



KONGRES KNJIGA NA SLOVENSKEM – PREDNOSTI IN PASTI ELEKTRONSKEGA ZALOŽNIŠTVA

V Portorožu sta 26. in 27. 5. 2011 potekala 9. kongres *Knjiga na Slovenskem* in 5. knjigotrška akademija. Prireditev sta v Kongresnem centru hotela Slovenija organizirali Društvo slovenskih založnikov in Društvo slovenskih knjigotržcev. Organizacijo kongresa in akademije je sofinancirala Javna agencija za knjigo Republike Slovenije (v nadaljevanju JAK). Glavna tema kongresa je bila novi trg knjižnih vsebin – elektronska knjiga (v nadaljevanju e-knjiga).

Prvi dan bi moral imeti Henk Das iz Nizozemske predavanje z naslovom *NBD Biblion – model oskrbe knjižnic in uspešnega povezovanja založnikov, knjigotržcev in knjižnic* (na žalost se kongresa ni uspel udeležiti, ker letalo iz Nizozemske ni poletelo, zato je naslednji dan odpadla še *Delavnica dobre oskrbe knjižnic*). Zaradi bolezni je odpadlo še eno predavanje z naslovom *Oglaševanje knjige v različnih medijih*, ki bi ga moral imeti Žare Kerin.

PRVI KONGRESNI DAN

Na kongresu je kot poseben gost nastopil **Damian Horner** iz Velike Britanije kot soustanovitelj oglaševalske agencije Mustoes in trenutno svobodni svetovalec za marketing. Njegovo predavanje je imelo naslov *Trženje knjigarne – kaj lahko knjigotržec naredi v tekmi z velikimi trgovci in spletnimi knjigarnami*. Slovenija je majhno tržišče in kot takšno še toliko bolj občutljivo za spremembe tržnih prijemov pri prodaji knjig. Knjige se v vedno večji meri prodajajo na spletu in v veleblagovnicah. Da bi knjigarne preživele, bodo morale storiti več za pridobitev bralcev in novih kupcev. Pri tem je dal nekaj nasvetov:

- ne bodi obseden s knjigami, raje razmišljaj o strankah,
- ne prodajaj samo knjige, prodajaj vzdušje,
- opremi knjigarno,
- ne jemlji stranke samo kot kupca knjig, pomembni so tudi dogodki (koncerti, bralnice ...).

Knjigarnarji so prepričani, da znanje o knjigi zadošča za uspešno prodajo knjig, vendar je pomembnejše mnenje o knjigi. To, kar so izkoristili v spletnih knjigarnah –

forumi z ocenami bralcev, povzetki, razprave, socialna omrežja (Facebook, Twitter ...), je treba vključiti tudi v knjigarne. Kot pobudnik in soorganizator multipanožne promocijske kampanje "Bookaholism" je poudaril, da publiciteta in promocija ne staneta nujno veliko denarja. Bolj pomembno je to, da je v dialog vključen tudi bralec.

Okrogla miza

Sledila je okrogla miza s predstavniki založnikov in knjigotržcev na temo: *Kako naj založnik knjigarni proda knjigo in ji pomaga pri prodaji končnim kupcem*. Na strani založb so sodelovali Aleš Vesel iz založbe Modrijan, ki je bil tudi moderator, Uroš Ahačič iz založbe in distribucijske hiše Aurora, Janez Miš iz založbe Miš, na strani knjigotržcev pa Evita Pirc kot vodja nabave knjig v MK Trgovina in Marjan Kukovec iz knjigarne Kulturnica Velenje. Bili so enotni, da trenutno stanje ni rožnato in da bo z e-knjigo situacija v založništvu in prodaji še težja. Poudarili so potrebo po večjem sodelovanju. Prodajalci pričakujejo knjigo na vpogled, založniki pa informacijo o prodaji.

Miha Mazzini, pisatelj in računalničar, je problematiko prihoda e-knjige predstavil z vidika avtorja in poznavalca informacijskih tehnologij. V predavanju z naslovom *Elektronske knjige in današnji svet* je na zelo zanimiv in duhovit način predstavil razvoj sodobne družbe, ki je napredovala z razvojem individualizacije (primer Leonardo da Vinci), atomizacije (red) in izolacije. Cilj je porabiti čim manj energije in prejeti čim več informacij. Raziskave so pokazale, da so za enoto pozornosti potrebne približno 3 sekunde, potem pa objekt ni več deležen pozornosti. Pri branju so možgani približno 20 % časa izklopljeni.

