

ŁUKASZ ŚMIGIEL
ORCID: 000-0001-7821-9430
UNIWERSYTET WROCŁAWSKI

Kierunki rozwoju rynku książki tradycyjnej i cyfrowej

Abstrakt: W artykule analizie zostały poddane kierunki rozwoju rynku książki tradycyjnej i cyfrowej oraz zmiany charakteru nowych grup czytelniczych w Polsce i na świecie. Przedstawiono w nim wybrane innowacje technologiczne, które sugerują kierunek zmian dokonujących się na rynku książki. Omówiono także profil nowego odbiorcy książki i objaśniono, jakie są perspektywy dalszej ewolucji rynku wydawniczego.

Słowa kluczowe: książka tradycyjna, nowe technologie, czytelnik, czytelnictwo, mileniałsi, książka cyfrowa, rynek wydawniczy, innowacje.

Wprowadzenie — technologiczne przemiany na rynku wydawniczym

Można zaryzykować stwierdzenie, że kierunki rozwoju rynku książki wyznaczają obecnie dwa procesy — postępująca rewolucja technologiczna oraz używający nowych technologii i zmieniający się wraz z nimi czytelnicy. Warto wskazać, w jaki sposób innowacje technologiczne zmieniają rynek książki oraz jak zmiany te wpływają na czytelników. Artykuł ma charakter analizy teoretycznej, dysputy nad wyselekcjonowanym materiałem z elementami badania studium przypadku i odwołaniami do konkretnych przykładów.

W 1992 roku profesor Robert Coover pisał w swym eseju *The end of books?* w „New York Times” o końcu druku oraz o bibliotekach-muzeach¹. A w 2017 roku

¹ R. Coover, *The end of books?*, „New York Times” 4.04.1992, s. 26.

bestsellerowy hiszpański autor Arturo Perez-Reverte tak komentował sytuację na rynku książki:

Nawet ja spędzam mniej czasu na lekturze, bo co chwilę zajmuje mnie coś w telefonie. Czytanie zmienia się w rozrywkę dla elit. Mam radę dla młodych, którzy chcieliby zostać pisarzami: lepiej zajmijcie się projektowaniem gier komputerowych albo pisaniem scenariuszy seriali. Książki niedługo przestaną istnieć².

Przez dwadzieścia pięć lat od tych dwóch komentarzy na rynku książki wydarzyło się naprawdę wiele. Podstawą rozgrywającej się na naszych oczach rewolucji technologicznej stały się internet i urządzenia peryferyjne, które pozwalają korzystać z książek na innych zasadach, umożliwiają przesyłanie danych w innej formie (na przykład bezprzewodowo) oraz w nowych standardach zapisu, które zwiększają bezpieczeństwo obcowania z plikami i przede wszystkim ułatwiają do nich dostęp. Pojawił się druk cyfrowy, który uzupełnia się z drukiem analogowym, pozwalając na podjęcie zupełnie nowych działań na rynku. Przede wszystkim chodzi o stworzenie miejsca do działania małych, niezależnych firm, autorskich oficyn, które pozostają poza głównym obiegiem, na peryferiach tradycyjnego rynku książki. Przykładowe oficyny to bydgoskie Genius Creations, wrocławskie Wydawnictwo Gmork czy skierowany wyłącznie do fanów grozy Phantom Books ze Szczecina. Dzięki nowym standardom wydawniczym w 2015 roku na rynek trafiło 34920 nowych tytułów, czyli o 7,5% więcej niż rok wcześniej. Wyższa niż w 2014 roku (o 12%) była również liczba pierwszych wydań wprowadzonych do sprzedaży (łącznie 21 130 pozycji). To tendencja o stałym charakterze, jednak w mniejszym stopniu odpowiadają za nią komercyjni wydawcy, a w większym właśnie amatorzy-wydawcy wykorzystujący coraz łatwiejszy dostęp do technologii wydawniczych i produkcyjnych³. Technologia druku cyfrowego na żądanie zmienia cały proces wydawniczy. Jak tłumaczy to jedna z największych nowoczesnych sieci dystrybucji na świecie IngramSpark:

Przed pojawieniem się technologii druku na żądanie wydawcy uznawali część tytułów za niedostępne — w przypadku wyczerpania nakładu dodruk byłby bowiem mało opłacalny. Tymczasem biblioteki i księgarnie coraz częściej wykazywały zainteresowanie możliwością zakupu pojedynczych egzemplarzy danego tytułu, który wyszedł z regularnego obiegu. Ingram szukał więc rozwiązania dla wydawców, którzy chcieli uzupełnić swoją „backlist” o tytuły, na które był mniejszy popyt. Możliwość taką daje właśnie druk na żądanie. Technologia POD nie zmusza wydawcy do przetrzymywania niepotrzebnych zapasów książek. Jest to obecnie jeden z najtańszych i najbardziej wydajnych sposobów rozpowszechniania książki. POD pozwala na wydrukowanie od 1 do 10 000 kopii określonego tytułu, w zależności od zapotrzebowania. Nie trzeba na zapas drukować dużych nakładów, co do których nie ma pewności, czy znajdzie się na nie klient. Szczególnie niezależni wydawcy nie są w stanie dokładnie określić, ile powinni zainwestować w pierwszy nakład danego tytułu. Funkcja drukowania na żądanie pozwala drukować książki w miarę jak pojawiają się kolejne zamówienia, zmniejsza to ryzyko finan-

² N. Szostak, *Odbezpieczam strzelbę i czekam na barbarzyńców*, „Książki. Magazyn do czytania” 2017, nr specjalny 1, s. 79.

³ Ł. Gołębiowski, P. Waszczyk, *Rynek książki w Polsce 2016*, Warszawa 2017, s. 30.

sowe i umożliwia łatwe aktualizowanie katalogu tytułów, także tych starszych. Nie trzeba się martwić o wyczerpanie zapasów, a jednocześnie nie jesteśmy zmuszeni do zmniejszenia jakości druku⁴.

