

Piotr Marecki, Ewelina Sasin

Fundacja Korporacja Ha!art

„CIĘŻKIE KSIĄŻKI” VS. „LEKKA I TANIA INFORMACJA”. WARUNKI PRODUKCJI KSIĄŻKI W POLSCE PO 1989 ROKU

“Heavy Books” vs. “Light and Inexpensive Information”. Conditions of Book Production in Poland after 1989

Abstract: This report is part of a larger research project entitled *Polish literature after 1989 in light of Pierre Bourdieu's theory* led by a team of sociologists, experts in culture studies and literary scholars. The authors use Bourdieu's theoretical tools to describe a segment of the Polish literary field, focusing on different aspects of the production, distribution and sales of books. Based on collected materials (353 interviews with individuals from the analyzed field – publishers, distributors, booksellers, government workers – published by Biblioteka Analiz in the series *Rozmowy o rynku książki* [pl. *Conversations about the Book Market*] in the years 2001–2012), the authors aim to describe the process of the emergence of a professional publishing industry from the ephemeral and chaotic publishing movement of the 1990s. The authors analyze a number of aspects of the transition from publishing movement to book market – from book design and the editorial level through print run planning, marketing the book, displaying and selling it, to issues such as printing the price on the cover and the introduction of VAT on books. Using the definition of the term “book market” proposed by Marek Tobera and Bogdan Klukowski, the authors argue that in the first years after the political transformation in Poland a professional book market did not exist, due to the lack of a professionalized system of information exchange between the sectors of production, distribution and sales. It was only with the advent of computerization that the evolution of a professional book market gained momentum.

Key words: new media and the book market, sociology of culture, sociology of literature, publishing movement, Bourdieu, cultural industries, creative industries

1. Wstęp

Punktem wyjścia do rozważań i hipotez zawartych w niniejszym szkicu jest chęć zweryfikowania funkcji oraz wpływu Internetu na rozwój profesjonalnego

rynku książki w Polsce po 1989 roku. Zawarte w artykule hipotezy wynikają z podziału funkcjonującego w literaturze przedmiotu, mówiącego o znaczącej różnicy między okresem kształtowania się polskiego rynku książki w kilka lat po transformacji (okresem zwanym przez niektórych badaczy i aktorów tego pola „ruchem wydawniczym”¹) a rozwojem profesjonalnego rynku i związanym z tym utowarowieniem książki. Autorzy artykułu stawiają tezę, że gwałtowne i trwające około dekady przejście od ruchu wydawniczego do profesjonalnego rynku książki dokonało się w przyspieszonym tempie za pośrednictwem informatyzacji społeczeństwa, a tym samym informatyzacji na polu produkcji książki (wymagań klientów, wydawców i przede wszystkim dystrybutorów). Punktem wyjścia do poczynionych rozważań było założenie, że mijające ćwierćwiecze polskiego rynku książki po transformacji to czas podsumowania. Intuicje zostały oparte na lekturze materiałów zastanych, czyli konsekwentnie publikowanych od 2002 roku wywiadach z najważniejszymi aktorami omawianego pola produkcji kulturowej (wydawcami, dystrybutorami i księgarzami). Łącznie analizie poddano 353 wywiady zamieszczone na prawie 3500 stronicach². Gdy autorzy artykułu rozpoczęli badania nad literackim polem produkcji kulturowej po transformacji, w zawężeniu do produkcji, dystrybucji i sprzedaży książki, nie istniała monografia tego okresu. W trakcie zbierania materiałów ukazała się książka Bogdana Klukowskiego i Marka Tobery *W tym niezwykłym czasie. Początki transformacji polskiego rynku książki (1989–1995)* wydana nakładem Wydawnictwa Akademickiego Sedno. Wspomnianą publikację można rozpatrywać w kategorii podsumowania zjawiska z zawężeniem do kilku pierwszych lat. Jednakże w tym samym 2013 roku powstała także praca Marcina Rychlewskiego *Książka jako towar – książka jako znak. Studia z socjologii literatury*, wydana przez Wydawnictwo Naukowe Katedra. Porusza ona tematykę funkcjonowania książki na rynku w okresie jego profesjonalizacji, czyli od 2005 roku. Pierwsze lata funkcjonowania rynku wydawniczego po upadku komunizmu pozostawały dotąd niemal całkowicie poza zasięgiem i zainteresowaniem badaczy, dlatego pojawienie się w tym samym czasie dwóch monografii opisujących zjawisko trwające ćwierć wieku, należy uznać za znaczący sygnał ustalania się pewnych reguł profesjonalizacji.

Bogdan Klukowski i Marek Tobera zdefiniowali „rynek książki” jako:

(...) ogół działań prowadzony w ramach funkcjonowania tego samego segmentu gospodarki, który obejmuje sprawy dotyczące bezpośrednio wydawania, dystrybucji, sprzedaży hurtowej i detalicznej książek, aktywności firm i innych instytucji (podmiotów) zaangażowanych w tego typu przedsięwzięcia oraz kwestii wpływających bezpośrednio na podaż i popyt w tej dziedzinie³.

¹ Szerzej na ten temat w książce B. Klukowskiego i M. Tobery *W tym niezwykłym czasie. Początki transformacji polskiego rynku książki (1989–1995)*, Wydawnictwo Akademickie Sedno, Warszawa 2013.

² *Rozmowy o rynku książki*, t. 1–13, rozmowy przeprowadzili: Ł. Gołębiowski [et al.], Biblioteka Analiz, Warszawa 2002–2013.

³ B. Klukowski, M. Tobera, *op. cit.*, s. 14–15.

Zacytowana definicja jest w niniejszym artykule wiążąca, jednakże aplikowanie jej do opisu rzeczywistości i funkcjonowania omawianego pola zaraz po transformacji jest bezzasadne. Lektura wywiadów z głównymi aktorami branży potwierdza, że na początku lat 90. nie istniał w Polsce rynek książki, lecz swego rodzaju nieprofesjonalny ruch, który dążył do instytucjonalizacji. Istotne i jak się wydaje rozstrzygające w tej kwestii było także diametralnie różne podejście do książki jako towaru.

2. Rozwój „ruchu wydawniczego” w Polsce po 1989 roku

Mówiąc o rynku książki w Polsce po 1989 roku i o wpływie Internetu na jego rozwój, nie można pominąć kwestii zasadniczej, polegającej na rozróżnieniu i sprecyzowaniu, czym charakteryzował się ruch wydawniczy, a czym rynek książki. Termin „ruch wydawniczy” wszedł do obiegu językowego w poprzednim ustroju politycznym Polski za sprawą rocznika „Ruch Wydawniczy w Liczbach”⁴. Określenie to oddaje specyfikę okresu od transformacji w 1989 roku poprzez lata 90., kiedy to panował specyficzny, wręcz chaotyczny sposób wydawania, dystrybuowania i magazynowania książek, a także całkowity brak przepływu informacji między poszczególnymi sektorami. Do skrajnych przykładów należą działania wybranych efemerycznych wydawnictw, sprzedających książki głównie w tzw. sprzedaży straganowej, omijającej pośredników. Warto dodać, że w tym czasie nie funkcjonowało formowanie oferty wydawnictwa pod wybranego klienta, skutkiem czego oficyny nie były w stanie przygotować planu wydawniczego, zaś księgarze nie potrafili informować o faktycznym zasobie sprzedawanego przez siebie towaru. Sytuacja ta wynikała z braku baz danych i rozliczania się z wydawcami i dystrybutorami na konsygnację.