Knjiga ima dve komponenti: vsebino in nosilec. Pri fizičnih knjigah vsebino pripravi avtor v sodelovanju z ilustratorjem, urednikom itd., nosilec pa je knjiga, ki jo grafično opremijo in natisnejo. E-knjigo pa sestavlja vsebina (avtor), nosilec (kos plastike, narejen na Kitajskem) in storitev (ponudnik). Vprašanje je, kje je tu založnik in knjigotržec. Oba predstavljata oviro računalničarjem, da bi prišli direktno do avtorja in

prevzeli ponudbo na osi avtor – bralec. Danes lahko vsak, ki se mu "ljubi pisati", da svoje besedilo na splet v dveh datotekah (naslovnica in besedilo), podpiše pogodbo s ponudnikom (npr. z Amazonom, ki si vzame 30 % provizije) in že se njegova "knjiga" znajde na spletu, kjer jo lahko "kupi" kdor koli v elektronski ali fizični obliki (ponudnik storitve elektronsko besedilo natisne kot knjigo in pošlje po pošti). Kakšna je tu rešitev za knjigotržce in založnike? Knjigotržci so praktično obsojeni na izumrtje, reši jih lahko le kakšen nišni proizvod, recimo knjiga kot darilni predmet. Za založnike še obstaja upanje: to je redakcija objavljenega gradiva na spletu, usmerjanje bralcev (ustvarjanje mnenja) in ustvarjanje blagovnih znamk, ki bodo ločile zrno od plev. Podobna bo tudi vloga knjižnice, ki bo svojim bralcem posredovala elektronsko gradivo in skrbela za njihovo bralno kulturo.

Namesto Henka Dasa iz Nizozemske je imel krajše predavanje **Damian Horner**. V predavanju z naslovom *E-books are different* je govoril o tem, da je branje e-knjige povsem drugačna izkušnja kot branje klasične knjige. Največja razlika je v uporabi "nosilca", saj e-knjiga nima klasične naslovnice, zato v javnosti ni vidno, kaj kdo bere, na drugi strani pa ima bralec glede na nabavo na internetu svoj "profil", kar daje ponudniku storitev mnogo priložnosti, da ga ustrezno nagovarja in ponuja nove naslove.

Ob koncu prvega dne sta bili podeljeni nagradi za najzaložnika in najknjigotržca. Najzaložnik je postal Uroš Ahačič, direktor in soustanovitelj založbe Avrora, nagrado za najknjigotržca pa je prejela Ingrid Celestina, predsednica Društva slovenskih knjigotržcev.

DRUGI KONGRESNI DAN

Drugi dan kongresa so predstavili poročila delovnih skupin: za založniške standarde, za podatke v založništvu in za sodelovanje s knjižnicami. **Rudi Zaman**, direktor založbe Didakta, je poročal, da skupina za založniške standarde ni bila preveč aktivna, tako da se zastavlja vprašanje, ali založniki sploh želijo uvesti standarde in kakšen naj bo namen standardov. **Slavko Pregl**, predsednik JAK, je povedal, da JAK skrbi za to, katere knjige so dobre in si zaslužijo financiranje z javnimi sredstvi, opozoril pa je, da bi bilo treba definirati, kaj je visok založniški standard. Skupina za sodelovanje med založniki, knjižnicami in knjigarnarji je imela štiri sestanke. S strani knjižnic so v skupini sodelovale Breda Podbrežnik, Vesna Horžen in Slavica Rampih. Delo skupine je predstavila **Tanja Tuma**, lastnica in avtorica založbe Tuma, bila pa je tudi predsednica Društva slovenskih založnikov. Cilj te delovne skupine je najti model, ki zadrži dober obisk knjižnic, hkrati pa pospeši tudi prodajo knjig v knjigarnah. **Samo Rugelj**,

odgovorni urednik Premiere, revije o filmu, in Bukle, revije o knjigah, pa je predstavil nekaj zanimivih podatkov iz založništva. V Sloveniji se letno proda približno 6 mio knjig, povprečna cena knjige je 20 €, torej je slovenski knjižni trg vreden okoli 120 mio €, od tega predstavlja promet s knjigami klasičnih založnikov 80 mio €, učbeniki 20 mio €, negospodarske založniške organizacije 1,3 mio €, drugi, neklasični založniki iztržijo 7,5 mio €, žepne knjige 2,8 mio €, delež akademskih založb pa ni znan.

