Difuzorul şi librarul în spaţiul digital

Elena TÎRZIMAN

Universitatea din Bucureşti, Facultatea de Litere
University of Bucharest, Faculty of Letters
e-mail: elena.tirziman@litere.unibuc.ro

The distributor and the bookseller in the digital environment

The distributor and the bookseller represent, after the publisher, the second entities to intermediate in the information channel between the author and the reader. Bookshops, in their traditional form, seem to go through a difficult period caused by the evolution of the internet and of the digital documents; however, they remain the same institutional structures which are to give access to documents and information by means of a trading operation. Online distribution and sale platforms offer both printed (by means of apps for buy and sell) and digital works.

Key-words: distributor, bookseller, information and communication technologies, digital skills

Profesiile de difuzor şi librar, similar celorlalte profesii din domeniul cărţii şi documentului (precum autorul şi editorul) au suferit mutaţii importante sub influenţa Tehnologiilor Informaţiei şi Comunicării (TIC). Canalele tradiţionale de difuzare, promovare şi vanzare a documentelor s-au bulversat în spaţiul digital iar responsabilităţile şi competenţele celor implicaţi de asemenea, s-au modificat şi chiar amestecat astfel încât se poate observa o confuzie a atribuţiilor asumate. Autorul îşi poate publica singur lucrările preluând din atribuţiile editorului iar editorii îşi asumă distribuirea şi vânzarea propriilor produse în detrimentul librarilor.

Internetul este în egală măsură un mediu de difuzare dar şi de promovare pentru resursele informaţionale şi documentare. Difuzarea presupune semnalarea şi punerea la dispoziţia cititorilor a lucrărilor literare sau ştiinţifice şi prin urmare, poate presupune şi toate activităţile şi tehnicile prin care o operă este promovată, este făcută cunoscută potenţialilor cumpărători sau utilizatori. Internetul poate fi privit ca:

Instrument de promovare (anunţuri de conferinţe, congrese sau alte manifestări ştiinţifice sau profesionale; anunţuri de prezentare a lucrărilor ştiinţifice sau literare, etc);

Mediu de comunicare cu utlilizatorii potenţiali prin intermediul platformelor şi aplicaţiilor informatice de comunicare;

Spaţiu digital pentru prezentări detaliate înainte de publicare, preprinturi şi alte forme de informare prealabilă a publicului cititor;

Vector de realizare a lucrărilor (în cazul lucrărilor colective sau în evoluţie). Sunt cunoscute comunităţi virtuale profesionale şi ştiinţifice care cumunică şi conclucrează pentru susţinerea activităţilor curente şi pentru elaborarea unor lucrări colective.

Internetul a devenit un spaţiu global de informare şi comunicare cu o multitudine de facilităţi de publicare, difuzare şi promovare şi prin urmare, nu se mai poate vorbi de o concurenţă reală cu activităţile similare tradiţionale. Chiar dacă lucrările sunt publicate pe format hârtie, promovarea reală şi eficientă a acestora nu se mai poate concepe în absenţa internetului.

Promovarea se manifestă pe două direcţii strategice : promovarea autorului unei lucrări (în special în cazul lucrărilor literare sau artistice) sau promovarea lucrării propriu zise sau a produsului muncii intelectuale (în cazul operelor ştiinţifice sau tehnice). Dintre modalităţile de difuzare şi promovare online se disting: „portret” de au-

tor pe siteul editorului sau difuzorului; site, blog dedicat autorului şi lucrărilor sale; prezenţa autorului, editorului şi difuzorului pe siteurile de socializare; site interactiv cu lucrările în curs de publicare, parţial realizate de autor asigurându-se astfel posibilitatea interacţionării cu cititorii înainte de publicare astfel încât să poată fi testată reacţia acestora, să poată fi folosite reacţiile lor pentru modificarea, adaptarea sau clarificarea textului.

Atribuţiile editorului *şi ale l*ibrarul se pot întrepătrunde (în detrimentul librarului) întruc*ât* ambii sunt intermediari în canalul informaţional între autor şi cititor. O discuţie asupra influenţei TIC în spaţiul librarului trebuie să ţină cont de formele de reprezentare a librăriei, ca structură instituţională care are menirea de a intermedia printr-un act comercial accesul la document şi informaţie. Documentele dintro librărie, întro accepţiune obişnuită, au forma publicaţiilor tipărite dar au apărut şi librării exclusiv în spaţiul digital. Când vorbim de librăriile electronice avem în vedere următoarele aspecte:

- librăria electronică care vinde online documente tipărite în format clasic (avantajul constă în consultarea la domiciliu a informaţiei bibliografice asupra ofertei; posibilitatea de a face comanda online, în funcţie de prezentarea ofertei o serie de informaţii suplimentare).

