

Latvijas Kultūras akadēmija
Kultūras teorijas un vēstures katedra

AUDIOGRĀMATAS KĀ LATVIJAS GRĀMATNIECĪBAS NOZARES
ATTĪSTĪBAS IESPĒJA

Bakalaura darbs

Autore:
Akadēmiskās bakalaura studiju programmas “Mākslas”
Kultūras teorijas un menedžmenta apakšprogrammas
4. kursa studente Grieta Jankava
(ID Nr. 20124412)

Darba vadītāja:
Dr.oec. Ieva Zemīte

Rīga

2016

SATURS

IEVADS.....	3
1. AUDIOGRĀMATU PIRMSĀKUMI, VĒRTĪBA UN PRIEKŠROCĪBAS.....	6
1.1. Audiogrāmatu pirmsākumi un formāta attīstība.....	6
1.2. Audiogrāmatu vērtība un priekšrocības.....	12
1.2.1. Klausīšanās procesa nozīme.....	18
1.2.2. Audiogrāmatu loma izglītībā.....	20
1.2.3. Audiogrāmatu nozīme cilvēkiem ar redzes un lasīšanas traucējumiem.....	21
2. AUDIOGRĀMATU LOMA UN PIEDĀVĀJUMS GRĀMATNIECĪBAS NOZARĒ.....	24
2.1. Audiogrāmatu loma grāmatniecības nozarē globāli.....	24
2.1.1. Audiogrāmatu izplatīšanas modelis.....	25
2.1.2. Audiogrāmatu piedāvājums ASV.....	27
2.1.3. Audiogrāmatu piedāvājums Skandināvijā un Vācijā.....	29
2.2. Audiogrāmatu loma Latvijas grāmatniecības nozarē.....	30
2.2.1. Audiogrāmatu piedāvājums Latvijā.....	32
3. VIDES FAKTORU IETEKME UZ AUDIOGRĀMATU PIEDĀVĀJUMA ATTĪSTĪBU LATVIJAS GRĀMATNIECĪBAS NOZARĒ.....	37
3.1. Politiskās vides faktoru ietekme.....	37
3.2. Ekonomiskās vides faktoru ietekme.....	41
3.3. Sociālās vides faktoru ietekme.....	44
3.4. Tehnoloģiskās vides faktoru ietekme.....	46
NOBEIGUMS.....	52
KOPSAVILKUMS.....	54
IZMANTOTO AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS.....	57
ANOTĀCIJA.....	61
PIELIKUMI.....	62
1. pielikums. Intervija ar Fabula projektu vadītāju Tīnu Treimani.....	62
2. pielikums. Intervija ar Apostrofs vadītāju Jāni Ogu.....	67
3. pielikums. Intervija ar biedrības Ideju forums pārstāvi Edmundu Vanagu.....	69

IEVADS

Globāli audiogrāmatas ir visstraujāk augošais segments grāmatniecības nozarē un tam tiek prognozētas plašas nākotnes perspektīvas. Nozares vērtība šobrīd ir 2,8 miljardu ASV dolāru, kas galvenokārt saistīts ar strauji augošu audiogrāmatu apjomu. 2015. gadā tika izdotas 43`000 jaunas audiogrāmatas. Attīstoties tehnoloģijām, aug arī pieprasījums. 2015. gada pirmajos 8 mēnešos pārdoto audiogrāmatu skaita pieaugums attiecībā pret 2014. gadu bija 37,8%. kas ir liels kāpums. Šobrīd lielākais audiogrāmatu tirgus ir ASV, Skandināvijā un Vācijā.¹ Audiogrāmatām ir liela vērtību tirgū, taču tām ir vēl lielāka vērtība patērētāju vidū.

Audiogrāmata ir literāra darba mutvārdu ieraksts.² Mūsdienās ir veikti plaši pētījumi par audiogrāmatu nozīmi un priekšrocībām. Audiogrāmatas ir veids, kā nodrošināt literatūras pieejamību ikvienam, ne tikai cilvēkiem ar redzes, lasīšanas un mācīšanās traucējumiem. Ir pierādīts, ka audiogrāmatas attīsta vitālas lasīt un rakstīt prasmes, tekošu valodu, leksiku, izrunu, fonētisko izpratni, kritisko domāšanu, kā arī sekmē valodas apguvi.³ Audiogrāmatu vērtība ir būtiska ne tikai no sociālā aspekta, bet arī izglītībā, it īpaši bērnu un jauniešu vidū.

Globālās tendences audiogrāmatu jomā ir daudzsološas, taču situācija Latvijā krasi atšķiras. Kopumā šobrīd Latvijas tirgū ir pieejamas 28 audiogrāmatas latviešu valodā, kā arī bezmaksas literāri darbi audio formātā: 1338 audiopasakas, kuru garums nepārsniedz 8 minūtes; aptuveni 700 audiogrāmatas ir Latvijas Neredzīgo bibliotēkas īpašumā, taču tās nav publiski pieejamas cilvēkiem bez invaliditātes, un aptuveni 130 literāru darbu ieraksti ir pieejami Latvijas Radio arhīvā, taču tos ir iespējams klausīties tikai interneta vidē. Audiogrāmatu piedāvājums latviešu valodā nav plašs, un šis fakts definē darba pētāmo problēmu.

Darba pētāmā problēma: Ierobežots audiogrāmatu piedāvājums Latvijas grāmatniecības nozarē. Šī darba kontekstā ar jēdzienu *grāmatniecības nozare* tiek saprasta darbības sfēra, kas atbild par grāmatu izdošanu un izplatīšanu iespiestā, elektroniskā vai audio formātā. Latvijas Literatūras un grāmatniecības nozares kompetencē ir analizēt informāciju par aktuālajiem literatūras un grāmatniecības procesiem, sniegt priekšlikumus nozares stratēģijas veidošanā,

¹ Kozłowski, Michael. Global Audiobook Trends and Statistics for 2016. Good E-Reader. 2015, 18. dec. Pieejams: <http://goodereader.com/blog/interviews/global-audiobook-trends-and-statistics-for-2016> [skatīts 2016, 28. mar.]

² Burkey, Mary. *Audiobooks for Youth: A Practical Guide to Sound Literature*. American Library Association. 2013. 13. lpp

³ Burkey, Mary, Sharon Grover, & Liz Hannegan. *Sound Learning Overview*. Developed for the Audio Publishers Association, 2014. Pieejams: <http://www.soundlearningapa.org/docs/overview.pdf> [skatīts 2016, 28. mar.].

kā arī prognozēt nozares attīstības perspektīvas.⁴ Audiogrāmatu piedāvājuma attīstīšanas jautājums ir nozares interesēs, taču nav skaidrs, kāpēc pagaidām šajā jomā ir notikusi tik vāja attīstība.

Darba pētnieciskie jautājumi: Kas ir galvenie faktori, kas ietekmē audiogrāmatu piedāvājuma attīstību Latvijā? Kāda ir audiogrāmatu loma grāmatniecības nozarē?

Darba mērķis: Noskaidrot Latvijas politiskās, ekonomiskās, sociālās un tehnoloģiskās vides faktoru ietekmi uz audiogrāmatu piedāvājuma attīstību Latvijas grāmatniecības nozarē.

Lai sasniegtu darba mērķi, nepieciešams veikt sekojošus uzdevumus:

1. Aprakstīt audiogrāmatu jēdzienu, vēsturi, priekšrocības un nozīmi sabiedrībā.
2. Aprakstīt audiogrāmatu lomu grāmatniecības nozarē gan Latvijā, gan globāli.
3. Apzināt pašreizējo audiogrāmatu piedāvājumu Latvijā.
4. Analizēt Latvijas ārējās vides faktoru ietekmi uz audiogrāmatu piedāvājuma attīstību.

Bakalaura darbs ir kvalitatīvs pētījums par grāmatniecības nozari Latvijā, tāpēc darba gaitā tiks izmantotas sekojošas pētniecības metodes:

- 1) Datu ieguvei – intervijas, sekundāro datu analīze;
- 2) Datu analīzes metodes – monogrāfiskā metode; PEST analīzes metode⁵.

Darba 1. nodaļā tiks aprakstīta audiogrāmatu formāta attīstības vēsture. Lai pārliecinātos par audiogrāmatu nozīmi sabiedrībā, tik aprakstīta audiogrāmatu vērtība, priekšrocības un pielietojšanas iespējas mūsdienās, kā arī audiogrāmatu loma dažādu klausītāju auditoriju vidū. Šī darba daļa balstīsies uz akadēmiskās literatūras avotiem.

Darba 2. nodaļā tiks aprakstīta audiogrāmatu lomu grāmatniecības nozarē ASV, Vācijā un Skandināvijā, kas aptver lielāko audiogrāmatu tirgu pasaulē, pievēršot uzmanību šobrīd aktuālākajam audiogrāmatu izplatīšanas modelim. Tiks izpētītas un aprakstītas Latvijas grāmatniecības nozares kompetences un audiogrāmatu piedāvājuma attīstības perspektīvo

⁴ Kultūras ministrija. Ministrijas kompetence literatūras un grāmatniecības jomā. Pieejams: http://www.km.gov.lv/lv/nozares_info/literatura.html [skatīts 2016, 28. mar.].

⁵ Digitālā biznesa rokasgrāmata. PEST analīze. Pieejams: <http://rokasgramata.lv/vadiba/pest-analize/> [skatīts 2016, 29. mar.].

ietekmi uz nozari. Apzināšu pašreizējo Latvijā pieejamo audiogrāmatu piedāvājumu. Šī darba daļa balstīsies gan uz akadēmiskās literatūras avotiem, gan datu apkopošanu un analīzi.

Darba 3. nodaļā tiks noskaidrota Latvijas politiskās, ekonomiskās, sociālās un tehnoloģiskās vides faktoru ietekme uz audiogrāmatu piedāvājuma attīstību Latvijas grāmatniecības nozarē. Lai veiktu vides analīzi, tiks intervēti trīs audiogrāmatu jomas speciālisti – *Fabula* projektu vadītāja Tīna Treimane, *Apostrofs* vadītājs Jānis Oga un biedrības Ideju forums un *E-bibliotēkas* veidotājs Edmunds Vanags. Darba pētniecības nolūkos tika izvēlēti tieši šie speciālisti, kā kompetenti un zinoši galvenie jomas pārstāvji. Latvijas ārējo vidi analizēšu pēc PEST analīzes metodes, kas pieprasa politiskās, ekonomiskās, sociālās un tehnoloģiskās vides faktoru skenēšanu.⁶

Darba nobeigumā tiks apkopoti secinājumi par to, kā Latvijas politiskās, ekonomiskās, sociālās un tehnoloģiskās vides faktori ietekmē audiogrāmatu piedāvājuma attīstību Latvijas grāmatniecības nozarē.

⁶ Turpat.

1. AUDIOGRĀMATU PIRMSĀKUMI, VĒRTĪBA UN PRIEKŠROCĪBAS

Šajā nodaļā tiks apskatīts, kā aizsākās audiogrāmatu izplatība, pievēršot uzmanību gan formāta tehnoloģiskajai attīstībai, gan uzņēmējdarbības vēsturiskajai ainai. Lai pārliecinātos par audiogrāmatu vērtību un nozīmi sabiedrībā, tiks apzinātas galvenās audiogrāmatu priekšrocības, ko gūst dažādas klausītāju auditorijas – bērni, jaunieši, cilvēki ar redzes un lasīšanas traucējumiem, vājredzīgie, neredzīgie, nepieredzējuši un pieredzējuši lasītāji. Lai labāk izprastu audio formāta specifiku, tiks aprakstīta klausīšanās procesa nozīme.

1.1. Audiogrāmatu pirmsākumi un formāta attīstība

Vai audiogrāmatas klausītājs tiešām nav lasītājs? Literatūras kritiķi par šo tēmu klusē, pievēršoties jautājumam, kā audio formāts ietekmē lasīšanas procesu.⁷ Jau no seniem laikiem stāstīšanas pamatā ir vārds. Vārdu izsaka skaņas, un mutiski stāstījumi dažādu stāstnieku interpretācijās bija sākotnējā literatūras forma, pirms tā vēl tika pierakstīta. Tomēr arī vēlāk, kad vārdu skaņa ieguva pieraksta formu, mutiska teksta lasīšana bija izplatītāka nekā privāta lasīšana⁸, ko sāka kultivēt Rietumu sabiedrība viduslaiku beigās. Šī orālā tradīcija iestiepās arī 20. gadsimtā, un, lai arī mutiskā lasīšana nav pazudusi mūsdienās, tas vairs nav primārais lasīšanas veids. Līdz ar to, mūsdienās teksta klausīšanās iespējās, ko sniedz audiogrāmatas, klausītāju atgriež pie literatūras sākotnējās formas.⁹

Izaicinot vispārpieņemtus domāšanas veidus par lasīšanas pieredzi, Hārvardas Universitātes doktors Metjū Rūberijs (*Matthew Rubery*), kurš pētī moderno literatūru, medijus un lasīšanas paradumus, uztver audiogrāmatas kā atsevišķu mediju, kam ir specifiska ietekme uz to, kā tiek uztverts literārs teksts. Ar jēdzienu *audiogrāmata* Rūberijs saprot teksta mutvārdu lasījuma ierakstu, kas var ietvert gan grāmatas, gan periodiku, gan citus drukātus materiālus.¹⁰ Jēdzienam *audiogrāmata* tiek piedāvāti vairāki skaidrojumi, taču šī pētnieciskā darba ietvaros izmantošu vairāku audiogrāmatu pētījumu autore Mērijas Burkijas (*Mary Burkey*) piedāvāto skaidrojumu - Audiogrāmata ir literāra darba mutvārdu ieraksts.¹¹

⁷ Rubery, Matthew. *Audiobooks, Literature and Sound Studies*. Routledge, 2011. 1. lpp.

⁸ Saenger, Paul Henry. *Space between Words: The Origins of Silent Reading*. Stanford: Stanford University Press, 1997. 243. lpp.

⁹ Burkey, Mary. *Audiobooks for Youth: A Practical Guide to Sound Literature*. American Library Association. 2013. 1. lpp

¹⁰ Rubery, Matthew. *Audiobooks, Literature and Sound Studies*. Routledge, 2011. 1. lpp.

¹¹ Burkey, Mary. *Audiobooks for Youth: A Practical Guide to Sound Literature*. American Library Association. 2013. 13. lpp

Mūsdienu sabiedrībā ir atjaunojusies interese par audiogrāmatām. Pretenziju skaits attiecībā uz formātu ir sarucis, kas skaidrojams ar ir pieaugošo akadēmisko pētījumu daudzumu skaņas sfērā. Šī plaukstošā sfēra apvieno zinātniekus no dažādām disciplīnām, lai izpētītu skaņas lomu kultūras izveidē. Neskatoties uz plašajām pētnieciskajām pieejām, vairāki pētījumi apstiprina, ka skaņa kā objekts ir nepietiekami novērtēta, par spīti tās svarīgajai lomai mūsu pasaules uztverē.¹²

Audiogrāmatas aizsāka ierakstītās literatūras tradīciju kopš zinātnieks Tomass Edisons 1877. gadā izgudroja fonogrāfu. Tā bija pirmā ierīce, kas spēja ierakstīt un atskaņot skaņas. *Runājošās grāmatas*, kas bija sākotnējais apzīmējums audiogrāmatām, Edisons primāri bija paredzējis neredzīgajiem, taču viņa iecere attiecībā uz tām bija arī izglītojoša un izklaidējoša.¹³ Viņš, 1878. gadā publicētā rakstā *Fonogrāfs un tā nākotne (Phonograph and its Future)* pauž, ka fonogrāfs veicina literatūras pieejamību ne tikai profesionāliem lasītājiem, bet arī neredzīgajiem, cilvēkiem ar redzes traucējumiem, cilvēkiem, kuri nelasa tekoši vai ir pārāk aizņemti.¹⁴ Jāatzīst, ka Edisona laikā liela daļa sabiedrības nebija attīstījusi tekošas lasīšanas prasmes un mūsdienās šo cilvēku īpatsvars ir krietni mazāks, tāpēc netiek lietots apzīmējums *profesionāli lasītāji*, taču, Edisona argumenti par laika atlicināšanu, kā arī literatūras pieejamību cilvēkiem ar redzes traucējumiem, ir aktuāli arī šodien.

Pirmais fonogrāfa ieraksts bija amerikāņu izcelsmes bērnu pantiņš *Mērijai bija mazs jēriņš (Marry Had a Little Lamb)*. Ar bērnu dzejoļu fragmentiem, kā arī ar fragmentiem no Alfrēda Tenisona dzejas, turpinājās arī nākamā fonogrāfa demonstrēšana karaliskajā institūtā Lielbritānijā. Dzejas rindas, kas tika ierakstītas sākotnējos demonstrējumos, neapzināti aizsāka mūsdienu ierakstītās literatūras tradīciju. Jau ar pirmajiem mēģinājumiem ierakstīt dzeju, Edisona pārstāvji veidoja pamatu Balss bibliotēkai (*ILibrary of Voices*). Lai nu kā, centieni attīstīt mutvārdu literatūru bija pāragri, jo pietrūka kapacitātes ierakstīt literārus darbus pilnā to apjomā, un tehnoloģiskās iespējas to atļāva tikai pēc vairākām desmitgadēm. Viens fonogrāfa cilindrs bija piemērots ierakstam, kura maksimālais ilgums ir 4 minūtes, līdz ar to literārie darbi tika sadalīti fragmentos. Piemēram, rakstnieks Marks Tvens 1891. gadā pameta romāna *The American Claimant* ierakstīšanu, pēc tam, kad viņš bija pierakstījis 48 fonogrāfa

¹² Rubery, Matthew. *Audiobooks, Literature and Sound Studies*. Routledge, 2011. 2. lpp.

¹³ Turpat 3. lpp.

¹⁴ Burkey, Mary. *Audiobooks for Youth: A Practical Guide to Sound Literature*. American Library Association. 2013. 2. lpp

cilindrus. Gadsimtu mijā ieraksti bija pārāk smagi, trausli un dārgi, lai tie būtu piemēroti bibliotēkām vai izplatīšanai. Literāra darba ierakstīšana bija nepraktiska pat pēc Edisona rotējošā cilindra aizvietošanas ar plati, kas atļāva veikt 12 minūšu ilgu ierakstu. Agrīnie klausītāji sūdzējās, ka ar tik ierobežotām ieraksta iespējām būtu nepieciešama ķerra, lai spētu pārvietot visas plates, kurās fragmentāri ierakstīta tikai viena grāmata. Respektīvi, lai veiktu, piemēram, sešu stundu garu ierakstu, bija nepieciešamas 30 plates, kas fiziski aizņēma pārāk daudz resursus gan veicot ierakstus, gan pēcāk tos uzglabājot, pārvietojot vai klausoties. Klausīšanās pieredzi apgrūtināja arī fakts, ka ik pēc 12 minūtēm ieraksts bija jānomaina uz nākamo.

1930. gadā tehnoloģijas atļāva pagarināt vienu ieraksta ilgumu līdz 20 minūtēm. 20. gadsimta trīsdesmitajos gados ASV un Lielbritānijā sāka veikt jau pilnus literāra teksta ierakstus. Nepieciešamību pēc ierakstītās literatūras rosināja Pirmais pasaules karš, kad no tā atgriezās kareivji ar redzes traucējumiem, taču viņi nespēja lasīt braila rakstā.

Veselu grāmatu ierakstīšana aizsākās ASV, to veica Amerikāņu fonds neredzīgajiem (*American Foundation for the Blind*) un Kongresa Grāmatu bibliotēka (*Library of Congress Books*). 1932. gadā savu darbību attīstīja Runājošo grāmatu programma (*The Talking Books Program*) ar izmēģinājuma ierakstiem, iekļaujot nodaļu no Helēnas Kellers darba *Domuplūsma* un Edgara Alana Po dzejoli *Krauklis*. Organizācija nākamajā gadā radīja elektronisku atskaņošanas mašīnu un saņēma atbrīvojumu no autortiesībām, kā arī atļauju izplatīt runājošās grāmatas, veicot bezmaksas pasta sūtījumus. Rakstniece Helēna Kellere, kura pati bija neredzīga un kurla, savā vēstulē tā laika ASV prezidentam Franklinam Rūzveltam rakstīja, ka runājošās grāmatas ir nozīmīgākais un vērtīgākais instruments neredzīgajiem kopš braila raksta izgudrošanas.

Pirmie ieraksti, kas tika radīti Runājošo grāmatu programmas ietvaros 1934. gadā, ietvēra nodaļas no Bībeles, ASV Neatkarības deklarāciju, patriotiskus dokumentus, Viljama Šekspīra lugas un sonetus, kā arī amerikāņu autoru daiļliteratūras darbus.¹⁵ Agrīnos ierakstu pārsvarā ierunāja viena persona bez jebkādiem specefektiem – individuāla tēla radīšanas, balss un intonācijas maiņas, muzikālā pavadījuma vai skaņas efektiem.¹⁶ Tolaik vairākas organizācijas ziedoja darbus pieaugošajai neredzīgo bibliotēkai, piemēram, 1936. gadā Amerikāņu

¹⁵ Rubery, Matthew. *Audiobooks, Literature and Sound Studies*. Routledge, 2011. 3. – 5. lpp.

¹⁶ Grover, Sharon & Hannegan, Lizette D. *Listening to Learn: Audiobooks Supporting Literacy*. American Library Association, 2012. 3. lpp.

Neredzīgo tipogrāfija (*American Printings House for the Blind*) piedāvāja Džonatana Svifta grāmatas *Gulivera Piedzīvojumi* ierakstu. Darba progresā administrācija (*The Works Progress Administration*) palīdzēja ierakstīšanas ierīces attīstīšanā 20. gadsimta trīsdesmitajos gados, un tika uzsākta kampaņa naudas līdzekļu iegūšanai. Kampaņa guva panākumus pateicoties plaši pazīstamiem grāmatu autoriem, kas veica savu darbu lasījumus, piemēram, Eleanora Rūzvelta un citi.

Lielbritānijā, Karaliskais nacionālais neredzīgo institūts (*Royal National Institute of Blind (RNIB)*) sāka eksperimentēt ar dažādiem runājošo grāmatu formātiem jau 1920. gadā. 1934. gadā Īans Freizers (*Ian Fraser*) Skaņu ierakstu komitejas (*Sound Recording Committee*) priekšsēdētājs pavēstīja: “Es negribu viest veltas cerības, bet es domāju, ka nākotnē būs iespēja attīstīt runājošo grāmatu bibliotēku”.¹⁷ Pirmie gramofona ieraksti 1935. gadā bija Agatas Kristi *Rodžera Ekroida slepkavība* un Džozefa Konrada *Taifūns*. Kāds neredzīgs klausītājs 1936. gadā Skaņu ierakstu komitejai rakstīja, ka viņš katru vakaru pavada klausoties runājošās grāmatas un ņemot vērā, ka viņš vāji pārvalda braila rakstu - šis izgudrojums viņa dzīvē ir neizsakāma vērtība. Amerikāņu fonds neredzīgajiem un Karaliskais Nacionālais Neredzīgo Institūts nodibināja ciešu sadarbību, lai kopīgi dalītos pētījumos, apmainītos ar ierakstiem un izvairītos no jau veiktu ierakstu dublicēšanas. Līdzīgas ierakstīto grāmatu bibliotēkas atvērās Kanādā, Austrālijā, Jaunzēlandē un Dienvidāfrikā. RNIB plānoja izveidot internacionālu runājošo grāmatu bibliotēku un iecerēja izveidot ierakstu kolekcijas Rodēzijā, Indijā, Spānijā, Argentīnā, Salvadorā, Meksikā, Krievijā, Saūda Arābijā, Lībijā, Jordānā un citviet.

20. gadsimtā populāri kļuva literatūras lasījumi radiopārraidēs. Lielbritānijā klasiskās literatūras lasījumus tiešraidē gan kā jēgpilnu, gan izklaidējošu materiālu pārraidīja Britu Raidorganizācija (*British Broadcasting Corporation (BBC)*). Piemēram, Šekspīra darbu fragmenti bija vieni no pirmajiem. Savukārt, literatūras adaptācija ASV radiostacijās nebija tik populāra komerciālo ierobežojumu dēļ, jo radio organizācijas neguva finansiālu atbalstu no valdības, kā tas notika Lielbritānijā. 20. gadsimta trīsdesmitajos gados ASV radio sāka konkurēt ar televīziju, tāpēc radio literatūras lasījumi vairāk pievērsās izklaidējošiem materiāliem, piemēram, fantastikai, nevis klasiskajai literatūrai. Literatūras radiopārraides

¹⁷ Rubery, Matthew. *Audiobooks, Literature and Sound Studies*. Routledge, 2011. 5. – 6. lpp.

izglītoja klausītājus un aizsākās tādu prasmju veicināšana kā teksta klausīšanās, uzmanības pievēršana runai, valodai, vārdu izteiksmei, verbālai tēlainībai un skaņas efektiem.¹⁸

20. gadsimta otrajā pusē tika uzsākta finanšu investēšana runājošo grāmatu nodrošināšanai mācību iestādēs un bibliotēkās, šī joma beidzot sāka piesaistīt uzņēmēju uzmanību.¹⁹ *Caedmon Records* bija viens no pirmajiem komerciālajiem uzņēmumiem, kas nopietni pievērsās ierakstītās literatūras izplatīšanai un 1952. gadā savu darbību uzsāka ar vairākiem laikmetīgo autoru darbu ierakstiem. Kā pirmo darbu kompānija izdeva Dilana Tomasa dzejoļu krājumu. Tā kā dzejoļu krājums aizpildīja tikai vienu ieraksta pusi, Tomass piekrita reversajā pusē ierakstīt stāstu *Bērnu Ziemassvētki Velsā (A Child's Christmas in Wales)*. Stāsts iepriekš nebija guvis atzinību, taču ieraksts kļuva par īstu sensāciju. *Caedmon Records* turpmākajos gados izdeva vairākus darbus, kurus ierunāja paši autori, piemēram, Ģertrūde Staina, Tomass Skots Eliots un Ernests Hemingvejs. *Caedmon Records* paplašināja savu ierakstu klāstu pievērsoties arī bērnu literatūrai. Kompānijas dibinātājs izteicās, ka ieraksti nav lasīšanas aizvietotājs, bet gan līdzeklis pieredzes padziļināšanai un bagātināšanai. Tādu kompāniju kā *Caedmon Records*, *Spoken Art* un *Argo* ieraksti pierādīja, ka runājošo grāmatu potenciālā auditorija ir daudz plašāka un pie tās pieder ne tikai cilvēki ar redzes traucējumiem.

