

LIETUVIŲ NACIONALINĖS KULTŪRINĖS PERIODIKOS LEIDYBA 1997– 2018 M.: KAITOS PROCESAI IR ADAPTACIJA

Asta Urbanavičiūtė-Globienė

Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto
Knygotyros, mediotyros ir leidybos tyrimų katedra
Saulėtekio al. 9, I rūmai, LT-10222 Vilnius, Lietuva
El. paštas asta.urbanaviciute@leidykla.vu.lt

Santrauka. *Kultūrinė periodika yra svarbi tautos kultūrinio identiteto dalis, jos misija – kultūros refleksija. Straipsnyje analizuojami pagrindiniai leidybiniai pokyčiai, vykę Lietuvos kultūrinės periodikos leidyboje 1997–2018 m. laikotarpiu. Tyrimas apima lietuvių nacionalinius kultūrinius periodinius leidinius, siekiama išryškinti jų leidybos specifiką ir vietą bendrame periodikos leidybos lauke. Šio straipsnio tikslas – išanalizuoti lietuvių nacionalinės kultūrinės periodikos leidybos specifiką 1997–2018 m. bendrojo periodikos leidybos lauko kontekste. Į tyrimo lauką patekusių 1997–2018 m. kultūrinių periodinių leidinių leidybos ypatumus padeda suvokti jų analizė atsižvelgiant į bendruosius leidybos aspektus: straipsnyje dėmesys telkiamas į leidinių tipologiją, jų periodiškumą, tiražų dinamiką bei platinimo strategijas. Remiantis šiais kriterijais nagrinėjama, kaip kultūriniai leidiniai keitėsi kiekybiškai ir kokybiškai, kokios tendencijos ryškėjo analizuojamu laikotarpiu. Vis dėlto, nors kultūrinė periodika minėtu laikotarpiu susidūrė su įvairiais iššūkiais (mažėjančiu finansavimu, neigiama tiražų dinamika, auditorijos fragmentacija), ji išliko svarbiu kultūrinės tapatybės formavimo ir intelektualinių diskusijų*

Received: 2025 07 01. Accepted: 2025 10 15.

Copyright © 2025 Asta Urbanavičiūtė-Globienė. Published by Vilnius University Press. This is an Open Access journal distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Licence, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

šaltiniu. Leidiniai ieškojo būdų išlaikyti kokybinį turinį, stiprino savo misiją informuoti, ugdyti ir reflektuoti kultūros procesus.

Reikšminiai žodžiai: *kultūrinis periodinis leidinys, nacionalinė kultūrinė periodika, leidyba, kultūra, kultūrinis žurnalas, kultūrinis laikraštis.*

Lithuanian National Cultural Periodical Publishing in 1997–2018: Processes of Change and Adaptation

Summary. *Cultural periodicals are an important part of a nation's cultural identity, and their mission is cultural reflection. This article analyzes the main changes in publishing which took place in the field of Lithuanian cultural periodicals during the period from 1997 to 2018. The study focuses on Lithuanian national cultural periodical publications, aiming to highlight specific aspects of their publishing along with their place within a broader field of periodical publishing. The goal of this article is to examine the distinctive features of Lithuanian national cultural periodical publishing in the context of the general periodical publishing landscape from 1997 to 2018. The publishing characteristics of cultural periodicals issued during this period are analyzed through key publishing aspects: the article focuses on the typology of the publications, their periodicity, circulation trends, and distribution strategies. Based on these criteria, the study explores how cultural publications changed both quantitatively and qualitatively, and what trends emerged during the analyzed period. Despite facing numerous challenges during this time – such as decreasing funding, declining circulation, and audience fragmentation – cultural periodicals remained a vital source for shaping cultural identity and fostering intellectual discourse. These publications sought ways to maintain high-quality content and reinforced their mission to inform, educate, and reflect upon cultural processes.*

Keywords: *cultural periodical, national cultural periodical, publishing, culture, cultural magazine, cultural newspaper.*

ĮVADAS

TEMOS AKTUALUMAS. Kultūrinė periodika – savybingos informacijos skleidėja, jos probleminį lauką sudaro koncepcinis specifiškumas. Kultūrinė periodika bent iš dalies yra visuomenės kultūrinio gyvenimo atspindys, priemonė skatinti intelektines diskusijas, viešąjį diskursą, formuoti ir

transformuoti kultūrinius procesus. Laikotarpiu nuo 1997 iki 2018 m. kultūrinė periodika patyrė reikšmingų pokyčių, susijusių su finansavimo klausimais, skaitmeninių medijų išsigalėjimu, dėl informacijos gausos padidėjusiu skaitytojų išrankumu bei lūkesčiais. Šis tarpsnis žymi lūžio tašką, kai kultūrinė periodika buvo priversta ieškoti naujų prisitaikymo formų leidybiniu, turinio, sklaidos aspektais. Kultūrinių periodinių leidinių leidybos tyrimai aktualūs dėl kintančių leidybos procesų: virtualizacija, formatų kaita, nestabili kultūros politika ir su tuo susiję finansavimo klausimai kultūrinius periodinius leidinius verčia ieškoti įvairių išlikimo strategijų išlaikant šiems leidiniams itin reikšmingus kokybės rodiklius. Mokslinių tyrimų, kur įvairiais aspektais analizuojama tik kultūrinės periodikos leidybos problematika, Lietuvoje stokojama, neužpildyta tyrimų apie kultūrinių leidinių leidybą, jų vietą bendroje leidybos industrijoje erdvė. Kultūriniai periodiniai leidiniai gali būti tiriami įvairiais pjūviais, vienas iš jų – kultūrinius periodinius leidinius tirti kaip bendrojo periodikos lauko dalį. Į tyrimo lauką patekusių 1997–2018 m. kultūrinių periodinių leidinių leidybos ypatumus, kaitą ir adaptacijos galimybes pokyčių eroje padeda suvokti jų analizė atsižvelgiant į bendruosius leidybos aspektus: tipus, periodiškumą, tiražo dinamiką, platinimo organizaciją.

TEMOS IŠTIRTUMAS. Kaip minėta, tyrimų kultūrinės periodikos leidybos tema nėra gausi. Jolita Linkevičiūtė-Rimavičienė straipsnyje „Lietuvių inteligentų socialinis vaidmuo formuojant tautinės tapatybės modelius kultūrinėje spaudoje“ nagrinėja inteligentijos vaidmenį formuojant viešąją nuomonę ir kuriant tapatybės modelius kultūrinėje spaudoje Lietuvos tautinių atgimimo sąjūdžių laikotarpiais¹. Taip pat minėtinas Danguolės Skarbaliienės straipsnis², kur autorė išskiria grupę išskiria *kultūros savaitraščius*.

Apie kultūrinių leidinių svarbą yra rašę ir kitų šalių mokslininkai, tačiau tyrimai taip pat nėra itin gausūs. Alanas B. Eisneris, Quintus R. Jettas, Helaine J. Korn savo straipsnyje kalba apie internetinius periodinius leidinius kaip naują kultūrinę formą³. Sue Waterman yra analizavusi kultūrinius leidinius isto-

1 LINKEVIČIŪTĖ-RIMAVIČIENĖ, Jolita. Lietuvių inteligentų socialinis vaidmuo formuojant tautinės tapatybės modelius kultūrinėje spaudoje. *Informacijos mokslai*, 2011, t. 57, p. 88–114.

2 SKARBALIENĖ, Danguolė. Savaitraščių tematika ir problematika. Iš DIRVONAITĖ, Dalia, URBNAS, Vytas (red.). *Naujosios žiniasklaidos formavimasis Lietuvoje*. Vilnius: Žurnalistikos institutas, 2000, p. 83.

3 EISNER, Alan; JETT, Quintus; KORN, Helaine. Web-Based Periodicals as an Emerging Cultural Form: Incumbent and Newcomer Producers in the Early Stages of Industry Revolution. *International Journal of Electronic Commerce*, 2000, vol. 5 (2), p. 75–93.

riniu aspektu⁴. Jamesas R. Sutherlandas tyrė XVII a. kultūrinių leidinių ir aprskritai laikraščių tiražus ir sklaidą⁵. Jeffersonas Rea Spellas XIX a. meksikiečių kultūrinius leidinius yra suskirstęs į visiškai kultūrinius ir iš dalies kultūrinius⁶. Nei J. R. Sutherlandas, nei J. R. Spellas kultūrinio periodinio leidinio apibrėžties nepateikia, bet J. R. Spellas pabrėžia, kad šie leidiniai buvo terpė reikšties rašytojams ir iš leidiniuose esančių vertimų galimybė susipažinti su užsienio autoriais, kas yra aktualu ir nūdienos kultūrinei periodikai.

Brianas Wardas yra akcentavęs, kad kultūriniai periodiniai leidiniai – svarbi tautinio judėjimo dalis⁷. Hoda El Shakry, kalbėdama apie Tuniso kultūrinius periodinius leidinius, teigė, kad „kultūrinis vystymasis aprėpia ir tautinį (ar kultūrinį) identitetą, be to, gali būti visuomenės transformacijos instrumentas“⁸. Jake’as Wallis, dar 2004 m. rašydamas apie Škotijos leidėjų situaciją, konstatavo, kad „daug vertingų Škotijos kultūros aspektų tyrinėjama mažų nepriklausomų Škotijos leidėjų leidžiamuose periodiniuose leidiniuose“⁹. Autorius taip pat mini, kad kultūriniai periodiniai leidiniai, kaip leidybos šaka, būtų palikti nuošalyje, jei ignoruotų elektroninės leidybos galimybes.

Minėtina, kad mokslo darbai, kuriuose tiriama periodiniai leidiniai bendru aspektu arba išskiriami specifiniai (tarkim, moksliniai leidiniai), gali būti pritaikomi ir kalbant apie kultūrinės periodikos leidybą. Įvairiais aspektais laikraščių ir žurnalų leidybos procesus yra tyręs Vytas Urbonas¹⁰, straipsnių šia tematika

- 4 WATERMAN, Sue. Literary Journals. In *Encyclopedia of the Life Support System*. UNESCO [žiūrėta 2025 m. rugsėjo 30 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.colss.net/Sample-Chapters/C04/E6-87-04-03.pdf>>.
- 5 SUTHERLAND, James R. The Circulation of Newspapers and Literary Periodicals, 1700–30. *The Library*, 1934, t. 14–15, Nr. 1, p. 110–124. [žiūrėta 2025 m. rugsėjo 29 d.]. Prieiga per internetą: <<https://academic.oup.com/library/article-abstract/s4-XV/1/110/1085560>>.
- 6 SPELL, Jefferson Rea. Mexican Literary Periodicals of the Nineteenth Century. *PMLA*, 1937, t. 52 (1), p. 272–312. [žiūrėta 2025 m. rugsėjo 30 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.jstor.org/stable/458711>>.
- 7 WARD, Brian. *Cultural Expressions of Irishness in the Periodical Press*. Daktaro disertacija [interaktyvus]. Golvėjus, 2015. [žiūrėta 2025 m. rugsėjo 30 d.]. Prieiga per internetą: <<https://aran.library.nuigalway.ie/handle/10379/5060>>.
- 8 SHAKRY, Hoda El. Printed Matter(s): Critical Histories and Perspectives on Tunisian Cultural Journals. *Alif: Journal of Comparative Poetics*, 2017, No. 37, p. 140–168. Prieiga per internetą: <<https://www.jstor.org/stable/26191817>>.
- 9 WALLIS, Jake. Facilitating Scottish Cultural Publishing Online. *Library Review*, 2004, vol. 53, iss. 5, p. 265–269. <https://doi.org/10.1108/00242530410538409>.
- 10 URBONAS, Vytas. *Lietuvių laikraštis: nuo seniausių laikų iki mūsų dienų*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 1997. 212 p.; URBONAS, Vytas. *Lietuvių žurnalas: nuo pirmojo*

yra parašę Andrius Vaišnys¹¹ ir Deimantas Jastramskis¹². Aktualus ir Gintarės Gudaitytės, Vidos Melninkaitės, Daivos Vitkutės-Adžgauskienės bei Vladislavo Fomino straipsnis, kur analizuojama periodinių leidinių rinka Lietuvoje: tiriamos galimos tradicinės spaudos pasiūlos ir paklausos mažėjimo priežastys, aiškinamasi, ar elektroninė leidyba gali užpildyti didėjančią spragą¹³.

