DOI: 10.19195/0080-3626.60.14

EWA JABŁOŃSKA-STEFANOWICZ

POLSKI RYNEK KSIĄŻKI 2015. ZAMROŻONA TRANSFORMACJA CYFROWA

Rynek publikacji elektronicznych w Polsce. Stopień zaawansowania cyfrowej transformacji. Wpływ e-publikacji na pracę wydawcy. Postawa wydawców wobec nowych form książki.

SŁOWA KLUCZOWE: rynek książki, książka elektroniczna, e-book, wydawca.

WPROWADZENIE

Do najważniejszych źródeł informacji o współczesnym polskim rynku książki należy zaliczyć publikowane corocznie raporty: „Ruch Wydawniczy w Liczbach" (RWL) przygotowywany przez Bibliotekę Narodową (BN)[1] oraz opracowywany przez Bibliotekę Analiz *Rynek książki w Polsce*. Metodologia pozyskiwania danych jest w obu przypadkach inna: BN opiera się na egzemplarzach obowiązkowych publikacji drukowanych, nadesłanych przez wydawców i zarejestrowanych w „Przewodniku Bibliograficznym", a Biblioteka Analiz — na ankietach przeprowadzanych wśród wydawców.

RWL zawiera informacje o publikacjach drukowanych, choć od 2001 roku bieżąca bibliografia narodowa odnotowuje także publikacje elektroniczne (w latach 2001–2008 w postaci dodatku do „Przewodnika Bibliograficznego", a od 2009 roku w postaci samoistnej wydawniczo „Bibliografii Dokumentów Elektronicznych"). Raporty Biblioteki Analiz podają dane wyłącznie ilościowe: wskaźnik dynamiki wzrostu między 2013 a 2014 rokiem określono na 16,5% (przy wyższym, bo mniej więcej dwudziestoprocentowym wzroście liczby tytułów), a wartość rynku publikacji elektronicznych oszacowano na 3% całego rynku książki[2].

[1] „Ruch Wydawniczy w Liczbach", Biblioteka Narodowa, http://www.bn.org.pl/zasoby-cyfrowe-i-linki/elektroniczne-publikacje-bn/ruch-wydawniczy-w-liczbach [dostęp: 16 IX 2016].

[2] Łukasz GOŁĘBIEWSKI, Paweł WASZCZYK, *Rynek książki w Polsce 2015. Wydawnictwa*, Warszawa: Biblioteka Analiz 2015, s. 89.

Roczniki Biblioteczne 60, 2016
© for this edition by CNS

W 2013 roku pojawił się trzeci raport, zatytułowany *Badanie rynku książki w Polsce. Monitoring kondycji wydawców, trendów produkcyjnych i dystrybucyjnych na rynku wydawniczym*[3], który przygotowała Polska Izby Książki pod patronatem Instytutu Książki, we współpracy z Warszawskimi Targami Książki oraz Targami Książki w Krakowie. Podtytuł wskazuje na odmienne podejście: tym razem chodziło o uchwycenie zmian, które zachodzą na rynku książki. Uczestnicy badania, reprezentacyjna ogólnopolska próba małych, średnich i dużych wydawców, odpowiedzieli na pytania ankiety i na tej podstawie sformułowano wnioski.

Autorzy raportu PIK już we wstępie tłumaczą:

> W niniejszym opracowaniu brak spraw związanych z tworzącym się rynkiem e-booków i audiobooków. Wartość tej działalności w Polsce jest oceniana na ok. 2 proc. sprzedaży wydawnictw (w USA ok. 23 proc.), widać potencjał i na pewno w przyszłości należy też dokładnie go zanalizować.

Na stronie PIK w dziale Raporty i statystyki można znaleźć linki do innych publikacji odnoszących się bezpośrednio i pośrednio do sytuacji sektora wydawniczego.

Bardziej szczegółowe dane dotyczące nowych form książki mają firmy zaangażowane w ich dystrybucję, żywotnie zainteresowane rozwojem tego segmentu, choć i one nie rejestrują całej produkcji. Poza zasięgiem pozostają np. publikacje wydane samodzielnie przez autorów lub inne niewydawnicze instytucje. Prognoza księgarni internetowej Virtualo z października 2015 roku przewidywała, że sprzedaż netto e-booków na koniec roku osiągnie 50 mln zł (co oznaczałoby wzrost o 50% w stosunku do roku poprzedniego), a rok później będzie to aż 85 mln zł[4]. Jeśli nawet prognozy Virtualo się sprawdzą, podane kwoty są wciąż kilkukrotnie niższe niż przewidywane kilka lat wcześniej przez wywiadownię gospodarczą PwC. W dokumencie opisującym rozwój rynku mediów cyfrowych w latach 2012–2016[5] prognozowała ona wzrost wydatków na książki elektroniczne z 10 mln USD w 2011 roku do 106 mln USD w 2016 roku. Autorzy dokumentu postrzegali polski rynek jako jeden z „bardziej pochłoniętych rewolucją cyfrową" i spodziewali się gwałtownego zwrotu konsumentów w stronę książki elektronicznej. Rzeczywista dynamika zmian okazała się jednak mniejsza niż zakładano. Spowolnienia rozwoju rynku cyfrowego w Polsce dowodzą także dane przedstawione w raporcie *Digital Single Market*, przygotowywanym przez Komisję Europejską. W edycji

[3] *Badanie rynku książki w Polsce. Monitoring kondycji wydawców, trendów produkcyjnych i dystrybucyjnych na rynku wydawniczym*, Polska Izba Książki, http://www.pik.org.pl/upload/files/Raport%20PIK%207-11-2013%20final-final.pdf lub http://www.pik.org.pl/komunikaty/135/badanie-rynku-ksiazki-w-polsce-monitoring-kondycji-wydawcow-trendow-produkcyjnych-i--dystrybucyjnych-na-rynku-wydawniczym [dostęp: 16 IX 2016].

[4] Komunikat prasowy Virtualo, *Rynek e-booków na fali wzrostu*, http://media.innovationpr.pl/pr/302757/rynek-ebookow-na-fali-wzrostu [dostęp: 16 IX 2016].

[5] *Rynek mediów cyfrowych wreszcie się stabilizuje — czas na skuteczne strategie wykorzystania nowych technologii*, PwC, http://www.pwc.pl/pl/media/2012/entertainment-and-media--outlook-2012-2016.html [dostęp: 16 IX 2016].

© for this edition by CNS

2016 Polska utrzymała 22 miejsce wśród 28 krajów członkowskich, lecz po raz pierwszy trafiła do grupy państw pozostających z tyłu (*falling-behind cluster*)[6].

