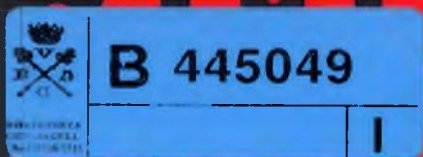


ŚMIERĆ KSIĄŻKI



Łukasz Golebiewski

**NO FUTURE
BOOK**

**ŚMIERĆ
KSIĄŻKI**

**NO FUTURE
BOOK**

ŚMIERĆ KSIĄŻKI NO FUTURE BOOK

Łukasa Gotębiewski

Biblioteka Analiz


Warszawa 2008

© Łukasz Gołębiowski, 2008

© Copyright for paper edition Biblioteka Analiz Sp. z o.o., 2008



Wolno kopiować, rozprowadzać, przedstawiać i wykonywać objęty prawem autorskim utwór oraz opracowane na jego podstawie utwory zależne jedynie dla celów niekomercyjnych.

Redakcja: Jan Fatyga
Korekta: Kinga Orłowska
Łamanie: Tatsu 
tatsu@tatsu.pl

Druk i oprawa:



Firma jest członkiem Polskiej Izby Książki

ISBN 978-83-61154-03-7

www.nofuturebook.pl

www.rynek-ksiazki.pl

Wydanie I

Warszawa 2008

Biblioteka Analiz Sp. z o.o.
00-048 Warszawa
ul. Mazowiecka 2/4 pok. 116
tel./fax (022) 828 36 31

*Outside of a dog, a book is man's best friend.
Inside of a dog, it's too dark to read.*

*Poza psem, książka jest najlepszym przyjacielem człowieka.
Wewnątrz psa jest zbyt ciemno, żeby czytać.*

Groucho Marx

Wprowadzenie

Człowiek cyfr

„Śmierć książki” to tytuł, mam tego pełną świadomość, prowokacyjny. Sam bowiem nie wierzę, że książka — jako utrwalaona myśl ludzka — może zginąć. Zmienić się może jednak jej nośnik, co — według mnie — pociągnie za sobą ogromne reperkusje kulturowe, edukacyjne i ekonomiczne. Wraz ze śmiercią książki w jej dotychczasowej, drukowanej postaci, głębokim przeobrażeniu ulegnie rynek wydawniczy i księgarski, zmieni się rola bibliotek, zmianie ulegną preferencje i kompetencje czytelnicze, zmieni się nasz sposób obcowania z kulturą, a w szczególności z tekstem, w tym także tekstem literackim. Podtytuł „No Future Book” świadomie jest niegrammatyczny i świadomie odwołuje się do języka angielskiego, który jest dominującym językiem przekazu hipertekstowego. Powinniśmy raczej użyć zwrotu „No Future for the Book” lub „Books with No Future”. Język nowoczesnego przekazu, o którym także będzie tu mowa, rządzi się jednak swoimi prawami i własną gramatyką, unika poprawności, w imię symboliki liter i wyrazów. Nawiązujące do stylistyki kultury punk hasło „No Future” samo w sobie stanowi symboliczny przekaz. Świadczy o dekadencji, a nie o rzeczywistym końcu. Przewrotnego sloganu „No Future” (bez przyszłości) użyłem jako podtytułu eseju, który w całości poświęcony jest właśnie przyszłości. Przyszłości książki (*Book*) i wszystkich elementów powiązanych z kulturą druku. Przyszłości, która wyrasta

z dotychczasowych form ekspresji. Gdybyśmy zrezygnowali z partykuły „no”, podtytuł tej pracy równie dobrze mógłby brzmieć „Future of the Book”. Tym samym jednak pozbawilibyśmy ten tytuł jego symbolicznej siły wyrazu, a użycie angielskich słów nie miałoby żadnego uzasadnienia.

W 1455 roku moguncki złotnik Johannes Gutenberg wydrukował czterdziestodwuwierszową Biblię, rozpoczynając nową erę w dziejach książki. Wprowadzając ruchome czcionki, znane na Dalekim Wschodzie już tysiąc lat wcześniej, matryce oraz prasę drukarską, zapoczątkował epokę masowej produkcji książek. Jego wynalazek rozpowszechnił się w tempie jak na owe czasy błyskawicznym. W ciągu zaledwie kilkunastu lat drukarnie powstały w całej Europie. W 1473 roku w drukarni Kaspera Straubego w Krakowie ukazał się pierwszy znany druk na ziemiach polskich — „Kalendarz astronomiczny”. Z wynalazkiem Gutenberga wiązał się nie tylko łatwiejszy dostęp do książek, ale w ślad za nim wzrost czytelnictwa, nastąpiła wymiana myśli w nieznaną dotąd skalę, rozwój nauki i literatury, ewoluował język, zmieniał się sposób formułowania myśli. Przed Gutenbergiem — jak pisze Marshall McLuhan w znakomitej pracy „Zrozumieć media” — „rynek książki był rynkiem dość rzadkich artykułów. Druk odmienił zarówno proces uczenia się, jak i dystrybucji. Książka była pierwszą

**Człowiek
liter**

maszyną do nauki i pierwszym masowo produkowanym towarem”. Znaczenie tego wynalazku dla rozwoju cywilizacji można porównywać do wynalezienia koła.

Po 1455 roku świat nie był już taki sam. „Narodził się człowiek liter”, jak zgrabnie to ujął McLuhan. Wraz z wynalezieniem druku pojawił się też nowy gatunek literacki — powieść (jak pisze Ian Watt w obszernej rozprawie „Narodziny

powieści”, nowa forma narracji z jednej strony została wymuszona przez samych wydawców, oczekujących „obfitości słów”, z drugiej przez rosnące rzesze czytelników).

Obecnie na świecie drukuje się ponad cztery miliardy egzemplarzy książek rocznie, z czego około 130 milionów w Polsce. Wartość światowego obrotu książkami to, nie bagatel, około 60 miliardów euro rocznie (ponad 1/3 PKB Polski — dla przykładu — pięć razy więcej niż PKB Litwy). Pomi- jam tu całkowicie inne niż książki druki, przede wszystkim prasę, która współcześnie — w znacznie większym stopniu niż książki — kształtuje ludzkie opinie i poglądy.

Czy można sobie dzisiaj wyobrazić świat bez książek? Moja, osadzona w dotychczasowej kulturze, wyobraźnia nie sięga aż tak daleko. Świat bez druku i bez papieru? Być może wydaje się to mało prawdopodobne. Ale czy jeszcze dwie dekady temu mogliśmy przypuszczać, że telefony komórkowe nie tylko będą w powszechnym użyciu, ale będą łączyć nas z Internetem, umożliwiać słuchanie radia, oglądanie aplikacji multimedialnych, czy odnajdywanie lokalizacji na mapie miasta? Czy mogliśmy przypuszczać, że przez telefon będziemy słuchać książek i odbierać najnowsze informacje: polityczne, gospodarcze, sportowe, czy prognozy pogody? Rewolucja technologiczna, której jesteśmy świadkami, zmienia nasz świat szybciej niż wynalazek Gutenberga. Bo i świat jest dzisiaj w zasięgu ręki — dzięki satelitom, tanim biletom lotniczym i trylionom wysyłanych kilobajtów informacji. O ile wynalazek Gutenberga stworzył „człowieka liter”, to współcześnie jesteśmy świadkami narodzin „człowieka cyfr”, gdyż większość informacji rozpowszechnianych jest w zapisie binarnym, a nie analogowym. Człowiek cyfr, być może lepszym określeniem byłoby e-człowiek, ale ten zbitek dehumanizuje, to niczym robot czy cyborg. Ale też sens takiego wyrażenia może być

Człowiek
cyfr

inaczej odczytany, przedrostek e- na początku, czyni z jednostki niewolnika medium.

Epokę druku zastąpiła epoka transmisji, a czcionkę protokół IP (*Internet Protocol*). Co więcej, informacja wymyka się dziś spod kontroli. Jest dobrem powszechnym, niczym chleb. Jest globalna i demokratyczna. Każdy może ją tworzyć i emitować, każdy także może być jej odbiorcą. Cyfrowej informacji nie da się powstrzymać, nie da się cenzurować, przynajmniej nie w sposób absolutny. Jest tania, a w wielu krajach już całkowicie bezpłatna. Rewolucja objęła wszelkie formy wymiany myśli — począwszy od nadawcy, przez jej dystrybucję, po odbiorcę; pod znakiem zapytania postawiła skuteczność ochrony praw autorskich, kontrolę treści i... kontrolę zysków. Wpływa na świat polityki i gospodarki, na swobody obywatelskie i edukację, rewolucjonizuje język i postrzeganie świata, ułatwia przepływ towarów i pieniędzy. Powstają nowe wspólnoty i wirtualne przyjaźnie. Coraz więcej godzin spędzamy przed monitorami, coraz więcej czasu zajmuje nam formułowanie myśli złożonych z wystukiwanych na klawiaturze liter. Każdy może „drukować się sam”. Dowolnie można kompilować cudze myśli, można też manipulować ludzkimi odczuciami na niespotykaną w dziejach skalę. Wirtualna miłość nie jest tylko fantazją pisarzy, jak choćby Janusza Leona Wiśniewskiego, emocje już dziś powszechnie wyrażamy za pomocą tzw. emotikonów. Nie odchodząc od komputera, ludzie zarabiają i tracą fortuny. Człowiek cyfr nie jest już tym samym człowiekiem, a przecież jesteśmy na początku drogi, po której poruszamy się z prędkością fali elektromagnetycznej uwięzionej w światłowodzie.

Stojąc na początku tej drogi nie sposób przewidzieć, dokąd nas zaprowadzi. Możemy jedynie przewidywać tendencje, nie znając tempa i skali zmian. Wciąż jednak jesteśmy niewolnikami myślenia człowieka liter, stąd tak trudno wybiegać

**Kontrola
zysków
pod zna-
kiem
zapytania**

wyobraźnią w przyszłość. W XIX wieku myślano, że wraz ze wzrostem liczby dorożek końskie odchody zasypią ulice Paryża. Dziś wielkim metropoliom zagraża smog samochodowych spalin. Również w XIX wieku anglikański duchowny, Thomas Malthus, dowodził, że w ciągu 75 lat liczba ludności przewyższy liczbę środków pożywienia. Wówczas na Ziemi było około 800 tysięcy mieszkańców. Dziś jest 6,5 miliarda i wciąż żyjemy. Demografowie prognozują, że za 50 lat będzie 9 miliardów mieszkańców. Nie wiem, czy Ziemia nadal będzie wówczas istnieć, ale z całą pewnością przyczyną ewentualnej zagłady nie będzie populacja. Podaję te przykłady wyłącznie po to, by unaocznic, że jakiegokolwiek długoterminowe prognozy w okresie rewolucji technologicznej nie mają większego zastosowania. Bliższa przyszłość także nie jest klarowna.

Nie sposób zatem powiedzieć, co za 5, 10 czy 15 lat stanie się z książką (dalsze wybieganie w przyszłość można pozostawić pisarzom z gatunku *science-fiction*). W tej związanej publikacji chcę natomiast przedstawić kilka najważniejszych trendów, które łatwo można połączyć z potrzebami odbiorców. Pamiętajmy jednak, że potrzeby te ewoluują wraz z pojawianiem się technologicznych nowinek. Nigdy wcześniej nie byliśmy świadkami tak szybko zmieniających się mód i potrzeb. Potrzeb kształtowanych w równym stopniu przez masowe reklamy, co przez same technologie. To potężna siła rażenia, której konsumenci nie są w stanie się oprzeć. Można rezygnować z nowoczesnego *designu* obudowy komputera czy z ekstrawaganckiej myszki MX Air (mysz powietrzna produkowana przez firmę Logitech), trudno natomiast byłoby pracować dziś na komputerze z procesorem taktowanym z częstotliwością 40 megaherców, wyposażonym w system operacyjny Windows 3.11 (na początku lat 90. pracowałem na komputerze z procesorem 20 mhz, z Windows 3.1, i wydawało mi się to

**Niewolnicy
analogo-
wego myś-
lenia**

Książka ekstrawa- ganckim bibelotem

szczytem możliwości). Dziś nie tylko z powodzeniem obywatelom się bez Kindle, czyli urządzenia, które umożliwia czytanie e-książek, ale nawet nie wyobrażam sobie bym mógł kiedyś zastąpić nim przyjemność obcowania z szelestem przewracanych kartek, które pachną farbą drukarską lub choćby i kurzem. Ale co będzie, gdy jedyną formą dystrybucji treści stanie się plik tekstowo-graficzny, jak PDF, czy jakkolwiek następcą tego formatu? Wówczas książka w formie kodeksu stanie się ekstrawaganckim bibelotem, przedmiotem transakcji antykwarycznych, czymś równie użytecznym jak żelazko z duszą. Niemożliwe? Wszystko jest możliwe!

Zanim jednak tradycyjna książka stanie się antykiem, z ulic naszych miast znikną księgarnie, a następnie biblioteki, zaś podręczniki zostaną zastąpione tablicami multimedialnymi. Pierwsze zmiany dotkną bowiem sposobów dystrybucji treści, kolejne systemu edukacji. *E-learning* (w książce tej będę zamiennie używał terminu e-dukacja) pociągnie za sobą zmianę przyzwyczajzeń związanych z przyswajaniem treści. W ślad za tym pójdzie szeroki dostęp do zasobów treściowych, prawa autorskie zostaną w znacznym stopniu uwolnione, a to będzie oznaczało zmierzch przemysłu poligraficznego i wydawniczego w jego dzisiejszym rozumieniu. Producenci papieru i urządzeń drukujących zapewne wciąż będą trzymali się mocno, ale w miejsce księgarzy pojawiają się dostawcy cyfrowych treści, oferujący w systemie bezpośredniej sprzedaży szereg usług związanych z rozrywką i edukacją.

Przyszłość należy do „strażni- ków praw”

Przyszłość należeć będzie do dostawców (logistyka, bazy adresowe) i „strażników praw”, czyli następców dzisiejszych wydawców. Będą to firmy dostarczające profesjonalnie zredagowane treści, w tym także literaturę, różnego rodzaju encyklopedie, słowniki, pomoce dydaktyczne itp., a może nawet i instrukcje

obsługi domowego sprzętu. Koszt dostępu do treści ulegnie znacznemu obniżeniu, przede wszystkim zaś treści będzie można dowolnie kompilować, dedykować i pakować wedle upodobań indywidualnego klienta.

Ta książka opowiada o e-świecie. Nie jest to futurologiczna wizja przyszłości, lecz raczej próba uchwycenia obecnych trendów, tego, co dzieje się tu, teraz, na naszych oczach. Nie jest to książka o nowych technologiach, a w każdym bądź razie nie one są jej głównym bohaterem. To książka o e-człowieku, o jego osamotnieniu w Sieci. O tym, co dzieje się na pograniczu światów realnego i wirtualnego. Mówić będziemy o e-kulturze i e-języku, e-literaturze, e-książkach, e-papierze. E-świat nie ma jednak wiele wspólnego z powieściami SF, to świat rzeczywistych potrzeb i pragnień. Pamiętajmy, że „technika może jedynie dodać siebie do tego, czym już jesteśmy”, ale też „każdy środek przekazu ma moc narzucania własnych założeń ludziom nieostrożnym” (McLuhan). Bardziej zatem od rozwoju technologii interesuje mnie wpływ samego medium na człowieka początku XXI wieku, bo to on — jako konsument — będzie dokonywał wyborów. Na styku światów realnego i wirtualnego rodzi się nowa kultura, w znacznym stopniu implikowana przez medium.

W kolejnych rozdziałach przyjrzymy się, jakie konsekwencje niesie za sobą rewolucja IP, której produktem jest człowiek cyfr. Jak wygląda współczesny odbiorca i jakie są jego oczekiwania? Jak zmienia się język pisemnego komunikatu i estetyka korespondencji? W jakim kierunku zmierzać będzie e-dukacja? Czy zrezygnujemy z czytania zadrukowanych stron na korzyść ciekłokrystalicznego obrazu? Jak chronić treści i jak je dostarczać? Jaka jest przyszłość przemysłu wydawniczego i co stanie się z księgarstwem? Na te i inne pytania postaram się znaleźć odpowiedź, pamiętając, że stoimy na początku drogi, którą przemierzać będziemy

**Rodzi się
nowa
kultura**

bez kompasu i bez mapy, z zawiązanymi oczami i z zawrotną prędkością.

Smutnym niejako elementem tej książki jest wpleciona pomiędzy informacje o nowinkach technologicznych opowieść o ginących zawodach, o odchodzącej w niebyt kulturze związanej ze słowem drukowanym. Kiedyś spławem towarów przez rzekę zajmowali się flisacy, a odlewaniem dzwonów czy świeczników — ludwisarze. Zdun, kowal, zecer czy rymarz to jedne z wielu zapomnianych zawodów, choć niegdyś bez ich zakładów rzemieślniczych trudno byłoby wyobrazić sobie scenografię jakiegokolwiek miasta. Wraz z ich odejściem umarła przekazywana z pokolenia na pokolenia wiedza, przepadła tradycja. Kultura stała się uboższa, ale świat parł do przodu, nie oglądając się na tracących swoje społeczne miejsce bednarzy i garncarzy.

Ulice miast bez księ- garń, osie- dła bez bibliotek

Zawody, których zmierzch zapowiada cyfrowa rewolucja, to m.in.: drukarz, księgarz, bibliotekarz... Ulice miast bez księgarń, osiedla bez bibliotek? Tak, wiem, wizja ta i mi wydaje się być przygnębiająca.

Nim jednak przejdziemy do rozważań nad e-światem, zatrzymajmy się przez chwilę przy słowach klasyka nowoczesnego myślenia o przyszłości, Alвина Tofflera: „Świat, który wyłania się wskutek zderzenia nowych wartości i technologii, nowych stylów życia i sposobów komunikacji, domaga się nowych idei i analogii, klasyfikacji i koncepcji. Nie można tego załączka świata jutra wtłoczyć w konwencjonalne przegródki dnia wczorajszego. Zupełnie nie na czasie są też ortodoksyjne postawy i nastroje”. Spróbujmy zatem na czas lektury tej książki zapomnieć o naszych dotychczasowych nawykach i upodobaniach, o nostalgicznym żalach, które, zapewniam, są także udziałem autora, i zastanowić się, co niesie ze sobą przyszłość. Ta całkiem nieodległa, którą widać już na horyzoncie.

Rozdział 1

Nowy odbiorca

Do głosu dochodzi nowe pokolenie. Pokolenie wychowane przed monitorem komputera i ekranem telefonu komórkowego. Pokolenie, które bez trudu porusza się w rozmaitych aplikacjach, nawiguje po stronach internetowych, na co dzień korzysta z komunikatorów i poczty internetowej, czas spędza na czatach, a na randki umawia się z wirtualnymi znajomymi. To pokolenie nowych czytelników, przyzwyczajonych do innej struktury zdań, innego układu tekstu, nielinearnego wykładu, piktogramów, emotikoniek, tabel, kolorowych wyróżnień, do przesuwania tekstu z góry na dół, do kopiowania i kompilowania, swobodnego rozporządzania własnością intelektualną, do łatwego wyszukiwania informacji. Pokolenie, które wiedzy szuka w Google, a nie w encyklopedii PWN, które nie słucha płyt, lecz piosenek w formacie MP3, rysuje w Corelu, a zdjęcia edytuje w Photoshopie. Oczywiście — zdjęcia cyfrowe. Pokolenie, które swobodnie przekleja do własnych prac fragmenty cudzych tekstów, które przyzwyczajone jest do natychmiastowej odpowiedzi, wyskakującej po jednym kliknięciu ikonki „szukaj”. Pokolenie przywykłe do byle jak opracowanych treści, z premedytacją łamiące w komunikacji między sobą zasady ortografii i interpunkcji. Ale jednocześnie pokolenie „czytaczy” i „szperaczy”, pokolenie „magiczne”, bo wychowane na „Harrym Potterze” i do bólu racjonalne, bo łatwo znajdujące

odpowiedź na każde dręczące pytanie. Obyte z pornografią i żałośnie goniące za sezonowymi nowinkami — gadzeta-
mi, ciuchami, kolekcjami, komiksami. Bezwstydnie ekshibi-
cjonistyczne, a jednocześnie skrywające prawdziwą tożsa-
mość za rozmaitymi *nickami* (składającymi się z liter i cyfr
pseudonimami). Na swój sposób przedsiębiorcze, w zaciszu
swoich domów, przed monitorami, handlujące namiętnie na
aukcjach internetowych. Pokolenie świetnie przystosowane
do nowej cyfrowej ery, bezbłędnie poruszające się w świe-
cie bajtów i bitów, potrafiące wybierać, potrafiące szukać
i selekcjonować, na bieżąco weryfikujące informacje,
łatwo wyczuwające fałsz, a jednocześnie świadomie
fałszujące rzeczywistość, pozostające ze sobą w nie-
ustannym kontakcie pozawerbalnym, gdyż spotka-
nia odbywają się za pośrednictwem programów jak
Gadu-Gadu, które stały się nową, niezwykłą formą
dialogu, czy też zaskakująco lakoniczną, a jednocześnie roz-
wlektą epistologafią.

Pokolenie Gadu- -Gadu

Natychmiastowość, to symbol nowego młodego czło-
wieka. Teraz albo nigdy. Nie czekać. Dostać, nie wychodząc
z domu, najlepiej nie wstając od komputera. Człowieka twór-
czego, człowieka, który może wykrzyzczyć swoje „ja”, nieko-
niecznie na stadionie piłkarskim czy punk rockowym kon-
cercie. Ma ogromne pole do popisu. Począwszy od bloga po
grona społecznościowe. Może głośno mówić, co myśli, lżyć
nauczycieli lub zwierzać się z miłosnych uniesień. Zdumie-
wa bezpruderyjność, którą nowe pokolenie uzyskało dzięki
poczuciu anonimowości. Mogę mówić (pisać, publikować)
o sobie wszystko, bo i tak jestem wirtualnym bytem. I jako
byt wirtualny pozostaję zupełnie bezkarny. I bezwstydny.
Często pozbawiony imienia i wizerunku, ale do bólu szczery.
A im bardziej szokujący w tej szczerości, tym lepiej. Im bar-
dziej wyuzdany, tym też lepiej. Bo wśród setek tysięcy blo-

gów, wśród milionów użytkowników forów czy gron trzeba się jakoś wyróżniać. Można wszystko, ale jest przecież rywalizacja, ogromna konkurencja. Co robić, by moje posty były komentowane? Jak zapewnić sobie więcej wejść na stronę? Jak przebić się na czoło w przeglądarkach najczęściej odwiedzanych adresów? Nijakość nikogo nie interesuje. Tak było zawsze i wszędzie. Ale nowe formy komunikacji pozwalają być wyjątkowym w świecie wirtualnym, nawet wówczas, gdy w świecie realnym nie ma się nic do powiedzenia.

**Nijakość
nikogo nie
interesuje**

Żeby komunikować, trzeba czytać — niekoniecznie, rzecz jasna, książki, ale bez czytania nie ma komunikacji w Internecie, bo tu przekaz płynie w obydwie strony — bezpośrednio od nadawcy do odbiorcy i z powrotem, bo odbiorca jest jednocześnie nadawcą. Nowe pokolenie komunikuje się inaczej, używa własnych skrótów, kaleczy język, ale... pisze i czyta więcej niż ich rodzice.

Połowa dorosłych Polaków nie czyta książek — wynika z badań przeprowadzonych w 2006 roku przez Instytut Książki i Czytelnictwa Biblioteki Narodowej. W przypadku młodych odbiorców, w wieku 15-19 lat, odsetek nieczytających jest dwukrotnie niższy, jednak wraz z zakończeniem procesu edukacji sytuacja gwałtownie się pogarsza. Niestety, badania nie odpowiadają na pytanie, jaka część młodych czyta bo musi, bo są to lektury szkolne lub podręczniki.

Badania Instytutu Książki i Czytelnictwa z 2006 roku dostarczają jednak licznych dodatkowych, interesujących z punktu widzenia przyszłości książki, informacji. Otóż w ankietach po raz pierwszy pojawiło się pytanie o to, jak ma się czytanie książek do użytkowania Internetu. Wnioski są wielce pouczające, kładą bowiem kłam obiegowym poglądom, że Internet zabija literaturę. Otóż aż 69 procent osób stale korzystających z Sieci to jednocześnie czytelnicy książek. Mało

tęgo, Internet pomału zastępuje krytykę literacką czy telewizyjne programy informacyjne o książkach (tych zresztą praktycznie nie ma). Aż 27 procent czytelników informacji o nowościach wydawniczych, recenzji czy rekomendacji szukało w Internecie. W świetle tych samych badań 10 procent Polaków kupuje książki w sklepach internetowych. Tempo wzrostu jest oszałamiające. W 2004 roku było to pięć procent, zaś w 2002 roku — jeden procent. Badania te znajdują odzwierciedlenie w wartościach bezwzględnych. W świetle danych Biblioteki

**Tempo
wzrostu
jest oszała-
miające**

Analiz w 2002 roku całkowity przychód ze sprzedaży książek w Internecie wyniósł 70 milionów złotych, w 2004 roku — 110 milionów złotych, zaś w 2006 — już 175 milionów złotych. Tendencja wzrostowa będzie się utrzymywać i w 2008 roku, wedle prognoz Biblioteki Analiz, powinna zamknąć wartość około 290 milionów złotych. W stosunku do 2002 roku daje to wzrost o 314 procent. Żaden inny sektor dystrybucji treści, w tym książek, nie rozwija się równie szybko.

Z cytowanych badań Instytutu Książki i Czytelnictwa wynika także, że w 2006 roku 30 procent Polaków powyżej piętnastego roku życia czytało prasę w wydaniach on-line, a 10 procent korzystało z internetowych wydań książek publikowanych bezpośrednio w Sieci (najczęściej są to lektury szkolne oraz klasyka, do której wygasły prawa autorskie, dzięki czemu znalazły się w domenie publicznej i można z nich korzystać bez opłat licencyjnych). 5 procent przyznało się do ściągania plików tekstowo-graficznych z książkami, których wybór w programach typu P2P (jak choćby popularny eMule czy BitTorrent) w języku polskim wciąż jest stosunkowo niewielki. Na razie też niewiele osób w Polsce korzysta z urządzeń do odczytu plików tekstowo-graficznych, a czytanie na monitorze komputera nawet dobrze złamanego

**5 procent
Polaków
ściąga
książki
z Sieci**

tekstu (najczęściej są to marnej jakości skany oryginalnych stron drukowanych) jest zajęciem męczącym.

Według raportu „Zainteresowania polskich Internautów 2006”, opracowanego przez specjalistyczną firmę Gemius, najczęściej odwiedzane witryny są zgrupowane w kategorii „Kultura i rozrywka”. Nie tylko przyciągnęły one największą liczbę użytkowników, ale także to „na nich” spędzano najwięcej czasu (średnio ponad 5 godzin) oraz dokonano największej liczby odsłon (przeciętnie 283).

Sprzedaż on-line rośnie w tempie zawrotnym, a dotyczy to nie tylko książek, choć te wciąż są jednym z najczęściej kupowanych produktów. W 2006 roku Polacy wydali w Sieci pięć miliardów złotych, o 60 procent więcej, niż w roku poprzednim. Zakupów mogli dokonywać w jednym z 3300 sklepów internetowych. Dziś każdy może nie tylko kupować, ale i sprzedawać nie ruszając się z domu. Można założyć własny e-sklep, albo oferować produkty na aukcjach. Największy internetowy dom aukcyjny w Polsce, Allegro, w 2006 roku pośredniczył w transakcjach o wartości 2,5 miliarda złotych.

Kim jest polski internauta? Przede wszystkim człowiekiem młodym (46 procent ma mniej niż 25 lat). I „zatopionym” w Sieci. Według Gemiusa, w Sieci spędzamy tygodniowo średnio 27,5 godzin. Z kolei z badania NetTrack, wykonanego przez Instytut Millward-Brown SMG/KRC, wynika, że z Sieci korzysta 37,7 procent Polaków (11,262 miliona). Największa grupa to osoby z wykształceniem średnim (41,7 procent), a następnie — z podstawowym (23,6 procent) i wyższym (26,3 procent). Tak duża przewaga „średniowyszkolonych” nad osobami z wykształceniem wyższym, wynika z faktu, że w tej pierwszej grupie lwią część stanowi młodzież w wieku szkolnym. Największa grupa korzysta codziennie lub prawie codziennie (59,4 procent), nieco mniejsza kilka razy w tygodniu (19,7 procent) i raz na tydzień (10,6 procent). Najmniejsza

Kawiarenki coraz bar- dziej passe

robi to raz na miesiąc (1,4 procent). Internet jest najczęściej dostępny dla korzystających w domu (71,1 procent) i w pracy (29,7 procent). Nieco mniejsza grupa surfuje na uczelni (19,4 procent) i u znajomych (12,2 procent). Z coraz mniej popularnych kawiarenek internetowych korzysta tylko 5,5 procent ankietowanych. Według ankietowanych przez SMG/KRC w domu najczęściej platformą dostępową jest już stałe łącze (61,9 procent).

Tyle statystyk, co do których można mieć pewność, że będą nadal pięty się w górę. O ekonomicznych, kulturowych i społecznych skutkach rosnącej grupy e-klientów będzie mowa w dalszych rozdziałach. Zastanówmy się jednak przez chwilę, kim jest ten klient, który nie odrywa się od komputera, jak postrzega świat, jak można zaspokoić jego potrzeby. Zdefiniowanie odbiorcy jest kluczowym zadaniem dla specjalistów od marketingu bezpośredniego (*direct marketing*). Warto zapamiętać angielskie słowo *direct*, gdyż jest ono jednym z kluczy do biznesu w erze człowieka cyfr. To zresztą swoisty paradoks, że w języku polskim mianem „sprzedaż bezpośrednia” określiliśmy formę relacji handlowych, które wykluczają rzeczywisty, fizyczny, werbalny, kontakt sprzedającego z kupującym. Bezpośrednia jest sprzedaż z dostawą kurierską do domu klienta, a nie szczerza rozmowa na temat polecanych książek z zaprzyjaźnionym antykwariuszem. Bo w języku współczesnego biznesu słowo „bepośredni” zakłada pominięcie sprzedawcy. Towar wędruje od producenta do klienta. Współczesny odbiorca chce właśnie takiego kontaktu, ta bezosobowa forma zamówień i odbioru towaru jest nawet ważniejsza niż jego cena.

Pominięcie pośrednika

Współczesny odbiorca jest bowiem przyzwyczajony do anonimowości. Kupuje „bepośrednio”, bo rzeczywisty, bepośredni kontakt często go peszy. Bo nie jest przyzwyczajony do transakcji „w realu”. Może się targować na aukcji

internetowej, ale nie w sklepie. Może bez trudu znaleźć interesujący go produkt w internetowej wyszukiwarce, a potem znaleźć najlepszą ofertę w porównywarce cenowej, ale w prawdziwym sklepie czuje się zagubiony. Przyzwyczajony jest do prostych dla niego komend — kliknięcie „szukaj” i kilka sekund oczekiwania, potem jedno kliknięcie potwierdzające wybór towaru, podanie adresu e-mail i ewentualnie numeru karty kredytowej, ustalenie warunków dostawy, ot i cała sztuka. Uniwersalne ikony, standardowe układy stron sklepów internetowych — zdjęcie produktu, opis, oceny innych klientów, polecane towary, koszyk — automatyczne zliczanie cen, umysł nowoczesnego klienta zaczyna myśleć według zaproponowanego mu schematu graficznego. Schematu płaskiego i przyjaznego. Pozbawionego kontaktu z innymi ludźmi. Rzeczywisty, trójwymiarowy, zatłoczony sklep, konieczność stania z koszykiem do kasy, nerwowe szukanie pieniędzy po kieszeniach, pytanie sprzedawcy o towar — dla człowieka cyfr to prawdziwa udręka.

W przypadku zarządzania treścią sprawa jest jeszcze prostsza. Człowiek cyfr jest bombardowany informacjami, ale zazwyczaj potrafi je selekcjonować i w dowolny sposób nimi rozporządzać. Nie musi wypełniać fiszek w bibliotecę, nie musi wertować stron i wycinków gazet, wiedzę ma w zasięgu ręki. Oczywiście, dziś jest to jeszcze wiedza fragmentaryczna, jesteśmy jednak na początku cyfrowej rewolucji. Jest kwestią czasu, kiedy każda książka i każda niemal myśl ludzka będzie dostępna w formie zdigitalizowanej. Dostępna za jednym kliknięciem. Hipertekstowe, inteligentne wyszukiwarki pozwolą odnajdywać dowolne cytaty. Sprawi to, że wiedza nowego odbiorcy kultury ograniczy się do wstępnej preselekcji. Będziemy wiedzieć tyle, ile w danej chwili potrzebujemy. Trudno dziś przewidzieć, jak wpłynie to na zdolność

**Dostęp
na jedno
kliknięcie**

uczenia się i zapamiętywania. Poza warstwą czysto użytkową preselekcja odbywać się będzie w obrębie takich pojęć jak: prawda i fałsz, wiarygodność źródła, estetyka i sposób prezentacji treści, jej przystępność i stopień dostępności. Oczywiście, otwierają się niebywałe możliwości sterowania potrzebami, manipulacji zarówno samą zawartością, jak i sposobem korzystania z niej, sam nośnik informacji może decydować o tym, czy trafi ona do odbiorcy, czy zostanie przyswojona i zaakceptowana. Człowiek cyfr w coraz większym stopniu będzie zależny od dostawcy treści. Zależność będzie jednak obustronna, gdyż tak samo jak natychmiast można uzyskać informację, tak i można natychmiast skomentować jej użyteczność. Społeczność cyfrowa ma prawo głosu, z którego korzysta nieporównanie chętniej, niż społeczeństwo obywatelskie z prawa do współdecydowania o losach państwa. Łatwiej bowiem głosować poprzez kliknięcie, niż wrzucając kartkę do urny wyborczej. Własny komentarz to nowe prawo głosu, nowa swoboda obywatela i konsumenta.