- librăria electronică care vinde cărţi electronice (e-book) sau alte documente în format digital care pot fi transmise clientului sub formă de fişier sau CD. Posibilităţi de ofertare şi distribuire sunt în funcţie de strategia de marketing adoptată: este permisă consultarea gratuită a cuprinsului, a bibliografiei, a rezumatului; a aprecierilor critice, a unui capitol etc. Întâlnim şi practica de a comercializa doar online documente sau părti de documente. Se vinde versiunea fulltext a unui document sau a unei părţi din document (de exemplu articol din revistă; capitol din carte, imagine dintr-un album, o hartă dintr-un atlas, etc). Nu se poate vorbi de expedierea prin poştă ci de transmitere a versiunii digitale prin Internet (poşta electronică sau descărcare de pe Internet). Aceasta presupune existenţa unui acord cu editorii privind realizarea unei baze de date a ofertelor lor de documente digitale şi permisiunea acordată de intermediere a vânzării şi de difuzare; managementul drepturilor digitale (drepturile de autor şi drepturile conexe; drepturile de licenţă, drepturile de acces, imprimare, împrumut şi alte drepturi specifice mediului digital).

- Platformele de difuzare şi vânzare online care oferă atât lucrări tipărite (prin aplicaţia de vânzare - cumpărare online) cât şi lucrări digitale.

În funcţie de forma de prezentare şi de nivelul de distribuţie, se disting trei categorii de librarii online:

- platforme globale (ex. Amazon);

- platforme ale marilor lanţuri de librării naţionale (ex. Fnac, Casa del Libro, BOL, etc);

- librării independente.

Sub aspect tehnic, pot exista, de asemenea, mai multe variante:

- platformă colaborativă (administrată de o instituţie sau de o asociaţie);

- soluţie la cheie propusă de regulă de un editor sau un distribuitor (ex. bazele de date);

- dezvoltarea de către o librărie a unui site propriu de vânzare- cumpărare.

Librăriile, în forma lor cunoscută, par a parcurge o perioadă de criză datorită evoluţiei internetului şi a documentelor digitale. Un studiu privind librăriile în lume încearcă să arate provocările cărora trebuie să le facă faţă acest difuzor şi intermediar de resurse de informare.[1] Chiar dacă titlul este foarte generos, *Librairies dans le monde*, de fapt este analizată situaţia librăriilor din Germania, Spania, Franţa, Marea Britanie, SUA şi Ţările de jos (Olanda şi Belgia). Întrucât, aceste ţări sunt cunoscute pentru dezvoltarea lor culturală, ştiinţifică şi tehnologică precum şi pentru bunele practici în domeniu, se pot utiliza rezultatele acestui studiu pentru o serie de concluzii privind utilizarea documentelor imprimate şi a celor digitale. Conform aacestui studiu, tendinţele în comerţul de carte sunt diferite, inegale şi dificil de comparat. SUA şi Marea Britanie au o piaţă electronică a comerţului de carte avansată (de ex. Amazon.com) în timp ce, în Franţa şi în Spania predomină comerţul tradiţional cu documente imprimate. Doar în Germania se poate observa o dezvoltare complementară şi în evoluţie atât a comerţului tradiţional cât şi a celui electronic pentru piaţa cărţii.

Cauzele principale ale diferenţelor dintre comerţul tradiţional şi cel electronic ar fi:

- pirateria pe Internet pentru cărţi şi alte resurse de informare;

- preţurile (costurile) diferite între cele două modele de editare şi difuzare, tradiţional şi digital;

- practicile de lectură (care în anumite cazuri pot fi considerate bariere);

- tehnologiile implicate.

De exemplu, succesul extraordinar al Amazon, poate fi explicat prin capacitatea portalului de a reuni tot ce este necesar şi util pentru lectură, rămânând în acelaşi timp un instrument real de promovare şi vânzare. Se asigură: vânzarea online a cărţilor tipărite, noi sau de ocazie; spaţiu de marketing; servicii de autoeditare şi difuzare, ediţii digitale precum şi dispozitivele care permit lectura.

