Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

„FOLIA BIBLIOLOGICA" (2017), VOL. LIX
DOI: 10.17951/fb.2017.1.71

Kamila Augustyn
Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa
Uniwersytet Wrocławski

OD PRODUKTU DO USŁUGI. PRZEMIANY NA RYNKU KSIĄŻKI W EPOCE NOWYCH MEDIÓW

Streszczenie: Rynek wydawniczy w epoce nowych mediów to przestrzeń równie wielu szans co zagrożeń dla popularyzacji książki. Nie wszystkie są oczywiste, a ich konsekwencje proste do przewidzenia. Podobnie jak sama książka, która wraz ze zmianą, czy raczej zróżnicowaniem swojej postaci, może być rozumiana jako: przedmiot, produkt, dobro, obiekt, medium, treść, tekst, relacja, usługa. Niniejszy artykuł ukazuje współczesny rynek książki w Polsce w świetle globalnych zmian w zakresie produkcji i dystrybucji wydawniczej. Kluczowe dla ich zrozumienia jest rozważenie roli książki i sposobu jej istnienia. W tekście podjęto próbę odpowiedzi na pytania, co zyskuje, a co traci książka za sprawą nowych, cyfrowych mediów, a wraz z nią autor i czytelnik w zmiennych rolach podmiotów tworzących i poznających.

Słowa kluczowe: rynek wydawniczy, rynek książki, e-book, selfpublishing, nowe media, Amazon, księgarnie internetowe, autor, czytelnik

From Product to Service. Transformations on the Book Market in the World of New Media

Abstract: The publishing market is in the world of new media space as many opportunities as the threats for the popularization of the book. Not all of them are obvious, and their consequences are simple to foresee. Like the book itself, which with the change, or rather the differentiation of its character, can be understood as: object, product, good, medium, content, text, relation, service. This article discusses the contemporary book market in Poland in the light of global changes in publishing production and distribution. The key to understanding them is to consider the role of the book and its way of life. Answer the question of what is gaining and losing the book through the new digital media, and with it the author and the reader in the changing roles of the forming and learning entities.

Keywords: book market, publishing, self-publishing, e-book, new media, Amazon, bookstores, author, reader

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

Produkcja i dystrybucja

Nieprzerwany rozwój cyfrowych technologii nieustannie zmienia oblicza naszej komunikacji. Dzięki nowoczesnym systemom telefonii komórkowej drugiej (GSM), trzeciej (3G) i czwartej generacji (4G) zyskaliśmy możliwość mobilnego, bezprzewodowego porozumiewania się: wykonywania połączeń głosowych, wysyłania wiadomości, prowadzenia wideorozmów, przesyłania i przechowywania danych. Globalna sieć hostów wymieniających protokoły komunikacyjne IP w modelu TCP/IP stała się podstawą dla uruchomienia w latach 90. XX wieku usługi WWW (*World Wide Web*)[1]. To internetowy system informacyjny, obsługiwany przy użyciu przeglądarki, która umożliwia docieranie do rozproszonych dokumentów hipertekstowych, lokalizowanych na podstawie adresów URL. Wraz z dostępem do informacji i wytworów kultury: książek, filmów, muzyki w ich niematerialnej, lecz cyfrowej postaci, możliwym dzięki WWW, choć nie zawsze wolnym, otwartym i legalnym, systematycznie tracimy jednak, choć nie bezwzględnie, możliwość ich posiadania.

Po pierwsze bowiem, w wymiarze kognitywnym sam dostęp do wiedzy albo wydaje się wystarczający, albo też jej posiadanie jest niemożliwe z powodu coraz większego i szybszego przyrostu danych, których nie mógłby objąć nawet najbardziej pojemny umysł. Wiedza zapisana w sposób cyfrowy, a następnie kopiowana i wielokrotnie przekazywana jest w ten sposób zabezpieczana przed utratą. Choć tak bardzo nieraz rozproszona, dzięki szerokiemu zasięgowi sieci przedłuża, przynajmniej teoretycznie, swoją trwałość[2].

Po drugie, brak fizycznej postaci publikacji elektronicznych w formie książki, która (także w wersji papierowej) będzie przedmiotem podjętych rozważań, a jedynie dostęp do jej treści rodzi, nie tylko na gruncie prawnym, wiele konsekwencji związanych głównie z niemożnością swobodnego dysponowania cyfrowym produktem nabytym drogą elektroniczną.

Jeżeli kupimy e-booka i pobierzemy jego cyfrową kopię, nabyte w ten sposób treści będą w naszym posiadaniu w postaci pliku. Zgranie ich na nośnik uczyni je w pewnym sensie materialnymi czy raczej materializującymi się na ekranie naszego urządzenia[3] „przy użyciu dostępnych technologii informacyjnych"[4]. E-book nie istnieje bez hardware'u, który jest jego fizyczną, zewnętrzną, choć niespecyficzną

[1] Zob. S.D. Kotuła, *Komunikacja bibliologiczna wobec World Wide Web*, Wyd. UMCS, Lublin 2013, s. 7, przyp. 1.

[2] Rozumianą jako zdolność zachowania właściwości użytkowych pomimo upływu czasu, nie zaś niezniszczalność czy niepodatność na zmiany.

[3] L. Manovich, *Język nowych mediów*, tłum. P. Cypryański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, s. 73, 92.

[4] S.D. Kotuła, *op. cit*., s. 91.

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

postacią. E-książka nie może być również odtworzona bez odpowiedniego oprogramowania, nie istnieje zatem także bez software'u[5]. Uzależnia to korzystanie (a więc czytanie) książki elektronicznej od spełnienia co najmniej dwóch warunków koniecznych, przeciwnie niż w wypadku książki papierowej, która wydaje się bardziej dostępna, ponieważ nie wymaga żadnej aparatury pomocniczej służącej do dekodowania zapisu. Czy sprawia to jednak, iż zawsze łatwiej nam po nią sięgnąć? W dobie nowych mediów i coraz powszechniejszego dostępu do Internetu[6] nie tylko korzystanie z analogowych urządzeń staje się trudniejsze, a czasem nawet niemożliwe, lecz także tradycyjne metody docierania do interesujących nas treści (odwiedzenie księgarni stacjonarnej lub wypożyczenie książki z biblioteki) okazują się dużo bardziej kapitało- i/lub czasochłonne, a co za tym idzie kłopotliwe, nadto obarczone ryzykiem niezaspokojenia zgłoszonych potrzeb z powodu braku towaru na miejscu.

Cyfrowe technologie, przyspieszając i udoskonalając wymianę informacji, kształtują obraz współczesnego rynku i zachowania obecnych na nim konsumentów[7], często wręcz wymuszając na nich konieczność posiadania urządzeń, np. telefonów komórkowych, a jednocześnie uniemożliwiając czy utrudniając powrót do starych nawyków. Czytanie e-booków w tzw. „naszych czasach" powinno być więc znacznie łatwiejsze niż lektura książek tradycyjnych. Nawet jeśli nie dysponujemy sprzętem zapewniającym, dzięki technologii e-papieru, najwyższy komfort lektury, możemy użyć do tego celu tabletu albo telefonu, który przyzwyczailiśmy się mieć zawsze pod ręką. W wersji *smart* posiada on aplikacje, często fabryczne, przeznaczone do lektury e-booków oraz przekierowujące do e-kiosku czy e-księgarni, w której w dowolnej chwili możemy dokonać zakupu bez potrzeby wychodzenia z domu i z niemal natychmiastową dostawą. A jednak myliłby się ten, kto przedwcześnie wieściłby śmierć papieru. Dane z największych rynków wydawniczych świata wskazują na to, że *Print is back*. W latach 2015–2017 w Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii odnotowano spadki przychodów ze sprzedaży e-booków z segmentu *trade*[8]. Rosnąca w Wielkiej Brytanii o 6% w 2016 roku ogólna

[5] *Ibidem*, s. 90.

[6] W 2016 r. miało go 46% populacji. Zob. R. Wischenbart, *The Business of Books 2016: Between the first and the second phase of transformation. An overview of market trends in North America, Europe, Asia and Latin America, and a look beyond books*, [online], http://www.buchmesse.de/pdf/white_paper_business_of_books_june_2016.pdf , s. 4 [dostęp: 4.09.2017].

[7] „Rodzaj narzędzia przekazu decyduje także z natury rzeczy o formach organizacyjnych jego upowszechniania". Zob. K. Głombiowski, *O dwóch tendencjach badań bibliologicznych*, „Studia o Książce" 1981, t. 11, s. 7.

[8] Zob. też M. Sweney, *'Screen fatigue' sees UK ebook sales plunge 17% as readers return to print*, [online], https://www.theguardian.com/books/2017/apr/27/screen-fatigue-sees-uk-ebook-sales-plunge-17-as-readers-return-to-print [dostęp: 31.12.2017]. Por. *Print vs Digital, Traditional vs Non-Traditional, Bookstore vs Online: 2016 Trade Publishing by the numbers*, [online], http://authorearnings.com/report/dbw2017/ [dostęp: 31.12.2017].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

sprzedaż to zasługa wzmożonych zakupów książek w postaci fizycznej[9]. Trzyprocentowy spadek sprzedaży książek elektronicznych, zwłaszcza tych oferowanych przez tradycyjnych wydawców z tzw. Wielkiej Piątki (*Big Five*): Penguin/Random House, Macmillan, Simon and Schuster, Harper Collins i Hachette, jest efektem działania wielu czynników[10]. Po pierwsze, polityki cenowej największych wydawniczych firm[11]. Wzrost cen e-booków doprowadził do zmniejszenia przychodów ze sprzedaży e-booków *Big Five* na platformie Amazon[12]. Po drugie, zniechęcenia do czytania na ekranie m.in. z powodu niższego komfortu lektury, ale i zmęczenia koniecznością nieustannej pracy przed komputerem i obcowaniem z ekranem także w czasie wolnym (*screen fatigue*)[13]. Po trzecie, niższej sprzedaży e-czytników z powodu poczucia wystarczającego zaspokojenia cyfrowych potrzeb za pomocą już posiadanych urządzeń mobilnych, np. smartfona czy tabletu[14]. Warto również wspomnieć o wciąż nieproporcjonalnie niskiej liczbie tytułów dostępnych w wersjach elektronicznych oraz umacnianym przekonaniu o co najwyżej jednorazowym użytku i mniejszej wartości e-booków[15].

Lektura książek, zarówno tych w formatach elektronicznych, jak i formach tradycyjnych, papierowych, to jedna z wielu możliwości spędzania czasu wolnego w przerwach w pracy i w komunikacji. Aby jednak jej okazjonalność zmieniła się w konieczność, należy uczynić ją dostępną (tytułowo, cenowo i technologicznie – dostęp do samej treści lub też możliwości jej zakupu) oraz na tyle atrakcyjną, aby

[9] C. Annicelli, *Ebook Sales Dip Amid a Rising UK Book Market*, [online], https://www.emarketer.com/Article/Ebook-Sales-Dip-Amid-Rising-UK-Book-Market/1015434 [dostęp: 31.12.2017].

[10] Pamiętajmy, że nieewidencjonowana pozostaje często sprzedaż e-booków autorstwa indie- oraz selfpublisherów, chyba że książkom nadany został numer ISBN, a platforma dystrybucyjna, taka jak np. Amazon, umożliwia za pomocą specjalnych mechanizmów śledzenie wyników sprzedażowych.

[11] Średnia cena zakupionego e-booka wzrosła w 2016 r. w Wielkiej Brytanii o 7%, podczas gdy książki papierowej tylko o 3%. Zob. Z. Wood, *Paperback fighter: sales of physical books now outperform digital titles*, https://www.theguardian.com/books/2017/mar/17/paperback-books-sales-outperform-digital-titles-amazon-ebooks [dostęp: 31.12.2017].

