

# Ewolucja druku - media online

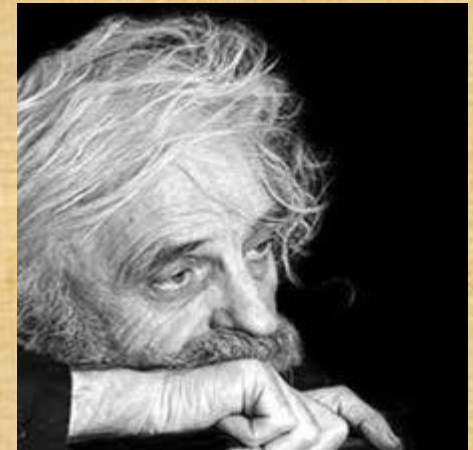


**MIĘDZYNARODOWA  
KONFERENCJA  
POLIGRAFICZNA  
16-18 LISTOPADA 2011**

*Włodzimierz Gogolek  
[www.gogolek.pl](http://www.gogolek.pl)*

*Instytut Dziennikarstwa  
Uniwersytet Warszawski*

- *„Nigdy nie powstanie masowy rynek dla samochodów – ok. 1000 w Europie – zabraknie szoferów”* — Gottlieb Daimler, wynalazca benzynowego samochodu, 1889 r.
- *„Konstrukcja cięższych od powietrza latających maszyn jest niemożliwa”* — fizyk i matematyk Lord Kelvin, 1895 r.
- *„Szaleństwo radia wkrótce umrze”* — Thomas Edison, 1922 r.
- *„Nie ma najmniejszych przesłanek nato, by otrzymać energię nuklearną”* — Albert Einstein, 1932 r.



# **Czas jaki zajęło dotarcie do 50 mln gospodarstw domowych w USA**

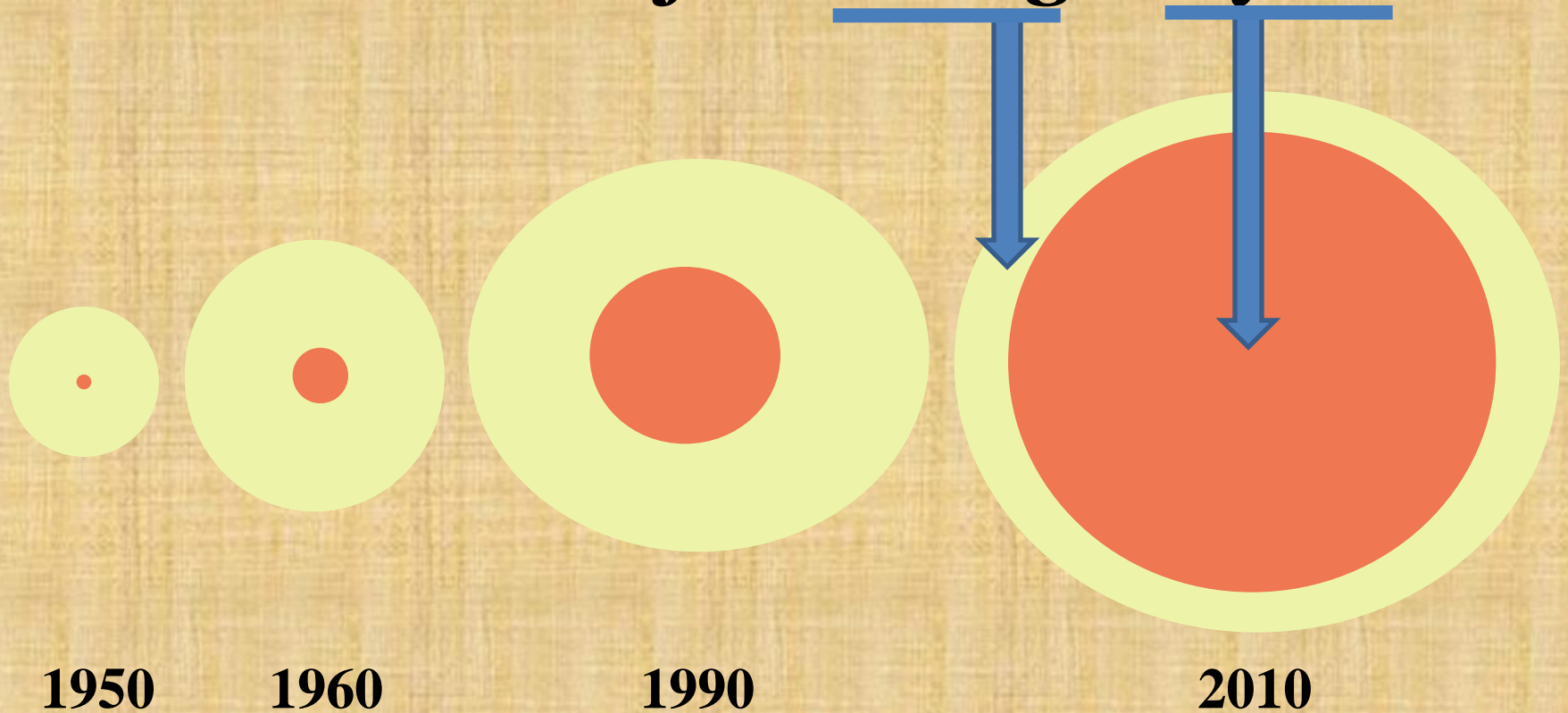
- Radio – 38 lat**
- TV – 13**
- TV kablowa - 10**
- Internet - 5**
  
- 2015 – koniec emisji analogowej (UE)**

# XIX wiek był epoką gazet, XX wiek – radia i telewizji, XXI - Internetu

- Obecny wiek staje się okresem **personalizacji mediów** – czasem, w którym informacje są dostarczane w chwili, gdy jest na nie zapotrzebowanie, zgodnie z indywidualnymi oczekiwaniami i coraz częściej niezależnie od geograficznego miejsca ich odbioru.
- Niemal dwie dekady obecności mediów w wirtualnym świecie skryształizowały inną ważną cechę tej formy dystrybucji informacji – **interaktywność**, zastępującą linearność, czyli przekazywanie informacji nie tylko w jednym kierunku, ale prowadzenie dialogu między komputerem (stroną WWW) a człowiekiem z niego korzystającym.

# Uwarunkowania

# Zmiany proporcji form rejestrowanych informacji – analog vs cyfra



# „Zasobne media” (ang. rich media)

- bogate we wszystkie formy multimedialnej informacji, stają się coraz popularniejszym sposobem dostępu do wszechobecnej informacji w postaci cyfrowej.
- Zasobne media są definiowane jako obrazy, materiały audio, wideo i pozostałe wizualnie zorientowane, nieustrukturyzowane zasoby, takie jak animacje i prezentacje.