Okres po transformacji to czas szczególnie dla polskiego rynku wydawniczego, bowiem nadszedł długo wyczekiwany kres sprawowania władzy nad wydawnictwami przez Komitet Centralny PZPR, od którego zależała cała organizacja przemysłu wydawniczego, w tym kształtowanie profili, założeń i planów wydawniczych oficyn, nałożenie cenzury, zakup licencji, a także ustalanie reglamentacji papieru czy ceny publikacji. Zachłyśnięcie się wolnością miało daleko idące następstwa zwłaszcza dla dotąd nietłumaczonej literatury obcej i popularnej. Świadczą o tym oficjalne dane:

W okresie poprzedzającym polskie przemiany, czyli w latach 1976–1985, wydano w Polsce 11 651 tłumaczeń, a w następnym okresie – w czasie ich wielkich przemian – od 1986 do 1995 roku liczba tłumaczeń wyniosła 18 890 tytułów, co oznacza wzrost o 62 proc.⁵

Kolejnym skutkiem przejścia do nowego ustroju politycznego był niesłychany pęd społeczeństwa do sięgania po publikacje i gromadzenia zapasów. Z kolei następstwa tych czytelniczych pragnień objawiły się przez korzystanie z nieograniczonej

⁴ *Ibidem*, s. 14.

⁵ P. Dobrołęcki (red.), *Dwudziestolecie wolnego rynku książki w Polsce (1989–2009)*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2010, s. 52.

możliwości wydawania książek bez uprzednio przemyślanej strategii i sporządzenia planów wydawniczych oraz formatowania informacji na szeroką skalę. Szczególnie cenne z perspektywy czytelników stały się nowości wydawnicze. Moda na ich zakup spowodowała, że z jednej strony oficyny wydawnicze drukowały je w niewyobrażalnych ilościach, z drugiej zaś księgarze nie nadążali z wystawianiem nowych pozycji na księgarskie półki. Według raportu z 2000 roku przygotowanego przez Jolantę Walewską odnalezienie starszych publikacji wśród masowego i niekontrolowanego przepływu najnowszego towaru okazywało się zadaniem niewykonalnym, toteż na początku lat 90. niemożliwy do zrealizowania był model sprowadzania książek na indywidualne zamówienie klienta.

Na początku transformacji nakłady książek liczyły kilkadziesiąt, a nierzadko kilkaset tysięcy egzemplarzy. Mimo ogromnego zainteresowania odbiorców powstał problem nadmiaru podaży w stosunku do popytu. W zależności od wydawnictwa nadprodukcja wynosiła od 50% do 300% zapotrzebowania na jeden tytuł, w wyniku czego oficyny, które zostały zmuszone do zainwestowania ogromnych środków w magazyny służące do przechowywania książek, popadły w problemy finansowe⁶. Warto odnotować, że zjawisko drukowania liczby egzemplarzy niewspółmiernej do wyników sprzedaży – choć na znacznie mniejszą skalę – było charakterystyczne także dla późniejszego okresu.

Raport Jolanty Walewskiej z 2000 roku wykazuje, że ponad połowę funkcjonujących w latach 90. wydawnictw charakteryzowała zdolność do samodzielnego bytu ekonomicznego. Ich słabość kapitałowa wpłynęła na całkowite zaniechanie inwestycyjne w zaplecze technologiczne⁷. Przyjmuje się, że około 95% firm w 1994 roku nie dysponowało komputerami ani nowoczesnymi maszynami drukarskimi. Stąd kolejną cechą „ruchu wydawniczego” była anachroniczna poligrafia i związany z tym niskiej jakości druk. Zniesienie przydziału papieru nie oznaczało poprawy jego gatunku, a wręcz pogorszenie ze względu na potrzebę obniżenia kosztów wydania. W przeciwieństwie do nienagannej poprawności edytorskiej za czasów PRL-u narastającym problemem stało się popełnianie rażących błędów w opracowanych tekstach, jak również zły poziom przekładów literackich. Ciekawy wydaje się fakt, iż mimo częstych problemów finansowych wydawnictw wśród ich właścicieli panowało błędne przekonanie, że nie inwestycja w nowe technologie, lecz budowanie indywidualnego wizerunku marki poprzez posiadanie księgarni firmowej to klucz do sukcesu i wyjście z zapaści materialnej, dlatego wiele wydawnictw decydowało się na dzierżawę lub kupno pomieszczeń zlokalizowanych w centrach dużych miast. Niektóre firmy lokowały kapitał także w magazynach hurtowych, służących wyłącznie do przechowywania własnych publikacji⁸. Warto dodać, że w 1990 roku istniało w Polsce 2166 księgarń, natomiast już pięć lat później przybyło ich kolejne 600. Jednakże tuż po

⁶ B. Klukowski, M. Tobera, *op. cit.*, s. 179.

⁷ *Ibidem*, s. 158.

⁸ *Ibidem*, s. 180.

transformacji największy sukces sprzedażowy odnotowywały państwowe Domy Książki, a zwłaszcza ich warszawska siedziba⁹. Od 1994 roku sytuacja ta zmieniła się na korzyść księgarń prywatnych. Należy ponadto zwrócić uwagę, że podczas pierwszej dekady od transformacji dominowała tradycyjna i wysyłkowa sprzedaż książek, a także charakterystyczna dla tamtego okresu niekontrolowana sprzedaż straganowa i uliczna:

Typowy obraz dla tego okresu to uliczni handlarze (nazywający siebie, ku oburzeniu księgarzy, bukinistami) sprzedający książki ze straganów¹⁰.

Brak systemu nadzoru powyższej formy sprzedaży doprowadził do niemożności precyzyjnego określenia jego zasięgu, jednakże:

W połowie lat 90. oceniano, że 1/5 tytułów w ogóle nie dociera do księgarń, przy czym zapewne była to literatura wcale nie „bazarowa”, lecz specjalistyczna i akademicka¹¹.

Ze względu na niepełną dokumentację nie sposób przedstawić oficjalnych danych z pierwszej połowy lat 90. Wiadomo jednak, że handlem ulicznym i bazarowym nie zajmowali się wyłącznie przypadkowi kupcy, lecz także sami księgarze, ich pomocnicy oraz osoby oficjalnie najęte do pracy przez wydawnictwa. Dobitnie opisuje to Wiesław Uchański:

Zawaliło się pod naporem problemów, przed którymi stanęli szefowie wydawnictw w 1989 roku, kiedy się pojawili pierwsi stolikowcy. (...) Erozja następowała, bo pojawiła się sprzedaż stolikowa, uliczna, która stanowiła znaczny procent sprzedaży (...) ¹².