[12] Zob. „Michael Tamblyn, chief executive of Kobo, which makes e-readers and sells ebooks, including for WH Smith and Waterstones, reckons the decline is simply down to pricing. »We have seen ebook prices rise from traditional publishers and that does pull people away from digital and back to print.«". Zob. Też: Z. Wood, *op. cit.*; por. M. Kozlowski, *The e-book Industry is in a State of Decline – 2015 Year in Review*, [online], https://goodereader.com/blog/e-book-news/the-e-book-industry-is-in-a-state-of-decline-2015-year-in-review [dostęp: 31.12.2017]; H. Howey, *The Effects of the Amazon-Hachette Negotiations*, [online], http://authorearnings.com/the-effects-of-the-amazon--hachette-negotiations/ [dostęp: 31.12.2017].

[13] M. Sweney, *op. cit.*

[14] C. Anicelli, *op. cit.*; M. Kozlowski, *op. cit.*

[15] *Great expectations for UK book sales: Market set to surpass £2 billion in 2017*, [online], http://www.mintel.com/press-centre/leisure/uk-book-market-set-to-surpass-2-billion-in-2017 [dostęp: 31.12.2017].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

skutecznie rywalizowała z innymi źródłami dostępu do wiedzy (artykuły w sieci, YouTube, blogi, e-kursy) i formami rozrywki (gry, filmy, seriale) albo była z nimi silnie powiązana, jak w przypadku seriali, np. *Gra o tron*, czy gry *Wiedźmin*[16] opartych na powieściach lub też nimi będących, czego dobrym przykładem jest multimedialny projekt książko-gry *Endgame*[17]. Istotne jest wywołanie u odbiorcy wrażenia, iż dzięki lekturze zyskuje unikatową formę doświadczenia, nieporównywalną z niczym innym i odmienną w zależności od formatu książki.

Rozwój e-czytelnictwa w Polsce, gdzie grupa odbiorców cyfrowych książek wciąż jest niewielka (ok. 4%)[18], może wspomóc upowszechnianie wiedzy o e-bookach na coraz popularniejszych blogach poświęconych tematyce nowych technologii (Świat Czytników: http://swiatczytnikow.pl/) oraz reklamowanie e-booków, np. przez rozdawanie kodów QR, umieszczenie ich na przystankach komunikacji miejskiej czy w książkach papierowych oraz promocję na portalach społecznościowych (Facebook, Instagram).

Książka w wersji elektronicznej lub też informacja o książce, także w wersji papierowej, aby była zauważalna, winna docierać do nas kanałami, z których coraz częściej korzystamy, na urządzenia, bez których nie możemy się obyć. Niektóre z nich, jak czytniki, mogą być traktowane jako modne, a ich właściciele uważani za stylowych. Aby e-czytelnictwo nie pozostało jednak zjawiskiem niszowym lub elitarnym, równie dostępna i atrakcyjna co sprzęt, nie tylko ten stworzony z myślą o e-czytelnikach, musi być też oferta tytułów. Tymczasem jest ona, jak na razie, dosyć skromna. W Polsce w pojedynczych księgarniach internetowych w okresie od września do grudnia 2017 roku można było znaleźć od ok. 26 000 do 53 000[19] e-booków, na platformach typu Legimi czy Ibuk od 20 000 do 50 000[20]. To nadal niewiele w porównaniu z liczbą oferowanych książek papierowych. W księgarniach internetowych, które ze względu na swój agregacyjny charakter są najbardziej miarodajne w dochodzeniu liczby tytułów aktualnie dostępnych w sprzedaży, książek

[16] *Read the book that inspired the TV show* – jak głosi jedna z kategorii na platformie e-bookowej Rakuten Kobo. Zob. https://www.kobo.com/ww/en.

[17] Znamienna w kontekście postawionej tezy jest informacja zamieszczona na stronie Endgame Polska, http://endgamepolska.pl/ [dostęp: 08.10.2017]: „Uczestnictwo w zabawie wymaga dostępu do książki (nie musisz kupować, wystarczy pożyczyć z biblioteki), dostępu do Internetu oraz własnego standardowego konta internetowego Google".

[18] Zob. *Stan czytelnictwa w Polsce w 2016 roku*, Biblioteka Narodowa, [online], http://www.bn.org.pl/download/document/1493378303.pdf [dostęp: 5.09.2017], s. 76; Ł. Gołębiewski, P. Waszczyk, *Rynek książki w Polsce 2016. Wydawnictwa*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2016, s. 81–82.

[19] Stan na wrzesień 2017: Nexto (50 507–53 036), Virtualo (50 778–51 994), Ravelo (48 856), Empik (39 930), Publio (26 346–27 521). Stan na 30.10.2017: Virtualo 51 955, Nexto 51 501, Ravelo 49 882, Empik 41 253, Publio 28 246. Stan na 31.12.2017: Virtualo 50 173, Nexto 49 881, Ravelo 50 580, Empik 39 686, Publio 37 992.

[20] Zob. https://www.legimi.pl/ebooki/ oraz http://libra.ibuk.pl/.

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

papierowych było w 2017 roku od ok. 83 042 (Empik)[21] i 88 624 (Ravelo)[22] do 127 911 (Bonito)[23], przy czym niekiedy ogólna liczba bywa trudna do ustalenia z powodu braku automatycznego mechanizmu zliczania wyników przeszukiwania (Gandalf, Matras, Merlin) i dostępu na jednej stronie do całej oferty[24].

Mimo że nakłady książek papierowych rokrocznie spadają, w Polsce publikowanych jest coraz więcej tytułów[25]. W roku 2015 było ich według różnych szacunków od 34 920 (Biblioteka Analiz) do 36 070 (*Ruch Wydawniczy w Liczbach*)[26]. Wprawdzie trudno ustalić, jaki odsetek trafia do sprzedaży komercyjnej oraz ile tytułów spośród nich ma wydania elektroniczne, ale z pomocą przychodzą tutaj portale typu Allegro, agregujące większość tytułów dostępnych obecnie w tzw. pierwszym obiegu (wtórnym również), odnotowując odpowiednio od 175 852 tytułów e-booków i 5 229 820 książek papierowych[27]. Warto przy tym śledzić wszelkie statystyki na temat tytułów w podziale na kategorie, ponieważ rozwijają się one odmiennie.

Wśród najliczniej reprezentowanych kategorii w pięciu poddanych badaniu polskich księgarniach internetowych prowadzących sprzedaż e-booków[28]: Virtualo (właśc. Empik), Empik, Nexto (właśc. e-KIOSK SA), Publio (właśc. Agora SA) i Ravelo (PWN), znajdują się: literatura piękna, klasyka literatury, udostępniana za darmo, zwłaszcza na Nexto i Virtualo, powieści obyczajowe, kryminalne, thrillery, powieści sensacyjne, romanse i powieści erotyczne, powieści fantastyczne, literatura dla dzieci i młodzieży, literatura faktu, literatura podróżnicza, poradniki, książki traktujące o duchowości i religii, publikacje naukowe i akademickie (zob. tab. 1). Ze względu na odmienne sposoby klasyfikowania książek przez poszczególne księgarnie do artykułu dołączono aneks opisujący zawartość każdej kategorii dla właściwej księgarni (zob. Aneks). W analizie nie uwzględniano natomiast różnic

[21] Stan na 31.12.2017. Z audiobookami: 85 286 tytułów.

[22] Stan na 31.12.2017. Z audiobookami: 12 9475 tytułów.

[23] Stan na 31.12.2017. Nie uwzględniono audiobooków, usług, kalendarzy.

[24] Użytkownikowi są przedstawiane tylko wybrane kategorie: nowości, bestsellery, zapowiedzi, promocje, polecane albo też książki w danej kategorii, może również wyszukiwać pojedyncze tytuły.

[25] Zob. Ł. Gołębiewski, P. Waszczyk, *op. cit.*, s. 30. W przeciwieństwie np. do Francji czy Niemiec. Zob. *Ruch wydawniczy w liczbach 2015. Książki*, Biblioteka Narodowa, [online], http://ksiegarnia.bn.org.pl/pdf/Ruch%20wydawniczy%20w%20liczbach%2061_2015%20ksiazki.pdf [dostęp: 4.09.2017].

[26] *Ibidem*.

[27] Książki nowe, nielicytowane, bez audiobooków, kalendarzy, gadżetów i akcesoriów. Stan na 31.12.2017.

[28] Kryterium doboru była reprezentatywność dla rynku mierzona liczbą oferowanych tytułów w podziale na kategorie. Nie włączono zatem do badania księgarni zbyt małych lub nieposiadających na stronie mechanizmu umożliwiającego bądź ułatwiającego ustalenie liczby tytułów w obrębie poszczególnych kategorii (zob. Woblink, Merlin), zwłaszcza jednoznacznego rozgraniczenia książek elektronicznych (Merlin), a także takich, które – jak np. Allegro – obrazują raczej ogólny wygląd rynku i stały się punktem odniesienia, umożliwiając weryfikację poczynionych ustaleń.

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

w asortymencie wynikających z umów na wyłączność sprzedaży książek danego („swojego") wydawnictwa.

Poszczególne kategorie e-booków liczą sobie średnio od 440 (duchowość i religia) do 9600 tytułów (literatura piękna), a książek papierowych od 0 (klasyka literatury[29]) do 22 000 tytułów. Ogólna, uśredniona liczba dostępnych e-tytułów wynosi 3242. To ciągle zbyt mało, aby konkurować ze średnio dwukrotnie (7366 tytułów), a w niektórych kategoriach (duchowość i religia, literatura podróżnicza, literatura dla dzieci i młodzieży, publikacje naukowe i akademickie) nawet kilkukrotnie większą ofertą papierową (księgarni Ravelo, Empik oraz Bonito).

Porównując ofertę książek papierowych w wybranych kategoriach ze stron: Ravelo, Bonito oraz Empik, do cyfrowej z: Virtualo, Nexto, Publio, ponownie Empik i Ravelo, można wysnuć wniosek o bezwzględnej przewadze liczebnej[30] wydań papierowych w obrębie większości kategorii. Zbliżoną liczbę tytułów (średnią) odnotowano jedynie w odniesieniu do kryminału, thrillera i powieści sensacyjnych oraz fantastyki. Przewaga tytułów cyfrowych zarysowała się natomiast w zakresie powieści romansowych i erotycznych[31]. Te, podobnie jak inne powieści gatunkowe: kryminały czy fantastyka i literatura grozy, są postrzegane jako najszybciej rotujące, często sezonowe bestsellery odnotowujące największy wzrost sprzedaży, dlatego opłacalne i chętnie wydawane także w formatach elektronicznych. E-booki, ze względu na łatwość i szybkość pobrania (dokonania zakupu) w dowolnym miejscu i czasie (pod warunkiem posiadania dostępu do Internetu) oraz wygodę użytkowania na urządzeniach zbliżonych rozmiarami do książek kieszonkowych (czytniki, telefony czy tablety)[32], dodatkowo zaś pozwalających na powiększanie czcionki czy podświetlenie ekranu, mogą być wyjątkowo atrakcyjne dla ludzi spędzających dużo czasu w podróży. Lekturze powieści popularnych w trakcie jazdy sprzyja natomiast ukształtowanie treściowe. W roli *airport novel* czy *romans de gare* spisują się świetnie. Są proste w odbiorze, o wartko toczącej się akcji, nie na tyle jednak zawiłej, aby nie było możliwe powrócenie do przerwanego wątku po chwilowej utracie uwagi. E-booki romansów czy kryminałów to książki przeznaczone zwykle „do (natychmiastowego) spożycia", nie dłuższego przechowywania i eksponowania, dla których cyfrowy format zapisu wydaje się najbardziej adekwatny.

[29] Kategoria zwykle niewyodrębniana w katalogach książek papierowych tworzonych na potrzeby księgarni internetowych. Nie oznacza to jednak, że książek tego typu nie można znaleźć wśród oferowanych.