# Wyzwania dla starych mediów – adaptacja do Internetu

- Adaptacja to nie tylko technologia, także sposób zmiany zwyczajów w konsumpcji mediów
- Przede wszystkim
  - Mobilność – szczególna konkurencja dla druku
  - Wielozadaniowość – odbiór kilku mediów jednocześnie



# Czytnik gazet/książek



# Wyzwania personalizacji

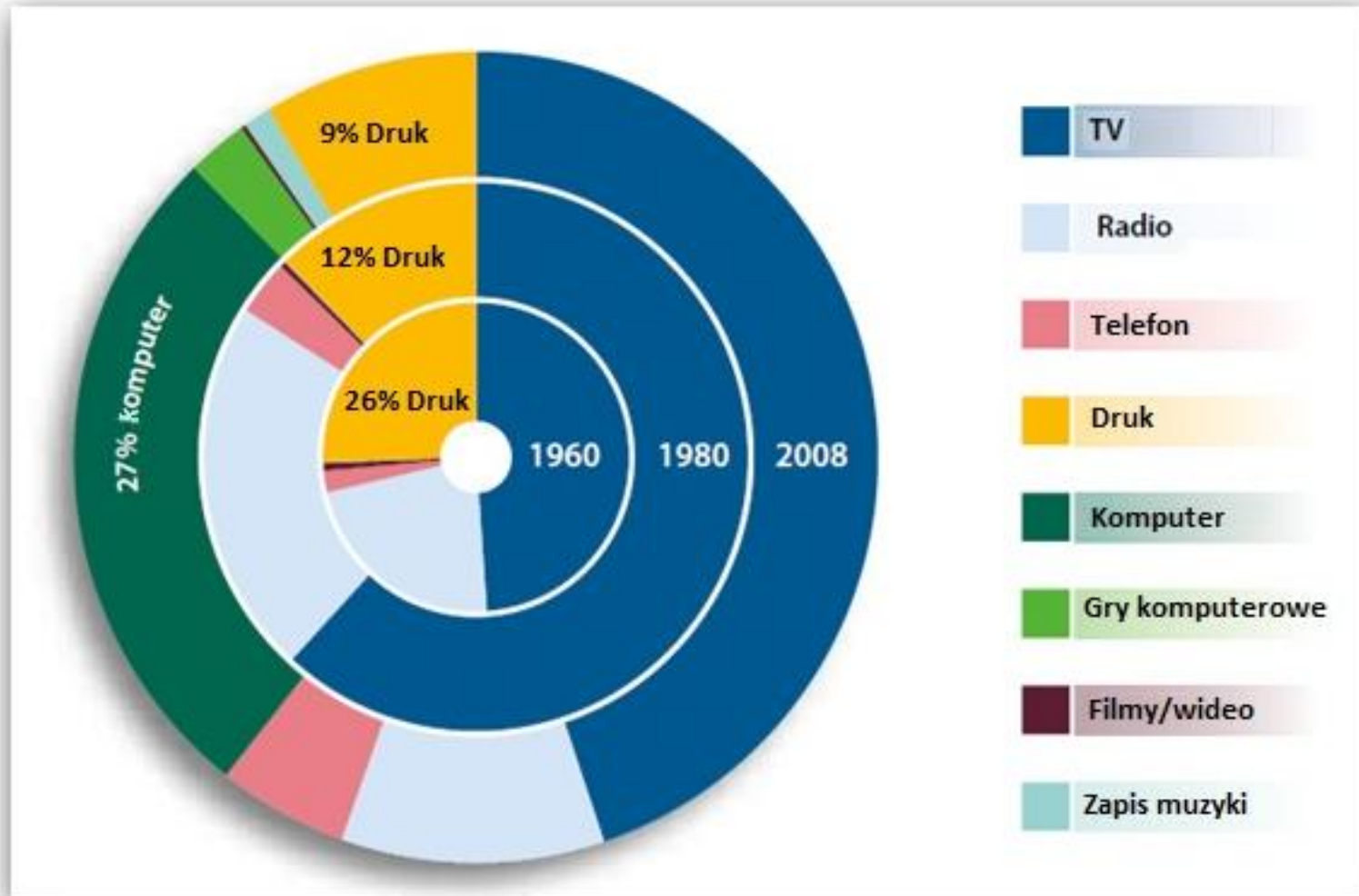
Informacje gromadzone przez strony

Nie znają twojego nazwiska, wiedzą kim jesteś.

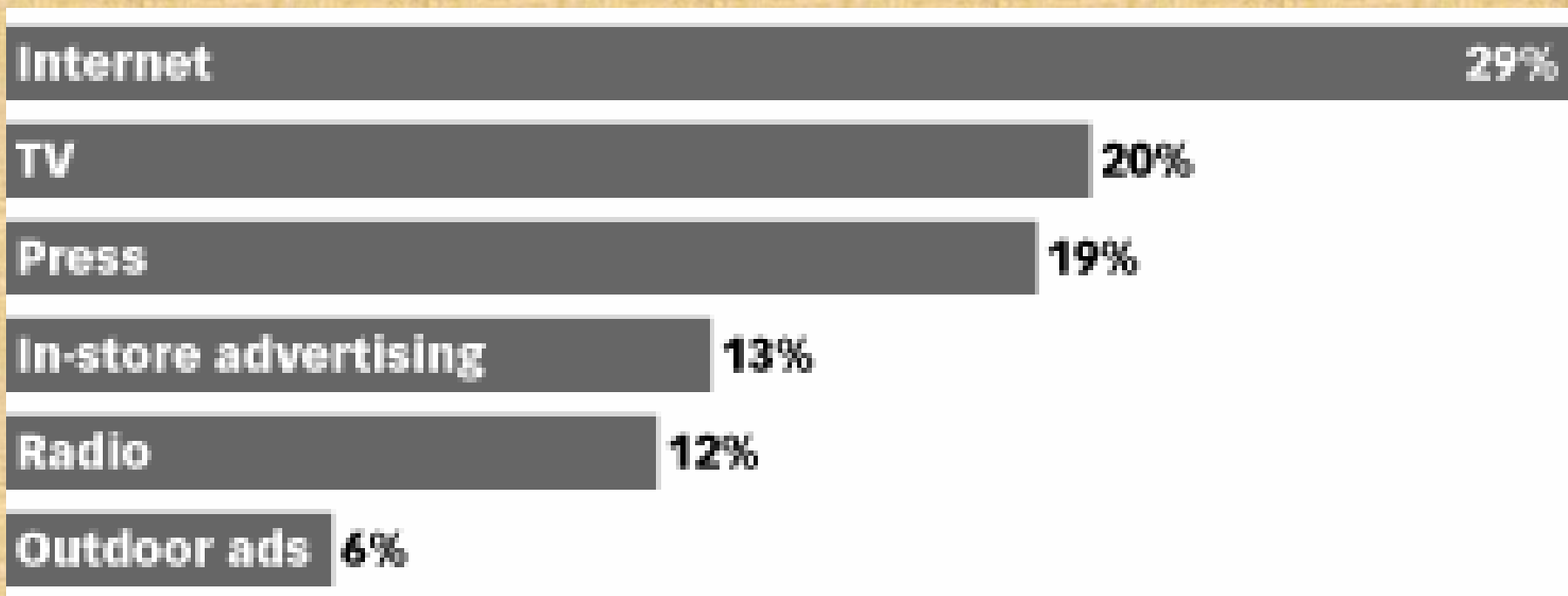
- historie odwiedzin i szukania,
- słowa kluczowe (lista „życzeń”),
- preferencje,
- historia czytanych materiałów i zakupów,
- precyzyjna lokalizacja – IP, WiFi, GSM (sklepy).