20. gadsimta otrajā pusē runājošās grāmatas kļuva pieejamākas un ieguva jaunu nosaukumu. Jēdziens *audiogrāmata*, ko mēs lietojam arī mūsdienās, izveidojās 70. gados, parādoties audiokasetēm. Audiokasetes ātri vien izkonkurēja plates ar savu ērtu lietojamību.²⁰ 1979. gadā nāca klajā *Sony Walkman*, kas bija pārnēsājams kasešu atskaņotājs un ļāva klausītājiem kļūt mobiliem. Tas nodrošināja literatūras pieejamību ne tikai mājās, bet arī pārvietojoties un atrodoties ceļā. Audiogrāmatu patērētāju skaits strauji pieauga. Audiokasetes bija primārais ierakstu atskaņošanas avots līdz 1980. gadam, kad sākās kompaktdisku uzplaukums. 1984. gadā parādījās arī pārnēsājamas kompaktdisku atskaņošanas ierīces. Lai arī kompaktdiski ātri vien guva ievērību, tie neizkonkurēja kasetes, un līdz pat digitālā formāta uzplaukumam tie bija vienlīdz pieprasīti produkti.²¹ Jaunie ierakstu formāti radīja apvērsumu un ievērojamākās izdevniecības grāmatniecības nozarē sāka pievērsties audiogrāmatu izdošanai. 1994. gadā

¹⁸ Turpat.

¹⁹ Grover, Sharon & Hannegan, Lizette D. *Listening to Learn: Audiobooks Supporting Literacy*. American Library Association, 2012. 3. lpp.

²⁰ Rubery, Matthew. *Audiobooks, Literature and Sound Studies*. Routledge, 2011. 6. – 8. lpp.

²¹ Burkey, Mary. *Audiobooks for Youth: A Practical Guide to Sound Literature*. American Library Association. 2013. 8. lpp

Audio Izdevēju Asociācija (*Audio Publisher Association (APA)*) iedibināja jēdzienu *audiogrāmata* kā nozares standartu.²²

Kopš 2002. gada audiogrāmatas ir iespējams lejuplādēt internetā digitālā formātā. Digitālie audio atskaņotāji sākotnēji parādījās 1997. gadā, taču MP3²³ ēru var datēt ar 2001. gadu, kad *Apple* izdeva atskaņošanas ierīci iPod. Jāatzīst, ka formāta tehnoloģiskā attīstība sniedz daudz priekšrocības ne tikai pašiem lasītājiem, bet arī izdevējiem. Audiogrāmatu izdevniecības *Weston Woods Studios* pārstāve Mērija Burkija atsauc atmiņā 70. gadus, kad audio ierakstīšana notika izmantojot lentu, un ieraksta montēšana prasīja vairākas nedēļas, pielietojot tādus primitīvus instrumentus kā žileti un līmlenti. Ierakstīšanas procesam kļūstot vieglākam, izdevējiem palika vairāk laika un resursu koncentrēties uz ieraksta māksliniecisko noformējumu un vērtību.²⁴ Ja agrāk, lai ierakstītu Ļeva Tolstoja romānu *Karš un Miers* bija nepieciešamas 119 plates vai 45 kasetes vai 50 kompaktdiski, tad mūsdienās viens darbs ietilpst vienā digitālā formāta ierakstā. Audiogrāmatas vairs nevar dēvēt par runājošajām grāmatām tādā izpratnē, kā to bija iztēlojies Edisons, tām iztrūkst viena svarīga komponenta - cilvēka balss. Eksperimenti ar mākslīgu balsi aizsākās jau 1978. gadā, taču mūsdienās dators ir attīstīts līdz tādām līmenim, ka spēj mākslīgi nolasīt, ģenerēt un atskaņot tekstu. Mehanizēts grāmatu teicējs ir ļoti izplatīta prakse. Plašākā interneta elektronisko grāmatu kolekcija iedala grāmatas divās kategorijās; cilvēka lasītās un datora ģenerētās. Laiks rādīs, kura veida teicējam klausītājs dos priekšroku, jo, lai arī datora ģenerētā lasījuma izplatīšana ir daudz izdevīgāka izdevējiem, iespējams, tas negūs plašu pieprasījumu patērētāju vidū. Cilvēka ierunātas audiogrāmatas izceļas ar izteismīgu lasījumu, ir baudāmākas no mākslinieciskā aspekta, kā arī ir vieglāk uztveramas.²⁵

Mūsdienās gandrīz katram pieder multifunkcionāla datorā balstīta ierīce - viedtālrunis. Viena no neskaitāmajām viedtālruņa funkcijām ir skaņas atskaņošana, līdz ar to ikviens viedtālruņa īpašnieks ir arī audiogrāmatas atskaņošanas ierīce īpašnieks. Tas nozīmē, ka ar viedtālruņu īpašnieku skaitu ir pieaudzis arī potenciālo audiogrāmatu patērētāju skaits. Agrāk, izdevēji spēja nodrošināt audiogrāmatu pieejamību, taču nebija garantants, ka patērētājam ir viegla un ērta iespēja atskaņot šo produktu. Tāpat kā savulaik, pateicoties televizoriem, televīzija kļuva par

²² Rubery, Matthew. *Audiobooks, Literature and Sound Studies*. Routledge, 2011. 8. lpp.

²³ Tezaurs. Skaidrojošā vārdnīca. Pieejams: <http://www.tezaurs.lv/sv/?w=mp3> [skatīts: 2016. 12.apr.]

²⁴ Burkey, Mary. *Audiobooks for Youth: A Practical Guide to Sound Literature*. American Library Association. 2013. 8. lpp

²⁵ Rubery, Matthew. *Audiobooks, Literature and Sound Studies*. Routledge, 2011. 10. lpp.

masu mediju, tā šodien arī audiogrāmatām ir šāds potenciāls, pateicoties viedtālruniem. Šī ierīce ir ne tikai ērta un kompakta, bet arī mobila, līdz ar to klausīšanās lokācija kļūst neierobežota. Digitālie ieraksti ir skaņas formāta augstākā attīstības pakāpe, un, lai arī tiem nav fizisks svars, tiem ir digitāls izmērs, kas attiecīgā atskaņošanas ierīcē aizņem zināmu atmiņu. Taču pēdējos gados tā vietā, lai lejuplādētu failus, ir rasta alternatīva, kas balstīta viedtālrunu mobilajā aplikācijā un ļauj straumēt datus no interneta. Respektīvi, audiofails nemaz neatrodas viedtālrunī, taču tas tiek pārraidīts uz to ar interneta starpniecību.²⁶

Mūsdienās tehnoloģiskā attīstība notiek ļoti strauji. Ja Edisona laikā ierīces pilnveidošanai bija nepieciešami vairāki gadu desmiti, tad mūsdienās tehnoloģiskie jaunieviesumi ir mēnešu vai pat nedēļu jautājums, līdz ar to ir skaidrs, ka audiogrāmatu tehnoloģiskā izaugsme turpināsies.

1.2. Audiogrāmatu vērtība un priekšrocības

Audiogrāmatas kļūst ar vien populārākas lasītāju vidū, taču sabiedrībā šis literatūras formāts saistās ar zināmu skepsi un ir apvīts ar vairākiem stereotīpiem. Pastāv uzskats, ka grāmatu klausīšanās ir "krāpšanās", teksta uztveršana neprasa nekādu piepūli un paredzēta nepieredzējušiem lasītājiem. Protams, nenoliedzams ir fakts, ka klausīšanās process atšķiras no lasīšanas, taču ir aplami domāt, ka no audiogrāmatas klausīšanās procesa tiek gūts mazāks labums, priekšrocības vai vērtības, kā no lasīšanas. Otrs valdošais uzskats ir, ka audiogrāmatu galvenā mērķauditorija ir cilvēki ar redzes vai lasīšanas traucējumiem²⁷, taču, lai atspoguļotu, ka klausītāju auditorija ir daudz plašāka, šajā apakšnodaļā aprakstīšu audiogrāmatu nozīmi un priekšrocības arī to klausītāju vidū, kuriem nav diagnosticēti redzes vai lasīšanas traucējumi.

Mūsdienās aizspriedumi pret audiogrāmatām pamatoti tiek apgāzti, pateicoties vairākiem pētījumiem, kuri apliecina audiogrāmatu vērtību un nozīmi dažādu lasītāju vidū. Viens no nozīmīgākajiem pētījumiem, kuru 1985. gadā ASV izdeva Lasīšanas Komisija (*Commission of Reading*) ir *Kļūstot par lasītāju nāciju (Becoming a Nation of Readers)*. Šī pētījuma fokusā nav audiogrāmatas, taču tas apskata svarīgākos faktoros, kas attīsta labu lasītprasmī. Galvenais šī darba atklājums ir: "Svarīgākā aktivitāte, veidojot nepieciešamās zināšanas eventuāli

²⁶ Have, Iben & Pedersen, Birgitte S. *Digital Audiobooks: New Media, Users, and Experiences*. Routledge, 2016. 3. - 4. lpp.

²⁷ Grover, Sharon & Hannegan, Lizette D. *Listening to Learn: Audiobooks Supporting Literacy*. American Library Association, 2012. 9. lpp.

veiksmīgai lasītprasmei, ir lasīt priekšā bērniem.”²⁸ Šim atklājumam ir cieša saistība ar audiogrāmatām, tādēļ, ka tās sniedz iespēju ”lasīt priekšā”, līdz ar to arī attīsta lasītprasmi. Savukārt 2007. gadā, pētījumā *Mācīšanās klausoties iekš digitālās pasaules (Learning through Listening in the Digital World)*, tiek atzīts, ka: “Gan mācīties klausīties, gan klausīties, lai iemācītos, ir būtiskas darbības, lai apgūtu lasītprasmi 21. gadsimtā.”²⁹ Respektīvi, abi šie pētījumi apstiprina, ka klausīšanās procesam ir izšķiroša nozīme lasītprasmes attīstīšanā.

Audioizdevēju asociācija, kas ir pirmā un vienīgā audiogrāmatu sfēras bezpeļņas organizācija ASV, ir pasūtījusi un publicējusi pētījuma apkopojumu, kurā kodolīgi izklāstītas priekšrocības, kuras gūst audiogrāmatu klausītāji. Apskatot šo un vēl citus akadēmiskus darbus, izcelšu galvenās audiogrāmatu priekšrocības dažādu auditoriju vidū.

Lasīšana priekšā

Kā jau iepriekš minēts, audiogrāmatas ir instruments, kas nodrošina lasīšanu priekšā, bez fiziskas lasītāja klātbūtnes.³⁰ Šis aspekts ir būtisks bērnu auditorijas vidū. Jāapzinās, ka dažādu iemeslu dēļ, ne visiem bērniem vecāki spēj atvēlēt laiku, lai lasītu priekšā līdz ar to liela daļa bērnu šo procesu nemaz nepieredz. Taču audiogrāmatas tam piedāvā alternatīvu, paplašinot auditoriju un nodrošinot klausīšanās pieredzi bērniem, kuriem tā citā veidā nebūtu iespējama. Aizrautīgi lasītāji, kuriem ir lasīts priekšā, spēj iztēloties stāsta sižetu, taču nelasītājiem šāda spēja nav tik attīstīta, līdz ar to viņiem literatūra nešķiet aizraujoša, un lasīšana nākotnē netiek praktizēta.³¹

Spēja tekoši lasīt

Klausoties audiogrāmatas, izpaliek grūtības burtot un atšifrēt tekstu, ar ko parasti saskaras jaunie lasītāji. Bieži vien nepārvarot šīs grūtības, bērni jau agrā vecumā novēršas no lasīšanas, nākotnē tā arī līdz galam neattīstot šo spēju un pazaudējot interesi par literatūru.³² Jauna

²⁸ Anderson, R. C., Hiebert, E., Scott, J., & Wilkinson, I. *Becoming a nation of readers: The report of the Commission on Reading*. Champaign, IL: Center for the Study of Reading, 1985. 23. lpp.

²⁹ Rose, David. & Dalton, Beidget. *Plato Revisited: Learning Through Listening in the Digital World*. From National Center on Universal Design for Learning, 2006. 10. lpp.

³⁰ Burkey, Mary, Sharon Grover, & Liz Hannegan. *Sound Learning Overview*. Developed for the Audio Publishers Association, 2014. 1. lpp.

³¹ Beers, Kylene. *Listen While You Read: Struggling Readers and Audiobooks*. *School Library Journal*, April 1998. 30.-35. lpp.

³² Grover, Sharon & Hannegan, Lizette D. *Listening to Learn: Audiobooks Supporting Literacy*. American Library Association, 2012. 10. lpp.

cilvēka klausīšanās prasme parasti kā minimums ir divus gadus attīstītāka nekā lasītprasme,³³ līdz ar to audiogrāmatas kalpo kā palīgs lasīšanas apgūšanas posmā. Klausoties bērns krietni veiklāk iemācās salikt kopā vārdus, un vēlāk, pievērsoties lasīšanai, ātrāk tiek pāri burtošanas fāzei. Audiogrāmatas ir spēcīgs instruments, lai attīstītu tekošu, raitu lasītprasmi bez aizķeršanās un ar izpratni.³⁴

Spēja izteikties

Profesionāli ierunāts teksta stāstījums veido teksta viengabalainību un plūdumu, kas lasītājam ļauj uztvert veselas frāzes un domu, nevis sadala tekstu vārdos. Klausīšanās attīsta pareizu izrunu, tā veicina izpratni par skaņas un simbola saistību. Viens no būtiskākajiem klausīšanās plusiem ir vārdu krājuma paplašināšana. Pirmo reizi dzirdot nepazīstamu vārdu, klausītājam nav jāšaubās par pareiza vārda izrunu un viņam ir skaidra vārda nozīme attiecīgajā kontekstā.³⁵ Varbūt izrunas jautājums ir aktuālāks citās valodās runājošajiem, kur rakstība bieži vien atšķiras no izrunas, taču arī latviešu valodā būtiska ir vārda dikcija un pareizi uzsvari. Literatūras klausīšanās attīsta valodu, sintaksi, attīsta runas prasmi, tekošu valodu un leksiku.³⁶ Visas šīs prasmes nodrošina spēju izteikties. ASV, bērnu audiogrāmatu klubā *Earphone English Club*, kurā tika pētīts, kā bērnus ietekmē audiogrāmatu klausīšanās, tika novērots, ka izpratne par tekstu raisa vēlmi dzirdēto stāstījumu pārspriest, izteikt savu viedokli un iesaistīties diskusijās.³⁷

Fokuss un koncentrēšanās spējas

Audiogrāmatu formāts pieprasa klausītāja nedalītu uzmanību un klātbūtni. Aizrautīgiem lasītājiem ir novērojama tendence ar acīm skriet pāri tekstam, iespējams, palaižot garām būtiskas detaļas. Lasītājs pats nosaka savu lasīšanas ritmu, taču audiogrāmatai ir noteikts temps, kurš teksta uztveres ātrumu padara vienmērīgu. Audiogrāmatu klausīšanās veicina

³³ Burkey, Mary, Sharon Grover, & Liz Hannegan. *Sound Learning Overview*. Developed for the Audio Publishers Association, 2014. 1. lpp.

³⁴ Burkey, Mary. *Audiobooks for Youth: A Practical Guide to Sound Literature*. American Library Association. 2013. 15. lpp

³⁵ Turpat 15.-16. lpp.

³⁶ Burkey, Mary, Sharon Grover, & Liz Hannegan. *Sound Learning Overview*. Developed for the Audio Publishers Association, 2014. 1. lpp

³⁷ Grover, Sharon & Hannegan, Lizette D. *Listening to Learn: Audiobooks Supporting Literacy*. American Library Association, 2012. 12. lpp.

koncentrēšanās spējas, radina pie fokusa un izturības, kas ir personību bagātinošas īpašības.³⁸ Audiogrāmatas veicina akustisko izturību, kas ir fundamentāla prasme, lai attīstītu plašsaziņas izpratību³⁹ (*media literacy*) kas saprotama, kā spēja, prasme piekļūt plašsaziņas līdzekļiem, tos izprast, analizēt, novērtēt. Tā ir spēja prast izmantot un kritiski vērtēt masu mediju piedāvātās iespējas, informāciju un formas.⁴⁰

Domāšanas process

Audiogrāmatas ļauj klausītājiem paplašināt savu redzesloku, attīstīt kritisko domāšanu, inteliģenci un aktīvās klausīšanās prasmes, kas ir neatņemamas sastāvdaļas un pamats akadēmiskajiem standartiem.⁴¹ Domāšanas procesa veicināšana un patstāvīga viedokļa formulējums neapšaubāmi ir vienas no galvenajām priekšrocībām, ko gūst grāmatu lasītāji, taču ir svarīgi izcelt, ka arī klausīšanās process nodrošina šo prasmju attīstību.

Priekšrocības pieredzējušiem lasītājiem

Nepieredzējušu lasītāju vidū audiogrāmatu klausīšanās priekšrocības galvenokārt ir vitālu prasmju apgūšana, savukārt pieredzējuši lasītāji šī procesa rezultātā gūst garīgas vērtības, baudu, kā arī izklaidi. Pieredzējušiem lasītājiem audiogrāmata sniedz iespēju atslābināties un koncentrēties uz darba detaļām, valodu, humoru, dialogiem, sižeta līniju un tēliem.⁴²

Visbiežāk aizrautīgi lasītāji audiogrāmatas uztver kā papildus literatūras avotu un nododas klausīšanai brīžos, kad nav iespējas lasīt. Audiogrāmatas ir iespēja baudīt literatūru veicot paralēlas darbības, piemēram, vadot automašīnu vai gatavojot vakariņas. Bieži vien klausāmā darba izvēle ir jau iepriekš lasīts darbs, lai klausoties to atkārtoti tiktu gūta padziļināta izpratne par to. Vai arī gluži pretēji, tiek izvēlēti darbi, par kuriem ir interese, taču to lasīšana šķiet pārāk sarežģīta.⁴³

³⁸ Burkey, Mary. *Audiobooks for Youth: A Practical Guide to Sound Literature*. American Library Association. 2013. 16. lpp

³⁹ Valsts valodas komisija. Pieejams: <http://www.vvk.lv/print.php?id=772&PHPSESSID=> [skatīts: 2016. 21. apr.]

⁴⁰ Burkey, Mary, Sharon Grover, & Liz Hannegan. *Sound Learning Overview*. Developed for the Audio Publishers Association, 2014. 1. lpp

⁴¹ Turpat, 1. lpp.

⁴² Grover, Sharon & Hannegan, Lizette D. *Listening to Learn: Audiobooks Supporting Literacy*. American Library Association, 2012. 13. lpp.

⁴³ Burkey, Mary, Sharon Grover, & Liz Hannegan. *Sound Learning Overview*. Developed for the Audio Publishers Association, 2014. 1. lpp

Klausīšanās ģimenes lokā

Audiogrāmatu klausīšanās ģimenes lokā piedāvā kopīgu literatūras pieredzi un vienotu izejas punktu sarunām par literāro saturu.⁴⁴ Klausīšanās ne tikai satuvina ģimenes locekļos, bet dod vecākiem iespēju pārrunāt un izskaidrot darba saturu, kā arī iespēju bērniem paust savas domas. Kopīga pieredze ļauj pieskarties jauniem, interesantiem, kā arī nopietniem tematiem un komunicēt dziļā līmenī, kas mūsdienās digitālo un viedo tehnoloģiju dēļ paliek aiz vien grūtāk.⁴⁵

Interese par literatūru

Pieredze rāda, ka interese par literatūru izveidojas bērnībā, un, ja tā netiek attīstīta, tad maz ticams, ka tā attīstīsies vēlāk. Audiogrāmatas ļauj iemīlēt stāsta stāstīšanas un klausīšanās kultūru. Tādējādi tiek attīstīta iztēle un fantāzija, kurā gan klausītājs, gan lasītājs vēlas atgriezties. Gan grāmata, gan audiogrāmata ir formāts, kas dāvā tekstu, un tā ir katra izvēle atbilstoši viņa spējām, kuru formātu izvēlēties. Taču visa pamats ir literārais darbs, kas šo lasīšanas vai klausīšanās procesu padara vērtīgu. Ja pirms Edisona bija tikai viens veids, kā iepazīties ar literatūru – lasot, tad mūsdienās klausīšanās ir otrs veids, kas paplašina to sabiedrības daļu, kas ir iepazinusies ar nozīmīgiem un vērtīgiem literāriem darbiem.⁴⁶

Redzes un lasīšanas traucējumi

Protams, visievērojamākās priekšrocības no audiogrāmatām gūst tā sabiedrības daļa, kura nav spējīga lasīt. Pie šīs auditorijas pieder ne tikai neredzīgi, bet arī vājredzīgie un cilvēki ar redzes un lasīšanas traucējumiem, kā arī vecākā paaudze, kas vairs nav spējīga lasīt redzes vai koncentrēšanās spēju dēļ. Kā jau iepriekš minēts, audiogrāmatas primāri tika paredzētas tieši šai sabiedrības daļai. Ja neredzīgajiem audiogrāmatas sniedz iespēju izbaudīt literatūru, tad cilvēkiem ar lasīšanas un mācīšanās traucējumiem tās palīdz pārvarēt diagnosticētās

⁴⁴ Turpat 1. lpp.

⁴⁵ Grover, Sharon & Hannegan, Lizette D. *Listening to Learn: Audiobooks Supporting Literacy*. American Library Association, 2012. 13. lpp.

⁴⁶ Burkey, Mary. *Audiobooks for Youth: A Practical Guide to Sound Literature*. American Library Association. 2013. 17.-18. lpp

problēmas. Ir pierādīts, ka cilvēki ar šiem traucējumiem, klausoties audiogrāmatas uzrāda pieaugošas rakstības un lasīšanas spējas.⁴⁷

Jau kopš audiogrāmatu uzplaukuma, neskatoties uz estētisko un tehnoloģisko evolūciju un popularitāti lasītāju vidū, šis formāts ir cīnījies par akceptu un leģitimitāti sabiedrībā. Audiogrāmatas formāts tiek vērtēts kā margināls un diemžēl, tas vēl aizvien tiek salīdzināta ar drukāto literatūru, nevis uztverta kā atsevišķs, neatkarīgs un alternatīvs medijs. Visbiežāk izrietošais jautājums ir "Vai mēs varam lasīt ar ausīm?", kas ir kritisks punkts jautājumā par to, kā mēs uztveram tekstu. Arī audiogrāmatu lasītāju vidū parādās kritika un autors Metjū Rūberijs savā darbā *Audiobooks, Literature and Sound Studies* izceļ un mēģina atspēkot galvenos argumentus, kas apšaubā audiogrāmatas lasīšanas pieredzi. Kritika ietver tādus argumentus, kā: *Audiogrāmatas klausīšanās ir pasīva nodarbe; Audiogrāmata nepieprasa tādas pašas koncentrēšanās spējas, kā grāmatas lasīšana; Audiogrāmatas ierunātājs iejaucas klausītāja teksta uztverē; Audiogrāmatai trūkst formas stingrības.*⁴⁸ Lasīšanas process neapšaubāmi atšķiras no klausīšanās. Tas ir pierādīts arī akadēmiskos pētījumos - lasīšanas un klausīšanās procesā tiek izmantotas dažādas smadzeņu daļas.⁴⁹

Manuprāt, fundamentālā problēma šajos pretargumentos ir audiogrāmatas statuss klausītāja uztverē. Audiogrāmatas tiek salīdzināta ar lasīšanas pieredzi, kaut gan tās būtu jāuztver kā atsevišķs medijs. Piemēram, ja persona ziņas izlasa laikrakstā, vai klausās radio, rezultāts ir viens un tas pats – persona būs uzzinājusi jaunākās ziņas. Ziņu uztveršanas process netiek apšaubīts, laikraksts un radio vienkārši tiek uztverti, kā divi dažādi informācijas saņemšanas kanāli, taču vienlīdz leģitīmi. Manuprāt, no šī piemēra ir velkamas paralēles ar audiogrāmatu formātu. Ja persona konkrētu literāro darbu lasa vai klausās, rezultāts ir viens – persona būs iepazinusies ar konkrēto literāro darbu. Gan lasīšanas, gan klausīšanās procesam ir savas priekšrocības un jāpiemin, ka svarīgi ņemt vērā katra indivīda īpašības, uztveres spējas un preferences, piemēram, persona, kurai stiprā puse ir klausīšanās, lasot literāro darbu, no tā neiegūs tik daudz saturiskās vērtības kā klausoties. Drukātās un audiogrāmatas salīdzināšanas

⁴⁷ Burkey, Mary, Sharon Grover, & Liz Hannegan. *Sound Learning Overview*. Developed for the Audio Publishers Association, 2014. 1. lpp

⁴⁸ Rubery, Matthew. *Audiobooks, Literature and Sound Studies*. Routledge, 2011. 10. - 12. lpp.

⁴⁹ Matthews, Paul M. & Jeffrey McQuain. *The Bard on the Brain: Understanding the Mind Through the Art of Shakespeare and the Science of Brain Imaging*. New York: Dana Press; 1 edition, 2003. 100. lpp.

jautājumā svarīgi ir apzināties mērķi. Ja indivīda mērķis ir iepazīties ar literatūru, tad gan drukāta grāmata, gan audiogrāmata ir vienlīdzīgi instrumenti mērķa sasniegšanā, taču, ja lasīšanas vai klausīšanās process ir pašmērķis, tad drukātās un audiogrāmatas atšķirība pieaug.