Dopełnieniem zjawiska efemerycznych wydawnictw, upadających często po wydaniu jednej czy kilku książek, były paralelne instytucje zajmujące się dystrybucją. Niechęć do monopolizacji, kojarzonej z okresem PRL-u, i entuzjazm dla wolnego rynku były tak wielkie, że w ramach strategii sprzedaży książek podejmowano współpracę z wieloma hurtownikami, co przeczyło podstawowym zasadom rozwiniętego kapitalizmu i źle wpływało na rentowność wydawnictw ze względu na potrzebę przeznaczania dużych nakładów finansowych na koszty dostawy, księgowania i rozliczania:

Wolny rynek sprzedaży hurtowej książek zaczął kształtować się w Polsce po 1992 roku, po tym jak Sąd Rejonowy w Warszawie ogłosił upadłość Skarbnicy Księgarskiej. Większość wydawców wolało wówczas współpracować z wieloma małymi hurtownikami, niż ponownie – w przypadku bankructwa kolejnej firmy – ryzykować utratę ogromnych pieniędzy. Symptomatyczna jest wypowiedź z tamtego okresu Andrzeja Gruszeckiego, ówczesnego dyrektora Państwowego Instytutu Wydawniczego: Postawiliśmy na prywatnych hurtowników. Metodą

⁹ *Ibidem*, s. 152.

¹⁰ P. Dobrołęcki (red.), *op. cit.*, s. 38–39.

¹¹ B. Klukowski, M. Tobera, *op. cit.*, s. 165.

¹² P. Dobrołęcki (red.), *op. cit.*, s. 119–120.

prób i błędów doszedłem do wniosku, że minimalizuje się ryzyko, korzystając z wielu pośredników. Wolę mieć dwustu hurtowników, z których każdy jest mi winien 10 mln [starych złotych], niż dziesięciu, z których każdy jest mi winien miliard [starych złotych]¹³.

Uwagę zwracają określenia użyte w cytowanej wypowiedzi: „metoda prób i błędów”, „mniejsze ryzyko”, świadczące o braku stabilizacji i permanentnych zmianach w całej branży.

Można pokusić się o stwierdzenie, że w dobie ogólnego chaosu i euforii, swoistego „pospolitego ruszenia” wydawców spowodowanego brakiem cenzury i możliwością zakupu papieru oraz tworzenia nowych, prywatnych wydawnictw, nie odczuwano potrzeby opisanie sytuacji „ruchu wydawniczego”, o czym świadczy chociażby niemożność doliczenia się wydawnictw istniejących po 1989 roku¹⁴. Wprowadzenie wysokiego podatku dochodowego dla oficyn prywatnych i pobieranie tak zwanego „popiwku”, czyli rodzaju podatku od wydawnictw państwowych za ponadnormatywne wypłacanie płac i honorariów, stwarzało grunt dla rozwoju zjawiska efemeryczności firm wydawniczych.

Kolejnym ważnym aspektem, który warto podkreślić w wypowiedzi o wspomnianym okresie, był brak ustawodawstwa normalizującego rynek księgarski, objawiający się m.in. zanikiem w latach 90. cen na okładkach książek. Uwolnienie cen po 1989 roku zaszkodziło tym, że wydawcy zostali zwolnieni z obowiązku drukowania ich jak za czasów PRL-u. Zaledwie garstka producentów powróciła w 1993 roku do cen katalogowych. Sprawa ta była przedmiotem sporu między władzą, księgarzami i dystrybutorami przez następne lata. Do powszechnych zjawisk należało zaś komisowe sprzedawanie egzemplarzy na „wuzetki”. Wystawianie faktur cieszyło się najmniejszą popularnością. Regulowaniem cen nie zajmowały się wydawnictwa, lecz przede wszystkim księgarze i hurtownicy, którzy kształtowali poziom ceny zbytu w zależności od relacji z oficynami, a także od wielkości miasta i usytuowania księgarni. Koszt zakupu tych samych książek w różnych częściach Polski był rozmaity. Głównym argumentem za utrzymaniem takiego stanu rzeczy według księgarzy był fakt, iż ceny podstawowych produktów żywnościowych w stolicy przewyższały ceny zakupu tych samych artykułów w innych miastach, a zwłaszcza w mniejszych miejscowościach, zatem argumentem było to, aby koszt książki dostosować do warunków i możliwości finansowych mieszkańców konkretnych miast i miejscowości.

Kiedy czyta się wypowiedzi aktorów omawianego pola na temat samego funkcjonowania właściwego ministerstwa i ustawodawstwa dotyczącego książek w latach 90., charakterystyczna wydaje się opinia Piotra Bagińskiego:

Najkrócej mogę powiedzieć, że resort nam specjalnie nie przeszkadzał, a w zasadzie niemal nikt na rynku nie zwracał na tę instytucję uwagi. Jedyne wątek, w związku z którym ministerstwo pojawiło się w szerszym kontekście, to okres upadłości Składnicy Księgarskiej¹⁵.

¹³ *Ibidem*, s. 70.

¹⁴ *Ibidem*, s. 21.

¹⁵ *Ibidem*, s. 132.

Znamienna jest także wypowiedź Wiesława Uchańskiego o samym sposobie funkcjonowania ministerstwa, który wspominając pracę urzędników, zaznaczył: „rotacja była wówczas bardzo szybka”¹⁶. Warto dodać, że jeszcze w okresie funkcjonowania cenzury i braku decyzji odnośnie do zmian kluczowych stanowisk kierowniczych w wydawnictwach państwowych do władzy w ministerstwie doszli ludzie z opozycji.

3. Wpływ ekspansji Internetu na przeobrazenie „ruchu wydawniczego” w „rynek książki”

U schyłku lat 90. i na początku nowego wieku zaczął w Polsce funkcjonować Internet. Jego rozwój miał radykalny wpływ na produkcję książki. Wraz z upowszechnieniem się sieci elektronicznej i przekonaniem się do niej autorów, wydawców, dystrybutorów oraz wszystkich pośrednich firm działających w obszarze księgarstwa można mówić o rozwoju rynku książki w Polsce. Uruchomienie lawiny możliwości, jaką dał Internet, nie było na początku jego funkcjonowania przyjmowane z nadmiernym entuzjazmem ani przez pisarzy, ani też przez osoby z branży księgarskiej. Wypowiedziane w 2001 roku słowa: „W Polsce autorzy wciąż wolą publikować swoje dzieła w tradycyjny, namacalny sposób”¹⁷ świadczą nie tylko o preferencji twórców do publikacji utworów w klasycznej formie, lecz także do postrzegania książki jako towaru, a nie informacji przekazywanej w postaci papierowego wydania, będącego tylko jedną z możliwości jej opublikowania. Głosy umniejszające wartość informacji elektronicznej względem papierowej dochodziły także od firm wydawniczych, jak na przykład Wiedza i Praktyka. Przedstawiciele jej zarządu w 2002 roku twierdzili:

Informacja elektroniczna jak na razie jest atrakcyjna tylko dla wąskich grup specjalistów, którzy mają niemal ciągły kontakt z komputerem i Internetem¹⁸.

Kwintesencją wspomnianego braku zaufania do informacji elektronicznej było wydanie w 2004 roku papierowego nakładu polskiej *Wielkiej Encyklopedii PWN*. Według Łukasza Gołębiewskiego był to osobliwy przypadek, gdyż w dobie postępującego ukazywania się tego typu pozycji wydawniczych w państwach zachodnich w formie cyfrowej publikacja ta stanowiła najprawdopodobniej ostatnią drukowaną encyklopedię na świecie¹⁹.

Tymczasem polscy wydawcy na progu nowego stulecia liczyli przede wszystkim na zyski dzięki możliwości dystrybucji książek w hipermarketach i na stacjach

¹⁶ *Ibidem*, s. 118.

¹⁷ *Rozmowy o rynku książki*, t. 1, rozmowy przeprowadzili: Ł. Gołębiewski [et al.], Biblioteka Analiz, Warszawa 2002, s. 108–109.