# **Efekty rozwoju nowych mediów**

# Zmiany liczby odbieranych umownych słów



# Media cieszące się największym zaufaniem we Francji



## **Po raz pierwszy w historii reklamodawcy w Wlk. Brytanii wydali na promocję w internecie więcej niż w telewizji**

- Udział internetu w brytyjskim rynku reklamy wyniósł w pierwszym półroczu 2009, 23 proc., telewizji - 21,9 proc.
- Internet jest największym medium reklamowym również w Danii (21 proc.).

Dzisiaj: Maturzysto! Sprawdź, czy zdałeś! Testy maturalne z języka polskiego z przykładowymi odpowiedziami znajdziesz w brodku „Gazety”

SOBOTA-NIEDZIELA 1-5 grudnia 2017 NR 104 1023 1,50 zł



Jak grać - przeczytaj s. 28 Wielki start Brodzina „Gazety”! 14 000 zł 100 zł 3 x KENNET CLIO

Już dziś w sprzedaży ISLANDIA

# EUROPA PRZYNA FRANCJĘ

Totalna mobilizacja przed medialnym głosowaniem na przycyła. W sondażach prowadzi wyznaczone Nicolas Sarkozy, ale sojuszka Ségolène Royal nie składa broni. - Poprowadzą nas do zwycięstwa - krzyżują na wiadach

Wielki sukces. Nicolas - k...  
Totalna mobilizacja przed medialnym głosowaniem na przycyła. W sondażach prowadzi wyznaczone Nicolas Sarkozy, ale sojuszka Ségolène Royal nie składa broni. - Poprowadzą nas do zwycięstwa - krzyżują na wiadach



54,5 proc. Sarkozy  
45,5 proc. Royal

Wielki sukces. Nicolas - k...  
Totalna mobilizacja przed medialnym głosowaniem na przycyła. W sondażach prowadzi wyznaczone Nicolas Sarkozy, ale sojuszka Ségolène Royal nie składa broni. - Poprowadzą nas do zwycięstwa - krzyżują na wiadach

Wielki sukces. Nicolas - k...  
Totalna mobilizacja przed medialnym głosowaniem na przycyła. W sondażach prowadzi wyznaczone Nicolas Sarkozy, ale sojuszka Ségolène Royal nie składa broni. - Poprowadzą nas do zwycięstwa - krzyżują na wiadach

MNEJŚCISZCI RZĄDZA  
W Warszawie, kiedy premier...  
Totalna mobilizacja przed medialnym głosowaniem na przycyła. W sondażach prowadzi wyznaczone Nicolas Sarkozy, ale sojuszka Ségolène Royal nie składa broni. - Poprowadzą nas do zwycięstwa - krzyżują na wiadach

Koniec kryzysu na Ukrainie?  
W Warszawie, kiedy premier...  
Totalna mobilizacja przed medialnym głosowaniem na przycyła. W sondażach prowadzi wyznaczone Nicolas Sarkozy, ale sojuszka Ségolène Royal nie składa broni. - Poprowadzą nas do zwycięstwa - krzyżują na wiadach

Przed sądem protest spontaniczny  
W Warszawie, kiedy premier...  
Totalna mobilizacja przed medialnym głosowaniem na przycyła. W sondażach prowadzi wyznaczone Nicolas Sarkozy, ale sojuszka Ségolène Royal nie składa broni. - Poprowadzą nas do zwycięstwa - krzyżują na wiadach

W KRÓTKO  
LAWODROGA NA WIECIE...  
Totalna mobilizacja przed medialnym głosowaniem na przycyła. W sondażach prowadzi wyznaczone Nicolas Sarkozy, ale sojuszka Ségolène Royal nie składa broni. - Poprowadzą nas do zwycięstwa - krzyżują na wiadach

Gillette Fusion 04 dni do premiery 10.05 godz. 20.00 w TV

## Table of Contents

- 1 Pierwsza strona
- 2 Z drugiej strony
- 3 Kraj
- 5 Świat
- 7 Nauka
- 8 Kultura
- 10 Świąteczna
- 26 Gospodarka
- 31 Sport

Thumbnails

View all thumbnails



## Najwięksi polscy kolporterzy e-wydań

<b>dystributor</b>	<b>liczba tytułów w ofercie</b>	<b>dostępne formaty</b>	<b>miesięczna sprzedaż</b>
<b>eGazety www.egazety.pl</b>	<b>111</b>	<b>własny</b>	<b>150-200 tys.</b>
<b>Nexto www.nexto.pl</b>	<b>93</b>	<b>Zinio, PDF</b>	<b>50 tys.</b>
<b>e-Kiosk www.e-kiosk.pl</b>	<b>80</b>	<b>własny</b>	<b>20 tys.</b>

***e-gazety kupisz też tutaj:  
epapier.infor.pl, e-wydania.pl, e-wydania.idg.pl, netkiosk.pl,  
prasa24.pl***



# eGazety.pl

<b><u>Dziennik Polski</u></b>	<b><u>25,00 PLN</u></b>
<b><u>Dziennik Wschodni</u></b>	<b><u>19,00 PLN</u></b>
<b><u>Gazeta Codzienna Nowiny</u></b>	<b><u>19,00 PLN</u></b>
<b><u>Gazeta Lubuska</u></b>	<b><u>19,00 PLN</u></b>
<b><u>Gazeta Pomorska</u></b>	<b><u>19,00 PLN</u></b>
<b><u>Gazeta Prawna</u></b>	<b><u>49,20 PLN</u></b>
<b><u>Gazeta Współczesna</u></b>	<b><u>19,00 PLN</u></b>
<b><u>Gazeta Wyborcza</u></b>	<b><u>35,00 PLN</u></b>
<b><u>Głos Koszaliński</u></b>	<b><u>19,00 PLN</u></b>
<b><u>Głos Pomorza</u></b>	<b><u>19,00 PLN</u></b>
<b><u>Głos Szczeciński</u></b>	<b><u>19,00 PLN</u></b>
<b><u>Kurier Poranny</u></b>	<b><u>19,00 PLN</u></b>

# ***E-książki/e-gazety - czytelniki***

- I – V, 2009, sprzedaż e-books 2.9% całej sprzedaży
- W 2010 – 8.5% (Amazona Kindle, Apple iPad)
- Oczekiwania za 3 - 5 lat >40%

# Popularność wersji elektronicznych książek

- W 2010 roku ponad 10% książek została sprzedana w wersji elektronicznej. Ich cena, w produkcji, jest 30-40% niższa.
- W 2010 roku sprzedaż książek drukowanych w USA spadła o jedną czwartą, w tym samym czasie sprzedaż wydań cyfrowych wzrosła o 170%.
- Potentat onlinowej sprzedaży książek - Amazon, wiosną 2011 r. na każde 100 drukowanych książek sprzedał 105 w wersji elektronicznej na swój czytnik książek (Kindle).