1.2.1. Klausīšanās procesa nozīme

Apskatot galvenās audiogrāmatu priekšrocības un īpašības, svarīgi ir izpētīt klausīšanās procesu kā darbību. Jēdzienam *klausīšanās* ir vairākas definīcijas, taču šajā darbā atsauksos uz autora un filozofijas doktora Keneta Petresa (*Kenneth Petress*) definīciju: *klausīšanās ir aktīvs kognitīvs process*.⁵⁰ Šī definīcija izceļ vārdu *aktīvs*. Respektīvi, audiogrāmatas klausīšanās ir aktīvs process, kā arī kognitīvs, jo teksta un satura uztvere pieprasa izziņu. Klausīšanās no indivīda pieprasa uzmanību un piepūli, tā ir intencionāla, stratēģiska darbība, un tās veikšanai ir nepieciešama paškontrolē. Indivīds dzirdēto informāciju patur atmiņā, interpretē un pielāgo jau esošajām zināšanām. Starp klausīšanos un dzirdēšanu ir būtiska atšķirība. Dzirde ir automātiska, tieši tāpēc cilvēks spēj pamosties nakts vidū no visklusākās skaņas. Taču dzirde nav aktīva tādā izpratnē, ka tā nepieprasa piepūli un tā nav intencionāla. Dzirde ir reaktīva turpretī klausīšanās ir stratēģiska. Fizioloģiski pētījumi uzrāda, ka klausoties un dzirdot tiek izmantotas dažādas smadzeņu daļas.⁵¹

Lai klausītos, indivīds pieliek pūles skaņu atkodēšanā, līdzīgi kā lasot, tiek atšifrēti burtu salikumi, tiem rodot jēgu un nozīmi. Kā jau iepriekš minēts, klausīšanās procesam ir liela nozīmē lasītprasmes attīstīšanā. Indivīds klausoties iepazīst valodu un saklausa fonēmas. Tiek piemērotas akustikas, vārdu analīzes un atšifrēšanas prasmes. Klausoties tekstu tiek uztverta un apkopota galvenā doma, aptverta ideju sasaiste un izdarīti secinājumi. Saklausītais tiek savienots ar personīgo pieredzi un tiek veicināta izpratne.⁵²

Vēl viens būtisks faktors, ko veicina skaņa un runa klausīšanās procesā, ir emocijas. Skaņa ir emociju nesējs.⁵³ Gluži, kā noteikta rakstura mūzika cilvēkos izraisa attiecīgas emocijas, tieši tā pat emocijas izraisa arī skaņa, balss tembrs un runas veidu. Tā ir vēl viena audiogrāmatas

⁵⁰ Petress, Kenneth C. *Listening: A Vital Skill*. Journal of Instructional Psychology 26.4, 1999. 261 lpp.

⁵¹ Rose, David. & Dalton, Beidget. *Plato Revisited: Learning Through Listening in the Digital World*. From National Center on Universal Design for Learning, 2006. 4. lpp.

⁵² Barclay, Lizbeth A. *Learning to Listen/Listening to Learn: Teaching Listening Skills to Students with Visual Impairments*. American Foundation for the Blind, 2012. 108. lpp.

⁵³ Rose, David. & Dalton, Beidget. *Plato Revisited: Learning Through Listening in the Digital World*. From National Center on Universal Design for Learning, 2006. 5. lpp.

īpašība, kas to atšķir no drukātās grāmatas - klusās lasīšanas⁵⁴ laikā neraisās emocijas, kuras veicina skaņa.

Ir novērots, ka indivīdiem, kuriem ir labi attīstīta runas un klausīšanās prasme, ir lielāks potenciāls augsti attīstīt rakstīšanas un lasīšanas prasmi. Valodnieku pētījumi uzsver, ka, lai arī no visām četrām valodas prasmēm (runāšanas, klausīšanās, rakstīšanas, un lasīšanas) klausīšanās ir vismazāk pētīta, tā, iespējams, ir vissvarīgākā prasme akadēmiskās izglītības un mācību procesā.⁵⁵ Bieži izplatīts uzskats gan skolotāju, gan studentu vidū ir, ka klausīšanās ir dabiski apgūta prasme. Pētnieki ierosina, ka klausīšanās process bieži vien tiek sasaistīts ar domāšanas procesu, kurā indivīds prāto, pārskata, pārbauda un vispārina informāciju, paturot to atmiņā, noturot uzmanību, iztēlojoties, interpretējot, salīdzinot un izvērtējot.⁵⁶ Taču klausīšanās un domāšana ir divas nošķirtas spējas. Manuprāt, klausīšanās kā atsevišķas disciplīnas nozīmi mazina fakts, ka bieži vien cilvēks neapzinās, ka notiek klausīšanās process, jo šai darbībai nav fiziskas izpausmes atšķirībā no rakstīšanas, kad tiek paņemts rakstāmais un zīmēti burti; lasīšanas, kad tiek paņemta grāmata vai runāšanas, kad skaļi tiek artikulētas skaņas. Katrs indivīds apzinās aptuvenās proporcijas laika nogriežņiem, ko viņš diennaktī pavada veicot konkrētas darbības, taču klausīšanās loma paliek neapzināta. Vēl aiz vien atzītā 1950. gadā pētījumā *A study of teacher awareness of listening as a factor in elementary education* tika atklāts, ka 45% procentus no laika, kuru indivīds pavada komunicējot, viņš pavada klausoties, 30% runājot, 16% lasot un 9% rakstot.⁵⁷ Protams, mūsdienās šī procentuālā aina tehnoloģiju un dzīvesveida ietekmē visticamāk ir nedaudz mainījusies, taču galvenais šajā pētījumā ir procentuālā proporcija, kas ataino klausīšanās procesa pārkumu ikdienā attiecībā pret pārējām valodas prasmēm.

Apskatot tuvāk klausīšanās procesu, ir nepārprotami skaidrs, ka tā ir viena no valodu veidojošajām prasmēm, tāpat kā lasīšana, rakstīšana un runāšana. Tiesa, ka klausīšanās spēja attīstās agrākā vecumā un ir iemācāma vieglāk un ātrāk nekā, piemēram, lasīšana, taču par

⁵⁴ Akadēmisko terminu datu bāze. Pieejams:

<http://termini.lza.lv/term.php?term=klus%C4%81%20las%C4%AB%C5%A1ana&list=las%C4%AB%C5%A1ana&lang=LV> [skatīts 2016, 28. apr]

⁵⁵ Tindall, E. & Nisbet, D. *Listening: A vital skill*. The International Journal of Reading, 15, 2008. 6. lpp.

⁵⁶ Ronald, K. & Roskelly, H. *Listening as an act of composing*. Paper presented at the 36th Conference on College Composition and Communication. (ED 257 094), 1985.

⁵⁷ Hyslop, Nancy B. - Tone, Bruce. *Listening: Are we teaching It, and If So, How?* ERIC Clearinghouse on Reading and Communication Skills Bloomington IN, 1998. Pieejams: <http://www.ericdigests.org/pre-928/listening.htm> [skatīts 2016, 28. apr]

labu audiogrāmatu izplatībai, sabiedrībā būtu jānostiprina fakts, ka klausīšanās prasme ir aktīva un apgūstama, nevis dabiska un pašsaprotama.

1.2.2. Audiogrāmatu loma izglītībā

Pastāv korelācija starp četrām galvenajām valodas prasmēm – runāšanu, rakstīšanu, lasīšanu un klausīšanos. Klausīšanās ir viena no svarīgākajām, jo tā pozitīvi ietekmē un veicina pārējās trīs prasmes. Šī iemesla dēļ, klausīšanās tiek metodiski mācīta, un, balstoties uz pētījumiem, audiogrāmatas rekomendē integrēt izglītības procesā.⁵⁸ Mūsdienās, šāda mācību pieeja tiek praktizēta daudzviet, it īpaši ASV. Tiek izstrādāti īpaši metodiski materiāli, kas palīdz skolotājiem organizēt efektīvu darbu ar audiogrāmatām. Viens no galvenajiem paņēmieniem, kā skolēni tiek iepazīstināti ar aktīvo klausīšanos, attīstot viņu valodas prasmes, ir audiogrāmatas klausīšanās un lasīšana līdzī. Respektīvi tiek atskaņots grāmatas ieraksts, un paralēli skolēns lasa darba drukāto versiju. Šādu lasīšanas metodi sauc arī par asistēto lasīšanu.⁵⁹ Tādējādi rakstzīmes tiek sasaistītas ar skaņu un pareizu izrunu.⁶⁰

Skolotājs spēlē būtisku lomu skolēna valodas prasmju attīstībā. Izdevniecības *Random House* izdotajā mācību materiālā *An Educator's Guide to Utilizing Audiobooks in the Classroom* ir uzskaitītas vairākas priekšrocības, kā arī sniegti ieteikumi, kā audiogrāmatu veiksmīgi iekļaut mācību procesā. Pirmkārt, audiogrāmatas ieraksts demonstrē plūstošu un raitu lasījumu ar izteiktu intonāciju, izteiksmi un artikulāciju, kas ne vienmēr ir garantēts, ja pats skolotājs lasa priekšā. Otrkārt, klausoties audiogrāmatas mācību laikā, skolēnam ir pieeja literatūrai, kas ir virs viņa lasīšanas līmeņa, tādējādi iepazīstoties ar komplicētāku tekstu nekā atļauj viņa lasīšanas prasmes, tiek veicināta viņa valodas izpratne. Treškārt, mācību procesā skolēnam ir iespēja iesaistīties diskusijā par klausāmo darbu, līdz ar to attīstīt runas spējas. Kolektīva audiogrāmatu klausīšanās veicina individuālu interesi gan par audiogrāmatām, gan par lasīšanu. Protams, par valodas prasmju apgūšanas procesu ir atbildīgi ne tikai skolotāji, bet arī

⁵⁸ EduGains. *Connecting Practice and Research: Listening Guide*. Literacy Gains, June 2009. Pieejams: http://www.edugains.ca/resourcesLIT/CoreResources/Listening_Guide_June4%202009.pdf [skatīts 2016, 30. apr] 1. lpp.

⁵⁹ Whittingham, Jeff; Huffman, Stephanie; Christensen, Rob; and McAllister, Tracy. *Use of Audiobooks in a School Library and Positive Effects of Struggling Readers' Participation in a Library-Sponsored Audiobook Club*. American Association of School Librarians. 2013. 3. lpp.

⁶⁰ Rose, David. & Dalton, Beidget. *Plato Revisited: Learning Through Listening in the Digital World*. From National Center on Universal Design for Learning, 2006. 7. lpp.

vecāki un paši skolēni, taču šis process agrīnos gados ir ne tikai svarīgs vitālu prasmju attīstīšanā, bet arī būvē pamatu skolēna inteliģencei.⁶¹

1.2.3. Audiogrāmatu nozīme cilvēkiem ar redzes un lasīšanas traucējumiem, vājredzīgajiem un neredzīgajiem

Iepriekšējās apakšnodaļās tika noskaidrots, ka audiogrāmatas attīsta vitālas valodas, kognitīvās prasmes, kā arī palīdz sekmēt izglītības procesu, taču audiogrāmatu patiesi neaizstājāmā un nenovērtējamā nozīme izpaužas to cilvēku vidū, kam ir redzes un lasīšanas traucējumi, vājredzība vai aklums. Audiogrāmatu klausīšanās šo cilvēku vidū ir ne tikai unikāls baudpilns process un izklaidējošs laika pavadīšanas veids, bet arī neaizvietojs līdzeklis vitālu prasmju apgūšanā, kas ir apgrūtināta fizisku traucējumu dēļ.

Neredzīgie, vājredzīgie un cilvēki ar redzes traucējumiem sastāda aptuveni 8.14% procentus no pasaules populācijas. Pasaules Veselības organizācijas (*World Health Organization*) 2014. gada dati liecina, ka globāli 285 miljoni cilvēki ir ar redzes traucējumiem, 246 miljoniem ir vājredzīgi, savukārt 39 miljoni ir neredzīgi. Lai arī 90% cilvēki ar redzes traucējumiem dzīvo attīstības valstīs,⁶² kur audiogrāmatas pārsvarā nav pieejamas, 8,14% no vispasaules populācijas ir ievērojama daļa, lai apsvērtu iespējas, kā nodrošināt audiogrāmatas, ne tikai attīstītajās valstīs, bet visur, kur tās nav pieejamas. Statistikas dati uzrāda, ka 65% cilvēku ar redzes traucējumiem ir vecāki par 50 gadiem.⁶³ Tātad, runājot par audiogrāmatu nozīmi neredzīgo un cilvēku ar redzes traucējumu vidū, ir jāapzinās, ka šo cilvēku grupu pārsvarā pārstāv vecākā paaudze, kas ir būtiski, pieskaroties mūsdienu tehnoloģiju jautājumiem.

Cilvēki, kuriem ir redzes traucējumi, ir vājredzīgi, neredzīgi vai ar papildus īpašām vajadzībām, nespēj uztvert vizuālu informāciju, līdz ar to viņiem ir jārada īpaša un jēgpilna mācīšanās pieredze, kuras gaitā tiek izmantotas citas maņas. Šo cilvēku grupa visbiežāk izmanto tausti un dzirdi, lai gūtu informāciju, spētu uz to reaģēt, mijiedarbotos ar citiem, orientētos un pavadītu brīvo laiku.⁶⁴ Jāteic, ka liela daļa cilvēku, kas sastopas ar redzes

⁶¹ Dr. Serafini, Frank. *AUDIOBOOKS & LITERACY, An Educator's Guide to Utilizing Audiobooks in the Classroom*. Listening Library, A Division of Random House, 2004. 4. – 6. lpp.

⁶² World Health Organization. *Visual impairment and blindness*. Fact Sheet N°282. August, 2014. Pieejams: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs282/en/> [skatīts 2016, 30. apr]

⁶³ Turpat.

⁶⁴ Barclay, Lizbeth A. *Learning to Listen/Listening to Learn: Teaching Listening Skills to Students with Visual Impairments*. American Foundation for the Blind, 2012. 247. - 248. lpp.

traucējumiem, sastopas arī ar papildus fiziskām problēmām, kas apgrūtina mācību procesu, piemēram, kognitīviem, neiroloģiskiem vai fiziskiem traucējumiem. Šie traucējumi bieži vien izpaužas arī attieksmē un uzvedībā, kas ir jāņem vērā valodas prasmju apguves procesā. Cilvēkiem ar redzes traucējumiem mācīšanās klausīties ir liels izaicinājums, viņi mācās uztvert skaņu, reaģēt un savienot to ar nozīmi, lai pēc tam ar to notiktu interakcija.⁶⁵ Audiogrāmatu izmantojums klausīšanās un lasīšanas procesa apgūšanā notiek līdzīgi kā cilvēkiem bez redzes traucējumiem. Bieži vien tiek pielietota asistētā lasīšana, kad klausoties audiogrāmatu, piemēram, vājredzīgie un cilvēki ar redzes un lasīšanas traucējumiem, seko līdzī drukātam tekstam, kur burtu izmērs ir palielināts, lai atvieglotu fizisko piepūli. Savukārt neredzīgie veic tādu pašu darbību, lasot braila rakstu. Cilvēki, kas iemācās izmantot audio klausīšanās ierīces gūst spēju izprast informāciju, determinēt, kas ir svarīga informācija, atpazīt svarīgo informāciju tekstā.⁶⁶

Protams, uz neredzīgajiem, vājredzīgajiem un cilvēkiem ar redzes un lasīšanas traucējumiem attiecas arī visas iepriekšējās apakšnodaļās minētās audiogrāmatu priekšrocības, taču jāizceļ, ka audiogrāmatu vērtība šo cilvēku vidū ir ievērojami nozīmīgāka, jo viņiem izpaliek pilnvērtīga, tādu vizuālo masu mediju izmantošana kā televīzija vai internets.

Nodaļas secinājumi

Audiogrāmata ir literāra darba mutvārdu ieraksts. Audiogrāmatas aizsāka ierakstītās literatūras tradīciju kopš zinātnieks Tomass Edisons 1877. gadā izgudroja fonogrāfu. *Runājošās grāmatas*, kas bija sākotnējais apzīmējums audiogrāmatām, Edisons primāri bija paredzējis neredzīgajiem, taču viņa iecere attiecībā uz tām bija arī izglītojoša un izklaidējoša. 20. gadsimta pirmajā pusē tika eksperimentēts ar audio ierakstīšanas tehnoloģijām un gadsimta otrajā pusē uzplauka audiogrāmatu uzņēmējdarbība. Audiogrāmatu piedāvājums un popularitāte ir cieši saistīts ar tehnoloģiju attīstību. Sākotnējais formāts, no fonogrāfa ar ierobežota ierakstu garuma, mūsdienās ir attīstījies līdz digitālam formātam, kas piedāvā ērtu un mobilu lietošanas pieredzi.

Audiogrāmatas kļūst ar vien populārākas lasītāju vidū, taču sabiedrībā šis literatūras formāts saistās ar zināmu skepsi un ir apvīts ar vairākiem stereotipiem. Klausīšanās tiek salīdzināta ar

⁶⁵ Turpat, 263. lpp.

⁶⁶ Turpat, 237.–238. lpp.

lasīšanu, taču starp šiem procesiem pastāv liela atšķirība. Aplams ir uzskats, ka no audiogrāmatas klausīšanās tiek gūts mazāks labums, priekšrocības vai vērtības, kā no lasīšanas. Klausīšanās procesam ir izšķiroša nozīme lasītprasmes attīstīšanā. Klausīšanās attīsta pareizu izrunu, tā veicina izpratni par skaņas un simbola saistību, kā arī paplašina vārdu krājumu. Audiogrāmatas ir spēcīgs instruments, lai attīstītu tekošu, raitu lasītprasmi bez aizķeršanās un ar izpratni. Grāmatu klausīšanās veicina koncentrēšanās spējas, radina pie fokusa un izturības, attīsta kritisko domāšanu, inteligenci un aktīvās klausīšanās prasmes. Klausīšanās ir aktīvs un kognitīvs process, kas ir apgūstams.

Audiogrāmatas attīsta vitālas valodas prasmes. Tās visvairāk priekšrocības sniedz bērniem, jauniešiem, cilvēkiem ar redzes un lasīšanas traucējumiem, vājredzīgajiem un neredzīgajiem. Lai arī būtiskākās priekšrocības gūst šī klausītāju auditorija, arī pieaugušie un pieredzējuši lasītāji izbauda audiogrāmatas, kā papildus literatūras avotu, gūstot garīgās vērtības.

2. AUDIOGRĀMATU LOMA UN PIEDĀVĀJUMS GRĀMATNIECĪBAS NOZARĒ

Šajā nodaļā tiks aprakstīta audiogrāmatu loma grāmatniecības nozarē, gan globāli, gan konkrēti pievērsoties ASV, Skandināvijas, Vācijas un Latvijas audiogrāmatu piedāvājumam. Tiks izpētīta un aprakstīta, kāda ir audiogrāmatu ietekme un mijiedarbība ar grāmatniecības nozari, kā arī tiks apskatīts mūsdienās veiksmīgākais audiogrāmatu izplatīšanas un pārdošanas modelis. Tiks apzinātas audiogrāmatu attīstības perspektīvas Latvijas grāmatniecības nozarē un pašreizējais piedāvājums.

2.1. Audiogrāmatu loma grāmatniecības nozarē globāli

Audiogrāmatas ir visstraujāk augošais segments grāmatniecībā nozarē un tajā tiek saskatītas plašas nākotnes perspektīvas. Ir vairāki veiksmīgi jaundibināti uzņēmumi, un mazumtirgotāji ir pārliecināti, ka audiogrāmatās ir vērts ieguldīt. Globāli audiogrāmatu tirgus vērtība šobrīd ir 2,8 miljardu dolāru, un tas galvenokārt ir saistīts ar strauji augošu audiogrāmatu apjomu. 2015. gadā tika izdotas 43`000 jaunas audiogrāmatas, kas ir neliels pieaugums no 36`000 audiogrāmatām, kas iznāca 2014. gadā, taču liels kāpums kopš 2013. gada, kad tika izdotas 20`000 audiogrāmatas.

Saskaņā ar jaunāko Amerikāņu izdevēju asociācijas (*American Association of publishers*) ziņojumu, audio failu lejuplāžu skaitam augstākais pieaugums novērojams 2015. gada pirmajos astoņos mēnešos. 2015. gada augustā, pārdoto audiogrāmatu skaits pieauga par 43.3%, salīdzinot ar 2014. gada augustu. Līdz ar to, kopumā salīdzinot pirmos 2015. gada 8 mēnešus ar 2014. gadu, tiek konstatēts 37,8% kāpums. Kopš audiogrāmatu joma ir sākusi ģenerēt ievērojamus ieņēmumus, daudzas specializētas statistikas kompānijas ir sākušas tai pievērst uzmanību. Jo plašāk tiek apgūta šī niša, jo izdevīgāki audiogrāmatu izplatīšanas modeļi sāk parādīties, gūstot peļņu.⁶⁷ Audiogrāmatu piedāvājums tirgū palielina apgrozījumu, līdz ar to pozitīvi ietekmē grāmatniecības nozares attīstību. Audiogrāmatas nozarei nes ne tikai ekonomisko labklājību, bet arī popularizē literatūru, ieinteresējot un piesaistot plašāku auditoriju. Šobrīd lielākais audiogrāmatu tirgus ir ASV, Skandināvijā un Vācijā.

⁶⁷ Kozlowski, Michael. Global Audiobook Trends and Statistics for 2016. Good E-Reader. 2015, 18. dec. Pieejams: <http://goodereader.com/blog/interviews/global-audiobook-trends-and-statistics-for-2016> [skatīts 2016, 1. mai.]

2.1.1. Audiogrāmatu izplatīšanas modelis

Audiogrāmatu biznesā ir daudzas iesaistītās personas - autori, ierunātāji, izdevēji, klienti un mazumtirgotāji. Audiogrāmatu radīšanas procesā piedalās gan tās pašas personas, kas drukātu grāmatas izdošanas procesā, gan papildus puses, kas nodrošina grāmatu ierakstīšanu, tādējādi paaugstinot izmaksas, kas saistītas ar darbu studijā, teksta ierunātājiem, skaņu apstrādi un produkta izvietojumu klientiem pieejamā platformā.⁶⁸ Respektīvi, audiogrāmatu izdošanas izmaksas ir tik augstas, ka ir nepieciešams īpašs apmaksas modelis, kas ļautu strādāt ar ienākumiem nevis ar zaudējumiem, pastāvot tikai kā subsidējams blakus produkts kādā lielā kompānijā. Kā jau iepriekš minēts, audiogrāmatu joma pēdējos gados piedzīvo uzplaukumu, pateicoties digitālajām tehnoloģijām, kas piedāvā alternatīvu apmaksas modeli. Vēl pirms viedtālrunu un viedierīču ienākšanas tirgū tas nebija iespējams. Digitālais audio formāts deva zināmas priekšrocības, taču neveicināja jauna apmaksas modeļa izveidi, kā arī nelegāla audio failu lejuplādēšana no tīmekļa saistījās ar pirātisma draudiem, kas izdevējiem sagādā papildus problēmas un apgrūtina peļņu.

Izdevēji ir gatavi eksperimentēt ar dažādiem audiogrāmatu izplatīšanas modeļiem. Piemēram, uzņēmumi *Audible*, *Blackstone Audio*, *Gildan Media*, *Hachette Audio*, *HarperAudio* un *Naxos* ir pievērsušies audiogrāmatu abonēšanas pakalpojumiem, ar abonēšanu saprotot apmaksas modeli, kas par konkrētu summu mēnesī piedāvā klausīties noteiktu audiogrāmatu klāstu, nevis piedāvā pa atsevišķu summu iegādāties tikai vienu audiogrāmatu.⁶⁹ Šis apmaksas modelis ir balstīts mobilā aplikācijā, kuru lietotājs lejuplādē savā viedtālrunī vai viedierīcē un, samaksājot mēneša maksu, var klausīties noteiktu vai neierobežotu grāmatu apjomu, atkarībā no tarifa plāna. Katrs uzņēmums nosaka savu tarifa plānu, kā arī cenu, atkarībā no piedāvājuma apjoma. Tarifa plāni variē ar iespējām, piemēram, maksāt viena mēneša maksu, 3 mēneša maksu, pusgada maksu un tamlīdzīgi, piedāvājot izdevīgāku darījumu klientiem, kas izvēlas abonēt vairākus mēnešus uzreiz. Kā arī ir tarifu plāni, kas variē ar cenām viena mēneša ietvaros, piedāvājot par mazāku samaksu noteiktu audiogrāmatu apjomu, bet par lielāku neierobežotu apjomu. Abonēšanas būtība slēpjas klienta izvēles brīvībā un idejā, ka tiek samaksāta fiksēta summa, bet piedāvājums ir neierobežots, līdz ar to klients jūtas kā ieguvējs, jo var patērēt, cik vēlas. Kā arī atkrīt iegādes process un lēmuma izdarīšana par pirkumu, jo

⁶⁸ Turpat.

⁶⁹ Turpat

bieži vien, atkārtota abonēšana notiek automātiski.⁷⁰ Savukārt uzņēmumiem šis modelis ir izdevīgs, jo notiek cenu diferenciacija.⁷¹ Peļņa tiek gūta patērētāju grupām, izlīdzinot vienai otru. Tie, kas patērē vairāk, to var darīt uz to lietotāju rēķina, kas patērē mazāk. Šis modelis atmaksājas pie liela klientu skaita.⁷²

20 izdevēji pasludināja, ka audiogrāmatu abonēšanas modelis ir ienesīgāks nekā e-grāmatas. *Audiobooks.com* galvenais menedžeris Ians Smols (*Ian Small*) stāsta, ka tomēr vēl paies kāds laiks, pirms izdosies atrast modeli, kas būs pilnīgi izdevīgs visām iesaistītajām pusēm. Tiek meklēts modelis, kas paplašinātu tirgu un mazinātu barjeru starp patērētāju. Tajā pašā laikā, ir jāmeģina izvairīties no kļūdām, kas ir pieredzētas citās nozarēs, saistībā ar abonēšanas modeli. Tas pagaidām ir mācīšanās process. Smols klāsta: “Es domāju, ka jēdziens audiogrāmatas abonēšana tiks refinēts 2016. gada laikā. Piemēram, uzņēmums *Findaway* vēlas ierobežot mazumtirgotāju naudas risku. Ir dzirdēts, ka viņi gatavojas izstrādāt jaunus instrumentus un funkcijas, kas uzrauga budžetu un nodrošina, ka uzņēmums to nepārsniedz.”⁷³

Uzņēmuma *Findaway* digitālā satura vica prezidents Ralfs Lazaro (*Ralph Lazaro*) norāda, ka, lai izveidotu veiksmīgu abonēšanas modeli, ir jāņem piemērs no filmu un televīzijas seriālu straumēšanas platformas *Netflix*. *Netflix* nepiedāvā visas jaunākās filmas, bet nodrošina pietiekami daudz jauna satura, kas piesaista jaunus abonentus. Kad lietotāji ir noskatījušies pāris jaunas filmas, viņi sāk skatīties arī vecākas filmas vai televīzijas epizodes. *Netflix* modelis ir piemērojams audiogrāmatu abonēšanai. Jaunāko darbu izdošanas izmaksas ir pārmērīgi lielas, un, ja tos noklausās nepietiekams lietotāju skaits, tad uzņēmums cieš zaudējumus. Lai to apietu, shēma ir vienkārša - tiek pievienots pietiekami daudz jauna satura, lai piedāvājums būt svaigs un aktuāls, taču lietotāji tiek mudināti patērēt vecākas audiogrāmatas, kuru pašizmaksa ir mazāka, un mazumtirgotāji spēj atļauties.⁷⁴ Šāds paņēmieni, balstīt daļu ienākumus uz vecāku, neaktuālāku, bet finansiāli izdevīgāku

⁷⁰ Longanecker, Chuck. *Why You Should Use a Subscription Business Model*. Entrepreneur, March 19, 2015.