¹⁸ *Rozmowy o rynku książki*, t. 2, rozmowy przeprowadzili: Ł. Gołębiewski [et al.], Biblioteka Analiz, Warszawa 2004, s. 142.

¹⁹ *Rozmowy o rynku książki*, t. 4, rozmowy przeprowadzili: Ł. Gołębiewski [et al.], Biblioteka Analiz, Warszawa 2005, s. 237.

benzynowych, oraz przez tworzące się kluby wysyłkowe, a także w specjalnie zaaranżowanych księgarniach z miłą i wykwalifikowaną obsługą księgarzy mogących doradzić klientowi w wyborze książki.

Odnosnie do funkcjonowania wydawnictw w Internecie warto przytoczyć dla przykładu rozmowę z 2001 roku Jakuba Frołowa z Danutą Skórą, dyrektorką Społecznego Instytutu Wydawniczego Znak, która podała, iż funkcjonowanie księgarni internetowej Znaku przekładało się na symboliczny przychód, a ewentualne zyski były związane z odległą przyszłością:

Na pewno nie przynosi więcej niż 0,1 proc. przychodów, co wynosi zaledwie 10–25 tys. złotych miesięcznie. Pełni raczej rolę marketingową, prezentuje ofertę. Tutaj wszystko jest kwestią czasu, znaczenie tej księgarni będzie wzrastać. Pewnych zysków spodziewamy się za 5–6 lat²⁰.

Częstym zabiegiem, jak w przypadku Wydawnictwa Lekarskiego PZWL, było traktowanie możliwości sprzedaży publikacji przez Internet tylko jako uzupełnienia oferty klasycznych księgarni, które z powodu ograniczonego miejsca nie mogły wystawić całego asortymentu. Potwierdzają to słowa Waldemara Janaszkiwicza, prezesa Zarządu Głównego Stowarzyszenia Księgarzy Polskich:

Jest to margines. Ani klub, ani Internet nie zastąpią miejsca, do którego można przyjść i wziąć książkę do ręki, przejrzeć, a czasem kupić²¹.

Aby zachęcić internautów do korzystania z powyższej formy zakupu, wprowadzano dodatkowe rabaty na książki, karty stałego klienta, akcje promocyjne, jak również zwalniano kupującego z opłat za przesyłkę po złożeniu zamówienia za określoną kwotę²². Możliwość płacenia kartami kredytowymi w księgarniach internetowych nieco przyciągnęła uwagę internautów, którzy wykazali się jednak dużą dozą ostrożności w wybieraniu wspomnianej formy zapłaty. Mimo że usługa ta była obecna na rynku polskim już od 2001 roku (została wprowadzona między innymi za sprawą Wydawnictwa Rebis), to jeszcze w 2005 roku nie cieszyła się popularnością. Z rozmowy z przedstawicielami Merlin.pl wynika, że do drugiego roku działalności firma ponosiła straty. W 2005 roku zanotowano, że 25% zamówień opłacono kartami płatniczymi, nie znaczy to jednak, że w tym czasie zakupy książek przez Internet nie rosły w siłę. Jak podaje Wydawnictwo Świat Książki, 1/4 zysku ze sprzedaży pochodziła z Internetu²³. Płacenie kartami płatniczymi miało za to ogromne znaczenie dla ekspansji polskiej książki wśród Polaków mieszkających za granicą.

Rozwój branży księgarskiej w Internecie skutkowałam poprawą jakości obsługi klientów i budowaniem nowoczesnego wizerunku firm wydawniczych. Klienci księ-

²⁰ *Rozmowy o rynku książki*, t. 1, *op. cit.*, s. 85.

²¹ *Rozmowy o rynku książki*, t. 6, rozmowy przeprowadzili: Ł. Gołębiowski [et al.], Biblioteka Analiz, Warszawa 2007, s. 53.

²² *Rozmowy o rynku książki*, t. 1, *op. cit.*, s. 141.

²³ *Rozmowy o rynku książki*, t. 5, rozmowy przeprowadzili: Ł. Gołębiowski [et al.], Biblioteka Analiz, Warszawa 2006, s. 250.

garni internetowych wymagali znacznie więcej niż ci, którzy odwiedzali tradycyjnie rozumiane księgarnie. Internauci pragnęli, by oferta obejmowała pełny asortyment, łącznie z niszowymi publikacjami niewielkich wydawnictw i literaturą komercyjną. Księgarnia internetowa powinna była posiadać ładną szatę graficzną, łatwy i intuicyjny sposób obsługi oraz liczne bonusy i akcje promocyjne. Ze względu na konieczność opłacenia kosztów przesyłki oczekiwano także, że ceny książek będą niższe niż w standardowej sprzedaży. Już w 2002 roku Vivid.pl dostrzegł zmiany zachodzące w sposobie pojmowania sprzedaży internetowej zarówno przez czytelników, jak i wydawców:

Ludzie lubią robić kompleksowe zakupy, lubią miejsca, gdzie jest wybór i wysoki standard informacji i obsługi klienta. Wiemy doskonale, że ci, którzy mają dużo czasu i energii, mogą szukać informacji o produktach w licznych tzw. pasażach internetowych. Z drugiej strony widać wyraźnie, że wydawcy wybierają coraz częściej wiarygodnych i kompetentnych partnerów na rynku internetowym. Duże wydawnictwa ograniczają obecnie bezpośrednio, internetowe kontakty handlowe do wiodących witryn księgarskich. Jest to sygnał, że rozpoczęła się faza porządkowania rynku internetowego (...) ²⁴.

Wśród wydawców byli też tacy jak Media Rodzina, które po niebывałym sukcesie tradycyjnej dystrybucji powieści o Harrym Potterze nie wierzyło w sprzedaż elektroniczną, stanowiącą niewielki odsetek całej sprzedaży. Jednak większość firm opierała działania na przeświadczeniu, że warto inwestować w Internet jako kolejny kanał dystrybucji, ponieważ służył on głównie do badania potrzeb i gustu klienta. Dzięki wysyłanym e-mailom rosła możliwość dotarcia do szerszych kręgów odbiorców, książka mogła stać się dodatkiem do innych prezentów kupowanych na przykład na aukcjach internetowych w serwisach typu Allegro.pl, ponadto wierzono, że ekspansja Internetu na początku XXI wieku dopiero się zaczęła. I choć wydawnictwa obawiały się kosztów związanych z uruchomieniem witryn i sklepów internetowych, to w 2001 roku zdaniem osób zatrudnionych w Vivid.pl istniała całkiem pokaźna grupa wydawców dobrze radzących sobie również w wirtualnej rzeczywistości, jak choćby Muza, Wydawnictwo Literackie, Hachette Livre, Wydawnictwo Czarne. Czasem na efekty inwestycji w przedsięwzięcia internetowe należało czekać kilka lat, jak w przypadku Polskich Wydawnictw Profesjonalnych:

Wydajemy coraz więcej książek, ale ich sprzedaż rośnie znacznie wolniej niż publikacji elektronicznych ²⁵.

Zagrożenie wynikające z rażących niedoskonałości programów obsługujących zarówno księgarnie internetowe, jak i publikacje elektroniczne, zwłaszcza w początkowym okresie powszechnego funkcjonowania Internetu w Polsce, stanowiło nader częstą przeszkodę w powzięciu przez wydawców decyzji o zaistnieniu w sieci. Z rozmów przeprowadzonych na potrzeby Biblioteki Analiz, badającej polski rynek

²⁴ *Rozmowy o rynku książki*, t. 2, *op. cit.*, s. 77.