E-BOOKI W INNYCH KRAJACH

Jednocześnie trudno oprzeć się wrażeniu, że pojawienie się książki elektronicznej wywarło znacznie większy wpływ na kształt rynku książki, niżby wskazywał jej udział w przychodach. Przekonanie o nieuniknionych zmianach, jakich powinni się spodziewać wydawcy, wyraził już w 2001 roku Terje Hillesund:

> Publishers will no longer be mere producers of paper books, but digital content agents, producing content in several formats and for different distribution channels. Publishers will produce books on paper and on demand in various digital formats, changing the structure of book production[7].

Zdaniem badacza, najważniejszym wyzwaniem będzie konieczność elastycznego podejścia do treści (jako pliku w formacie XML) na etapie ich przygotowania oraz prezentacji i dystrybucji w nowy sposób[8].

W ostatnich latach pojawiły się próby weryfikacji tez Hillesunda. Badacze z różnych krajów analizują działalność wydawców i starają się ustalić, czy i jak wzbogacenie oferty o publikacje elektroniczne wpłynęło na ich pracę. Celem autorów artykułu poświęconego rynkowi norweskiemu była np. analiza funkcjonujących obecnie modeli biznesowych i porównanie ich ze stosowanymi w poprzednich latach. Wyniki oparto na wywiadach przeprowadzonych z przedstawicielami trzech najważniejszych norweskich wydawnictw oraz — dodatkowo — stowarzyszeń księgarzy i autorów[9]. Inne badanie dotyczyło rynku litewskiego. Wzięło w nim udział blisko 150 wydawców, którzy odpowiedzieli na pytania podzielone na trzy tematyczne grupy: produkcja e-booków, czynniki mające wpływ na elektroniczne publikowanie oraz udział tradycyjnych podmiotów w rynku e-publikacji[10]. Podobnie zorganizowane wywiady przeprowadzono także z wydawcami w Szwecji i Chorwacji[11].

---

[6] *Digital Single Market*, Poland, European Commission, https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/poland#6-rd [dostęp: 16 IX 2016].

[7] Terje HILLESUND, *Will E-books change the world*, First Monday (6) 2001, nr 10, http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/891/800 [dostęp: 16 IX 2016].

[8] *Ibidem*.

[9] Sara ØIESTAD, Markus M. BUGGE, *Digitisation of publishing: Exploration based on existing business models*, Technological Forecasting and Social Change 2014, nr 83, s. 57–58, http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162513000553 [dostęp: 16 IX 2016].

[10] Arūnas GUDINAVIČIUS, Andrius ŠUMINAS, Elena MACEVICIUTE, *E-book publishing in Lithuania: the publisher's perspective*, Information Research (20) 2015, nr 2, http://www.informationr.net/ir/20-2/paper672.html#.V3KCjNKLRdg [dostęp: 16 IX 2016].

[11] Tom WILSON, *Swedish publishers' views on e-books,* The e-book research project, https://projectebooks.wordpress.com/2014/04/17/swedish-publishers-views-on-e-books/ [dostęp: 16 IX 2016].

© for this edition by CNS

Stosunkowo wysokie przychody netto ze sprzedaży e-booków rejestrują Stany Zjednoczone i Wielka Brytania (w 2012 roku było to odpowiednio 23% i 12%)[12]. Należy się więc spodziewać, że skutki pojawienia się publikacji elektronicznych na tych rynkach będą najbardziej widoczne. Rzeczywiście, badania wskazują, że dotknęły one wszystkich uczestników procesu wydawniczego, zakłócając ich dotychczasowe zadania i odgrywane role. Przykładowo, agent literacki przestaje być ogniwem pośredniczącym między autorem i wydawcą, próbuje natomiast nawiązać bezpośrednie relacje z dystrybutorem, który do takich kontaktów zachęca także autora. Właśnie redukcję pośredników między nadawcą a odbiorcą treści (ang. *disintermediation*) uznaje się za charakterystyczną cechę obiegu komunikacyjnego książki elektronicznej[13].

Jak widać, zmiana technologii wywołuje zmiany w praktyce wydawniczej, a do ich opisu potrzebne są nowe terminy. Podobne problemy zauważają także badacze. Dotychczas używane określenia (w tym te najważniejsze, jak „książka", „wydawca", „czytelnik") okazują się nieprecyzyjne, płynne. Zwraca na to uwagę zarówno Tom Wilson[14], jak i Julie Han, analizująca współczesny rynek wydawniczy w Korei. Jej zdaniem w erze „smart media" termin „publishing" powinien obejmować podmioty związane z publikowaniem treści nie tylko w formie książek. Taką rozszerzoną znaczeniowo formułę należałoby następnie wprowadzić do dokumentów regulujących współczesną działalność koreańskich wydawców (Korean Publishing Industry Promotion Act)[15].

Przytoczone przykłady potwierdzają tezę, że e-book stał się technologią zakłócającą (*disruptive technology*), która — w różnym stopniu w różnych krajach i sektorach rynku — zmienia procesy produkcji, dystrybucji i użytkowania książki[16]. Pewne symptomy widoczne są już teraz, następnych możemy się spodziewać, albowiem proces przyswajania innowacji ledwie się rozpoczął.

CEL I METODOLOGIA BADANIA

Monitorowanie zmian w praktyce czytelniczej zainicjowała Biblioteka Narodowa. W ostatnich latach w wywiadach przeprowadzanych przez ankieterów

[12] Giles CLARK, Angus PHILLIPS, *Inside book publishing*, London-New York 2014, s. 47.

[13] Padmini Ray MURRAY, Claire SQUIRES, *The digital publishing communications circuit*, Book 2.0 (3) 2013, nr 1, s. 8–9.

[14] Tom WILSON, *A typology of content creation, production, distribution and use*, The e-book research project, https://projectebooks.wordpress.com/2015/11/23/a-typology-of-content-creation-production-distribution-and-use/ [dostęp: 16 IX 2016].

[15] Julie HAN, *Reconceptualization of the Definition of Publishing in the Republic of Korea*, International Journal of Software Engineering and Its Applications (9) 2015, nr 7, s. 33–42, http://www.sersc.org/journals/IJSEIA/vol9_no7_2015/4.pdf [dostęp: 16 IX 2016].

[16] T. WILSON, *The e-book phenomenon: a disruptive technology*, Information Research (19) 2014, nr 2, http://www.informationr.net/ir/19-2/paper612.html#.V22ceNKLRdg [dostęp: 16 IX 2016].