Iš bendrųjų užsienio periodikos tyrėjų minėtini Robertas G. Picardas ir Jeffrey H. Brody¹⁴ (analizuoja laikraščių leidybos industrijos ypatumus), Alanas B. Eisneris, Quintus R. Jettas, Helaine J. Korn¹⁵ (kalba apie internetinius periodinius leidinius kaip naują kultūrinę formą), Billas Cope'as bei Angusas Phillipsas¹⁶ (jau daugiau nei prieš 20 metų numatė, kad bent jau mokslinių žurnalų laukia internetinė ateitis) ir kt.

TYRIMO OBJEKTAS – 1997–2018 m. leistų lietuvių nacionalinių kultūrinių periodinių leidinių kaitos procesai. Į tyrimo lauką pateko 21 kultūrinis periodinis leidinys (žr. 1 priedą). Analizuojamų leidinių visetą apibrėžia straipsnio tema. Į tyrimo lauką nepateko biudžetinių institucijų leidiniai, tie, kurių tiražas tiriamuoju laikotarpiu neperžengė 500 egz. ribos, regioniniai kultūriniai periodiniai leidiniai, kultūrinė periodika, leista ne lietuvių kalba. Atsirenkant leidi-

numerio iki šių dienų. Trakai–Vilnius: Voruta, 1993. 176 p.; URBONAS, Vytas. *Lietuvių žurnalai ir jų sistemos kūrimas tipologinių modelių pagrindu.* Trakai–Vilnius: Voruta, 1999. 173 p.; URBONAS, Vytas. Spaudos laisvė ir jos įtaka kuriant pilietinę visuomenę. *Tiltai*, 2005, Nr. 1, p. 115–122.

- 11 VAIŠNYS, Andrius. *Spauda ir valstybė 1918–1940: analizė istoriniu, teisiniu ir politiniu aspektu.* Vilnius: UAB „Biznio mašinų kompanija“, 1999. 264 p.; VAIŠNYS, Andrius. Spauda ir valstybė: informacinės politikos istoriniai aspektai. *Informacijos mokslai*, 2003, t. 24, p. 46–52; VAIŠNYS, Andrius. Nusidavimai mūsų periodikos raidoje: draudimų diegimas, draudimų vengimas, draudimų tradicijos kūrimas. *Žurnalistikos tyrimai*, 2008, Nr. 1, p. 64–80; VAIŠNYS, Andrius. *Žurnalistikos potvynis: Lietuvos žiniasklaidos sistemos kaita 1986–1990.* Vilnius: Vaga, 2020. 480 p.
- 12 JASTRAMSKIS, Deimantas. Žiniasklaidos industrijų gyvavimo ciklo stadijos. *Informacijos mokslai*, 2014, t. 68, p. 113–126. <https://doi.org/10.15388/Im.2014..3917>.
- 13 GUDAITYTĖ, Gintarė; MELNINKAITĖ, Vida; VITKUTĖ-ADŽGAUSKIENĖ, Daiva; FOMIN, Vladislav. Diminishing Print vs. Rising Electronic Publishing: the Case of Lithuania. In *Building the e-World Ecosystem*, 2011, p. 129–137.
- 14 PICARD, G. Robert; BRODY, H. Jeffrey. *The Newspaper Publishing Industry.* Boston: Allyn and Bacon, 1997. 224 p.
- 15 EISNER, Alan; JETT, Quintus; KORN, Helaine. Web-Based Periodicals as an Emerging Cultural Form: Incumbent and Newcomer Producers in the Early Stages of Industry Revolution. *International Journal of Electronic Commerce*, 2000, vol. 5 (2), p. 75–93.
- 16 COPE, Bill; PHILLIPS, Angus (eds.). *The Future of the Academic Journal.* Oxford: Chandos Publishing, 2009, p. 3.

nus, be tematinio jų turinio, taip pat buvo svarbūs ir formalieji aspektai – turinį apibrėžiančios nuorodos leidinio viršelyje (pvz., kultūros ir meno žurnalas „Kultūros barai“) arba pirmajame lape (kultūros savaitraštis „Šiaurės Atėnai“ / dvisavaitinis kultūros laikraštis „Šiaurės Atėnai“). Kita vertus, daugelis iš tyrimo aprėptų patekusių leidinių turi ilgametes tradicijas, todėl kaip nors specifiškai tikrinti jų kultūrinio turinio atitikties nereikėjo.

CHRONOLOGINĖS RIBOS. 1997 m. kaip atskaitos taškas pasirinkti dėl to, kad tuo metu susiformavo dabartinė Lietuvos žiniasklaidos rėmimo politika – atsirado struktūruota valstybės parama kultūriniais periodiniams leidiniams. Pradėjo veikti Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondas (toliau – SRTRF), imta teikti parama kultūriniais bei šviečiamiesiems projektams žiniasklaidoje.

2018 m. pasirinkti kaip esminio lūžio metai kultūrinės periodikos leidyboje, kai po ne vienus metus trukusių kultūrinių socialinių akcijų, viešųjų diskusijų ir prasidėjusių įvairialypių pokyčių kultūrinės periodikos lauke pasiekta teigiama kulminacija – įkurta Kultūros periodinių leidinių asociacija.

TYRIMO TIKSLAS – išanalizuoti lietuvių nacionalinės kultūrinės periodikos leidybos specifiką 1997–2018 m. atsižvelgiant į jų kaitos procesus bendrojo periodikos leidybos lauko kontekste.

TYRIMO UŽDAVINIAI:

1. Ištirti kultūrinės periodikos leidybos situaciją Lietuvoje, kultūrinius periodinius leidinius analizuojant tipų konvergencijos atžvilgiu;
2. Išanalizuoti lietuvių nacionalinių kultūrinių periodinių leidinių periodiškumo kaitos situaciją;
3. Ištirti lietuvių nacionalinių kultūrinių periodinių leidinių tiražo dinamiką;
4. Nustatyti lietuvių nacionalinių kultūrinių periodinių leidinių platinimo aplinkybes.

TYRIMO METODAI. Tyrimas buvo vykdomas dviem etapais: 1) nustatant tiriamų leidinių visetą; 2) atliekant empirinę jų analizę atsižvelgiant į tipų konvergenciją, tiražo dinamiką, periodiškumo kaitą, platinimo būdus. Pirmiausia buvo pasirinkti tiriamieji kultūriniai periodiniai leidiniai (žr. *Tyrimo objektas*). Taip pat buvo vykdytas *mokslinis stebėjimas* ir pirminių duomenų surinkimas *de visu* būdu. Rimantas Tidikis pabrėžia, kad mokslinis stebėjimas turi aiškų tyrimo tikslą, griežtai suformuluotus uždavinius; juo gaunama informacija turi būti kontroliuojama, pagrįsta ir stabili; stebėtojas yra įvaldęs stebėjimo techni-

ką ir sukaupęs asmeninę patirtį¹⁷. Šio straipsnio atveju stebėjimo objektu tapo lietuvių nacionalinių kultūrinių periodinių leidinių leidyba: leidybinio apiforminimo kaita, tiražo, periodiškumo dinamika, platinimo tendencijos. Daug šio pobūdžio informacijos buvo surinkta *de visu* būdu. Šis būdas buvo itin imlus laikui, tačiau leido išsamiai susipažinti su analizuojamais leidiniais ir sukaupti reikiamą informaciją. Surenkant duomenis naudotasi ir *ibiblioteka.lt* ištekliais.

Taip pat buvo taikyti *bibliografinis tipologinis, funkcinės analizės* metodai. Jie padėjo išanalizuoti tiriamuoju laikotarpiu leistus kultūrinius periodinius leidinius įvertinant jų poziciją bendrame periodikos leidybos kontekste.

LIETUVIŲ NACIONALINĖS KULTŪRINĖS PERIODIKOS TIPOLOGINĖ SANKLODA

Kultūriniai periodiniai leidiniai nėra konkurencijos objektas, tačiau daugiau ar mažiau jie yra veikiami bendrosios periodikos leidybos ir visos žiniasklaidos situacijos, kai konkurenciniai ir kintančių skaitytojų poreikių klausimai tampa labai aktualūs.

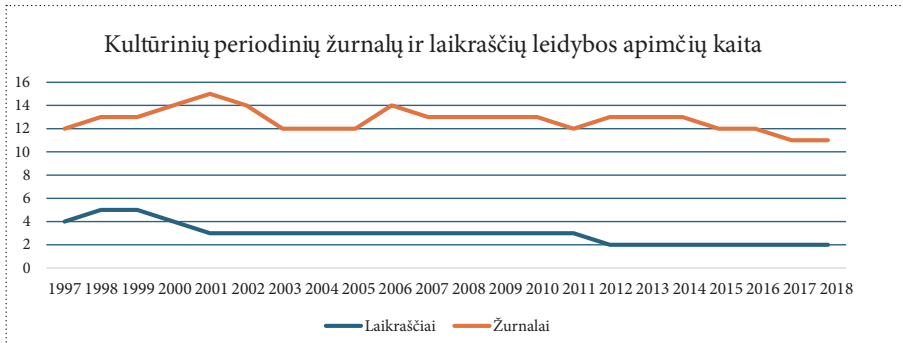
Iš 21 kultūrinio periodinio leidinio, patekusio į šio straipsnio tyrimo lauką, tipologiškai buvo du laikraščiai¹⁸ ir 14 žurnalų¹⁹, tarp penkių leidinių šiuo laikotarpiu vyko tipologinė konvergencija: 2012 m. „Literatūra ir menas“ tapo savaitiniu žurnalu, iki tol buvęs savaitiniu laikraščiu²⁰. „Nemunas“, nuo pat leidybos pradžios buvęs mėnesinis žurnalas, 2004 m. tapo savaitraščiu. 2012 m. „Nemunas“ virto dvisavaitiniu meno leidiniu. 2017 m. „Nemunas“ susigrąžino ilgametę tradiciją ir vėl tapo mėnesiniu žurnalu. Žurnalas „Kinas“, nuo leidybos pradžios leistas kaip mėnesinis žurnalas, 1994 m. tapo almanachu, 1995–1997 m. patyrė leidybinę pauzę, o nuo 2004 m. pradėtas leisti kaip ketvirtinis žurnalas. Tuo tarpu „Ore“ iki 2000 m. buvo mėnesiniu laikraščiu, nuo 2000-ųjų iki leidybos nutraukimo 2002 m. – mėnesiniu žurnalu. „Dienovidis“ iki 2001 m. buvo savaitinis laikraštis, 2001–2002 m. – mėnesinis žurnalas, 2003 m. leistas keturis kartus per metus. Formaliosios tokio pobūdžio pokyčių priežastys yra susijusios su ekonominiais ištekliais.