²⁵ *Rozmowy o rynku książki*, t. 1, *op. cit.*, s. 101.

książki w XXI wieku, wynika, że do poszerzenia działalności w globalnej sieci zmniejszała konieczność wydania pieniędzy na infrastrukturę cyfrową i jej systemy bezpieczeństwa przy jednoczesnym braku pewności, czy wykupione zabezpieczenia są wystarczające, a koszty się zwróca:

To są obszary, w które wydawca elektroniczny nie może nie inwestować, ale piractwo w wielu krajach i dostępność bezpłatnych serwisów internetowych sprawiają, że trudno na tym zarabiać. Wciąż brakuje dobrych zabezpieczeń przed piractwem, dlatego inwestujemy tu ostrożnie (...)²⁶.

Jednym z fenomenów 2001 roku były zatem decyzje powzięte przez Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, które zdecydowało się na otwarcie pierwszej w Polsce czytelnicy internetowej. Wykupiony abonament – w przeważającej mierze korzystali z niego studenci – pozwalał na swobodne kopiowanie i drukowanie zamieszczonych materiałów. Ryzyko hakierskich włamań na stronę pozostawiało jednak to i podobne działania poza sferą oczywistych zysków w postaci zmniejszenia liczby osób kopiujących drukowane książki, choć przyczyniło się do kształtowania w opinii publicznej myśli, iż zasoby informacji zamieszczone w Internecie nie są wyłącznie chaotyczną bezpłatną bazą danych, lecz profesjonalnym i w pełni godnym zapłaty źródłem wiedzy²⁷.

4. Punkty zwrotne w procesie profesjonalizacji rynku książki w Polsce

Można zaryzykować tezę, że swoistym punktem zwrotnym dla uporządkowania sytuacji lat 90. były Targi Książki we Frankfurcie w 2000 roku, podczas których zaproszono Polskę jako gościa honorowego. Przygotowania do tej wielkiej imprezy powierzono specjalnie powołanemu w 1998 roku Zespołowi Literackiemu „Polska 2000” kierowanemu przez niemieckiego tłumacza literatury polskiej, sławistę Albrechta Lemppa. Podczas przygotowań do wspomnianego wydarzenia powstało szereg rozwiązań funkcjonujących długoterminowo (m.in. program translatorski polskiej literatury czy bazy danych o polskiej literaturze umieszczone w Internecie). Wielu urzędników, wydawców, dystrybutorów, jak i innych aktorów branży wydawniczej miało szansę na konfrontację polskich warunków z zachodnioeuropejskimi. Wydaje się, że skuteczna działalność Zespołu Literackiego, funkcjonującego jeszcze

²⁶ *Rozmowy o rynku książki*, t. 6, *op. cit.*, s. 69.

²⁷ Osobnym tematem jest rozwijający się rynek książki elektronicznej w Polsce. Według Ł. Gołębiewskiego składa się na niego około 11 tysięcy tytułów oferowanych na różnych platformach, z których największa, Virtualo, połączona jest z Empikiem. Przyjmuje się, że w 2012 roku rynek książki elektronicznej stanowił 2% rynku książki w Polsce. Por. *Rok 2012 był przełomowy dla branży e-booków*, <http://biznes.newsweek.pl/rok-2012-byl-przelomowy-dla-branzy-e-bookow,100697,1,1.html> (dostęp: 29.01.2015).

przez trzy lata po imprezie we Frankfurcie, doprowadziła do stworzenia jednostki podległej Ministerstwu Kultury i Dziedzictwa Narodowego i odpowiedzialnej za rynek książki, czyli powstałego w 2004 roku Instytutu Książki, realizującego swoją misję od ponad dekady. Jednym z zadań Instytut Książki jest wspieranie i nierzadko reprezentowanie polskiego środowiska skupionego wokół produkcji, promocji oraz przekładu polskiej literatury. Powołanie Instytutu Książki zaszkodziło również określeniu długofalowej polityki wspierania rynku książki, bowiem instytucja ta nie tylko przyznaje dotacje na wydawanie książek w Polsce i fundowanie nagród dla tłumaczy literatury polskiej, lecz także inicjuje wybrane wydarzenia (jak Festiwal Kryminału czy Festiwal Reportażu) oddziałujące na trendy w literaturze. Powołanie Instytutu Książki wiąże się ponadto z momentem zamknięcia wcześniejszych agend rządowych, które w latach 90., wraz z rotującymi urzędnikami i misjami, nie wypracowały spójnego i długofalowego programu wspierania rynku książki.

Próby profesjonalizacji rynku książki w Polsce są związane również z wkroczeniem na niego wykwalifikowanego gracza o sile ogólnopolskiej – Empiku, czyli sieci sprzedaży produktów kultury, ustalającego reguły, a zarazem wymuszającego na kontrahentach stosowanie się do nich pod groźbą kary lub wykluczenia. Słowa Łukasza Gołębińskiego z 2001 roku potwierdzają wielkość tej firmy w stosunku do innych graczy pola przemysłu kulturowego:

W Polsce dotąd jedyną dużą inwestycję w księgarstwo poczyniła firma Empik. Nie ma innych inwestorów²⁸.

Pojawienie się przedsiębiorstwa strategicznie rozwijającego się, a zarazem przejmującego konsekwentnie rynek było swoistym powrotem do idei jednego, wielkiego gracza, opozycją do lat 90., o których Przemysław Czapliński wspominał jako o „kulturze wielu podmiotów”²⁹. U progu nowego wieku upadek licznych – zarówno czołowych, jak i pomniejszych – hurtowni pozwolił zainicjować myślenie o potrzebie stworzenia jednego magazynu centralnego, pełniącego funkcję ogólnopolskiego dystrybutora książek. Potwierdza to wypowiedź Desmond’a Clarke’a:

W ciągu trzech lat z polskiego rynku zniknęło około 200 mniej znaczących, lokalnych hurtowni. Jest to sygnał nadchodzącej konsolidacji rynku. Niedługo na polskim rynku zostanie dwóch lub trzech głównych dystrybutorów hurtowych³⁰.

Podobne stanowisko obrali bracia Olesiejukowie, którzy również upatrywali szansy na pomyślny rozwój polskiego rynku książki w stworzeniu magazynu centralnego wzorowanego na zachodnich rozwiązaniach:

²⁸ *Ibidem*, s. 25.

²⁹ P. Czapliński, *Powrót centrali. Literatura w nowej rzeczywistości*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2007, s. 18.

³⁰ *Rozmowy o rynku książki*, t. 1, *op. cit.*, s. 24.

Najlepiej zorganizowane rynki funkcjonują tak, że jeden magazyn centralny dystrybutora zaopatruje wszystkich odbiorców. Jeżeli myślimy o dużej, ogólnopolskiej hurtowni, należy przyjąć się, jak działa to na Zachodzie³¹.

Na stopniowe spełnienie tych słów nie trzeba było długo czekać. Jeszcze w 2001 roku Muza SA postanowiła wejść w sojusz z Empikiem, tworząc Polską Dystrybucję Książek i przejmując tym samym kontrolę nad niektórymi firmami:

Muza nie czekała biernie na konsolidację rynku, lecz zaczęła ją inicjować, zakładając wspólnie z Empikiem Polską Dystrybucję Książek i przejmując kontrolę nad hurtowniami: Fis, Polmap i Wkra³².