[30] Określano ją na podstawie średniej arytmetycznej wyciąganej z liczby tytułów dostępnych w danych księgarniach.

[31] Zob. dane z USA dotyczące sprzedaży *online* książek w różnych formatach i w podziale na gatunki w *Print vs Digital, Traditional…*

[32] Czytnik o 6-calowym ekranie ma od ok. 11,5 cm szerokości do 19,1 cm długości i waży od ok. 133 do 246 g; książka w formacie kieszonkowym ma wymiary 10,5–11 cm na 17,5–17,8 cm.

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

Tabela 1. Liczba tytułów książek papierowych i elektronicznych dostępnych w wybranych księgarniach internetowych (stan na 31.12.2017)

	KSIĄŻKI PAPIEROWE			średnia		KSIĄŻKI ELEKTRONICZNE (e-booki)					
	RAVELO	BONITO	EMPIK	Papierowe	E-booki	EMPIK	VIRTUALO	NEXTO	PUBLIO	RAVELO
literatura piękna	17602	17348	4428	13126	9615,2	17505	1120	3801	10510	15140
klasyka literatury	0	0	0	0	5421,2	464	11903	14739	0	0
powieści obyczajowe	5862	2391	4162	4138,333	1538,4	1729	1487	4476	0	0
kryminał, thriller, sensacja	3895	2820	3877	3530,667	3010,6	3021	2850	2687	2747	3748
romans i erotyka	734	1335	1099	1056	2569	2530	2565	2162	2093	3495
fantastyka	2921	1953	2654	2509,333	1874,2	1902	1801	1587	1783	2298
literatura dla dzieci i młodzieży	17719	19717	24119	20518,333	2909,8	2742	2708	2575	2879	3645
literatura faktu	10167	3090	6797	6684,667	3792,2	1693	3081	4326	4284	5577
literatura podróżnicza	2782	3004	5412	3732,667	572,2	1062	499	642	415	243
poradniki	9568	4991	3458	6005,667	2756,2	2724	1699	2507	2229	4622
duchowość i religia	5762	4615	4399	4925,333	440,2	0	1055	449	697	0
naukowe i akademickie	45605	10454	10458	22172,333	4415,8	3729	4472	0	2039	11839

wartość e-booków zbliżona do książek papierowych
przewaga e-booków
przewaga książek papierowych
zbliżone wartości w obrębie kategorii
wartości rozbieżne w obrębie kategorii
wartości odstające od reszty w obrębie kategorii

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

Oferta tytułowa badanych księgarni internetowych, zarówno specjalizujących się w sprzedaży e-booków, jak i prowadzących sprzedaż książek w wielu postaciach i formatach, zasadniczo jest dość równomiernie rozłożona, co oznacza porównywalną liczebność tytułów w ramach wyodrębnionych kategorii. Najbardziej równomierny rozkład, zarówno wśród wersji papierowych, jak i elektronicznych, zaobserwowano w odniesieniu do powieści popularnych w kategoriach: kryminał, thriller, sensacja, romans i erotyka oraz fantastyka. Wartości rozbieżne wystąpiły zaś w obrębie literatury obyczajowej i literatury faktu. Dla wersji papierowych – dodatkowo w odniesieniu do poradników, a w przypadku e-booków – w literaturze pięknej oraz publikacjach naukowych i akademickich. Powodów należy jednak upatrywać nie w odmiennie kształtowanej ofercie tytułowej, lecz kategoryzacji tytułów, czego dowodzi choćby przykład literatury pięknej – w księgarni Publio brakuje osobnej kategorii o tej nazwie, liczbę tytułów określono więc, sumując liczbę tytułów z kategorii: Poezja, Dramat, Powieść i opowiadanie, które były włączane do literatury pięknej w księgarniach prowadzących sprzedaż książek papierowych (zob. Aneks).

Z uwagą należy też przyjrzeć się kategoryzacji literatury faktu, łączonej albo rozdzielanej z biografiami, publicystyką, esejami, nieraz grupowanej wspólnie z literaturą piękną (Empik, e-booki), a także ofercie papierowej określanej jako literatura dla dzieci i młodzieży, do której bywają zaliczane publikacje edukacyjne, podręczniki i lektury szkolne. Pamiętać trzeba również o tym, że literatura gatunkowa (obyczajowa, kryminalno-sensacyjna, fantastyczna, erotyczna) powiększa zwykle liczebność kategorii literatura – literatura piękna.

W najbliższym czasie, w obliczu mniejszego niż oczekiwano zainteresowania e-bookami, możliwie, iż nastąpi wyhamowanie przyrostu kolejnych tytułów, zwłaszcza tych z tzw. midlisty[33], oferowanych przez tradycyjnych wydawców. Problemem w powiększaniu oferty książek elektronicznych w segmencie *trade*[34], a co za tym idzie dalszej promocji e-czytelnictwa, może być m.in. kwestia pozyskania praw do elektronicznych wersji książek (koszty licencji na e-wydania są zwykle wyższe[35]), zwłaszcza tych zagranicznych, lub przedłużania licencji na nie, o czym przekonuje w jednym z wywiadów Mieczysław Prószyński[36]. Stanowi to istotną

[33] „*Midlist books*, czyli książki środka, to kategoria plasująca się między czołówką a zapleczem planu wydawniczego". Zob. M. Mozer, *Bestseller w taktyce wydawców amerykańskich*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Librorum" 1995, nr 6, s. 134.

[34] W odróżnieniu od segmentu książek edukacyjnych i STM – *science, technical, medical*.

[35] Ł. Gołębiewski, P. Waszczyk, *op. cit.*, s. 84–85.

[36] M. Powalisz, *Był zdolnym astrofizykiem, mógł zostać na uczelni w USA. Mieczysław Prószyński: Ale tu, w Polsce, było ciekawiej!*, [online], http://weekend.gazeta.pl/weekend/1,152121,18008517,Byl_zdolnym_astrofizykiem__mogl_zostac_na_uczelni.html [dostęp: 4.09.2017].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

barierę w dalszym rozwoju sprzedaży e-booków, szczególnie w krajach jak Polska o wysokim procencie literatury tłumaczonej z języków obcych (22%)[37], najwyraźniejszym w obrębie literatury popularnej: sensacyjno-kryminalnej (72%), romansowo-obyczajowej (55%) i fantastycznej (52%)[38], coraz silniej obecnej w ofercie cyfrowej (są to zwykle nowości, bestsellery). W pierwszym obiegu niedostępnych w sprzedaży pozostaje też wiele tysięcy tytułów z tzw. backkatalogu[39].

Ofertę książek elektronicznych oraz papierowych powiększają[40] utwory self- i indiepublisherów, których przybywa na rynku międzynarodowym dzięki platformom w rodzaju: Kindle Direct Publishing i CreateSpace Amazon, Smashwords, Lulu, Kindle, Kobo, Nook oraz Blurb, a na polskim gruncie za sprawą m.in.: rw2010, rozpisani.pl, Ridero, e-bookowo, ebookpoint czy SimplePublishing[41]. Brak wiedzy, skąd można pobrać teksty[42], ich słaba promocja i ograniczona (przynajmniej na polskim rynku) dystrybucja, w połączeniu z brakiem zaufania do książek publikowanych bez pośrednictwa wydawnictwa, wielością dostrzeganych przez czytelników błędów (redakcji, składu) oraz niskim poziomem merytorycznym wielu tekstów, pisanych przez amatorów, a ostatecznie także zbyt mało czasu, aby poświęcić go na przeglądanie dostępnej oferty i dokonywanie jej selekcji, czytanie recenzji i komentarzy, powodują jednak, że utwory wydane w trybie *self publish*, mimo gwałtownie rosnącej liczby[43], nie stanowią jeszcze (przynajmniej w Polsce) rzeczywistej konkurencji dla tytułów wydawniczych, szczególnie tych, na których promocję przeznaczono pokaźne sumy.

Głównym celem istnienia platform selfpublishingowych jest więc nie tyle wspomaganie masowej produkcji *e-contentu* (mówienie o produkcji literackiej byłoby bowiem nadużyciem), co napędzanie popytu na usługi edytorskie, dystrybucyjne, promocyjne, doradcze oraz poligraficzne. Platformy tego typu są źródłem zarobku (rosnącego wraz z korzyściami skali) głównie dla ich właścicieli, mimo iż często niepobierających opłat za przygotowanie (w wersji podstawowej i nie bez trudności) oraz umieszczenie e-booka na platformie czy nawet przesłanie go do dalszej dystrybucji (na mocy udzielanej licencji), zyskujących jednak na ich sprzedaży i za sprawą wielu usług dodatkowych. Są nimi nie tylko korekta czy skład, ale też promocja

[37] *Ruch wydawniczy w liczbach*…, s. 42.

[38] *Ibidem*.

[39] *Raport o rynku e-booków w Polsce w latach 2010–2014*, Virutalo, [online], https://cdn.virtualo.pl/vpl-promo/93f3983c5cbbcd4513316a06a832ef1d/raport-o-rynku-e-bookow.pdf, s. 16 [dostęp: 4.09.2017].

[40] Choć nie zawsze da się ustalić ich liczbę.

[41] Niektóre z nich to platformy oferujące usługi *vanity publishing*.

[42] Nie wszystkie trafiają do komercyjnych dystrybutorów.

[43] Zob. *Ruch wydawniczy w liczbach*… oraz *Print vs Digital, Traditional*…

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

dystrybucji, jak np. w Programie Select Amazonu[44], czy możliwość wydania utworu w postaci papierowej, optymalizacji wyglądu publikacji (wydanie w twardej oprawie, kolorowy druk). Tantiemy autorskie, choć nieporównywalnie wyższe od tych uzyskiwanych na mocy tradycyjnych umów wydawniczych, bo zaczynające się od 30%, a kończące nawet na 70–85%, z powodu małej sprzedaży pojedynczych książek (stąd „moda" na pisanie serii) rzadko kiedy są źródłem realnego zarobku selfczy indiepublishera, szczególnie na rynkach, w którym udział e-booków w ogólnej sprzedaży książek jest niższy niż 10%[45].

Wielu początkujących pisarzy amatorów skarży się na liczne wady i ograniczenia platform dystrybucyjnych. Dotyczą one dozwolonej wielkości przesyłanego pliku, formatu jego zapisu, często nieresponsywnego, kontroli jakości wydruku, kosztu ostatecznego przygotowania i wydania publikacji, ich niewidoczności w sieci lub słabej dystrybucji. Wszystko to może zniechęcić do publikowania w ten sposób, a to prowadzić do stopniowego zmniejszenia oferty i popularności platform[46]. Niekoniecznie są więc one zapowiedzią wydawniczej rewolucji, choć na pewno stanowią nową przestrzeń dla eksperymentów wydawniczych, przeznaczoną dla wszystkich, którzy chcieliby się sprawdzić i opublikować swoją książkę, stanowiącą w tej postaci rodzaj beta-testowego produktu. Na niektórych rynkach, takich jak np. chiński czy amerykański, platformy selfpublishingowe i serwisy z literaturą *online*[47] pełnią ważną rolę w nawiązywaniu kontaktu wydawców z potencjalnymi autorami, nie tylko książek, lecz także scenariuszy filmów, seriali czy gier komputerowych. Mogą być też formą obejścia niekorzystnych dla debiutujących pisarzy czy małych-średnich firm wydawniczych przepisów lub praktyk stosowanych przez rynkowych monopolistów (np. państwo w Chinach)[48].

Ograniczona funkcjonalność platform, zwłaszcza na rynkach o słabym udziale e-booków w ofercie, przejawia się w zawężonej do zaledwie kilku kanałów dystrybucji utworów selfpublisherów. Odpowiedzią na problemy z upłynnieniem oferty, także dla tradycyjnych wydawców, mogą być, choć w ograniczonym zakresie,

[44] I. Sousa, *My experience: Self-publishing with CreateSpace, Blurb, Kindle, LULU, Smashwords and Peecho*, [online], https://tragicbooks.com/2017/01/02/my-experience-self-publishing-with-createspace-blurb-kindle-lulu-smashwords-and-peecho/ [dostęp: 1.09.2017].