17 TIDIKIS, Rimantas. *Socialinių mokslų tyrimų metodologija*. Vilnius: Lietuvos teisės universiteto Leidybos centras, 2003, p. 448.

18 „7 meno dienos“, „Šiaurės Atėnai“.

19 „ApArt“, „Auis“, „Dailė“, „Krantai“, „Kultūros barai“, „Literatūra ir menas“, „Muzikos barai“, „Naujoji Romuva“, „Naujasis Židinys-Aidai“, „Nemunas“, „Santara“, „Pravda“, „Tango“, „Lietuvos scena“.

20 Nuo 2018 m. kovo mėnesio – dvisavaitinis žurnalas.



1 PAV. Kultūrinių periodinių žurnalų ir laikraščių leidybos apimčių kaita. Šaltinis: 1997–2018 m. kultūriniai periodiniai leidiniai.

1997–2018 m. Lietuvoje kultūrinių periodinių žurnalų buvo leista daugiau nei laikraščių (žr. 1 pav.). Tai siejama su faktu, kad žurnalai paprastai išleidžiami retesniu periodiškumu, todėl jiems parengti skiriama daugiau laiko, tai lemia geresnę leidinių kokybę, kuri yra itin svarbi atsižvelgiant į jų konceptualumą. Kita vertus, „Ore“, pradėtas leisti kaip mėnesinis laikraštis (1998–2000), nuo 2000 m. tapo mėnesiniu žurnalu (kaip tik toks periodiškumas dažniausias tarp žurnalų).

Žurnalas kaip kultūrinio periodinio leidinio rūšis yra priimtinas dėl geresnės poligrafinės kokybės – ji yra tokių leidinių kaip „Kultūros barai“, „Dailė“, „Naujoji Romuva“ esminė tvirtybė, nes deramai išreikšti vizualųjį meną naudojant prastos kokybės popierių yra neįmanoma. Dėl šių poligrafijos priežasčių laikraščiai savaimingai apriboja tam tikrų meno krypčių išraišką. Be to, kaip rašoma Sally Morris, Edo Barnaso, Douglaso Lafrenier ir Margaret Reich knygoje *Žurnalų leidybos vadovas* (angl. *The Handbook of Journal Publishing*), „žurnalų leidyba yra viena labiausiai įtraukiančių leidybos sričių“, nes „žurnalai nėra statiški, kintantys, leidėjai gali daryti įtaką kiekvienam leidybos aspektui, keisti leidinius, jei to reikia, atsižvelgiant į rinką“²¹. Lietuvos kultūrinė periodika tiriamuoju laikotarpiu šias tendencijas atspindėjo: Lietuvos kultūrinės periodikos rinkoje kaip tik žurnalai užėmė vyraujančią poziciją. Viena iš priežasčių gali būti siejama su žurnalams būdinga pakartotinio, ilgalaikiškesnio naudojimo tradicija. Be to, kultūriniai periodiniai leidiniai nėra orientuoti į kasdienes naujienas. Jų turinys išlieka aktualus ilgą laiką, todėl nelieka dienraščių kaip greitos informacijos priemonės poreikio.

21 MORRIS, Sally; BARNAS Ed; LAFRENIER, Douglas; REICH, Margaret. *The Handbook of Journal Publishing*. Cambridge: Cambridge University Press, 2013, p. 5.

LIETUVIŲ NACIONALINIŲ KULTŪRINIŲ PERIODINIŲ LEIDINIŲ PERIODIŠKUMO POKYČIAI

Periodiškumas apibrėžiamas kaip periodinės spaudos požymis, parodantis spaudos leidinio ir laiko ryšį (išeinančių numerių skaičių per apibrėžtą laiką). Kultūrinių periodinių leidinių periodiškumas daugiau ar mažiau lemia tematiką – savaitraščiuose, dvisavaitiniuose leidiniuose pateikiama daugiau kultūrinių renginių anonsų, vadinamosios greitos informacijos, mėnesiniuose ar ketvirtiniuose leidiniuose vyrauja solidūs, didelės apimties tekstai. Kita vertus, kultūros leidiniams informacijos pateikimo greitis ne visada svarbu. Juk konceptualus tekstas kultūros tema ar publikuojama rašytojų kūryba nepasensta. Taigi pasirinkta kultūrinio leidinio koncepcija iš dalies lemia jo periodiškumą.

1997–2018 m. Lietuvos kultūriniai periodiniai leidiniai buvo leidžiami įvairiu periodiškumu (žr. 1 lentelę): savaitraščiai, mėnesiniai, dvimėnesiniai, ketvirtiniai, įvairaus dažnio. Šių leidinių periodiškumas analizuojamu laikotarpiu nekito. Tuo tarpu „Naujoji Romuva“, nuo 1994 m. buvęs mėnesinis žurnalas, 2008 m. tapo ketvirtinis. „Šiaurės Atėnai“, nuo 1990 m. buvęs savaitraš-

1 LENTELE. 1997–2018 m. periodiniai kultūros leidiniai pagal išleidimo periodiškumą

Leidinio tipas pagal išleidimo periodiškumą	Leidinio pavadinimas
Savaitraščiai	„7 meno dienos“
Mėnesiniai	„ApArt“, „Auisis“, „Kultūros barai“, „Metai“, „Naujasis Židinys-Aidai“, „Orė“, „Pravda“
Dvimėnesiniai	„Muzikos barai“
Ketvirtiniai	„Kinas“, „Knygų aidai“, „Krantai“, „Lietuvos scena“
Įvairaus dažnio	„Santara“, „Tango“
Kitusio periodiškumo	„Dienovidis“: iki 2001 m. – savaitraštis, 2001–2002 m. – mėnesinis žurnalas, 2003 m. leistas keturis kartus per metus. „Nemunas“: 2000–2004 m. mėnesinis, iki 2012 m. – savaitraštis, nuo 2012 m. dvisavaitinis, nuo 2017 m. mėnesinis; „Naujoji Romuva“ mėnesinis, nuo 2008 m. ketvirtinis; „Šiaurės Atėnai“: iki 2015 m. – savaitraštis, nuo 2015 m. dvisavaitinis; „Literatūra ir menas“: iki 2018 m. – savaitraštis, nuo 2018 m. dvisavaitinis; „Dailė“: iki 2018 m. pusmetinis, nuo 2018 m. ketvirtinis.

Šaltinis: 1997–2018 m. kultūriniai periodiniai leidiniai.

čiu, 2015 m. tapo dvisavaitiniu leidiniu, „Literatūra ir menas“ iš savaitraščio 2018 m. tapo dvisavaitiniu žurnalu, „Daile“ iš pusmetinio leidinio 2018 m. tapo ketvirtinis.

Tokius pokyčius daugiausia lemia finansai, kita vertus, retesnis periodiškumas leidžia parengti geresnės kokybės tekstus. „Nemuno“ periodiškumas kito du kartus: iki 2004 m. buvo mėnesinis, 2004–2012 m. – savaitraštis, nuo 2012 m. dvisavaitinis (nuo 2017 m. – vėl mėnesinis žurnalas). Šis periodiškumo pokytis sutapo su tipologine „Nemuno“ konvergencija.

Kaip minėta, periodiškumas susijęs su spaudos leidinio turinio operatyvumu, tematikos įvairove bei jo poveikiu skaitytojams. Tai lėmė ir kultūrinių leidinių įvairialypį periodiškumą. Vis dėlto jei stebėtume periodiškumo išsidėstymą pamečiui, 1997–2018 m. laikotarpiu daugiausia buvo mėnesinių ir ketvirtinių kultūrinių periodinių leidinių.

Savaitraščiuose, dvisavaitiniuose leidiniuose pateikiama optimaliai greita informacija, o retesnio periodiškumo leidiniams būdingas kitas pranašumas: ilgesnis laikas parengti geros kokybės publikacijas, surinkti daugiau tinkamos medžiagos, paruošti maketą. Kita vertus, periodiškumo retėjimas („Literatūros ir meno“, „Šiaurės Atėnų“ atvejais) susiję su ekonominiais veiksniais ir mažėjančia auditorija. Skaitytojų skaičius itin mažta tarp jaunimo, kuris dažniau renkasi socialines medijas ir *greitąją* informaciją. Dėl šių priežasčių leidėjai buvo (ir yra) priversti rinktis retesnę leidybos modelį.

LIETUVIŲ NACIONALINIŲ KULTŪRINIŲ PERIODINIŲ LEIDINIŲ TIRAŽO KAITA

Tiražas – leidinio išspausdintų egzempliorių skaičius. Jis gali būti skaičiuojamas dviem būdais: vienkartinis tiražas (vieno numerio išleistų egz. visuma); 2) metinis (visų per vienus metus išleistų numerių tiražų visuma). Šiame straipsnyje analizuojamas vidutinis vienkartinis kultūrinių periodinių leidinių tiražas. Remiantis Visuomenės informavimo įstatymo pakeitimo įstatymo 36 straipsnio 1 dalimi²², Lietuvos kultūriniai periodiniai leidiniai privalo nurodyti savo leidinių tiražą.

Lyginant, tarkime, su populiariaisiais leidiniais, kultūrinių leidinių tiražai niekada nebuvo dideli (išskyrus trumpą Atgimimo laikotarpį, 1989–1990 m.,

22 Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo pakeitimo įstatymas. 2006 m. liepos 11 d. Nr. X-752. [interaktyvus], [žiūrėta 2025 m. spalio 2 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.AAFEF516C29E>>.

kai kultūriniai periodiniai leidiniai atspindėjo bendrą tautos jauseną, galėjo rašyti tai, kas ilgai buvo drausta). Ekonominio pakylėjimo metu, lyginant su kitos tematikos periodiniais leidiniais, kultūrinės periodikos tiražai nedidėjo, atvirksčiai, – sumažėjo. Remiantis Lietuvos Respublikos kultūros ministerijos informacija apie vietinių, regioninių ir nacionalinių laikraščių, žurnalų (išskyrus tuos, kurių tiražas mažesnis nei 500 egzempliorių ir (arba) juose nespausdinama reklama) vidutinį tiražą, grandiozinio tiražo²³ Atgimimo laikais buvęs „Literatūra ir menas“ 2011 m. iš 103 pateiktų leidinių savo tiražu lenkė tik 10, beje, labai marginalių leidinių²⁴. Pvz., 2007 m. jo tiražas buvo 2 000 egz., 2015 m. – apie 1 200 egz., 2020 m. – apie 1 500 egz.

Apskaičiuojant bet kurio periodinio leidinio tiražą remiamasi keturiais aspektais:

1. Prenumeratorių skaičiumi;
2. Skaitytojų poreikio duomenimis (jis nustatomas atsižvelgiant į ankstesnių tiražų rodiklius ir yra lyginamas su parduotų ir neparduotų egzempliorių skaičiumi);
3. Finansiniais ištekliais, skirtais vienam numeriui parengti (įskaičiuojama žurnalo parengimo, t. y. kūrybinių ir techninių darbuotojų honorarai, spausdinimo kaštai, platinimas, rinkodara, jeigu tokia yra vykdoma);
4. Kitomis (dažniausiai vienkartinėmis) aplinkybėmis, – pavyzdžiui, konkrečiame numeryje yra ypatingų straipsnių, leidinys jubiliejinis, dalis tiražo užsakyta kitų švietimo ar verslo įstaigų.