Empik rósł w siłę, inwestował kapitał, budując przy tym sprawne narzędzia logistyczne, które nie zawsze podobały się wydawcom, ponieważ generowały dodatkowe koszty:

Elementem strategii Empiku jest wprowadzenie zachodnich standardów logistycznych w sprzedaży książek, a te standardy w początkowym okresie mogą oznaczać zwiększenie kosztów. Potem jednak zwracają się, bo pozwalają eliminować błędne dostawy, przyspieszają wprowadzenie nowych ofert, zmniejszają poziom zwrotów itd.³³.

Empik wprowadził szereg obostrzeń i zasad dla wydawców po to, by usprawnić swój system dystrybucyjno-promocyjny oferowanych klientowi publikacji. Grzegorz Pławski wspomina, że strategia Empiku polegała na podpisywaniu z oficynami umowy o kilkudniowej wyłączności na dystrybucję nowości wydawniczych i zobowiązanie do rozreklamowania tytułu. Działanie to dawało zarówno wymierne korzyści finansowe Empikowi – „kilkudniowemu monopoliście”, jak i innym księgarniom, do których wybrany tytuł docierał co prawda z opóźnieniem, ale za to dobrze wypromowany w mediach³⁴. Chcąc umieścić książkę na empikowych półkach, wydawcy musieli spełnić wymóg dostarczenia informacji o publikacji na długo przed jej premierą, bowiem „lekka informacja” gwarantowała wybadanie zainteresowania czytelników konkretną „ciężką książką” w wybranym rejonie Polski, więc rzeczywisty „ciężki” towar dostarczano tylko tam, gdzie – jak wynikało z przeprowadzonych badań – z zainteresowaniem został wcześniej przyjęty. Można pokusić się o stwierdzenie, że na gruncie polskim zjawisko to diametralnie zmieniło sposób funkcjonowania książki jako towaru. Zaniechanie powielania skostniałych mechanizmów myślenia o sposobie dostarczania dużej liczby kopii jednego tytułu do każdej z sieciowych księgarni spowodowało, że zwroty niesprzedanych egzemplarzy zdarzały się nader rzadko, a przy tym oszczędzano na ich niepotrzebnym transporcie.

³¹ *Ibidem*, s. 29.

³² *Ibidem*, s. 69.

³³ *Rozmowy o rynku książki*, t. 4, *op. cit.*, s. 68.

³⁴ *Rozmowy o rynku książki*, t. 3, rozmowy przeprowadzili: Ł. Gołębiowski [et al.], Biblioteka Analiz, Warszawa 2004, s. 124.

Zależy nam również na uzyskaniu od wydawców informacji o nowych tytułach, zanim pojawią się na rynku. Napotyka to na niezrozumiały opór wydawców (...). Wydaje się, że wydawcy wolą, aby zamiast lekkiej i taniej informacji hurtownicy i dystrybutorzy wozili po kraju ciężkie książki do odbiorców, którzy być może wcale nie chcą akurat jej kupić, i ponosili zbędne koszty – a potem wszyscy narzekają na nierentowny rynek³⁵.

Empik jako sieć posiadająca kilkadziesiąt sklepów w każdym z większych miast Polski miała możliwość tworzenia kampanii promocyjnych o charakterze ogólnopolskim, jednakże za ich wygenerowanie płaciły oficyny wydawnicze. Poza kosztami wydrukowania materiałów reklamowych wydawcy musieli podjąć przede wszystkim wysiłek absolutnie terminowego dostarczenia promowanego towaru. Za wszelkie uchybienia w tej kwestii i narażenie Empiku na złe opinie zniecierpliwionych opóźnieniami klientów wydawca płacił karę. Standardy funkcjonowania sieci dystrybucyjnej Empik oddają takie oto słowa:

(...) terminowość dostaw jest niezwykle istotna. Aby płacić w terminie, musimy bardzo pilnować poziomu zapasu, a jednocześnie nie dopuszczać do braków w ofercie (...). Tak naprawdę nie chodzi o kary, ale o terminowe dostawy. A dla wielu wydawców wciąż terminy są ważne tylko do momentu wydrukowania książki, później wszystko ulega magicznemu spowolnieniu (...). Promocja to duży wysiłek organizacyjny dla sieci. Musimy dopilnować, by w 60 sklepach o tej samej godzinie pojawiły się plakaty, ulotki, żeby książki zostały wystawione w odpowiednich miejscach, drukujemy prawie 200 tys. egz. folderu promocyjnego itp. A potem okazuje się, że z 20 objętych promocją tytułów pięć nie zostało dostarczonych. Nie jest miło odpowiadać klientom, że brakuje tytułu, do zakupu którego właśnie go zachęcamy, i patrzeć, jak odchodzi zrezygnowany ze sklepu. I wydawca musi mieć świadomość, że spóźnienia są niedopuszczalne. Z kar za to nie zrezygnujemy³⁶.

Do przełomów w logistycznych przedsięwzięciach Empiku należał rok 2007, kiedy powstał system dystrybucji w postaci centralnego magazynu książek, a także powzięto decyzję o wprowadzeniu najnowszych technologii do kontrolowania terminowości dostaw i wystawiania faktur. Diametralnej poprawie uległ czas dostarczenia wybranych tytułów do sklepów sygnalizujących ich zapotrzebowanie, a to dzięki umiejętnemu wykorzystaniu baz danych i firmy kurierskiej:

Pojawia się możliwość dostawy książek do centralnego magazynu lub ich odbioru z drukarni lub magazynu wydawcy przez naszego operatora, czyli DHL (...). Jeśli chodzi o dotychczasowych [kontraheńców], istotne będzie znaczące skrócenie czasu od zamówienia towaru do wystawienia go na półce³⁷.

Od roku z setką dostawców prowadzimy rozmowy o projekcie centralnej kontroli faktur, który ma na celu monitorowanie obiegu zamówień. Alternatywą jest system EDI. Rozmawiamy

³⁵ *Rozmowy o rynku książki*, t. 4, *op. cit.*, s. 68–69.

³⁶ *Ibidem*, s. 71–72.

³⁷ *Rozmowy o rynku książki*, t. 7, rozmowy przeprowadzili: K. Frołow [et al.], Biblioteka Analiz, Warszawa 2008, s. 227.

z naszymi strategicznymi dostawcami na temat włączenia ich do tej elektronicznej wymiany danych księgowych i produktowych. (...). Płaci się za nadanie indywidualnego numeru, po którym dostawca będzie rozpoznawany w systemie, oraz za usługę u operatora. Coś jak telefonia komórkowa z komputerem zamiast telefonu. Rozwiązanie takie eliminuje obieg papierów, przyspiesza realizację zamówień oraz kontroluje poprawność dostaw³⁸.