© for this edition by CNS

oprócz pytań o czytanie książek pojawiło się pytanie o „czytanie tekstu dłuższego niż trzy strony maszynopisu" (wydrukowanego lub elektronicznego). Dodatkowo, w raporcie z 2016 roku obok „czytelnika książek" wyodrębniono kategorię „omniczytelnika", czyli osoby, która czyta dłuższe teksty, prasę, książki i systematycznie korzysta z Internetu[17]. Od 2013 roku alternatywny projekt badawczy zatytułowany „Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce" prowadzi Polska Izba Książki[18]. Jego celem jest „uchwycenie transformacji tradycyjnego czytelnictwa książek, opisanie zakresu i kierunku zmian w sposobie odbioru treści przez odbiorców w związku z rozpowszechnianiem się nośników cyfrowych"[19]. Natomiast bardzo niewiele wiadomo o wydawcach, a przecież to oni zmianę zachowań czytelniczych, polegającą w największej mierze na zwrocie w stronę mediów elektronicznych, odczuwają najsilniej. Celem niniejszej pracy jest zatem określenie:

— stopnia zaawansowania cyfrowej transformacji polskiego rynku książki,

— wpływu nowego typu publikacji na dotychczasową strukturę i organizację instytucji wydawniczych,

— postawy wydawców wobec nowych form książki.

Główną metodą pozyskiwania informacji były wywiady pogłębione. Ustrukturyzowany scenariusz wywiadu składał się z trzech bloków pytań: pierwszy dotyczył historii, struktury organizacyjnej i specjalizacji firmy wydawniczej; drugi — ewolucji jej oferty w ostatnich latach; trzeci — organizacji procesu wydawniczego nad konkretną publikacją. Oficjalne pismo wyjaśniające cel i metodę badania wysłano do 20 wybranych firm, przedstawicieli głównych sektorów rynku, którzy mają lub w najbliższej przyszłości planują mieć w swojej ofercie publikacje elektroniczne. Aby uzyskać możliwie pełny obraz, zadbano, by wydawnictwa z każdego segmentu różniły się wielkością produkcji oraz czasem prowadzenia działalności. W piśmie zadeklarowano, że udział w badaniu jest anonimowy, a uzyskane informacje mają charakter poufny — „w żadnym opracowaniu wyników nie będą przypisane do konkretnej osoby czy podmiotu"[20]. Zobowiązano się także do udostępnienia końcowego raportu wszystkim zainteresowanym.

Na zaproszenie pozytywnie odpowiedziało 15 firm. Trzy z nich wydają beletrystykę i literaturę faktu; publikacje fachowe, edukacyjne i naukowe reprezentuje

[17] *Stan czytelnictwa w Polsce w 2014 roku*, Biblioteka Narodowa, http://www.bn.org.pl/download/document/1459845698.pdf [dostęp: 16 IX 2016].

[18] *Badanie Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce*, http://www.pik.org.pl/pages/80/badanie-kierunki-i-formy-transformacji-czytelnictwa-w-polsce [dostęp: 16 IX 2016].

[19] Raport Polskiej Izby Książki z projektu badawczego *Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce 2013–2014*, http://www.pik.org.pl/upload/files/Raport%20PIK%20z%20projektu%20badawczego%20Kierunki%20i%20formy%20transformacji%20czytelnictwa%20w%20Polsce_pub.pdf [dostęp: 16 IX 2016).

[20] Autorka dysponuje pełną dokumentacją z przeprowadzonego badania. Oparto na niej wyniki i wnioski prezentowane w niniejszym artykule.

© for this edition by CNS

po dwóch wydawców; segment książki dla dzieci — pięciu[21]. Próbkę uzupełnia wydawnictwo niszowe, zajmujące się komiksami. Sześć badanych firm mieści się w pierwszej dwudziestce największych wydawnictw w Polsce[22]. Większość powstała w latach 90. XX wieku, historia trzech jest dłuższa, a cztery firmy powołano do życia po 2000 roku. Liczba pracowników zatrudnionych na stałe mieści się w przedziale od kilku do kilkuset. Czternaście wydawnictw już wydaje publikacje elektroniczne, a jedno deklaruje wejście na ten rynek w najbliższym czasie.

Wywiady przeprowadzono między październikiem 2015 roku a lutym 2016 roku. Wśród rozmówców dominowali menedżerowie odpowiedzialni za treści cyfrowe (ich przygotowanie i/lub dystrybucję), mający jednocześnie orientację w kompleksowej ofercie wydawniczej. Każda rozmowa trwała od 60 do 90 minut. Uzyskane informacje zostały uzupełnione danymi pochodzącymi ze stron internetowych wydawnictw. W artykule wykorzystano także inne źródła, najczęściej zawierające dane odnoszące się do sytuacji na rynku książki w latach poprzednich (np. raport *Rynek książki w Polsce 2015* opisuje rynek w 2014 roku). Źródła te pozwalają na osadzenie omawianych zagadnień w szerszym kontekście, jednakże zasadniczym celem analiz jest poznanie i zarejestrowanie postaw i opinii wydawców wobec publikacji elektronicznych na przełomie 2015 i 2016 roku.

WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

1. CZAS WEJŚCIA NA RYNEK E-PUBLIKACJI

Publikacje elektroniczne pojawiły się w ofercie prawie wszystkich badanych wydawnictw w latach 2010–2013 (tab. 1). Około roku 2011 niektórzy wydawcy zdecydowali się na uruchomienie własnych platform dystrybucji plików. Pierwsze lata drugiej dekady jeden z wydawców określił jako czas, w którym „na rynku było nerwowo", bo zewsząd słychać było przepowiednie o nadchodzącej digitalizacji i bliskim upadku tradycyjnej książki. Niepokój wzmacniały kontakty z zagranicznymi partnerami, którzy zapowiedzi zmian traktowali bardzo poważnie. Wkrótce okazało się jednak, że żadne gwałtowne działania (zwłaszcza w Polsce) nie były potrzebne, choć część wydawców przyznała, że właśnie wtedy zainteresowała się nowymi formami książki.

Wydawcy publikacji edukacyjnych i fachowych weszli na rynek publikacji elektronicznych znacznie wcześniej, podejmując współpracę z firmami informatycznymi. Okazuje się, że czas przekroczenia cyfrowej bariery skorelowany jest z oceną, jaki typ produktów uważa dany wydawca za kluczowy w swojej działalności. Przedstawiciele 12 wydawnictw uznali za takie produkty książki drukowa-

[21] Pewna nadreprezentacja wydawców z segmentu książki dla dzieci wynika z dużego zróżnicowania oferty (w tym oferty elektronicznej) w tym segmencie.

[22] Ł. GOŁĘBIEWSKI, P. WASZCZYK, *op. cit*., s. 275–276.