Observăm că în spaţiul Internet, câmpul editorului şi librarului se intersectează tot mai mult iar librarul pierde teren în faţa editorului care preferă să-şi vândă singur propriile produse. Avantajul librarului constă

în faptul că oferta sa reunește, într-un singur punct de acces, oferta mai multor editori şi poate realiza instrumente de informare bibliografică satisfăcând în mare măsură nevoile de informare ale clienţilor. Chiar dacă şi-au diminuat destul de mult din vizibilitate şi importanţa în canalul informaţional autor – cititor, difuzorul, librarul şi librăriile continuă să existe întro permanentă strategie de acomodare şi adaptare la noul context digital. Pentru a putea răspunde cât mai bine provocărilor lumii contemporane, librăriile adoptă o serie de soluții precum o gestiune cât mai riguroasă cu putință a propriei afaceri astfel să fie diminuate costirile şi să fie maximizat profitul; diversificarea activităților prin adăugarea de noi activități care sunt tangențiale cu activitatea clasică a unei librării (ex. papetărie, material cartografic, etc); animație culturală, marketing inovator care să implice de ex, şi radio şi tv ; dezvoltarea de noi servicii (ex. referințe, cercetări bibliografice, realizarea de bibliografii, webgrafii care sunt de regulă servicii de bibliotecă; vânzări sub formă de abonament; etc.); utilizarea Internetului pentru public în spațiile librăriei.

Librăria devine din ce în ce mai mult un spațiu cultural sau spaţiu comunitar (incluzând ceainărie, cafenea, spațiu de spectacol sau de petrecere a timpului liber).

Notă:

1. *Librairies dans le monde.*op.cit.. http://cercledelalibrairie.org/documents.aspx; http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/61096-librairies-dans-le-monde.pdf [accesat 24.09.2016]

Referințe bibliografice

L'auteur au temps du numerique. Paris: Hadapi, Edition des Archives Contemporaines, 2010, ISBN 978.281.3000.880. pp. 3- 7. Disponibil la: *http://labs.hadopi.fr/sites/default/files/ressource/4967/files/auteurtemps-numeriqueld.pdf*. Disponibil pe Google books [accesat 24.09.2016]

Bolle, Aurélia ; ROUX, Marie-Christine ; ROUXEL, Virginie . *Pratique d'editeurs: 50 nuances de numerique.* Etude réalisée par le MOTif et le Labo de l'édition. Paris : 2014. Disponibil la : *http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/64792-pratiques-d-editeurs-50-nuances-de-numerique.pdf* [accesat la 24.09.2016].

Creation et Internet. Raport au Ministre de la Culture et de la Communication, Paris, 2010, pp. 3-12. Didponibil la: *http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/notices/48088-creation-et-internet* [accesat la 24.09.2016].

Fiche pratique. Comprendre et connaître la chaîne du livre, Fiche créée par Rémi Gimazane, Mise à jour par Amandine Jacquet, 2013. Disponibil la: *http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1754-comprendre-et-connaitre-la-chaine-du-livre.pdf,* [accesat la 24.09.2016]

Lebert, Marie. *Une courte histoire de l'ebook*. NEF, Université de Toronto, 2009., p. 73

Disponnibil pe Internet: *http://www.etudes-francaises.net/dossiers/ebookFR.pdf* [accesat 24.09.2016]

Librairies dans le monde. (Allemagne, Espagne, Etats-Unis, France, Pays Bas, Royaume Uni. Etude Comparative realisee par Cecile Moscovitz et Reidiger Nischinbart avec la collaboration de Jennifer Krenn. Paris: Livre Hebdo, Cercle de la librairie, 2013. pp. 16-19. *http://cercledelalibrairie.org/documents.aspx ; http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/61096-librairies-dans-le-monde.pdf* [accesat 24.09.2016]

Livre numérique et terminaux de lecture, quels usages ? – note d'analyse/ Hadopi

Département Recherche, Etudes et Veille (DREV), 2015. p.1. Disponibil la :

http://www.hadopi.fr/sites/default/files/Note%20d%27analyse%20%C3%A9tude%20livre%20Hadopi.pdf [accesat la 24.09.2016]

Jahjah, Marc. Autopublication : vers une mise à l'écart progressive des éditeurs ?

In: *La chaîne du livre à l'ère du numérique.* DOSSIER par La Rédaction INAGLOBAL, 2011. Disponibil la : *http://www.inaglobal.fr/edition/article/autopublication-vers-une-mise-l-ecart-progressive-des-editeurs?tq=5* [accesat la 24.09.2016]

Perona, Mathieu. Plate-formes et ventes liées au royaume du livre numérique. In : *La chaîne du livre à l'ère du numérique.* DOSSIER par La Rédaction INAGLOBAL, 2011. Disponibil la : *http://www.inaglobal.fr/edition/article/plate-formes-et-ventes-liees-au-royaume-du-livre-numerique?tq=5* [accesat la 24.09.2016]

Tîrziman, Elena. *Organizarea şi regăsirea informației.* Târgoviște: Editura Bibliotheca, 2016, (Colectia Universitaria – Informare si Comunicare), ISBN:978-606-772-085-3.