Ważną kwestią zarówno z perspektywy zwrotu ku profesjonalizacji rynku książki, jak i udziału Empiku w jego tworzenie był głos firmy w toczącej się latami debacie na temat obowiązku drukowania cen na okładkach książek. Jak wspomniano wcześniej, w okresie PRL-u czynność ta była obligatoryjna, natomiast w latach 90. na skutek chęci zerwania z przeszłością zaniechano jej. Temat powrócił w rozmowach toczonych na początku nowego wieku. Przeciwnicy umieszczania cen na okładkach książek wskazywali, że przy braku doświadczenia, czy też możliwości zastosowania rozwiązań zachodnich, zapisanie takiej ustawy w polskim systemie prawnym stawiało się bezzasadne:

Regulowanie tego zagadnienia na poziomie ustawy, powiązanie z polityką przecen, wysokości rabatów etc. jest błędem, to nie może być przedmiotem ustawy (...). Definiowanie np. terminów przecen to też rzecz bardzo ryzykowna. Być może jakaś bardzo zdrowa ustawa w jakimś stopniu uporządkowałaby ten rynek, ale tylko pod dwoma warunkami, których nie spełniamy. Po pierwsze, musimy mieć ustabilizowany system dystrybucji. A my nie mamy ustabilizowanego systemu, my nie wiemy nawet, jak on *de facto* miałby wyglądać³⁹.

Z kolei dla grupy zwolenników drukowanie cen miało normalizować rynek książki, gdyż oznaczało definitywne przejście ze sprzedaży komisowej i na „wuzetki” do sprzedaży z użyciem kas fiskalnych, likwidujących szarą strefę⁴⁰. Ważnym czynnikiem skłaniającym wydawców do drukowania cen była również perspektywa kształtowania ich wysokości przez oficyny. Odebranie tych przywilejów hurtownikom i księgarzom oznaczało kres ich władzy, charakterystycznej dla chaosu pierwszych lat po transformacji. Istotne było zaniechanie myślenia o cenie książki zmieniającej się w zależności od poziomu bogactwa odbiorców, wywodzących się z mniejszych lub większych miast, w których ceny podstawowych produktów różniły się znacząco:

Cena musi być drukowana na książkach. Ponieważ to jednoznacznie pokazuje, jaka jest jej wartość. A książka jest dobrem kultury. Powinna być równo odczytywana, równo wartościowana⁴¹.

Z kolei Empik w drukowaniu cen upatrywał szansy na zmniejszenie niepotrzebnie ponoszonych kosztów:

Jak wydawca jej nie wydrukuje, to my musimy naklejać metki z cenami. Jest to dla nas strata czasu i dodatkowy koszt. Ale większy problem w tym, że wydawca nie chce przyjmować

³⁸ *Ibidem*, s. 236.

³⁹ *Rozmowy o rynku książki*, t. 3, *op. cit.*, s. 182.

⁴⁰ *Rozmowy o rynku książki*, t. 2, *op. cit.*, s. 34.

⁴¹ *Rozmowy o rynku książki*, t. 5, *op. cit.*, s. 19.

zwrotów z naszymi metkami. A zatem ktoś musi potem delikatnie te metki oderwać, czyścić okładki itp.⁴².

Drukowanie cen przez wydawców było więc szansą na potencjalne wytłumaczenie klientowi, skąd wzięła się rozbieżność między kosztem zakupu książek w jednym ze sklepów sieciowych a hipermarketem:

Jest jednak jeszcze inny ważny czynnik, który powoduje, że upieramy się przy drukowaniu cen. To jest budowanie zaufania u klientów. Poza promocjami Empik nie obniża cen. (...) Nie będziemy konkurować z marketami, gdzie książki trzeba wygrzebywać z koszy. Jeśli jednak klient kupi u nas książkę za 59 zł, a potem widzi ją w markecie za 39 zł, to stawia sobie pytanie: dlaczego? Jeśli nie ma wydrukowanej ceny, to uważa, że Empik go oszukał, bo sprzedaje z dużym narzutem. Gdy cena jest wydrukowana, wtedy wie, że książka powinna kosztować 59 zł, ale akurat trafił na promocję. (...) Cena na okładce jest zatem w interesie wydawcy, księgarza i czytelnika – dzięki temu wszyscy wiedzą, ile ma kosztować. A każdy ma wolny wybór, za ile ją sprzeda⁴³.

Sposób funkcjonowania ceny na okładkach miał więc nie tylko chronić wydawców przed handlarzami, którzy tworzyli nieuczciwą konkurencję, ale oznaczał także możliwość dbania o wspólne interesy wydawców, dostawców i czytelników.

Znaczącą rolę w uporządkowaniu rynku – obok ustabilizowania się wielkich graczy takich jak Empik – odegrało wprowadzenie VAT-u na książki. Podatek od towarów i usług został uregulowany w Polsce ustawą z dnia 8 stycznia 1993 roku. Zarówno sprzedaż, jak i druk książek zwolniono z obowiązku płacenia podatku VAT. Sytuacja zmieniła się po wejściu Polski do Unii Europejskiej, kiedy konieczność dostosowania polskiego ustawodawstwa do unijnego wymusiła wprowadzenie VAT-u na książki i prasę specjalistyczną. Polskiemu ustawodawcy (sukces Andrzeja Rosnera) udało się wynegocjować tzw. okres przejściowy na preferencyjną stawkę 0% do 2007 roku i przedłużyć go do 2010 roku. Mimo protestów ze strony środowisk pisarzy i wydawców (m.in. opinia Polskiej Izby Książki z 28 czerwca 2010 roku przesłana do Ministerstwa Kultury i Ministerstwa Finansów czy list Stowarzyszenia Wydawców Szkół Wyższych), a także debat, które toczono w polskim parlamencie (m.in. „Utrzymanie zerowej stawki VAT” w czerwcu 2010 roku, debata powstała z inicjatywy ministra kultury i dziedzictwa narodowego Bogdana Zdrojewskiego), czy rozmów podczas Targów Książki (konsolidacja środowisk Polskiej Izby Książki, Izby Księgarstwa Polskiego, Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Polskiego Towarzystwa Wydawców Książek), podkreślano niski poziom czytelnictwa w Polsce, stosunkowo niskie dochody i wynikające z tego konsekwencje (podniesienie cen książek i tym samym spotęgowanie barier w rozwoju edukacji). Wielka debata o VAT została zakończona we wrześniu 2010 roku ustawą o wprowadzeniu stawki 5% na książki i czasopisma specjalistyczne oraz 23% na e-booki i audiobooki. Ministerstwo Finansów zdecydowało się przedłużyć okres przejściowy do kwietnia 2011 roku, co

⁴² *Rozmowy o rynku książki*, t. 4, *op. cit.*, s. 72.

⁴³ *Ibidem*, s. 72–73.

oznaczało, że książki wprowadzone do dystrybucji przed 1 stycznia 2011 roku można było sprzedawać po preferencyjnej stawce 0%⁴⁴. Wprowadzenie w Polsce VAT-u na sprzedaż książek, czasopism, e-booków i audiobooków to moment kluczowy dla rozwoju profesjonalizacji rynku książki w Polsce. Wymóg płacenia VAT-u uniemożliwił popularną do tego czasu sprzedaż komisową i na tzw. wuzetki, a narzucił sprzedaż fakturowaną, traktowaną wcześniej jako zjawisko wyjątkowe. Charakterystyczna jest wypowiedź braci Olesiejuk z 2001 roku:

Znak, Wydawnictwo Literackie, Media Rodzina to są wydawnictwa, które mogą z powodzeniem stosować sprzedaż fakturowaną, bo mają odpowiednie książki⁴⁵.

Wprowadzenie VAT-u na sprzedaż książek i czasopism to także osiągnięcie pełnej kontroli nad książkami jako towarem. Wiązał się z tym wymóg prowadzenia drobiazgowej księgowości, ewidencji towaru, sprofesjonalizowania baz danych, niekiedy potrzebnych przy sprzedaży komisowej.