© for this edition by CNS

ne, produkty cyfrowe określając jako „dodatek”[23]. Dla wydawców edukacyjnych i fachowych równie ważne są oba typy publikacji.

Tab. 1. Wejście na rynek e-publikacji

Rok	Liczba wydawców
przed 2000	1
2003	1
2004	1
2010	2
2011	2
2012	1
2013	4
2014	1
2015	1

Źródło: Opracowanie własne.

2. TYPY PUBLIKACJI ELEKTRONICZNYCH

Na pierwszym miejscu zestawienia wydawanych obecnie e-publikacji wymieniany był najczęściej plik PDF zawierający replikę książki drukowanej z dołączonym hipertekstowym spisem treści. Zdarza się, że umowa z wydawcą zagranicznym udzielającym licencji na tłumaczenie nie pozwala na nic więcej niż wydanie elektronicznej kopii książki.

Za najprostszą, PDF-ową formą opowiedzieli się zwłaszcza wydawcy publikacji naukowych i dla młodszych dzieci. W obu wypadkach chodzi o uniknięcie problemów z „rozsypywaniem się” treści, która składa się z tekstu oraz materiałów go uzupełniających, np. tabel, wzorów czy ilustracji.

Książki niewymagające takich dodatków (np. powieści) wydawane są w multiformacie, czyli jako pliki PDF, EPUB, MOBI. Wszyscy rozmówcy uznali tę praktykę za obligatoryjną, przy czym procent własnych nowych tytułów publikowanych w ten sposób określili (w zależności od specjalizacji) na 30–100. Kilku wydawców zwróciło uwagę na dodatkowe możliwości wykorzystania elektronicznej formy książki: archiwizację i udostępnienie w postaci plików starszej produkcji wydawniczej (backlisty) oraz druk na żądanie wybranego tytułu, czasem z opcją dostosowania wielkości fontu i interlinii do potrzeb zamawiającego. Usługi te pozwalają na „tanie zaspokojenie oczekiwań czytelników”.

Dla wydawcy publikacji naukowych znaczenie mają inne zalety książki w pliku. Jego tańsza produkcja pozwala na poszerzenie oferty o publikacje popularne, przeznaczone dla szerszej publiczności. Efekt sprzedażowy takiego działa-

[23] Wszystkie wyrażenia ujęte w cudzysłów są cytatami z wypowiedzi wydawców.

© for this edition by CNS

nia wzmacniany jest przez księgarnie, czytelnie i biblioteki internetowe. Umożliwiają one dotarcie do oferty wydawnictw akademickich czytelnikom, którzy po nią wcześniej nie sięgali. Wielość i neutralność kanałów dystrybucji zdejmuje z niej odium hermetyczności.

Bardziej zaawansowaną formą książki elektronicznej są aplikacje, w żargonie wydawniczym określane jako apps lub apki. Do posiadania w swojej ofercie tego typu publikacji przyznali się wyłącznie wydawcy książek dla dzieci. Aplikacja to w ich rozumieniu połączenie wyświetlanego na ekranie tekstu z głosem lektora, wzbogaconego animacjami i/lub ćwiczeniami interaktywnymi, np. puzzlami czy kolorowankami.

Najbardziej rozbudowaną listę cyfrowych publikacji przedstawili wydawcy sektorów edukacyjnego i fachowego. Ci pierwsi zwrot w stronę produktów cyfrowych datują na rok 2010, choć pojawiły się one w ofercie szkolnej już w połowie lat 90. XX wieku. Z czasem tradycyjne wydawanie książek stało się niewielką częścią ich działalności, obecnie określaną jako dostarczanie „rozwiązania edukacyjnego" lub „kompleksowej usługi". Mimo to podręcznik dla ucznia jest wciąż najważniejszym elementem oferty i punktem odniesienia nie tylko dla tradycyjnych materiałów pomocniczych, jak zeszyt ćwiczeń czy poradnik metodyczny (i ich cyfrowi następcy), lecz także ogromnie zróżnicowanej gamy nowych produktów. Obecnie ma on formę książki drukowanej, jej kopii w postaci pliku PDF lub „podręcznika za szkłem", zwanego też multibookiem. Jest to plik, który zawiera kolejne strony książki wzbogacone graficznymi znakami (ikonami), odsyłającymi użytkownika do zasobów cyfrowych. Na początku były one zgromadzone na dołączonych do podręczników płytach, następnie przeniesiono je na platformy internetowe, by w ostatnich latach — w związku z wymaganiami Ministerstwa Edukacji Narodowej — wrócić do płyt. Na platformach i portalach (przypisanych zwykle do jednego etapu kształcenia) zamieszczono też inne materiały dla ucznia i nauczyciela (bezpłatne i płatne, do korzystania online lub offline). Są to m.in.: zasoby tekstowe, graficzne i filmowe służące do wzbogacenia konkretnych lekcji, interaktywne ćwiczenia, generatory testów z możliwością edycji i raportowania wyników, a także podpowiedziami dla uczących się. Niektóre platformy umożliwiają dodatkowo archiwizację wybranych treści i przechowywanie własnych.

Równie długą historię wydawania produktów cyfrowych mają wydawnictwa fachowe. Obok serii drukowanych, rozbudowują one internetowe bazy i specjalistyczne serwisy informacyjne adresowane np. do prawników. W sieci dostępne są też aktualizacje kupionych wcześniej produktów, czasem w postaci osobnej podstrony (*micro site*). Nowym pomysłem na wzbogacenie oferty są kursy wideo przygotowywane przez autorów książek. Zainteresowanie odbiorców sprawia, że ich tematyka wciąż się poszerza: od specjalistycznych po kursy dla każdego, np. związane ze stylem życia.

© for this edition by CNS

3. ZAKUP PLIKÓW

Zdecydowana większość wydawców udostępnia swoją cyfrową ofertę w zewnętrznych księgarniach z e-bookami, np. Woblink, Publio, Virtualo, ibuk, Ebookpoint oraz na Platformie Dystrybucyjnej Wydawnictw (PDW) Tylko nieliczni zdecydowali się na samodzielną dystrybucję. Wiąże się ona z koniecznością zabezpieczenia pliku i rozliczeniem sprzedaży; wydawców zniechęcają zwłaszcza niejasności dotyczące podatku VAT. Aplikacje (a czasem także inne publikacje elektroniczne) dostępne są w Appstore i/lub GooglePlay.