# Kondycja prasy

- 
- 2005 - **\$10,000** = wartość akcji Media General Co. (NYSE: MEG), wydawca "Tampa Tribune" i 23 innych dzienników, obecnie warte **\$1,833**
- inwestycja **\$10,000** w 2005 w McClatchy Co. (NYSE: MNI), wydawca "San Jose Mercury News" i 29 innych dzienników USA obecnie jest warta - **\$647.76**
- Najlepiej: The New York Times Co. (NYSE: NYT), wydawca "Boston Globe," i 17 innych dzienników. \$10,000 – 2005, \$4,822.22 - 2008
- \$10,000 – 2005 - McClatchy Co. (NYSE: MNI), wydawca "San Jose Mercury News" + 29 dzienniki - \$647.76 - 2008.

# Radio online

# Własne stacje radiowe

- Większość nadaje: 32 Kb/s (AAC+), 56, 64, 96 do 128 Kb/s. Minimum – 96
- Uniwersalny Serwis radiowy SHOUTcast: info o radiach i platforma (wirtualne serwery) dla stacji
- Oferta w pakietach np. 50 slotów
- Ceny: kilkadziesiąt groszy/jeden słuchacz (48-64 Kb/s), 0,8-1zł (98-128 Kb/s)

# Wideo online

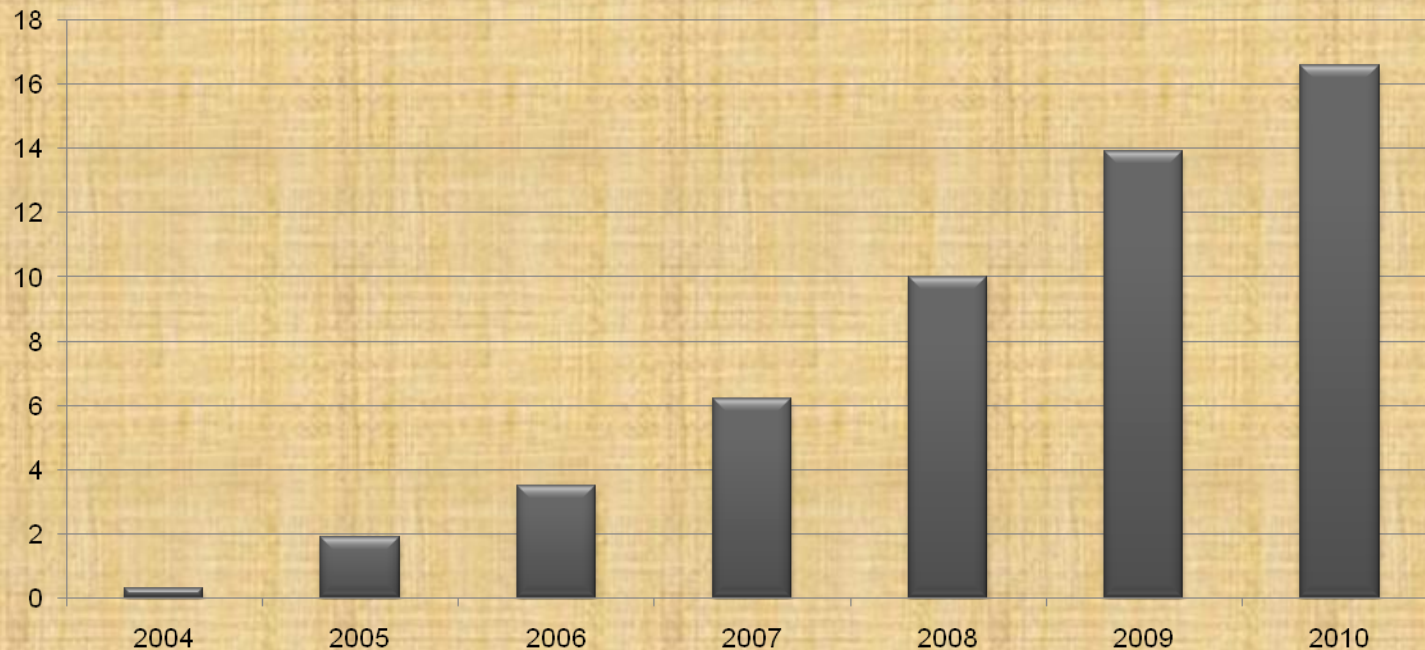
- Medium dostępne za pośrednictwem przeglądarki Internetowej
- Webisodes – materiały krótsze, on-demand
- Najpopularniejsze: wiadomości, user-generated content, następnie zwiastuny i klipy muzyczne, rzadko TV

# Porównanie niektórych składowych odbioru materiałów wideo w dostępnych technologiach

<b>Technologia nadawania materiałów wideo</b>	<b>Odbiornik</b>	<b>Zasięg</b>	<b>Liczba odbiorców</b>	<b>Jakość</b>	<b>Interakcja</b>
<b>Telewizja cyfrowa</b>	Komputer lub specjalizowany odbiornik telewizyjny, specjalizowane urządzenia mobilne	Zależny od mocy nadajnika i sprawności odbiornika	Teoretycznie nieograniczona	Zależna od jakości sygnału i parametrów odbiornika	Brak
<b>Telewizja Internetowa</b>	Komputer lub specjalizowany odbiornik telewizyjny, specjalizowane urządzenia mobilne	Uwarunkowany dostępem do Internetu, niezależny od odległości do nadajnika	Ograniczona pasmem dostępu do Internetu nadawcy	Ograniczona pasmem dostępu do Internetu odbiorcy i parametrów odbiornika	Pełen zakres dostępny w Internecie
<b>Telewizja analogowa</b>	Tradycyjny odbiornik telewizyjny lub odpowiednio dostosowany komputer	Zależny od mocy nadajnika i sprawności odbiornika	Teoretycznie nieograniczona	Zależna od jakości sygnału i parametrów odbiornika	Brak



# Użytkownicy IPTV w Europie Zachodniej 2004-2010 (w milionach)



Gartner; Opracowanie: IDG.pl,  
<http://www.idg.pl/news/95438.html>,  
[21.06.2008 r.]

# TV - Internet

- Odbiorniki TV przystosowane do odbioru audycji bezpośrednio z Internetu
- Nowe wyzwania wideo na żądanie
- Wiadomości, pogoda, sport, dane z giełd
- TV-FOX – dodatek do Firefoxa – 2780 kanałów telewizyjnych

# VOD - usługi

- klasyczny VOD - usługodawca, na żywo, w ustalonej porze przysyła do odbiorcy zamówiony materiał wideo, zazwyczaj do jednokrotnego wykorzystania,
- push VOD – materiały wideo przesyłane są do urządzenia odbiorcy. Dzięki stosownym zabezpieczeniom (np. DRM), materiał może być odtwarzany zgodnie z ustalonymi ograniczeniami – np. tylko raz w dowolnym czasie,
- nVOD (ang. near VOD) – symulowanie technologii VOD, przez cykliczne (np. co 15 minut) nadawanie tego samego materiału.