Pieejams: <https://www.entrepreneur.com/article/243573> [skatīts 2016, 2. mai.]

⁷¹ Akadēmisko terminu datu bāze. Pieejams:

<http://termini.lza.lv/term.php?term=cenu%20diferenci%C4%81cija&list=cenu%20diferenci%C4%81cija&lang=LV> [skatīts 2016, 2. mai.]

⁷² Longanecker, Chuck. *Why You Should Use a Subscription Business Model*. Entrepreneur, March 19, 2015.

Pieejams: <https://www.entrepreneur.com/article/243573> [skatīts 2016, 2. mai.]

⁷³ Kozlowski, Michael. Global Audiobook Trends and Statistics for 2016. Good E-Reader. 2015, 18. dec.

Pieejams: <http://goodereader.com/blog/interviews/global-audiobook-trends-and-statistics-for-2016> [skatīts 2016, 1. mai.]

⁷⁴ Turpat.

piedāvājumu ir grāmatniecības nozares mugurkauls. Tas sastāda aptuveni 25 - 30% ienākumus. Jaunu darbu izdošana vienmēr ir riskanta, jo nav prognozējams pieprasījums, līdz ar to, daļēji ir jāpieturas pie pārbaudītām vērtībām, kas kalpo par finansiālo balstu.⁷⁵

2.1.2. Audiogrāmatu piedāvājums ASV

Par ASV audiogrāmatu tirgu droši var runāt, kā par lielāko pasaulē. Sākot ar audiogrāmatu gigantu *Audible*, kas pieder *Amazon*, beidzot ar virkni mazāku audiogrāmatu platformu, kas nodrošina milzīgu audiogrāmatu klāstu. ASV audiogrāmatu tirgu paplašina, un lielo pieprasījumu nosaka ne tikai vietējie patērētāji, bet arī cittautieši, kas ir apguvuši angļu valodu. *Audible* šobrīd piedāvā līdz pat 150`000 audiogrāmatu, kam apjoma ziņā tūlīt seko *Apple* piederošais *iTunes* ar 100`000 audiogrāmatu kolekciju. Šiem audiogrāmatu gigantiem seko tādi uzņēmumi kā *Simply Audiobooks* ar 50`000 audiogrāmatām, *AudiobookStore* arī ar 50`000 audiogrāmatām, kā arī uzņēmumi *Audiobooks.com*, *Audiobooks Now* un *On the Go Books* katrs ar 40`000 grāmatu kolekciju.⁷⁶ Audiogrāmatu piedāvājums strauji pieaug. Piemēram, uzņēmumam *Scholastic* šobrīd pieder vairāk nekā 400 audiogrāmatas, kas salīdzinoši ar *Audible* ir maz, taču uzņēmums uzrāda 32% pieaugumu, salīdzinot ar 2014. gadu, kas ir liels kāpums. Viens no iemesliem, kāpēc piedāvājums strauji ir pieaudzis, ir ražošanas izmaksu sarūkšana par 50% kopš 2009. gada, pateicoties modernām studiju tehnoloģijām.

Iespējams, lielākais iesaistītais uzņēmums ASV audiogrāmatu nozarē ar vairāk nekā 100,000 audiogrāmatām ir *Findaway*. Viņi sadarbojas ar vairāk nekā 200 izdevējiem, taču viņi nepārdod audio saturu tieši patērētājam, bet piedāvā to mazumtirgotājiem visā pasaulē, kas attiecīgi to tālāk pārdod lietotājiem. *Findaway* nav plaši pazīstams vārds patērētāju vidū, taču audiogrāmatu nozarē tas ir sadarbības partneris ievērojamam klientu sarakstam, piemēram, *Scribd*, *Playster*, *BITLIT*, *Baker un Taylor*, *3M*, *Nook audiogrāmatas*, *TuneIn* un simtiem citu uzņēmumu.

Mazumtirgotāji un izdevēji jau gadiem mēģina sasaistīt drukātās vai digitālās grāmatas ar audiogrāmatām. Ja personai pieder drukāta grāmata, tad attiecīgā darba audio formātam

⁷⁵ McDowell, Edwin. The Media Business; Publishing`s Backbone: Older Books. March 26, 1990. Pieejams: <http://www.nytimes.com/1990/03/26/business/the-media-business-publishing-s-backbone-older-books.html> [skatīts 2016, 1. mai.].

⁷⁶ Reviews & Comparisons. *Audiobook Services Reviews*. Pieejams: <http://audiobook-services-review.toptenreviews.com/> [skatīts 2016, 2. mai.].

vajadzētu būt pieejamam par zemāku cenu. Uzņēmums *BITLIT* attīstīja šāda veida koncepciju, kad 2015. gadā nāca klajā ar mobilo aplikāciju *Shelfie*. Šī aplikācija piedāvā nofotogrāfēt savu grāmatu plauktu, tādējādi izveidojot detalizētu sarakstu ar personai piederošajām grāmatām, kuras viņš ir tiesīgs saņemt audio formātā. Tiek vēstīts, ka 35% no visām audiogrāmatām, kas saskan ar personas iesniegto grāmatu sarakstu, ir attiecīgi pieejamas bez maksas. Pārējiem 75% tiek piemērotas ievērojamas atlaides, lai nebūs jāmaksā tāda pati cena, kā, piemēram, audiogrāmatu platformās *iTunes* vai *Audible*. Ir pārāgri spriest vai šis modelis izrādīsies veiksmīgs, taču priekš *BITLIT* tas šobrīd ir ienesīgs, un, iespējams, līdzīgi modeļi tirgū tiks attīstīti.⁷⁷

Populārākās audiogrāmatas 2015. gadā ASV klausītāju vidū bija izdevumi, kuri piedzīvojuši arī ekranizējumus, piemēra grāmata *Bada Spēles*. *Scholastic Audio* pārstāve minēja, ka tradicionāls audio klients spēs atrast sev interesējošas audiogrāmatas, taču, ņemot vērā audiogrāmatu netradicionālo abonēšanas modeli, ir jāreķinās, ka klientu loks ir ļoti dažāds. Tieši tāpēc, svarīgi jaunam un nepieredzējušam klientam piemeklēt atbilstošu literatūras klāstu, lai audiogrāmatu klausīšanās viņu tūlītēji aizrautu un mudinātu atjaunot abonementu. Digitālajā vidē dators, balstoties uz klienta interesēm, spēj ģenerēt, pielāgot un atrast tieši viņam pievilcīgu produktu. Audiogrāmatu kompānijas *Playster* vadītājs Fils Kīzers (*Phile Keezer*) stāsta: "Lai audiogrāmatu bizness augtu, būtu lieliski, ja tiktu piesaistīti plaši pazīstami aktieri, kas ierunātu grāmatas. Labāka produkcijas kvalitāti veicinās tās pašvērtību un palīdzēs konkurēt ar citiem medijiem - filmām, mūziku."⁷⁸ Modernāks piedāvājums palīdz piesaistīt jaunāku auditoriju. Daudz jauni klausītāji ar entuziasmu pieņem audio formātu, 49% klausītāju ir vecumā no 18-34 gadiem. Mūsdienu audiogrāmatas klausīšanās paradumi ir nedaudz mainījušies. Amerikas izdevēju asociācija nesēnā patērētāju paradumu aptaujā uzrādīja, ka klausīšanās atrodas ceļā, tā pat kā agrāk, vēl aizvien ir vispopulārākā, taču nu jau 61% no klausītājiem izmanto audiogrāmatas atpūšoties mājās; 29% klausītāju izmanto audiogrāmatas ejot vai sportojot, un 27% klausās strādājot dārzā, vai gatavojot.⁷⁹

⁷⁷ Kozłowski, Michael. Global Audiobook Trends and Statistics for 2016. Good E-Reader. 2015, 18. dec. Pieejams: <http://goodereader.com/blog/interviews/global-audiobook-trends-and-statistics-for-2016> [skatīts 2016, 1. mai.]

⁷⁸ Turpat.

⁷⁹ Schmidt, Milena. *The State of the Audiobook*. September, 2015.

Pieejams: <http://authornews.penguinrandomhouse.com/the-state-of-the-audiobook/> [skatīts 2016, 3. mai.].

2.1.3. Audiogrāmatu piedāvājums Skandināvijā un Vācijā

Attiecībā uz Eiropu, Skandināvijas tirgus ir viens no visstraujāk augošajiem. Jauni, vērā ņemami, dalībnieki šajā jomā ir *Nextory*, un *Fabula*, kuri piedāvā neierobežotu audiogrāmatu klasuīšanās modeli un uztur veselīgu peļņu.⁸⁰

Lielākais audiogrāmatu uzņēmums Skandināvijā *Storytel* ir bāzēts Zviedrijā. Uzņēmums dibināts 2005. gadā un sākotnēji piedāvāja neierobežotus audiogrāmatu pakalpojumus, bet kopš 2010. gada, ar iPhone un citu viedtālrunu uzplaukuma, viņu platforma sāka piesaistīt maksājošus abonētājus. *Storytel* piedāvā gan audiogrāmatas, gan e-grāmatas. Arī viņu darbības princips sakņojas abonēšanas modelī, kas balstās uz mobilo aplikāciju. *Storytel* ir noslēdzis līgumus ar gandrīz visiem Zviedrijas izdevējiem, tāpēc saviem klientiem spēj piedāvāt gandrīz katru jaunāko grāmatu, tiklīdz tā nonāk apgrozībā. Uzņēmuma vadītājs apgalvo, ka pašlaik *Storytel* ir 200,000 maksas abonenti Zviedrijā, Norvēģijā, Dānijā un Nīderlandē.⁸¹ 2015. gadā *Storytel* klienti klausījās audiogrāmatu katalogu, kuru sastāda aptuveni 3'500 zviedru audiogrāmatas, 4'000 dāņu audiogrāmatas, 2'000 norvēģu audiogrāmatas un 1'500 holandiešu audiogrāmatas. Papildus tiek piedāvātas 20'000 audiogrāmatas angļiski. *Storytel* saviem klientiem piedāvā arī e-grāmatas, bet audiogrāmatu klausītāji veido 95% no kopējā lietotāju skaita.

Arī Vācija ir viens no lielākajiem audiogrāmatu tirgiem Eiropā. Tajā ir pieejami 25`000 darbi no 400 izdevējiem. Katru gadu tiek izdotas 700 līdz 800 jaunas audiogrāmatas. Pēdējos divpadsmit mēnešos, gandrīz 5 miljoni klienti ir iegādājušies audiogrāmatu, kas veido 7% no kopējā Vācijas iedzīvotāju skaita. Šī medijs ir tik populārs, ka 2015. gada vasarā, 20`000 vācieši piepildīja Berlīnes stadiona, lai klausītos populārākos audiogrāmatu izdevumu lasījumus.

Audiogrāmatu noiets Vācijā ir faktiski labāks nekā e-grāmatu, taču, ja vēlamies apskatīt Vācijas labākos audiogrāmatu izdevējus, tad šajā jautājumā parādās problēma. *Amazon* piederošais uzņēmums *Audible* kapitalizē Vācijas audiogrāmatu sfēru. *Audible* panākumi Vācijas tirgū ir sadusmojuši Vācijas grāmatirtgotāju asociācijas, kas nesen iesniedza sūdzību Eiropas Komisijai, kā galveno argumentu minot, ka *Amazon* izspiež no tirgus vietējos

⁸⁰ Kozłowski, Michael. Global Audiobook Trends and Statistics for 2016. Good E-Reader. 2015, 18. dec. Pieejams: <http://goodereader.com/blog/interviews/global-audiobook-trends-and-statistics-for-2016> [skatīts 2016, 1. mai.]

⁸¹ About Storytel. Pieejams: <https://www.storytel.se/om-storytel> [skatīts: 2016. 1.mai.]

uzņēmumus. Vācijas Grāmatu tirdzniecības pārstāvis Aleksandrs Skipis komentē, ka *Amazon* mērķis ir iznīcināt lielisko grāmatu tirdzniecības struktūru Vācijā un izveidot monopolu. Vācijas audiogrāmatu tirgū 2016. gadā tiek prognozēts vairāku jaunizveidotu, labi finansētu, vietējo kompāniju uzplaukums, kas spēs konkurēt ar *Amazon*.

Attiecībā uz citām valstīm, vairāki audiogrāmatu nozares eksperti prognozē, ka audiogrāmatas spāņu valodā 2016. gadā piedzīvos uzplaukumu. Šī neapgūtā auditorija piesaista izdevējus, kas vēlas veikt tulkojumus un ielauzties Meksikas, Spānijas un Dienvidamerikas tirgū.⁸² Ir novērojama loģiska tendence, ka lielākais audiogrāmatu tirgus ir valstīs, kur ir liels iedzīvotāju skaits, taču vērojot nozares attīstību, ir pamats domāt, ka pateicoties tehnoloģijām un jauniem maksāšanas modeļiem, audiogrāmatas iekaros arī mazāku valstu tirgu.

2.2. Audiogrāmatu loma Latvijas grāmatniecības nozarē

Šajā apakšnodaļā aprakstīšu grāmatniecības nozares kompetences un audiogrāmatu lomu šīs nozares kontekstā. Iesākumā, vēlos aprakstīt šajā darbā minēto jēdzienu *grāmatniecības nozare*. Pētniecības procesā, sastapos ar grūtībām atrast oficiālu nozares nosaukumu, kas saistās ar grāmatu izdošanu, tai skaitā audiogrāmatu, jo dažādos avotos tas variē. Gan presē, gan akadēmiskos pētījumos un dokumentos tiek izmantots jēdziens *grāmatniecības nozare*, taču oficiāli šāds jēdziena definējums nekur nav atrodam. Latvijas Kultūras ministrijas mājaslapā kā nozare tiek minēta Literatūra un grāmatniecība⁸³, savukārt Uzņēmumu reģistra mājaslapā *Lursoft*, saimniecisko darbību statistiskajā klasifikācijā Eiropas Kopienā jeb NACE klasifikatorā, kā grāmatniecībai atbilstošā darbība tiek minēta grāmatu izdošana.⁸⁴ Turpretī, Latvijas Kultūrkapitāla fonda nozaru sadalījumā grāmatniecība pieder pie literatūras nozares.⁸⁵ Šis nekonsekventais sadalījums, rada grūtības noteikt šai nozarei piemērotās kompetences. Jāpiekrīt 2015. gada pētījumā par Valsts Kultūrkapitāla fonda kultūras nozaru finansēšanu izvirzītajiem priekšlikumiem, pārdefinēt un konkretizēt literatūras nozari un ar grāmatniecību saistītos jautājumus. Kā arī, jāpiekrīt pētījumā minētajam, ka nozares robežas ir paplūdušas un

⁸² Kozłowski, Michael. Global Audiobook Trends and Statistics for 2016. Good E-Reader. 2015, 18. dec. Pieejams: <http://goodereader.com/blog/interviews/global-audiobook-trends-and-statistics-for-2016> [skatīts 2016, 1. mai.]

⁸³ Kultūras ministrija. Ministrijas kompetence literatūras un grāmatniecības jomā. Pieejams: http://www.km.gov.lv/lv/nozares_info/literatura.html [skatīts 2016, 28. mar.].

⁸⁴ Lursoft. Grāmatu izdošana. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=NACESRCH> [skatīts 2016, 4. mai.].

⁸⁵ Valsts Kultūrkapitāla fonds. Pieejams: <http://www.vkkf.lv/#56> [skatīts 2016, 4. mai.].

krustojas ar citām nozarēm.⁸⁶ Attiecīgi ar šajā darbā izmantoto jēdzienu *grāmatniecības nozare* tiek saprasta darbības sfēra, kas atbild par grāmatu izdošanu un izplatīšanu iespiestā, elektroniskā vai audio formātā. Ar šo jēdzienu šī darba ietveros tiek asociētas un apskatītas nozares kompetences, ko piedāvā Kultūras ministrija un tās atbildīgā struktūrvienība.⁸⁷

Kultūras ministrija ir definējusi kompetenci literatūras un grāmatniecības jomā:

- pārzināt literatūras un grāmatniecības jautājumus valstī;
- piedalīties ar literatūru un grāmatniecību saistītu likumdošanas aktu un citu normatīvo dokumentu projektu izstrādē;
- izstrādāt literatūras un grāmatniecības politiku valstī, sniegt priekšlikumus politikas un stratēģijas veidošanai literatūras un grāmatniecības jomā;
- izstrādāt priekšlikumus valsts budžeta līdzekļu piešķiršanai nozarei;
- apkopot un analizēt informāciju par aktuālajiem literatūras un grāmatniecības procesiem, infrastruktūru un citiem nozarei saistošiem jautājumiem.⁸⁸

Kultūras ministrija literatūras un grāmatniecības nozares darbībai ir piesaistījusi padomi.

Latvijas Literatūras un grāmatniecības padome ir konsultatīva institūcija, kas vērtē valsts stratēģiju literatūras un grāmatniecības jomā, kā arī ierosina un sniedz savus priekšlikumus Kultūras ministrijai lēmumu pieņemšanai jautājumos, kas attiecas uz literatūras un grāmatniecības jomu. Padomi izveido kultūras ministrs, uzaicinot tajā darboties ekspertus (speciālistus), kuri darbojas kā neatkarīgi profesionāļi. Padomes kompetencē ir:

- vērtēt un prognozēt nozares stratēģiskās perspektīvas kultūrpolitiskā kontekstā;
- izstrādāt priekšlikumus kultūrpolitikas stratēģijai, izvērtējot aktuālās nozares prioritātes un attīstības perspektīvas;
- sniegt priekšlikumus un vērtējumu par nozares institūciju darbību, aktivitātēm, organizētajiem pasākumiem un sasniegtajiem rezultātiem.⁸⁹

⁸⁶ Pretendentu apvienība SIA: "Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija" & Latvijas Kultūras akadēmijas Zinātniskās pētniecības centrs. *Pētījums par Valsts Kultūrkapitāla fonda kultūras nozaru finansēšanu*. Rīga, 2015. 131. lpp. Pieejams: <http://www.vkkf.lv/#2727> [skatīts 2016, 5. mai.].

⁸⁷ Kultūras ministrija. Atbildīgā struktūrvienība. Pieejams: http://www.km.gov.lv/lv/nozares_info/lit/strukturvieniba.html [skatīts 2016, 6. mai.].

⁸⁸ Kultūras ministrija. Ministrijas kompetence literatūras un grāmatniecības jomā. Pieejams: http://www.km.gov.lv/lv/nozares_info/literatura.html [skatīts 2016, 28. mar.].

⁸⁹ Kultūras ministrija. Latvijas Literatūras un grāmatniecības padomes nolikums. Pieejams: http://www.km.gov.lv/lv/nozares_info/lit/nolikums.html [skatīts 2016, 8. mai.].

Kultūras ministrija literatūras un grāmatniecības darbību organizē ciešā sadarbībā ar tādām institūcijām kā: Starptautiskā Rakstnieku un tulkotāju māja Ventspilī; Latvijas Rakstnieku savienība; Latvijas Grāmatirgotāju asociāciju; Latvijas Grāmatizdevēju asociācija; Latvijas Grāmatnieku ģilde; Latvijas Bērnu un jaunatnes literatūras padome. Šīs institūcijas pārstāv vairākas ļoti svarīgas kompetences grāmatniecības nozarē. Piemēram, Latvijas Grāmatirgotāju asociācijas kompetencē ir aktīva dalība grāmatu un lasīšanas popularizācijas procesos gan Latvijā, gan starptautiskā līmenī. Latvijas grāmatizdevēju asociācijas galvenais uzdevums ir veicināt izdevējdarbības attīstību Latvijā, aizstāvēt izdevēju intereses valsts institūcijās, veidot grāmatām labvēlīgu sabiedrisko domu. Savukārt Latvijas Grāmatnieku ģildes galvenais mērķis ir veidot labvēlīgu vidi un attīstīt grāmatniecību kā radošu industrijas nozari Latvijā, popularizēt un virzīt Latvijas grāmatniecību starptautiskajā tirgū, kā arī veicināt grāmatu lasīšanu, jo īpaši jaunatnes vidū.⁹⁰

Kaut arī grāmatniecības nozares kompetenču sarakstā netiek minēti konkrēti literatūras formāti, elektroniskās grāmatas un audiogrāmatas ir formāti, kas pieder pie izdevējdarbības⁹¹, atbilst nozares uzstādījumiem, un veicina iepriekšminētās kompetences. Audiogrāmatas ir literatūras nesējs, un to piedāvājuma nodrošināšana būtu nozares attīstības perspektīva, kas popularizētu literatūru latviešu valodā un veicinātu izdevējdarbību. Teorētiski, audiogrāmatu piedāvājuma attīstīšana tirgū veicinātu arī nozares finansiālo labklājību, par izdotajiem audioierakstiem tiktu maksāti nodokļi un autortiesības, tādējādi palielinot apgrozījumu. Tomēr praktiski šī uzņēmējdarbība Latvijā sevi vēl nav pierādījusi kā ienesīgu, kas liek domāt, ka nav atrasti apstākļi un nosacījumi, kuru izpilde nodrošinātu veiksmīgu šīs jomas darbību.

2.2.1. Audiogrāmatu piedāvājums Latvijā

Globālās tendences audiogrāmatu jomā ir daudzsološas, taču situācija Latvijā krasi atšķiras. Protams, Latvija nav lielvalsts un nav runa par tāda audiogrāmatu piedāvājuma nodrošināšanu, kā, piemēram, Vācijā, taču pašreizējais audiogrāmatu piedāvājums ir ierobežots. Šajā apakšpunktā sekojoši apzināšu un izpētīšu pašreiz pieejamo audiogrāmatu klāstu Latvijā.

Audiogrāmatas latviešu valodā ir iespējams gan iegādāties, gan klausīties bez maksas. Šobrīd iegādāties var uzņēmumu *Apostrofs* un *Fabula* audiogrāmatas, taču audiogrāmatas bezmaksas

⁹⁰ Kultūras ministrija. Atbildīgā struktūrvienība. Pieejams:

http://www.km.gov.lv/lv/nozares_info/lit/strukturvieniba.html [skatīts 2016, 6. mai.].

⁹¹ Lursoft. Izdevējdarbība. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=NACESRCH> [skatīts 2016, 4. mai.].

piedāvā: *LibriVox*; *Pasakas.net*; Latvijas Neredzīgo bibliotēka, kā arī apjomīgs literāru darbu ierakstu piedāvājums ir atrodams Latvijas radio arhīvā.

Apostrofs

Apostrofs ir klausāmgrāmatu apgāds, kas darbojās no 2008. līdz 2015. gadam, bet viņu produkcija šobrīd vēl ir pieejama un nopērkama. Kopumā Apostrofs savas darbības laikā ir izdevis 25 klausāmgrāmatas, kurās ierakstīti latviešu literatūras darbi. Tā kā tehnoloģiskā attīstība 2008. gadā vēl nepiedāvāja mobilās aplikācijas, tad Apostrofs klausāmgrāmatas ieraksta kompaktdiskos un pārdod grāmatnīcās, nevis izplata interneta vidē digitālā formātā. Vidējā klausāmgrāmatas cena ir 8€. ⁹²

Fabula

Fabula ir uzņēmums, kurš oriģināli ir izveidojies un bāzēts Somijā, taču 2014. gadā tika atvērta filiāle arī Rīgā. Fabulas pamatpiedāvājums ir e-grāmatas, taču 2016. gada februārī uzņēmums sāka izdot arī audiogrāmatas. Šobrīd Fabulas katalogā ir pieejamas 11 audiogrāmatas, taču no tām 8 audiogrāmatas ir pārīzdoti Apostrofa ieraksti un pagaidām tikai 3 audiogrāmatas ir izdevusi Fabula. Fabula darbojas pēc abonēšanas modeļa principa – lietotājs lejuplādē mobilo aplikāciju, un, samaksājot mēneša maksu 6.99€ saņem iespēju lasīt e-grāmatas un klausīties audiogrāmatas neierobežotā apjomā mobilajā ierīcē. ⁹³

LibriVox

LibriVox ir ASV bāzēta publiska interneta vietne, kur bez maksas ir pieejamas audiogrāmatas, kuras ierunājuši brīvprātīgie no visas pasaules. Šajā vietnē ir atrodamas 5 audiogrāmatas latviešu valodā, kuras var lejuplādēt mp3 formātā. ⁹⁴

Pasakas.net

Pasakas.net ir mājaslapa, kuru 2007. gadā izveidojusi biedrība Ideju forums, un tā tiek finansēta privāti. Biedrība 2009. gadā izveidoja e-bibliotēku, kas bija sociāls projekts un

⁹² Mansards. Apostrof grāmatu plaukts. Pieejams: <http://goo.gl/ZH7FGi> [skatīts 2016, 6. mai.].

⁹³ Fabula. Audiogrāmatas. Pieejams: <https://fabula.im/lv/discover/lv/tag/56c1c5844694ce498384b706> [skatīts 2016, 6. mai.].

