto případě si počítač administruje vydavatel sám, pokud to ovšem umí.

#### **Poplatky ISP za přístup přes modem**

Zpravidla bude potřeba přesouvat na server nové soubory (texty, obrazový a zvukový materiál) nebo stahovat dopisy čtenářů. V tomto případě se buď platí za minutu připojení, nebo paušálně měsíčně (500-1500,- Kč). Alternativou může být pevná linka, která je ovšem dražší: 15000 až 32000,- Kč za tu nejpomalejší. I zde lze sjednat slevy.

#### **Poplatky za telefon**

Každá minuta připojení přes modem odpovídá jedné provolané minutě po telefonu, což může měsíčně přijít na stovky až tisíce korun podle toho, kdy a jak často je připojení realizováno. V případě pevné linky se platí Telecomu cca 1000-2500 měsíčně.

#### **Zřízení a udržování domény**

Pro zřízení domény druhé úrovně (www.domena.cz) je potřeba mít registraci firmy, zřizovací poplatek činí 1600-2000 korun, za vedení domény se platí ročně stovky korun. Doména slouží jako dobře zapamatovatelná virtuální adresa a také jako "virtuální trade mark".

#### **Technické a programové vybavení**

Je potřeba jednoho nebo více počítačů, na kterých se budou elektronické publikace připravovat a zpracovávat, u graficky náročnějších publikačních aktivit také přichází v úvahu scanner. Nezbytností je

mít přiměřeně rychlý a spolehlivý modem a telefonní linku (pokud není realizováno pevné připojení k ISP).

Seriozní vydavatel by také neměl opomenout nutnost používání licencovaného software. Některé z nástrojů pro přípravu HTML dokumentů, animací apod. jsou sice na Internetu zdarma, ale mnohé z potřebného programového vybavení vyžaduje zakoupení licence.

### **Administrace**

Každá prezentace v prostředí WWW vyžaduje pravidelnou údržbu v intervalech závislých na povaze prezentovaných informací. Některé stránky lze obnovit jednou ročně (výroční zpráva), jiné se mění každý den (deníky), stále častěji se objevují stránky měnící se v podstatě kontinuálně (agenturní zpravodajství). Kromě přidávání nových publikací/čísel ve stanoveném termínu by elektronický vydavatel měl také reagovat na zpětnou vazbu od čtenářů, kteří často upozorní na chyby, nedostatky nebo vyjadřují různé požadavky. Elektronická publikace/časopis by neměl být statickým, mrtvým souborem stránek, které brzy čtenáře začnou nudit. Na druhou stranu by však mělo být vždy jasné, s jakou pravidelností jsou stránky měněny a zda je obsah prezentace upravován kontinuálně nebo periodicky. U periodik je pravděpodobně vhodnější vystavit nové dokumenty vždy periodicky, neboť to odpovídá jejich povaze a při průběžných změnách by mohl být čtenář zmaten. Po odeznění tohoto poněkud tradičního nahlížení na podobu periodika se nabízí alternativa: nové příspěvky by do virtuálního periodika byly zařazovány kontinuálně a po určitém časovém intervalu (v závislosti na povaze periodika, četnosti a zastarávání informací) by se tyto články automaticky přesunuly do archívu (podobný princip již delší dobu funguje u elektronických diskusních skupin).

### **Personální zajištění**

Prostředí WWW poskytuje prostor pro nejrůznější publikační aktivity, z nichž jen některé přetrvávají a stanou se vyhledávanými a přínosnými. Kromě jiného charakterizuje úspěšné, vytrvalé a spolehlivé projekty dodržování některých zásad převzatých z klasického publikování: nosné téma, profesionální redakce, redakční rada tvořená odborníky, kteří mj. garantují kvalitu zveřejňovaných informací a dále široký okruh přispěvatelů.

Důležitým předpokladem úspěchu publikačních aktivit na Internetu je také schopnost práce v internetovském prostředí, znalost jazyka HTML a alespoň základů web designu.

### **Dohody a garance**

Ačkoli zatím neexistuje upokojivé řešení legislativy autorských práv, vydavatel by se měl dohodnout s autory na "interních pravidlech", kdo a jak má tato práva na jednotlivé příspěvky. Pokud se jedná například o mutaci papírové formy publikace/periodika, měli by autoři být informováni o tom, že jsou jejich příspěvky publikovány také na Internetu. Pokud má totiž k těmto příspěvkům přístup anonymní skupina uživatelů, nemůže vydavatel zajistit ochranu autorů před zneužitím dat. S rozvojem elektronického publikování také začínají být autoři elektronických textů honorováni. Vydavatel by měl dále zajistit dostupnost všech publikovaných příspěvků oprávněné skupině uživatelů (jinými slovy by se nemělo stát, že starší příspěvky nebudou dostupné, přestože je na ně odkazováno).

Zváží-li potenciální elektronický vydavatel všechny nutné a možné investice a přepočte-li legislativní vzduchoprázdno na Internetu, nemusí tento způsob "podnikání" vůbec vypadat jako něco obzvlášť

výnosného. Mnozí však ale již začali na Internetu podnikat a celosvětová síť se tak stává novým tržním prostředím. Způsoby práce v tomto prostředí rozebírá následující kapitola.