Rozwiązaniem wygodnym dla czytelnika byłoby uzyskanie pełnej informacji na temat wszystkich dostępnych form wydania danego tytułu na stronie jego wydawcy, najlepiej z przekierowaniem do miejsc, gdzie można go kupić w wybranym formacie. Dzieje się tak bardzo rzadko. Ci, którzy zlecają dystrybucję firmom zewnętrznym, takich danych w swojej firmowej księgarni najczęściej nie podają, ograniczając się do eksponowania wyłącznie wersji drukowanej.

Obecnie powszechnie stosowanym zabezpieczeniem e-booków jest znak wodny (*watermark*). Zdarza się jednak że, gdy wymagania licencyjne zmuszają wydawcę do użycia systemu DRM. Okazuje się, że komplikuje to kontakty wydawcy z dystrybutorem: plik zabezpieczany jest w jednej firmie, a udostępniany w innej.

4. CECHY E-PUBLIKACJI

W odpowiedziach na pytanie o przewagę e-publikacji nad publikacjami drukowanymi powtarzały się określenia: podręczność, mobilność, dostępność, które dobrze korespondują z powszechną oceną e-booków przez użytkowników: zarówno polskich, jak i amerykańskich[24]. E-book jest wygodny, bo zajmuje mało miejsca (co ma znaczenie np. dla zestawiających bibliografię naukowców czy kolekcjonerów serii wydawniczych), świetnie sprawdza się w podróży (w jednym małym urządzeniu zmieszczą się setki książek), podobnie jak audiobook wydłuża czas obcowania z ulubionym tekstem, można go kupić i czytać z dowolnego miejsca. Jeden z wydawców zwrócił uwagę, że ta podręczność i dostępność jest pozorna, a czasem bywa przekleństwem. Dzieje się tak, gdyż zarządzania cyfrowymi kolekcjami dopiero się uczymy. Nie wystarczy postawić e-booka na wirtualnej półce, by pamiętać, że go mamy i by w odpowiednim momencie go odnaleźć.

Zdecydowanie większe przekonanie do cyfrowych publikacji zademonstrowali w swoich odpowiedziach wydawcy edukacyjni. Tego rodzaju publikacje umożliwiają aktywne uczenie się, bo zmiana nośnika sprzyja wykorzystaniu większej liczby zmysłów. Innym, nie mniej ważnym, celem wprowadzenia nowych form materiałów edukacyjnych jest zwiększenie zaangażowania i motywacji

[24] Zob. Legimi, *Raport z badania czytelników książek i ebooków*, http://lc.serwer2.com.pl/raport_Legimi_SW_Research.pdf oraz Pew Internet, *The rise of e-reading*, http://libraries.pewinternet.org/2012/04/04/the-rise-of-e-reading/ [dostęp: 16 IX 2016].

© for this edition by CNS

ucznia, na co dzień obcującego z nowymi technologiami. Sukces zależy w dużym stopniu od właściwego dopasowania treści do nowego medium oraz atrakcyjnego ich opakowania. Technologia nie może wystąpić wyłącznie w roli ozdobnika, bo „technologia bez treści staje się zabawką".

Z kolei najbardziej sceptyczne oceny pochodziły od wydawców książek dla dzieci. Najkrócej podsumowuje je stwierdzenie: „książka drukowana i produkty cyfrowe to dwa różne światy".

5. PRODUKCJA E-PUBLIKACJI

Pierwotną formą aktywności wszystkich badanych wydawnictw było wydawanie książek drukowanych. Większość rozmówców proces produkcyjny publikacji cyfrowych opisała jako kontynuację lub rozwinięcie dotychczas stosowanych praktyk. Jeden z wydawców powiedział: „Pięć-sześć lat temu wieszczono koniec książki papierowej. My jakoś w to nie uwierzyliśmy i stworzyliśmy system, który nie będzie bardzo ingerował w dotychczasowy". Przy produkcji najprostszych e-booków ograniczano się najczęściej do rozszerzenia zadań operatora DTP. Przy publikacjach bardziej skomplikowanych lub większej ich liczbie tworzono nowy dział zajmujący się kompleksowo publikacjami cyfrowymi. Dział DTP dotąd odpowiadał za skład i łamanie tekstu oraz generowanie plików do druku. Obecnie przygotowuje także pliki w formatach stosowanych w księgarniach internetowych (PDF i/lub multiformat). Ich testowaniem i akceptacją zajmuje się redakcja lub pracownik działu sprzedaży, odpowiedzialny także za kontakt z dystrybutorami.

W przypadku beletrystyki i literatury naukowej produkcja e-booka równocześnie z książką drukowaną jest od pewnego czasu standardem, mimo wciąż nieporównywalnie niskiej sprzedaży plików. Warunkiem takiego działania jest zgoda autora, agencji lub wydawcy zagranicznego na publikację dzieła na dodatkowym polu eksploatacji. Czasem nie udaje się uzyskać zgody na wykorzystanie w postaci cyfrowej niektórych dokumentów lub zdjęć, co skutkuje różnicami między obiema wersjami książki.

Z przeprowadzonych wywiadów wynika, że podjęcie decyzji o wejściu na rynek aplikacji także nie miało większego wpływu na strukturę wydawnictw. Ostrożność i niepewność dotycząca reakcji rynku nakazywała minimalizowanie kosztów. W związku z tym pierwsze tego typu publikacje były robione własnymi siłami, przez małe, wydzielone w strukturze firmy zespoły, które uczyły się na własnych błędach. Wykorzystywano darmowe oprogramowanie lub tworzono własne narzędzia. Szybko okazało się, że przekonywanie użytkowników do cyfrowych publikacji nie było jedynym problemem ich wydawcy. Licencjobiorca musiał uzyskać zgodę na wykorzystanie w aplikacji ilustracji książkowych, z kolei licencjodawca rezerwował sobie prawo do akceptacji ostatecznego kształtu produktu. Proste tłumaczenie gotowych aplikacji zagranicznych nie było wcale łatwiejsze, albowiem wiązało się z koniecznością użycia tych samych narzędzi do

© for this edition by CNS

edycji pików (wymiana tekstów na polskie). Dlatego w niektórych przypadkach tłumaczeniem i sprzedażą aplikacji na polskim rynku zajmował się licencjodawca, czyli właściciel praw do oryginału.