Również w Polsce jeśli chodzi o mocne strony rozwoju rynku książki dane przytaczane przez Bibliotekę Analiz wskazują na rosnącą rolę druku cyfrowego, którego upowszechnienie uznaje się za szansę na efektywniejsze i tańsze zarządzanie produkcją i stokiem magazynowym⁵. Kolejne formaty oraz inkarnacje książki cyfrowej pojawiają się pod hasłem ułatwienia dostępu dla użytkownika, różnorodności formatów i możliwości obcowania z książką. Dany tytuł wchodzący na rynek dostępny jest w wersji papierowej (możliwa twarda oprawa, miękka, wydanie kieszonkowe), e-booka (dostępnego jako plik kupowany na własność albo w postaci abonamentu, kiedy jest wypożyczany za pośrednictwem danej aplikacji). Standardy wyznaczają tu wielkie korporacje. Apple zmieniło rynek muzyczny odtworząc iPod, powtarzając w wersji cyfrowej sukces, jaki Sony osiągnęło w latach osiemdziesiątych dzięki walkmanowi. Rynek smartfonów zrewolucjonizował iPhone (który miał premierę w tym samym roku co bestsellerowy czytnik e-booków Amazon Kindle), a tabletów — iPad. To właśnie ze smartfonów i tabletów korzysta dziś duża część czytelników. Apple w styczniu 2015 roku chwaliło się, że po wypuszczeniu nowej wersji aplikacji do czytania książek iBooks w ciągu tygodnia przybyło mu milion użytkowników⁶.

Wynalazca najpopularniejszego czytnika książek i prasy na świecie — Amazon — już od jakiegoś czasu pozwala na odczytywanie tekstu na głos przez swoje mobilne głośniki bluetooth. Jak podaje CBS Interactive: „w 2018 roku Amazon sprzedał ponad 100 milionów urządzeń współpracujących z wirtualną asystentką, nazwaną Alexa, która odczytuje użytkownikom książki, prasę i gra z nimi w storytellingowe gry”⁷. Jak twierdzi Jessica Stahl, dyrektor do spraw dźwięku w „The Washington Post”: „Widzieliśmy, jak z biegiem czasu liczba słuchaczy stale rośnie i znaleźliśmy lojalną publiczność użytkowników, którzy słuchają naszego flagowego podcastu pt. *Post Reports* na urządzeniu Amazon Echo. Obecnie opcja ta korzysta z pięciu umiejętności Alexy, między innymi czytania *Flash Briefings*, i właśnie dodała nową — dotyczącą śledztwa w sprawie impeachmentu Trumpa”⁸.

Wpływ wymienionych czynników na rynek książki analogowej i cyfrowej będzie można dokładnie ocenić w najbliższych latach. Można jednak już teraz zaobserwować ciekawe tendencje i kierunki zmian na rynku wydawniczym. Wbrew

⁴ IngramSpark, *Benefits of Print on Demand for Indie Publishers*, <https://www.ingramspark.com/blog/print-on-demand-for-indie-publishers> (dostęp: 23.11.2019).

⁵ Ł. Gołębiowski, P. Waszczyk, *op. cit.*, s. 136.

⁶ M. Jędrzyk, *E-book masowego rażenia*, „Książki. Magazyn do czytania” 2016, nr 1 (20), s. 51.

⁷ Abrar Al-Heeti, *Amazon has sold more than 100 million Alexa devices*, <https://www.cnet.com/news/amazon-has-sold-more-than-100-million-alexa-devices> (dostęp: 23.11.2019).

⁸ D. Ting, *After an early rush to Amazon Alexa, publishers are less enthusiastic*, <https://digiday.com/media/should-publishers-still-invest-in-amazon-flash-briefings> (dostęp: 23.11.2019).

przytoczonym wizjom i ocenom Roberta Coovera czy Artura Pereza-Reverte w latach 2015–2018 sprzedaż książek w USA sukcesywnie rosła. W 2018 roku przyniosła ona zysk na poziomie 16,19 miliarda dolarów i była o 1,5% wyższa niż w 2017 roku⁹. Dane dotyczące zbytu książek w twardej oprawie w USA w latach 2016–2018 pokazują, że ich sprzedaż wzrosła. W 2018 roku była ona na poziomie 3 miliardów dolarów wobec 2,86 miliarda w roku poprzednim¹⁰. Sprzedaż w twardej oprawie stanowi większość przychodów handlowych w amerykańskim przemyśle wydawniczym, generując więcej niż e-książki, pobrane audio i fizyczne audio łącznie. Przy czym w ostatnim mierzonym okresie udział audiobooków w rynku wyniósł 8,1%, co oznacza znaczny wzrost od 2017 roku¹¹.

1. Wybrane innowacje sugerujące kierunek zmian

Instagram to platforma przeznaczona do prezentowania i obróbki zdjęć, a od niedawna także krótkich form wideo. Jej rozwój wzbudzał emocje wśród badaczy nowych technologii od początku jej istnienia. Jak donosił jeszcze w 2011 roku technologiczny portal TechCrunch:

Instagram ma teraz pięć milionów użytkowników. To 625 000 użytkowników na każdy miesiąc ich istnienia. W miniony weekend dodali 100 000 nowych użytkowników. Na jednego pracownika Instagrama przypada więc teraz 1,25 miliona użytkowników. Dla porównania aplikacja Flickr zajęło dwa lata, aby uzyskać 100 milionów zdjęć. Instagram dokonał tego tylko w osiem miesięcy. Nie ma wątpliwości, że ma miejsce mobilna rewolucja fotograficzna. Jedną z najbardziej niezwykłych rzeczy na Instagramie jest to, że osiągnęli taki sukces, będąc dostępni tylko na jednej platformie: iOS. Aplikacja nie współpracuje ze stacjonarnymi komputerami. Nie ma możliwości współpracy z Androidem. A mimo to są obecnie na liście najlepszych aplikacji społecznościowych. To duże osiągnięcie, ponieważ nie wydają nic na marketing. Instagram daje możliwość obcowania z pięknymi wizualnie wrażeniami. To wybrane fragmenty z życia przyjaciół¹².