[45] Więcej o zarobkach self- oraz indiepublisherów czytaj w: *Individual author earnings tracked across 7 quarters, Feb. 2014 – Sept. 2015*, [online], http://authorearnings.com/report/individual-author-earnings-tracked-across-7-quarters-feb-2014-sept-2015/ [dostęp: 31.12.2017].

[46] *Ibidem*.

[47] D. Berg, R. Kunze, *A View of China's Literary Landscape: Interview with Sheng Yun, Woman Editor of the Shanghai Review of Books*, [w:] Ch. Haug, V. Kaufmann, *Kodex. Jahrbuch der Internationalen Buchwissenschaftlichen Gesellschaft*, Harrassowitz Verlag, Wiesbaden 2016, s. 124–125, [online], https://www.alexandria.unisg.ch/251797/1/Kodex%206%20all.pdf [dostęp: 1.12.2017].

[48] M. Hockx, *Postsocialist Publishing: Internet Literature in PRC*, [w:] *Kodex. Jahrbuch der Internationalen…*, s. 212.

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

niestandardowe formy sprzedaży, np. pakietowa książek z „uwolnionymi prawami". Na polskim rynku prowadzi ją wzorem firmy Humble Bundle portal BookRage[49]. Sprzedaż obejmuje zarówno książki elektroniczne, które przeważają w ofercie, jak i papierowe (także zagraniczne), pochodzące od takich wydawców, jak m.in.: Wielka Litera, Czarne, Książkowe Klimaty, Krytyka Polityczna, Oficynka, Wiatr od Morza, Karakter, Gemius Creations, SQN czy PWN. Niekiedy sprzedawane w pakietach tematycznych lub gatunkowych książki nie są dostępne w innych punktach. Zdarza się też, że po raz pierwszy ukazują się w wersji elektronicznej. Z punktu widzenia nabywcy atrakcyjne mogą być nie tylko ceny pakietów, określane przez nich samych (m.in. 1 zł, im więcej jednak wpłacimy powyżej średniej, wyznaczanej przez wpłaty innych uczestników akcji, tym więcej książek otrzymamy), lecz także możliwość decydowania o podziale zysków między autorem, twórcami serwisu i wyznaczonym w danej akcji celem społecznym. Minusem sprzedaży tego typu jest to, iż w przypadku niesprzedania wszystkich pakietów w trakcie trwania akcji (tydzień lub dwa) transakcja nie dochodzi do skutku. Klientom zwracane są wówczas wszystkie wpłaty. Bywa też, że pojedyncze książki oferowane w pakietach można nabyć taniej w innych księgarniach.

W odróżnieniu od eksperymentalnych na razie, także w kontekście biznesowym, platform wydawniczo-sprzedażowych, przedsięwzięciem przynoszącym stabilne dochody, choć z czasem coraz węższej grupie podmiotów, są księgarnie internetowe i portale zakupowe. Rola tak jednych, jak i drugich na rynku danego kraju zależy w dużej mierze od lokalnej specyfiki (uwarunkowań kulturowych i przyzwyczajeń, a także języka) i obecności firmy Amazon, która zdominowała dystrybucję w USA i Wielkiej Brytanii, a także we Francji i w Niemczech, mimo sojuszu „Tolino" zawartego przez rodzimych dystrybutorów[50]. W krajach, w których usługi potentata z Seattle nie są jeszcze w pełni dostępne, jak np. w Polsce[51] czy na rynku chińskim, dobrze rozwinięta jest sieć rodzimych, tradycyjnych wydawnictw, e-księgarni oraz platform (coraz silniej rywalizujących o klienta). Największe podmioty działające na rynku wydawniczym i nowych, cyfrowych mediów łączą się ze sobą, jak np. Tencent Literature i Shanda Literature w China Reading Limited, dzięki czemu szybko zyskują pozycję[52] pozwalającą im konkurować nie tylko z Amazonem, ale

[49] Pod koniec 2017 r. firma zmieniła nazwę na Art Rage. Zob. https://artrage.pl/

[50] *Ibidem*. Zob. też: R. Drózd, *Tolino liderem rynku e-booków w Niemczech – a jednak można wygrać z Amazonem!*, [online], http://swiatczytnikow.pl/tolino-liderem-rynku-e-bookow-w-niemczech-a-jednak-mozna-wygrac-z-amazonem/ [dostęp: 9.09.2017].

[51] Thalia, Weltbild, Libri Hugendubel, Club Bertelsmann i buecher.de. Zob. P. Mazurkiewicz, *Polski rynek e-commerce: Amazon.de w tyle za Allegro*, [online], http://www.rp.pl/Handel/312049932-Polski-rynek-e-commerce-Amazonde-w-tyle-za-Allegro.html#ap-1 [dostęp: 5.09.2017].

[52] China Reading Literature (CRL) odnotowała w 2016 r. 59% wzrost przychodów. Tencent Literature ma 65% udziałów w CRL, katalog składa się z 8 mln książek (z czego 90% oferty jest

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

też lokalnymi portalami zakupowymi, takimi jak AliExpress, w Polsce zaś dobrze znane Allegro, funkcjonujące już nie tylko jako portal aukcyjny.

W latach 2011–2016 liczba e-księgarni wzrosła w Polsce o 93%, a ich obecny udział w rynku dystrybucji wynosi ok. 53%. „Niemal połowa (45%) ankietowanych właścicieli e-księgarni twierdzi, że w mijającym roku mieli większe niż wcześniej obroty i przychody. Na tym nie koniec dobrych wieści: 70% przedstawicieli sektora spodziewa się wzrostu sprzedaży w ich placówkach, a 55% uważa, że sytuacja finansowa ulegnie dalszej poprawie" – czytamy w poście z listopada 2016 roku na stronie „Puls Biznesu"[53]. Na polskim rynku konkuruje ze sobą niemal 250 e-sklepów sprzedających książki[54] (choć nie tylko mających je w swoim asortymencie). Dzięki temu klienci mogą cieszyć się z wielu promocji, którymi objęte są tak wydania elektroniczne (na Virtualo niemal 5000 e-książek – 10%, na Publio ponad 1000 – 4%), jak i papierowe (często sprzedawane z tzw. outletu, tj. po zwrocie z tradycyjnych księgarni)[55], ale i dodatkowych udogodnień (np. darmowej dostawy po przekroczeniu wyznaczonego progu cenowego). Sprzedaż wzrasta, ale w ślad za nią niekoniecznie idzie czytelnictwo. Przekonują o tym choćby statystyki Biblioteki Narodowej – co najmniej jedną książkę rocznie przeczytało w 2016 r. zaledwie 37% badanych, dla porównania w roku 2000 było to 54%[56].

Niewielki, mimo dynamicznego, dwu-, a nawet trzycyfrowego wzrostu sprzedaży w latach 2010–2014[57], pozostaje też na razie udział e-booków w rodzimym rynku, stanowiący zaledwie 3%[58]. Jego wartość jest szacowana przy tym na jakieś 63 mln PLN (2015)[59]. O tym, że warto inwestować w rozwój cyfrowej oferty, choć barierą wejścia są nie tylko środki finansowe, ale też technologiczne *know how*, którego brak przyczynia się do upadku wielu e-księgarni, przekonują stopień rozwoju technologicznego i kształtowane wraz z nim nawyki do częstego użytkowania urządzeń cyfrowych, zwłaszcza telefonów, za pośrednictwem których notowanych jest już 39% wejść na strony internetowe[60], odzwyczajenie od lektury tradycyjnej

---

dostępna na urządzenia mobilne), autorstwa 5 mln pisarzy. Na platformie zarejestrowano 175 mln użytkowników. Zob. R. Tomaszewski, *„Chiński Kindle" pozyska 800 mln dolarów?*, [online], https://fintek.pl/chinski-kindle-pozyska-800-mln-dolarow/ [dostęp: 5.09.2017].

[53] M. Konkel, *Właściciele e-księgarni zacierają ręce*, [online], https://www.pb.pl/wlasciciele-e-ksiegarni-zacieraja-rece-846658 [dostęp: 5.09.2017].

[54] *Romans czy kryminał? Książkowe zakupy Polaków*, [online], http://pressroom.ceneo.pl/komunikaty-prasowe/romans-czy-kryminal-ksiazkowe-zakupy-polakow/ [dostęp: 5.09.2017].

[55] *Ibidem*.

[56] *Stan czytelnictwa w Polsce w 2016 roku…*

[57] *Raport o rynku e-booków w Polsce…*, s. 4.

[58] Ł. Gołębiewski, P. Waszczyk, *op. cit.*, s. 82.

[59] *Ibidem*.

[60] R. Wischenbart, *op. cit.*, s. 4.

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

prasy[61], której tytuły w większości mają już swoje odpowiedniki, a nieraz nawet jedyne wydania w sieci, a także rekomendacje doświadczonych wydawców brytyjskich i amerykańskich, choć tutaj trzeba mieć na względzie nie tylko wielkość tych rynków i zamożność społeczeństw, czy stopień rozwoju technologicznego, lecz także rolę *lingua franca*, jaką pełni współcześnie język angielski.

Globalny rynek wydawniczy w okresie zmian

W ostatnim czasie jest zauważalny spadek sprzedaży e-booków pochodzących od największych wydawców, inwestujących już niemal wyłącznie w bestsellery, podnoszących też ceny e-booków. Systematycznie zmniejsza się też udział „wielkiej piątki" w cyfrowym rynku (np. w USA spadek z 46% w 2012 roku do 34% w 2015 roku)[62]. Cyfrowe tytuły zachowują przy tym ok. 20% udział w ofercie *Big Five*.

W USA i Wielkiej Brytanii dynamicznie wzrasta sprzedaż utworów samopublikowanych wydawanych przez indiepublisherów w formie e-booków. W USA stanowią one według różnych szacunków od 12% (Nielsen BookScan) do nawet 30% wszystkich nabytych książek elektronicznych (Author Earnings), w Wielkiej Brytanii 22% wszystkich e-bookowych tytułów (Nielsen BookScan)[63].

Mimo chwilowo niższej (ewidencjonowanej) sprzedaży ogólnej, zaobserwowany coraz wyraźniejszy udział ilościowy książek elektronicznych w ofercie tytułowej niektórych krajów – w USA e-booki stanowią już według szacunków serwisu Author Earnings[64] 42%, a w Wielkiej Brytanii 34%[65] – pozwala mieć nadzieję na szybkie odbicie. Jednocześnie, dzięki polityce cenowej i dystrybucyjnej Amazonu, skutkującej zwiększeniem jego udziałów w rynku, na naszych oczach trwa „renesans papieru"[66]. Wszystko to każe być ostrożnym w przewidywaniach dalszego rozwoju rynku. Jeszcze nie tak dawne, kilkudziesięcioprocentowe wzrosty sprzedaży e-booków[67] przekonywały niektórych o inicjacji procesu rugowania druku. Ten tymczasem odżył, nie zagrażając jednak dalszemu rozwojowi branży elektronicznej,

[61] *Raport o rynku e-booków w Polsce…*

[62] R. Wischenbart, *op. cit.*, s. 9.

[63] *Ibidem*, s. 9–10.

[64] Szacunki na podstawie analizy rankingów sprzedaży Amazonu, Apple, Kobo oraz Barnes & Noble.

[65] R. Dróżd, *E-booki w krajach anglojęzycznych: 632 miliony sztuk i 82% udziału Amazonu!*, http://swiatczytnikow.pl/e-booki-w-krajach-anglojezycznych-632-miliony-sztuk-i-82-udzialu-amazonu/ [dostęp: 8.10.2017].