Iztok Sila, direktor trženja in odnosov z javnostmi v Mladinski knjigi Založba, se je v predavanju z naslovom *Posebnosti trženja knjig* posvetil marketinškim vprašanjem. Marketing v založništvu se ne razlikuje bistveno od marketinga v drugih dejavnostih. Osnovno poslanstvo je zadovoljevanje bralcev. Na knjižnem trgu imajo še posebej radi take bralce, ki kupijo knjigo. Knjižna ponudba ima v primerjavi z drugimi panogami svojo posebnost: v vsakem trenutku je na trgu velika množica knjig, ki se nahajajo v različnih fazah življenjskega cikla. Približno 50 % ljudi v Sloveniji ne kupi nobene knjige, le majhna skupina ljudi kupi 10 ali več knjig, vsi drugi nekaj vmes. Pri trženju se je treba odločiti, kateri segment prebivalstva predstavlja ciljno skupino. Bralec ima dandanes veliko možnosti izbire, preden sploh pride v knjigarno: TV, internet, kino, študij, nogomet, vrt, potovanje ... Ko pa pride v knjigarno, se mora odločiti. Približno 70 % ljudi, ko pridejo v knjigarno, ne ve, po kaj so prišli in pri izbiri knjig potrebujejo pomoč. Bralec se v povezavi s knjigo pojavlja v dvojni vlogi: je tisti, ki bere, in tisti, ki priporoča drugim bralcem.

Predavanje *Elektronski časopisi* je imel **Aleksander Bratina**, direktor razvoja in raziskav pri časopisni hiši Dnevnik. Ta časnik v zadnjem času uvaja nove spletne modele trženja edicij. Založniki periodičnega tiska, predvsem časopisnega, se že leta ukvarjajo s krčenjem prihodkov, kar je občutno predvsem od druge polovice leta 2008 dalje. Zraven tega se tudi medijska ponudba iz tiskanega medija prenaša v mobilna digitalna okolja in na internetne portale. Na mobilnih napravah uporabniki vsebino plačujejo, niso pa pripravljeni prejemati in plačevati oglasov. Na internetnih portalih pa ljudje ne želijo plačevati vsebin, oglasni prihodki pa tudi ne zadoščajo za pokrivanje stroškov. Kot glavna grožnja založniškemu poslu je spoznan internet in padanje branosti med mladimi. Mladim je težko prodajati vsebino, ker menijo, da morajo biti vsebine na voljo zastonj, vsaj na internetu. Založniki morajo upoštevati razmah in vpliv socialnih omrežij. Pripravljati morajo vsebine za nove digitalne kanale: spletne strani, mobilne naprave, tablične računalnike. Le-ti omogočajo distribucijo brez dodatnih stroškov in stalno osveževanje vsebin. Problematično pa je pomanjkanje ustreznih vsebin, usposobljenih kadrov, poslovnih modelov. Založniki morajo prenoviti medije,

ne samo distribuirati tiskane vsebine na drug način. Bralci namreč želijo novice, ki se jih da brati, gledati in se jih dotikati. Pri digitalnih vsebinah se držijo načela 70/20/10, to pomeni 70 % vsebine iz tiskalnih medijev, 20 % digitalne vsebine in 10 % servisnih informacij in oglasov. Tudi prodaja e-knjig ni zgolj distribucija knjige po drugem kanalu, ampak je, tako kot v periodičnem založništvu, tudi v knjigotrštvu treba razmišljati o prodaji knjig preko multimedijskih mobilnih naprav in s tem razmišljati o dodatnih vsebinah in redefinirati vlogo knjižnih urednikov. Predavanje se je končalo s pobudo o sodelovanju med založniki e-knjig in e-periodike, ki bi lahko skupaj ponudili vsebine na multimedijskih napravah. Analize trga namreč kažejo, da predstavljajo bralci knjig in enega segmenta periodike v resnici dobršen delež iste ciljne skupine.