Mogłoby się wydawać, że platforma od niedawna należąca do Facebooka jest nastawiona na prezentowanie fotografii oraz propagowanie kultury obrazkowej i nie ma tu miejsca na książkę. Niektóre instytucje w USA starają się jednak zmienić ten stan rzeczy.

⁹ A. Watson, *Net revenue of the trade book publishing industry in the United States from 2013 to 2018 (in billion U.S. dollars)*, <https://www.statista.com/statistics/308888/revenue-trade-book-publishing> (dostęp: 23.11.2019).

¹⁰ *Ibidem*.

¹¹ M. Ghawri, *Audiobooks are officially the trendsetters in publishing industry*, <http://www.businessworld.in/article/Audiobooks-Are-Officially-The-Trendsetters-In-Publishing-Industry> (dostęp: 23.11.2019).

¹² M. Siegler, *At 5 million users, it's hard not to view Instagram through a rose-colored filter*, <https://techcrunch.com/2011/06/13/instagram-five-million-users> (dostęp: 23.11.2019).

1.1. Książka na Instagramie. Przykład InstaBooks od New York Public Library

Dane z Polski dotyczące bibliotek nie są zbyt optymistyczne. Główny Urząd Statystyczny 26 lipca 2019 roku opublikował raport *Biblioteki Publiczne w 2018 r.*, z którego wynika, że liczby czytelników spadła o 1,1% w porównaniu z 2017 rokiem. Zmniejszyła się także liczba działających bibliotek i filii (o 0,4%) oraz wielkość ich księgozbioru (o 0,7% mniej niż w 2017 roku). W 2018 roku w placówkach bibliotecznych odnotowano o 4,1% mniej odwiedzin niż w roku poprzednim i zorganizowano o 9,1% mniej eventów, w których uczestniczyło o 1,7% osób mniej niż w 2017 roku¹³.

Tymczasem raport *American Library Association 2018* powołuje się między innymi na badanie przeprowadzone przez członków Young Adult Library Services Association (YALSA), które wykazało, że działania bibliotek w USA dotarły w 51,9% do nastolatków niebędących regularnymi użytkownikami bibliotek, a 51% z badanych respondentów przyznało, że dzięki temu pracowało nad budowaniem własnych umiejętności i kompetencji kulturowych. Według najnowszych raportów Erikson Institute's Technology in Early Childhood Center dzieci, które spotykają się z mediami cyfrowymi w wielu miejscach, coraz częściej odkrywają je w bibliotekach. Biblioteki są dla rodzin miejscem obcowania z cyfrowymi narzędziami i mediami, które zapewniają im dostęp do informacji. Bibliotekarze dziecięcy zaś znajdują się w czołówce zaufanych źródeł informacji, z którymi obcuje najmłodszy członkowie społeczności bibliotecznych¹⁴.

Przywołany raport wykazuje między innymi, że około 55% badanych uważa bibliotekę za instytucję niezbędną do prawidłowego funkcjonowania, a 58% przyznaje, że biblioteki publiczne podnoszą poziom edukacji. Aż 44% badanych (w porównaniu z 35% w 2008 roku) uważa, że biblioteka jest miejscem spotkań, także towarzyskich, które dotyczą członków danej społeczności. Ta ostatnia funkcja jest coraz bardziej i coraz częściej doceniana przez badanych¹⁵.

W tendencje opisane w powyższym raporcie doskonale wpisuje się projekt *social media* pilotowany przez New York Public Library nazwany InstaBooks. Opiera się on na aplikacji udostępniającej książki za pośrednictwem platformy Instagram. Aplikacja korzysta z multimedialnej funkcji Instagram Inside i pozwala na czytanie książek za pośrednictwem Instagrama. Zarówno kolorystyka książek, dodane animacje, czcionka, jak i możliwość zmiany stron palcem na dotykowym ekranie zostały dopasowane do użytkowników tej platformy. Tekst wyrównano do lewej,

¹³ M. Plata, *GUS Biblioteki Publiczne w 2018 r.*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/kultura/biblioteki-publiczne-w-2018-roku,14,3.html> (dostęp: 23.11.2019).

¹⁴ K.S. Rosa, *The State of American Libraries 2018*, <http://www.ala.org/news/sites/ala.org.news/files/content/2018-soal-report-final.pdf> (dostęp: 23.11.2019).

¹⁵ *Ibidem*.

w miejscu informacji o użytkowniku mamy numer strony, na której akurat jesteśmy. Animacje uruchamiamy równie intuicyjnie — reagują one na dotyk. Udostępnione przez New York Public Library lektury na InstaBooks to między innymi dzieła Lewisa Carolla, Franza Kafki, Charlesa Dickensa, Edgara Allana Poe czy Neila Gaimana. Aplikacja została wyróżniona w 2019 roku przez prestiżowe Fast Company's Innovation by Design Awards. Od kwietnia 2018 roku odnotowano, że ponad 300 tysięcy osób czytało w ten sposób książki, a konto Instagram NYPL powiększyło się o ponad 130 tysięcy użytkowników¹⁶. Za projekt całego przedsięwzięcia odpowiada multimedialna agencja Mother New York.

Projekt InstaBooks wychodzi naprzeciw potrzebom współczesnych użytkowników. Zestawia się klasykę literatury, na przykład *Alicję w krainie czarów* Lewisa Carolla, z ilustracjami i animacjami współczesnego artysty i projektanta znanego online jako Magoz. Cały контент dostępny jest za darmo, a kolejne tytuły układają się w wykładniczy cykl, do którego warto wracać (po Carollu opublikowano *The Yellow Wallpaper* Charlotte Perkins Gilman z ilustracjami artysty ukrywającego się pod pseudonimem „Buck”, a także nowelę Franza Kafki z ilustracjami znakomitego Césara Pelizera). Tytuły te dostępne są także w darmowej aplikacji The New York Public Library dostępnej na eReadery o nazwie SimplyE (znajduje się ona zarówno w App Store, jak i w Google Play). Oprócz tego mamy możliwość pobrania zwykłego pliku tekstowego poprzez Projekt Gutenberg, z którym współpracuje NYPL. Możemy również wypożyczyć audiobook za pomocą serwisu Talking Book Library.