**Własny
komentarz
to nowe
prawo
głosu**

To potężna broń, która chronić będzie człowieka cyfr przed nieuczciwym sprzedawcą, demagogicznym politykiem, czy dostawcą fałszywych informacji. Nie twierdzą, że nowy odbiorca będzie w większym stopniu kierował się rozumem, ale z pewnością z większą uwagą zapozna się z opiniami innych osób. Nowy odbiorca, narażony na oszustwa i fałsz, będzie bardziej ostrożny w swoich wyborach. Skazany na nowinki technologiczne, ale mniej podatny na propagandę i reklamę. Świat wirtualnej interakcji daje możliwość natychmiastowej weryfikacji. Na razie w ograniczonym zakresie, ale przecież to dopiero początek.

**Wieczna
interakcja**

Interakcja jest jednym z najważniejszych zagadnień, bez których nie sposób zrozumieć potrzeby człowieka cyfr. On potrzebuje ciągłej wymiany —

dóbr, uczuć, treści i poglądów. Stąd taka popularność blogów i społeczności internetowych oraz programów do wymiany plików (w tym konkretnych dóbr — książek, filmów, muzyki itp.) pomiędzy użytkownikami Sieci. Interakcja daje poczucie uczestnictwa w większej grupie, choć w rzeczywistości zanurzona w wirtualnym świecie jednostka jest całkowicie wyalienowana. Zjawisko to psychologowie i psychoanalitycy obserwowali już znacznie wcześniej, wiążąc je z rozwojem społeczeństwa konsumpcyjnego. Erich Fromm pisał: „Nasza natura została nastawiona na wymienianie i otrzymywanie, na handel i konsumowanie; wszystko, i to w równej mierze dobra duchowe, jak i materialne, staje się przedmiotem wymiany i konsumpcji”. Wymiana stała się niejako nadrzędną ideą rządzącą wirtualnym światem, a w związku z tym i jego uczestnikami. Ci ostatni — jako żywo — wirtualni są tylko jako wspólnota, jako jednostki pozostają przeraźliwie osamotnieni, wystukując rzędy znaków przed ciekłokrystalicznym monitorem. Jednocześnie, zauważmy, człowiek współczesny nie potrafi być sam ze sobą, nie umie się skoncentrować na swoim wnętrzu, brak interakcji go męczy.

Należy pamiętać, że komunikując się niemal wyłącznie w formie pisemnej (e-mail, czat, Gadu-Gadu, Skype i inne), przekazujemy zaledwie część informacji na swój temat. Podobnie odbieramy tekst, a więc pewne myśli i wyobrażenia, przekazane przez nadawcę w wybranej przez niego formie. Wirtualny kontakt umożliwia właściwie dowolną mistyfikację — zafałszowywać można wiek, płeć, upodobania, przy odrobinie inteligencji i sprawności językowej można wcielić się niemal w każdą rolę. Człowiek wirtualny to jednak człowiek okrojony — z zapachu, intonacji, gestykulacji, mimiki, spojrzenia, tuszy, fryzury, ubioru itd. Sam przekaz, siłą rzeczy, także jest okrojony. Wirtualny

**Ludzie
Sieci są
wyalieno-
wani**

**Człowiek
wirtualny,
to człowiek
okrojony**

przekaz daje znikome wyobrażenie o rozmówcy; po zasobie i doborze słów ocenić możemy jedynie jego inteligencję i kulturę osobistą, a po temacie rozmowy jego zainteresowania, choć wciąż nie mamy pewności, czy komunikując się z nami rzeczywiście samodzielnie konstruuje zdania i wyraża własne poglądy. Zastąpienie kontaktów bezpośrednich wirtualnymi rozmowami może prowadzić w przyszłości do trudności komunikacyjnych.

W sferze ekspresji artystycznej (a także naukowej czy ideowej) nowe formy komunikacji zapewniają niemal nieograniczoną możliwość dystrybucji własnej twórczości. Debiut, czy w ogóle publikacja, nie wymagają weryfikacji — ani redaktora, ani krytyka, ani nawet czytelnika. Druk cyfrowy (*print on demand*) umożliwia wydanie pojedynczych egzemplarzy książki za minimalną opłatą. Podajmy dla przykładu kalkulację przygotowaną przez największą polską drukarnię cyfrową Sowa. Czarno-biała książka w formacie B5, z kolorową okładką, o objętości 100 stron, przy nakładzie 50 egzemplarzy, kosztować będzie około 6 złotych za egzemplarz, 300 złotych za cały nakład. A ceny te z roku na rok spadają. Możliwość szybkiego i taniego druku sprawia, że każdy może mieć swoją książkę. O implikacjach ekonomicznych druku cyfrowego i wpływie tej technologii na rozwój sektora wydawniczego, mowa będzie w rozdziale siódmym. Tu jednak zwróćmy uwagę na oczekiwania współczesnego twórcy, jakakolwiek ta twórczość by nie była. Nie musi on czekać na niczyje uznanie, by zgromadzić całkiem pokazną bibliografię i częściowo, ale za to niemal natychmiast, zaspokoić swoje twórcze i narcystyczne potrzeby. Sens publikacji zostaje tu zdeprecjonowany. Przypomina się sytuacja, w jakiej znalazł się bohater książki Stanisława Lema, Ijon Tichy, kiedy to każdy mógł przyznawać sobie samemu najwyższe laury,

**Druk
natych-
miast i bez
uznania**

wskutek czego nie miały one żadnego znaczenia. Łatwość druku powoduje, że książka traci swoją magię, a sam twórca traci na autorytecie i wiarygodności. To samo, w większym zapewne stopniu, dotyczy wszelkich publikacji internetowych, z blogami na czele.

Istotą blogu jest jego ciągłość, jest to nowa forma dziennika, ale też swego rodzaju Hyde Park, miejsce, w którym można ogłaszać dowolne poglądy. Zazwyczaj odwiedzający blog mają możliwość zamieszczania komentarzy, zazwyczaj też jego właściciel ma możliwość usuwania opinii mu nieprzychylnych. Wiele internetowych portali (np.: Onet, Interia, Gazeta.pl, Wirtualna Polska) oferuje możliwość darmowego zamieszczania blogów na ich serwerach, daje też podstawowe narzędzia informatyczne i graficzne, dzięki czemu prowadzić bloga może nawet informatyczny laik. Są też osobne strony, grupujące wyłącznie blogi, z których najpopularniejszą jest Blog.pl. Obecnie zarejestrowanych jest w Polsce około 100 tysięcy blogów — to miliony postów (wpisów) i komentarzy. Autorami tych notatek są najczęściej ludzie przed osiemnastym rokiem życia, często o ambicjach literackich, choć słusznie zauważa Jakub Momro w szkicu „O blogach okiem literaturoznawczym”, że „obcujemy z pisaniem, rozumianym jako sens terapeutyczny, i to w jego wykładni najprostszej, pozbawionej niuansów humanistycznej erudycji. Problem blogów najsensowniej próbować zbadać jako przejaw piśmiennictwa, a nie literatury”.

Ciekawy wizerunek typowego „blogowicza” przedstawiła Maria Cywińska-Milonas w eseju „Blogi (ujęcie psychologiczne)”. „Wraz z liczbą blogów rośnie grupa ludzi zaburzonych, szukających podniety we własnym ekshibicjonizmie”, pisze. Nie jest to stanowisko przesadnie jednostronne, choć oczywiście nie można wysuwać z niego wniosku, że każdy autor bloga to neurastenik-

**Miliony
postów**

**Blogi rajem
dla ekshibi-
cjonistów**

-ekshibicjonista. Niewątpliwie jednak ekshibicjonizm stał się elementem współczesnej kultury, a sprzyja mu, jeśli nawet nie anonimowość nadawcy, to sama forma przekazu, która w znacznym stopniu wyklucza bezpośrednie relacje interpersonalne, a w każdym bądź razie oddala je w czasie. Reakcją na post zazwyczaj jest komentarz innego, często anonimowego, często nieznanego nadawcy, użytkownika Sieci. Zarówno zatem ekshibicjonizm, jak i reakcja, mają charakter wirtualny, a zatem bezosobowy. To samo dotyczy wszelkiego rodzaju społeczności, jak np. popularne Grono (1,7 miliona użytkowników w marcu 2008 roku), gdzie można wypisywać dowolne bzdury, zamieszczać obsceniczne zdjęcia, sporadycznie jedynie narażając się na interwencję moderatora. Nie dają tego poczucia anonimowości społeczności łączące osoby sobie znajome (z pracy, ze szkoły). Najlepszym przykładem jest tu niezwykle popularny portal Nasza-klasa (ponad 11 milionów użytkowników w marcu 2008), który jest platformą służącą odnajdywaniu się-umawianiu ludzi, a nie typowym forum wymiany idei (choć i takie przypadki są na nim odnotowywane). Wracając jednak do istoty blogów, większość z nich jest swego rodzaju „dziennikiem przeżyć wewnętrznych”. Autor ma możliwość dzielenia się z nieznanymi osobami: bólem, radością, poczuciem odrzucenia, kompleksami, choć oczywiście mogą się tu także znaleźć wrażenia z lektur czy oglądanych filmów. Niezależnie od treści, blogi zachowują charakter intymny, a dzielenie się intymnością z nieznanymi osobami to psychiczny ekshibicjonizm, obecny we współczesnych relacjach kulturowych na niespotykaną wcześniej skalę.

Internetowa anonimowość daje, rzecz jasna, poczucie bezkarności za publikowane treści. To kolejny ważny element współczesnego przekazu. Błędem byłoby mówienie tu o odwadze nadawców, cóż bowiem z tego, że treści czę-

sto stanowią najbardziej intymne wyznania, skoro, po pierwsze, ich autor pozostaje w ukryciu, po drugie, nie sposób zweryfikować stopnia konfabulacji. Ta bezkarność prowadzi jednak do umyślnego zafałszowywania rzeczywistości, fałszerstwo jest nawet swego rodzaju grą z innymi użytkownikami Sieci. Wyzwaniem, przed jakim staje nauka w epoce cyfr, jest opracowanie metod weryfikowania treści. Zadanie to karkołomne, o ile nie niemożliwe, bo w sytuacji, w której każdy może być nadawcą, i każdy może odbierać dowolny komunikat (pomijam tu zamknięte fora społecznościowe), nie sposób skutecznie cenzurować treści. Nawet jeśli opracowane zostaną odpowiednie ku temu mechanizmy informatyczne i legislacyjne, a społeczność międzynarodowa uzna ich stosowanie za zgodne z obywatelską swobodą wypowiedzi, to i tak wyszukiwanie fałszywych informacji będzie szukaniem igły w stogu siana (pomijając przypadki skrajne, karane, jak głoszenie kłamstwa oświęcimskiego, dystrybucja treści o charakterze rasistowskim, faszystowskim czy pornografii dziecięcej). Tak ogromnej liczby informacji, jaka publikowana jest każdego dnia w Sieci, nie tylko nie da się, ale nawet nie ma sensu kontrolować. Wkraczamy w erę wszechobecnego kłamstwa i wszechobecnego ekshibicjonizmu. Co najgorsze jednak, nowe pokolenie użytkowników Sieci obydwaj typy zachowań uważa za zupełnie normalne, a w skrajnych przypadkach wręcz należące do dobrego tonu. Trudno dziś sobie wyobrazić, jakie mogą być kulturowe konsekwencje systematycznego zafałszowywania rzeczywistości w skali globalnej. Nagle bowiem znajdziemy się w wielu rzeczywistościach, od wyboru nadawcy zależeć będzie nasze wyobrażenie nie tylko o gospodarce i polityce, a więc dziedzinach dynamicznych, siłą rzeczy podlegających różnym interpretacjom, ale także np. o historii.

**Era wszech-
obecnego
kłamstwa**

Poza natychmiastowością dostępu do treści do oczekiwania nowego odbiorcy dodać należy również natychmiastową weryfikację wiarygodności źródła, bez czego nauka i kultura pogrążą się w mroku trudnego do wyobrażenia chaosu. Tu otwierają się ogromne szanse dla obecnych dysponentów wiarygodnych, dobrze zredagowanych treści, przede wszystkim obecnych wydawców książek, prasy i nadawców programów elektronicznych, o czym będzie mowa w dalszych rozdziałach. Pisałem o tym, że już dziś młodzi ludzie, choć sami skłonni do konfabulacji, z zadziwiającą sprawnością odnajdują wiarygodne źródła. Kontrola wiarygodności przez samego nadawcę wymaga jednak nakładów finansowych, podobnie jak utrzymanie wysokich standardów językowych (te najszybciej ulegają degradacji, będzie o tym mowa w następnym rozdziale). Trudno zatem wyobrazić sobie bezpłatną dystrybucję kosztownych treści, o ile nie znajdą się dla nich zewnętrzne źródła finansowania (sponsorzy, reklamy). Wymagać to będzie całkowitego przemodelowania biznesów związanych z gromadzeniem, przetwarzaniem, redagowaniem i dystrybucją treści. A współczesny odbiorca, przyzwyczajony do wszechobecności wielomedialnego przekazu, oczekiwać będzie bezpłatnego dostępu do dóbr nauki i kultury. Dotyczyć to będzie tak samo książek, jak i nagrań dźwiękowych, filmów czy gier komputerowych. Zwłaszcza, że technologie P2P umożliwiają bezpłatne przekazywanie plików o praktycznie nieograniczonej wielkości, w dodatku plików objętych ochroną prawnoautorską. Dziś jest to nielegalne, lub nie w pełni legalne, ale tak powszechne, że doprawdy trudno sobie wyobrazić, by w przyszłości dystrybucja towarów z działu szeroko rozumianej kultury przebiegała inaczej niż w formie nieograniczonego do nich dostępu (np. po wykupieniu stałego miesięcznego czy rocznego abonamentu).

Oczywiście, pojawią się problemy redystrybucji środków dla nadawców i właścicieli praw, ale to zagadnienie omówimy osobno. Tutaj ważne jest oczekiwanie konsumenta: natychmiast i bez ograniczeń. Pełny dostęp przy minimum wysiłku intelektualnego i minimum zaangażowania finansowego. Sprawi to, że przyszłość dóbr kultury i nauki niemal całkowicie zależeć będzie od dostawców treści. Bez obaw jednak. Zmiana formy przekazu samej kulturze nie zagraża. O wiele bardziej niebezpieczne są omówione wcześniej skłonności do bylejakości, konfabulacji i psychicznego ekszibicjonizmu.

E-człowiek zachował dotychczasowe potrzeby: bezpieczeństwa, miłości, samorealizacji, uznania i szacunku, wiedzy i zrozumienia, także przynależności do grupy, choć ta ostatnia jest dziś już inaczej rozumiana. Grupą jest dziś forum czy społeczność internetowa, która zaspokaja jedną z najważniejszych potrzeb (według klasyka teorii potrzeb, Abrahama Maslowa) — nawiązywania bliskich kontaktów z innymi ludźmi. Brak kontaktu bezpośredniego rodzi jednak frustracje (poczucie wyalienowania), a ogromna konkurencja w Sieci skłania do prób wyróżniania się, nawet za cenę rezygnacji z własnych przekonań i upodobań estetycznych. Ta częściowa przynajmniej utrata „własnego ja” wpływa na zachowania neurotyczne, przede wszystkim postawy narcystyczne. Według klasyków psychoanalizy, „narcyzm nie jest wyrazem miłości do siebie, lecz przejawem alienacji własnego ja”. „Człowiek czepia się kurczowo wygodnych iluzji na swój temat w takim samym stopniu, w jakim zatracił samego siebie” (Karen Horney). Nieprzypadkowo psychologowie zwracają uwagę na blogi jako współczesną formę masowej terapii. Ale pamiętajmy, że nowy odbiorca wyposażony

**E-człowiek
zachował
potrzeby**

**Uczepieni
iluzji**

jest w nowe kompetencje i nowe umiejętności, które czynią go bardziej sprawnym w selekcjonowaniu tego, co dla niego przydatne. Te kompetencje będą mu niesłychanie przydatne w e-świecie. Być może pozwolą uchronić się przed fałszem, kiczem, zalewem informacji i spamów reklamowych. Ale też te kompetencje są pochodną technologii; współczesnego klienta e-sklepów niełatwo oszukać, kusząc promocją czy superceną, gdyż w każdej chwili może on zweryfikować rzeczywistą wartość towaru, śledząc przygotowane z myślą o nim porównywarki cenowe. Jednak nawet najwyższe kompetencje, ułatwiające poruszanie się w wirtualnym świecie, nie zastąpią bezpośrednich kontaktów międzyludzkich. „Najgłębszą potrzebą człowieka jest przewycięzenie osamotnienia, opuszczenie więzienia samotności” — pisał Erich Fromm. Oczywiście, kontakt wirtualny może być pierwszą inicjacją dla dalszej znajomości, już „w realu”. Jednak idealistyczną i niebezpieczną byłaby wiara, że wirtualna miłość będzie żarliwa i szczerą, niczym w romansie Janusza L. Wiśniewskiego „S@motność w Sieci” (*nota bene* zakończonym rozstaniem pary kochanków, na co zafascynowane czatowaniem czytelniczki zdają się nie zwracać uwagi). Zdarzają się różne przypadki, także wielkie miłości zrodzone w wirtualnym świecie, ale osoby szukające tego typu kontaktu z natury rzeczy naznaczone są piętnem braku umiejętności nawiązywania kontaktów interpersonalnych (a nierzadko są to też zwykli oszuści). Istnieje poważna obawa, że człowiek cyfr, przyzwyczajony do poszukiwania wrażeń poza światem rzeczywistym, będzie miał coraz większe trudności w nawiązywaniu kontaktów w oderwaniu od medium Internetu, a neurotyczne związki wyalienowanych Internautów będą miały niewielkie rokowania na trwałe pożycie.

Rozważania te wykraczają poza zakres tematyczny tej rozprawy, która dotyczy przede wszystkim przyszłości książki

jako nośnika informacji. Przedstawienie jednak zarówno potrzeb, jak i problemów współczesnego odbiorcy, wydaje się koniecznym dla zrozumienia dalszych zagadnień — związanych z językiem wypowiedzi, znaczeniem hipertekstu, a także samą istotą transakcji on-line, która może zrewolucjonizować nasz sposób uczestnictwa w kulturze.

Rozdział 2

Cyberjęzyk

Nowe pokolenie, dorastające w świecie bitów, komunikujące się on-line lub przez SMS, piszące blogi i komentarze do nich, czatujące i przywykłe do transakcji na aukcjach internetowych, używa własnego języka, wzbogacając tekst materiałem graficznym oraz symbolami (piktogramami) wyrażającymi emocje (emotikonki). Ponieważ nowa forma językowej komunikacji staje się także językiem literatury, nie sposób pominąć to zagadnienie w rozważaniach nad przyszłością książki. Językoznawcy zadają sobie pytanie — czy mamy do czynienia z nieskrępowaną wolnością słowa, czy z kompletną anarchią? Niezależnie jednak, jakiej udzielimy odpowiedzi, stoimy przed faktem *in status nascendi*, przed którym współczesna kultura nie ucieknie.

E-człowiek posługuje się e-językiem. E-język czy też cyberjęzyk (*netspeak* lub *cyberspeak*), gdyż pojęcie e-języka w literaturze fachowej dotąd zwykle używane było dla określenia języka programowania, to żargon stanowiący miesz-

**E-język
nasycony
termino-
logią fa-
chową**

ninę terminologii fachowej, zwrotów anglojęzycznych i pojedynczych angielskich słów, akronimów (zarówno pochodzących z polszczyzny, jak i z angielskiego), okaleczonych słów polskich, wyrażań slangowych, zapisywany polszczyzną bezogonkową czyli często bez znaków przestankowych i wielkich liter w nazwach własnych i na początku zdań. Wielkie litery

zazwyczaj służą wyrażaniu emocji (całe słowa pisane wersalikami), podobnie jak emotikonki, których można już wyróżnić ponad 2000, z czego kilkanaście jest w stałym użytku, często po kilka w jednym krótkim zdaniu. Coraz częściej trafiają one nie tylko do przekazów wystukiwanych na klawiaturze, lecz także do listów czy notatek pisanych ręcznie.

Podstawowe emotikonki to znaki symbolizujące wyrazy twarzy (emocje), np.:

- uśmiech — :)
- smutek — :(
- przymrużenie oka — ;)
- powaga — :|
- śmiech — :d
- pokazany język — :p
- pocałunek — :*
- znudzenie — :[
- milczenie :x

Pełne omówienie emotikonki można znaleźć na stronie internetowej Emotka.net (stamtąd też da się pobrać dowolny znaczek graficzny).

Można korzystać ze standardowych zestawów emotikonki, które oferuje większość czatów (czasem uzyskujemy obrazek poprzez wpisanie słowa w symbolach <>, np. <pyfko>, <olaboga>) czy komunikatory, jak Tlen lub Gadu-Gadu (490 emotkiniek, można też definiować własne symbole, wykorzystując ilustracje zapisane w formacie .GIF). Nie we wszystkich jednak grupach społecznościowych wykorzystywane są graficzne emotikonki, czasem (jak np. wśród użytkowników komunikatora IRC) stosuje się wyłącznie symbole lub zamknięte w nawias słowa. Najbardziej popularne emotikonki weszły już do edytorów tekstów dystrybuowanych przez firmę Microsoft, producenta systemu operacyjnego Windows.

Wrzaskuny nową gene- racją emoti- konek

Nową generacją emotikonek są tzw. wrzaskuny, czyli emotikonki animowane, które wydają dźwięki. Płaski przekaz złożony zaledwie z dwóch znaków (np. :d) uzyskuje zatem zupełnie nowy obraz, oddziałujący na kilka zmysłów.

Emotikonki w znacznym stopniu zastępują znaki przestankowe, ale na tym oczywiście ich rola się nie kończy. Za pomocą kilku znaków można wyrazić uczucia towarzyszące lekturze. Oczywiście, uczucia zamknięte w pojedynczych symbolach siłą rzeczy są trywialne. Do pewnego stopnia jest to nawet ucieczka przed rzeczywistym wyrażaniem uczuć i emocji, symbole są bowiem mniej zobowiązujące, traktowane niejako z przymrużeniem oka, stanowiące integralną część języka internetowego, który z racji na pozbawiony bezpośredniego kontaktu personalnego charakter, siłą rzeczy jest słabo nacechowany emocjami. Łatwość zamknięcia nastroju w symbolu sprawiła jednak, że emotikonki wdarły się także do tekstów literackich — przede wszystkim poezji, ale i prozy, a także do tekstów prasowych, w szczególności tych publikowanych przez internetowe portale informacyjne, ale także do drukowanej prasy młodzieżowej. W przypadku poezji, która jest przecież w przytłaczającej większości refleksyjnym zapisem emocji i nastrojów, spływanie słów do postaci znaków jest jednym z najbardziej charakterystycznych zwiastunów zupełnie nowych trendów artykulacji literackiej, ściśle powiązanej z cyberjęzykiem. Brak rozumienia znaczenia emotikonek już w niedługim czasie może ograniczyć nasze zdolności obcowania z tekstem. Już dziś zresztą językoznawcy zwracają uwagę, że formy przekazu, jakimi posługuje się młode pokolenie, są dla osób starszych zupełnie niezrozumiałe. „Wydaje się wręcz, że mówimy obcymi językami, a nawet mam wrażenie, że mówię jakimś narzeczem,

Nastrój zamknięty w symbolu

którym moi słuchacze się nie posługują” — mówił Przemysław Nowogórski, dyrektor departamentu dziedzictwa narodowego w Ministerstwie Kultury, podczas zorganizowanej w lutym 2008 roku sesji poświęconej obchodom Międzynarodowego Dnia Języka Ojczystego. Wypowiedź dotyczyła języka, jakim posługują się obecni studenci, w przypadku gimnazjalistów i licealistów ta przepaść komunikacyjna jest jeszcze większa.

Obok emotikonek, najpowszechniejszym elementem nowego języka tekstowego jest brak ogonków, czyli znaków diakrytycznych. W języku polskim jest ich dziewięć: ą, ć, ę, ł, ń, ś, ó, ź, ż. W przypadku języka komputerowego, w którym każdy znak wymaga odpowiedniego kodu, tych liter z ogonkami jest dwa razy tyle, gdyż dochodzą do tego wersaliki (kapitałiki, wytłuszczenia czy kursywy zwykle powstają przez dodanie nowego kodu do kodu odpowiadającego literze). Początkowo ze znaków diakrytycznych rezygnowano ze względów praktycznych — przede wszystkim przy nazwach plików, które przenoszone z jednego systemu operacyjnego do innego mogły się nie otwierać z uwagi na odmienne sposoby kodowania. A tych sposobów było łącznie dwadzieścia, z czego do dziś stosuje się sześć (m.in.: CP852, ISO-8859-2, Windows-EE, Mazowia czy Unicode). Błędy pojawiały się też w poczcie elektronicznej, na stronach internetowych (zwłaszcza na komputerach klasy Macintosh) oraz po otwarciu plików tekstowych. W przypadku starszej generacji telefonów komórkowych po prostu nie występowały polskie znaki. Dziś problem ten prawie nie występuje, gdyż ujednolicono standardy, a większość aplikacji odczytuje najpopularniejsze sposoby kodowania polskich liter. Jakby jednak na przekór możliwościom, powszechnie zaczęto ignorować polskie znaki — szczególnie w wiadomościach SMS oraz komunikatorach internetowych,

Polszczyzna bez ogonków

ale w przypadku najmłodszego pokolenia dotyczy to także korespondencji e-mail oraz części blogów. Nie jest to non-szalancja dla norm językowych, czy nawet maniera, lecz nowa forma stylistyki, z którą językoznawcom trudno będzie się pogodzić. Powstają już nawet „bezogonkowe” utwory literackie — zarówno prozatorskie, jak i poetyckie, pozbawione polskich znaków diakrytycznych, interpunkcji (za to bogate w emotikonki) i wielkich liter w nazwach własnych oraz na początku zdań (początku zdania zresztą zazwyczaj nie ma, gdyż nie ma i końca, a hiperłączka — będzie jeszcze o nich mowa — sprawiają, że często nie ma początku i końca utworu).

Osobnym, niezwykle istotnym elementem cyberjęzyka są akronimy, czyli skrótowce utworzone przez skrócenie wyrażenia złożonego z kilku słów. Często wywodzą się one z języka angielskiego, bodaj najpopularniejszy w młodzieżowym żargonie akronim to BTW, pochodzący od angielskiego *by the way* (swoją drogą, przy okazji). Ma on rzadziej używany polski odpowiednik ATSD (a tak swoją drogą). Inny, również wywodzący się z angielskiego, to WTF od *what the fuck?* (o co, do cholery, chodzi?), czy DIY od *do it yourself* (zrób to sam), a z polskich np. MSZ (moim skromnym zdaniem). Popularnym polskim skrótowcem jest „nara” (na razie). Mamy też rozliczne rodzaje świadomego kaleczenia polszczyzny lub wprowadzania śmiesznych powiedzonek. Zamiast „na razie” mówi się: „nara”, „narta”, „na gazie”, możemy też zakończyć rozmowę używając m.in. zwrotów: „strzała”, „strzałka”, „siemka”, „siema”, „dozo” (od „do zobaczenia”), „spad”, „sija” (od angielskiego *see you*, a dokładnie *see ya*), „papatki” lub po prostu „pp” (od dziecięcego pożegnania „pa pa”). Jest też cała masa emotikoniek kończących konwersację. Słowo „dziękuję” skraca się przykładowo do: „thx” (od angielskiego *thanks*), ale i: „dziej-

ki", „dzięks" czy „dzięku". Sympatyczną formą pożegnania może być zwrot: „miłych snuff", zwieńczony emotikonką:*, oznaczającą pocałunek. Skracanie słów jest bardzo rozpowszechnione. Zamiast „cześć", wystarczy „cze", zamiast „spokojnie" — „spoko" lub „spox". Pewną manierą jest fonetyczny lub quasifonetyczny zapis angielskich zwrotów, jak: „fenk ju", „aj dont fink soł" czy pojedynczych słów: „oki", „siur" lub zapis polskiego słowa w sposób odnoszący się do wymowy angielskiej — np. „fuckt" zamiast „fakt". Czasem wykorzystuje się także polską lub angielską wymowę liczebników w połączeniu ze słowem lub wymową głoski czy litery alfabetu — np. „4U" — od *for you* (dla ciebie) czy „3maj się". Do tego dochodzą sformułowania informatyczne czy też związane z użytkowaniem komputera. „A+C+D" znaczy tyle co „rozłącz się" (od komendy wciśnięcia na raz trzech klawiszy Alt+Control+Delete, która powoduje zamknięcie aplikacji lub zresetowanie komputera), napisanie „AltF4" oznacza wyjście z systemu, itd.

Modyfikacje wprowadzono także w zapisie fonetycznym polskich słów. Zamiast „ku" coraz częściej spotykamy obcą w polskim języku literę „q" („aqq", „roq", „qjon" itd.), zamiast „ks" — „x" („xiądz", „xiążka", „xiążę"), zamiast „ó" — „oo" („spokooj", „sposoop" — w tym przypadku zmiękczona została także ostatnia głoska), czy zamiast „sz" — „sh" („jush", „kohash mnie???"). Umyślnie łamane są też zasady pisowni wyrazów z literami „ch" czy „ó", często pisane odwrotnie, z wykorzystaniem „h" i „u". Dla językoznawców tego typu modyfikacje są szczególnie irytujące, gdyż wprowadzają ortograficzny chaos. Pozornie chaos niczym nieuzasadniony, w rzeczywistości jednak — pomijając dyslektyków i niedouków — jest on jak najbardziej zamierzony, podkreślać ma pełną swobodę piszącego do dowolnego

Papatki,
miłych
snuff...
WTF?

Straszną internetowa codzienność

operowania słowem. „Mugł”, „ktury” czy „hory” wyglądają strasznie, ale to internetowa codzienność — wystarczy prześledzić blogi.

O ile zdania i nazwy własne zazwyczaj pisane są małą literą, to zaskakuje powrót do praktyki pisania wielką literą zaimków odnoszących się do osoby, do której zwraca się mówiący. Takie zaimki osobowe jak np.: Ty, Ciebie, Tobą pisane są jak w epistolografii. Tak jak emotikonki wyrażają emocje, tak wielka litera w zaimku osobowym podkreślać ma szacunek („szacun”) dla wirtualnego rozmówcy.

Podkreśleniu wagi słowa służy „wykrzyczenie”, czyli napisanie go wersalikami. Bardzo charakterystyczne jest też zwielokrotnienie na końcu zdania wykrzyknika lub pytajnika (podwojenie znaku w większości komunikatorów automatycznie zmienia się w ikonę ze znakiem wpisanym w pomarańczowy kwadrat).

Nowe formy komunikacji językowej mogą wzbogacić kulturę, o ile nie zastąpią norm dotychczasowych. Wygodne skrótownice, umyślne błędy ortograficzne i interpunkcyjne stanowią niechybnie zagrożenie dla języka, ten jednak ewoluuje dziś szybciej niż kiedykolwiek — pojawiają się nie tylko tysiące nowych nazw własnych, ale i wywodzące się od nich gałęzie wiedzy, a wraz z nimi wchodzące do potocznego języka słowa. Najważniejsze jednak, że w dobie e-komunikacji puryści językowi nie mają wiele do powiedzenia. Łatwość dystrybucji tekstu sprawia, że czystość języka wymknęła się spod kontroli. A Internet nie będzie jedyną oazą (oceanem?) wolności. Językowy luz, swoboda, obejmą niebawem wszystkie formy publikacji. Zresztą, już przecież ten *cool* język przenika prasę młodzieżową, która goni za trendami i stara się przypodobać młodemu odbiorcy, w tzw. poważaniu mając jakąkolwiek misję edukacyjną. Łatwość druku sprawia, że

pączkują alternatywne wydawnictwa książkowe, a i sami autorzy mają pełną swobodę, korzystając z taniej technologii druku na żądanie. Cyberjęzyk stał się nowym składnikiem kultury. Składnikiem niepożądanym, niczym chwast, gdyż w swej anarchii jest antykulturowy. Wymierzony w tradycję i normy językowe. Ale jakże rzeczywisty. Bo przecież cyberjęzyk to możliwość zmanifestowania własnego ja. Ja wyalienowanego człowieka, który do dyspozycji ma jedynie monitor, klawiaturę i nieprzebrane zasoby Sieci. I potrafi z tego korzystać. A w morzu informacji trzeba się przecież wyróżnić, być oryginalnym. A jeśli już nie da się być oryginalnym, to chociaż być *cool*, czyli nie gorszym niż inni.