# Filmy na żądanie z Internetu

ADRES: **tvp.pl**  
ZAWARTOŚĆ: **filmy, seriale, programy TV**  
LICZBA FILMÓW: **34 darmowe, 54 płatne**  
OPŁATY: **3,66-6,10 zł**  
ŁĄCZE: **min. 512 kb/s**  
WYMAGANIA: **WMP 10**  
ODTWARZANIE: **okno przeglądarki**

ADRES: **tvscreen.pl**  
ZAWARTOŚĆ: **filmy**  
LICZBA FILMÓW: **91 fabularnych + dokumenty**  
OPŁATY: **3,9-11,90 zł lub darmowe**  
ŁĄCZE: **min. 1 Mb/s**  
WYMAGANIA: **WMP 11; IE, jeśli ściągamy film**  
ODTWARZANIE: **okno przeglądarki lub WMP**

ADRES: **waszefilmy.pl**  
ZAWARTOŚĆ: **filmy**  
LICZBA FILMÓW: **67**  
OPŁATY: **za darmo**  
ŁĄCZE: **dowolne (film pobierany na dysk)**  
WYMAGANIA: **aplikacja Hiro Player**  
ODTWARZANIE: **WMP**

ADRES: **iplex.pl**  
ZAWARTOŚĆ: **filmy, programy TV**  
LICZBA FILMÓW: **294**  
OPŁATY: **darmowe**  
ŁĄCZE: **min. 256 kb/s**  
WYMAGANIA: **wtyczka Java**  
ODTWARZANIE: **przeglądarka**

ADRES: **cineman.pl**  
ZAWARTOŚĆ: **filmy**  
LICZBA FILMÓW: **300**  
OPŁATY: **5-9 zł**  
ŁĄCZE: **min. 512 kb/s**  
WYMAGANIA: **WMP 11, IE**  
ODTWARZANIE: **WMP**

ADRES: **ipla.pl**  
ZAWARTOŚĆ: **filmy, seriale, sport, radio**  
LICZBA FILMÓW: **300**  
CENY: **5-9 zł lub darmowe**  
ŁĄCZE: **min. 256 kb/s**  
WYMAGANIA: **WMP 11, IES**  
ODTWARZANIE: **aplikacja własna ipla**

ADRES: **multimopleks.pl**  
ZAWARTOŚĆ: **filmy**  
LICZBA FILMÓW: **161**  
OPŁATY: **1-6,10 zł**  
ŁĄCZE: **min. 1 Mb/s**  
WYMAGANIA: **WMP 11**  
ODTWARZANIE: **WMP**

ADRES: **vod.onet.pl**  
ZAWARTOŚĆ: **filmy, seriale, programy TV**  
LICZBA FILMÓW: **30**  
OPŁATY: **29,90 zł pakiet 30 filmów**  
ŁĄCZE: **bd.**  
WYMAGANIA: **MS Silverlight, Flash Player**  
ODTWARZANIE: **przeglądarka**

ADRES: **polskaszkoofilmmowa.pl**  
ZAWARTOŚĆ: **filmy**  
LICZBA FILMÓW: **20**  
OPŁATY: **3,66 zł za 3 dni**  
ŁĄCZE: **dowolne (ściągamy film)**  
WYMAGANIA: **WMP 11**  
ODTWARZANIE: **WMP**

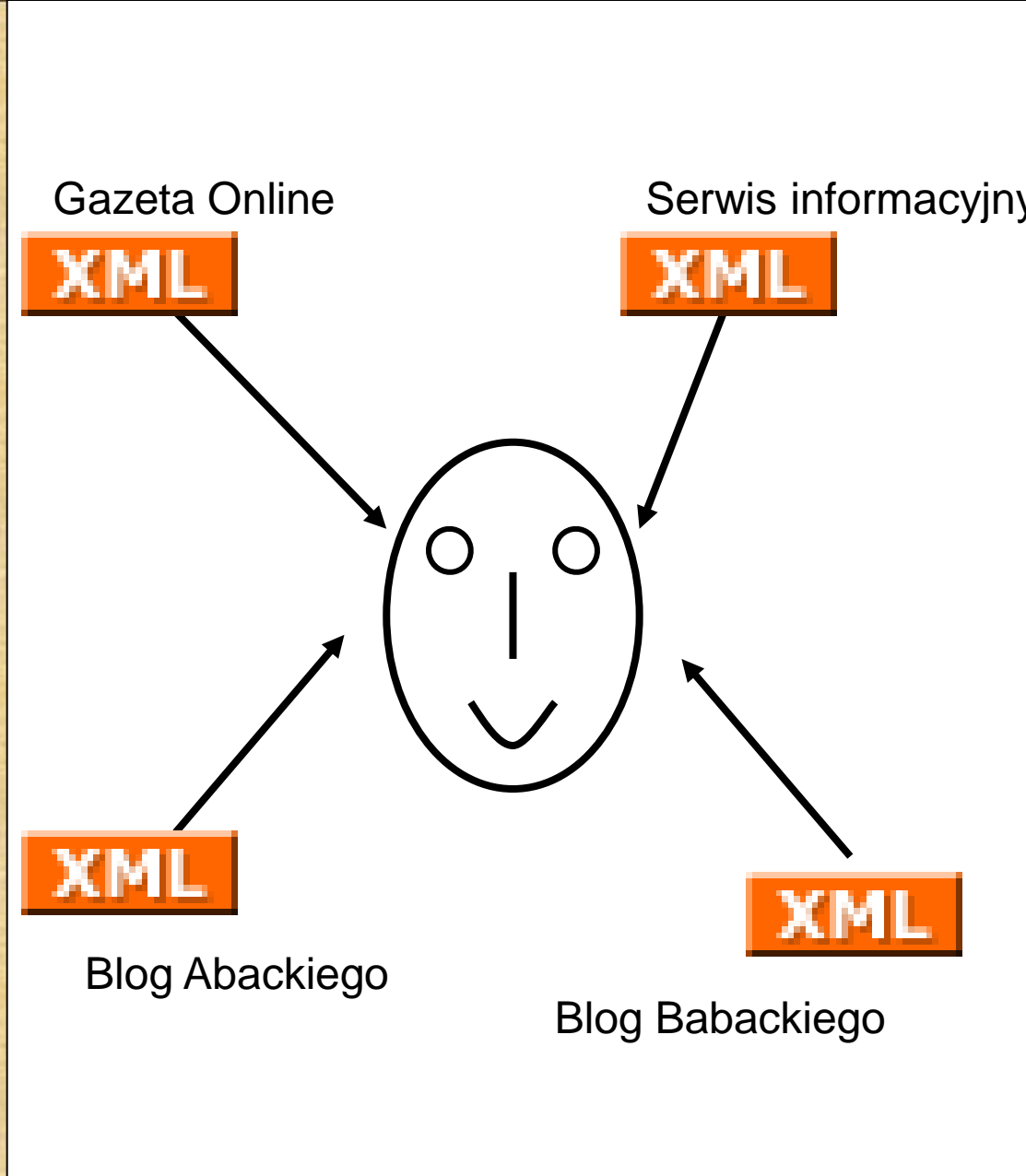
# RSS



**Really Simple Syndication**

# RSS

- Opracowany w 1997 roku przez firmę Netscape format serwisu informacyjnego
- Umożliwia dostarczanie treści, także reklamy, do dystrybutorów, którzy następnie udostępniają je (na bieżąco aktualizowane) w formie zagregowanej subskrybentom w postaci stron z personalizowanymi treściami.