Alicia Gonzales Sterling je direktorica Bookbank Literary Agency in podpredsednica španske zveze literarnih agencij Spanish Association of Literary Agencies (ADAL). V predavanju *E-knjige in digitalno založništvo ter njuna distribucija v Španiji* je navedla dejstvo, da je trg za e-knjige v španskem jeziku zelo velik, saj vključuje Španijo, Mehiko ter Centralno in Latinsko Ameriko. Trije španski vodilni založniki Random House Mondadori, Santillana in Paneta, ki skupaj predstavljajo 70 % tržišča, so združili svoje sile in ustanovili digitalno distribucijsko podjetje Librande. Beta verzija je bila lansirana sredi julija 2010 z 2000 naslovi e-knjig, sodelovalo je deset založnikov. Do konca leta je število naslovov naraslo na 10.000. V pogajanjih z ADAL so se založniki dogovorili, da bo cena e-knjige 80 % cene tiskane knjige. Delež za avtorske pravice bo 25 %. Knjigotržci bodo ponudili maksimalno 50 % popusta. Nekatere založbe hkrati izdajo vse naslove v tiskani in e-obliki, medtem ko se druge odločajo od naslova do naslova različno. Model prodaje e-knjig predstavlja prodaja datotek ePub, zaščiteneh z Adobe ACS4 DRM, ki dovoljuje prenašanje katere koli kupljene e-knjige na do 12 naprav: 6 namiznih in 6 mobilnih. Posamezni založniki lahko postavijo nižji limit, če želijo. Vse datoteke so shranjene v digitalnem skladišču Librande. Prodaja poteka izključno preko njihovih spletnih maloprodajnih partnerjev (neodvisne knjigarne in spletne prodajalne, kot Leqtor, Leer-e, Grammata). V prihodnosti se želijo za ponudbo e-knjig dogovoriti z velikimi podjetji, kot so Apple, Amazon in Google. Davek VAT za e-knjige je 18 %, prizadevajo si uveljaviti znižano stopnjo 4 %, ki velja za tiskane knjige. Kljub vsemu raste španski trg e-knjig zelo počasi, približno 1 % v letu 2009, ocenjena rast v naslednjih štirih letih pa je 5 %. Zelo pomemben faktor pri tem razvoju pa je piratstvo, tj. nedovoljeno kopiranje, v čemer Španija prednjači v svetu.

Norveške izkušnje na področju digitalizacije je predstavil **Bjarne Buset**, direktor informacijskega oddelka ene

največjih norveških založb Gyldendal, ki je bil v svoji karieri pisatelj, kritik, urednik programa knjižnega kluba in direktor založništva. Predavanje z naslovom *Vpliv digitalizacije na založništva malih narodov* je začel z mislijo, da morajo založniki upoštevati to, ali si kupci želijo tiskane ali e-knjige. Cena e-knjige mora biti sprejemljiva za kupca, hkrati pa mora avtorju zagotavljati dohodek. Avtorji morajo biti sorazmerno varni pred piratstvom. E-knjiga mora biti čitljiva na več napravah in mora biti enostavna za uporabo. Pri nastajanju tiskane knjige sodelujejo avtor, založnik, tiskar, veletrgovec, knjigarna in bralec. Pri nastajanju e-knjige pa sta potrebna samo še avtor in bralec. Kajti močno se je in se še bo razširilo samozaložništvo. Zato založniki ne smejo tekmovati drug z drugim, ampak se morajo povezati, saj bodo le tako lahko konkurirali Googlu in Amazonu.

Zato so se na Norveškem povezali trije največji založniki Cappelen Damm, Gylden Norsk Forlag in Aschehoug. Sodelujeta še dve distribucijski centrali Sentraldistribusjon in Forlagesentralen ter največje knjigarne Ark, Haugenbok, Libris, Notabene/Sentarbok, Norli, Tanum, Fri Bokhadel in Studia. Ustanovili so nov distribucijski sistem za e-knjige norveških založnikov z imenom Bokskya (The Bookcloud). Gre za spletno aplikacijo za branje knjig v formatu ePub na različnih napravah. Vse knjige, ki jih ponujajo ti trije založniki, so shranjene v centralnem skladišču, imenovanem Bokdatabasen. Vendar je Bokskya v glavnem razočarala norveške bralce, saj se še ne more primerjati z Amazonovim Kindlom in iPadom, kar so se bralci navadili uporabljati.

Olav Stokkmo iz Belgije je od leta 2004 generalni sekretar International Federation of Reproduction Rights Organizations (IFRRO). Avtor številnih člankov o zaščiti avtorskih pravic pred nedovoljenim razmnoževanjem avtorsko zaščitene del je v svojem predavanju z naslovom *Pravice reproduciranja in predstavitev IFRRO* predstavil delovanje organizacije za kolektivno zaščito avtorskih pravic. Gre za neodvisno organizacijo, ustanovljeno na osnovi temeljnih načel o zaščiti avtorskih pravic, ki so uzakonjene v mednarodnih pogodbah, npr. v Bernski konvenciji in Univerzalni konvenciji o avtorski pravici. Njen namen je na mednarodni ravni omogočiti kolektivno upravljanje avtorskih in drugih pravic za avtorsko zaščitena dela. Kolektivno ali centralizirano upravljanje pravic je priporočljivo uporabiti tam, kjer je individualna obravnava pravic nepraktična, npr. pri osirotelih delih ali pri knjigah, ki s komercialnega vidika niso več zanimive. IFRRO omogoča sodelovanje nacionalnih organizacij za zaščito avtorskih pravic kot tudi sodelovanje z avtorji, založniki in njihovimi združenji.