Cyberję-
zyk niczym
chwast

Rozdział 3

Hiperliteratura

Hiperłącze (*hyperlink*) jest jednym z najważniejszych wyznaczników współczesnego tekstu, w tym także internetowej literatury. Jego geneza sięga drukowanych encyklopedii i leksykonów, w których pojawiały się w tekście odesłania do innych haseł umieszczonych w książce (najczęściej zaznaczonych za pomocą symbolu strzałki). Internetowy język HTML (a obecnie także inne formy cyfrowej prezentacji tekstu, jak choćby dokumenty PDF czy niektóre edytory tekstu, w tym MS Word) umożliwiają nieograniczone odsyłanie do innych miejsc w tekście, a także innych stron WWW i innych dokumentów: tekstowych, graficznych, filmowych, muzycznych. Ułatwia to nawigację, automatyczne przeskakiwanie od jed-

Nieograniczone odsyłanie

nego dokumentu do drugiego, wybiórcze czytanie, wstępną preselekcję (hipertekstowe spisy treści czy indeksy). Hiperłącze stało się jednak elementem nie tylko encyklopedii i słowników, lecz także mniej lub bardziej rozbudowanych tekstów literackich — pisanych przez jednego lub więcej autorów. W literaturze polskiej najbardziej znanym hipertekstowym utworem jest powieść „Blok”, napisana przez Sławomira Shuty (laureat Paszportu „Polityki” za powieść „Zwał”). „Blok” przedstawia życie trzydziestu mieszkańców dziesięciopiętrowego budynku. Każde nazwisko widnieje w spisie lokatorów, który jest połączony hiperlinkami z odpowiednimi fragmentami

książki. We fragmentach poświęconych lokatorom są kolejne hiperlinki, które rozwijają opowieść. Z tradycyjnych tekstów literackich nasuwa to skojarzenia z „Grą w klasy” Cortazara, książką-układanką, którą można czytać na wiele sposobów, pomijając jej fragmenty. Idea hipertekstu polega bowiem na układance i pozostawieniu czytelnikowi swobody — w jakiej kolejności chce czytać, jak zechce śledzić narrację. To swoiste puzzle literackie, w które dodatkowo można bawić się bez początku i bez końca. Autorzy takich internetowych hiperutworów pozostawiają zresztą czytelnikowi możliwość ich współtworzenia. Samo pojęcie hipertekstu zakłada nielinearność utworu. Na hipertekst składają się tzw. leksje, czyli połączone ze sobą fragmenty, które można dowolnie kompilować.

Swoiste
puzzle
literackie

Cały Internet jest jednym wielkim hipertekstem, dzięki czemu możemy w nim tak szybko i przyjemnie nawigować. O ile jednak Internet to zbiór przypadkowych często tekstów, o tyle w przypadku pojedynczych stron (utworów) mamy do czynienia z pewną koncepcją, której charakter (w przeciwieństwie do tradycyjnego utworu literackiego) jest otwarty. Hipertekst zakłada możliwość dodawania właściwie w nieskończoność kolejnych fragmentów (leksji). Wyklucza też porządek (pod tym względem powieść Shutego to zaledwie próba zabawy w hiperliteraturę). Wymaga zaangażowania ze strony czytelnika, który niczym w grze *role playing* sam wybiera dokąd dalej pójdzie — które drzwi otworzy, jakiego dokona wyboru na rozdrożu. Zwykle jeden wybór pociąga za sobą możliwość dalszej wędrówki i dalszych wyborów. Lektura hipertekstu jest swego rodzaju przygodą, a im system jest bardziej rozbudowany, tym dłuższa i bardziej fascynująca ta wędrówka. Wywraca to jednak do góry nogami dotychczasowe pojmowanie utworu literackiego jako zamkniętej koncepcji autora, świata rządzącego się swoją logiką, mającego

fabułę i bohaterów. W przypadku hipertekstu utwór żyje tak długo, jak długo nie zamknie go administrator strony, z natury swej mając nieskończony charakter.

Można sobie zadawać pytanie, czy czytelnicy będą chcieli z tego typu dziełem literackim obcować? Z czymś bez początku i końca? Pytanie to, które zapewne nasuwa się w sposób dość oczywisty osobom przywykłym do tradycyjnej literatury, jest jednak bezpodstawne, jako że mamy do czynienia z faktem już dokonany. Dzieła hipertekstowe istnieją, a najpopularniejsze mają setki tysięcy czytelników odwiedzających witryny internetowe, na których są zamieszczone. Nowy odbiorca nie potrzebuje początku i końca, gdyż

Nowy odbiorca nie potrzebuje początku i końca

jest przyzwyczajony do poruszania się w wirtualnym świecie, który jawi się niczym nieskończoność. Dobrym przykładem są gry fabularne (*role playing*) ulokowane w Sieci (np. świat „Ultimy”) czy wirtualne gry społecznościowe (np. „Second Life”), w których zalogowany użytkownik pojawia się w trakcie niekończącej się zabawy i sam wybiera, jak będzie przebiegać jego rozgrywka. O ile jednak gra to trójwymiarowy świat animacji, dźwięku i tekstu, o tyle hiperliteratura to jednak przede wszystkim tekst, zabawa intelektualna, dla której próżno szukać wcześniejszych kontekstów kulturowych.

Trafną definicję różnicy między hipertekstem a literaturą dał Umberto Eco w swoim eseju „Nowe środki masowego przekazu a przyszłość książki”. „Książka wymaga lektury linearnej, od początku do końca. (...) Hipertekst natomiast pozwala sklejać w jednej chwili i wedle naszego życzenia rozmaite partie tego samego tekstu, a tym samym zapewnia odczytanie osobiste, za każdym razem inne”. Wraz z wynalezieniem druku pojawiła się nowa forma literacka — powieść; Internet wprowadza hipertekst, który — jak to zostało powiedziane — zmienia nasze wyobrażenie literatury, a także

roli autora i czytelnika. Nie wiemy dzisiaj, jak bardzo czytelnicy przyszłości będą zarazem współtwórcami, gdyż tak naprawdę literatura hipertekstowa dopiero raczkuje. Nie powstało jeszcze żadne dzieło, które zwróciłoby powszechną uwagę krytyków, jest to na razie bardziej formalny eksperyment, zabawa słowem i formą wyrazu. Jednym z pierwszych, i najczęściej komentowanych w literaturze fachowej literackich utworów hipertekstowych, była powstała w 1989 roku powieść Michaela Joyce'a „Afternoon. A story”. Książka dystrybuowana była na dyskietkach jako plik tekstowy programu Storyspace. Składała się z 539 leksji i 951 hiperpołączeń. Niezwykłość tego utworu polega na braku jakiegokolwiek liniowej fabuły. Połączenia między fragmentami tekstu są ukryte (inaczej niż linki ze stron internetowych), a część z nich generowana losowo (inne zależą od tego, jak czytelnik odpowie na zadane przez autora pytanie — może wpisywać „tak” lub „nie”). W rezultacie można czytać tę książkę na wiele sposobów, nie ma ona końca, nie wyjaśnia tematu intrygi, nie rozwija fabularnie losów jej bohaterów. „Storyspace to generatywne, płynne środowisko pisarskie, które pozwala gromadzić, przechowywać i eksperymentować z pomysłami narracyjnymi, bez zamartwiania się, czy wszystkie one w danej chwili akurat do siebie pasują. W Storyspace, bez względu na to, w jakiej formie pojawia się inspiracja — czy jest to tekst, obraz, dźwięk czy wideo — jest miejsce na wszystkie idee. Korzystaj z programu, gromadź je, przemieszczaj i łącz ze sobą” — piszą twórcy Storyspace (za: Techsty.art.pl). „Głównym wyróżnikiem tego tekstu, jak i większości hipertekstów opublikowanych przez Eastgate, są słowa, które niosą (*words that yield*). Takim terminem Michael Joyce określił charakterystyczny dla hipertekstów tworzonych w programie Storyspace brak hipertekstowych kotwic. Na skutek tego zabiegu czytelnik

Słowa,
które niosą

zazwyczaj nie wie (chyba, że wykorzysta do tego celu specjalne menu), za którym ze słów kryje się hiperłącze. Czasami z jednego miejsca narracja może się rozgałęzić w kilkunastu kierunkach, czasem w kilku, są też takie miejsca, które kierują czytelnika torem linearnie opowiedzianej historii i kończą się ślepyim zaułkiem. Wpisane w tekst odsyłacze warunkowe, pozwalające czytelnikowi przeczytać kolejny segment z literackiej bazy testowych fragmentów tylko pod warunkiem wcześniejszego odwiedzenia konkretnie wskazanej leksji, oraz mechanizm randomizacji kolejności pojawiających się przed czytelnikiem tekstów sprawia, że nie ma tu niemal żadnej gotowej historii, są tylko jej różne odczytania. Większość fragmentów to narracja jednoosobowa, nie zawsze domyślamy się też, który z bohaterów mówi. Tok przyczynowo skutkowy, słowa i działania bohaterów — stają się dzięki temu radykalnie wieloznaczne” — tak charakteryzuje prekursorską książkę Joyce’a Mariusz Pisarski w szkicu pt. „Powieść jako zwierciadło umysłu”. Inni twórcy Storyspace to Jay David Bolter i Mark Bernstein. Ten pierwszy zwraca w swoich pracach teoretycznych uwagę m.in. na połączenie obrazu i tekstu, jako wyróżniki nowej formy komunikacji (głośna książka „Writing Space”). Drugi jest twórcą Tinderboxa, programu do tworzenia blogów, którego wersja 4.2 ukazała się w 2008 roku (więcej na stronie Markberstein.org, swoistym blogu naukowca).

O ile wciąż trudno wyobrazić sobie hiperpowieść, to na naszych oczach kwitnie „poezja cybernetyczna”. Poezja, która łączy ze sobą obraz, dźwięk i tekst, w dodatku tekst złożony z niezrozumiałych często słów. To poezja chaosu, oddziałująca na czytelnika poprzez skojarzenia, właściwie nie wymagająca lektury (dobrym przykładem jest tu twórczość Romana Bromboszcza, w której czasem w ogóle nie ma słów, tylko ruchome obrazy (brom-

Poezja
cyberne-
tyczna

boxy.proarte.net.pl). Kluczowym pojęciem dla rozumienia poezji cybernetycznej jest zapętlenie — obojętne, czy będzie to ciąg liter, cyfr czy obrazów, ważne są sekwencje, powtarzalność, jakże charakterystyczna dla Internetu. Wyraża się w tym myśl znana czytelnikom Jorge Luisa Borgesa: „Nie mogę dokonać połączenia kilku liter *dhcmlrchtjdj*, którego by boska Biblioteka nie przewidziała i które w jednym z jej tajemnych języków nie zawierałoby jakiegoś potwornego sensu” — czytamy w „Bibliotece Babel”, opowiadaniu z tomu „Fikcje”, które dla wielu współczesnych badaczy jest wizją hipertekstowego świata Internetu. W poezji cybernetycznej mieszają się gatunki sztuki, ważna jest audiowizualność przekazu. Jej sens chyba najlepiej wyraża Łukasz Podgórń w tekście „Samookreślenie”. „Poezja cybernetyczna jest tą grą językową, w której chodzi o przeformułowanie niektórych z przeświadczeń, zakorzenionych w automatyzmie społecznych ocen. Występujemy przeciwko nieuzasadnionym podziałom na kategorie: artysta, naukowiec, osoby trzecie. Istnieje wiele powodów, by przestać w ich rozróżnienie wierzyć. Znosimy różnice i głosimy świat po zagładzie jądrowej. Odwrócenie ról zmysłów. Percypowanie słuchem”. Poprzez swoją polifoniczność, poezja cybernetyczna oddziałuje naraz na wiele zmysłów, nie może istnieć na papierze, ma charakter przestrzenny. Bliżej jej do sztuk plastycznych niż do tradycyjnego pojmowania poezji. Bez wątplenia jednak jest to eksperyment, który znajdować będzie wielu naśladowców. Funkcjonować będzie jako osobna forma ekspresji, niezależnie od poezji, która obrazuje za pomocą słowa. Tej ostatniej z pewnością nie zastąpi, gdyż są to w gruncie rzeczy zupełnie inne płaszczyzny estetyczne.

Jeśli przyjrzymy się dyskusjom toczonym na stronie lf:book prowadzonej przez Institute for The Future of Book (Futureofthebook.org), to większość komentatorów zwraca

Percypowanie słuchem

uwagę na trzy aspekty książki hipertekstowej. Są to: interakcja, nawigacja, a także związki tekstu z innymi mediami, przede wszystkim z grami komputerowymi, ale także z materiałami ilustracyjnymi i audiowizualnymi.

Francuska badaczka Marie Laure Ryan, autorka m.in. pracy „Cyberspace Textuality: Computer Technology and Literary Theory”, wyróżnia następujące różnice pomiędzy tradycyjnym tekstem a hipertekstem (polskie tłumaczenie za stroną Techsty):

| TEKST KLASYCZNY | HIPERTEKST |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| trwałość | ułatwość |
| uporządkowanie linearne | uporządkowanie przestrzenne |
| znaczenie zdefiniowane pierwotnie | znaczenie wyłaniające się |
| uwaga skupiona na świecie tekstualnym | uwaga skupiona na języku |
| tekst doświadczany jako głębokoci | doświadczenie tekstu jako powierzchni |
| struktura wycentrowana | zdecentralizowana struktura |
| układ „z góry do dołu” | układ „z dołu do góry” |
| globalna koherencja | lokalna koherencja |
| czytanie ukierunkowane na cel | czytanie jako bezcelowe wędrowanie |
| podejście systematyczne | majsterkowanie z heterogenicznością |
| myślenie logiczne | myślenie analogiczne |
| praca | gra |
| jedność | rozbieżność |
| porządek | chaos (system samoorganizujący się) |
| monologia | wielogłosowość, dialogiczność |
| nieprzerwany rozwój | przeskoki, nieciągłość |
| sekwencyjność | paralelizm |
| solidność | płynność |
| tekst jako retoryka perswazji pamięci | dynamiczna symulacja aktywności mózgu |

Bodaj najważniejszym wyróżnikiem jest tu różnica między „czytaniem ukierunkowanym na cel” i „czytaniem jako bezcelowym wędrowaniem”. Oczywiście, w takim hasłowym ujęciu nie dało się uniknąć pewnego przejawienia, gdyż nawigując w hipertekstach użytkownik także ma cel (poszukiwanie informacji, kształcenie się), ale celem tym nie jest lektura sama w sobie. Otwierając kolejne leksje, partie tekstu, czytelnik często odbiega coraz dalej od głównego wątku, ale też samodzielnie dokonuje wyboru — co chce czytać i w jakiej kolejności. „Nieciągłość”, „płynność”, „wielogłosowość”, to cechy nowego tekstu, których nie był w stanie zapewnić odbiorcy tradycyjny druk.

**Bezcelowa
wędrowka**

W rozważaniach nad hipertekstem, obok samego medium i twórcy, ogromną rolę odgrywa czytelnik — komentator, recenzent, ale i współtwórca. W klasycznym eseju „Śmierć autora” Roland Barthes zwraca uwagę, że jego rola ulega marginalizacji wraz z odejściem od tradycyjnej fabuły. „Wizerunek literatury we współczesnej kulturze został styranizowany przez autora: jego osobę, jego życie, jego gusta, jego pasje” — pisze Barthes. Z punktu widzenia przekazu ważna jest jednak treść, a nie jej autor. Zdaniem francuskiego krytyka, dzieło literackie odzyska swoją autentyczność, jeśli wyzbędzie się autora. O ile, wizja ta była utopijna w 1977 roku, kiedy Barthes pisał swój esej, to wraz z odchodzeniem od druku jako dominującej literackiej formy prezentacji treści, istotnie rola autora spychana jest na margines. Czy jednak sama literatura na tym zyskała? Można mieć co do tego wątpliwości. Nawet pasjonaci hipertekstu zwracają uwagę, że większość dostępnych utworów to teksty „nudne”, przesycone terminologią naukową lub rozważaniami o charakterze ekshibicyjnych zwierzeń. Nic nie zastąpi dobrej

**Śmierć
autora**

fabuły, problem jednak w tym, że coraz częściej „interakcyjna fabuła” stanowi całkowite niemal odejście od dzieła literackiego w kierunku wytyczonych przez twórcę-programistę ram, nawiązujących do gier fabularnych. Hiperliteratura jest formą zabawy, i tym zapewne pozostanie. Dla wielu to zabawa znacznie bardziej atrakcyjna niż czytanie książek. Nawigacja i żeglowanie po kolejnych fragmentach

Książka wyklucza żeglugę

tekstów dają poczucie swobody, ograniczane dziś jedynie przez samo medium (dostęp do urządzenia będącego on-line, hipertekst nie istnieje bez ekranu komputera czy czytnika cyfrowej postaci tekstu). Brak konieczności śledzenia losów bohatera, rozwoju zdarzeń pojawiających się w sekwencjach z góry narzuconych, to także nowa forma wolności obcowania z tekstem. Wolności niebezpiecznej, gdyż odbiorca nawykły do czytania w Internecie będzie miał coraz większe trudności w skupieniu się nad tekstem tradycyjnym, w którym są: „porządek”, „sekwencyjność” i „monologia”. Nowy odbiorca może w ogóle nie chcieć książki, gdyż ta, jako medium, nie spełnia jego oczekiwań. Przede wszystkim nie daje natychmiastowego dostępu do pożądaných informacji, pozbawiona jest cech hipertekstu, które umożliwiają żeglugę. Wymaga koncentracji i logicznego myślenia. Pozbawia czytelnika możliwości współtworzenia i komentowania. Potrzeby e-czytelnika zaspokaja Internet, ale do pewnego stopnia także e-książka, o której będzie mowa w rozdziale piątym.

Bez wątpienia jednak rację ma Umberto Eco, kiedy pisze, że hipertekst nigdy nie zastąpi powieści. „Książka do czytania wymaga, byśmy doszedłszy do strony 200 pamiętali coś, co zostało powiedziane na stronie 20, byśmy uruchomili naszą pamięć, byśmy korzystali z naszej zdolności przebiegania przestrzeni, którą w toku lektury ukształtowa-

liśmy w naszej wyobraźni. (...) Nowe technologie prowadzą do powstawania nowych form twórczości. (...) Ale te nowe formy nie zastępują starych, których potrzebę nadal głęboko odczuwamy”.

Rozdział 4

Cyberprzestrzeń

„Świat fantomatyczny jest światem całkowitego osamotnienia. Nie może się w nim jednocześnie znajdować więcej niż jeden człowiek — tak samo, jak niemożliwe jest, aby dwie realne osoby znajdowały się w tym samym śnie. Żadna cywilizacja nie może się w pełni sfantomatyzować. Gdyby bowiem wszyscy jej członkowie jęli przeżywać od pewnego momentu wizje fantomatyczne, świat realny tej cywilizacji zatrzymałby się i zmarł” — pisał w 1964 roku w swej „Summa Technologiae” Stanisław Lem.

Termin fantomatyki nie przyjął się, zastąpiły go takie określenia jak rzeczywistość wirtualna (*virtual reality*) czy — nie do końca równoznaczna — cyberprzestrzeń. Wiemy też dzisiaj, że ta funkcjonuje niejako obok świata realnego, a nie w jego zastępstwie, choć wirtualną rzeczywistość można używać dla kreowania obrazów do złudzenia przypominających scenerie i ludzi z krwi i kości (widzimy to we współczesnej kinematografii). Cyberprzestrzeń nie wyklucza też interakcji, a więc obecności drugiego człowieka, czego dowodem choćby gry internetowe. W literaturze pięknej znajdujemy wiele przykładów rzeczywistych spotkań ludzi w świecie wirtualnym (choćby w powieści Rafała Ziembkiewicza „Pieprzony los kataryniarza”), ale jak na razie są to jedynie wizje z gatunku *science-fiction*. Niemniej, świat fantomatyczny nie jest — jak pisał Lem — światem całkowitego

osamotnienia, jest raczej formą ucieczki od samotności. Jest to jednakże ucieczka od samego siebie — w świat złudzeń i wirtualnych kontaktów, które — o czym już była mowa — nie mogą zastąpić rzeczywistych kontaktów interpersonalnych. I w istocie ich nie zastępują.

Pojęcie cyberprzestrzeni wprowadził do literatury William Gibson, autor „Neuromancera”, ojciec gatunku literackiego określanego cyberpunkiem. Utożsamiał on cyberprzestrzeń z rzeczywistością wirtualną. Dziś ta ostatnia rozumiana jest znacznie wężiej — jako wykreowany przez komputery (dokładnie programy graficzne do trójwymiarowej animacji) sztuczny obraz rzeczywistości mniej lub bardziej przypominającej autentyk. Dziś wirtualne może być studio telewizyjne, ale też postacie ludzkie. W drugiej połowie lat 90. ubiegłego stulecia furorę w Japonii robiła Kyoko Date, znana też jako DK-96. Ta wirtualna szesnastolatka nie tylko prowadziła młodzieżowy program telewizyjny, ale też nagrywała płyty (jeden z największych hitów 1996 roku — płyta pt. „Love Communication”). Głosu wirtualnej dziewczynie, stworzonej całkowicie w studio graficznym, udzielała nieznana nastolatka. Kyoko wyznaczała mody — dziewczyny czesały się i ubierały jak ona. Miała swój życiorys, chłopaka, upodobania. Bardziej znaną od Kyoko wirtualną postacią jest Lara Croft — bohaterka cyklu gier „Tomb Rider” (a także powstałych później filmów fabularnych czy komiksów). W tym przypadku komputerowa postać była odpowiednikiem rzeczywistych modelek (było ich dziewięć, nie licząc aktorki Angeliny Jolie, która wcieliła się w postać filmową). Lara Croft na wiele lat stała się symbolem seksu (długi czarny warkocz, wyzywające spojrzenie, t-shirt bez rękawów opięty na dużym biuście, krótkie spodenki) i kobiecej niezależności. Do tego stopnia bohaterka gier komputerowych przeniknęła do świata

**Fantoma-
tyka to nie
cyberprze-
strzeń**

Lara Croft w filmach porno

rzeczywistego, że powstały nawet niskobudżetowe filmy pornograficzne z „gwiazdkami” uczesanyimi i ubranymi jak Lara.

O ile jednak wirtualna rzeczywistość dziś utożsamiana jest ze światem popkultury i scenografii (gry komputerowe, filmy, programy telewizyjne), to cyberprzestrzeń jest zjawiskiem wciąż inspirującym jako wizja niemal totalnej informatyzacji. Chyba najlepszą wizją cyberprzestrzeni jest filmowa trylogia „Matrix” — świat pozornych wyborów, rozszczępionej rzeczywistości, która przenika się na płaszczyznach czasowych i przestrzennych. „Czym jest Matrix? Wasze zmysły wzroku i słuchu będą w stanie permanentnego czerwonego alarmu, doznają informacyjnego przeciążenia na skalę niemal niewyobrażalną. Matrix to Marshall McLuhan z przyspieszonym przewijaniem. Cięcia są wizualnymi hiperłączami. Sceny walki są wcieleniem PlayStation. Czym jest Matrix? To ostateczne urzeczywistnienie społeczeństwa technologicznego” — pisze Read Mercer Schuchard w eseju „Czym jest Matrix?”. Apokaliptyczna wizja stworzona w filmie braci Wachowskich przedstawia świat „Matrixa”, od którego nie ma ucieczki. Jest wszechobecny, totalitarny i śmiertelnie niebezpieczny. Czy tak ma wyglądać cyberrzeczywistość?

Niekoniecznie, choć tak zwykli ją przedstawiać pisarze *science-fiction*, w ślad za którymi podążyli film (np. „Kosiarz umysłów”) i gry komputerowe (np. „System Shock”, „I Have no Mouth, but I Must Scream”). Pisarze fantastyki widzą cyberprzestrzeń podporządkowaną komputerom (systemom informatycznym), które wydostały się spod kontroli człowieka, a zwykle zbawcą świata jest samotny haker lub programista. Wizja mniej utopijna przedstawia cyberprzestrzeń jako okablowany świat połączeń wirtualnych, w obecnej rzeczywistości świat Internetu. Ta definicja, często powtarzana

Wszech- obecny Matrix

w hasłach encyklopedycznych, wydaje się z kolei zbyt uboga, gdyż cyberprzestrzeń to nie tylko interakcja, ale także symulacja rzeczywistości. Tu dotykamy styku cyberprzestrzeni z rzeczywistością wirtualną, gdyż idea jest taka, by znajdujący się w cyberzeczywistości człowiek odczuwał ją na wiele sposobów, wszystkimi niemal zmysłami. Mamy zatem do czynienia niejako z rzeczywistością alternatywną, nie ma ona jednak charakteru totalnego, przed czym ostrzegali Lem czy twórcy „Matrixa”. Nie ma też na nią wielkiego zapotrzebowania.

„Termin »wirtualność« może mieć co najmniej potrójne znaczenie: techniczne (w powiązaniu z informatyką), ogólne oraz filozoficzne. Fascynację rzeczywistością wirtualną zawdzięczamy w dużej mierze pomieszaniu tych trzech znaczeń. W ujęciu filozoficznym wirtualne jest to, co istnieje potencjalnie, a nie jako akt. Jest to dziedzina przyczyn i problemów dążących do rozwiązania poprzez aktualizację. Wirtualność wyprzedza rzeczywistą lub formalną konkretyzację (drzewo jest wirtualnie obecne w nasieniu). W ujęciu filozoficznym wirtualność jest oczywiście bardzo istotnym wymiarem rzeczywistości. Na ogół sądzi się, że jakaś rzecz powinna być albo rzeczywista, albo wirtualna — nie może więc posiadać równocześnie tych dwóch właściwości. Rozumując jednak z filozoficzną ścisłością, wirtualność należy uznać za zaprzeczenie nie rzeczywistości, ale aktualności: wirtualność i aktualność są jedynie dwoma różnymi postaciami rzeczywistości. Wirtualna jest jednostka zdeterytorializowana, zdolna do wielu konkretnych przejawów w różnych momentach i miejscach, nie uzależniona od konkretnego miejsca lub chwili” — pisał Pierre Levy w raporcie zatytułowanym „Drugi potop”, przestrzegając przed takim natłokiem informacji, który wprowadzi nas w świat iluzji, pozbawi nas kompetencji w odróżnianiu prawdy od fałszu, dobra od zła.

Natłok informacji — drugi potop

I właściwie wokół tej problematyki na ogół koncentrują się wszelkie rozważania nad cyberprzestrzenią — na ile potrafimy się przed nią bronić, na ile może ona nami zawładnąć?

Dziś zapewne trudno odpowiedzieć na te pytania, gdyż nie bardzo wiemy, w jakim kierunku pójdzie przemysł rozrywkowy, który w znacznym stopniu decyduje o rozwoju tego sektora (oczywiście istnieje pokusa wykorzystania rzeczywistości wirtualnej dla celów politycznych czy nawet militarnych, wydaje się jednak, że kontrola społeczna we współczesnych demokracjach szybko zdemaskowałaby tego typu działania). Jak dotąd termin *virtual reality* łączy się z gadżetami w rodzaju sensorycznych rękawic czy stereoskopowych okularów, które pozwalają oglądać trójwymiarowy obraz 3D. Ktoś, kto był w trójwymiarowym kinie, będzie wiedział, że jest tu bardzo wyraźna granica między rzeczywistością siedzącego na krzeselku widza, a trójwymiarowym obrazem i dźwiękiem dolby stereo. Przeznaczone do użytku z domowym komputerem gadżety VR dostępne są na rynkach od ponad dekady i nie cieszą się większym zainteresowaniem konsumentów, stąd też prawdopodobnie brak rozwoju tego sektora. Nie jest zapewne wygodnie siedzieć przez kilka godzin w helmie i słuchać głośnych efektów dźwiękowych. Powodzeniem cieszą się, co najwyżej, wirtualne kabiny porno, w których przez kilka minut można obcować ze złudzeniami, by po wyładowaniu nadmiaru testosteronu szybko wrócić do realiów dnia codziennego. Urządzenia symulujące rzeczywistość znalazły też zastosowanie np. przy szkoleniu pilotów, pozwalają bowiem śledzić szybkość ludzkich relacji na rozmaite bodźce i sytuacje zagrażające życiu.

Jak dotąd w kategoriach rozważań natury futurologicznej można pozostawić takie zagadnienia jak sztuczna inteligencja

VR i... testosteron

(AI) czy istnienie cyborga, a więc idealnego połączenia człowieka i maszyny. Czy maszyny staną się bogami? Szczerze wątpię. Świat „Matrixa” jest mało prawdopodobnym scenariuszem.

Cyberprzestrzeń dziś postrzegać możemy bardziej jako literacką, czy szerzej — artystyczną — inspirację niż jako zagrożenie dla kultury. Jeśli cyberprzestrzeń zakłada brak jakichkolwiek formalnych, ilościowych i czasowych ograniczeń, to, zwłaszcza dla sztuk plastycznych, otwierają się ogromne możliwości. Choć tak po prawdzie, nazewnictwo nie ma tu wielkiego znaczenia, ważniejsze jest wykorzystywane medium publikacji. W poprzednim rozdziale mówiliśmy o poezji cybernetycznej, można do tego dodać choćby komputerowe instalacje czy audiowizualne sztuki plastyczne. W przypadku Internetu i hipertekstowości mamy do czynienia z nowymi gatunkami wypowiedzi. Dotyczy to także telefonii komórkowej nowej generacji (smartphone) czy telewizji interaktywnej (iTV). Pamiętajmy też, że u podłoża cyberkultury jest interakcja, czy — używając słów Pierre’a Levy’ego — kolektywizm. I w tym sensie może to być obszar twórczych poszukiwań, choć prawda jest też taka, że jak dotąd zwolennicy cyberświata w zakresie kultury nie mają się czym pochwalić, jest to raczej naśladownictwo wzorców przejętych z literatury *science-fiction*. A wizja Stanisława Lema, od której zacząłem ten rozdział, wizja spopularyzowana przez samego autora w formie beletrystycznej, choćby w jego znakomitym „Kongresie futurologicznym” czy „Dziennikach gwiazdowych”, raczej nie ma szans się ziścić. Z technologicznego punktu widzenia świat zaludniony przez fantomy jest już dzisiaj wyobrażalny, tyle że na taką wizję świata nie ma, i raczej nie będzie, społecznego zapotrzebowania. A to konsument decyduje, które technologie przyjmą się na szerszą skalę.

Inspiracje
cyber-
przes-
trzenią

Rozdział 5

E-książka

Czy wraz z upowszechnianiem się treści dystrybuowanych w formie elektronicznej książki, w jej tradycyjnej papierowej formie kodeksu, odchodzi w niebyt? W kontekście rozważań nad przyszłością książki jest to pytanie kluczowe, przynajmniej z perspektywy branż: wydawniczej, poligraficznej i księgarskiej. Tytuł tego eseju, „Śmierć książki”, jest swego rodzaju prowokacją. Nie wierzę, by książka, jako wytwór kultury, przestała istnieć, choć jej forma będzie z pewnością ewoluować, a format elektroniczny w coraz większym stopniu wypierać będzie papier. W tym rozdziale spróbujemy przeanalizować, jakie i które elementy e-książki mogą skłaniać współczesnego konsumenta, e-czytelnika, do rezygnacji z wygody obcowania z pachnącym farbą drukarską papierowym woluminem.

Jak zdefiniować e-książkę?

Rozważając zagadnienie e-książki (*e-book*) od razu napotykamy na trudność metodologiczną, związaną z nazewnictwem. Obecnie pod pojęciem e-książki rozumiemy zarówno urządzenie techniczne służące do odczytu plików tekstowo-graficznych, jak i same pliki, czyli sformatowany tekst.

„Słownik informatyczny” opublikowany w 2005 roku przez wydawnictwo Helion definiuje to pierwsze pojęcie jako e-książkę. Jest to: „elektroniczne urządzenie przenośne, które pozwala wyświetlać zawartość pamięci, np. tekst

książki. Jego zawartość można doładowywać poprzez wymianę odpowiednich plików, pochodzących np. z Internetu” — czytamy. Wikipedia wprowadza z kolei to drugie rozumienie: „treść zapisana w formie elektronicznej, przeznaczona do odczytania za pomocą odpowiedniego oprogramowania zainstalowanego w urządzeniu komputerowym”. Dla potrzeb tych rozważań wprowadzam porządkujące rozróżnienie w nazewnictwie — e-książką nazywać będę odpowiednio przygotowany plik tekstowo-graficzny, zaś samo urządzenie nazywam e-czytnikiem (*e-reader*).

E-czytniki

E-czytnikiem jest każde urządzenie umożliwiające poprawne otwieranie plików tekstowo-graficznych, z tym zastrzeżeniem, że urządzenie to musi być uprzednio wyposażone w odpowiednie oprogramowanie. Może to zatem być domowy komputer, laptop, palmtop, jak i urządzenia wyspecjalizowane do odczytu e-booków, jak np. Kindle, Sony Reader, iLiad, czy rewolucyjnie zapowiadający się RADIUS ze zwijanym wyświetlaczem. Może to być także telefon komórkowy nowej generacji, który umożliwia odczyt stosownych plików. Specjalistyczne e-czytniki są technologią dopiero wschodzącą i wciąż niedostępną dla wielu czytelników z uwagi na ich stosunkowo wysoką cenę. W 2006 roku przychody ze sprzedaży e-booków w Stanach Zjednoczonych wyniosły zaledwie 54 miliony dolarów, to jest 0,2 procent wartości amerykańskiego rynku książki. W dodatku około 80 procent osób korzystających z e-książek otwiera je na ekranie laptopa lub palmtopa, a zaledwie cztery procent korzysta ze specjalistycznych e-czytników. Można jednak przypuszczać, że wraz z rozwojem technologii e-papieru (będzie o niej mowa) proporcje te szybko zaczną się zmieniać. Pamiętajmy, że nowe pokolenie nie dorasta w kulturze druku, lecz w wirtualnym świecie interakcji i przyzwyczajone jest do cyfrowego obrazu tekstu.

E-booki czy e-gadżety?