Mimo większej liczby form i formatów książki wszyscy rozmówcy przyznali, że istnieje silna tendencja do skracania czasu pracy wydawcy nad danym tytułem. Przyjmując, że działania, na które wydawca ma największy wpływ, zaczynają się otrzymaniem tekstu od autora lub tłumacza, a kończą przekazaniem plików do druku lub dystrybucji, można zaoszczędzić przede wszystkim na czasie trwania redakcji i korekt, co zwykle odbija się na jakości publikacji. Wszyscy wydawcy są tego świadomi i wszyscy, mimo zwiększonej presji czasu, deklarują niezmienną troskę o poziom edytorski swoich publikacji. Uważają, że właśnie praca z autorem jest tym, co wyróżnia profesjonalistę i co może zadecydować o sukcesie książki. Jednakże zdarzają się próby obniżania kosztów i obciążania autora wyłączną odpowiedzialnością za jakość tekstu. Do redaktora należy wtedy „kontrola redakcyjna" — w założeniu tańsza i szybsza niż tradycyjnie rozumiane opracowanie redakcyjne. Inna zmiana dotyczy przede wszystkim wydawców beletrystyki i książki naukowej, którzy rezygnują z obowiązującego przez lata sposobu wykonywania korekty (porównanie wydruku tekstu po składzie i łamaniu z tzw. podstawą, czyli tekstem opracowanym przez redaktora i zaakceptowanym przez autora) i akceptują zastąpienie jej uważnym przeczytaniem tekstu otrzymanego ze studia DTP. W tym kontekście warto przytoczyć opis niezwykle trudnego procesu, jakim jest korekta aplikacji, prawdopodobnie wykonywanego w każdej firmie inaczej: „Drukujemy screeny i robimy korektę tekstu. Na ostatnim etapie dajemy korektorce tablet, by sprawdziła wszystkie aktywności. Następnie kolejna osoba z firmy sprawdza, czy aplikacja działa".

Opisane dotąd zmiany w praktyce wydawniczej nie mają większego wpływu na prace autorskie. Jednakże są segmenty rynku (głównie książki fachowej i edukacyjnej), w których pojawienie się e-publikacji zmieniło sposób przygotowania dzieła przez autora. Aby dalsze prace były łatwiejsze i szybsze, wydawca dostarcza autorowi szczegółową instrukcję, która reguluje formaty poszczególnych fragmentów, a także sposób ich opisania (tagowania). Dzięki temu z jednego „kontentu", w wyniku jego granulacji i migracji, powstaje wiele produktów: drukowanych i cyfrowych, zamieszczonych na platformach internetowych i połączonych linkami. Takie cele udaje się osiągnąć nie tylko dzięki dobrze zorganizowanym pracom autorskim, lecz także dzięki reorganizacji wydawnictwa i nowym kompetencjom pracowników. Korzystają autorzy — ich nazwiska pojawiają się w wielu miejscach, stają się więc rozpoznawalni przez czytelników książek oraz użytkowników serwisów.

We wszystkich takich projektach kluczową rolę odgrywa dział technologiczny. Co więcej — należy się spodziewać wzrostu jego znaczenia. Istnieją już i powstają nowe projekty wydawnicze, których pierwszym etapem jest zamówienie

© for this edition by CNS

w zewnętrznej firmie „produktu cyfrowego", cyfrowej infrastruktury. Dopiero po sprawdzeniu jej funkcjonalności zostanie ona „napełniona treścią" lub — mówiąc inaczej — „zasilona kontentem". Wydawca, który o takich projektach opowiadał, zastrzegł: „Nie zamierzamy przechodzić na produkty cyfrowe, więc trzymamy swój dział technologiczny w rozsądnych rozmiarach".

Na pytanie o jakość tej nowej produkcji wydawcy zareagowali zapewnieniem, że za przygotowanie treści wciąż odpowiadają autorzy i redaktorzy. Jednocześnie przyznali, że spodziewają się rozluźnienia standardów edytorskich, zwłaszcza jeśli chodzi o układ tekstu, który dopasowuje się za każdym razem do wielkości ekranu i osobistych ustawień użytkowników. Walka z „zawieszkami" (kończącymi wers tekstu krótkimi spójnikami i przyimkami) oraz troska o wyrównanie kolumn (eliminowanie zecerskich „szewców", „bękartów" i „wdów") i ich gładką szarość (bez „rynien" i „dziur") prawdopodobnie bezpowrotnie zniknie z redaktorskiego pola widzenia, znieczulając go na tego typu uchybienia także w druku.

Wszyscy badani wydawcy archiwizują publikacje we własnym zakresie. Tylko jeden z nich (wydawca książek naukowych) z przekonaniem stwierdził, że spełnia wymóg przekazywania do właściwych bibliotek egzemplarzy obowiązkowych zarówno publikacji drukowanych, jak i elektronicznych. Zdecydowana większość firm wysyła wyłącznie egzemplarze drukowane. Jednak ich liczba, wynikająca z ustawy o obowiązkowych egzemplarzach bibliotecznych[25], przez jednego z interlokutorów została określona „skandalem". Po pierwsze dlatego, że przy niewielkim nakładzie znacząco obniża liczbę egzemplarzy przeznaczonych do sprzedaży, po drugie — bo wysyłka kilkunastu egzemplarzy zajmuje czas, a po trzecie — są one zupełnie nieużyteczne dla lokalnych bibliotek. O Repozytorium Dokumentów Elektronicznych nie słyszał nikt; na informację o jego uruchomieniu zareagowano retorycznym pytaniem: „Czy Biblioteka Narodowa jest w stanie nadążyć za tym, co wydawcy mają?".

6. STOSUNEK WYDAWCÓW DO CYFROWEJ OFERTY

Jak wspomniano na początku artykułu — do udziału w badaniu zaproszono firmy, które wydają e-publikacje. Z większości odpowiedzi na pytanie, dlaczego to robią, wyraźnie wynika, że wydają, bo czują, że powinny. Czasem tę powinność wymusza konkurencja („inni mają", „nie możemy zostać w tyle"), czasem odbiorcy („trzeba być tam, gdzie są nasi czytelnicy"), a czasem wydawnicze sumienie („to nasz obowiązek, bo e-book staje się standardem"). Zdania: „Mamy, by nie dać się zaskoczyć, gdy rynek się rozwinie" oraz „Kłamstwem byłoby twierdzić, że jesteśmy zachwyceni wynikami sprzedaży" najlepiej podsumowują aktualny stan wydawniczych emocji.

[25] Biblioteka Narodowa, Ustawa o obowiązkowych egzemplarzach bibliotecznych, http://www.bn.org.pl/zbiory/egzemplarz-obowiazkowy/ustawa-o-obowiazkowych-egzemplarzach-bibliotecznych [dostęp: 16 IX 2016].