Pomembnost zaščite avtorskih pravic je postala še bolj očitna v digitalnem okolju. Piratstvo ima

uničujoč vpliv na celotno gospodarstvo. Vrednost fotokopij avtorsko zaščenega gradiva znaša v enem letu približno 300 mrd € na svetovni ravni. Stokkmo je izpostavil dve področji delovanja IFRRO: izboljšanje dostopa do avtorsko zaščenih del za ljudi s slabšimi bralnimi zmožnostmi in projekt Arrow na področju digitalne knjižnice. Arrow (Accesible Registries of Rights Information and Orphan Works towards Europeana) je projekt konzorcija evropskih nacionalnih knjižnic, v katerem sodeluje tudi NUK. Njegov glavni namen je ustvariti register informacij o avtorskih pravicah za dela, ki so vključena v digitalno zbirko Europeana: kakšen je status pravic (ali so avtorsko zaščene ali v javni domeni), kdo je lastnik avtorske pravice (avtor, založnik) in katere vse pravice so vključene. Za osirotela dela, pri katerih lastnik avtorskih pravic ni znan, se prav tako ustvarja poseben register.

Okrogla miza

Kongres se je zaključil z zanimivo okroglo mizo. Vodil jo je **Miha Kovač**, ki je v obdobju 1985–2000 delal v različnih slovenskih knjižnih in časopisnih založbah, med drugih je bil odgovorni urednik Mladine ter glavni urednik v založbah DZS in Mladinska knjiga, leta 2000 pa je začel svojo drugo kariero kot profesor na Filozofski fakulteti. Na okrogli mizi so sodelovali direktor založbe Modrijan Branimir Nesović, direktor Mladinske knjige Trgovina, Andrej Bergant, in Rok Kvaternik, direktor založbe Rokus Klett. Glede e-knjige je Kovač povedal, da predstavlja globalni problem, saj ogroža obstoj knjigarn (v knjigarnah se prostor, namenjen knjigam, krči, ker prodajajo vse drugo). V Evropi nimamo knjigotržca, kot je Amazon, ampak so spletne knjigarne v lasti založnikov in ti seveda nimajo interesa, da bi s prodajo e-knjig konkurirali sami sebi pri prodaji tiskanih knjig. V knjigarnah v Evropi in tudi v Sloveniji je že dosti angleških knjig, zato se bo širjenje bralnika Kindle poznalo tudi v Sloveniji, čeprav slovenskih knjig za ta bralnik nimamo. Kovač je apeliral na založnike, da sodelujejo pri iskanju konstruktivnih rešitev o odprtih vprašanjih glede prodaje e-knjig. Glavna tema okrogle mize pa je bilo delovanje učbeniškega trga v Sloveniji. Opozorili so na sistematično uničevanje izobraževalnega založništva s strani Ministrstva za šolstvo in šport. Razvoj na področju učbenikov se zaustavlja, to pa pomeni tudi konec razvoja druge literature. V Mladinski knjigi so priznali, da s prodajo učbenikov vzdržujejo tako veliko mrežo knjigarn, kot jo imajo. Slovenija je poleg Slovaške edina evropska država, ki nima urejene pogodbe o osnovnem fotokopiranju za leposlovje, še bolj pereča je situacija pri fotokopiranju učbenikov in delovnih zvezkov. V zadnjih letih je fotokopiranje postalo neobvladljivo. Rezultati raziskave družbe Valicon za založbo Rokus Klett, v katero je bilo vključenih 770 osnovnošolskih učiteljev

in 293 staršev, so pokazali, da skoraj tri četrtine učiteljev pripravlja fotokopije nekajkrat na mesec ali pogosteje. Zato je bila Ministrstvu za šolstvo in šport poslana pobuda, naj čim prej uredi področje avtorskopiranih razmerij pri fotokopiranju v šolah, ki se trenutno izvaja nelegalno, zaradi česar so kršene pravice avtorjev učnega gradiva.

Matjaž Cigrovski, Tanja Turšek