⁹⁴ LibriVox. Pieejams: <https://goo.gl/3hEqbg> [skatīts 2016, 6. mai.].

piedāvāja savā mājaslapā klausīties audiogrāmatas, taču saistībā ar tiesas procesu, kurā biedrību nepatīsi apsūdzēja nesakārtotu autortiesību jautājumā, e-bibliotēka tika slēgta. Par spīti attaisnojošajam spriedumam, e-bibliotēkas darbība netika atsākta. Šobrīd biedrība turpina pasakas.net darbību un mājaslapā bez maksas ir pieejamas aptuveni 1338 audiopasakas, kuru garums nepārsniedz 8 minūtes. Paskas.net piedāvā ierakstus klausīties interneta tiešsaistē, kā arī 100 audiopasakas ir iespējams klausīties mobilajā ierīcē, lejuplādējot speciālu aplikāciju. Šīs platformas auditorija ir galvenokārt bērni.⁹⁵ Ideju forums pieļauj, ka ar laiku šo platformu nāksies slēgt, jo tā pieprasa pastāvīga uzturēšanas izmaksas un nav pelnoša.⁹⁶

Latvijas Neredzīgo bibliotēka

Latvijas Neredzīgo bibliotēka ir kultūras, izglītības un informācijas iestāde, kuras pamatuzdevums ir nodrošināt pieeju grāmatām un informācijai cilvēkiem, kuri nevar lasīt parasto iespiedrakstu. Audiogrāmatas lasītājiem ir iespējams saņemt gan pašas bibliotēkas ieskaņotās audiogrāmatas, gan arī iepirktās. Šobrīd audiogrāmatas ir pieejamas gan kasetēs, gan kompaktdiskos, taču tuvākajā nākotnē notiks pāreja uz CD un MP3 formātu. Jaunākās ieskaņotās audiogrāmatas ir pieejamas tikai MP3 formātā. Pašreiz bibliotēkas katalogā ir pieejamas aptuveni 700 audiogrāmatas latviešu valodā, gan oriģinālliteratūra, gan tulkotā. Audiogrāmatas ir brīvi pieejamas neredzīgajiem, vājredzīgajiem un cilvēkiem ar invaliditāti, taču citiem interesentiem pieeja ir liegta. Šis lielais audiogrāmatu apjoms ir slēgts plašākai auditorijai līdz ar to tam ir maza ietekme uz Latvijas grāmatniecības nozari.⁹⁷

Latvijas radio

Latvijas radio ierakstu arhīvā ir atrodami vairāk nekā 130 dažādi literāru darbu ieraksti. Ir pieejami lugu ieraksti radio teātrī, dzejas lasījumi, oriģinālliteratūras lasījumi un obligātās literatūras ieraksti. Kaut arī lielākā daļa šo ierakstu ir ļoti kvalitatīvi un vērtīgi, daudzi no tiem ir fragmentāri un tos vairāk var uztvert, kā literatūras lasījumus vai iestudējumus, nevis kā audiogrāmatas, kurās ir klausāms pilna apjoma darbs.⁹⁸

⁹⁵ Pasakas.net. Pieejams: <http://www.pasakas.net/pasakas/> [skatīts 2016, 8. mai.].

⁹⁶ Jankava, Grieta. *Intervija ar biedrības Ideju forums pārstāvi Edmundu Vanagu*. Pielikums Nr. 3. 2016. 12. mai.

⁹⁷ Latvijas Neredzīgo bibliotēka. Audiogrāmatas. Pieejams: http://www.neredzigobiblioteka.lv/?page_id=202 [skatīts 2016, 8. mai.].

⁹⁸ Latvijas radio. Pieejams: <http://www.latvijaradio.lsm.lv/lv/radioteatris/> [skatīts 2016, 8. mai.].

Kopumā šobrīd tirgū ir pieejamas 28 audiogrāmatas, ko piedāvā Fabula un Apostrofs. Protams vērā ņemami ir bezmaksas audio ieraksti, ko piedāvā Pasakas.net, LibriVox, Latvijas radio un Latvijas Neredzīgo bibliotēka, taču tos nevar uztvert, kā audiogrāmatu ierakstus, kas spētu konkurēt tirgū, jo tie ir bezmaksas, tiem trūkst ērta un viegla pieejamība, mobilitāte, kā arī formas stingrība. Apskatot audiogrāmatas Latvijā, runa ir ne tikai par piedāvājuma apjomu, bet arī par tā kvalitāti un īpašībām, kuras ir pievilcīgas mūsdienu patērētājam un atbilst viņa paradumiem. No vienas puses, viss šobrīd Latvijā pieejamais audio literatūras saturs attīsta grāmatniecības nozari tādā izpratnē, ka tiek popularizēta literatūra, taču pašreizējais piedāvājums tirgū ir ārkārtīgi mazs un neveicina ievērojamu finansiālu nozares attīstību.

Nodaļas secinājumi

Audiogrāmatas ir visstraujāk augošais segments grāmatniecībā nozarē. Globāli audiogrāmatu tirgus vērtība šobrīd ir 2,8 miljardu dolāru, un tas ir galvenokārt saistīts ar strauji augošu audiogrāmatu apjomu. 2015. gadā tika izdotas 43'000 jaunas audiogrāmatas. 2015. gada pirmajos 8 mēnešos pārdoto audiogrāmatu skaita pieaugums attiecībā pret 2014. gadu bija 37,8%. Šobrīd lielākais audiogrāmatu tirgus ir ASV, Skandināvijā un Vācijā.

Sāk parādīties aiz vien izdevīgāki audiogrāmatu izplatīšanas modeļi, kas gūstot veselīgu peļņu, pozitīvi ietekmē grāmatniecības nozari. Audiogrāmatu radīšanas procesā iesaistīti vairāki nozares pārstāvji - autori, ierunātāji, izdevēji, klienti, mazumtirgotāji, producenti un studijas pārstāvji. Audiogrāmatu izdošanas izmaksas ir augstas, līdz ar to ir nepieciešams īpašs apmaksas modelis, kas ļautu strādāt ar ienākumiem. Pateicoties digitālajām tehnoloģijām, vairāki uzņēmumi ir pievērsušies audiogrāmatu abonēšanas pakalpojumiem, ar abonēšanu saprotot apmaksas modeli, kas par konkrētu summu mēnesī piedāvā klausīties noteiktu vai neierobežotu audiogrāmatu klāstu. Šis apmaksas modelis ir balstīts mobilā aplikācijā, kuru lietotājs lejuplādē savā mobilajā ierīcē. Abonēšanas modelis atmaksājas pie liela klientu skaita.

Ar šajā darbā izmantoto jēdzienu *grāmatniecības nozare* tiek saprasta darbības sfēra, kas atbild par grāmatu izdošanu un izplatīšanu iespējā, elektroniskā vai audio formātā. Audiogrāmatas ir literatūras nesējs, un to piedāvājuma nodrošināšana būtu nozares attīstības perspektīva, kas popularizētu literatūru latviešu valodā un veicinātu izdevējdarbību. Teorētiski, audiogrāmatu piedāvājuma attīstīšana tirgū veicinātu arī nozares finansiālo

labklājību, par izdotajiem audioierakstiem tiktu maksāti nodokļi un autortiesības, tādējādi palielinot apgrozījumu. Tomēr praktiski šī uzņēmējdarbība Latvijā sevi vēl nav pierādījusi kā ienesīgu, kas liek domāt, ka nav atrasti apstākļi un nosacījumi, kuru izpilde nodrošinātu veiksmīgu šīs jomas darbību.

Kopumā šobrīd Latvijas tirgū ir pieejamas 28 audiogrāmatas, ko piedāvā Fabula un Apostrofs, kā arī bezmaksas literāri darbi audio formātā, ko nodrošina Pasakas.net, LibriVox, Latvijas Neredzīgo bibliotēka un Latvijas radio. No vienas puses, viss šobrīd Latvijā pieejamais audio literatūras saturs attīsta grāmatniecības nozari tādā izpratnē, ka tiek popularizēta literatūra, taču pašreizējais piedāvājums tirgū ir ārkārtīgi mazs un neveicina ievērojamu finansiālu nozares attīstību.

3. VIDES FAKTORU IETEKME UZ AUDIOGRĀMATU PIEDĀVĀJUMA ATTĪSTĪBU LATVIJAS GRĀMATNIECĪBAS NOZARĒ

Šajā nodaļā tiks noskaidrota Latvijas politiskās, ekonomiskās, sociālās un tehnoloģiskās vides faktoru ietekme uz audiogrāmatu piedāvājuma attīstību Latvijas grāmatniecības nozarē. Lai veiktu vides analīzi, tika intervēti trīs audiogrāmatu jomas speciālisti – *Fabula* projektu vadītāja Tīna Treimane, *Apostrofs* vadītājs Jānis Oga un biedrības Ideju forums un E-bibliotēkas veidotājs Edmunds Vanags. Nodaļā tiks aprakstīti audiogrāmatu producēšanas, piedāvājuma nodrošināšanas un izplatīšanas aspekti. Respektīvi tiek pētīts audiogrāmatas radīšanas process un apskatīti politiskās, ekonomiskās, sociālās un tehnoloģiskās vides faktori un to ietekme uz piedāvājuma attīstību. Nosakot vides faktoru ietekmi, tiks salīdzināta katra audiogrāmatu speciālistu pieredze, viedoklis un nostāja attiecīgajā jautājumā. *Fabula* un *Apostrofs* šobrīd ir Latvijā vienīgie uzņēmumi ar pieredzi audiogrāmatu maksas piedāvājuma nodrošināšana, savukārt Ideju forumam ir unikāla pieredze Latvijas apjomīgākā audiogrāmatu piedāvājuma veidošanā. Līdz ar to, šie uzņēmumu pārstāvji ir kompetenti un zinoši, lai sniegtu savu redzējumu par politiskās, ekonomiskās, sociālās un tehnoloģiskās vides faktoru ietekmi uz audiogrāmatu piedāvājuma attīstību Latvijas grāmatniecības nozarē.

3.1. Politiskās vides faktoru ietekme

Pie politiskajiem vides faktoriem pieder politisko procesu virziens, juridiskie jautājumi un vispārējā likumdošana.⁹⁹ Kā galveno politisko faktoru, kas saistīts ar grāmatniecības nozari Latvijā, jāmin autortiesību likums. Attiecībā uz audiogrāmatām, spēkā ir tieši tāds pats autortiesību regulējums, kā uz citiem literatūras izmantojuma veidiem. Ja tiek izmantoti ar autortiesībām aizsargāti literāri darbi, tos publiski izpildot, publicējot, reproducējot vai pārraidot kādā citā veidā, ir nepieciešama licence no Autortiesību un komunikēšanas konsultāciju aģentūras / Latvijas Autoru apvienības (AKKA/LAA). AKKA/LAA izsniedz licenci, iekasē atlīdzību no literāro darbu lietotājiem, sadala to autoriem saskaņā ar lietotāju iesniegtām programmām un izmaksā attiecīgajiem autoriem.¹⁰⁰

⁹⁹ Digitālā biznesa rokasgrāmata. PEST analīze. Pieejams: <http://rokasgramata.lv/vadiba/pest-analize/> [skatīts 2016, 14. mai.].

¹⁰⁰ Autortiesību un komunikēšanas konsultāciju aģentūra / Latvijas Autoru apvienība. Literārie darbi. Pieejams: http://www.akka-laa.lv/lat/autoru_darbu_lietotajiem/literarie_darbi/ [skatīts 2016, 14. mai.].

Uzņēmums Fabula producē gan savas audiogrāmatas, gan sadarbojas ar audiogrāmatu izdevniecību Apostrofs. Šajā aspektā, attiecībā uz autortiesībām Fabulai ar Apostrofu ir jānokārto tiesības kā producentiem, jo Apostrofam ir atrunātas tiesības izdot audiogrāmatas tikai kompaktdiska formātā un Fabula izdod attiecīgi digitālā formātā. Savukārt gadījumā, kad Fabula pati producē audiogrāmatu, tad tiesības un norēķināšanās notiek tieši ar izdevējiem, un, kā izdevēji tālāk norēķinās ar autoriem, nav Fabulas kompetencē. Fabulas projektu vadītāja Tīna Treimane stāsta, ka, piemēram, šobrīd ir viens atsevišķs gadījums. Drīzumā tiks izdoti Ingas Žoludes *Sarkanie bērni*, kurā Fabula slēdz līgumu gan ar Apostrofu, jo viņi ir tie, kas viņu producēja, gan ar izdevniecību Dienas grāmata, jo viņi ir tie, kas viņu izdeva un deva Apostrofam tiesības ierakstīt tikai kompaktdisku, gan ar pašu grāmatas autori. Treimane šo procesu raksturo kā sarežģītu šķērsli audio satura pievienošanai, jo autortiesību sakārtošana ir komplicēta. Fabulas pārstāve stāsta: „Svarīga ir, protams, paša izdevēja iniciatīva. Piemēram, ir jauna izdevniecība *Burtlicis Burkšķis*, kuriem pagaidām ir tikai viena grāmata *Almareja muļķība*. Kad Fabula slēdza līgumu ar izdevējiem par šīs grāmatas elektroniskās versijas izdošanu, tad pieminējām, ka Fabula izdod arī audiogrāmatas, un viņi paši pēc savas iniciatīvas izdomāja to ierakstīt, līdz ar to, drīzumā šī audiogrāmata tiks pievienota Fabulas katalogam. Šis ir lielisks piemērs par izdevēja pašiniciatīvu, kas atvieglo autortiesību saskaņošanas procesu.”¹⁰¹

Apostrofa vadītājs Jānis Oga uzskata, ka Autortiesību jautājums nav nemaz tik nesakārtots. Viņš stāsta: „Kad mēs ar Apostrofu slēdzām līgumus, tad mēs slēdzām konkrētas tiesības uz CD formātu. Netika pagērētas visa veida tiesības un visiem formātiem. Es neteiktu, ka autortiesību jautājums ir nesakārtots. Katrai pusei ir savas tiesības. Autoram ir savas, apgādam ir savas, kā arī ierunātājam un Apostrofam, kā producentam, jo katrs ir ieguldījis savu darbu. Ir daudz iesaistītās personas. Tas ir līdzīgi kā mūzikas industrijā.”¹⁰²

Ir gadījumi, kad autortiesību saskaņošanu neatvieglo pat darbi ar autortiesību noilgumu, jo arī turpmāk jāievēro autora personiskās tiesības uz vārdu un darba neaizskaramību. Tīna Treimane stāsta, ka, ja konkrētajam darbam ir autortiesībām noilgums, kas iestājas 70 gadus pēc autora nāves, tas nenozīmē, ka par autortiesībām nekas netiek maksāts, jo viss ir atkarīgs arī no izmantotā darba izdevuma vai autortiesību mantiniekiem. Ja, piemēram, grāmatai ir

¹⁰¹ Jankava, Grieta. *Intervija ar Fabula projektu vadītāju Tīnu Treimani*. Pielikums Nr. 1. 2016. 11. mai.

¹⁰² Jankava, Grieta. *Intervija ar Apostrofs vadītāju Jāni Ogu*. Pielikums Nr. 2. 2016. 13. mai.

pēcvārds, tad pat pēcvārda autoram ir jāmaksā autortiesības, jo tā ir neatdalāma darba vienība.¹⁰³ Autortiesību likumā atrunāts, ka autortiesības uz darbu, ko radījuši līdzautori, ir spēkā visu līdzautoru dzīves laiku un 70 gadus pēc pēdējā, pārējos līdzautorus pārdzīvojušā līdzautora nāves¹⁰⁴, kas nozīmē, ka autortiesību termiņš tiek būtiski pagarināts. Tīna Treimane komentē: „Ja teksta avots būtu tīrs manuskripts, kuram ir autortiesību noilgums, tad nekas nebūtu jāmaksā. Šādi darbi, uz kuriem vairs neattiecas nekādi autortiesību likumi, ir ļoti maz. Vissarežģītāk ir ar darbiem, kuriem ir autortiesību noilgums un izdevniecība, kurai ir tiesības uz darba izdevumu, vairs neeksistē. Jo šādā gadījumā darba autortiesības tiek nevis anulētas, bet savā ziņā nobloķētas. Vēl citi izņēmumi attiecas uz darbiem, kuru izmantošana Latvijā kāda laika posmā ir bijusi aizliegta. Šāda problēma ir pārsvarā ar PSRS laika darbiem. Šajā jautājumā ir nesakārtota likumdošana, un, lai piekļūtu šiem darbiem, ir jāiet cauri sarežģītam birokrātiskam procesam. Papildus problēmas rodas, ja autortiesības pēc autora nāves tiek mantotas. Piemēram, divus gadu nevarēja izdot Margaritas Stārastes darbus, jo mantinieki nevarēja savā starpā vienoties par tiesībām, kas uzreiz nobloķē jebkādu izdevējdarbību.”¹⁰⁵ Savukārt Edmunds Vanags uzskata, ka 70 gadi pēc autora nāves, kad iestājas autortiesību noilgums, ir absurdi ilgs laika posms, kurā brīvi nevar izmantot autora darbu.¹⁰⁶

Iespējams, vissarežģītākā un finansiāli neizdevīgākā autortiesību saskaņošana ir, veicot tulkotās literatūras darbu producēšanu. Tieši tāpēc ne Apostrofs, ne Fabula, ne Ideju forums nav realizējuši šādu darbu ierakstus. Edmunds Vanags komentē, ka Latvijas tirgus nespēj nosegt izmaksas, ko pieprasa audiogrāmatu ārzemju tulkojumu producēšana.¹⁰⁷ Arī Tīna Treimane piekrīt šim apgalvojumam, stāstot, ka Fabula šobrīd izdod tikai latviešu literatūras darbus. Fabulas pārstāve skaidro: „Lai izdotu ārzemju literatūru, pirmkārt ir jāmaksā izdevniecībai, kas ir veikusi tulkojumu, otrkārt, tālāk ir jāvienojas ar aģentūru, kas pārstāv darba autoru. Piemēram, Fabula vēlējas ierakstīt vienu ASV autora darbu un aģentūra pieprasīja avansu, 40% no peļņas un uzstādīja minimālo pārdošanas apjomu. Priekš Latvijas grāmatniecības šādas prasības ir pārāk augstas, jo viņi nerēķinās, ka tirgus ir mazs, turklāt, mums pašiem vēl ir jāsedz audiogrāmatu producēšanas izmaksas. Tāpēc šobrīd, ierakstīt

¹⁰³ Jankava, Grieta. *Intervija ar Fabula projektu vadītāju Tīnu Treimani*. Pielikums Nr. 1. 2016. 11. mai.

¹⁰⁴ Latvijas Republikas Saeima un valsts prezidents. Autortiesību likums. pieņemts 06.04.2000. Likumi.lv. Pieejams: <http://likumi.lv/doc.php?id=5138> [skatīts 2016, 14. mai.].

¹⁰⁵ Jankava, Grieta. *Intervija ar Fabula projektu vadītāju Tīnu Treimani*. Pielikums Nr. 1. 2016. 11. mai.

¹⁰⁶ Jankava, Grieta. *Intervija ar biedrības Ideju forums pārstāvi Edmundu Vanagu*. Pielikums Nr. 3. 2016. 12. mai.

¹⁰⁷ Turpat.

ārzemju literatūru ir gandrīz neiespējami, ja vien nav pieejami lieli naudas līdzekļi. Liela nozīme ir arī izdevniecības spējai panākt sev pēc iespējas labvēlīgākus nosacījumus, kas, piemēram, ļoti labi izdodas Igaunijas un Somijas izdevniecībām, taču Latvijā šī spēja ir mazattīstīta.”¹⁰⁸

Autortiesību likuma neievērošana ir smags pārkāpums. Biedrībai Ideju forums ar viņu izveidoto e-bibliotēku šajā jautājumā ir nepatīkama pieredze. SIA Ideju foruma bibliotēka, bija sociālās uzņēmējdarbības projekts. E-bibliotēka bija oficiāli reģistrēta digitālā bibliotēka, tomēr pēc vairāku grāmatizdevēju iesniegumiem policija pret to ierosināja kriminālprocesu par tīšiem autortiesību pārkāpumiem. Tā dēvētā “e-bibliotēkas” lieta sākās 2010. gada pavasarī, kad, pamatojoties uz vairāku grāmatizdevēju iesniegumiem, Ekonomikas policija arestēja internetā pieejamās bibliotēkas serverus, tādējādi apturot tās darbību.¹⁰⁹ E-bibliotēkas veidotājs Edmunds Vanags skaidro, ka bibliotēka bija veidota likumīgi, autoriem tika maksāts par savu darbu izsniegumu, tā saucamais publiskais patapinājums. Viņš uzsver: „Tika ievēroti visi bibliotēkai likumā uzliktie pienākumi. Taču no grāmatizdevējiem, konkrēti *Zvaigzne ABC*, tika saņemtas nepamatotas apsūdzības par autortiesību pārkāpumiem. Iespējams, tajā laikā e-bibliotēka tika uztverts kā konkurents. Tomēr šobrīd visi tiesu procesi ir beigušies un e-bibliotēka ir uzvarējusi un attaisnota visās tiesās.”¹¹⁰

Autortiesību likums ir politisks audiogrāmatu piedāvājumu ietekmējošs fakts, kas audiogrāmatu izdevējiem uzliek finansiālu atbildību. Spriežot, pēc speciālistu paustā viedokļa šajā jautājumā, pati likumdošana pēc būtības ir sakārtota, neskatoties uz dažiem izņēmumiem likuma apakšpunktos. Komplicētākais autortiesību jautājumā ir tiesību saskaņošanas process, jo tajā ir iesaistītas vairākas puses, pārstāvot katra savas intereses, līdz ar to šis process bieži vien ir sarežģīts un laikietilpīgs. Protams, izdevēju nepatiku, it īpaši tulkotās literatūras jautājumā, izraisa augstās atlīdzības izmaksas, taču šim aspektam ir mazs sakars ar likumdošanu, vairāk ar nozares ekonomisko situāciju.

¹⁰⁸ Jankava, Grieta. *Intervija ar Fabula projektu vadītāju Tīnu Treimani*. Pielikums Nr. 1. 2016. 11. mai.

¹⁰⁹ Lazdiņš, Aigars. *Attaisno e-bibliotēkas izveidotājus*. Latvijas Sabiedriskie mediji. 2013. 7. jun. Pieejams: <http://www.lsm.lv/lv/raksts/latvija/zinas/attaisno-e-bibliotekas-izveidotajus.a58478/> [skatīts 2016, 14. mai.].

¹¹⁰ Jankava, Grieta. *Intervija ar biedrības Ideju forums pārstāvi Edmundu Vanagu*. Pielikums Nr. 3. 2016. 12. mai.

3.2. Ekonomiskās vides faktoru ietekme

Pie ekonomiskajiem vides faktoriem pieder sabiedrības ekonomiskā struktūra, inflācijas rādītāji, valsts ekonomiskā politika un finansiālā labklājība kopumā.¹¹¹ Pirktspēju sabiedrībā nosaka ekonomiskā situācija valstī, taču arī uzņēmēji var būt pretimnākoši, veicinot pirktspēju, ar izdevīgu cenu politiku vai apmaksas modeli. Kā jau darba 2. nodaļā tika aprakstīts, šobrīd pievilcīgākais audiogrāmatas pārdošanas modelis balstās uz abonēšanas principa un ir integrēts mobilajā aplikācijā.

Fabula ir Latvijā pirmais uzņēmums, kurš saviem lietotājiem piedāvā, samaksājot konkrētu abonēšanas maksu mēnesī, lasīt un klausīties grāmatas neierobežotā apjomā. Fabulas mēneša abonements maksā 6.99 €, 3 mēnešu 18.99 € un 6 mēnešu 33.59 €. Fabulas pārstāve uzskata, ka tas nav dārgi, skaidrojot: „Latvijā ir pirktspēja, taču latviešu auditorija ir ļoti izvēlīga un uzreiz pieprasa lielu apjomu. Cenas abonēšanas modelim ir neadekvāti zemas priekš tā, ka tiek sniegta iespēja lasīt un klausīties grāmatas neierobežotā apjomā. Latviešu auditorija šajā ziņā skopojas un nespēj novērtēt produkta patieso vērtību. Mēs ar katru izdevēju norēķināmies par katru grāmatu. Par katru izlasīto vai noklausīto grāmatu, izdevējs saņem samaksu vairuma cenas vērtībā. Ir izveidota online atskaišu sistēma, kas ir pieejama arī izdevējiem, un viņš var sekot līdzi patērētajam apjomam. Šis abonēšanas modelis ir izdevīgs izdevējiem un lietotājiem, taču mums tas atmaksājas tikai pie liela lietotāju skaita, sākumā nesot zaudējumus. Protams, ir iespēja kaulēties par vairuma cenu. Piemēram, e-grāmatas vairumcena ir robežās no 2.50€ - 8€, bet audiogrāmatu vairumcenas ir daudz mazākas, līdz ar to ilgtermiņā tās producēt ir izdevīgāk.” Šeit parādās svarīgs aspekts – abonēšanas modelis ilgtermiņā ir izdevīgs visām iesaistītajām pusēm, kas ir daudzsološa perspektīva. Tīna Treimane pauž, ka kopumā audiogrāmatas producēt ir izdevīgi pie nosacījuma, ka ir apjomīgs piedāvājums, liels klientu skaits, labs saturs un privāta studija. Pārstāve stāsta: „Tas ir plaukstošs bizness. Sākumā ir jāveic milzīgas finansiālas investīcijas, taču aptuveni pēc 3 gadiem tas pārvēršas par kaut ko pelnošu, izdevīgu un iespaidīgu. Latvijas tirgū šādas naudas nav, tāpēc izdevēji bieži vien parēķina un saprot, ka viņiem nav izdevīgi attīstīt audiogrāmatu biznesu. Ja ir pareizs menedžments, laba sadarbība ar izdevējiem, tad, manuprāt, tā var attīstīties par

¹¹¹ Digitālā biznesa rokasgrāmata. PEST analīze. Pieejams: <http://rokasgramata.lv/vadiba/pest-analize/> [skatīts 2016, 14. mai.].

konkurētspējīgu uzņēmējdarbību.” Jāpiemetina, ka lielu starta kapitālu, abonēšanas modeļa izveidē, prasa mobilās aplikācijas izveidošana, kuras izmaksas lēšamas padsmītos tūkstošos.¹¹² Arī Edmunds Vanags piekrīt, ka sākotnēji ir vajadzīgas lielas investīcijas, lai nodrošinātu apjomīgu piedāvājumu, jo ar 50 grāmatu katalogu ir par maz. Viņš to salīdzina ar avīžu kioska atvēršanu, kura piedāvājumā ir tikai 5 avīzes, kaut gan izdotas tiek 150. Vanags uzsver, ka ir vajadzīgs pietiekami liels apjoms, lai pieradinātu lasītāju, lai viņš pēc vienas audiogrāmatas noklausīšanās uzreiz varētu ķerties pie nākamās. Viņš atzīst, ka ar interesi vēro, kā Fabula mēģina attīstīt audiogrāmatu piedāvājumu, un pieļauj, ka viņiem ar šo modeli izdosies iekarot Latvijas grāmatniecības tirgu. Savukārt e-bibliotēkas darbības modelis bija bezpeļņas. Bibliotēka tika radīta ar privātiem līdzekļiem, gan Edmunda Vanaga paša ieguldījumiem, gan domubiedru, gan ziedojumiem.¹¹³ Tās izveidē esot ieguldīti ap 100 000 latu.¹¹⁴ Tas bija paredzēt kā sociāls projekts, primāri neredzīgo auditorijai, it īpaši neredzīgajiem studentiem, kuriem nav pieejami mācību materiāli. Vanags skaidro, ka jau sākotnējais uzstādījums nebija gūt peļņu, taču pēc tam ar laiku bija doma sākt pelnīt ar komerciālu blakus produktu. Sīkāku informāciju par šo blakus produktu Vanags nesniedz, vien norādot, ka tas nebija kultūras produkts.¹¹⁵

Jānis Oga audiogrāmatu pirktspēju neraksturo pozitīvi. Apostrofs audiogrāmatas pārdod kompaktdiskos, un visu laiku stabili bija turējies pie uzstādītajām cenām, nenocenojot grāmatas. Un tikpat mazs, bet stabils bija pieprasījums. Oga stāsta: „Daži mūsu kolēģi, izdevēji strādā uz noteiktu apgrozījumu, kas ir jāiegūst katru dienu. Viņiem nav būtiski, cik konkrēti maksā un peļņu nesoša ir viena grāmata. Tāpēc ir pārspīlēti daudz dažādu akciju un izpārdošanu, kas, manuprāt, ir novedis pie tā, ka cilvēki nepērk jaunas grāmatas un gaida, kad grāmatas agri vai vēlū kļūs lētākas. Tajā brīdī, kad mēs pārtraucām producēšanu un sapratām, ka CD formātam ir pienācis likumsakarīgs gals, mēs sākām izpārdodot visu noliktavu, un audiogrāmatas akcijas cena tagad ir 3€. Tā ļoti vulgarizējot, tā nav nekāda māksla izdot grāmatu 1500 eksemplāros un tirgot 3 gadus, kas ir normālais grāmatas aprītes laiks. Jo, ja velkam paralēles ar teātri, tad māksla ir dabūt pilnu skatītāju zāli. It kā kultūras auditorija ir tā

¹¹² Jankava, Grieta. *Intervija ar Fabula projektu vadītāju Tīnu Treimani*. Pielikums Nr. 1. 2016. 11. mai.