Kultūriniais periodiniams leidiniams šie tiražo skaičiavimo aspektai buvo aktualūs. Jų atveju ypač skatinama prenumerata (jos skelbimai spausdinami spausdintiniuose variantuose, skelbiami tinklalapiuose, komunikaciją su skaitytojais socialinėse medijose vykdančios leidiniai skelbia pranešimus apie prenumeratos akcijas), nes tai susiję su periodinių leidinių platinimo ribotoje erdvėje aplinkybėmis – ne visiems skaitytojams prieinami tik didžiuosiuose miestuose platinami leidiniai. Kita vertus, kiti trys tiražo apskaičiavimo aspektai yra universalūs, todėl kultūrinių periodinių leidinių redakcijos jais naudojosi.

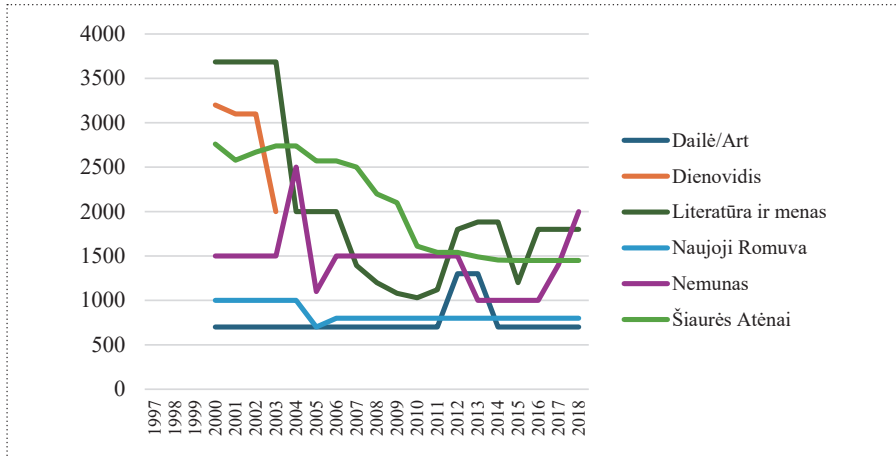
1997–2018 m. kultūrinių periodinių leidinių tiražo analizė vykdyta atsižvelgiant į jų periodiškumą. Tiriamųjų leidinių tiražo svyravimus galėjo nulemti keli veiksniai.

1) Tipologinė kaita. „Literatūros ir meno“ aiškus tiražo kryptis regimas 2009–2011 m. (1 080–1 120 egz.). 2012 m. tiražas pakyla iki 1 800 egz. Būtent tada „Literatūra ir menas“ iš laikraščio tapo žurnalu.

23 Apie 76 tūkst. egzempliorių.

24 Lietuvos laikraščių ir žurnalų tiražai. Iš *Žurnalistika 2011*, 2011, p. 85.

2) Valstybės finansavimo politika. 2015 m. vėl regimas „Literatūros ir meno“ tiražo mažėjimas iki 1 200 egz. – kaip tik tais metais Kultūros taryba atsisakė finansuoti dalį kultūrinių periodinių leidinių, „Literatūra ir menas“ gavo finansavimą tik spausdintiniam žurnalo variantui, o interneto kultūros svetainei – ne, todėl tiražas buvo mažinamas nukreipiant dalį lėšų į internetinį leidinio variantą. Nuo 2018 m. tiražas neženkliai didėja (žr. 2 pav. 1 dalį).



2 PAV. 1 dalis. 1997–2018 m. kitusio periodiško kultūrinių leidinių tiražo dinamika

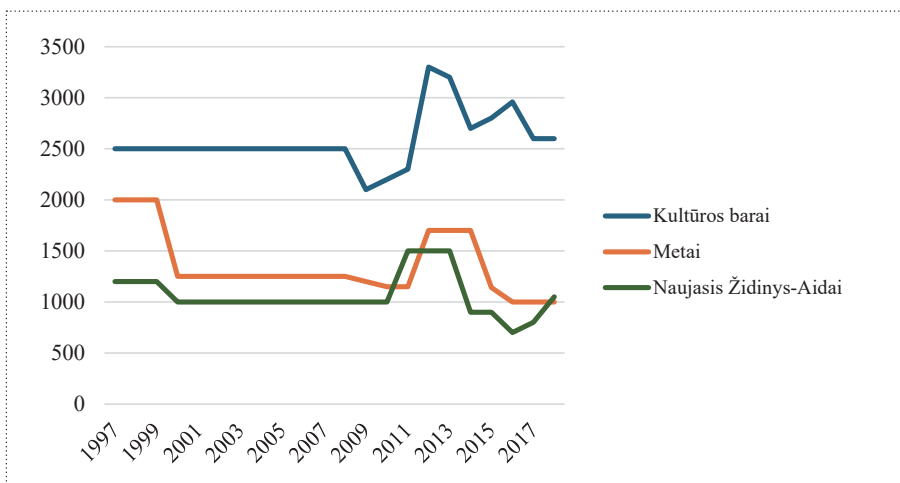
Tuo tarpu „Kultūros barai“, buvę vieni iš didžiausio tiražo tarp mėnesinių kultūrinių leidinių, 2012 m. pasiekė aukščiausią tašką – 3 300 egz.: kaip tik tais metais „Kultūros barų“ projektui „Kultūros ženklai ir prasmės“ SRTRF skyrė solidų 250 000 litų finansavimą²⁵, 2015 m. tiražas buvo 2 800 egz. (žr. 2 pav. 2 dalį). SRTRF 2015 m. „Kultūros barų“ projektui „Bendrieji kultūros tyrimai“ vykdyti skyrė 76 000 eurų finansinę paramą²⁶.

Pusmetinis (nuo 2018 m. – ketvirtinis) žurnalas „Dailė“ buvo stabiliai leidžiamas 700 egz. tiražu (žr. 2 pav. 1 dalį). 2011–2013 m., vykdant iš Europos Sąjungos fondų finansuojamą projektą „Aukštoji kultūra į mokyklas“, tiražas

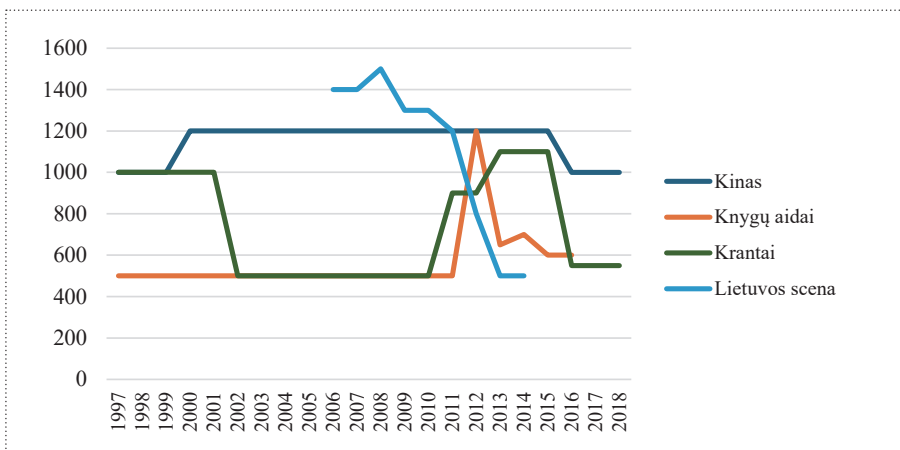
25 2010 metų konkursų rezultatai. *srtfondas.lt* [interaktyvus], [žiūrėta 2017 m. kovo 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.srtfondas.lt/2010-metu-konkursu-rezultatai>> (svetainė išjungta SRTRF nutraukus veiklą).

26 2015 metų konkursų rezultatai. *srtfondas.lt* [interaktyvus], [žiūrėta 2017 m. kovo 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.srtfondas.lt/2015-metu-konkursu-rezultatai>> (svetainė išjungta SRTRF nutraukus veiklą).

buvo padidintas 600 vnt. ir siekė 1 300 egz. Nuo 2014 m., baigus vykdyti projektą, „Dailė“ vėl pradėta leisti 700 egz. tiražu.



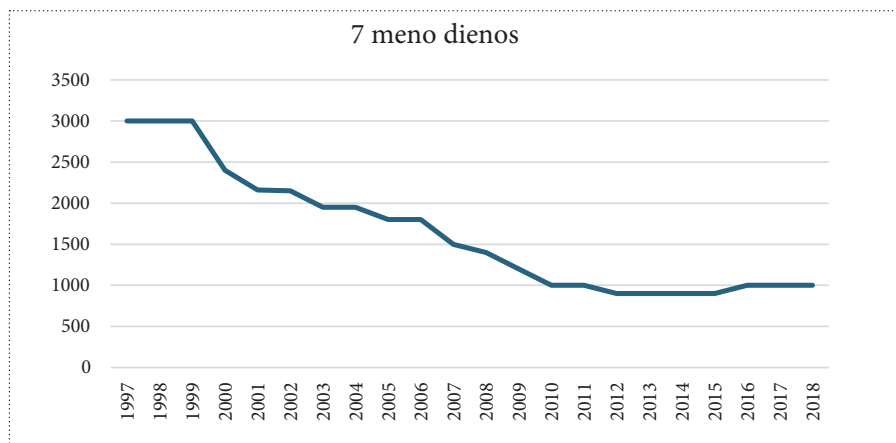
2 PAV. 2 dalis. 1997–2018 m. mėnesinių kultūrinių leidinių tiražo dinamika



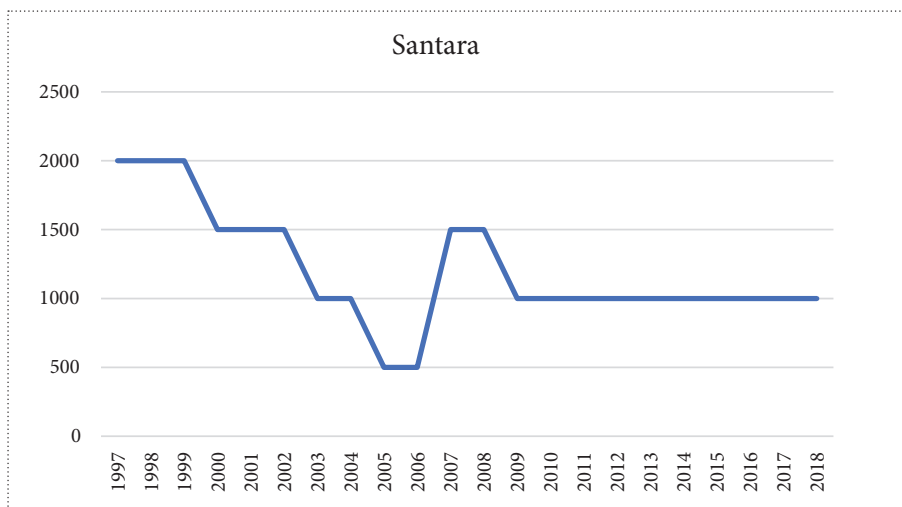
2 PAV. 3 dalis. 1997–2018 m. ketvirtinių kultūrinių leidinių tiražo dinamika

„Šiaurės Atėnų“ tiražas tiriamuoju laikotarpiu mažėjo: nuo 2 760 egz. iki 1 400 egz., tačiau mažėjimas vyko palaipsniui ir taip pat gali būti siejamas su menkėjančiu kultūrinių leidinių finansavimu (žr. 2 pav. 1 dalį).