Pierwsze e-czytniki pojawiły się jeszcze w latach 90. XX wieku, a ich dystrybutorem była firma Sony — do dziś lider tego rynku. Sony Data Discman i Sony Data Bookman to archaicznie wyglądające urządzenia, które dziś można kupić — chyba jako ciekawostkę — na aukcjach internetowych za około 50 złotych. Nie były one wyposażone w twardy dysk, lecz odczytywały tekst z płyty CD, prezentowany następnie na niewielkim ekranie o niskiej rozdzielczości. Wówczas ów gadżet, bo trudno urządzenia te traktować w kategoriach funkcjonalnych, kosztowały około 900 dolarów. Wysoka cena, trudności w odczytywaniu tekstu, niewielki wybór dysków z tekstem — wszystko to zadecydowało, że pierwsze e-czytniki nie weszły do masowego użytku, pozostały raczej ciekawostką technologiczną, opisywaną przez ówczesną prasę komputerową. Sytuacja zmieniła się wraz z pojawieniem się taniej przenośnej pamięci wygodniejszej w użyciu niż płyty CD, nie bez znaczenia była też coraz większa popularność palmtopów, które bez problemów odczytywały pliki tekstowo-graficzne. Palmtopy wciąż jednak miały mały ekran, co skutecznie utrudnia dłuższą lekturę. Zaczęto szukać innych rozwiązań — przede wszystkim urządzeń, które formatem przypominałyby prawdziwą książkę, a rozdzielczość obrazu umożliwiały komfortowe obcowanie przez długi czas z monotonnym tekstem. Pod koniec lat 90. pojawił się SoftBook Reader firmy SoftBook Press (cena 599 dolarów). Było to urządzenie wyglądem (skórzana okładka) i formatem (22x27x3 cm) przypominające książkę, o wadze 1,3 kg. Można na nim było pomieścić około 1500 stron tekstu. Wyświetlacz LCD reagował na dotyk, co pozwalało na „przewracanie kartek”, a dołączone e-pióro umożliwiało zamieszczanie własnych niewielkich notatek. Daniel Chvatik, autor fachowej recenzji poświęconej temu urządzeniu, zamieszczonej przed

laty w magazynie internetowym „About This Particular Macintosh”, zwracał uwagę na następujące mankamenty urządzenia: małą pojemność dysku, krótką żywotność baterii (zaledwie pięć godzin) oraz wysoką cenę. Rzecz jasna SoftBook Reader nie zawojował rynku. Większym powodzeniem cieszył się kolejny e-czytnik, także powstały pod koniec lat 90. — Rocket eBook firmy NuovoMedia. W swej pierwszej wersji mieścił on około 4000 stron tekstu, był mniejszy, lżejszy od SoftBook Readera, a bateria wystarczała na 40 godzin. Wersja podstawowa, o pamięci czterech megabajtów, kosztowała 199 dolarów, zaś wersja Pro — 16 megabajtów i 16 tysięcy stron tekstu — 269 dolarów. Mały wyświetlacz, słaba rozdzielczość i niewygodna obsługa sprawiały jednak, że pomimo stosunkowo niskiej ceny Rocket eBook pozostał jedynie gadżetem dla miłośników nowych technologii i nigdy nie wszedł do masowego użytku.

Przez następną dekadę trwały kolejne eksperymenty z e-czytnikami, a ich nowe generacje prezentowane były niemal co roku z wielką pompą na Międzynarodowych Targach Książki we Frankfurcie. Nie warto tu przytaczać ich nazw i zastosowanych rozwiązań technologicznych, gdyż wciąż pozostawały jedynie luksusowymi gadżetami. I praktycznie tak jest do dziś, choć wydaje się, że bliscy jesteśmy przełomu — głównie za sprawą wprowadzonego pod koniec 2007 roku przez firmę Amazon e-czytnika Kindle (399 dolarów). O Amazonie będzie jeszcze w tej książce mowa, jest to przecież największy obecnie na świecie dystrybutor książek (i nie tylko) sprzedawanych przez Internet. W porównaniu do prymitywnego, choć elegancko wyglądającego SoftBook Readera, Kindle to prawdziwa rewolucja. Formatem przypomina książkę, waży zaledwie 300 gram, bateria wystarcza na 30 godzin, a jakość obrazu jest bardzo dobra, co więcej — można dowolnie powiększać czcionkę, co dla osób

**Kindle
z wielką
pompą**

słabiej widzących jest nie bez znaczenia. Co jednak najważniejsze, Kindle bezprzewodowo łączy się z e-księgarnią Amazon, w której na początku 2008 roku do pobrania było 88 tysięcy e-booków, w cenach — od 2 do 10 dolarów. W pamięci Kindle można przechowywać około 200 książek. Można też tworzyć dowolne notatki, wyszukiwać frazy, zapamiętywać i kopiować fragmenty tekstu. Wady to m.in. brak możliwości odczytywania animacji, brak kolorów, niewygodna klawiatura. Kindle nie odczytuje też najpopularniejszego obecnie formatu e-książek — eReader (wprowadzonego przez Sony).

Duże szanse Sony

Sony Reader jest urządzeniem o ponad rok starszym od Kindle i choć nie wchodził do sprzedaży z taką reklamową pompą jak produkt Amazona, to wydaje się, że firma Sony ma większe szanse na zdominowanie tego rynku. Udostępnia m.in. pliki do popularnego iPoda — produktu firmy Apple (ma też własny odpowiednik iPoda) do odtwarzania dźwięków, zdjęć i multimediiów oraz iPhone'a (funkcje iPoda wraz z telefonem i bezprzewodowym dostępem do Internetu, a także ekranem dotykowym, aparatem fotograficznym i licznymi aplikacjami). iPod znacząco wpływa na rozwój segmentu mediów, przede wszystkim muzyki, zwłaszcza, że urządzenie wspiera i uzupełnia ogromny muzyczno-filmowy serwis iTunes, który oprócz muzyki w MP3 oferuje gry komputerowe, e-prasę i e-książki. Sony Reader to urządzenie do odczytu e-booków w formacie eReader i innych formatach graficznych jak choćby PDF. Najnowsza wersja kosztuje 299 dolarów. W swoim sklepie Sony Connect firma oferuje około 10 tysięcy tytułów e-booków — znacznie mniej niż Amazon, i to jest jedyna przewaga konkurenta. Sony Reader mieści około 160 książek, waży 255 gram. Wysokiej rozdzielczości podświetlany ekran umożliwia komfortową lekturę. Wyglądem urządzenie przypomina palmtopa. Można odtwarzać dźwięki i zdjęcia,

można tworzyć własne notatki, zakładki, wyszukiwać dowolne frazy. Sukces iPoda pokazuje, że e-czytnik Sony, wraz z serwisem Apple, mają dużą szansę nie tylko w rywalizacji z Kindle, ale praktycznie z każdym.

Zarówno Kindle, jak i Sony Reader, nie mają dystrybutorów w Polsce. Jak dotąd jedynymi e-czytnikami, jakie można u nas kupić są iLiad i Cybook (Kindle sprzedawany jest przez Amazon.com tylko na terenie Stanów Zjednoczonych). Ten pierwszy (dający też bezprzewodowy dostęp do Internetu) kosztuje 2159 złotych, drugi — w zależności od wersji — 1089 lub 1429 złotych. Jakość wyświetlanego obrazu jest dobra, wykorzystuje tę samą technologię opracowaną przez firmę E-Ink, którą zastosowano w przypadku Kindle czy Sony Readera. E-Ink wprowadziło rewolucyjną technologię e-papieru, która pozwala na odczyt tekstu w wysokiej rozdzielczości na płaskim ekranie, a bezdotykowy monitor umożliwia tworzenie zakładek, notatek, wyszukiwanie wyrazów i fraz, zaznaczanie, kopiowanie itp. E-papier to rodzaj elastycznego, cieniutkiego wyświetlacza. Pracę nad jego opracowaniem rozpoczęto w firmie Xerox już w 1975 roku, ale wprowadzono go dopiero w 2004 roku, kiedy to Sony zaprezentowało urządzenie o nazwie LIBRIé — uważane obecnie za pierwszy przykład zastosowania e-papieru. Dopiero zastosowanie tej nowej technologii umożliwiło wprowadzenie nowoczesnych e-czytników, które pozwalają na wyraźną prezentację tekstu. Wciąż jest to nowinka technologiczna, ale wynalazek e-papieru pokazuje, że możliwe jest korzystanie na co dzień z książek innych, niż te drukowane.

Dodajmy, że w przypadku dystrybuowanych w Polsce e-czytników głównym problemem jest znikomy wybór e-książek w języku polskim, oferta ogranicza się głównie do klasyki.

**E-papier —
już tu jest**

Choć jakość e-czytników po wprowadzeniu technologii e-papieru umożliwia dość komfortową lekturę, urządzenia te wciąż cieszą się znikomym zainteresowaniem odbiorców. Analizując rynek e-booków po wprowadzeniu Kindle autorzy magazynu komputerowego „PC Word” pisali: „Po jednej stronie mamy papierową książkę, którą można kupić — nową lub używaną — za cenę już kilkudziesięciu centów, przeczytać, pożyczyć, być może odsprzedać, aby za odzyskane pieniądze kupić kolejną książkę, zrzucić na podłogę, wepchnąć do kieszeni spodni, zostawić bez wyrzutów sumienia w pociągu i którą można wreszcie zapisać wnuczki w spadku lub przekazać do lokalnej wypożyczalni nie będąc zmuszonym do przekazania jednocześnie odpowiedniego urządzenia umożliwiającego jej odczyt; a po drugiej mamy urządzenie, które kosztuje 399 dolarów, wymaga wymiany co kilka lat, jest delikatne jak każde urządzenie elektroniczne i nie jest bardziej poręczne od zwykłej książki, do tego umożliwia czytanie wyłącznie w określonym formacie, których do tego nie można pożyczyć ani odsprzedać, a za którym stoi przemysł podejrzewający każdego czytelnika o próbę nielegalnego skopiowania każdego legalnie nabytego egzemplarza”. Trudno nie przyznać racji, ale też wymienione mankamenty szybko będą eliminowane.

Przedsmak e-czytania

Wydaje się, że Kindle czy Sony Reader to dopiero przedsmak tego, czym za kilka lat stanie się e-czytanie.

„PC Word” zamieścił też wyniki badań przeprowadzonych w 2006 roku przez Ebook User Survey. Określono w nich podstawowe oczekiwania czytelników względem urządzeń do odczytu e-książek. Oto one:

- dla 98 procent e-czytelników cena e-książki jest ważna lub bardzo ważna
- dla 82 procent możliwość przeniesienia zakupionej książki na inne urządzenie jest ważna lub bardzo ważna,

i jednocześnie 54 procent z nich uważa, że kwestia ta jest w tej chwili dobrze rozwiązana

- 67 procent ankietowanych uważa, że na rynku dostępne są dobre lub bardzo dobre urządzenia umożliwiające czytanie e-książek

- 50 procent ankietowanych uważa, że istotna jest łatwość pożyczenia e-książki znajomemu i jednocześnie aż 21 procent twierdzi, że kwestia ta jest dobrze lub doskonale rozwiązana

- 88 procent sądzi, że nieistotna jest możliwość odtwarzania multimediiów

Ankietowani zasugerowali trzy udoskonalenia, które mogłyby zmienić rynek e-książki i byli w swoich wyborach dość jednomyślni:

1. Ceny elektronicznych książek powinny być znacznie niższe niż ceny książek papierowych.

2. Wybór e-książek powinien być znacznie większy.

3. Formaty wymagają standaryzacji, by możliwe było współdziałanie programów i urządzeń obsługujących e-książki.

Kto wie, czy do upowszechnienia e-lektury nie doprowadzi rozwój telefonii komórkowej. Na rynku japońskim wprowadzono nowatorski produkt książki mobilnej czyli m-książki, która dystrybuowana jest w odcinkach na telefony. W 2006 roku przychody ze sprzedaży m-książek w Japonii sięgnęły wartości 68 milionów dolarów. Nowej generacji telefony mają ekrany o rozdzielczości umożliwiającej lekturę i obsługują nie tylko formaty dokumentów tekstowych, ale także plików tekstowo-graficznych, w tym PDF. Oczywiście lektura obszernej publikacji na takim małym ekranie jest wyzwaniem chyba tylko dla pasjonatów elektroniki, ale już teraz wiele osób korzysta z codziennych serwisów prasowych dostarczanych im

**M-książki
dla pasjonatów**

mobilnie na telefon. Dotyczy to zarówno wiadomości politycznych, gospodarczych, sportowych, jak i aktów prawnych czy horoskopów.

E-czytniki nie zaistnieją na szerszą skalę, nawet jeśli ich ceny spadną do kilkunastu dolarów, jeśli nie upowszechni się zwyczaj czytania e-książek. I tu dotykamy sedna sprawy. Dziś wybór książek w formie zdigitalizowanej jest ogromny.

Bogata oferta cyfrowych książek

Już w 1971 roku rozpoczęto akcję o nazwie Gutenberg Project, której celem było przeniesienie zasobów bibliotek na płaszczyznę cyfrową. W 2008 roku zasoby Gutenberg Project liczyły jednak tylko około 20 tysięcy pozycji (z czego zaledwie sześć w języku polskim).

Obejmuje on głównie dzieła światowej klasyki, do których wygasły prawa autorskie. Dziś zdigitalizowane zbiory ma niemal każda duża biblioteka, przenoszone są one jednak na płaszczyznę cyfrową głównie celem ich archiwizacji, a nie udostępniania czytelnikom w formacie e-książek. W grudniu 2002 roku Departament Promocji Społeczeństwa Informacyjnego KBN powołał fundację Polska Biblioteka Internetowa, której celem było przeniesienie na format cyfrowy i bezpłatne udostępnienie książek należących do domeny publicznej. Projekt, który pochłonął ogromne środki (3,5 miliona złotych), budził wiele kontrowersji. Teksty można czytać bezpośrednio ze strony pbi.edu.pl, tylko niektóre można pobrać w formacie PDF. E-bibliotekami zajmować będziemy się jednak w następnym rozdziale, tu zaś skupimy się na e-książkach wykorzystywanych dla celów komercyjnych.

Znakomitą definicję e-książki znajdziemy w szkicu Marcina Ożoga „Książka elektroniczna”. „E-książka czerpie swoją istotę z koncepcji książki i powinna zachować jej podstawowe przynajmniej właściwości” — pisze autor. „Wyodrębnienie z hipertekstu uznać należy za podstawową cechę konstytuującą pojęcie e-książki. Chodzi przy tym o:

1. Wyodrębnienie pod względem technicznym, a więc przyjęcie formatu PDF lub pokrewnych koncepcyjnie, które zachowując złożony układ typograficzny i ograniczając możliwości manipulacji tekstem upodabniają e-książkę do książki, a także

2. samoistość zawartości e-książki, która jest zrozumiała bez odwoływania się — poprzez link — do zasobów zewnętrznych”.

Marcin Ożóg słusznie zauważa, że bliskim idei e-książki jest plik postscriptowy, a więc gotowy tekstowo-graficzny układ kolumn przygotowanych do druku, wraz ze spisem treści, stronami tytułowymi, a często także okładką. W tym znaczeniu nie będzie e-książką ani strona WWW ani niesformatowany plik tekstowy.

**Idea pliku
postscript-
owego**

Do przygotowywania plików do druku (postscript) służył pierwotnie (i może nadal służyć, ale już nie tylko) format PDF (*Portable Dokument Format*). To obecnie najbardziej popularny format e-książki, wynaleziony i spopularyzowany przez firmę Adobe, która jest także twórcą bezpłatnego programu Acrobat Reader, który służy do odczytu formatów PDF (Adobe udostępnia też bezpłatnie program do czytania e-książek — Adobe eBook Reader). Sukces PDF wynika przede wszystkim z jego skutecznej promocji i bezpłatnego udostępnienia (licencja wprowadza jednak pewne ograniczenia w bezpłatnym korzystaniu). Zalet tego formatu jest wiele, m.in. wierne zachowywanie układu typograficznego, możliwość wyszukiwania wewnątrztekstowego, tworzenia linków do przypisów czy dokumentów zewnętrznych, kopiowania do dokumentów tekstowych, jest też możliwość zabezpieczenia plików PDF przed kopiowaniem i drukowaniem. Podstawową wadą jest jednak rozmiar pliku, wypełniona kolorowymi ilustracjami książka ma wielkość kilku lub nawet kilkunastu megabajtów,

Sukces PDF

co utrudnia jej szybki transfer przez internetowe łącza. Znacznie „lżejszy”, a przez to bardziej poręczny w Sieci, jest format HTML (*HyperText Markup Language*). HTML to język Internetu, służący przede wszystkim do tworzenia odsyłaczy hipertekstowych, ale daje też duże możliwości prezentowania tekstu w układzie graficznym i jest wykorzystywany w e-książkach. Nie jest jednak tak stabilnym formatem jak PDF. Nie będziemy tu zagłębiać się w różnorodność i zastosowanie innych formatów, jak choćby: ASCII, ODT, SXW, OEB. Jedną z najpopularniejszych aplikacji stworzonych specjalnie dla potrzeb e-czytników jest wspomniany już format eReader dystrybuowany bezpłatnie przez firmę Sony. Oczywiście wszystkie współczesne e-czytniki bez problemów wyświetlają teksty sformatowane w najbardziej popularnych formatach — PDF i HTML, a także pliki tekstowe (np. TXT, DOC czy RTF).

Pomijając cyfrowe biblioteki, oferta komercyjnych e-książek obejmuje obecnie zapewne około 200 tysięcy pozycji, w tym połowę w języku angielskim, a resztę w językach narodowych (duży udział mają języki japoński i koreański). Do tego należy doliczyć zapewne około 100 tysięcy tytułów w różnych językach, skanowanych przez użytkowników Sieci i udostępnianych w sieciach *peer-to-peer* z naruszeniem praw autorskich. Oczywiście dla większości czytelników istotny jest przede wszystkim dostęp do bestsellerów, nowości oraz publikacji edukacyjnych i naukowych. Wielka oferta sprzyjać będzie upowszechnianiu się tej formy dystrybucji słowa. Pytanie tylko, dlaczego czytelnicy mieliby rezygnować z przyjemności obcowania z papierem na rzecz mniej przyjaznej formy elektronicznej?

Otóż odpowiedzi na to pytanie jest kilka, zaś przeciwko e-książce przemawia tak naprawdę przede wszystkim siła przyzwyczajenia, która zmieniać się będzie wraz z wprowadzaniem coraz to doskonalszych generacji e-czytników. Pa-

miętajmy, że człowiek cyfr, nie traktuje książki jako czegoś naturalnego jego środowisku. Przeciwnie, dla niego naturalne jest obcowanie z monitorem. Wśród wad można też wymienić ryzyko utraty danych w wyniku ataku wirusa komputerowego (można to zminimalizować archiwizując dokumenty na zewnętrznym nośniku) oraz zagrożenie uszkodzenia urządzenia, które nie wytrzyma np. upadku z wysokości jednego metra czy zalania wodą. Pod tym względem tradycyjny księgozbiór wydaje się być bardziej trwałym, pomijając ryzyko pożaru praktycznie nic mu nie grozi. Dla wielu osób nie bez znaczenia będzie też „fizyczność” książki, to, że stanowi ona przedmiot, który można wziąć w ręce, powąchać, obejrzeć, przekartkować. Wciąż lubimy obcować z przedmiotami namacalnymi, a nie wyłącznie wirtualnymi. Ale i te upodobania podlegają zmianie.

Zdaje się, że podstawową zaletą e-książki jest możliwość wewnątrztekstowego wyszukiwania dowolnych słów i fraz. Każdy, kto pracuje naukowo wie, jak wiele czasu zajmuje przeszukiwanie księgozbiorów, kartkowanie dziesiątków, o ile nie setek, książek w celu znalezienia pożądanego cytatu czy ustępu. Prowadząc te poszukiwania bazujemy na naszych wcześniejszych lekturach i na pamięci, która jest przecież zawodna. Nowoczesne e-czytniki w takim samym stopniu jak Internet umożliwiają szybkie odnajdywanie treści w umieszczonym na dysku księgozbiorze. Prawdziwa rewolucja w tym zakresie nastąpi po wprowadzeniu treści książek do Sieci, czym obecnie na wielką skalę zajmuje się firma Google, właściciel największej na świecie wyszukiwarki stron internetowych. Google przeszukuje teksty miliardów witryn. To samo będzie więc robić z książkami umieszczonymi na milionach serwerów na całym świecie. Google rozpoczęło wdrażanie dwóch rewolucyjnych projektów Google Book Search

Fizyczne walory książki

Dobro-dziejstwa wewnątrztekstowego wyszukiwania

Google po- za domeną publiczną

Partner Program oraz Google Book Search Library Project. Sprowadzają się one do znanej już idei zapoczątkowanej przez Gutenberg Project, tyle, że Google działa szybko i na wielką skalę, traktując digitalizację zasobów bibliotecznych w kategoriach komercyjnych. Nic dziwnego, że budzi to protesty wydawców, zwłaszcza, że Google sięga po dzieła spoza domeny publicznej (te, do których prawa autorskie jeszcze nie wygasły). Google Book Search Partner Program to program partnerski realizowany obecnie wspólnie z około dziesięcioma tysiącami wydawnictw na całym świecie (w tym także w Polsce). Google daje technologię, umożliwiającą wyszukiwanie wewnątrz tekstów książek, których wydawcy nadal pozostają właścicielami i mogą je oferować do sprzedaży w formie e-książki. Google Book Search Library Project, to z kolei program powstający wspólnie z bibliotekami. Jego celem nie jest udostępnianie całych książek, lecz właśnie wyszukiwanie potrzebnych fraz. Łatwo chyba sobie wyobrazić jak obydwie projekty ułatwią w przyszłości pracę naukową czy choćby przygotowanie przez ucznia wypracowania szkolnego.

Szybkie wyszukiwanie słów wewnątrz tekstów to jednak nie jedyna przewaga e-książek. Kolejna, polega na możliwości kopiowania ich fragmentów do własnych dokumentów (nie tracimy więc czasu na przepisywanie) i tworzenia własnych elektronicznych notatek (w miejsce glos na marginesach książek drukowanych czy prowadzonych w osobnych brulionach). E-czytniki są w stanie pomieścić ponad 100 tytułów (a liczbę tę można powiększać korzystając z zewnętrznych nośników pamięci), można w nich powiększać czcionkę, podświetlany monitor umożliwia czytanie w ciemnym pomieszczeniu. Wygodniej zatem zabrać w podróż czy na wakacje ważący 300 gram e-czytnik niż kilka wydrukowanych tomów. Łącząc się z Internetem błyskawicznie można pobrać inną pozycję. Nie

bez znaczenia jest też cena e-książki, o ponad połowę niższa od drukowanej. Można przypuszczać, że ceny te nadal będą spadać, odchodzą bowiem koszty druku, składowania i fizycznej dystrybucji. Te inne koszty to 70-80 procent obecnej ceny książki. Wszystko to sprawia, że już niedługo e-książka może przestać być ekstrawaganckim gadżetem. Jest oczywiste, że zrewolucjonizuje to rynek wydawniczy, księgarski i poligraficzny. Ta rewolucja już nadchodzi. I tylko nieliczni będą jej beneficjentami.

Kulturowe znaczenie upowszechnienia się e-książki wydaje się być ogromne. W tym kontekście absolutnie sprawdza się teza Marshalla McLuhana, który pisał, że „środek przekazu sam jest przekazem, gdyż to właśnie środek kształtuje i kontroluje skalę, a także formę stosunków międzyludzkich i działań”. Już w niedługiej przyszłości całkowicie zmieni się rola księgarń i bibliotek. Sama książka odarta zostanie z pewnej magii, jaka towarzyszy obcowaniu z jej zadrukowanymi stronami. Ale najważniejsze zmiany nastąpią w samym podejściu do lektury. Uważne czytanie zastąpi selekcja i czytanie wybiórcze. Aby poznać koncepcję libido, nie trzeba będzie studiować od deski do deski dzieł Zygmunta Freuda. Selekcja wybranych fragmentów może sprawić, że e-czytelnik nie będzie miał okazji dowiedzieć się o strukturach osobowości, jak: id, ego i superego. Technologia może uczynić wiedzę niepełną, wyrывkową, przypominającą czytanie szkolnych bryków w zastępstwie dzieł literackich. Z drugiej jednak strony, szukając informacji o libido po nazwisku Freuda trafimy na Carla Gustawa Junga, a potem może także na Hansa Giesego... I tak dalej, otwierać się będą kolejne fragmenty, kolejne cytaty z prac teoretyków ludzkich popędów. Jak jednak e-czytelnik radzić sobie będzie z merytorycznym wyborem wyszukanych informacji, skoro nie będzie przygotowany do

**Nieliczni
beneficjen-
tami rewo-
lucji**

**Środek
przekazu
sam jest
przekazem**

**Kultura
cytatu
przed
nami**

obcowania z kulturą w jej pełnym, nieokrojonym wymiarze? Dla współczesnych naukowców, nawykłych do studiowania tomów, możliwość natychmiastowego wyszukiwania dowolnych fragmentów tekstu będzie technologicznym błogosławieństwem. W przyszłości może to jednak doprowadzić do niebezpiecznych luk kulturowych i edukacyjnych. Fragmentaryczność rodzić będzie brak systematyczności. Przywykły do natychmiastowej informacji człowiek cyfr nie będzie miał dostatecznie wiele cierpliwości, by studiować całe teksty. Będziemy mieli do czynienia z kulturą cytatu, z kulturą wyrwaną z kontekstu, pozbawioną linearnej ciągłości.

Rozdział 6

E-Biblioteki

„Wszechświat (który inni nazywają Biblioteką) składa się z nieokreślonej, i być może nieskończonej, liczby galerii, z obszernymi studniami wentylacyjnymi w środku, ograniczonej niziutkimi balustradami. Z każdej galerii widać piętra niższe i wyższe: nieskończenie. Układ galerii jest niezmienny. (...) Jak wszyscy ludzie Biblioteki, podróżowałem w młodości; odbywałem pielgrzymki w poszukiwaniu jakiejś książki, być może katalogu katalogów. (...) Biblioteka jest nieskończona i periodyczna” — pisał Jorge Luis Borges w swej „Bibliotece Babel”.

Czym innym jest Internet, jak nie nieskończoną biblioteką? Czym innym są wyszukiwarki, w rodzaju Google, jak nie katalogami katalogów? Hipertekstowe odniesienia, to galerie i studnie wentylacyjne. Po stronach internetowych poruszamy się jak po piętrach niższych i wyższych, inaczej niż w książce, którą czytamy poziomo — od lewej do prawej. Podróż to przecież nic innego jak metafora nawigacji w Internecie. Borges opisał to jednak na początku lat 40. XX wieku, kiedy o Internecie nikt jeszcze nie marzył.

„Za najważniejszą cechę rewolucji cyfrowej należy uznać fakt, że po raz pierwszy od czasów Biblioteki Aleksandryjskiej możemy sobie wyobrazić stworzenie archiwów zawierających wszystkie wytworzone lub upowszechnione twory kultury.

**Hiperlinki
jak studnie
wentylacyjne**

Technologia pozwala na stworzenie archiwum wszystkich opublikowanych książek, a także, z czasem, wszystkich filmów i nagrań radiowych oraz muzyki” — pisze w znakomitej książce „Wolna kultura” amerykański prawnik i specjalista od nowych mediów Lawrence Lessing.

Łączną liczbę tytułów, jakie ukazały się na świecie od czasów Gutenberga, szacuje się na około 26 milionów pozycji (dla przykładu w Polsce co roku ukazuje się około 12 tysięcy nowych tytułów). Przyjmując, że średnia objętość książki to 200 stron,

Światowe dziedzic- two na jednym serwerze

otrzymamy liczbę 5,2 miliarda stron. Być może trudno w to uwierzyć, ale ten cały dorobek twórczości naukowej i artystycznej utrwalonej drukiem po przeniesieniu na format cyfrowy zmieściłby się na jednym serwerze. Gdyby zdigitalizować wszystkie wydane książki, bez trudu można by je skatalogować. Pozwoliłoby to odnaleźć w ciągu kilku sekund każdy pożądan tytuł, a następnie w ciągu niespełna minuty ściągnąć go na twardy dysk własnego komputera lub do pamięci telefonu. Digitalizacja pozwoliłaby nie tylko na przeszukiwanie zasobów pod kątem autora, tytułu, numeru ISBN, wydawcy czy roku wydania — jak to obecnie katalogują biblioteki — lecz także poruszać się wewnątrz tekstów, a więc wyszukiwać dowolne frazy, a następnie kopiować je do własnych dokumentów. Gdyby tak było, nie musiałbym, rozpoczynając ten rozdział, sięgać na półkę domowej biblioteki po tom „Fikcje” z opowiadaniem Borgesa, opublikowany w 2003 roku przez wydawnictwo Prószyński i S-ka, szukać zakreślonych kiedyś przeze mnie w tym wydaniu fragmentów, a następnie przepisywać dla potrzeb własnej książki. Zaoszczędziłbym masę czasu!

Obecnie w formie cyfrowej mamy mniej niż dwa procent tego, co zostało na świecie opublikowane w formie książkowej, z czego zdecydowana większość to teksty w języku angielskim. Proces digitalizacji na większą skalę rozpoczął się

jednak dopiero z początkiem lat 70. XX wieku, a był to wówczas proces żmudny, polegający na przepisywaniu tekstów. Odkąd skład komputerowy zastąpił linotyp (dla tych, którzy nie pamiętają, było to urządzenie do maszynowego składu tekstów, skonstruowane w 1885 roku przez amerykańskiego zegarmistrza Ottomara Mergenthalera — pracowałem przy takim linotypie jeszcze na początku lat 90. jako dziennikarz gazety „Życie Codzienne”), każda nowa książka ma pierwotnie postać cyfrową. Mało tego, dzięki specjalistycznym skanerom do wydań dziełowych, jak np. BookScan czy BookEye, można obecnie skanować strony w formacie A1 z prędkością 2400 stron na godzinę (kartki są automatycznie przekładane) w rozdzielczości 600 dpi (za interesowanych niebywałymi możliwościami maszyny BookScan 2400 odsyłam na stronę jej producenta, firmy Kirtas, Kirtastech.com). Oczywiście, producenci skanerów książek niemal co roku wprowadzają maszyny nowej generacji, które czynią digitalizację coraz wydajniejszą. Na początek procesowi temu poddawane są najcenniejsze zbiory — starodruki, do których do niedawna dostęp mieli tylko nieliczni badacze. Nowe skanery umożliwiają przeniesienie do formatu cyfrowego strony w ich oryginalnej formie, a więc ze wszystkimi inicjałami, rycinami, barwnymi ilustracjami itp. Następnie digitalizacja obejmie także nowe druki, a z czasem i współczesną literaturę. W przypadku polskiej Biblioteki Narodowej dokumenty w formie cyfrowej wykonywane są od 2002 roku, dwa lata później powstała osobna Sekcja Digitalizacji Zbiorów. Na mocy porozumienia podpisanego z Biblioteką Uniwersytecką w Warszawie tworzona jest też Cyfrowa Kolekcja Czasopism Polskich powstająca ze zdigitalizowanych w pracowniach BUW mikrofilmów polskich czasopism z XIX wieku ze zbiorów Narodowej Książnicy. Natomiast w 2006 roku Biblioteka Narodowa

**Szybkie
skano-
wanie**

uruchomiła cyfrową Bibliotekę Narodową Polona (Polona.pl). W planach jest udostępnienie w postaci elektronicznej najważniejszych tekstów literackich i naukowych, dokumentów historycznych, czasopism, grafiki, fotografii, zapisów nutowych oraz map. Polona wykorzystuje oprogramowanie dLibra oraz program System Zbiorów Zdigitalizowanych (SZZ) stworzony w BN. W marcu 2008 roku liczba e-książek dostępnych bezpłatnie w katalogu Polony liczyła jednak zaledwie 3483 pozycje. Niewiele więcej zgromadziła uruchomiona w 2002 roku Polska Biblioteka Internetowa (Pbi.edu.pl), o której wspomniałem w poprzednim rozdziale. Projekt ten nie spełnił oczekiwań e-czytelników, choć wydatkowano na niego ponad 3,5 miliona złotych z publicznych środków. Gromadził on w formie cyfrowej głównie klasykę oraz publikacje naukowe i edukacyjne, od połowy 2005 roku praktycznie zaprzestano jednak poszerzania zasobów, które dziś obejmują około 30 tysięcy pozycji. Poza wymienionymi, działają w Polsce również: Biblioteka Cyfrowa Politechniki Łódzkiej eBiPoL, Biblioteka Cyfrowa Politechniki Warszawskiej, Biblioteka Cyfrowa Uniwersytetu Wrocławskiego, Cyfrowa Biblioteka Zdjęć Meteorologicznych UCAR, Dolnośląska Biblioteka Cyfrowa (DBC), Domena Internetowych Repozytoriów Wiedzy, Fototeka Śląska, Kujawsko-Pomorska Biblioteka Cyfrowa, Śląska Biblioteka Cyfrowa, Wielkopolska Biblioteka Cyfrowa, Wirtualna Biblioteka z Literaturą dla Dzieci i Młodzieży czy Wirtualna Biblioteka Literatury Polskiej. Federacja Bibliotek Cyfrowych udostępnia łącznie 126 tysięcy pozycji, w tym wielu starodruków. Mają one wspólną wyszukiwarkę zasobów, a digitalizacja przebiega na zasadach wzajemnej wymiany pomiędzy bibliotekami.

Najbardziej znaną na świecie biblioteką cyfrową jest jednak Gutenberg Project (Gutenberg.org). Jest ona znana nie ze swoich zasobów, które są nader skromne, lecz głównie

dlatego, że była jednym z pierwszych tego typu projektów o skali globalnej, tworzonych na zasadzie wolontariatu, bez wykorzystania środków publicznych i całkowicie w celach niekomercyjnych. Od 1971 roku Gutenberg Project zgromadził zaledwie 20 tysięcy tytułów, choć dzięki linkom z innymi stronami WWW można uzyskać dostęp do około 100 tysięcy pozycji (do części z nich dostęp jest płatny).