5. Podsumowanie

Powstanie profesjonalnego rynku książki w Polsce zbiega się ze zmianą technologiczną i cywilizacyjną, jaką była powszechna informatyzacja społeczeństwa. Jak zostało wykazane, zaraz po transformacji i na początku lat 90. sektory rynku książki działały, jednakże przepływ informacji między sektorem wydawniczym, dystrybucyjnym a sprzedażą był nieuregulowany. Składały się na to wszystkie omówione wyżej aspekty funkcjonowania poszczególnych sektorów (brak wymogu drukowania cen na książkach, sprzedaż konsygnacyjna, nieumiejętność projektowania planów wydawniczych, brak badań czytelności i realnego zapotrzebowania na konkretne tytuły czy gatunki literackie).

Istotne było zjawisko „euforii wolnego rynku”, uwolnienia możliwości publikacji i zakupu papieru, przekładające się na bardzo złą jakość edytorską i poligraficzną. Powszechny był brak przepływu książki i informacji o niej, począwszy od producenta poprzez sieć dystrybucji aż do miejsca sprzedaży, sprzyjający powszechnemu i silnie rozwiniętemu zjawisku sprzedaży straganowej. Pokrewny mechanizm stanowiło podejmowanie współpracy dystrybucyjnej z dużą liczbą efemerycznych i często bankrutujących nowych podmiotów gospodarczych. Towarzyszył temu niedostatek kontroli podatkowej i brak ustawodawstwa. Ferwor, chaos i „pospolite ruszenie” w wydawaniu książek powodowały rzadko spotykaną sytuację dezorientacji podmiotów sprzedających (sektor księgarski, który częstokroć nie miał szans wystawienia nowości na półki i był zdezorientowany co do oferty sprzedażowej). Dla wszystkich sektorów ruchu wydawniczego książka znaczyła przede wszystkim fizyczny obiekt.

⁴⁴ A. Urbaniak, T. Siek, *Jak są opodatkowane książki i czasopisma*, „Rzeczpospolita”, <http://prawo.rp.pl/arttykul/758335,612588-Jaki-VAT-na-ksiazki-i-czasopisma.html> (dostęp: 29.01.2015).

⁴⁵ *Rozmowy o rynku książki*, t. 1, *op. cit.*, s. 38.

Dopełnieniem sytuacji był brak podjęcia badań zjawiska w okresie jego trwania. Jest to kolejny element powszechnie panującego zagubienia, niedoboru przepływu informacji i danych na temat wspomnianego okresu.

Przeistoczenie się tej sytuacji w rynek książki, w którym poszczególne sektory komunikowałyby się z sobą, wiązało się z kilkoma procesami: przede wszystkim z informatyzacją sektorów produkcji, dystrybucji i sprzedaży. Wykształciły się spójna odgórna misja instytucji regulujących i tych reprezentujących Ministerstwo Kultury (najpierw Zespół Literacki „Polska 2000”, później Instytut Książki) oraz ustawodawstwo. Ważnym procesem stała się dyskusja na temat prawa Langa i obowiązek drukowania cen na książkach, wreszcie doprowadzenie przez monopolistów (Empik i inne sieci) do traktowania książki nie tylko jako fizycznego obiektu, ale też jako zamieszczonej w bazie danych informacji, co wiązało się z rozwojem rynku książki elektronicznej⁴⁶. Swoistym dopełnieniem i etapem końcowym profesjonalizacji rynku i rozwoju przepływu informacji między jego sektorami oraz kontroli nad nim było wprowadzenie podatku VAT, wymuszającego na wszystkich kontrahentach zaprzestanie sprzedaży komisowej, wprowadzenie faktury jako obowiązkowego dokumentu (a w związku z tym profesjonalizację sposobów rozliczania, inwentaryzacji i prowadzenia baz danych dostępnych dla wszystkich sektorów). Cechą wspólną było traktowanie książki jako informacji (wprowadzanej do bazy danych na długo przed pojawieniem się fizycznego egzemplarza), rozpoczęcie profesjonalnego bieżącego badania rynku książki i powołanie instytucji, których celem oraz misją było ewidencjonowanie i badanie rynku książki (m.in. Biblioteka Analiz). Jako puentę należy potraktować opublikowanie po ćwierćwieczu dwóch monografii zjawiska, będących świadectwem ustanowienia stabilnego rynku książki.

Projekt został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji nr DEC-2011/01/D/HS2/05129

⁴⁶ Warty zauważenia jest fakt, że w Internecie można znaleźć informacje świadczące o tym, iż firma Empik w ciągu ostatniego roku straciła znacząco w notowaniach na giełdzie. Por. M. Stysiak, W. Matusiak, *Empik pod kreską. Czy uniknie bankructwa?*, http://wyborcza.biz/Gieldy/1,114507,17327224,Empik_pod_kreska_Czy_uniknie_bankructwa_.html (dostęp: 9.02.2015). Choć problemy finansowe Grupy EM&F są oficjalnie dementowane (por. *Kłopoty finansowe. Grupa EM&F dementuje*, http://rynek-ksiazki.pl/aktualnosci/klopoty-finansowe_40448.html [dostęp: 9.02.2015]), to trudno oprzeć się wrażeniu, że sieć Empik powoli zmienia się z giganta książkowego w hipermarket oferujący m.in. możliwość zakupu książek, przyborów kuchennych czy zabawek. Obecny 2015 rok może zatem przynieść znaczące zmiany w tym obszarze.

Bibliografia

- Bourdieu P., *Reguły sztuki: geneza i struktura pola literackiego*, przeł. A. Zawadzki, Universitas, Kraków 2001.
- Czapliński P., *Powrót centrali. Literatura w nowej rzeczywistości*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2007.
- Dobrołęcki P. (red.), *Dwudziestolecie wolnego rynku książki w Polsce (1989–2009)*, Biblioteka Analiz, Warszawa 2010.
- Klukowski B., Tobera M., *W tym niezwykłym czasie. Początki transformacji polskiego rynku książki (1989–1995)*, Wydawnictwo Akademickie Sedno, Warszawa 2013.
- Kłopoty finansowe. Grupa EM&F dementuje*, http://rynek-ksiazki.pl/aktualnosci/klopoty-finansowe_40448.html (dostęp: 9.02.2015).
- Rok 2012 był przełomowy dla branży e-booków*, <http://biznes.newsweek.pl/rok-2012-byl-przelomowy-dla-branzy-e-bookow,100697,1,1.html> (dostęp: 29.01.2015).
- Rozmowy o rynku książki*, t. 1–13, rozmowy przeprowadzili: Ł. Gołębiowski [et al.], Biblioteka Analiz, Warszawa 2002–2013.
- Rychlewski I., *Książka jako towar – książka jako znak. Studia z socjologii literatury*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2013.
- Stysiak M., Matusiak W., *Empik pod kreską. Czy uniknie bankructwa?*, „Gazeta Wyborcza”, http://wyborcza.biz/Gieldy/1,114507,17327224,Empik_pod_kreska_Czy_uniknie_bankructwa_.html (dostęp: 9.02.2015).
- Urbaniak A., Siek T., *Jak są opodatkowane książki i czasopisma*, „Rzeczpospolita”, <http://prawo.rp.pl/artukul/758335,612588-Jaki-VAT-na-ksiazki-i-czasopisma.html> (dostęp: 29.01.2015).