Tas pats pasakytina ir apie laikraštį „7 meno dienos“ (žr. 2 pav. 4 dalį): mažėjant finansavimui, tarkime, nuo 60 0000 litų 2005 m. iki 35 000 litų 2012 m., tiražo kreivė irgi žemėja; bei „Santara“ (žr. 2 pav. 5 dalį): jos tiražo kreivė irgi lėmė finansavimas.



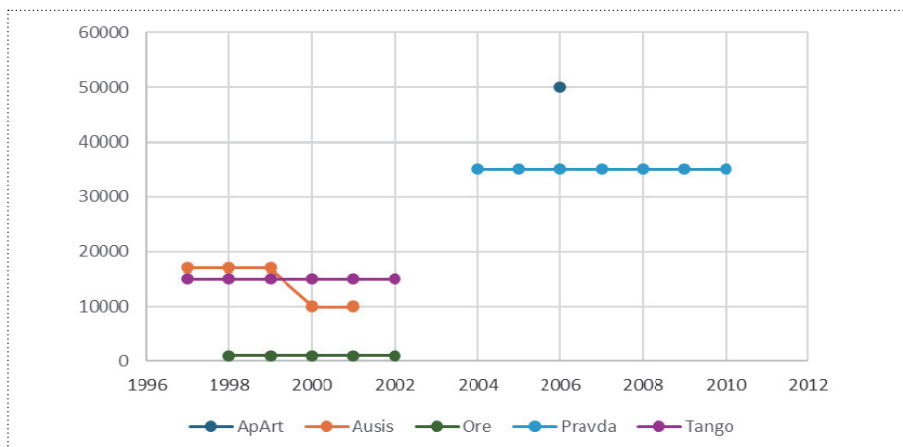
2 PAV. 4 dalis. 1997–2018 m. savaitraščio „7 meno dienos“ tiražo dinamika



2 PAV. 5 dalis. 1997–2018 m. įvairaus periodiškumo kultūrinio leidinio „Santara“ tiražo dinamika

3) Periodiškumo kaita. Pirmasis periodiškumo pasikeitimas „Nemuno“ tiražui įtakos turėjo (žr. 2 pav. 1 dalį): 2004 m., tapus savaitraščiu, tiražas nuo 1 500 egz. šoktelėjo iki 2 500 egz. Tiesa, jau 2005 m. tiražas ženkliai sumažėjo iki 1 100 egz. 2012 m., antrą kartą pasikeitus žurnalo periodiškumui, tokio ženkliaus tiražo šuolio kaip pirmą kartą nėra: 2006–2012 m. „Nemunas“ leidžiamas stabiliu 1 500 egz. tiražu. 2013–2016 m. jis sumažėja iki 1 000 egz. 2017–2018 m. „Nemuno“ tiražas didėja beveik dvigubai dėl tapimo žurnalu ir smarkiai pagerėjusios kokybės.

4) Privatūs fondai kaip finansavimo šaltinis. Išskirtinio tiražo tarp 1997–2018 m. leistų kultūrinių leidinių buvo nemokami ir iš privačių fondų leisti „ApArt“, „Ore“, „Auisis“, „Pravda“ ir „Tango“ (žr. 2 pav. 6 dalį). Didžiausiu tiražu išsiskyrė nemokamai platinami „ApArt“ (apie 40 tūkst. egz.) ir „Pravda“ (35 tūkst. egz.). Mažiausias tiražas buvo iki 2000 m. laikraščio, o 2001 m. žurnalu tapusio „Ore“ (1 000 egz.). „Tango“ ir „Auisis“ išlaikė palyginti stabilų tiražą: atitinkamai apie 15 tūkst. egz. ir 18 tūkst. egz. „Auisis“ buvo parduodama apie 90 proc. tiražo – turint omenyje šių dienų tendencijas, kai yra normalu išplatinti 60 proc. tiražo, šie rodmenys itin solidūs. Dėl 1998 m. prasidėjusios Rusijos krizės²⁷ ir sumažėjusios prenumeratos parduodamų egzempliorių skaičius menko, tačiau maždaug 18 tūkst. egzempliorių tiražas išsilaikė iki leidinio gyvavimo pabaigos.



2 PAV. 6 dalis. Nemokamų ir privačiomis lėšomis leistų leidinių tiražo dinamika

27 Ji padarė įtaką kasečių ir kompaktinių plokštelių leidybai, o „Auisis“ leidėjai buvo muzikos leidybos ir platinimo įmonė UAB „Bomba“.

Iš statistinės kultūrinių periodinių leidinių tiražo dinamikos galima daryti išvadą, kad didžiausia kultūrinių leidinių tiražo skirtis buvo nulemta finansavimo šaltinio. 1997–2018 m. ne iš privačių fondų remiamų kultūrinių periodinių leidinių tiražai svyravo nuo 4 700 egz. iki 500 egz. O vertinant kiekvieną leidinį pamečiui svyravimai nėra itin ženklūs.

Kita vertus, tiražas nebūtinai parodė tikslų skaitomumą, ypač tų leidinių, kurie turėjo versijas internete.

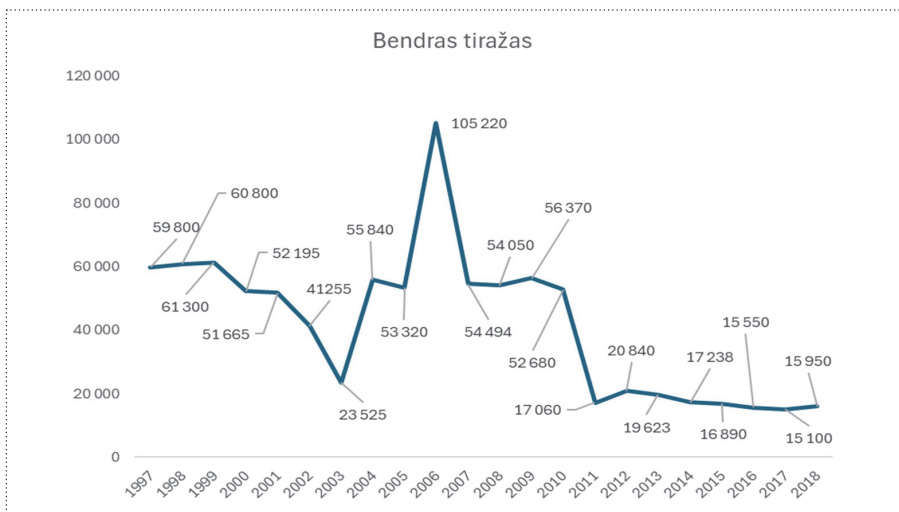
Tuo tarpu beveik visi iš privačių fondų leisti kultūriniai periodiniai leidiniai išsiskyrė tiražo gausa, tačiau trumpesniu leidybos periodu. Iš privačių fondų leistų leidinių tiražas nulėmė ir bendrą metinį kultūrinių leidinių vienkartinio tiražo svyravimą (žr. 2 lentelę).

2 LENTELE. Kultūrinių periodinių leidinių (1997–2018) bendras vienkartinis tiražas

Metai	Leidinių skaičius	Bendras vienkartinis tiražas
1997	16	59 800
1998	17	60 800
1999	18	61 300
2000	18	52 195
2001	18	51 665
2002	17	41 255
2003	15	23 525
2004	15	55 840
2005	15	53 320
2006	17	105 220
2007	16	54 494
2008	16	54 050
2009	16	56 370
2010	16	52 680
2011	15	17 060
2012	15	20 840
2013	15	19 623
2014	15	17 238
2015	14	16 890
2016	14	15 550
2017	13	15 100
2018	13	15 950

Šaltinis: 1997–2018 m. kultūriniai periodiniai leidiniai.

Nors leidinių skaičius tiriamuoju metu ne itin įvairavo (13–17 per metus), tiražo amplitudės šuolių esama (žr. 3 pav.).



3 PAV. Kultūrinių periodinių leidinių bendro vienkartinio tiražo kaita 1997–2018 m. Šaltinis: 1997–2018 m. kultūriniai periodiniai leidiniai.

Visais atvejais jie susiję su privačių fondų leidiniais ir laisvesne tematika, kuri kultūrinius leidinius iš dalies priartino prie populiariųjų, sumažino ribą tarp kultūros ir popkultūros, išplėtė skaitytojų auditoriją ir drauge tiražą.

Kita vertus, svarbu prisiminti, kad kultūrinės žiniasklaidos vertei numatyti svarbu ne vien tiražas: „mąstydami apie kultūrą turime pirmiausia mąstyti apie ateitį, vertę ir galimybes“²⁸. Tiražo svyravimus lėmė ir kintantys auditorijos interesai, susiję su medijų pokyčiais (skaitymu ekrane).

LIETUVIŲ NACIONALINIŲ KULTŪRINIŲ PERIODINIŲ LEIDINIŲ PLATINIMO ORGANIZACIJA

Vienas svarbiausių leidinių gyvavimo rodiklių – tikslingas ir operatyvus jų platinimas, t. y. pastangos paskleisti parengtą produktą kuo didesnei

28 TAMELYTĖ, Kristina. „Naujojo Židinio-Aidu“ vyr. redaktorius A. Terleckas: „Norėtu- si skaitytoji padėti surasti ramybę“. *Bernardinai.lt* [interaktyvus], 2021 05 12 [žiūrėta 2025 m. spalio 1 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.bernardinai.lt/naujojo-zidinio-aidu-vyr-redaktorius-a-terleckas-noretusi-skaitytoji-padeti-surasti-ramybe>>.

virtotojų, ūio atveju – ūkaitoju, auditorijai. Tomo Petreikio teigimu, „ūio metu viena iū aktualiaūių leidybos industrijos problemų – efektyvus leidinių platinimas. Ją sprendžiant susikerta įvairūs pirkėju, platinotoju, leidėju ir valstybės interesai.“²⁹ Prekės, konkrečiu ūio straipsnio atveju – kultūriniai periodiniai leidiniai, virtotoją pasiekia tam tikru keliu, rinkodaros specialistų vadinamu paskirstymo kanalu. Tai – grandinė tarpusavyje susijusių įmonių, dalyvaujančių, kol prekės pateks virtotojui. Paskirstymo kanalo ilgis priklauso nuo to, koks naudojamų prekių paskirstymo būdas – tiesioginis ar netiesioginis. Tiesioginiu prekių paskirstymu vadinama galimybė leidėjui pačiam savo prekes pateikti virtotojui, kitaip tariant, prekybą vykdo pats leidėjas, dažniausiai iš redakcijos ar leidyklos. Netiesioginis paskirstymo kanalas – kai prekės virtotojui patenka per pardavimo tarpininkus (didmenines ir mažmenines prekybos įmones). Paskirstymo kanalo pasirinkimas yra svarbus strateginis sprendimas, kuris priimamas išanalizavus tam tikrus veiksnius ir jų aspektus (žr. 3 lentelę)³⁰.