Na multimedialne możliwości otwiera się sukcesywnie coraz więcej bibliotek na całym świecie. Niektóre z bibliotecznych ośrodków już teraz współpracują z Rakuten OverDrive — największą platformą udostępniającą e-książki. Dane pokazują, że jej użytkownicy na całym świecie wypożyczyli w 2018 roku 274 miliony książek cyfrowych, co jest wzrostem o 22% w porównaniu z rokiem poprzednim. Cyfrowe książki audio wypożyczone przez OverDrive również zyskały na popularności o 28% w 2018 roku (107 milionów)¹⁷. Jak podano w tym samym zestawieniu, Kanopy — usługa przesyłania strumieniowego, która oferuje użytkownikom bibliotek dostęp do katalogu bogatego w filmy niezależne i zagraniczne — w ostatnich latach także pozyskała użytkowników zainteresowanych katalogiem oferowanych tytułów. Firma twierdzi, że za pomocą jej serwisu przesłano w 2019 roku ponad 14 tysięcy nowych tytułów, a łączna liczba wyświetleń wzrosła o 47% od początku 2018 roku¹⁸.

¹⁶ NYPL Staff, *Insta novels: Bringing classic literature to Instagram stories*, <https://www.nypl.org/blog/2018/08/22/instanovels> (dostęp: 23.11.2019).

¹⁷ S. Melendes, *The battle for the future of e-books is happening at your local library*, <https://www.fastcompany.com/90404633/battle-for-the-future-e-books-at-the-local-library> (dostęp: 23.11.2019).

¹⁸ *Ibidem*.

1.2. Uniwersytecki projekt Ambient Literature

Ambient Literature to projekt, który powstał z połączenia działań UWE Bristol (The University of the West of England), Bath Spa University oraz University of Birmingham. Jest eksperymentem badawczym mającym na celu wytyczenie nowych dróg rozwoju medium, jakim jest książka, przy użyciu współczesnych technologii. Jest to próba odpowiedzi na pytanie, jakie multimedia należy wykorzystać, aby dotrzeć do czytelników ze storytellingowym przekazem nowej jakości (jednym z założeń projektu jest na przykład wykorzystanie miejsca, w którym czyta się książkę). W ramach testu goście obecni na evencie zorganizowanym z okazji uruchomienia projektu wzięli między innymi udział w improwizowanym storytellingu „na żywo”, który wykorzystywał konkretną lokację, w tym wypadku był to Carmelite House. Inauguracyjne spotkanie badaczy zorganizował gigant rynku wydawniczego — francuska grupa medialna Hachette.

Ambient Literature pokazuje, że podczas czytania książki na telefonie w celu zapewnienia nowych czytelniczych wrażeń można użyć informacji o lokacji oraz pogodzie. Specjalna aplikacja ma dopasować prezentowane opowieści do tych zmiennych. W ten sposób każda wersja czytanej historii jest indywidualnie dopasowywana do danego czytelnika, miejsca, w którym on przebywa, i zjawisk, które go otaczają. Jeżeli w otoczeniu użytkownika pada deszcz, aplikacja sprawi, że będzie także padało w opowieści, która akurat jest czytana. Jeżeli siedzimy w kawiarni, akcja opowieści przeniesie się w podobne miejsce itp. Jak mówią twórcy projektu: „Naszym celem jest opracowanie zupełnie nowej techniki pisania, praca w nowej przestrzeni, która ma za zadanie stworzyć zasadniczo nowy gatunek literacki”¹⁹.

1.3. Rozbudowany Mini Books Pocket

Projekt ten został uruchomiony przez Julie Strauss-Gabel, szefową oficyny Dutton Books for Young Readers, która jest częścią Penguin Random House. To właśnie Julie Strauss-Gabel odkryła tak zwane *dwarsliggers* — malutkie, kieszonkowe, horyzontalnie ułożone książki, które dają możliwość zmiany strony jednym palcem na podobieństwo smartfona. Publikacje te stały się niezwykle popularne w Skandynawii²⁰.

Chcąc dotrzeć do użytkowników smartfonów, a jednocześnie zaoferować książki papierowe, Wydawnictwo Dutton rozpoczęło szturmowanie rynku od publikacji w tej nowej formie sprawdzonych, bestsellerowych powieści Johna Greena.

¹⁹ N. Morris, *Is 'ambient literature' the new way to read?*, <https://metro.co.uk/2018/10/10/is-ambient-literature-the-new-way-to-read-8024664> (dostęp: 23.11.2019).

²⁰ A. Alter, *Tiny books fit in one hand. Will they change the way we read*, <https://www.nytimes.com/2018/10/29/business/mini-books-pocket-john-green.html> (dostęp: 23.11.2019)

Książki są wielkości telefonu, nie grubsze niż kciuk, a papier stron jest cienki jak skórka cebuli. Duńskie słowa *dwars* oraz *liggen* oznaczają człowieka albo rzecz inną od reszty, coś, co wyróżnia się ze względu na swój odmienny charakter. Mini Books Pocket jest rozwijany od 2018 roku i stale poszerza bibliotekę wydawanych w ten sposób tytułów. Prócz książek Johna Greena projekt objął także publikacje Dana Browna, Johna le Carré, Iana McEwana oraz Isabel Allende, a także klasyków — Agathe Christie i Francisa Scotta Fitzgeralda.