© for this edition by CNS

Podobnie jak w poprzednich punktach, zarysowały się wyraźne „sektorowe" różnice w odpowiedziach. Wydawcy edukacyjni kładli akcent na skuteczność oferowanych uczniom i nauczycielom rozwiązań, których niezbędnym elementem są od pewnego czasu materiały elektroniczne. Nie bez znaczenia były też decyzje Ministerstwa Edukacji Narodowej dotyczące uruchomienia programu „Cyfrowa Szkoła". Jednocześnie wydawcy szczerze przyznawali:

> Nie chcemy wychodzić z druku, bo na tym się doskonale znamy, od wielu lat robimy, wiemy, jak wygląda proces produkcyjny. Natomiast każda e-publikacja jest niewiadomą. Możemy ją wytworzyć, ale trzeba jeszcze sprzedać i udowodnić użytkownikowi, że jest dla niego bardziej przydatna.

Przedstawiciele sektora publikacji fachowych podkreślali zgodnie, że decyzja o poszerzeniu oferty o książki w plikach była ich reakcją na sygnały od czytelników. Duża ich część to młodzi ludzie, a „rynek młodych czytelników to rynek gadżeciarzy". Wydawcy liczą, że zainteresowanie technologią (w tym wciąż taniejącymi tabletami) może także prowadzić do zainteresowania darmowym czytaniem w chmurze (np. w internetowych bibliotekach), albowiem priorytetem dla wszystkich powinna być walka z cyfrowym piractwem.

Zdecydowanie bardziej ostrożni byli wydawcy beletrystyki. Nie kwestionowali konieczności zmian, chwalili się, że premiery wersji papierowej i elektronicznej niemal wszystkich tytułów odbywają się obecnie jednocześnie, że digitalizacją obejmują też tytuły starsze i że zawsze dbają o nabycie praw do e-wydań. Mimo to w rozmowach wyczuwało się sceptycyzm. Jeden z interlokutorów szczerze przyznał: „Nas nie boli, że ludzie wolą papier. My z tego żyjemy", ujawniając tym samym zasadniczą przyczynę swojej rezerwy. Inną były koszty związane z zabezpieczeniem pliku i koniecznością jego dystrybucji w księgarniach internetowych.

Najmniej entuzjastyczny stosunek do e-publikacji zaprezentowali przedstawiciele pięciu oficyn związanych z książką dziecięcą. Ich zdaniem „rewolucja dopiero pełza" i na razie „nie ma wydawnictwa, które by na niej zarabiało". Żaden z rozmówców nie miał problemu z zaakceptowaniem e-booka — repliki książki drukowanej jako „przedłużenie czasu obcowania z tekstem, np. w czasie podróży". Zdarza się, że rodzice kupują książkę papierową, a przed wakacjami przychodzą po jej elektroniczną wersję jako uzupełnienie papierowej, a nie jej konkurenta. Łatwo akceptowalne były e-booki dla starszych dzieci, składające się głównie z tekstu; trudniej — pliki PDF z książką dla najmłodszych. „Książki dla dzieci są przedmiotem, mają twarde stroniczki, w ogóle nie nadają się do digitalizacji" — przekonywał jeden z wydawców. Nie nadają się też książki w dużych formatach, których zmniejszenie uniemożliwia obejrzenie detali.

Wśród wydawców aplikacji są tacy, którzy mimo marnych efektów finansowych „boją się z rynku wyjść, bo wrócić będzie trudno". Inni, „po pierwszym zachłyśnięciu się, stracili do aplikacji serce". Opinie, że „aplikacja to osobny produkt", bliższy grze niż książce, powtórzyły się we wszystkich wypowiedziach.

© for this edition by CNS

„Biznes jest nakręcony, nie trzeba przykładać do tego ręki" — powiedział o produktach elektronicznych jeden z rozmówców. Inny porównał aplikację do filmu opartego na książce. Skoro adaptacje rzadko są lepsze, to „najlepsze aplikacje będą powstawały osobno, z treści przeznaczonych od początku na to medium". Ale pojawiły się także głosy, że „trzeba przerzucać mosty". Łatwiej udaje się to z dziećmi, trudniej z rodzicami, którzy do wydawnictwa przychodzą po książki, a nie po gry: „Aplikacja, która zawiera dużo gier, a ma być książką, nie jest dla nich atrakcyjna", gdyż „Matka czy ojciec, który docenia przyjemność czytania, chce zafundować taką przyjemność swojemu dziecku". Być może dlatego liczba pobrań danego tytułu w postaci pliku stanowi najczęściej znikomą część liczby sprzedanych egzemplarzy drukowanych. To dodatkowo zniechęca wydawców do zwiększania cyfrowej oferty.

PODSUMOWANIE

Wywiady przeprowadzone z 15 wydawcami, wywodzącymi się z „dead tree publishing"[26], dostarczyły informacji, z których wyłania się aktualny obraz polskiego rynku publikacji elektronicznych, ich wpływu na pracę wydawcy oraz obaw i nadziei z nimi związanych. Wyraźnie zarysowały się międzysektorowe różnice w tempie przyswajania tych nowych form książki.

Najsilniejszy zwrot ku cyfrowym treściom dotyczy literatury edukacyjnej i fachowej. Tam najszybciej pojawiły się publikacje wzbogacone zasobami na cyfrowych nośnikach, które następnie przeniesiono do Internetu. W ten sposób zaspokojono potrzebę szybkiego, wygodnego dostępu odbiorców do aktualnych treści. Wydawnictwa z tych sektorów rynku konsekwentnie rozbudowują swoją cyfrową ofertę, która już teraz jest dla nich tak samo ważna jak drukowana. Celem jest kompleksowa obsługa użytkownika, który ma dostęp do wszystkich publikacji przez stronę wydawcy. Przejście od produktu do serwisu (*shift from product to service*[27]) wymagało znaczących zmian w organizacji firm i inwestycji w internetową infrastrukturę. To jedyny segment, który na publikacjach elektronicznych potrafi zarabiać.

Wydawcy beletrystyki zainteresowali się publikacjami elektronicznymi 3–4 lata temu. Decyzja o włączeniu ich do swojej oferty wyprzedziła oczekiwania czytelników. Obecnie obowiązującą zasadą jest wydawanie nowych tytułów w obu formach, najczęściej w multiformacie, z zabezpieczeniem plików cyfrowym znakiem wodnym. Dowodem na powszechność tego rozwiązania są analizy list bestsellerów: zwykle ponad 80% zamieszczanych tam tytułów jest dostępnych

[26] Michael BHASKAR, *The Content Machine. Towards a Theory of Publishing from the Printing Press to the Digital Network*, London-New York-Delhi: Anthem Press 2013, s. 11.

[27] *Ibidem*, s. 181, 183.