¹¹³ Jankava, Grieta. *Intervija ar biedrības Ideju forums pārstāvi Edmundu Vanagu*. Pielikums Nr. 3. 2016. 12. mai.

¹¹⁴ Lazdiņš, Aigars. *Attaisno e-bibliotēkas izveidotājus*. Latvijas Sabiedriskie mediji. 2013. 7. jun. Pieejams: <http://www.lsm.lv/lv/raksts/latvija/zinas/attaisno-e-bibliotekas-izveidotajus.a58478/> [skatīts 2016, 15. mai.].

¹¹⁵ Jankava, Grieta. *Intervija ar biedrības Ideju forums pārstāvi Edmundu Vanagu*. Pielikums Nr. 3. 2016. 12. mai.

pati, bet grāmatas tiek patērētas mazāk nekā, piemēram, teātris. Protams, ka būs arvien vairāk cilvēku, kas izvēlēsies vienkāršākus izklaides veidus. Jautājums ir, kas ir dārgi? Cik Latvijā patērētājs ir gatavs maksāt par kultūru?”¹¹⁶ Jāpiekrīt Jāņa Ogas jautājumam par to, cik daudz Latvijas patērētājs ir gatavs maksāt par kultūru, jo pat, ja finansiālā labklājība indivīdam ļauj iegādāties audiogrāmatu, tad jautājums ir, vai viņu šis te kultūras produkts pietiekami interesēs, lai viņš par to tērētu naudu. Visu nosaka tas, kāda vērtība šim produktam ir patērētāja acīs. Taču attiecībā uz producēšanas izmaksām Oga atzīst, ka priekš tik maza apgāda kā Mansards, šīs izmaksas ir ļoti augstas un skaidro: „Audiogrāmatas ir nišas produkts. Mēs esam priecīgi redzēt Fabulu kā sadarbības partneri. Viņi pietiekami daudz iegulda producēšanā. Tomēr Mansards ir mazs apgāds, ar stipri ierobežotiem līdzekļiem, tāpēc mēs labāk izvēlamies izdot vienu drukātu grāmatu nekā ieguldīt 1000€ audiogrāmatas izveidē, kuru noklausīsies daudz mazāka auditorija. Latvijā ir ļoti maz patērētāju. Tas attiecas gan uz audiogrāmatām, gan e-grāmatām, gan drukātajām.”¹¹⁷ Tomēr jāapzinās, ļoti iespējams, ka Apostrofa audiogrāmatu kompaktdisku formāts mūsdienu patērētājam nešķiet pietiekami pievilcīgs un mobils, lai viņš tam tērētu savus līdzekļus. Ar šo apstākli varētu skaidrot zemo pirktspēju.

Attiecībā uz izmaksām, ar kurām jāreķinās audiogrāmatu izdevējiem, Treimane norāda vēl divus aspektus – ierunātāji un nodokļi. Viņa dalās, ka audiogrāmatu ierunātājiem ir vienreizējs honorārs par ierunāšanu, nevis procentuāla peļņa no noklausīto grāmatu apjoma. Savukārt par nodokļiem viņa stāsta, ka uz audiogrāmatām attiecas tāda pati PVN likme, kā drukātajām grāmatām, kas ir 9%. Nelabvēlīgāka situācija ir e-grāmatām, kur PVN ir 21%.¹¹⁸

Ekonomiskā labklājība un finansiālā stabilitāte valstī nosaka pirktspēju. Ekonomiskā situācija Latvijā šobrīd tiek raksturota kā stabila un augoša¹¹⁹, taču Eiropas kontekstā tā ir zema. Audiogrāmatu speciālisti zemo pirktspēju skaidro ar Latvijas patērētāju paradumiem, norādot uz patērētāju nevēlēšanos izdot adekvātu naudas summu atbilstoši produkta vērtībai. Zemo pirktspēju nevarētu skaidrot ar zemo pieprasījumu. Speciālisti pauž, ka, lai arī šobrīd esošais audiogrāmatu piedāvājums ir ierobežots, tas ierobežotais apjoms, kas šobrīd ir pieejams, ir

¹¹⁶ Jankava, Grieta. *Intervija ar Apostrofs vadītāju Jāni Ogu*. Pielikums Nr. 2. 2016. 13. mai.

¹¹⁷ Turpat.

¹¹⁸ Jankava, Grieta. *Intervija ar Fabula projektu vadītāju Tīnu Treimani*. Pielikums Nr. 1. 2016. 11. mai.

¹¹⁹ Ekonomikas ministrija. *Informatīvais ziņojums par makroekonomisko situāciju valstī*, Rīga, 2016. aprīlis. 7. lpp. Pieejams: https://www.em.gov.lv/files/tautsaimniecibas_attistiba/makromk/EMZino_150416.pdf [skatīts 2016, 14. mai.].

pieprasīts un tiek patērēts. Lai cīnītos ar zemo pirktspēju, nozares pārstāvjiem ir iespēja pielāgot sava piedāvājuma cenu politiku, izveidojot izdevīgu apmaksas modeli, kas atbilst pirktspējai. Ņemot vērā, ka šobrīd izdevīgākais apmaksas modelis ir abonēšana, par ko liecina arī ārzemju tendences, Fabula ar savu apmaksas modeli ir uz pareizā ceļa. Taču abonēšanas modeļa izveide un apjomīga piedāvājuma nodrošināšana pieprasa lielas investīcijas un finansiālus resursus, kuri vietējiem uzņēmumiem nemaz nav pieejami. Līdz ar to, lai veiksmīgi attīstītu audiogrāmatu piedāvājumu Latvijas grāmatniecības nozarē, ir jāpiesaista ievērojami papildus naudas līdzekļi no fondiem, privātā sektora vai ārzemju investoriem.

3.3. Sociālās vides faktoru ietekme

Pie sociālās vides faktoriem pieder kultūras attieksme, ētiskie uzskati, kopīgās vērtības, dzīves stila diferenciacijas līmenis, kā arī demogrāfija.¹²⁰ Šajā apakšnodaļā tiks aprakstīts audiogrāmatu klausītāju auditorija, atainojot pieprasījuma īpatnības un demogrāfiju.

Būtiski ir noskaidrot, kas ir Latvijas audiogrāmatu patērētāju auditorija, lai piedāvājumu varētu radīt pēc iespējas saistošāku. Tīna Treimane stāsta, ka ar mazām valstīm problēma ir tā, ka tās ir ļoti reģionālas, jāreķinās, ka, ierakstot audiogrāmatu latviešu valodā, auditorija nebūs miljoni, tie būs tūkstoši, maksimums 100 tūkstoši, pārsvarā gados jauna auditorija, sociāli aktīvi viedtālrunu īpašnieki. Treimane dalījās ar interesantu faktu, ka 70% Fabulas audiogrāmatu klausītāji ir vīrieši, kas ir ļoti netipiski citiem grāmatniecības produktiem, savukārt e-grāmatas lasa vairāk sievietes.¹²¹ Tas nozīmē, ka šis grāmatniecības produkts šai nozarei piesaista jaunu auditorijas grupu, kas ir vērtīgs ieguvums. Attiecībā uz vecumu, Treimane stāsta, ka vidējais auditorijas vecums ir no 20-45 gadiem. Tā kā Fabula mēneša abonements darbojas gan uz e-grāmatām, gan audiogrāmatām, tad ir grūti noteikt, cik lietotāji abonē tieši audiogrāmatas un par šiem auditorijas datiem Treimanei, diemžēl nebija konkrētas informācijas. Taču viņa pastāstīja, ka Fabula sāka izdot audiogrāmatas tikai šā gada februāra beigās, un jauno lietotāju pieaugums 3 mēnešu laikā ir 20%, kas ir lielisks rādītājs. Tātad var secināt, ka pieprasījums un interese par audiogrāmatām ir. Treimane atklāj, ka vēl viena auditorija ir ārzemēs dzīvojošā latviešu auditorija, uz kuru Fabula mērķtiecīgi arī strādāja. Šī

¹²⁰ Digitālā biznesa rokasgrāmata. PEST analīze. Pieejams: <http://rokasgramata.lv/vadiba/pest-analize/> [skatīts 2016, 14. mai.].

¹²¹ Jankava, Grieta. *Intervija ar Fabula projektu vadītāju Tīnu Treimani*. Pielikums Nr. 1. 2016. 11. mai.

auditoriju speciāli tiek meklēta ar interneta reklāmas palīdzību un interneta mārketingu.¹²² Savukārt Jānis Oga ārzemju latviešu auditoriju uzskata par neapgūtu un, iespējams, zaudētu. Viņš stāsta par savu pieredzi: „No vienas puses mums likās brīnišķīgi, ka latvietis Īrijā varēs izlasīt Joņeva *Jelgava 94*, kas ir viena klikšķa attālumā. Taču tas nestrādā tik vienkārši. Viena daļa izbraucēji ir strādnieki, kurus arī Latvijā grāmatas neinteresē, savukārt tā daļa, kuru interesē grāmatas, iepriekš sastopoties ar šķēršļiem tikt pie latviešu literatūras, jau ir pārgājusi uz ārzemju literatūru un lasa citās valodās. Katrā ziņā, tie 400`000 latvieši ārzemēs, vienmēr ir bijis neaizsniedzamais sapnis un būtu labi, ja varētu uzrunāt kaut vai desmito daļu no šīs auditorijas. Cilvēkiem ir paradumi, kurus ir ārkārtīgi grūti lauzt. Bieži vien, cilvēki, kuri idejiski būtu ieinteresēti audiogrāmatās, vai e-grāmatās, negrib darboties ar tehnoloģijām, programmām, aplikācijām, viņi vienkārši dod priekšroku drukātam grāmatas eksemplāram. Ogam nebija zināmi Apostrofs auditorijas statistikas vai demogrāfiskie dati, taču viņš atklāja, ka viņu iecerētā mērķauditorija bija skolēni un literatūras skolotāji. Oga skaidro: „Apostrofam ir svarīgi saglabāt autora balsi, kas nozīmē, ka pats darba autors ierunā audiogrāmatu. Mēs to esam īstenojuši ar Noru Ikstenu, Gundegu Repši un Ingu Žoludi un citiem. Šis produkts ir tik specifisks, ka tur nevar cerēt uz vidējo patērētāju, līdz ar to plānojām uzrunāt skolas, kas šīs audiogrāmatas varētu izmantot mācību procesā. Taču viss ir ļoti decentralizēts un izriet atkarībā no tā, cik katrai skolai un pašvaldībai ir naudas, tāpēc beigās nekas nesanāca.¹²³

Kā par vienu no svarīgākajām audiogrāmatu auditorijām jāmin neredzīgie, vājredzīgie un cilvēki ar invaliditāti. Latvijā ir vairāk nekā 10`000 cilvēku, kuri, daļēji vai pilnībā zaudējot redzi, kļuvuši par invalīdiem. Šai auditorijai audiogrāmatas nodrošina neredzīgo bibliotēka, taču auditorija ir ieinteresēta papildus audiogrāmatu piedāvājuma attīstībā.¹²⁴

Arī Vanags nevarēja sniegt e-bibliotēkas auditorijas demogrāfijas datus, taču pastāstīja, ka bibliotēkas audiogrāmatu katalogā bija vairāk nekā 1600 audiogrāmatas. Detalizētus datus viņš nespēj sniegt, bet norādīja, ka slēgšanas brīdī reģistrētos lietotāju skaits bija aptuveni 90`000. Protams, e-bibliotēkā bija pieejams ne tikai audiogrāmatu saturs, bet arī ieraksti un audiovizuāli materiāli, kas nozīmē, ka šie 90`000 reģistrētie lietotāji nebija 100% audiogrāmatu klausītāji. Vanags pauž: „Es ļoti cer, ka šī niša var attīstīties, jo interese ir. Tas

¹²² Turpat.

¹²³ Jankava, Grieta. *Intervija ar Apostrofs vadītāju Jāni Ogu*. Pielikums Nr. 2. 2016. 13. mai

¹²⁴ Latvijas Neredzīgo bibliotēka. Audiogrāmatas. Pieejams: http://www.neredzigobiblioteka.lv/?page_id=202 [skatīts 2016, 15. mai.].

viss ir atkarīgs arī no lietotāju paradumiem. Piemēram, ārzemēs, tie, kas izmanto audiogrāmatu servisu, bieži vien neklausās nopietnu literatūru vai daiļliteratūru, bet dod priekšroku kam izklaidējošam.”¹²⁵ Apgalvojumam par lietotāju paradumiem piekrīt arī Fabulas pārstāve stāstot, ka e-grāmatu vidū vislielākais noiets ir ārzemju bestselleriem, detektīviem un dāmu romāniem, un visticamāk, ka šo literatūru patērētājs vislabprātāk vēlētos redzēt arī audiogrāmatu katalogā, taču Fabulas piedāvājumā šāda žanru literatūra pagaidām nav.¹²⁶

Kopumā priekšplānā izvirzās vairāki sociālie faktori, kas ietekmē audiogrāmatu attīstību. Viens no tiem ir demogrāfiskais faktors, ka 70% audiogrāmatu klausītāju auditorija ir vīrieši, kas pozitīvi ietekmē audiogrāmatu attīstību un grāmatniecības nozari, jo tiek apgūta un piesaistīta jauna patērētāju grupa. Vēl divi sociālie faktori saistīti ar sabiedrības paradumiem. Pirmkārt, pieprasītāka ir izklaidējoša ārzemju literatūra, taču šobrīd esošajā audiogrāmatu piedāvājumā ir tikai latviešu literatūras darbi, kas nav tik atbilstoši pieprasījumam, līdz ar to tiek zaudēta zināma patērētāju daļa. Otrkārt, katram indivīdam ir savi tehnoloģiju lietošanas paradumi un formāta preferences, kurus ir grūti mainīt, un tie bieži vien veicina aizspriedumus un pretestību pret alternatīviem literatūras formātiem. Beidzamais sociālais faktors ir cilvēku migrācija, kas par nezināmu procentu ir samazinājusi potenciālo audiogrāmatu patērētāju skaitu. Taču, pateicoties digitālajam formātam, kas ļauj piekļūt audiofailiem jebkur pasaulē, kā arī interneta mārketingam, kas nodarbojas ar precīzu auditorijas mērķēšanu¹²⁷, ir parādījušās iespējas vismaz daļēji sasniegt šo patērētāju grupu.

3.4. Tehnoloģiskās vides faktoru ietekme

Pie tehnoloģiskās vides faktoriem pieder esošo produktu uzlabošana, inovācijas un izmaiņas tehnoloģijās, kas var mainīt uzņēmuma konkurētspējas pozīciju.¹²⁸

Pirmkārt, audiogrāmatu izstrādes procesā ar tehnoloģiskajiem aspektiem visvairāk saistīta mobilās aplikācijas izstrāde, ja tā tiek izmantota kā ierakstu straumēšanas platforma. Mobilās aplikācijas izstrāde ir ļoti komplicēts process. Fabulas pārstāve apraksta, ka izstrādes process

¹²⁵ Jankava, Grieta. *Intervija ar biedrības Ideju forums pārstāvi Edmundu Vanagu*. Pielikums Nr. 3. 2016. 12. mai.

¹²⁶ Jankava, Grieta. *Intervija ar Fabula projektu vadītāju Tīnu Treimani*. Pielikums Nr. 1. 2016. 11. mai.

¹²⁷ Google AdWords. Audience targeting. Pieejams: <https://support.google.com/adwords/editor/answer/1052569?hl=en> [skatīts 2016, 15. mai.].

¹²⁸ Digitālā biznesa rokasgrāmata. PEST analīze. Pieejams: <http://rokasgramata.lv/vadiba/pest-analize/> [skatīts 2016, 14. mai.].

aizņēma aptuveni gadu, lai radītu mobilu platformu, kurā straumēt audiogrāmatas. Ja tas ir abonēšanas serviss un, ja ir īslaicīga pieejama audiogrāmatai, tad ir jādomā par serveriem, kuros tiks uzglabāti audiofaili. Tīna stāsta: „Audiofails ir milzīgs, tas uzreiz aizņem vismaz gigabaitu. Ir jāizplāno visas detaļas - kā samazināt faila izmēru, lai cilvēks varētu lejuplādēt un atskaņot; kā sadalīt audiofailu pa nodaļām, lai ir ērta klausīšanās; kā noformēt audiofailu vizuāli; kā optimizēt atskaņošanas ātrumu. Platformas testēšanas process aizņem lielu laiku posmu.” Treimane atzīst, ka šādam servisam svarīgākais ir ātrums, adaptēšanās iespēja un mobilitāte, lai klientam ir ērta lietošana bez jebkādas tehniskas aizķeršanās.¹²⁹ Jāpiebilst, ka šāda veida aplikācijas eksistē pateicoties tehnoloģiskajai attīstībai, kas ir nodrošinājusi, ka lielai patērētāju daļai pieder mobilās viedierīces, ļaujot atskaņot audiofailus jebkurā vietā.

Savukārt Apostrofa audiogrāmatu atskaņošanas platforma bija kompaktdiski, kuru izstrāde ir daudz vienkāršāks process. Oga skaidro, ka audiogrāmatu joma nekad nav bijusi viņa pamatnodarbošanās, tā vienmēr ir bijusi blakus darbība, un pieļauj, ka biznesu būtu varējis veidot uz citiem pamatiem, sekojot līdzīgu tehnoloģiju attīstībām un lasītāju paradumiem, līdz ar to šobrīd Apostrofs kopš 2015. gada jaunus ierakstus vairs neproducē. Vienā brīdī arī Apostrofs bija gatavi iekarot interneta platformu tirgu, taču tajā brīdī vēl *iTunes* nebija pieejams Latvijā. Arī e-grāmatu attīstība kavējās, jo nebija pieejams *Amazon* un *Kindle* serviss šajā reģionā, taču nu jau tas ir novecojis priekšstats. „Acīmredzot *Fabula* ir uzķērusi īsto un šobrīd aktuālo formātu, līdz ar to mēs sadarbojamies” Oga skaidro. Apostrofa vadītājs atklāj, ka CD formāta izdošana nepieprasa augstas izmaksas. Taču mūsdienās daudz ko nosaka paradumi, cik liela auditorija vēl vispār lieto CD, un, vai jaunā paaudze zina, kā to atskaņot. 2008. gadā, izdodot diskus mp3 formātā, saskārāmies ar pretestību. Piemēram, vecākās paaudzes cilvēks nopērkot disku, bieži vien nesaprot, kā viņu izmantot, un, tad seko neapmierinātība un sūdzības.¹³⁰

E-bibliotēka piedāvāja klausīties audiogrāmatas viņu mājaslapā. Vanags skaidro, ka tad kad pirms 7 gadiem tika radīta e-bibliotēka, opcija klausīties bija tikai tiešsaistē pie datora, kas vairs neatbilst mūsdienu patērētāja prasībām. Toreiz nebija tādas mobilitātes, kā tagad.¹³¹ Visticamāk, ka mobils formāts e-bibliotēkai būtu guvis daudz lielāku lietotāju auditoriju.

¹²⁹ Jankava, Grieta. *Intervija ar Fabula projektu vadītāju Tīnu Treimani*. Pielikums Nr. 1. 2016. 11. mai.

¹³⁰ Jankava, Grieta. *Intervija ar Apostrofs vadītāju Jāni Ogu*. Pielikums Nr. 2. 2016. 13. mai

¹³¹ Jankava, Grieta. *Intervija ar biedrības Ideju forums pārstāvi Edmundu Vanagu*. Pielikums Nr. 3. 2016. 12. mai.

Otrkārt, audiogrāmatu izstrādes procesā ar tehnoloģiskajiem aspektiem saistās ierakstīšanas process studijā. Fabula sadarbojas ar Dailes teātra ierakstu studiju ar ļoti izdevīgiem nosacījumiem. Pagaidām tas atmaksājas, taču Treimane apgalvo, ka ilgtermiņā izdevīgāk ir izveidot pašiem savu studiju. Viņa atzīst, ka pastāv ļoti novecojis priekšstats, ka ierakstīšanai ir nepieciešama pārmērīgi dārga un augstas kvalitātes studijas aparatūra. Mūsdienās labas un ļoti apmierinošas kvalitātes studijas izveide neprasa daudz līdzekļus. Studijā, pirmkārt ir vajadzīgs skaņu cilvēks, kurš monitorē ieraksta procesu. Ir jābūt labiem mikrofoniem, akustikai, un vietai, kur nolikt lasāmo grāmatu. Protams, pēc ierakstīšanas vēl notiek skaņas apstrāde, kas, protams arī pieprasa izmaksas.¹³² Taču ir skaidrs, ka ilgtermiņā, ierīkojot savu studiju un praktizējot ierakstīšanu regulāri, šis process nesagādā grūtības. Arī Apostrofs nebija izveidojis savu studiju un veica ierakstus sadarbībā ar radio Naba. Oga pieļauj, ka, ja būtu jāirē studija, tad tas būtu bijis daudz dārgāks process.¹³³

Jau vēsturiski, audiogrāmatu attīstība bijusi cieši pakļauta tehnoloģiskajai attīstībai. Pašreiz ir digitālais laikmets, kurā tehnoloģiju ziņā noteicoši un visvairāk patērēti tiek viedtālruņi un citas mobilās ierīces, kurām ir nodrošināta interneta pieeja. Kā galveno faktoru, kas ietekmē audiogrāmatu piedāvājumu attīstību, jāmin nepārtrauktā tehnoloģiju attīstība un inovācijas. Faktors, ka notiek nepārtraukta tehnoloģiskā attīstība, audiogrāmatu izdevējiem ļauj optimizēt ražošanas izmaksas. Pirmkārt, ilgtermiņa izmaksas tiek optimizētas, izdevējiem izveidojot tehnoloģijām atbilstošu audiogrāmatu izplatīšanas modeli. Otrkārt, izmaksas tiek optimizētas, izdevējiem izveidojot pašiem savu ierakstu studiju.

Nodaļas secinājumi

Veicot Latvijas politiskās, ekonomiskās, sociālās un tehnoloģiskās vides faktoru ietekmes analīzi uz audiogrāmatu piedāvājuma attīstību Latvijas grāmatniecības nozarē, noskaidrojās nozari labvēlīgi, gan nelabvēlīgi ietekmējoši vides faktori.

¹³² Jankava, Grieta. *Intervija ar Fabula projektu vadītāju Tīnu Treimani*. Pielikums Nr. 1. 2016. 11. mai.

¹³³ Jankava, Grieta. *Intervija ar Apostrofs vadītāju Jāni Ogu*. Pielikums Nr. 2. 2016. 13. mai

Politiskās vides faktoru ietekme

Vides faktors: Autortiesību saskaņošanas process.

Ietekme: Apgrūtina audiogrāmatu piedāvājuma izstrādes procesu.

Skaidrojums: Galvenais politiskais faktors, kas ietekmē audiogrāmatu piedāvājuma attīstību ir autortiesību likums. Autortiesību likums audiogrāmatu izdevējiem uzliek finansiālu atbildību norēķināties par literāro darbu lietojumu. Spriežot, pēc speciālistu paustā viedokļa šajā jautājumā, pati likumdošana pēc būtības ir sakārtota, neskatoties uz dažiem izņēmumiem atsevišķos likuma apakšpunktos. Komplicētākais autortiesību jautājumā ir tieši tiesību saskaņošanas process, jo tajā ir iesaistītas vairākas puses, pārstāvējot katra savas intereses, līdz ar to šis process bieži vien ir sarežģīts un laikietilpīgs. Autortiesību saskaņošanas process kā faktors nav nelabvēlīgs, taču to varētu raksturot kā apgrūtināšu audiogrāmatu piedāvājuma izstrādes procesā.

Ekonomiskās vides faktoru ietekme

Vides faktors: Zema iedzīvotāju pirktspēja.

Ietekme: Nelabvēlīgi ietekmē audiogrāmatu patēriņu.

Skaidrojums: Ekonomiskā labklājība un finansiālā stabilitāte valstī nosaka pirktspēju. Ekonomiskā situācija Latvijā šobrīd tiek raksturota kā stabila un augoša¹³⁴, taču Eiropas kontekstā tā ir zema. Audiogrāmatu speciālisti zemo pirktspēju skaidro ar Latvijas patērētāju paradumiem, norādot uz patērētāju nevēlēšanos izdot adekvātu naudas summu atbilstoši produkta vērtībai. Zemo pirktspēju nevarētu skaidrot ar zemo pieprasījumu. Speciālisti pauž, ka, lai arī šobrīd esošais audiogrāmatu piedāvājums ir ierobežots, tas ierobežotais apjoms, kas šobrīd ir pieejams, ir pieprasīts un tiek patērēts.