3 LENTELĖ. Platinimo kanalo pasirinkimo veiksniai

Veiksniai	Aspektai
Prekės	<p>pirkimo dažnis</p> <p>kaina</p> <p>transportabilumas</p> <p>laikymo sąlygos</p> <p>konsultavimo ir techninio aptarnavimo būtinumas</p>
Virtotojai	<p>skaičius</p> <p>gyventojų teritorinis pasiskirstymas</p> <p>perkamoji galia</p> <p>pirkimo įpročiai</p>
Konkurentai	<p>skaičius</p> <p>dydis</p> <p>finansinis pajėgumas</p> <p>įvaizdis</p> <p>jų konkuruojančios prekės</p> <p>paskirstymo kanalai</p>

29 PETREIKIS, Tomas. *Leidinių platinimas: kurso programa, seminarų planai, savarankiškos užduotys, rinktinė bibliografija*: mokymo priemonė. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2019. [interaktyvus], p. 4. [žiūrėta 2025 m. sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.kf.vu.lt/dokumentai/Leidiniu_platinimas_2019.pdf>.

30 PRANULIS, Vytautas; PAJUODIS, Arvydas; URBONAVIČIUS, Sigitas; VIRŠILAITĖ, Regina. *Marketingas*. Vilnius: Eugrimas, 1999, p. 212.

Veiksniai	Aspektai
Įmonės specifiškumas	dydis gamybinė programa finansinis pajėgumas rinkos dalis personalas įvaizdis
Kiti veiksniai	rinkodaros makroaplinka paskirstymo infrastruktūra

Šaltinis: PRANULIS, Vytautas; PAJUODIS, Arvydas; URBONAVIČIUS, Sigitas; VIRŠILAITĖ, Regina. *Marketingas*. Vilnius: Eugrimas, 1999, p. 213.

Be tiesioginio ir netiesioginio paskirstymo kanalų, svarbūs dar du leidinių sklaidos aspektai. Pirmasis – leidinių platinimas nemokamai, kai šiuos skaitytojai gali rasti ir nemokamai skaityti įvairiose erdvėse: kultūros, mokslo institucijose, kavinėse ar tam specialiai įrengtose miesto vietose. Antras kanalas – prenumerata. Ji itin palanki sukaupti išankstinių lėšų, taip stabilizuojant leidybos procesą.

Lietuvoje kultūrinių periodinių leidinių platinimas vykdomas trimis kanalais.

1. Prekyba, kuri išreiškiama tokiu paskirstymo kanalu: leidėjas → didmeninės prekybos atstovas → mažmeninės prekybos tinklai → galutinis vartotojas. Kitaip tariant, pats leidėjas neturi savo mažmeninio tinklo ir negali parduoti produkto galutiniam vartotojui – skaitytojui. Didmeninės prekybos atstovas perparduoda pagamintus leidinių tiražus knygynams, mažmeninės prekybos tinklams, spaudos kioskų tinklams „Lietuvos spauda“ ir „Kauno spauda“, taip pat Lietuvos paštui, kuris vykdo prekybą leidiniais mažuose miesteliuose, gyvenvietėse (ten, kur yra pašto skyrius, bet nėra parduotuvės, knygyno ar spaudos kiosko).

Tiriamuoju laikotarpiu dalies kultūrinių leidinių („Kultūros barų“, „Literatūros ir meno“, „Metų“, „Muzikos barų“, „Naujojo Židinio-Aidų“, „Šiaurės Atėnų“) platinimas buvo administruojamas spaudos ir knygų platinimo bei užsienio leidinių prenumeratos paslaugas teikiančios įmonės UAB „Press Express“. Priklausomai nuo individualaus susitarimo, leidėjai didmeninės įmonės atstovui už platinimą turėjo mokėti nuo 30 proc. leidinio kainos, neskaičiuojant PVM³¹ – toks didelis platinimo įkainis buvo viena iš priežasčių, kodėl

31 Informacija paremta empirine autorės patirtimi leidybos srityje.

kultūriniai periodiniai leidiniai parduodami palyginti aukštomis kainomis ir kodėl dalis jų atsisakė šios įmonės paslaugų, drauge netekdami didesnių platinimo galimybių.

Remiantis paskirstymo kanalo schema (leidėjas → didmeninės prekybos atstovas → mažmeninės prekybos tinklai → galutinis vartotojas), kultūriniai periodiniai leidiniai buvo platinami trejopai:

- a) nišinėse, specializuotose vietose;
- b) masinėse prekybos spauda vietose (prekybos centruose, spaudos kioskuose);
- c) masinėse prekybos spauda vietose ir nišinėse, specializuotose vietose (žr. 4 lentelę).

4 LENTELE. Periodinių kultūros leidinių platinimo būdai 1997–2018 m.

Platinimo būdas	Leidinio pavadinimas
Spaudos kioskai	„Auis“, „Dienovidis“, „Kultūros barai“, „Literatūra ir menas“, „Metai“, „Nemunas“, „7 meno dienos“, „Šiaurės Atėnai“, „Tango“
Mažmeninės prekybos tinklų parduotuvės	„Dailė“, „Dienovidis“, „Kinas“, „Kultūros barai“, „Literatūra ir menas“, „Muzikos barai“, „7 meno dienos“, „Šiaurės Atėnai“
Knygynai	„Krantai“, „Kultūros barai“, „Lietuvos scena“, „Literatūra ir menas“, „Naujasis Židinys-Aidai“, „Naujoji Romuva“, „Nemunas“, „Šiaurės Atėnai“
Specializuotos vietos	„ApArt“ (Vilniaus, Kauno, Klaipėdos ir Palangos galerijose, teatruose, kavinėse, restoranuose); „Krantai“ („Krantų“ redakcijoje), „Lietuvos scena“ (Teatro sąjungoje); „Muzikos barai“ (Vilniuje: Lietuvos muzikų sąjungoje, Muzikos akademijoje, Nacionalinėje filharmonijoje, Mokytojų namuose, Lietuvos pedagogų kvalifikacijos institute; Kaune: Muzikiniame teatre, Filharmonijoje, Vytauto Didžiojo universitete; Klaipėdoje: Muzikiniame teatre, Universiteto Menų fakultete; Šiauliuose: Universiteto Muzikos katedroje); „Pravda“ (didžiųjų Lietuvos miestų galerijose, kavinėse, kultūros renginiuose)
Prenumerata	„Auis“, „Dienovidis“, „Kinas“, „Krantai“, „Kultūros barai“, „Literatūra ir menas“, „Metai“, „Muzikos barai“, „Naujasis Židinys-Aidai“, „Naujoji Romuva“, „Nemunas“, „Santara“, „7 meno dienos“, „Šiaurės Atėnai“, „Tango“

Šaltinis: 1997–2018 m. kultūriniai periodiniai leidiniai.

Dalis kultūrinių periodinių leidinių („Krantai“, „Santara“, „Naujasis Židinys-Aidai“) buvo platinami tik didžiuosiuose miestuose ir / arba nišinėse vietose, t. y. specializuotuose knygynuose (pvz., Vilniaus knygynuose „Akademine knyga“, „Katalikų pasaulis“, „Natos“, „Allegretto“ ir M. K. Čiurlionio menų gimnazijos knygyne), pačių leidinių redakcijose.

Šiuo atveju ypač nukentėjo ir nukencia provincijos gyventojai – nišinėse vietose parduodami leidiniai jiems tampa pasiekiami tik prenumeratos būdu, įsigyti tiesiogiai iš mažmeninės įmonės jie beveik neturi galimybių.

Ypatinga grėsmė mažų miestelių ir kaimų gyventojams likti be periodinės spaudos (ne tik kultūrinės, bet ir regioninės) buvo iškilusi, kai nuo 2011 m. Lietuvos paštas, vienintelis periodinės spaudos platintojas mažuose Lietuvos miesteliuose ir kaimuose, padidino platinimo įkainius maždaug 40 proc. Tuomečio Lietuvos pašto pardavimo tarnybos direktoriaus Arūno Venckavičiaus aiškinimu, periodinės spaudos platinimas kaimo vietovėse buvo brangi ir nuostolinga veikla, nes šios vietos retai gyvenamos, prenumeratoriai išsibarstę dideliuose plotuose, o dėl galiojančių per mažų platinimo tarifų bendrovė 2010 m. patyrusi 15,4 mln. Lt (apie 4,46 mln. Eur) nuostolių³². AB Lietuvos paštą valdančios Susisiekimo ministerijos tuomečio vadovo Eligijaus Masiulio teigimu³³, galimybę skaiyti periodinius leidinius visos Lietuvos gyventojams įmanoma garantuoti tik pasitelkus valstybės dotacijas, t. y. Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondo. Dėl šios priežasties 2010 m. lapkričio 22 d. Seime įvyko pasitarimas dėl Lietuvos pašto didinamų periodinių leidinių prenumeratos įkainių 2011 m. ir kompensavimo mechanizmo. Valstybės finansinę paramą leidėjams buvo nutarta skirti kompensuojant iki 30 proc. jų patiriamų laikraščių ir žurnalų pristatymo prenumeratoriams kaimo gyvenamosiose vietovėse išlaidų³⁴, tokiu būdu pristabdant besiklostančią itin probleminę situaciją.

Tuo tarpu kultūrinių periodinių leidinių platinimas tik nišinėse vietose traktuojamas dvejopai:

- 1) kultūrinių leidinių tiražas buvo mažas dėl to, kad jie platinti tik siaurame lauke, t. y. potencialiems vartotojams juos sunku pasiekti, tenka specialiai ieškoti;

32 Brangsta spaudos platinimas kaimuose. *Veidas.lt* [interaktyvus], 2010 11 11 [žiūrėta 2025 m. spalio 2 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.veidas.lt/brangsta-spaudos-platinimas-kaimuose>>.

33 Ten pat.

34 Lietuvos paštas platinimo išlaidas didina vidutiniškai 40 proc. *Šiaulių naujienos* [interaktyvus], 2010 11 03 [žiūrėta 2025 m. spalio 1 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.snaujienos.lt/index.php/verslas/3775-lietuvos-patas-platinimo-kainius-didina-vidutinikai-40-proc.>>.

2) renkamasis atvirškščias matymas: leidinių tiražai nedideli, nes kultūros vartotojų auditorija yra specifinė, poreikis nėra ypač didelis, todėl leidiniai ir neplatinami visose masinėse prekybos spauda vietose. Tačiau tokiu atveju kultūriniai periodiniai leidiniai nepasiekė vadinamojo atsitiktinio skaitytojo, kuris galėjo susidomėti ir tapti nuolatinis.

2. Tiesioginis pardavimas (redakcijoje ir / ar per prenumeratą). Tiesioginius leidinių pardavimus redakcijose fiksuotomis leidinio kainomis (senesniems leidiniams tokiu atveju gali būti taikoma nuolaida arba jie tiesiog dovanojami) iš principo taiko visi periodiniai leidiniai, kultūriniai – taip pat³⁵.

Tuo tarpu prenumerata – išankstinis periodinių leidinių užsakymas, sumokant visą arba dalį leidinio kainos. Šiuo atveju skaitytojui suteikiamos kelios pasirinkimo galimybės: jis norimą leidinį gali prenumeruoti tiesiogiai per prenumeratos portalą (www.prenumeruok.lt) arba per tarpininką, pavyzdžiui, Lietuvos pašto skyriuose. Leidėjai skatina prenumeravimą – prenumeruojantiems skaitytojams suteikiama nuolaidų (tarkime, vienas numeris būna nemokamas), organizuojamos loterijos, kuriose gali dalyvauti tik prenumeratoriai. Tokiu būdu stengiamasi motyvuoti pirkėjus tapti lojaliais tam tikro leidinio skaitytojais ir garantuoti didesnio tiražo galimybes.