# Formy feedów

- Feed'em może być tekst, linki do fotografii, obrazów i innych form informacji.
- Porcje informacji, zawierające wiele feedów, przesyłane przez RSS nazywane są postami.



# Web 2.0

## Dziennikarstwo obywatelskie

The logo for iThink, featuring the word "iThink" in a stylized font. The "i" is blue, and "Think" is green.The logo for WIADOMOŚCI24.pl, featuring the text "WIADOMOŚCI24.pl" in a red, serif font.The logo for Alert24.pl, featuring the text "Alert24.pl" in a blue, italicized font.The logo for Reporterzy.pl, featuring the text "Reporterzy.pl" in a white, stylized font on a dark blue background with a decorative border.The logo for INTERIA360, featuring the text "INTERIA360" in a bold, black font, with "360" in orange. Below it, the text "Dziennikarstwo Obywatelskie" is written in a smaller, italicized font.The logo for WIKINEWS, featuring a blue globe with a grid pattern, flanked by two blue curved lines. Below the globe, the text "WIKINEWS" is written in a white, bold font on a black background.

Salon 24; mm – moje miasto

# Web 2.0 – media społecznościowe



# Web 2.0 - grupy społecznościowe (social networking)

- consumer-generated media/content
- blogi, fora i listy dyskusyjne ale także personalizacja i usługi na zamówienie (on-demand services).
- Oczekuje się, że wzrost onlinowej formy promocji będzie wynosił 11% każdego roku.

# User-Generated Content

- Niemal  $\frac{3}{4}$  oglądających wideo na PC lub mobilnych urządzeniach ogląda profesjonalne programy TV.
- Tendencja malejąca produktów user-generated content.

# „Mądrość tłumu”

- Potencjał starych mediów skoncentrowany jest w rękach niewielu osób.
- Koszt uruchomienia tradycyjnej stacji radiowej, telewizyjnej czy wydania gazety drukowanej był, jest i pozostanie w zasięgu niewielu nadzwyczaj zamożnych osób.
- Web 2.0 - nieformalny monopol mediów na gromadzenie i dystrybucję informacji przestaje istnieć.
- Inicjatywa w tym zakresie przechodzi do tysięcy indywidualnych osób, których podstawowym kapitałem jest zazwyczaj wyłącznie wiedza o tym jak samodzielnie uczynić by określone informacje stały się publicznymi (Wiki, blogi).

# Web 2.0 wzmacniany przez media

- Ponad połowa (51%) dziennikarzy regularnie korzysta z blogów i innych społecznościowych mediów (YouTube, FaceBook),
- 28% polega na tych źródłach informacji korzystając z nich w swojej codziennej pracy.
- W rezultacie następuje spotęgowanie siły oddziaływania dużej części opinii publikowanych na blogach i innych forach tworzonych przez wirtualną społeczność. Dziennikarze stają się ich popularyzatorami - wzmacniają proces upowszechniania informacji zamieszczanych przez amatorów w Sieci.
- Przykład: YouTube-kandydat do samorządu, Inicjatywę tę znakomicie spotęgowali dziennikarze w tradycyjnych mediach
- **Ale: cyberbulling**

# Pulitzer – dziennikarstwo online

- Teksty
- Fotografie
- Blogi
- Interaktywne grafiki
- Pokazy slajdów
- Wideo

# Płatności

- Wahadło finansowania





# Rezygnacja z opłat

- Opłaty stanowią barierę dla szperaczy
- Szperacze generują ruch
- Ruch daje większe przychody z reklam od opłat
- Odstępują od pobierania opłat, np. NYT, The Economist
- The Times will also make available its archives from 1987 to the present without charge, as well as those from 1851 to 1922, which are in the public domain. There will be charges for some material from the period 1923 to 1986, and some will be free.

September 18, 2007, NYT  
Times to Stop Charging for Parts of Its Web Site  
By [RICHARD PÉREZ-PEÑA](#)

# Powrót do opłat

- Dwie gazety News International, angielskiego oddział News Corp., The Times i The Sunday Times of London, wprowadzają od czerwca opłaty za korzystanie z ich stron.
- [www.thetimes.co.uk](http://www.thetimes.co.uk) i [www.thesundaytimes.co.uk](http://www.thesundaytimes.co.uk), dostępne za £1/\$1.48, dziennie lub £2 za tydzień. Opłata za dostęp do obu gazet (gratis próba).
- [The Wall Street Journal](#), własność [News Corp.](#), [The Financial Times](#) i [Newsday](#) pobierają opłaty. The New York Times zapowiada opłaty.

# Argumenty dowodzące braku zainteresowania komercyjnymi zasobami Sieci:

- przyzwyczajenie do odbierania wiadomości za darmo,
- niedostrzeganie wartości wiadomości online jako produktu komercyjnego, samodzielnego lub dodanego do drukowanej wersji,
- brak siły przekonywania wydawców online,
- nie najlepsza logistyka płatności,
- obawa powstania skutecznych narzędzi, które będą eliminowały reklamy z wydań onlinowych.

# Modele płatności

- Najpowszechniejszymi modelami płatności za treści online są subskrypcja (72%) i płatność jednostkowa (28%).
- Wśród innych modeli stosuje się opłaty za subskrypcję wersji drukowanej – online za darmo i formą opłaty jest zarejestrowanie się – treści online dostępne są gratis

# Przykładowy model płatności

- home page jest bramką, którą przejdą tylko płacący prenumeratorzy,
- home page oferuje nieco gratisów i kilka najważniejszych informacji o zawartości całej strony, tylko płacący mogą wejść głębiej w witrynę,
- darmowe udostępnienie tylko pierwszej strony wartościowych i długich materiałów,
- tylko czytelnicy z innych krajów płacą (np. „The Times of London”),
- opłaty tylko za archiwa lub „dodatkowe wartości”,
- oferta gratisowej próbnej subskrypcji.

# Cennik (propozycja) NYT

aktualnie NYT online jest bezpłatny

- Online artykuł: 10 centów
- Całość: 40 centów
- Miesiąc: \$7.50
- Rok: \$55.00
- 15 centów za przekazanie artykułu dalej.
  
- Roczne koszty gromadzenia informacji – 200 mln USD

Wasting Ink, Beating a Dead Horse

[DIGITAL PUBLISHING](#) By [Vin Crosbie](#), ClickZ, Feb 20, 2009

# Cena

- decyzja o wielkości ceny:
  - czy jednakowa cena za wszystkie materiały, czy zależnie o „głębokości” ściąganej informacji, np. „Financial Times”,
  - opłaty dzienne, tygodniowe, miesięczne, roczne lub za okres o zmiennej długości,
  - ustalenie ceny jest ważną/delikatną decyzją zależną od zawartości strony i konkurencji,
- bezpieczeństwo treści. Czy użytkownik potrafi obejść zabezpieczenia i nielegalnie pozyskać produkty informacyjne gazety? Na przykład jeśli jest wykorzystywany open-source Web serwer, jak Apache, to łatwo obejść zabezpieczenia.