**Skromne
zasoby
Gutenberg
Project**

Przedsięwzięciem na wielką skalę może stać się Europeana, czyli projekt uruchamiany przez 47 bibliotek należących do European Library. Ma on wystartować w listopadzie 2008 roku i obejmować 2 miliony rekordów (nie tylko książki, ale i pojedyncze dokumenty, zdjęcia, mapy, nagrania dźwiękowe i filmowe). Europaena nawiązuje do idei amerykańskiej Internet Archive, ogromnego zasobu informacji tekstowych i audiowizualnych gromadzonych od 1996 roku. Jego częścią jest Open Library — otwarta biblioteka, na razie jednak są tam nieliczne pozycje, bez możliwości pobierania do własnego komputera.

**Wielki
projekt
europejski**

Ogromnymi zbiorami cyfrowymi — 7,5 miliona zdigitalizowanych dokumentów — dysponuje amerykańska Biblioteka Kongresu, on-line dostępne są jednak tylko nieliczne, głównie zdjęcia i rysunki.

W przypadku bezpłatnego udostępniania zbiorów na przeszkodzie stoją prawa autorskie, które obecnie w większości krajów obejmują okres 70 lat od śmierci twórcy (będzie na ten temat mowa w rozdziale dziesiątym). Zwróćmy jednak uwagę, że dzieła nieobjęte prawami autorskimi to ogromna spuścizna, zarówno literacka, jak i naukowa, która wciąż czeka na udostępnienie w formie e-książek. Choć jednak digitalizację zbiorów bibliotecznych rozpoczęto już ponad 35 lat temu, to na szeroką skalę projekt ten zakrojony jest dopiero od początku XXI wieku. Przyspieszeniu tych

Google przeciera szlaki

prac może służyć wielka inicjatywa Google o nazwie Library Project, będąca częścią Google Book Search. Polega ona na udostępnieniu światu zasobów bibliotek (a także księgarń — z możliwością dokonania zakupu przez Internet). Treści książek (o ile na ich udostępnienie zgadza się właściciel praw lub należą do domeny publicznej) udostępniane są on-line w formacie OCR (*Optical Character Recognition*), który pozwala wyszukiwać dowolne ustępy w tekście (na razie bez możliwości kopiowania). Wiele ze zgromadzonych książek już można pobrać na własny twardy dysk w formacie PDF (pliki zabezpieczone są przed kopiowaniem fragmentów tekstu). Jak na razie jest to projekt niekomercyjny, do współpracy z Google przystąpiło dotąd około 10 tysięcy wydawnictw z całego świata (w tym z Polski, działa też polska wersja Google Book Search) i 27 bibliotek (głównie amerykańskich, zaledwie sześć z Europy).

Digitalizacja zbiorów bibliotecznych służy przede wszystkim ochronie światowego dziedzictwa, stąd nacisk kładziony jest w pierwszym rzędzie na starodruki i książki rzadkie oraz zbiory ulegające procesowi niszczenia (np. drukowana na mniej trwałym, często tzw. kwaśnym, papierze prasa). Projekt Google objąć ma jednak „Wszecławiat”, jakby to ujął Borges — ma być uniwersalnym „katalogiem katalogów”.

Bibliotekarze być może jako pierwsi w świecie książki zrozumieli znaczenie digitalizacji archiwów, bez świadomości jednakże, że kręcą sami na siebie bicz. Internet daje bowiem ludziom możliwość łatwego korzystania z zasobów bibliotecznych, ale stawia też pod znakiem zapytania ich dalszy byt. Bo, pomijając księżnice narodowe gromadzące wszystkie zbiory piśmiennicze i część zbiorów audiowizualnych, jaki będzie sens istnienia bibliotek publicznych, uniwersyteckich czy szkolnych w sytuacji, gdy każdy tytuł będzie dostępny on-line? „Im wię-

Pytanie o dalszy byt bibliotek

cej informacji można zdobyć w Sieci, tym mniej jest argumentów za dalszym utrzymywaniem bibliotek. Całkowicie sieciowa biblioteka nie będzie potrzebowała ani książek, ani bibliotekarzy” — pisze Clifford Stoll, autor książki „Krzemowe remedium”, poświęconej kulturze Internetu.

Likwidacja bibliotek pozwoli, rzecz jasna, zaoszczędzić masę publicznych środków, ale społecznym kosztem będzie, po pierwsze — wyginięcie zawodu bibliotekarza (tylko w Polsce jest to grupa około 18 tysięcy osób), po drugie — zniknięcie lokalnych placówek bibliotecznych, które są nie tylko księżnicznicami, ale także ośrodkami kultury, gdzie odbywają się spotkania autorskie, odczyty, przedstawienia teatrzyków amatorskich, konkursy dla dzieci itp. Oznacza to likwidację (razem z punktami bibliotecznymi) ponad 8 tysięcy placówek, z których korzysta około 7,5 miliona Polaków! Wydaje się to jednak nieuniknione, gdyż składowanie papierowych woluminów jest zbyt kosztowne, a dla czytelnika, który będzie mógł pobrać dowolną pozycję z Sieci (nawet jeśli za nowości trzeba będzie uiszczać opłatę) wizyta w bibliotece będzie zbędną farygą. Publiczne środki będzie można skierować na promocję czytelnictwa i dalszą digitalizację zbiorów oraz — ewentualnie — na wykup licencji w przypadku udostępniania książek, do których prawa autorskie wciąż podlegają ochronie. Opłaty dla użytkowników e-bibliotek będą o tyleż uzasadnione, że zmieni się funkcja samej biblioteki. Nie będzie już ona wypożyczać, lecz udostępniać na własność (choć mogą to także być czasowe licencje). Nie nastąpi to od razu, gdyż starsze pokolenie nie jest nawykłe do korzystania z księgozbiorów udostępnianych on-line, ale nowy człowiek cyfr ma już zupełnie inne kompetencje i inne potrzeby. Nastają nowe czasy, o których bibliotekarze mają prawo myśleć z przerażeniem. Nadciąga zmierzch tradycyjnych bibliotek.

**Zmierzch
tradycyj-
nych
bibliotek**

Rozdział 7

Druk na żądanie

Technologia druku na żądanie (*print on demand*) umożliwia personalizowanie dokumentów dla potrzeb indywidualnego odbiorcy. Umożliwia także wykonanie pojedynczego egzemplarza książki za cenę, która dla czytelnika jest porównywalna do ceny, jaką płaci w księgarni. Obydwie cechy mają ogromne znaczenie dla naszych rozważań nad przyszłością książki, w nieodległej perspektywie mogą bowiem doprowadzić do zmierzchu masowej produkcji poligraficznej, a w konsekwencji nie tylko do upadku wielu drukarni dziełowych, ale też — pośrednio — do likwidacji części księgarń.

Pierwsze urządzenie do druku na żądanie, nazywanego także drukiem cyfrowym (w odróżnieniu od druku offsetowego) wprowadziła w 1990 roku firma Xerox. Maszyna DocuTech umożliwia druk gotowej książki — czyli zarówno dwustronnie zadrukowanych „środków”, jak i oprawy. Cały proces zarządzany jest bezpośrednio z komputera, nie ma folii czy matryc, jest tylko plik — cyfrowa postać książki (lub innego dokumentu), co oznacza, że w krótkim czasie i za niewielką cenę można z e-książki otrzymać tradycyjną książkę papierową.

Choć z roku na rok rośnie popularność druku cyfrowego, jak dotąd tylko w niewielkim stopniu korzysta z niego indywidualny odbiorca — czytelnik. Druk cyfrowy zrewolucjonizował rynek poligraficzny, zmienił też sposób zarządzania pro-

Bezpośrednio z komputera

dukcją w samych wydawnictwach, ale wydaje się, że prawdziwa rewolucja związana z drukiem na żądanie, nastąpi wówczas, gdy usługi te staną się masowo dostępne dla samych czytelników. Technologia, której pierwotnym celem było obniżenie kosztów druku niskich nakładów (do 500 egzemplarzy), może całkowicie odmienić sposób korzystania z książek i czasopism. Z technicznego punktu widzenia już możliwa jest sytuacja, w której finalny klient drukuje dla siebie jeden tylko egzemplarz poszukiwanej książki — w zastępstwie wizyty w księgarni czy antykwariacie. W niewielkim wprawdzie zakresie, ale już mamy z takimi rozwiązaniami do czynienia. Jako rodzimy przykład można podać projekt drukarni cyfrowej Sowa — Wyczerpane.pl, gdzie udostępniane są na zamówienie pojedyncze egzemplarze wyczerpanych nakładów książek. Projekt obejmuje kilka tysięcy tytułów, najczęściej objętych ochroną praw autorskich, udostępnianych w porozumieniu z ponad setką wydawnictw. Ceny są o około 30 procent wyższe od tych, w jakich wydawcy wprowadzali do księgarni wydania offsetowe, jednak należy przypuszczać, że w krótkim czasie nastąpi zrównanie cen, a z powodzeniem mogłyby być one nawet niższe. Dotychczas na cenę książki składały się: techniczny koszt wytworzenia, honoraria autorskie, koszty redakcji, korekty, tłumaczenia, koszty ogólnozakładowe wydawcy, koszt promocji, a także — koszt dystrybucji i składowania. Obecnie koszty związane z logistyką sprzedaży, w tym marża dystrybutora, to 50-55 procent ceny jaką płaci klient. Jeśli książka kosztuje 24 złote, to co najmniej 12 złotych stanowią koszty jej dystrybucji. Spaść mogą one praktycznie do zera w sytuacji, gdy cyfrową książkę będzie można drukować w jednym egzemplarzu.

Druk na żądanie umożliwia niemal natychmiastowe otrzymanie gotowego egzemplarza, w dodatku przygotowanego

**Odchodzą
koszty dys-
trybucji**

specjalnie na zamówienie klienta. Innowacje mogą dotyczyć m.in. okładki, wydrukowanej wewnątrz dedykacji czy ekslibrisu czytelnika, a w przyszłości zapewne także wielkości czy kroju czcionki (ogromne znaczenie dla osób słabiej widzących) i materiału ilustracyjnego (np. zdjęcia kolorowe lub czarno-białe). Współczesne urządzenia do druku cyfrowego umożliwiają produkcję 80 stron na minutę, teoretycznie więc okres oczekiwania na gotową książkę może trwać niewiele więcej niż zaparzenie kawy. Wydawcy, który pozostaje zazwyczaj dysponentem praw do tytułu, w przypadku druku na żądanie odchodzą także niebagatelne często koszty związane z przeszacowaniem nakładu, a więc składowaniem (lub niszczeniem) niesprzedanych kopii. Jednocześnie jakość wydruku cyfrowego dorównuje dziś drukowi offsetowemu, który wciąż jeszcze dominuje na rynku publikacji — zarówno prasowych, jak i dziełowych.

Forma dystrybucji treści w formacie plików dotyczy będzie w równym stopniu książek, co i prasy, a także płyt muzycznych, filmów DVD czy książek audio. Już dziś istnieją urządzenia do natychmiastowego „wydawania” płyt z maszyn-terminali, które w przyszłości mogą stanąć w galeriach handlowych (czym innym są istniejące w wielu krajach, także w Polsce, automaty do wypożyczania książek czy filmów DVD, które przechowują zaledwie niewielką liczbę fizycznych egzemplarzy). Takie terminale „kulturalne” z powodzeniem mogą w przyszłości zastąpić księgarnie czy salony Empiku. Jedno urządzenie wielkości bankomatu zastąpi kilkaset metrów półek sklepowych — oszczędność takiego rozwiązania wydaje się oczywista. Jeśli ta forma dystrybucji treści faktycznie się upowszechni, to klient będzie mógł wybierać nie z kilku tysięcy, lecz kilkuset tysięcy tytułów, znajdujących się na dyskach pamięci lub internetowych serwerach. Nie trudno też

**Książka
z auto-
matu**

wyobrazić sobie znacznie mniejsze urządzenia domowe — drukarki, które będzie można umieścić na biurku, a z których w ciągu kilku minut otrzymamy gotową, oklejoną, książkę. Będzie to o tyle proste, że już dziś wszystkie publikacje przygotowywane są do druku w formie plików cyfrowych (postscriptowych) — najczęściej w formacie PDF. Czytelnik będzie też mógł w przyszłości dowolnie kompilować swoje książki — złożone z cytatów, z wybranych rozdziałów, fragmentów podręczników, zestawów ćwiczeń, dołączając doń własne zdjęcia czy ilustracje.

Nie przypadkiem urządzenia do druku na żądanie wykorzystywane są już dziś przez największych na świecie dystrybutorów książek, a jednocześnie dysponentów wielkich baz bibliograficznych o tytułach dostępnych w sprzedaży, jak i nakładach wyczerpanych. Ofertę „książek na żądanie” ma zarówno największy amerykański hurtowy operator księgarski — Ingram Book Group, jak i lider w e-handlu — Amazon.com, który dodatkowo zgromadził wielkie zasoby książek w formacie cyfrowym. Druk cyfrowy sprawia, że znikają pojęcia nakładu wyczerpanego i przszacowanego, żywotność książki wydłuża się praktycznie w nieskończoność — dostępna będzie tak długo, dokąd znajdują się zainteresowani nią nabywcy (obecnie większość książek znika z obiegu handlowego w okresie dwóch lat od daty wydania). Nic dziwnego, że wielcy dystrybutorzy treści upatrują w druku na żądanie szansę poszerzenia rynku zbytu.

Z ekonomicznego punktu widzenia zmiana dotyczyć będzie skali jednorazowo składanego zamówienia na produkcję poligraficzną. Wydawca nie będzie drukował tysięcy egzemplarzy, zamiast tego — udostępniać będzie za opłatą gotowe do druku (lub do nagrania na płycie z muzyką czy filmem) pliki. Zniknie zapotrzebowanie na druk offseto-

**Żywotność
książki nie-
skończona**

wy, ale też drukarnie cyfrowe w ich dotychczasowej formie tracą rację bytu. Obecnie firma taka wciąż nastawiona jest na zlecenia wydawców (niskie nakłady; w praktyce już dziś taniej jest wydrukować cyfrowo nakład nie do 500, a nawet do 1000 egzemplarzy, gdyż odpadają koszty przygotowania do druku, naświetlania folii, a także uruchomienia i nadzoru dużych maszyn offsetowych). Wraz z łatwiejszym dostępem do dóbr kultury prawdopodobnie wzrośnie ich sprzedaż (o ile wyeliminowane zostanie nielegalne rozpowszechnianie treści objętych prawami autorskimi — o tym zagadnieniu traktować będzie osobny rozdział). Wzrośnie też sprzedaż urządzeń do druku cyfrowego, domowych drukarek, tone-

**Papier
trzyma się
mocno**

rów, tuszy, a przede wszystkim papieru. To paradoks, że wraz z rozpowszechnieniem się treści w formie elektronicznej (Internet, e-mail, e-książka i e-prasa), wzrasta zużycie papieru. Dokumenty elektroniczne, a także korespondencja czy strony WWW, w znacznym stopniu są drukowane, w dodatku zwykle nie w celach archiwizacyjnych, lecz do jednorazowego użytku, po którym są po prostu... niszczone. Nie wiemy wprawdzie, czy upowszechnienie się e-czytników opartych o technologię e-papieru nie zmieni i tej tendencji. Póki co jednak, papier wciąż jest najwygodniejszą formą obcowania z przekazem tekstowym.

**Bez czytelnika,
bez krytyka,
bez rezonansu**

Oczywiście sytuacja, w której każdy może „drukować się sam” i mieć własną książkę, dewaluje jej wartość, a w szczególności społeczną rangę pisarza. Cóż z tego, że ktoś wydrukował choćby i dwadzieścia książek, skoro zrobił to sam dla siebie, bez czytelnika, bez krytyka, bez rezonansu. Czyż jednak jest w tym cokolwiek złego? Oczywiście, odzieramy książkę z części jej magii, ale przecież to tylko magia związana z technologią, a konkretnie z wysokim do niedawna kosztem wytworze-

nia oprawionego w okładkę egzemplarza. Obraz także każdy może sam namalować (nie mówiąc o tym, że śpiewać każdy może), co wcale nie oznacza, że ta prywatna ekspresja zostanie uznana za arcydzieło. Musimy przyzwyczaić się do tego, że sama postać druku nie jest już miernikiem niczyjego uznania dla książki i jej autora.

Jakie zmiany kulturowe pociąga za sobą technologia druku na żądanie? Możliwość niemal natychmiastowego otrzymania dowolnej książki, a także dowolnej kompilacji postawi — jak już to zostało powiedziane — pod znakiem zapytania sensowność istnienia księgarń i bibliotek. Całkowicie zmieni się sposób promowania książek. Dziś znaczna część budżetów reklamowych lokowana jest na aktywną promocję w miejscu sprzedaży (odpowiednia ekspozycja w księgarniach, ulotki reklamowe, plakaty itp.). Te środki zaangażowane zostaną zapewne w reklamę zewnętrzną oraz różne formy reklamy on-line, przy czym same treści promocyjne będą spersonalizowane w zależności od oczekiwań zatopionego w Internecie czytelnika (te dość łatwo rozpoznać, choćby śledząc „historię” jego wcześniejszych zakupów, a nawet komentarzy na blogach i innych wypowiedzi udzielanych na stronach WWW). E-czytelnik będzie miał niemal nieograniczony dostęp do dóbr masowej kultury (a także do publikacji naukowych). Jak będzie się poruszał w tym gąszczu plików i baz danych? Prawdopodobnie bez większych problemów, gdyż Internet da mu nie tylko możliwość natychmiastowego dostępu do treści, ale też do komentarzy innych odbiorców. Zagadnienia te omówimy w następnym rozdziale poświęconym przyszłości księgarstwa.

Rozdział 8

E-Księgarnie

E-handel (*e-commerce*) sprawia, że świat zakupów stał się prawdziwie globalny. Coraz mniej jest produktów o charakterze lokalnym, niedostępnych przez Internet (niedostępne są przede wszystkim produkty nielegalne, jak narkotyki, a także część leków, produkty szybko psujące się lub trudne w transporcie, większość sklepów on-line nie prowadzi też sprzedaży alkoholu i papierosów, ostrej amunicji i broni). W przypadku dóbr kultury, mamy obecnie w Sieci ich pełny wybór, w dowolnym języku, z dowolnego nieomal okresu (może poza najcenniejszymi zabytkowymi dziełami sztuki), bez wychodzenia z domu.

Szeroka oferta i dostawa do domu

Zalety e-handlu są oczywiste — przede wszystkim szeroka oferta i dostawa do domu. Nie bez znaczenia są jednak takie cechy, jak możliwość zapoznania się z opiniami innych klientów oraz porównywania cen w wielu sklepach. Polscy klienci w 2008 roku jako najważniejsze czynniki skłaniające ich do e-zakupów wskazywali: cenę (61 procent osób objętych badaniem), wygodę (58 procent) i możliwość kupowania przez całą dobę (42 procent respondentów).

Gwarancje bezpieczeństwa

Szyfrowany kanał transmisji daje obecnie gwarancję bezpieczeństwa płatania w Sieci. Najpopularniejszy protokół szyfrujący to SSL (*Secure Sockets Layer*), stosowany od 1994 roku, który nie tylko „utajnia” dane o klien-

cie, ale także umożliwia jego uwierzytelnienie. Najważniejsza wada zakupów w e-sklepach to brak możliwości dokładnego obejrzenia (dotknięcia, wypróbowania, przymierzenia) towaru. W rezultacie 28 procent skarg, jakie w 2006 roku wpłynęły do Europejskiego Centrum Konsumenckiego, dotyczyła właśnie zażaleń związanych z e-handlem (jedną z najczęstszych skarg jest rozczarowanie, że rzeczywisty towar wygląda inaczej niż na zdjęciu — dotyczy to jednak w równym stopniu drukowanych katalogów wysyłkowych). Dla klienta nie bez znaczenia są też koszty wysyłki, choć te w ostatnich latach znacząco spadły, a wiele księgarń wprowadza promocyjne bezpłatne wysyłki przy większych zamówieniach (dla przykładu Amazon.com pobiera 3,99 dolara za wysłanie książki do Polski, z kolei opłaty w Merlinie to 7,50 złotych, a w Empik.com to 10 złotych — podaję tu najtańsze możliwe formy wysyłki, czyli pocztą zwykłą przy płatnościach elektronicznym przelewem czy kartą kredytową). E-sklepy na coraz większą skalę wprowadzają sprzedaż przedmiotów używanych, czy to na rozmaitych aukcjach, czy w wirtualnych antykwariatach i sklepach typu *second hand*.

Książka była jednym z pierwszych towarów sprzedawanych w Sieci i, obok muzyki, wciąż jest produktem kupowanym najczęściej. W 2010 roku światowy rynek książek kupowanych przez Internet osiągnie wartość 9,5 miliarda dolarów — podała firma eMarketer, analizująca rynek on-line, powołując się na dane firmy Global Industry Analysts. Stany Zjednoczone i Europa stanowią obecnie 95 procent całego rynku książek kupowanych w Sieci. Największy udział w 2007 roku miały Stany Zjednoczone, gdzie książki kupiono na łączną wartość 4,8 miliarda dolarów. Szacuje się, że w Europie w 2009 roku sprzedaż literatury tą drogą ma osiągnąć wartość 2,76 miliarda dolarów. W Polsce w 2007 roku elektronicznych zakupów dokonało pięć milionów Polaków (o milion więcej niż w 2006 roku).

**5 milionów
Polaków
kupuje
w Sieci**

O ogromnej popularności książki decyduje jej trwały charakter (nie niszczy się w transporcie), łatwość wcześniejszej preselekcji (kupujemy pod wpływem recenzji, rekomendacji znajomych lub dlatego, że książka jest nam potrzebna do pracy), a także wielka podaż książek w Internecie — żadna tradycyjna księgarnia nie oferuje tak wielu tytułów na raz (dla przykładu Merlin.pl miał w marcu 2008 roku w ofercie 194 tysiące tytułów książek, 110 tysięcy tytułów płyt i masę innych produktów — filmów, gier, zabawek, produktów elektronicznych, akcesoriów fotograficznych itp.).

Amazon.com, firma założona w 1995 roku przez jednego z wizjonerów e-handlu — Jeffa Bezosa, był pierwszą działającą na wielką skalę e-księgarnią. Obecnie jej przychody to blisko 15 miliardów dolarów (wzrost w 2007 roku o 39 procent, dla porównania — w 2002 roku przychody firmy wynosiły niespełna 4 miliardy dolarów).

Gwiazda Amazon

Amazon.com okazał się być genialnym pomysłem, choć pierwsze lata były dla spółki bardzo ciężkie i do dziś — po ponad 12 latach działalności — ma ona blisko miliard dolarów ciągnionej straty. Bezos nie tylko miał pomysł na globalny e-biznes, ale też potrafił go skutecznie wypromować i znaleźć silnych inwestorów. Firma nigdy nie stałaby się potęgą elektronicznego handlu, gdyby nie jej giełdowy debiut w maju 1997 roku. Był to najlepszy moment, gdyż zaraz potem zaczęła się giełdowy boom na spółki z e-branży, po części związany z rzeczywistymi oczekiwaniami inwestorów, po części ze spekulacjami. Boom, nazywany przez prasę amerykańską *dot-com bubble*, w marcu 2000 roku doprowadził do wartości indeksu NASDAQ (indeks dla spółek z branży wysokich technologii) na poziomie 5050 punktów, by w ciągu trzech następných dni spaść o 9 procent, a do października 2002 roku spaść do 1108 punktów. Większość spółek zajmujących się e-handlem notowała wówczas ogromne straty,

a zapaść na giełdzie spowodowała panikę wśród inwestorów (do 2008 roku indeks NASDAQ dla e-branży nie podniósł się nawet do poziomu 2800 punktów). W rezultacie wschodzące wówczas gwiazdy e-biznesu lawinowo ogłaszały upadłości. Z dużych firm zajmujących się e-handlem przetrwały jedynie Amazon.com i eBay, choć i tam panowała atmosfera oblężonej twierdzy. We wspomnieniach Jeffa Bezosa, dotyczących tamtych lat, możemy przeczytać: „Mówię ludziom, żeby każdego ranka budzili się sparaliżowani strachem. Wiem, że wszystko to możemy stracić. To nie jest obawa. To fakt”. Jednak to właśnie Amazon.com jako pierwszy wygrzebał się z zapaści, w czwartym kwartale 2002 roku spółka zanotowała pierwszy, symboliczny, zysk w wysokości 5 milionów dolarów, co dawało zaledwie około jednego centa na akcję, ale pozwoliło uwierzyć inwestorom w zasadność posiadania akcji spółki, dało też więcej optymizmu w stosunku do innych firm z sektora *e-commerce*.

Amazon.com wyznaczył nowe standardy w e-handlu. Nie tylko oferował produkty, lecz także dokładne informacje na ich temat. Początkowo były to opisy książek, płyt czy filmów (obecnie oferta obejmuje masę innych towarów), niebawem pojawiły się jednak także recenzje samych klientów i ich rekomendacje. Dziś przy niektórych tytułach książek jest ponad tysiąc zamieszczonych recenzji! Amazon.com, a w ślad za nim inne e-księgarnie, stał się tym samym najbardziej opiniotwórczym medium na temat książek. Medium zamieszczającym nie tylko fragmenty recenzji pisanych przez krytyków literackich, lecz — co ważniejsze — samych nabywców. Ważnym krokiem była też personalizacja klienta, znając historię jego zamówień specjalne algorytmy, czerpiące informacje z bazy produktów, mogły mu sugerować inne tytuły trafiające w jego upodobania. Dowiadywał się też, co kupiły inne osoby o podobnych zainteresowaniach. Ten system rekomendacji

Rekomendacje bez rozmowy

napędzał dalszą sprzedaż, niejako zastępował doświadczonego księgarza, który np. miłośnikowi „Sexusa” Henry’ego Millera może (i powinien) zarekomendować dajmy na to „Kompleks Portnoya” Philipa Rotha. Pisałem już wcześniej o tym, że e-konsumenta bardzo często peszy konieczność zapytania o towar, czy prośba o polecenie czegokolwiek — w e-księgarni dostaje wszelkie potrzebne mu informacje bez jakiegokolwiek rozmowy.

Amazon.com wprowadził też program afiliowanych e-sklepów, a więc innych stron oferujących w Internecie te same produkty, które odsyłały do zakupów w Amazon.com, otrzymując z tego tytułu określoną umową prowizję. Dziś jest około 900 tysięcy afiliowanych stron, które generują 40 procent przychodów Amazon.com. W rezultacie tylko w Stanach Zjednoczonych miesięcznie zakupy w tym największym na świecie e-sklepie robi ponad 50 milionów osób. Aby jeszcze bardziej ułatwić im dokonanie wyboru, wprowadzono wewnątrztekstową wyszukiwarkę fragmentów książek, która dziś obejmuje 250 tysięcy tytułów. Widząc konkurencję ze strony serwisów aukcyjnych, Amazon.com wprowadził sprzedaż produktów używanych — w 2007 roku swoje książki czy płyty za wirtualnym pośrednictwem Amazon.com sprzedało 1,3 miliona osób. Pomijając produkty spoza segmentu kultury (głównie zabawki i elektronika), oferta została poszerzona o pliki — piosenki w formacie MP3 oraz e-książki (więcej na ten temat pisałem w rozdziale piątym, przedstawiając jeden z najnowszych produktów Amazon.com — e-czytnik Kindle). W 2008 roku przejęto serwis Audible.com — firmę oferującą książki w formacie audio.

Najstarsza działająca na dużą skalę księgarnia internetowa w Polsce to Merlin, powołany w kwietniu 1999 roku przez firmę Prószyński i S-ka (obecnie działa jako niezależna spół-

ka akcyjna). Codziennie odwiedza go 100 tysięcy osób, baza produktów obejmuje około 300 tysięcy pozycji. Głównym konkurentem jest Empik.com, e-sklep największego w Polsce operatora na rynku salonów z ofertą kulturalną. W 2007 roku wartość sprzedaży książek on-line w Polsce zamknęła się przychodem około 230 milionów złotych (wzrost o 31 procent).

**230 mln zł
z e-handlu
w Polsce**

Konkurencją dla księgarń internetowych stanowią przede wszystkim serwisy aukcyjne, gdzie „wszystko można kupić i wszystko można sprzedać”. W Stanach Zjednoczonych (i na świecie) liderem jest eBay, a w Polsce — Allegro. Serwisy umożliwiają ich użytkownikom wystawianie na sprzedaż własnych produktów. Warunkiem uczestnictwa w aukcji jest przestrzeganie regulaminu licytacji i uiszczenie niewielkiej opłaty przez osobę, która oferuje towar (kupujący nie płaci nic na rzecz serwisu). Aukcja trwa do 30 dni, wygrywa ten, kto zaoferuje najwyższą kwotę (w niektórych przypadkach możliwa jest także opcja „kupuj teraz” — bez licytacji). Zaletą tego typu serwisów jest dostęp do produktów rzadkich, często kolekcjonerskich, ale też — dla sprzedającego — to szansa na wyzbycie się niepotrzebnych rzeczy, które na wtórnym rynku mogą znaleźć nabywcę. W marcu 2008 roku, wartość działającego w Polsce od grudnia 1999 roku Allegro, wyceniano na 2 miliardy złotych, a firma dysponowała bazą pięciu milionów zarejestrowanych użytkowników. Największy na świecie serwis aukcyjny eBay działa od września 1995 roku. Jego twórcą jest urodzony we Francji, mieszkający w Kalifornii, a pochodzący z Iranu, programista Pierre Omidyar, barwna postać w świecie e-handlu (według tygodnika „Forbes”, z lutego 2008 roku, jest na 43. miejscu wśród najbogatszych ludzi świata). W 2007 roku przychód notowanego na giełdzie eBay wyniósł 6,7 miliarda dolarów, a zysk przekroczył dwa miliardy dolarów (do eBay należy też

m.in. popularny komunikator Skype, za pośrednictwem którego rozwijana jest nowej generacji telefonia internetowa).

100 milio- nów klien- tów eBay

Na stronie eBay.com można przeczytać, że na całym świecie z aukcji za pośrednictwem tej firmy korzysta ponad 100 milionów osób. W kwietniu 2005 roku wystartował serwis w języku polskim — eBay.pl — jednak nie cieszy się on taką popularnością jak Allegro.

Najszybciej rozwijająca się branża

Handel elektroniczny od połowy lat 90. XX wieku jest najszybciej rozwijającą się branżą, która rosła proporcjonalnie do wzrostu liczby użytkowników Internetu. Dziś, kiedy możemy łączyć się on-line przez telefony komórkowe czy inne urządzenia mobilne (np. palmtopy), coraz mniej jest technologicznych ograniczeń, a zapewne w ciągu najbliższych kilku lat cały rozwinięty świat będzie permanentnie on-line (zwłaszcza, że zakupów można dokonywać często także przez telefoniczną usługę SMS). Nie bez znaczenia był też rozwój bankowości elektronicznej, wzrost bezpieczeństwa transakcji internetowych, obniżenie kosztów wysyłki przez firmy spedycyjne i kurierskie, ale największą rolę odegrała innowacyjność twórców takich sklepów jak Amazon.com czy eBay, dzięki którym e-zakupy nie tylko stały się szybkie i bezpieczne, ale także dla wielu osób znacznie bardziej atrakcyjne od wizyty w zwykłym sklepie. Nie ma kolejek i konieczności pytania

Niekończą- ca się hiper- tekstowa żegluga

o towar, zamiast tego jest niekończąca się hipertekstowa żegluga — od towaru do towaru. Systemy rekomendacji, w połączeniu z ratalnymi sprzedażami czy kredytowaniem sprzedaży (większość e-operatorów oferuje własne karty kredytowe, także w Polsce) sprawiają, że e-klient kupuje częściej, więcej i chętniej. Socjologowie zwracają uwagę nawet na uzależnienie od transakcji on-line, przede wszystkim od serwisów aukcyjnych. „Osoby zaglądające na stronę Allegro, czują podnie-

cenie związane z grą, z tym że licytują jakiś przedmiot, czy właśnie zdobywają cenny okaz do swojej kolekcji” — pisze Ryszard Poprawa, z Instytutu Psychologii Uniwersytetu Wrocławskiego, zwracając także na uzależnienia od gier on-line, komunikatorów internetowych, grup dyskusyjnych czy choćby samego nawigowania po stronach WWW.

O rozwoju e-handlu świadczy ogromna liczba e-sklepów, których dziś już nie sposób zliczyć, gdyż są ich na świecie miliony. Praktycznie każdy może być e-sprzedawcą (eBay czy Allegro umożliwiają zakładanie własnych stron, podobnie jak Amazon.com czy — w Polsce — hurtownia Azymut, która ułatwia zakładanie wirtualnych księgarń, czy serwis Nexto.pl, mający grono swoich partnerów biznesowych, osób prywatnych sprzedających produkty elektroniczne niejako w imieniu Nexto.pl innym użytkownikom). Tylko w Stanach Zjednoczonych ponad tysiąc firm działających w sektorze *e-commerce* zakończyło 2007 rok przychodem powyżej 10 milionów dolarów. Pięciu największych na tym rynku to: Amazon.com, Staples, Office Depot, Dell i Hewlett Packard. Symptomatyczne, że listę gigantów e-handlu otwiera operator na rynku dóbr kultury, a nie elektroniki czy artykułów biurowych. Podobnie jest w Polsce, gdzie niekwestionowanym liderem e-handlu jest księgarnia Merlin (82 miliony złotych przychodu w 2007 roku, z czego 43,5 miliona złotych przypadło na sprzedaż książek).