Vis dėlto kyla klausimas, ar prenumeratos galimybę kultūriniai periodiniai leidiniai išnaudojo tinkamai, kitaip tariant, ar aktyviai skatino potencialius skaitytojus rinktis jų leidinį. Juk dėl ribotos sklaidos kaip tik prenumeratorių, t. y. nuolatinų, lojalių skaitytojų, skaičiumi vertinamas kultūrinių leidinių stabilumas. 2017 m. savo internetinėse svetainėse pastebimai apie prenumeratos sąlygas skelbė tik keli tiriamieji kultūriniai periodiniai leidiniai: „7 meno dienų“, „Literatūra ir menas“, „Muzikos barai“, „Šiaurės Atėnai“.

Tuo tarpu reklaminės žinutės apie kitų kultūrinių leidinių prenumeratos akcijas viešojoje erdvėje nebuvo – kainas buvo galima sužinoti tik pašto skyriuose arba *prenumeruok.lt*. Internetiniai tinklalapiai ir socialinio tinklo „Facebook“ paskyros galėjo būti informatyvos ir paveikios platformos skleisti informacijai apie prenumeratą, didinti skaitytojų skaičiui, skatinti pardavimams ir tiražo augimui. Iš kultūrinių periodinių leidinių ir jų prenumeratos kainos³⁶ (žr. 5 lentelę) matyti, kad kultūriniai periodiniai leidiniai laikėsi daugelio periodinių leidinių tradicijos prenumeratą siūlyti mažesne kaina.

35 Informacijos apie tokią vykdomą veiklą galima rasti jų internetinėse svetainėse arba sužinoti paskambinus nurodytais redakcijos telefonais.

36 Lentelėje pateikiami 2017 m. prenumeruojamų kultūrinių periodinių leidinių duomenys.

Leidinys	Vieno numerio kaina	Mėnesio prenumerata	Dviejų mėn. prenumerata	Šešių mėn. prenumerata	Metinė prenumerata	Prenumerata užsakoma
„Krantai“	2,20 Eur ³⁷	3,06 Eur		6,12 Eur	12, 24 Eur	Prenumeruok.lt (nenurodo paskyroje)
„Kultūros barai“	1,45 Eur	1,47 Eur		8,87 Eur	17,75 Eur	Lietuvos pašto skyriuose ir internetu <i>www.post.lt</i>
„Literatūra ir menas“	1,30 Eur	5,33 Eur		32,01 Eur	58,68 Eur	Visuose pašto skyriuose ir internete: <i>prenumerata.post.lt</i> ; redakcijoje
„Metai“	2,03 Eur	2,07 Eur		12,42 Eur	20,71 Eur (10 mėn., birželį ir rugsėjį neleidžiamas)	Pašto skyriuose, <i>prenumeruok.lt</i>
„Muzikos barai“	3 Eur			9,18 Eur	18,36 Eur	Pašto skyriuose, <i>prenumeruok.lt</i>
„Naujoji Romuva“	2,20 Eur			4,8 Eur	8,16 Eur	Pašto skyriuose, <i>prenumeruok.lt</i>
„Nemunas“	3,50 Eur	2,75 Eur		16,52 Eur	33,05 Eur	Visuose pašto skyriuose, internetu <i>www.post.lt</i> ir <i>www.prenumerata.lt</i> arba redakcijoje

37 Žurnalo „Krantai“ kaina nebuvo fiksuota – kas mėnesį ji neženkiai varijuodavo nuo 2,20 Eur iki 3,20 Eur. Galima daryti prielaidą, kad dėl šios priežasties šio leidinio kaina nebuvo nurodoma žurnalo viršelyje.

Leidinyš	Vieno numerio kaina	Mėnesio prenumerata	Dviejų mėn. prenumerata	Šešių mėn. prenumerata	Metinė prenumerata	Prenumerata užsakoma
„7 meno dienos“	0,90 Eur	3,26 Eur		19,58 Eur	32,64 Eur	<i>prenumeruok.lt</i> , Lietuvos pašto skyriuose, redakcijoje
„Šiaurės Atėnai“	0,95 Eur	2,40 Eur		7,10 Eur	27,91 Eur	Pašto skyriuose, <i>prenumeruok.lt</i>

Šaltiniai: *prenumeruok.lt*, *literaturairmenas.lt*, *muzikusajunga.lt*, *nemunas.press*, *www.satenai.lt*, <http://www.7md.lt/prenumerata>, <http://literaturairmenas.lt/prenumerata>, <http://parduotuve.muzikusajunga.lt/zurnalo-quot-muzikos-barai-quot-prenumerata>, http://www.satenai.lt/parama_duomenys.

Tokiu būdu skatinami pardavimai, ypač kaina mažėja prenumeruojant ilgesniam laikotarpiui. Be to, kai kurie jų rinkosi ir kitus universalius pardavimo skatinimo būdus, pavyzdžiui, „Muzikos barai“ prenumeratoriams buvo platunami kartu su CD disku. Taip pat svarbu paminėti, kad dalis kultūrinių periodinių leidinių buvo užsakomi bibliotekoms, kurios gali būti suvokiamos kaip kolektyvinis prenumeratorius.

3. Nemokamų periodinių leidinių platinimas. 2003–2007 m. Lietuvoje atsirado nemokamai platinamų periodinių leidinių. Nemokami periodiniai leidiniai dažniausiai yra informacinio pobūdžio, jų leidybą finansuoja nevyriausybinės organizacijos, pavieniai leidėjai. 1997–2018 m. nemokamai buvo platinti kultūriniai periodiniai leidiniai „Pravda“, „ApArt“.

Nemokami kultūros (ir ne tik) leidiniai gali būti finansuojami iš dviejų šaltinių: 1) reklamos leidinyje pajamų; 2) jų leidybą vykdančių privačių įmonių ar fondų lėšų. Privačių fondų (VšĮ „Apartai“ ir UAB „Idėjų revoliucija“) leisti kultūriniai periodiniai leidiniai „Pravda“ ir „ApArt“ buvo platinami įvairiose viešosiose didžiųjų miestų erdvėse: mokymo įstaigose, kavinėse, per viešuosius renginius, teatruose, galerijose, „ApArt“ dovanų gaudavo laikraščio „Statybų pilotas“ prenumeratoriai – kaip priemonę pardavimams skatinti. Tokia šių leidinių platinimo strategija galėjo būti pasirinkta dėl dviejų priežasčių:

- 1) tokio pobūdžio (informaciniai kultūriniai) leidiniai yra orientuoti į didmiesčių gyvenimą dėl juose vykstančių kultūros renginių gausos;
- 2) tikslinės auditorijos – aktyvių, jaunų kultūra besidominčių arba ją kuriančių žmonių.

4. Leidinių platinimas per bibliotekas. Tiriamuoju laikotarpiu leidėjai, gavę finansavimą iš Lietuvos kultūros tarybos ir / ar SRTRE, be privalomųjų egzempliorių, privalėjo papildomai pateikti tam tikrą skaičių leidinių egzempliorių bibliotekoms. Priklausomai nuo leidinio pobūdžio, tiražo, gautos paramos, tai būdavo 30–50 egzempliorių. Jų paskirstymą apskričių, savivaldybių ir mokyklų bibliotekoms organizuodavo Lietuvos nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka. Kita vertus, bibliotekos, nors ir taupiomis lėšomis, gali inicijuoti leidinių prenumeratą. Bibliotekų kultūrinių periodinių leidinių prenumerata – vienas geriausių šių leidinių prieinamumo būdų regionuose.

IŠVADOS

1. Kultūriniai periodiniai leidiniai sudaro specifinį leidybos lauko segmentą, kurio išliekamumą ir tęstinumą lemia ne tik jų turinio kokybė, bet ir tai, kiek šis turinys yra priimamas, skaitomas visuomenės. Analizuojamu laikotarpiu, 1997–2018 m., stebima kultūrinių periodinių leidinių tipologinė konvergencija atskleidžia leidinių pastangas adaptuotis prie dinamiškai kintančios aplinkos. Šios adaptacijos procesus itin veikė vis spartesnis skaitmeninių leidybos formų išsigalėjimas, kuris skatino leidėjus permąstyti leidinių formatą, struktūrą, tematiką ir auditorijos pasiekiamumo strategijas. Tipologinių pokyčių dinamikoje išsiskiria ekonominis veiksnys – ypač finansavimo šaltinių ribotumas, nestabilumas, kuris dažnai nulėmė tiek leidybos periodiškumą, tiek leidinio turinio kaitą.
2. Bendrojo periodikos leidybos lauko veiksniai, lemiantys kultūrinių leidinių leidybą, didžiąja dalimi buvo susiję su ekonominiais veiksniais. Tai lėmė, kad Lietuvoje iki minimumo (liko vienas) sumažėjo savaitraščių. Retesnę periodiškumą dalis redakcijų vertino kaip galimybę parengti geresnės kokybės tekstus, tačiau kintantis periodiškumas kenkė leidiniui ir jo santykiui su skaitytojais. Vis dėlto valstybinis finansavimas, nors ir turėjo daug įtakos kultūrinių leidinių leidybai, nebuvo vienintelė priežastis, lėmusi jų leidybinę kokybę ir komunikacijos, sklaidos veiksnius. Toks pat svarbus veiksnys buvo ir yra redakcijų iniciatyva skatinti dialogą su visuomene ir pačios visuomenės požiūris į kultūrą bei jos refleksijas, lemiantis ir kultūros leidinių finansines galimybes (leidinių išsigijimas, skaitymas). Kita vertus, svarbi ir emocinė parama: jei leidėjas jaučia, kad jo leidinys yra suvokiamas kaip reikalingas, lengviau išsilaikyti net ir sudėtingomis ekonominėmis sąlygomis.
3. Apskaičiuojant kultūrinių periodinių leidinių tiražą taikomas tas pats universalus periodikos leidybos modelis. Kultūrinių periodinių leidinių tiražo

šuočiai buvo natūralus procesas. Dauguma kultūrinių periodinių leidinių nagrinėjama laikotarpiu susidūrė su ženkliai tiražo amplitudės žemėjimu. Jis susijęs su: 1) ribotais finansiniais šaltiniais; 2) mažėjančiu kultūrinių periodinių leidinių ir skaitytojų skaičiumi bei besikeičiančiais skaitymo įpročiais; 3) tipologine ir periodiškumo kaita, kuri iš esmės taip pat yra nulemta ekonominių veiksnių.

4. Tiriamuoju laikotarpiu nacionalinių kultūrinių periodinių leidinių platinimo organizacijai būdingi šie būdai: 1) leidiniai skaitytoją pasiekė per didmeninės ir mažmeninės prekybos atstovus; 2) leidiniai buvo prenumeruojami arba išsigijami redakcijoje nustatyta kaina; 3) vykdoma nemokamų leidinių sklaida; 4) leidiniai buvo prienami dalyje bibliotekų. Nė vienas iš šių keturių atvejų nėra būdingas tik kultūrinių periodinių leidinių organizacijai. Šis modelis yra universalus ir taikomas visiems periodiniams leidiniams. Kita vertus, kultūriniai periodiniai leidiniai išsiskiria mažmeninės prekybos erdve – tai ne tik tradiciniai spaudos kioskai ar prekybos centrai, bet ir specializuotos vietos. Klausimas dėl platinimo erdvės išplėtimo tiriamuoju laikotarpiu liko diskusinis: pereiti į labiau komercines platinimo erdves taip tikintis padidinti tiražą ar laikytis specializuotų erdvių, nes kultūriniai periodiniai leidiniai nėra orientuoti į masinį vartotoją.