Vides faktors: Vietējo uzņēmumu pieejamo finanšu līdzekļu trūkums.

Ietekme: Neļauj veikt pietiekamas naudas investīcijas audiogrāmatu piedāvājuma un abonēšanas modeļa attīstībā.

¹³⁴ Ekonomikas ministrija. *Informatīvais ziņojums par makroekonomisko situāciju valstī*, Rīga, 2016. aprīlis. 7. lpp. Pieejams: https://www.em.gov.lv/files/tautsaimniecibas_attistiba/makromk/EMZino_150416.pdf [skatīts 2016, 14. mai.].

Skaidrojums: Lai cīnītos ar zemo pirktspēju, nozares pārstāvjiem ir iespēja pielāgot sava piedāvājuma cenu politiku, izveidojot izdevīgu apmaksas modeli, kas atbilst pirktspējai. Ņemot vērā, ka šobrīd izdevīgākais apmaksas modelis ir abonēšana, par ko liecina arī ārzemju tendences, Fabula ar savu apmaksas modeli ir uz pareizā ceļa. Taču abonēšanas modeļa izveide un apjomīga piedāvājuma nodrošināšana pieprasa lielas investīcijas un finansiālus resursus, kuri vietējiem uzņēmumiem nemaz nav pieejami. Līdz ar to, lai veiksmīgi attīstītu audiogrāmatu piedāvājumu Latvijas grāmatniecības nozarē, ir jāpiesaista ievērojami papildus naudas līdzekļi no fondiem, privātā sektora vai ārzemju investoriem.

Sociālās vides faktoru ietekme

Vides faktors: Patērētāju auditorijas demogrāfija

Ietekme: Grāmatniecības nozarei piesaista jaunu patērētāju grupu

Skaidrojums: 70% Fabulas audiogrāmatu klausītāji ir vīrieši, kas ir ļoti netipisks auditorijas īpatsvars citiem grāmatniecības produktiem. Šis faktors labvēlīgi ietekmē audiogrāmatu attīstību un grāmatniecības nozari, jo tiek apgūta un piesaistīta jauna patērētāju grupa.

Vides faktors: Patērētāju literatūras lietošanas paradumi

Ietekme: Limitē audiogrāmatu patērētāju auditoriju un nelabvēlīgi ietekmē attieksmi pret alternatīviem literatūras formātiem.

Skaidrojums: Ar sabiedrības paradumiem literatūras lietošanā ir saistīti divi sociālie faktori. Pirmkārt, patērētāju vidū pieprasītāka ir izklaidējoša ārzemju literatūra, taču šobrīd esošajā audiogrāmatu piedāvājumā ir tikai latviešu literatūras darbi, kas nav tik atbilstoši pieprasījumam, līdz ar to tiek zaudēta zināma audiogrāmatu patērētāju auditorija. Otrkārt, katram indivīdam ir savas formāta preferences un tehnoloģiskie lietošanas paradumi, kurus ir grūti mainīt, un tie bieži vien nelabvēlīgi ietekmē attieksmi pret alternatīviem literatūras formātiem.

Vides faktors: Latviešu migrācija.

Ietekme: Samazina potenciālo audiogrāmatu patērētāju auditoriju.

Skaidrojums: Šī faktora ietekme ir minimāla, taču tā ir vērā ņemama. Izbraucēju daļa, kurus interesē literatūra, sastopoties ar šķēršļiem tikt pie latviešu literatūras ārzemēs, jau ir pārgājusi

uz ārzemju literatūru un lasa citās valodās. Šī izbraucēju daļa par latviešu literatūru vairs neinteresējas, kas nelabvēlīgi ietekmē potenciālo audiogrāmatu patērētāju skaitu. Taču, pateicoties digitālajam formātam, kas ļauj piekļūt audiofailiem jebkur pasaulē, kā arī interneta mārketingam, kas nodarbojas ar precīzu auditorijas mērķēšanu¹³⁵, ir parādījušās iespējas vismaz daļēji sasniegt šo patērētāju grupu.

Tehnoloģiskās vides faktoru ietekme

Vides faktors: Tehnoloģiju attīstība un inovācijas

Ietekme: Ļauj audiogrāmatu izdevējiem optimizēt produkta izstrādes izmaksas.

Skaidrojums: Jau vēsturiski, audiogrāmatu attīstība bijusi cieši pakļauta tehnoloģiskajai attīstībai. Pašreiz ir digitālais laikmets, kurā tehnoloģiju ziņā noteicoši un visvairāk patērēti tiek viedtālruni un citas mobilās ierīces, kurām ir nodrošināta interneta pieeja. Kā galveno faktoru, kas ietekmē audiogrāmatu piedāvājumu attīstību, jāmin nepārtrauktā tehnoloģiju attīstība un inovācijas. Faktors, ka notiek nepārtraukta tehnoloģiskā attīstība, labvēlīgi ietekmē audiogrāmatu produkta izstrādes izmaksas. Pirmkārt, ilgtermiņa izmaksas tiek optimizētas, izdevējiem izveidojot tehnoloģijām atbilstošu audiogrāmatu izplatīšanas modeli, piemēram, mobilo aplikāciju. Otrkārt, izmaksas tiek optimizētas, izdevējiem izveidojot pašiem savu ierakstu studiju.

¹³⁵ Google AdWords. Audience targeting. Pieejams: <https://support.google.com/adwords/editor/answer/1052569?hl=en> [skatīts 2016, 15. mai.].

NOBEIGUMS

Pētnieciskajā procesā tika izpildīti darba uzstādītie uzdevumi.

Tika aprakstīts audiogrāmatu jēdziens, vēsture, priekšrocības un nozīme sabiedrībā un secināts, ka audiogrāmatu piedāvājums un popularitāte ir cieši saistīts ar tehnoloģisko attīstību. Tai pašā laikā, nozīmīgi, ka audiogrāmatas attīsta vitālas valodas prasmes, veicina koncentrēšanās spējas un izpratni, attīsta pareizu izrunu, kritisko domāšanu, inteligenci, kā arī paplašina vārdu krājumu. Tādējādi audiogrāmatas visvairāk priekšrocības sniedz bērniem, jauniešiem, cilvēkiem ar redzes un lasīšanas traucējumiem, vājredzīgajiem un neredzīgajiem, savukārt pieaugušie un pieredzējuši lasītāji tās izbauda kā papildus literatūras avotu.

Tika aprakstīta audiogrāmatu lomu grāmatniecības nozarē globāli. Noskaidrojās, ka audiogrāmatas ir visstraujāk augošais segments grāmatniecībā nozarē, kas pēdējo gadu laikā ir piedzīvojis strauju attīstību, pateicoties digitālajām un mobilajām tehnoloģijām, kas veicinājušas izdevīga izplatīšanas modeļa izveidi. Aprakstot audiogrāmatu loma Latvijas grāmatniecības nozarē, tika secināts, ka audiogrāmatas ir literatūras nesējs, un to piedāvājuma nodrošināšana būtu nozares attīstības perspektīva, kas popularizētu literatūru latviešu valodā un veicinātu izdevējdarbību. Audiogrāmatu piedāvājuma attīstīšana tirgū veicinātu arī nozares finansiālo labklājību, par izdotajām audiogrāmatām tiktu maksāti nodokļi un autortiesības, tādējādi palielinot apgrozījumu. Tika noskaidrots apstāklis, ka praktiski audiogrāmatu uzņēmējdarbība Latvijā sevi vēl nav pierādījusi kā ienesīgu, kas liek domāt, ka nav atrasti apstākļi un nosacījumi, kuru izpilde nodrošinātu veiksmīgu šīs jomas darbību. Apzinot pašreizējo audiogrāmatu piedāvājumu Latvijā, tika secināts, ka pieejamais apjoms ir ierobežots, jo šobrīd Latvijas tirgū ir pieejamas 28 audiogrāmatas latviešu valodā.

Tika analizēta Latvijas ārējās vides faktoru ietekme uz audiogrāmatu piedāvājuma attīstību. Darba mērķis tika sasniegts un noskaidrota Latvijas politiskās, ekonomiskās, sociālās un tehnoloģiskās vides faktoru ietekme uz audiogrāmatu piedāvājuma attīstību Latvijas grāmatniecības nozarē. Izrietēja gan labvēlīgi, gan nelabvēlīgi audiogrāmatu piedāvājuma attīstību ietekmējoši faktori. Tika secināts, ka ekonomiskie faktori ir galvenie, kas nelabvēlīgi ietekmē audiogrāmatu piedāvājuma attīstību. Pirmais ekonomiskās vides ietekmes faktors ir zema iedzīvotāju pirktspēja, kas nelabvēlīgi ietekmē audiogrāmatu patēriņu. Otrais faktors ir vietējo uzņēmumu pieejamo finanšu līdzekļu trūkums, kas neļauj veikt pietiekamas naudas investīcijas audiogrāmatu piedāvājuma un abonēšanas modeļa attīstībā. Tika secināts, ka

abonēšanas modeļa izveide un apjomīga piedāvājuma nodrošināšana pieprasa lielas investīcijas un finansiālus resursus, kuri vietējiem uzņēmumiem nemaz nav pieejami. Līdz ar to, lai veiksmīgi attīstītu audiogrāmatu piedāvājumu Latvijas grāmatniecības nozarē, ir jāpiesaista ievērojami papildus naudas līdzekļi. Tika noskaidrots, ka audiogrāmatu producēšana ir izdevīga pie nosacījuma, ka ir apjomīgs piedāvājums, izdevīgs izplatīšanas modelis, liels klientu skaits, labs saturs un privāta studija.

Šim pētnieciskajam darba saskatu nākotnes perspektīvas. Nākamais pētījuma solis varētu būtu praktisku un efektīvu priekšlikumu meklēšana, kas atrisinātu nelabvēlīgo vides faktoru ietekmi uz audiogrāmatu piedāvājuma attīstību. Kā arī noderīga būtu plašas aptaujas veikšana sabiedrībā par audiogrāmatu un audioierakstu klausīšanās paradumiem.

KOPSAVILKUMS

Audiogrāmata ir literāra darba mutvārdu ieraksts. Audiogrāmatas aizsāka ierakstītās literatūras tradīciju kopš zinātnieks Tomass Edisons 1877. gadā izgudroja fonogrāfu. *Runājošās grāmatas*, kas bija sākotnējais apzīmējums audiogrāmatām, Edisons primāri bija paredzējis neredzīgajiem, taču viņa iecere attiecībā uz tām bija arī izglītojoša un izklaidējoša. 20. gadsimta pirmajā pusē tika eksperimentēts ar audio ierakstīšanas tehnoloģijām un gadsimta otrajā pusē uzplauka audiogrāmatu uzņēmējdarbība. Audiogrāmatu piedāvājums un popularitāte ir cieši saistīts ar tehnoloģisko attīstību. Sākotnējais formāts, no fonogrāfa ar ierobežota ierakstu garuma, mūsdienās ir attīstījies līdz digitālam formātam, kas piedāvā ērtu un mobilu lietošanas pieredzi.

Audiogrāmatas kļūst ar vien populārākas lasītāju vidū, taču sabiedrībā šis literatūras formāts saistās ar zināmu skepsi un ir apvīts ar vairākiem stereotipiem. Klausīšanās tiek salīdzināta ar lasīšanu, taču starp šiem procesiem pastāv liela atšķirība. Aplams ir uzskats, ka no audiogrāmatas klausīšanās tiek gūts mazāks labums, priekšrocības vai vērtības, kā no lasīšanas. Klausīšanās procesam ir izšķiroša nozīme lasītprasmes attīstīšanā. Klausīšanās attīsta pareizu izrunu, tā veicina izpratni par skaņas un simbola saistību, kā arī paplašina vārdu krājumu. Audiogrāmatas ir spēcīgs instruments, lai attīstītu tekošu, raitu lasītprasmi bez aizķeršanās un ar izpratni. Grāmatu klausīšanās veicina koncentrēšanās spējas, radina pie fokusa un izturības, attīsta kritisko domāšanu, inteligenci un aktīvās klausīšanās prasmes. Klausīšanās ir aktīvs un kognitīvs process, kas ir apgūstams.

Audiogrāmatas attīsta vitālas valodas prasmes. Tās visvairāk priekšrocības sniedz bērniem, jauniešiem, cilvēkiem ar redzes un lasīšanas traucējumiem, vājredzīgajiem un neredzīgajiem. Lai arī būtiskākās priekšrocības gūst šī klausītāju auditorija, arī pieaugušie un pieredzējuši lasītāji izbauda audiogrāmatas, kā papildus literatūras avotu, gūstot garīgās vērtības.

Audiogrāmatas ir visstraujāk augošais segments grāmatniecībā nozarē. Globāli audiogrāmatu tirgus vērtība šobrīd ir 2,8 miljardu dolāru, un tas ir galvenokārt saistīts ar strauji augošu audiogrāmatu apjomu. 2015. gadā tika izdotas 43`000 jaunas audiogrāmatas. 2015. gada pirmajos 8 mēnešos pārdoto audiogrāmatu skaita pieaugums attiecībā pret 2014. gadu bija 37,8%. Šobrīd lielākais audiogrāmatu tirgus ir ASV, Skandināvijā un Vācijā.

Sāk parādīties aiz vien izdevīgāki audiogrāmatu izplatīšanas modeļi, kas gūstot veselīgu peļņu, pozitīvi ietekmē grāmatniecības nozari. Audiogrāmatu radīšanas procesā iesaistīti

vairāki nozares pārstāvji - autori, ierunātāji, izdevēji, klienti, mazumtirgotāji, producenti un studijas pārstāvji. Audiogrāmatu izdošanas izmaksas ir augstas, līdz ar to ir nepieciešams īpašs apmaksas modelis, kas ļautu strādāt ar ienākumiem. Pateicoties digitālajām tehnoloģijām, vairāki uzņēmumi ir pievērsušies audiogrāmatu abonēšanas pakalpojumiem, ar abonēšanu saprotot apmaksas modeli, kas par konkrētu summu mēnesī piedāvā klausīties noteiktu vai neierobežotu audiogrāmatu klāstu. Šis apmaksas modelis ir balstīts mobilā aplikācijā, kuru lietotājs lejuplādē savā mobilajā ierīcē. Abonēšanas modelis atmaksājas pie liela klientu skaita.

Ar šajā darbā izmantoto jēdzienu *grāmatniecības nozare* tiek saprasta darbības sfēra, kas atbild par grāmatu izdošanu un izplatīšanu iespiestā, elektroniskā vai audio formātā. Audiogrāmatas ir literatūras nesējs, un to piedāvājuma nodrošināšana būtu nozares attīstības perspektīva, kas popularizētu literatūru latviešu valodā un veicinātu izdevējdarbību. Teorētiski, audiogrāmatu piedāvājuma attīstīšana tirgū veicinātu arī nozares finansiālo labklājību, par izdotajiem audioierakstiem tiktu maksāti nodokļi un autortiesības, tādējādi palielinot apgrozījumu. Tomēr praktiski šī uzņēmējdarbība Latvijā sevi vēl nav pierādījusi kā ienesīgu, kas liek domāt, ka nav atrasti apstākļi un nosacījumi, kuru izpilde nodrošinātu veiksmīgu šīs jomas darbību.

Kopumā šobrīd Latvijas tirgū ir pieejamas 28 audiogrāmatas, ko piedāvā Fabula un Apostrofs, kā arī bezmaksas literāri darbi audio formātā, ko nodrošina Pasakas.net, LibriVox, Latvijas Neredzīgo bibliotēka un Latvijas radio. No vienas puses, viss šobrīd Latvijā pieejamais audio literatūras saturs attīsta grāmatniecības nozari tādā izpratnē, ka tiek popularizēta literatūra, taču pašreizējais piedāvājums tirgū ir ārkārtīgi mazs un neveicina ievērojamu finansiālu nozares attīstību.

Pētnieciskajā procesā tika noskaidrota Latvijas politiskās, ekonomiskās, sociālās un tehnoloģiskās vides faktoru ietekme uz audiogrāmatu piedāvājuma attīstību Latvijas grāmatniecības nozarē. Politiskās vides ietekmes faktors ir autortiesību saskaņošanas process, kas apgrūtina audiogrāmatu piedāvājuma izstrādes procesu. Analizējot ekonomisko vidi, izrietēja divi faktori, kas ietekmē audiogrāmatu piedāvājuma attīstību. Pirmais ekonomiskās vides ietekmes faktors ir zema iedzīvotāju pirktspēja, kas nelabvēlīgi ietekmē audiogrāmatu patēriņu. Otrais faktors ir vietējo uzņēmumu pieejamo finanšu līdzekļu trūkums, kas neļauj veikt pietiekamas naudas investīcijas audiogrāmatu piedāvājuma un abonēšanas modeļa

attīstībā. Analizējot sociālo vidi, priekšplānā izvirzījās trīs faktori, kas ietekmē audiogrāmatu piedāvājuma attīstību. Pirmais sociālas vides ietekmes faktors ir patērētāju auditorijas demogrāfija, kas grāmatniecības nozarei piesaista jaunu patērētāju grupu. Otrais faktors ir patērētāju literatūras lietošanas paradumi, kas limitē audiogrāmatu patērētāju auditoriju un nelabvēlīgi ietekmē attieksmi pret alternatīviem literatūras formātiem. Trešais faktors ir Latviešu migrācija, kas samazina potenciālo audiogrāmatu patērētāju auditoriju. Tehnoloģiskās vides ietekmes faktors ir tehnoloģiju attīstība un inovācijas, kas ļauj audiogrāmatu izdevējiem optimizēt produkta izstrādes izmaksas.

IZMANTOTO AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS

1. About Storytel. Pieejams: <https://www.storytel.se/om-storytel>
2. Akadēmisko terminu datu bāze. Pieejams: <http://termini.lza.lv>
3. Anderson, R. C., Hiebert, E., Scott, J., & Wilkinson, I. *Becoming a nation of readers: The report of the Commission on Reading*. Champaign, IL: Center for the Study of Reading, 1985.
4. Autortiesību un komunikēšanas konsultāciju aģentūra / Latvijas Autoru apvienība. Literārie darbi. Pieejams: http://www.akka-laa.lv/lat/autoru_darbu_lietotajiem/literarie_darbi/
5. Barclay, Lizbeth A. *Learning to Listen/Listening to Learn: Teaching Listening Skills to Students with Visual Impairments*. American Foundation for the Blind, 2012.
6. Beers, Kylene. *Listen While You Read: Struggling Readers and Audiobooks*. *School Library Journal*, April 1998.
7. Burkey, Mary, Sharon Grover, & Liz Hannegan. *Sound Learning Overview*. Developed for the Audio Publishers Association, 2014.
8. Pieejams: <http://www.soundlearningapa.org/docs/overview.pdf>
9. Burkey, Mary. *Audiobooks for Youth: A Practical Guide to Sound Literature*. American Library Association. 2013.
10. Digitālā biznesa rokasgrāmata. PEST analīze.
Pieejams: <http://rokasgramata.lv/vadiba/pest-analize/>
11. Dr. Serafini, Frank. *AUDIOBOOKS & LITERACY, An Educator's Guide to Utilizing Audiobooks in the Classroom*. Listening Library, A Division of Random House, 2004.
12. EduGains. *Connecting Practice and Research: Listening Guide*. Literacy Gains, June 2009. Pieejams: http://www.edugains.ca/resourcesLIT/CoreResources/Listening_Guide_June4%202009.pdf

13. Ekonomikas ministrija. *Informatīvais ziņojums par makroekonomisko situāciju valstī*, Rīga, 2016. aprīlis. 7. lpp. Pieejams: https://www.em.gov.lv/files/tautsaimniecibas_attistiba/makromk/EMZino_150416.pdf
14. Fabula. Audiogrāmatas. Pieejams: <https://fabula.im/lv/discover/lv/tag/56c1c5844694ce498384b706>
15. Google AdWords. Audience targeting. Pieejams: <https://support.google.com/adwords/editor/answer/1052569?hl=en>
16. Grover, Sharon & Hannegan, Lizette D. *Listening to Learn: Audiobooks Supporting Literacy*. American Library Association, 2012.
17. Have, Iben & Pedersen, Birgitte S. *Digital Audiobooks: New Media, Users, and Experiences*. Routledge, 2016.
18. Hyslop, Nancy B. - Tone, Bruce. *Listening: Are we teaching It, and If So, How?* ERIC Clearinghouse on Reading and Communication Skills Bloomington IN, 1998. Pieejams: <http://www.ericdigests.org/pre-928/listening.htm>
19. Kozłowski, Michael. Global Audiobook Trends and Statistics for 2016. Good E-Reader. 2015, 18. dec. Pieejams: <http://goodereader.com/blog/interviews/global-audiobook-trends-and-statistics-for-2016>
20. Kultūras ministrija. Ministrijas kompetence literatūras un grāmatniecības jomā. Pieejams: http://www.km.gov.lv/lv/nozares_info/literatura.html
21. Latvijas Neredzīgo bibliotēka. Audiogrāmatas. Pieejams: http://www.neredzigobiblioteka.lv/?page_id=202
22. Latvijas radio. Pieejams: <http://www.latvijaradio.lsm.lv/lv/radioteatris/>
23. Latvijas Republikas Saeima un valsts prezidents. Autortiesību likums. pieņemts 06.04.2000. Likumi.lv. Pieejams: <http://likumi.lv/doc.php?id=5138>
24. Lazdiņš, Aigars. *Attaisno e-bibliotēkas izveidotājus*. Latvijas Sabiedriskie mediji. 2013. 7. jun. Pieejams: <http://www.lsm.lv/lv/raksts/latvija/zinas/attaisno-e-bibliotekas-izveidotajus.a58478/>
25. LibriVox. Pieejams: <https://goo.gl/3hEqbg>

26. Longanecker, Chuck. *Why You Should Use a Subscription Business Model*. Entrepreneur, March 19, 2015. Pieejams: <https://www.entrepreneur.com/article/243573>
27. Lursoft. Grāmatu izdošana. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lapsaext?act=NACESRCH>
28. Mansards. Apostrof grāmatu plaukts. Pieejams: <http://goo.gl/ZH7FGi>
29. Matthews, Paul M. & Jeffrey McQuain. *The Bard on the Brain: Understanding the Mind Through the Art of Shakespeare and the Science of Brain Imaging*. New York: Dana Press; 1 edition, 2003.
30. McDowell, Edwin. The Media Business; Publishing`s Backbone: Older Books. March 26, 1990. Pieejams: <http://www.nytimes.com/1990/03/26/business/the-media-business-publishing-s-backbone-older-books.html>
31. Pasakas.net. Pieejams: <http://www.pasakas.net/pasakas/>
32. Petress, Kenneth C. *Listening: A Vital Skill*. Journal of Instructional Psychology 26.4, 1999.
33. Pretendentu apvienība SIA: "Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija" & Latvijas Kultūras akadēmijas Zinātniskās pētniecības centrs. *Pētījums par Valsts Kultūrkapitāla fonda kultūras nozaru finansēšanu*. Rīga, 2015. 131. lpp. Pieejams: <http://www.vkkf.lv/#2727>
34. Reviews & Comparisons. *Audiobook Services Reviews*. Pieejams: <http://audiobook-services-review.toptenreviews.com/>
35. Ronald, K. & Roskelly, H. *Listening as an act of composing*. Paper presented at the 36th Conference on College Composition and Communication. (ED 257 094), 1985.
36. Rose, David. & Dalton, Beidget. *Plato Revisited: Learning Through Listening in the Digital World*. From National Center on Universal Design for Learning, 2006.
37. Rubery, Matthew. *Audiobooks, Literature and Sound Studies*. Routledge, 2011.
38. Saenger, Paul Henry. *Space between Words: The Origins of Silent Reading*. Stanford: Stanford University Press, 1997.

39. Schmidt, Milena. *The State of the Audiobook*. September, 2015.
Pieejams: <http://authornews.penguinrandomhouse.com/the-state-of-the-audiobook/>
40. Tezaurs. Skaidrojošā vārdnīca. Pieejams: <http://www.tezaurs.lv>
41. Tindall, E. & Nisbet, D. *Listening: A vital skill*. The International Journal of Reading, 15, 2008.
42. Valsts Kultūrkapitāla fonds. Pieejams: <http://www.vkkf.lv/#56>
43. Valsts valodas komisija. Pieejams: <http://www.vvk.lv/print.php?id=772&PHPSESSID=>
44. Whittingham, Jeff; Huffman, Stephanie; Christensen, Rob; and McAllister, Tracy. *Use of Audiobooks in a School Library and Positive Effects of Struggling Readers' Participation in a Library-Sponsored Audiobook Club*. American Association of School Librarians. 2013.
45. World Health Organization. *Visual impairment and blindness*. Fact Sheet N°282. August, 2014. Pieejams: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs282/en/>

ANNOTATION

Paper *Audiobooks as development opportunity of Latvian publishing industry* researches topics about the fact, that there are limited amount of audiobooks in Latvia`s consumer market.

The aim of the research is to find out how Latvia's political, economic, social and technological environmental factors affect audiobook development in Latvian publishing industry. Paper describes audiobook definition, development history, benefits and importance in society. Work reflects Audiobook role in publishing industry globally and locally in Latvia. In this work, current situation of audiobook amount in Latvia's consumer market is explored. Research paper provides an analysis of how Latvia's environmental factors affect audiobook development in Latvian publishing industry, based on interviews with experts of the industry. In paper`s summary, conclusions are made about factors that negatively affect audiobook development and about conditions that are necessary for successful audiobook development in Latvian publishing industry.

1. pielikums

Intervija ar Fabula projektu vadītāju Tīnu Treimani

2016. gada 11. maijs

Pastāstiet par uzņēmuma *Fabula* darbību un ideju par audiogrāmatām

Ideja par audiogrāmatām parādījās pirms pusotra gada, sekojot *Audible* piemēram ASV un *Storytel* Zviedrijā, kurš iepriekšējā gada laikā divkārtēja savu peļu, un saprata, ka audiogrāmatas ir unikāls produkts, ko izvirzīt tirgū. Tiklīdz ir gan audiogrāmatas, gan e-grāmatas, uzņēmums šķiet daudz pievilcīgāks.