Wykorzystanie do promocji projektu książek Johna Greena jest dobrze przemyślaną strategią. Pisarz odpowiedzialny za bestsellerową powieść *Gwiazd naszych win*, której sprzedaż przekroczyła pięćdziesiąt milionów, ma oddanych czytelników, którzy pozytywnie reagują na podobne eksperymenty. Są to młodzi odbiorcy, bez problemu odnajdujący się w mediach społecznościowych i śledzący dokonania czynnie działającego na tej platformie autora. Green działa między innymi na Twitterze (5 milionów obserwujących) oraz na YouTube (ponad 3 miliony subskrybentów). Jak mówił Green w rozmowie dla „New York Timesa”, Mini Books to próba dotarcia z analogową książką właśnie do cyfrowych czytelników:

Młodzi ludzie wciąż uczą się tego, w jaki sposób lubią czytać. Mini Books znacznie bliżej do telefonu komórkowego niż do zwykłych książek, ale ma nadal dużo wspólnego z książką tradycyjną. Cały problem z czytaniem w telefonie polega na tym, że mój smartfon nieustannie robi wiele innych rzeczy²¹.

Green ma wiernych fanów, którzy żywo reagują na to, co robi w mediach społecznościowych. W listopadzie 2014 roku napisał na przykład na Tumblr zdanie: „Próbuję pisać. Rzecz nie ma tytułu i nie ukaże się w przyszłym roku”. Oświadczenie natychmiast zostało zamieszczone w serwisie o książkach Goodreads.com obok zapowiedzi nowej książki Greena nazwanej roboczo „Bez tytułu”. Mimo że portal zaznaczył, że żadne szczegóły na jej temat nie są znane, zdążyło ją ocenić już ponad 230 osób. Większość przyznała maksymalną liczbę gwiazdek²².

1.4. Start-upy Chat Fiction — technologia, która zmienia znane formuły literackie

Chat Fiction Startups ma być alternatywą dla książek. Tekst literacki w ramach tego projektu jest zapisywany i przesyłany w postaci krótkich wiadomości tekstowych zbudowanych na zasadzie czatu albo SMS-ów. Jest to bez wątpienia kolejna próba znalezienia drogi do serca młodego odbiorcy, który dobrze rozumie nowe technologie. Przykładem popularnej aplikacji działającej w ramach Chat Fiction jest istniejące od 2015 roku Hooked. Aplikacja przez długi czas znajdowa-

²¹ *Ibidem*.

²² K. Surmiak-Domańska, *Szeryf walczących mięczaków*, „Książki. Magazyn do czytania” 2015, nr specjalny 1, s. 43.

ła się wśród 40 najpopularniejszych darmowych aplikacji GoogleStore²³. Tematy historii oferowanych przez Hooked są bardzo różne — od horroru po komedię. Użytkownik musi przewijać ekran palcem, aby się dowiedzieć, co stanie się za chwilę. Taki właśnie format tekstowy jest bardziej odpowiedni dla młodych ludzi, którzy komunikują się w ten sposób od dzieciństwa²⁴.

Inną popularną aplikacją z rodzaju Chat Fiction jest tak zwany Tap, stworzony jako uzupełnienie self-publishingowej platformy Wattpad. Tap daje możliwość obcowania z prozą debutantów w odcinkach. Historie na Tap pozwalają ingerować w opowieść, na przykład wybrać różne zakończenia czytanej historii. Dzięki podobnym rozwiązaniom pogłębia się uczucie immersji, wejścia w świat książki, a czytelnik zostaje wciągnięty w opowieść za każdym razem, kiedy użyje komendy „tap”. W powieści *Daughter of the Night* czytelnicy trafiają do świata wampirów, w którym muszą sami podjąć wiele trudnych moralnie decyzji dotyczących losów bohaterów. W opowieści *Tidying Up* to my decydujemy, które elementy świata będą rozwijane, a które zniszczymy niemal boską mocą. W historii *Royal Deception*, wcielając się w postaci księżniczki, trzeba różnymi metodami pozbawić tronu pewnego księcia. Multimedialne elementy Tap to między innymi animowany tekst, możliwość podejmowania interaktywnych decyzji w czasie rzeczywistym, dodane materiały wideo, chaty oraz specjalnie przygotowane grafiki. Wszystko to zbliża proces czytania do formuły gry.

Rozwijając model self-publishingu charakterystyczny dla Wattpad (istniejącego od 2006 roku), platforma Tap daje każdemu użytkownikowi możliwość tworzenia także własnych tekstów (pozwala na to dodatkowa aplikacja Twine oraz narzędzie Tap Creator Program). Tap prowadzi rankingi i podpowiada, które historie są wyjątkowo popularne wśród społeczności Wattpad. Dodano także możliwość prostego udostępniania wszystkich historii i podejmowanych przez nas działań przez *social media*.

2. Nowy odbiorca książki

Omówione zostały jedynie przykłady innowacyjnego podejścia do medium, jakim jest książka. Każdego roku pojawiają się nowe. Rozwiązań tych nie wymusza jedynie technologiczna rewolucja. Są one odpowiedzią na potrzeby nowych pokoleń, które wchodzi na rynek książki. Nowy odbiorca akceptuje zarówno różnorodność formatów książki, obcowanie ze słowem pisanym na urządzeniach mobilnych, jak i częstą zmianę wspomnianych formatów (również przechodzenie z jednego w drugi). Jak pisze Miłada Jędrzyk w magazynie „Książki”:

²³ N. Howe, *Millennials: A generation of page-turners*, <https://www.forbes.com/sites/neilhowe/2017/01/16/millennials-a-generation-of-page-turners> (dostęp: 23.11.2019).

²⁴ *Ibidem*.

Grube papierowe książki czytam w domu, w fotelu, z kubkiem herbaty i mruczącym kotem u stóp. Ale przecież niedawno w samochodzie postanowiłam posłuchać radiowej dwójki, a tam Marek Kondrat czytał *Mistrza i Małgorzatę*. Wjechałam już do garażu, a on wcale nie chciał skończyć. No to siedziałam z nim w tym garażu, póki mnie nie oświeciło, że przecież mogę dalej słuchać przez aplikację w smartfonie. Tak teraz wygląda czytanie — nowe możliwości, nowe przyjemności²⁵.