[66] *Print vs Digital, Traditional…*

[67] Dla zobrazowania skali wzrostów i spadku warto odnotować wyniki sprzedaży e-booków np. w Wielkiej Brytanii w kolejnych latach: 2009–2010 – 36%, 2010–2011 – 51%, 2011–2012 – 65,5%, 2012– 2013 – 19,2%, 2013–2014 – 11%, 2014–2015 – 2%. Zob. *ibidem*, s. 10.

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

wspomaganej przybierającą na sile działalnością mniejszych wydawniczych podmiotów i samopublikujących autorów.

Postęp technologiczny jest motywatorem zmian, a książka elektroniczna jako jeden z jego efektów istotnym czynnikiem kształtującym obraz współczesnego rynku książki wciąż jeszcze opartego na papierze. W latach 2012–2015 rynki takich potentatów wydawniczych, jak Stany Zjednoczone, Niemcy, Japonia, Francja i Wielka Brytania, odnotowywały wzrosty i spadki równe co do wartości, pozostające zwykle w granicach 2–3%[68]. Mówi się wręcz, że „*flat is the new up*"[69].

Elektroniczna forma książki i/lub możliwość jej cyfrowej dystrybucji na szeroką skalę, często przy dużo mniejszych nakładach finansowych staje się impulsem do wielu zmian. Zmierzają one w kierunku digitalizacji piśmiennictwa, ale nie oznaczają bynajmniej upadku druku, a jedynie dostosowanie produkcji wydawniczej do specyfiki nowomedialnego rynku, uczynienia z książki produktu[70] obecnego także w coraz mniej wirtualnym, cyfrowym świecie. Produktu mogącego rywalizować o uwagę czytelnika z innymi formami rozrywki, co jak wskazuje McKinsey & Company Global Media Report 2015, prezentujący globalne wydatki konsumentów (także szacowane) w podziale na kategorie dóbr i usług, może się okazać trudne wobec wysokiej dynamiki wzrostu branży filmowej oraz gier wideo[71].

Kolejne fazy transformacji wymuszają aktywność zarówno dużych, jak i średnich czy małych wydawnictw. Od dużych oczekuje się inwestycji polegających na rozbudowie infrastruktury i oferty cyfrowej, zwłaszcza edukacyjnej w ludnych krajach rozwijających się, ale wolniej (z uwagi na kryzysy finansowe i afery korupcyjne) niż jeszcze kilka lat temu, jak Indie, Chiny czy Brazylia. Inwestycje takie, podobnie jak ekspansja mniejszych firm na zagraniczne rynki (patrz firmy Legimi i Audioteka[72]), wymagają pozyskania kapitału, stąd emisja akcji i obligacji, a także oczekiwane przez analityków globalnego rynku książki konsolidacyjno-inkorporacyjne

[68] Wyjątkiem są Chiny z 11,3%, 9% i 6% wzrostem w latach 2012–2014. Zob. R. Wischenbart, *op. cit*., s. 8.

[69] *Ibidem*, s. 9.

[70] Choć może lepiej byłoby w niej widzieć proces, nie produkt (Katherine Hayles). Zob. P. Celiński, *Postmedia. Cyfrowy kod i bazy danych*, Wyd. UMCS, Lublin 2013, s. 24, [online], http://www.postmedia.umcs.lublin.pl/download/postmedia.pdf [dostęp: 12.09.2017].

[71] *McKinsey & Company Global Media Report 2015*, [online], https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:wx9AbkTlQW8J:https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/dotcom/client_service/Media%2520and%2520Entertainment/PDFs/McKinsey%2520Global%2520Report%25202015_UK_October_2015.ashx+&cd=1&hl=pl&ct=clnk&gl=pl&client=firefox-b-ab [dostęp: 5.09.2017].

[72] R. Drózd, *Legimi wypuszcza obligacje – czego dowiemy się z opublikowanych dokumentów?*, [online], http://swiatczytnikow.pl/legimi-wypuszcza-obligacje-czego-dowiemy-sie-z-opublikowanych-dokumentow/ [dostęp: 05.09.2017]; R. Omachel, *Nagłośnić książki*, [online], www.newsweek.pl/biznes/wielki-sukces-polskiej-firmy-audioteka-wygrala-w-przetargu-w-niemczech-,artykuly,408695,1.html [dostęp: 31.12.2017].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

dążenia największych podmiotów[73], noszące znamiona integracji horyzontalnej (jednodziedzinowej) lub pionowej (faz produkcji)[74]. W Polsce przykładem integracji pionowej jest rozszerzenie działalności Wydawnictwa PWN o usługi dystrybucyjne – hurtownię Azymut i sklep internetowy Ravelo czy Znaku o księgarnię z e-bookami Woblink, a także, poniekąd, Platforma Dystrybucyjna Wydawnictw. Ten typ integracji ma zapewniać ochronę przed odcięciem, a w omawianych przypadkach przeciwdziałać sile przetargowej dystrybutorów.

Wbrew przewidywaniom skala konsolidacji na globalnym rynku wydawniczym nie była w 2016 roku na tyle duża, aby spowodowało to znaczące zmiany[75]. Obecnie aktywność leży więc po stronie małych i średnich wydawców, zamiast bestsellerów oferujących książki z midlisty, często podejmujących też ryzyko rozbudowy oferty cyfrowej. Niepokojący dla wielkich i małych wydawnictw może być natomiast rosnący udział w sprzedaży e-booków wydawanych przez selfpublisherów, głównie za pośrednictwem platformy Amazon[76].

Książka elektroniczna w pierwszej fazie upowszechniania w branży wydawniczej była produktem zapewniającym szybki i krótkotrwały wzrost, choć niepozwalającym wówczas odrobić strat poniesionych wskutek niesatysfakcjonującej sprzedaży książki papierowej. Obecnie, gdy wzrost ten wyhamował i obserwujemy „powrót druku", a jednocześnie konieczność konkurowania książki z innymi formami rozrywki, zamiast postrzegać e-booka jako zagrożenie dla papieru[77] czy cyfrowy nośnik jej reklamy[78], należy o nim myśleć w nieco innych kategoriach. Nie jest to substytut książki tradycyjnej. Liczne promocje i dużo większe niż w przypadku książki papierowej obniżki cen nie prowadzą w prostej linii do zakupu e-booków, choć z pewnością mogą sprzyjać wyrabianiu nowych nawyków, nie tylko zakupowych, lecz także czytelniczych.

---

[73] Fuzja firm Holtzbrinck i Springer Science + Business działających od 2015 r. pod nazwą Springer Nature; podział grupy Perseus między Hachette Book Group (część wydawnicza) a Ingram Content (część dystrybucyjna) w 2016 r.; w Brazylii przejęcie oferty wydawniczej firmy Saraivo przez wydawnictwo Abril Educação, a we Włoszech dużej części RCS Rizzolli przez Mondadori; fińska Sonoma w rękach szwedzkiego Bonniera. Zob. R. Wischenbart, *op. cit*., s. 4.

[74] We Włoszech, Francji, Szwecji czołowe wydawnictwa również rozszerzają swoją działalność; i tak np.: w Hiszpanii Grupo Planeta posiada sieć dystrybucji Cada del Libro i klub książki Circulo de Lectores oraz udział w platformie subskrypcyjnej Nubico. W Szwecji Bonnier kontroluje największego dystrybutora AdLibris i sprzedawcę e-booków Elib. Zob. R. Wischenbart, *The business of books 2015. An overview of market trends in North America, Europe, Asia and Latin America*, [online], http://www.book-fair.com/pdf/buchmesse/wp_the_business_of_books_2015.pdf, s. 11 [dostęp: 9.09.2017].

[75] R. Wischenbart, *The business of books 2016*…, s. 10; Idem, *The business of books 2015*…, s. 11 [dostęp: 9.09.2017].

[76] *Ibidem*, s. 10.

[77] Także piractwem.

[78] *Raport o rynku e-booków w Polsce*…, s. 18.

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

Książka w okresie zmian

E-książka jako obiekt cyfrowy (medialny), którego treść została zapisana w pamięci urządzenia, w formatach takich jak np.: PDF, EPUB, MOBI (a MP3 dla audiobooków), to dostosowana do współczesności (narzędzi i technologii komunikowania) forma książki, która „dokumentuje myśl ludzką i służy jej przenoszeniu”[79]. Charakteryzuje się „postacią cyfrową, strukturą modularną, którą można dekomponować […] Ta właściwość książek cyfrowych stoi w zdecydowanej sprzeczności z trwałością i niezmiennością przekazu drukowanych publikacji”[80]. To przekonanie ugruntowują także częste zmiany technologiczne standardów i zabezpieczeń oraz niekompatybilność urządzeń i programów służących do odczytu e-booków, a także czasowa albo trwała niedostępność zakupionych książek, np. gdy nie pobierzemy ich z wirtualnej półki, a zwiesi się serwer lub księgarnia internetowa, w której dokonaliśmy zakupu upadnie (Bookoteka, Book&Walk, eClicto). Czytanie czy przekazywanie e-książki może wówczas stać się niemożliwe.

Utrudnione jest też legalne przekazywanie e-booków innym osobom, zwłaszcza spoza kręgu naszej rodziny i znajomych, na których rozciągnięty jest tzw. dozwolony użytek osobisty książki. Dalszą odsprzedaż e-booka komplikuje głównie brak jego fizycznej postaci oraz będące tego efektem zabezpieczenia przed dalszym rozpowszechnianiem. Przedmiotem umowy zawieranej przez księgarnie internetowe z konsumentami, chcącymi nabyć e-booki, nazywane „książkami on-line” (Polska Klasyfikacja Wyrobów i Usług), „książkami w pliku” (Biblioteka Analiz), „cyfrowymi treściami” – „produktami w formatach elektronicznych” (Nexto, Publio), „zapisanymi w postaci cyfrowej utworami literackimi” (Virtualo), „dobrami cyfrowymi” (BookRage) są nie tyle one same, co korzystanie z nich – ściągnięcie, trwałe i bezterminowe lub ograniczone w czasie (usługa Legimi) użytkowanie z poszanowaniem praw autorskich. To prawo korzystania jest więc przedmiotem sprzedaży (korzystania rozumianego głównie jako czytanie, nie odsprzedawanie)[81], a nie treści czy nośnik, których nie nabywamy na własność. Brak fizycznej postaci książki powoduje, iż możemy obcować jedynie z zawartością publikacji[82], co do niej samej zaś nie przysługują nam prawa własności ani

[79] K. Migoń, *Nauka o książce. Zarys problematyki*, Ossolineum, Wrocław 1984, s. 12.

[80] M. Góralska, *Funkcjonalność oraz komunikatywność książki tradycyjnej i elektronicznej w perspektywie semiotycznej*, [w:] *Bibliologia: problemy badawcze nauk humanistycznych*, red. D. Kuźmina, Wyd. SBP, Warszawa 2007, s. 369. Zob. też K. Głombiowski, *Książka w procesie komunikacji społecznej*, Ossolineum, Wrocław 1980, s. 11.

[81] M. Wołczyk, *Rynek wtórny e-booków legalny?*, [online], http://swiatczytnikow.pl/rynek-wtorny-e-bookow-legalny/ [dostęp: 5.09.2017].