## VI. Život periodika v kyberprostoru

Lidské, časové, finanční, technické a jiné investice vložené do elektronické vydavatelství se budou pravděpodobně vracet jen velmi pomalu. Pro neúnavné nadšence, volontéry a početně omezené skupinky zájemců zůstane elektronické publikování z velké části volnočasovou aktivitou. Kdo však očekává alespoň částečnou refundaci vložených prostředků, měl by se zaměřit na marketing produktů, které nabízí, a na návazné možnosti výdělků.

### Marketing

Produkty nabízené prostřednictvím Internetu lze propagovat tradičními postupy s pozměněnou formou: reklamní animované proužky nebo grafické prvky - odkazy, zveřejnění na často navštěvovaných serverech souvisejícího zaměření nebo na vyhledávacích službách, mailing nebo využití "tradičních kanálů": letáky, brožury, reklama v médiích. Upozorňováním na zajímavou publikaci nebo internetovský časopis lze přilákat čtenáře, což (kromě přínosu pro věc samu) může přivést také sponzory. (Popis způsobů a forem sponzoringu, metody měření návštěvnosti stránek a evaluace reklamy by patrně vystačily na samostatný článek.) Specifickým finančním profitem zejména elektronických periodik mohou být příjmy z předplatného, které je opět vázáno na kvalitu a věhlas nabízeného produktu, protože ochota platit za informace na Internetu je snad ještě menší než ochota platit za nákup informací na papíře.

## VII. Příklad Ikara, který dosud nepadl

Projekt Ikara s mottem "časopis, který nenajdete na žádném novinovém stánku" vznikl jako studentská aktivita začátkem roku 1997 na Ústavu informačních studií a knihovnictví FF UK, první číslo vyšlo 14.4. 1997. Od té doby prošel časopis i jeho redakční zázemí velkým vývojem na jehož konci je kontinuální, "automatizovaný" a rutinní proces přípravy jednotlivých čísel časopisu, rozrůstající se okruh čtenářů a také autorů a především cenné zkušenosti s vydáváním elektronického periodika.

Ikaros se zaměřuje na informační vědu, zdroje a služby. V jednotlivých rubrikách pokrývá tuto problematiku od odborných článků, statí a výzkumných zpráv, přes recenze produktů z oboru až po reportáže z odborných konferencí, výstav a happeningů. Na přípravě čísel se podílí nejen redakce, ale především externí spolupracovníci, probíhá diskuse mezi autory a čtenáři, redakce rychle reaguje na zpětnou vazbu z obdržených dopisů nebo z výsledků anket.

Zájemci o spolupráci nebo bližší informace o elektronickém časopise Ikaros, necht' se obrátí na WWW stránky

**<http://ikaros.ff.cuni.cz>**

nebo na redakční e-mailovou adresu

**[ikaros-redakce@ff.cuni.cz](mailto:ikaros-redakce@ff.cuni.cz)**

## Použitá literatura

BAYER, Jan. Elektronické časopisy a systém ISSN. Ikaros [online]. 1998, č. 3.  
<http://ikaros.ff.cuni.cz/ikaros/1998/c03/issn.htm>.CP1250.

CELBOVÁ, Iva. Archivace elektronických publikací: Problémy spojené s fenoménem elektronického publikování. Ikaros [online]. 1998, č. 2.  
<http://ikaros.ff.cuni.cz/ikaros/1998/c02/elpubl1.htm>.CP1250.

JONÁKOVÁ, Karolína. Co je a co není elektronický časopis. Ikaros [online]. 1998, č. 1.  
<http://ikaros.ff.cuni.cz/ikaros/1998/c01/elp.htm>.CP1250.CP1250

MEADOWS, Jack: Can we really see where electronic journals are going? Library Management, Vol. 18, no. 3 (1997). s. 151-154. ISSN: 0143-5124.

PRŮZKUM uživatelů Internetu. Výsledky druhého kola (únor 97 - září 97). Ikaros [online]. 1998, č. 1.  
<http://ikaros.ff.cuni.cz/ikaros/1998/c01/vyzkum.htm>.CP1250.

TKAČÍKOVÁ, Daniela. Odborné elektronické časopisy - proč ne? Ikaros [online]. 1998, č. 2.  
<http://ikaros.ff.cuni.cz/ikaros/1998/c02/tka.htm>.CP1250.

VOJTÁŠEK, Filip. WWW otevřel elektronickému publikování cestu dokořán, ale idyla nás nečeká. Ikaros [online]. 1998, č. 1.  
<http://ikaros.ff.cuni.cz/ikaros/1998/c01/elpubl.htm>.CP1250.CP1250.

WILLS, Gordon: Embracing electronic publishing. Internet Research, Vol. 6, No. 4 (1996). s. 77-90. ISSN 1066-2243.

WILLS, Mathew - WILLS, Gordon: The ins and outs of electronic publishing. Internet Research, Vol. 6, No. 1 (1996). s. 10-21. ISSN 1066-2243.

WOODWARD, Hazel - ROWLAND, Fytton - McKNIGHT, Cliff - MEADOWS, Jack - PRITCHETT, Carolyn: Electronic journals: Myth and realities. Library Management, Vol. 18, no. 3 (1997). s. 155-162. ISSN: 0143-5124.