Dzisiaj książkę elektroniczną czytamy w e-readerze (kupując plik, wypożyczając go albo korzystając z opcji streamingu), w tablecie (na przykład w wersji interaktywnej książki multimedialnej jednej z wielu aplikacji), w telefonie (zwykle równocześnie z e-bookiem oferowany jest także audiobook), wreszcie możemy posłuchać książki w formie tradycyjnego nagrania audio (na płycie z plików MP3 albo z wychodzącego z mody CD-Audio). Nawet pobieżna analiza rynku pokazuje, że formatów stale przybywa, a czytelnicy chcą mieć coraz większy wybór.

2.1. Zarys profilu nowego odbiorcy książki

Jak podaje Centrum Badawcze Pew (amerykański ośrodek typu Fact Tank, który bada czytelnicze zwyczaje milenialsów oraz tak zwanego pokolenia internetowego), przeciętny przedstawiciel pokolenia Z czyta średnio pięć książek rocznie²⁶. Jest to pokolenie, które niezwykle chętnie odwiedza biblioteki i księgarnie²⁷. Co ciekawe, młodzi ludzie sięgają po książki w tradycyjnym papierowym formacie. Warto tu zaznaczyć, że ponad 92% studentów woli pracować z książką papierową aniżeli z jej cyfrowym odpowiednikiem²⁸. Do podejmowania takich wyborów przyzwyczajają uczniów projekty w rodzaju Mesa's Online Books. W ramach tego eksperymentu zespół nauczycieli przygotował podręczniki typu „open textbooks” *Earth & Space Science* oraz *Biology*, które trafiły już kilka lat temu do dwóch tysięcy amerykańskich studentów uczących się metodą Mesa. Jak mówił jeden z nauczycieli pracujących nad kształtem tych podręczników:

W przeszłości, moi studenci otrzymaliby książki o wartości pięćdziesięciu dolarów, a ja zabroniłbym im w nich pisać. Teraz możemy pracować na fragmentach wydrukowanych książek, które mogą być używane przez studentów na wszystkie sposoby. Przypomina to rozwiązania z college'u, gdy studenci kupują używane książki, aby po nich kreślić²⁹.

Milenialsi oraz postmilenialsi to grupy ważne dla rynku książki papierowej, ale jednocześnie są to odbiorcy, którzy nie rezygnują z czytania e-booków. Co cie-

²⁵ M. Jędrsyk, *E-book masowego rażenia*, „Książki. Magazyn do czytania” 2016, nr 1 (20), s. 52.

²⁶ O. Kowalczyk, *What can we learn from the reading habits of millennials*, <https://ebookfriendly.com/reading-habits-of-millennials-generation-infographic/> (dostęp: 23.11.2019).

²⁷ S. Ferro, *Millennials are the most library-loving generation*, <https://www.mentalfloss.com/article/502193/millennials-are-most-library-loving-generation> (dostęp: 23.11.2019).

²⁸ O. Kowalczyk, *op. cit.*

²⁹ S. Leith, *School textbooks are on the way out — and pupils will lose so much with them*, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/jul/16/electronic-textbooks-future-rude-drawings-pearson-digital-pupils> (dostęp: 23.11.2019).

kawe, jeżeli chodzi o książkę elektroniczną, odbiorcy ci najchętniej sięgają po telefon komórkowy typu smartfon, a tablety, e-readery czy komputery są dla nich dużo mniej popularnymi platformami do czytania³⁰. W ich wypadku już samo przyswajanie informacji odbywa się na nieco innych zasadach — na pierwszym miejscu jest bowiem czytanie, a na kolejnym słuchanie. Materiały wideo znajdują się na ostatnim miejscu³¹.

Złożony proces wyboru książki w księgarni zmienił się nieznacznie u mileniów oraz u ich młodszych kolegów i koleżanek. Bardzo duże znaczenie ma obecnie *design* książki, okładka i wykonanie edytorskie publikacji. Większość osób z grupy wiekowej 16–30 lat kupuje książki papierowe na własność³². Mniejsze znaczenie ma to, kto napisał książkę. Zdanie krytyków nie ma dla nich większego znaczenia, liczy się za to ocena wpływowych osób ze świata *social media*. Pierwszą czynnością wykonywaną przez młodych czytelników jest sprawdzenie ocen książki w mediach społecznościowych albo na społecznościowych platformach w rodzaju *Lubimy Czytać*. Jest to argument decydujący o zakupie u 8 na 10 osób³³. Bardzo liczy się dla nich zdanie influencerów na YouTube (na którym spędzają do trzech godzin dziennie³⁴). Szanują zdanie tych, którzy przekonają ich do siebie swoją autentycznością. Według badań Pew Research Center, który od lat prowadzi specjalny projekt poświęcony sposobom korzystania z sieci przez Amerykanów, już od ponad dekady mamy do czynienia z wyraźną tendencją: młode pokolenie nie uważa opinii ekspertów za wartościowe. Liczy się dla niego opinia rówieśników. Internet zrównuje hierarchie³⁵. Milenialsi szybko jednak zmieniają swoje czytelnicze zainteresowania. W ostatnich latach książki utrzymywały się na liście bestsellerów maksymalnie przez cztery tygodnie (z nielicznymi wyjątkami)³⁶.

Nowi czytelnicy są przyzwyczajeni do zmieniających się technologii. Wiedzą, że nieobecność w sieci może oznaczać niemal całkowite wykluczenie z obiegu informacji — także biznesowej. Kto nie zaistnieje w formacie cyfrowym i tym samym nie zostanie odnaleziony przez wyszukiwarki, ten *de facto* nie istnieje³⁷. Wśród osób

³⁰ E.A. Vogels, *Millennials stand out for their technology use, but older generations also embrace digital life*, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/09/09/us-generations-technology-use/> (dostęp: 23.11.2019).

³¹ *Ibidem*.

