

Difuzorul și librarul în spațiul digital

Elena TÎRZIMAN

Universitatea din București, 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 și librar, similar celorlalte profesii din domeniul cărții și documentului (precum autorul și editorul) au suferit mutații importante sub influența Tehnologiilor Informației și Comunicării (TIC). Canalele tradiționale de difuzare, promovare și vânzare a documentelor s-au bulversat în spațiul digital iar responsabilitățile și competențele celor implicați de asemenea, s-au modificat și chiar amestecat astfel încât se poate observa o confuzie a atribuțiilor asumate. Autorul își poate publica singur lucrările preluând din atribuțiile editorului iar editorii își asumă distribuirea și vânzarea propriilor produse în detrimentul librarilor.

Internetul este în egală măsură un mediu de difuzare dar și de promovare pentru resursele informaționale și documentare. Difuzarea presupune semnalarea și punerea la dispoziția cititorilor a lucrărilor literare sau științifice și prin urmare, poate presupune și toate activitățile și tehnicile prin care o operă este promovată, este făcută cunoscută potențialilor cumpărători sau utilizatori. Internetul poate fi privit ca:

Instrument de promovare (anunțuri de conferințe, congrese sau alte manifestări științifice sau profesionale; anunțuri de prezentare a lucrărilor științifice sau literare, etc);

Mediu de comunicare cu utilizatorii potențiali prin intermediul platformelor și aplicațiilor informatice de comunicare;

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

Vector de realizare a lucrărilor (în cazul lucrărilor colective sau în evoluție). Sunt cunoscute comunități virtuale profesionale și științifice care comunică și concluează pentru susținerea activităților curente și pentru elaborarea unor lucrări colective.

Internetul a devenit un spațiu global de informare și comunicare cu o multitudine de facilități de publicare, difuzare și promovare și prin urmare, nu se mai poate vorbi de o concurență reală cu activitățile similare tradiționale. Chiar dacă lucrările sunt publicate pe format hârtie, promovarea reală și eficientă a acestora nu se mai poate concepe în absența internetului.

Promovarea se manifestă pe două direcții 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 științifice sau tehnice). Dintre modalitățile de difuzare și promovare online se disting: „portret” de au-

tor pe siteul editorului sau difuzorului; site, blog dedicat autorului și lucrărilor sale; prezența autorului, editorului și difuzorului pe siteurile de socializare; site interactiv cu lucrările în curs de publicare, parțial realizate de autor asigurându-se astfel posibilitatea interacționării cu cititorii înainte de publicare astfel încât să poată fi testată reacția acestora, să poată fi folosite reacțiile lor pentru modificarea, adaptarea sau clarificarea textului.

Atribuțiile editorului și ale librarului se pot întrepătrunde (în detrimentul librarului) întrucât ambii sunt intermediari în canalul informațional între autor și cititor. O discuție asupra influenței TIC în spațiul librarului trebuie să țină cont de formele de reprezentare a librăriei, ca structură instituțională care are menirea de a intermedia printr-un act comercial accesul la document și informație. Documentele dintr-o librărie, într-o accepțiune obișnuită, au forma publicațiilor tipărite dar au apărut și librării exclusiv în spațiul 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 informației bibliografice asupra ofertei; posibilitatea de a face comanda online, în funcție de prezentarea ofertei o serie de informații suplimentare).

- librăria electronică care vinde cărți electronice (e-book) sau alte documente în format digital care pot fi transmise clientului sub formă de fișier sau CD. Posibilități de ofertare și distribuire sunt în funcție de strategia de marketing adoptată: este permisă consultarea gratuită a cuprinsului, a bibliografiei, a rezumatului; a aprecierilor critice, a unui capitol etc. Întâlnim și practica de a comercializa doar online documente sau părți de documente. Se vinde versiunea fulltext a unui document sau a unei părți 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 poștă ci de transmitere a versiunii digitale prin Internet (poșta electronică sau descărcare de pe Internet). Aceasta presupune existența unui acord cu editorii privind realizarea unei baze de date a ofertelor lor de documente digitale și permisiunea acordată de intermediere a vânzării și de difuzare; managementul drepturilor digitale (drepturile de autor și drepturile conexe; drepturile de licență, drepturile de acces, imprimare, împrumut și alte drepturi specifice mediului digital).

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

În funcție de forma de prezentare și de nivelul de distribuție, se disting trei categorii de librării online:

- platforme globale (ex. Amazon);
- platforme ale marilor lanțuri de librării naționale (ex.

Fnac, Casa del Libro, BOL, etc);

- librării independente.

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

- platformă colaborativă (administrată de o instituție sau de o asociație);
- soluție 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 evoluției internetului și a documentelor digitale. Un studiu privind librăriile în lume încearcă să arate provocările cărora trebuie să le facă față acest difuzor și intermediar de resurse de informație.¹ Chiar dacă titlul este foarte generos, *Librairies dans le monde*, de fapt este analizată situația librăriilor din Germania, Spania, Franța, Marea Britanie, SUA și Țările de jos (Olanda și Belgia). Întrucât, aceste țări sunt cunoscute pentru dezvoltarea lor culturală, științifică și tehnologică precum și pentru bunele practici în domeniu, se pot utiliza rezultatele acestui studiu pentru o serie de concluzii privind utilizarea documentelor imprimate și a celor digitale. Conform acestui studiu, tendințele în comerțul de carte sunt diferite, inegale și dificil de comparat. SUA și Marea Britanie au o piață electronică a comerțului de carte avansată (de ex. Amazon.com) în timp ce, în Franța și în Spania predomină comerțul tradițional cu documente imprimate. Doar în Germania se poate observa o dezvoltare complementară și în evoluție atât a comerțului tradițional cât și a celui electronic pentru piața cărții.

Cauzele principale ale diferențelor dintre comerțul tradițional și cel electronic ar fi:

- pirateria pe Internet pentru cărți și alte resurse de informare;
- prețurile (costurile) diferite între cele două modele de editare și difuzare, tradițional și 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 și util pentru lectură, rămânând în același timp un instrument real de promovare și vânzare. Se asigură: vânzarea online a cărților tipărite, noi sau de ocazie; spațiu de marketing; servicii de autoeditare și difuzare, ediții digitale precum și dispozitivele care permit lectura.

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

în faptul că oferta sa reunește, într-un singur punct de acces, oferta mai multor editori și poate realiza instrumente de informare bibliografică satisfacând în mare măsură nevoile de informare ale clienților. Chiar dacă și-au diminuat destul de mult din vizibilitate și importanța în canalul informațional autor – cititor, difuzorul, librarul și librăriile continuă să existe într-o permanentă strategie de acomodare și 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 puțință a propriei afaceri astfel să fie diminuate costurile și 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, și radio și 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 spațiu comunitar (incluzând ceainăria, cafeenea, spațiu de spectacol sau de petrecere a timpului liber).



Notă:

1. *Librairies dans le monde*. op.cit.. <http://cercladelalibrairie.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 numérique. 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-numerique.pdf>. Disponibil pe Google books [accesat 24.09.2016]

Bolle, Aurélie ; ROUX, Marie-Christine ; ROUXEL, Virginie . *Pratique d'éditeurs: 50 nuances de numérique*. 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](http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/64792-pratiques-d-editeurs-50-nuances-de-numerique.pdf) [accesat la 24.09.2016].

Creation et Internet. Rapport au Ministre de la Culture et de la Communication, Paris, 2010, pp. 3-12. Disponibil 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-connaître-la-chaîne-du-livre.pdf>, [accesat la 24.09.2016]

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

Disponibil 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://cercladelalibrairie.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]

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