© for this edition by CNS

także w wersji elektronicznej[28]. Przygotowanie e-booka nie jest ani kłopotliwe, ani drogie, problemem jest wciąż niewielkie zainteresowanie czytelników. Tego zainteresowania nie wspiera wydawca, który często w swojej firmowej księgarni podaje informacje wyłącznie o książce drukowanej, „zapominając" o innych jej formach, dystrybuowanych przez zewnętrzne podmioty. Wydaje się, że właśnie to zachowanie można uznać za dowód na brak zainteresowania wydawców rozwojem rynku e-publikacji, a może nawet — za dowód na hamowanie tego rozwoju.

Sytuację dodatkowo pogarszają uregulowania prawne, jak np. kilkakrotnie wyższy podatek VAT (23% dla e-booka wobec 5% dla książki papierowej). Natomiast problemy z rejestracją bieżącej produkcji wydawniczej (w „Przewodniku Bibliograficznym" bardzo rzadko pojawia się informacja o wszystkich dostępnych wydaniach danego tytułu[29]) związane są raczej z trudnościami natury infrastrukturalno-organizacyjnej.

Wydawców książki dla dzieci przed dalszym eksperymentowaniem z cyfrowymi publikacjami powstrzymują obawy podobne do wymienionych wcześniej: wysokie koszty produkcji oraz rozczarowujące doświadczenia sprzedażowe. Dodatkowo mocno eksponowany jest argument części dorosłych pośredników kupujących książki dla swoich dzieci: e-publikacje to nie książki. Wszyscy wydawcy zdobyli co najmniej podstawową wiedzę na temat szans, jakie stwarzają e-publikacje, oraz ograniczeń, z jakimi trzeba się liczyć podczas ich produkcji i dystrybucji. Pracownicy osiągnęli podstawowe kompetencje, nawiązane zostały kontakty z firmami technologicznymi i dystrybutorami plików. Oferowane formaty i stosowane zabezpieczenia zadowalają odbiorców. W swoim pojęciu wydawcy zrobili dla swoich czytelników nawet więcej, niż ci wymagają, czekają więc na dalszy rozwój wypadków.

Zbieżną ze sformułowanymi wnioskami, choć bardziej krytyczną diagnozę zachowań tradycyjnych aktorów szwedzkiego rynku wydawniczego formułują Elena Maceviciute i Tom Wilson. Ich zdaniem wykorzystanie e-booków do promocji czytelnictwa i wygodnego rozpowszechniania informacji wymaga innowacyjnego podejścia, stworzenia nowych modeli prawnych i biznesowych. Zaniedbując obowiązek ich wypracowywania, wydawcy i bibliotekarze działają nieracjonalnie, albowiem podcinają gałąź, na której sami siedzą. Racjonalni okazują się natomiast autorzy i czytelnicy, którzy dzięki nowym technologiom mają większy wybór i chętnie z tego wyboru korzystają, np. samodzielnie publikując swoje dzieła na platformach self-publishingowych[30].

[28] Ranking „Magazynu Literackiego Książki" #228 — wrzesień 2015, http://swiatczytnikow.pl/ranking-magazynu-literackiego-ksiazki-228-wrzesien-2015/?pod [dostęp: 16 IX 2016].

[29] Zob. Elżbieta HERDEN, Ewa JABŁOŃSKA-STEFANOWICZ, *Zasoby informacyjne Biblioteki Narodowej jako źródła do badań rynku książki elektronicznej w Polsce*, „Roczniki Biblioteczne" (60) 2015, s. 285–297.

[30] Elena MACEVICIUTE, Tom WILSON, *Irrationality rules!*, The e-book research project, https://projectebooks.wordpress.com/2016/08/06/irrationality-rules/ [dostęp: 16 IX 2016].

© for this edition by CNS

Wątpliwości na temat kierunku, w jakim ewoluował będzie rynek książki, nie ma Rüediger Wischenbart. W swoim raporcie na temat sytuacji e-booków na świecie uznaje on rok 2016 za przełomowy: kończy się „digital begining", a rozpoczyna nowa faza, jeszcze obfitsza w wyzwania[31]. Autor, wydawca i czytelnik będą funkcjonować w nowym, płynnym układzie, w którym treść w dowolnym formacie będzie dostępna dla każdego. Problemem stanie się niepewność, kto oferuje produkty oraz jak zostaną one przyjęte przez kapryśną widownię. Prezentując raport podczas Publishers' Forum w Berlinie, Wischenbart ostrzega: „The publishers, media moguls, or old school network captains navigate in a sea that is not theirs alone anymore. Not at all"[32]. Trzeba mieć nadzieję, że polscy wydawcy w ciągu kilku ostatnich lat zdobyli wystarczająco dużo wiedzy i doświadczeń, by przynajmniej zdawać sobie z tego sprawę.

EWA JABŁOŃSKA-STEFANOWICZ

THE POLISH BOOK MARKET 2015. A FROZEN DIGITAL TRANSFORMATION

Summary

The aim of the paper is to assess the impact of electronic books on the Polish book market, including publishers' offering and organisation of work. The main method of obtaining information used by the author was in-depth interviews based on a structured scenario. The interviews were conducted with representatives of fifteen companies from various segments of the market offering electronic publications. The author attempted to established the moment of each publisher's entry into the e-publication market, type of the publisher, ways of distributing the files, the production process, attitude of the publisher to digital publications. An analysis of the information obtained has demonstrated considerable differences in the speed of adoption of new book formats by the various segments of the market. The strongest turn to digital content concerns educational and specialist literature. Publishers of fiction and books for children have reached a state which satisfies readers. They are reluctant to experiment further with digital content because of the high cost of its production and low profits, and in the case of children's literature — because of the belief of some adult customers that e-publications are not books. However, there is evidence to suggest that publishers deliberately do not support the development of the e-publication market and even hamper it, e.g. by failing to provide information about non-printed book formats on their websites. Yet it should be acknowledged that in recent years everyone has acquired at least basic knowledge of the opportunities created by e-publications and limitations of their production and distribution. Publishers' employees have acquired basic competences, contacts with technology companies and file distributors have been established. The publishers are now waiting for further developments.

KEY WORDS: book market, electronic book, e-book, publisher

[31] Rüediger WISCHENBART, *Global eBook. A report on market trends and developments, Update 2016,* http://www.wischenbart.com/upload/globalebookreport_2016_executive_summary2.pdf [dostęp: 16 IX 2016].

[32] Porter ANDERSON, *As BEA Opens: A New Global Ebook Report on a Mercurial World Market*, Publishing Perspectives, http://publishingperspectives.com/2016/05/as-bea-opens-a-new-global-ebook-report-on-a-mercurial-world-market/#.V-rXJIiLRdg [dostęp: 16 IX 2016].

© for this edition by CNS