³² S. Tellis, *Millennials dispel stereotype, prefer physical books over digital versions*, <https://economictimes.indiatimes.com/magazines/panache/millennials-dispel-stereotype-prefer-physical-books-over-digital-versions> (dostęp: 23.11.2019).

³³ O. Kowalczyk, *op. cit.*

³⁴ *Ibidem*.

³⁵ M. Jędrzyk, *Sokrates potrzebny od zaraz*, „Książki. Magazyn do czytania” 2016, nr 2 (21), s. 36.

³⁶ B. Brown, *Reading habits of millennials*, <https://princh.com/reading-habits-of-millennials> (dostęp: 23.11.2019).

³⁷ Ł. Gołębiowski, *Szerokopasmowa kultura*, Warszawa 2009, s. 32.

będących przed trzydziestką 98% używa internetu, a 90% tych, którzy regularnie bywają w sieci, korzysta z *social media*. Korzystają oni z różnych urządzeń, przebywając w Sieci. W grupie młodych Amerykanów 77% ma smartfona, 38% — tablet, a 24% — e-readera³⁸. Ale literaturę poznają oni nie tylko poprzez urządzenia peryferyjne. 88% Amerykanów poniżej trzydziestego roku życia chętniej korzysta z bibliotek stacjonarnych i często odwiedza strony online tych placówek. Duża część nabywców książek papierowych popiera niezależne księgarnie. W grupie wiekowej 16–29 aż 50% przyznaje się do skorzystania z biblioteki przynajmniej raz w roku. Przy tym, jak podaje badanie Mintela, 45% badanych woli czytać książkę papierową niż e-booki³⁹.

Według raportu rocznego (2019) Stowarzyszenia Wydawców Amerykańskich wydawcy książek we wszystkich formatach uzyskali w ubiegłym roku w Stanach Zjednoczonych przychody w wysokości prawie 26 miliardów dolarów (druk — 22,6 miliarda dolarów, a e-książki — 2,04 miliarda dolarów)⁴⁰. Widać więc wyraźnie, że na rynku amerykańskim dominuje w tej chwili książka drukowana. Jak podaje wcześniejszy raport, rośnie także liczba niezależnych księgarń (od 1651 w 2009 roku do 2094 w 2014 roku)⁴¹. Podobnie dzieje się w Wielkiej Brytanii. Meryl Halls, dyrektor zarządzająca Stowarzyszenia Księgarni, komentowała w wywiadzie dla CNBC:

Myślę, że bańka e-booków pękła, a sprzedaż się zmniejsza, myślę, że książka jako przedmiot fizyczny jest bardzo atrakcyjna. Wydawcy produkują dziś wspaniałe książki, których projekty okładek są często pięknymi przedmiotami. Miłośnik książek uwielbia kolekcjonować to, co przeczytał, chodzi o pokazanie tego reszcie świata. Chodzi o dekorowanie książkami domu, aby w ten sposób coś o sobie powiedzieć⁴².

Czytelnictwo grup młodszych wiekowo regularnie poprawia się dzięki sukcesom ekranizacji skrojonych pod konkretnych odbiorców, na przykład czytelników w wieku 18–29 lat. W 2014 roku sprzedaż książek w tej grupie napędziły sukcesy kinowe takich tytułów *young adult*, jak: *Divergent*, *The Maze Runner*, *The Fault in Our Stars*, *If I Stay*, oraz *The Book Thief*. Człowiek jest głodny nie tylko przeżyć, lecz przede wszystkim opowieści. To głód, którego nie zaspokajają ani internet, ani TV. Martwiono się o dzieci, które nie czytają, bo się gapią w ekrany. Znamienne, że gdy w 1997 roku pojawił się pierwszy tom *Harry'ego Pottera*, powszechne było zaskoczenie, że one chcą czytać!⁴³.

³⁸ A. Smith, *Record shares of Americans now own smartphones, have home broadband*, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/01/12/evolution-of-technology/> (dostęp: 23.11.2019).

³⁹ L. Hendley, *Physical books still outsell e-books — and here's why*, <https://www.cnbc.com/2019/09/19/physical-books-still-outsell-e-books-and-heres-why.html> (dostęp: 23.11.2019).

⁴⁰ P. Anderson, *AAP's StatShot Report January to June 2019: \$6 Billion in US Book Revenue*, <https://publishingperspectives.com/2019/08/aap-statshot-report-for-january-to-june-2019-shows-6-billion-in-revenue/> (dostęp: 23.11.2019).

⁴¹ A.S. Inouye, *What's in store for ebooks*, <https://americanlibrariesmagazine.org/2016/01/04/whats-store-ebooks/> (dostęp: 23.11.2019).

⁴² L. Hendley, *op. cit.*

⁴³ M. Wiśniewski, *Koniec z Netflixem*, „Książki. Magazyn do czytania” 2019, nr 2 (35), s. 32.

Nie zapominając o e-bookach, warto dodać, że wydawcom niezależnym i autorom, którzy publikują sami swoje książki, zarówno przez platformę Amazona, jak i poza nią, rośnie sprzedaż. Tradycyjnie wydawane e-booki to jednak tylko część elektronicznych książek sprzedawanych w Kindle Store. Pojawiły się bowiem dodatkowe usługi, jak Kindle Unlimited, w ramach których czytelnik z abonamentem może czytać w streamingu tyle książek, ile tylko zechce, a wydawca i autor dostają pieniądze za przeczytane strony.

Zakończenie

Pozytywnie między innymi o przemianach dokonujących się w sieci pisali naprawdę dużo Manuel Castells czy Yochai Benkler. Kolejne technologiczne rozwiązania, choćby hełmy VR i rzeczywistość rozszerzona, będą wymagały nowych rewolucji — obyczajowych, prawnych, socjologicznych, a także związanych z rynkiem książki. Dane przytoczone w artykule wskazują bowiem jednoznacznie, że książka jako medium spokojnie przetrwa kolejne wieki, i to nie dzięki jej nowym multimedialnym inkarnacjom, lecz dzięki odbiorcy, który w poszukiwaniu opowieści chętnie obcuje ze słowem pisany w dowolnym formacie. Wystarczy jedynie, aby miał łatwy i otwarty dostęp do najróżniejszych form książkowego medium.