A przecież wartość transakcji on-line na rynku dóbr kultury jeszcze wzrośnie wraz z odchodzeniem od produktów materialnych, na rzecz transmisji treści w formie plików — e-książek, nagrań MP3 czy MP4. Wówczas dostęp będzie niemal natychmiastowy, w dodatku zapewne za niższą cenę, być może kredytowaną przez sprzedawcę. Firmy z sektora e-handlu będą jednymi z głównych dostawców treści (w tym

Miliony
e-sklepów

zapewne także prasy oraz internetowego radia i interaktywnej telewizji), gdyż dysponują świetnie usystematyzowanymi bazami informacji o produktach, logistyką pozwalającą na szybkie pozyskanie towaru, spakowanie go i wysłanie do klienta, wreszcie ogromną bazą samych klientów — szerzej na ten temat będę pisał w rozdziale jedenastym, poświęconym dostawcom treści. Nie przypadkiem Amazon.com, który wyznacza w branży nowe standardy, zainwestował w e-czytnik i rozbudowę bazy e-książek (a także archiwum cyfrowej fotografii) oraz przejął w ostatnich latach m.in. takie serwisy muzyczne jak Amie Street, a we wrześniu 2007 roku zapowiedział budowę Amazon MP3 — największej na świecie płaszczyzny sprzedaży nagrań muzycznych w formie plików (zapowiedzi dotyczą także filmów). Na przełomie 2007 i 2008 roku Amazon.com MP3 podpisał umowę z największymi producentami nagrań: EMI Music, Warner Music, Universal Music i Sony BMG, a jego baza obejmuje już ponad dwa miliony plików muzycznych i 180 tysięcy wykonawców (ceny za nagranie to 89-99 centów), dostępnych przez specjalny program Amazon MP3 Downloader, który będzie konkurencją dla uruchomionego wcześniej przez Apple serwisu iTunes czy serwisu muzycznego Sony. Obecnie jedynym zagrożeniem dla transmisji treści kulturalnych w formie plików są programy typu P2P, które umożliwiają ich nielegalną dystrybucję. Niezależnie jednak od zagrożeń rynek będzie rozwijał się w tym kierunku, gdyż zmiany wymuszają same technologie. Tradycyjna księgarnia może przetrwać jako miejsce spotkań kulturalnych — np. promocji książek w formie bezpośredniego kontaktu z autorem — ale nie będzie już wyłącznie miejscem handlu. A zatem równie dobrze spotkanie może odbywać się w kawiarni, na tle fototapety z grzbietami książek lub w scenografii eleganckich atrap klasyki literackiej, ustawionych równiutko na półkach. Dla dzisiejszych księga-

rzy to wizja nie tylko przygnębiająca, lecz wręcz barbarzyńska. Miejsce księgarni przyszłości jest jednak w Internecie, czyli tam, gdzie wystarczy kliknąć, by uzyskać dostęp do pożądanej treści.

Z internetowym handlem wiąże się jednak niebezpieczeństwo globalnego monopolu. Choć stronę internetową założyć może każdy i teoretycznie każdy może być sprzedawcą, to jednak dotychczasowa praktyka pokazuje, że rynek szybko dominowany jest przez czołowych graczy. E-handel nie zna ograniczeń związanych z lokalizacją (a jeśli nawet jeszcze teraz tak jest, z uwagi na koszty wysyłki paczek za granicę i niedostateczną ofertę w lokalnych językach, to postępowanie zmierza w kierunku eliminowania jakichkolwiek przeszkód związanych z miejscem prowadzenia działalności). Dotąd lokalny księgarz z powodzeniem mógł konkurować z wielkimi sieciami, gdyż przemawiały za nim — uświęconą tradycją lokalizacja i wierna grupa klientów. Ponieważ Internet znosi interpersonalność kontaktu, to i pojęcie tradycji przestaje odgrywać jakąkolwiek rolę, a wierność sprowadza się do programów lojalnościowych (zniżki dla stałych klientów). Ludzie nie robią zakupów w Amazonie czy Merlinie dlatego, że przywiązani są do znaku towarowego firmy, czy jej adresu WWW, lecz ze względu na szerokość oferty, sposób prezentacji towarów, jakość obsługi (decydują koszt i czas wysyłki) oraz cenę produktu. O wyborze e-księgarni w dużej mierze decyduje wyszukiwarka internetowa. A najwięksi mogą zaoferować lepszą cenę i lepsze warunki, bo po pierwsze dysponują bardziej zaawansowaną technologią, po drugie — z uwagi na skalę realizowanego obrotu — otrzymują wyższe marże, więc i sami mogą dawać wyższe upusty. Monopolizacja będzie powodować, że na rynku pozostanie mniej podmiotów. Nawet jednak najsilniejsi wciąż działają

**Fototape-
ta z grzbie-
tami książ-
zek**

będą pod presją konkurencji, innowacyjność technologii i tendencja do obniżania cen są bowiem immanentnymi cechami e-handlu. Porównywarki cenowe zawsze mogą znaleźć kogoś, kto oferuje lepszą cenę. Oczywiście, duże firmy pozycjonują się w wyszukiwarkach typu Google (płacą za to, jak wydawcy płacą dziś za miejsce na półkach promocyjnych w Empiku), tak by ich adres internetowy pokazywany był jak najwyżej listy, ale tym bardziej muszą dbać o jakość usług i poziom cen. Monopolizacja (choć w Sieci nigdy nie będzie mowy o całkowitym monopolu, istotą tego medium jest całkowita swoboda wymiany myśli i towarów) wpłynie zatem znacząco na sytuację ekonomiczną poszczególnych przedsiębiorstw, ale nie powinna zagrażać dobru samego klienta. Z drugiej strony, Internet pozostawia ogromną przestrzeń na kreatywną działalność handlową czy usługową w zakresie domowego przedsiębiorstwa, co otwiera nowe możliwości przed ludźmi przedsiębiorczymi. A przedsiębiorczość — która, jako przedmiot, weszła do programów nauczania szkolnego — stanie się jedną z podstawowych kompetencji człowieka cyfr. Będzie on — używając terminologii Tofflera — „prosumentem”, zarówno konsumentem, jak i producentem, kupującym i sprzedawcą, gdyż technologia daje możliwości dowolnej niemal aktywności — nie tylko twórczej, lecz także gospodarczej. Społeczność prosumentów to jednak dość sielankowa wizja przyszłości — nie każdy jest kreatywny i nie każdy chce podejmować ryzyko prowadzenia własnej działalności. Nawet jeśli w wyniku zmian w edukacji liczba osób przedsiębiorczych będzie wzrastać, to wcześniej staniemy w obliczu krachu tradycyjnego handlu, zwłaszcza w obrocie dobrami kultury, których nie trzeba kosztować, przymierzać i sprawdzać przydatności do spożycia. W Polsce jest około 2500 księgarń, które zatrudniają łącznie

ponad 6500 wykwalifikowanych pracowników. Nie chcę nawet myśleć o tym, jaki los czeka większość z nich. Czeka nas kultura osierocona z bibliotek, drukarni, księgarń. Kultura, która rodzi się na naszych oczach, której większość z nas wcale nie chce, gdyż dorastaliśmy w innej tradycji, kultura, przed którą nie uciekniemy, bo nie ma ucieczki przed postęphem.

**Czeka nas
kultura
osierocona**

Rozdział 9

E-dukacja

Z terminem „e-dukacja” nie spotkałem się dotąd w żadnych teoretycznych pracach poświęconych pedagogice czy technologiom kształcenia, sporadycznie pojawia się w publicystyce, wymaga zatem hasłowego doprecyzowania. W tym rozdziale przez e-dukację będę rozumiał zastosowanie dla celów dydaktycznych wszelkich dostępnych form komunikacji multimedialnej, w szczególności połączenie synchronicznych i asynchronicznych form nauczania, zarówno w kontaktach bezpośrednich nauczyciela z uczniem (całą klasą), jak i za pomocą łącz internetowych i telekomunikacyjnych. Proces e-dukacji polega na dostosowaniu zakresu programu nauczania do indywidualnych kompetencji ucznia. Materiały dydaktyczne w procesie e-dukacji często są spersonalizowane.

Termin ten rozszerza klasyczne rozumienie *e-learningu*, które wiąże się w literaturze przedmiotu z nauczaniem na odległość z wykorzystaniem Internetu i edukacyjnego oprogramowania wielomedialnego. E-dukacja nie wyłącza interpersonalnych kontaktów w relacjach uczeń-nauczyciel, nauczyciel-rodzic i uczeń-uczeń. Całkowicie utopijna i społecznie szkodliwa wydaje mi się wizja szkoły wirtualnej, w której cały proces kształcenia odbywa się w domu, a dyplom uzyskuje się dzięki egzaminom składanym „w czasie rzeczywistym” przez wideoko-

**Utopijna
wizja wirtualnej
szkoły**

munikatory. Jest to wizja społeczeństwa wyalienowanego oraz edukacji, która świadomie kształci ludzi nie przystosowanych do życia w grupie i do bezpośredniej rywalizacji. Może się to nienajgorzej sprawdzać w przypadku e-kursów dla osób dorosłych, ale trudno poważnie myśleć o zaletach płynących z pozbawienia dzieci kontaktu ze szkołą i rówieśnikami. Cechą szkoły przyszłości będzie zatem personalizacja materiałów dydaktycznych, ale nie można jej utożsamiać z odłączeniem młodego człowieka od grupy i pozbawieniem możliwości rywalizowania z innymi. Personalizacja oznaczać będzie jednak zupełnie nowe podejście do systemu nauczania, a zmiana związana zostanie przede wszystkim z charakterem podręczników, które obecnie „szyte są na miarę” przeciętnego ucznia. Oczywiście, praca w grupie musi zakładać pewną uśrednioną przeciętność kompetencji edukacyjnych ucznia, istotą nowego systemu nauczania będzie jednak połączenie prac w klasie, prac na dodatkowych kółkach zainteresowań i prac domowych. Systemy oceniania postępów w nauce będą musiały być dostosowane do indywidualnych zainteresowań ucznia, tak by stymulować w nim kreatywność, choć oczywiście podstawy programowe — tak jak obecnie — obejmować będą w podstawowym zakresie wszelkie dziedziny kształcenia. Zaletą technologii multimedialnych jest możliwość rozbudzania zainteresowań, nauka własnych poszukiwań i dokonywania własnych odkryć, a przede wszystkim przystosowanie programu nauki do potrzeb i umiejętności młodego pokolenia, wychowanego przed monitorem komputera. Edukacja nie może pomijać tego ostatniego aspektu. Dotychczasowy podręcznik, w którym wiedza uszeregowana jest w sposób linearny, nie przystaje do doświadczeń behawioralnych młodego ucznia. Próba przedstawiania mu wiedzy w sposób podręcznikowy

**E-dukacja
spersonali-
zowana**

może prowadzić do znudzenia, zniecierpliwienia i, w rezultacie, odrzucenia nauki.

Nowe kompetencje młodego ucznia to umiejętność poruszania się w hipertekstowym środowisku Internetu, kompilowania (zasada „wytnij i wklej”), przyzwyczajenie do wielomedialności przekazu — łączenia tekstu z dźwiękiem i ruchomym czy statycznym obrazem. Istotą e-dukacji będzie uwzględnienie tych najważniejszych kompetencji, które zastępują dotychczasowe paradygmaty nauki — systematyczność, skupienie, linearne poznawanie treści. Istotnymi czynnikami łączącymi obecną edukację z e-dukacją, staną się: nauka pracy zespołowej i rywalizacji w grupie oraz ćwiczenie pamięci poprzez zapamiętywanie partii materiału. Dwie pierwsze umiejętności decydować będą o przyszłej roli jednostki w społeczeństwie i są niezwykle istotne w zderzeniu ze skłonnością człowieka cyfr do alienacji oraz jego ucieczki od realnego kontaktu w świat kontaktów wirtualnych. Ćwiczenie pamięci wydaje się najtrudniejszym wyzwaniem, gdyż młody człowiek dysponuje dziś technologiami, które nie wymagają od niego zapamiętywania. Wiedzę znajduje w kilka sekund, dzięki wyszukiwarkom internetowym, a elektroniczne translatory umożliwiają tłumaczenie tekstów z obcych języków. Jest to jednak sposób korzystania z wiedzy typowy dla osób, które lubią rozwiązywać krzyżówki, sposób doraźny, obliczony niemal wyłącznie na zaspokojenie natychmiastowej potrzeby. Gdyby rzeczywistą wiedzę jednostki zastąpić umiejętnością poszukiwania informacji, mielibyśmy do czynienia ze społeczeństwem myślącym automatycznie, niczym roboty, które odczytują komendy z kodów binarnych. Oczywiście w tej metaforze jest ogromne uproszczenie, gdyż człowiek, w przeciwieństwie do maszyny, czuje i pragnie, ale brak umiejętności zapamiętywania w rezultacie prowadziłby do mechanicznej bezmyślności,

a długofalowo do analfabetyzmu i ograniczenia zdolności komunikacyjnych (zmniejszający się zasób słów, brak umiejętności posługiwania się językami obcymi, brak rozumienia kontekstów). Nowe programy nauczania będą musiały zatem uwzględniać inny sposób korzystania z wiedzy człowieka cyfr, ale jednocześnie stymulować w nim chęć poznawania i potrzebę kształcenia się; także poprzez interaktywną zabawę.

Doskonale do tego celu nadają się technologie multimedialne. Połączenie tekstu z dźwiękiem i ruchomym obrazem pozwala w pełniejszy sposób zgłębiać wiedzę, a jednocześnie rozbudzać zainteresowanie ucznia, przywykłego do obcowania z wieloma formami przekazu równocześnie. Materiał multimedialny może także ułatwiać ćwiczenie pamięci poprzez powtarzanie najważniejszych elementów wykładu. Multimedia powinny być elementem uzupełniającym pracę nauczyciela z uczniem oraz pracę samego ucznia (tak w klasie, jak i w domu). Każdy element edukacji powinien przewidywać interaktywność, która nie tylko pobudza do kreatywnego, samodzielnego myślenia, ale jest też jedną z kompetencji dziecka doby Internetu. Specjaliści od *e-learningu* dawno już zwrócili uwagę, że poza elementami multimedialnymi istotną rolę odgrywa tzw. interfejs, czyli środowisko graficzne i funkcjonalne oprogramowania edukacyjnego, które powinno posiadać odsyłacze hipertekstowe, menu nawigacyjne (rodzaj spisu treści) oraz ikony graficzne będące swego rodzaju skrótami do różnych form korzystania z materiału (wykład, doświadczenia, filmy, materiały do powtarzania językowego, ćwiczenia pisemne, gry edukacyjne itp.). Środowisko to, nazwane *Virtual Learning Environment* (VLE), powinno skłaniać do zgłębiania wiedzy, a także — poprzez systemy odsyłaczy — umożliwiać dalsze samodzielne poszukiwania. W przypadku pracy nauczyciela

**Człowiek
cyfr bez
pamięci**

z uczniem powinno także umożliwiać kontrolę prac domowych i postępów w nauce, wraz z modułem umożliwiającym pełen wgląd dla rodzica — zarówno do prac swego dziecka, jak i ocen czy komentarzy nauczyciela.

Komenta- rze on-line

Dla osób starszych *e-learning* może być często jedyną szansą na zwiększenie kwalifikacji naukowych i zawodowych, uzyskanie nowych licencji czy dyplomów. Zaletą takiej formy nauczania jest bowiem ruchomy czas pracy dorosłego ucznia, który naukę może dostosować do wymogów życia zawodowego i osobistego.

Trudno sobie wyobrazić przyszłość szkoły, w której uczniowie wciąż uczą się z drukowanych w dziesiątkach tysięcy egzemplarzy jednolitych podręczników. Możliwość dowolnego kompilowania tekstu edukacyjnego sprawi, że każdy będzie mógł korzystać z indywidualnego materiału obejmującego wykłady, konteksty, wypisy z lektur, własne notatki, ćwiczenia, prace domowe, hipertekstowe linki do stron internetowych, materiały graficzne, a z czasem także multimedialne. Taki system zakłada współegzystowanie w szkole materiałów cyfrowych z przygotowywanymi dla potrzeb ucznia materiałami papierowymi — zapewne spersonalizowanymi, drukowanymi w jednym egzemplarzu, wpiętymi w formie luźnych kartek do segregatorów. Nową rolę wydawców będzie przygotowanie materia-

Podręczni- ki z Inter- netu

łów edukacyjnych dostępnych on-line (przynajmniej w części, o ile nie w całości, odpłatnie). Zamiast skupiać się na produkcji i sprzedaży ton zadrukowanego papieru i ponosić z tego tytułu ogromne koszty (w tym koszty dystrybucji, sięgające 50 procent ceny podręcznika), wydawca będzie mógł skupić się niemal wyłącznie na pracach merytorycznych i promocyjnych. Pozwoli to uwolnić ogromne środki na rozwój treści edukacyjnych, pobudzi innowacyjność, a konkurencja między wydawcami

koncentrować się będzie na walorach merytorycznych i dydaktycznych materiału. Ministerstwo Edukacji, zamiast dotować podręczniki dla najbiedniejszych rodzin, będzie mogło przeznaczyć większy strumień pieniędzy na niezbędną informatyzację szkół.

W przyszłości nauczyciel i uczeń będą mogli kompilować teksty pobierane ze stron różnych wydawców — w zależności od potrzeb będą to mapy, wzory dyktand, teksty literackie, ćwiczenia matematyczne, tabele, fragmenty filmów historycznych, reprodukcje dzieł sztuki, zdjęcia dzieł architektury, nuty wraz z zapisem dźwiękowym, wizualizacje doświadczeń chemicznych czy ruchu planet itd., itp., możliwości jest naprawdę wiele. Wydaje się, że to właśnie e-dukacja spowoduje rewolucję w świecie książek i wydawnictw, gdyż, w ślad za cyfrowymi materiałami edukacyjnymi, pojawią się podobnie opracowane lektury szkolne, dzieła literackiej klasyki, z czasem też dzieła współczesne, a wraz z rozwojem e-dukacji na poziomie wyższym — w formie elektronicznej zaczną ukazywać się podręczniki akademickie i dzieła naukowe. Tym samym książka papierowa przestanie istnieć — przynajmniej jako produkt masowy, gdyż na własny użytek z pewnością wciąż wiele osób preferować będzie tradycyjną formę — drukowaną na żądanie w spersonalizowanych egzemplarzach.

Uczeń w znacznej mierze będzie tworzyć własne „książki”, łącząc treści dostępne w Internecie z notatkami, ćwiczeniami i pracami domowymi. Wirtualne środowisko pozwoli mu także wymieniać się wiedzą i notatkami z innymi uczniami. Może to pobudzać do kreatywności, ale jest też druga strona medalu, nazwijmy ją pasywnością. Metoda „wytnij i wklej” (CTRL+C, CTRL+V) może ograniczać własną pracę twórczą do zaledwie wyszukiwania informacji, a więc stanie się wrogiem

**Twórczość
oparta na
wycinaniu
i wklejaniu**

samodzielnego myślenia. Nową rolą nauczyciela będzie zatem selekcjonowanie i weryfikowanie materiałów pobranych z Internetu, docenianie prac innowacyjnych, autorskich, zaś niedopuszczanie plagiatów. Już dziś nauczyciele stają przed takim wyzwaniem i radzą sobie z nim całkiem nieźle, korzystają bowiem z tych samych narzędzi i źródeł informacji, jakie są dostępne dla uczniów. Trudniej będzie jednak przeciwdziałać wirtualnej „wymianie myśli”, a w rezultacie bezmyślnemu kopiowaniu prac, w przypadku gdy uczniowie zaczną korzystać z gotowych, oryginalnych materiałów, przygotowanych przez uczniów w innych szkołach, choćby i w innych miastach. Internetowe społeczności uczniowskie zapewne w niedługiej przyszłości zapełnią się tego typu „gotowcami”, które nauczycielom trudno będzie zidentyfikować z racji mnogości źródeł, a być może także form transmisji takich tekstów (np. przez prywatną pocztę e-mail od ucznia do ucznia).

Z kolei zagrożeniem dla ekonomicznego bytu wydawców będzie udostępnianie bezpłatnych treści edukacyjnych (a także innych — choćby lektur szkolnych czy klasyki literackiej i wszelkich dokumentów znajdujących się w domenie publicznej) przez organizacje non-profit, stowarzyszenia, samych pedagogów czy społeczności internetowe. Dobrymi przykładami takich działań na polskim rynku są projekty prowadzone przez Fundację Nowoczesna Polska — Wolne Podręczniki i Wolne Lektury, a w wymiarze globalnym choćby Wikipedia. Dotąd ze swobodnego dostępu do dzieł nie objętych ochroną prawnoautorską korzystali głównie wydawcy, czerpiąc z tego następnie zyski, kiedy sprzedawali dzieła klasyki w formie wydrukowanych książek. Dziś z domeny publicznej w coraz większym stopniu można korzystać bezpłatnie, co dla wydawców stanowi niebezpieczną konkurencję. Kiedy jednak e-książka drukowana na żądanie

zastąpi dotychczasową masową produkcję lektur, wówczas jakiegokolwiek opłaty za dzieła bez *copyrightu* stracą uzasadnienie; po prostu ich nie będzie. Jest to jednak prawem czytelnika, a szerzej — prawem nauki i kultury — móc bezpłatnie korzystać z dzieł niechronionych *copyrightem*, w rezultacie więc wydawcy przestaną czerpać zyski z treści, które do nich nie należą (wyjątek stanowią opracowania krytyczne klasyki, gdzie opracowanie chronione jest — i słusznie — przez prawo autorskie). Obszernie zagadnienie to zostanie omówione w następnym rozdziale.

**Bez copy-
rightu =
bez opłat**

E-learning, jak już napisałem, jest niepełną — przejściową — formą edukacji. Jednak już dziś cieszy się ogromną popularnością, zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych, gdzie praktycznie każdy uniwersytet oferuje możliwość indywidualnej nauki on-line i uzyskania w ten sposób dyplomu naukowego (nierzadkie są, niestety, nadużycia i dyplomy „falszywe”, choć nie dotyczy to faktycznych uczelni wyższych, lecz instytucji podszywających się pod nie). W 2006 roku z form *e-learningu* korzystało około 3,5 miliona studentów w Stanach Zjednoczonych, a światowa wartość tego rynku szacowana jest na około 38 miliardów euro (przy czym w rzeczywistości rynek ten jest znacznie większy, gdyż około 20 procent materiałów e-dukacyjnych udostępnianych jest bezpłatnie przez grupy społecznościowe i organizacje non-profit).

Komunikacja w e-dukacji zakłada asynchroniczny i synchroniczny przepływ informacji. Ten pierwszy ma dłuższą historię i nie przewiduje bezpośredniej interakcji z nauczycielem czy innymi uczniami. Asynchroniczne może być nauczanie na odległość w formie szkół korespondencyjnych, telewizyjnych programów edukacyjnych czy programów (aplikacji) multimedialnych (np. do nauki języków obcych czy choćby ortografii) i gotowych stron internetowych (w tym

blogów poświęconych *e-learningowi*, portali edukacyjnych czy forów dyskusyjnych). Są to najczęściej kursy rozpisane na zestawy lekcji i towarzyszących im testów czy ćwiczeń (zazwyczaj mogą one być przez ucznia na bieżąco weryfikowane przez algorytm gotowych odpowiedzi lub podpowiedzi). Ważniejsza z punktu widzenia edukacji przyszłości jest metoda synchroniczna, z wykorzystaniem narzędzi komunikacyjnych (Internet, telekomunikacja, od niedawna także telewizja interaktywna). Jest to forma wirtualnej klasy, w której nauczyciel i uczniowie mają ze sobą stały kontakt (kamera internetowa, wideokonferencja, połączenie głosowe i inne formy przekazu umożliwiające identyfikację ucznia).

Monitor wirtualną tablicą

W tekstach poświęconych *e-learningowi* synchronicznemu zwraca się uwagę, że monitor komputera jest czymś w rodzaju „wirtualnej tablicy”. Nauczyciel, pozostający w kontakcie z uczniem „w czasie rzeczywistym”, ma możliwość na bieżąco weryfikować jego postępy, stan wiedzy, może też prowadzić wykład czy ćwiczenia.

To idealne rozwiązanie np. dla uczniów chorych czy z jakichkolwiek powodów nie mogących uczęszczać do normalnej szkoły. Rozwiązanie to świetnie może się także sprawdzać przy nauczaniu osób dorosłych, przede wszystkim przy wszelkiego rodzaju kursach dokształcających. Wraz z rozwojem technologii telekomunikacyjnych coraz częściej mówi się o *m-learningu*, z wykorzystaniem urządzeń do komunikacji bezprzewodowej, jak palmtopy czy smartphone.

Jedną z przyszłościowych form edukacji, choć opartą w znacznym stopniu o wolną wolę uczącego się, są dynamiczne platformy oparte o rozwiązania Web 2.0 — serwisów internetowych, których współtwórcami są społeczności użytkowników Sieci. Jest to forma nauki przez zabawę, lecz obecnie docenia ją wielu dydaktyków jako skuteczną choćby w nauczaniu języków obcych, czy wiedzy m.in. o ekonomii,

historii, kulturze, literaturze. Oryginalną platformą edukacyjną jest społeczność „Second Life” — wirtualnego świata on-line, udostępnionego w 2003 roku przez firmę Linden Lab. „Second Life”, to rodzaj interaktywnej gry edukacyjnej, może w niej uczestniczyć każdy, kto zarejestruje się i stworzy swoją wirtualną postać (awatara). Pod koniec 2007 roku do społeczności „Second Life” należało około 10 milionów osób na całym świecie, a projekt wsparty m.in. British Council i Instytut Cervantesa, a także takie uniwersytety jak Harvarda czy Oksford. Uczestnictwo w świecie „Second Life” umożliwia m.in. wirtualną naukę, a także np. czytanie książek czy spotkania z autorami (dla przykładu krakowskie wydawnictwo Znak ma w tym świecie swoją wirtualną siedzibę, w której można odwiedzić księgarnię, poznając fragmenty książek). Taka forma interaktywnej nauki przez zabawę, to coś więcej niż rozumiane pod pojęciem *e-learningu* nauczanie na odległość. To wciągnięcie młodego odbiorcy w fascynujący dla niego świat pełen treści (w „Second Life” nie ma przemocy czy zręcznościowych gier, nie zbiera się też punktów, lecz gospodaruje częściowo wirtualnymi, częściowo rzeczywistymi — opcjonalne opłaty — pieniędzmi). Podobnych projektów jest zresztą więcej, choćby dla młodszych dzieci wirtualny świat Club Penguin, w którym rozwiązują łamigłówki, ale i rozmawiają on-line z kolegami z całego świata. Nie zastąpi to szkolnej edukacji, jest jednak jej znakomitym uzupełnieniem, ale też i pewną wskazówką, w jakim kierunku powinien w przyszłości zmierzać system nauczania młodszych dzieci.

„Nowe media powodują ważne odwrócenie tendencji do skupiania się na przekazie czysto wizualnym, przywracają bowiem dynamiczną równowagę między przekazem obrazowym a przekazem alfabetycznym. Szkoła jutra nie

**Drugie
życie
w „Second
Life”**

będzie miała ławek, lecz stanowiska elektroniczne — oczywiście oprócz miejsca do pisania ręcznego” — przewidywał w 1996 roku Umberto Eco. Taka szkoła jutra wymagać będzie wielkich nakładów finansowych, powszechnego dostępu do Internetu, wyposażenia każdej klasy w komputery działające on-line. Brak środków finansowych stanie się zapewne główną przeszkodą w upowszechnieniu przedstawionych tu wizji, a najpilniejszym wyzwaniem dla władz publicznych i samorządowych (w wymiarze globalnym), będzie wyrównywanie różnic edukacyjnych.

W rozdziale tym przedstawiłem wizję edukacji opartej na interakcji, uwzględniającej kompetencje nowego odbiorcy, jego potrzeby, sposób obcowania z przekazem wielomedialnym i hipertekstem. Edukacji dającej wiele możliwości auto-kreacji i uczestnictwa w grupie — czy to przez kontakt bezpośredni, czy w świecie wirtualnym. Uczciwie starałem się przedstawić zagrożenia — jak alienacja młodego pokolenia, czy nadużywanie możliwości korzystania z gotowych tekstów i szablonów. Zarysowałem też wizję edukacji bez podręczników, przynajmniej bez podręczników w ich dzisiejszym wymiarze, charakterystycznym dla świata druku i masowej produkcji. Personalizacja wiedzy, przystosowanie materiału do potrzeb indywidualnego ucznia, będzie jednym z głównych elementów rozwoju sektora nauczania. Wydawców czeka trudna rywalizacja z dostawcami bezpłatnych treści edukacyjnych, konkurencja ta przebiegać będzie jednak z korzyścią dla ucznia. Nowe formy komunikacji i prezentacji treści otwierają przed oświatą niespotykane w dziejach możliwości, a przecież tu zarysowałem jedynie kilka najważniejszych rozwiązań technologicznych, pomijając takie propozycje, jak np. interaktywne tablice, trójwymiarowe prezentacje czy choćby coraz bardziej popularne technologie uczenia się podczas snu.

**Wydawców
czeka trudna
rywalizacja**

E-dukacja to świat przyjazny dla ucznia i trudny, przynajmniej w pierwszym, przejściowym, okresie, dla nauczyciela, któremu przyjdzie zmierzyć się z licznymi pułapkami, jakie niosą ze sobą technologie. Będzie on musiał weryfikować źródła informacji i wykrywać oszustwa wynikające z nadużywania technologii, na co w wielu wypadkach nie jest dzisiaj przygotowany. Dlatego można spodziewać się oporu ze strony pedagogów, którym trudno będzie się mierzyć z kompetencjami swoich uczniów (już dziś jedni od drugich odstają nieraz w stopniu szokującym). Rewolucja zawsze jednak trafia na reakcję oporu ze strony grup, które czują się zagrożone przemianami. W tym przypadku opór będzie zapewne silny i minie jeszcze wiele lat, zanim przedstawiona tu wizja e-dukacji rzeczywiście się upowszechni, choć — z technologicznego punktu widzenia — zmiana możliwa jest w bardzo bliskiej perspektywie.

Rozdział 10

Copyright poza kontrolą

Łatwość rozpowszechniania treści w formacie cyfrowym sprawia, że właściciele praw autorskich stanęli w obliczu groźby utraty nad nimi kontroli. Nie tylko strony internetowe, ale przede wszystkim prywatne serwery, pełne są treści chronionych, które przez programy typu *peer-to-peer* (P2P), czyli równy z równym, swobodnie krążą pomiędzy konsumentami kultury. Własność intelektualna jest kopiowana i dystrybuowana bez jakichkolwiek opłat licencyjnych. Nowe technologie komunikacyjne będą sprzyjać tej trudnej do kontrolowania wymianie treści. Właściciele praw i ich przedstawiciele (wydawcy, producenci, organizacje zbiorowego zarządzania) stanęli przed palącym problemem: co robić, by zachować zyski ze sprzedaży utworów? Wszelkie dotychczasowe działania w tym zakresie — mimo ich restrykcyjności i wysokich kar — okazują się mało skuteczne. Świat cyfr wymagać będzie ponownego przededefiniowania kwestii ochrony praw autora i wydawcy, a także znalezienia sposobów, które zagwarantują twórcom czerpanie z ich pracy dochodów, w innym bowiem razie kultura i nauka nie będą mogły się dalej rozwijać.

**Co robić,
by zachować zyski?**

To oczywiście, że zyski twórcy muszą być współmierne do rynkowej wartości dzieła, która jest wypadkową jego ceny i zainteresowania odbiorców kultury. Cena zazwyczaj obejmuje koszt wytworzenia, czyli: czas pracy

artysty, jego renomę oraz to, na ile sam swój czas wycenia, a także koszty związane z redakcją, publikacją (koszty wydania, nagrania, realizacji filmu itp.) i dystrybucją, przy czym na każdym etapie liczy się na profity (w obecnym systemie autor zazwyczaj na swoim dziele zarabia mniej niż wydawca). Dystrybutorem może być hurtownik, księgarz, właściciel kina czy sklepu muzycznego, ale także stacja telewizyjna, radiowa czy operator sieci kablowej. Zainteresowanie dziełem, do niedawna liczone było w prosty sposób — liczbą sprzedawanych kopii. Sieci *peer-to-peer* sprawiły jednak, że twórcom „ucieka” część wpływów, wynikających ze społecznego zapotrzebowania na ich utwory. W przypadku, gdy część odbiorców dzieła otrzymuje je za darmo, pomimo iż jest ono chronione *copyrightem*, tracą na tym autor, wydawca i dystrybutor, a w rzeczywistości także wiele innych związanych z przemysłem kulturalnym podmiotów (np. drukarnie, studia nagraniowe, tłocznie płyt itd.). Tracą także klienci, gotowi uczciwie płacić za dostęp do dóbr kultury, gdyż wraz ze spadającym popytem maleje podaż towarów — w rezultacie albo niektóre utwory w ogóle nie są w sklepach dostępne, albo są dostępne za wyższą cenę. Plaga wymiany dzieł bez uiszczenia opłat z tytułu korzystania z nich (nie chcę tu używać słowa „nielegalny”, gdyż obecnie bardzo trudno zdefiniować, co jest legalne w Sieci, zwłaszcza, że w różnych krajach obowiązują różne restrykcje), dotyka zarówno wielkie gwiazdy show biznesu, jak i twórców undergroundowych, zarówno wielkich producentów, jak Sony, Warner, Universal, EMI czy Walt Disney, jak i wydawnictwa niezależne. Te ostatnie, często jedyni dystrybutorzy kultury alternatywnej, są w szczególnym niebezpieczeństwie, gdyż piractwo podkopuje ich i tak minimalne szanse rozwoju na rynku zdominowanym przez wielkie medialne korporacje. W rezultacie wiele książek w ogóle nie jest wydawanych, wiele utworów

Twórcom ucieka część wpływow

muzycznych nie jest nagrywanych, wiele filmów w ogóle nie powstaje. Odebranie twórcom i ich wydawcom możliwości zarabiania na dziełach spowoduje, że kultura zostanie osierocona na początek z tego, co najmniej komercyjnie, a co często jest szczególnie wartościowe.