[82] Punkt 3 załącznika L do dyrektywy 77/388/EWG, [online], http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX%3A32005R1777 [dostęp: 5.09.2017].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

licencja na sprzedaż[83]. E-book staje się tym samym kategorią dostępu do treści. Dobrem niematerialnym chronionym prawem autorskim. Usługą, której nie można odsprzedać. Zyskując prawo do korzystania z e-booka, nie zostajemy jego właścicielami (tak samo jest np. w odniesieniu do muzyki kupowanej choćby przez iTunes), nie nabywamy bowiem na własność żadnego nośnika (papierowej książki czy płyty), który mógłby być przedmiotem dalszej odsprzedaży. Nie posiadamy egzemplarza książki[84], lecz jej kopię. Nabywamy więc prawo własności kopii[85]. Legalnie i w sposób najprostszy możemy ją sprzedać razem z czytnikiem. Faktycznym przedmiotem sprzedaży będzie wówczas nośnik z licencją. Musimy też pamiętać o usunięciu kopii z naszego konta (e-półki/e-Biblioteki). Kierując się wyrokiem Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości w sprawie C-128/11 UsedSoft GmbH vs Oracle, możliwe wydaje się także sprzedanie samego pliku (cyfrowej kopii książki), który nabyliśmy[86], choć gdy jest on zabezpieczony, przekazujemy go nabywcy z oznaczeniami, dzięki którym księgarnia może nas zidentyfikować (na nasze żądanie ich nie usunie), a to niesie ryzyko wielu niepożądanych działań, np. rozpowszechnienie e-booka w sieci przez nabywcę w sposób nielegalny grozi konsekwencjami prawnymi[87].

Mimo iż na obrót wtórny e-bookami nie godzi się wielu wydawców i dystrybutorów, którzy próbują tak formułować umowy, aby uniemożliwić nabywcom cyfrowych kopii dalsze ich rozpowszechnianie – wydatnie służy temu uznanie e-booka za usługę (!) – umowy cywilno-prawne nie stoją ponad prawem krajowym czy międzynarodowym.

Możliwość legalnej odsprzedaży książek elektronicznych to szansa na rozwój czytelnictwa, poszerzenie kręgu odbiorców cyfrowych treści i stopnia ich dostępności, także w czasie i w odniesieniu do starszych tytułów, oraz przedłużenie żywotności e-booków, często postrzeganych jako produkty jednorazowego użytku. Coraz więcej elektronicznych książek znika z oferty, np. w momencie gdy licencja

[83] Jedynie licencja na dostęp do tekstu.

[84] Ten jest jeszcze rozumiany jako postać fizyczna, choć niektóre sklepy, jak Virtualo, uznają za niego także wersję elektroniczną.

[85] „Niniejsza kopia – jak można przeczytać w Informacjach na temat użytkowania, zawartych w opisie książek dostępnych w internetowym sklepie Virtualo – nie może być przedmiotem odsprzedaży czy dystrybucji i sprzedaży handlowej bez uzyskania odpowiedniej licencji udzielonej przez Virtualo sp. z o.o.".

[86] P. Waglowski, *Wyrok Trybunału Sprawiedliwości w sprawie C-128/11 – wyczerpanie prawa do cyfrowej kopii programu komputerowego*, [online], http://prawo.vagla.pl/node/9813 [dostęp: 5.09.2017]. Z notatki prasowej: „zasada wyczerpania prawa do rozpowszechniania ma zastosowanie nie tylko wtedy, gdy podmiot praw autorskich wprowadza do obrotu kopie oprogramowania znajdujące się na nośniku materialnym (płycie CD-ROM czy DVD), lecz również wtedy, gdy rozpowszechnia je on poprzez umożliwienie pobrania tych kopii ze swej strony internetowej".

[87] M. Wołczyk, *op. cit*.

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

udzielona księgarni przez wydawcę lub liczba licencjonowanych kopii się kończy[88]. Nie sprzyja to wyrabianiu e-czytelniczych nawyków, a książki wydane jedynie w formie e-booka czyni w ogóle niedostępnymi.

Wtórny obrót e-bookami grozi jednak wydawcom utratą kontroli nad obiegiem e-publikacji, zwłaszcza jeśli różnica cen e-booka nabytego w księgarni i tego kupionego od jej pierwszego czytelnika okaże się znaczna. Książka elektroniczna nie będzie przy tym nosić jak papierowa śladów użytkowania, a sieć umożliwi jej szybką i niemal bezkosztową dystrybucję.

Niektóre podmioty, wydawcy, jak O'Reilly, i serwisy, w Polsce np. Legimi, oferują e-booki i audiobooki w trybie abonamentowym. Umowy czasowe umożliwiają nielimitowane korzystanie z wielu publikacji, są zatem szczególnie atrakcyjne dla osób często i dużo czytających. Wykupujemy w ich ramach dostęp do książek, a w pakietach limitowanych do liczby stron. W obu typach pakietów określona jest też liczba urządzeń, na których będziemy mogli przeczytać e-książki (Legimi). Taki model dystrybucji, mimo iż nie godzi się na niego wielu wydawców (m.in. zrzeszonych w Platformie Dystrybucyjnej Wydawnictw)[89], jeszcze silniej wskazuje na postrzeganie e-booka w kategoriach dostępności do treści, nie zaś jej posiadania.

Podsumowując, e-book tak samo jak książka papierowa jest efektem procesu twórczego (nadawczego) i wytwórczego (produkcyjnego), w który są zaangażowane czynniki materialne. W formie elektronicznej książka nie przybiera jednak fizycznej postaci, którą można by dotknąć. Czytnik nie jest egzemplarzem książki, a jedynie medium, urządzeniem wyjściowym, odbiornikiem służącym do odczytu więcej niż jednego e-booka.

Świadczeniem ze strony dystrybutora jest zaś, po pierwsze, dostarczanie (udostępnianie) treści w formacie cyfrowym, po drugie, przekazywanie na nabywcę, na mocy umowy z autorem/wydawnictwem, prawa do korzystania z treści, przy jednoczesnym zastrzeżeniu, jak chcą dystrybutorzy, co pozostaje jednak sprzeczne np. z wyrokiem ETS o niemożności jej dalszego rozpowszechniania.

Niematerialność i podawana w wątpliwość możliwość posiadania na własność książki w formie pliku oraz swobodnego nią dysponowania to jednak nie jedyne

[88] R. Drózd, *E-booki, które znikają z oferty*, [online], http://swiatczytnikow.pl/e-booki-ktore-znikaja-z-oferty/ [dostęp: 5.09.2017].

[89] Platforma dystrybucyjna założona w 2013 r. przez wydawnictwa: Czarna Owca, Zysk i S-ka, Prószyński Media, Sonia Draga, Wydawnictwo Literackie, Nasza Księgarnia, Rebis. W 2015 r. wystąpiło z niej wydawnictwo Sonia Draga, dołączył zaś Publicat. Powodem założenia platformy była m.in. niezgoda na pojawienie się książek wspomnianych wydawców w usłudze abonamentowej Legimi oraz wysokie prowizje rzędu 40–50%, w efekcie czego wydawnictwa zerwały umowy z księgarniami internetowymi Virtualo oraz Nexto prowadzącymi dotąd sprzedaż ich książek. Zob. *PDW bez wydawnictwa Sonia Draga*, [online], http://wirtualnywydawca.pl/2015/07/pdw-bez-wydawnictwa-sonia-draga/ [dostęp: 7.09.2017].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

wyznaczniki usługowości e-booków. Sam proces czytania ma wymiar niematerialny. Choć odbywa się w czasie i przestrzeni, nie przejawia się w nich (poza głośnym odczytaniem). Ma wymiar psychiczny, odwołuje się do sfery abstrakcyjnej, w niej się dzieje, zachodzi w wyniku niepośredniego kontaktu (interakcji) nadawcy (autora) z odbiorcą (czytelnikiem) przez dzieło. Klient – potencjalny czytelnik – nabywa tak naprawdę doświadczenie lektury i e-book silniej uświadamia to niż książka papierowa. Postrzegana nieobiektowo, staje się dopiero w lekturze, a ta z uwagi na swoją złożoność, wieloaspektowość i niebezpośredniość – wszak „literatura nie trafia wprost do zmysłów odbiorcy”[90] – nie może być zrównana z żadną inną czynnością wykonywaną na przedmiotach, wymaga więc aktywnej roli odbiorcy – usługobiorcy treści. Każda lektura to jednak inne doświadczenie. Niejednorodność ta może być rozumiana w dwóch płaszczyznach: jako odmienny sposób wykonania (realizacji tematu) w zależności od wykonawcy (lektora w przypadku audiobooków i czytelnika), jak i unikatowość każdorazowego kontaktu.

Nietrwałość e-booków jest wynikiem zmian technologicznych, strukturalnych oraz prawnych. Przekonanie o niej pogłębia ograniczoność czasowa użytkowania e-książek w niektórych modelach dystrybucji. W odróżnieniu od tradycyjnych usług możliwe jest jednak – o ile ściągniemy e-książki na dysk – ich bezterminowe przechowywanie i tworzenie kopii zapasowych, utrudnione natomiast ich identyfikowanie i inwentaryzowanie na globalną skalę, nie z powodu niemożności nadania książce elektronicznej numeru ISBN – ten, choć przysługuje jej jako odmiennej od papierowego formie wydania – ale z uwagi na niejednolite praktyki jego stosowania przez autorów/wydawców. Możliwość samodzielnego wydania i rozpowszechnienia e-booka bez oznaczeń utrudnia gromadzenie informacji na temat liczby e-książek.

E-booki, ale też książki papierowe jak usługi wydają się też w pewnym sensie nierozdzielne od wykonawcy. Choć może tylko pozornie. Książka to pośrednia forma kontaktu (medium) autora z czytelnikiem, przekaz, którego istotą w takim, relacyjnym rozumieniu, jest to, co autor miał nam do powiedzenia, jednak „przydać Autorowi tekst to zaopatrzyć ów tekst w hamulec bezpieczeństwa, to obdarzyć go ostatecznym znaczonym, czyli położyć kres pisaniu” – twierdził w eseju *Śmierć autora* z 1967 roku Roland Barthes[91].

> **Autor** to postać nowoczesna wytworzona bez wątpienia przez nasze społeczeństwo, które opuszczając średniowiecze ze zdobyczami angielskiego empiryzmu, francuskiego racjonalizmu i prywatną wiarą Reformacji, odkryło wartość

[90] J. Dukaj, *Żyj mnie*, „KSIĄŻKI. Magazyn do czytania” 2017, nr 3, s. 92.

[91] R. Barthes, *Śmierć autora*, „Teksty Drugie: teoria literatury, krytyka, interpretacja” 1999, nr 1/2 (54/55).

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

> jednostki lub, jak się to podniośle mówi, „osoby ludzkiej". Nic więc dziwnego, że jeśli chodzi o literaturę, największe znaczenie „osobie" autora przypisał pozytywizm, wcielenie i zwieńczenie ideologii kapitalistycznej[92].

W dobie późnego kapitalizmu w XXI wieku autorem może być każdy. Co więcej na współczesnym, nowomedialnym gruncie każdy może zostać również krytykiem. Co jednak się stało z odbiorcą? Czy obudzony w chwili, gdy zmierzchały Wielkie Narracje, w przypadkowym miejscu, z fragmentem mapy w ręku może jeszcze szczęśliwie dotrzeć do celu? Wszak tego na mapie nie zaznaczono. Może więc wędruje bez przewodnika w poszukiwaniu bliżej nieokreślonego i ulega po drodze różnym fascynacjom i namowom. Od niedawna ma do swojej dyspozycji środki w postaci nowych mediów, które go prowadzą i za pomocą których może wyrażać, by nie powiedzieć manifestować, siebie i swoje potrzeby. Z czasem zaczyna odczuwać nawet przymus dzielenia się przeżyciami (transferu uczuć)[93] i ciągłego komunikowania, aby pozostać w obiegu. To, co w wykonaniu artystów, takich jak Japończyk On Kawara, w latach 60. XX wieku rozsyłający do swoich przyjaciół kartki z informacjami o tym, co robi i że jeszcze żyje, można było postrzegać w kategoriach performance'u, współcześnie nie ma już wymiaru artystycznego, nie wywołuje też takiego efektu ani nikogo nie zaskakuje. Co więcej, staje się komunikatem w pewnym sensie przezroczystym, niewidocznym, ignorowanym jak reklamy, nadmiarowym i spowszedniałym. Toteż szuka się ciągle tego, co miałoby walor nowości – rośnie więc liczba tytułów, skraca się natomiast ich „żywot". Użytkowników zachęca się do aktywnego współuczestniczenia w kreowaniu coraz bardziej emocjonalnego i zobrazowanego, niekoniecznie tekstowego (albo co najwyżej skrótowego), przekazu, przekonuje też o wpływie jednostki na rzeczywistość. Wszystko to ma uczynić człowieka bardziej decyzyjnym i aktywnym konsumentem, skłonnym do zaspokajania nieustannie wzbudzanych potrzeb.