**Przy zmianie wydań onlinowych gazet z bezpłatnych na płatne należy zwracać uwagę na następujące składowe:**

- **przekonanie zespołu redakcyjnego o celowości sprzedaży, a nie darowania produktów online.**

Jako argumenty wskazuje się to, iż nakłady na WWW są większe niż korzyści, rynek potwierdza malejące zainteresowanie gazetami drukowanymi, zjawisko „kanibalizmu” wersji drukowanej przez e-gazety,

- **opracowanie szczegółów modelu płatności, czyli ustalenie, co na stronie będzie gratis, co odpłatne i jak czytelnicy mogą pobrać udostępniane online materiały,**



# **Dekalog „from free to fee”**

- 1. Przekonaj zespół by sprzedawać, a nie dawać**
- 2. Decyzja o detalach „modelu płatności” (co na Stronie będzie gratis, co za kasę i jak czytelnicy mogą to pobrać? )**
- 3. Decyzja o cenie (głębokości, okresy)**
- 4. Bezpieczeństwo treści (kopiowanie, kradzież)**
- 5. Obserwuj subskrybentów i kopiuje rekordy (baza klientów, hakerzy)**
- 6. Pobierz pieniądze (obsługa, sposób płatności)**
- 7. Pomoc dla klientów**
- 8. Wytlumacz decyzję o płatności**
- 9. Przetestuj ustawienia/narzędzia online**
- 10. Wytrwaj, udoskonalaj!**

# Media, co dalej?

- Koncentracja mediów
- Personalizacja
- Mobilność
- Dominacja i manipulacja

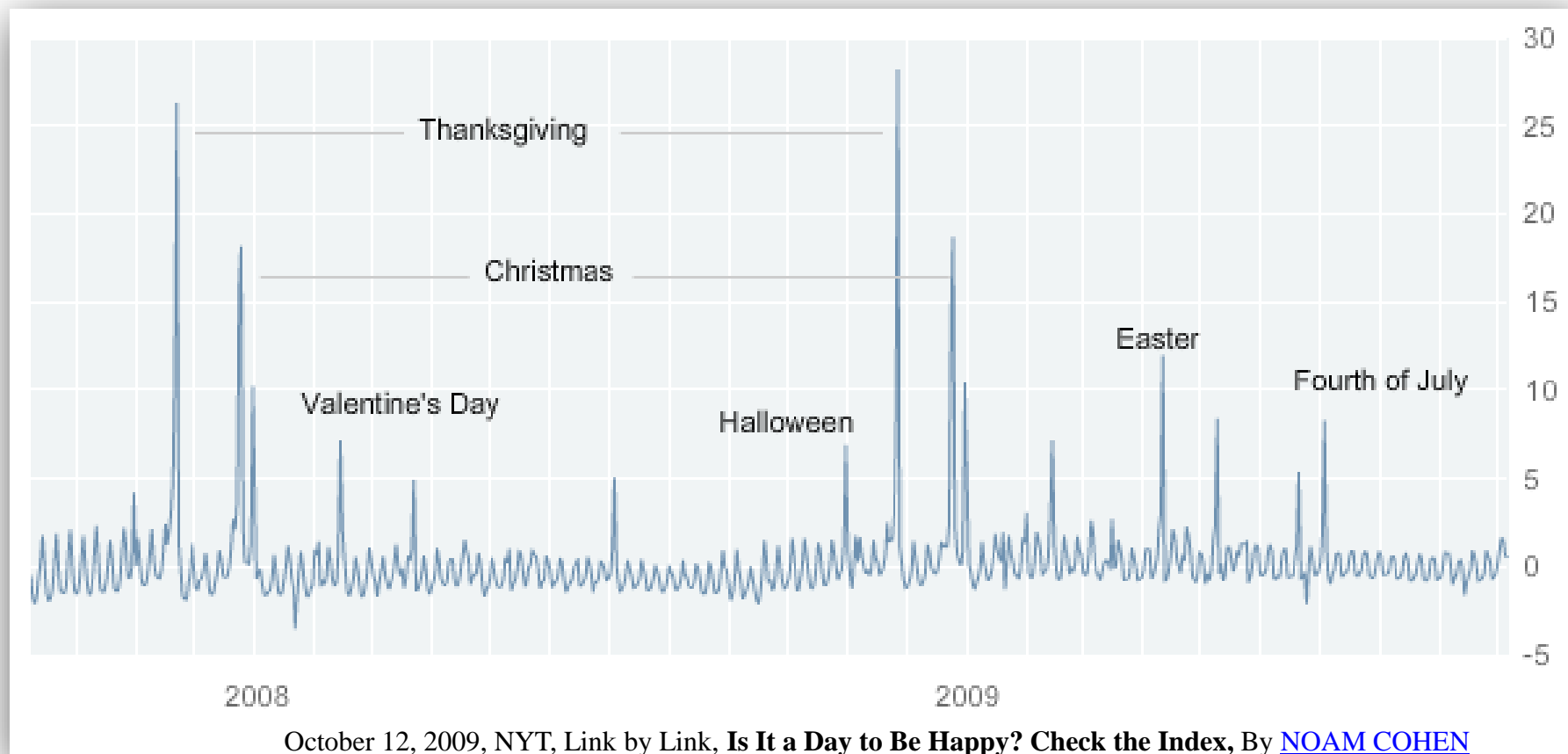
# Druk – co dalej?

- alternatywne obszary aktywności poligrafii:
  - materiały reklamowe
  - opakowania, których produkcja – za przyczyną zwiększenia produkcji towarów i internetu intensyfikującego wymianę towarową – rośnie. Do 2012 roku globalne zapotrzebowania na papierowe materiały do pakowania wzrośnie o 6,6%.
- Elastyczność produkcji (formy i nakłady)
- Przyszłość dla małych drukarni