Problem opłat licencyjnych dotyczy nie tylko dzieł kultury, lecz także samych technologii, w szczególności zaś programów komputerowych — od systemów operacyjnych, przez aplikacje biurowe, gry komputerowe, programy edukacyjne, po oprogramowanie służące samej komunikacji. Dla kultury to dobra wiadomość, gdyż zyskuje potężnego sojusznika — skoro na piractwie tracą same technologie, to w interesie technologii będzie rozwiązanie problemu.

Zanim jednak przedstawię, jak ten problem można będzie w przyszłości rozwiązać, chciałbym podkreślić, że w e-świecie nie da się za wszystko pobierać opłat. Dlaczego ludzie mają płacić za możliwość przeczytania „Lalki” Bolesława Prusa, skoro prawa autorskie do powieści są od lat w domenie publicznej? Zakres dzieł, do których uzyskiwać będziemy całkowicie swobodny dostęp, stale będzie się powiększać wraz z poszerzaniem archiwów e-bibliotek (pisałem o tym w rozdziale szóstym). Konsument będzie miał też coraz częściej wybór — między korzystaniem z dzieł wolnych od opłat a ofertą komercyjną. Coraz więcej bowiem osób działa na rzecz bezpłatnego (nie znaczy, że pozbawionego licencji) udostępniania wartości intelektualnej, a dotyczy to zarówno wytworów kultury, jak i oprogramowania. Dla przykładu, można płacić firmie Microsoft licencję za korzystanie z systemu operacyjnego Windows lub korzystać z bezpłatnego Linuxa. Można zapłacić za dostęp do zasobów Encyclopaedia Britannica lub bezpłatnie skorzystać z wolnej encyklopedii Wikipedia. Warto tu podkreślić, że dzieła bezpłatne (tworzo-

ne najczęściej przez społeczności wolontariuszy) wcale nie muszą być gorsze od płatnych odpowiedników (przykłady Linuxa czy Wikipedii — zwłaszcza w wydaniu anglojęzycznym — najlepiej tego dowodzą).

Oczywiste, że swoboda dostępu będzie dotyczyła tylko części dzieł, z pewnością nie obejmie najnowszej płyty Madonny czy powieści Johna Grishama, ale — jak zauważa Lawrence Lessing, najbardziej znany bojownik o poszerzenie sfery kultury publicznie dostępnej bez opłat — zaledwie niewielki procent utworów po upływie kilku lat wciąż jest przedmiotem komercyjnych transakcji. Nie są sprzedawane, a mimo to są chronione, co w rezultacie ogranicza do nich dostęp — w Polsce ochrona praw autorskich trwa przez 70 lat, z reguły liczonych od śmierci twórcy. Z książek, które ukazały się na początku XX wieku (większość z nich nadal podlega ochronie prawnej), mniej niż 2 procent wciąż jest wznawianych. W przypadku utworów muzycznych odsetek jest jeszcze niższy, większość z nich niszczeje w archiwach, czekając na odrodzenie dzięki digitalizacji.

Lessing słusznie postuluje, że prawo autorskie powinno chronić te utwory, których twórcy wyraźnie sobie tego życzą. Okres ochrony tak naprawdę jest zagadnieniem drugorzędym z punktu widzenia rozwoju kultury, choć należy pamiętać, że został on wydłużony stosunkowo niedawno, za sprawą nacisków amerykańskiego lobby producentów i wydawców. W Stanach Zjednoczonych w 1998 roku wydłużono okres ochrony o 20 lat, za sprawą ustawy Sonny Bono Copyright Term Extension Act (nazwa pochodzi od imienia Sonny'ego Bono, amerykańskiego piosenkarza i republikańskiego senatora — zmarłego w 1998 roku — który uważał, że prawa autorskie powinny być wieczyste). Polska wydłużyła okres ochrony z 25 do 50 lat po śmierci twórcy

**Wikipedia
nie gorsza
od Bri-
tanniki**

**Odrodzenie
dzięki digi-
talizacji**

w 1994 roku, a w 2000 (w związku z dyrektywą Unii Europejskiej) — z 50 do 70 lat, pozbawiając domenę publiczną kilkunastu tysięcy dzieł, z których większość i tak nie jest eksploatowanych. W ciągu zaledwie sześciu lat wydłużyliśmy okres ochrony o 45 lat! Na dodatek, w następnych latach wprowadzono kolejne obszary ochrony prawnej, m.in. baz danych, wprowadzono także inne regulacje, dotyczące np. ochrony kodu komputerowego. Lessing postuluje, by prawa autorskie obowiązywały przez cały określony ustawowo okres (obecnie niemal na całym świecie jest to 70 lat od śmierci twórcy), lecz warunkiem byłoby najpierw zarejestrowanie dzieła (Lessing proponuje minimalną opłatę w wysokości

Prawa odnawialne

jednego dolara), a następnie, po upływie pewnej licz-

by lat, odnowienie ochrony przez samego twórcę lub jego spadkobierców. Ten prosty, zdawałoby się, postulat (wcześniej zgłaszany przez profesora Williama

Fishera z Uniwersytetu Harvarda, autora głośnej pracy

„Promises to Keep”), tak naprawdę jest w interesie samych twórców, choć wydawać by się mogło, że wymóg rejestracji stanowi pewne ograniczenie. Po pierwsze, rejestr rozwiązywałby niezwykle istotną kwestię związaną z odnajdowaniem właściciela praw. Każdy wydawca wie, jak bardzo może to być skomplikowane. W Polsce część dzieł, ale jest to niewielki procent, rejestruje Stowarzyszenie Autorów ZAiKS. Te, których nie ma w rejestrze ZAiKS-u, nadal teoretycznie objęte są ochroną, choć w wielu przypadkach nie ma już wśród żywych żadnych spadkobierców. Brak informacji o aktualnym właścicielu praw (o ile on w ogóle istnieje), powoduje, że wydawcy albo zaniechują wznawiania starszych dzieł albo ryzykują kosztowne spory sądowe ze spadkobiercami, którzy po latach ujawniają swoje roszczenia (a prawa przez siedemdziesiąt lat przysługują zarówno spadkobiercom autora, jak i tłumacza). Rejestr, zawierający podstawowe dane osobowe

i adresowe aktualnego właściciela praw, ułatwiałby wydawcom nawiązanie kontaktu ze spadkobiercami, co zapewne zachęcałoby do wznawiania utworów starszych i pozwalało uniknąć ryzyka nieumyślnego naruszenia czyichś praw. Po drugie, odnawiany rejestr obejmowałby te dzieła, które faktycznie wymagają ochrony, uwalniając do domeny publicznej te wszystkie utwory, które nie stanowią obecnie komercyjnej wartości dla samych twórców (mogłyby przechodzić do domeny publicznej jeszcze za życia twórcy, o ile ten nie byłby zainteresowany przedłużeniem ochrony). Tu należy podkreślić, że uwolnienie utworu do domeny publicznej nie pozbawia nikogo praw do autorstwa, nie uprawnia też do dowolnego spłagiatowania cudzych dzieł, a jedynie zwalnia od opłat licencyjnych za eksploataowanie utworu. Prawdopodobnie ponad 90 procent utworów, które nie stanowią dla ich autorów po kilku czy kilkunastu latach wartości komercyjnej, trafiałoby do domeny publicznej, ludzie mogliby z nich korzystać bez jakichkolwiek opłat.

Działania na rzecz publicznego dostępu do współczesnych utworów z dużym sukcesem podejmuje na całym świecie, założona w 2001 roku, organizacja Creative Commons (Creative Commons Polska działa pod auspicjami Fundacji Otwarty Kod Kultury). Autorzy, którzy decydują się oznaczyć swoje dzieła znakiem CC, sami decydują o tym, jak ich utwory mogą być wykorzystywane przez innych, jest to zatem forma licencji. Autorom, którzy przystępują do Creative Commons, przyswieca idea dzielenia się swoją twórczością — np. wyrażają zgodę na kopiowanie ich utworu w celach niekomercyjnych czy na samplowanie i remiksowanie. Zamiast zwrotu „wszystkie prawa zastrzeżone”, typowego dla noty *copyright*, Creative Commons promują ideę, w myśl której tylko pewne prawa są zastrzeżone. W przypadku tej książki, oznaczonej symbolem

**Utwory
samplowa-
ne i remik-
sowane**

CC, autor wyraża zgodę na wykorzystywanie tekstu dla celów niekomercyjnych, w tym także na tworzenie utworów zależnych (licencja *noncommercial*).

Prawo autorskie, mniej lub bardziej restrykcyjne, odnawiane czy nawet wieczyste, nie uchroni jednak kultury przed kopiowaniem, które stało się nieodłączną cechą nowych form przekazu. Kopiowanie i wklejanie fragmentów tekstów umożliwia tworzenie kompilacji, podobnie jak samplowanie piosenek. Każde kopiowanie, wykraczające poza prawo cytatu czy inne przypadki dozwolonego użytku, wymaga obecnie zgody właściciela praw, choć w przypadku samplowania orzecznictwa niektórych krajów już uznały je za osobny gatunek twórczości. Na własny użytek można stworzyć kompilację tekstów czy np. zarejestrować film na taśmie wideo lub płycie DVD. Co jednak stanie się, gdy miejsce masowej produkcji książek czy płyt zajmą spersonalizowane, drukowane (nagrywane) na żądanie kopie? Pobrane z Internetu treści będą przecież „na własny użytek”. Na tej zasadzie działają wszelkie programy P2P, które udostępniają pliki umieszczone na prywatnych twardych dyskach — udostępniają je w celach niekomercyjnych (nie ma żadnych opłat). Jest to forma wymiany, a wymiana w świetle obecnego prawa autorskiego nie podlega opłacie licencyjnej, podobnie jak wypożyczenia książki znajomemu, a nawet jej sprzedaż na wtórnym — antykwarycznym — rynku. Wymieniając z kolegą jedną płytę na drugą, nie łamiemy prawa, w przypadku jednak wymiany plików nie jest to już takie oczywiste. Można całkowicie legalnie dać komuś płytę Beatlesów w zamian za płytę Rolling Stones, ale przekazanie pliku MP3 z piosenką „Yesterday” w zamian za MP3 „Paint In Black” może oznaczać wykroczenie (przez prawodawstwo Stanów Zjednoczonych surowo karane). Pliki z muzyką (podobnie jak oprogramowanie do ich ściągania) nie są udostępniane przez komercyjne firmy

lecz przez społeczności internetowe, grupy ludzi, których łączyą wspólne zainteresowania. Pisałem już, że uczestnictwo w grupach społecznościowych współczesnemu człowiekowi w znacznym stopniu zastępuje normalny interpersonalny kontakt. Pozbawienie go możliwości wymiany z wykorzystaniem technologii on-line, w gruncie rzeczy narusza jego swobodę komunikowania się. Zwłaszcza, że przedmiotem wymiany są nie tylko pliki objęte ochroną prawną autorską, lecz także masa dokumentów prywatnych, czy też pozostających w domenie publicznej. Choćby z tego względu walka z technologią jest niemożliwa, naruszałaby bowiem obywatelskie swobody.

Problem jednak nie w tym, że ktoś wymienił płytę Beatlesów na płytę Rolling Stones, lecz w masowym charakterze tej odpersonalizowanej wymiany. Przemysł fonograficzny co roku traci na niej miliardy dolarów, i to jest fakt, z którym nie sposób dyskutować. Pisałem już, że bezpłatne rozpowszechnianie dzieł stawia pod znakiem zapytania dalszy rozwój kultury, w tym byt materialny twórców i wydawców. Jak jednak temu przeciwdziałać, skoro model komunikacji P2P zakłada wymianę bezpośrednio pomiędzy użytkownikami Sieci, z pominięciem jakiegokolwiek centralnego serwera? Przecież sieci P2P powstały właśnie po to, by skutecznie omijać ochronę praw autorskich. Gdyby piosenki z nowej płyty Madonny były dostępne do pobrania (choćby bezpłatnego) na jakiegokolwiek stronie WWW, bez zgody piosenkarki i producenta jej nagrań, to natychmiast taka strona zostałaby zamknięta, a jej właściciel zmuszony do wypłaty ogromnego odszkodowania. Ale te pliki są na twardych dyskach osób prywatnych, są tam na ich „prywatny użytek”. Idea tej formy wymiany treści pojawiła się stosunkowo niedawno, bo w 1999 roku, kiedy to Shawn Fanning założył pierwszą sieć P2P — słynnego Napstera. Każdy, kto korzystał

**Walka
z technolo-
gią jest da-
remna**

z oprogramowania Napstera, mógł bezpłatnie pobierać pliki z muzyką. Napster zakończył działalność w 2001 roku (miał wówczas 26,4 miliona użytkowników na całym świecie) po serii procesów wytaczanych przez artystów (wśród nich Madonnę) i wydawców muzyki, w tym przypadku jednak stosunkowo łatwo było wskazać winowajcę, gdyż firma Napster udostępniała technologię i serwer z muzyką. Następcą Napstera było Audiogalaxy, które także zostało zlikwidowane w wyniku przegranego procesu ze Zrzeszeniem Amerykańskich Wydawców Muzyki (RIAA), bardzo aktywnym w tropieniu internetowej wymiany plików i inicjowaniu rozmaitych aktów legislacyjnych ograniczających swobodny dostęp do kultury. Ściganiu firm rozprzestrzeniających w Internecie pliki objęte prawami autorskimi sprzyjały dwa akty prawne — w Stanach Zjednoczonych Digital Millennium Copyright Act i w Europie: WIPO Copyright Treaty, a następnie Copyright Directive (z maja 2001 roku). WIPO (Światowa Organizacja Własności Intelektualnej) to agenda ONZ, która ma wielkie zasługi w upowszechnianiu prawa autorskiego. Kontrowersyjne zapisy tych aktów prawnych wprowadzały zakaz obchodzenia cyfrowych zabezpieczeń utworów oraz tworzenia technologii umożliwiających ich obchodzenie (polska ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych wprowadziła podobne zapisy w 2004 roku, przewidując karę do trzech lat pozbawienia wolności). Digital Millennium Copyright Act (DMCA), na mocy którego na całym świecie ścigani są autorzy sieci P2P, wprowadzała bardzo wysokie odszkodowania (znacznie wyższe od przewidzianych prawem autorskim) za obchodzenie zabezpieczeń. Jednocześnie wprowadzono system cyfrowego zarządzania prawami — Digital Rights Management (DRM), który pozwalał na szyfrowanie danych przed ich transmisją, a w rezultacie kontrolę treści i ograniczenia w ich użyciu. Wykorzystując przepisy DMCA, pozy-

wano kolejnych twórców oprogramowania P2P, a nierzadko też właścicieli serwerów grupujących pliki, a nawet indywidualnych użytkowników. Rzecz w tym bowiem, że część dostępnych w systemach P2P plików muzycznych jest nie tylko chronionych prawem autorskim, lecz także specjalnym kodem („kod staje się prawem” — jak to złośliwie ujął Lawrence Lessing). W ten sposób doprowadzono do upadku kolejną wielką sieć P2P — Kazaa, której właściciel, australijska firma Sharman Networks, po licznych procesach (początkowo wygranych) w 2006 roku zmuszony był do wypłaty 100 milionów dolarów odszkodowania, a sama sieć — choć działa nadal — może udostępniać jedynie pliki wolne od praw autorskich. Podobny los spotkał popularnego „osiołka” — program eDonkey. We wrześniu 2006 roku firma MetaMachine zawarła ugodę ze wspomnianą już amerykańską organizacją RIAA — zapłaciła 30 milionów dolarów odszkodowania i zobowiązała się do natychmiastowego zaprzestania dystrybucji programu eDonkey2000 oraz uniemożliwienie dotychczasowym użytkownikom korzystania z tej sieci wymiany plików. Nie na wiele się to jednak zdało. Obok eDonkey powstały kolejne społeczności, jak eMule czy Shareza. Działający od grudnia 2003 roku eMule to dziś najpopularniejszy (także w Polsce) program P2P, dostępnych jest w nim około 600 milionów plików, a korzysta z niego około pięciu milionów osób. W wyniku kolejnych procesów zamykane są lokalne serwery, na których przechowywane są pliki. Nawet jeśli eMule zostanie zamknięty, z pewnością w jego miejsce pojawią się inni. Pomimo wysokich kar i rygorystycznego ustawodawstwa, prawo nie jest w stanie powstrzymać technologii.

Przepisy prawne dotyczące zakazów obchodzenia cyfrowych zabezpieczeń są wyrazem bezradności w obliczu nowej technologii rozpowszechniania treści. Warto tu nadmienić,

Kod staje się prawem

że przepisy te ograniczają innowacyjność, są bardziej rygorystyczne niż prawo patentowe, uniemożliwiają społecznościom internetowym usprawnianie istniejącego już oprogramowania, o ile nie jest to oprogramowanie otwarte. Sama potrzeba budowania otwartego oprogramowania (*open source*, którego nie należy mylić z wolnym oprogramowaniem, czyli *free software*), a więc takiego, w którym każdy ma możliwość ingerowania w kod źródłowy, wynikała z ograniczeń innowacyjności narzuconych przez prawo. Efektem działania otwartych społeczności programistów były nie tylko programy P2P, jak eMule, ale też tak znane i użyteczne aplikacje jak: system operacyjny Linux, przeglądarki Mozilla czy Firefox, system baz danych MySQL czy pakiet biurowy OpenOffice. Z wykorzystaniem oprogramowania *open source* tworzone są liczne systemy edukacyjne i narzędziowe, oraz takie inicjatywy jak Wikipedia czy — wspomniane w poprzednim rozdziale — polskie projekty Wolne Podręczniki i Wolne Lektury (a to tylko nieliczne z setek tysięcy przykładów). Oczywiście odpowiedzią na zakaz ingerencji w kody źródłowe i zabezpieczenia był rozwój społeczności hakerskich. „Hakowanie” to nic innego jak ingerencja w kod. Jak dotąd hakerom udawało się skutecznie obchodzić wszelkie zabezpieczenia związane z Digital Rights Management, wskutek czego nie ma obecnie możliwości skutecznego zabezpieczenia plików (czy też nagranych płyt CD) przed skopiowaniem.

Hakerom nie strasz- ne DRM

Podaliśmy te liczne przykłady, by dowieść, że restrykcyjne podejście do ograniczania transmisji on-line treści objętych prawami autorskimi nie na wiele się zdaje. A przecież wciąż jeszcze jesteśmy w epoce, w której większość dóbr kultury ma wymiar materialny (książka, płyta CD czy DVD). Co stanie się, gdy książki zostaną zastąpione przez pliki tekstowo-graficzne? Problem przybierze rozmiary zagrażające dalszemu

rozwojowi nauki i kultury. Jest dla mnie oczywiste, że prawa nie mogą być bezpłatne. Trzeba zatem pomyśleć, jaki wprowadzić system skutecznego ściągania opłat zamiast próbować walczyć z technologią.

**Prawa nie
mogą być
bezpłatne**

Popatrzymy na rozwiązania, jakie przyjęto w ustawodawstwie zanim na dobre nastąpiła era Internetu. Rozwiązania te także dotyczą kopiowania i powielania, tyle że w wymiarze fizycznym, a nie wirtualnym. Obowiązująca w Polsce ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych z 1994 roku przewiduje obowiązek odprowadzania opłat z tytułu produkcji lub sprzedaży zarówno urządzeń jak i nośników do utrwalania treści. Wykaz tych urządzeń, a także wysokość opłaty, określa rozporządzenie ministra kultury z czerwca 2003 roku. Opłata to w istocie ustanowiony przez ministra kultury procent od wartości, po której sprzedawane jest urządzenie lub nośnik (*de facto* jest to procent od przychodu uzyskanego z ich sprzedaży przez producenta lub importera). Opłata w wysokości trzech procent naliczana jest m.in. od: magnetofonów, odtwarzaczy CD z funkcją nagrywania, odtwarzaczy MP3, magnetowidów, odtwarzaczy DVD, maszyn kopiujących, czystych płyt CD/R, CD/RW, CD/DAT, DVD, kaset VHS, kaset magnetofonowych. Dwa procent płać m.in. producenci i dystrybutorzy nagrywarek komputerowych (trudno zrozumieć ten przywilej). Opłata w wysokości jednego procenta pobierana jest m.in. od sprzedaży: dysków twardych, kart pamięci, kamer rejestrujących, maszyn skanujących w liczbie jednej kopii na minutę (im szybszy jest proces skanowania, tym opłata wyższa o 0,02 procent za każdą minutę). W grupie tej, prawdopodobnie przez niedopatrzenie, zabrakło aparatów cyfrowych, ale z punktu widzenia rozwiązań systemowych nie ma to większego znaczenia, podobnie jak fakt, że producenci i importerzy papieru kserograficznego płać, zgodnie

**Polskie roz-
wiązania**

z tym rozporządzeniem, nieproporcjonalnie mało — zaledwie 0,001 procent przychodu. Uzyskane z tytułu opłat środki finansowe trafiają następnie (w proporcjach określonych przez ustawę) do: twórców, artystów wykonawców, producentów fonogramów, producentów wideogramów i wydawców. W przypadku książek redystrybucją zajmują się dwie organizacje zbiorowego zarządzania — stowarzyszenia Kopipol i Polska Książka.

Nie analizując zasadności takich, a nie innych, kryteriów naliczania opłat i ich podziału, te bowiem zawsze można poddawać krytyce, warto zwrócić uwagę na znaczenie tego modelu w świetle dyskusji o rozpowszechnianiu utworów objętych prawami w Internecie. Model ten zakłada swego rodzaju podatek nakładany na firmy, których działania ułatwiają powielanie dzieł kultury. Nietrudno sobie wyobrazić podobny system opłat (być może znacznie wyższych z uwagi na skalę zjawiska) nakładanych na providerów: Internetu, telewizji kablowych, a być może także na firmy telekomunikacyjne oraz producentów urządzeń typu smartphoney. Być może to by wpłynęło na wyższą cenę pakietu usług dla klienta, ale w ramach tych usług klient w pełni legalnie mógłby korzystać na własny użytek z zasobów cyfrowych — niezależnie od tego, czy są one w domenie publicznej, czy też są chronione *copyrightem*. Moim zdaniem, klientowi i tak przyjdzie za ten dostęp niebawem płacić — czy to w formie licencji, czy abonamentu (o tym będzie mowa w następnym rozdziale), gdyż właśnie kompleksowa, abonamentowa opłata będzie prawdopodobnie jedyną możliwością egzekwowania tantiem dla twórców i dla wydawców. Zamiast walczyć z technologiami na salach sądowych, wystarczyłoby też wprowadzić system opłat pobieranych od dysponentów sieci P2P. Gdyby system ten połączyć nie z liczbą użytkowników (numery IP), lecz faktycznie ściąganych plików (lub kilobaj-

tów), wówczas korzystanie z połączeń P2P przestałoby być całkowicie bezpłatne, za to stałoby się całkowicie legalne, a użytkownik mógłby swobodnie wybierać, w jakiej formie chce otrzymać plik. Opłaty te mogłyby być zresztą naliczane przez firmy telekomunikacyjne (tak się przecież dzieje w przypadku telefonii komórkowej, tyle że opłaty za pobrane impulsy w całości trafiają do operatora, bez opłat na rzecz organizacji zarządzania prawami autorskimi).

Te rozwiązania wydają się być palącą koniecznością w sytuacji, gdy nowoczesne urządzenia mobilne dają nam możliwość bycia on-line przez 24 godziny na dobę, niemalże w dowolnym miejscu. Sieci P2P być może z czasem całkowicie znikną, ale nie zniknie dystrybucja treści przez Internet (radio internetowe, biblioteki cyfrowe, można sobie wyobrazić kina on-line — czym innym jest zresztą interaktywna telewizja?). Przywoływany kilkakrotnie w tym rozdziale Lawrence Lessing w książce „Wolna kultura” pisze: „W sytuacji, gdy będzie niezwykle łatwo połączyć się z serwisami dającymi dostęp do treści, łatwiej będzie łączyć się z nimi, niż ściągać i przechowywać treść na wielu różnych urządzeniach, których będziemy używać do odtwarzania treści. Innymi słowy: łatwiej będzie być subskrybentem niż administratorem bazy danych. (...) Choćby nawet korzystanie z treści podlegało opłacie, serwisy oferujące treści będą rywalizować z ich wzajemnym udostępnianiem”. Aby to jednak mogło nastąpić, wcześniej niezbędne są zmiany w globalnym podejściu do licencji i zezwoleń na niekomercyjne korzystanie z praw autorskich. W wyniku wprowadzenia abonamentowych opłat rzeczywiste wpływy twórców mogą się nawet zwiększyć, w większym niż dotychczas stopniu będą też powiązane z zapotrzebowaniem na ich dzieła. Pojawi się bez wątpienia problem redystrybucji środków, tak by honorował

Płatne
kilobajty

on np. z natury swej niszowe publikacje naukowe w sposób odpowiadający ich specyfice. Z pewnością w okresie przejściowym będziemy świadkami wielu rozwiązań połowicznych, niedoskonałych, jednak każde systemowe rozwiązanie tego problemu wydaje się lepsze niż walka z technologiami, przypominająca walkę Don Kiszota z wiatrakami.

Rozdział 11

Dostawcy treści

Informacja w formie cyfrowej — nieważne, czy jest to tylko plik tekstowy, zdjęcie, książka czy piosenka — jest towarem wirtualnym. Ma on swoją wartość, lecz nie ma cech fizycznych. Nie wymaga opakowania ani listonosza, czy kuriera, który dostarcza paczkę. Każdy może być zarówno nadawcą, jak i odbiorcą cyfrowych treści, a jednym z przykładów takiej wymiany on-line są omówione w poprzednim rozdziale sieci *peer-to-peer*. Wyszukiwarki wyspecjalizowane — jak choćby Google — odnajdują i selekcionują dane zgromadzone na milionach stron WWW. Czy jednak informacja w Sieci nadal pozostanie rozproszona? Moim zdaniem — i tak, i nie. Bez wątplenia przybywać będzie blogów, wyspecjalizowanych serwisów, grup społecznościowych, gier on-line, wreszcie witryn o charakterze reklamowym i handlowym. Z drugiej jednak strony, nastąpi koncentracja treści o charakterze komercyjnym. Nawet jeśli w dalszym ciągu rozproszeni pozostaną właściciele tych treści, to ich udostępnianiem i sprzedażą zajmować się będą podmioty (najpewniej nieliczne) wyspecjalizowane w zarządzaniu potężnymi serwerami i bazami danych.

Role księgarzy, hurtowników, bibliotekarzy, dystrybutorów filmów i muzyki w znacznym stopniu zajmą firmy, które nazwałem „dostawcami treści”. Mogą to być np. operatorzy telefoniczni, właściciele telewizji

**Provider
zamiast
księgarza**

kablowych czy providerzy Internetu (a zazwyczaj wszystkie te usługi dostarcza do domu ta sama firma). Dostawcami treści będą też multimedialne konglomeraty, wyspecjalizowane w sprzedaży bezpośredniej (*direct sale*), dysponujące ogromną wiedzą o klientach — nie tylko o ich adresach, lecz także ich statusie materialnym, liczbie członków rodziny, gustach i potrzebach, skłonności do wydawania pieniędzy, uległości na perswazję i reklamę. Informacje te już dziś zbierane są przez największych światowych sprzedawców on-line, jak choćby Amazon, którzy rejestrują historię zakupów, a na jej podstawie budują wiedzę o kliencie i jego preferencjach. Czy raczej kupuje on produkty markowe i drogie, czy może towar używany? Jakiej słucha muzyki? Jakie książki czyta? Kiedy ostatnio zamówił film na DVD? Czy chętniej płaci za paczkę priorytetową, czy woli wydać mniej i dłużej poczekać? Często, logując się do systemu, podajemy także naszą datę urodzenia, wpisujemy zainteresowania i wykształcenie. Firmy, które w przyszłości zarządzać będą tego typu danymi, uzyskają gigantyczną przewagę nad konkurencją, a w rezultacie zdominują e-handel — szczególnie w obszarze kultury, która jest wyjątkowo łatwa w dystrybucji. Dodajmy, że będą to dane, którymi firmy będą dysponowały w pełni legalnie, gdyż klient własnoręcznie (choć nie zawsze w pełni świadomie) je udostępni.

Przewaga nad konkurencją

Ambicją dostawców treści będzie uzyskanie dostępu do jak najszerszej oferty — milionów produktów, które będą w stanie zaspokoić każdą duchową czy intelektualną potrzebę. Można sobie zadać pytanie, czy ta pogoń za coraz szerszym asortymentem ma sens z biznesowego punktu widzenia? Przecież nigdy wcześniej żaden dystrybutor nie podtrzymywał w ofercie niepoliczalnej liczby produktów. Tak, ale to było przed nastaniem ery Internetu. Jeszcze do początku XXI wieku handlem rządziła znana

zasada włoskiego klasyka ekonomii Vilfredo Pareto, w myśl której dwadzieścia procent asortymentu generuje osiemdziesiąt procent przychodów. Zbyt szeroka oferta generuje zatem niepotrzebne koszty — lepiej skupić się promocyjnie na tych 20 procentach. Tak jest do dzisiaj w tradycyjnym handlu, ale okazuje się, że przy bardzo szerokim asortymencie, liczonym w setkach tysięcy pozycji, firmy generują sumarycznie większe obroty na pojedynczych, rzadkich artykułach, niż na bestsellerach (zasada ta została przez ekonomistów nazwana „długim ogonem” — *The Long Tail*). Setki tysięcy, czy nawet miliony pozycji, można zaoferować wyłącznie w Internecie. A kiedy towarem stanie się plik, możliwości ofertowe staną się niczym nieograniczone. E-sklepy pomieszczą wszystko, co wytworzyła myśl ludzka.

W przyszłości klient będzie otrzymywał usługi pakietowo (już zresztą to obserwujemy w przypadku usług telekomunikacyjnych) i zapewne opłacał częściowo w formie abonamentu. Abonament przykładowo może obejmować dostęp do cyfrowej telewizji, Internetu, połączeń telefonicznych, radia internetowego, zaprenumerowanej gazety i trzech innych periodyków oraz dwóch książek w miesiącu. Oczywiście, pakiety usług będzie można dowolnie modyfikować na żądanie i zmieniać po uzyskaniu zabezpieczającego hasła dostępu. Protokoły szyfrujące (np. SSL) będą identyfikowały klienta (zresztą, być może dostęp będzie następował po zweryfikowaniu linii papilarnych lub tęczówki oka). Rozwiąże to problem opłat za korzystanie z dóbr kultury. Oczywiście, tu pojawi się pytanie o dostęp do dóbr znajdujących się dotąd w domenie publicznej — czy nadal będą bezpłatne? Teoretycznie zapewne tak, w praktyce jednak i one pewnie (być może w sposób niejawnny) objęte zostaną abonamentem. W rezultacie wszystkie informacje

„Długi
ogon”
w Sieci

Pakietowe
usługi

zamieszczane w Internecie staną się informacjami płatnymi, choć abonamenty powinny regulować poziomy opłat. Kolejnym problemem będzie redystrybucja środków. Odpowiednie kodowanie (oznakowywanie) plików, umożliwi pełną weryfikację wyborów konsumenckich, a co za tym idzie łatwo będzie nagradzać twórców zgodnie z rzeczywistym popytem na ich dzieła. Obecny system redystrybucji środków z tytułu opłat, np. od urzędzeń kserograficznych, tylko w niewielkim stopniu uwzględnia preferencje klientów, ale dzieje się tak dlatego, że analogowe technologie kopiowania nie umożliwiają prostej weryfikacji co, i w jakich ilościach, jest powielane.

Czy dostawcom treści uda się chronić objęte abonamentem dobra przed działaniami hakerów, a tym samym utrzymać system pobieranych opłat? Wydaje się to możliwe, o ile system ten będzie powszechnie akceptowany, nie tylko przez wielkie koncerny medialne, ale także przez samych odbiorców. Jeśli dostęp do elektronicznego wydania gazety będzie tańszy niż gazeta w formie papierowej, to prawdopodobnie większość klientów nie będzie podejmować ryzyka korzystania z możliwości obchodzenia hasła, zwłaszcza, gdy takiego klienta będzie łatwo zlokalizować i ukarać. A nowe technologie (choćby przez przechowywane w pamięci pliki cookie) umożliwiają już dziś identyfikację użytkowników każdej strony WWW. Trudno byłoby jednak penalizować miliony obywateli, którzy masowo wypowiadają posłuszeństwa, dlatego system musi być przyjazny odbiorcy i nie powodujący niewspółmiernych do zakresu usług obciążeń finansowych. Dla przykładu, można kraść prąd poprzez założenie odpowiednich mostków na instalacjach elektrycznych, ale tylko nieliczni tak czynią, dla pozostałych jest oczywistym, że należy raz w miesiącu uiścić rachunek. Tak samo z telewizją kablową. A mówimy o realiach, w których każda próba obchodzenia

Trudno penalizować miliony obywateli

zabezpieczeń szyfrujących natychmiast będzie przez systemy zauważana. Będzie to zatem jak próba kradzieży 26-calowego telewizora z salonu Media Markt, monitorowanego przez kamery, elektroniczne bramki i stojących przy bramkach ochroniarzy. Nikt przy zdrowych zmysłach nie podejmie takiego ryzyka, co najwyżej wsunie do kieszeni baterijkę albo długopis, którego zabezpieczać się nie opłaca z uwagi na jego niską wartość.