Kādi audiogrāmatu platformas izstrādes priekšnoteikumi un process?

Izstrādes process aizņēma aptuveni gadu, lai radītu mobilo platformu, kurā straumēt audiogrāmatas. Ja tas ir abonēšanas serviss un, ja ir īslaicīga pieejama audiogrāmatai, tad ir jādomā par serveriem, kuros uzglabāt audiofailus. Audiofails ir milzīgs, tas uzreiz aizņem vismaz gigabaitu. Ir jāizplāno visas detaļas - kā samazināt faila izmēru, lai cilvēks varētu lejuplādēt un atskaņot; kā sadalīt audiofailu pa nodaļām, lai ir ērta klausīšanās; kā noformēt audiofailu vizuāli; kā optimizēt atskaņošanas ātrumu. Platformas testēšanas process aizņem lielu laiku posmu. Šādam servisam svarīgākais ir ātrums, adaptēšanās iespēja un mobilitāte, lai klientam ir ērta lietošana bez jebkādas tehniskas aizķeršanās. Izmaksu ziņā šādas platformas izstrādei nepieciešami padsmiņi tūkstoši eiro.

Kāds ir Fabulas audiogrāmatu piedāvājums?

Šobrīd Fabulas katalogā ir pieejamas 11 audiogrāmatas, 8 ir producētas sadarbībā ar *Apostrofs*, 3 ir Fabulas producētas. Divas Fabulas audiogrāmatas ir producētas sadarbībā ar izdevniecību Mansards - Jāņa Joņeva *Jelgava 94*, kuru ierunāja Edgars Šubrovskis, un Kristīnes Želves *Meitene, kas nogrieza man matus*, kuru ierunāja Valmieras teātra aktrise Inese Pudža. Sadarbībā ar *Dienas grāmata* ir izdota Ingas Ābeles grāmata *Paisums*, un ir plānots ierakstīt vēl divas - Paula Bankovska *18*, kuru pats Bankovskis arī ierunās, un Alda Bukša *Parādu piedzinēji*. Ja aktīvi tiek producēts, tad mēneša laikā var izdot lielu audiogrāmatu apjomu.

Kā notiek sadarbība ar Apostrofu attiecībā uz autortiesībām?

Piemēram, lai sadarbotos ar Apostrofu, ar viņiem ir jānokārto tiesības kā producentiem, jo Apostrofam ir atrunātas tiesības izdot audiogrāmatas kompaktdiska formātā un Fabula izdod attiecīgi digitālā formātā. Ir jānokārto tiesības ar AKKA/ LAA, jo par katru noklausīto grāmatu ir jāmaksā autortiesības.

Kādas tiesības ir jānokārto, kad Fabula producē audiogrāmatu?

Savukārt, kad Fabula pati producē audiogrāmatu, tad tiesības un norēķināšanās notiek tieši ar izdevējiem, un, kā viņi tālāk norēķinās ar autoriem mums nav zināms. Piemēra, šobrīd ir atsevišķs gadījums, drīzumā tiks izdoti Ingas Žoludes *Sarkanie bērni*, kurā mēs slēdzam līgumu gan ar Apostrofu, jo viņi ir tie, kas viņu producēja, gan izdevniecību Dienas grāmata, jo viņi ir tie, kas viņu izdeva un iedeva Apostrofam tiesības ierakstīt tikai kompaktdisku, gan ar pašu grāmatas autori. Šis arī ir galvenais šķērslis audio satura pievienošanai, jo šī autortiesību sakārtošana ir sarežģīta. Svarīga ir, protams, paša izdevēja iniciatīva. Piemēram, ir jauna izdevniecība *Burtlicis Burkšķis*, kuriem pagaidām ir tikai viena grāmata *Almareja mulķība*. Kad Fabula slēdza līgumu ar izdevējiem par šīs grāmatas elektroniskās versijas izdošanu, tad pieminējām, ka Fabula izdod arī audiogrāmatas, un viņi paši pēc savas iniciatīvas izdomāja to ierakstīt, līdz ar to drīzumā šī audiogrāmata tiks pievienota Fabulas katalogam. Šis ir lielisks piemērs par izdevēja pašiniciatīvu. Protams, tas ir klasikas darbs, kuram autortiesības ir noilgušas.

Kādi ir autortiesību nosacījumi attiecībā uz literāriem darbiem, kuriem autortiesības ir iztecējušas?

Ja konkrētajam darbam ir autortiesībām noilgums, kas iestājas 70 gadus pēc autora nāves, tas nenozīmē, ka par autortiesībām nekas netiek maksāts, jo viss ir atkarīgs arī no izmantotā darba izdevuma vai autortiesību mantiniekiem. Ja, piemēram, grāmatai ir pēcvārds, tad pat pēcvārda autoram ir jāmaksā autortiesības, jo tā ir neatdalāma darba vienība. Ja teksta avots būtu tīrs manuskripts, kuram ir autortiesību noilgums, tad nekas nebūtu jāmaksā. Šādi darbi, uz kuriem vairs neattiecas nekādi autortiesību likumi, ir ļoti maz. Vissarežģītāk ir ar darbiem, kuriem ir autortiesību noilgums un izdevniecība, kurai ir tiesības uz darba izdevumu vairs neeksistēt. Jo šādā gadījumā darba autortiesības nevis tiek anulētas, bet nobloķētas. Vēl citi izņēmumi

attiecās uz darbiem, kuru izmantošana Latvijā kāda laika posmā ir bijusi aizliegta. Šāda problēma ir pārsvarā ar PSRS laika darbiem. Šajā jautājumā ir nesakārtota likumdošana, un, lai piekļūtu šiem darbiem, ir jāiet cauri sarežģītam birokrātiskam procesam. Papildus problēmas rodas, ja autortiesības tiek mantotas. Piemēram, divus gadu nevarēja izdot Margaritas Stārstes darbus, jo mantinieki nevarēja savā starpā vienoties par tiesībām, kas uzreiz uzliek bloku jebkāдай izdevējdarbībai.

Kāds process ir jāveic, lai nokārtotu autortiesības tulkotai ārzemju literatūrai?

Fabula šobrīd izdod tikai latviešu literatūras darbus. Lai izdotu ārzemju literatūru, pirmkārt ir jāmaksā izdevniecībai, kas ir veikusi tulkojumu, otrkārt, tālāk ir jāvienojas ar aģentūru, kas pārstāv darba autoru. Piemēram, Fabula vēlējās ierakstīt vienu ASV autora darbu un aģentūra pieprasīja avansu, 40% no peļņas un uzstādīja minimālo pārdošanas apjomu. Priekš Latvijas grāmatniecības šādas prasības ir pārāk augstas, jo viņi nerēķinās, ka tirgus ir mazs, pietam mums pašiem ir vēl jāsedz audiogrāmatu producēšanas izmaksas. Tāpēc šobrīd, ierakstīt ārzemju literatūru ir gandrīz neiespējami, ja vien nav pieejami lieli naudas līdzekļi. Liela nozīme ir arī izdevniecības spējai panākt sev pēc iespējas labvēlīgākus nosacījumus, kas, piemēram, ļoti labi izdodas Igaunijas un Somijas izdevniecībām, taču Latvijā šī spēja ir mazattīstīta.

Kāds ir audiogrāmatu nodoklis?

Uz audiogrāmatām attiecas tāda pati PVN likme, kā drukātajām grāmatām, kas ir 9%. Nelabvēlīgāka situācija ir e-grāmatām, kur PVN ir 21%.

Pastāstiet par Fabulas abonēšanas modeli

Fabulas mēneša abonements maksā 6.99€, 3 mēnešu 18.99€ un 6 mēnešu 33.59€. Tas nav dārgi. Mēs ar katru izdevēju norēķināmies par katru grāmatu. Par katru izlasīto vai noklausīto grāmatu, izdevējs saņem samaksu vairuma cenas vērtībā. Ir izveidota online atskaišu sistēma, kas ir pieejama arī izdevējiem, un viņš var sekot līdz patērētajam apjomam. Šis abonēšanas modelis ir izdevīgs izdevējiem, taču mums tas atmaksājas tikai pie liela lietotāju skaita, sākumā nesot zaudējumus. Protams, ir iespēja kaulēties par vairuma cenu. Piemēram, e-

grāmatas vairumcena ir robežās no 2.50€ - 8€, bet audiogrāmatu vairumcenas ir daudz mazākas, līdz ar to ilgtermiņā tās producēt ir izdevīgāk.

Vai audiogrāmatu bizness ir izdevīgs?

Kopumā audiogrāmatas producēt ir izdevīgi pie nosacījuma, ka ir apjomīgs piedāvājums, liels klientu skaits, labs saturs un privāta studija. Tas ir plaukstošs bizness. Sākumā ir jāveic milzīgas finansiālas investīcijas, taču aptuveni pēc 3 gadiem tas pārvēršas par kaut ko pelnošu, izdevīgu un iespaidīgu. Latvijas tirgū šādas naudas nav, tāpēc izdevēji bieži vien parēķina un saprot, ka viņiem nav izdevīgi attīstīt audiogrāmatu biznesu. Ja ir pareizs menedžments, laba sadarbība ar izdevējiem, tad, manuprāt tā var attīstīties par konkurētspējīgu uzņēmējdarbību.

Kā jūs norēķināties ar audiogrāmatu ierunātājiem?

Ierunātājiem ir vienreizējs honorārs par ierunāšanu. Audiogrāmatas veiksmīgums ir atkarīgs ne tik daudz no perfektas skaņas kvalitātes kā no ierunātāja un tās emocionālās puses, ko viņš pievieno, ka runātājs pietāv saturam.

Kur tiek ierakstītas Fabula audiogrāmatas?

Fabula sadarbojas ar Dailes teātra ierakstu studiju. Mums ir ļoti izdevīgi nosacījumi. Pagaidām tas strādā, taču ilgtermiņā izdevīgāk ir izveidot pašiem savu studiju. Pastāv ļoti novecojis priekšstats, ka ierakstīšanai ir nepieciešama pārmērīgi dārga un augstas kvalitātes studijas aparatūra. Mūsdienās labas un ļoti apmierinošas kvalitātes studijas izveide neprasa daudz līdzekļus. Studijā pirmkārt ir vajadzīgs skaņu cilvēks, kurš monitorē ieraksta procesu. Ir jābūt labiem mikrofoniem, akustikai, un vietai, kur nolikt lasāmo grāmatu. Protams, pēc ierakstīšanas vēl notiek skaņas apstrāde.

Vai Latvijā ir audiogrāmatu pieprasījums un pirkspēja?

Latvijā ir pirkspēja, taču atviesu auditorija ir ļoti izvēlīga un uzreiz pieprasa lielu apjomu. Cenas abonēšanas modelim ir neadekvāti zemas priekš tā, ka tiek sniegta iespēja lasīt un klausīties grāmatas neierobežotā apjomā. Latviešu auditorija šajā ziņā skopojas un nespēj novērtēt produkta patieso vērtību. Tādā ziņā Latvija ir ļoti nepateicīgs tirgus. Ar mazām valstīm problēma ir tāda, ka tās ir ļoti reģionālas, jāreķinās, ka, ierakstot audiogrāmatu latviešu

valodā, auditorija nebūs miljoni, tie būs tūkstoši, maksimums 100 tūkstoši, pārsvarā gados jauna auditorija, sociāli aktīvi viedtālrunu īpašnieki. 70% Fabulas audiogrāmatu klausītāji ir vīrieši, kas ir ļoti netipiski citiem grāmatniecības produktiem. Savukārt e-grāmatas lasa vairāk sievietes. Vidējais auditorijas vecums ir no 20-45 gadiem. Februāra beigās Fabula sāka izdot audiogrāmatas. Tā kā Fabula mēneša abonements darbojas gan uz e-grāmatām, gan audiogrāmatām, tad ir grūti noteikt, cik lietotāji abonē tieši audiogrāmatu dēļ. Taču kopumā jauno lietotāju pieaugums 3 mēnešu laikā ir 20%, kas ir lielisks rādītājs. Tā kā pieprasījums ir. Vēl viena auditorija ir ārzemēs dzīvojošā latviešu auditorija, uz kuru mēs mērķtiecīgi arī strādājam. Šo auditoriju speciāli meklējam un atrodam ar interneta reklāmas palīdzību un online mārketingu.

Kāda veida literatūra ir vispieprasītākā?

Jāteic, ka ārzemju bestselleriem, detektīviem un dāmu romāniem ir vislielākais noiets e-grāmatu lasītāju vidū, taču audiogrāmatu piedāvājumā šāda žanru literatūra pagaidām nav.

2. pielikums

Intervija ar Apostrofs vadītāju Jāni Ogu

2016. gada 13. maijs

Pastāstiet par Apostrofa darbību

Apostrofs dibināts 2008. gadā, kaut gan iecere bija jau stipri senāka, skatoties, ka citās valstīs audiogrāmatu formāts lielā mērā tik pat populārs kā drukātā grāmata. To uzsākām, mēģinot atdzīvināt latviskās simpātijas pret visu, ko mēs saucam par radio teātri un ierunāto literatūru, kam jau ir sena vēsture. Sākot jau ar pirmskara gadiem, kad radio sāka strādāt ar klasiskajām Ziemassvētku vakara ludziņām, un, turpinot ar 40. un 50. gadiem, kad nostiprinājās radio teātris, piesaistot labākos latviešu aktieros. Mēs negribējām turpināt radio teātra tradīciju, jo tāda veida audiogrāmatas jau tika izdotas, ar to nodarbojās arī *Platforma records*. Mēs vēlējamies iedzīvināt to ar kas šodien tiek saprasts ar audiogrāmatu, ka tas kvalitatīvi lasīts literārs teksts, autora vai aktiera izpildījumā, bez jebkādiem specefektiem. Nav nekādi skaņas efekti, iztēli paspilgtinoši līdzekļi vai detaļas. Ir tikai tīrais teksts, kas lielā mērā aizvieto cilvēkam lasīšanas funkciju brīdī, kad viņš nevar lasīt, bet spēj koncentrēties.

Vai šobrīd Apostrofs ir pārtraucis darbību?

Tā nekad nav bijusi mana pamatnodarbošanās, tā vienmēr ir bijusi blakus darbība, un pieļauju, ka biznesu būtu varējis veidot uz citiem pamatiem, sekojot līdzī tehnoloģiju attīstībām un lasītāju paradumiem, līdz ar to šobrīd Apostrofs kopš 2015. gada jaunus ierakstus vairs neproducē. Apostrofs sadarbojas ar Fabulu, kas audiogrāmatas izdod jau jaunā kvalitātē, izmantojot aplikāciju. Piemēram, Igaunijā mums jau gadiem ir aizgājuši priekšā, ar *Rahva Raamat*, kas ir Igaunijas lielākais grāmatu veikals internetā. Igaunijā patērētājs pilnīgi brīvi gandrīz lielākajai daļai grāmatu var izvēlēties formātu, vai nu tas ir drukāts, elektronisks vai audio formāts.

Vienā brīdī mēs paši arī bijām gatavi iekarot interneta platformu tirgu, taču tajā brīdī vēl iTunes nebija pieejams Latvijā. Arī e-grāmatu attīstība kavējās, jo nebija pieejams *Amazon* un *Kindle* serviss šajā reģionā, taču nu jau tas ir novecojis priekšstats. Acīmredzot Fabula ir uzķērusi īsto un šobrīd aktuālo formātu, līdz ar to mēs sadarbojamies.

Kāds ir audiogrāmatu piedāvājums?

Apostrofam ir svarīgi saglabāt autora balsi, kas nozīmē, ka pats darba autors ierunā audiogrāmatu. Mēs to esam īstenojuši ar Noru Ikstenu, Gundegu Repši un Ingu Žoludi un citiem. Tas ir sarežģītāk ar lieliem prozas darbiem, jo ir nedaudz apgrūtināši klausīties neprofesionāla ierunātāja stāstījumu. Lai arī to ierunā pats autors, viņš nav profesionāls aktieris, kas stāstījumu paceļ jaunā un ļoti baudāmā līmenī. Arī ārzemēs pamatā izvēlas aktierus, ar retiem izņēmumiem.

Kā notika audiogrāmatas ierakstīšanas process?

Ierakstīšanas process notika sadarbībā ar radio Naba, izmantojot viņu studiju. Radio Naba lielā mērā arī palīdzēja ar atbalstu un popularizēšanu. Es pieņemu, ka, ja būtu jāirē studija, tad tas būtu bijis daudz dārgāks process. Vidēja kvalitatīva ieraksta sesijas ilgums nepārsniedz vidēji stundu, kas nozīmē, ka ir jānāk 4 - 5 reizes uz studiju, līdz ar to, iesaistītajām personām par to ir jāsaņem pienācīgs atalgojums, ko pēc tam atpelnīt ir ļoti grūti. Savukārt, CD formāta izdošana nepieprasa augstas izmaksas. Taču mūsdienās daudz ko nosaka paradumi, cik liela auditorija vēl vispār lieto CD, un, vai jaunā paaudze zina, kā to atskaņot. 2008. gadā, izdodot diskus mp3 formātā, saskārāmies ar pretestību. Piemēram, vecākās paaudzes cilvēks nopērkot disku, bieži vien nesaprot, kā viņu izmantot, un, tad seko neapmierinātība un sūdzības.

Kā jūs vērtējat audiogrāmatu pieprasījumu Latvijā?

Daži mūsu kolēģi, izdevēji strādā uz noteiktu apgrozījumu, kas ir jāiegūst katru dienu. Viņiem nav būtiski, cik konkrēti maksā un peļņu nesoša ir viena grāmata. Tāpēc ir pārspīlēti daudz dažādu akciju un izpārdošanu, kas, manuprāt, ir novedis pie tā, ka cilvēki nepērk jaunas grāmatas un gaida, kad grāmatas agri vai vēlu kļūs lētākas. Līdz ar to Apostrofs visu šo laiku ir stabili turējies pie uzstādītajām cenām, nenocenojot grāmatas. Un tikpat mazs un stabils bija pieprasījums. Tajā brīdī, kad mēs pārtraucām producēšanu un sapratām, ka CD formātam ir pienācis likumsakarīgs gals, mēs sākām izpārdodot visu noliktavu, un audiogrāmatas akcijas cena tagad ir 3€. Tā ļoti vulgarizējot, tā nav nekāda māksla izdot grāmatu 1500 eksemplāros un tirgot 3 gadus, kas ir normālais grāmatas aprites laiks. Jo, ja velkam paralēles ar teātri, tad māksla ir dabūt pilnu skatītāju zāli. It kā kultūras auditorija ir tā pati, bet grāmatas tiek patērētas mazāk nekā, piemēram, teātris. Protams, ka būs arvien vairāk cilvēku, kas izvēlēsies

vienkāršākus izklaides veidus. Jautājums ir, kas ir dārgi? Cik Latvijā patērētājs ir gatavs maksāt par kultūru?

Kāda ir audiogrāmatu klausītāju auditorija?

Mūsu iecere, izdodot audiogrāmatas ar autora balsi, bija, ka auditorija būs skolēni un literatūras skolotāji, bet interese nebija tik liela. Viss ir ļoti decentralizēts un izriet atkarībā no tā, cik katrai skolai un pašvaldībai ir naudas. Attiecībā uz autora balsi, šis produkts ir tik specifisks, ka tur nevar cerēt uz vidējo patērētāju.

Kādas ir audiogrāmatu attiecības ar autortiesībām?

Autortiesību jautājums nav nemaz tik sāpīgs. Kad mēs slēdzām līgumus, tad mēs slēdzām konkrētas tiesības uz CD formātu. Netika pagērētas visa veida tiesības un visiem formātiem. Es neteiktu, ka autortiesību jautājums ir nesakārtots. Katrai pusei ir savas tiesības. Autoram ir savas, apgādam ir savas, kā arī ierunātājam un Apostrofam, kā producentam, jo katrs ir ieguldījis savu darbu. Ir daudz iesaistītās personas. Tas ir līdzīgi kā mūzikas industrijā.

Vai jūs redzat audiogrāmatu piedāvājuma attīstību Latvijas grāmatniecības nozarē?

Audiogrāmatas ir nišas produkts. Viņi pietiekami daudz iegulda producēšanā. Tomēr Mansards ir mazs apgāds, ar stipri ierobežotiem līdzekļiem, tāpēc mēs labāk izvēlamies izdot vienu drukātu grāmatu nekā ieguldīt 1000€ audiogrāmatas izveidē, kuru noklausīsies daudz mazāka auditorija. Latvijā ir maz patērētāju. Tas attiecas gan uz audiogrāmatām, gan e-grāmatām, gan drukātajām. Taču ir viena auditorija, kuru mēs neesam apguvuši un, iespējams, esam zaudējuši, ir uz ārzemēm izbraukušie latvieši. No vienas puses mums likās brīnišķīgi, ka latvietis Īrijā varēs izlasīt *Jelgava 94*, kas ir viena klikšķa attālumā. Taču viena daļa izbraucēji ir strādnieki, kurus arī Latvijā grāmatas neinteresē, savukārt tā daļa, kuru interesē grāmatas, iepriekš sastopoties ar šķēršļiem tikt pie latviešu literatūras, jau ir pārgājusi uz ārzemju literatūru un lasa citās valodās. Katrā ziņā, tie 400`000 latvieši ārzemēs, vienmēr ir bijis neaizsniedzamais sapnis un būtu labi, ja varētu uzrunāt kaut vai desmito daļu. Cilvēkiem ir paradumi, kurus ir ārkārtīgi grūti laužt. Bieži vien, cilvēki negrib darboties ar tehnoloģijām, programmām, aplikācijām, viņi vienkārši dod priekšroku drukātam grāmatas eksemplāram.

3. pielikums

Intervija ar biedrības Ideju forums pārstāvi Edmundu Vanagu

2016. gada 12. maijs

Ar kādiem līdzekļiem tika radīta e-bibliotēka?

Bibliotēka tika radīta ar privātiem līdzekļiem, gan manis paša, gan domubiedru, gan ziedojumiem.

Kāpēc e-bibliotēka bija bezpeļņas projekts?

Tas bija paredzēt kā sociāls projekts, primāri neredzīgo auditorijai, it īpaši neredzīgajiem studentiem, kuriem nav pieejami mācību materiāli. Jau sākotnējais uzstādījums nebija gūt peļņu, taču pēc tam ar laiku bija doma sākt pelnīt ar papildus blakus produktu, ne kultūras produktu.

Cik liels bija e-bibliotēkas audiogrāmatu piedāvājums? Cik liela bija lietotāju auditorija?

E-bibliotēkas audiogrāmatu katalogā bija vairāk nekā 1600 audiogrāmatas. Detalizētus datus es jums nevaru sniegt, bet slēgšanas brīdī reģistrētos lietotāju skaits bija aptuveni 90`000. Protams, tur bija pieejams ne tikai audiogrāmatu saturs, bet arī ieraksti un audiovizuāli materiāli, kas nozīmē, ka šie 90`000 reģistrētie lietotāji nebija 100% audiogrāmatu klausītāji.

Kāpēc pret e-bibliotēku tika uzsākts tiesas process? Vai tas bija pamatots?

Bibliotēka bija veidota likumīgi, autoriem tika maksāts par savu darbu izsniegumu, tā saucamais publiskais patapinājums. Tika ievēroti visi bibliotēkai likumā uzliktie pienākumi.

Taču no grāmatizdevējiem, konkrēti *Zvaigzne ABC* tika saņemtas nepamatotas apsūdzības par autortiesību pārkāpumiem. Iespējams tajā laikā e-bibliotēka tika uztverts kā konkurents. Tomēr šobrīd visi tiesu procesi ir beigušies un e-bibliotēka ir uzvarējusi un attaisnota visās tiesās.

Kas šobrīd ir noticis ar e-bibliotēkas piedāvājumu? Vai tas ir kaut kur pieejams?

Viss e-bibliotēkas piedāvājums vēl aizvien atrodas serveros, tas nav iznīcināts, taču tas ir nobloķēts un tam nav publiska piekļuve. Vienīgā auditorija, kurai mēs sniedzam piekļuvi, atsevišķiem bibliotēkas darbiem ir skolas, kurās mācās bērni ar invaliditāti.

Par spīti attaisnojošajam spriedumam, e-bibliotēkas darbība netika atsākta, jo esam noguruši no cīņas, kas šķiet bezcerīga.

Kādi ir nākotnes plāni attiecībā uz pasakas.net?

Pasakas.net šobrīd darbojas, taču, iespējams, ka ar laiku šo platformu nāksies slēgt, jo tā pieprasa pastāvīga uzturēšanas izmaksas un nav pelnoša.

Kā jūs vērtējat audiogrāmatu lomu un attīstības iespējas Latvijas grāmatniecības nozarē nākotnē?

Kad pirms 7 gadiem tika radīta e-bibliotēka, lietotāji klausījās audiogrāmatas, bet mazāk nekā mēs bijām iecerējuši. Taču jāpiebilst, ka tajā laikā opcija klausīties bija tikai tiešsaistē pie datora, kas vairs neatbilst mūsdienu patērētāja prasībām. Toreiz nebija tādas mobilitātes, kā tagad. Es ļoti cer, ka šī niša var attīstīties, jo interese ir. Pirmkārt, tas viss ir atkarīgs arī no lietotāju paradumiem. Piemēram, ārzemēs, tie, kas izmanto audiogrāmatu servisu bieži vien neklausās nopietnu literatūru vai daiļliteratūru, bet dod priekšroku kam izklaidējošam. Taču Latvijas tirgus nespēj nosegt izmaksas, ko pieprasa audiogrāmatu ārzemju tulkojumu producēšana. Kā arī problemātisks ir autortiesību jautājums. 70 gadi pēc autora nāves, kad iestājas autortiesību noilgums, ir absurdi ilgs laika posms, kurā brīvi nevar izmantot autora darbu. Otra lieta, ka sākotnēji ir vajadzīgas lielas investīcijas, lai nodrošinātu apjomīgu piedāvājumu. Ar 50 grāmatu katalogu ir par maz. Tas ir tā kā atvērt avīžu bodi un piedāvāt nopirkt 5 avīzes, ja pieejamas ir 150. Ir vajadzīgs pietiekami liels apjoms, lai pieradinātu lasītāju, lai viņš pēc vienas audiogrāmatas noklausīšanās uzreiz varētu ķerties pie nākamās. Es ar interesi vēroju, kā Fabula mēģina attīstīt audiogrāmatu piedāvājumu, varbūt, ka viņiem ar šo modeli izdosies iekarot Latvijas grāmatniecības tirgu.