Literatūra

1. Brangsta spaudos platinimas kaimuose. *Veidas.lt* [interaktyvus], 2010 11 11 [žiūrėta 2025 m. spalio 2 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.veidas.lt/brangsta-spaudos-platinimas-kaimuose>>.
2. COPE, Bill; PHILLIPS, Angus (eds.). *The Future of the Academic Journal*. Oxford: Chandos Publishing, 2009. 478 p.
3. EISNER, Alan; JETT, Quintus; KORN, Helaine. Web-Based Periodicals as an Emerging Cultural Form: Incumbent and Newcomer Producers in the Early Stages of Industry Revolution. *International Journal of Electronic Commerce*, 2000, vol. 5 (2), p. 75–93 <https://doi.org/10.1080/10864415.2000.11044205>.
4. GUDAITYTĖ, Gintarė; MELNINKAITĖ, Vida; VITKUTĖ-ADŽGAUSKIENĖ, Daiva; FOMIN, Vladislav. Diminishing Print vs. Rising Electronic Publishing: the Case of Lithuania. In *Building the e-World Ecosystem*, 2011, p. 129–137. https://doi.org/10.1007/978-3-642-27260-8_10.
5. JASTRAMSKIS, Deimantas. Žiniasklaidos industrijų gyvavimo ciklo stadijos. *Informacijos mokslai*, 2014, t. 68, p. 113–126. <https://doi.org/10.15388/Im.2014..3917>.
6. Lietuvos laikraščių ir žurnalų tiražai. Iš *Žurnalistika 2011*, 2011, p. 85–88.
7. Lietuvos paštas platinimo išlaidas didina vidutiniškai 40 proc. *Šiaulių naujienos* [interaktyvus], 2010 11 03 [žiūrėta 2025 m. spalio 1 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.snaujienos.lt/index.php/verslas/3775-lietuvos-patas-platinimo-kainius-didina-vidutinikai-40-proc>>.
8. Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo pakeitimo įstatymas. 2006 m. liepos

- 11 d. Nr. X-752. [interaktyvus], [žiūrėta 2025 m. spalio 2 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.AAFEF516C29E>>.
9. LINKEVIČIŪTĖ-RIMAVIČIENĖ, Jolita. Lietuvių inteligentų socialinis vaidmuo formuojant tautinės tapatybės modelius kultūrinėje spaudoje. *Informacijos mokslai*, 2011, t. 57, p. 88–114. <https://doi.org/10.15388/Im.2011.0.3132>.
10. MORRIS, Sally; BARNAS, Ed; LAFRENIER, Douglas; REICH, Margaret. *The Handbook of Journal Publishing*. Cambridge: Cambridge University Press, 2013. 477 p.
11. PETREIKIS, Tomas. *Leidinių platinimas: kurso programa, seminarų planai, savarankiškos užduotys, rinktinė bibliografija*: mokymo priemonė. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2019. 67, [1] p. Prieiga per internetą: <https://www.kf.vu.lt/dokumentai/Leidiniu_platinimas_2019.pdf>.
12. PICARD, G. Robert; BRODY, H. Jeffrey. *The Newspaper Publishing Industry*. Boston: Allyn and Bacon, 1997. 224 p.
13. PRANULIS, Vytautas; PAJUODIS, Arvydas; URBONAVIČIUS, Sigitas; VIRŠILAITĖ, Regina. *Marketingas*. Vilnius: Eugrimas, 1999. 423 p.
14. SHAKRY, Hoda El. Printed Matter(s): Critical Histories and Perspectives on Tunisian Cultural Journals. *Alif: Journal of Comparative Poetics*, 2017, No. 37, p. 140–168. Prieiga per internetą: <<https://www.jstor.org/stable/26191817>>.
15. SKARBALIENĖ, Danguolė. Savaitraščių tematika ir problematika. Iš DIRVONAITĖ, Dalia, URBONAS, Vytautas (red.). *Naujosios žiniasklaidos formavimasis Lietuvoje*. Vilnius: Žurnalistikos institutas, 2000, p. 76–94.
16. SPELL, Jefferson Rea. Mexican Literary Periodicals of the Nineteenth Century. *PMLA*, 1937, t. 52 (1), p. 272–312. [žiūrėta 2025 m. rugsėjo 30 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.jstor.org/stable/458711>>.
17. SUTHERLAND, James R. The Circulation of Newspapers and Literary Periodicals, 1700–30. *The Library*, 1934, t. 14–15, Nr. 1, p. 110–124. [žiūrėta 2025 m. rugsėjo 29 d.]. Prieiga per internetą: <<https://academic.oup.com/library/article-abstract/s4-XV/1/110/1085560>>.
18. TAMELYTĖ, Kristina. „Naujojo Židinio-Aidu“ vyr. redaktorius A. Terleckas: „Norėtusi skaitytojui padėti surasti ramybę“. *Bernardinai.lt* [interaktyvus], 2021 05 12 [žiūrėta 2025 m. spalio 1 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.bernardinai.lt/naujojo-zidinio-aidu-vyr-redaktorius-a-terleckas-noretusi-skaitytojui-padeti-surasti-ramybe>>.
19. TIDIKIS, Rimantas. *Socialinių mokslų tyrimų metodologija*. Vilnius: Lietuvos teisės universiteto Leidybos centras, 2003, 628 p.
20. URBONAS, Vytautas. *Lietuvių laikraštis: nuo seniausių laikų iki mūsų dienų*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 1997. 212 p.
21. URBONAS, Vytautas. *Lietuvių žurnalai ir jų sistemos kūrimas tipologinių modelių pagrindu*. Trakai–Vilnius: Voruta, 1999. 173 p.
22. URBONAS, Vytautas. *Lietuvių žurnalas: nuo pirmojo numerio iki šių dienų*. Trakai–Vilnius: Voruta, 1993. 176 p.
23. URBONAS, Vytautas. Spaudos laisvė ir jos įtaka kuriant pilietinę visuomenę. *Tiltai*, 2005, Nr. 1, p. 115–122.
24. VAIŠNYS, Andrius. Nusidavimai mūsų periodikos raidoje: draudimų diegimas, draudimų vengimas, draudimų tradicijos kūrimas. *Žurnalistikos tyrimai*, 2008, Nr. 1, p. 64–80.
25. VAIŠNYS, Andrius. *Spauda ir valstybė 1918–1940. Analizė istoriniu, teisiniu ir politiniu aspektu*. Vilnius: UAB „Biznio mašinų kompanija“, 1999. 264 p.

26. VAIŠNYS, Andrius. Spauda ir valstybė: informacinės politikos istoriniai aspektai. *Informacijos mokslai*, 2003, t. 24, p. 46–52.
27. VAIŠNYS, Andrius. *Žurnalistikos potvynis: Lietuvos žiniasklaidos sistemos kaita 1986–1990*. Vilnius: Vaga, 2020. 480 p., iliustr.
28. WALLIS, Jake. Facilitating Scottish Cultural Publishing Online. *Library Review*, 2004, vol. 53, iss. 5, p. 265–269. <https://doi.org/10.1108/00242530410538409>.
29. WARD, Brian. *Cultural Expressions of Irishness in the Periodical Press*. Daktaro disertacija [interaktyvus]. Golvėjus, 2015. [žiūrėta 2025 m. rugsėjo 30 d.]. Prieiga per internetą: <<https://aran.library.nuigalway.ie/handle/10379/5060>>.
30. WATERMAN, Sue. Literary Journals. In *Encyclopedia of the Life Support System*. UNESCO [žiūrėta 2025 m. rugsėjo 30 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.eolss.net/Sample-Chapters/C04/E6-87-04-03.pdf>>.
31. 2010 metų konkursų rezultatai. *srtfondas.lt* [interaktyvus], [žiūrėta 2017 m. kovo 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.srtfondas.lt/2010-metu-konkursu-rezultatai>> (svetainė išjungta SRTRF nutraukus veiklą).
32. 2015 metų konkursų rezultatai. *srtfondas.lt* [interaktyvus], [žiūrėta 2017 m. kovo 5 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.srtfondas.lt/2015-metu-konkursu-rezultatai>> (svetainė išjungta SRTRF nutraukus veiklą).

PRIEDAS

Analizuojami Lietuvos kultūriniai periodiniai leidiniai
1997–2018 m., jų leidimo metai, leidybinis apiforminimas ir
periodiškumas

Pavadinimas	Leidimo metai	Leidybos apiforminimas / periodiškumas
ApArt	2006	Kultūrinis informacinis žurnalas / mėnesinis
Ausis	1995–2001	Žurnalas / mėnesinis
Dailė	1960–1990, nuo 1997	Žurnalas / 1997–2017 m. leistas du kartus per metus. Nuo 2018 m. išeina keturis kartus per metus.
Dienovidis	1990–2003	Savaitraštis (iki 2001), 2001–2002 m. – mėnesinis žurnalas, 2003 m. – ketvirtinis žurnalas
Kinas	Nuo 1972	1972–1993 m. – žurnalas/ mėnesinis, 1994 m. tapo almanachu, 1995–1997 m. nebuvo leidžiamas, nuo 2004 m. – žurnalas / ketvirtinis
Knygų aidai („Naujojo Židinio-Aidų“) priedas	1999–2016	Žurnalas / ketvirtinis

Pavadinimas	Leidimo metai	Leidybos apiforminimas / periodiškumas
Krantai	Nuo 1989	Žurnalas / ketvirtinis
Kultūros barai	Nuo 1965	Žurnalas / mėnesinis
Lietuvos scena	2006–2014	Žurnalas / ketvirtinis
Literatūra ir menas	Nuo 1946	1997–2011 m. – laikraštis / savaitraštis, 2011–2018 m. – savaitinis žurnalas, nuo 2018 m. – dvisavaitinis žurnalas
Metai	Nuo 1991	Žurnalas / mėnesinis
Muzikos barai	Nuo 1989	Žurnalas / dvimėnesinis
Naujasis Židinys-Aidai	Nuo 1991	Žurnalas / mėnesinis
Naujoji Romuva	Nuo 1994	Žurnalas / mėnesinis; nuo 2008 m. – ketvirtinis
Nemunas	Nuo 1967	1997–2004 m. – žurnalas / mėnesinis; 2004–2012 m. – savaitraštis; 2012–2016 m. – dvisavaitinis meno leidinys, nuo 2017 m. – mėnesinis žurnalas
Ore	1998–2002	Laikraštis / mėnesinis (iki 2000); žurnalas / mėnesinis (2002)
Pravda	2004–2010	2004–2010 m. – žurnalas / mėnesinis; 2010 m. – el. versija
Santara	Nuo 1989	Žurnalas / ketvirtinis (4–6 kartai per metus)
7 meno dienos	Nuo 1992	Laikraštis / savaitraštis
Šiaurės Atėnai	Nuo 1990	Laikraštis / savaitraštis (iki 2015 m.); dvisavaitinis laikraštis (nuo 2015 m.)
Tango	1990–2002	Žurnalas / įvairaus dažnio

Šaltiniai: ibiblioteka.lt duomenys. Tiriamieji kultūriniai periodiniai leidiniai (*de visu*).