Rozpatrując zagadnienie w kontekście bibliologicznym i teoretycznoliterackim, podkreślenie roli odbiorcy uwidacznia relacyjny (choć niekoniecznie na linii autor–czytelnik) charakter książki, jej szeroki horyzont badawczy – otwiera się np. perspektywa studiów nad literaturą *fan fiction* – przedłużającą czas trwania opowieści[94]. Zdematerializowana, e-bookowa forma, fragmentaryzowana treść, nierzadko dostarczana także przez pisarskich amatorów, zorientowana marketingowo na tzw. masowego konsumenta (*casus* tzw. literatury *online*, cieszącej się wyjątkową popularnością zwłaszcza na rynku chińskim, niewiele jednak mającej wspólnego

[92] *Ibidem*, s. 2–3.

[93] J. Dukaj, *op. cit.*

[94] M. Maryl, *# 15 Niekończąca się opowieść*, [online], http://tekst.maryl.org/15-niekonczaca-sie-opowiesc/#more-262 [dostęp: 5.09.2017].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

z rzeczywistą literaturą)[95], odmienne sposoby jej czytania – nielineralnego, przeszukującego, a nie podającego, każą myśleć o e-książce jako dobru niebędącym substytutem książki papierowej i produkcie silnie generatywnym, zwłaszcza z powodu swojej struktury.

W toku rozwoju cyfrowych technologii w komunikowaniu, gdy transmisja danych przyspieszyła, a dostęp do nich jest warunkowany dostępem do sieci dzięki odpowiedniemu sprzętowi, odbiorca z czytelnika stał się łączącym funkcje nadawcy i odbiorcy użytkownikiem, dla którego „mieć" oznacza dostęp, nie posiadanie, a „być" zostało wyparte przez „korzystać z…". Korzystać z książki, także papierowej, oznacza więc nieustannie ją przetwarzać, czemu cyfrowe narzędzia, internetowe aplikacje i społecznościowe media służą niezawodnie. Za ich sprawą obieg książki oraz informacji o niej nie jest zamknięty (patrz np. serwisy typu Lubimy Czytać czy Goodreads). Dzięki urządzeniom mobilnym: smartfonom, czytnikom, tabletom, dostęp do książek (tak do zakupu, jak i samej treści) staje się możliwy o każdej porze dnia i nocy i w różnych okolicznościach (np. w podróży). Dzięki temu elektroniczna forma książki tym silniej jawi się jako kategoria dostępu. Jedna z wielu.

Konsekwencją *the user centered turn* jest zmiana w projektowaniu systemów, uwzględniająca wiedzę na temat użytkowników oraz ich przyzwyczajeń, bardziej spersonalizowana dystrybucja i reklama dóbr i usług, a także wzmożona aktywność małych i średnich podmiotów, szybciej odpowiadających na zmienne potrzeby użytkowników niż duże. Te tworzą konsorcja w przypadku inwestycji wysokiego ryzyka albo stopniowo przejmują kontrolę nad zarządzaniem w sprawie akwizycji czy inkorporacji mających na celu integrację wertykalną lub horyzontalną.

Bibliografia

Annicelli C., *Ebook Sales Dip Amid a Rising UK Book Market*, [online], https://www.emarketer.com/Article/Ebook-Sales-Dip-Amid-Rising-UK-Book-Market/1015434 [dostęp: 31.12.2017].

ArtRage, https://artrage.pl/

Barthes R., *Śmierć autora*, „Teksty Drugie: teoria literatury, krytyka, interpretacja" 1999, nr 1/2 (54/55).

Berg D., Kunze R., *A View of China's Literary Landscape: Interview with Sheng Yun, Woman Editor of the Shanghai Review of Books*, [w:] Ch. Haug, V. Kaufmann, *Kodex. Jahrbuch der Internationalen Buchwissenschaftlichen Gesellschaft*, Harrassowitz Verlag,

[95] „Literature is fundamentally the art of language, which is in opposition to the simplicity, or indeed brutality, of Internet culture or the visually-based TV series or film". Zob. D. Berg, R. Kunze, *op. cit.*

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

Wiesbaden 2016, [online], https://www.alexandria.unisg.ch/251797/1/Kodex%206%20all.pdf [dostęp: 1.12.2017].

Celiński P., *Postmedia. Cyfrowy kod i bazy danych*, Wyd. UMCS, Lublin 2013, [online], http://www.postmedia.umcs.lublin.pl/download/postmedia.pdf [dostęp: 12.09.2017].

Drózd R., *E-booki w krajach anglojęzycznych: 632 miliony sztuk i 82% udziału Amazonu!*, http://swiatczytnikow.pl/e-booki-w-krajach-anglojezycznych-632-miliony-sztuk-i-82-udzialu-amazonu/ [dostęp: 8.10.2017].

Drózd R., *E-booki, które znikają z oferty*, [online], http://swiatczytnikow.pl/e-booki-ktore-znikaja-z-oferty/ [dostęp: 5.09.2017].

Drózd R., *Legimi wypuszcza obligacje – czego dowiemy się z opublikowanych dokumentów?*, [online], http://swiatczytnikow.pl/legimi-wypuszcza-obligacje-czego-dowiemy-sie-z-opublikowanych-dokumentow/ [dostęp: 5.09.2017].

Drózd R., *Tolino liderem rynku e-booków w Niemczech – a jednak można wygrać z Amazonem!*, [online], http://swiatczytnikow.pl/tolino-liderem-rynku-e-bookow-w-niemczech-a-jednak-mozna-wygrac-z-amazonem/ [dostęp: 9.09.2017].

Dukaj J., *Żyj mnie*, „KSIĄŻKI. Magazyn do czytania" 2017, nr 3.

Dyrektywa 77/388/EWG, [online], http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX%3A32005R1777 [dostęp: 5.09.2017].

Endgame Polska, [online], http://endgamepolska.pl/ [dostęp: 8.10.2017].

EUR-Lex, [online], http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX%3A32005R1777 [dostęp: 5.09.2017].

Głombiowski K., *Książka w procesie komunikacji społecznej*, Wyd. Ossolineum, Wrocław 1980.

Głombiowski K., *O dwóch tendencjach badań bibliologicznych*, „Studia o Książce" 1981, t. 11.

Gołębiewski Ł., Waszczyk P., *Rynek książki w Polsce 2016. Wydawnictwa*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2016.

Góralska M., *Funkcjonalność oraz komunikatywność książki tradycyjnej i elektronicznej w perspektywie semiotycznej*, [w:] *Bibliologia: problemy badawcze nauk humanistycznych*, red. D. Kuźmina, Wyd. SBP, Warszawa 2007.

Great expectations for UK book sales: Market set to surpass £2 billion in 2017, [online], http://www.mintel.com/press-centre/leisure/uk-book-market-set-to-surpass-2-billion-in-2017 [dostęp: 31.12.2017].

Hockx M., *Postsocialist Publishing: Internet Literature in PRC*, [w:] Ch. Haug, V. Kaufmann, *Kodex. Jahrbuch der Internationalen Buchwissenschaftlichen Gesellschaft*, Harrassowitz Verlag, Wiesbaden 2016, [online], https://www.alexandria.unisg.ch/251797/1/Kodex%206%20all.pdf [dostęp: 1.12.2017].

Howey H., *The Effects of the Amazon-Hachette Negotiations*, http://authorearnings.com/the-effects-of-the-amazon-hachette-negotiations/ [dostęp: 31.12.2017].

Konkel M., *Właściciele e-księgarni zacierają ręce*, https://www.pb.pl/wlasciciele-e-ksiegarni-zacieraja-rece-846658 [dostęp: 5.09.2017].

Kotuła S.D., *Komunikacja bibliologiczna wobec World Wide Web*, Wyd. UMCS, Lublin 2013.

Kozlowski M., *The e-book Industry is in a State of Decline – 2015 Year in Review*, [online], https://goodereader.com/blog/e-book-news/the-e-book-industry-is-in-a-state-of-decline-2015-year-in-review [dostęp: 31.12.2017].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

Manovich L., *Język nowych mediów*, tłum. P. Cypryański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.

Maryl M., *# 15 Niekończąca się opowieść*, [online], http://tekst.maryl.org/15-niekonczaca-sie-opowiesc/#more-262 [dostęp: 5.09.2017].

Mazurkiewicz P., *Polski rynek e-commerce: Amazon.de w tyle za Allegro*, [online], http://www.rp.pl/Handel/312049932-Polski-rynek-e-commerce-Amazonde-w-tyle-za-Allegro.html#ap-1 [dostęp: 5.09.2017].

McKinsey & Company Global Media Report 2015, [online], https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:wx9AbkTlQW8J:https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/dotcom/client_service/Media%2520and%2520Entertainment/PDFs/McKinsey%2520Global%2520Report%25202015_UK_October_2015.ashx+&cd=1&hl=pl&ct=clnk&gl=pl&client=firefox-b-ab [dostęp: 5.09.2017].

Migoń K., *Nauka o książce. Zarys problematyki*, Wyd. Ossolineum, Wrocław 1984.

Mozer M., *Bestseller w taktyce wydawców amerykańskich*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Librorum" 1995, nr 6.

Omachel R., *Nagłośnić książki*, [online], www.newsweek.pl/biznes/wielki-sukces-polskiej-firmy-audioteka-wygrala-w-przetargu-w-niemczech-,artykuly,408695,1.html [dostęp: 31.12.2017].

PDW bez wydawnictwa Sonia Draga, [online], http://wirtualnywydawca.pl/2015/07/pdw-bez-wydawnictwa-sonia-draga/ [dostęp: 7.09.2017].

Powalisz M., *Był zdolnym astrofizykiem, mógł zostać na uczelni w USA. Mieczysław Prószyński: Ale tu, w Polsce, było ciekawiej!*, [online], http://weekend.gazeta.pl/weekend/1,152121,18008517,Byl_zdolnym_astrofizykiem__mogl_zostac_na_uczelni.html [dostęp: 4.09.2017].

Print vs Digital, Traditional vs Non-Traditional, Bookstore vs Online: 2016 Trade Publishing by the numbers, [online], http://authorearnings.com/report/dbw2017/ [dostęp: 8.10.2017].

Raport o rynku e-booków w Polsce w latach 2010–2014, Virutalo, [online], https://cdn.virtualo.pl/vpl-promo/93f3983c5cbbcd4513316a06a832ef1d/raport-o-rynku-e-bookow.pdf [dostęp: 4.09.2017].

Read the book that inspired the TV show, [online], https://www.kobo.com/ww/en [dostęp: 31.12.2017].

Romans czy kryminał? Książkowe zakupy Polaków, [online], http://pressroom.ceneo.pl/komunikaty-prasowe/romans-czy-kryminal-ksiazkowe-zakupy-polakow/ [dostęp: 5.09.2017].

Ruch Wydawniczy w Liczbach 2015. Książki, [online], http://ksiegarnia.bn.org.pl/pdf/Ruch%20wydawniczy%20w%20liczbach%2061_2015%20ksiazki.pdf [dostęp: 4.09.2017].

Sousa I., *My experience: Self-publishing with CreateSpace, Blurb, Kindle, LULU, Smashwords and Peecho*, [online], https://tragicbooks.com/2017/01/02/my-experience-self-publishing-with-createspace-blurb-kindle-lulu-smashwords-and-peecho/ [dostęp: 1.09.2017].