**P.S.**

# Informacja o poczuciu szczęścia użytkowników Sieci

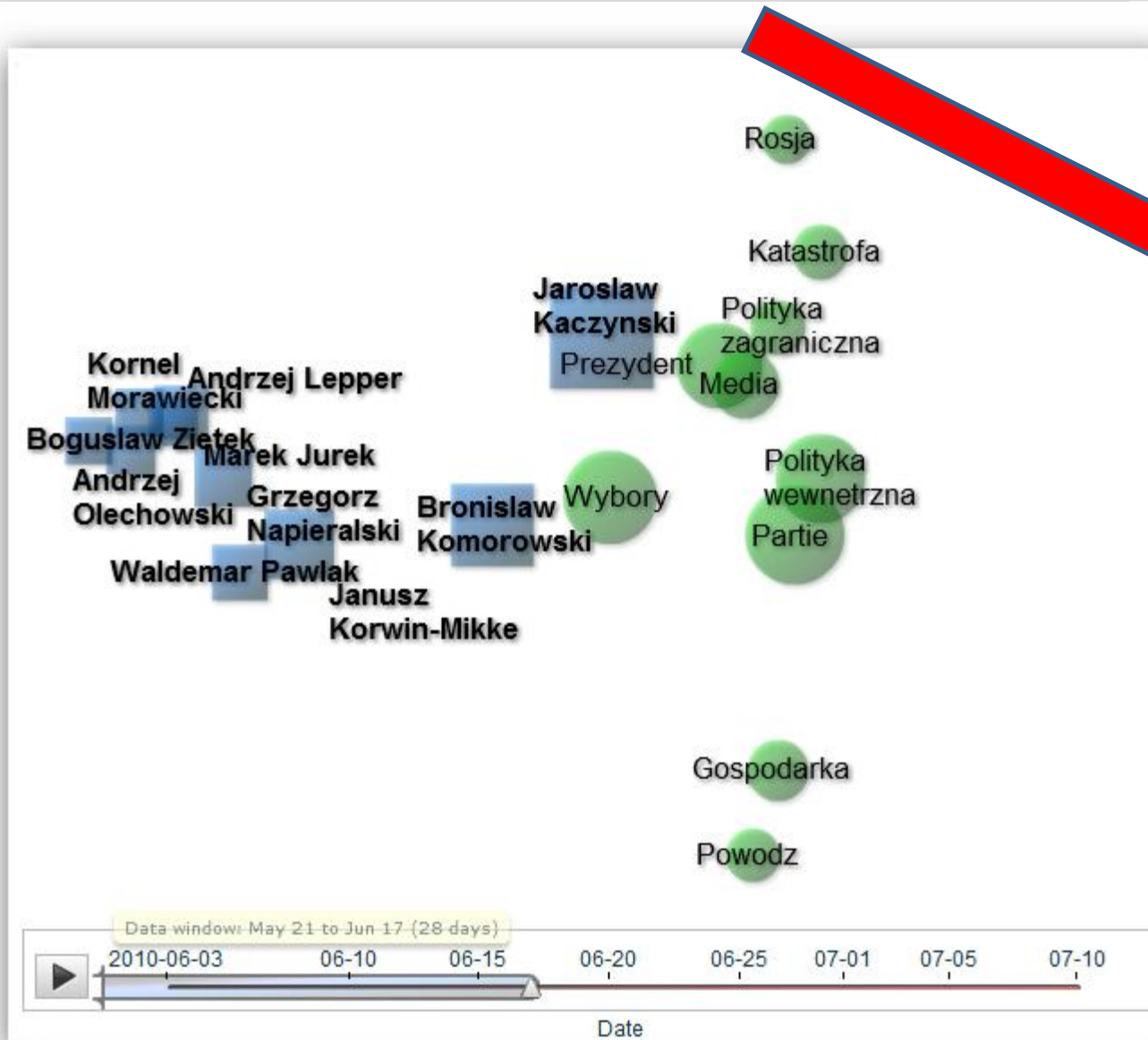
– wg. liczby użytych na stronie słów: szczęście, wspaniale!, smutek, wątpliwości i tragedia



# Dynamiczna analiza relacji informacji w Sieci

Attentio Brand Maps

Source: Forums Polish Daily

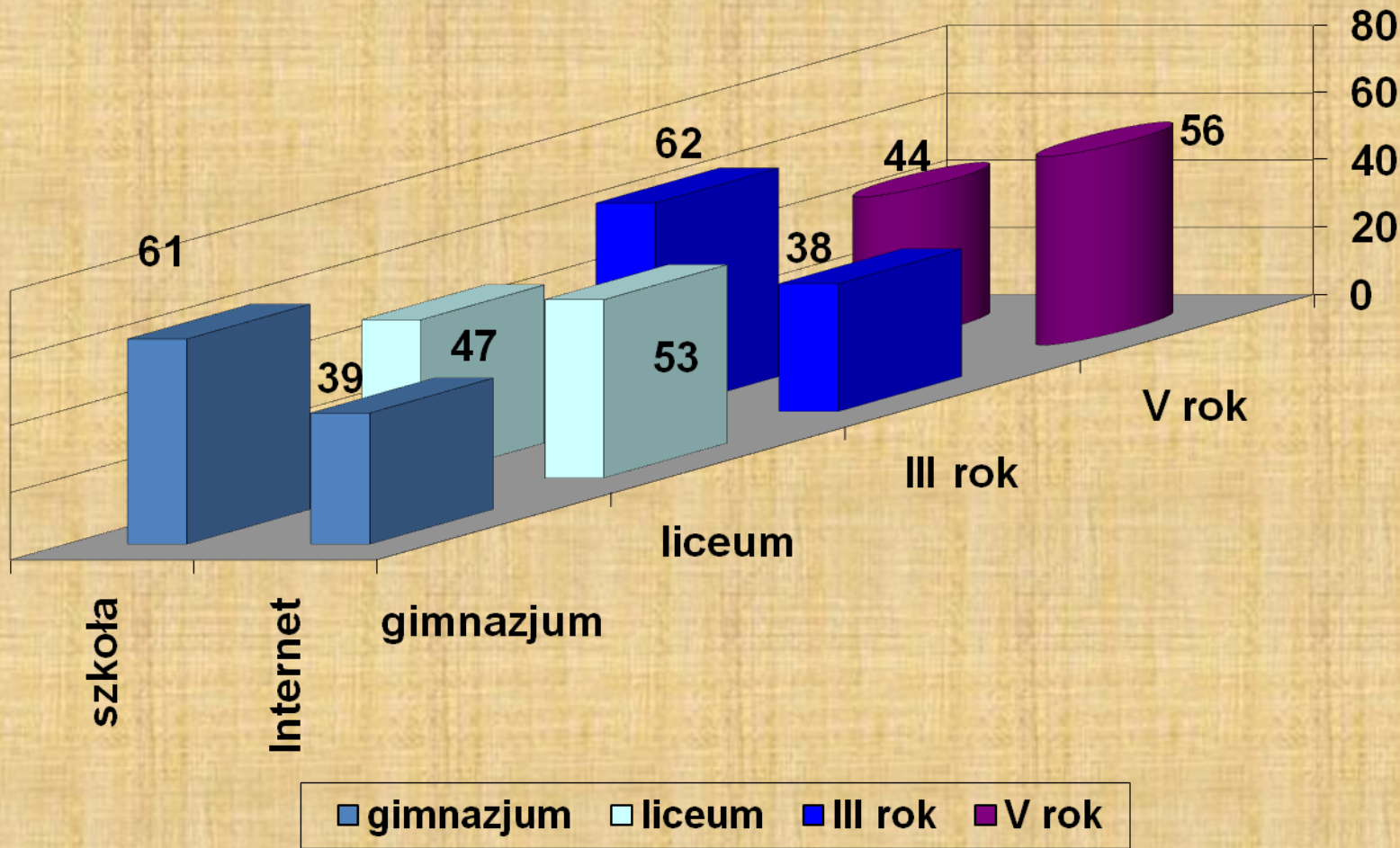


ntio Brand Dashboard™

czma | Inbox: () | Log out

- Source: Blogs Polish Daily
- Blogs Polish Daily
  - Facebook Polish
  - Forums Polish Daily
  - Twitter Polish Daily
  - News Polish Daily
  - Comments Daily
  - Blip Daily

# Deklaratywne źródło wiedzy



# Kreatywność

Stopień intensywności korzystania z zasobów Sieci ma odwrotnie proporcjonalny związek z kreatywnością użytkowników Internetu



*Ulotne swobody informacyjne społeczeństwa informacyjnego*