Wizja zmonopolizowanej dystrybucji dóbr kultury wielu może przerażać, ale pamiętajmy, że Internet jako medium nie zmieni się — wciąż będzie miejscem, w którym każdy może publikować dowolne treści (o ile nie są sprzeczne z prawem, np. nie zawierają dziecięcej pornografii). Nie grozi nam zatem wizja „Nowego wspaniałego świata” z powieści Aldousa Huxleya, w której wspólność i identyczność zastępują indywidualizm i kreatywność. Żadne ograniczenia technologiczne, czy próby cenzurowania treści, nie przyjmą się, gdyż internetowa społeczność nie wyrazi na nie zgody i odpowie obywatelskim nieposłuszeństwem. Z takim obywatelskim nieposłuszeństwem mamy do czynienia obecnie, kiedy nie ma wyraźnej alternatywy pomiędzy drogą technologią analogową, a najczęściej bezpłatną dystrybucją kultury on-line. Jeżeli 60 milionów Amerykanów ściąga dziś nielegalnie pliki z muzyką, to po pierwsze tych ludzi w ich masie ukarać się nie da, po drugie źle to świadczy o rozwiązaniach prawnych, które czynią z 60 milionów Amerykanów przestępców.

Relatywnie tania i w pełni dostępna kultura, elektroniczne archiwa z dostępem do dowolnego utworu, dowolnego akapitu, dowolnego wydania gazety w dowolnym języku — to nie jest wizja rodem z powieści *science-fiction*, to jest strategiczny cel takich firm jak Google, Amazon, Netflix, Apple czy Sony. Cel obliczony na zyski, a zatem cel jak

**60 mln
amerykań-
skich prze-
stępców**

najbardziej realny. „Google skanuje książki, aby udoskonalić swój indeks i aby zyskać przewagę nad innymi. To pozostawia zły smak w ustach wydawców — czują, że tracą pozycję pośrednika” — słusznie zauważa John Battelle w obszernej monografii poświęconej Google.

Będziemy mieli do czynienia z kulturą, z jednej strony szanującą prawa autorskie, z drugiej — rozumiejącą potrzeby nowego konsumenta. Piosenki za 89 centów czy powieści za dwa dolary, dystrybuowane masowo, dostępne będą za jednym kliknięciem w lewy przycisk myszy. Dostępne nawet bez natychmiastowych opłat, które — by nie wydłużać i nie utrudniać procesu zamówienia — doliczane będą do abonamentu, jak dziś do telefonicznego rachunku doliczane są wykraczające ponad limit impulsy rozmów, SMS-y, MMS-y i inne usługi. Abonament — płatny po upływie miesiąca (lub dłuższego czasu) — będzie też formą kredytowania sprzedaży, napędzającą dalszą konsumpcję.

Literatura w abona- mencie

Czy kultura w Internecie rzeczywiście będzie tania? Moim zdaniem, inna być nie może. Przede wszystkim odejdą koszty fizycznej dystrybucji, a także masowej produkcji, a więc koszty ogromne, stanowiące — w zależności od produktu — od 65 do 80 procent obecnej ceny. Niskie ceny wymusi też konkurencja. Gdy Apple zaczęło sprzedawać piosenki w cenie 99 centów za plik MP3, Sony odpowiedziało ceną 89 centów. Z czasem poziom cen się ustabilizuje, będzie on wynikiem opłat licencyjnych i marży dostawcy (zarządzającego bazą danych i systemem pobierania opłat). Opłata będzie ustalana przez wydawcę i autora, z pewnością będzie inna dla bajeczek dziecięcych, inna dla nowej, masowo sprzedawanej, powieści Katarzyny Grocholi, a inna dla obszernego studium naukowego. Część dzieł zapewne autorzy zechcą udostępniać bezpłatnie, choćby dla celów promocyjnych (coraz większa popularność ruchu

Creative Commons), część dzieł należy do domeny publicznej, w ich przypadku być może klient ponosić będzie symboliczną opłatę manipulacyjną na rzecz dostawcy, a być może w ogóle będą one do pobrania za darmo (zauważmy, że także dziś płacimy za wydanie baśni Andersena, choć należą one do domeny publicznej). Na niskie ceny treści kulturalnych powinny także wpłynąć inne źródła przychodów uzyskiwane przez dostawców — przede wszystkim z tytułu reklam, jakie zamieszczane są w wyszukiwarkach i archiwach internetowych. Główni dostawcy będą generować największy ruch na swoich stronach WWW, a co za tym idzie, będą najbardziej atrakcyjnym nośnikiem reklam. Odbiorą oni lwią część budżetów reklamowych, dziś lokowanych w prasie, radio analogowym i telewizji.

Źródła przychodów pochodzące z reklam i z opłat wynikających z samego dostarczania technologii, mogą (choć wcale nie muszą) doprowadzić do szerokiego udostępniania dóbr kultury bez jakichkolwiek dodatkowych opłat. W kontekście Internetu coraz częściej używany jest termin ZPO — *zero-price option* — bezpłatnego udostępniania dóbr czy usług (tak jest w przypadku darmowych kont pocztowych, darmowego oprogramowania do tworzenia blogów czy własnych e-sklepów itp., a przede wszystkim bezpłatne jest samo wyszukiwanie). Większość usług, które generują zwiększony ruch na stronach WWW, a więc mogą przyczynić się do wzrostu przychodów z reklam, jest obecnie darmowych — przynajmniej w wersjach podstawowych (gdyż odpłatnie oferowane są rozmaite usługi typu „gold” czy „premium”). Koncepcję kultury wolnej od opłat przedstawił w dwóch obszernych artykułach Kevin Kelly: „Technology Wants to Be Free” i „Better Than Free”, zamieszczonych na blogu naukowca „The Technicum” (www.kk.org). Kelly zestawia angielskie słowa *free* (bezpłatny) i *freedom* (wolność), dowodząc, że są

Free = freedom

one ze sobą nierozzerwalnie związane. W eseju „Better Than Free” Kelly twierdzi m.in., że konsumenci kultury z własnej woli gotowi będą uiszczać opłaty, nawet stojąc w obliczu wyboru — płatne lub darmowe, gdyż w ten sposób będą chcieli okazać uznanie dla twórców. Będą też m.in. gotowi płacić za prawo pierwszeństwa w dostępie do nowości, za wsparcie techniczne czy za wersje „premium”. Niezależnie od tego, że wizja *zero-price option* wydaje się być idealistyczna, podobnie jak wiara w powszechne donacje na rzecz twórców, to bez wątpienia udostępnianie przynajmniej części treści bez jakichkolwiek opłat może być w interesie dostawców treści, zwłaszcza w kontekście ich konkurencyjnej walki o klienta i reklamodawcę.

Rolą dostawców będzie nie tylko logistyka opłat i zarządzanie ogromnymi bazami danych (klientów i plików), ale także ochrona praw autorskich (oznakowanie plików, szyfrowanie dostępów) i ochrona klienta przed spamem oraz komputerowymi wirusami. Treści płatne muszą być wolne od wszystkiego, czego klient sobie nie życzy, a badania pokazują, że użytkownicy Internetu nie lubią spamu reklamowego. Wprawdzie rozsyłanie nie zamawianej oferty handlowej jest zakazane przez polskie prawo (zgodnie z dyrektywą Unii Europejskiej), ale wiele firm skutecznie to obchodzi, gdyż np. użytkownicy darmowych kont pocztowych często zakładając konto automatycznie (w napisanym „drobnym druczkiem”, niezwykle obszernym, regulaminie) wyrażają zgodę na spam.

Dostawcy treści będą też wprowadzać coraz to nowe innowacje technologiczne, ścigając się między sobą — nie tylko o to, kto da więcej produktów, ale też czyje bazy będą dokładniejsze, lepiej opisane, szybsze, bardziej przyjazne użytkownikowi, lepiej spersonalizowane (wyszukiwanie spersonalizowane już teraz wprowadziły m.in.: Google, Yahoo! i Microsoft). Przy okazji technologii przyszłości mówi się o Sieci semantycznej.

Chodzi o to, by wyszukiwała ona fragmenty tekstów w sposób bardziej inteligentny — uwzględniając odmiany słów, a także wyrażenia pokrewne i synonimy. Wyszukiwała zgodnie z intencją określonego użytkownika, gdyż w jej algorytm wpisane są dane także o nim. Tak to opisuje John Battelle w książce „Szukaj”: „Wyobraźmy sobie, że zadajemy dowolne pytanie i dostajemy nie tylko trafną, ale również doskonałą odpowiedź — zgodną z kontekstem i intencją naszego pytania, bo wyszukiwarka dokładnie wie, kim jesteśmy i dlaczego pytamy. W odpowiedzi tej zawiera się cała możliwa do znalezienia wiedza świata, przechwycona w tekście, na wideo albo w formacie dźwiękowym. Wyszukiwarka odróżnia pytania bezpośrednie (kto był trzecim prezydentem Stanów Zjednoczonych?) od bardziej złożonych (w jakich okolicznościach trzeci prezydent Stanów Zjednoczonych wyrzekł się swoich poglądów na temat niewolnictwa?)”. Zdaniem ekspertów, systemy wyszukiwania informacji obecnie dopiero raczkują. Inteligentny Internet sprawi, że dowolna wiedza będzie w zasięgu ręki. Trudno jednak uwierzyć, by za tę wiedzę w przyszłości nie trzeba było zapłacić.

Z inwestycjami takich firm jak Google, które monopolizują rynek wyszukiwania informacji w Internecie, wiązać się będzie ogromne uzależnienie dysponentów praw autorskich, przede wszystkim wydawców, gdyż aby istnieć na e-rynku, będą musieli przestrzegać zasad narzuconych przez właściciela bazy. Pewne ograniczenia mogą też dotknąć samych odbiorców. Trwa obecnie w Internecie dyskusja na temat neutralności Sieci (*Net Neutrality*), do jakich granic mogą posunąć się nadawcy (właściciele wyszukiwarek), blokując użytkownikom dostęp do pewnych informacji. Ma to uzasadnienie, gdy chcemy np. chronić dzieci przed dostępem do treści o charakterze m.in. pornograficznym, lecz coraz częściej nadawcy próbują utrudniać dostęp do niektórych serwerów — szczególnie tych,

Inteligentny Internet przed nami

które generują duży strumień przepływu informacji z pominięciem praw autorskich (dla przykładu w Stanach Zjednoczonych niektórzy dostawcy usług internetowych ograniczają przepustowość łącz osobom, które są użytkownikami sieci P2P BitTorrent). Ograniczenia mogą mieć też charakter finansowy. Wysokie opłaty za transmisje bajtów — przesyłane impulsy — mogłyby skutecznie ograniczać dostęp do kultury, byłyby też swego rodzaju marżą dla nowego typu pośrednika — operatora telefonicznego czy dostawcy sieci kablowej. Ogromna konkurencja na rynku usług telekomunikacyjnych powinna jednak sprawić, że koszty przesyłania danych będą minimalne lub nie będzie ich wcale.

Jaka rola wydawców książek?

Jaka będzie w tym świecie rola wydawców książek? Zgodna z istotą tej profesji. Wydawca zajmować się będzie wynajdowaniem nowych talentów czy interesujących prac naukowych, inicjowaniem nowych przedsięwzięć edytorskich, tworzeniem baz źródłowych (leksykograficznych, słownikowych, encyklopedycznych, geograficznych itp.), negocjowaniem umów, zlecaniem tłumaczeń, pracą nad tekstem, nadaniem dziełu ostatecznego kształtu i oprawy graficznej, wreszcie promocją. Będzie też „strażnikiem praw” — do niego będzie w znacznym stopniu należało grupowanie praw autorskich i zarządzanie nimi. Odejdą koszty i prace związane z produkcją i dystrybucją. Za produkcję odpowiadać będą producenci maszyn do druku cyfrowego, za dystrybucję — dostawcy treści. Ogromne obniżki kosztów spowodują, że marża wydawcy i dochód twórcy powinny wzrosnąć, zwłaszcza, że dostawca treści będzie być może zadowolony z zyskami z rynku reklamowego, rezygnując — na rzecz klienta — z jakiegokolwiek marży z pośrednictwa w sprzedaży.

Dochód twórcy w górę

Wydawca uzyska też pewnie zupełnie nowy status, wydaje się, że sam termin „wydawcy” przynale-

ży do ery druku. A przecież nowy przekaz będzie wielomediálny, a zatem wydawca będzie też producentem nagrań i filmów (już teraz na takich zasadach funkcjonuje wiele firm z obszaru multimediów — np. w Polsce działająca na rynku edukacyjnym spółka Young Digital Planet). Zanikać będzie tradycyjny podział mediów na: książki, prasę, film czy muzykę. W rezultacie rynek wydawniczy zdominowany zostanie przez wielomediálne koncerny, które koncentrować się będą na skupowaniu praw i kreowaniu nowych treści.

Konkurencja pomiędzy wydawcami (także twórcami) stanie się zapewne mniej agresywna, zwłaszcza, że większość treści dystrybuowanych będzie przez zaledwie kilku operatorów. Tu także można znaleźć dobre i złe strony zjawiska. Łatwiej będzie skutecznie promować kulturę, a w ślad za tym wzrośnie też jej konsumpcja, choć e-konsument będzie miał inne wymagania, przedstawione w pierwszym rozdziale tej książki. Z drugiej strony, przedsięwzięcia o charakterze niekomercyjnym mogą być przez dostawców treści marginalizowane. Z umacnianiem się na rynku mediów pozycji koncernów kreujących mody, wiązać się może unifikacja gustów. Kultura w epoce bitów nabierze bardziej utylitarne-go charakteru, choć z drugiej strony rozwijać się będzie swobodna twórczość i swobodna wymiana informacji. Za wcześnie jeszcze, by przewidzieć wszelkie możliwe implikacje, jakie niosą ze sobą technologie. Dobra kultury będą przedmiotem samplingu i kompilowania, będą kopiowane na blogach i dostarczane szerokopasmowo w formie plików. Bezdzuszne? Tak, ale tylko dla nas, ludzi liter, przyzwyczajonych, że duszą książki jest ona sama, jako przedmiot materialny, a nie jako przekaz.

Zakończenie

GEN-ISBN

GEN-ISBN to określenie, jakie nadałem nowemu pokoleniu czytelników. Sam znak (zastrzeżony patentem) jest kompilacją dwóch skrótów, które zlepione mają stanowić ideę społeczności czytającej. „GEN” to skrót od słowa generacja, choć może tu być także traktowane jako po prostu gen, czyli podstawowa jednostka dziedziczności. Wprawdzie umiejętność czytania i rozumienia treści nie jest dziedziczona, lecz wyuczona w trakcie procesu edukacji, w kontekście kulturowym stanowi jednak nasze „dziedzictwo”. ISBN to skrót od *International Standard Book Number*, jest to numer statystyczny nadawany każdej książce, dzięki czemu bibliotekarze potrafią ją odnaleźć i odpowiednio sklasyfikować (w Polsce numeracja rozpoczyna się od liczby 83, poprzedzonej od 2007 roku prefiksem 978). Numer ISBN z jednej strony symbolizuje książkę, jako pewne dobro materialne oznaczone swoim numerem katalogowym (a także kodem kreskowym EAN-13, który umożliwia wprowadzenie jej do księgarskiego obrotu), z drugiej — to symbol szukania i katalogowania, a więc tego, czym jest Internet. GEN-ISBN, to pokolenie czytających, dziedzictwo kultury czytania, ale też pokolenie szukających treści w katalogach. To nowi konsumenci słowa, już niekoniecznie drukowanego. Konsumenci, którzy są nadzieją dla przyszłości książki.

**Nadzieja
dla książki**

Być może nie wszystkie przedstawione w poprzednich rozdziałach przewidywania się sprawdzą. Konserwatyści zwykli mówić, że skoro telewizja nie wyeliminowała kina, to także Internet nie wyeliminuje książki. To bezsprzecznie racja, pamiętajmy jednak, że kino i telewizja to nie to samo, podobnie jak czym innym jest książka, a czym innym sam Internet. Warto też pamiętać, że fotografia wywoływana na kliszy zastąpiła dagerotyp, a zdjęcia cyfrowe przechowywane na kartach pamięci zastąpiły kliszę. Tak samo radio internetowe zastąpi radio analogowe, telewizja interaktywna telewizję kablową, a e-książka książkę drukowaną. Tak przynajmniej myślę — choć mogę się mylić. Niemniej, część z opisanych tu technologii już z powodzeniem konkuruje z materialnym światem dóbr kulturalnych. Nie wymyślałem w tej książce fantastycznych technologii przyszłości, a jedynie opisałem te, które są nam znane, a których konsekwencje dla kultury są stosunkowo łatwe do przewidzenia.

Nie wiemy jeszcze, jakie będą przyszłe potrzeby e-klienta. Być może porzuci on książki na rzecz wirtualnych gier, blogów i dyskusji na forach społecznościowych. Być może nie będzie potrafił skupić się na linearnym przekazie powieści, wybierając hipertekstową strukturę Internetu. Nie jest to niemożliwe. Chcę jednak wierzyć, że kultura czytania przetrwa, że określenie GEN-ISBN nie będzie tylko ładnym zbitkiem dwóch anachronicznych skrótów, gdyż nie będziemy mieli ani dziedzictwa, ani książek.

Dla wielu czytelników — księgarzy, bibliotekarzy, drukarzy — to opowieść o końcu, o braku przyszłości. „No Future Book” to hasło niosące ze sobą pewien ładunek beznadziei i rezygnacji. Ale jeżeli pokolenie czytających przetrwa, to i dotychczasowi krzewiciele kultury znajdą swoje miejsce w nowym świecie (widać to zresztą na przykładzie pochłoniętych digitalizacją bibliotekarzy

Opowieść
o końcu

— jest przy tym pracy na wiele, wiele lat). Tak długo, jak GEN-ISBN przekazywać będziemy z pokolenia na pokolenie, tak długo potrzebni będą ludzie, dla których książka i literatura mają wartość większą niż tylko kod binarny. Chciałbym, aby potraktowane to zostało jako optymistyczne przesłanie. Przekazujmy GEN-ISBN dalej.

Postłowie

Nadchodzi zmiana

Digitalizacja to trzecia w historii cywilizacji rewolucja informacyjna.

Każda poprzednia dosłownie przeorała społeczny pejzaż, więc nie ma powodu, dla którego tym razem miałoby być inaczej. Wynalazek pisma umożliwił akumulację wiedzy oraz komunikację poza przestrzenią i czasem.

W efekcie możliwe stało się np. skuteczne zarządzanie wielkim imperium.

Druk to pierwsze media masowe i demokratyzacja dostępu do wiedzy, czego skutkiem była m. in. reformacja.

Digitalizacja — podobnie jak jej poprzedniczki — zmienia na naszych oczach wszystkie aspekty życia społecznego. Już nigdy nie będziemy uczestniczyć w kulturze, rozmawiać i uczyć się tak, jak wcześniej. Z digitalizacją już teraz musiały się zmierzyć wszystkie segmenty kultury, jednak do tej pory skutki digitalizacji omijały szerokim łukiem książkę.

Książka ciągle wydaje się niezastąpiona. Jednak dla wszystkich, być może za wyjątkiem wydawców, nie ulega wątpliwości, że ten stan nie będzie trwać wiecznie.

„No Future Book” Łukasza Gołębiewskiego jest pierwszą w Polsce próbą kompleksowego uporządkowania i wyjaśnienia problemów związanych z digitalizacją książki. Próba prowokacyjna i trudna dla wydawców — najbardziej prawdopodobnych czytelników — bo nie dająca łatwych odpowiedzi

w w w . n o f u t u r e b o o k . p l

i receptur na poradzenie sobie w sytuacji tak totalnej i radykalnej zmiany realiów. Z realiami wydawcy będą sobie musieli jakoś poradzić, ale niewątpliwie czekają ich ciężkie lata.

Gołębiewskiego interesuje jednak nie tylko wąsko pojęty przemysł wydawniczy, ale także los kultury jako takiej. Celnie rysuje przebieg frontów w nieuniknionej wojnie pomiędzy różnymi koncepcjami i instytucjami usiłującymi wpłynąć na kształt społeczeństwa informacyjnego. Głośno zastanawia się nad sposobami zagwarantowania stabilności finansowania kultury w nowych warunkach. I choć proponowane rozwiązania nie wzbudzają mojego entuzjazmu, to jednak wysiłek ten godny jest uwagi — zazwyczaj pierwszą reakcją osób związanych z biznesem wydawniczym jest odmowa przyjęcia do wiadomości, że nowe media likwidują modele biznesowe właściwe dla mediów analogowych.

Nie jest to książka idealna, i wiele jej też jest dyskusyjnych, ale jest to także siłą tej książki. W Polsce przemiany spowodowane postępowaniem technologicznym rzadko kiedy są przedmiotem publicznej debaty, zwłaszcza wtedy gdy wkraczają na grunt tak kruchy, jak przyszły kształt prawa autorskiego czy tak niepewny, jak los setek wydawnictw.

JAROSŁAW LIPSZYC
PREZES FUNDACJI NOWOCZESNA POLSKA

Wybrana bibliografia

Aby ułatwić czytelnikowi lekturę, postanowiłem zrezygnować z tradycyjnych przypisów bibliograficznych odsyłających do źródeł cytatów czy informacji. Przy pisaniu tej książki korzystałem z wielu prac, w tym z licznych informacji dostępnych w Internecie. Poniższa bibliografia obejmuje jedynie wybrane pozycje książkowe, publikacje, które były dla mnie najważniejszym źródłem inspiracji lub które bezpośrednio cytuję w książce.

Adamczewski Piotr: „Słownik informatyczny”, Helion, Gliwice 2005

Barthes Roland: „Imperium znaków”, Wydawnictwo KR, Kraków 2004

Barthes Roland: „Przyjemność tekstu”, Wydawnictwo KR, Kraków 1997

Battelle John: „Szukaj”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006

Bolter Jay David: „Writing Space”, Lawrence Erlbaum Associates, New York 2001

Borges Jorge Luis: „Fikcje”, Prószyński i S-ka, Warszawa 2003

Carpenter Phil: „E-Brands. Kreowanie marki w Internecie”, WIG Press, Warszawa 2001

Eco Umberto: „Nowe środki masowego przekazu a przyszłość książki”, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1996

- Fisher William: „Promises to Keep”, Stanford University Press, Palo Alto 2004
- Fromm Erich: „O sztuce miłości”, Rebis, Poznań 2000
- Fromm Erich: „Ucieczka od wolności”, Czytelnik, Warszawa 2007
- Gołębiewski Łukasz: „Świat po Gutenbergu”, Magazyn Literacki, Warszawa 2000
- Gołębiewski Łukasz: „Rynek książki w Polsce 2007”, Biblioteka Analiz, Warszawa 2007
- Grosswiler Paul: „Method Is The Message”, Black Rose Books, New York 1998
- Horney Karen: „Neurotyczna osobowość naszych czasów”, Rebis, Poznań 1993
- Horney Karen: „Nowe drogi w psychoanalizie”, Rebis, Poznań 2001
- Jenkins Henry: „Kultura konwergencji”, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006
- Jonscher Charles: „Życie okablowane”, Muza, Warszawa 2001
- Kelly Kevin: „Nowe reguły nowej gospodarki”, WIG Press, Warszawa 2001
- Lem Stanisław: „Kongres futurologiczny”, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2002
- Lem Stanisław: „Summa technologiae”, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2000
- Lessing Lawrence: „Wolna kultura”, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2005
- Levy Pierre: „Drugi potop” (raport na zlecenie Komisji Kultury Rady Europy), tekst polski: tezeusz.pl
- McLuhan Marshall: „Wybór tekstów”, Zysk i S-ka, Poznań 2001
- McLuhan Marshall: „Zrozumieć media”, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004

- Postman Neil: „Technopol”, Muza, Warszawa 2004
- Praca zbiorowa: „Biblioteki Publiczne w liczbach”, Biblioteka Narodowa, Warszawa 2006
- Praca zbiorowa: „Liternet. Literatura i Internet”, Rabid, Kraków 2002
- Praca zbiorowa: „Matrix. Wybierz czerwoną pigułkę”, Helion, Gliwice 2003
- Ries Al, Ries Laura: „Triumf i klęska dot.comów”, Prószyński i S-ka, Warszawa 2000
- Ryan Marie Laure: „Cyberspace Textuality: Computer Technology and Literary Theory”, Indiana University Press, Bloomington 1999
- Spector Robert: „Amazon.com. Historia przedsiębiorstwa, które stworzyło nowy model biznesu”, Wydawnictwo K.E. Liber, Warszawa 2000
- Stoll Clifford: „Krzemowe remedium”, Rebis, Poznań 2000
- Toffler Alvin: „Rewolucyjne bogactwo”, Kurpisz, Poznań 2007
- Toffler Alvin: „Szok przyszłości”, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1975
- Toffler Alvin: „Trzecia fala”, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1986
- Watt Ian: „Narodziny powieści”, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1973

Indeks

Wymienione w tekście nazwiska i nazwy własne

- Adobe 65
Allegro 19, 89, 90, 91
Amazon.com 59, 60, 61, 81,
85, 86, 87, 88, 90, 91, 92, 93,
124, 127
Amie Street 92
Andersen Hans Christian 129
Apple 60, 92, 127, 128
Audible.com 88
Audiogalaxy 116
Azymut 91
Barthes Roland 47
Battelle John 128, 131
Beatles 114, 115
Bernstein Mark 44
Bezos Jeff 86, 87
Biblioteka Analiz 18
Biblioteka Cyfrowa
 Politechniki Łódzkiej 74
Biblioteka Cyfrowa Politechniki
 Warszawskiej 74
Biblioteka Cyfrowa
 Uniwersytetu
 Wrocławskiego 74
Biblioteka Kongresu 75
Biblioteka Narodowa 17, 73, 74
Biblioteka Narodowa
 Polona 74
Biblioteka Uniwersytetu
 Warszawskiego 73
BitTorrent 18, 132
Blog.pl 25
Bolter Jay David 44
Bono Sonny 111
BookEye 73
BookScan 73
Borges Jorge Luis 45, 71, 72, 76
British Council 105
Bromboszcz Roman 44
Chvatik Daniel 58
Cortazar Julio 41
Creative Commons 113, 129
Croft Lara 51, 52
Cybook 61
Cyfrowa Biblioteka Zdjęć
 Meteorologicznych 74
Cywińska-Milonas Maria 25
Date Kyoko 51

- Dell** 91
Disney Walt 109
DocuTech 78
Dolnośląska Biblioteka
 Cyfrowa 74
Domena Internetowych
 Repozytoriów
 Wiedzy 74
Eastgate 43
eBay 87, 89, 90, 91
Ebook User Survey 62
Eco Umberto 42, 48, 106
eDonkey 117
E-Ink 61
eMarketer 85
EMI Music 92, 109
Emotka.net 33
Empik 80, 94
Empik.com 85, 89
eMule 18, 117, 118
Encyclopaedia
 Britannica 110, 111
European Library 75
Europeana 75
Fanning Shawn 115
Federacja Bibliotek
 Cyfrowych 74
Fisher William 112
Freud Zygmunt 69
Fromm Erich 23, 30
Fototeka Śląska 74
Fundacja Nowoczesna
 Polska 102, 138
Fundacja Otwarty
 Kod Kultury 112
Gadu-Gadu 16, 23, 33
Gazeta.pl 25
Gemius 19
Gibson William 51
Giese Hans 69
Global Industry
 Analysts 85
Google 15, 67, 68, 71, 76, 94,
 123, 127, 128, 130, 131
Grisham John 111
Grochola Katarzyna 128
Grono 26
Gutenberg Johannes 8, 9, 72
Gutenberg Project 64, 68,
 74, 75
Helion 56
Hewlett Packard 91
Horney Karen 29
Huxley Aldous 127
iLiad 57, 61
Ingram Book Group 81
iPhone 60
iPod 60, 61
iTunes 60, 92
Institute for The Future
 of Book 45
Instytut Cervantesa 105
Instytut Książki
 i Czytelnictwa 17, 18
Instytut Millward-Brown
 SMG/KRC 19, 20

- Instytut Psychologii**
 Uniwersytetu
 Wrocławskiego 91
Interia 25
Internet Archive 75
IRC 33
Jolie Angelina 51
Joyce Michael 43, 44
Jung Carl Gustaw 69
Kazaa 117
Kelly Kevin 129, 130
Kindle 12, 57, 59, 60, 61, 62, 88
Kirtas 73
Komitet Badań
 Naukowych 64
Kujawsko-Pomorska
 Biblioteka Cyfrowa 74
Lem Stanisław 24, 50, 53, 55
Lessing Lawrence 72, 111, 112,
 117, 121
Levy Pierre 53, 55
LIBRIÉ 61
Linden Lab 105
Linux 110, 111, 118
Logitech 11
Macintosh 35
Madonna 111, 115, 116
Malthus Thomas 11
Maslow Abraham 29
McLuhan Marshall 8, 13, 52, 69
Media Markt 127
Merlin 85, 86, 88, 91, 93
Mergenthaler Ottomar 73
MetaMachine 117
Microsoft 33, 110, 130
Miller Henry 88
Ministerstwo Edukacji
 Narodowej 101
Ministerstwo Kultury 35
Momro Jakub 25
Napster 115, 116
Nasza-klasa.pl 26
Netflix 127
Nexto.pl 91
Nowogórski Przemysław 35
NuovoMedia 59
Office Depot 91
Omidyar Pierre 89
Onet 25
Open Library 75
Ożóg Marcin 64, 65
Pareto Wilfredo 125
PC World 62
Pisarski Mariusz 44
Podgórn Łukasz 45
Polska Biblioteka
 Internetowa 64, 74
Poprawa Ryszard 91
Prószyński i S-ka 72, 88
Prus Bolesław 110
PWN 15
Readius 57
Rocket eBook 59
Rolling Stones 114, 115
Roth Philip 88
Ryan Marie Laure 46

- Schuchard Read Mercer** 52
Shareza 117
Sharman Networks 117
Shuty Sławomir 40, 41
Skype 23, 90
SoftBook Press 58
SoftBook Reader 58, 59
Sony 58, 60, 61, 66, 92, 109, 127, 128
Sony BMG 92
Sony Data Bookman 58
Sony Data Discman 58
Sony Reader 57, 60, 61, 62
Sowa — Druk Cyfrowy 24, 79
Staples 91
Stoll Clifford 77
Storyspace 43, 44
Stowarzyszenie Autorów ZAIKS 112
Stowarzyszenie Kopipol 120
Stowarzyszenie Polska Książka 120
Straube Kasper 8
Śląska Biblioteka Cyfrowa 74
Światowa Organizacja Własności Intelektualnej 116
Techsty.art.pl 43, 46
Tinderbox 44
Tlen 33
Toffler Alvin 14, 94
Universal Music 92, 109
Wachowscy Larry i Andy 52
Warner Music 92, 109
Watt Ian 8
Wielkopolska Biblioteka Cyfrowa 74
Wikipedia 57, 102, 110, 111, 118
Wirtualna Biblioteka z Literaturą dla Dzieci i Młodzieży 74
Wirtualna Biblioteka Literatury Polskiej 74
Wirtualna Polska 25
Wiśniewski Janusz Leon 10, 30
Wyczerpane.pl 79
Xerox 61, 78
Yahoo! 130
Young Digital Planet 133
Ziemkiewicz Rafał 50
Znak 105
Zrzeszenie Amerykańskich Wydawców Muzyki 116, 117

Spis treści

| | |
|---|-----|
| Wprowadzenie • Człowiek cyfr | 7 |
| Rozdział 1 • Nowy odbiorca | 15 |
| Rozdział 2 • Cyberjęzyk | 32 |
| Rozdział 3 • Hiperliteratura | 40 |
| Rozdział 4 • Cyberprzestrzeń | 50 |
| Rozdział 5 • E-książka | 56 |
| Rozdział 6 • E-Biblioteki | 71 |
| Rozdział 7 • Druk na żądanie | 78 |
| Rozdział 8 • E-Księgarnie | 84 |
| Rozdział 9 • E-dukcja | 96 |
| Rozdział 10 • Copyright poza kontrolą | 108 |
| Rozdział 11 • Dostawcy treści | 123 |
| Zakończenie • GEN-ISBN | 134 |
| Posłowie • Nadchodzi zmiana | 137 |
| Wybrana bibliografia | 139 |
| Indeks | 142 |

ISBN 978-83-61154-03-7

www.nofuturebook.pl
www.rynek-ksiazki.pl

Cena 24 zł

„No Future Book” Łukasza Gołębiewskiego jest pierwszą w Polsce próbą kompleksowego uporządkowania i wyjaśnienia problemów związanych z digitalizacją książki. Autora interesuje los kultury. Celnie rysuje przebieg frontów w nieuniknionej wojnie pomiędzy różnymi koncepcjami i instytucjami usiłującymi wpłynąć na kształt społeczeństwa informacyjnego. Głośno zastanawia się nad sposobami zagwarantowania stabilności finansowania kultury w nowych warunkach.

Jarosław Lipszyc, prezes Fundacji Nowoczesna Polska

Biblioteki bez książek, miasta bez księgarń, renesans piktogramów... Opowieść, jaką snuje Łukasz Gołębiewski, jest tyleż fascynująca, co przerażająca. I co szczególnie frapujące... jak najbardziej realna.

Kuba Frołow, redaktor naczelny „Biblioteki Analiz”




Łukasz Gołębiewski — dziennikarz, wiele lat związany z „Rzeczpospolitą”, analityk rynku książki, autor publikowanej od 1998 roku corocznej monografii „Rynek książki w Polsce”. Jego publikacje tłumaczone były na języki angielski, niemiecki i armeński.

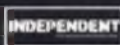
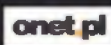
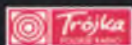
ŚMIERĆ KSIĄŻKI • NOFUTUREBOOK

Sponsorzy:



INTERNATIONAL  PAPER

Patroni medialni:



PRINT
PUBLISHING

książki

Rynek-Książki 



Biblioteka Analiz

Cena 24 zł

ISBN 978-83-61154-03-7



9 788361 154037