Stan czytelnictwa w Polsce w 2016 roku, Biblioteka Narodowa, [online], http://www.bn.org.pl/download/document/1493378303.pdf [dostęp: 5.09.2017].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

Sweney M., *Screen fatigue' sees UK ebook sales plunge 17% as readers return to print*, [online], https://www.theguardian.com/books/2017/apr/27/screen-fatigue-sees-uk-ebook-sales-plunge-17-as-readers-return-to-print [dostęp: 31.12.2017].

Tomaszewski R., *„Chiński Kindle" pozyska 800 mln dolarów?*, [online], https://fintek.pl/chinski-kindle-pozyska-800-mln-dolarow/ [dostęp: 5.09.2017].

Virtualo, *Regulamin*, [online], http://virtualo.pl/regulamin-zakupow/ [dostęp: 5.09.2017].

Waglowski P., *Wyrok Trybunału Sprawiedliwości w sprawie C-128/11 – wyczerpanie prawa do cyfrowej kopii programu komputerowego*, [online], http://prawo.vagla.pl/node/9813 [dostęp: 5.09.2017].

Wischenbart R., *The business of books 2015. An overview of market trends in North America, Europe, Asia and Latin America*, [online], http://www.book-fair.com/pdf/buchmesse/wp_the_business_of_books_2015.pdf, [dostęp: 9.09.2017].

Wischenbart R., *The Business of Books 2016: Between the first and the second phase of transformation. An overview of market trends in North America, Europe, Asia and Latin America, and a look beyond books*, [online], http://www.buchmesse.de/pdf/white_paper_business_of_books_june_2016.pdf [dostęp: 4.09.2017].

Wołczyk M., *Rynek wtórny e-booków legalny?*, [online], http://swiatczytnikow.pl/rynek-wtorny-e-bookow-legalny/ [dostęp: 5.09.2017].

Wood Z., *Paperback fighter: sales of physical books now outperform digital titles*, [online], https://www.theguardian.com/books/2017/mar/17/paperback-books-sales-outperform-digital-titles-amazon-ebooks [dostęp: 31.12.2017].

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

Aneks

KSIĘGARNIE Z EBOOKAMI I KSIĄŻKAMI PAPIEROWYMI		
	Ravelo	
	Papier	E-booki + audiobooki
Literatura piękna	**Beletrystyka:** Fantastyka, Horror, Literatura grozy, Humor, anegdoty, aforyzmy, Opowiadania, Antologie, Poezja, Dramat, Powieść historyczna, Powieść polska, Powieść przygodowa, Powieść psychologiczna, Powieść społeczno-obyczajowa, Powieść zagraniczna, Romans, erotyka, Sensacja, kryminał, thriller	**Beletrystyka :** Literatura obcojęzyczna, Nowele, Opowiadania, Poezja, Dramat, Powieści, Powieści historyczne, Powieści przygodowe, Romanse
Klasyka literatury	–	–
Powieści obyczajowe	Powieści społeczno-obyczajowe w kategorii Beletrystyka	–
Kryminał, thriller, sensacja	Sensacja, kryminał, thriller	Kryminały, sensacja
Romans i erotyka	Romans w kategorii Beletrystyka	
Fantastyka	Fantasy, Science fiction	Fantasy, Science fiction, Horror
Literatura dla dzieci i młodzieży	**Książki dla dzieci:** Bajki, baśnie, legendy, Kolorowanki, wycinanki, Książki dla dzieci 7-13 lat, Książki dla dzieci do 6 lat, Książki edukacyjne dla dzieci, Wiersze, rymowanki Książki dla młodzieży	**E-booki dla dzieci i młodzieży:** Literatura dla dzieci, Literatura dla młodzieży.
Literatura faktu	Biografie, Wywiady, Eseje, Felietony, Reportaże, Wspomnienia, Dzienniki, Listy	**Literatura faktu, publicystyka:** Biografie, wspomnienia, wywiady, Listy, Literatura faktu, Polityka, Publicystyka, Reportaż
Literatura podróżnicza	Przewodniki, Atlasy, Mapy	
Poradniki	**Poradniki, hobby:** Diety, fitness, ćwiczenia, Dom i ogród, Hobby, sport, rekreacja, Rozwój osobisty, kariera, Zdrowie i uroda, Związki, rodzina, dzieci, Życie intymne	**Poradniki:** Dom, ogród, Ezoteryka, Astrologia, Hobby, Czas wolny, Kulinaria, Sport, Śpiewniki, Zdrowie, uroda
Literatura religijna	Buddyzm, Chrześcijaństwo, Islam, Judaizm, Katechezy, encykliki, Literatura religijna, Religie pierwotne, sekty ezoteryka, Rozmyślania religijne, modlitewniki	–

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

Empik		**Bonito**
Papier	E-booki i mp3	Papier
Literatura piękna polska, Literatura piękna obca	**Literatura:** Aforyzmy, myśli, przysłowia, Dramat, Eseje literackie, Fantastyka, Historia literatury, krytyka literacka i epoki, Horror i literatura grozy, Humor, Inne, Kryminał, Literatura erotyczna, Literatura faktu, Literatura obyczajowa, Literatura podróżnicza, Poezja, Powieść przygodowa, Proza, Romans, Sensacja, Thriller	**Literatura piękna:** Biografie, Dzienniki, wspomnienia, listy, Myśli, przysłowia, sentencje, Opowiadania, Podania i legendy, Poezja i dramat, Powieść, Pozostałe
–	Klasyka	–
Literatura obyczajowa: Erotyczna, Literatura obyczajowa, Romans (w tab. 1 wykazano w osobnych kategoriach)	Literatura obyczajowa w kategorii Literatura	W podkategorii Powieść kategorii Literatura piękna
Kryminał, Sensacja, Thriller	Kryminał, Sensacja, Thriller w kategorii Literatura	W podkategorii Powieść kategorii Literatura piękna
W kategorii Literatura obyczajowa	Romans w kategorii Literatura	W podkategorii Powieść kategorii Literatura piękna
Fantastyka, Horror, Science fiction	Fantastyka w kategorii Literatura	W podkategorii Powieść kategorii Literatura piękna
Dla dzieci: Wiek 0–2, Wiek 3–5, Wiek 6–12 **Dla młodzieży**: Literatura dla młodzieży, Literatura popularno-naukowa, Społeczeństwo i rozwój osobisty	**Dla dzieci:** Literatura popularna, Literatura popularnonaukowa **Dla młodzieży**: Literatura popularna, Literatura popularnonaukowa	**Dla dzieci** **Dla młodzieży**
Literatura faktu, reportaż, Biografie: Biografie i autobiografie, Pamiętniki, dzienniki, listy, Wywiady, wspomnienia	**Biografie i dokument**: Biografie i autobiografie, Reportaż, dokument, publicystyka	**Literatura faktu i publicystyka**: Dokument i reportaż, Felietony i eseje, Polityka, Pozostałe, Wywiady
Turystyka i podróże: Albumy krajoznawcze, Atlasy, Mapy, Przewodniki	**Literatura podróżnicza** (w kategorii Literatura) **Wakacje i podróże**: Albumy krajoznawcze, Poradniki podróżnika, Przewodniki	**Podróże**: Atlasy, Literatura podróżnicza, Mapy i plany, Przewodniki
Poradniki: Dom, ogród, balkon, Hobby, Inne, Książki pamiątkowe, Moda, uroda, savoir vivre	**Poradniki:** Astrologia i wróżbiarstwo, Hobby, Moda, uroda, savoir vivre, Rozwój osobisty, Zdrowie i rodzina	**Poradniki:** Aktywność fizyczna, Diety i zdrowe odżywianie, Domowa medycyna, Domowe porady, Fotografia, Hodowla zwierząt, Kobieta, Mężczyzna, Miłość, seks, związki, Odchudzanie, Ogrodnictwo, Pozostałe, Prawo i administracja, Psychologia, motywacja, Rodzina i dzieci, Samoobrona, Zdrowie i uroda
Religie i wyznania: Buddyzm, Chrześcijaństwo, Inne, Islam, Judaizm	–	**Religie i religioznawstwo**: Biblia i Pismo Święte, Dla dzieci, Jan Paweł II, Literatura religijna, Modlitewniki, śpiewniki, Pamiątki, Pozostałe, Żywoty Świętych

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

KSIĘGARNIE Z EBOOKAMI I KSIĄŻKAMI PAPIEROWYMI		
	Ravelo	
	Papier	E-booki + audiobooki
Naukowe i akademickie	**Wydawnictwa naukowe i specjalistyczne**: Historia, Nauki humanistyczne, Nauki ścisłe, przyrodnicze, technika	**Popularnonaukowe i akademickie:** Architektura, malarstwo, grafika, Bibliotekoznawstwo, Biologia, przyroda, Chemia, Filozofia, religia, Fizyka, astronomia, Geografia, Historia, Informatyka, Inżynieria, technika, Językoznawstwo, literaturoznawstwo, Literatura popularnonaukowa, Matematyka, Medycyna, Militaria, wojskowość, Motoryzacja, Pedagogika, edukacja, Psychologia, Rolnictwo, hodowla, Socjologia
KSIĘGARNIE TYLKO Z E-BOOKAMI		
	Virtualo	
Klasyka literatury	Klasyka	
Literatura piękna	Literatura piękna	
Powieści obyczajowe	Obyczajowe	
Kryminał, thriller, sensacja	**Kryminał i sensacja:** Horror i Thriller, Kryminał, Sensacyjne	
Romans i erotyka	Romans i erotyka	
Fantastyka	**Fantastyka:** Fantasy, Science fiction	
Literatura dla dzieci i młodzieży	**Dla dzieci i młodzieży:** Bajki, Dla dzieci, Młodzieżowe	
Literatura faktu	Literatura faktu + w osobnej kategorii Biografie i Publicystyka	
Literatura podróżnicza	Podróże	
Poradniki	Poradniki	
Literatura religijna	**Duchowość i religia:** Duchowość, Ezoteryka, Religia	
Naukowe i akademickie	**Naukowe i akademickie:** Biologia, Encyklopedie, Filozofia, Historia, Matematyka, Media i dziennikarstwo, Nauki społeczne, Pedagogika, Podręczniki, Politologia, Polonistyka, Prawo, Psychologia, Słowniki, Socjologia, Zarządzanie, Biznesowe, Budownictwo i nieruchomości, Chemia, Ekologia, Fizyka, Geologia i geografia, Inżynieria i technika, Medycyna, Nauki przyrodnicze, Inne	

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

Empik		**Bonito**
Papier	E-booki i mp3	Papier
Brak osobnej kategorii: Nauki społeczne i humanistyczne, Nauki ścisłe, medycyna, Biznes, ekonomia, marketing, Informatyka, Prawo, Historia, Sztuka	–	**Literatura naukowa:** Architektura, Biznes i ekonomia, Filozofia, Informatyka, Językoznawstwo, Kultura i antropologia, Literaturoznawstwo, Logopedia, Medycyna i farmacja, Militaria, Pedagogika, Politologia, Popularnonaukowa, Pozostałe, Prawo, Przyrodnicza, Psychologia, Rolnictwo Socjologia, Specjalistyczna i fachowa, Technika, Weterynaria

Nexto	**Publio**
Klasyka	–
Literatura piękna	Brak osobnej kategorii: Poezja, dramat, Powieść i opowiadanie
Obyczajowe	–
Kryminał, sensacja, thriller	Kryminał, thriller
Romans	Romans, literatura kobieca
Fantastyka	Fantastyka, horror
Dla dzieci i młodzieży	Dla dzieci, Dla młodzieży
Dokumentalne	Publicystyka, literatura faktu, Biografie, wspomnienia
Przewodniki	Turystyka, podróże
Poradniki	Poradniki
Religia	Religia i wiara
—	Naukowe i akademickie

Pobrane z czasopisma Folia Bibliologica **http:/foliabibliologica.umcs.pl**
Data: 27/11/2026 12:31:19

UMCS