Bibliografia

- Brewer R., *Write's Market 2017*, Cincinnati 2016.
Coover M., *The end of books?*, „New York Times” 4.04.1992.
Jelen C., *Build Your Autor Platform*, Dallas 2014.
Gołębiewski Ł., *Gdzie jest czytelnik?*, Warszawa 2012.
Gołębiewski Ł., *Szerokopasmowa kultura*, Warszawa 2009.
Gołębiewski Ł., Waszczyk P., *Rynek książki w Polsce 2016*, Warszawa 2017.
Jędrzyk M., *E-book masowego rażenia*, „Książki. Magazyn do czytania” 2016, nr 1 (20).
Jędrzyk M., *Sokrates potrzebny od zaraz*, „Książki. Magazyn do czytania” 2016, nr 2 (21).
Surmiak-Domańska K., *Szeryf walczących mięczaków*, „Książki. Magazyn do czytania” 2015, nr specjalny 1.
Szostak N., *Odbezpieczam strzelbę i czekam na barbarzyńców*, „Książki. Magazyn do czytania” 2017, numer specjalny 1.
Wiśniewski M., *Koniec z Netflixem*, „Książki. Magazyn do czytania” 2019, nr 2 (35).

Źródła internetowe

- Al-Heeti A., *Amazon has sold more than 100 million Alexa devices*, <https://www.cnet.com/news/amazon-has-sold-more-than-100-million-alexa-devices> (dostęp: 23.11.2019).
- Alter A., *Tiny books fit in one hand. Will they change the way we read*, <https://www.nytimes.com/2018/10/29/business/mini-books-pocket-john-green.html> (dostęp: 23.11.2019)
- Anderson P., *AAP's StatShot Report January to June 2019: \$6 Billion in US Book Revenue*, <https://publishingperspectives.com/2019/08/aap-statshot-report-for-january-to-june-2019-shows-6-billion-in-revenue/> (dostęp: 23.11.2019).
- Brown B., *Reading habits of millennials*, <https://princh.com/reading-habits-of-millennials> (dostęp: 23.11.2019).
- Deanna T., *After an early rush to Amazon Alexa, publishers are less enthusiastic*, <https://digiday.com/media/should-publishers-still-invest-in-amazon-flash-briefings> (dostęp: 23.11.2019).
- Ferrero S.F., *Millennials are the most library-loving generation*, <https://www.mentalfloss.com/article/502193/millennials-are-most-library-loving-generation> (dostęp: 23.11.2019).
- Ghawri M., *Audiobooks are officially the trendsetters in publishing industry*, <http://www.businessworld.in/article/Audiobooks-Are-Officially-The-Trendsetters-In-Publishing-Industry> (23.11.2019).
- Hendley L., *Physical books still outsell e-books — and here's why*, <https://www.cnn.com/2019/09/19/physical-books-still-outright-e-books-and-heres-why.html> (dostęp: 23.11.2019).
- Howe N., *Millennials: A generation of page-turners*, <https://www.forbes.com/sites/neilhowe/2017/01/16/millennials-a-generation-of-page-turners> (dostęp: 23.11.2019).
- Inouye A., *What's in store for ebooks*, <https://americanlibrariesmagazine.org/2016/01/04/whats-store-ebooks/> (dostęp: 23.11.2019).
- IngramSpark, *Benefits of print on demand for Indie publishers*, <https://www.ingramspark.com/blog/print-on-demand-for-indie-publishers>.
- Kowalczyk O., *What can we learn from the reading habits of millennials*, <https://ebookfriendly.com/reading-habits-of-millennials-generation-infographic/> (dostęp: 23.11.2019).
- Leith S., *School textbooks are on the way out — and pupils will lose so much with them*, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/jul/16/electronic-textbooks-future-rude-drawings-pearson-digital-pupils> (dostęp: 23.11.2019).
- Melendes S., *The battle for the future of e-books is happening at your local library*, <https://www.fastcompany.com/90404633/battle-for-the-future-e-books-at-the-local-library> (dostęp: 23.11.2019).
- Morris N., *Is 'ambient literature' the new way to read?*, <https://metro.co.uk/2018/10/10/is-ambient-literature-the-new-way-to-read-8024664> (dostęp: 23.11.2019).
- Plata M., *GUS Biblioteki Publiczne w 2018 r.*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/kultura/biblioteki-publiczne-w-2018-roku,14,3.html> (dostęp: 23.11.2019).
- Rosa K., *The state of American libraries 2018*, <http://www.ala.org/news/sites/ala.org.news/files/content/2018-soal-report-final.pdf> (dostęp: 23.11.2019).
- Siegler M., *At 5 million users, it's hard not to view Instagram through a rose-colored filter*, <https://techcrunch.com/2011/06/13/instagram-five-million-users> (dostęp: 23.11.2019)
- Smith A., *Record shares of Americans now own smartphones, have home broadband*, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/01/12/evolution-of-technology/> (dostęp: 23.11.2019).
- Tellis S., *Millennials dispel stereotype, prefer physical books over digital versions*, <https://economictimes.indiatimes.com/magazines/panache/millennials-dispel-stereotype-prefer-physical-books-over-digital-versions> (dostęp: 23.11.2019).
- Ting D., *After an early rush to Amazon Alexa, publishers are less enthusiastic*, <https://digiday.com/media/should-publishers-still-invest-in-amazon-flash-briefings> (dostęp: 23.11.2019).

- Vogels E., *Millennials stand out for their technology use, but older generations also embrace digital life*, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/09/09/us-generations-technology-use/> (dostęp: 23.11.2019).
- Watson A. *Net revenue of the trade book publishing industry in the United States from 2013 to 2018 (in billion U.S. dollars)*, <https://www.statista.com/statistics/308888/revenue-trade-book-publishing> (dostęp: 23.11.2019).